



## ***Un Règlement Local de Publicité à l'échelle intercommunale sur Laval Agglomération***

### **Trouver un juste équilibre**

La surabondance de dispositifs publicitaires, observée ici ou là, ainsi que l'émergence de nouveaux modes de communication (numérique, géolocalisation via smartphone, ...), ou encore l'évolution du territoire intégrant ses dimensions économique et touristique, nécessitent une réflexion intercommunale. Le législateur n'a jamais souhaité abolir toute forme de publicité, média essentiel aux acteurs économiques. Il nous invite au juste équilibre en conciliant deux besoins parfois opposés : le souci de visibilité des commerces et des entreprises et la nécessité de protéger nos cadres de vie, nos paysages.

Par délibération du 13/11/2017, l'Agglomération a engagé l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), qui a pour but d'adapter la réglementation nationale concernant les publicités, les enseignes et les pré-enseignes, aux spécificités locales du territoire. Par exemple, les sites patrimoniaux remarquables sur le centre de Laval et sur Parné-sur-Roc et l'ensemble des abords des monuments historiques du territoire sont concernés.

La Réglementation Nationale et les RLP se basent sur 2 principes généraux :

**Le principe de la liberté d'expression** : Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes (art. L581-1 du Code de l'Environnement)

**Le principe de la protection du cadre de vie et de l'intérêt général** (réglementation nationale de publicité).

Le Règlement Local de Publicité intercommunal définit des zones de publicité, dans lesquelles il fixe des obligations en matière d'affichage (Publicités et Enseignes). Il réglemente, entre autre, le format, le mode d'implantation, la densité des dispositifs ...

Le RLPi ne peut être que plus restrictif que la réglementation nationale. Il ne peut pas être plus permissif, à une exception près : il peut réintroduire de la publicité dans les zones d'interdiction relative de la publicité, définies par la réglementation nationale (par exemple : dans le périmètre délimité des abords des monuments historiques, dans les sites patrimoniaux remarquables, etc.).

### **S'adapter au contexte local**

Sur les vingt communes de Laval Agglomération, deux disposent à l'heure actuelle d'un Règlement Local de Publicité (RLP) : Laval et Nuillé-sur-Vicoin, datant respectivement de 2007 et 2006. Ceux-ci sont anciens et antérieurs à la nouvelle réglementation nationale des publicités qui date de 2012. S'ils ne sont pas révisés ils deviendront caducs en juillet 2020. L'élaboration d'un document à l'échelle intercommunale, permettra aussi de couvrir les communes dépourvues d'un règlement de publicité. La réflexion se fait dans la plus large concertation avec les élus des communes, les acteurs publics (Etat, Conseil Départemental, Architecte des Bâtiments de France, ...) et aussi acteurs locaux de l'affichage, les commerçants et le grand public.

#### 4 étapes incontournables jusqu'à l'approbation du RLPi courant 2019

**Etape 1 - Observer le territoire :** Faire un état des lieux, identifier les dispositifs existants et faire ressortir les secteurs à enjeux

**Etape 2 - Définir les orientations du RLPi** (secteurs de préservation du patrimoine et du cadre de vie et secteurs de maintien de l'attractivité économique)

**Etape 3 - Délimiter les zones de publicités et les règles associées aux publicités et aux enseignes**

**Etape 4 - Mettre en forme le dossier pour arrêt du RLPi, organiser les consultations et l'enquête publique, et enfin apporter les dernières modifications pour approbation du RLPi.**

#### Rappel des principales règles nationales

Des règles qui diffèrent selon le seuil démographiques des agglomérations, ainsi seule la ville de Laval appartient aux agglomérations de + de 10 000 habitants sur le territoire.

	<b>Commune de PLUS de 10 000 Habitant = Laval</b>	<b>Communes de MOINS de 10 000 habitant = reste du territoire de Laval Agglo</b>
<b>Publicités &amp; Pré-enseignes</b>		
Au Sol	Autorisées - 12 m <sup>2</sup> max	Interdites
Au Mur	Autorisées - 12 m <sup>2</sup> max	Autorisées - 4m <sup>2</sup> max
Numérique	Autorisées - 8m <sup>2</sup> max	Interdites
<b>Enseignes</b>		
Au sol	Autorisées - 12 m <sup>2</sup> max	Autorisées - 6 m <sup>2</sup> max
En façade	15% ou 25% de la façade commerciale	15% ou 25% de la façade commerciale

#### Le saviez-vous ?

Les **enseignes** doivent être éteintes entre 1h et 6h du matin sinon 1h après la cessation d'activité et 1 h avant l'ouverture (x : boulangeries). Les enseignes clignotantes hors pharmacies et services d'urgence sont interdites.

Les **publicités et pré-enseignes** sont interdites « hors agglomération ». Les pré-enseignes dérogatoires se limitent désormais aux monuments historiques ouverts à la visite et à la signalisation des produits du terroir. Cette règle s'applique depuis juillet 2015.

**Plusieurs supports sont interdits pour les publicités :** les arbres, les panneaux de signalisation routière, les mâts d'éclairage ou de télécommunication, les murs de cimetière ou de jardin public, etc... Il est également interdit d'apposer une publicité sur une façade de bâtiment dite non-aveugle, c'est-à-dire présentant une ouverture (fenêtre, porte, etc.).

## Etape 1 - Observer le territoire

La phase de diagnostic en cours de finalisation est constituée d'un recensement des dispositifs sur l'ensemble des communes au regard de la réglementation nationale. Ainsi plus de 5 000 dispositifs ont été répertoriés et analysés sur la période automne-hiver 2017.



Enseigne - Entrammes



Pré-enseigne - Saint-Berthevin



Publicité - Saint-Germain-le-Fouilloux

Le diagnostic débouche sur la définition de secteurs à enjeux : ce sont des espaces où la communication publicitaire a de forts impacts et où les enjeux paysagers sont majeurs :

- le centre-ville de Laval, ses avenues et places commerçantes,
- les centre-bourgs patrimoniaux avec une concentration d'enseignes significative,
- les zones résidentielles d'habitation,
- les paysages naturels et urbains,
- les axes de transit majeurs du territoire et certaines pénétrantes en entrées de ville (ex : rocade de Laval, RN162, ...),
- les principales zones d'activités (notamment celles à vocation commerciale),
- le secteur de la Gare en pleine reconfiguration.