



Exemple de signalisation / Source : Plan directeur de signalisation de la ville de Mont Tremblant – Mars 2006

Bilan sur la législation sur l'affichage :

- deux lois relatives à l'affichage le long des routes gérées par le MTQ* : Loi sur la publicité le long des routes (L.R.Q., chapitre P-44, c. P-44, r.1) et Code de la Sécurité routière (L.R.Q., chapitre C-24.2) = concernent essentiellement la sécurité par l'imposition de critères de distance et de dimensions ainsi que de zones d'interdiction.

- **Loi sur la protection du territoire et des activités agricoles** : (L.R.Q., chapitre P-41.1) exige d'un propriétaire d'un lot situé en zone agricole désirant faire de l'affichage à plus d'un mètre de la limite de sa terre, qu'il démontre que la structure qui y sera érigée ne portera pas atteinte aux activités agricoles.

- **Loi sur les biens culturels** : (L.R.Q., chapitre B-4) interdit l'affichage dans les endroits classés, reconnus ou cités en vertu de la loi, pour des raisons purement patrimoniales.

- **Loi sur la protection des arbres** : (L.R.Q., chapitre P-37) interdit au propriétaire d'un panneau publicitaire de couper des arbres sur un terrain adjacent au sien pour assurer la visibilité.

« Le paysage désigne une partie du territoire, telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations.³ »

1 = Michel Zins, professeur de marketing à l'université Laval de Québec, 1997
 2 = Gérald Démon « Paysages du Québec, acquis, enjeux, défis », Continuité N°100.
 3 = Convention européenne du paysage du 21 juillet 2001- Définition retenue par le CPOCB*
 4 = Lynda Bellalite-Urbanité, Juin-juillet 2004

* Quelques précisions ...

- **PIIA** = Plan d'Implantation et d'Intégration Architecturale.
- **Programme d'enfouissement des réseaux de distribution d'électricité (ERDE)** :
 - volet I « Enfouissement du réseau existant dans les municipalités – voies publiques » permet le financement d'environ 30% des coûts par Hydro-Québec.
 - volet II « Enfouissement du réseau existant – sites d'intérêt patrimonial, culturel et touristique » a été supprimé au vote du budget gouvernemental en avril 2006 et permettait le financement de 75 à 90% des coûts par Hydro-Québec. Un nouveau programme de ce type est en cours d'élaboration et sera proposé en septembre.
 - volet III « Prolongement du réseau souterrain dans les nouveaux développement résidentiels ».
- **Personne à mobilité réduite** = personne handicapée mais aussi personne de petite taille, obèse, femme enceinte, personne âgée ou accompagnée d'enfants, ou transportant des bagages lourds, etc. (soit 25 à 40 % de la population).
- **Agrotourisme** = activité touristique complémentaire à l'agriculture, ayant lieu sur une exploitation agricole.
- **Guide d'intervention en patrimoine** = guide proposant des conseils et principes de restauration des bâtiments anciens et d'intégration architecturale des nouveaux bâtiments.



L'influence de l'aménagement des abords de route sur la vitesse automobile en traversée d'agglomération⁴

« A l'échelle de la traversée des petites agglomérations, la vitesse des conducteurs est influencée par la densité d'occupation du sol, l'emprise visuelle et la largeur du trottoirs. (...) On a longtemps pensé qu'en dégagant les abords de la route, on procurait une plus grande sécurité aux conducteurs et aux résidents des villages qui jalonnent le réseau routier québécois. Or il semble assuré que cela contribue à éloigner les points de conflits et à dégager le champ visuel du conducteur, ce qui l'incite à circuler à des vitesses plus élevées. »

L'OBSERVATOIRE PHOTOGRAPHIQUE DES PAYSAGES, UN OUTIL DE SUIVI ADAPTÉ

Réalisé par un photographe professionnel, il a pour objectif de suivre précisément, les évolutions paysagères d'un territoire donné. Il consiste en :
 - l'implantation, sur ce territoire, de points et de prises de vues fixes à un instant t,
 - l'établissement d'un protocole de reconductions de prises de vues identiques à intervalles de temps déterminés (t + n) et réguliers (généralement, un an) et la reconduction effective de prises de vues.



Les entrées d'agglomération - cas de Saint-Siméon -

L'importance du paysage

Il est un des piliers de la vie économique et sociale locale. Sa valeur est multiple :

- **Économique**
 - Tourisme = important secteur d'activité (le 1^{er} dans Charlevoix)
 - Pour 70% des touristes, la beauté des paysages est la 1^{ère} motivation au voyage.
- **Patrimoniales et identitaires** : les paysages sont le reflet de l'histoire et le patrimoine de la population.

- **Qualité de vie** : nature et cadre de vie
- **Culturelle et artistique** : source d'inspiration pour les artistes.
- **Commerciale** : augmentation de la clientèle potentielle des commerces locaux.
- **Agricole** : l'agrotourisme* est un secteur porteur en plein essor.

« Ainsi, le paysage, de par son caractère distinctif et unique, est un atout, un avantage concurrentiel, sur lequel une région peut miser et se positionner pour attirer les touristes »¹ et les entreprises.

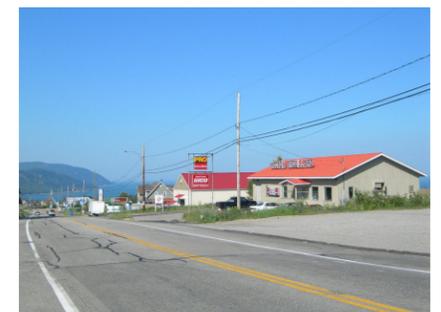


La protection des paysages : émergence de l'intérêt général et vitrine d'une politique de développement durable

De plus en plus, aussi bien en Europe qu'au Québec, la politique de développement des villes est à la revitalisation et la réappropriation de l'espace public pour en faire un lieu de vie locale.

Dans ce cadre, « les impacts de l'automobile sur l'environnement, la vitalité des espaces, la sécurité et la santé de la population sont aujourd'hui constatés. En conséquence, les nouvelles approches urbanistiques et de développement considèrent la place importante occupée par l'automobile comme un élément à modifier dans l'optique d'une amélioration de la qualité de vie des citoyens, sans toutefois l'évincer des milieux. (...) »

Il s'agit donc de retrouver un meilleur partage de l'espace public entre les différents usagers : le piéton (et notamment la personne à mobilité réduite*), le cycliste, les usagers des transports en commun et l'automobile.»²





<p>ENJEUX <i>Définis lors des réunions de concertation avec les membres du conseil municipal et du CCU de Saint-Siméon.</i></p>	<p>OBJECTIFS</p>	<p>OUTILS</p>	<p>MODE OPERATOIRE / PROGRAMMES (et sources éventuelles de financements)</p>	<p>PARTENAIRE</p>	<p>ECHÉANCE DE PLANIFICATION</p>	<p>ATOUS</p>	<p>CONTRAINTES</p>
<p>1/ Identification des entrées de : - de ville - de région et mise en valeur de l'identité locale</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Rendre lisible l'organisation spatiale du territoire. * Rendre lisible les spécificités municipales. * Rendre lisible les spécificités du territoire régionale. 	<ul style="list-style-type: none"> * Définition et hiérarchisation de ces deux types de spécificités. * Réalisation d'un concept d'identité territoriale. 	<ul style="list-style-type: none"> * Réalisation d'un inventaire des spécificités (notamment historique) et recherche des précédents. * Concours d'idée en sollicitant les artistes locaux, les paysagistes, la population,... * Travail en partenariat avec les écoles sur la proposition d'un projet scolaire. * Jumelage avec d'autres villes présentant les mêmes particularités. 	<ul style="list-style-type: none"> * Population * Ville jumelée * Ecoles * MCCQ* 	<p>Court à moyen terme (d'un à 3 ans)</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Renforcement de la fierté locale. * Prise de conscience des particularismes de l'identité locale. * Outil de marketing territorial intéressant. * Augmentation de la lisibilité des paysages. 	<ul style="list-style-type: none"> * Nécessite une cohérence entre les partenaires.
<p>2/ Sécurisation des déplacements - Gestion des entrées de ville et des accès aux commerces - Application des limitations de vitesse existantes - Amélioration des accès aux piétons, aux personnes à mobilité réduite et aux cyclistes</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Aménager les entrées de ville pour qu'elles soient visuellement identifiables. * Réaménager les accès aux commerces. * Améliorer l'esthétique des zones de stationnement. * Diminuer la vitesse en réduisant le champ de vision des conducteurs. * Permettre la co-existence sécuritaire des usages. 	<ul style="list-style-type: none"> * Réduction de la taille des voies. * Construction de terre-pleins centraux (avec plantation d'arbres, de fleurs, de haies) aux entrées de ville. * Création d'accès communs à plusieurs commerces. * Construction de larges trottoirs. * Création de bandes cyclables. * Aménagement paysager des stationnements. 	<ul style="list-style-type: none"> * Travail en collaboration avec le MTQ* * Programme d'aide à l'amélioration du réseau local du MTQ* dont les travaux admissibles sont les suivants : - construction ou amélioration de voies cyclables - tout ouvrage destiné à améliorer la sécurité des usagers de la route 	<ul style="list-style-type: none"> * MTQ* * Chambres de commerces * Associations des gens d'affaires 	<p>Moyen à long terme (3 à 6 ans soit un à deux mandats d'entente spécifique)</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Mise en place d'une politique de partenariat public-privé débouchant sur des actions concrètes. * Très fort impact paysager. * Mise en sécurité des usagers. 	<ul style="list-style-type: none"> * Coût financier relativement élevé mais variable selon les programmes proposés par le MTQ. * Contraintes liées à l'importance et à la durée des travaux.
<p>3/ Harmonisation et intégration architecturale du bâti</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Mettre en valeur le patrimoine bâti. * Respecter les caractéristiques architecturales et identitaires locales dans la construction et la rénovation. 	<ul style="list-style-type: none"> * Réglementation municipale des normes d'implantation du nouveau bâti et de rénovation de l'ancien via un PIIA*. Exigence de PIIA pour les zones désignées dans le schéma d'aménagement des MRC. * Information et sensibilisation de la population. 	<ul style="list-style-type: none"> * Programme d'incitations financières. * Programme de subventions du SHQ (Société d'Habitation du Québec) * Réalisation d'un Guide d'intervention en patrimoine* CONTACT : Guide réalisé en juin 2001 par la MRC de Charlevoix - Agent de développement culturel et patrimonial - Tel : 418-435-2639 (317) 	<ul style="list-style-type: none"> * MCCQ*. * Population. 	<p>Court terme (1 an)</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Stimulation du sentiment d'appartenance à la communauté. * Appropriation de la dynamique par la population. * Fort impact paysager. * Coût modéré. 	<ul style="list-style-type: none"> * Nécessite la coopération effective de la population. * Coûts variables pour les citoyens.
<p>4/ Aménagement paysager des espaces publics et privés</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Rendre la zone accueillante et révélatrice de l'identité locale. * Inciter les gens à s'arrêter. 	<ul style="list-style-type: none"> * Réalisation d'un plan directeur d'aménagement paysager à l'échelle des 3 MRC qui : - organise la plantation (d'arbres écran le long de la route 138, de massifs de fleurs) tout en favorisant les essences locales et emblématiques. - organise l'implantation de bacs à fleurs, lampadaires, bancs et autres mobiliers urbains. - permet la création de percées visuelles. - se concentre sur les zones dégradées (ex : parc industriel). 	<ul style="list-style-type: none"> * Création d'un fond dédié au plan. * Participation à différents concours d'embellissement type « villes et villages fleuris ». 	<ul style="list-style-type: none"> * MTQ* * MDDEP* * MAMR* * Les entreprises * population 	<p>Moyen terme</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Coûts faibles. * Impact paysager immédiat. * Travaux rapides. 	<ul style="list-style-type: none"> * Coût d'entretien récurrent.
<p>5-a/ Gestion de l'affichage commercial et publicitaire : - Enseigne commerciale = panneau installé sur le site de l'entreprise portant le logo, les activités et les produits offerts à cet endroit. - Préenseigne = enseigne localisée hors du lieu d'exploitation du commerce précisant le trajet pour s'y rendre. - Publicité = panneau présentant un produit, une activité ou un concept pour convaincre le client potentiel de sa qualité et de son intérêt, sans précision de l'endroit où l'on peut se le procurer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Diminuer l'impact visuel de l'affichage. * Autoriser les seules enseignes commerciales et en améliorer l'esthétique et l'efficacité. 	<ul style="list-style-type: none"> * Réglementation municipale (en vertu de la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme L.R.Q., chapitre A-19.1) interdisant les préenseignes et la publicité et précisant les caractéristiques autorisées des enseignes commerciales (couleur, matériaux, dimension, forme, fixation, graphisme, éclairage, installations électriques...). Cette réglementation peut être commune à toutes municipalités des MRC et intégrée dans le Schéma d'aménagement des MRC. * Règlement sur les PIIA* sur l'affichage. 	<ul style="list-style-type: none"> * Création d'un comité « Gestion de l'Affichage » à l'échelle des trois MRC composé d'un représentant délégué par chaque municipalité. * Le CCU* ou le comité « Gestion de l'Affichage » pourrait être en charge du dossier à l'échelle municipale et le représenter au niveau des MRC. * Programme d'incitations financières. * Sursis éventuels d'application des règlements. 	<ul style="list-style-type: none"> * Chambres de Commerce * Associations des gens d'affaires * CCU* 	<p>Court à moyen terme</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Faible coût financier. * Rapidité d'exécution. * Fort impact paysager. * Dans le cas d'un travail à l'échelle des 3 MRC : - équité réglementaire - homogénéité du territoire => tous les commerces favorisés. 	<ul style="list-style-type: none"> * Nécessite l'implication et l'adhésion des acteurs.
<p>5-b/ Gestion de l'affichage routier relevant du MTQ = signalisation routière: - des équipements municipaux - d'entrée de ville - d'indications des directions, des équipements municipaux et de santé (panneaux verts) - d'indications des équipements touristiques (panneaux bleus) - des sentiers polyvalents, récréatifs et pistes cyclables</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Réorganiser l'affichage de signalisation routière: - le localiser dans la mesure du possible, hors des zones à caractère patrimonial et paysager - éviter les doublons. * Réglementer l'affichage des équipements touristiques. * Améliorer la qualité et l'efficacité de la signalisation pour la rendre homogène, cohérente, continue, lisible, pas trop abondante, le tout en lien avec l'identité locale et régionale. 	<ul style="list-style-type: none"> * Concernant les entrées de ville : élaboration d'une charte graphique commune aux 3 MRC et permettant l'expression des spécificités locales. * Réalisation d'un Plan Directeur de Signalisation gérant au niveau municipal la signalisation, en collaboration avec l'ATR et dans le respect des règlements du MTQ. Voir les exemples de panneaux de la ville de Mont-Tremblant au dos. Estampillés sous l'emblème de la ville, ils regroupent toute la signalisation routière. 	<ul style="list-style-type: none"> * Négociations et conventions entre le MTQ, les MRC et les municipalités concernées. CONTACT : Plan Directeur de Signalisation de la ville de Mont-Tremblant : Direction du Service de l'Urbanisme de la ville. Tel : 819-425-8614 (poste 6412) 	<ul style="list-style-type: none"> * MTQ* * ATR* 	<p>Moyen terme (dans les 3 ans, dans le cadre d'une entente spécifique)</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Mise en place d'une politique globale, concertée et cohérente. * Fort impact paysager. * Meilleure lisibilité de la signalisation (notamment touristique) => meilleure fluidité de la circulation, diminution des nuisances pour les riverains => augmentation de la sécurité. 	<ul style="list-style-type: none"> * Coût financier relativement élevé. * Procédure assez longue et rigoureuse.
<p>6/ Intégration paysagère des fils aériens et pylônes</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Diminuer l'impact visuel du transport énergétique. * Devenir une vitrine régionale de la politique d'intégration paysagère des lignes énergétiques d'Hydro-Québec. 	<ul style="list-style-type: none"> * Enfouissement des fils dans les secteurs à haute valeur paysagère. * Enfouissement des fils traversant les routes. * Regroupement des fils d'un seul côté de la route (opposé aux points de vue paysagers). * Relocalisation des fils à l'arrière des lots. 	<ul style="list-style-type: none"> * Négociations et conventions entre Hydro-Québec, les compagnies de télécommunication et les municipalités concernées. * Programme d'enfouissement des réseaux de distribution d'électricité (ERDE)*. CONTACTS : Hydro-Québec - Représentant de la région de la Capitale Nationale : 418-845-7414 - Responsable des programmes d'enfouissement : 418-845-6600 (7628) 	<ul style="list-style-type: none"> * Hydro-Québec * Entreprises de télécommunication 	<p>Moyen - long terme</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Mise en place d'une politique de partenariat public-privé débouchant sur des actions concrètes. * Très fort impact paysager. * Sécurisation du réseau énergétique pour la population. 	<ul style="list-style-type: none"> * Coût financier relativement élevé mais variable selon les programmes proposés par Hydro-Québec. * Contraintes liées à l'importance et à la durée des travaux.

