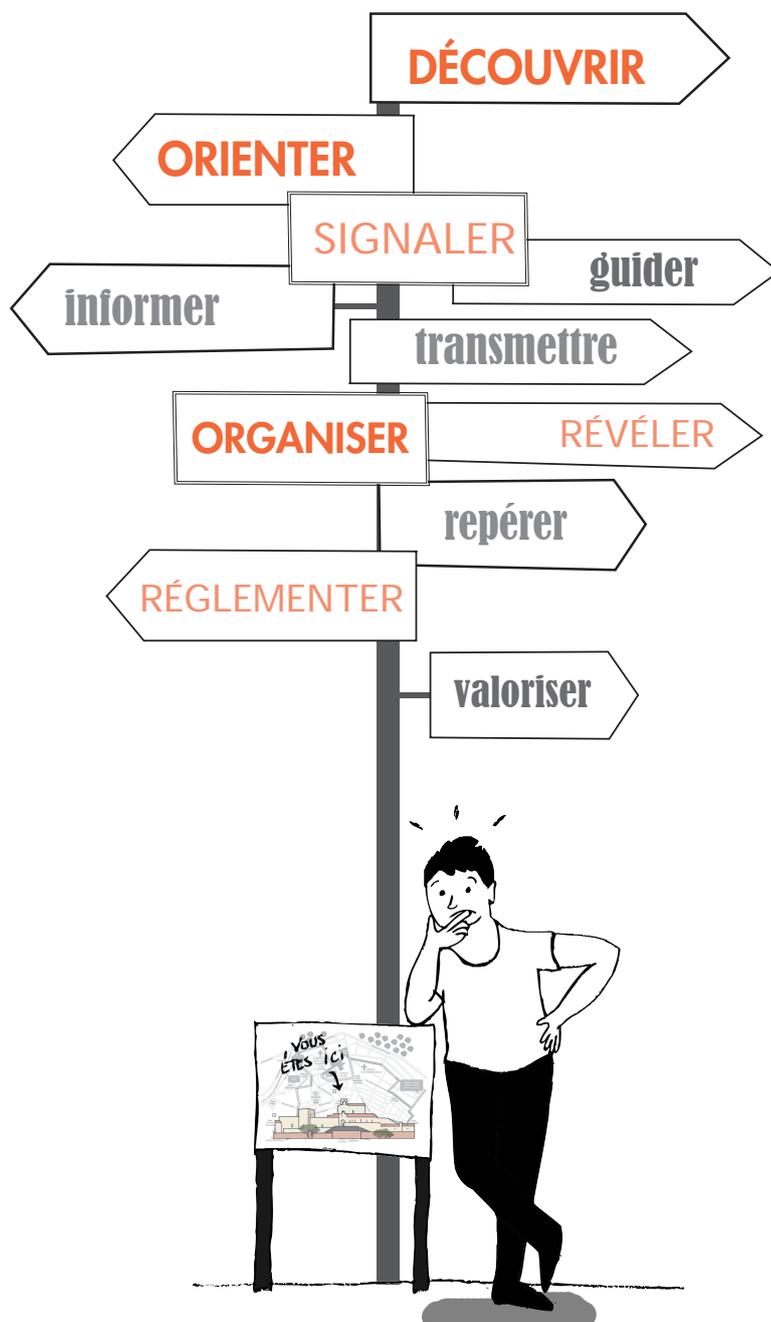


La lettre de l'Observatoire **Territorial**

Lettre d'information de l'Agence d'Urbanisme Catalane,
à destination des élus et des acteurs du territoire.

N°17

Jalonnement et signalétique : outils de valorisation du territoire



éditorial

Pourquoi jalonner ?
Et bien, que ce soit dans un environnement ouvert ou clos, nous avons chacun régulièrement besoin d'aide pour retrouver notre chemin ou situer un point d'intérêt. Jalonner ou signaler, nous aide à mieux nous orienter sur un site donné, nous permet de découvrir un territoire, son patrimoine, ses équipements... L'organisation de l'espace ne suffit pas toujours pour se repérer et nécessite l'ajout d'indications explicites. Mais encore ? Signaler permet de réguler, d'organiser et de réglementer le fonctionnement des sites : la circulation routière, les déplacements doux, la sécurité autour des écoles... Le jalonnement et la signalétique contribuent ainsi au développement et à la valorisation du territoire ; il s'agit cependant de préserver les patrimoines naturels et paysagers en évitant l'accumulation de supports trop nombreux : qui n'a pas souvenir d'avoir été submergé d'informations par les nombreux panneaux au droit d'une intersection, au moment crucial de prendre la décision de la direction à suivre ? Au-delà du panneau, signalétique et jalonnement peuvent prendre des formes diverses dans l'espace public : marquage au sol, œuvre d'art, indications sonores ou même olfactives ! Le tout est d'accompagner la lisibilité des espaces publics, au service de la sécurité des usagers.

*Cora Longo, Cécile Lupiac
et Louise Chasset
Agence d'Urbanisme Catalane*

L'affichage publicitaire : une pratique réglementée mais rarement contrôlée...

C'est le Règlement National de Publicité qui fixe les règles en matière de publicité, en cherchant le compromis entre liberté d'affichage et préservation du paysage. Globalement, la publicité est interdite en dehors des agglomérations sur l'ensemble du territoire, et en agglomération au sein des sites protégés (Les Parcs Naturels Régionaux par exemple). La réglementation s'applique à tous les dispositifs visibles depuis une voie de circulation publique. Les communes, ou intercommunalités, peuvent se saisir du sujet et élaborer un Règlement Local de Publicité, pour adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. C'est alors au Maire que revient la compétence d'instruction et de Police.

Parallèlement, chaque commune ou intercommunalité peut prélever la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (panneaux, enseignes, chevalet...), dont les tarifs varient selon la surface du support publicitaire et la population communale.



La Ville de Grenoble a fait le choix de ne pas renouveler le contrat pour l'affichage publicitaire dans ses espaces publics, et d'installer sur les emplacements laissés libres des arbres, des aires de jeux et des arceaux vélos.

Source image : Ville de Grenoble

Signalétique, signalisation, jalonnement, qu'es axò ?

Signaler, c'est attirer l'attention sur quelque chose, le faire connaître par un signe, un signal, un moyen matériel quelconque.

Jalonner, c'est établir des points de repères pour permettre d'accéder à un lieu selon un trajet préétabli, en s'adressant à un usager qui ne connaît pas bien le territoire.

Signaler et jalonner, c'est donc intervenir sur un site sous deux formes :

- 1 **Démarche** c'est assurer l'accessibilité du site, sa découverte.
- 2 **Objet** c'est l'objet que l'on vient placer dans le site ou en amont du site.

« De la convention technique à la proposition culturelle ». La lisibilité des parcours et des objets est le maître-mot d'une signalisation ou d'un jalonnement efficace. Ainsi, entre le code de la route normé et les initiatives signalétiques diverses, il convient de faire au plus simple pour être compréhensible par le plus grand nombre, tout en maîtrisant la quantité. L'homogénéité et la continuité des dispositifs sont alors essentiels.

« Les destinataires » de la signalétique et du jalonnement sont en effet nombreux et variés et le défi consiste à tous les guider. Distinguons d'abord les individus « habitués », des « visiteurs » : là où une simple indication finale suffira au premier, le second sera grandement dépendant d'indications tout au long de son chemin. Les usagers de la route sont également très divers : automobilistes certes, mais également usagers des transports en commun, cyclistes ou piétons.

Présents sous une multitude de formes dans les espaces publics, les objets pour jalonner et signaler appartiennent à trois familles :



La signalisation routière désigne l'ensemble des signaux conventionnels et préétablis, qui visent à assurer une bonne utilisation des espaces publics circulés et la sécurité des usagers. Elle peut être verticale (panneaux) ou horizontale (marquages au sol) et respecte les principes généraux de la signalisation routière : Uniformité, Homogénéité, Simplicité et Continuité.



La signalétique est un système de signes, de symboles et plus largement de repères singuliers dont le but est de valoriser et rendre lisible un site dans une fin première de communication. La signalétique concerne les espaces publics, mais également les bâtiments comme les musées, les gares ou les entreprises recevant des visiteurs.



La publicité est l'activité ayant pour but de faire connaître une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser tel service. L'affichage est un des supports de la publicité dans l'espace public.



Adaptation d'une illustration sur la banalisation des paysages. Charte paysagère du Parc Naturel de Camargue. Source image : Cécile Lupiac/ AURCA

Qui sont les autorités compétentes pour jalonner ?

L'Etat, le Conseil départemental et la Commune sont les trois principales autorités compétentes pour la signalétique et le jalonnement sur les espaces publics, c'est-à-dire essentiellement le long des routes. Sur site (dans les espaces verts, les gares, les musées...), c'est par contre le gestionnaire

du site qui a la charge de guider ses visiteurs. Afin de remédier aux risques d'incohérences liées à la multiplication des acteurs ayant la possibilité d'intervenir, les initiatives du type charte de signalétique ou plan de jalonnement permettent de s'accorder sur l'outil et l'objet.

Schémas directeurs, chartes signalétiques et plans de jalonnement : des outils stratégiques

Les chartes et autres schémas directeurs définissent une stratégie en matière de signalétique routière et touristique à l'échelle d'un territoire, en ciblant les thèmes prioritaires et en hiérarchisant les sites à signaler. Ils ont pour objectif de coordonner les pratiques des différents acteurs qui interviennent sur l'espace public. Ces documents partenariaux sont portés par des structures intercommunales (pays, parcs naturels, communautés de communes), mais les départements ou les communes particulièrement touristiques y voient parfois un intérêt pour renforcer l'efficacité de leur action. Leur élaboration est par ailleurs l'occasion de créer un groupe de travail dédié. Le Parc Naturel des Pyrénées Catalanes s'est par exemple doté d'une « charte signalétique » en 2013, tandis que le Pays Cathare élabore une charte pour affirmer une signature paysagère et architecturale des sites de son réseau.

Qui exerce la compétence "jalonnement" sur les voies de circulation ?

S'applique à tous les dispositifs visibles depuis une voie de circulation publique.

- ▶ **L'État** est en charge la signalisation le long des voies nationales.
- ▶ **Le Conseil départemental** est en charge la signalisation le long des voies départementales.
- ▶ **La Commune** (ou l'intercommunalité) est en charge la signalisation le long des voies communales (ou communautaires).

▶ Cas particuliers :

Les **Architectes des Bâtiments de France** donnent leur accord au sein des sites relevant de leur compétence et **l'Etat** (ou l'UDAP*) donne son autorisation dans les périmètres de protection naturels et paysagers.

Les **intercommunalités** sont en charge la signalétique au sein des parcs d'activités d'intérêt communautaire.

- ▶ Les **Parcs Naturels Régionaux** peuvent élaborer des chartes de signalétique.

* Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine

Le jalonnement : une question d'échelles

La stratégie consiste à décliner les outils de signalétique en considérant leur rapport au site, la dimension, l'ambiance, la vitesse d'appréciation. ...

L
Territoire-grand paysage



Information minimaliste
Peu de détails
Taille et langage du panneau adaptés à la circulation routière : distance et vitesse importantes.

S-M
La ville-le bourg

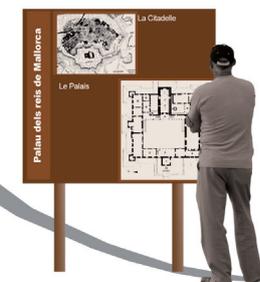


Information distance-temps (chrono-aménagement).
Un peu plus de détails.
Taille et langage du panneau adaptés aux déplacements doux : distance et vitesse réduites (piétons, vélos).

XS
Le lieu d'intérêt



Palais des rois de Majorque



Information complète et détaillée.
Taille et langage graphique du panneau adaptés aux visiteurs : lenteur, rythme posé.

Grandes directions, gare, Poste, musée, boulangerie... quels sont les lieux à indiquer ?

Tout ou presque peut être signalé et jalonné, mais cibler les thèmes prioritaires et hiérarchiser les sites à signaler constituent les piliers d'une signalétique performante et pertinente.

En effet, l'accumulation et la multiplicité des systèmes signalétiques peut aboutir à une forme d'anarchie et de désordre qui serait contradictoire avec l'objectif visé (guider, assurer la compréhension, révéler, générer de nouveaux paysages...). De même, une généralisation et une homogénéisation de l'ensemble des objets de signalisation et de jalonnement peut générer une banalisation du paysage tant urbain, rural que «naturel». L'outil jalonnement doit donc faire l'objet d'un choix et d'une hiérarchisation parmi les sites d'intérêt, pour ne pas multiplier les panneaux et autres supports dans l'espace public.

De nombreux sites peuvent faire l'objet d'une signalisation comme :

- Les grandes directions
ex : Narbonne
- Les services publics
ex : l'hôpital
- Le patrimoine culturel et naturel ;
ex : un monument
- L'hôtellerie et la restauration ;
ex : l'auberge de jeunesse
- Les lieux de loisirs et de culture ;
ex : la piscine municipale
- Les activités économiques ;
ex : la boulangerie
- Les événements, dont la signalisation et le jalonnement sont souvent éphémères et ponctuels. *ex : un festival*

L'exemple de la signalétique Sankéo

À l'occasion de la restructuration de son réseau de bus Sankéo, Perpignan Méditerranée Métropole structure quatre pôles de correspondance : la gare TGV, Languedoc, Massilia et Parc des sports. Chacun de ces sites bénéficie d'une signalétique spécifique pour aider les usagers à s'orienter. Elle s'appuie sur plusieurs supports :

- un plan dans les abris-bus de la zone de correspondance ;
- des pictogrammes fléchés en direction des différents abris-bus du pôle de correspondance, précisant le temps de marche à pied ;
- des stickers au sol pour indiquer le cheminement entre les arrêts.

Ces outils donnent également plus de visibilité aux transports en commun dans l'espace public et participent à sa promotion. Pourquoi ne pas généraliser cette signalétique spécifique à l'ensemble des arrêts ?



Sticker au sol à l'arrêt Massilia
Source : Perpignan Méditerranée

Les pôles d'échanges multimodaux et les systèmes signalétiques

Les pôles d'échanges multimodaux sont des lieux de correspondances où se connectent différents modes de transports: train, métro, bus, circulations actives... La complémentarité des modes de transport présents permet de faciliter l'intermodalité.

De ce fait, les pôles d'échanges multimodaux catalysent une quantité importante de flux, ce qui en fait des «lieux d'articulations» au sein desquels le jalonnement et la signalétique jouent un rôle clef pour les usagers. En effet, l'intensité de ces lieux se voit souvent confrontée au manque de repères spatiaux inhérent à leur fonctionnement: il peut s'agir

par exemple d'espaces clos sans visibilité sur l'extérieur, de galeries souterraines, ou de parcours labyrinthiques, etc., dans lesquels le langage architectural est bien souvent sans jalons. Il est alors plus complexe de se repérer de manière intuitive et l'usager, qu'il soit coutumier ou bien occasionnel, ne peut se fier qu'au jalonnement en présence.

Pour cela, est mise en place une combinaison de supports signalétiques très visuels pour guider les usagers vers les différents services de mobilité. Les gares en sont le parfait exemple.



Gare de Perpignan - Source photo : AURCA

La signalétique comme outil de valorisation paysagère et patrimoniale d'un site ou d'un territoire

De prime abord la relation entre les systèmes signalétiques et le patrimoine, tant bâti que naturel, peut paraître paradoxale...

En effet, elle peut être négative en le banalisant, voire en le dégradant dans certains cas, ou positive, en permettant sa découverte, sa mise en valeur et sa compréhension.

Outre ce point de vue manichéen des objets signalétiques, il est intéressant de souligner leur capacité à participer à la fabrication de nouveaux paysages.

En effet, la mise en place d'une signalétique dans un site constitue une intervention et

la mise en place d'une signalétique dans un site constitue une intervention et un acte «paysager» à part entière

un acte «paysager» à part entière qui, par sa présence et son rapport au site, génère un nouveau paysage à l'instar des «totems» installés dans le Parc Naturel de Cap de Creus en Catalogne au sein du Projet Tuleda-Culip.

Ainsi la prise en compte du paysage dans les stratégies de signalétique constitue un enjeu important aussi bien pour la préservation des sites que pour la valorisation du patrimoine et plus largement des territoires.



Table d'orientation du Pic d'Ourtiset (11)
Source image : AURCA

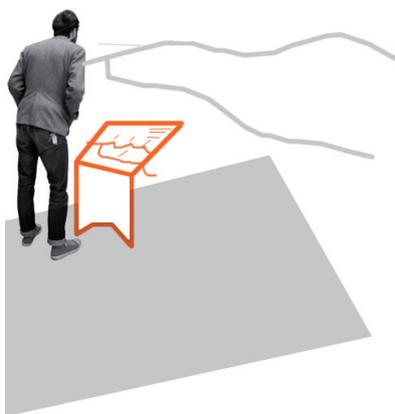


Lorsque la signalétique ...

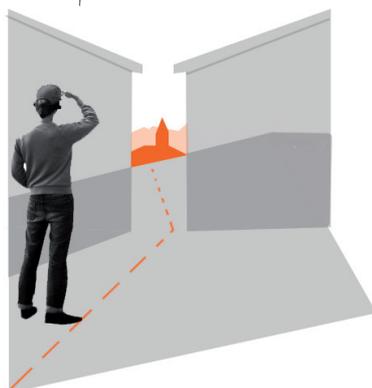
... **guide** et permet la découverte



... **assure** la compréhension et la lecture



... **révèle** les composantes du paysage ou des objets patrimoniaux



... **génère** de nouveaux paysages



Signalétique et jalonnement de Tuleda-Culip dans le Parc Naturel de Cap de Creus en Catalogne

Source image : EMF M.Franch

Pour aller plus loin : quelques exemples créatifs

En dehors de la signalisation routière normée, le langage et le style utilisés pour signaler et jalonner peuvent prendre des formes très diverses, que ce soit dans un espace public extérieur ou en intérieur.

La liberté laissée à la **créativité** et au **design** permet de jouer sur plusieurs variables comme la forme, la couleur, la matière, ou le type de support. Au-delà de sa mission d'information, la signalétique devient alors le support de l'identité que l'on souhaite montrer ou de l'impact que l'on veut créer : c'est un des outils du marketing territorial, qui participe à marquer les esprits. La charte signalétique de la commune de Maury en est une illustration.

Ainsi, basés sur les mêmes principes de visibilité, de lisibilité et de compréhension, **les moyens de signaler peuvent s'appuyer sur l'art et le graphisme pour élargir leurs horizons.** C'est ensuite la diversité des technologies qui vient enrichir le panel de solutions de signalétiques à combiner comme l'éclairage (par exemple sur des éléments d'intérêt, notamment patrimoniaux), ou plus globalement les nouvelles technologies du numérique. Ces dernières ouvrent de multiples possibilités, notamment celles d'une signalétique flexible et adaptable.

Le musée à ciel ouvert du Barcarès

Le «musée à ciel ouvert» mis en oeuvre au Barcarès en 1969, par le galeriste britannique John Craven, expose des oeuvres d'artistes renommés, qui marquent et subliment l'espace public du bord de mer.

Cette initiative, qui a commencé autour du paquebot Lydia, se poursuit depuis quelques années au travers de l'art urbain réalisé par l'artiste Franck Maurence. Ce dernier se sert de couleurs vives inspirées des anciennes cabanes et barques des pêcheurs, générant un parcours touristique sous forme de visite guidée, à réaliser notamment à vélo.

Révéler et jalonner par l'art

L'art s'invite depuis longue date dans nos espaces publics. Autours des années 70-80, des sculptures d'artistes renommés ponctuent les bords de mer de Canet-en-Roussillon (le baladoir "Vasarely") ou du Barcarès.

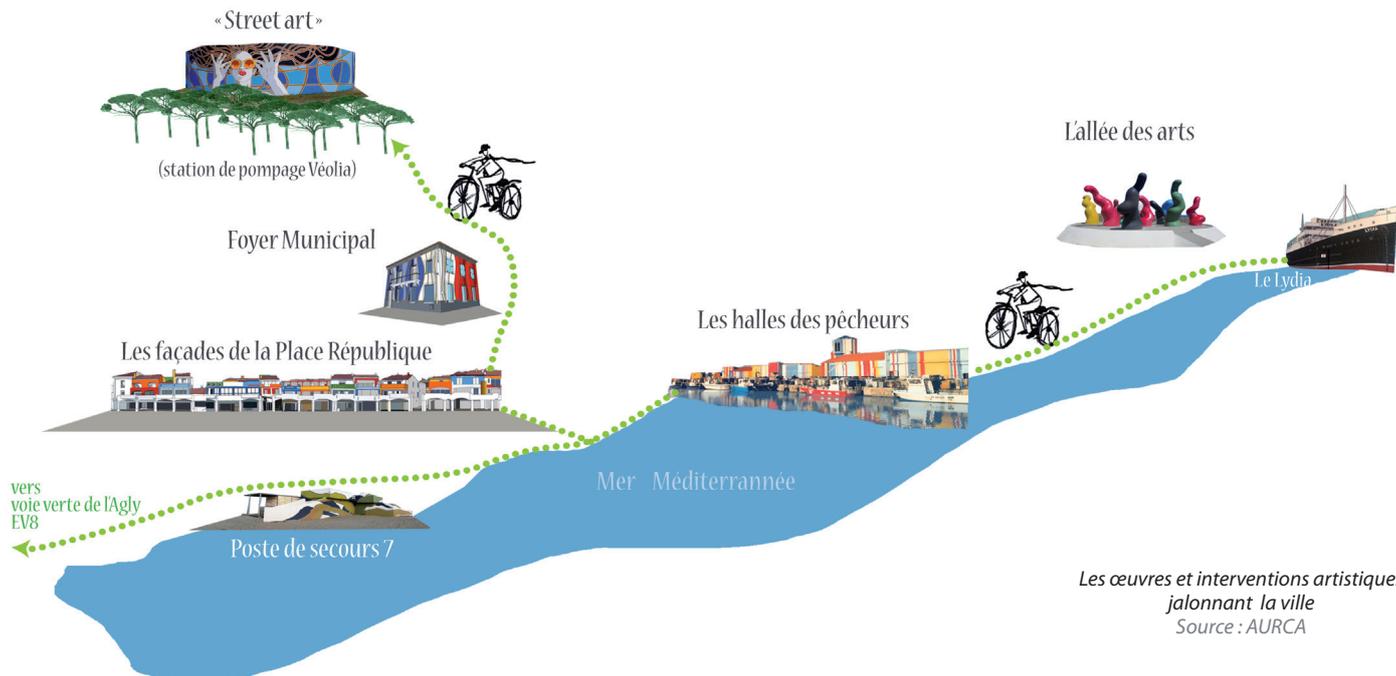
Des oeuvres d'art peuvent **sublimer un espace** donné lui conférant un caractère identitaire fort et créant ainsi un intérêt supplémentaire pour le visiter.

Ainsi, l'art peut être le point de départ pour la création d'un **parcours de découverte** d'un territoire, comme c'est le cas au Barcarès, où le Circuit des Arts permet de découvrir la ville jalonnée par de nombreuses interventions artistiques. Des dispositifs de signalétique au sol ou aux murs, s'inspirent aussi de

l'art graphique, pouvant utiliser différents techniques tels que : peintures, tags, stickers, etc. On peut signaler des parcours vers des équipements ou bien indiquer des zones à circulation réduite.



Le collectif Déclic à Grenoble, signalant une zone partagée limitée à 20km/h
Source photo : Collectif Déclic



Les oeuvres et interventions artistiques jalonnant la ville
Source : AURCA

Éclairer pour mieux voir mais sans éblouir !

La valorisation patrimoniale était réservée aux seuls moments de la journée. L'illumination des bâtiments emblématiques mise au point dans les années 80, a permis de révéler le patrimoine même la nuit !

Cet outil a favorisé la création de parcours touristiques et culturels complétés par des marquages lumineux au sol, à l'image de l'aménagement réalisé Place du Castillet à Perpignan (3), une sorte de «Nuit des musées» mais à ciel ouvert ! La technologie a permis de mettre au point des éclairages performants et peu énergivores, notamment par la led.

La lumière a favorisé la création de dispositifs de valorisation patrimoniale

L'apparition des nouvelles technologies associées à la lumière a favorisé la création de dispositifs de valorisation patrimoniale très originaux et dynamiques, comme c'est le cas de la «Fête des Lumières» à Lyon, qui a valu à la commune une place au Réseau des Villes Créatives UNESCO (cf. focus ci-contre).

Mais attention à la pollution lumineuse, qui reste un enjeu majeur de nos jours ! Notamment au moment de créer des parcours lumineux au sein d'espaces naturels, qui pourraient ajouter une pollution lumineuse supplémentaire et gêner la biodiversité.

Villes créatives UNESCO

Le Réseau des Villes Créatives UNESCO (RVCU), créé en 2004, est actuellement formé de 180 membres dans 72 pays, dont la France (Lyon, Saint-Etienne, Limoges et Enghien-les-Bains). Les patrimoines culturels, historiques et artistiques, sont autant de sujets de partage du réseau.

La ville de Limoges a créé un parcours patrimonial et culturel, qui permet aux usagers de découvrir la tradition en vitrail et céramique lorsqu'ils jalonent les équipements et lieux culturels.



5. Points : panneau multidimensionnel-intelligent
Source photo : lesothers.com



3. Mise en lumière du Castillet, Perpignan
Source photo : Blog Felix-Ely

Rapprocher par le numérique

Le développement du numérique, l'accès en masse aux smart-phones et à Internet par le wifi... ont ouvert le champ des possibles dans le monde de la signalétique et du jalonnement.

L'adoption du numérique permet de personnaliser les informations en temps réel, approchant l'utilisateur de l'objet ou du sujet recherché, et cela d'une manière plus dynamique et parfois ludique. Des systèmes innovants tel que Tam Tam Flash (4), proposent des dispositifs dématérialisés: des sortes de lampes-torches pouvant projeter sur n'importe quelle surface un plan lumineux ou des indications directionnelles sous forme lumineuse.



4. Tam Tam Flash
Source photo : newatlas.com

Les systèmes numériques sont également des outils pour réguler les flux de circulation au plus près des besoins. A travers les dispositifs de mesure du trafic (boucles, vidéos, GPS...), les gestionnaires sont en capacité d'optimiser et d'orienter le fonctionnement du réseau de voirie vers plus de fluidité. La gestion des feux tricolores et des panneaux à affichages variables canalisent les flux automobiles en heures de pointe ou en situation de crise. Le Poste Central de Circulation de Ville de Perpignan est ainsi en cours d'équipements et de développement pour demain renforcer la gestion des flux en temps réel. Les panneaux directionnels classiques peuvent donc aujourd'hui être connectés aux réseaux d'informations ouverts au public et afficher des événements et directions en temps réel. C'est l'idée d'un groupe new-yorkais qui a inventé Points (5), un panneau multidimensionnel et intelligent qui affiche des informations à la demande pour les piétons.

Signaler et jalonner pour les Personnes à Mobilité Réduite

Les supports pour signaler et jalonner méritent d'être adaptés pour améliorer l'accessibilité des Personnes à Mobilité Réduite.

Associer texte et images et hiérarchiser l'information facilitera la compréhension du message par les personnes porteuses d'un handicap cognitif, et plus globalement par les individus ne parlant pas le français. Une traduction en braille ou une signalétique sonore seront des solutions pour informer les personnes malvoyantes. Ces dispositifs physiques gagnent par ailleurs à être valorisés par la présence de référents d'accueil. Le Consorci Vies Verdes est sur ce point un pionnier: un tronçon-pilote des voies vertes a été adapté aux personnes aveugles et malvoyantes à Gérone, entre la place des Països Catalans et le Parc Scientifique et Technologique (coût du projet : 185 000 €). Sur 1,3 km, un socle de guidage à suivre avec la canne, une signalétique verticale avec des informations

en braille et une application accessible avec des informations sur le circuit ont été mis en place. La combinaison de la signalétique horizontale et verticale permet aux utilisateurs d'être autonomes.



Signalétique adaptée aux malvoyants à Gérone
Source : Vies Verdes

En bref ...

1/ Entre **information, orientation et valorisation**, Signalétique et Jalonnement revêtent divers enjeux qu'il est nécessaire de prioriser. C'est un exercice à la rencontre de plusieurs **échelles de territoire**.

2/ Le **travail partenarial**, via une charte ou un schéma directeur, permet de coordonner l'actions de nombreuses autorités compétentes en matière de signalisation et de signalétique.

3/ Les supports de signalétique et de jalonnement font partie intégrante du **paysage**, et ont la possibilité de participer à sa valorisation.

4/ Au-delà des panneaux, les supports de signalétique et de jalonnement sont des outils de marketing territoriaux et **marqueurs de l'identité** du territoire.

QUIZZ

En dehors de leur contexte, les pictogrammes communément utilisés et supports de la signalétique ou de la signalisation sont plus difficiles à identifier. Saurez-vous reconnaître les cinq pictogrammes suivants ?



1. Accès interdit aux transporteurs de matières dangereuses (Code de la route).
2. Accessible aux personnes handicapées mentales, psychiques ou cognitives.
3. Point vert : indique que l'entreprise qui met en vente le produit participe financièrement à la collecte, au tri et au recyclage des emballages.
4. Epreuve de plongeon aux Jeux Olympiques de Beijing en 2008.
5. Voyant du tableau de bord automobile indiquant un dysfonctionnement du frein à main

Pour aller plus loin ...

- Guide CEREMA, Signalisation d'information locale : guide technique
- Charte Signalétique du Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes
- Charte Signalétique, guide pratique du Parc Naturel Régional de Brière
- Charte Signature paysagère et architectural des sites du réseau Pays Cathare

Comité de rédaction :

Directeur de la publication : Pascal Fourcade, Directeur de l'AURCA - Tél. : 04.68.87.75.52 - Mail : agence.catalane@aurca.org

Rédacteurs : Cora Longo, Cécile Lupiac et Louise Chasset

Conception et réalisation graphique : Stéphanie Prats

Crédits photo, illustration couverture : ©AURCA, ©Pixabay

Copyright©AURCA, janvier 2019. Tous droits réservés.