

# RLPi

Règlement Local de Publicité intercommunal



Bilan de  
concertation

## SOMMAIRE

I. Contexte et modalités de la concertation.....	3
II. Présentation des actions de concertation.....	4

## I. Contexte et modalités de la concertation

### 1. *L'obligation de concertation dans le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)*

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle II », complétée par le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 a réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes. La loi a notamment rendu obligatoire la concertation auprès du public pendant l'élaboration du projet de RLP(i). Le processus d'élaboration du RLP(i) prend comme référence le processus d'élaboration du Plan Local d'Urbanisme (intercommunal) (PLU(i)).

Conformément à l'article L.103-3 du code de l'urbanisme, l'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public précise les modalités de concertation.

À l'arrêt du PLUi/RLPi, le bilan de la concertation est présenté devant les instances compétentes. Le bilan énonce les moyens de concertation mis en œuvre tout au long de la procédure d'élaboration, et relate d'une part les remarques émises par les personnes ayant participé à la concertation et d'autre part, les analyses au regard du projet global de la commune.

La concertation permet d'associer la population à la procédure d'élaboration du RLPi en mettant en place des outils et des temps d'information réguliers.

### 2. *Les modalités de concertation définies dans la délibération d'élaboration du RLPi*

La délibération en date du 13 novembre 2017 prescrivant l'élaboration du RLPi, a fixé les objectifs de l'élaboration du RLPi en matière de publicité extérieure ainsi que les modalités de concertation suivantes :

- Le dossier d'élaboration du RLPi est mis à disposition du public au siège de Laval Agglomération et dans chacune des mairies des communes membres. Ce dossier est mis à jour et évolue suivant l'avancement de la démarche. Le contenu du dossier est également disponible sur le site internet de Laval Agglomération.
- L'information autour de ce dossier est également réalisée via divers supports et moyens de communication, que sont la presse locale, le journal intercommunal, le site internet de Laval Agglomération.

## Règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

La société Even Conseil, retenue pour accompagner Laval Agglomération dans l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi), passera dans toutes les communes de l'agglo pour prendre des mesures et des photos des différents dispositifs de publicité extérieure (enseigne, pré-enseigne, publicité). Les employés d'Even Conseil seront munis d'une attestation de Laval Agglo indiquant leur cadre d'intervention.

### Intercommunalité

• Le Conseil a pris acte du règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

Les orientations du RLPi sont :

- 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
- Orientation 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

*Publications dans les journaux communaux de Montigné-le-Brillant et Louverné*

- Un cahier destiné à recevoir les observations du public (registre de concertation) est mis à disposition au siège de Laval Agglomération et dans les mairies de chacune des communes membres. Le public peut également s'exprimer en s'adressant par courrier directement au président de Laval Agglomération et/ou lors des réunions publiques de concertation, organisées à la fin des phases diagnostic/orientations et règlement.
- Des ateliers de travail et de concertation avec les acteurs locaux concernés ont été organisés tout au long du projet et ont permis d'ajuster le règlement local de publicité intercommunal aux besoins de ces acteurs économiques, tout en conservant la volonté de préservation du cadre de vie.

## II. Présentation des actions de concertation

### 1. Affichage en mairie de la délibération de prescription d'élaboration du RLPi

La délibération du 13 novembre 2017 prescrivant l'élaboration du RLPi a fait l'objet d'un affichage en mairie. Cette délibération énonce les objectifs poursuivis de l'élaboration du RLP intercommunal en matière de publicité extérieure suivants :

- Préserver l’attractivité économique et commerciale de l’ensemble du territoire, tout en veillant à la préservation des axes de traversée, vecteurs de la première perception du territoire.
- Préserver et mettre en valeur les espaces naturels et paysages composant l’identité du territoire.
- Prendre en compte les spécificités de chaque commune, tout en portant l’ambition d’une harmonisation de traitement des dispositifs publicitaires sur l’ensemble du territoire.
- Introduire dans le règlement les nouveaux dispositifs, notamment les publicités et enseignes numériques.

Ainsi, cet affichage en mairie a permis d’informer le public des objectifs poursuivis et des outils et temps réservés à la concertation au cours de la procédure l’élaboration du RLPi.

Aussi, la délibération de prescription a fait l’objet d’une parution dans la presse locale (Ouest-France, 30 novembre 2017) – image ci-contre.

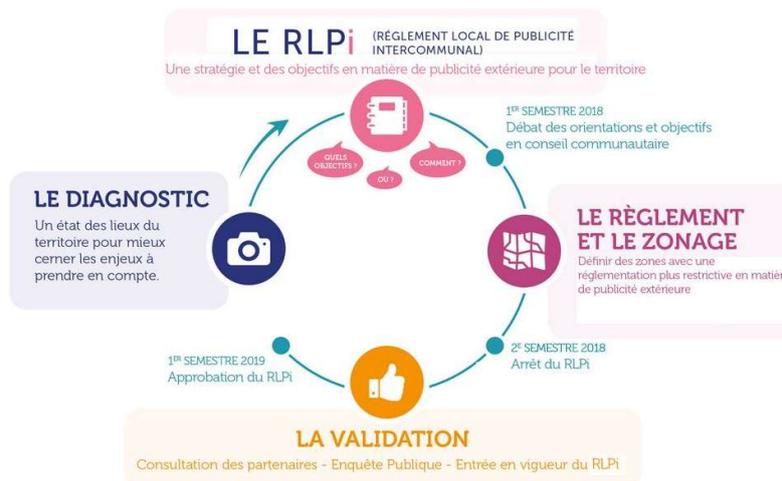


## 2. Page internet dédiée à la procédure du RLPi

Laval Agglomération a ouvert une page réservée à la procédure du RLPi sur son site internet. La page explique la nature du projet, les étapes d’élaboration du RLPi, ses futures conséquences sur le territoire, ainsi que les modalités de concertation du public.

L’ensemble des documents du RLPi en cours d’élaboration sont disponibles au téléchargement sur cette page internet.

### Les grandes étapes



L'objectif est de procéder à une validation du RLPi (arrêt, enquête publique et approbation) en même temps que le PLUi.

### Comment s'informer et s'exprimer ?

L'élaboration du RLPi a été engagée par notre agglomération en collaboration avec les 20 communes membres. Elle va se poursuivre avec vous : habitants, professionnels, associations, entreprises... pour que les futures règles en matière de publicité extérieure sur notre territoire soient partagées par le plus grand nombre.

### 3. Mise à disposition d'un registre de concertation

L'agglomération a mis à disposition dans chaque commune des registres de concertation, disponibles tout au long de la procédure, pour recueillir les avis et observations du public, qui seront prises en compte dans l'élaboration du projet.

### 4. Organisation de réunions publiques

Deux réunions publiques ont été organisées au cours de la procédure : une première à la fin de la première phase présentant le diagnostic et les enjeux qui en ont été déduits, ainsi que les orientations et objectifs pour le futur règlement local de publicité intercommunal.

Cette première réunion publique a eu lieu le 3 avril 2018.

Une seconde, suite à la rédaction de la partie règlement, a été organisée le 3 octobre 2018, afin de présenter le règlement local de publicité dans ses grandes lignes ainsi que les principaux éléments de zonage.

La tenue de ces réunions publiques a été l'occasion d'évoquer la procédure du RLPi et d'informer les habitants et acteurs locaux sur l'avancée des phases clefs du RLPi.



Information sur la tenue de la réunion publique du 3 avril – site internet de la commune de Louverné.

### 5. Réalisation d'articles et de panneaux

Afin de communiquer sur l'avancée du projet, tout au long de la procédure, ont été réalisés des articles et des panneaux pédagogiques, reprenant l'essentiel des informations à transmettre sur le document. Ils sont affichés au siège de Laval Agglomération.

**LE DIAGNOSTIC TERRITORIAL**

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) cadre l'installation des publicités enseignes et pré-enseignes sur l'ensemble du territoire de l'Agglomération de Laval pour la préservation du paysage, tout en permettant l'expression des acteurs locaux.

**CADRE RÉGLEMENTAIRE ET DÉFINITIONS**

3 typologies de dispositifs publicitaires réglementés : PUBLICITE, PRE-ENSEIGNE, ENSEIGNE.

**ÉTAT DES LIEUX**

5127 dispositifs de publicité extérieure recensés et analysés  
77 % de conformité sur l'ensemble des dispositifs du territoire

77 % des enseignes conformes à la réglementation nationale

LES ENJEUX

- Préserver le paysage de nature et les paysages
- Préserver la qualité paysagère des axes d'approvisionnement
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat individuel et collectif
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat collectif
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat collectif
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat collectif

**LES ORIENTATIONS**

Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces protégés identifiés, Laval Agglomération a défini les orientations et objectifs du RLPi en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

4 lignes directrices pour le projet de RLPi

1. Favoriser le paysage urbain afin de contribuer à la préservation de leur patrimoine bâti et de leurs espaces publics.
2. Préserver les paysages de nature et les paysages.
3. Préserver la qualité paysagère des axes d'approvisionnement.
4. Reconnaître la dynamique commerciale des axes d'activité afin d'améliorer la lisibilité de leur paysage public.

LES ENJEUX

- Préserver le paysage de nature et les paysages
- Préserver la qualité paysagère des axes d'approvisionnement
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat individuel et collectif
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat collectif
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat collectif
- Préserver la qualité paysagère des zones d'habitat collectif

**LE RÈGLEMENT ET LE ZONAGE**

Plusieurs orientations ont été définies par le règlement de publicité, ayant pour but de répondre aux objectifs fixés dans le présent document. Le règlement est organisé par zones, afin de répondre au mieux aux différents enjeux identifiés sur le territoire. Les règles spécifiques à chaque zone sont complétées par des dispositions générales, qui couvrent l'ensemble de l'agglomération et assurent une cohérence au document.

Dispositions générales

Dispositions spécifiques à chaque zone

Dispositions générales

Dispositions spécifiques à chaque zone

Dispositions générales

Dispositions spécifiques à chaque zone

Panneaux de concertation autour de l'élaboration du RLPi.

### 6. Bilan des actions de concertation

Les réunions publiques, la mise en ligne de pages internet dédiées à la procédure de RLPi des parutions dans la presse locale ainsi que la mise à disposition de registres en mairie ont permis d'intégrer cette démarche de concertation à l'élaboration du RLPi.



## ENTRE NOUS

URBANISME



# RLPi

Règlement local de publicité intercommunal

## quésaco ?

En 2017, Laval Agglo a engagé l'élaboration de son règlement local de publicité intercommunal (RLPi). De quoi s'agit-il ? Quels sont ses objectifs ? On fait le point.

Publicité sur du mobilier urbain, sur les bâtiments ou des écrans, les enseignes et pré-enseignes commerciales... En France, la communication est soumise au règlement national de publicité. Il peut être précisé par un règlement local pour prendre en compte les particularités du territoire concerné, tels que les nombreux sites historiques et touristiques. Deux communes (Laval et Parné-sur-Roc) sur les 20 de l'agglo possèdent leur propre règlement local, les autres étant soumises aux règles nationales. L'objectif du futur RLPi, entrepris par Laval Agglo, est d'adapter et d'harmoniser les pratiques de communication sur tout son territoire.

**Une question d'équilibre**  
Un règlement local de publicité doit trouver un juste équilibre entre la liberté de diffusion de l'information qui participe à l'attractivité économique et la préservation du cadre de vie.

- Pour cela, il doit, entre autres :
- prendre en compte la diversité des espaces : zones urbaines, péri-urbaines et naturelles, sites patrimoniaux remarquables, monuments historiques...
  - mettre en valeur les zones d'activité à vocation commerciale
  - limiter les pollutions visuelle et nocturne

L'élaboration du futur règlement local de publicité se fait en concertation avec les élus des communes, les acteurs locaux, les professionnels, les commerçants, les acteurs économiques et les associations. Les habitants peuvent aussi avoir leur mot à dire. Dès à présent, les documents d'élaboration du projet du RLPi peuvent être consultés sur internet, à l'Hôtel communautaire ou dans les mairies.

[www.agglo-laval.fr](http://www.agglo-laval.fr)

### LES ÉTAPES DU RLPi

- 1 Diagnostic**  
Une première étape d'observation a répertorié plus de 5 000 dépôts de communication. Ce diagnostic permet de définir les espaces où la publicité a de forts impacts et où les enjeux paysagers sont majeurs comme le centre ville de Laval et les centres-bourgs patrimoniaux, les zones d'activité et résidentielles, les paysages naturels, les axes principaux et les entrées de ville, particulièrement le quartier de la gare.
- 2 Débat des orientations**  
La deuxième étape consiste à définir les orientations et les objectifs précis pour en débattre lors du conseil communautaire.
- 3 Le règlement et le zonage**  
Des zones de publicité peuvent être délimitées et des règles précises y seront associées.
- 4 La validation**  
Une fois rédigé, le RLPi sera soumis à une enquête publique afin de lui apposer les dernières modifications avant sa validation et son entrée en vigueur.

