



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DES YVELINES

GUIDE ACTION
POUR LA PUBLICITE
DANS LES PAYSAGES
DES YVELINES



Paysage
et Urbanisme

Direction départementale
des territoires des Yvelines

mars 2013

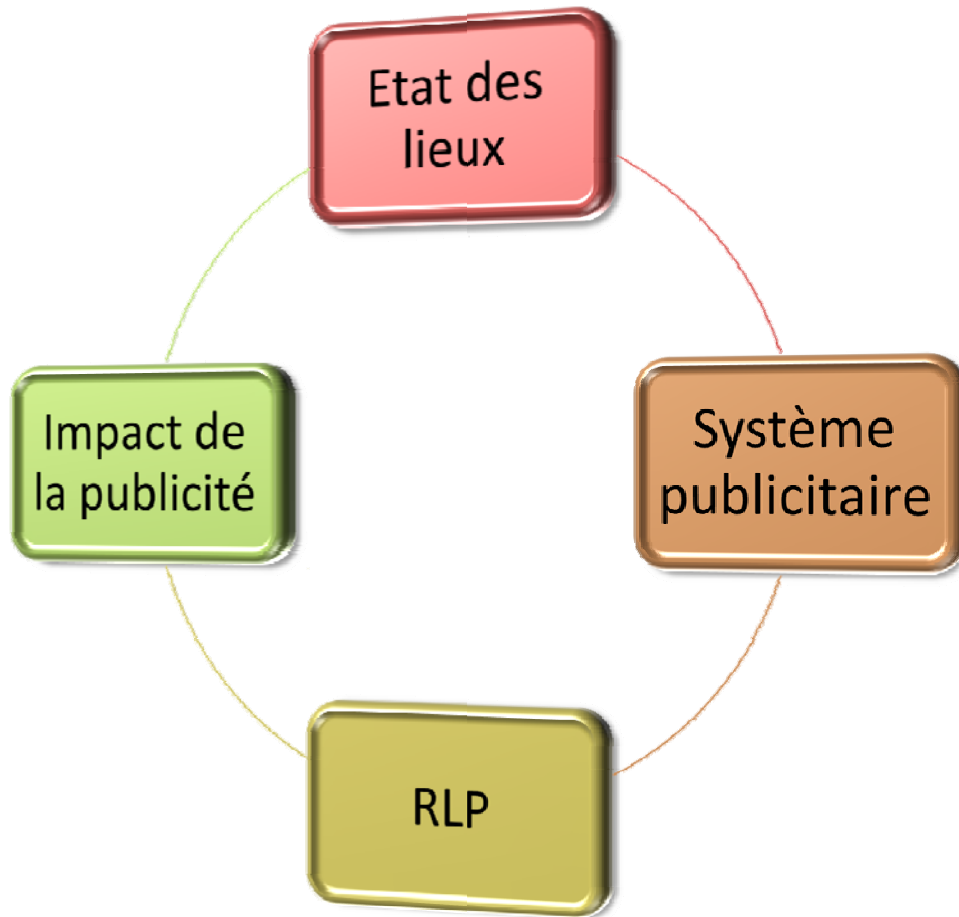
METHODE POUR LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Méthode RLP

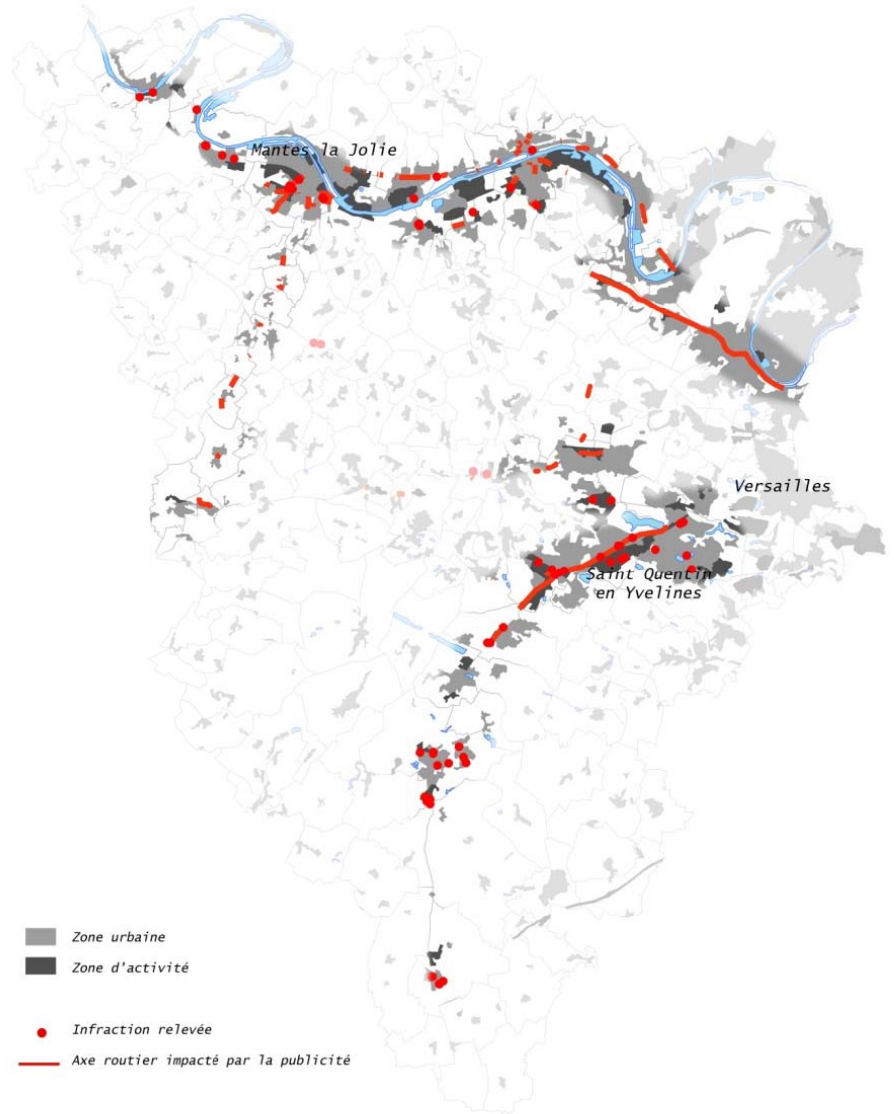
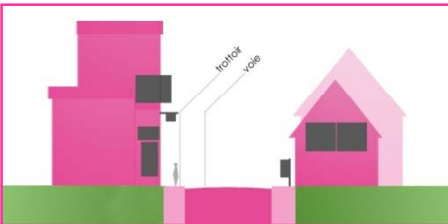
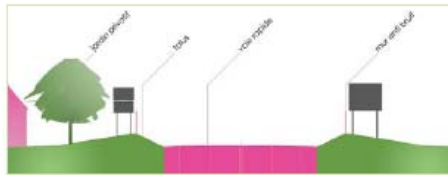


La réforme de la Loi Juillet 2012

- ✓ Améliorer le cadre de vie
et réduire la pollution visuelle: le RLP
- ✓ Intégrer la publicité dans le paysage
- ✓ Planifier la publicité sur le territoire
- ✓ Elaborer une méthode



Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage



0 10 20 Kilomètres

Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage



Obstruction visuelle



Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage



Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage



Rupture
visuelle



Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage

Support
inesthétique



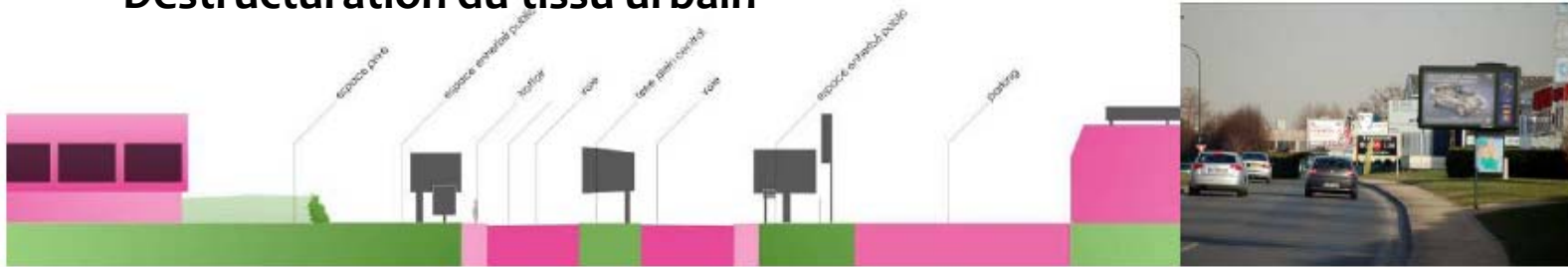
Rupture
visuelle



Remplissage de l'espace

Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage

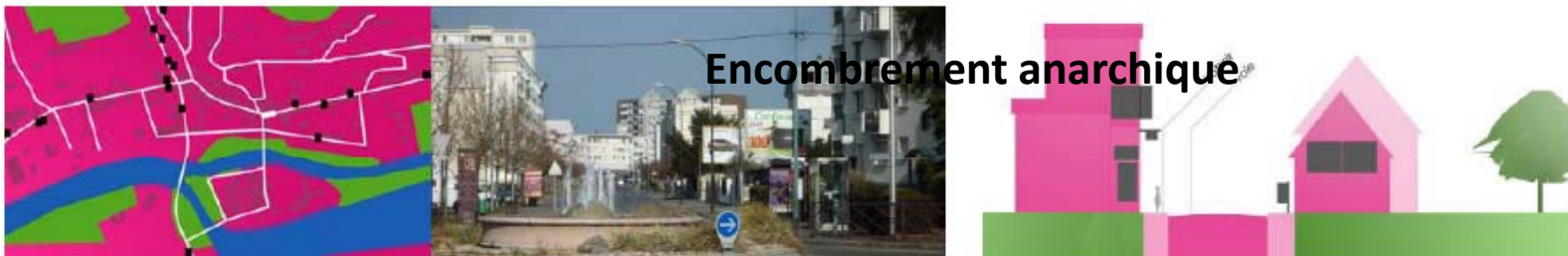
Destructuration du tissu urbain



Surnombre



Encombrement anarchique



Dégradation des formes architecturales

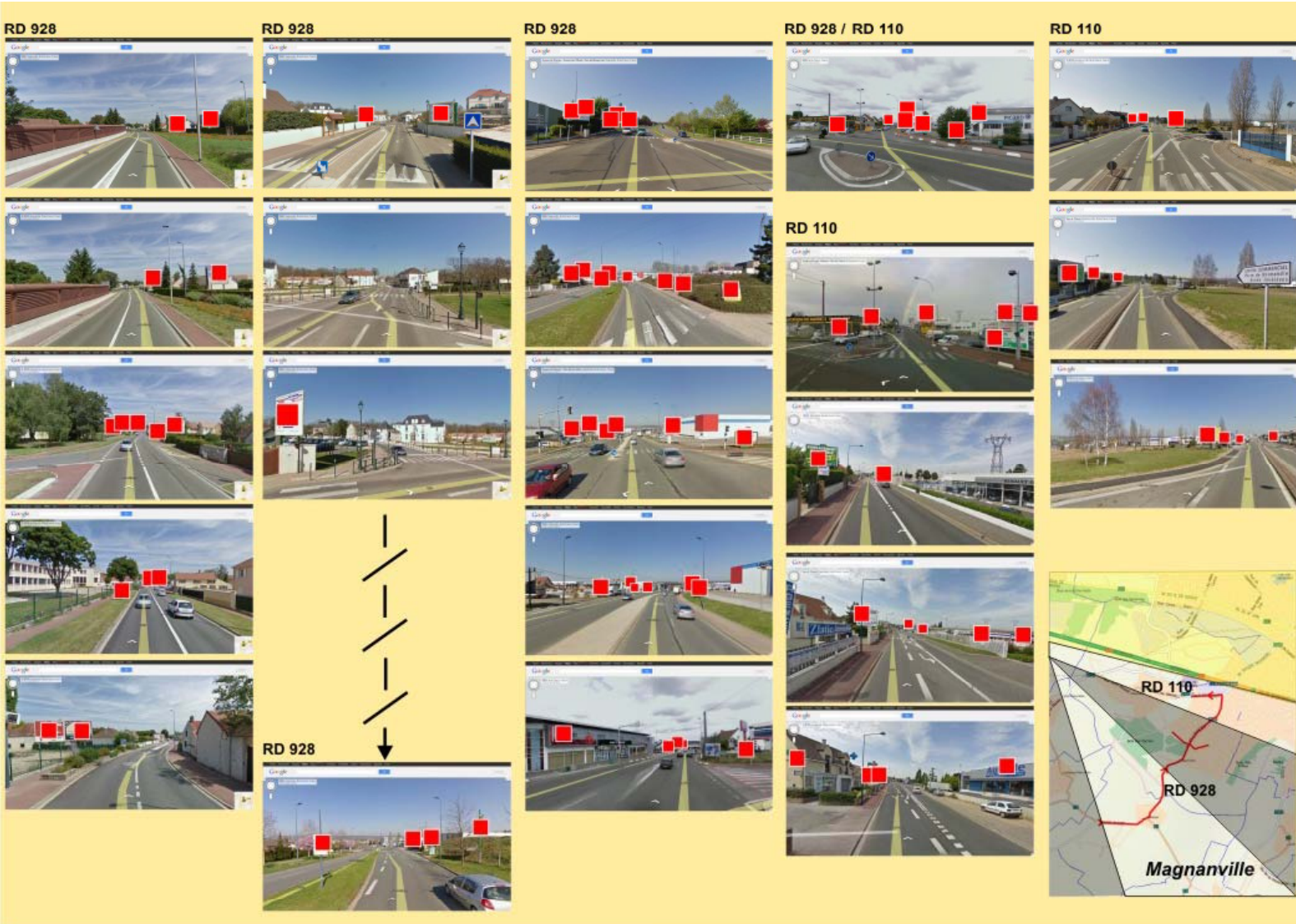
Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage

Pollution lumineuse

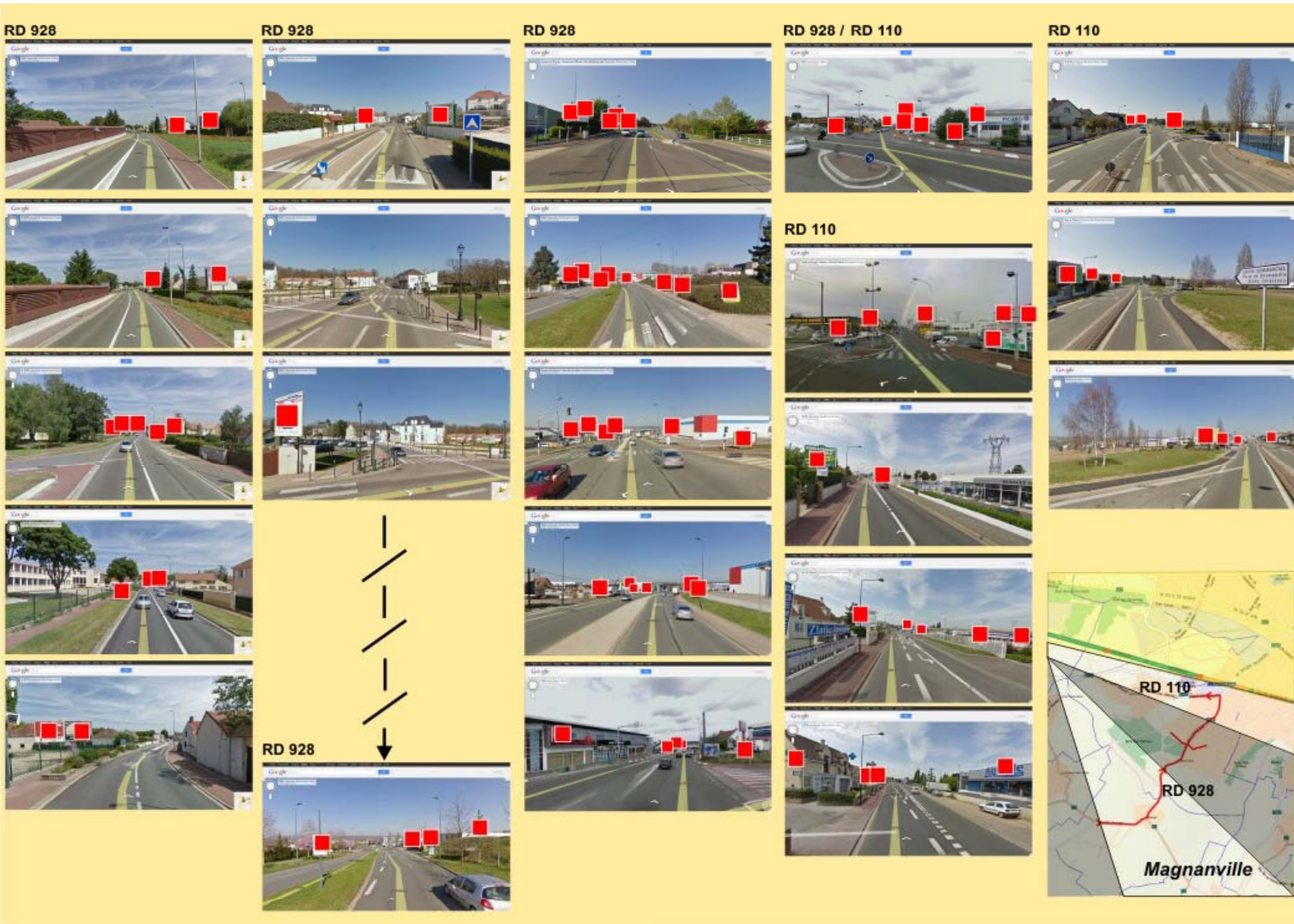


Gaspillage énergétique

Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage



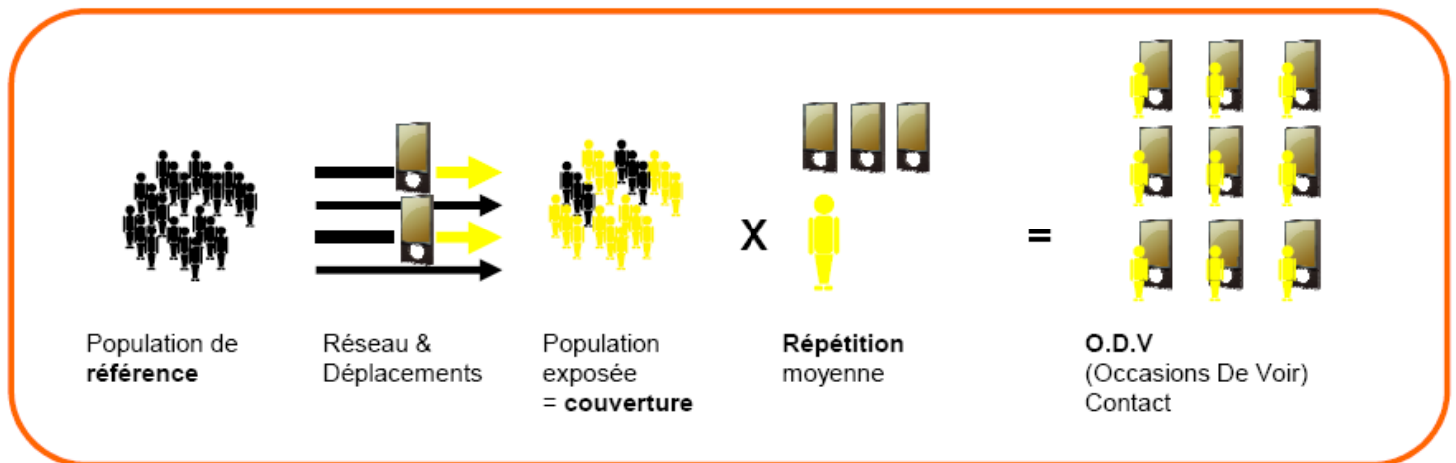
Etat des lieux: l'effet intrusif de la publicité dans le paysage



Sur 3.6km, 100 supports publicitaires s'interposent devant le paysage

Le système publicitaire

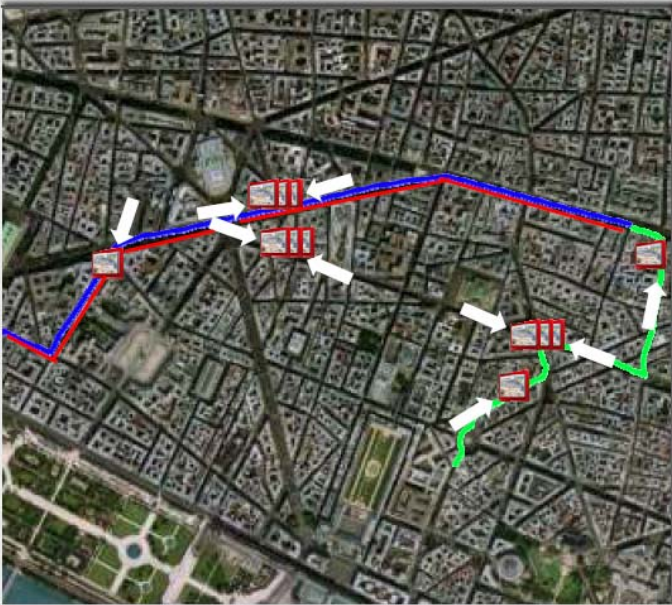
- ✓ Implantation sur les axes de déplacement
- ✓ Dynamique publicitaire: « les cerveaux disponibles »



Source: site internet JCI Decaux

Le système publicitaire

✓ Intégrer la maîtrise du réseau des annonceurs



Superposition des informations

- sur le patrimoine (ADV)
- et la mobilité (déplacements)

→ Calcul précis de l'audience / population de l'agglomération :

- Individus exposés (% de couverture)
- Nombre de contacts (répétition)

→ Résultats délivrés par réseau

Planifier la publicité dans le territoire

- ✓ Le concept de l'OVP:
une réponse à l'ODV

Une occasion de voir le paysage (OVP) est une circonstance produite par la qualité paysagère d'un site, sa sensibilité à être occupé par la publicité et les caractéristiques de cette occupation

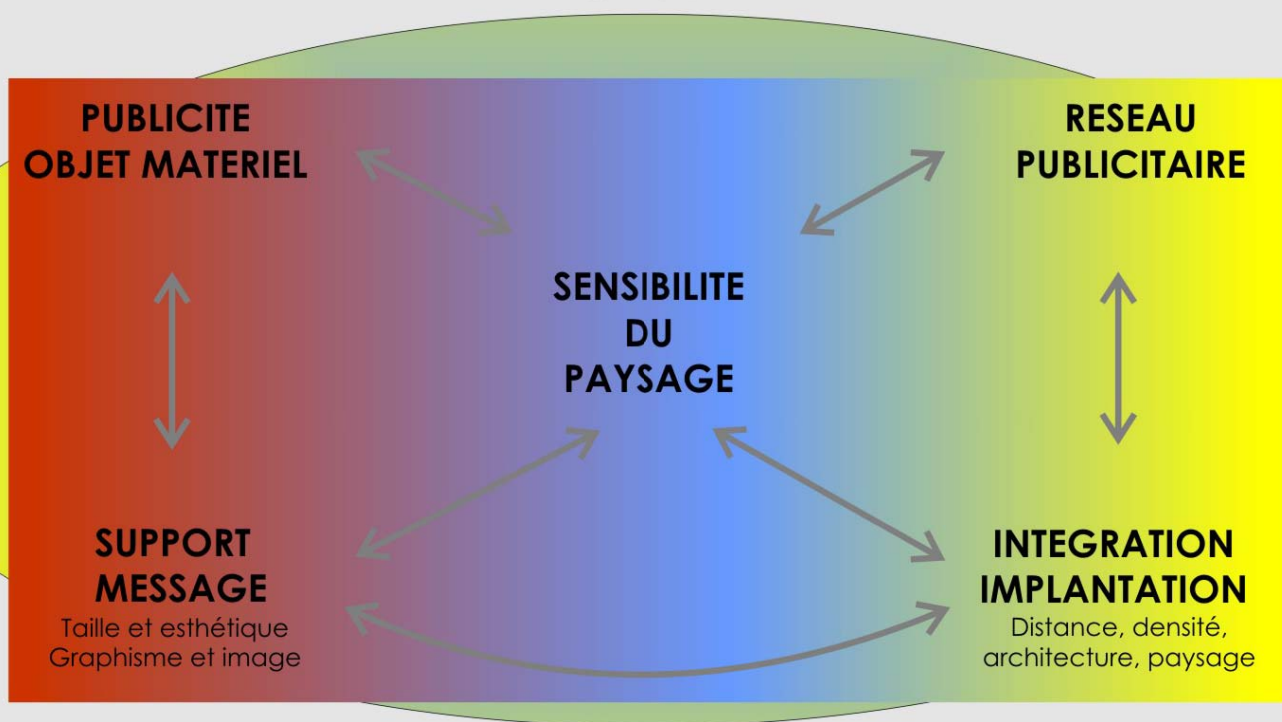
Planifier la publicité dans le territoire

- ✿ Une méthode qualitative et non arbitraire
- ✿ Caractériser les paysages selon leur sensibilité à l'occupation publicitaire
- ✿ Prévoir des objectifs selon chacune des unités du paysage identifiées (espaces agricoles, centres villes, zones commerciales..)
- ✿ Organiser la concertation avec les professionnels et le public autour des orientations de réglementation

Planifier la publicité dans le territoire

Permettre aux collectivités de gérer la relation entre la publicité et le paysage

OVP



Caractères

1 Caractères paysagers

2 Réseau publicitaire

3 Objet publicitaire

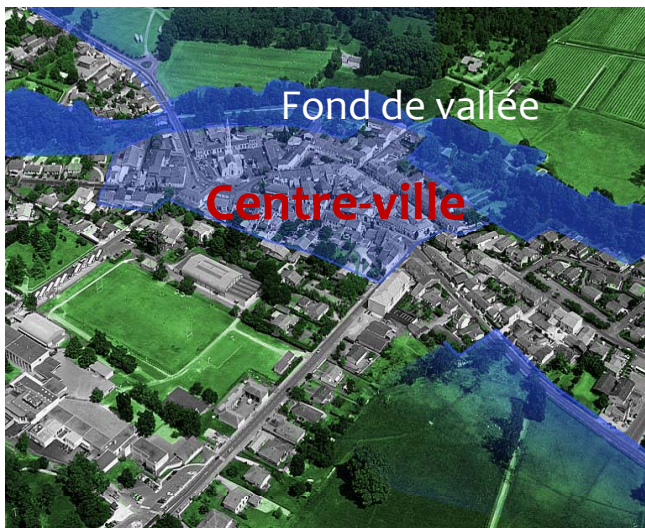
Planifier la publicité dans le territoire

Une grille d'analyse pour cartographier les OVP

1 Caractères paysagers	Caractéristiques	Typologie	
	1 Paysagère	Ilot bâti Fond de vallée, plateau agricole, coteau... Parc, coulée verte, jardin... Abords arbre isolé	
	Milieu naturel	Espace boisée, cours d'eau...	
	2 Urbaine		Ilot bâti
			Ecoquartier
			Centre ville / commercial / activités / ERP / ...
			Espace public
		Entrée de ville	
	Architecturale	Axe de déplacement	
		Elément architectural : patrimonial, équipement public..	
	3 Visuelle	Cône de vue, perspective, panorama	

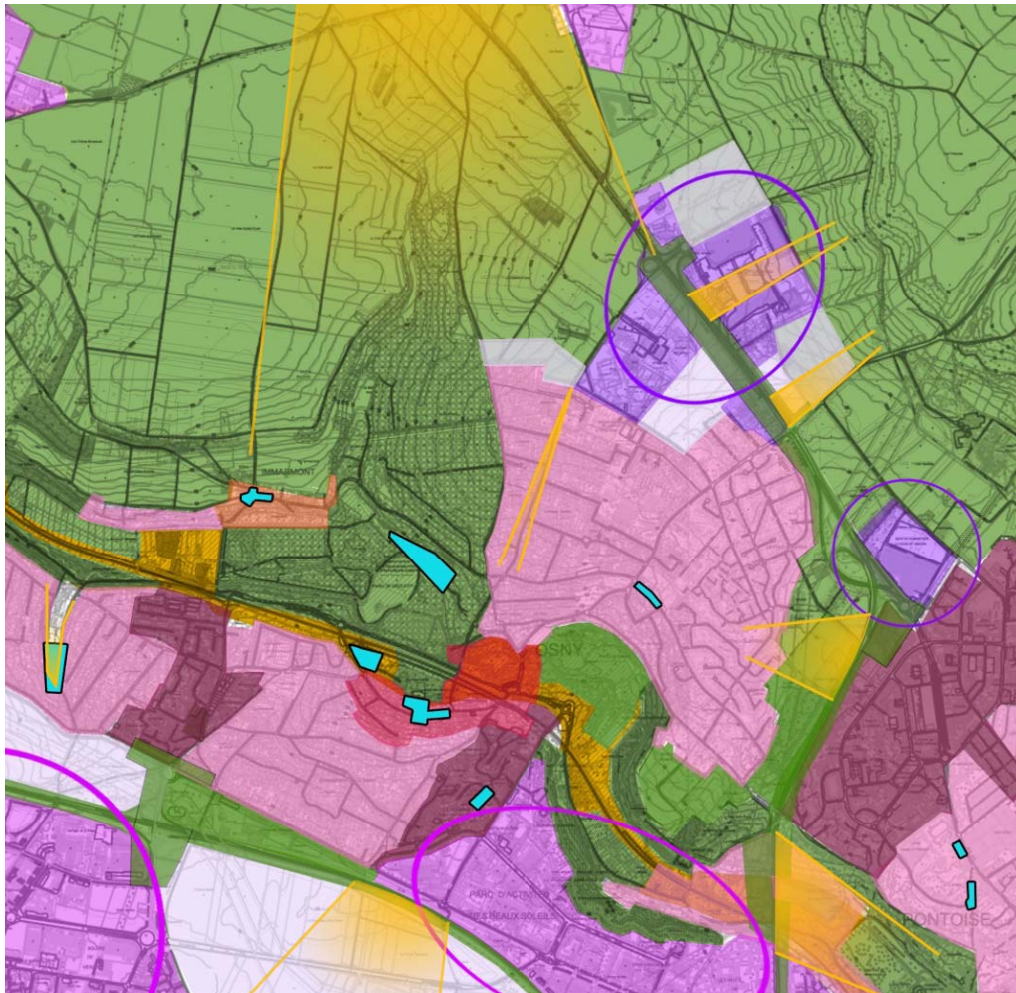
Planifier la publicité dans le territoire

Un outil pour que la publicité devienne partie intégrante du paysage



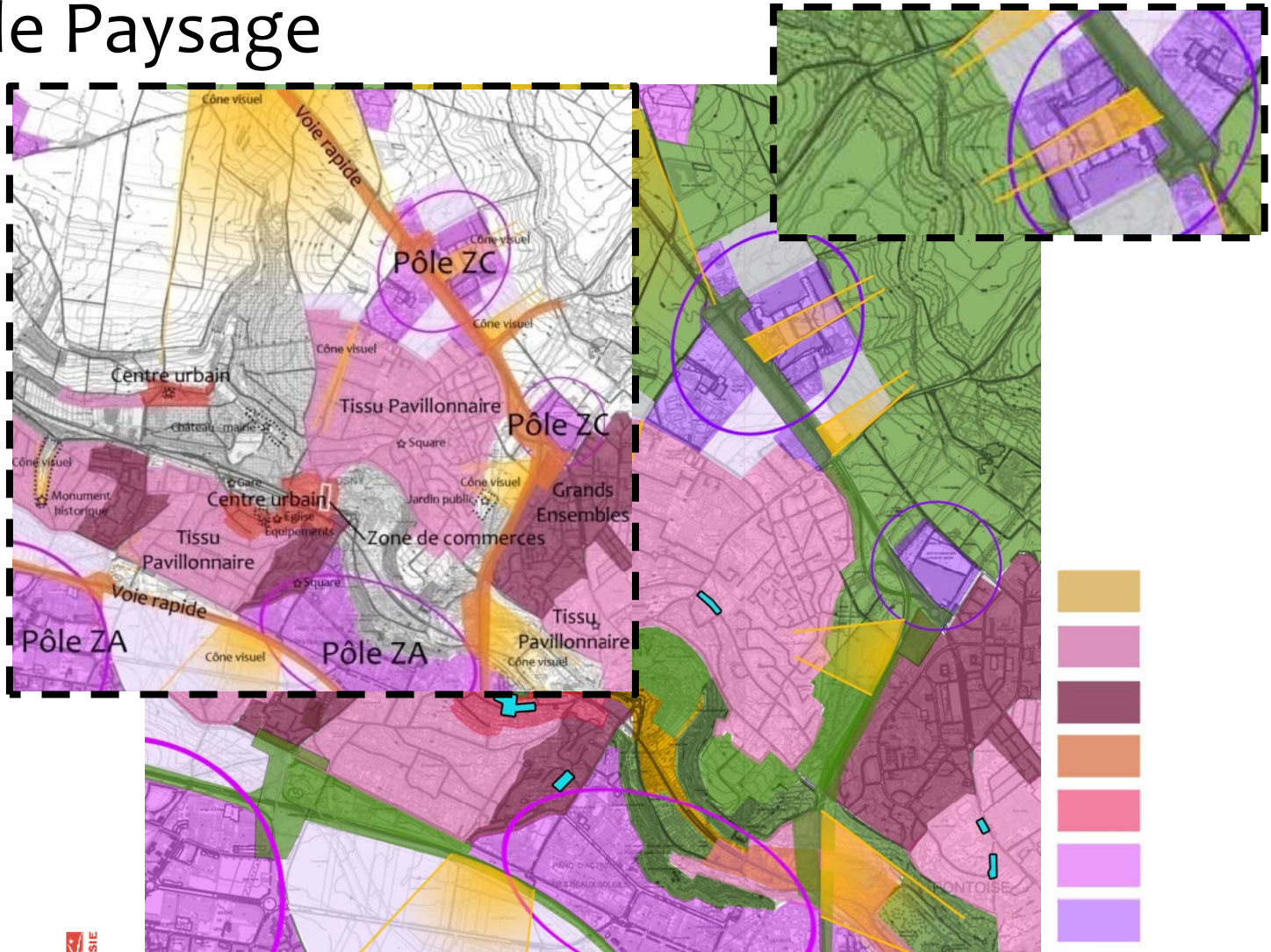
Planifier la publicité dans le territoire

Répertorier les Occasions de Voir le Paysage



Planifier la publicité dans le territoire

Répertorier les Occasions de Voir le Paysage



Planifier la publicité dans le territoire

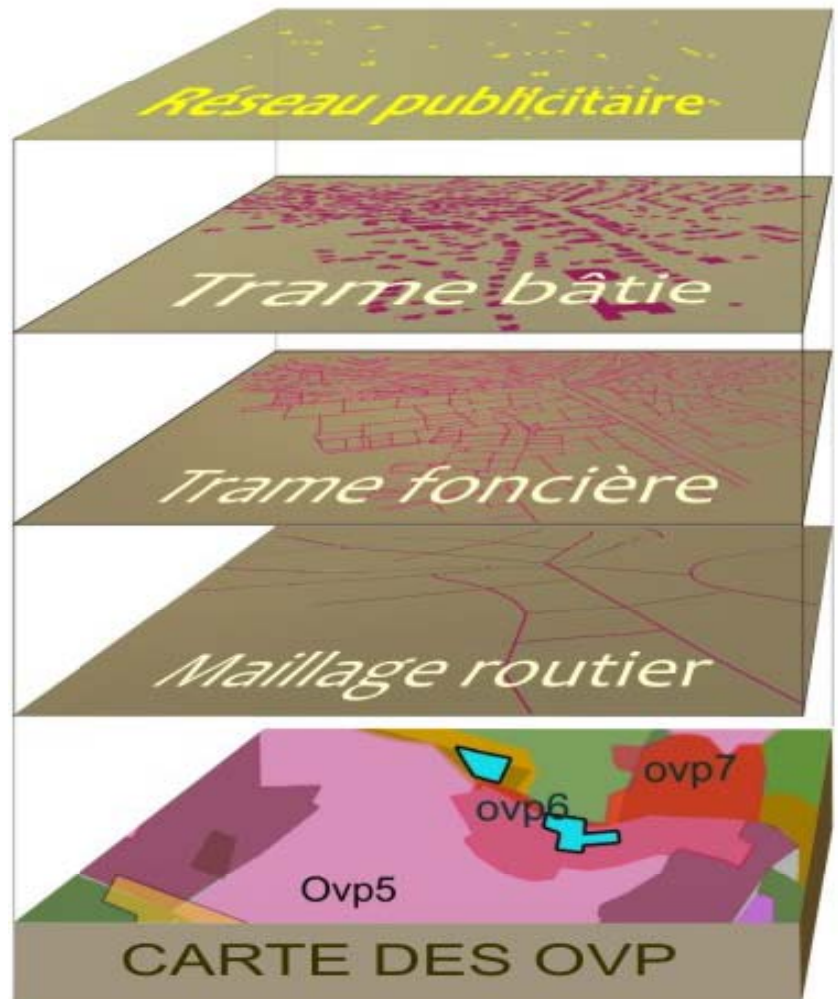
Une grille de critères non exhaustifs pour caractériser le réseau publicitaire

2	Réseau publicitaire	Caractéristiques	Critères
	Implantation: critères (intégration par défaut)	1 Distances	Entre supports Rythme De support à éléments bâtis De support à la voie De support à autre mobilier
		2 Densité	Nombre de support par rapport à la longueur de l'axe ou la surface bâtie Nombre de message par support
		3 Homogénéité	rapport entre les caractéristiques des supports (format, design, couleur) et la densité
		4 Exposition	Ombre, ombre portée du support
	Intégration Effets ressentis liés à la spatialité du site	5 Répartition	Homogénéité, nombre et densité des supports par rapport à un espace visible
		6 Format	Proportion support/espace occupé
		7 Architecture	Prise en compte de l'architecture pour apposition du support Adaptation des formats de supports à l'architecture
		8 Axes de vues	Préservation des OVP (éléments ou unité paysagère et urbaine à détailler 3 ^{ème} tableau)

Planifier la publicité dans le territoire

Elaboration des règles

Prise en compte simultanée
des maillages



Planifier la publicité dans le territoire

Edicter les règles

Dans l'espace privé

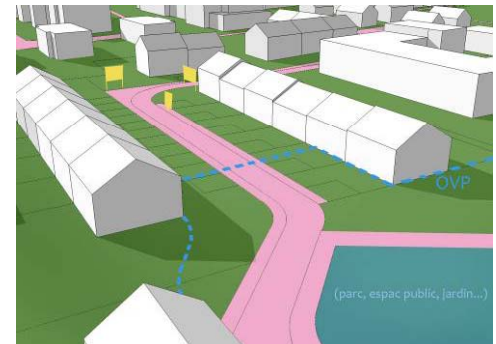


Dans l'espace public



Ce que permet la loi

Synthèse

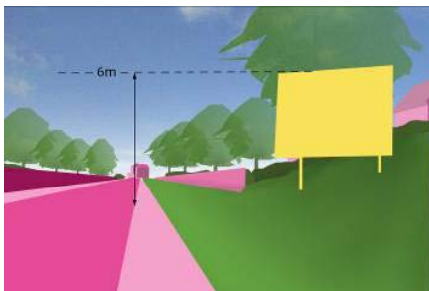


*En présence d'une OVP,
la publicité peut être
interdite sur un secteur
et restreinte à proximité*

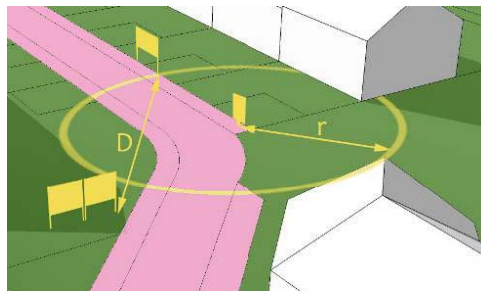
Planifier la publicité dans le territoire

Edicter les règles

- ✓ Maîtriser l'implantation: les distances, la densité, l'homogénéité, l'exposition...
- ✓ Gérer l'intégration: la répartition, le format, la cohérence avec l'environnement architectural, la préservation des axes de vue...



Hauteur
et niveau de référence



Interdistance entre dispositif



Prise en compte de axes de vue

Planifier la publicité dans le territoire

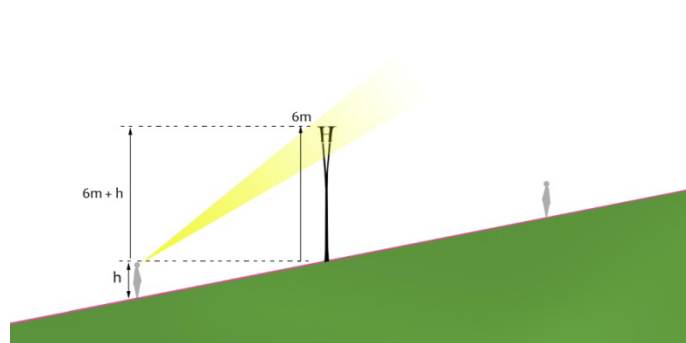
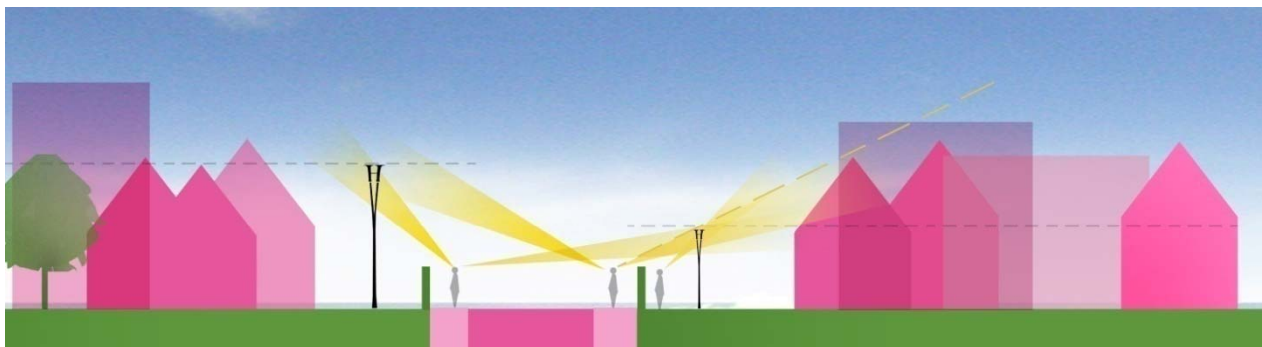
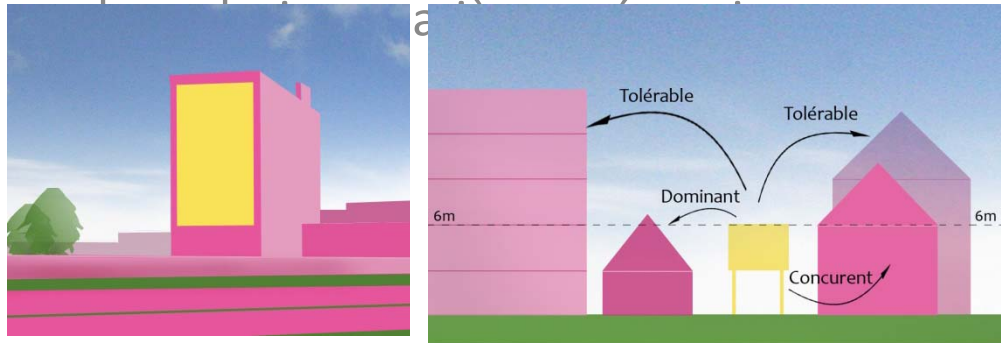
Une grille de caractéristiques pour déterminer les supports publicitaires

3 Objets publicitaires	Caractéristiques	Critères
Support	1 Format surface	1 Adéquation surface (m ²) et typologies urbaines et bâties Typologie architecturale de la zone règlementée : pavillonnaire, immeuble,
		2 Adéquation format (rapport hauteur/largeur) et architecture
		3 Risques, sécurité : obstruction visuelle
	2 Hauteur	1 Maîtrise de l'effet signal et rayonnement
		2 Adéquation hauteur du support / épannelage
		3 Profondeur de champs (distance entre l'œil et le panneau /distance de vue)
		4 Risques, sécurité : obstruction visuelle
	3 Couleur	Cohérence avec mobilier urbain et de voirie (potelets, barrières, candélabres, signalisation routière), Cohérence avec paysage urbain, végétal.
		Cohérence avec architecture
	4 Design	Cohérence avec mobilier urbain et de voirie
		Cohérence avec architecture
5 Matière	Cohérence avec mobilier urbain et de voirie (potelets, barrières, candélabres, signalisation routière), Cohérence avec paysage urbain, végétal.	
	Cohérence avec architecture	
Message	6 graphisme	Adéquation paysage Adéquation architecture
	7 tonalité	Adéquation paysage Adéquation architecture Adéquation avec le support
	8 image	Risques, sécurité : perturbation
Energie	9 Dynamique	Mode énergétique (solaire)
		Profondeur de champs jour et nuit
	10 Lumineux Nuit	Intensité lumineuse
		Mode énergétique (solaire)
		Risques, sécurité : perturbation lumière sur jour Confusion éclairage public
	11 Numérique Jour et nuit	Profondeur de champs jour et nuit
Intensité lumineuse		
Mode énergétique (solaire)		
Risques, sécurité : perturbation lumière sur jour Confusion éclairage public		

Planifier la publicité dans le territoire

Caractériser les supports publicitaires

- ✓ Prescrire le format et l'esthétique du support: surface, hauteur,



Planifier la publicité dans le territoire

Les supports quels qu'ils soient, y compris les bâches, peuvent avoir des formes et des dimensions liées aux caractéristiques architecturales du bâti. La dimension des supports et leurs implantations peuvent se définir en fonction :

- des proportions des éléments constituant les bâtiments : baies et fenêtres, balcons, appentis...
- des lignes de composition des bâtiments (corniches, bandeaux, chaînes d'angles, menuiseries, angles, redents des maçonneries, décrochés entre deux bâtiments...)

Exemple de RLP : Les formats doivent respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacements des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades, tous motifs décoratifs

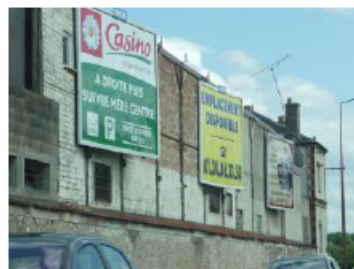
Dans certains cas, les dispositifs publicitaires peuvent être réalisés sur mesure et s'éloigner des formats d'usage afin de s'insérer dans la géométrie d'une construction.

A titre d'exemple, la forme du support peut suivre une pente de toit, d'escalier ou autre.

Dans le cas des bâches, le RLP sera un outil utile pour encadrer leur autorisation en édictant des règles d'intégration en rapport avec l'architecture.

Par exemple, un retrait plus important que celui prévu par la loi par rapport aux lignes architecturales peut être imposé. Le RLP pourra également en limiter la dimension ou la hauteur maximum.

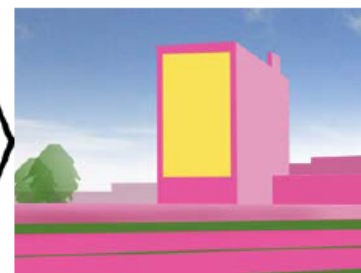
Exemple de RLP : La bâche devra présenter la même symétrie tant par son orientation, que par sa hauteur, par rapport au mur sur lequel elle est apposée.



Prise en compte des lignes architecturales



Adaptation de la forme du support



Réduction de la taille de la bâche

 Ce que prévoit la loi pour les formats de support en rapport avec l'architecture
Articles R. 581-27 à 29 ; R. 581-36 à 39 ; R. 581-54 à 57.

Planifier la publicité dans le territoire

Accord des couleurs avec les paysages urbain et végétal

Des palettes de couleurs peuvent être déterminées et intégrées au RLP. (Propositions indicatives, élargir à d'autres teintes)
Gamme, à titre d'exemple :

Milieu forestier, boisé ou mixtes :
supports foncés



Environnement bâti:
couleurs sablées, beiges, verts olive



Zones d'activités, commerces :
teintes grises, noire, violines, métalliques



◆ Implantés sur le domaine public

- du mobilier environnant,
- des sols,
- des clôtures,
- des façades...
- intégration de l'esthétique des supports dans la ligne sur le mobilier urbain préconisée par la collectivité.



◆ Implantés dans l'espace privé

- Des clôtures, grilles haies ou murs
- Des menuiseries,
- De la façade...
- L'architecture en général
- la déclaration préalable précise la nature de la clôture et les couleurs des éléments bâtis.



Teinte des supports

Je vous remercie de votre attention



RD14 Val d'Oise