



SIGNALÉTIQUE **Signe des temps**

Entre 15 à 20 millions de promeneurs et de randonneurs... L'acteur principal de l'entretien et du suivi des itinéraires reste le mouvement associatif. C'est aussi le concepteur et le conseiller d'un nombre croissant de réalisations.

En 1947, naissait le réseau des sentiers de Grande randonnée. Identifier l'itinéraire, indiquer les directions, distances, horaires, annoncer les services utiles au randonneur... Dès cette date, et bien que limités par leurs moyens de fortune, les acteurs de cette aventure ont réalisé qu'une signalétique était nécessaire. Aujourd'hui, le paysage a considérablement changé : le développement et la diversification de la randonnée, l'extension des itinéraires, la création des GR®, des GR de pays (GRP®) et surtout la multiplication des sentiers de Promenade et randonnée (PR), ont entraîné une floraison d'initiatives et une multiplication d'acteurs de terrain.

Il devient alors nécessaire d'assurer cohérence et harmonie des itinéraires ; pour ce faire, la Fédération française de la randonnée pédestre a réalisée la charte du balisage. Conçue en 1994, en concertation avec les autres fédérations de randonnée et avec le soutien des ministères, cette charte a été adressée à tous les maires de France. Sans traiter explicitement de signalétique, l'initiative définit les éléments de base utiles à la qualité des itinéraires de randonnée, elle permet d'attirer l'attention sur les équipements complémentaires, dont la signalétique. La dynamique d'actions entre fédérations, associations et collectivités publiques, s'en est progressivement renforcée. Ainsi, les associations apportent généralement leur connaissance du terrain et la disponibilité de leurs membres pour l'étude et le suivi des itinéraires tandis que les collectivités locales prennent en charge les travaux et équipements les plus lourds, généralement en concertation étroite avec les comités départementaux de la randonnée dans le cadre des Plans départementaux des itinéraires de promenade et de randonnée. Ainsi, sans avoir de normalisation générale (serait-ce souhaitable?), la signalétique des itinéraires devient progressivement plus rationnelle et de meilleure qualité. Elle s'élargit aussi à des présentations thématiques et éducatives. D'autant que, sur le terrain, le mouvement associatif porte l'animation et de l'insertion locale des itinéraires.

Cependant, à l'exception de territoires spécifiques, tels les Parcs ou encore les départements prenant en charge la charte signalétique pour laquelle ils ont opté, elle reste souvent très hétérogène. Avec quinze millions de pratiquants, la randonnée se porte bien, elle s'inscrit dans les enjeux du développement durable... Un contexte où le dynamisme du mouvement associatif est porteur d'avenir. ■

JACQUES LEMAITRE

VICE-PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE • PRÉSIDENT DU PÔLE AMÉNAGEMENT, TOURISME ET ENVIRONNEMENT



© PN des Écrins

SIGNALISATION À LA PORTE D'UN TERRITOIRE.
SA FONCTION EST DE MARQUER LE TERRITOIRE ET D'EN ASSEOIR L'IDENTITÉ. C'EST ÉGALEMENT L'OCCASION DE RAPPELER LES RÈGLES DE BONNES CONDUITE. LE VISITEUR PERÇOIT QU'IL DOIT S'ATTACHER À PRÉSERVER L'ESPACE.

LES BEAUMES - CHAMPOLÉON (CHAMSAUR)
PARC NATIONAL DES ÉCRINS

Lexique

SIGNALÉTIQUE

C'est l'ensemble du dispositif d'information et de signalisation d'un territoire : mobilier, contenu... Le plan signalétique intègre la répartition spatiale de cette signalisation, sa séquence, son mobilier, l'organisation générale de l'information, les modalités de référencement et de gestion des équipements.

SÉQUENCE

Il s'agit du défilement de l'information sur le territoire.

BALISAGE

C'est l'ensemble des signes placés sur le territoire pour indiquer les itinéraires à suivre, les dangers... Cela comprend les panneaux directionnels et de situation, les marques de jalonnement...

>>> Le plan signalétique

La signalisation raisonnée

Les panneaux sont comme les mots, ils permettent de parler. Mais qu'avez-vous à dire ? Sans plan signalétique, il n'y a pas de message.

La signalisation est souvent traitée de manière ponctuelle, répondant à des besoins immédiats et laissée à l'initiative individuelle des agents de terrain. Cette démarche, certes efficace pour répondre aux nécessités locales, n'en a pas moins de lourds inconvénients : diversité du mobilier, des signes, des messages, accumulation de panneaux de toutes dimensions et de tous matériaux sur les sites, redondance quand ce n'est pas incohérence de messages. La multiplicité des opérateurs dont chacun veut exister par sa marque ou sa forme aboutit par ailleurs à des désordres paysagers contradictoires avec l'objectif même des espaces protégés.

Donnez le ton

La signalisation est un acte fort qui nécessite une réflexion coordonnée à l'échelle d'un territoire et une concertation des divers acteurs. C'est l'objet du plan signalétique : il s'agit d'offrir une vision globale organisée, hiérarchisée, communicante. Quelles sont donc les fonctions de la signalisation sur un territoire ?

La signalisation peut avoir de multiples objectifs qu'il convient de bien identifier pour réaliser le plan de signalisation car à chaque fonction pourra correspondre une catégorie de panneaux, un choix d'implantation, une stratégie de message.

• Des fonctions de marquage d'un territoire et des fonctions réglementaires

La signalisation permet de marquer les limites d'un territoire protégé, d'en rappeler et asseoir l'identité (Parc, Réserve naturelle, terrain du Conservatoire du littoral). Le visiteur sait alors qu'il entre dans un territoire particulier. Ce repérage, même s'il ne se traduit pas par une réalité physique ou qualitative, est symboliquement important pour le visiteur. C'est aussi l'occasion de rappeler les règles de bonne conduite dans cet espace. La fonction d'information réglementaire est importante puisqu'elle fonde aussi la légitimité du rappel à l'ordre voire de la sanction des infractions par les services de surveillance de l'espace protégé. Cette fonction peut jouer dans les deux sens : le visiteur perçoit en entrant qu'il doit s'attacher à préserver l'espace, mais peut aussi en sortant recevoir un message « d'envoi » : par

PAR LE POSITIONNEMENT DE LA SIGNALISATION, LES LIEUX D'IMPLANTATION, LES MESSAGES, LE GESTIONNAIRE VA ORIENTER LES FLUX DE VISITEURS ET LEUR MODE DE RÉACTION DANS L'ESPACE.

exemple, « Vous quittez un espace protégé, partout ailleurs la nature mérite aussi votre attention ». Au-delà des limites du territoire, le marquage identitaire de la signalétique (emblèmes, mobilier...) identifie également le territoire.

• La fonction directionnelle

C'est la fonction historique de la signalisation, celle du « panneau indicateur ». Il s'agit d'indiquer les itinéraires, d'identifier les lieux et leur altitude, de renseigner sur la nature de l'itinéraire (GR, PR...), de donner des indications sur les temps de parcours, sur la présence de services (refuges, belvédère, toilettes...). Elle a alors essentiellement un rôle d'orientation, de service.

• La fonction d'information et de services

Il s'agit ici de présenter l'espace, protégé ou non, ses grandes caractéristiques, de donner des informations sur les différents itinéraires et leur difficulté, sur les précautions à prendre pour la visite, sur le code de bonne conduite. On peut aussi renseigner sur l'appartenance de l'espace à un réseau (sites du Conservatoire du littoral, Réserves naturelles de France...)...

• La fonction identitaire

La signalétique constitue l'un des premiers contacts avec l'espace protégé. Elle va donc avoir un rôle fort d'image de l'espace. Elle est d'abord le support de son emblème, de son nom. Son mobilier, son graphisme, sa mise en scène sont aussi l'expression d'un réseau (Parcs nationaux, Réserves naturelles...) ou d'un territoire (Sivom ou Parc naturel régional). Mais attention à la dérive identitaire et institutionnelle : cette fonction devient parfois prépondérante par rapport au contenu. Plus subtilement, la tonalité des messages aura aussi un rôle sur l'image offerte au public (affirmatifs, incitatifs, participatifs...) De même, le mobilier, le graphisme peuvent refléter des dimensions aussi diverses que le naturel, l'urbain, le sérieux, la fantaisie, le précieux, le rustique... « Montre-moi tes panneaux, je te dirai qui tu es »...

• La fonction de gestion des flux

C'est une des dimensions induites extrêmement importante : par le choix de signaler ou de ne pas signaler, par le positionnement de la signalisation, les lieux d'implantation, les messages, le gestionnaire va orienter les flux de visiteurs et leur mode de réaction dans l'espace.

>>> **Asters, Conservatoire départemental des espaces naturels de Haute-Savoie, 84 route du Viéran, PAE de Pré-Mairy, 74370 Pringy**
Tél. : 04 50 66 47 51, Fax : 04 50 66 47 52
Mél : asters@asters.asso.fr
www.asters.asso.fr



© FFRP

Lexique ...la suite

Le plan signalétique est essentiel dans l'organisation des flux de fréquentation. Sa relation doit être étroite avec le plan de gestion.

Soyez stratège... planifiez

Le plan de gestion de l'espace protégé, outre ses objectifs de gestion naturaliste, a aussi pour objet d'organiser la fréquentation du public sur l'espace en fonction de la sensibilité du territoire. Il va donc déterminer les lieux principaux d'accès, les infrastructures qui leur sont associées, le maillage de sentiers et leur hiérarchie, les points remarquables qui seront signalés (refuges, sommets, cols, belvédères...), voire les itinéraires ou les lieux qui feront l'objet d'une véritable interprétation. La gestion des flux devient une orientation stratégique du plan de gestion. Elle va se traduire par la dimension des infrastructures : taille des parkings, largeur des sentiers, mais aussi par le profil en long et le mode de traitement des sentiers (confortable, rustique, rugueux...). La signalisation aura un rôle stratégique : la présence ou non de panneaux directionnels, le jalonnement ou non des sentiers (balises, cairns), la taille de panneaux, la détermination d'un sens préférentiel de circulation... jouent sur les flux, la capacité d'accueil, la limitation de la pénétration diffuse du territoire.

À la pointe du Raz, en observant préalablement le comportement des visiteurs par rapport aux points remarquables (points de vue, monuments...) puis en agissant sur les sentiers, leur taille, leur signalisation, on a pu gérer un flux de 800 000 visiteurs par an tout en restaurant spectaculairement la végétation du site. La partie nord du site est restée volontairement moins signalée et aménagée, entraînant une moindre fréquentation, pour préserver des espaces de calme et pour protéger des populations d'oiseaux.

Le plan de gestion va également être déterminant pour choisir où devront être placés les éléments d'information du public (information réglementaire ou de service, interprétation). Ces messages joueront sur le comportement des visiteurs.

Le plan signalétique devrait donc être bâti postérieurement au plan de gestion et au plan d'interprétation qui, lui, va déterminer la stratégie de communication avec le public. ■

EMMANUEL MICHAU - DIRECTEUR DE ASTERS (AGIR POUR LA SAUVEGARDE DES TERRITOIRES ET DES ESPÈCES REMARQUABLES OU SENSIBLES)

JALONNEMENT

Il s'agit des marques de peinture, balises, cairns, qui permettent de suivre un itinéraire, de marquer des limites.

ESTAMPILLAGE

C'est le marquage par un signe d'appartenance (logo, emblème...).

EMBLÈME

C'est le signe symbolique d'identité d'un territoire, d'une entreprise, forme et couleur : ex. : l'étoile est le signe symbolique du Parc inscrite dans un ovale pour les Parcs naturels régionaux, le chardon bleu pour le Conservatoire du littoral.

LOGO

C'est l'association de l'emblème et du nom. Ex. : la spirale et le nom du Parc pour un Parc national. Le logo peut se limiter à un emblème, sans marquage d'un nom.

PORTE

Il s'agit de l'infrastructure de présentation, située à proximité de l'entrée d'un espace.

PANNEAU DIRECTIONNEL

Panneau d'orientation vers un lieu, généralement aussi support d'informations sur le temps de parcours, l'altitude.

Les séquences d'information ou l'art de communiquer au bon endroit

À chaque type de panneau sa fonction, sa place dans la communication sur l'espace. En effet, le bon défilement de l'information dans l'espace est une des conditions de son efficacité, mais aussi de l'économie des moyens mis en place. La tonalité que peut prendre l'information sera également différente suivant l'endroit où elle est placée, certains lieux se prêtant à l'explication, au didactique, d'autres devant privilégier le signe. Placer le bon message au bon endroit, tel est l'objectif du séquençage de l'information dans la signalisation. Voyons cela en détail.

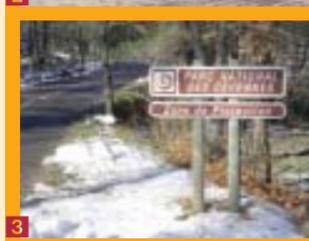
1 La présignalisation. Elle relève généralement d'une signalisation routière. Normalisée, elle va permettre de signaler l'espace et ses entrées, d'indiquer des services. Placée sur les panneaux d'agglomération, elle informe sur l'appartenance de la commune à un territoire (ex. : commune du Parc naturel régional de...). C'est un signe d'adhésion. Lue en véhicule, l'information est strictement cantonnée à l'utilitaire (directionnel) ou au symbolique.

2 L'espace d'accueil, les « portes ». Généralement placées sur les aires de stationnement principales donnant accès aux sites, elles peuvent se trouver à l'extérieur ou à l'intérieur des espaces protégés. Ici le promeneur a le temps d'une lecture simple. On se prépare pour la balade, on attend ses collègues au retour. On y trouvera l'information générale sur l'espace (carte, caractères essentiels), mais aussi l'information de service (sentiers, points remarquables, conseils de sécurité ou d'aide à la découverte). La réglementation peut être présentée avec une explication claire et, autant que possible, positive et participative. Attention à rester simple et efficace : il ne s'agit pas de remplacer le document de présentation « papier » !

Quelques éléments sur les réseaux peuvent être donnés : ainsi, au dos de certains panneaux, le Conservatoire du littoral présente une carte de l'ensemble de ses sites et un texte général.

Lorsque l'emplacement le permet, une information temporaire peut être déclinée. On trouvera par exemple une communication sur les dates l'ouverture des refuges, sur la météo, sur des particularités saisonnières à observer, le renvoi vers une exposition peut aussi être envisagé... Le voisinage de l'information fixe, graphiquement uniforme, et de l'information temporaire, souvent hétéroclite, n'est pas toujours heureux. On gagnera à les isoler visuellement, tout en restant dans la même structure d'information. Enfin, une information particulière, liée à l'interprétation du site, peut être intégrée à la « porte ».

L'importance de l'information peut varier en fonction de la hiérarchie des « portes », de la sensibilité du site, mais aussi de la présence ou non d'un bâti, sur lequel il est envisageable de positionner l'information sans dénaturer les lieux.



PLACER LE BON MESSAGE AU BON ENDROIT, TEL EST L'OBJECTIF DU SÉQUENÇAGE DE L'INFORMATION DANS LA SIGNALISATION. DEPUIS LA PRÉSIGNALISATION SUR LA ROUTE, JUSQU'AU BALISAGE SUR LE SITE, À CHAQUE LIEU SA FONCTION.

3 La limite. L'entrée effective dans l'espace protégé est marquée par un panneau de limites. Il a une fonction essentiellement réglementaire : type et nom de l'espace protégé, réglementation. Ce n'est plus le lieu de l'explication. On peut se contenter des simples pictogrammes. Un message simple de bienvenue en entrant ou d'envoi en sortie mérite toutefois d'être adjoint, pour faire contrepoint à l'aspect réglementaire.

4 Le directionnel. Ensuite, sur l'espace proprement dit, la signalisation doit se limiter autant que possible à l'aspect utilitaire : bornes de rappels de réglementation avec pictogrammes lorsque cela est nécessaire, signalisation directionnelle et de situation. Les messages sont limités à des noms de lieux, des directions (flèches), des pictogrammes de sentiers (GR) ou de services (refuges, points de vue...), des temps de parcours, des indications d'altitude. L'aspect institutionnel est réduit à l'emblème d'appartenance à l'espace protégé, placé par exemple sur le poteau porteur. Il s'agit d'un simple « estampillage ».

5 L'interprétation. On peut s'interroger sur l'opportunité de l'interprétation par implantation de mobilier sur le territoire. La tendance de ces dernières années était de multiplier les outils d'interprétation dans les sites, voire de disperser celle-ci au gré des sentiers. On en revient !

Certes, l'équipement est « sympathique » et on peut l'inaugurer, mais il comporte un vrai risque, à la fois d'artificialisation des sites et de prise en charge exagérée du promeneur. Les coûts d'investissement et d'entretien sont aussi à considérer pour éviter que ne s'érigent des « friches d'interprétation ». Le graphisme, les messages peuvent également devenir désuets, tout autant que le matériel.

L'interprétation dépasse la simple dimension de la signalétique, c'est une démarche particulière dont il faut bien apprécier les modalités : équipements de terrain, livrets de découverte ou promenades accompagnées.

Sous forme de panneaux, elle peut avoir sa légitimité dans les infrastructures (refuges, gîtes...). Elle en possède peut-être moins dans les sites eux-mêmes ou alors, très ponctuellement, à proximité de centres d'accueil. L'interprétation peut aussi être éphémère, tel ce sentier poétique installé un été sur l'île Millau à Trébeurden où, à chaque station, était installée une petite plate-forme sur laquelle on montait ou l'on s'asseyait pour lire un poème de vécu du site. ■

EMMANUEL MICHAU
ASTERS

PANNEAU RÉGLEMENTAIRE DE LIMITE DE RÉSERVES NATURELLES



© Asters



SIGNALÉTIQUE D'ANIMATION

© PN des Cévennes

En fonction de leur lieu d'implantation, les panneaux de signalisation ne sont pas soumis aux mêmes règles. Petite typologie pour y voir clair.

SIGNALÉTIQUE DE DIRECTION ET D'ORIENTATION



© PN des Cévennes

Typologie des mobiliers de signalétique et règles d'implantation

>>> Parc national des Cévennes, Le château, 6 bis place du palais, 48400 Florac
Tél. : 04 66 49 53 00
Mél : roland.jaffuel@espaces-naturels.fr

1. Les communes assurent de la maîtrise d'ouvrage mais ne participent guère à une codification.

2. Dans les Parcs nationaux, une norme de signalétique en espace naturel a été élaborée sous la tutelle du ministère. Dans leur zone centrale, la signalétique y est considérée comme un équipement soumis à autorisation du directeur du Parc. Le code forestier donne à L'ONF la possibilité d'installer des dispositifs de signalétique avec une norme valable pour toutes les forêts domaniales de France.

Biblio

Le Guide de la signalisation touristique, ministère de l'Équipement, des Transports, du Logement, du Tourisme et de la Mer, mars 1992. Document de référence, il détaille les différents dispositifs et les règles de norme et d'implantation. Disponible en ligne sur le site de la direction des Journaux officiels au prix de 42 €.

De prime abord, le sujet a l'air simple : les activités humaines nécessitent la mise en place de signalétique et des règles, règlements, lois en encadrent l'implantation. À l'intérieur des agglomérations et aux abords immédiats des routes et autoroutes par exemple, la loi de 1979 sur la publicité définit assez clairement les règles du jeu. Mais qu'en est-il des espaces naturels et de leurs voies : chemins d'exploitation forestière et agricole, chemins ruraux et communaux, sentiers de randonnée... ? Là, les choses se compliquent. Les dispositifs de signalétiques concernant la randonnée et l'interprétation se sont multipliés ces deux dernières décennies et la loi sur la publicité ne les a pas vraiment codifiés. Une classification des panneaux en fonction de leur typologie peut nous permettre de connaître les règles à appliquer.

La signalétique de réglementation, de situation, de direction

Cette première catégorie vise principalement les automobilistes, sur le réseau routier et autoroutier, et les randonneurs sur les itinéraires balisés. Fortement codifiée par des arrêtés et instructions interministériels relatifs à la signalisation des routes et autoroutes ainsi que par le code de la route, elle signale des lieux-dits (villes, hameaux, cols, sites naturels remarquables, gîtes d'étape, refuges...). Elle peut également indiquer des équipements de services à fréquentation avérée, tels des stades, sites touristiques aménagés, pôles industriels... L'implantation des panneaux est strictement liée à l'itinéraire emprunté.

Sur le réseau routier, cette signalétique est fortement réglementée. Elle dépend du ministère de l'Équipement, des Transports, du Logement, du Tourisme et de la Mer ou encore des collectivités locales, en fonction de la nature du réseau. À l'inverse, sur les sentiers, sa codification se met en place progressivement sous la responsabilité des Départements dans le cadre des Plans départementaux des itinéraires de promenade et de randonnée (PDIPR). Les communes sont aussi concernées puisqu'elles conservent l'essentiel des pouvoirs en matière de créations d'itinéraires, d'équipement signalétique des chemins et de leur

entretien. Plus largement, en espaces naturels, les Parcs naturels régionaux et nationaux et l'Office national des forêts sont partie prenante dans ces dispositifs. Ils peuvent, sur leurs territoires respectifs, faire appliquer des normes de signalétique, à condition de ne pas interférer sur les réseaux routiers.

La signalétique d'information culturelle et touristique

En dehors des agglomérations, en bordure de routes, des panneaux à fond marron permettent de signaler des équipements utiles ou remarquables. Fortement codifiés, eux aussi, par les mêmes textes réglementaires relatifs à la signalisation des routes et autoroutes, ils ne doivent pas compromettre la sécurité des automobilistes. Ces panneaux facilitent la recherche de sites et d'équipements culturels présentant une certaine notoriété. En principe, ils n'ont pas de fonction publicitaire, ils permettent cependant d'attirer l'attention des visiteurs tout en respectant la loi sur la publicité qui limite son usage aux agglomérations.

La signalétique d'animation et d'interprétation

Cette signalétique a une fonction à la fois symbolique, identitaire et éducative. Pour des raisons de sécurité, elle est strictement réglementée et codifiée sur les axes routiers principaux et sur les autoroutes. Leurs fréquences, couleurs, formats, thèmes retenus sont encadrés par les mêmes textes réglementaires que pour l'ensemble de la signalisation des routes et autoroutes. On retiendra que cette information ne doit pas interférer visuellement avec la signalétique directionnelle. Elle doit donc être installée en dehors du domaine routier à cinq mètres du bord de la chaussée. L'autorisation des propriétaires des terrains doit être requise. Il faudrait ajouter la signalétique d'interprétation, destinée à valoriser la personnalité du territoire. Il n'y a pas de normes imposées pour ces mobiliers. ■

ROLAND JAFFUEL
PARC NATIONAL DES CÉVENNES

>>> L'avis du juriste

Trop ou pas assez ?

Dégager sa responsabilité

Trop ou pas assez ? Confrontés à la mise en place d'une signalisation, les gestionnaires ont un double souci : celui de respecter la réglementation et de préserver la sécurité du public mais également de garantir l'harmonie du paysage. Alors, que faut-il signaler ? Et s'il survenait un accident, quels éléments le juge prendrait-il en compte pour décider ou non de la responsabilité du gestionnaire ? La jurisprudence nous conduit à distinguer la conduite à tenir sur les sites naturels aménagés, ouverts au public, et celle à tenir sur les sites restés à l'état « sauvage ».

Sites naturels aménagés

Selon les termes de la jurisprudence administrative, le gestionnaire devra signaler tous risques auxquels une « personne normalement attentive et observant la prudence qui s'impose » ne peut raisonnablement s'attendre. Ainsi, dans le cadre d'un procès en responsabilité contre le gestionnaire, faisant suite à un accident sur un site naturel aménagé, la victime pourra se voir opposer à la fois la force majeure mais également sa faute personnelle, telle l'imprudence, ou encore l'entretien normal de l'ouvrage public. À savoir que « l'entretien normal » peut être démontré par la présence d'aménagement assurant la sécurité du public. D'ailleurs, si ces aménagements sont en rapport avec les risques normalement induits par l'activité en cause, ils pourront présumer de la faute de la victime. (Cour administrative d'appel de Bordeaux, 8 mars 1994, Mme Schwaller, n°92BX00764).

Sites naturels sauvages

Les obligations des gestionnaires y sont d'un autre ordre. Un arrêt rendu par la cour d'appel de Rennes le 19 septembre 2000 à propos d'un accident survenu sur l'île d'Ouessant servira de base à nos développements. Cet arrêt retrace qu'au cours d'un séjour d'action éducative, un élève qui se déplaçait à vélo sur les chemins côtiers chute dans une faille de 20 mètres. Il décède immédiatement. « Il est descendu de son vélo afin de contourner les pierres du chemin. Et, alors qu'il remontait sur son engin, son pied a glissé sur la pédale, provoquant une chute mortelle », témoignera l'un de ses camarades. Poursuivi au pénal, le maire de la commune fut condamné en première instance pour homicide

involontaire. Il lui fut notamment reproché l'absence de panneaux de signalisation informant des dangers du site. Il y avait bien, en effet, un unique panneau, mais celui-ci ne comportait aucune indication relative à la dangerosité des chemins côtiers ; pas plus qu'il n'indiquait une interdiction de circuler autrement qu'à pied. En appel pourtant, le maire fut relaxé pour absence de faute caractérisée. Le juge estima que : « L'île d'Ouessant est un site remarquable sur lequel une signalisation ne peut être envisagée. Il estima de surcroît que l'île d'Ouessant est par elle-même dangereuse et qu'il appartient à chacun d'avoir une attitude responsable et appropriée afin d'éviter de se mettre dans une situation périlleuse. » Ce cas est intéressant à plus d'un titre : premièrement parce qu'il souligne que les carences des gestionnaires (en l'espèce, le maire) peuvent entraîner des recours de tiers et être constitutives d'infractions tel l'homicide involontaire ; secundo parce qu'en considérant que « l'île d'Ouessant est un site remarquable où une signalisation ne peut être envisagée », les juges

© E. Gastaud



de la cour d'appel de Rennes ont considérablement assoupli les obligations à la charge des gestionnaires en matière de signalisation dans les sites sauvages. Cependant, il ne faut pas perdre de vue que cette appréciation ne vaut que pour le site en cause, c'est-à-dire présentant un caractère remarquable et n'ayant aucun aménagement destiné à accueillir du public. L'arrêt de la cour d'appel rejoint donc sur ce point, peut-être sans le vouloir expressément, les prescriptions du code de l'Urbanisme qui interdit les aménagements, même légers, pour les sites « remarquables et caractéristiques » correspondant à des espaces littoraux identifiés aux articles L146-6 et R146-1 et suivants du code de l'Urbanisme. Plus généralement, la jurisprudence retient qu'il est de la responsabilité de chacun de se prémunir contre les dangers rencontrés habituellement dans les espaces de nature que l'on fréquente. Si tel n'est pas le cas, la victime commet une imprudence, donc une faute de nature à exonérer le gestionnaire du site. Ce n'est que lorsque ce danger est inhabituel qu'il doit être signalé. Cela pourrait être le cas par exemple d'une coulée de pierre sur un sentier, résultant de pluies diluviennes.

Notre conseil

Pour conclure, nous conseillons aux gestionnaires d'espaces naturels non spécialement aménagés pour l'accueil du public de ne pas dénaturer les sites par une multiplicité de panneaux. Leur profusion pourrait alors laisser croire aux visiteurs qu'ils se trouvent dans une sorte de « jardin public » et pourrait les inciter à se comporter sans vigilance alors que ces espaces sont potentiellement dangereux. Quelques panneaux intelligemment implantés en des points stratégiques d'entrée de site rappelleront le caractère naturel des lieux, et attireront l'attention des visiteurs sur les risques naturels encourus. Ils suffisent. ■

CHANTAL GIL

>>> Chantal Gil
Avocate spécialiste en droit public
Selarl Gil Cros
7 rue Levat, 34000 Montpellier
Tél. : 04 67 12 83 83, Fax : 04 67 12 83 84
Mél : giljuris@wanadoo.fr
www.avocats-gil.com



Les secrets de la réussite

L'esthétique douteuse de certains panneaux en patchwork cache des enjeux d'un autre ordre : sociaux, économiques, environnementaux. Et si on se parlait ? Si les professionnels et non-professionnels dialoguaient autour de la signalétique ? A n'en point douter, la solution est là.

Souvent, sur les itinéraires de randonnées, la signalétique manque de cohérence. Au point qu'on s'interroge sur la volonté de l'aménageur : qu'a-t-il voulu transmettre ? Serait-ce une information directionnelle ? Ou plutôt des éléments permettant d'interpréter le territoire ? À moins qu'il ne s'agisse d'informations sur les services ? Une chose est sûre : la volonté de « tout mettre » est contre-productive. Chaque public ayant ses propres pratiques, ses propres besoins, ses propres caractéristiques, il est important de répondre avec pertinence à ses attentes. Tel promeneur par exemple, qui habite le territoire et dont l'unique but est le loisir, n'aura besoin que d'un balisage performant ; tandis que tel touriste curieux aura l'utilité d'un aménagement plus « accompagnant ». Dès lors, les aménageurs devront porter une réflexion préalable et globale, appliquée à l'ensemble du territoire.

Biblio

Les itinéraires de randonnées conception, enjeux et principes

Édité par la Fédération française de la randonnée pédestre, ce guide est à la fois un ouvrage de sensibilisation et un outil méthodologique. L'aménageur y découvrira l'envergure de la problématique. Le porteur de projet y trouvera l'assistance pédagogique indispensable à ses réalisations concrètes. L'aspect signalétique y est particulièrement abordé. Fédération française de randonnées pédestres éditeur, 2002 - Tél. : 01 44 89 93 81 - 14,95 euros.

Comment s'y prendre pour conduire cette réflexion ? En tout premier lieu, connaître son public de randonneurs actuels ou potentiels. Ces pratiquants, quel âge ont-ils, quels profils ? Quel temps consacrent-ils à la randonnée ? À quelle fréquence ? Quelles sont leurs motivations ?...

Soulignons qu'un aménagement réussi ne peut se faire sans une concertation avec les acteurs du territoire. On a vu comment des signalétiques « mal vécues » par les riverains donnèrent lieu à du vandalisme. On imagine aisément comment des heurts, incidents, tensions risquent de s'installer si d'aventure des randonneurs étaient conduits sur des lieux privés, du fait d'une signalétique mal pensée ou ignorant le consentement des acteurs.

Le but de la signalétique est de permettre au visiteur de s'approprier le territoire traversé, de le comprendre, de l'aimer. La manière dont est conçue la signalétique conditionne l'accueil du randonneur et du même coup l'image du territoire telle qu'elle sera véhiculée à l'extérieur. Elle conditionne également l'harmonie des relations sociales.

En effet, l'utilisation de l'espace est concurrentielle et d'autres utilisateurs (équestres, VTT, agriculteurs, forestiers, chasseurs) empruntent les mêmes chemins et évoluent sur le même territoire. Non seulement il convient d'œuvrer pour harmoniser la signalétique et veiller à ne pas en multiplier les formes, mais il faut n'omettre aucun acteur. On oublie trop souvent que pour l'exploitant agricole ou forestier, l'espace rural est un espace de travail. Dans certains départements, il est d'usage de prendre contact avec les agriculteurs pour connaître la largeur de leurs engins agricoles avant d'implanter la signalétique. Cette contrainte prise en compte, il y a moins de panneaux arrachés. L'enjeu de la signalétique est plus important qu'il n'y paraît. Un diagnostic exhaustif permet de savoir si l'aménagement pour la pratique de la randonnée est de nature à contribuer au développement touristique, donc économique du territoire. ■

VALÉRIE LECURIEUX
FÉDÉRATION FRANÇAISE DE RANDONNÉES PÉDESTRES
vlecurieux@ffrp.asso.fr

Lexique

...la fin

INTERPRÉTATION
Démarche de communication visant à interpeller le visiteur afin de l'intéresser à une lecture active et imaginative du paysage, du patrimoine ou de l'environnement (ce sujet donnera lieu à un dossier dans un prochain numéro d'Espaces naturels).

PANNEAU DE SITUATION
Panneau situé sur un lieu et le nommant. Souvent accompagné de son altitude : ex. : Col de...

BORNE DE RAPPEL
Poteau, pierre, plaque rappelant par un pictogramme une direction, un aspect de réglementation.

PICTOGRAMME
Représentation symbolique d'un service, d'une interdiction...

© FFRP



LES ERREURS À NE PLUS COMMETTRE

>>> En savoir plus

► La pratique de la randonnée pédestre en séjour touristique en France
étude de clientèle
Béatrice Guilbert -
Cabinet Taylor Nelson-Sofres

► Enquête menée par l'Agence française d'ingénierie touristique.
Disponible auprès de l'Afit
Tél. : 01 44 37 36 73
www.afil-tourisme.fr



AU PRÉALABLE, 60 BALISEURS ONT ÉTÉ FORMÉS.

Dans le Gard, on ne s'égare

Du sentier de pays au chemin de grande randonnée, le département du Gard applique la même méthode : charte signalétique commune et partenariat avec les acteurs. Une démarche qui donne toute sa cohérence à un réseau de chemins et d'espaces naturels.

Le département du Gard gère 3 500 km de sentiers. Leurs itinéraires sont inscrits au plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée et leur entretien est assuré en lien avec les fédérations de randonnée. Ce fonctionnement qui résulte de la signature d'un protocole entre le Conseil général et le Comité départemental de la randonnée pédestre du Gard a donné lieu à la formation de plus de soixante baliseurs officiels. Coordonné par un permanent, qui fait remonter les besoins d'intervention au service environnement du département, ce réseau garantit l'entretien d'un balisage de qualité, conforme à la charte nationale du balisage. Par ailleurs, le Conseil général favorise l'offre interdépartementale d'itinéraires et sites d'activités de pleine nature. Ainsi, les communautés de communes souhaitant réaliser des itinéraires qualifiés « d'initiative locale » peuvent bénéficier d'un appui technique et financier. Elles doivent alors respecter la charte signalétique élaborée, sur commande du Conseil général, par un bureau d'étude spécialisé. Des conventions répartissent les rôles respectifs du Conseil général, du Comité départemental de la randonnée pédestre et de la Communauté de communes. Ainsi, le mobilier signalétique apposé sur les sentiers, départementaux ou d'initiative locale, est placé sous responsabilité de la Communauté de communes, laquelle équipe son territoire, tandis que la promotion des itinéraires est réalisée avec le soutien financier du Comité départemental du tourisme. Celui-ci co-diffuse également, avec la communauté de communes ou le pays d'accueil touristique concerné, les topo-guides ou carto-guides. Si l'expérience est réussie c'est qu'elle réunit les acteurs publics, garants de la gestion des équipements publics, et les opérateurs associatifs, garants de l'animation et de la promotion des équipements et facteurs de développement local des territoires. Pour optimiser la qualité de gestion des équipements, le rôle et le niveau d'intervention de chaque acteur doivent être très clairement définis. ■

FREDERIC DELHOUME
CONSEIL GÉNÉRAL DU GARD

>>> Mèl.: delhoume_f@cg30.fr

Multiplicité de matériaux, de résistances, de prix...

Comment s'équiper, avec quels avantages ?

Roland Jaffuel fait l'inventaire.

>>> La mise en œuvre

Les matériaux



INSTALLATION À CELSE NIÈRES (VALLOUISE), PN DES ÉCRINS. LE CHOIX DE L'IMPLANTATION ET LE TRAITEMENT DU SOL FAVORISENT UN AMÉNAGEMENT INTÉGRÉ ET RÉVERSIBLE.

© PN des Écrins

L'UTILISATION DU BOIS POSE QUELQUES PROBLÈMES



© PN des Cévennes

te de méthylène (PMMA) - le polystyrène (non expansé) - le polypropylène alvéolaire - le stratifié - la lave émaillée - les composites (aluminium + bakélite, etc...) - la pierre - le béton... Pour effectuer un choix il faut distinguer le matériel utilisé pour le mobilier support et pour le visuel lui-même.

► **LE MOBILIER SUPPORT** (piétements, poteaux, tables à plan incliné, massif en pierre, en béton...) doit présenter des caractéristiques de résistance au vent et, en fonction de son implantation, de résistance au vandalisme, mais aussi se faire le plus discret possible et avoir une bonne tenue dans le temps.

Si la longévité de la pierre, du béton et des métaux est avérée, le bois n'est pas sans poser quelques problèmes parfois mal évalués (déformation, fentes, vrillage, changement d'aspect par manque d'entretien...). Pour cette raison, on utilise préférentiellement du bois traité en autoclave avec des produits fongicides qui permettent de garder un aspect gris-vert constant pendant une bonne dizaine d'années.

Pour ce type de traitement, dit classe IV, la réglementation va interdire, à partir de juin 2004, l'usage du chrome et de l'arsenic qui faisaient partie de la composition du CCA (chrome, cuivre, arsenic).

Les nouveaux produits de traitement autorisés à partir de juin 2004 sont déjà disponibles sur ce marché, exemple: Tanalith E (acide borique, hydroxide carbonate de cuivre, tebuconazole) - Wolmanit CX 10 (acide borique, carbonate de cuivre, bis cyclohexyldiazaniumdioxy). Au-delà de ses qualités techniques, le choix des matériaux supports doit tenir compte des caractéristiques paysagères du site d'implantation (minéral, forestier, peu ou pas artificialisé...).

► **POUR LE VISUEL.** Le panneau de la surface de marquage (texte et dessin) doit surtout résister à l'agression des rayons ultra-violets, à l'abrasion volontaire (rayures) ou naturelle (poussière, sable) et pouvoir être nettoyé sans altérer les couleurs en cas de tags. Il doit présenter un faible coefficient de déformation pour résister aux changements de température parfois extrêmes qui provoquent dilatations et retraites faisant vieillir la structure même du matériau ainsi que les encres, pigments et autres lettrages adhésifs.

Faites votre choix

► **LA LAVE ÉMAILLÉE** a fait ses preuves de longévité depuis près de deux siècles. C'est un matériau haut de gamme, assez cher (de 1 000 à 1 500 euros le m²) et lourd qui nécessite une mise en œuvre soignée et n'est pas autoporteur. Les plaques de lave émaillée, assez cassantes, doivent être solidarisées sur toute leur surface à un support stable. Pas de contrainte pour les quantités commandées.

► **LE STRATIFIÉ** à usage extérieur est composé d'autant de couches de papier kraft enduites de résine phénolique qu'il faut d'épaisseur au produit fini (10 à 20 mm en principaux usages). La dernière couche de papier qui reste visible est imprimée soit en sérigraphie, soit avec des systèmes à jet d'encre dont le secret est jalousement gardé par les fabricants. La principale difficulté réside en effet dans la fixation des pigments pour une bonne résistance aux UV. L'ensemble est mis sous presse à haute température, ce qui donne un matériau compact, dense, présentant un aspect sobre et élégant. Ce matériau autoporteur n'a finalement besoin que d'un support d'ancrage au sol ou peut être fixé facilement sur

des murs. Peu sensible aux variations de température, il n'aime pas les ambiances trop humides à caractère tropical (moississures, dilatation).

Le manque de recul ne permet pas encore de valider sans faille une garantie décennale des couleurs en impression jet d'encre, mais ce matériau présente des caractéristiques qui le désignent comme un matériau d'avenir.

Il faut noter un certain manque de souplesse dans les quantités de commande. Les plaques pressées faisant 2 à 3 m, il faut souvent regrouper les commandes pour remplir une plaque. Le prix au m² varie entre 350 et 700 euros.

Encore peu de fabricants de ce matériau pour usage en extérieur :

- Print France à Chambéry (Savoie) commercialise le Material Exterior Grade (MEG) produit par Abet laminati en Italie;
- La Dauphinoise d'application des plastiques à Saint-Martin-le-Vinoux en Isère;
- Formica France à Quillan dans l'Aude produit maintenant un stratifié d'extérieur après s'être longtemps cantonné dans les usages en intérieur (plaquages de meubles de cuisine et panneaux de wagons SNCF, RATP...).

Le marché de la signalétique en espaces naturels est en expansion, on devrait observer une évolution du nombre de fournisseurs de stratifié.

Autres matériaux

► **LES POLYMÉTACRYLATES DE MÉTHYLÈNE** (PMMA) plus connus sous leur nom de marque (altuglas, plexiglas...), matériaux transparents qui reçoivent alors des films en vinyle adhésifs ou de la sérigraphie. Leurs caractéristiques physiques et leur aspect sont de bonne qualité. En panneaux de grande surface (1 m² ou plus) et compte tenu du prix, on préférera limiter leur épaisseur à 8 ou 10 mm et les monter sur un support autoporteur (bois, par exemple), car leur prix augmente sensiblement avec l'épaisseur. Il faut compter de 150 à 350 euros le m².

La tenue des marquages dépend plus de la qualité des films en vinyle et des encres de sérigraphie ou d'impression à jet d'encre. Elle peut souvent être garantie pour trois à cinq ans, rarement plus.

► **LES POLYCARBONATES**, transparents aussi et incassables, présentent des caractéristiques assez semblables, mais avec une moindre résistance aux rayures pour un coût comparable.

► **L'ALUMINIUM** en plaques de faible épaisseur (1 à 2 mm) peut recevoir des marquages en couleur du plus bel effet, mais n'étant pas autoporteur, il faut prévoir un support et la couleur de fond reste celle de l'aluminium!

► **LES POLYCHLORURES DE VINYLE** (PVC) expansés très utilisés en intérieur en panneaux d'exposition et d'information ne sont pas vraiment recommandables en extérieur en terme de durabilité.

Le marquage provisoire a aussi ses matériaux.

La durée de vie d'un panneau peut aussi être limitée volontairement, elle devient alors un critère de choix qui va orienter vers des matériaux moins chers. Le contreplaqué « marine » laqué sur lequel on peut peindre, coller du vinyle adhésif... et le PVC expansé de faible épaisseur (3 mm) qui reviennent à moins de 30 euros le m².

Le polypropylène alvéolaire de 5 mm, structuré comme un carton d'emballage, est souvent utilisé pour des balisages provisoires d'une journée, d'une semaine. Très léger, il peut aussi bien être marqué avec un feutre que des lettres en vinyle adhésif pour un coût de moins de 15 euros le m². ■

ROLAND JAFFUEL - PARC NATIONAL DES CÉVENNES

sur le net

www.signaletique.espaces-naturels.fr
Site réalisé par Pascal Schoemecker - Emmanuel Coudel pour le compte de la FFRP et l'Aten. (1999)



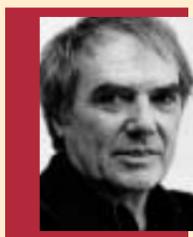
© PN des Cévennes



LA PRINCIPALE DIFFICULTÉ LIÉE À L'UTILISATION DU STRATIFIÉ : LA RÉSISTANCE AUX UV.

>>> Atelier de création graphique

“ Les dimensions symbolique et fonctionnelle sont garantes de la pérennité de la création ”



Pierre Bernard est l'un des créateurs de la charte graphique des Parcs nationaux. Il est consultant au sein de l'Atelier de création graphique.

► Vous avez longuement travaillé avec les Parcs nationaux pour définir leur identité visuelle : logotype, signalétique, charte graphique... Mais pourquoi vous ? Avez-vous proposé quelque chose de déterminant, propre à une démarche de ce type ?

En 1989, les Parcs voulaient modifier leur image, aussi ont-ils ouvert un concours. Nous aurions pu, comme d'autres agences, faire des propositions graphiques et répondre par des réalisations concrètes. Nous n'avons rien fait de cela. Pas de préconisation, pas de proposition... D'ailleurs, comment aurions-nous fait sans connaître très profondément les Parcs, leur histoire, leur identité, leurs attentes, leurs besoins ? Non. Nous avons choisi de faire une analyse critique de l'existant et d'expliquer ce qu'il nous semblait important de construire. Notre travail a consisté à définir « le fil rouge », celui qui devait guider toute la démarche de construction d'une image.

Je me souviens avoir présenté « La Dame à la licorne », et avoir expliqué que les Parcs foisonnaient de la même richesse : richesse écologique, géographique... richesses de la faune, de la flore, des minéraux. Nous ne savions pas ce que nous allions produire mais nous savions que nous devions atteindre ce but. Il fallait trouver une image qui ait autant de qualités que celle-là : ambitieuse et riche, à l'instar de la démarche des Parcs.

Mais nous n'avons rien inventé. Inconsciemment, tout était déjà dans le discours du client.

Nous avons simplement révélé un élément fondamental de la stratégie des parcs. Ensuite, nous avons affiné la découverte, nous nous sommes mis à l'écoute de notre client afin de parfaire sa connaissance. Il faut, lorsqu'on travaille sur une identité, avoir du désir pour cette identité.

► Dans quel contexte a été formulée la demande ?

À cette époque, les Parcs nationaux

possédaient un matériel de communication, disons, « assez bricolé ». Chacun des sept Parcs avait son autonomie d'expression et nous étions face à des aventures individuelles qui chacune s'ancrait dans son territoire : la montagne, la mer. Il n'y avait aucune synergie concrète, même si certains concepts étaient partagés. Les Parcs ressentaient donc la nécessité de relier toutes ces expressions et de construire un outil unificateur. Il fallait cependant, que chaque Parc garde sa singularité, son originalité. Telle était la problématique exprimée dans le cahier des charges.

Cela nous conduit, immédiatement, à rejeter la construction d'une identité logotypique pour chaque Parc. Nous avons insisté sur la nécessité d'inventer un label national. Une image symbolique majeure attestant de la qualité « Parc national » sur le mode le plus universel possible : un emblème. Et ce fut la proposition de la spirale. Ensuite, c'est en articulant cet emblème avec le nom propre des territoires que nous avons construit des logotypes différenciés.

► Comme fait-on pour s'inscrire dans le long terme ? Y a-t-il des clés pour que les choix graphiques effectués soient pérennes ?

Il y a, tout d'abord, la prise en compte de la finalité du projet. Ici, l'entreprise humaine se situe au-delà du profit, du commerce... Nous sommes dans une autre problématique, plus profonde, plus constitutive, plus philosophique... Nous sommes plus proches ce qui unit tous les individus : la naissance, la mort... Avec l'histoire pour référent et le futur devant nous.

S'il est important de resituer le contexte c'est qu'il va nous permettre de choisir les « bons » codes graphiques. C'est ainsi que la spirale s'est imposée comme forme générale de l'évolution. Elle-même, constituée par une accumulation improbable et mystérieuse du monde animal et végétal, en agrégat d'ombres chinoises.

► La représentation symbolique est donc garante de la pérennité de la création...

C'est une dimension. Très importante. Mais il



© ACG

À LA DIMENSION SYMBOLIQUE IL FAUT AJOUTER UNE DIMENSION FONCTIONNELLE SANS LAQUELLE AUCUN OUTIL DE COMMUNICATION NE PEUT PERDURER. IL FAUT QUE CELA SOIT PRATIQUE, FACILE, ÉVIDENT.

ne faut pas omettre l'approche fonctionnelle. Les éléments et outils de communication que vous produisez doivent installer la dimension symbolique dans une espèce de facilité, de confort. Les courriers doivent être bien écrits, clairs. Les panneaux de signalétique doivent être lisibles, harmonieux... Leur décodage doit se faire sans effort, avec évidence. Tout doit être fonctionnel et correspondre à des réalités pratiques.

► Concrètement...

Prenons l'exemple de la signalétique de terrain, c'est concret, réel... Depuis qu'ils existent, les Parcs ont besoin de marquer leur territoire pour aider les marcheurs à les découvrir. La question se pose alors : comment ce marquage s'intègre-t-il à la symbolique d'une signalétique ? Contrairement aux entreprises privées qui ont tendance à marteler leur logo pour le montrer, pour être présentes, pour exister, le choix des Parcs a été radicalement différent. Certes, lorsque les Parcs s'expriment hors territoire, ils doivent affirmer leur personnalité symbolique car les gens doivent les identifier. Cependant, une fois dans les Parcs, il n'est plus utile de marteler le logo. Le besoin impose d'être le plus « neutre » possible et la signalétique est essentiellement une aide fonctionnelle à la découverte du territoire, il y a même disparition de la représentation symbolique. Pas d'emblème sur les poteaux de signalétique. Pas d'appartenance.

Dans la nature, on ne met que des systèmes de repérages nécessaires : des pictogrammes pour indiquer les règlements, des distances pour aider le randonneur ou des temps pour aider les marcheurs, également des noms pour se repérer. Ici, c'est la cohérence de présentation de ces renseignements qui attestera du sérieux de la démarche et renforcera son impact symbolique.

► Pour écrire, il faut des lettres. La typographie a-t-elle la même fonction symbolique et fonctionnelle ?

Les lettres ont toutes été créées à une époque donnée. Les linéales par exemple, sont nées avec l'industrie. Ainsi, la forme des polices de caractère induit des connotations, des colorations culturelles différentes. On doit en tenir compte. Mais, c'est davantage la dimension fonctionnelle qui importe. Les caractères à empiètement par exemple sont plus adaptés à la lecture. Plus confortables. Pour la signalétique des Parcs, les nécessités techniques ont été très structurantes. Nous avions trouvé, un matériau assez dur, résistant au froid, et il nous fallait une lettre qui corresponde, bien sûr, à l'esprit des Parcs mais, surtout, une lettre qui puisse se graver, avec la meilleure lisibilité possible. Nous avons choisi le Mol : une lettre tout en rondeur dont la gravure, dans un matériau dur, n'altère pas la forme des lettres. Il y a une harmonie entre la technique de gravure et la forme. Et puis, cette lettre moderne a une espèce de tranquillité de lettre écolière. Simple. Par contre, pour « parler », nous avons choisi l'emploi du Sabon. C'est une typographie humaniste, qui rend la lecture confortable. Elle assure également un certain classicisme qui lui confère une valeur d'autorité.

► Les matériaux et couleurs peuvent être fortement marqués par l'effet de mode... Comment durer ?

Toute création comporte une dimension subjective, il est difficile d'en faire totalement abstraction. Ainsi, le fond des panneaux devait être d'un jaune franc. Cela a été difficile à faire admettre. Certains classaient les couleurs en deux : d'un côté les couleurs douces et naturelles, de l'autre les couleurs violentes et industrielles parmi lesquelles ils rangeaient ce jaune. Nous avons dû faire la démonstration que dans la nature, le jaune était une couleur d'appel et

que du même coup, cette couleur, très visible, pouvait figurer en toutes petites touches : pas besoin de grands panneaux pour être visible. C'est d'ailleurs cet argument qui a emporté l'adhésion.

Mais quelquefois la dimension subjective est plus importante. Nous souhaitons que la signalétique soit positionnée sur des poteaux en bois, les plus rustiques possible, les plus invisibles possible. Certains ont perçu ce mélange des matériaux comme de « mauvais goût ». L'option n'a pas été retenue.

► Comment votre travail a-t-il été relayé au niveau du terrain. Comment les personnels, notamment, se sont-ils appropriés les graphismes proposés ?

Les Parcs nationaux sont des institutions relativement ordonnées. Il y a un certain respect de la règle, les personnes se sont donc relativement vite approprié le résultat. D'autant que les normes répondent à une réalité fonctionnelle. Aujourd'hui, il est plus aisé d'appliquer la charte que d'y déroger en trouvant d'autres solutions. Il faut dire que nous avons travaillé, au côté à côté, avec un garde moniteur qui était très au courant des contraintes imposées par le terrain. La règle n'a donc pas été parachutée ; elle tient compte des besoins fonctionnels.

► Une charte graphique est faite pour évoluer. Peut-on faire des déclinaisons d'édition par exemple, sans défaire l'unité que vous avez construite ?

Les documents d'édition ne peuvent pas en rester au niveau de l'exploitation symbolique de la spirale. La spirale est faite pour durer, mais elle doit être alimentée par des productions qui expriment la vitalité des Parcs avec qualité. C'est cela qui fait vivre une norme. On reconnaît une norme quand elle est productrice de nouveautés variées, intéressantes et belles. Aujourd'hui les éditions restent un peu dans le flou. Il y a, bien sûr, des éléments structurants tels la typographie, le logotype, les couleurs. Mais ce n'est pas suffisant pour atteindre l'excellence d'un document.

J'ai le sentiment que le chantier n'est pas achevé, le travail éditorial est encore ouvert. Le grand exemple pour moi, ce sont les Parcs américains. Ils ont un service d'éditions centralisé extraordinaire ; des publications magnifiques. Mais ils se donnent, aussi, beaucoup de moyens. ■

RECUEILLI PAR MOUNE POLI

>>> Pierre Bernard, Atelier de création graphique, 200 rue du Faubourg-Saint-Martin, 75010 Paris
Tél. : 01 40 38 66 86
Mél : pierre.bernard@acgparis.com



© ACG

Gestionnaire et prestataire Faire un bout de chemin ensemble

Confronté à un foisonnement d'initiatives dans le domaine de la signalétique, le Parc naturel régional du Vercors souhaitait harmoniser les panneaux apposés sur son territoire. Pour orchestrer l'information offerte aux visiteurs et améliorer l'organisation de la fréquentation, il décide de faire appel à un conseil extérieur: «Architecture et Territoire». Le travail en commun a vu le jour en 1992, il s'est poursuivi avec une quasi-continuité jusqu'à 1998. Le bilan de cette coopération est fortement positif.

En effet, la mise en œuvre d'un plan signalétique réclame des moyens et compétences difficilement mobilisables en interne. Or, «Architecture et Territoire» a pu suppléer à cette absence d'aptitudes. Par ailleurs, la coopération a permis d'avancer plus vite dans la mesure où des savoirs complémentaires ont été mis en commun. Cette coopération a également permis un regard extérieur, le Parc ayant bénéficié d'une expérience acquise sur d'autres territoires.

- Autre point positif, un transfert de compétences s'est opéré vers l'équipe du Parc. Née de l'appropriation des concepts et méthodes, une culture commune à l'équipe du Parc s'est concrétisée au fur et à mesure du cheminement. Elle a été déterminante car, sans elle, il eût été difficile d'animer, par la suite, l'ensemble de la démarche.

- Par ailleurs, le prestataire, lui-même, a pu peaufiner ses acquis. Ayant pu réfléchir aux méthodes et outils spécifiques à l'organisation des déplacements en espaces naturels, il a fait bénéficier d'autres espaces naturels de ses compétences enrichies. Aujourd'hui, les deux autres départements sur lesquels est situé le PNR Vercors ont

>>> Parc naturel régional du Vercors

repris le même principe de signalétique, permettant une harmonisation pertinente pour l'utilisateur.

Et dans les faits, cela donne quoi ?

À partir de l'expérience croisée des deux protagonistes, la méthode suivie fut la suivante:

- **Définir les grands principes** auxquels doit répondre la mise en place du mobilier. Ici cinq principes ont été retenus. La signalétique devait: 1) être performante pour les différents types d'information; 2) faciliter au maximum la gestion; 3) être simple, d'une lecture efficace, intégrée dans l'environnement et utilisant la toponymie locale; 4) faciliter les déplacements tout en donnant aux utilisateurs liberté et autonomie; 5) répondre à des exigences de forme sans omettre les contenus mais également les méthodes de mise en œuvre.

© PNR du Vercors



- **Appliquer ces principes**, en les respectant sur chaque type d'information à traiter. Ainsi, par exemple, pour la signalétique de promenade et de randonnée, les panneaux directionnels, les panneaux d'accueil ou ceux d'information au départ du réseau utilisent la toponymie locale comme système de repérage et d'orientation.

- **Rechercher l'adhésion des acteurs locaux** qui avaient, par le passé, réalisé des actions dans le domaine concerné. Ainsi les élus locaux, les offices de tourisme, les associations de promenade et de randonnées, les accompagnateurs, l'ONF ont été associés. Des comités d'usagers ont été organisés à l'échelon de chaque commune. Il faut souligner que ce consensus a permis d'améliorer l'appropriation de la signalétique et une minoration importante du nombre de panneaux détruits. Ce travail, lourd (au moins trois réunions par commune), apparaît indispensable.

- **Tester la signalétique**, à la fois pour permettre aux usagers de se l'approprier et pour l'améliorer. Concrètement, une commune fut totalement équipée avec le système retenu. Sur le terrain, des gardes ont alors mené



© PN des Cévennes



^ ANCIENNE ET NOUVELLE SIGNALISATION
^ SIGNALANT L'ENTRÉE DU PARC.

SON TRAVAIL ACCOMPLI AVEC LE VERCORS, LE PRESTATAIRE «ARCHITECTURE ET TERRITOIRE» A TRANSFÉRÉ SES COMPÉTENCES VERS D'AUTRES ESPACES NATURELS.

<<< SIGNALÉTIQUE DIRECTIONNELLE
«PROMENADE ET RANDONNÉE DU PARC NATUREL RÉGIONAL DU VERCORS.

>>> Mathieu Rocheblave, Parc naturel régional du Vercors, 255 chemin des Fusillés 38250 Lans-en-Vercors
Tél.: 04 76 94 38 26, Fax: 04 76 94 38 39
Mél: mathieu.rocheblave@pnr-vercors.fr

>>> Pascal Gobel, Architecture et Territoire 116 cours Berriat, 38000 Grenoble
Tél.: 04 76 70 59 90, Fax: 04 76 70 96 66
Mél: pgobel@architecture-territoire.com

Fiche de poste Recruter un chargé de signalétique



Philippe Braive est chargé de la signalétique au Conservatoire du littoral à Rochefort. Nous l'avons interrogé: si vous deviez recruter un chargé de mission «signalétique» comment définiriez-vous son poste et sur la base de quelles compétences le recruteriez-vous ?

DÉFINITION DU POSTE À POURVOIR

■ Fonction du poste dans l'organisation

▶ La fonction du chargé de mission vise à la réalisation des projets de la structure, à savoir: doter chaque site du Conservatoire d'une signalétique appropriée; améliorer la rapidité de réponse aux besoins en raccourcissant les délais de réalisation et en gérant un stock de produits standards; améliorer la qualité du service rendu (qualité technique des matériaux, amélioration de la chaîne graphique) sans alourdir le coût final.

▶ Le chargé de mission de la signalétique est placé sous l'autorité hiérarchique du chef du service d'appui à l'aménagement et à la gestion/département de l'action foncière et de l'appui aux délégations.

■ Missions

▶ Contribuer, en concertation avec la direction et les délégations de rivages, à définir et faire évoluer la politique en matière de signalétique.
▶ Mettre en œuvre cette politique (application de la charte signalétique et adaptation, rédaction du cahier des charges des appels d'offres, traitement et suivi des commandes, mise en place d'un système de gestion - entretien et remplacement).

▶ Conseiller et assister les délégations de rivages pour la rédaction des plans signalétiques et la conception de nouveaux panneaux. Il amène particulièrement des compétences en matière de savoir-faire en signalétique (signes et messages, codes et langage, impression et matériaux) et en matière d'outils graphiques, PAO.

▶ Ses interlocuteurs principaux sont: en interne, la direction, les délégations de rivages; en externe, les organismes gestionnaires des sites, les fournisseurs.

■ Responsabilité et autonomie

Le chargé de mission dispose d'une grande autonomie d'organisation en liaison avec les chargés de mission, notamment pour les déplacements et la fréquence des commandes.

■ Contraintes du poste

Déplacements (en moyenne, deux déplacements par an et par délégations).

COMPÉTENCES REQUISES

■ Savoirs

▶ Culture de base des espaces naturels et de leur fréquentation (loisirs et tourisme) ainsi que des autres usagers ou exploitants.
▶ Connaissances techniques des métiers de la signalétique et de l'infographie (ce point est plus important que le suivant).
▶ Connaissances techniques dans le domaine de la gestion de la nature.
▶ Connaissance des règles de base du graphisme, du design, de la typographie, couleurs, formes.
▶ Connaissance des schémas et règles de la communication.

■ Savoir-faire

▶ Repérage sur le terrain et cartographie.
▶ Connaissance de base des logiciels bureautiques (Word, Excel) et ceux de la chaîne graphique, (Pagemaker, Indesign, Xpress, Illustrator, Photoshop).
▶ Connaissance élémentaire des matériaux et des procédés d'impression, assemblage et pose.
▶ Connaissance élémentaire des systèmes d'information géographique.
▶ Capacité à rédiger des textes clairs et succints.

■ Savoir-être

▶ Capacité à dialoguer avec des interlocuteurs variés (prescripteurs, fournisseurs).
▶ Capacité d'écoute.
▶ Empathie: capacité à se mettre à la place de l'autre (les visiteurs).
▶ Adaptabilité.

■ Aptitudes

▶ Capacité de raisonnement.
▶ Aisance au repérage spatial et cartographique, sens de l'orientation.
▶ Capacité à travailler seul (ordinateur et terrain) et en équipe (réunion, terrain).
▶ Sensibilité aux harmonies graphiques.
▶ Rigueur (orthographe, méthodes...) et souplesse (adaptation aux différents besoins).
▶ Capacité d'analyse et de synthèse.
▶ Aptitude à la concentration rapide.

>>> Philippe Braive, chargé de mission, Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres
Tél.: 05 46 84 72 57, Fax: 05 46 84 72 79, Mél: p.braive@conservatoire-du-littoral.fr