

Orientations

Orientation 4.1 Promouvoir un aménagement qui valorise les paysages exceptionnels de l'entre terre et mer

Les acteurs de l'aménagement du territoire porteront une attention particulière aux paysages exceptionnels, constitutifs du caractère du parc et un des fondements du nouveau périmètre du parc national. En effet, l'ambiance de « grand jardin maritime » qui caractérise le territoire doit être conservée et promue dans les projets d'aménagement. A ce titre, l'élaboration d'un plan paysage, élaboré dès le 1er programme d'actions triennal, permettra de déterminer les orientations stratégiques et les principes d'action qui guideront les partis pris d'aménagement et de valorisation du territoire.

[...]

7 mesures partenariales	Rôle de l'établissement public	Contribution des communes adhérentes	Principaux autres p
[...]	[...]	[...]	[...]
<p>4.1.7 Déployer sur le territoire une signalétique performante pour l'économie touristique et valorisante pour l'image du territoire, en harmonisant et en améliorant la qualité des dispositifs de publicité, des enseignes et des pré enseignes.</p> <p>La promotion d'un territoire passe par la mise en place d'une signalétique efficace, bien intégrée au paysage, et qui contribue pleinement à la promotion des activités locales, à l'amélioration de l'accueil et notamment de l'accessibilité aux sites et hébergements touristiques.</p> <p>Une charte signalétique de qualité, définie avec les acteurs professionnels et les collectivités, constitue un cadre commun pour l'ensemble du territoire. Son déploiement permet, à travers une identité graphique commune, d'afficher l'appartenance au parc national de Port-Cros tout en intégrant la diversité des identités qui le composent.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Animation de l'élaboration de la charte signalétique • Soutien à son déploiement sur le territoire • Appui à la mise en oeuvre des plans locaux de publicité aux communes <p>ayant intégré les recommandations de la charte signalétique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise d'ouvrage • Règlements locaux de publicité 	<ul style="list-style-type: none"> • DDTM • DREAL • Chambres consulat • Offices de tourisme • AU[dat], CAUE • Syndicats de SCOT • Intercommunalités

Orientations

Les dispositions du code de l'environnement interdisent la publicité dans le coeur d'un parc national (L.581-4, I, 3°) et dans l'aire d'adhésion s'il n'existe pas de règlement local de

publicité (L.581-8, I, 7° et dernier alinéa).

Ainsi, les communes de l'aire d'adhésion qui souhaitent maintenir la publicité dans leur

agglomération doivent élaborer des règlements locaux de publicité. La réintroduction de la

publicité ne doit se faire qu'avec mesure et parcimonie dans l'objectif de préserver et de valoriser le caractère du parc national et d'améliorer le cadre de vie, de protéger les secteurs d'intérêt patrimonial, architectural ou paysager et de spécifier une homogénéisation des

enseignes.

Les règlements locaux de publicité devront ainsi limiter le nombre, veiller à l'implantation et

recourir à des formats aussi limités et harmonieux que possible des dispositifs de publicité, enseignes et pré-enseignes. L'objectif est de limiter les formats de publicité à 4 m² pour l'aire d'adhésion.

Dans la mesure du possible, la réflexion sur la publicité s'élaborera dans une démarche intercommunale afin de donner une cohérence au territoire et éviter le phénomène de report des dispositifs sur les communes voisines.

Orientations

Référence ID de l'article : #5216

Auteur : Salamatou SEYDOU

Dernière mise à jour : 2016-09-16 08:49