

RLPi

Règlement Local de Publicité intercommunal

Rapport de présentation
Version pour approbation


Octobre
2023

SOMMAIRE

Diagnostic.....	3
Chapitre 1 : Préambule.....	4
I. Cadre et définitions	4
Chapitre 2 : Contexte territorial	11
I. Démographie.....	11
II. Paysage et patrimoine.....	12
III. Economie.....	14
IV. Réseau viaire	14
Chapitre 3 : Le cadre règlementaire de Laval Agglomération.....	16
I. Les périmètres environnementaux et urbains.....	16
Partie 2 : Diagnostic publicitaire du territoire.....	27
I. Méthodologie pour le recensement	27
II. Synthèse cartographique et statistique	27
III. Secteurs à enjeux.....	48
Orientations.....	56
Orientation n°1 : Préserver les paysages naturels et urbains	58
Orientation n°2 : Valoriser le paysage urbain des centralités.....	58
Orientation n°3 : Veiller à la qualité paysagère des zones résidentielles	60
Orientation n°4 : Accompagner la dynamique commerciale des zones d'activité	61
Orientation n°5 : Assurer la visibilité des acteurs économiques locaux, tout en préservant la qualité paysagère des principaux axes du territoire	62
Justification des choix.....	63
I. Justification des choix retenus en matière de zonage	64
II. Justification des choix retenus en matière de réglementation des publicités et pré-enseignes	69
III. Justification des choix retenus en matière de réglementation des enseignes	77

1

Diagnostic

Chapitre 1 : Préambule

I. Cadre et définitions

1. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013).

Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions de la Réglementation Nationale de Publicité (RNP). Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositifs et date d'installation	Opposabilité RNP
Publicité, pré-enseigne, enseigne installée après le 1 ^{er} juillet 2012	Immédiate
Publicité/Pré-enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012	1 ^{er} juillet 2018

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur un territoire. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il a en effet la possibilité d'encadrer les

dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager, en définissant des zones avec des prescriptions adaptées aux enjeux de chacune d'entre elles.



Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité intercommunal, celui-ci se substitue au régime général. Cependant, dans le silence du RLPi, la Règlementation Nationale continue de s'appliquer. C'est-à-dire que les règles non modifiées ou complétées par le document local continuent de s'appliquer de plein droit sur l'ensemble du territoire.



Mise en conformité des dispositifs avec la RNP (décret du 30/01/2012 applicable depuis le 01/07/2012) :



➤ Suppression des pré-enseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)

➤ **Mise en conformité des publicités et pré-enseignes installées avant le 01/07/2012**



➤ **Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012**

➤ Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

A partir de l'entrée en vigueur du RLPi, les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité de :

- ✓ 6 ans pour les enseignes
- ✓ 2 ans pour les publicités et pré-enseignes

2. Pourquoi réaliser un RLPi sur le territoire de Laval Agglomération ?

Un premier travail d'élaboration a donc été mené à partir de 2017 pour aboutir à **une approbation du RLPi le 16 décembre 2019.**

Ce dernier est venu remplacer les deux RLP sur le territoire de Laval Agglomération, celui de Nuillé-sur-Vicoin, approuvé en 2006 et celui de Laval en 2007, en vigueur jusqu'à l'approbation du RLPi.

Cependant, la délimitation de Laval Agglomération a été modifiée au cours de la procédure, les communes de l'ex Pays de Loiron ayant rejoint les 20 communes initiales de Laval Agglomération. L'élaboration du RLPi à l'échelle de la nouvelle agglomération a donc été prescrite le 28 septembre 2020.

3. Contenu du RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois pièces principales :

- un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

4. Les principales définitions



Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce.

! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes



Enseignes sur l'agglomération



Pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.

! Les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité



Pré-enseignes sur l'agglomération

Pré-enseigne dérogatoire : Certaines activités peuvent bénéficier de pré-enseignes dites « dérogatoires ». Il s'agit

- des entreprises locales de fabrication ou vente de produits du terroir
- des activités culturelles
- des Monuments Historiques ouverts à la visite
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20.

Seules les pré-enseignes dérogatoires sont autorisées hors agglomération.

L'arrêté du 23 mars 2015 fixe des règles d'implantation et de format pour les pré-enseignes dérogatoires.



Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Publicités sur l'agglomération



5. Précisions sur la définition et la réglementation de certains dispositifs



Affichage libre : le terme d’affichage libre désigne un mode d’expression par affiche utilisé pour l’affichage d’opinion et la publicité relative aux activités des associations à but non lucratif, sur des panneaux prévus à cet effet et mis en place par la collectivité.



Il est régi par les articles L.581-13, R.581-2 et R.581-3 du Code de l’Environnement. Toutes les communes françaises doivent disposer d’au moins :



- 4m² d’affichage libre pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4m² + 2m² par tranche de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12m² + 5m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.



Les emplacements réservés à l’affichage d’opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d’un kilomètre de l’un au moins d’entre eux.



Le tableau ci-dessous indique les formats applicables sur le territoire de Laval Agglomération

Commune	Surface minimale d’affichage libre	Commune	Surface minimale d’affichage libre
Ahuillé	4m ²	Loiron-Ruillé	6m ²
Argentré	6m ²	Louverné	8m ²
Beaulieu-sur-Oudon	4m ²	Louvigné	4m ²
Bonchamp-lès-Laval	10m ²	Montfleurs	4m ²
Bourgon	4m ²	Montigné-le-Brillant	4m ²
Châlons-du-Maine	4m ²	Montjean	4m ²
Changé	10m ²	Nuillé-sur-Vicoin	4m ²
Entrammes	6m ²	Olivet	4m ²
Forcé	4m ²	Parné-sur-Roc	4m ²
La Brûlatte	4m ²	Port-Brillet	4m ²
La Chapelle-Anthénaise	4m ²	Saint-Berthevin	10m ²
La Gravelle	4m ²	Saint-Cyr-le-Gravelais	4m ²
Launay-Villiers	4m ²	Saint-Germain-le-Fouilloux	4m ²
Le Bourgneuf-la-Forêt	4m ²	Saint-Jean-sur-Mayenne	4m ²
Le Genest-Saint-Isle	6m ²	Saint-Ouën-des-Toits	4m ²
L’Huisserie	8m ²	Saint-Pierre-la-Cour	6m ²
Laval	32m ²	Soulgé-sur-Ouette	4m ²

La détermination et l'aménagement de ces emplacements relève d'une compétence du Maire. Il n'appartient pas au RLPi de les définir, par contre, les rédacteurs du RLPi doivent veiller à ne pas mettre en cause les emplacements d'affichage libre déterminés par le Maire.



Les dispositifs mobiles installés sur le domaine public :



Les chevalets, kakemonos et oriflammes installés sur le domaine public sont définis comme étant des publicités posées au sol, sauf si elles sont implantées sur un espace concédé du domaine public (exemple terrasse de restaurant), auquel cas ils sont considérés comme des enseignes.



Pour rappel, les publicités et pré-enseignes scellées ou posées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



L'affichage immobilier :

Les panneaux « à vendre », « à louer » sont considérés comme étant des enseignes temporaires. Par contre les panneaux « vendu » ou « loué » constituent de la publicité et sont dans la plupart des cas, du fait de leur implantation, interdits par la Règlementation Nationale.



Enseigne temporaire immobilière – Publicité immobilière

Chapitre 2 : Contexte territorial



Le RLPi a été premièrement élaboré sur le périmètre de Laval Agglomération, tel qu’il était lors de la prescription de son élaboration le 13 novembre 2017, c’est-à-dire sur 20 communes. La deuxième prescription a permis d’élargir le périmètre aux communes de l’ex Pays de Loiron ayant rejoint Laval Agglomération au 1^{er} janvier 2019.



I. Démographie

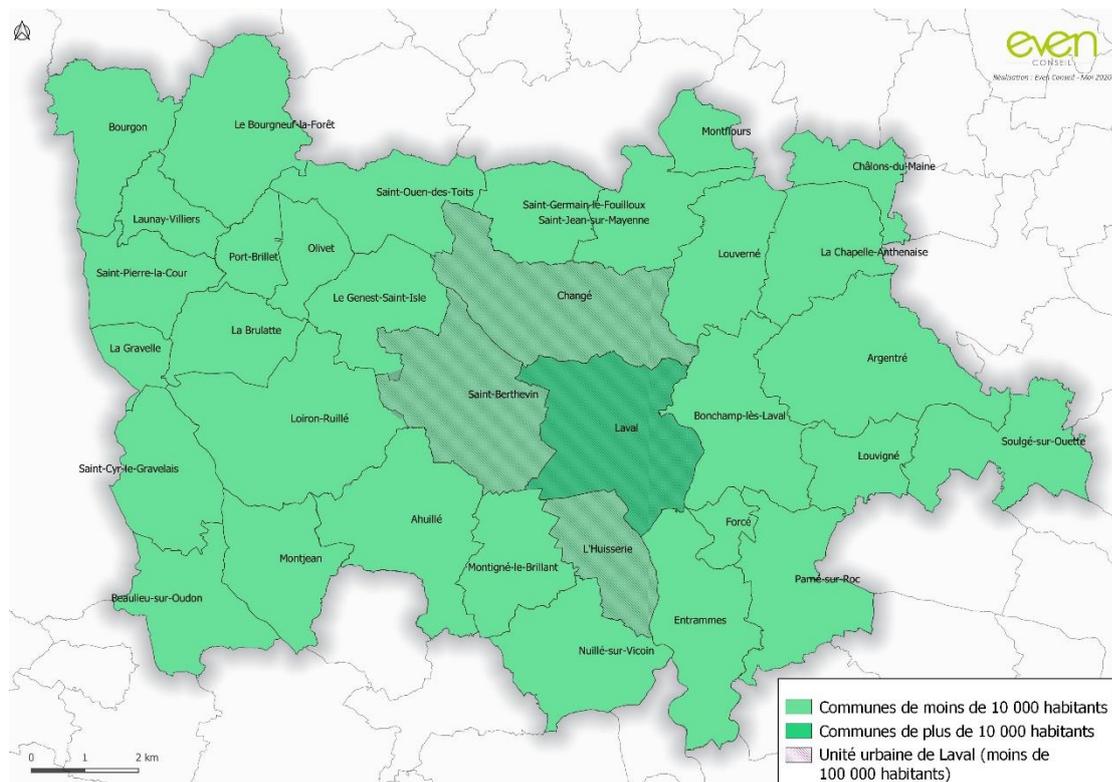


L’agglomération est composée de 34 communes. Seule Laval compte plus de 10 000 habitants (49 728 habitants – INSEE 2017). Autour de la commune centre se forme une unité urbaine comprenant 4 communes : Changé, L’Huisserie, Laval et Saint-Berthevin. Cette unité urbaine rassemblait en 2017 67 336 habitants, soit moins de 100 000 habitants.



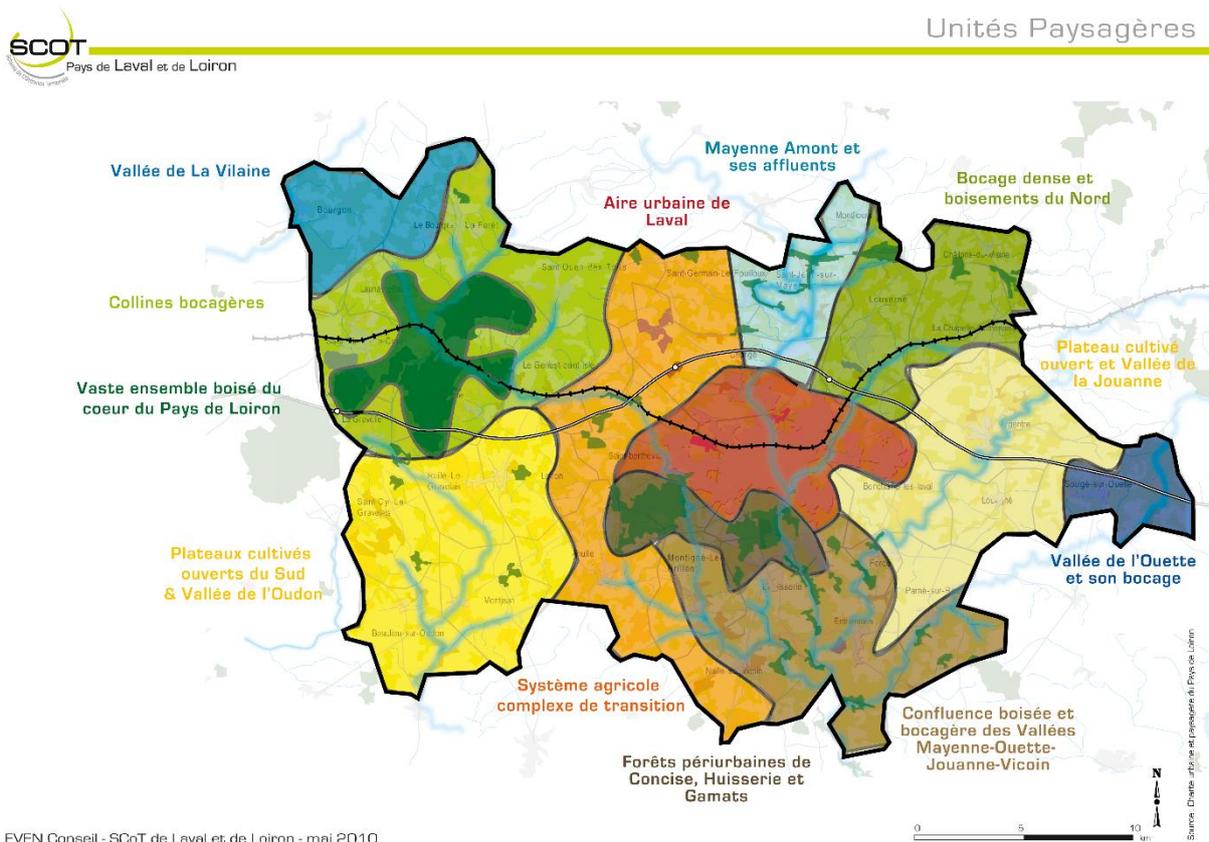
Le territoire est donc à considérer de façon hétérogène par rapport à la réglementation de la publicité extérieure. D’une part il y a la ville centre qui compte plus de 10 000 habitants et qui, par ce fait, est soumise à une réglementation moins stricte que les autres communes du territoire.

Définition INSEE : La notion d’unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d’habitants. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.



II. Paysage et patrimoine

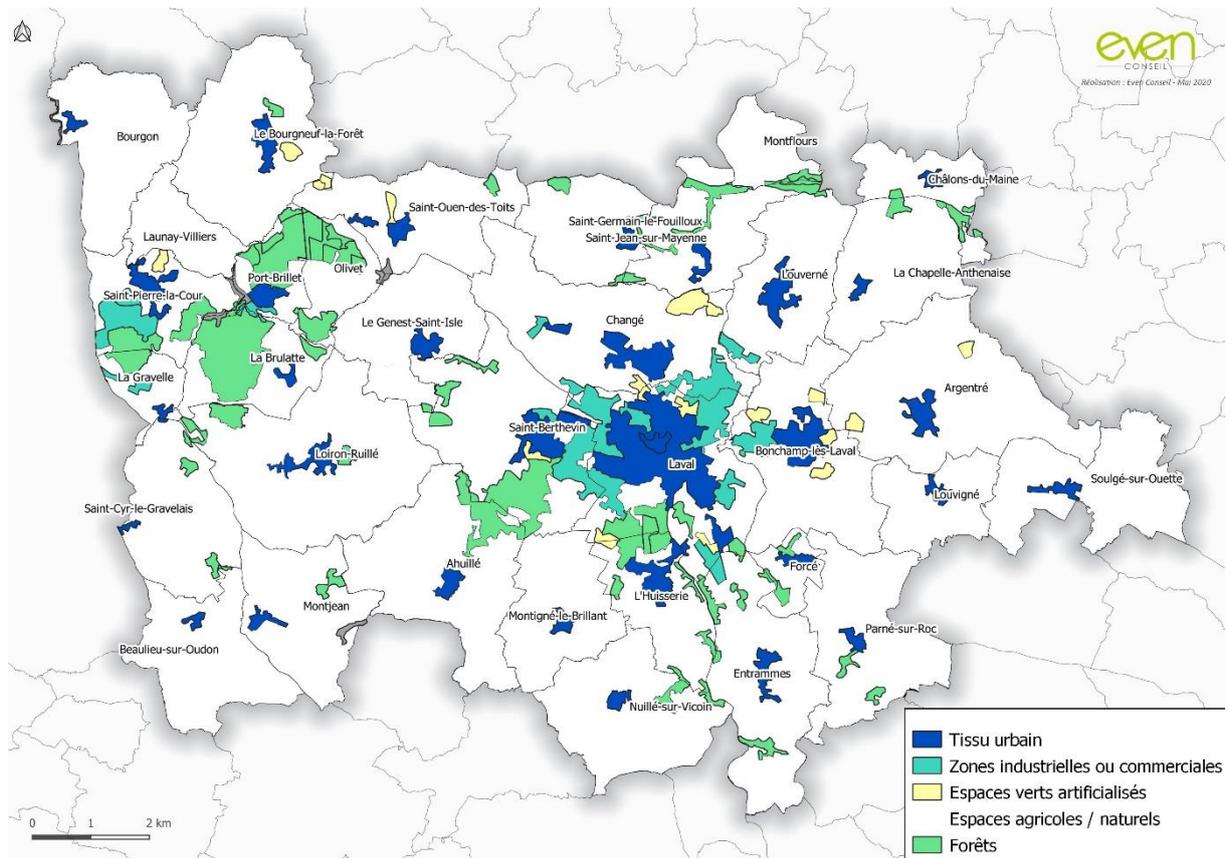
Le territoire de l'agglomération présente une diversité paysagère notable, liée au relief vallonné : son socle géologique ayant été creusé au fil des siècles par un réseau hydrographique dense. Ce relief est la base des paysages, il structure le territoire et les activités humaines en dictant l'occupation des sols. Le SCoT du Pays de Laval et de Loiron définit ainsi 11 unités paysagères sur le territoire intercommunal.



Carte des unités paysagères – source : EIE SCoT Pays de Laval et de Loiron

Du fait du caractère rural du territoire, le Grand Paysage constitué par ces différentes entités : boisement, bocage, plateaux agricoles est en partie protégé, de fait, de la pollution visuelle par un des principes fondamentaux de la Règlementation Nationale de Publicité : les publicités et pré-enseignes (*autres que pré-enseignes dérogatoires*) sont interdites hors agglomération.

Ce paysage rural est en effet particulièrement sensible à la pollution visuelle engendrée par les dispositifs d'affichage, y compris les enseignes, qui nécessitent d'être encadrées pour faciliter leur insertion paysagère.



Carte simplifiée de l'occupation du sol sur le territoire de l'agglomération

Le paysage de l'agglomération est complété par un patrimoine extraordinaire. Le territoire compte en effet de nombreux monuments historiques, il est protégé par divers périmètres et labels : périmètres délimités des abords, Laval « ville d'Art et d'Histoire », Parné-sur-Roc « petite cité de caractère », AVAP de Laval et ZPPAUP de Parné sur Roc, site classé de l'étang de Gouillas site classé de la vallée des étangs et 6 sites inscrits (ensemble urbain de Laval, site du Sault-Gaultier à Changé, Châtaigneraie du parc du château de Changé, domaine de la Fénardière à Saint-Berthevin, le petit Saint-Berthevin, la vallée des étangs à Launay-Villiers).



Certains de ces périmètres induisent une interdiction absolue de publicité (Sites classés, Monuments Historiques), d'autres une interdiction relative (périmètres délimités des abords, AVAP, ZPPAUP, sites inscrits). Aussi des documents tels que l'AVAP et la ZPPAUP donnent des indications quant aux implantations d'enseignes au sein de leur périmètre, que le RLPi pourra reprendre dans ses dispositions.

A ce patrimoine remarquable et protégé s'ajoute également du patrimoine plus commun, mais qui participe d'autant à l'identité visuelle du territoire. Maisons de bourg, maisons rurales, aussi bien que maisons de notables ou maisons bourgeoises viennent enrichir le patrimoine et le paysage de l'agglomération, que ce soit dans leur architecture générale ou dans leurs détails (modénatures, menuiseries, ferronneries, ...)

Ce patrimoine fragile doit être également préservé, du fait de son importance historique, culturelle et son lien fort avec l'identité paysagère du territoire.

III. Economie



L'agglomération dispose d'un tissu économique dynamique et varié, au sein duquel, on retrouve de grands groupes du secteur industriel, notamment sur l'ancienne Laval Agglomération : Valeo, Thales, Lactalis, Techni-industrie, mais aussi Lafarge à Saint-Pierre-la-Cour.... Et du secteur des services : Transport Breger, Seche environnement, Coriolis, Crédit Mutuel, ...



76 zones d'activités accueillent ces entreprises. Les principales zones se trouvent sur les communes de Laval et de sa périphérie proche : Saint-Berthevin, Changé, Bonchamps-lès-Laval. Côté ex Pays de Loiron, les principales zones d'activités sont installées sur la commune de La Gravelle (Ecoparc) et sur Le Genest-Saint-Isle qui compte 52,66 hectares dédiés à l'activité économique.

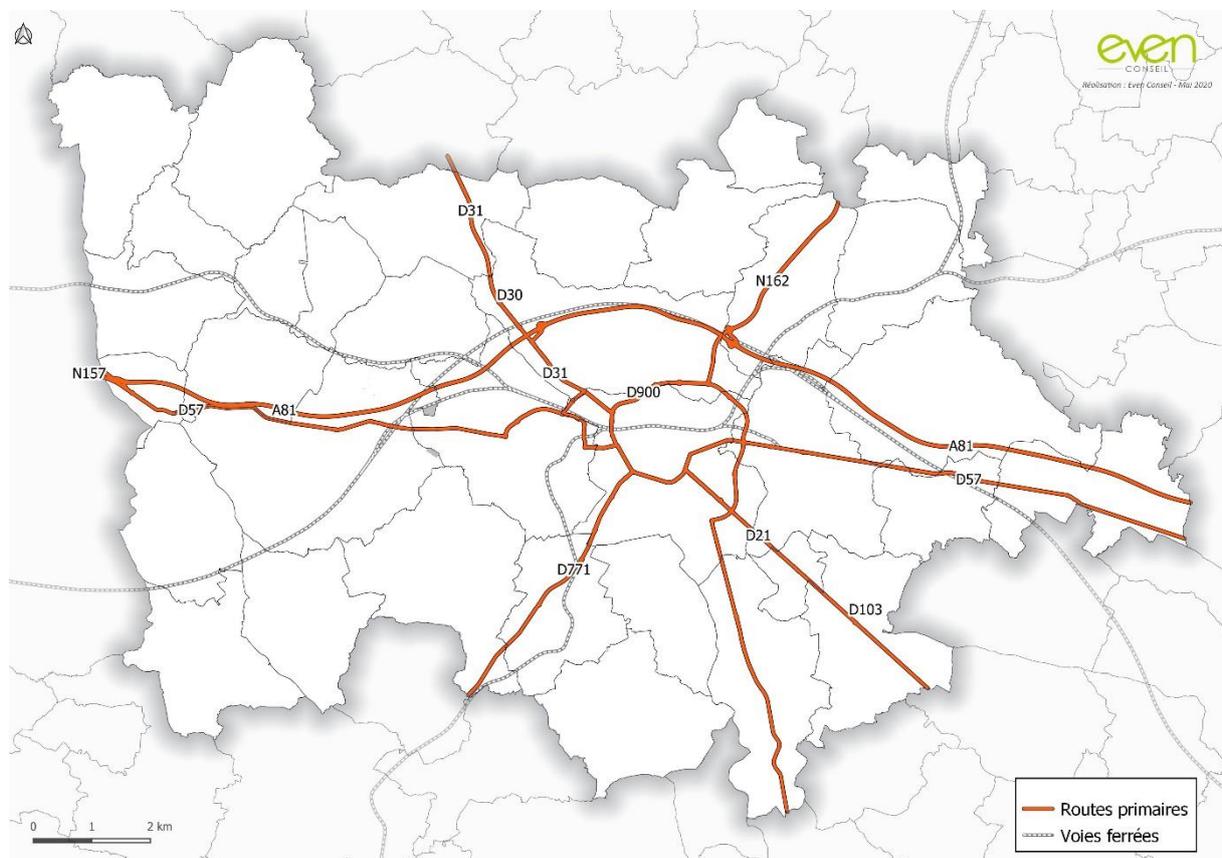


L'offre commerciale est majoritairement concentrée sur Laval et sa première couronne. Sur le reste du territoire, la plupart des communes sont dotées de quelques commerces de proximité, mais certaines en sont totalement dépourvues : La Brûlatte, Chalons-du-Maine, La Chapelle-Anthensaise, Launay-Villiers, Montflours et Saint-Cyr-le-Gravelais.



IV. Réseau viaire

Le territoire de Laval Agglomération est traversé par d'importantes infrastructures de transport : voie ferrée, LGV, autoroute A81 et réseau de départementales organisé en étoile autour de Laval (D57, D21, D771, D31), auxquels s'ajoutent la N162 de direction nord-sud et la rocade de Laval.



Ces axes structurants sont des vecteurs d'identité du territoire, mais ce sont aussi des espaces privilégiés pour l'expression publicitaire.

L'affichage publicitaire non maîtrisé constitue un facteur de dégradation de la qualité paysagère des axes de traversée du territoire. Hors agglomération, l'interdiction de la publicité et des pré-enseignes limite leur pollution visuelle, malgré quelques dispositifs illégaux.



Pré-enseignes non dérogatoires installées hors agglomération

C'est essentiellement en agglomération, au niveau des entrées de ville et des principaux carrefours qu'un véritable enjeu se dessine et ce principalement sur les pénétrantes du cœur d'agglomération.

Pénétrantes et entrées sur le cœur d'agglomération (en-haut), entrées de ville préservées sur les communes plus rurales.



La rocade présente différentes séquences paysagères. Certaines sont très végétales et isolées de l'agglomération, d'autres traversent des zones d'activités où se mêlent enseignes très expressives et publicités grand format. Une partie de la rocade passe à travers la ville, où elle se transforme alors en boulevard urbain, avec un contexte paysager encore différent.

Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Laval Agglomération



L'agglomération est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération.
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions s'appliquant à l'ensemble du territoire communal

Sur l'agglomération, seule la commune de Laval dépasse les 10 000 habitants (49 728 habitants – INSEE 2017). En résulte une hétérogénéité de la réglementation nationale sur le territoire, le seuil démographique n'étant atteint que par Laval.

L'unité urbaine de Laval, comprenant les communes de Changé, Saint-Berthevin, Laval et L'Huisserie, compte moins de 100 000 habitants. Par conséquent, l'analyse des dispositifs non conformes et l'ensemble de la réflexion autour du RLPi se sont basées sur la notion « d'agglomération de moins de 10 000 habitants » pour caractériser les communes du territoire et « agglomération de plus de 10 000 habitants » pour Laval.

I. Les périmètres environnementaux et urbains.

1. Le périmètre d'agglomération

1.1. Définition de la notion d'agglomération

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou le borde ».

Elle est à appréhender au sens géographique : dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, **le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération**, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

L'adoption d'un RLPi impose la détermination des limites d'agglomération. Parmi les annexes que doit comporter un RLPi, l'article R.581-78 du Code de l'Environnement exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées, ainsi que l'ensemble des arrêtés municipaux fixant la localisation des limites d'agglomération.

➤ *Un atlas des limites d'agglomération par commune est annexé au RLPi*

En dehors des périmètres agglomérés, l'implantation de publicités et pré-enseignes autres que dérogatoires est interdite.

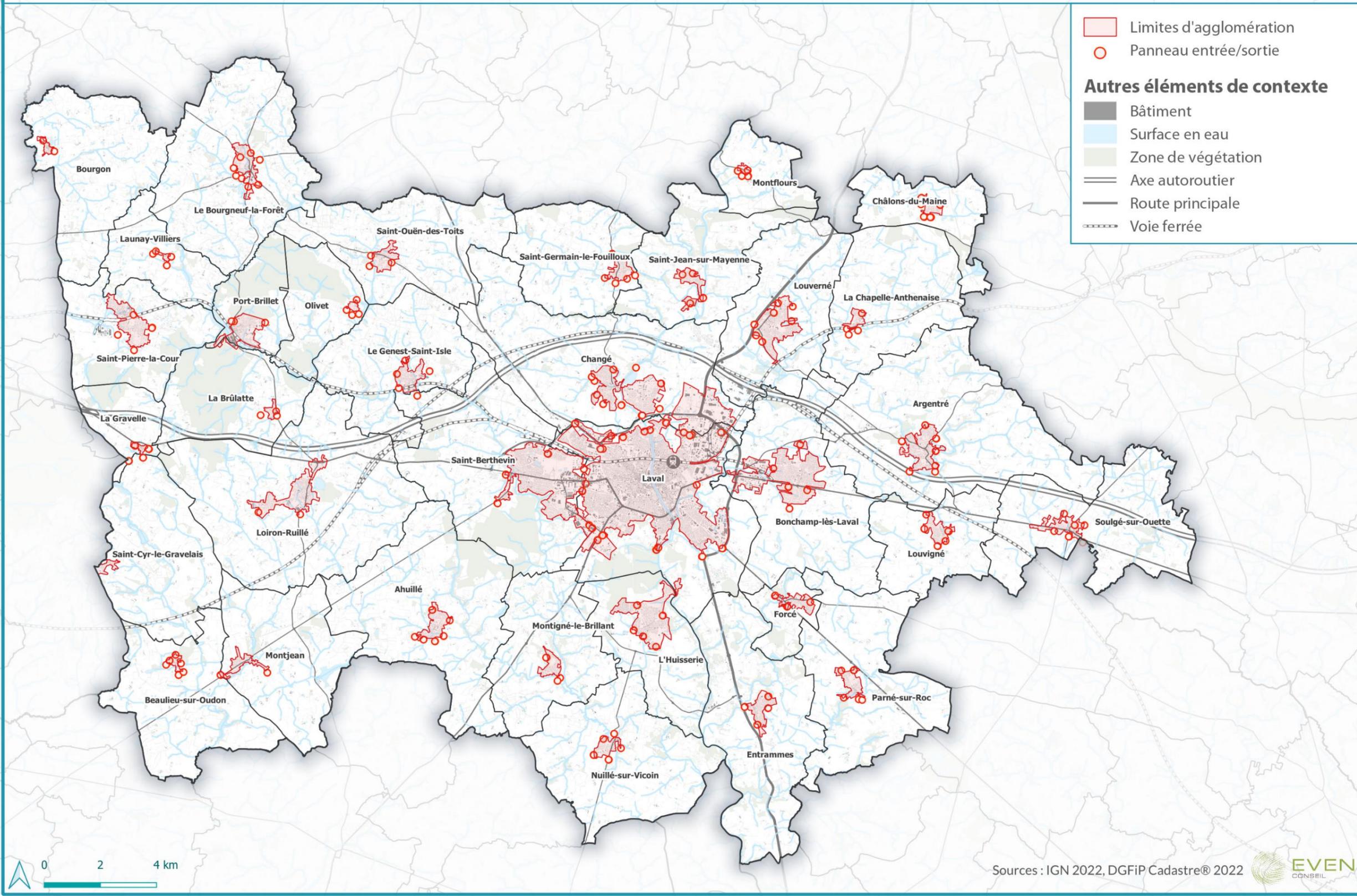


RLPI - LAVAL AGGLOMÉRATION

Limites d'agglomération



- Limites d'agglomération
- Panneau entrée/sortie
- Autres éléments de contexte**
- Bâtiment
- Surface en eau
- Zone de végétation
- Axe autoroutier
- Route principale
- Voie ferrée



Sources : IGN 2022, DGFIP Cadastre® 2022

2. Les périmètres environnementaux réglementaires

❖ Interdictions absolues

L'article L.581-4 du Code de l'Environnement interdit toute publicité :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des **Monuments Historiques**,
- Sur les monuments naturels et dans les **sites classés**,
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles,
- Sur les **arbres**

Il est également interdit de procéder à l'abattage ou à l'élagage des arbres ou arbustes dans le but d'installer ou de rendre plus visible une publicité, une enseigne ou une pré-enseigne (Conseil d'Etat n°209103 du 14 février 2001 publié au Rec. CE).



Abbaye cistercienne de Clermont – Monument Historique

❖ Interdictions relatives (il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLPi, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée)

L'article L.581-8 du Code de l'Environnement interdit, de façon relative, toute publicité dans les périmètres suivants :

- **Aux abords des monuments historiques** mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine,
- Dans le **périmètre des sites patrimoniaux remarquables** mentionnés à l'article L.631-1 du Code du Patrimoine (ex ZPPAUP, AVAP, secteurs sauvegardés – SPR),
- Dans les **Parcs Naturels Régionaux**,
- Dans les **sites inscrits**,
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (**Natura 2000**).



Vue sur la Mayenne et le centre-historique de Laval protégé par un site inscrit et un spr– source : centre-inffo.fr

Il est à noter que la protection au titre des abords s’applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement de celui de co-visibilité qui induit l’observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire.

Plusieurs secteurs font l’objet d’une réglementation spécifique au niveau national. Le territoire de Laval Agglomération est concerné par :

MONUMENTS HISTORIQUES – interdiction absolue	
Libellé	Commune
Château et parc d'Hauterive	Argentré
Chapelle de la Cassine	Bonchamp-lès-Laval
Eglise paroissiale Saint-Blaise	Bonchamp-lès-Laval
Château du Fresnay	Bourgneuf-la-Forêt
Eglise	Entrammes
Oppidum (portion) Partie classée	Entrammes
Oppidum (portion) Partie inscrite	Entrammes
Château de Poligny, chapelle funéraire	Forcé
Bains-douches	Laval
Cathédrale de la Trinité	Laval
Chapelle de Pritz	Laval
Chapelle du Lycée	Laval
Château Neuf Aile Sud	Laval
Château Neuf Château Neuf à l'exception de l'aile Sud	Laval
Château Vieux	Laval
Deux maisons du 16e siècle sises des deux côtés de la Grande Rue	Laval
Deux maisons du 16e siècle sises des deux côtés de la Grande Rue Maison nord	Laval
Eglise des Cordeliers	Laval
Eglise Notre-Dame d'Avesnières	Laval

Eglise Saint-Martin (ancienne)	Laval
Eglise Saint-Pierre le Potier	Laval
Eglise Saint-Vénérand	Laval
Fontaine	Laval
Fontaine	Laval
Fontaine	Laval
Fontaine publique	Laval
Hôtel d'Argentré	Laval
Hôtel de Montfrand (ancien) Bâtiments principaux	Laval
Hôtel de Montfrand (ancien) Communs	Laval
Hôtel du Bas du Gast	Laval
Hôtel particulier Dutreil	Laval
Hôtel Perier du Bignon	Laval
Immeuble dit de Maistre Julien Briand	Laval
Logis des Eperons	Laval
Maison	Laval
Maison	Laval
Maison dite de Clermont	Laval
Maison du "Coq Hardy"	Laval
Maison du 16e siècle	Laval
Maison du 16e siècle	Laval
Maison du 16e siècle	Laval
Maison du 17e siècle	Laval
Maison Renaissance dite du Grand Veneur	Laval
Maison, cheminée décor maçonnique	Laval
Manoir de Rouessé	Laval
Presbytère de Saint-Vénérand	Laval
Remparts (anciens) Porte Beucheresse	Laval
Remparts (anciens) Remparts Partie nord	Laval
Remparts (anciens) Remparts Partie proche cathédrale	Laval
Remparts (anciens) Remparts Partie sud	Laval
Remparts (anciens) Tour Belot Oissel	Laval
Remparts (anciens) Tour Rennaise	Laval
Vieux pont sur la Mayenne	Laval
Église Saint-Martin	Louvigné
Château de Lancheneil et ses anciens colombiers Colombier n°1	Nuillé-sur-Vicoin
Château de Lancheneil et ses anciens colombiers Colombier n°2	Nuillé-sur-Vicoin
Château de Lancheneil et ses anciens colombiers Colombier n°3	Nuillé-sur-Vicoin
Château de Lancheneil et ses anciens colombiers Colombier n°4	Nuillé-sur-Vicoin
Château de Lancheneil et ses anciens colombiers Corps de logis	Nuillé-sur-Vicoin
Eglise paroissiale de la Sainte Trinité	Nuillé-sur-Vicoin
Abbaye cistercienne de Clermont (ancienne) Bâtiment des convers	Olivet
Abbaye cistercienne de Clermont (ancienne) Eglise	Olivet
Abbaye cistercienne de Clermont (ancienne) Porterie	Olivet
Eglise paroissiale Saint-Pierre	Parné-sur-Roc
Fours à chaux (anciens)	Parné-sur-Roc

Ensemble chaufournier des Brosses Dépendances 1	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Dépendances 2 Façades et toitures	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Ecuries	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Neuf fours Four n° 6	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Neuf fours Four n° 7	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Neuf fours Four n°5	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Neuf fours Fours n° 1 et 2	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Neuf fours Fours n° 3 et 4	Saint-Berthevin
Ensemble chaufournier des Brosses Neuf fours Fours n° 8 et 9	Saint-Berthevin
Château de Fouilloux Chapelle	Saint-Germain-le-Fouilloux
Château de Fouilloux Chenil	Saint-Germain-le-Fouilloux
Château de Fouilloux Communs	Saint-Germain-le-Fouilloux
Château de Fouilloux Fuie	Saint-Germain-le-Fouilloux
Château de Fouilloux Jardin potager avec serres	Saint-Germain-le-Fouilloux
Château de Fouilloux Logis	Saint-Germain-le-Fouilloux
Château de Fouilloux Pavillon du garde	Saint-Germain-le-Fouilloux
Oppidum du Château Meignan Portion de l'oppidum au lieudit le Bois Testards	Saint-Jean-sur-Mayenne
Oppidum du Château Meignan Portions de l'oppidum aux lieux dits Le Bois, La Hyaule, Le Champ de la Hyaule, Les Vallées, Le Champ du Château	Saint-Jean-sur-Mayenne
Ancienne église Saint-Martin de Nuillé	Soulgé-sur-Ouette
Logis hébergement du Haut Rocher	Soulgé-sur-Ouette

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon initial de 100m à la totalité du périmètre de protection, qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d'un périmètre de protection modifié ou périmètre délimité des abords (PDA). **Une interdiction relative de publicité concerne ces périmètres de protection des Monuments Historique.**

Aussi par cette même loi les AVAP, ZPPAUP, secteurs sauvegardés deviennent des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), soumis à une interdiction relative de la publicité.

SITES CLASSES – interdiction absolue	
Libellé	Commune(s)
Le site de l'étang de Gouillas	Ahuillé
Vallée des étangs	Le Bourgneuf-la-Forêt, Launay-Villiers, Port-Brillet

SITES INSCRITS – interdiction relative	
Libellé	Commune(s)
Le centre ancien de Laval	Laval
Le centre ancien de Laval	Laval

Le domaine de la Fénardiere	Saint-Berthevin
Le site du petit Saint-Berthevin	Saint-Berthevin
Le site du sault-Gautier	Changé
La Chataigneraie	Changé
Vallée des étangs	Le Bourgneuf-la-Forêt, Launay-Villiers,
Abbaye de Clermont et ses dépendances	Olivet

SITES PATRIMONIAUX REMARQUABLES – interdiction relative	
Libellé	Commune(s)
SPR de Laval (AVAP)	Laval
SPR de Parné-sur-Roc (ZPPAUP)	Parné-sur-Roc

NATURA 2000– interdiction relative	
Libellé	Commune(s)
Bocage de Montsûrs à la forêt de Sillé-le-Guillaume	Châlons-du-Maine

2. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

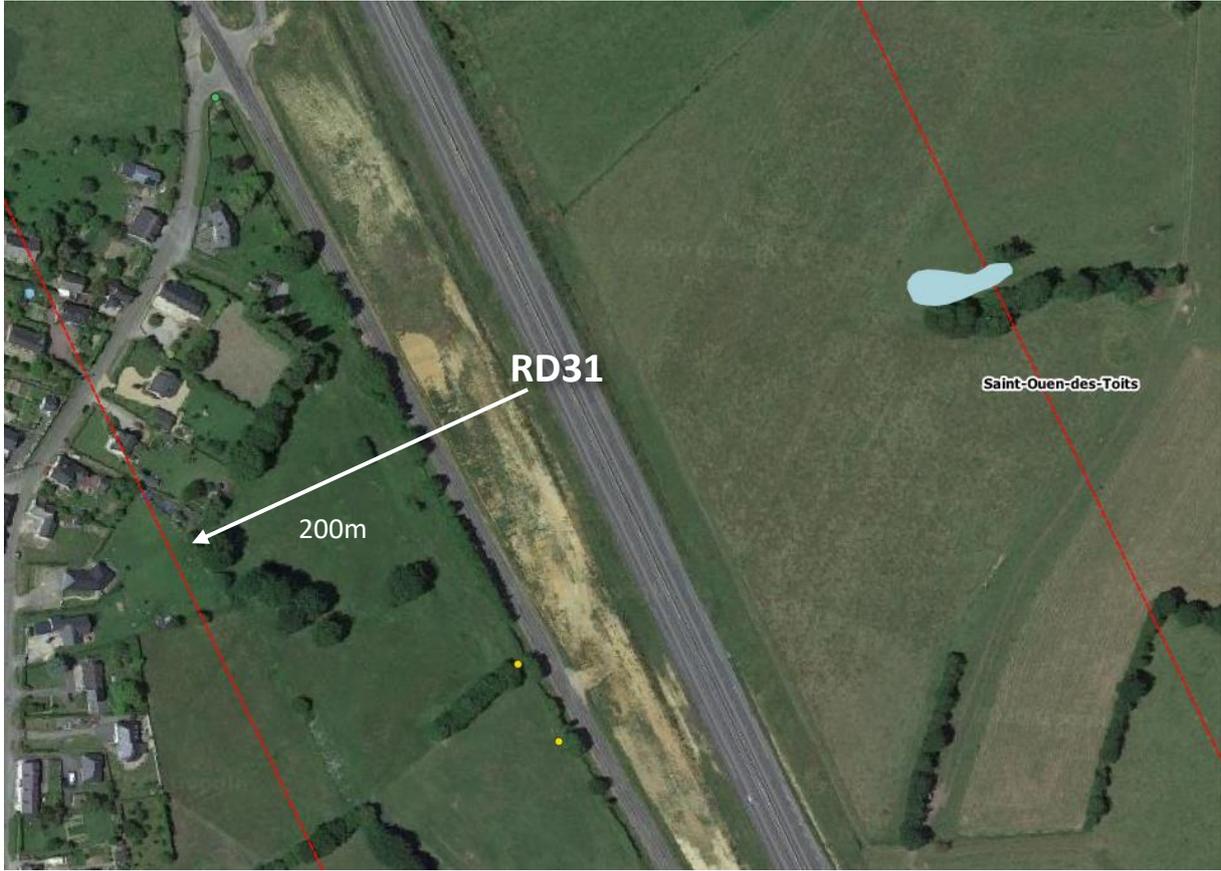
Les abords de l’autoroute, de la RN162 et de la RD31 sur les portions où elles sont classées voies à grande circulation, sont protégés de la publicité. En effet, le code de l’environnement indique :

Art. R.581-31 : « Les publicités scellées au sol sont interdites « si les affiches qu’elles supportent sont visibles d’une autoroute ou d’une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d’une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ».

Le Code de la Route précise :

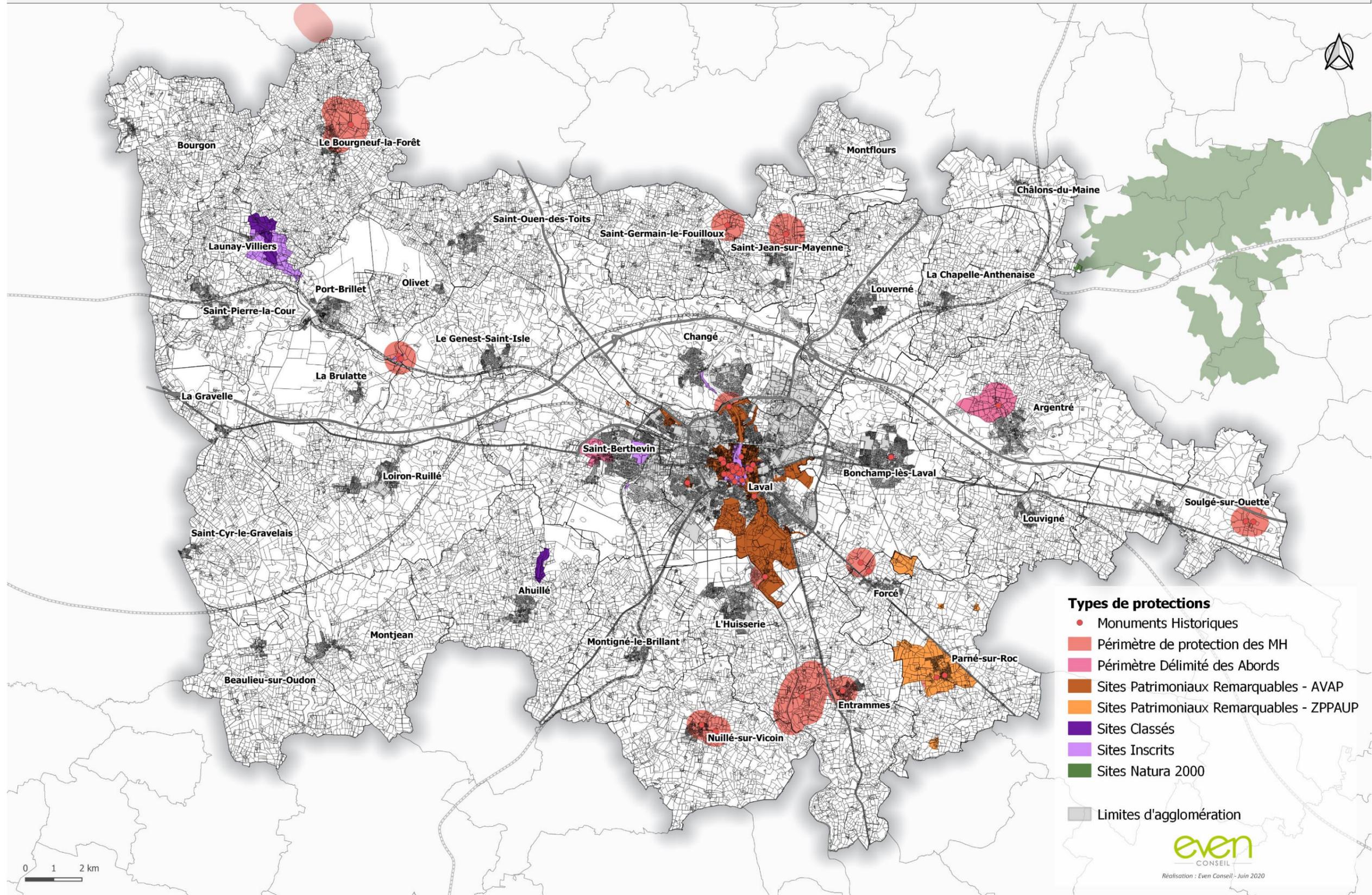
Art.R.418-7 : « En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d’une autoroute ou route express sont interdites de part et d’autre de celle-ci, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération [...] sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée »

Actuellement trois dispositifs (1 publicité en vert et 2 pré-enseignes en jaune) sont inclus au sein du périmètre de 200 mètres aux abords de la route départementale RD31, sur la commune de Saint-Ouën-des-Toits.



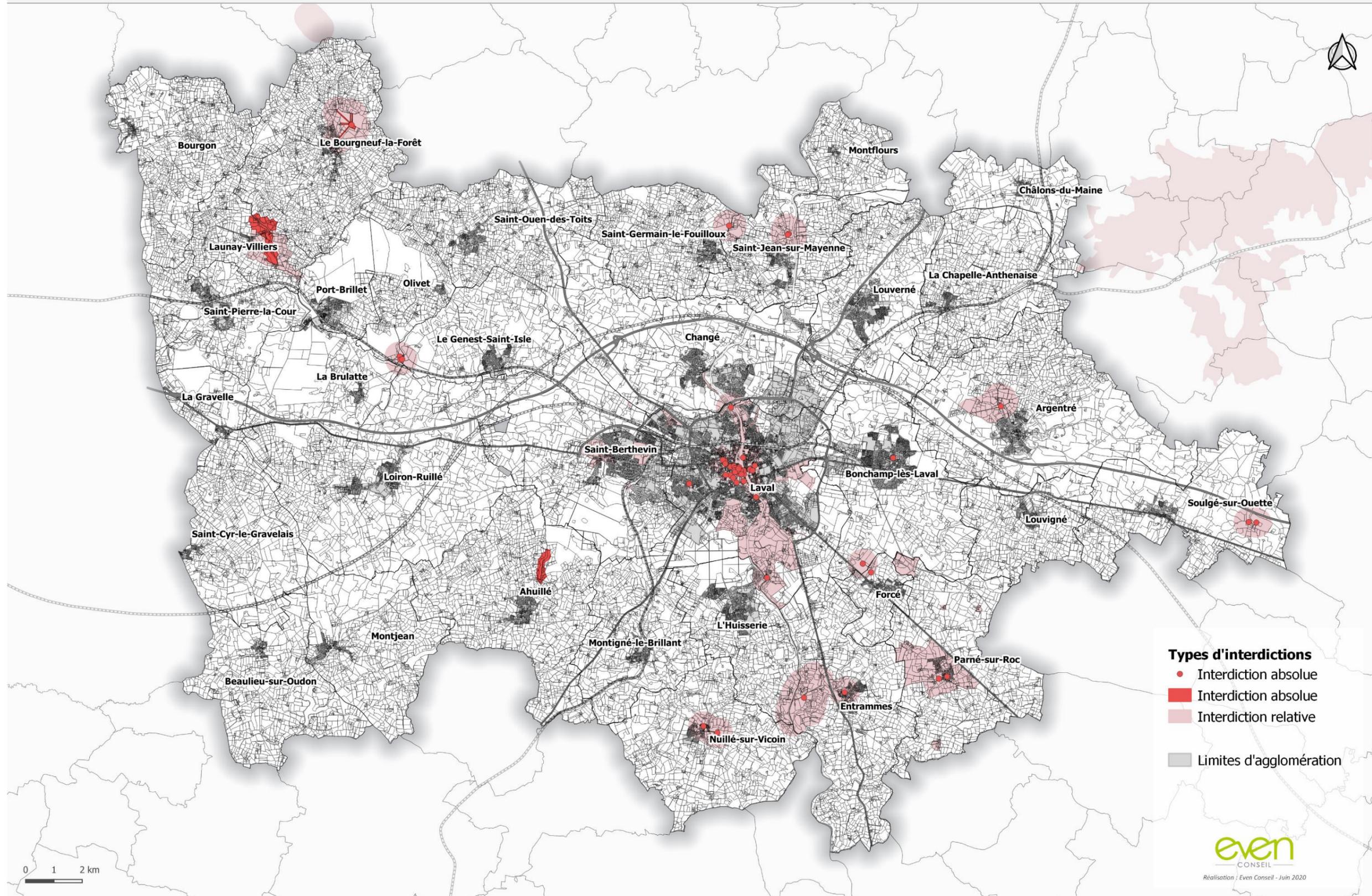
RLPi de Laval Agglomération

Périmètres de protection



RLPi de Laval Agglomération

Périmètres d'interdictions



- Types d'interdictions**
- Interdiction absolue
 - Interdiction absolue
 - Interdiction relative
 - Limites d'agglomération

Partie 2 : Diagnostic publicitaire du territoire

I. Méthodologie pour le recensement

Le recensement des différents dispositifs publicitaires a été réalisé fin 2017 sur l'ensemble du territoire, excepté la ville de Laval, qui possède des données TLPE récentes (été 2016). Les trois types de dispositifs ont fait l'objet du recensement : enseignes, pré-enseignes, publicités. Cet inventaire a été complété en janvier 2020 sur le territoire du Pays de Loiron.

Chaque objet relevé a été qualifié à l'aide d'une boîte de dialogue sous le logiciel Quantum Gis, pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP, des 2 RLP existants (Laval et Nuillé) et des 2 sites patrimoniaux remarquables (AVAP de Laval et ZPPAUP de Parné-sur-Roc).

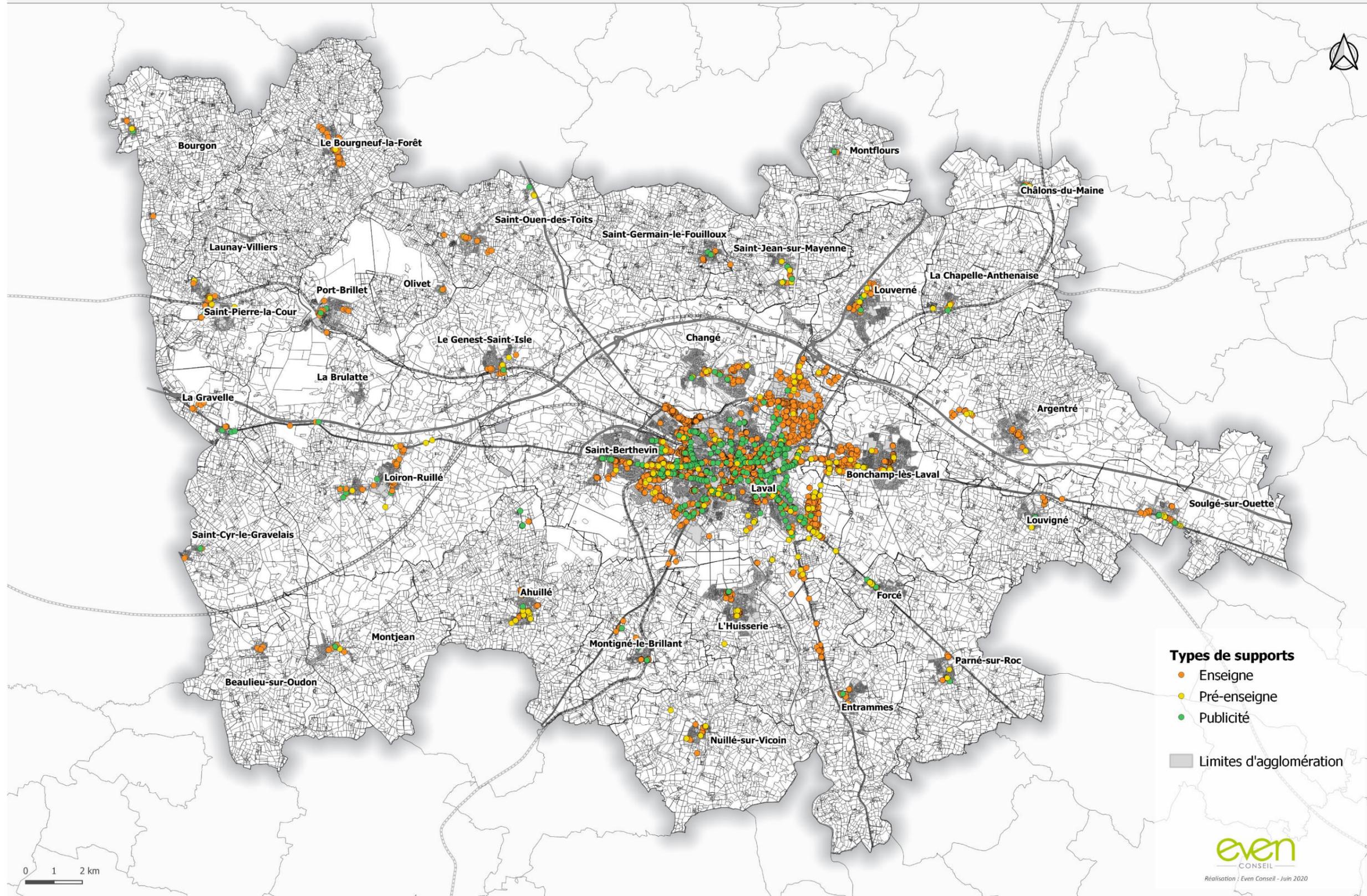
L'objectif de ce recensement est d'identifier dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale afin d'identifier dans un second temps les enjeux du territoire à partir des dispositifs conformes uniquement. Le recensement servira alors de base pour identifier les critères actuels de conformité sur lesquels la commune souhaite mener une réflexion et une politique d'action (encadrement potentiellement plus restrictif des modalités d'implantations de certains dispositifs sur certains secteurs).

II. Synthèse cartographique et statistique

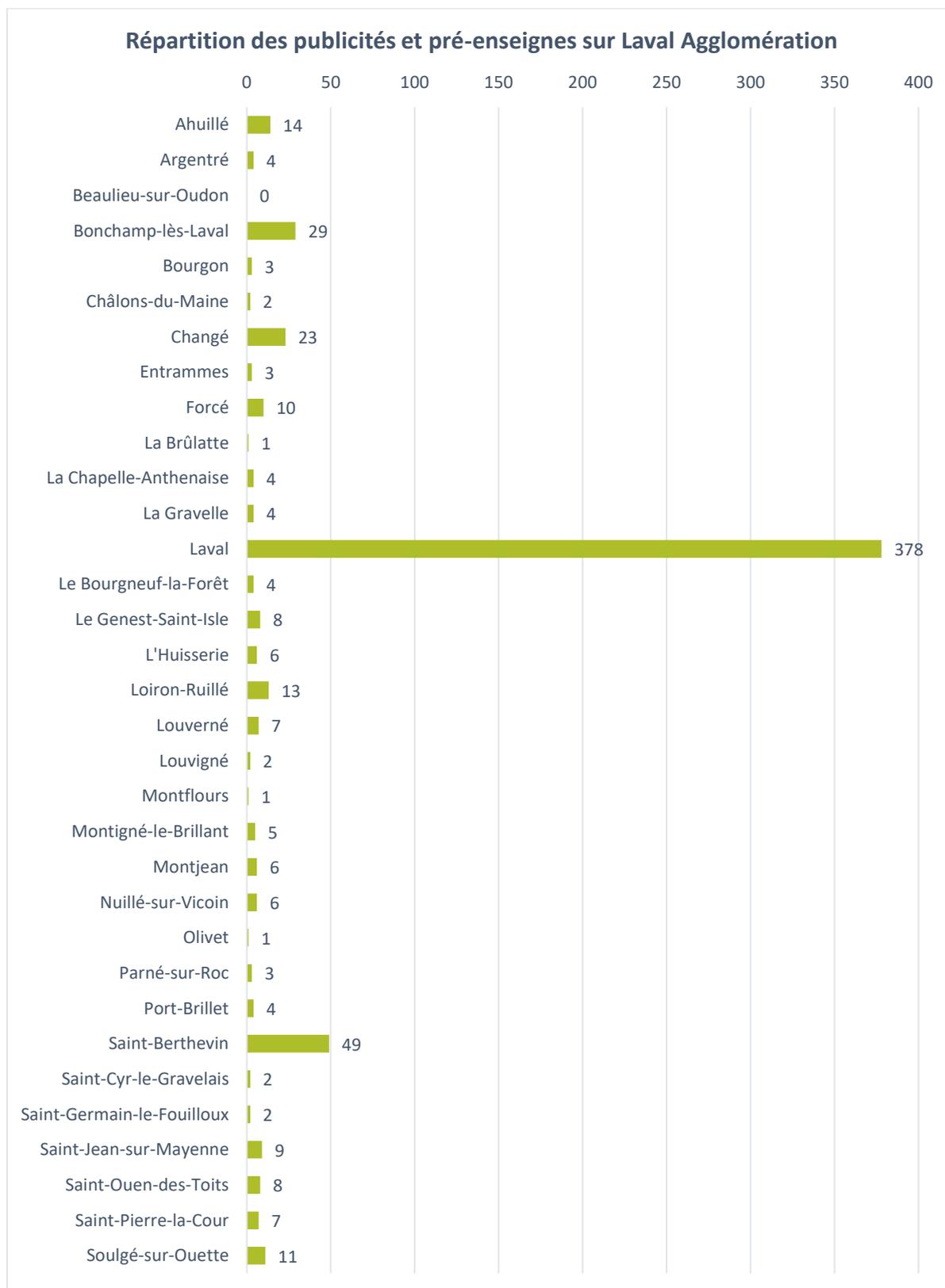
(voir pages suivantes).

RLPi de Laval Agglomération

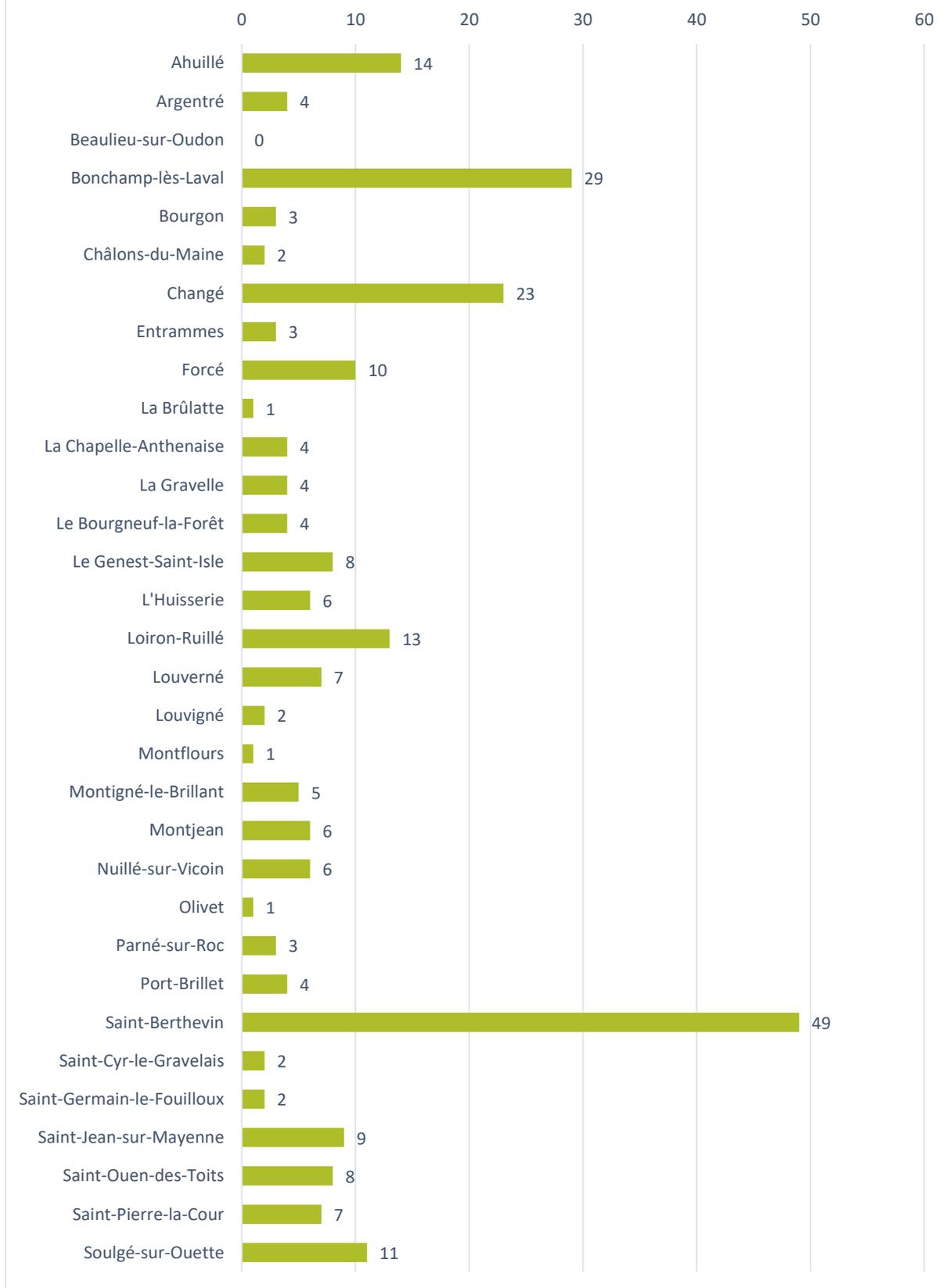
Localisation des supports publicitaires



1. Publicités et pré-enseignes

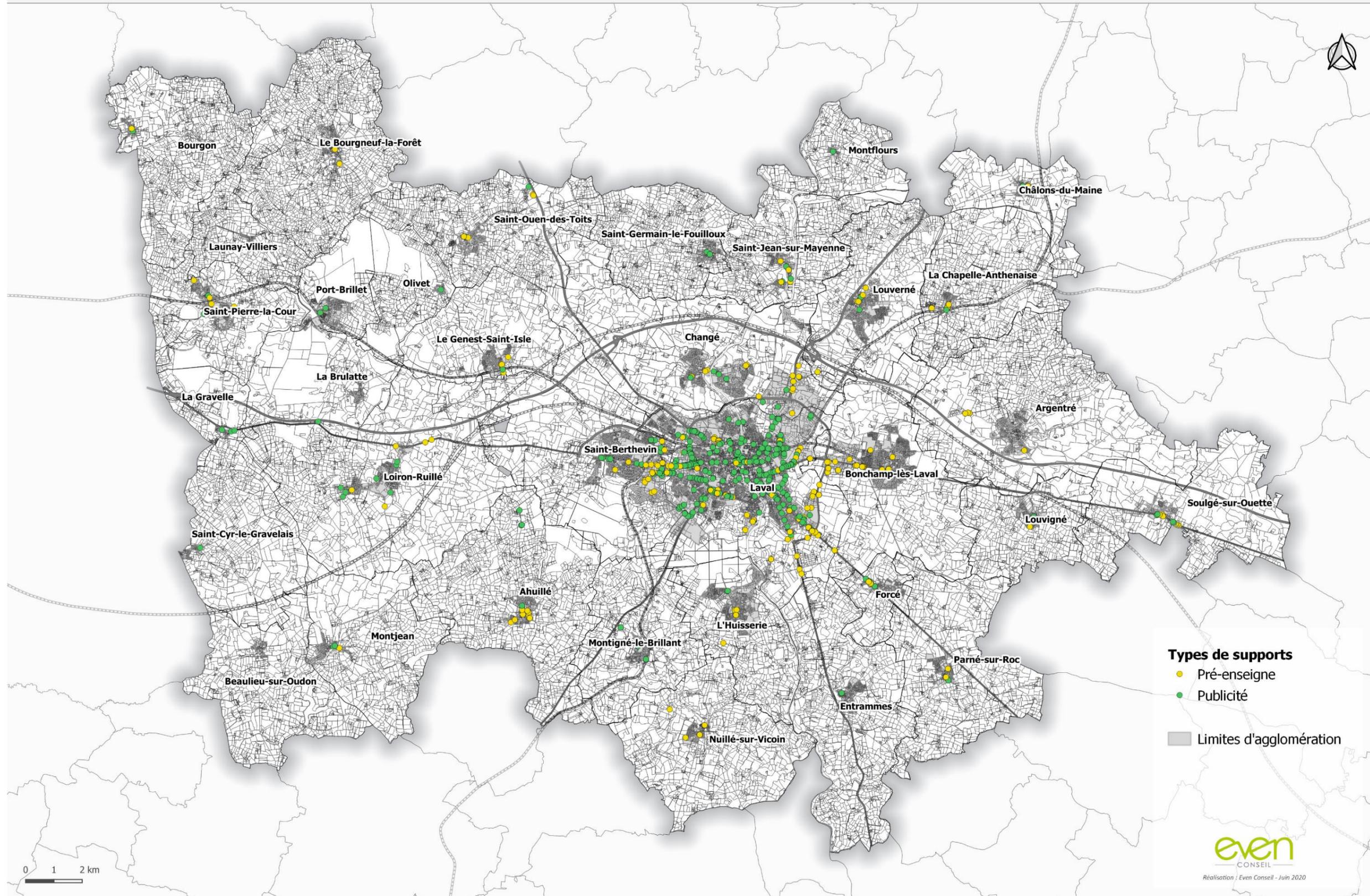


Répartition des publicités et pré-enseignes (hors Laval)



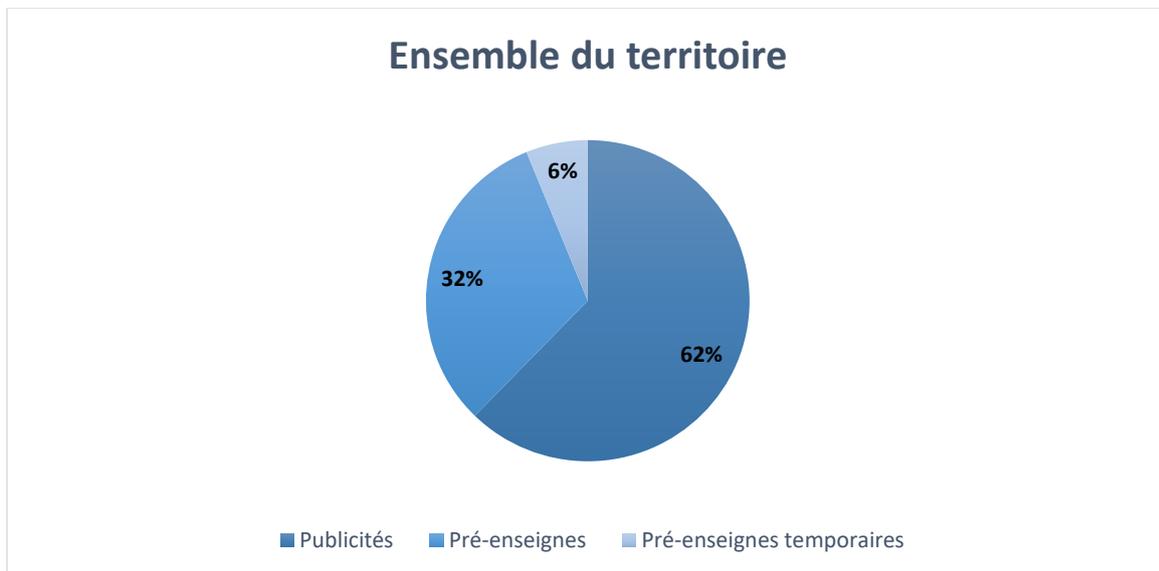
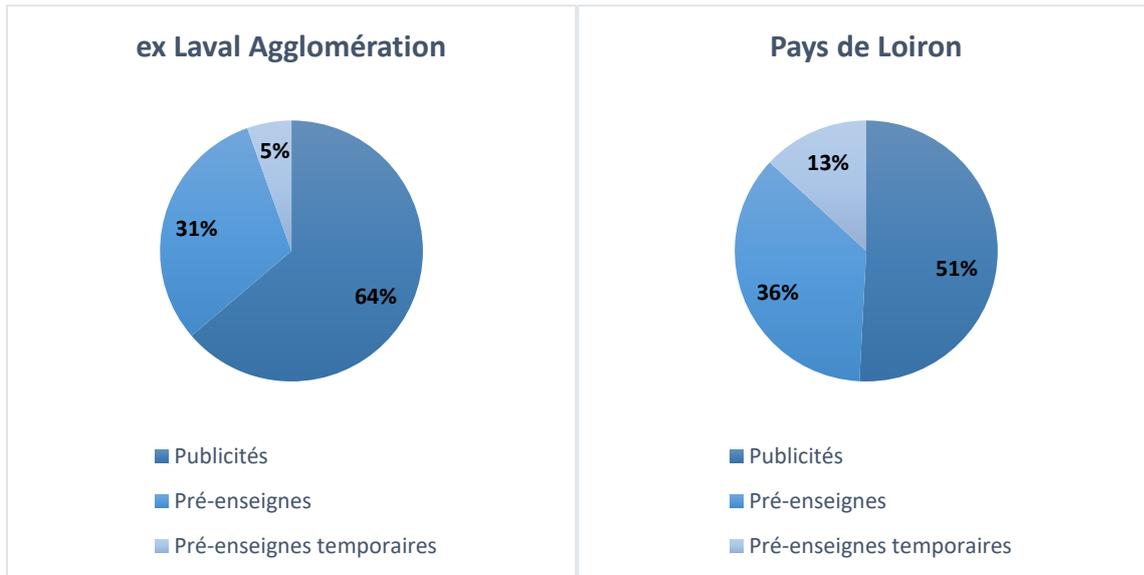
RLPi de Laval Agglomération

Localisation des publicités et pré-enseignes



1.1. Nature et implantation

L'analyse statistique des publicités et pré-enseignes a été réalisée sur un total de **631 dispositifs** : 570 publicités et pré-enseignes recensées sur le territoire de l'ancienne agglomération et 61 sur l'ex Pays de Loiron. Elles sont principalement présentes sur Laval (qui bénéficie d'une réglementation plus souple du fait de sa démographie) et sur les communes de sa première couronne (Saint-Berthevin, Changé, Bonchamp-lès-Laval).

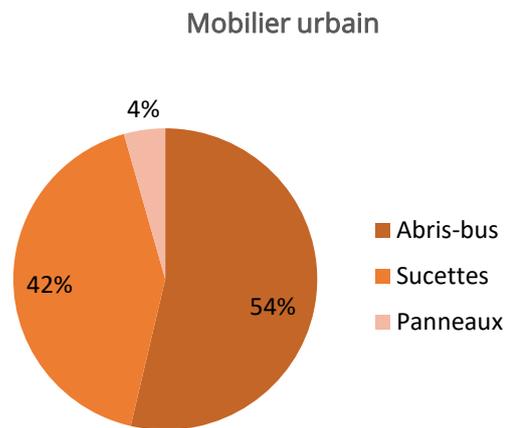


Publicités et pré-enseignes sont soumises à la même réglementation.

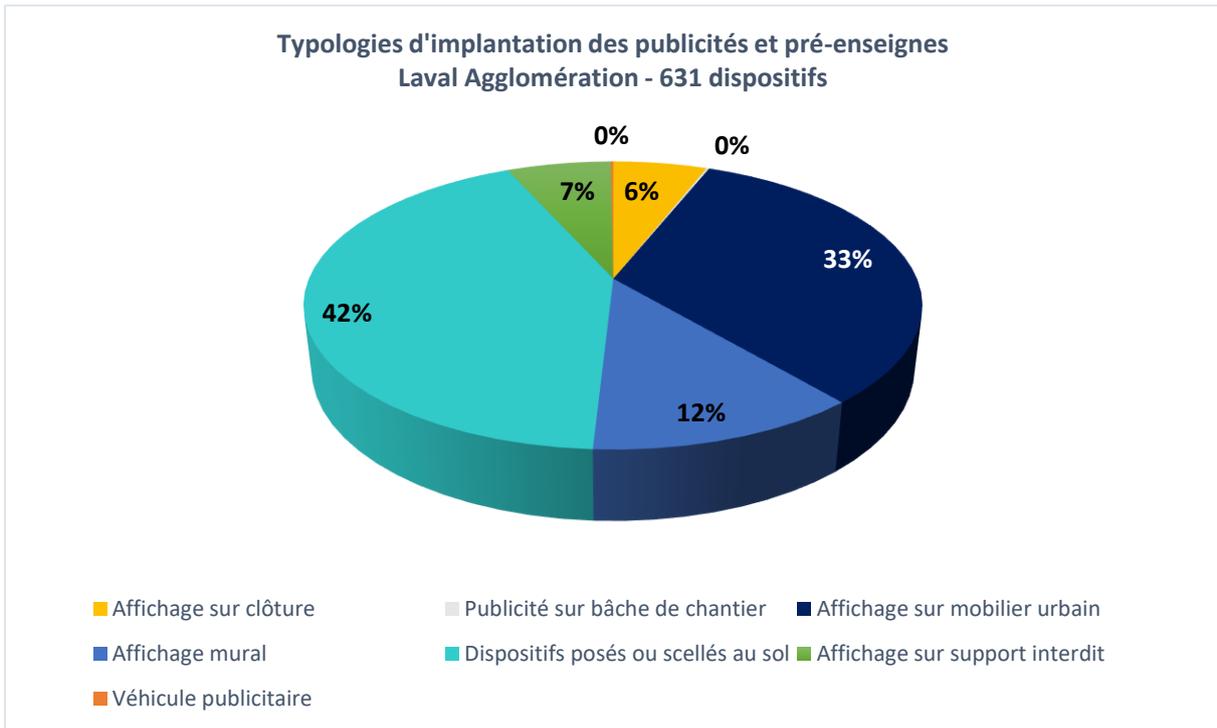
Les publicités et pré-enseignes sont, d’une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire, au niveau des carrefours des voies et des giratoires, dans les centres et aux abords des zones d’activités. **La publicité est présente à 60% sur la commune de Laval.**

Paradoxalement, le principal mode d’implantation des publicités et pré-enseignes est l’installation scellée ou posée au sol (42%), alors que cette typologie est interdite pour les communes de moins de 10 000 habitants (ce qui est le cas de l’ensemble des communes de l’agglomération, à l’exception de Laval).

Vient ensuite la typologie « affichage sur mobilier urbain », qui représente 33% des modes d’implantation des publicités et pré-enseignes, mais n’est présente que sur l’ancienne agglomération lavalloise. Le mobilier urbain susceptible d’accueillir de l’affichage publicitaire sont principalement les abris-bus et les sucettes. Certains panneaux de grands formats scellés au sol sur le domaine public font aussi parti du mobilier urbain. Colonnes Morris et mâts porte-drapeaux sont quant à eux réservés à l’affichage culturel ou événementiel.



Affichage sur sucette (mobilier urbain d’information non publicitaire) et abris-bus



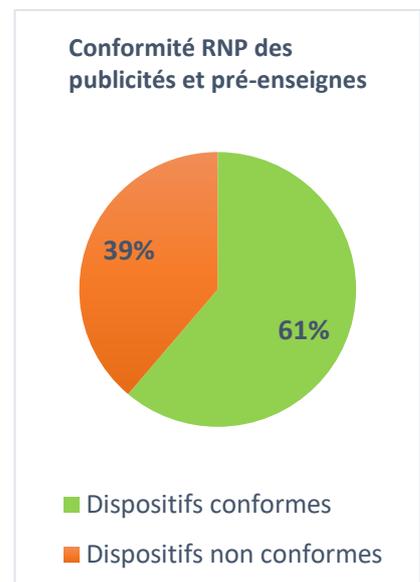
Les localisations des dispositifs et des typologies sont détaillées sur les atlas communaux, annexés au RLPi.

Les publicités scellées au sol, majoritaires sur le territoire sont des dispositifs particulièrement impactants : d'autant plus dans des contextes plus ruraux de petites communes. Bien qu'ayant un statut à part, le mobilier urbain est aussi concrètement de la publicité scellée au sol : son implantation sur le domaine public la rend d'autant plus visible et donc d'autant plus impactante – notamment pour les dispositifs de grand format.

1.2. Conformité à la réglementation nationale de publicité

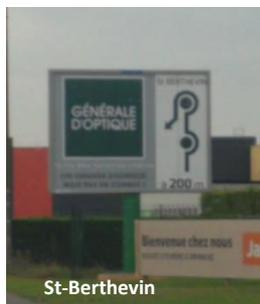
Sur les 631 publicités et pré-enseignes analysées, 245 ont été jugées non conformes à la réglementation nationale, ce qui représente près de 40% du total.

Depuis le 13 juillet 2015, toutes les publicités et pré-enseignes installées avant le 1^{er} juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.



Les principales raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes sur le territoire de Laval Agglomération sont :

- L'installation de dispositifs **posés ou scellés au sol** en agglomération de moins de 10 000 habitants ou hors agglomération – **87 dispositifs**.



- La localisation **hors agglomération** de publicités et pré-enseignes non-dérogatoires – **80 dispositifs**



- L'installation sur des **supports interdits** (haies, arbres, panneaux / poteaux, ...) – **41 dispositifs**



- La présence sur une **façade ou une clôture non aveugle** – **39 dispositifs**



- La présence au sein d'un **périmètre protégé** – **26 dispositifs**

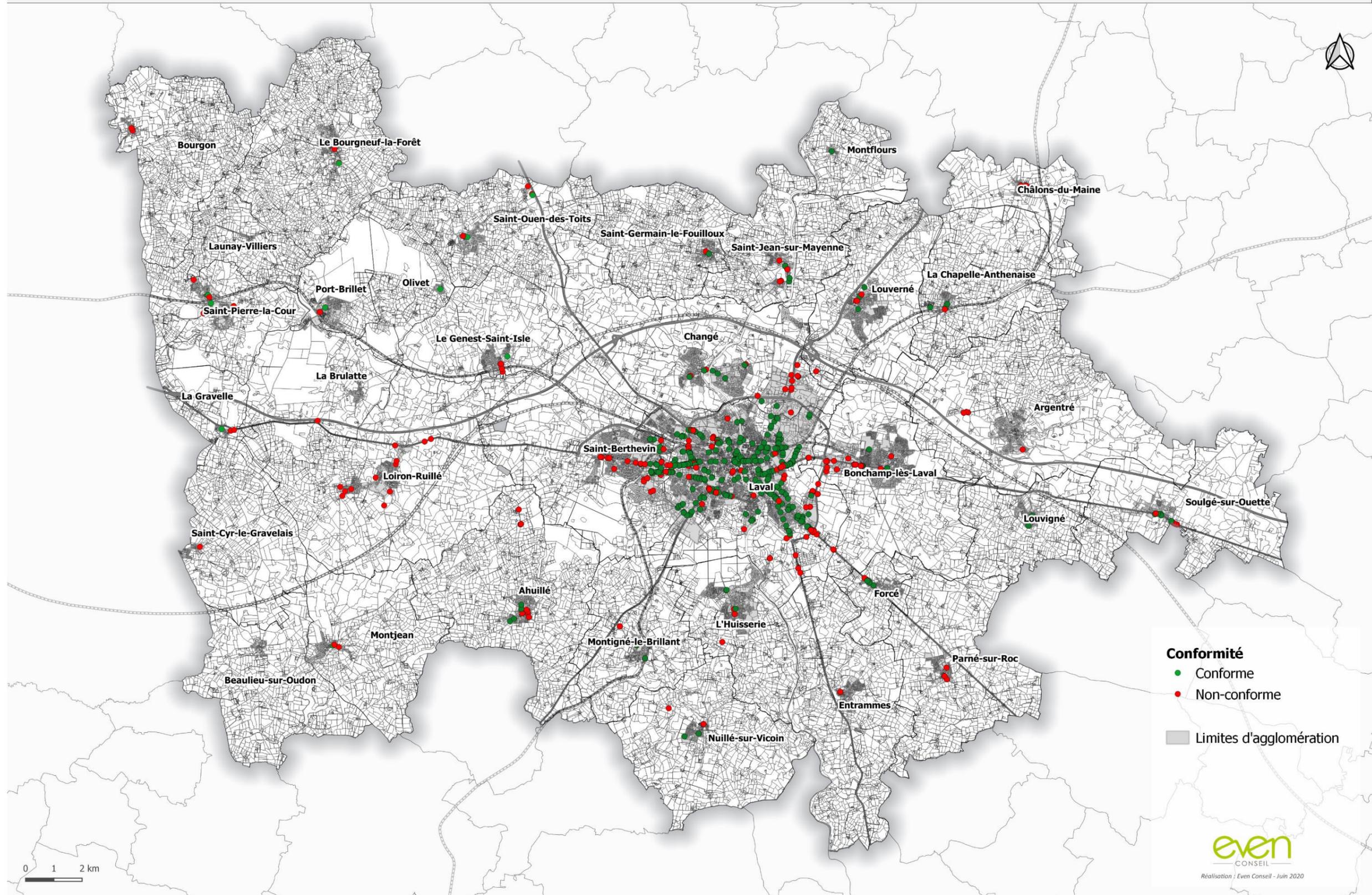
- *Les autres raisons de non-conformité RNP des dispositifs publicitaires*

Les autres raisons de non-conformité à la réglementation nationale sont plus anecdotiques sur le territoire. Il s'agit de dispositifs positionnés au-delà de la limite de l'égout du toit, d'un trop grand nombre de publicités sur un même mur, du non respect des règles de recul ou encore de formats supérieurs à ceux autorisés par la réglementation nationale.

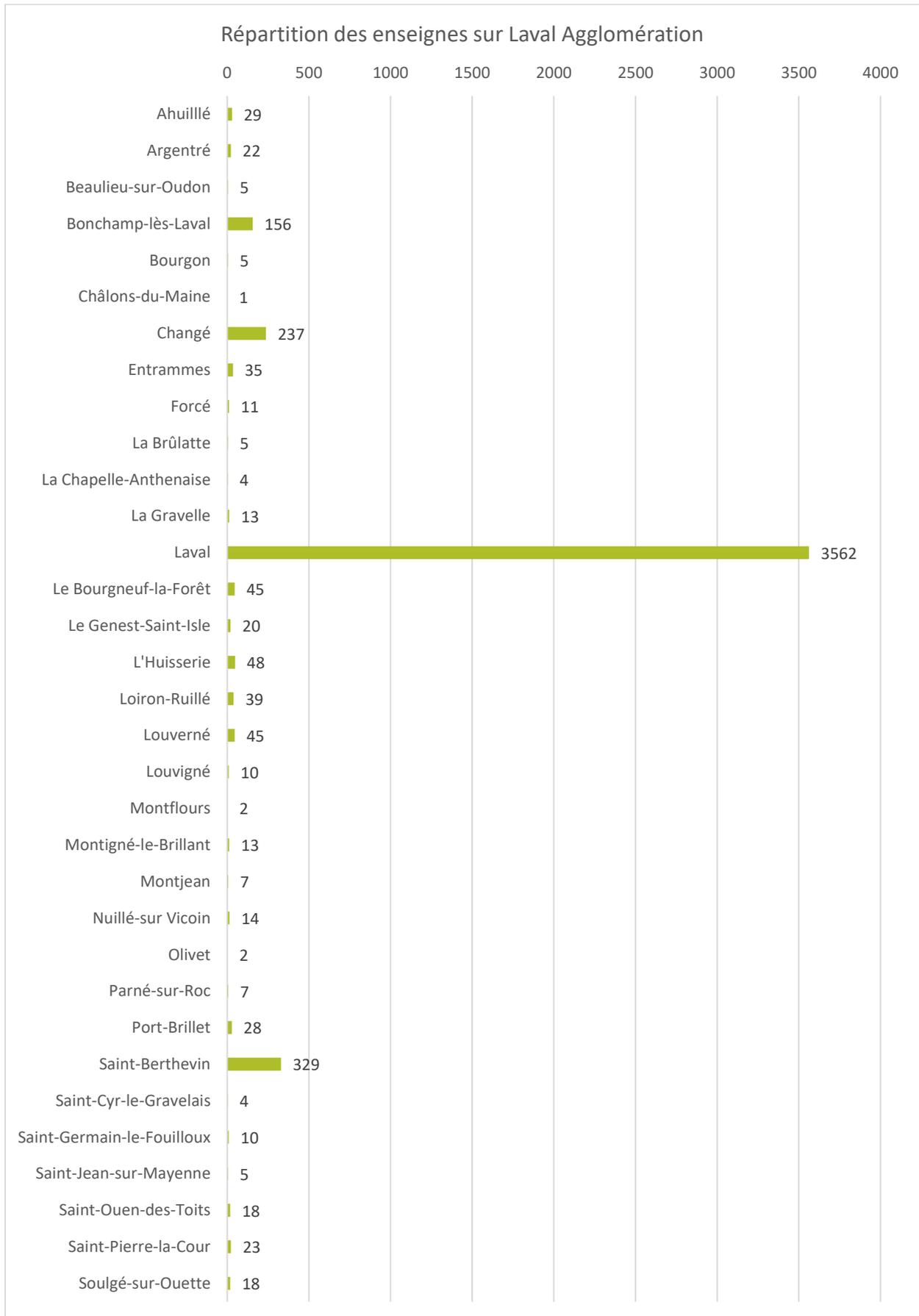


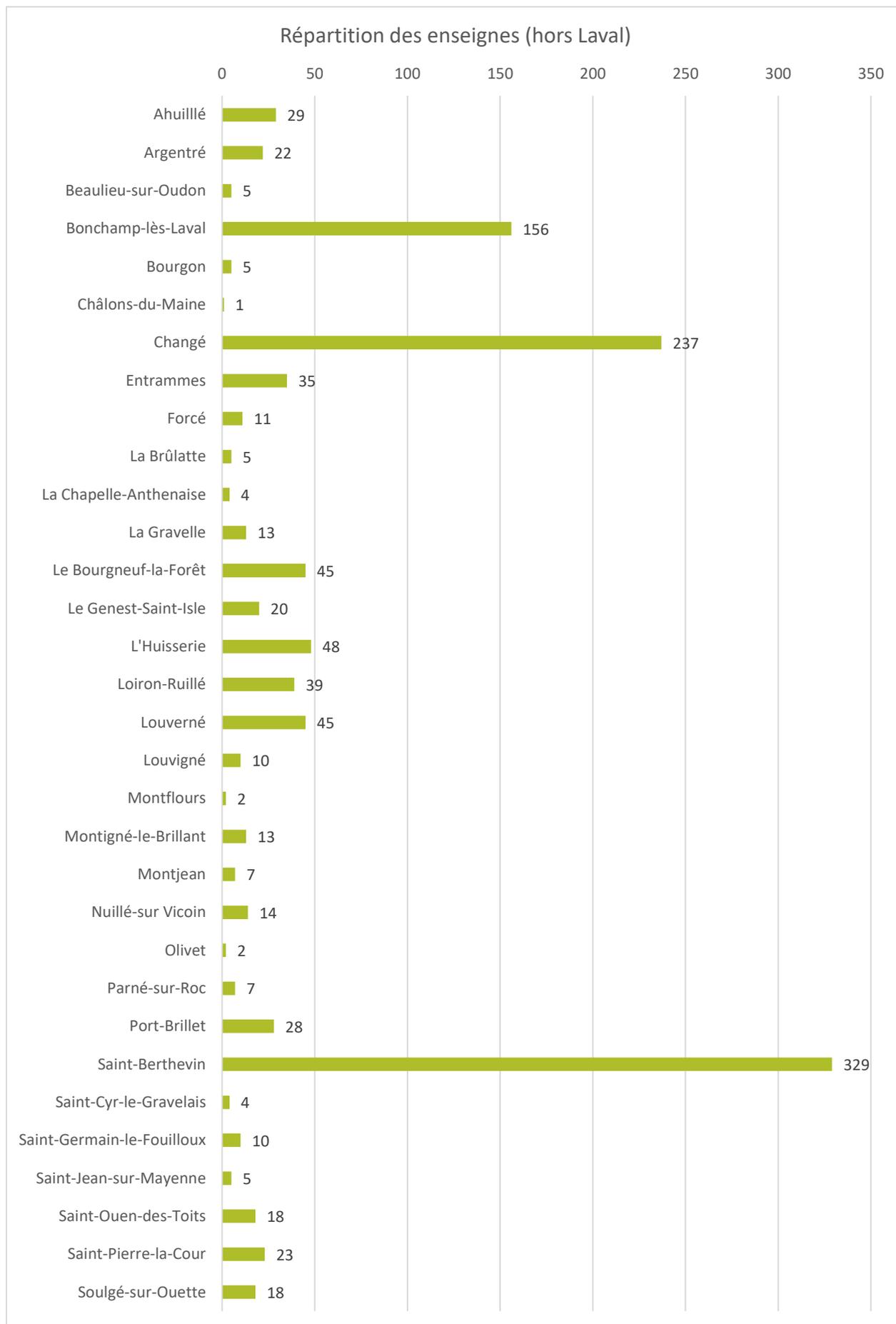
RLPi de Laval Agglomération

Conformité des publicités et pré-enseignes



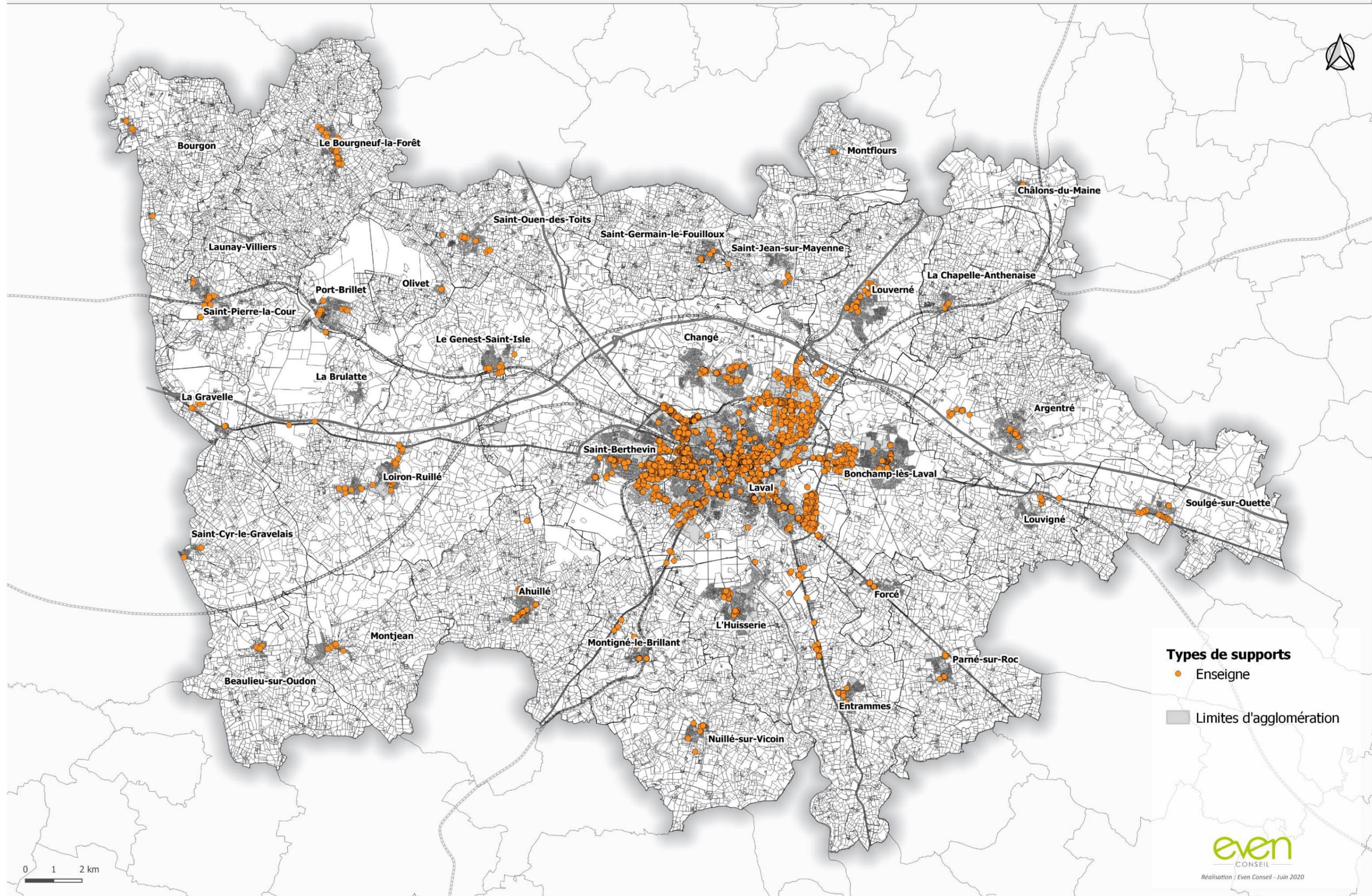
2. Les enseignes





RLPi de Laval Agglomération

Localisation des enseignes

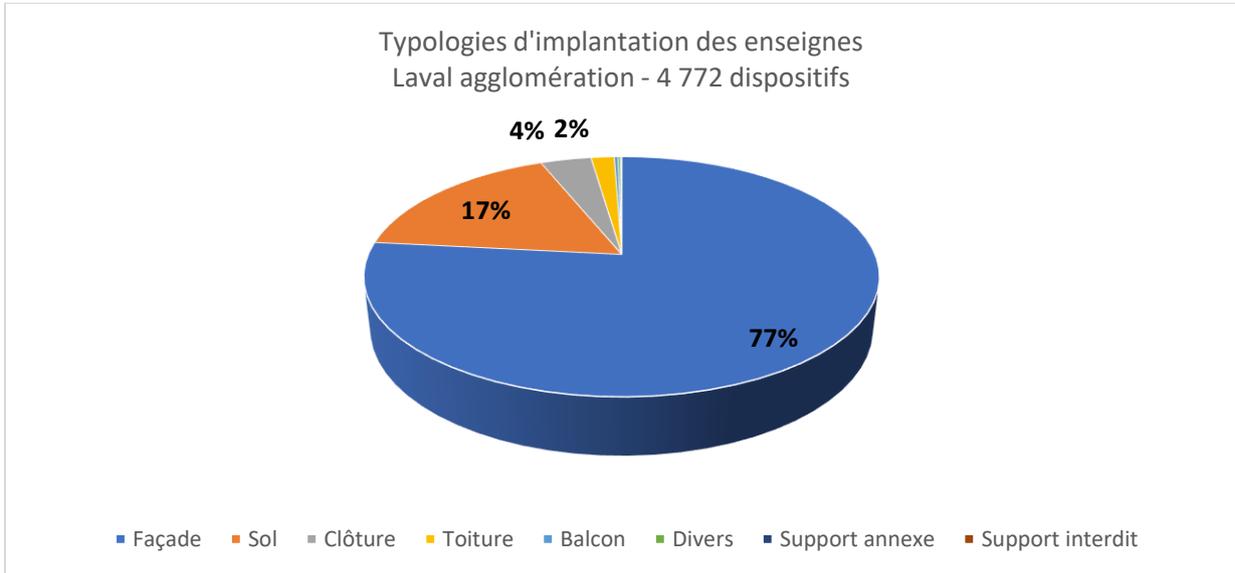


Types de supports

- Enseigne
- Limites d'agglomération

2.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Les enseignes sont principalement situées dans les centres bourgs, le long des axes traversants, ainsi qu'au niveau des zones d'activités. On retrouve la logique de cumul autour du pôle central de Laval, en cohérence avec le constat du regroupement des activités sur Laval et sa périphérie : hors Laval, les communes qui comptent le plus d'enseignes sont Saint-Berthevin, Changé et Bonchamps-lès-Laval.



Elles sont principalement implantées en **façade** (77%). Cette catégorie englobe différents types d'enseignes : enseigne en bandeau, enseigne perpendiculaire, enseigne sur auvent, enseigne en vitrophanie (adhésif sur vitrine). *NB : la vitrophanie n'est considérée comme une enseigne qu'à condition d'être située à l'extérieur de la vitrine.*

Les enseignes en façade correspondent à des formes classiques et répandues d'enseigne : en général, chaque activité a au moins une enseigne en façade, parfois complétées par une enseigne posée au sol dans les contextes de centre-ville ou scellée au sol, voire installée en clôture ou en toiture au sein des zones d'activité ou encore le long des axes viaires structurants.

Enseignes en façade – 77%			
Enseigne parallèle	Enseigne perpendiculaire	Enseigne sur store	Inscription sur vitrine
			
L'Huisserie	Changé	Montigné-le-Brillant	Nuillé-sur-Vicoin



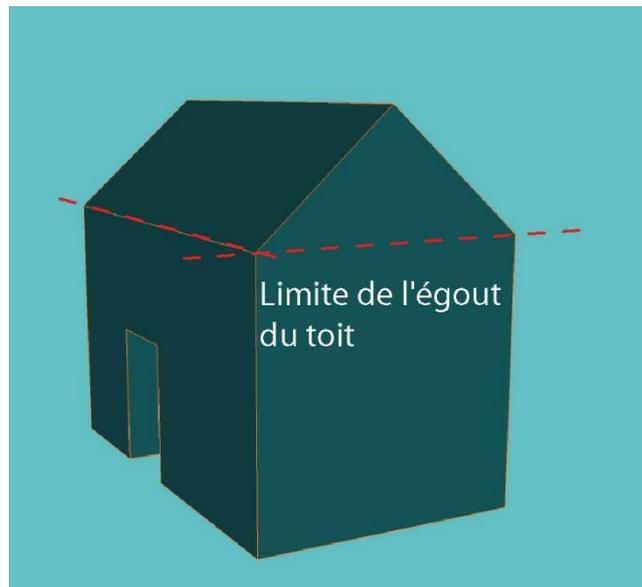
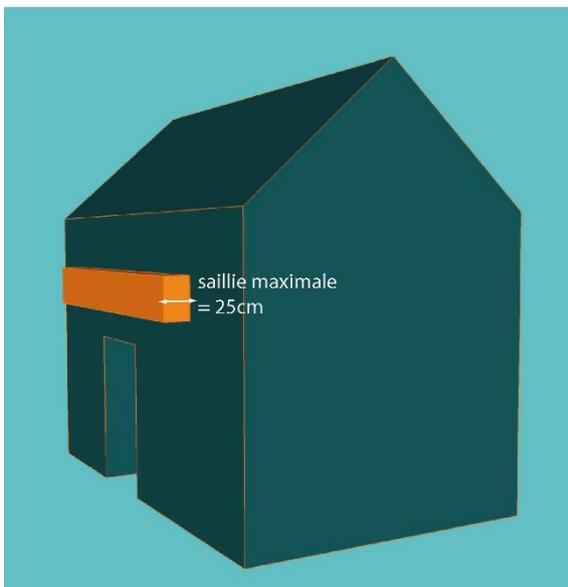
Les enseignes en façade doivent répondre à une règle principale : leur surface cumulée ne doit pas dépasser 25% de la surface de la façade commerciale dans le cas d'une façade commerciale inférieure à 50m². Ce pourcentage passe à 15% dans le cas d'une façade commerciale supérieure à 50m².



Schéma de principe de répartition des surfaces des enseignes en façade, dans le cas d'une façade commerciale de moins de 50m².

NB : Dans le calcul des surfaces totales des enseignes en façade, on cumule le recto et le verso des enseignes perpendiculaires.

D'autres règles d'implantation (interdiction de dépasser la limite de l'égout du toit, limites du support, saillie maximale limitée à 25cm ...) viennent réguler leur implantation, qui reste relativement libre au niveau de la réglementation nationale.



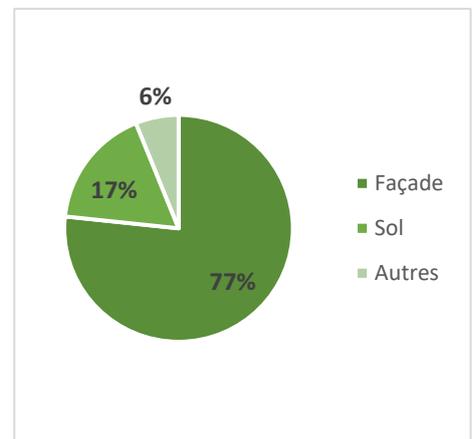
Les **enseignes au sol** sont la deuxième catégorie d’implantation, présentes sur le territoire à hauteur de 16%. Elles sont limitées à une surface maximale de 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération. La réglementation nationale autorise un format maximum de 12m² pour les enseignes au sol dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (uniquement Laval sur le territoire intercommunal).

Les enseignes au sol sont de diverses formes : totem, panneaux, drapeau, ...

Enseignes au sol – 17%		
<i>Louvigné</i>	<i>Argentré</i>	<i>Bonchamp-lès-Laval</i>
<i>Le Bourgneuf-la-Forêt</i>	<i>La Gravelle</i>	<i>Montjean</i>

Au-delà des règles de format, les enseignes au sol sont aussi et surtout contrôlées sur la règle de densité qui les limite à une enseigne posée ou scellée au sol de plus de 1m² le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l’activité – **Art.R.581-64 CE**.

Les autres implantations d’enseignes sont : sur clôture, sur balcon, sur toiture et sur des supports divers (arbres, panneaux, réverbères, ...). Elles représentent à elles toutes 6 % des typologies d’implantation.



Autres typologies d'implantation – 6%		
Enseigne sur clôture	Enseigne en toiture	Enseigne sur balcon
<i>Saint-Berthevin</i>	<i>Bonchamp-lès-Laval</i>	<i>L'Huisserie</i>
<i>Le Bourgneuf-la-Forêt</i>	<i>Port-Brillet</i>	<i>Laval</i>

La RNP interdit l'implantation d'enseigne perpendiculaire sur les balcons.



Les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées et ont des dimensions fixées par la réglementation nationale en fonction de la hauteur du bâtiment où s'exerce l'activité et de la surface qu'occupe l'activité en son sein :

ENSEIGNES EN TOITURE	
Activité occupant > 50 % du bâtiment	Activité occupant ≤ 50% du bâtiment
Régime spécifique : enseignes en toiture	Régime des publicités lumineuses en toiture
Si hauteur façade ≤ 15 m : 3 m max	Si hauteur façade ≤ 20 m : 1/6ème de la hauteur et 2 m max
Si hauteur façade > 15 m : 1/5ème de la façade et 6 m max	Si hauteur façade > 20 m : 1/10ème de la hauteur et 6 m max
Surface cumulée limitée à 60 m ²	Surface cumulée limitée à 60 m ²

- **Cas particulier des enseignes temporaires**

Les enseignes temporaires peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Elles peuvent tout aussi bien faire l'annonce de soldes ou promotions (enseignes temporaires commerciales), que d'évènements sportifs, associatifs culturels).



Le RLP peut adapter les règles d'implantation des enseignes temporaires (nombre/format/durée).

- **Cas particulier des enseignes immobilières**

La surface maximum pour les enseignes scellées au sol pour les opérations immobilières de plus de 3 mois est de 12m².

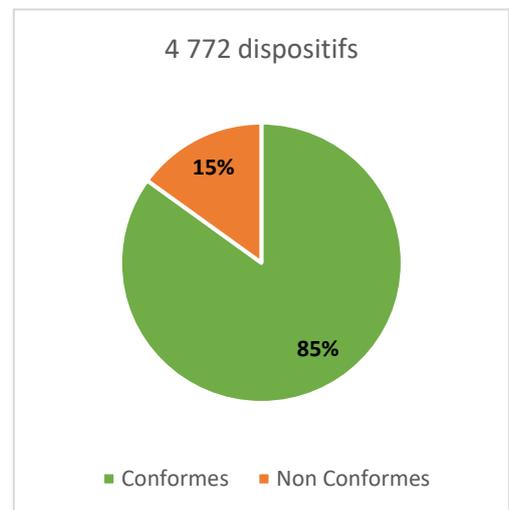


L'ensemble des dispositions de la réglementation nationale ne sont pas reprises dans ce document. Pour une information plus complète sur ces règles, se référer à la synthèse RNP ou au guide pratique du Ministère.

2.2. Conformité à la réglementation nationale de publicité

Sur les 4772 enseignes recensées et analysées, 716 ne sont pas conformes à la réglementation nationale, ce qui représente 15% du total.

Depuis le 1^{er} juillet 2018, toutes les enseignes installées avant le 1^{er} juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale.



Les principales raisons de non-conformité des enseignes sont :



Bonchamp-lès-Laval



L'Huisserie

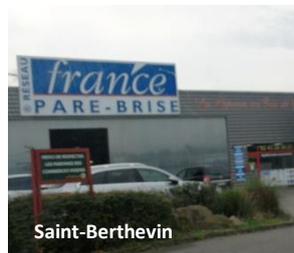
La **densité des enseignes au sol** : les enseignes au sol sont limitées par la réglementation nationale à un dispositif par voie ouverte à la circulation – **233 infractions**.

Une **surface cumulée des enseignes en façade trop importante par rapport à celle de la façade commerciale**, la réglementation nationale autorise les enseignes en façade dans une limite de 15% de la façade commerciale si celle-ci est supérieure à 50m², 25% si inférieure à 50m² (surface cumulée de toutes les formes d'enseignes sur la façade – **190 infractions**).



Port-Brillet

Une mauvaise implantation de l'enseigne par rapport à la façade : l'enseigne **dépasse l'égout du toit** (**119 infractions**) ou **les limites du support** (**97 infractions**).



Saint-Berthevin



L'Huisserie



Saint-Ouën-des-Toits

L'enseigne est **installée en toiture mais est composée d'un panneau de fond**, alors que la réglementation nationale impose des lettres découpées en toiture – **35 infractions**.



Saint-Berthevin

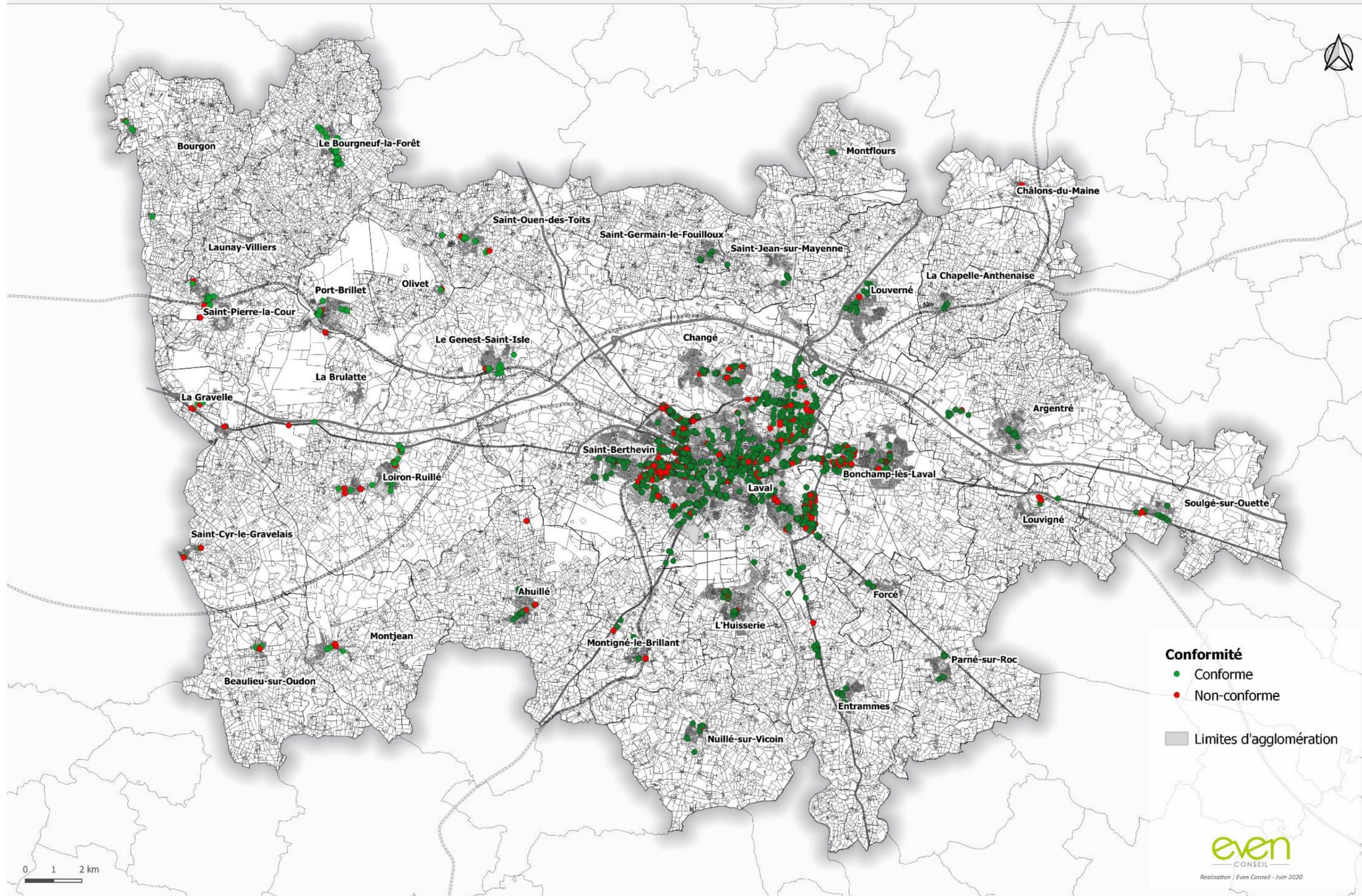


Port-Brillet

Comme pour les publicités et pré-enseignes, on retrouve ponctuellement d'autres raisons de non-conformité des enseignes, comme le non-respect des règles de recul, des formats supérieurs à ce qu'autorise la réglementation nationale, le manque d'entretien

RLPi de Laval Agglomération

Conformité des enseignes



Conformité
 ● Conforme
 ● Non-conforme
 ■ Limites d'agglomération

III. Secteurs à enjeux

1. Centralités historiques et commerçantes

Les cœurs des villes et villages concentrent souvent leur richesse patrimoniale, ainsi qu'une partie importante de leur dynamisme commercial, composé des commerces de proximité et d'artisans locaux. Par conséquent, ils forment un secteur d'enjeux importants à la fois concernant la valorisation du cadre de vie, mais aussi pour la visibilité des acteurs économiques locaux. Le RLPi doit permettre aux commerces de proximité de conserver leur visibilité, voire d'augmenter leur attractivité, ce qui rejoint l'ambition de valorisation du cadre de vie.

Par ailleurs, les centres-villes/centres-bourgs sont des espaces où l'on circule à pied ou en véhicule mais à vitesse réduite. Les formats et typologies des dispositifs d'affichage extérieur (publicités, pré-enseignes, enseignes) doivent être adaptés à cet usage des lieux.

➤ Le centre ancien de Laval

Dispositifs dominants : enseignes en façade



➤ Le centre élargi de Laval et les centralités des autres communes du territoire.

Dispositifs dominants : enseignes en façade, publicités sur mobilier urbain 2m², publicité murale 4m² dans les plus petites communes



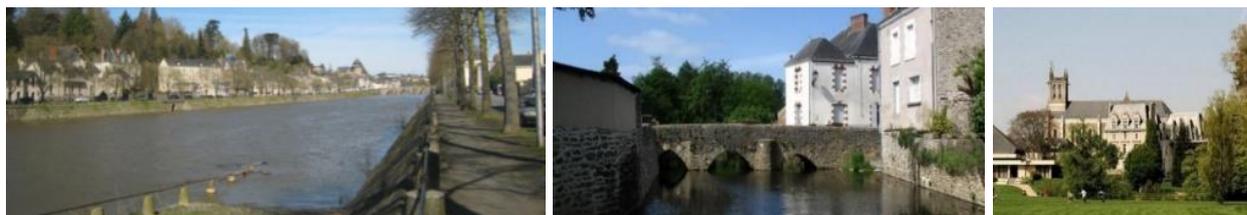
Enjeux :

- ❖ Protection du patrimoine urbain
- ❖ Valorisation des centres-villes/centres-bourgs
- ❖ Valorisation du commerce de proximité.

2. Les paysages naturels et urbains

Les espaces de nature en ville, les parcs, jardins, bords de rivière, mais aussi cônes de vue et panoramas doivent être protégés des dispositifs publicitaires, pour de multiples raisons : protection du paysage, protection de l'environnement, préservation des lieux de promenade, ...

S'ils ne sont pas particulièrement touchés aujourd'hui, une protection via le RLPi éviterait une éventuelle pollution visuelle de ces espaces sensibles.



3. Les quartiers d'habitation

Les espaces résidentiels sont aujourd'hui peu impactés par les dispositifs de publicité extérieure. Mis à part sur Laval, où l'on trouve quelques panneaux grand format sur les murs de pavillons ou d'immeubles et au sol dans les jardins, la publicité dans les zones résidentielles est réduite aux petits dispositifs temporaires de réalisation de travaux, d'annonces d'associations, ...

On la retrouve aussi sur mobilier urbain et parfois sur des panneaux au mur de 4m² (seules formes de publicité permanente autorisée dans les communes de moins de 10 000 habitants par la réglementation nationale avec le micro-affichage). Des mesures sont néanmoins à prendre pour éviter la prolifération de la publicité dans ces secteurs où sa présence est peu justifiée.

Dispositifs dominants : publicité sur mobilier urbain, enseignes discrètes de professions libérales, dispositifs temporaires



Enjeux :

- ❖ Protection du paysage du quotidien
- ❖ Valorisation du cadre de vie des habitant

4. Principaux axes et entrées de ville

Les axes traversants les plus fréquentés sont des secteurs privilégiés pour l'implantation de publicités comme des enseignes : l'important flux de personnes leur garantit une visibilité maximale. C'est donc en toute logique les secteurs qui concentrent le plus grand nombre de dispositifs. D'autre part la vitesse de déplacement le long de ces axes engendre des formats imposants, afin de garantir la lecture du message depuis une voiture ou un train.

Mais ces secteurs de traversée du territoire sont aussi des espaces de vitrine pour l'agglomération et sont vecteurs de son identité. La pression publicitaire qu'ils subissent entre en conflit direct avec la nécessité de préserver les séquences paysagères, et ce pas uniquement au sein des agglomérations : au moment du recensement, un nombre non négligeable de pré-enseignes -non dérogoires- a été relevée le long des axes structurants, en amont des entrées de ville.

Au sein de ces secteurs, les publicités et pré-enseignes ont tendance à se concentrer au niveau des entrées de ville et des principaux carrefours.



Laval – Publicité numérique au carrefour entre la rue de Bretagne et le boulevard du 8 mai 1945

Dispositifs dominants : Panneaux grand format, pré-enseignes hors agglomération, enseignes en façade et au sol

Enjeux :

- ❖ Expression des acteurs économiques
- ❖ Identité visuelle du territoire

5. Les zones d'activités

5.1. Autour de la rocade de Laval

Au bord des boulevards qui forment la rocade de Laval et entre l'avenue de Paris et le boulevard Jean Jaurès sont implantés de grands groupes commerciaux et d'autres entreprises installées sur de grandes surfaces. On y trouve des enseignes très expressives, de grand format en façade comme au sol.

Aux enseignes s'ajoutent publicités et pré-enseignes, de grandes dimensions le long de la rocade, de format plus hétérogène dans la zone de Saint-Berthevin, mais aux implantations souvent anarchiques.

La partie nord de la Rocade présente un tout autre contexte. Elle peut se décomposer en deux séquences :

Une première séquence entièrement sur Changé est composée essentiellement de bureaux. Les constructions sont récentes et leurs enseignes sont sobres et soignées. La publicité y est peu présente. La végétation y joue un rôle de tampon certain.



Dans la deuxième, entre Changé et Laval la rocade est bordée d'enseignes au sol et en façade plus impactantes. Les activités sont davantage artisanales voire industrielles. La publicité reste peu présente.

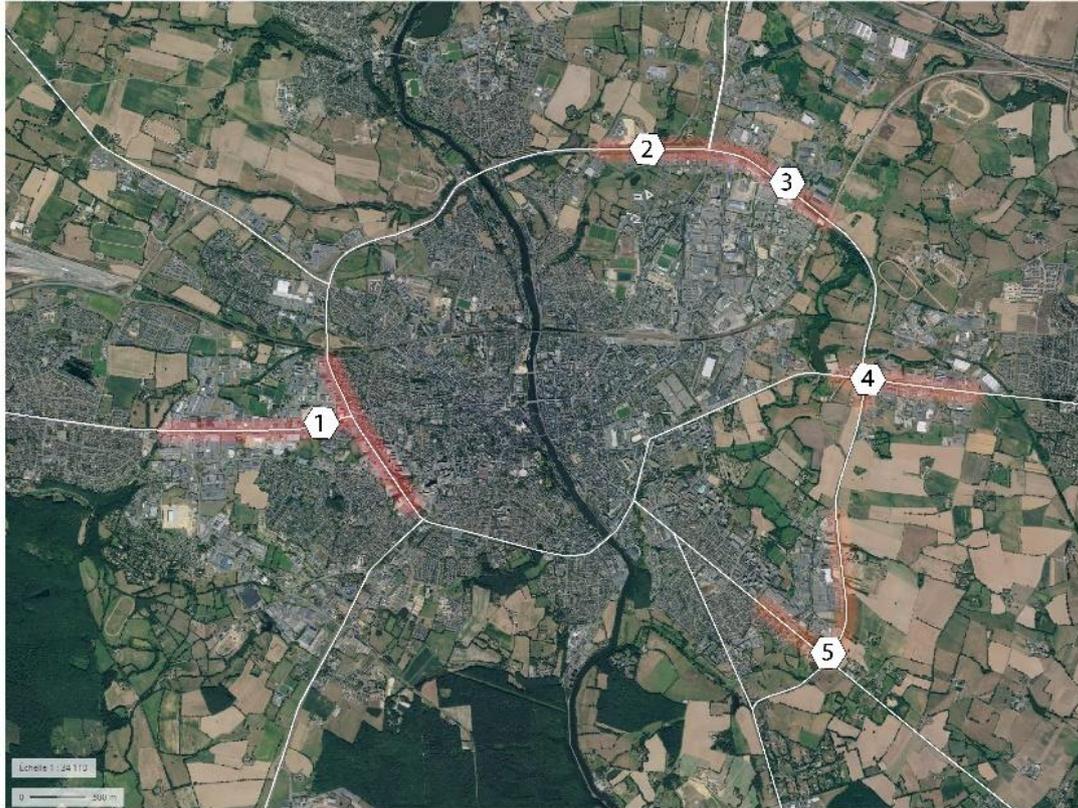


La partie est de la Rocade est commerciale, sur l'axe entrant de l'avenue de Tour et sur la partie sud de la rocade (séquence 5), artisanale voire industrielle au rond-point du bout de l'avenue de Chanzy vers Bonchamp-lès-Laval (séquence 4).

Cette séquence 4 est composée de multiples entreprises : scierie, hôtels, entrepôts, de nombreux garages et concessionnaires, ... qui ont un fort impact sur l'axe. Quelques pré-enseignes de petit format sont présentes. Elles sont implantées au sol, sur clôture ou sur support interdit et sont, pour la plupart non conformes à la réglementation nationale.

Enfin la séquence 5 est constituée d'un centre commercial composé de grands groupes. Une partie de leurs enseignes sont visibles depuis la rocade, mais de façon relativement discrète.

A l'intérieur de la zone, la multiplication des dispositifs crée un paysage commercial encombré et peu lisible



Séquence 1	Séquence 2	Séquence 3	Séquence 4	Séquence 5
Dispositifs dominants				
<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade et au sol • Dispositifs temporaires • Publicités et préenseignes 	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade 	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade et au sol 	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade et au sol • Préenseignes 	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes en façade et au sol • Dispositifs temporaires • Publicités et préenseignes

5.1. Les autres zones d'activités du territoire

Sur les autres communes, plus éloignées du cœur d'agglomération, les zones d'activités se font plus discrètes et sont souvent de type artisanales ou industrielles.

Dispositifs dominants : enseignes en façade

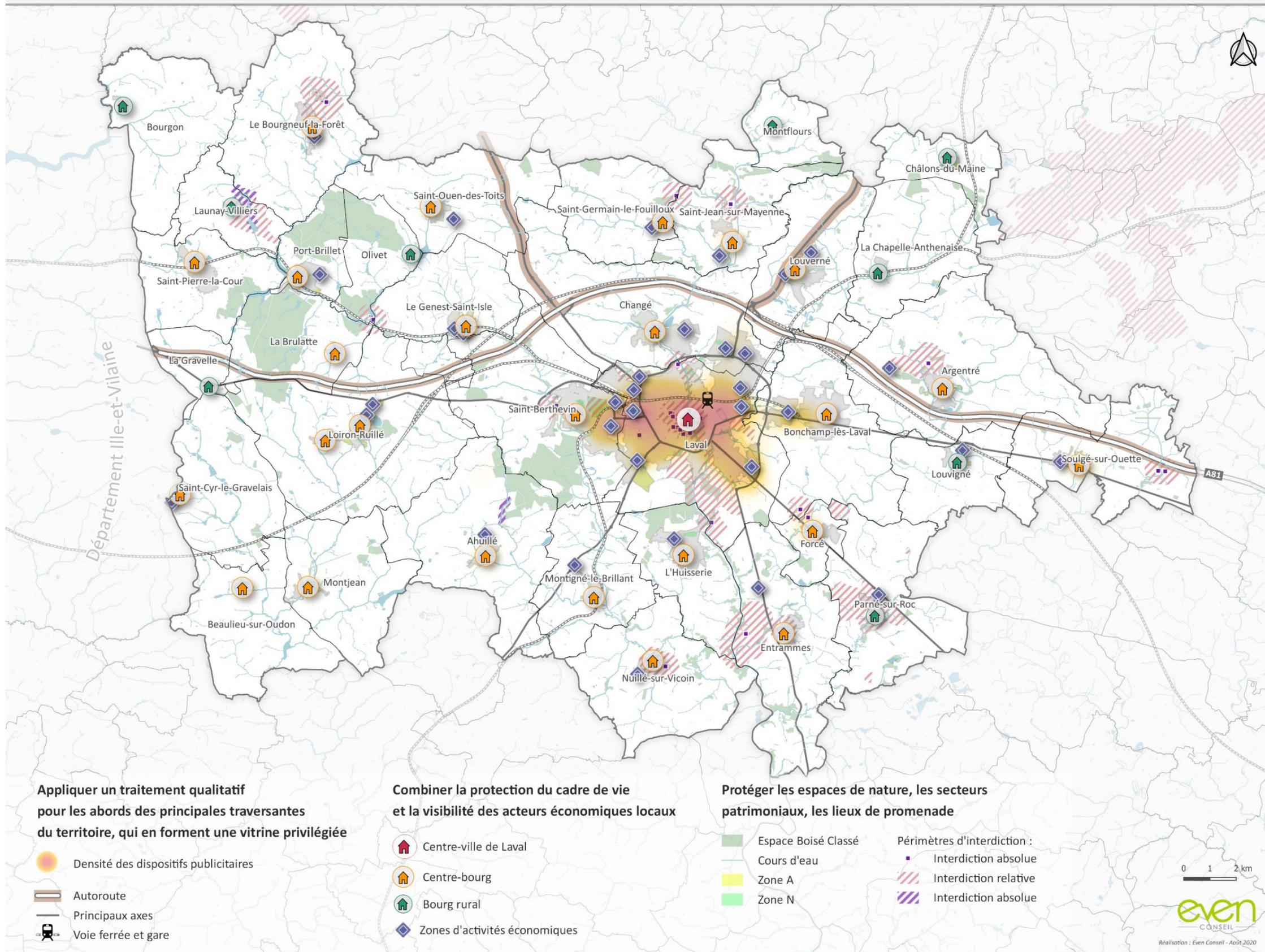


Enjeux :

- ❖ Vitalité économique
- ❖ Qualité paysagère

RLPi de Laval Agglomération

Enjeux de l'affichage publicitaire





Orientations

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de Laval Agglomération s'inscrit dans les objectifs définis dans la délibération de prescription de la révision du RLPi en Conseil Communautaire du 28 septembre 2020 :

- **Préserver l'attractivité économique et commerciale** sur l'ensemble du territoire tout en veillant à ce que la communication extérieure et l'affichage publicitaire ne soient pas des facteurs de dégradation du cadre de vie et du paysage. Il s'agit de maîtriser le développement des dispositifs publicitaires, notamment :
 - sur les entrées de ville du cœur d'agglomération,
 - sur les zones d'activités commerciales à enjeux, visibles depuis la rocade ou les nombreux nœuds routiers,
 - sur les principaux axes de traversée du territoire,
 - dans les zones à vocation résidentielle.

Ce sont des espaces particulièrement stratégiques, étant donné qu'ils sont les vecteurs de première perception du territoire. Une réponse équilibrée entre attractivité commerciale et préservation des paysages devra être apportée.
- **Préserver et mettre en valeur l'environnement des paysages naturels et urbains du territoire**, respectant les périmètres environnementaux et urbains spécifiques (nombreux périmètres monuments historiques, sites protégés, trame verte et bleue...) et notamment les 2 sites patrimoniaux remarquables (AVAP de Laval et ZPPAUP de Parné sur Roc).
- **Prendre en compte les spécificités des communes composant le territoire** pour adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire (commune centre, de première couronne, communes rurales), tout en assurant une harmonisation des règles, notamment le long des axes structurants, afin de renforcer l'identité de l'agglomération lavalloise.
- **Prendre en compte les nouveaux types de dispositifs publicitaires** tels, les bâches, le micro affichage, les publicités numériques, les covering grand format...

Les orientations et objectifs établis dans le Règlement Local de Publicité intercommunal de Laval Agglomération ont été réalisés en cohérence avec le projet de Plan Local d'Urbanisme intercommunal. Ils ont été définis en étroite collaboration avec les différents acteurs du territoire.

Ces objectifs, déclinés en orientations, expriment les réponses concrètes de l'agglomération aux enjeux rencontrés sur son territoire pour les zones de publicités qui en résultent.

Ainsi, 5 orientations ont été définies :

Orientation n°1 : Préserver les paysages naturels et urbains.

Orientation n°2 : Valoriser le paysage urbain des centralités

Orientation n°3 : Veiller à la qualité paysagère des zones résidentielles.

Orientations n°4 : Accompagner la dynamique commerciale des zones d'activité.

Orientation n°5 : Assurer la visibilité des acteurs économiques locaux, tout en préservant la qualité paysagère des principaux axes du territoire.

Orientation n°1 : Préserver les paysages naturels et urbains

- *Protéger les espaces de nature en ville : les parcs et jardins, les zones naturelles et agricoles, les cônes de vue, les bords de rivière, ...*

Afin de préserver le caractère naturel des parcs et jardins, des bords de rivières et autres espaces non-urbanisés, les dispositifs publicitaires seront à éviter au sein de ces zones.

Concernant les enseignes, dans ce même but des dispositions pourront être prises concernant la nature, le format et l'implantation des enseignes dans ces espaces.



Orientation n°2 : Valoriser le paysage urbain des centralités

- *Valoriser le patrimoine urbain et l'attractivité des centres-villes, centres-bourgs*

Le territoire possède une richesse patrimoniale importante, sur laquelle repose son identité. Pour permettre de conserver ou retrouver le dynamisme des centres, un équilibre est à trouver pour concilier communication extérieure et qualité paysagère de ces espaces de vie économique. La recherche de leur valorisation, vise aussi à favoriser le commerce de proximité.

La publicité est interdite en SPR et autour des Monuments Historiques, il pourra y être dérogé en encadrant strictement ces dispositifs et en le justifiant.

Il s'agit ici de limiter la présence de la publicité au sein des centres anciens, voire de l'interdire ou de l'encadrer strictement dans les zones de RLP existants où était instaurée cette interdiction (centre ancien de Laval et centre-bourg de Nuillé-sur-Vicoin), ainsi que sur certains éléments bâtis.

Les enseignes au sein de ces centralités ont également un rôle important à jouer dans la qualité paysagère de l'espace public.

La dynamisation de l'appareil commercial passe par la préservation du caractère patrimonial pittoresque des centres et ce sont les petits commerces qui animent ces espaces. La qualité et l'esthétisme des enseignes influencent donc la perception générale et la mise en valeur du patrimoine architectural.

Le commerce s'inscrit dans la composition de la façade du bâtiment. Une bonne insertion dans la composition générale de l'immeuble (symétrie ou non, rythme des percements, accroche du bâtiment au sol, etc.) sera privilégiée.

Par ailleurs l'implantation des enseignes, notamment l'inscription dans la hauteur du rez-de-chaussée, le choix de la palette chromatique, la densité et la forme des enseignes, notamment perpendiculaires, jouent un rôle important dans l'appréciation générale d'une façade commerciale.

Aussi une harmonisation des enseignes au sein des centres-villes est recherchée pour une dynamique commerciale cohérente et facilement lisible.



Orientation n°3 : Veiller à la qualité paysagère des zones résidentielles

- *Valoriser le paysage quotidien*

Les espaces résidentiels sont des zones à dominante d'habitation, qui n'ont pas vocation au commerce ou au transit, la présence de grands dispositifs de publicité extérieure sera davantage maîtrisée, afin de préserver le caractère résidentiel et la qualité de vie des quartiers d'habitat.

Il n'existe a priori que peu ou pas d'enseignes dans ces espaces puisqu'ils excluent les zones d'activités et secteurs commerciaux existants. Toutefois, les enseignes seront réglementées de manière à s'insérer dans le tissu résidentiel.



Orientation n°4 : Accompagner la dynamique commerciale des zones d'activité

- *Concilier vitalité économique et qualité du cadre de vie*

Dans les zones d'activité, le paysage est souvent confus et peu lisible, du fait de la multiplication de dispositifs, qui souvent se superposent et se répètent.

Afin de répondre aux enjeux économiques de ces zones, l'agglomération souhaite établir une réglementation plus souple que sur d'autres espaces, moins concernés par la communication commerciale. L'installation d'enseignes, de publicités et de pré-enseignes y sera facilitée, tout en favorisant une intégration paysagère de ces dispositifs.

Le but est d'informer, d'être visible des usagers en limitant la prolifération exagérée des dispositifs. Il s'agit de privilégier la qualité et la lisibilité des dispositifs publicitaires dans les zones d'activités économiques.



Orientation n°5 : Assurer la visibilité des acteurs économiques locaux, tout en préservant la qualité paysagère des principaux axes du territoire

- *Concilier vitalité économique et qualité du cadre de vie*

Les grands axes traversants sont à la fois des secteurs privilégiés pour l'expression publicitaire, mais également les vitrines de l'identité du territoire.

Aussi si l'expression des acteurs économiques y sera facilitée, le RLPi permettra d'encadrer cette expression, afin de garantir son intégration dans le paysage urbain, notamment au niveau des entrées de ville et des carrefours et giratoires stratégiques.

En effet, les entrées de ville représentent un enjeu majeur du RLPi, car elles marquent et influencent fortement la perception de l'ensemble du territoire, en véhiculant la première image d'une ville et de son accueil. Dans une logique d'attractivité territoriale, les communes souhaitent réduire fortement la densité d'affichage publicitaires sur ces secteurs.



Les carrefours situés au croisement des principaux axes sont des emplacements privilégiés pour la prolifération des dispositifs publicitaires. L'objectif est d'éviter leur cumul et l'impression de surdensité engendrée, dans un but de valorisation paysagère, qui recroise les objectifs de sécurité routière et de lisibilité de la route.

Au-delà de ces secteurs sensibles, une plus grande liberté sera donnée à l'expression publicitaire, afin d'assurer la visibilité des acteurs locaux, tout en cadrant l'implantation des dispositifs (densité, esthétique) afin d'assurer leur insertion.

Les quartiers de la gare et l'Espace Mayenne font l'objet d'un traitement spécifique au regard des enjeux et besoins de communication spécifique à ces secteurs.



3

Justification des choix

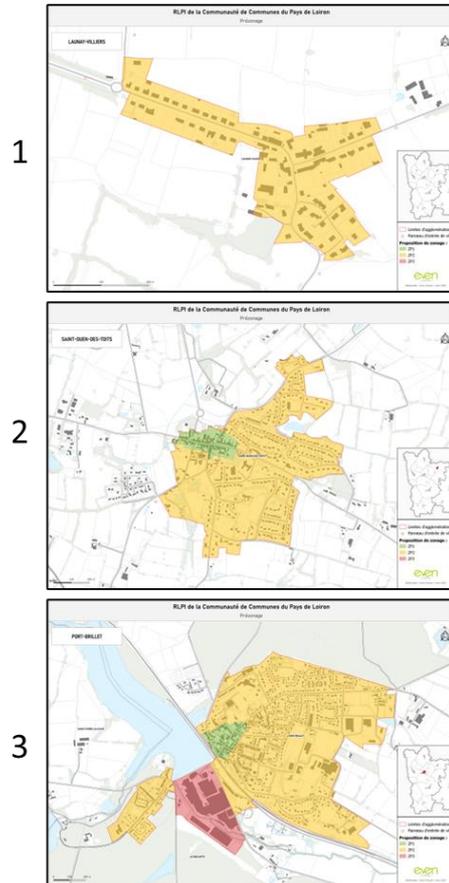
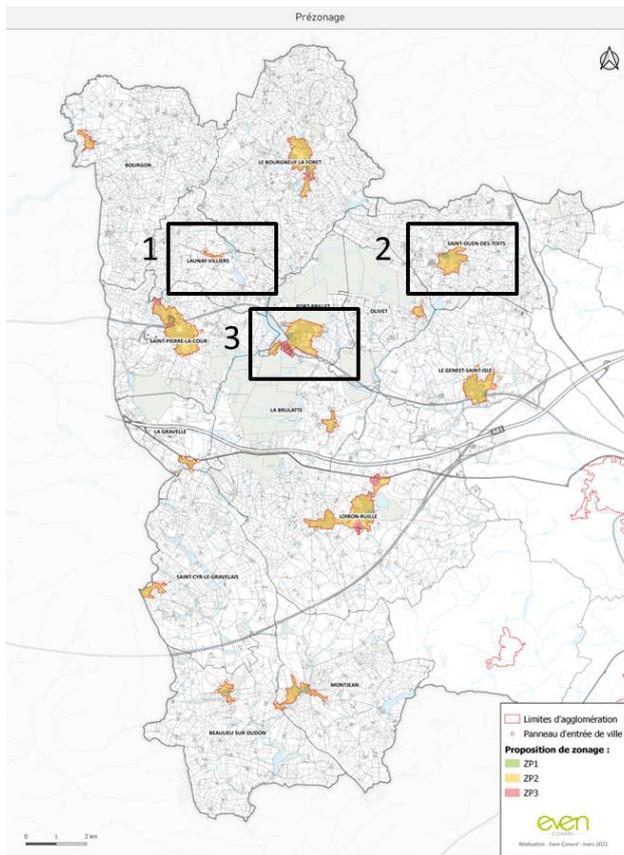
I. Justification des choix retenus en matière de zonage

1. Evolution du zonage dans la révision du RLPi

La première version du RLPi de Laval Agglomération ayant été adopté récemment et la révision lancée immédiatement dans la foulée, le principe de zonage appliqué sur le territoire n'a pas été remis en question lors de la révision.

Ainsi, le zonage reste quasiment inchangé sur la partie correspondant à l'ancien périmètre de Laval Agglomération, mis à part quelques ajustements sur la ville de Laval. Le principe de zonage a simplement été étendu sur les communes de l'ancien Pays de Loiron, qui se partagent en ZP1, ZP2 et ZP3.

La ZP4 n'a pas été appliquée sur cette partie du territoire. Cette zone est en effet dédiée aux axes structurants, principalement ceux menant à Laval. Sur la partie de l'ancien Pays de Loiron, les portions d'axes structurants se trouvant au sein des périmètres d'agglomération ne justifient pas l'application d'un zonage ZP4 (faible portion d'axe, contexte paysager, etc...)



Application du principe de zonage du RLPi sur la partie ex-Pays de Loiron de Laval Agglomération

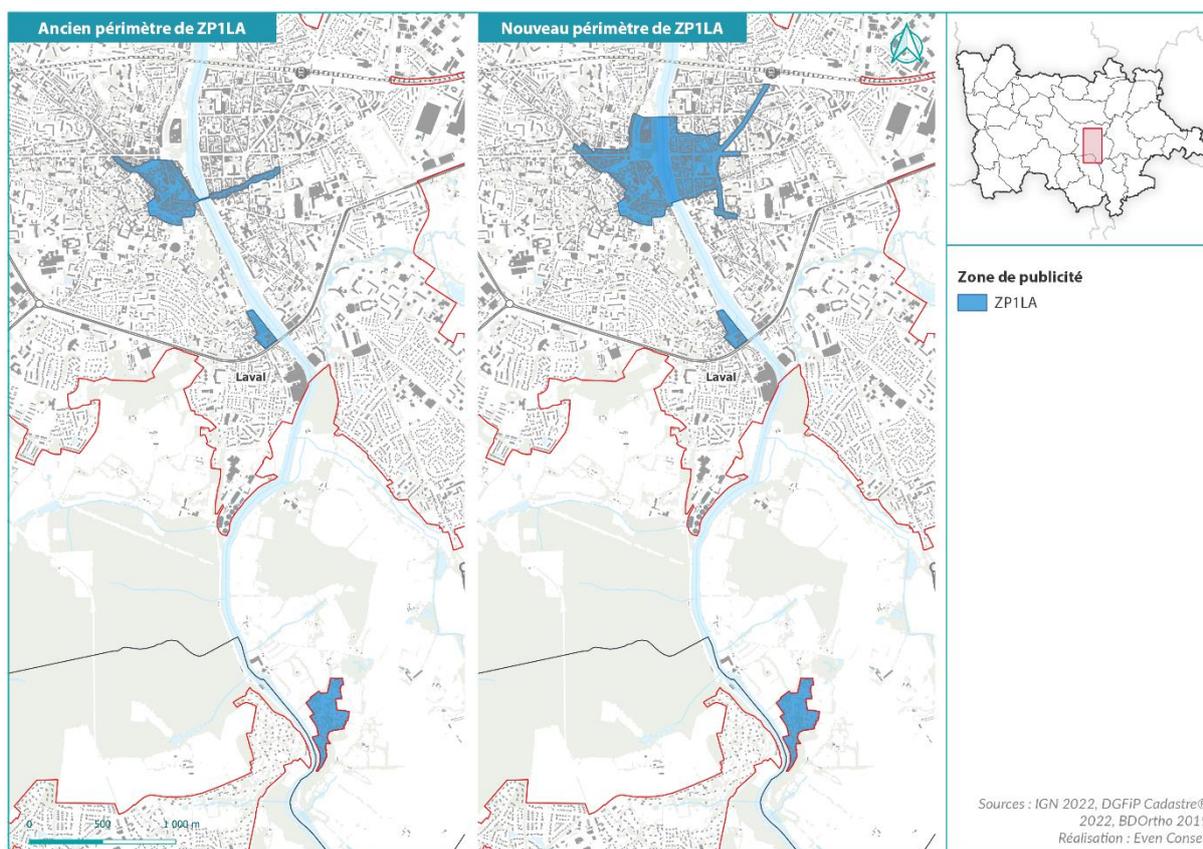
Le zonage ne s'applique pas uniformément sur l'ensemble des communes du territoire. En effet, les zones de publicité sont définies en fonction des tissus urbains constituant les enveloppes agglomérées des bourgs. Les plus grosses communes se voient appliquer un zonage généralement plus varié du fait de la présence en leur sein de zones d'activités (ZP3) ou de la possibilité de distinguer un centre-bourg (ZP1) du reste du tissu aggloméré (ZP2).

Du côté de l'ancien périmètre de Laval Agglomération, seule la ville de Laval a souhaité apporter des ajustements à son plan de zonage :

Une zone de publicité spécifique à l'Espace Mayenne a été créée sur l'emprise de cet établissement culturel. Au cours de la révision, l'avancée du projet d'aménagement de ce secteur a permis de mieux prendre en compte les besoins de communication qui lui sont relatifs et qui ont déterminé la nécessité de création d'une nouvelle zone de publicité, notamment vis-à-vis de l'affichage numérique.

Par ailleurs, la révision du RLPi a mené à une extension du zonage ZP1LA correspondant au cœur historique de Laval, de sorte à faire correspondre cette zone à la zone cœur du Site Patrimonial Remarquable (AVAP) de Laval. Cette zone étendue va permettre une meilleure prise en compte du caractère patrimonial des quartiers non couverts par la ZP1LA dans la version initiale du RLPi.

Enfin, le périmètre de la ZP1L a été revu en cohérence avec celui de l'AVAP.



Evolution du zonage de la ZP1LA entre la version approuvée en 2019 et le projet de révision du RLPi

2. Rappel de la définition des zones de publicité du RLPi de Laval Agglomération

Le principe de zonage du RLPi a été défini en fonction des enjeux relevés à l'étape du diagnostic et pour répondre aux objectifs que la collectivité s'est fixés en termes de réglementation de l'affichage extérieur dans le cadre des orientations.

Cinq grands types de zones ont ainsi été définis et se déclinent en sous-zones de publicité, soit pour s'adapter à des enjeux spécifiques (ZP1LA et ZP5L sur Laval), soit pour se conformer à la différenciation de réglementation prévu par le Code de l'environnement entre la ville centre (agglomération de plus de 100 000 habitants) et les autres communes de l'agglomération (zones de publicités spécifiques à Laval ZP1L, ZP2L, ZP3L, ZP4L).

	Laval	Hors Laval
Cœur historique	ZP1LA	ZP1
Centre-ville / Centre-bourg	ZP1L	ZP1
Quartiers résidentiels	ZP2L	ZP2
Zones d'activités	ZP3L	ZP3
Axes structurants	ZP4L	ZP4
Espace culturel d'envergure départementale	ZP5L	/

Le cœur historique de Laval - ZP1LA

La ZP1LA couvre le cœur de ville de Laval, elle comprend la ville médiévale, ainsi que les rues commerçantes du centre-ville lavallois. Cette zone de publicité est le secteur le plus contraint du RLPi, notamment concernant la réglementation des publicités et pré-enseignes. La réglementation des enseignes fait aussi l'objet de spécificités afin de prendre en compte la valeur architecturale et patrimoniale de ce secteur.

Les centres-villes et centres-bourgs - ZP1L et ZP1

La ZP1L correspond au reste du centre-ville de Laval compris dans le périmètre de l'AVAP. Cette zone a pour objectif de concilier un caractère patrimonial qui reste marqué avec les enjeux économiques du centre de la ville principale de l'intercommunalité. La densité commerçante y est moins importante qu'au sein de la ZP1LA.

La ZP1L s'étend jusqu'à la gare de Laval, bien que celle-ci soit située en dehors du périmètre AVAP, afin de prendre en compte les enjeux paysagers de ce secteur sensible d'arrivée sur la ville.

La ZP1 est appliquée sur les centres-villes/centres-bourgs des autres communes de Laval Agglomération. Son application et sa délimitation est définie selon le contexte urbain (tissu ancien) et la présence de commerces.

Les quartiers résidentiels - ZP2L et ZP2

La ZP2L est dédié aux quartiers résidentiels de Laval, situés en dehors du périmètre AVAP. Sur les autres communes, la zone équivalente est la ZP2, qui répond aux mêmes objectifs, décrits ci-dessous.

Sur ces secteurs, les besoins en communication visuelle sont réduits. Les enjeux de préservation du cadre de vie et du paysage du quotidien priment. Toutefois, certaines activités économiques peuvent y être implantées ponctuellement. Le RLPi prend en compte cette possibilité et adapte sa réglementation en conséquence.

Les zones d'activités - ZP3 et ZP3L

Les zones d'activités du territoire incluses dans les périmètres agglomérés sont couvertes par une zone de publicité spécifique, qui permet d'adapter la réglementation au caractère exclusivement économique de ces zones.

Cette zone de publicité a pour ambition d'harmoniser le traitement de l'affichage extérieur sur l'ensemble de ces zones d'activité, mais aussi de proposer une réglementation qui permette un traitement qualitatif du paysage commercial.

Les axes structurants – ZP4 et ZP4L

Les secteurs d'axes portent de forts enjeux pour le RLPi, du fait de leur fréquentation importante. D'une part, ce sont les vecteurs privilégiés de l'identité paysagère du territoire, leurs abords doivent donc être préservés de toute pollution visuelle. D'autre part, les acteurs économiques misent beaucoup sur ces espaces pour communiquer et se montrer. Qu'il s'agisse d'enseignes ou de publicités, les dispositifs d'affichage extérieur sont souvent foisonnants aux abords des axes. Le RLPi a pour objectif de concilier cette ambivalence.

Certains secteurs d'axes sont particulièrement sensibles, notamment les entrées de ville, qui concentrent souvent de nombreuses activités économiques, sont un lieu de forte fréquentation et portent d'importants enjeux paysagers en tant que porte d'entrée sur une commune. Les grands ronds-points et carrefours sont aussi confrontés à ces problématiques.

Afin de protéger ces espaces particuliers, des zones tampons d'interdiction de publicité sont appliquées sur les principaux carrefours de la rocade de Laval, qui forment aussi des points d'entrée sur la ville, ainsi que sur d'autres carrefours structurants sur les communes périphériques de Laval.

Certaines entrées de villes sont également concernées par l'instauration de ces zones tampons d'interdiction de publicité.

Une exception à l'interdiction de publicité est faite pour l'affichage sur abris-voyageur au sein des zones tampons. En effet, les zones tampons étant établies sur des secteurs d'axes, elles croisent certains trajets de transports en commun et donc certains abris-bus. Compte-tenu de l'impact moindre de la publicité sur abris-voyageur (installation sur un mobilier existant et qui a un autre rôle qu'un simple support de communication visuelle), celle-ci est autorisée au sein des zones tampon.

L'Espace Mayenne – ZP5L

La zone ZP5L a été créée spécifiquement pour l'Espace Mayenne. Elle permet d'adapter la réglementation aux caractéristiques particulières de cet équipement.

II. Justification des choix retenus en matière de réglementation des publicités et pré-enseignes

1. *Intégration des dispositifs dans leur environnement, maîtrise de la pollution visuelle et lumineuse*

Le règlement prévoit des dispositions générales, applicables à l'ensemble des zones de publicité et à l'ensemble des dispositifs qui visent leur bonne intégration paysagère et la limitation des nuisances visuelles et lumineuses.

Sont ainsi réglementés pour les publicités et pré-enseignes :

- Les formes et les matériaux de l'encadrement ;
- La possibilité d'ajouts d'accessoires aux dispositifs publicitaires, ceux-ci devant être obligatoirement amovibles et retirés en dehors des interventions sur le dispositif ;
- L'éclairage des dispositifs et notamment la plage horaire d'extinction nocturne définie de 23 heures à 6 heures pour l'ensemble des dispositifs, y compris pour l'affichage supporté par le mobilier urbain.

De plus, certaines typologies d'affichage sont interdites : il s'agit des implantations sur clôture ou mur de clôture ou sur toiture. Ces modes d'implantation sont en effet incompatibles avec l'objectif général d'intégration des dispositifs d'affichage dans leur environnement, du fait de leur impact visuel important.

2. *Prise en compte des enjeux patrimoniaux*

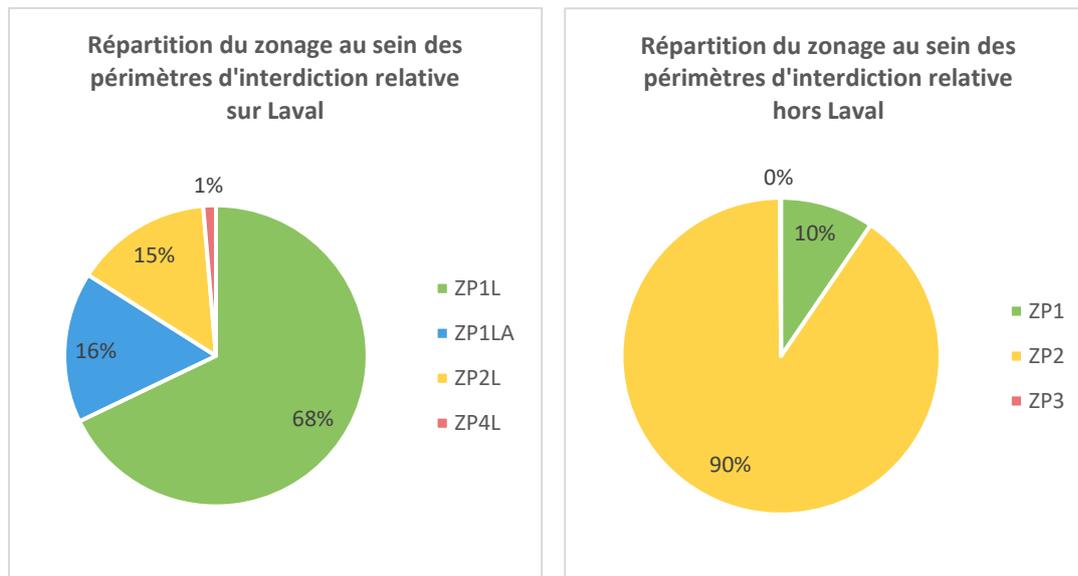
Le territoire de Laval Agglomération est concerné par plusieurs périmètres d'interdiction de la publicité générés principalement par des éléments patrimoniaux et leurs outils de protection. Le code de l'environnement définit deux sortes d'interdiction de publicité différente :

L'interdiction absolue de publicité (notamment sur les monuments historiques, les sites classés et les arbres). Cette forme d'interdiction s'impose à la réglementation locale.

L'interdiction relative de publicité est une forme plus souple d'interdiction, dans le sens où le Code de l'environnement offre une possibilité de dérogation via le RLPi. Ce sont notamment les périmètres de protection de Monuments Historiques, les sites inscrits et les Sites Patrimoniaux Remarquables qui génèrent ce type d'interdiction.

Sur Laval, ces périmètres sont principalement couverts par les zones de publicité ZP1LA et ZP1L, qui limitent fortement les possibilités d'affichage publicitaire et encadrent strictement l'implantation des enseignes. Ces zones de publicités permettent de réintroduire de façon cadrée et limitée la publicité, afin de répondre aux enjeux économiques du centre-ville de Laval.

En dehors de Laval, les périmètres d'interdiction relative sont très majoritairement couverts par la zone ZP2. Cette zone est l'une des plus restrictive du RLPi, notamment concernant la réglementation des publicités et pré-enseignes. Les enseignes numériques y sont interdites.



3. Réglementation des différentes typologies d'implantation des publicités et pré-enseignes

Affichage mural

La publicité murale présente l'avantage d'être installée sur un support existant, ce qui limite son impact visuel dans le paysage. En revanche, son implantation peut dégrader l'élément architectural sur lequel elle est implantée. De plus, les implantations murales sont souvent des affichages de format relativement importants. La publicité murale n'est donc pas souhaitable sur certains secteurs, tels les tissus urbains historiques et/ou patrimoniaux, du fait de la potentielle dégradation du patrimoine bâti, les centres-villes et centres-bourgs, qui sont constitués également de patrimoine bâti et portent des enjeux paysagers forts, en tant qu'espace de vie et de rencontre au sein des communes.

Elle peut plus facilement s'intégrer dans les tissus résidentiels, sans valeur patrimoniale particulière, les zones d'activités et le long des axes structurants. Sur ces secteurs, la publicité murale a l'avantage d'offrir une possibilité de communication visuelle qui peut s'intégrer relativement facilement dans le paysage.

Pour s'assurer de la bonne intégration de la publicité murale dans les zones où elle est autorisée, le RLPi prévoit des dispositions qui réglementent l'implantation de la publicité sur le mur (notamment interdiction d'installation sur les murs en pierre apparente, positionnement en retrait des arêtes du support pour protéger les modénatures), limite la densité de la publicité en autorisant un unique dispositif par mur (les doublons de publicité côte à côte sont interdits).

Ces dispositions viennent compléter celles de la réglementation nationale, qui prévoient notamment que la publicité murale ne puisse être installée que sur un mur aveugle, sans en dépasser les limites, ni le cas échéant la limite de l'échappée du toit, limite la saillie et la hauteur d'implantation, etc ...).

Par ailleurs, elles sont complétées par des règles de format qui sont fixées en fonction des zones de publicité.

Le RLPi limite à 10,5m² l'affichage mural en ZP2L, ce qui correspond à une légère baisse de format par rapport à la version actuellement en vigueur du RLPi. La volonté municipale de diminution des formats en ZP2L s'est confrontée à la réalité économique de panneaux remplacés récemment pour être mis en conformité avec les règles du RLPi de 2019. On notera que les règles d'implantation permettent de limiter les possibilités d'affichage et constituent une première couche de protection du cadre de vie de ces secteurs.

La surface maximale est limitée à 10,5m² le long des axes structurants couverts par la ZP4L : ce format est cohérent au gabarit des axes concernés et aux usages sur ces secteurs (fréquentation principalement motorisée, vitesse relativement importante).

Sur les zones d'activités ZP3L, le RLPi s'aligne sur le format maximal autorisé par le Code de l'environnement, compte-tenu du caractère économique des zones concernées.

L'Espace Mayenne en ZP5L est identifié hors agglomération, en discontinuité de l'agglomération de la ville de Laval au sens géographique. Selon les dispositions du RNP, la publicité y est interdite.

Hors Laval, la publicité murale n'est autorisée qu'en ZP3 et ZP4. Sur ces secteurs, le format maximal fixé à 4m² de surface totale par le Code de l'environnement est repris par le RLPi, ce format étant adapté au contexte urbain des secteurs couverts par ces deux zones de publicité.

Affichage scellé au sol et installé directement sur le sol

La publicité scellée au sol est un mode d'affichage qui peut être particulièrement impactant, dans le sens où elle constitue un élément de lecture supplémentaire dans le paysage et s'impose en tant que tel à part entière.

En raison de ce fort impact et du caractère disproportionné, voire inapproprié de cette forme de publicité en dehors des secteurs urbains les plus denses, le Code de l'environnement interdit la publicité scellée et installée directement sur le sol au sein des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les possibilités d'implantation de publicité scellée ou installée directement sur le sol se concentrent donc uniquement sur la ville de Laval. Le RLPi limite cette possibilité, en excluant la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol des secteurs de ZP1LA et ZP1L, du fait des forts enjeux paysagers et patrimoniaux que portent ces deux zones de publicité. Par ailleurs, le contexte urbain de ces zones est peu propice à l'installation de publicité scellée au sol, les implantations des immeubles se faisant principalement à l'alignement.

La publicité scellée au sol et installée directement sur le sol n'est donc autorisée à l'échelle de Laval Agglomération, qu'au sein des zones de publicité ZP3L et ZP4L.

Comme pour la publicité murale, des dispositions générales veillent à limiter l'impact visuel de ces dispositifs au sein des zones où ils sont autorisés. Il s'agit de dispositions encadrant l'esthétisme du support publicitaire, son implantation par rapport à la voie et la densité des dispositifs par unité foncière.

Afin de protéger les plus petites unités foncières et éviter les effets de cumul, le RLPi n'autorise l'implantation d'une publicité scellée au sol que pour les unités foncières présentant un linéaire sur voirie de plus de 40 mètres.

Pour s'adapter au contexte urbain des différentes zones de publicité où l'affichage scellé au sol ou installé directement sur le sol est autorisé, le RLPi fixe des surfaces totales maximale suivantes :

Zone	Surface totale	Explications
ZP3L	12m ² (RNP)	Le format maximal fixé par le Code de l'environnement est conservé par le RLPi en ZP3L, compte tenu du caractère économique de ces secteurs. C'est l'unique zone du RLPi où le format maximal du Code de l'environnement est maintenu.
ZP4L	10,5m ²	Le gabarit et la vitesse de circulation le long des axes structurants nécessitent un grand format d'affichage, pour la lisibilité du message publicitaire. Les axes structurants portent néanmoins des enjeux paysagers importants, qu'il convient de combiner aux enjeux économiques.

Affichage publicitaire sur mobilier urbain

Compte-tenu du caractère accessoire de la publicité sur mobilier urbain et de sa bonne intégration générale dans le paysage des communes, l'affichage publicitaire sur mobilier urbain ne se voit pas imposer de règles supplémentaires à celles prévues par le Code de l'environnement.

Seul l'affichage publicitaire sur les mobiliers urbain pour l'information (MUPI), défini par l'article R.581-47 du Code de l'environnement fait l'objet d'une réglementation plus restrictive par le RLPi. Ceci s'explique par le fait que l'affichage sur le mobilier d'information est la seule forme de publicité uniquement dédiée à la communication visuelle et dont la surface maximale est fixée à 12m² par le code de l'environnement (agglomérations de plus de 10 000 habitants). Cette surface n'est pas adaptée aux différents contextes urbains de Laval.

Le RLPi redéfinit donc des surfaces maximales en fonction des zones de publicité pour l'affichage publicitaire sur mobilier urbain d'information.

La surface utile d'affichage sur MUPI est limitée à 2m² en ZP1LA et ZP1L, où le contexte urbain n'est pas favorable aux grands formats :

- Les bâtiments à l'alignement créent des rues généralement peu larges ;
- Ces secteurs sont fréquentés par des piétons ou par des véhicules circulant à faible vitesse, les petits formats sont donc adaptés aux usages de ces espaces ;
- Les secteurs ZP1LA et ZP1L sont définis par leur valeur paysagère et patrimoniale, la publicité autorisée au sein de ces secteurs doit être la moins impactant possible. Seuls des petits formats peuvent y être autorisés.

En ZP3L, comme pour les autres formes d'affichage, le RLPi s'aligne sur la réglementation prévue par le Code de l'environnement.

En ZP4L, compte-tenu du contexte des grands axes et selon la même logique que pour la publicité scellée au sol, l'affichage publicitaire sur MUPI est limité à 8m² de surface utile.

Micro-affichage

Conformément aux Code de l'environnement, le RLPi ne réglemente le micro-affichage qu'à l'intérieur des périmètres d'interdiction de publicité définis à l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Le territoire a fait le choix de ne pas interdire cette forme d'affichage au sein des périmètres cités au L.581-8, car ces secteurs correspondent aussi souvent à des espaces commerçants. En revanche, le RLPi s'assure du respect des devantures commerciales, en limitant la surface unitaire des dispositifs de micro-affichage et en réglementant l'implantation sur la devanture.

Affichage publicitaire numérique

Pour rappel, la publicité numérique est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants par le Code de l'environnement. Ainsi, seule la ville de Laval peut accueillir ce mode d'affichage.

La révision du RLPi a été l'occasion de revoir partiellement le traitement de l'affichage numérique sur le territoire intercommunal, en interdisant l'installation d'affichage numérique au sein des quartiers résidentiels (ZP2L), dans un objectif de préservation de ces espaces face aux nuisances visuelles et lumineuses engendrées par ces dispositifs.

L'affichage publicitaire numérique reste interdit au sein de la ZP1LA.

Affichage publicitaire sur bâche de chantier et dispositifs de dimensions exceptionnelles

Ces formes d'affichage sont soumises à autorisation du Maire (et de la CDNPS pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles) et sont installés pour une durée déterminée (durée d'usage effectif de

l'échafaudage, durée de l'évènement signalé allongée de cinq semaines pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles).

Le Code de l'environnement offre donc un cadre précis à l'installation de tels dispositifs. Aucune disposition supplémentaire n'est ajoutée par le RLPi, à l'exception de l'interdiction de publicité lumineuse sur les bâches de chantier. L'éclairage de dispositif grand format porte en effet un impact visuel important et peut être source de nuisances lumineuses.

Pour rappel, la publicité sur bâche de chantier et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Bâches publicitaires

Les bâches publicitaires sont interdites sur l'ensemble du territoire intercommunal (interdiction dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants par le Code de l'environnement), à l'exception de la ZP3L, où elles sont autorisées avec une limite de format et de densité.

Les bâches publicitaires sont en effet des dispositifs avec un important impact visuel et qui s'intègrent difficilement dans le paysage urbain. Le RLPi interdit d'ailleurs le recours à ce type de matériaux pour les dispositifs d'affichage permanent, y compris pour les enseignes. Les bâches publicitaires sont toutefois admises au sein des zones d'activités couvertes par la ZP3L. Le paysage des zones d'activité peut en effet être plus favorable à ce mode d'affichage. Afin de respecter l'objectif de traitement qualitatif du paysage commercial, celles-ci sont limitées en format et en densité par la réglementation de la zone de publicité.

Publicités sur palissade de chantier

Afin de préserver les paysages patrimoniaux de l'affichage, la publicité sur palissade de chantier est interdite au sein des périmètres d'interdiction relative. Sur Laval, cette interdiction se concentre uniquement sur la ZP1LA. En dehors de cette zone de publicité, la publicité sur palissade de chantier suit les dispositions de la réglementation nationale.

Pré-enseignes temporaires

Le Code de l'environnement n'offrant pas la possibilité aux règlements locaux de réglementer les pré-enseignes temporaires, celles-ci sont soumises aux dispositions du Code de l'environnement.

4. Les principales évolutions apportées par la révision dans la réglementation des publicités et pré-enseignes

La révision du RLPi a apporté plusieurs modifications dans la réglementation des publicités et pré-enseignes :

- **La réglementation des zones tampons d'interdiction des publicités et pré-enseignes :**

La révision a été l'occasion de réintroduire la possibilité d'affichage sur abris-voyageur au sein des zones tampons. En effet, plusieurs abris étaient concernés par les zones tampons. Considérant l'impact visuel moindre de cette forme d'affichage ainsi que les enjeux économiques liés, il a été jugé opportun de les autoriser sur ces secteurs d'axes fréquentés.

Par ailleurs, afin de ne pas rentrer en contradiction avec le contrat de mobilier urbain actuellement en cours sur la ville de Laval, un nombre limité de MUPI au sein de ces secteurs sont autorisés. Cette solution du nombre maximal permet le maintien des dispositifs existants, sans ouvrir la porte à de nouvelles possibilités d'implantation (sauf réorganisation du parc existant).

- **La réglementation de l'affichage publicitaire en ZP1LA**

L'agrandissement de la zone ZP1LA au-delà du cœur moyenâgeux de Laval a nécessité l'autorisation de l'affichage sur mobilier urbain au sein de cette zone de publicité : en effet, bien que les enjeux patrimoniaux soient partagés, le contexte urbain n'est pas le même dans les nouveaux secteurs ajoutés à la ZP1LA : les besoins en affichage y sont plus importants, du fait de la présence d'un plus grand nombre de commerces, de services et d'un mode de fréquentation différent de celui du noyau historique.

On rappellera par ailleurs que dans les périmètres patrimoniaux, les implantations sont soumises à l'avis de l'ABF. De plus, les implantations sont définies en accord avec la ville dans le cadre des contrats de mobilier urbain.

De ce fait, une plus grande liberté peut être prise dans le RLPi, sans pour autant menacer le paysage patrimonial du centre-ville de Laval.

- **La réglementation de l'affichage dans les quartiers résidentiels de Laval (ZP2L)**

La révision du RLPi a permis une meilleure prise en compte des enjeux paysagers dans les quartiers résidentiels et une meilleure réponse à l'objectif de préservation du cadre de vie au sein de ces secteurs. L'affichage publicitaire numérique y a été interdit et les formats revus à la baisse.

	RLPi en vigueur	Projet de révision du RLPi
Affichage publicitaire mural	12m ²	10,5m ²
Affichage publicitaire scellé au sol ou posé au sol	12m ²	interdit
Affichage publicitaire sur mobilier urbain	12m ²	8m ²
Affichage publicitaire numérique	8m ² , toute typologie	interdit

- **La réglementation des dispositifs lumineux et numériques**

La révision du RLPi a été l'occasion pour le territoire de Laval Agglomération de mieux prendre en compte les nuisances lumineuses générées par l'affichage publicitaire et ainsi s'engager dans la réduction de la pollution lumineuse.

Concernant la réglementation des publicités et pré-enseignes :

- La révision du RLPi a introduit une interdiction des publicités lumineuses sur bâche ;
- La révision du RLPi a permis de se saisir de l'opportunité offerte par la loi Climat et Résilience de réglementer les dispositifs lumineux en vitrine ;
- L'interdiction de l'affichage publicitaire numérique en ZP2L évoqué précédemment participe à cet objectif de réduction des nuisances lumineuses

III. Justification des choix retenus en matière de réglementation des enseignes

1. *Intégration des enseignes dans leur environnement, maîtrise de la pollution visuelle et lumineuse*

Les dispositions générales du RLPi veillent à la bonne intégration des enseignes dans leur environnement, notamment par des règles de composition générale et d'implantation, qui garantissent que l'enseigne ne porte pas atteinte à l'environnement urbain et paysager dans lequel elle s'implante. De la même façon que pour les publicités et pré-enseignes, certains modes d'implantation d'enseignes sont interdits, car ils ne répondent pas à l'objectif d'intégration du dispositif d'affichage dans son environnement et ne permettent donc pas une valorisation de l'activité.

Des règles d'encadrement de l'éclairage des enseignes sont prévues pour limiter la pollution lumineuse potentiellement engendrée : il s'agit ici de dispositions sur l'orientation et le mode d'éclairage : interdiction de certains modes d'affichage en faveur des modes plus indirects par exemple.

De plus, le RLPi précise que les enseignes doivent respecter la règle d'extinction nocturne entre 23 heures et 6 heures, dès lors que l'activité signalée a cessé. L'extinction nocturne des enseignes lumineuses permet d'éviter une source de pollution lumineuse inutile pendant la période de fermeture du commerce.

2. *Prise en compte des enjeux patrimoniaux*

Concernant les enseignes, la prise en compte des enjeux patrimoniaux se traduit essentiellement par la définition de la ZP1LA et des ZP1/ZP1L, qui couvrent les secteurs patrimoniaux, centres-villes et centres-bourgs anciens. Au sein de ces zones de publicité, les enseignes sont soumises à une réglementation plus stricte que sur le reste du territoire.

Parallèlement à ce niveau de rigueur plus important, le RLPi ouvre une possibilité de dérogation au sein de ces périmètres, pour que les projets puissent prendre en compte les recommandations de l'ABF, si celles-ci permettent une meilleure mise en valeur du bâtiment sur lequel l'enseigne est implantée.

3. Règlements des différentes typologies d'implantation des enseignes

Règlementation des enseignes en façade

L'ensemble des enseignes en façade doit répondre à des règles de respect de l'architecture, que ce soit dans ses rythmes ou ses motifs.

Ce principe général est complété de dispositions supplémentaires dans certaines zones de publicités, selon le type d'enseignes en façade. Les zones de publicités ZP1LA, ZP1 et ZP1L sont les zones les plus restrictives et dont la réglementation est la plus précise concernant les enseignes en façade. En effet, ces secteurs se définissent par leur valeur historique, voire patrimoniale et sont concernés par du bâti ancien. La réglementation des enseignes doit veiller, au-delà du respect de l'architecture, à la valorisation du bâti ancien et du paysage historique de ces quartiers. Ce sont aussi sur ces secteurs que se concentrent la plupart des commerces de proximité. Le RLPi a pour objectif, au travers de la réglementation de garantir la visibilité des acteurs locaux. La réglementation des enseignes a été réfléchi de manière à assurer l'attractivité des devantures commerciales sur ces secteurs.

Ainsi, au sein de ces zones sont détaillées les règles d'implantation :

- Des enseignes en bandeau (ZP1LA et ZP1). Les enseignes en bandeau sont la forme d'enseigne en façade la plus répandue. Leur implantation est encadrée de façon à assurer le bon respect des rythmes architecturaux et empêcher toute surcharge visuelle de la devanture.
- Des enseignes perpendiculaires : les enseignes perpendiculaires ont un impact marqué sur le paysage de la rue et les effets de perspective. Leur implantation sur la devanture commerciale, leur densité et leur format sont réglementés pour souligner les rythmes marqués par la succession des bâtiments. Les règles veillent aussi à la cohérence de traitement de la façade commerciale, assurée principalement par les règles d'implantation.
- Des enseignes sur store : autorisées uniquement sur le lambrequin du store, cette partie du store permettant à la fois l'intégration la plus qualitative mais aussi la meilleure visibilité pour l'activité.
- Des enseignes en inscription sur baie : la réglementation des enseignes sur baie veille au maintien de la transparence des vitrines : les inscriptions sur baie doivent être un moyen de valorisation de la vitrine et ne pas conduire à son opacification. Au-delà des problématiques de transparence, un usage abusif des inscriptions sur vitrine peut mener à une surcharge de la devanture et une perte d'attractivité visuelle de l'activité.

Les zones de publicité ZP2L et ZP2, qui portent d'importants enjeux de préservation du cadre de vie partagent la plupart de ces dispositions encadrant les enseignes en façade, sans avoir autant de précision sur certains points : en effet les quartiers couverts par la ZP2L et la ZP2 n'accueillent que ponctuellement des activités économiques. De plus, les tissus urbains couverts étant plus variés que ceux correspondant classiquement au centre-ville, une réglementation plus générale permet une meilleure adaptation de la règle au cas par cas.

La réglementation des enseignes en façade en ZP3 et ZP3L se contente des dispositions générales relatives au respect de l'architecture et d'une limitation de la saillie des enseignes perpendiculaires. En effet, au sein des zones d'activités, les dispositions de la réglementation nationale concernant les enseignes en façade paraissent suffisantes pour garantir un traitement qualitatif du paysage commercial. Aujourd'hui, plusieurs règles du Code de l'environnement ne sont pas respectées au sein de ces secteurs (enseignes avec panneau de fond en toiture, enseignes en façade dépassant les limites du mur support). La mise en conformité de ces dispositifs devrait permettre déjà une amélioration du paysage des zones d'activité.

En ZP4, ZP4L, se sont uniquement les dispositions générales du RLPi qui s'appliquent. Elles sont garantes de la bonne intégration architecturale des enseignes dans leur environnement bâti. Le règlement n'ajoute pas de précision supplémentaire du fait des contextes urbains variés que traversent les axes structurants. De plus, sur ces secteurs, les bâtiments sont souvent installés en retrait des voies, les enseignes en façade ont donc moins d'impact sur le paysage de l'axe.

Les dispositions de la réglementation nationale combinées à l'obligation de respect architectural permettent un cadrage général suffisant concernant les enseignes en façade des activités installées le long des axes structurants.

En ZP5L, les enseignes ont été réfléchies en cohérence avec l'architecture du bâtiment dans le cadre du projet général. Du fait de la forme architecturale complexe de cet équipement, les enseignes en façade ne font pas l'objet d'une réglementation précise, mais ne sont soumises qu'aux dispositions générales, qui imposent un traitement de l'enseigne respectueux et valorisant l'architecture.

De plus, en tant qu'établissement culturel, l'Espace Mayenne bénéficie de dérogations aux dispositions du Code de l'environnement concernant la réglementation de la superficie des enseignes en façade (arrêté ministériel du 2 avril 2012).

Règlementation des enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol ne s'intègrent pas facilement dans tous les contextes urbains. Elles ne sont particulièrement pas adaptées aux tissus des centres-villes, centres-bourgs anciens, où l'implantation des bâtiments se fait à l'alignement. Les possibilités d'implantation sont donc réduites, tout comme les besoins de se signaler par ce type de dispositif. Les commerces et services donnent généralement directement sur la rue et sont donc identifiables via leurs enseignes en façade.

De plus, les enseignes scellées au sol sont des dispositifs relativement impactants, du fait qu'elles constituent un élément de lecture supplémentaire dans le paysage.

Les enseignes scellées au sol sont donc interdites en ZP1LA, ZP1L et ZP1.

Elles sont autorisées dans l'ensemble des autres zones de publicité, avec des règles de format qui varient pour s'adapter au contexte urbain.

En ZP2 et ZP2L, le format des enseignes au sol est limité par rapport aux autres zones de publicité, pour préserver le paysage résidentiel. Les enseignes scellées au sol y sont autorisées pour permettre aux

activités économiques ponctuellement installées dans ces quartiers de se signaler, mais le RLPi doit garantir, sinon l'absence du moins la limitation des nuisances visuelles pour le voisinage.

Au sein des zones d'activité ZP3L et ZP3, le format des enseignes au sol est limité à 4m² pour les enseignes individuelles. C'est un format relativement petit, mais qui permet une harmonisation de la réglementation à l'échelle intercommunale. En effet, le Code de l'environnement fixe une limite de format à 6m² pour les enseignes au sol localisées hors agglomération ou dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Le format de 6m² est réservé quant à lui pour le cas des supports communs scellés au sol regroupant les enseignes de plusieurs activités installées sur une même unité foncière.

Le même principe est appliqué le long des axes structurants : ZP4L et ZP4. Il est particulièrement important sur ce secteur pour créer une continuité logique entre les différentes communes traversées par un même axe, notamment sur la périphérie de Laval.

En ZP5L, la réglementation du format des enseignes scellées au sol a été définie en collaboration avec le conseil départementale de Mayenne qui est le porteur du projet de l'Espace Mayenne.

Sur l'ensemble de ces secteurs, la règle de densité qui s'impose est définie par une disposition générale qui vient renforcer la réglementation nationale. En effet le RLPi limite la densité à une enseigne au sol par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité, quelle que soit la taille de l'enseigne. C'est-à-dire que, contrairement à ce que prévoit le Code de l'environnement, les enseignes présentant une surface inférieure ou égale à 1m² sont soumises à cette règle de densité.

Ce choix de soumettre les petites enseignes au sol à la règle de densité s'explique par une volonté d'éviter les surcharges visuelles, qui sont générées par une accumulation de dispositifs.

Règlementation des enseignes posées au sol

Les enseignes posées au sol sont soumises à la même règle de densité que les enseignes scellées au sol et ne peuvent se cumuler entre elles le long d'un même linéaire sur voirie. Cette disposition vient renforcer la réglementation des enseignes scellées au sol qui vise à réduire le nombre de dispositif au bord des voies.

Des dispositions spécifiques sont prévues pour les dispositifs installés sur l'espace concédé du domaine public de façon à limiter l'encombrement de l'espace public. Il est notamment demandé le retrait des enseignes posées au sol en dehors des horaires d'ouverture de l'activité signalée.

Règlementation des enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées au sein de l'ensemble des zones de publicité, à l'exception de la ZP5L où aucun besoin d'affichage d'enseigne sur clôture n'a été relevé compte tenu de la configuration du site.

Au sein des zones centres ZP1LA, ZP1L, ZP1, les enseignes sur clôture peuvent être utiles pour signaler une activité qui serait installée en retrait de la voie. Pour garantir la bonne intégration de ces enseignes

dans le paysage, le RLPi leur impose une réalisation en lettres ou signes découpés. De plus, elles ne peuvent être installées sur ces secteurs que sur des clôtures pleines.

En ZP2 et ZP2L où les enjeux paysagers sont un peu moins importants, on ne conserve que l'interdiction d'implantation sur les clôtures non aveugle (type grillage).

En ZP3 et ZP3L, l'usage d'enseignes en clôture est une pratique plus courante et le contexte urbain plus propice à ce mode d'implantation. Les contraintes d'implantation sont diminuées.

En ZP4 et ZP4L, on retrouve l'obligation d'implantation sur clôture aveugle uniquement, dans un objectif de traitement qualitatif des abords des axes structurants.

Les règles de densité et de format sont communes à l'ensemble des zones de publicité. Le fonctionnement par proportion permet en effet d'adapter la réglementation à chaque contexte. Des dérogations de format sont néanmoins prévues en zone d'activité et le long des axes structurants pour les enseignes sur support commun.

Règlementation des enseignes en toiture

Les enseignes en toiture sont autorisées uniquement au sein des zones d'activité et le long des axes structurants. Elles sont en effet plus adaptées aux enjeux de visibilité économique de ces secteurs. Dans les autres zones de publicité, d'une part leur impact visuel est trop important, leur installation ne peut pas garantir une intégration optimale de l'enseigne dans son contexte urbain, d'autre part les besoins de visibilité sont différents et plus directs.

Règlementation des enseignes numériques

La réglementation des enseignes numériques est adaptée en fonction des zones de publicité. Sur les zones portant le plus d'enjeux patrimoniaux ou de préservation du cadre de vie, ces formes d'enseignes particulièrement impactantes sont interdites (ZP1LA, ZP1L, ZP1, ZP2, ZP2L).

En ZP3L et ZP4L, le principe d'implantation uniquement en façade est repris. L'impact visuel des enseignes en façade est en effet moindre (par rapport aux enseignes au sol ou sur clôture) sur ces secteurs du fait d'une implantation généralement en retrait des bâtiments.

En ZP5L, les enseignes numériques sont autorisées uniquement au sol, afin de ne pas dégrader la façade de l'Espace Mayenne. Elles sont limitées en nombre et en format afin de limiter leur impact sur le paysage de l'axe, d'autant que l'on se trouve sur un secteur de transition urbaine.

En dehors de Laval, les enseignes numériques sont interdites en ZP1 et ZP2 et autorisées en ZP3 et ZP4 uniquement en façade, avec une surface cumulée limitée à 2m² dans toutes les zones de publicité où elles sont autorisées. Le contexte des autres communes de l'agglomération est en effet moins favorable que celui de la ville centre à ce type d'affichage (car moins urbain). Le choix de la collectivité a cependant été de laisser la possibilité de développer ce mode d'affichage, mais de façon strictement cadrée.

Règlementation des enseignes sur bâche

L'utilisation de bâche pour les enseignes permanentes est interdite par le RLPi, car elle ne correspond pas à l'objectif de traitement qualitatif des enseignes. Seules les zones de publicité ZP3L et ZP3 autorisent l'utilisation de ce matériau, à hauteur d'une enseigne par unité foncière. Cette autorisation au sein des zones d'activité est en lien avec les pratiques constatées sur le territoire.

Règlementation des enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont réglementées selon leur type : « enseignes temporaires commerciales » ou « enseignes temporaires immobilière ». Ces deux catégories se distinguent en effet par les modes d'affichage utilisé et les durées d'implantations de ces dispositifs. Le RLPi propose une réglementation de ces enseignes en cohérence avec ce constat. Il prend en compte les pratiques actuelles, tout en cherchant à limiter l'impact de ces dispositifs. En effet, la notion de temporaire est relatives : certains de ces dispositifs peuvent être installés sur des durées importantes (notamment les enseignes temporaires immobilières) et/ou avoir un impact visuel important : les enjeux de visibilité de ces dispositifs étant particulièrement forts.

Dans sa nouvelle version, le RLPi soumet les enseignes temporaires a obligation d'extinction nocturne, dans ce même esprit de limitation des nuisances visuelles liées à ces dispositifs et dans le cadre d'une réflexion générale sur la limitation des nuisances lumineuses et consommations énergétiques.

4. Les principales évolutions apportées par la révision dans la réglementation des enseignes

La réglementation des enseignes a évolué avec la révision du RLPi sur les principaux points suivants :

- **Des précisions apportées sur la réglementation des enseignes en façade**

La réglementation des enseignes en façade est la partie du règlement écrit ayant subit le plus de modifications par le projet de révision du RLPi.

Des compléments ont été apportés dans la réglementation des enseignes en façade par déclinaison en fonction des types d'enseignes en façade. Des dispositions ont ainsi été ajoutées pour encadrer spécifiquement les enseignes en bandeau, les enseignes sur store et les enseignes en inscription sur vitrine.

La réglementation des enseignes perpendiculaires a été complétée, concernant notamment les possibilités de dérogation aux règles d'implantation (si incompatibilité avec le règlement de voirie, impossibilité technique ou raisons de sécurité routière).

La réglementation de la ZP1LA a particulièrement été enrichie pour une meilleure prise en compte des enjeux patrimoniaux. Les compléments apportés ont été réfléchis pour cela en collaboration avec l'Architecte des Bâtiments de France.

- **Une meilleure prise en compte des nuisances lumineuses**

Différentes évolutions du RLPi permettent de limiter la pollution lumineuse liée aux enseignes :

- Dans le cadre de la réflexion sur la ZP2L pour une meilleure protection du cadre de vie des quartiers résidentiels, les enseignes numériques ont été interdites dans cette zone de publicité.
- Une interdiction des enseignes lumineuses réalisées par projection sur sol ou façade a été ajoutée aux dispositions générales
- Les enseignes temporaires sont soumises à extinction nocturne dans la nouvelle mouture du RLPi

- **Des compléments apportés sur la réglementation des enseignes temporaires immobilières**

Pour être plus complet sur le sujet des enseignes temporaires immobilières, une disposition est ajoutée pour encadrer les dispositifs d'affichage grand format annonçant les opérations immobilières en façade.