

Mesure 1.2.4 Maîtriser la publicité et la signalétique

Définir dans les deux premières années de la Charte une stratégie territoriale en matière de publicité et de signalétique :

- Rappeler la réglementation et les outils mobilisables
- Définir les objectifs
- Définir les outils et moyens

➔ Appliquer localement la loi, en organisant des formes de promotion et de communication alternatives et partagées pour concilier la préservation des paysages et le développement économique du territoire



Démarche concertée sur la publicité et la signalétique

Basée sur une concertation des acteurs pour établir un **programme d'actions concret** :

- Collectivités
- Services gestionnaires de voiries
- Acteurs économiques
- Services de l'Etat...



En proposant une **démarche participative et contributive**

Confiée à un **prestataire extérieur** dont la mission est :

- Réaliser un état des lieux et une analyse des acteurs
- Animer la démarche
- Apporter des conseils juridiques et techniques
- Rédiger le programmes d'actions



ETUDES ET MAÎTRISES D'OEUVRE
EN PAYSAGE



Démarche concertée sur la publicité et la signalétique

Objectifs :

- Définir précisément les objectifs du Parc (adhérents et signataires, acteurs impliqués...)
- S'interroger sur la manière d'utiliser les différents dispositifs de publicité, d'information, de signalisation
- Améliorer les dispositifs existants
- Définir les outils à mobiliser

Plusieurs enjeux à prendre en compte :

- Paysagers : mettre en valeur et révéler les identités du territoire
- Economiques : entreprises locales, grandes enseignes et entreprises, sociétés de promotion (afficheurs, infographistes...)
- Culturel et social : signaler, donner à lire les spécificités du territoire

→ Dynamique d'amélioration continue en faveur des paysages / partage et retours d'expérience

Démarche concertée sur la publicité et la signalétique

Une stratégie globale alimentée par des ateliers thématiques

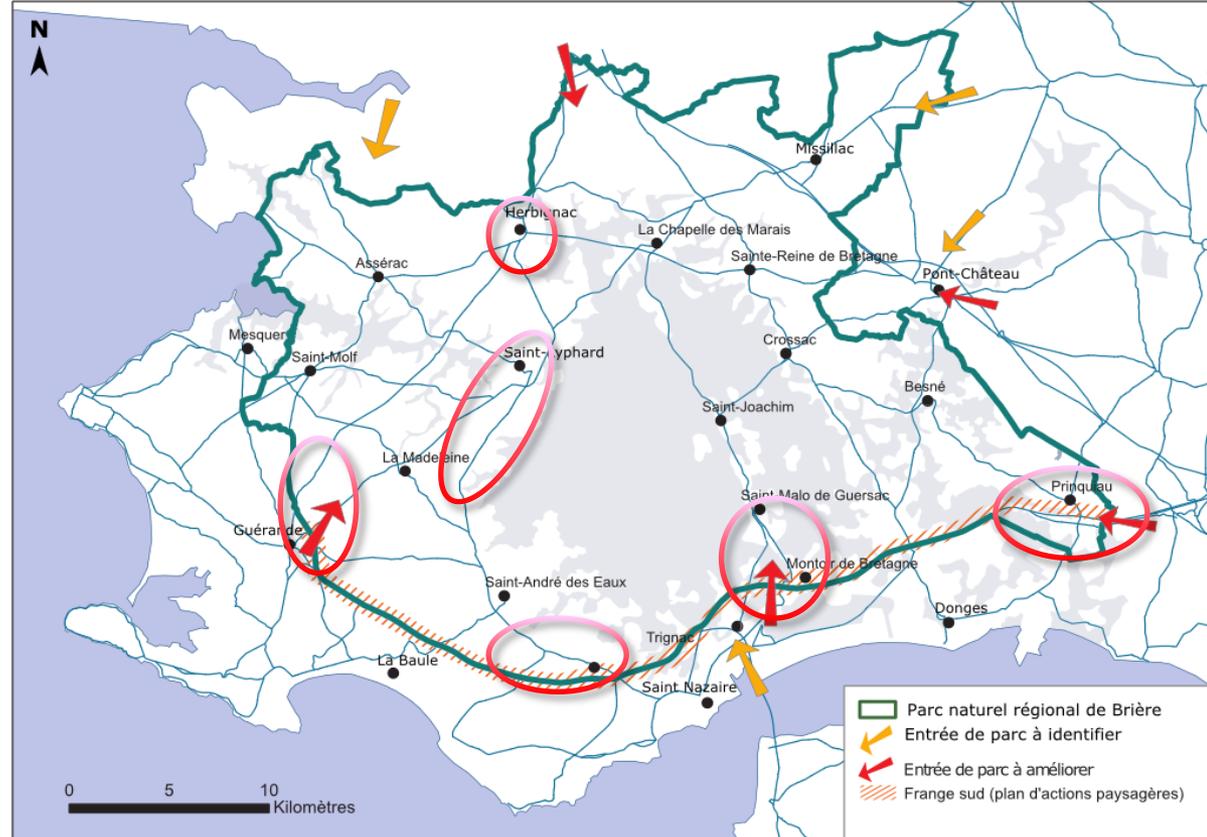
Economie
touristique
et de
loisirs



Economie
rurale
dispersée



Economie
agricole et
circuits
courts



Economie
des zones
d'activités



Démarche concertée sur la publicité et la signalétique

Gouvernance

Comité technique

Suit techniquement et prépare chaque étape

Comité de suivi

Valide les propositions et les étapes, élabore la stratégie

Ateliers

Lieux de partage et d'échanges

Démarche concertée sur la publicité et la signalétique

Calendrier

Novembre 2015

Lancement

**Novembre à
Janvier 2016**

**Diagnostic
partagé**

*Entretiens
Ateliers
(besoins, attentes)*

**Février à
Mai 2016**

**Définition des
enjeux et
objectifs
collectifs**

*Ateliers
(outils alternatifs)*

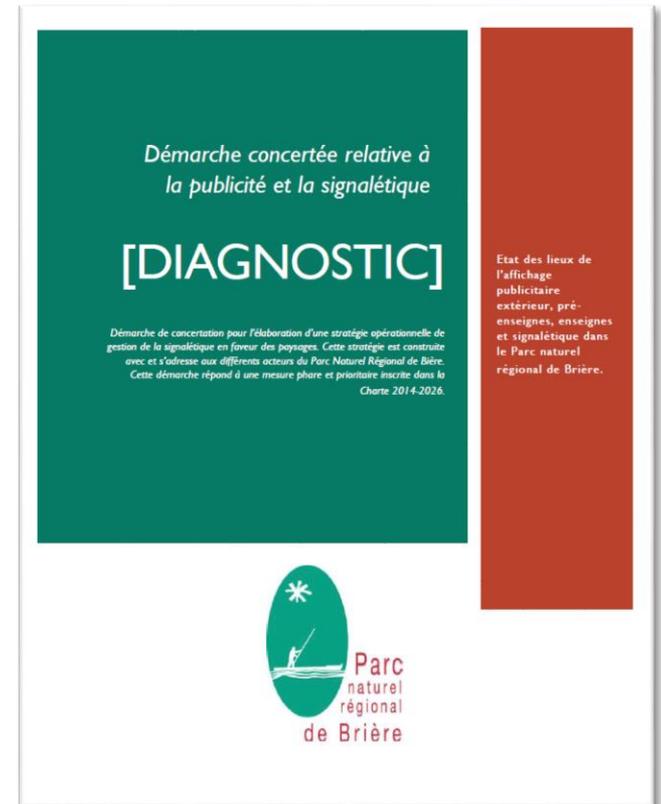
**Juin à
décembre 2016**

**Définition de la
stratégie
opérationnelle**

*Ateliers
(fiches actions)*

Diagnostic

- Un **diagnostic global**
 - Présentation de l'objet de l'étude et de la méthodologie
 - Rappel de la réglementation
 - Identité du territoire, acteurs en présence et initiatives à prendre en compte
 - Des synthèses en fin de paragraphes pour soulever les enjeux
- **12 fiches secteurs**
d'analyse de sites d'étude



Diagnostic

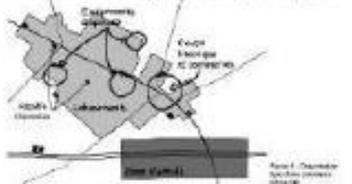
FICHE SECTEUR PRINQUIAU 1

Commune	Prinquiau
Code postal	49100
Code INSEE	49100
Code NUTS	FR10
Code NUTS2	FR10
Code NUTS3	FR10
Code NUTS4	FR10

7. Généralités et organisation de site

Le site de Prinquiau est un site de production de déchets industriels et de recyclage de déchets industriels. Le site est situé dans la zone industrielle de Prinquiau, à l'ouest de la commune de Prinquiau. Le site est composé de plusieurs zones de production et de stockage de déchets. Le site est desservi par la route nationale 101 et la route départementale 101.

Généralités du secteur



FICHE SECTEUR PRINQUIAU 1

8. Composition du secteur

Entités et organisation du secteur



Le site de Prinquiau est un site de production de déchets industriels et de recyclage de déchets industriels. Le site est situé dans la zone industrielle de Prinquiau, à l'ouest de la commune de Prinquiau. Le site est composé de plusieurs zones de production et de stockage de déchets. Le site est desservi par la route nationale 101 et la route départementale 101.

FICHE SECTEUR PRINQUIAU 1

7. Informations, identité locales et patrimoine

Synthèse sur les activités



FICHE SECTEUR PRINQUIAU 1

9. Plan de circulation

Plan de circulation



FICHE SECTEUR PRINQUIAU 1



Reportage photographique commenté

FICHE SECTEUR PRINQUIAU 1

Synthèse et enjeux

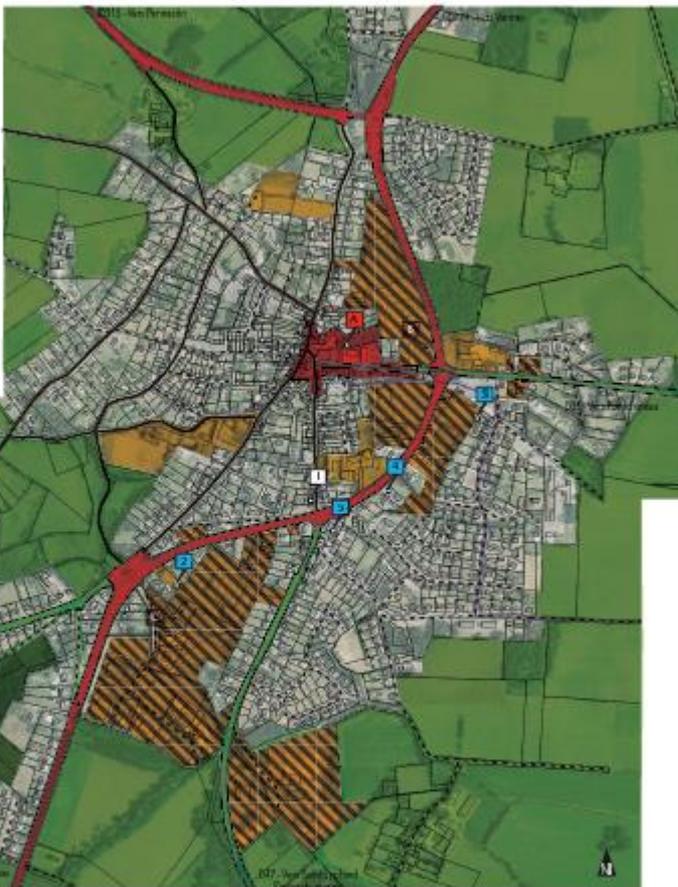
Le site de Prinquiau est un site de production de déchets industriels et de recyclage de déchets industriels. Le site est situé dans la zone industrielle de Prinquiau, à l'ouest de la commune de Prinquiau. Le site est composé de plusieurs zones de production et de stockage de déchets. Le site est desservi par la route nationale 101 et la route départementale 101.

A compléter

Diagnostic – Etudes de cas

Exemple : Herbignac

B - Composition du secteur



- Parcelles agricoles
- Centralité du bourg
- Zone d'équipement public
- Zones d'activités
- Artisans dispersés
- Commerces dispersés
- Centralités, équipements divers
- Zones d'activités

Contexte	Types de dispositifs
Bourg	Pré-enseignes (entreprises locales)
D 774	Pré-enseignes (GMS locales)
	Enseignes soignées au sol grand format
	Enseignes

Herbignac a une organisation générale conditionnée par la présence d'une voie de contournement. Le centre ancien bien identifiable, est ainsi à l'écart du flux principal, et en général important, de circulation. C'est la situation d'une commune néo-rurale bien développée, proposant de l'emploi et des services nombreux.

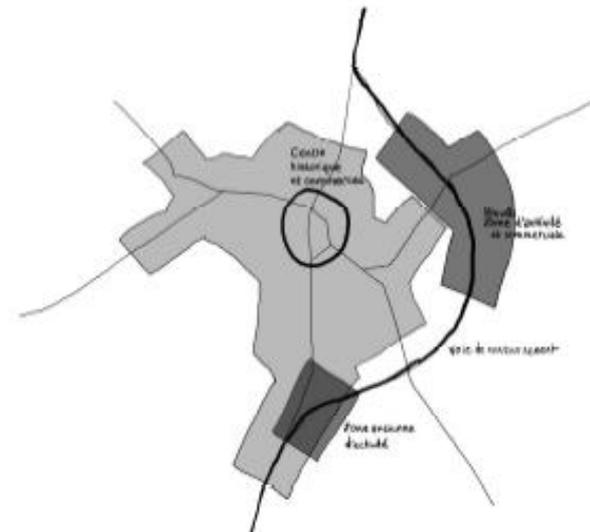
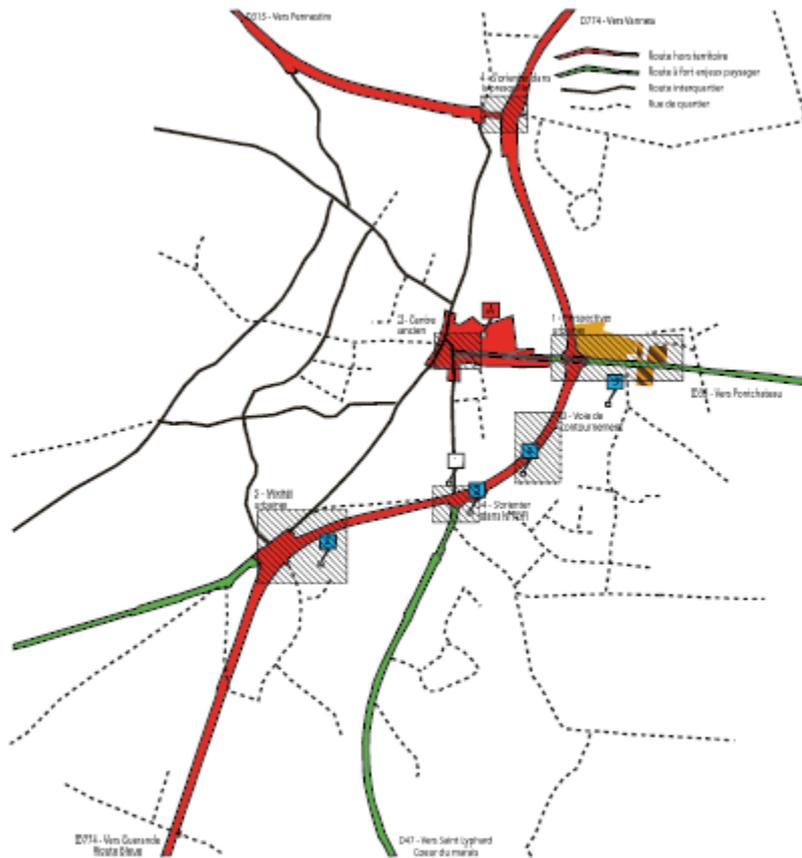


Figure 1 - Organisation type d'une commune néo-rurale conditionnée par une voie de contournement

Diagnostic – Etudes de cas

Exemple : Herbignac

C - Plan synoptique et problematiques



Secteur	Constats/Remarques
1 - Perspective urbaine	Element paysager remarquable, Accueil, ...
2 - Centre ancien	Nombreux commerces, services et équipements
3 - Voie de contournement	Enseignes et pré-enseignes, stationnements, logique routière mais proximité habitat
4 - S'orienter dans le PNR	Affichage d'une identité locale, communale
5 - Mixité urbaine	Carrefour routier, coulée verte, enseignes et présenseignes, habitat...



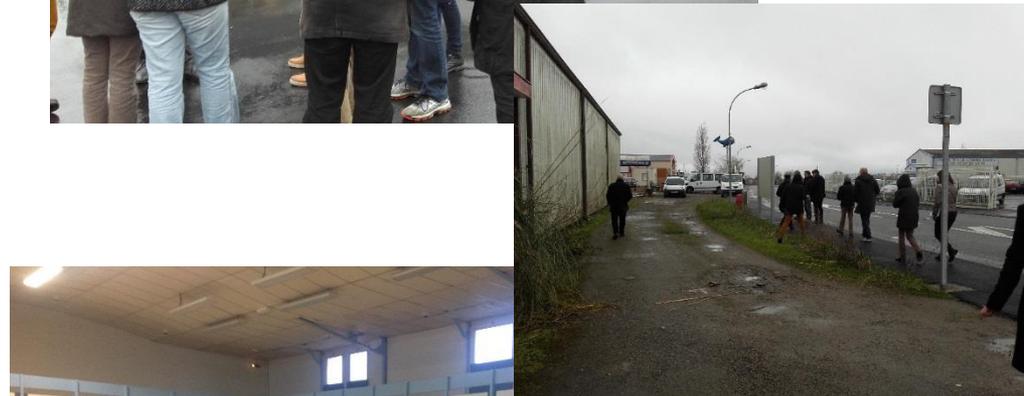
Herbignac tire son dynamisme de l'axe touristique important à l'ouest de la presqu'île de Guérande que constitue la RD 774. Elle est donc connectée à une échelle extraterritoriale. Elle se positionne également comme un noeud intéressant desservant l'intérieur du PNR vers Saint-Lyphard, l'est vers Pontchâteau et la côte ouest de la presqu'île vers Asserac via la RD 33. A noter sur cette RD 33 arrivant depuis La Chapelle des Marais, une perspective visuelle magistrale sur le centre ancien, dans laquelle domine perchée la masse imposante de l'église.

Diagnostic - ateliers

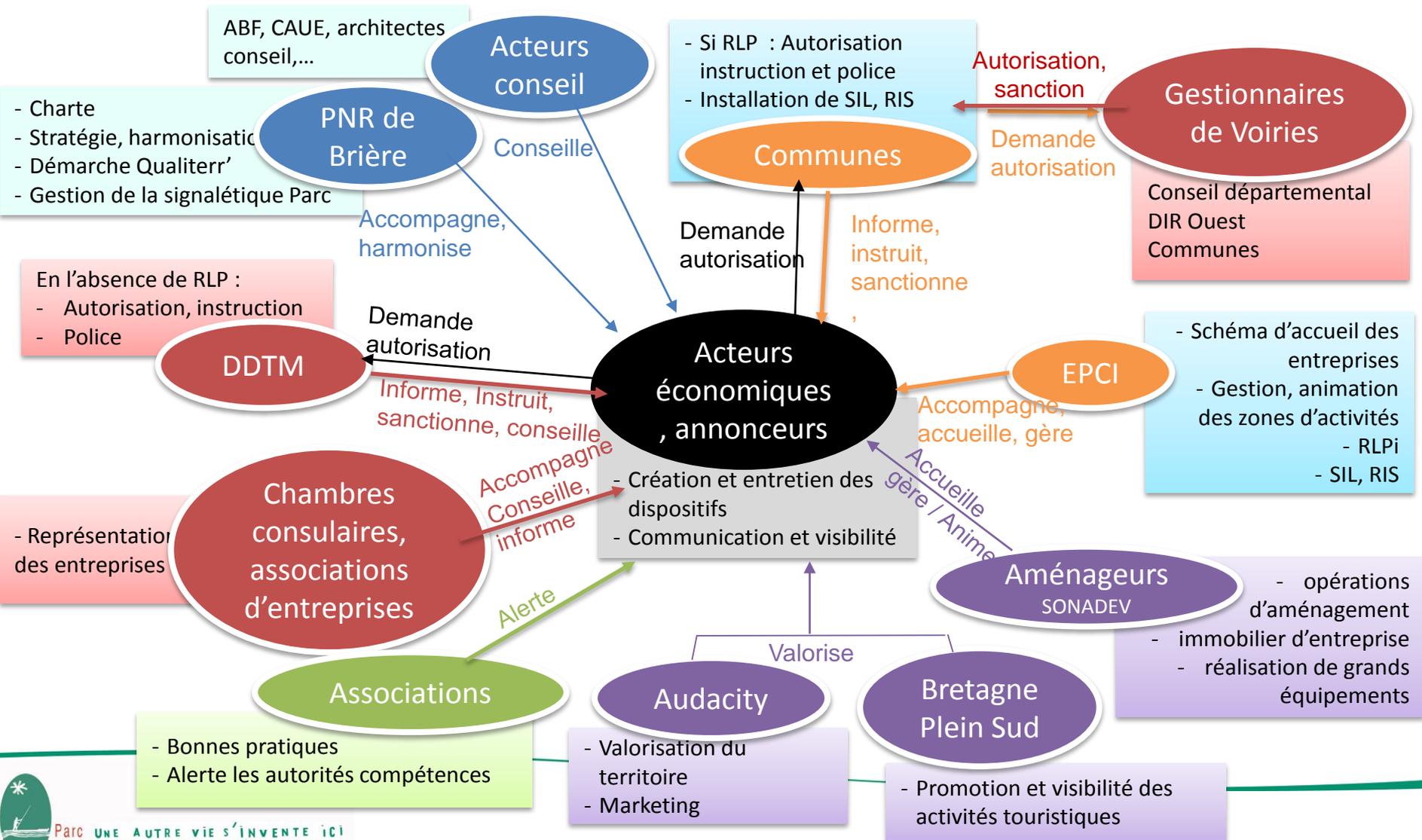
Atelier n°1 - Diagnostic

Sur le terrain sur plusieurs sites et itinéraires en bus

- > Sensibilisation
- > regards croisés / partage des enjeux de chacun
- > Expression des habitants, entreprises, élus...



Diagnostic - Jeux d'acteurs



Enjeux globaux

Valorisation du dynamisme et des potentiels économiques

Accompagner les acteurs économiques, proposer des alternatives, innover dans l'affichage

Valoriser les activités et productions locales identitaires spécifiques à la Brière

Favoriser des formes urbaines compactes et de qualité

Lisibilité d'un paysage identitaire et fédérateur

Harmoniser la signalétique pour en réduire l'impact sur les paysages

Rendre visible le Pnr de Brière

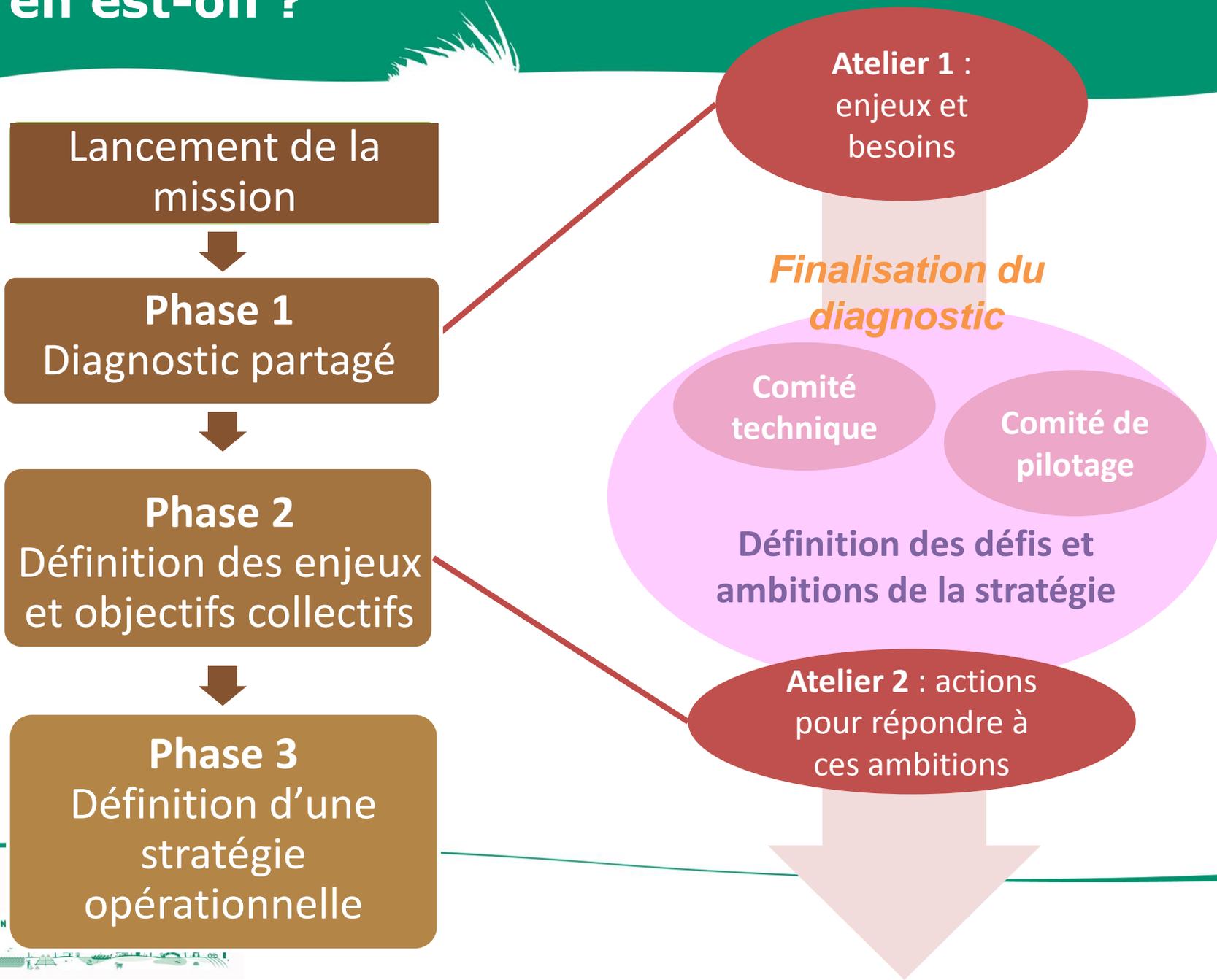
Mettre en relief les spécificités du paysage/des paysages locaux

Gouvernance et suivi de l'affichage

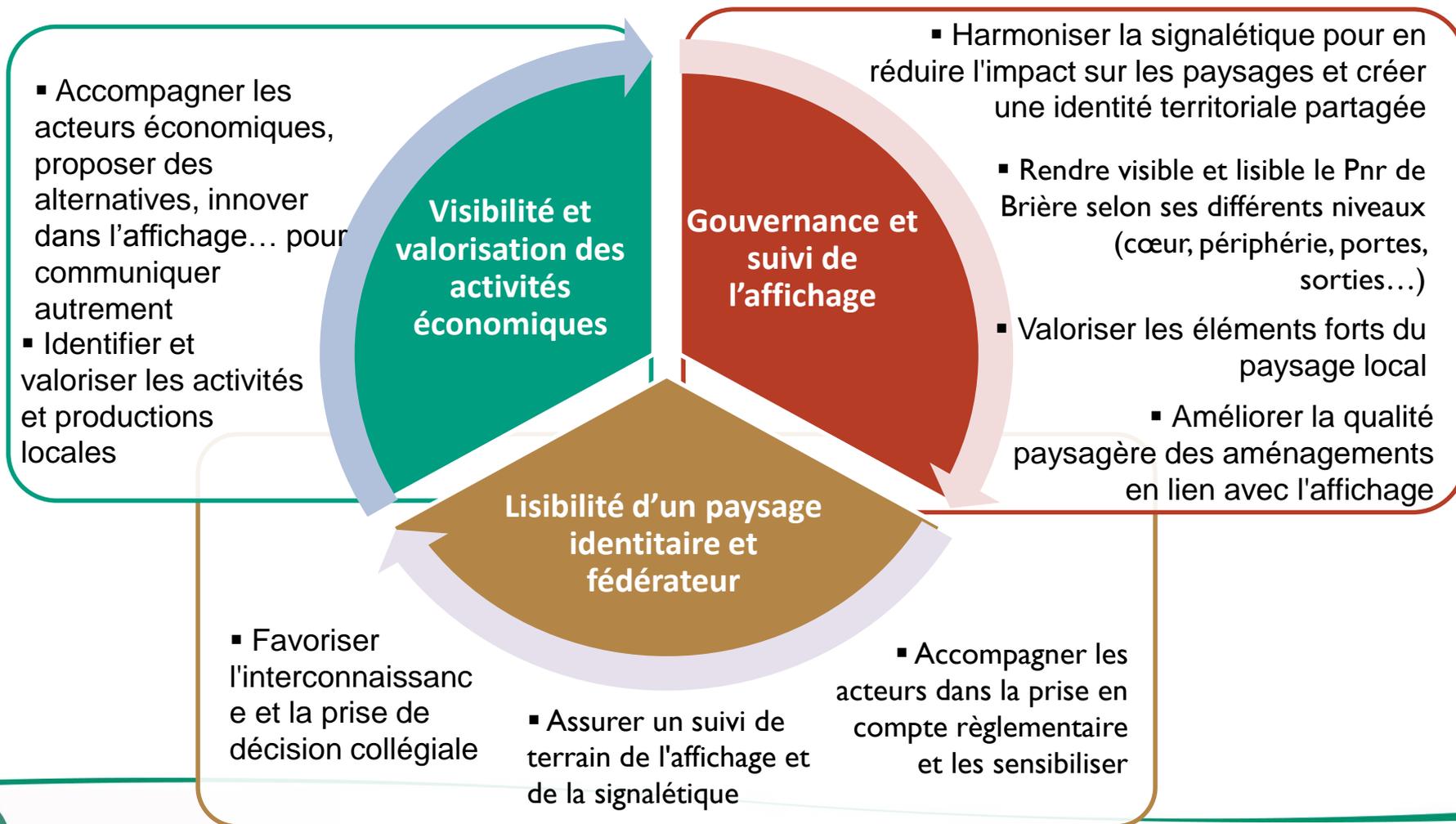
Favoriser l'interconnaissance et la prise de décision collégiale

Qualifier les dispositifs d'affichage et de signalétique

Où en est-on ?



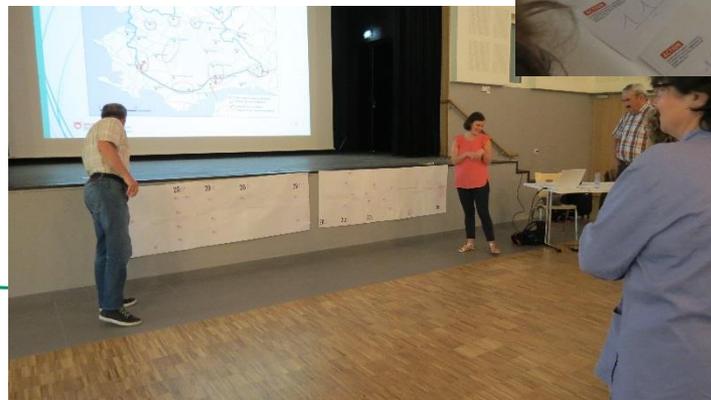
3 défis – 3 ambitions



Enjeux globaux - Ateliers

Atelier n°2 - Enjeux et ambitions

- > Comment mettre en œuvre ces ambitions ?
- > Regards croisés / partage des enjeux et réalité de chacun
- > Recherche d'actions et de solutions innovantes



Les suites...

Des adaptations à intégrer dans la démarche

- Rencontres de proximité avec les commerçants
- Livrables : site internet, fascicules...
- Mobilisation des services communication et des animateurs de ZA, économiques...

En attendant que recommander sur la signalétique ?

Comment poursuivre cette démarche sur le long terme ?

- Moyens d'animation ?
- Le réseau des structures compétentes / chaîne de décision
- L'implication politique / élus locaux et des EPCI
- ...

Points de vue des chambres consulaires (CCI Saint-Nazaire/CMA)

Les leviers

- Démarche pédagogique, ateliers concrets
- Formuler des contre-propositions
- Offrir un accompagnement de services aux entrepreneurs sur la publicité et la communication

Les limites et points de vigilance

- Difficulté de convaincre
- Aspects financiers

Les rôles de chambres consulaires

Exemple d'outils alternatifs concrets (CCI Saint-Nazaire)

Cas pratique

- Loueur de barques, chalands dans les marais de Brière
- Publics cibles: locaux, touristes, personnes de passages
- Efficacité de la Pré-enseigne: TOURISTES, personnes de passages

Comment toucher les touristes si je ne suis plus visible par la pré enseigne ?

- Moyens traditionnels: flyers dans les OT, restaurants, encarts pub sur set de tables, flyers hébergements...
- ➔ Efficace, traditionnel, couteux, obsolescence....
- Et Internet ? Smartphone?



Exemple d'outils alternatifs concrets (CCI Saint-Nazaire)

Cas pratique :

Ex : Loueur de
barque se
signalant par des
préenseignes



Exemple d'outils alternatifs concrets (CCI Saint-Nazaire)

Visibilité locale sur Internet

The image shows a Google search interface with the query "location barque briere" in the search bar. Below the search bar, there are navigation tabs for "Tous", "Maps", "Actualités", "Images", "Shopping", "Plus", and "Outils de recherche". The search results show approximately 6180 results in 0.63 seconds.

The first result is a "Rappel concernant les règles de confidentialité de Google" with buttons for "ME LE RAPPELER PLUS TARD" and "CONSULTER".

The second result is "Balades Brière : balades en barque, chaland ou calèche en Brière ..." with the URL www.parc-naturel-briere.com/balades-en-barque-caleche.html. The description mentions "Marais et lieux de visite; Balades en barque / en calèche. Partage Découvrez le marais de Grande Brière, à travers une promenade en barque ou en calèche."

The third result is "Jean-Sébastien Crusson, guide professionnel en brière, promenade ..." with the URL www.promenade-briere.com/. The description states "Jean-Sébastien Crusson, est un guide professionnel en Brière, il propose des promenades en bateaux avec guide et sans ... Location de barques sans guide."

The fourth result is "Promenades en Brière - Office de tourisme de Saint-André des Eaux" with the URL www.saintandreeseaux.com/Promenades-en-Briere. The description says "Location de barques sans guide (petit et grand parcours + plan). Découverte-Nature * En bateau dans le marais avec guide briéron (1h30) * Prêt de jumelles ..."

The fifth result is "intéressante promenade en barque - Avis de voyageurs sur Brière ..." with the URL www.tripadvisor.fr. It includes a 4-star rating and a note: "Note : 4 - Critique de voyageur TripAdvisor - 8 août 2014". The description reads "Brière Regional Natural Park: intéressante promenade en barque - consultez 46 avis de voyageurs, 24 photos, les meilleures offres et comparez les prix pour ..."

The sixth result is a business listing for "Brière Evasion". The listing includes a map showing the location "LA PIERRE FENDUE", a photo of a boat on a lake, and a photo of a boat on a river. The business name is "Brière Evasion" and the service is "Service de location de bateaux". There are buttons for "Site Web" and "Itinéraire". The address is "44410 Saint-Lyphard", the phone number is "06 75 23 58 58", and the hours are "Ouvert aujourd'hui : 09:00-17:00". There is a button for "Suggérer une modification". There are also buttons for "Donner un avis" and "Ajouter une photo". The listing shows "2 avis de Google". Below the listing are "Recherches associées" including "Parc Naturel Régional...", "Les Delices de Brière", "Promena... en Brière", "Mahe Anthony", and "L'Arche Briéronne".



Exemple d'outils alternatifs concrets (CCI Saint-Nazaire)

Et les gens de passage : solutions liées à la mobilité

Cas pratique

- Habitant de Rennes, qui passe un week-end à La Baule ou en Brière
- Sans pré enseignes et sans recherche préalable, il ne sait pas forcément qu'il peut faire une ballade en barque en Brière.
- Déjeune dans un restaurant, et voit un flyer sur location de barques et il est intéressé par cette activité.

Comment guider cette personne vers mon entreprise?

- Moyens traditionnels: Plan sur flyer, adresse
- ➔ Plans pas toujours compréhensibles, pas d'adresse précise....
- GPS ? Smartphone?



Exemple d'outils alternatifs concrets (CCI Saint-Nazaire)

Visibilité sur applications mobile GPS

Solutions existantes

- Google Maps en version itinéraire (cf précédemment)
- Waze : application GPS (plus de 3,5 millions d'utilisateurs)
- Here Map (windows phones)
- ViaMichelin
- Mappy



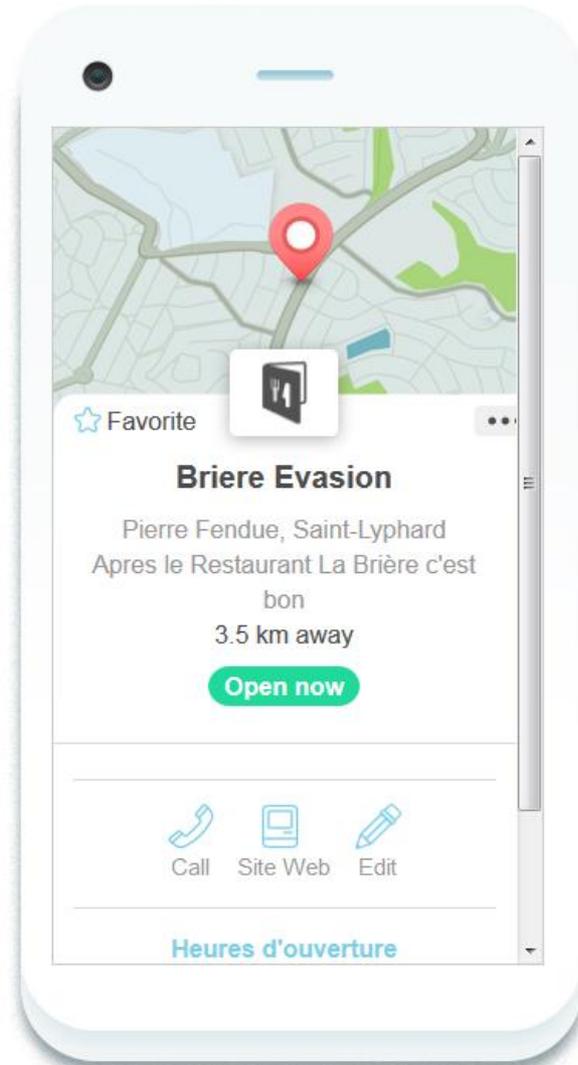
Comment guider cette personne vers mon entreprise?

- Signaler son entreprises sur ses solution (Solution payante)
 - ➔ Ex: sur Waze, environ 50 €/mois
 - ➔ Intérêts: publicité géo localisée et ciblée.

Exemple d'outils alternatifs concrets (CCI Saint-Nazaire)

Localisation en mobilité (ex: Waze)

(simulation)



Continuer >

Exemple d'outils alternatifs concrets (CCI Saint-Nazaire)

Localisation en mobilité (ex: Waze)

(simulation)



Continuer >