

# Les orientations du projet de règlement local de publicité

## *Définition des grandes lignes de construction du document*

Suite au diagnostic de territoire, réalisé sur l'hiver 2017-2018, une phase de réflexion a été engagée concernant les objectifs que doit relever le futur document. Cette phase appelée « Orientations » est une transition entre l'état des lieux et l'analyse des dispositifs présents sur le territoire et la rédaction du règlement.

Les orientations sont les lignes directrices du projet. Elles découlent des enjeux, qui se sont dessinés suite au diagnostic et sont déclinées en objectifs. Ainsi, en réponse au projet de la délibération de prescription, ont été définies 5 orientations pour le RLPi.

### **1- Préserver les paysages espaces de nature et les paysages**

Cet axe répond à une volonté de protéger de la publicité les espaces non bâtis situés en agglomération, que sont par exemple, les jardins publics, les bords de rivière, mais aussi les cônes de vue et panoramas remarquables.



### **2- Valoriser le paysage urbain des centralités**

C'est sur une importante richesse patrimoniale que repose l'identité du territoire de Laval Agglomération. Afin de préserver ce paysage historique et de favoriser le commerce de proximité en valorisant les centralités, le RLPi couvrira ces zones en instaurant des règles de protection vis-à-vis de la publicité, ainsi que des mesures assurant une harmonisation des enseignes.

### **3- Veiller à la qualité paysagère des quartiers d'habitation**

Le paysage habité des zones résidentielles n'a pas vocation à l'expression publicitaire. Ces espaces n'étant pas des lieux de commerces, ni de passage, les dispositifs de publicité extérieure seront cadrés de façon à avoir le moins d'impact possible sur le paysage quotidien des habitants de Laval Agglomération.



### **4- Accompagner la dynamique commerciale des zones d'activité**

Le paysage commercial dans les zones d'activité est souvent peu lisible et confus, du fait de la multiplication des dispositifs entraînant un cumul d'informations. Dans les zones commerciales, le but du RLPi est de faciliter la lecture et d'améliorer la qualité paysagère, tout en garantissant l'expression des acteurs économiques.

## 5 – Assurer la visibilité des acteurs économiques, tout en préservant la qualité paysagère des principaux axes du territoire.



Les axes traversants sont à la fois des secteurs privilégiés pour l'expression publicitaire, mais aussi des vecteurs de l'identité du territoire. Aussi si l'expression des acteurs économiques y sera facilitée, le RLP permettra d'encadrer cette expression, afin de garantir son intégration dans le paysage urbain, notamment au niveau des entrées de ville, des carrefours et giratoires stratégiques.

L'ensemble de ces orientations et objectifs a donné lieu à des échanges avec les acteurs concernés par les questions de la publicité extérieure : enseignants, afficheurs, mais aussi associations environnementales. Ils ont également été présentés à la population lors d'une réunion publique, début avril 2018.

Elles ont ensuite été débattues dans l'ensemble des conseils municipaux et au sein du conseil communautaire.

Les objectifs des orientations définies seront traduits en règles lors de la rédaction du règlement, qui constitue la prochaine étape du projet de RLPi.