

Juillet 2009

# Le fil

## DES GRANDS SITES

*Signalétique d'activités et de services sur les Grands Sites : démarches et outils*

RÉSEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE

# Signalétique d'activités et de services sur les Grands Sites : démarches et outils

Le Fil des Grands Sites vise à stimuler les échanges d'expériences entre les Grands Sites sur un thème précis. C'est une réunion organisée autour d'un ou deux témoignages de gestionnaires de Grands Sites. Les échanges sont enregistrés, retranscrits dans un feuillet thématique qui est ensuite diffusé au sein du Réseau et rendu disponible pour tous sur le site Internet du Réseau des Grands Sites de France. Les thèmes portent sur tout ce qui a trait à la valorisation et à la préservation des paysages.

## Animateurs :

Anne VOURCH. Directrice RGSF  
annevourch@grandsitedefrance.com  
lauremaraval@grandsitedefrance.com

## Intervenants :

Bertrand GAUVRIT . Directeur syndicat mixte du Puy Mary  
puymary@wanadoo.fr

Marie FAUCHON. Chargée de mission Parc Naturel Régional des Volcans d' Auvergne  
mfauchon@parcnaturel-volcansauvergne.com

Marie-Amélie PÉAN. Chargée de mission Gorges du Tarn et de la Jonte  
grandsite.gorgestarnjonte@orange.fr

## Participants :

Stéphanie BEAUSSIER . Roches de Solutré Pouilly Vergisson  
contact.solutre@wanadoo.fr

Thierry DARMUZET. Roches de Solutré Pouilly Vergisson  
contact.solutre@wanadoo.fr

Stéphanie NASSOY. Gergovie Val d' Allier  
s.nassoy.gvac@orange.fr

Rachel PELTIER. Aven Ornac  
r.peltier@ornac.com

Louise POUPIN . Dune du Pilat  
dune-du-pilat@orange.fr

Pauline CONSTANTIN. Camargue gardoise  
constantin@camarguegardoise.com

Cet échange est organisé avec le soutien de :



## Introduction...

En site classé et protégé par la loi du 2 mai 1930, les préenseignes sont interdites et les enseignes soumises à autorisation de l'ABF<sup>1</sup>. Pour autant, de nombreux gestionnaires de Grands Sites sont confrontés à une prolifération de panneaux signalant toutes sortes d'activités et de services, implantés de manière anarchique. Au-delà des impacts paysagers qu'ils génèrent, ces panneaux troublent l'identité du site et le message adressé au visiteur.

Ce Fil des Grands Sites s'appuie les expériences de deux gestionnaires de Grands Sites, le Syndicat Mixte du Puy Mary et le SIVOM des Gorges du Tarn. Tous deux cherchent à revoir et harmoniser la signalétique relative aux activités de services et d'activités implantées sur les sites qu'ils gèrent.

En 2001, les membres du RGSF ont consacré leurs Rencontres annuelles au thème de la signalétique. Elle y a été caractérisée ainsi : "La signalétique est l'ensemble des moyens de communication, y compris l'image, un ensemble de signes, de symboles, une identification qui se décline en termes de pictogrammes, de code couleur etc. Elle est véhiculée par le site, par les aménagements ou par les acteurs de façon volontaire ou non. (Des panneaux mal entretenus peuvent véhiculer une mauvaise image de marque). Les panneaux sont constitués d'un signifiant et d'un signifié, il y a le fond et la forme. La forme est très importante car si elle est bâclée, le message ne passe pas."

Il y a différents points de vue, différents objectifs à la signalétique<sup>2</sup> :

- Pour le **visiteur** d'un Grand Site, la signalétique est un service mis en place par le gestionnaire pour lui permettre de se repérer, de se rassurer, de s'intéresser au site (accueil, guidage, information, sécurité, pédagogie, etc.).
- Pour le **gestionnaire**, la signalétique est un moyen de gestion et de maîtrise de fréquentation (qualitative et quantitative).
- Pour le **site**, la signalétique est comme un vecteur d'identité, où l'information minimum que l'on donne est le nom du site.

Une signalétique à la fois claire, efficace et intégrée au paysage, est donc un enjeu fondamental pour la préservation de l'identité paysagère et la bonne gestion des Grands Sites.

<sup>1</sup> Architecte des Bâtiments de France

<sup>2</sup> d'après une fiche pratique du PNR Narbonnaise

## Puy Mary Volcan du Cantal

---



Site classé 10 000ha  
Territoire Grand Site : 36 000 ha  
Grand Site situé dans le PNR des Volcans d'Auvergne

**Objectif** : être conforme à la loi, appliquer le Code de l'Environnement, respecter le paysage, les points de vue panoramiques, tout en valorisant les activités du territoire. Éviter certains types d'enseignes, clarifier l'information touristique, encourager les initiatives de regroupements et identifier le territoire du PNR.

---

### **Bertrand GAUVRIT, Directeur du Syndicat Mixte du Puy**

**Mary** : Le site du Puy Mary est un système de vallée, dont le développement et la gestion sont portés par des structures intercommunales différentes. Avec l'Opération Grand Site, nous avons découvert de grosses incohérences dans la signalétique, notamment dans l'offre privée, même s'il y a très peu d'activités sur le site classé de 10 000 hectares. Chacun avait son panneau d'appel dans le site classé indiquant des activités et des services situés en dehors du site classé. Beaucoup de panneaux ne présentaient aucune utilité et n'étaient pas gérés. L'offre publique était dans le même état car même si certaines communautés de communes avaient mis en place des informations de type Relais d'Informations Services (RIS), il n'y avait **aucune réflexion d'ensemble** sur le massif. Parfois, sur certains secteurs, l'information publique dans les bourgs était hors cadre réglementaire. **La situation méritait une clarification et une homogénéisation.**

Notre souhait au départ n'était pas d'appliquer la réglementation relative au site classé mais de remédier aux impacts paysagers : il n'était plus tolérable d'avoir des panneaux inutiles dans le site classé. Dès 2002, nous nous sommes positionnés pour un projet sur l'ensemble des communes. **L'idée de départ était d'homogénéiser**

**l'offre publique, mais également d'engager les privés à faire de même pour leurs panneaux d'information.**

### **Travailler à partir de l'existant : la charte signalétique du PNR des Volcans d'Auvergne**

Nous pensons que le Grand Site n'avait pas intérêt à créer sa propre entité visuelle à travers la signalétique. Il convenait plutôt de travailler avec l'existant, et notamment avec le Parc des Volcans qui agit en parallèle sur sa charte signalétique. La décision d'appliquer la charte du Parc a été prise sans ambiguïté. L'ensemble des élus l'ont aussitôt validée, treize communes sont concernées.

Cela s'est fait en deux temps :

- **réalisation d'un diagnostic**, en interne, par le syndicat mixte du Puy Mary. Le Parc a formé une personne pour réaliser le diagnostic de l'existant sur le massif, privé et public,
- **validation de la charte avec application, dans un premier temps, dans les bourgs.** Nous avons mis sur pied des Relais d'Informations Services aux entrées de bourgs, aux niveaux des panneaux d'affichage et des sites touristiques.

L'idée n'est pas de multiplier les informations, mais de répondre à l'attente des visiteurs, via le jalonnement de l'information dans les bourgs du Grand Site. La procédure implique des débats publics avec les privés pour les engager à entrer dans cette démarche, selon un dispositif mis en place par le Parc.

**Marie FAUCHON, PNR Volcans d'Auvergne** : En 1999 est apparu le besoin d'homogénéiser et de faire un travail sur la signalétique. Les acteurs touristiques souhaitaient se démarquer, ce qui a entraîné une profusion de panneaux, parfois anarchiques, les panneaux périmés n'étaient pas enlevés etc. Nous nous sommes fait accompagner par un bureau d'études, qui avait réalisé la charte signalétique du PNR du Lubéron. La charte a été validée en 2001 par toutes les communes adhérentes du syndicat mixte du Parc.

### **La Charte du PNR a deux objectifs :**

- La mise en valeur des activités économiques,
- La protection des paysages.

Nous avons commencé à travailler sur des communes pilotes qui ont souhaité s'engager dans l'opération et **avons mis en place un règlement local de publicité**. Dans un parc, toute publicité est interdite, hors agglomération comme partout en France, mais également en agglomération. Si les communes souhaitent mettre en place des dispositifs à l'intérieur de l'agglomération, il est indispensable d'avoir un règlement local de publicité.

### Établir d'abord un diagnostic

Trois ou quatre communes pilotes ont testé cette opération. Comme l'a rappelé Bertrand Gauvrit, il convient de **faire d'abord une démarche de diagnostic de l'existant sur la commune**, pour savoir s'il y a vraiment besoin de mettre en place un règlement local. Selon les communes, les besoins sont différents. Les communes proches de l'agglomération clermontoise sont très touchées par la pression publicitaire. Elles ont davantage besoin de mettre en place un règlement local, qui permet d'autoriser la publicité, sous certaines conditions. Mais pour de petites communes ne subissant pas cette pression, c'est une procédure relativement lourde et inutile.

La première étape consiste donc à établir ce diagnostic pour connaître les besoins de la commune. On discute ensuite avec les élus pour connaître leurs souhaits d'organisation de la signalétique sur leur commune. Nous les accompagnons tout au long de la mise en place du règlement local de publicité jusqu'à son adoption, le nettoyage et l'enlèvement des dispositifs non réglementaires.

Pour le syndicat mixte du Puy Mary, c'est une de mes collègues qui a formé Magali Christophe, chargée de mission, à la technique du diagnostic. Il y a eu ensuite une relecture par le Parc, sur des points juridiques principalement. Ensuite, **des réunions publiques ont été organisées pour présenter aux prestataires privés la charte signalétique du Parc et le diagnostic par vallée**. Il fallait pointer les incohérences relevées sur le territoire. Quand on habite un territoire, il est parfois difficile de se rendre compte de l'image que la signalétique peut donner car on s'habitue aux panneaux. Il s'agissait de leur expliquer la démarche mise en place par le syndicat mixte, en regroupant les informations sur un même support. Pour favoriser l'uniformisation des préenseignes à travers sa charte graphique (hors site

classé), le Parc accompagne financièrement les activités dérogeantes (voir type d'activités en annexe) à hauteur de 40 % TTC, hors pose. Ce financement a favorisé le bon déroulement de la démarche. Actuellement, une quarantaine de communes appliquent la charte signalétique. Nous en comptons 153, le travail n'est donc pas terminé !

**Bertrand GAUVRIT** : Une fois que les panneaux sont réalisés, nous assurons un suivi de ce diagnostic avec les mêmes prises de photos pour voir ce que l'on peut encore améliorer. Sur le site, la moitié des privés s'est engagée dans cette démarche d'adhésion, ce qui est énorme. Cela relève d'un choix stratégique du Grand Site : **le syndicat mixte du Puy Mary a proposé de supporter l'ensemble des frais de jalonnement à l'échelle des communes**. En une saison, nous avons réglé le problème des treize communes concernées. Cela montre notre volonté de régler ce problème, notamment vis-à-vis des privés. Et cela a engagé d'autres partenaires dans ce schéma.

### Exemple de fiche de diagnostic sur le Puy Mary

#### 1 – hors agglomération : D 680 entre Puy Mary et Col d'Eylac



**INVENTAIRE et COMMENTAIRES DU JURISTE**

**Snack-bar d'Eylac** : activité non dérogeante + situé en classé : dispositif non réglementaire à supprimer. Présence de 3 grands panneaux de menus et d'un panneau rouillé de récupération servant de préenseigne (pr buron d'Eylac).

**CEIL DU PASSANT**

Des camionnettes de livraison de produits, des panneaux agressifs snack-bar avec les menus, un parking qui ressemble plutôt à un délaissé routier, des parasols ou un abri de terrasse en toile rayé vert et blanc, etc...tout devant le panorama dans un site classé, mérite d'être r dans le cadre de l'aménagement du Col d'Eylac.

**CONSEILS**

Supprimer les grandes enseignes (au moins 3) qui défilent le site et placer simplement le menu près de la porte.

**Marie FAUCHON** : Le syndicat mixte du Puy Mary est vraiment le plus bel exemple sur le PNR. Habituellement, nous avons beaucoup de mal à organiser la mise en place de la charte signalétique, au niveau intercommunal. Cela se fait plutôt au niveau communal, ce qui est beaucoup plus long, alors que des communes proches pourraient lancer la démarche en même temps, ce qui serait plus cohérent. Elles ne le font pas forcément. Il n'est pas toujours simple de convaincre les élus.

## ...Échanges

**Rachel PELTIER, Aven Orgnac :** Avez-vous réfléchi en amont au nombre maximum d'enseignes qu'il est possible de mettre ou sur leur taille ? Cela s'est-il fait au cas par cas ?

### Agir au cas par cas

**Marie FAUCHON :** La charte signalétique préconise la mise en place d'une seule enseigne par façade. Nous suggérons que cela soit intégré dans le règlement local de publicité, mais cela dépend du contexte et des zones. En centre bourg, c'est facile à appliquer, mais dans des zones artisanales ou commerciales, c'est plus compliqué. Pour la **dimension, il n'existe pas de règle unique sur l'ensemble du territoire**. Nous essayons d'accompagner les prestataires pour qu'ils limitent au maximum le nombre des enseignes. Cela se fait au cas par cas. Le fait que toute enseigne est soumise à autorisation n'était pas connu. Les gens faisaient un peu ce qu'ils voulaient. Une fois qu'une enseigne est mise en place, c'est plus compliqué de la faire enlever.

**Anne VOURCH :** Ce que vous avez essayé de régler avec la charte signalétique du Parc, ce sont surtout les préenseignes, les enseignes ou les deux ?

**Marie FAUCHON :** Nous nous occupons principalement des préenseignes en imposant un cadre graphique précis aux prestataires qui souhaitent être subventionnés. Nous limitons le nombre de dispositifs subventionnés en fonction de la réglementation prévue dans le Code de l'Environnement : quand c'est un hôtel ou un restaurant, c'est quatre préenseignes ; les produits du terroir, deux préenseignes etc.

### Engagement avec les privés

Afin que ces nouveaux dispositifs soient implantés dans le respect de la réglementation, nous demandons aux prestataires privés qui souhaitent bénéficier de cette subvention de signer une lettre d'engagement avec toutes les règles d'implantation.

Les enseignes sont apposées sur un bâtiment. Pour celles-ci, nous essayons d'accompagner et de limiter, c'est plus difficile d'intervenir. Nous n'avons pas de code graphique, parce que nous ne pouvons pas demander à tout le territoire, 153 communes, d'avoir

les mêmes enseignes. Étant donné que nous n'accompagnons pas financièrement les enseignes, cela limite notre marge de manœuvre. En revanche, pour les communes qui s'engagent, nous donnons un avis consultatif quand les maires le souhaitent et nous les accompagnons juridiquement.

**Anne VOURCH :** En fait, pour les préenseignes, il y a cette charte graphique et ce financement public mais pas pour les enseignes et ce pour le territoire du Parc. Le site classé du Puy Mary représente 10 000 hectares, la superficie du Grand Site est de 36 000 hectares. Sur les 26 000 hectares hors site classé, la charte s'applique-t-elle ? Que se passe-t-il sur les 10 000 hectares du site classé ? Est-ce la même chose, les mêmes types de supports, de mobilier ?

### Harmoniser les préenseignes des partenaires privés

**Bertrand GAUVRIT :** Nous avons tout enlevé sur le site classé. L'idée était de rappeler aux partenaires le dispositif de préenseignes, notamment le fait qu'ils étaient hors-la-loi sur le site classé, en leur proposant un dispositif de préenseignes. C'est le cas de La Vigerie, côté Murat, au pied du Puy Mary. Il a fallu décaler le panneau de préenseigne de 20 ou 30 mètres, car il était en site classé et nous leur avons demandé de le changer.

### Exemple de fiche intervention avec les privés

Projet de prise en charge SMPM :



Emplacement précis : à la place de l'ancien, à préciser

**a** Au carrefour de la gravière à côté des panneaux du hammeau

**b** Au carrefour de la Mairie visible en venant du Puy Mary

remarques et corrections :

RDV avec Maire le 27/11/07: On déplace les panneaux à chaque intersection  
SARL Gandilhon: Ne peut pas enlever tous les panneaux car besoin de + de 2 préenseignes + souhaite rajouter charcuterie sur son panneau

Avec les débats publics, nous avons vu disparaître des panneaux sans que personne n'ait rien dit. Des gens ont dû se rendre compte en réunion publique que leur panneau n'était pas au bon endroit. Nous n'avons pas

eu besoin de prendre contact avec eux ! Cela a bien clarifié les choses. Pour le commerce au Pas de Peyrol, en plein cœur du site classé, nous menons une réflexion pour que justement, s'il a une préenseigne, elle ne soit pas dans le site classé mais juste à la limite.

**Anne VOURCH :** *Sur les enseignes apposées sur les bâtiments, comment cela se passe-t-il pour les établissements qui sont situés dans le site classé ?*

**Bertrand GAUVRIT :** Il y en a très peu en site classé : deux ou trois. Il n'y a qu'un établissement, au Pas de Peyrol, en plein cœur du site classé. Nous souhaiterions qu'elle change. Nous en discutons avec lui mais nous ne le lui imposerons pas, car il vient de la changer l'été dernier, l'allégeant de lui-même.

En revanche, à propos de deux ou trois publicités apposées sur son établissement pour un partenaire qui vend de l'alcool dans les parages, nous lui avons dit que ce n'était pas réglementaire, et qu'il fallait qu'elles n'y soient plus à la saison prochaine. Il l'a très compris en disant : « Je n'ai pas à mettre de publicité autre que mon activité sur mon bâtiment ».

Nous ne sommes pas dans des espaces avec des enseignes, comme j'en ai sous les yeux à Aurillac, où elles se sont multipliées, où l'ensemble du bâtiment sert d'enseigne. Il y a l'enseigne officielle et une multitude d'autres messages sur le bâtiment.

**Marie FAUCHON :** Pour l'instant, le Code de l'environnement ne prévoit pas de limite de taille pour les enseignes murales. Nous le disons le moins possible car tant que les commerçants ne le savent pas, ils ne sont pas tentés de mettre des enseignes sur toute leur façade. Mais, il y a un manque, c'est pourquoi avec les PNR, nous avons fait des propositions pour que la loi soit révisée par le Conseil national des Paysages. La proposition est que les enseignes murales soient limitées en taille.

**Bertrand GAUVRIT :** Entrer dans le territoire du Grand Site par la pré-enseigne a un impact très négatif pour le site classé, et même sur les paysages en général. Elles se sont multipliées, sont affreuses, ou dans des formats totalement différents. Les gens qui apposent leur enseigne sur leur propre bâtiment sont un peu plus respectueux. Ils habitent au-dessus ou dans les parages. Ils font un peu plus attention, alors qu'une

préenseigne au loin, ils ne la voient pas tous les jours et ne s'en soucient pas trop.

Répondre en disant : « Nous vous apportons une solution pour la pré-enseigne. Nous vous engageons à entrer dans un dispositif », c'est beaucoup plus facile après de leur dire : « Votre enseigne, il faudrait peut-être que nous y fassions quelque chose. Il faudrait l'améliorer un peu. Ce n'est pas très heureux pour le visiteur. » L'appropriation est beaucoup plus simple.

**Stéphanie NASSOY, Gergovie Val d'Allier :** *La signalétique du Parc des Volcans, qui concerne surtout la signalétique routière et des commerces, a-t-elle été déclinée pour d'autres types de choses ? Notamment pour la signalétique d'interprétation et les RIS sur le Puy Mary, c'est à dire tout ce qui n'est pas commercial ?*

**Bertrand GAUVRIT :** Sur le Puy Mary, pas pour l'instant. Nous n'avons pas fait de RIS, c'est en discussion avec les communautés de communes (3 communautés de communes et une communauté d'agglomérations). Nous sommes partis raisonnablement en nous disant : « Si nous mettons des RIS, la communauté de communes en ayant déjà, cela va ajouter de l'information etc. » **Nous souhaitons engager une discussion avec eux pour définir le réel besoin du visiteur.**

Nous allons essayer d'en mettre en place sur certains sites touristiques notamment les entrées de sites classés car l'information est mauvaise. **Les gens arrivent sur un massif et ne savent pas du tout qu'ils arrivent dans un périmètre particulier !** Ce sera très léger, nous travaillons avec l'Architecte des Bâtiments de France pour mettre en place un dispositif sur toutes les routes d'accès et marquer clairement l'entrée sur le site classé. C'est un constat réel : 99 % des gens nous disent : « Nous sommes sur un site protégé ? Depuis quand ? Où est-ce marqué ? ». Nous allons la mettre en avant, notamment parce que nous allons relayer l'information dans la maison de site, informer les gens et leur expliquer pourquoi ils sont dans un site classé.

**Marie FAUCHON :** Pour le PNR, nous ne proposons pas vraiment de RIS. Certains ont ajouté de petits volcans qui marquent un peu l'identité du territoire. Pour les communes qui ont mis en place un règlement local de publicité, nous les avons accompagnées dans le financement du panneau d'entrée global de la

commune qui décline toutes les activités qu'il peut y avoir. L'objectif était d'éviter qu'il y ait une forêt de pré-enseignes à l'entrée de la commune, mais plutôt un seul panneau qui reprend toutes ces informations. Sachant que les prestataires qui ont le droit de mettre un panneau, on ne peut pas les en empêcher. C'est une discussion qui n'est pas toujours facile. Sur un lac situé dans le PNR, nous avons travaillé avec une association de protection de l'environnement qui souhaite mettre en place un panneau de sensibilisation sur les déchets. Les couleurs graphiques de la charte signalétique vont être reprises, mais c'est tout. Il n'y a pas vraiment de cadre défini là-dessus.

**Bertrand GAUVRIT :** Nous avons appliqué la charte signalétique du Parc pour la signalétique routière liée aux enseignes privées et publiques, tout ce qui est salle polyvalente, etc. Mais **comment trouver une cohérence du territoire, entre la charte signalétique et la demande du Conseil Général d'avoir une charte Espaces naturels sensibles ?** Nous sommes en train d'y réfléchir.

C'est aussi pour cela que sur les panneaux, nous avons allégé la charte signalétique du PNR, avec son accord, en mettant les barrettes d'une seule couleur, alors que selon l'activité, le service public, il était possible de mettre des barrettes de couleurs différentes. Nous avons souhaité avoir une seule couleur pour ne pas jouer sur les couleurs et mieux l'intégrer. Ensuite, les matériaux ont été choisis et décidés avec l'ABF : dans la majorité des cas, c'est de la pierre de montagne, assez grise, et nous avons choisi une couleur appropriée.

**Louise POUPIN, Dune du Pilat :** *Certains sites ont-ils déjà travaillé sur la signalétique concernant la préservation du site classé, la sensibilisation du public à la valeur du site, et à sa nécessaire préservation ?*

**Rachel PELTIER, Aven Orgnac :** Pour l'Aven Orgnac, nous avons réalisé une étude signalétique, interne au site, sans forcément souligner les réglementations d'un site classé, l'intérêt de le préserver. C'était plus une charte graphique. Mais elle n'est pas encore mise en place.

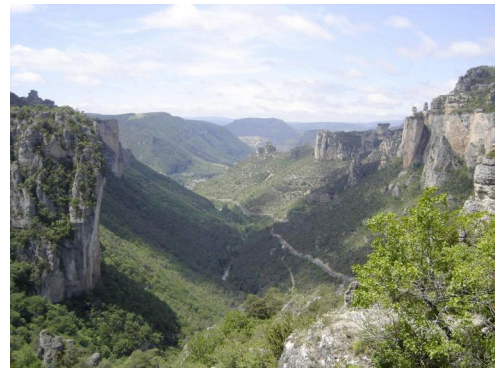
**Pauline CONSTANTIN, Camargue Gardoise :** Nous réfléchissons justement à lancer une étude signalétique à propos des différentes entrées de territoire protégé

où les mesures de protection se superposent. Sans multiplier les panneaux, nous voudrions que les gens comprennent qu'ils se trouvent dans un site particulier et les raisons de cette protection. Pour les autres Grands Sites, avez-vous ce problème d'avoir plusieurs protections au même endroit et de devoir en choisir éventuellement une, à mettre plus en avant que l'autre ?

**Bertrand GAUVRIT :** Nous mettons en avant le site classé. Les autres mesures de protection sont en majorité à l'intérieur du site classé, tellement il est vaste. Par définition, nous avons décidé de ne pas multiplier le message. Ce qui marque le plus, c'est le site classé.

## Gorges du Tarn et de la Jonte

---



Site classé : 20 000 ha  
Territoire Grand Site : 77 000 ha  
Mise en place d'une charte signalétique sur les 19 communes du GS  
18 500 HT pour l'étude signalétique

**Objectif :** Créer un cadre pour la qualification et la régularisation de la signalétique commerciale et informative dans le Grand Site. Cela concerne uniquement la signalétique directionnelle, d'enseignes et de pré-enseignes ainsi que les panneaux RIS (Relais d'Information Service). Assurer la cohérence avec la signalétique proche du PNR des Grands Causses et du PN des Cévennes.

---

**Marie-Amélie PÉAN :** L'objectif de départ était de mettre de l'ordre dans la signalétique, de limiter la pollution visuelle et d'harmoniser la signalétique commerciale. Le problème se pose surtout dans les gorges où une seule route, la route principale, longe la rivière. Sur les deux rives, plusieurs activités sont exercées : camping, location de canoë, hébergement,

restauration etc. Les gorges sont en site classé et de nombreux panneaux sont en situation illégale.



Le site a été classé en 2002 et pour l'instant, les services de l'État ne sont pas intervenus pour régulariser la signalétique. Ils attendaient que nous mettions en place une démarche globale sur le Grand Site et que nous élaborions une charte signalétique, ce que nous avons fait. Nous passons maintenant à la phase opérationnelle, mais nous en sommes encore au tout début.

Début 2006, une étude a été lancée. Un bureau d'études a travaillé sur le territoire du Grand Site : le site classé et les 19 communes qui constituent le Grand Site.

Trois types de travaux ont été réalisés :

- une partie diagnostic photos,
- un tableau de recensement des activités par communes,
- une partie davantage graphique et création graphique d'une signalétique identitaire pour le Grand Site.

Notre diagnostic s'est limité à des photos classées par communes. Ce que nous a remis le bureau d'études n'est pas très exploitable et nous avons quelques difficultés à avancer. Il s'est surtout centré sur le travail de création graphique, avec une présentation un peu « flashy ». On nous l'a reproché à plusieurs reprises : le choix du rose, du violet et du bordeaux était pour respecter la charte graphique du SIVOM faite en 2006.

### Charte signalétique validée

L'étude de la charte signalétique a été validée en septembre 2008 par le comité de pilotage, qui réunissait notamment des élus, la Diren, l'ABF, quelques représentants socioprofessionnels et le Parc national

des Cévennes. La Diren a financé 50 % de l'étude. Nous essayons maintenant de passer à la phase opérationnelle et notre priorité est d'agir dans le site classé. Dans un premier temps, nous n'allons pas nous occuper des bourgs qui sont hors site classé.

Pour ce qui est des activités commerciales, **la charte signalétique nous propose deux niveaux de signalétique : les enseignes et les préenseignes.**

### Harmoniser les enseignes dans le site classé

Il y avait un problème de location de canoë car pour être visibles de loin, depuis la route, et depuis les routes des versants, les loueurs déployaient des enseignes et des banderoles de plus en plus grandes alors que c'est totalement interdit puisque normalement, toute enseigne est soumise à autorisation de l'ABF.



Nous limitons donc dans un premier temps la taille des enseignes et essayons ensuite de faire adopter une couleur commune, plutôt un bleu turquoise, pour la location de canoë. Sachant que dans la charte signalétique, nous proposons différents formats pour les enseignes, que chaque prestataire peut adapter à son activité.

Nous n'avons aucun financement prévu dans ce domaine. C'est au propriétaire de se prendre en charge pour les enseignes. Dans le cadre du Pôle d'Excellence Rurale, une ligne financière est destinée à subventionner les préenseignes. Dans le site classé, étant donné que nous avons beaucoup d'activités économiques et que nous ne pouvons pas tout supprimer, l'État tolère un certain type de pré-enseigne, qui correspond à ce qui est présenté ci-après. Ce sont des panneaux carrés à liseré, avec des



pictogrammes, que l'on voit en bordure des routes. Cette tolérance est limitée à deux préenseignes par activité. Nous allons pouvoir subventionner ce type de panneaux à hauteur de 50 à 80 %. Je ne peux pas encore vous donner le taux exact car nous affinons en



Exemple de préenseignes proposées par la Charte

ce moment le recensement des prestataires susceptibles de mettre ces préenseignes.

### À chaque type de zone sa réglementation...

Nous nous sommes rendus compte que ce travail, minutieux, est plus compliqué que ce que nous pensions à l'origine : la plupart des bourgs sont exclus du site classé et sont en site inscrit, d'autres sont situés en site classé. Deux villages ont une zone de publicité restreinte. Les autres villages n'en ont pas. Dans les agglomérations, certains bourgs sont en site classé, d'autres non. Ce n'est donc pas simple de recenser quel prestataire a droit à une préenseigne, et où la placer. **Si nous avons eu un vrai diagnostic en amont, ce travail aurait été fait en même temps.**

**Difficulté liée à l'absence de diagnostic par type de zone**. Nous avons eu des difficultés à travailler avec le bureau d'études. Il n'a pas été très cadré dès le départ. Le cahier des charges n'avait pas été précis car nous ne savions pas exactement où nous voulions aller. J'ai pris les choses en cours et j'ai découvert peu à peu les choses. Nous n'avons pas de réel outil maintenant pour concrétiser la mise en œuvre de la charte signalétique.

La plupart des communes, des représentants professionnels et des principaux partenaires ont signé la charte. Nous passons maintenant à la phase opérationnelle et l'on se rend compte que ce n'est pas parce qu'un maire a signé la charte signalétique qu'il est prêt à passer à l'action.

Nous réalisons qu'il fallait davantage de débats publics, de réunions avec les professionnels et de groupes de travail, dès l'élaboration du cahier des charges de l'étude, pour comprendre où nous allions et

comprendre les besoins des prestataires, en les associant aussi de à l'élaboration du diagnostic et de la charte.

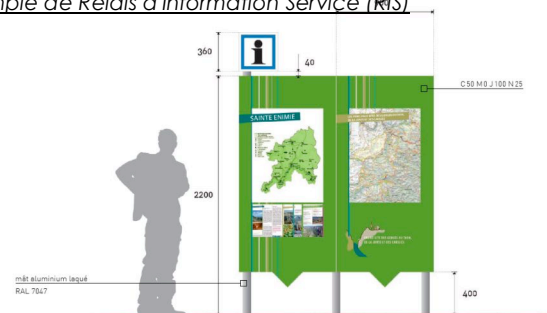
J'ai réuni une première série de groupes de travail au début du mois de mars. En n'associant que tardivement les partenaires, nous nous rendons compte que nous n'avons pas pensé à certaines choses. Nous faisons du cas par cas, tant au niveau des enseignes que des préenseignes et du jalonnement.

J'affine le recensement des prestataires qui vont pouvoir être subventionnés pour leur préenseigne en site classé. Nous avons limité à deux préenseignes par prestataire. On s'aperçoit que, dans quelques cas, il va falloir en mettre quatre car dans certains cas, il y en a un rive gauche et un rive droite du Tarn. Étant donné la configuration du territoire, cela voudrait dire que, réglementairement, l'un a le droit d'avoir un panneau et pas l'autre !

Ensuite, nous solliciterons les prestataires par courrier, pour leur demander de s'adapter aux panneaux. Et nous passerons une commande groupée pour les préenseignes. Le SIVOM va consulter les entreprises et passer la commande des préenseignes. Nous devons donc savoir exactement combien nous en commandons, de quelle couleur, avec quelle inscription, etc. Ensuite, le prestataire nous réglera, déduction faite de la subvention. Nous espérons, pour l'automne 2009, pouvoir installer ces panneaux de préenseigne.

Nous avons aussi constitué un groupe de travail avec les élus car nous nous ne pouvons pas travailler sur les préenseignes et les enseignes sans travailler sur la signalétique bourg, RIS et jalonnement. **Tout est interdépendant. Si les prestataires sont mal signalisés dans les villages, ils continueront à mettre leurs grosses enseignes à l'extérieur des villages.** Il faut vraiment que tout le monde travaille ensemble.

Exemple de Relais d'Information Service (RIS)



**Anne VOURCH :** C'est un vibrant plaidoyer pour une bonne méthode. Le bureau d'études s'est peut-être trop attaché à la question des formes, des couleurs, des pictogrammes, des supports eux-mêmes, et moins à une méthode et à un plan d'ensemble.

## ...Échanges

### Responsabilité et entretien des panneaux

**Rachel PELTIER :** En dehors du travail qui a l'air assez important, sur le long terme, qui a la responsabilité des panneaux ? Est-ce que c'est le prestataire qui va devoir entretenir le panneau ? Est-ce que ça a été prévu ? N'y a-t-il pas une convention signée pour dire qui a le droit de faire quoi, et sur le long terme, qui a la responsabilité de quoi ?

**Marie-Amélie PÉAN :** Cela n'a pas été prévu. On peut supposer que c'est le prestataire qui est responsable des panneaux. Nous subventionnons l'achat du panneau, mais pas la pose. Chaque prestataire doit voir comment il s'y prend pour poser le panneau. Après, pour les panneaux en site classé, l'État peut intervenir pour donner des directives.

**Rachel PELTIER :** Est-ce qu'on lui impose une qualité de finition, si c'est à lui de le poser, pour que l'intégration soit bien faite et que la qualité du support soit correcte ? Le lieu d'implantation est assez précis ?

**Marie-Amélie PÉAN :** Pour la pose, nous donnons des indications techniques. Le mieux est de les poser de façon à pouvoir les dévisser facilement. À aucun moment n'a été évoquée la question de savoir si on laissait les préenseignes l'hiver. Les prestataires sont ouverts de juin à septembre. Le reste de l'année, les panneaux restent dans le site. Nous sommes restés finalement sur l'idée que cela relève du choix de chaque prestataire. S'ils veulent pouvoir l'enlever l'hiver, il faut le poser sur platine ou dans des fourreaux adaptés. Mais la finition, au niveau de la pose n'est pas très précise. Le lieu d'implantation doit faire l'objet d'un repérage avec l'ABF, le gestionnaire de la voirie et le Conseil Général. Nous allons essayer de grouper plusieurs repérages dans une même journée.

**Stéphanie NASSOY :** J'ai vu qu'il y avait une déclinaison avec le RIS. C'est donc la déclinaison de ce que l'on

met en enseigne et en pré-enseigne sur d'autres supports et qui donne plus d'informations au visiteur.

**Marie-Amélie PÉAN :** Nous avons considéré le RIS comme un complément de signalisation, puisque certaines activités n'ont plus le droit de se pré-signaliser, ou beaucoup moins qu'auparavant. L'idée est que les visiteurs puissent s'appuyer sur les RIS. C'est une signalétique destinée aux piétons et il faut trouver le bon endroit pour l'implanter. Il faut que nous entrons dans le détail, que nous fassions une maquette pour qu'il y ait une cohérence entre chaque commune, etc. Il y a un problème de financement, nous n'avons pas de subvention pour cela. Ces panneaux coûtent cher. Il faut compter 3 500 €, fabriqué posé, pour un panneau de ce type. Et sur nos petites communes, cela pose un problème.

### Préconisations esthétiques

**Stéphanie NASSOY :** Pour le PNR des Volcans d'Auvergne, Avez-vous eu ce souci pour la conception des supports et des pieds des panneaux ? Avez-vous travaillé avec des graphistes, consulté des fabricants ?

**Marie FAUCHON :** Au moment de la création de la charte signalétique, des préconisations graphiques, de taille, et de type de mobilier ont été faites. Nous sommes partis sur de l'aluminium (matériau durable, demandant moins d'entretien que le bois), des mâts verts, ainsi que le dos du panneau. Nous avons des préconisations sur le papier et quand la démarche a été mise en place, nous avons peu à peu recensé les fournisseurs. Ils ont été réunis pour leur présenter la charte signalétique et les recommandations graphiques. Maintenant, un certain nombre de prestataires avec qui nous travaillons régulièrement connaissent les règles de fabrication des panneaux, avec les couleurs, les matériaux, etc.

Nous finançons le panneau à 40 % TTC, mais nous ne finançons pas la pose. À tous les prestataires qui bénéficient d'une subvention, nous faisons signer une lettre d'engagement, rappelant la réglementation. Il est difficile d'aller chaque fois voir où vont être implantés les panneaux, étant donné la surface du PNR. Je leur explique la réglementation, je leur dis de trouver le terrain et d'obtenir l'autorisation écrite du propriétaire, pour les panneaux hors site classé. Ce courrier n'a pas une grande valeur juridique, mais au

moins les prestataires prennent connaissance de la réglementation. Nous leur conseillons de se mettre en relation avec le gestionnaire de la voirie et de ne pas s'installer dans des endroits dangereux, comme près des ronds-points par exemple. On leur indique aussi dans ce courrier qu'ils sont responsables de leur panneau et qu'ils doivent en assurer l'entretien.

#### **Signaler la Maison de site**

**Stéphanie NASSOY :** *Est-ce que la maison de site du Puy Mary est signalée au même titre que les autres activités ou bien a-t-elle un traitement particulier ?*

**Bertrand GAUVRIT :** Elle n'a aucun traitement : ni communication, ni information, rien du tout. Nous n'avons aucune publicité et nous ne voulons aucune enseigne. Nous n'en avons pas besoin, malheureusement (!), car il y a trop de visiteurs sur ce point précis du site. Nous n'avons strictement rien fait pour la maison de site et nous nous sommes contentés de quelque chose de discret en indiquant sur ses vitres « Maison de site du Puy Mary ». Nous sommes parti du principe qu'il n'y avait aucune enseigne et gardons cette logique, puisque la maison de site est construite en plein site classé. Nous avons travaillé, et ce n'est pas totalement réglé, avec les services des routes pour retirer la signalétique routière et faire en sorte qu'elle ne soit pas repositionnée dans l'angle de la maison de site. Il doit rester une quinzaine de flèches : les plus grandes que l'on peut trouver en plein cœur du site classé. Nous voudrions trouver un nouveau dispositif qui serait plutôt sur la route et les grands axes, et qui indique seulement la direction du chef-lieu de canton. Par contre, nous ouvrons cet été un centre d'interprétation dans une des vallées du Puy Mary et nous avons demandé au graphiste qui travaille avec l'équipe de muséographie, de nous proposer un cheminement depuis les stationnements, pour capter les gens. Nous lui avons remis la charte signalétique du parc et lui avons demandé de nous proposer une charte signalétique adaptée aux maisons d'interprétation et qui corresponde à l'application de la charte signalétique du parc.

**Stéphanie BEAUSSIER, Roches de Solutré Pouilly Vergisson :** À Solutré, nous n'avons pas commencé à travailler sur les aspects signalétiques. L'ABF nous l'a demandé parce que nous avons la signalétique routière notamment, avec la construction du parking.

Nous mettons en place un réseau de balades et de randonnées et il y a tout ce qui concerne les préenseignes. Il nous a demandé de lancer une étude pour essayer d'harmoniser tout cela. C'est davantage un débroussaillage. Je retiens la bonne idée de travailler au préalable en groupe de travail avant de se lancer tout seul avec l'ABF dans une étude, et d'associer tous les acteurs du territoire concernés par la signalétique et le balisage.

**Anne VOURCH :** Pour conclure, je précise que nous ouvrons seulement la réflexion sur cet thème et nous comptons bien, que ce soit sur le terrain ou au niveau national, pouvoir s'appuyer sur les expériences des uns et des autres. Les PNR ont pas mal de longueurs d'avance sur un sujet comme celui-ci. C'est vraiment intéressant et je remercie beaucoup Marie FAUCHON d'avoir partagé son expérience. Nous allons continuer à charger des documents sur la signalétique dans l'extranet. Au sein du Réseau, il faut faire vivre cette réflexion car c'est bien de connaître ce qu'il s'est fait ailleurs pour prendre les bons outils, les bonnes méthodes. Enfin, y a un stage de formation de l'ATEN en octobre prochain : « Signalétique, un outil pour gérer la fréquentation ». Ce peut être aussi une manière pour les sites qui en ont besoin d'aller échanger avec d'autres, de se former à la fois sur les aspects réglementation, sur les aspects gestion et sur une dimension assez importante dans les sites classés, qui est aussi la question des mobiliers, et comment faire travailler l'ensemble des interlocuteurs.

## Quelques précisions et définitions...

La création et l'implantation d'affichage, de publicité, d'enseignes, de pré-enseignes sont soumises à la loi sur la publicité et l'affichage (1979, Code l'Environnement).

La publicité est interdite hors agglomération.

**En site classé, La publicité est interdite : affichage publicitaire et pré-enseignes sont donc interdits**

### Définition

**Publicité** : Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention, à l'exception des enseignes et des pré-enseignes.

**Enseignes** : Toute inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Doivent toujours être posées sur le domaine privé (terrain ou bâtiment) de l'activité concernée (normes concernant taille et forme, murales, au sol, en agglo ou hors agglomération)

**Pré-enseignes** : Toute inscription, forme ou image, indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

**Zone de publicité autorisée (ZPA)** : Zonage permettant d'autoriser la publicité, hors agglomération, selon un règlement choisi, à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou centre artisanaux ou groupements d'habitations.

**Zone de publicité restreinte (ZPR)** : Zonage permettant d'autoriser la publicité et de réglementer les enseignes et préenseignes, en agglomération, selon des règles choisies restrictives.

**Relais Information Service (RIS)** : Mobilier urbain constituant un pôle d'information sur la commune. Il comprend un plan de ville ou de quartier.

### Sites classés et PNR

Dans les PNR : affichage publicitaire interdit. Sauf en cas de Zones de Publicité Restreinte en agglomération. Préenseignes dérogatoires autorisées (voir ci-dessous)  
De nombreux PNR élaborent une charte signalétique.

**En site classé, toutes les enseignes sont soumises à autorisation préalable du maire avec avis conforme de l'ABF dans un délai de 4 mois.**

#### Extrait du guide pratique de gestion des sites classés au titre de l'article L 341-2 du Code de l'Environnement

"La mise en place de panneaux d'information, dans le cadre d'un plan signalétique du site, peut utilement participer à la valorisation et à la bonne gestion de celui-ci. Elle doit faire l'objet d'une autorisation spéciale du préfet du département, et se conformer à la charte graphique des sites classés"

**Hors agglomérations, certaines activités ont droit à des pré-enseignes dérogatoires aux conditions suivantes.**

- Format 1 x 1,50 m maximum
- Implantées hors agglomération, sur domaine privé, avec l'autorisation écrite du propriétaire du terrain, à 5 m minimum du bord de la chaussée.
- Doivent uniquement indiquer le nom de l'établissement, la direction à suivre et/ou la distance.

### Activités :

- Hôtels, restaurants et chambres d'hôtes (sans réservation préalable) – Garages et stations services: 4 préenseignes maximum dans un rayon de 5 km du lieu de l'activité.
- Produits du terroir et services d'urgence: 2 préenseignes maximum dans un rayon de 5 km du lieu de l'activité.
- Monuments historiques ouverts à la visite: 4 préenseignes maximum dans un rayon de 10 km du lieu de l'activité.
- Activités en retrait de la voie publique: 2 préenseignes maximum à proximité immédiate du lieu de l'activité.
- Activités temporaires : 2 préenseignes maximum à proximité immédiate du lieu de l'activité, uniquement pendant la durée de l'activité.
- Campings et gîtes: ils n'ont pas droit à la préenseigne dérogatoire, mais à un jalonnement sur domaine public

## Loi sur la publicité et l'affichage

---

### Code de l'Environnement

#### Section 1 : Principes généraux.

##### Article L581-1

Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre.

##### Article L581-2

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent chapitre fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, au sens précisé par décret en Conseil d'Etat. Ses dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

##### Article L581-3

1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;

2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce

3° Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

#### Sous-section 1 : Dispositions générales.

I. - Toute publicité est interdite :

1° Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;

2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;

3° Dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

4° Sur les arbres.

II. - Le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

III. - L'avis de la commission départementale compétente en matière de sites est réputé acquis s'il n'est pas intervenu dans un délai de deux mois à compter de la saisine par le préfet ou de la demande d'avis de la commission adressée par le maire au préfet.

##### Article L581-5

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

##### Article L581-6

L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels qui supportent de la publicité sont soumis à déclaration préalable auprès du maire et du préfet dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.

#### Sous-section 2 : Publicité en dehors des agglomérations.

En dehors des lieux qualifiés " agglomération " par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite sauf dans des zones dénommées " zones de publicité autorisée ".

Ces zones peuvent être instituées, sous réserve des dispositions de l'article L. 581-4, à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations.

Elles sont définies dans les conditions prévues à l'article L. 581-14 et la publicité y est soumise aux prescriptions fixées par les actes qui les instituent.

---

## Guides et Infos techniques ...

#### Pour consulter la Charte signalétique du PNR des Volcans d'Auvergne :

<http://www.parc-volcans-auvergne.com/php/vivre/amenagt/charte.php4>

#### Charte signalétique du PNR des Monts d'Ardèche "Communiquer mieux tout en respectant les paysages"

[www.parc-monts-ardeche.fr/v1/.../chartesignaletique2005.pdf](http://www.parc-monts-ardeche.fr/v1/.../chartesignaletique2005.pdf)

#### PNR Narbonnaise : signalétique et affichage publicitaire

[http://www.parc-naturel-narbonnaise.fr/en\\_actions/paysages/signaletique\\_et\\_affichage\\_publicitaire](http://www.parc-naturel-narbonnaise.fr/en_actions/paysages/signaletique_et_affichage_publicitaire)

#### La Signalétique de plein air : Site Internet ATEN/Fédération française de Randonnée prédestre.

[http://signaletique.espaces-naturels.fr/b\\_servic/navig/f\\_e\\_sgn.htm](http://signaletique.espaces-naturels.fr/b_servic/navig/f_e_sgn.htm)





Le RGSF regroupe les organismes locaux chargés de la gestion des Grands Sites, paysages emblématiques du territoire français (comme La Pointe du Raz, le Pont du Gard, les Gorges du Verdon, le Cirque de Navacelles ...).

Les Grands Sites ont en commun d'être des sites protégés au titre de la loi du 2 mai 1930 sur "la protection des monuments naturels et des sites de caractère artistique, historique, légendaire ou pittoresque", et de bénéficier d'une très forte notoriété (les 36 sites membres du RGSF accueillent 27 millions de visiteurs) : ce sont pour la plupart les "trois étoiles" des guides touristiques, de véritables emblèmes pour les territoires dans lesquels ils s'inscrivent.

Le RGSF compte à ce jour 36 Grands Sites. Il est un lieu très vivant de partage d'expérience concrète et d'innovation. Il organise l'échange de savoir-faire entre les sites, la diffusion des bonnes pratiques entre les membres et avec les autres réseaux d'espaces protégés ; il développe des outils d'information et de communication externe pour les Grands Sites ; il intervient aussi en appui auprès des membres ; il s'efforce de mobiliser des partenariats techniques et financiers en faveur des sites (mécénat) ; il est un interlocuteur reconnu des pouvoirs publics. Le Réseau participe aussi à la réflexion nationale et internationale sur le devenir de ces hauts lieux patrimoniaux, confrontés au défi de leur préservation à long terme dans le contexte d'une pression touristique croissante.

### Dans la collection *Le Fil des Grands Sites* :

Téléchargeable sur [le site Internet du RGSF, rubrique Publication](#)

- "Quelle multifonctionnalité de la forêt dans les Grands Sites ?" Décembre 2008
- "Mieux gérer les activités de pleine nature sur les Grands Sites" Juin 2008
- "Créer et valoriser un observatoire photographique du paysage sur les Grands Sites" Avril 2008
- "Évaluer les retombées économiques des Grands Sites" Septembre 2008



### Dans la collection : *Les Cahiers du Réseau des Grands Sites de France* :

- "Les Grands Sites à l'épreuve de la photographie", 2008
- "Agriculteurs, forestiers et Grands Sites : quels partenariats?", 2007
  - "Grands Sites et stratégies touristiques des territoires", 2006
- "Maisons de sites et interprétation dans les Grands Sites", 2005



[www.grandsitedefrance.com](http://www.grandsitedefrance.com)