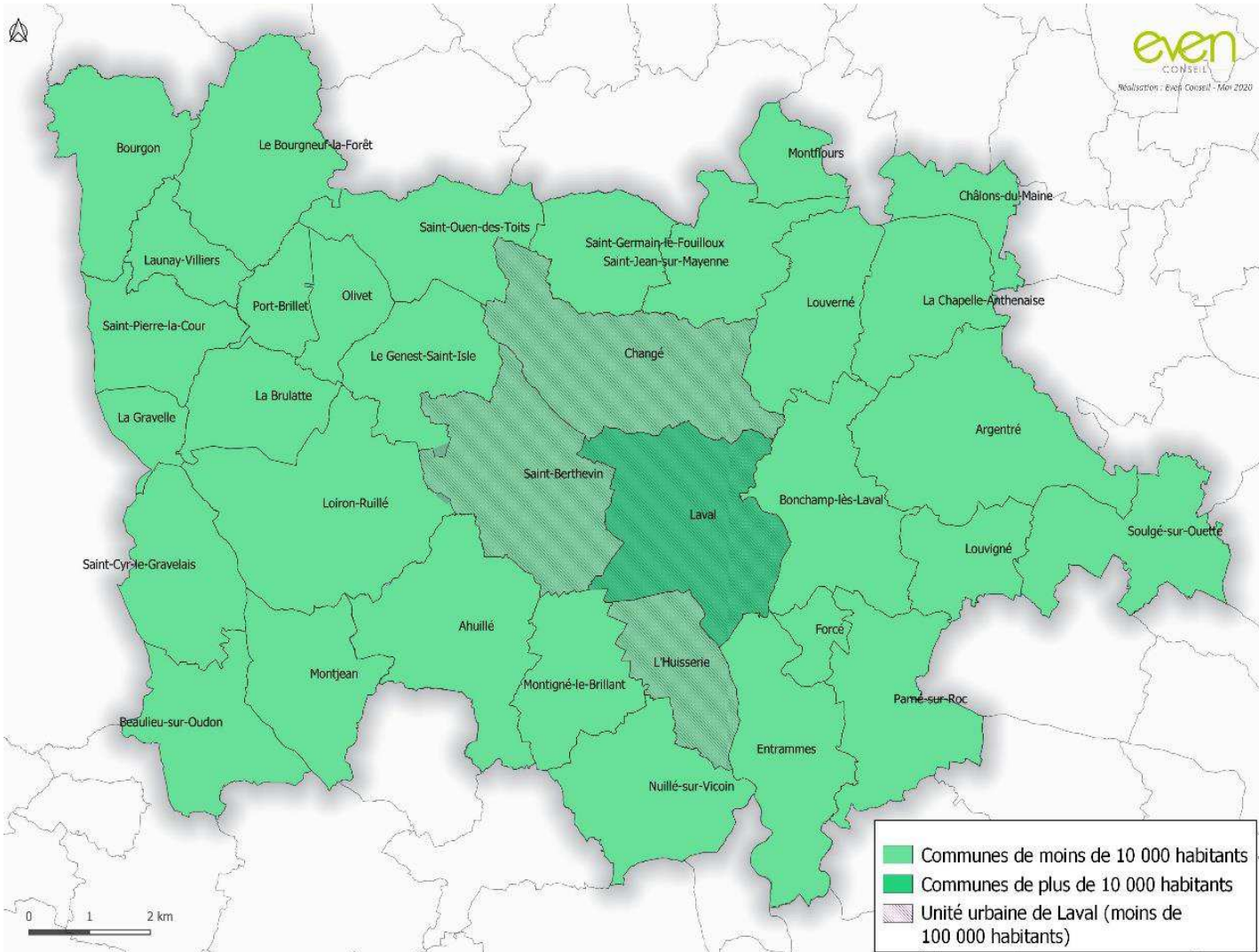


**Projet de Règlement Local de Publicité intercommunale (RLPi)  
(Laval Agglomération)**



**ENQUETE PUBLIQUE**

(Du lundi 3 avril 2023 à 9h00 au mercredi 3 mai 2023 à 12h00)

Rapport du commissaire enquêteur (1<sup>o</sup> partie)

**Alain PARRA d'ANDERT**

## SOMMAIRE

DESIGNATION ET MISSION DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR .....	4
Désignation par le Tribunal Administratif : .....	4
Arrêté du Président de Laval Agglomération .....	4
Cadre juridique et réglementaire .....	4
Objet de l'enquête .....	4
ETUDE ET EVALUATION DU DOSSIER .....	5
Composition du dossier .....	5
Présentation des objectifs poursuivis .....	6
Les objectifs poursuivis pour l'élaboration du RLPi .....	6
Les modalités concernant la concertation .....	6
Constat Territorial .....	7
Le cadre réglementaire .....	9
Le recensement .....	10
Les Orientations .....	11
Justification des choix .....	13
Le Règlement .....	14
Avis des Personnes Publiques Associées ( 6 sur 40) .....	16
Evaluation globale du dossier par le commissaire enquêteur .....	24
PREPARATION DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE .....	24
Démarches préparatoires à l'ouverture de l'enquête .....	24
Contrôle du dossier et paraphage .....	25
PUBLICITE DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE .....	25
Par voie de presse .....	25
Par voie d'affichage .....	26
Sur le site internet .....	26
DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE .....	26
Mise à disposition du dossier .....	26
Permanences .....	26
Dépôts des observations .....	26
Climat de l'enquête public .....	26
OBSERVATIONS PENDANT L'ENQUETE .....	27
CLOTURE DE L'ENQUETE .....	38

Récupération du registre :.....	38
Relevé des observations du public.....	38
Remise du procès-verbal de synthèse de fin d'enquête au pétitionnaire.....	38
Remise du mémoire en réponse par le pétitionnaire .....	38
ANALYSE DES OBSERVATIONS.....	39
Analyse des observations.....	39
Questions du Commissaire enquêteur après la clôture de l'enquête publique.....	39
ANNEXES .....	41

# RAPPORT relatif au projet de Règlement Local de Publicité intercommunale (RLPi) de Laval Agglomération

## DESIGNATION ET MISSION DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

### Désignation par le Tribunal Administratif :

Par décision n° E23000017/53, en date du 3 février 2023, sur demande par lettre enregistrée le 30 janvier 2023 du Président de LAVAL Agglomération, le Président du Tribunal Administratif a désigné M. Alain PARRA d'ANDERT en qualité de commissaire enquêteur pour procéder à l'enquête publique citée en objet.

### Arrêté du Président de Laval Agglomération

Par arrêté n°22/2021, en date du 8 mars 2023, le Président de Laval Agglomération a prescrit l'ouverture d'une enquête publique relative au projet de Règlement Local de Publicité intercommunale (RLPi).

Elle se déroulera du lundi 3 avril 2023 à 9h00 jusqu'au mercredi 3 mai 2023 à 12h00, soit pendant une période continue de 31 jours.

### Cadre juridique et réglementaire

Le cadre juridique de cette enquête unique, concerne :

- Le code de l'environnement et notamment ses articles L.123-1 et suivants
- Le code de l'urbanisme
- Le décret n°2005-935 du 2 août 2005
- La délibération du Conseil communautaire en date du 28 septembre 2020 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Laval Agglomération et définissant les objectifs poursuivis en matière de publicité extérieure et les modalités de la concertation auprès du public.
- La délibération du conseil communautaire en date du 19 décembre 2020 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement local de Publicité intercommunal de Laval Agglomération.
- La décision du 3 février 2022 de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Nantes désignant le commissaire enquêteur.
- Les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2023
- Les pièces du dossier soumis à enquête publique.

### Objet de l'enquête

Depuis la loi du 12 juillet 2010, n°2010-788, portant Engagement National pour l'Environnement, dite ENE, les Règlements locaux de Publicité (5RLP) deviennent des outils réglementaires permettant aux EPCI, compétents en matière de Plan Local d'Urbanisme, de procéder à la Réglementation de la publicité Extérieure avec pour objectifs de protéger le cadre de vie de la population tout en s'assurant de maintenir la liberté d'expression.

Les diverses modifications législatives dans ce domaine ont permis d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Aussi la réforme du Code de l'Environnement par décret ministériel N°2012-118 du 30 janvier 2012 entré en vigueur le 01 juillet implique :

« De protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en utilisant des moyens nouveaux ». Ainsi le RLP, Règlement Local de Publicité, s'avère une déclinaison du RNP, Règlement National de publicité, tout en régissant de manière plus restrictive que la règle nationale de publicité, les pré-enseignes et enseignes sur un territoire défini .

Il existait deux RLP sur le territoire de Laval Agglomération, celui de Nuillé-sur-Vicoin, approuvé en 2006 et celui de Laval en 2007. Ces deux documents étant antérieurs à la loi Grenelle II devaient devenir caducs en juillet 2020.

La loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique, entrée en vigueur le 29 décembre 2019, a repoussé cette échéance dans le cas où un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre compétent en matière de plan local d'urbanisme (...) a prescrit l'élaboration d'un règlement de publicité intercommunal ( avant la date butoir du 3 juillet 2020). La caducité des RLP en vigueur est alors décalée de deux ans à juillet 2022.

Afin de faire perdurer la réglementation locale de la publicité extérieure sur ces 2 communes, et par la même occasion, de doter l'ensemble du territoire d'un document règlementant la publicité extérieure, l'élaboration d'un RLPi a été décidé par délibération du conseil communautaire le 13 novembre 2017.

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

## ETUDE ET EVALUATION DU DOSSIER

### Composition du dossier

Le dossier est composé des éléments suivants :

- Du registre d'enquête publique coté et paraphé par le commissaire enquêteur.
- D'un rapport de présentation (81 pages)
- D'un règlement de révision (79 pages)
- Un bilan de concertation (8 pages)
- Des annexes : pour chaque commune, règlement graphique, limites d'agglomération, et tampons d'interdiction
- Des avis des Personnes Publiques Associées (PPA)
- De l'arrêté de désignation par le Tribunal Administratif de Nantes, du commissaire enquêteur
- De l'arrêté du Président de Laval Agglomération

## Présentation des objectifs poursuivis

L'objet du rapport n'est pas de résumer les différents éléments du dossier mais de mettre en évidence les points qui pourraient amener des remarques et/ou suggestions.

Il faut bien avoir en tête les définitions suivantes :

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

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

\* *les pré-enseignes* : sont soumises aux règles qui régissent la publicité.

\* *les pré-enseignes dérogatoires* : concernent les entreprises locales de fabrication ou ventes de produits du terroir, des activités culturelles, ainsi que les Monuments Historiques ouverts à la visite. Seules les pré-enseignes dérogatoires sont autorisées hors agglomération. L'arrêté du 23 mars 2015 a fixé des règles d'implantation et de format.

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

### Les objectifs poursuivis pour l'élaboration du RLPi

**Préserver l'attractivité économique et commerciale** sur l'ensemble du territoire.

C'est maîtriser le développement des dispositifs publicitaires, notamment en entrées de villes, sur les zones d'activité commerciales à enjeux (visibles de la rocade ou des nœuds routiers), sur les principaux axes de traversée du territoire, dans les zones à vocation résidentielles.

**Préserver et mettre en valeur l'environnement des paysages naturels et urbains** du territoire

C'est le respect des périmètres environnementaux, et urbains spécifiques (périmètres monuments historiques, sites protégés, trame verte et bleue. Ainsi que les 2 sites patrimoniaux remarquables : AVAP (Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine) propre de Laval et la ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager) de Parné sur Roc.

**Prendre en compte les spécificités des communes** composant le territoire

Adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire (commune centre, première couronne, communes rurales) tout en assurant une harmonisation des règles notamment les axes structurants (renforcer l'identité de l'agglomération lavalloise).

**Prendre en compte les nouveaux types de dispositifs publicitaires**

Les bâches, le micro affichage, les publicités numériques ,.....

**Profiter de la rénovation de la gare de Laval pour valoriser le paysage à ses abords**

Limiter la multiplication des panneaux publicitaires sur l'emprise ferroviaire.

### Les modalités concernant la concertation

**Les objectifs :**

- \* Donner une information claire tout au long de la concertation
- \* Permettre au public d'accéder à toutes informations (projet, avis requis)
- \* Sensibiliser la population (enjeux, objectifs) et favoriser ainsi l'appropriation du projet
- \* Permettre au public de formuler observations et propositions.

**La durée :**

Depuis la prescription jusqu'à la phase « bilan de la concertation et arrêt du projet RLPi »

#### **Les modalités :**

- \* Dossier à disposition du public au siège de Laval Agglo et dans les mairies concernées (aux jours et heures ouvrables).
- \* Sur le site internet de Laval Agglo.
- \* L'information sera assurée sur différents supports locaux (presse, journal intercommunal, site internet)
- \* Un cahier destiné à recevoir les observations du public sera ouvert au siège de Laval Agglo et dans les différentes mairies concernées (aux jours et heures ouvrables).
- \* Par courrier au siège de Laval Agglo, à l'Hôtel Communautaire, quartier Ferrié.
- \* Lors d'une réunion publique de concertation
- \* Un atelier de travail et de concertation ouvert aux acteurs locaux concernés (annonceurs, enseignants, associations de commerçants ,...) sera mis en place

#### **Le comité de pilotage :**

La gouvernance politique est assurée par l'instance coordinatrice (définit, valide la stratégie, pilote et valide les grandes orientations) composée d'élus référents, des services de la collectivité en charge du projet, d'un bureau d'étude. Le comité peut faire appel à la DDT, l'ABF,....

#### **La Commission Aménagement et le bureau communautaire**

Préparent les questions à soumettre au conseil communautaire pour validation.

#### **Le Conseil communautaire**

4 réunions prévues

- \* Lors de la prescription du RLPi
- \* Lors du débat sur les orientations générales
- \* Pour l'arrêt
- \* Pour l'approbation du projet

#### **La conférence intercommunale des maires**

Présidée par le président de Laval Agglomération, elle rassemble les 34 maires concernées.

Elle se réunira à deux reprises :

- \* pour examiner les modalités de collaboration avec les communes avant la délibération de prescription du RLPi
- \* après l'enquête publique pour présentation de l'ensemble des avis, observations de public et rapport d'enquête.

#### **Les conseils municipaux**

Devront donner leur avis en préalable de l'instance de validation communautaire, à deux reprises :

- \* pour le débat sur les orientations et enjeux du RLPi
- \* avant l'approbation du RLPi par le Conseil communautaire de Laval Agglomération, une fois que celui-ci aura arrêté le projet de RLPi

## **Constat Territorial**

### **Démographique**

L'agglomération est composée de 34 communes. Seul, Laval a plus de 10 000 habitants (autour de 50 000), et avec les communes de Changé, Saint Berthevin et l'Huisserie, Laval Agglomération compte environ 100 000 habitants.



Le territoire bénéficie d'une grande variété paysagère : 11 unités sont référencées dans le SCOT avec un caractère rural très prononcé. Cela permet une protection de fait contre la pollution visuelle car réglementairement (principe fondamental de la RNP) les publicités sont interdites hors agglomération.

Le patrimoine remarquable, et historique est riche et varié et permet ainsi de bénéficier d'interdiction absolue ou relative de publicité.

Le patrimoine plus commun (maisons de bourg, de notables, bourgeoises ou rurales) doit aussi être protégé pour sauvegarder l'importance visuelle du territoire.

### **Economique**

Tissu économique et varié avec la présence de grands groupes industriels (Valéo, Thalès, Lafarge, Lactalis,...) répartis sur 76 zones d'activité essentiellement autour de Laval .

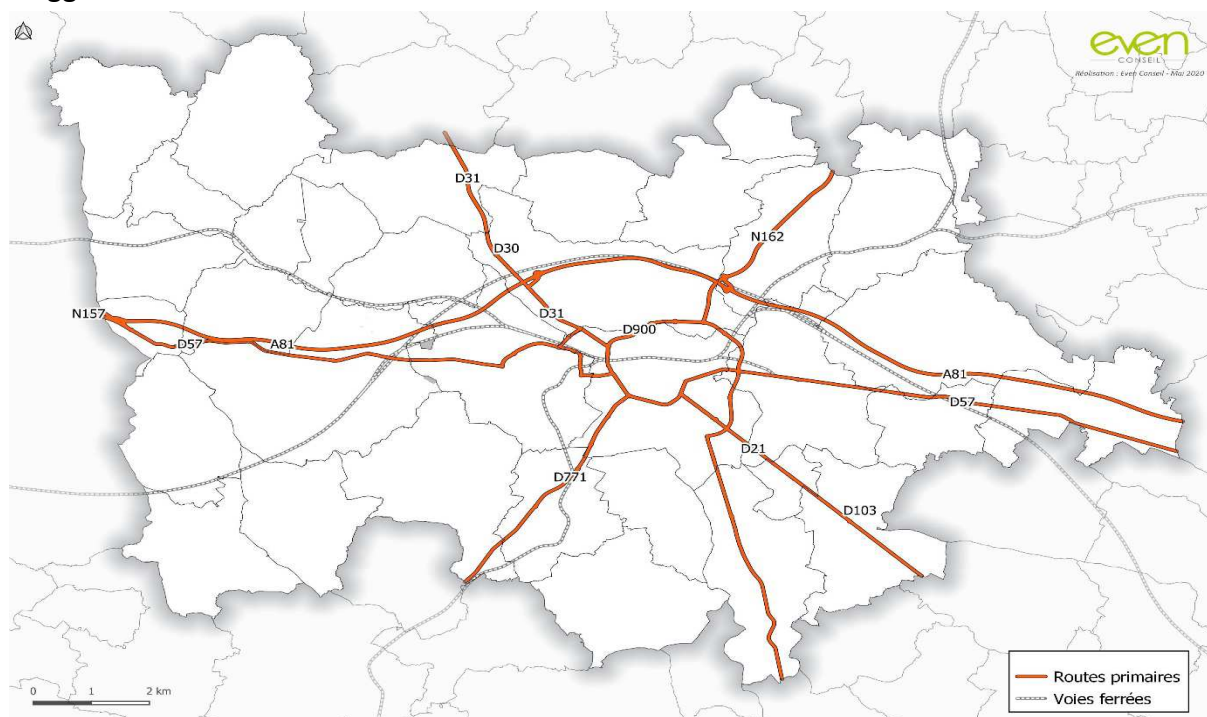
L'offre commerciale est essentiellement sur Laval et sa première couronne. Des commerces de proximité dans les villages dans 28 communes sur 34.

### **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.

Ce sont des espaces privilégiés pour l'expression publicitaire avec les risques que cela comporte ; hors agglomération, l'interdiction de la publicité et des pré-enseignes limite leur pollution visuelle, malgré quelques dispositifs illégaux.

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.





## Le cadre réglementaire

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

Il faut donc déterminer les limites d'agglomération avec une législation propre à Laval (plus de 10 000 habitants). Un atlas est en annexe du dossier.

En dehors de ces limites (sauf procédure dérogatoire) les publicités sont interdites.

### 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**

**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**).

### Secteurs avec réglementation spécifique

On recense 85 sites Monuments historiques, qui bénéficient d'un périmètre d'interdiction de publicité aux abords, 2 sites classés, en interdiction absolue, 8 sites inscrits en interdiction relative, 2 sites patrimoniaux en interdiction relative et 1 site Natura 2000 en interdiction relative. Le détail est dans le dossier

#### Abords des autoroutes, voies express, déviation

L'article R.581-31 du code de l'Environnement interdit toute publicité scellée au sol sur les voies à grande circulation (autoroute, RN 162 et RD131 sur les portions concernées)

Le Code de la Route, article R.418-7 apporte en plus une notion de distance d'interdiction : sur une largeur de 40 mètres à partir du bord extérieur de chaque chaussée, et hors agglomération, sur une largeur de 200 mètres mesurée au 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.

## Le recensement

### Les publicités et pré-enseignes

631 sont recensées dans le projet, essentiellement sur Laval, qui compte tenu de sa population, bénéficie d'un règlement plus souple, et sur les communes de sa première couronne (Saint-Berthevin, Changé, Bonchamp-lès-Laval).

Elles 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 » : abris-bus, les sucettes et les panneaux grand formats scellés au sol qui représentent 33% des modes d'implantation des publicités et pré-enseignes. Les Colonnes Morris et mâts porte-drapeaux sont quant à eux réservés à l'affichage culturel ou événementiel.

Sur les 631 recensées 245 ont été jugées non conformes à la réglementation nationale (40% du total.)

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

Les non-conformités concernent :

\* 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 au sein d'un périmètre protégé – 26 dispositifs

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

### Les enseignes

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

Depuis le 1 juillet 2018, toutes les enseignes installées avant le 1<sup>er</sup> juillet 2012, doivent être mises en conformité avec la réglementation nationale

Les non-conformités concernent :

\* 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 50m<sup>2</sup>, 25% si inférieure à 50m<sup>2</sup> (surface cumulée de toutes les formes d'enseignes sur la façade) – 190 infractions

\* 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).

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.

## Secteurs à enjeux

### Centralités historiques et commerçantes

Les quartiers d'habitation

Enjeux :

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

### Les paysages naturels et urbains

Ils doivent être protégés (protection du paysage, de l'environnement, des lieux de promenade) et une protection via le RLPi éviterait une éventuelle pollution visuelle.

### Les quartiers d'habitation

Enjeux :

- \* Protection du paysage du quotidien
- \* Valorisation du cadre de vie des habitants

### Principaux axes et entrées de ville

Enjeux :

- \* Expression des acteurs économiques
- \* Identité visuelle du territoire

### Les zones d'activités

Enjeux :

- \* Vitalité économique
- \* Qualité paysagère

## Les Orientations

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.**

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**

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.

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

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

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

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.**

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.

## Justification des choix

	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**

Il comprend la ville médiévale, et les rues commerçantes du centre-ville lavallois : 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 (valeur architecturale et patrimoniale de ce secteur).

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

Reste du centre-ville de Laval compris dans le périmètre de l'AVAP

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 sont définies 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 ; les besoins en communication visuelle sont réduits.

### **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 (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 ; les entrées de ville, concentrent souvent de nombreuses activités économiques, sont un lieu de forte fréquentation et portent d'importants enjeux paysagers. Les grands ronds-points et carrefours sont aussi confrontés à ces problématiques.

Des zones tampons d'interdiction de publicité sont appliquées sur les principaux carrefours de la rocade de Laval, 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 : l'affichage sur abris-voyageur au sein des zones tampons.

### **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.

## **Le Règlement**

Le règlement commence par rappeler certaines définitions et inclue un lexique permettant d'appréhender tous les termes usuels employés.

Il instaure pour les publicités, les pré-enseignes et les enseignes:

\* **des dispositions générales** applicables à tous les dispositifs publicitaires, sur l'ensemble du territoire ainsi qu'en fonction des supports d'implantation.

\* Formes et matériaux : aucun élément ne peut déborder du cadre d'affichage, ni en ses parties inférieures ou supérieures, ni en ses parties latérales, exceptés les rampes d'éclairage, et le pied sur lequel repose l'affichage, dans le cas d'un dispositif scellé au sol

L'encadrement de l'affiche doit être de couleur sobre, dans les tons gris, blanc, brun beige ou noir ou dans le RAL du mobilier urbain de la commune.

\* Accessoires : l'installation permanente d'accessoires aux dispositifs publicitaires est interdite

\* Eclairage des dispositifs publicitaires

La plage horaire d'extinction nocturne sur le territoire du RLPi de Laval Agglomération est définie de 23 heures à 6 heures. Pendant cette plage horaire, tout affichage lumineux ou numérique doit être éteint, y compris celui installé sur mobilier urbain.

\* Implantations interdites et secteurs d'interdiction

Le RLPi complète la liste en y ajoutant une interdiction d'installation de publicité sur les clôtures ou murs de clôture et sur les toitures.

\* **des dispositifs spécifiques** applicable à chaque zone , ville de Laval et communes hors de Laval

\* Affichage publicitaire mural en terme d'implantation et de densité

\* Affichage publicitaire posé ou scellé au sol en terme de support de pose, d'implantation et de densité

\* Affichage publicitaire sur mobilier urbain : suit les dispositions de la RNP

\* Micro-affichage : suit les dispositions de la RNP, excepté au sein des périmètres d'interdiction relative de publicité (voir dossier)

\* Affichage publicitaire numérique : n'est autorisé qu'au sein des zones ZP1L, ZP3L, ZP4L et ZP5L, selon les dispositions détaillées dans la réglementation de chacune de ces zones de publicité.

\* Affichage publicitaire sur bâche de chantier : suit les dispositions de la RNP et sans publicité lumineuse (l'implantation d'une publicité sur bâche de chantier nécessite une autorisation préalable du Maire de la commune concernée).

\* Affichage publicitaire sur bâche de chantier : interdite sur Laval (intérieur de ZP1LA)

La publicité sur palissade de chantier est interdite :

- Sur Laval à l'intérieur de la ZP1LA
- Sur le reste du territoire au sein des périmètres d'interdiction relative de publicité définis par la réglementation nationale.

Au sein des autres zones et en dehors des périmètres d'interdiction relative, la publicité sur palissade de chantier suit les dispositions de la RNP.

\* Bâches publicitaires

Les bâches publicitaires sont interdites, excepté en ZP3L. Les bâches publicitaires lumineuses sont interdites.

NB : L'implantation d'une bâche publicitaire nécessite une autorisation préalable du Maire de la commune concernée.

\* Dispositifs de dimension exceptionnelle

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles suivent les dispositions de la RNP.

NB : L'implantation d'un dispositif de dimensions exceptionnelles, nécessite une autorisation préalable du Maire de la commune concernée, après avis de la CDNPS.

\* Pré-enseignes temporaires

Les pré-enseignes temporaires suivent les dispositions de la RNP.

\* **des dispositifs lumineux en vitrine**, en application de la loi n°2021-1104 du 22 août 2021, dite Loi Climat et Résilience ; le RLPi de Laval Agglomération soumet ces dispositifs à la règle d'extinction nocturne qu'il définit entre 23 heures et 6 heures.

Tout le détail est contenu dans le dossier correspondant



## Avis des Personnes Publiques Associées ( 6 sur 40)

Un courrier daté du 12 janvier 2022 a été adressé, conformément à l'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement aux « Personnes Compétentes ».

En vertu de l'article R. 153-4 du code de l'urbanisme, elles disposent d'un délai de 1 à trois mois à compter de la réception du présent courrier pour donner un avis dans les limites de leurs compétences propres. A défaut de réponse dans ce délai, l'avis sera réputé favorable.

NOMS	RETOUR LE	AVIS	COMMENTAIRES
Laval Economie			
DIRO			
DREAL Pays de la Loire		Réputé favorable	Accord tacite si non réponse reçue
DRAC			
Ass 3PMN Ahuillé			
M N E			
F E M			
FNE Pays de la Loire	12/04/2023	Avis réservé	A améliorer
Alpha Signaletic			
Atelier Global Pub			
Sigma pub			
Comvente			
Imprimerie Services			
Ass Commerçants « La Mayenne »			
Ass Commerçants « Pegase »			
Ass Comm «rue Pont de Mayenne »			
Amis du vieux Laval			
Laval cœur de commerce			
Ass Commerçants Parc Habitat			
Syn Comm et marchés de la Mayenne			
Club Hotelier			
JC DECAUX		<i>RAR 27/04/23 plus</i>	<i>Registre Dématérialisé</i>
Exterion Media-Carquefou			
Sarl SIGNALI-Morlaix			
Cadres Blancs-Alençon			

AFFIOUEST-Rennes			<i>Permanence 3/05/23</i>
CLEARCHANNE-Orvault			
U P E			<i>Registre Dématérialisé</i>
S N P E			<i>Registre Dématérialisé</i>
CAUE-Laval			
ADHESTYL-Bonchamp les laval			
EASYCOM			
Studio version 3			
Media pilote-Changé			
Nord Sud-Vitré			
Sté Architecture et Histoire-Changé			
INSERT-Levallois			
Sté Protection Paysages-Paris			
Paysages de France-Grenoble			
Ass Comm Pieds dans le gazon			

**Avis de la FNE du 12 avril 2023 : avis très réservé qui peut être considérablement amélioré**

Courrier de 4 pages qui contient 4 paragraphes :

*\* Sur le rapport de présentation :*

Souligne la qualité du rapport de présentation, avec les informations nécessaires à l'appréciation de la justesse des choix opérés pour rédiger le règlement.

Mais pas d'actualisation du diagnostic depuis 2016 pour Laval et fin 2017 pour Laval Agglomération (RLPi actuel approuvé en 2019). Le taux de non-conformité a-t-il évolué en 4 ans ?

*\* Sur le découpage des zones :*

Choix pertinent, avec traitement spécifique des zones résidentielles

*\* Sur les publicités et pré-enseignes :*

Regrette très fortement la présence d'affichage publicitaire :

- au sein du cœur historique de Laval (ZP1LA) alors que le RLPi actuel ne le permettait pas
- au sein des secteurs de centre-ville : souci de dimension de format
- au sein des secteurs résidentiels : en contradiction avec la délibération du conseil d'agglomération du 13 novembre 2017 (qualité de vie et peur d'intérêt de la publicité au sein de ces secteurs) et instauration de panneaux scellés au sol alors que ce n'est possible dans le RLPi actuel.
- au sein de l'Espace Mayenne : alors que c'est un espace dit « culturel ».

Des motifs de satisfaction relative : extinction des publicités lumineuses entre 23h et 6h du matin (soit 2h de plus que le RLPi actuel) mais pourquoi pas 21h/7h ?

\* *Sur les enseignes :*

Possibilité supplémentaire de réglementation des dispositifs lumineux en vitrines mais mêmes remarques concernant l'extension du créneau horaire

### **En résumé**

Guère d'amélioration par rapport au RLPi actuel, avec des points de régression (publicité sur mobilier urbain au sein du centre-ville de Laval)

#### **Réponse du porteur de projet :**

**La mise en conformité des publicités/pré-enseignes** existantes avant son approbation doivent être mises en conformité au plus tard 2 ans après l'approbation du RLPi, délai s'élevant à 6 ans pour les enseignes.

Pour ces raisons, il n'a pas été prévu d'analyse de l'application du RLPi actuellement en vigueur avant son actualisation. Laval Agglomération ne prévoit pas de mise à jour du taux de non-conformité, considérant les enjeux identifiés et la traduction réglementaire en découlant d'actualité pour le RLPi en cours d'élaboration.

**Publicités et pré-enseignes :** la ZP1LA autorise uniquement de la publicité sur mobilier urbain, qui, par définition, est géré par la ville sous convention de mobilier urbain. La surface de la publicité est limitée à 2m<sup>2</sup>, et le dispositif ne peut comporter que 50% (en général une face) maximums d'affichage dédié à la publicité.

Comme le précisent les justifications des choix du rapport de présentation :

\* 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.

Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions

#### **Accroître la plage d'extinction :**

L'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

Concernant **l'Espace Mayenne**, selon la prise en compte de l'avis de la DDT53 et de la Commission Départementale des Paysages et des Sites, la zone ZP5L sera considérée comme hors agglomération et interdisant de fait toute publicité/pré-enseigne. La zone règlera uniquement les enseignes, répondant à la demande.

**Les Mairies** : 8 réponses sur 34

<b>NOMS</b>	<b>RETOUR LE</b>	<b>AVIS</b>	<b>COMMENTAIRES</b>
Ahuillé	20/03/23	Favorable	
Argentré			
Beaulieu sur Oudon			
Bonchamp les Laval	02/03/23	Favorable	
Bourgon	01/03/23	Favorable	
Chalons sur Maine			
Changé			
Entrammes			
Forcé			
L'Huisserie			
La Brûlatte			
La Chapelle Anthenaïse	30/01/2023	Favorable	Unanimité
La Gravelle			
Launay-Villiers			
Laval			
Le Bourgneuf la Forêt			
Le Genest Saint Isle			
Loiron-Ruillé			
Louverné			
Louvigné	10/02/23	Favorable	
Montflours			
Montigné le Brillant			
Montjean			
Nuillé sur Vicoin	08/03/23	Pas de remarque	Unanimité
Olivet			
Parné sur Roc			
Port Brillet			
Saint Berthevin			
Saint Cyr le Gravelais			
St Germain le Fouilloux	07/02/2023	Favorable	
St Jean sur Mayenne			

St Ouen des Toits			
St Pierre la Cour	06/02/23	Favorable	
Soulgé sur Ouette			

### Les Personnes Publiques 4 réponses sur 18

<b>NOMS</b>	<b>RETOUR LE</b>	<b>AVIS</b>	<b>COMMENTAIRES</b>
La Préfète	12/04/2023	Favorable sous réserve de la prise en compte	Des remarques et engagements
La DDT	06/03/23	Favorable	Observations détaillées
Conseil Départemental			
Conseil Régional			
Laval Agglo DEU			
Laval Agglo Transition			
C Communes Meslay			
C Communes Château-Gontier			
C Communes Craon			
C Communes Coëvrons			
C Communes Ernée			
C Communes Mayenne			
C Communes Vitré			
Chambre des Métiers	08/03/23	Favorable	
Chambre Commerce et d'Industrie			
Chambre d'Agriculture			
UDAP 53		Réputé favorable	Accord tacite si non réponse reçue
Eiffage Rail express			

#### \* Détail de l'avis de la DDT (6 mars 2023) avis favorable sous réserve de

La prise en compte d'un certain nombre d'observations et remarques sur différents points du dossier :

*Rapport de présentation :*

\* le diagnostic : des anomalies, pages 5 et 6, des corrections à apporter page 7 et 9 et page 12, rajouter le site de l'abbaye de Clermont au niveau patrimoine. **Corrections seront effectivement apportées (réponse réunion CDNPS du 30/03/23)**

\* les orientations : page 55, modifier la référence de la délibération du conseil communautaire (28

décembre 2020) et notifier la création de l'Espace Mayenne, dont il est fait plusieurs fois référence dans le règlement. **Une vérification sera à apporter et une définition du MUPI sera aussi proposée.**

\* la justification des choix :

\* zone ZP5L : page 70, l'Espace Mayenne est considéré hors agglomération au regard de l'article L.581-7 du code de l'environnement et ne peut bénéficier d'autorisation au titre de la publicité. L'affichage publicitaire sur mobilier urbain est interdit. **Intégrée dans les modifications à prendre**

\* en matière d'enseignes numériques, elles sont interdites en zone ZP2 mais autorisées en zone ZP1. Cette dernière zone correspond aux coeurs historique des communes avec un impact visuel important. Il pourrait être pertinent de les interdire en zone ZP1L et ZP1. A défaut, justifier fortement leur maintien. **Choix à soumettre aux élus.**

*Le Règlement :*

\* le lexique : rappel des normes d'affichages promouvant des concerts ou des spectacles à but lucratif qui ne doivent pas être apposées sur des panneaux dédiés aux associations à but non lucratif (sanctions prévues au code de l'environnement. De même sur les palissades de chantier.

\* les dispositions de la publicité et des pré-enseignes, applicables à la ville de Laval, doivent revues (paragraphe 3.2.2.2 se l'avis DDT) ainsi que pour l'Espace Mayenne.

\* les dispositions des enseignes, applicables à la ville de Laval doivent être revues concernant le nombre d'enseignes numériques au sol (3 par unité foncière contre 1 pour la réglementation actuelle : contradiction avec la page 40 du projet de règlement, et cette disposition semble illégale.

*Les Annexes :*

Pour une meilleure lisibilité, la collectivité doit établir une carte par commune du nouveau territoire de Laval Agglomération, des zones tampons (en format A3) et revoir les nouvelles limites d'agglomération (présence du bâti au moment de l'approbation du RLPi).

A l'inverse, une cartographie claire et précise, des périmètres d'interdiction de la publicité du nouveau territoire de Laval Agglomération

Concernant l'Espace Mayenne, la zone ZP5L sera considérée comme hors agglomération et interdisant de fait toute publicité/pré-enseigne. La zone règlera uniquement les enseignes, répondant à la demande.

**Réponse du porteur de projet :**

**Le règlement :**

Les évolutions possibles seront étudiées par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi concernant les règles applicables à la ville de Laval.

**La cartographie :**

Le zonage ainsi que les agglomérations font bel et bien l'objet d'une carte à l'échelle de l'agglomération ainsi qu'une carte par commune, répondant à la demande. Une vérification de la prise en compte de l'évolution du bâti sera réalisée dans la délimitation des enveloppes d'agglomérations.

Il est possible de réaliser également un atlas cartographique des zones tampons, ces dernières se retrouvant toutefois bien sur l'atlas des cartes du zonage.

Les périmètres d'interdiction (liés au code de l'environnement) seront rajoutés aux plans de zonage pour une meilleure compréhension et application

Concernant **l'Espace Mayenne**, selon la prise en compte de l'avis de la DDT53 et de la Commission Départementale des Paysages et des Sites, la zone ZP5L sera considérée comme hors agglomération et interdisant de fait toute publicité/pré-enseigne. La zone règlera uniquement les enseignes, répondant à la demande

\* Compte-rendu de la CDNPS du 30 mars 2023 : avis favorable

Dans un premier temps, monsieur CLEVEDE, a répondu à toutes les questions et interrogations soulevées par la DDT (service aménagement et urbanisme) ; Monsieur LEPAON (DDT) considère que toutes les remarques émises ont été traitées, l'interrogation par rapport à la ZP5L a également été levée.

Dans un 2° temps, les différents membres présents ont échangé sur un certain nombre de sujets :

- \* consultation de la DRAC
- \* publicité sur chantier, bâtiments industriels le long de la voie ferrée
- \* Intégration d'une dimension environnementale
- \* opérations de police sur RN12, 162 et RD771 pour faire respecter les limitations.
- \* annonce contribution à venir du SNPE (syndicat national de la publicité extérieure) dans le cadre de l'enquête publique.

\* Avis de l'Etat sur le projet de RLPi, du 12 avril 2023 : favorable sous réserve de la prise en compte des modifications demandées et des engagements pris (séance CDNPS du 30 mars 2023)

L'annexe à l'avis de l'Etat reprend toutes les remarques de la DDT (voir au-dessus) en insistant sur la partie rédactionnelle

### 1. Le rapport de présentation

#### 1.1 Le diagnostic :

- \* compléter la définition des pré-enseignes dérogatoires (page 7) en ajoutant « à titre temporaire, les opérations et les manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L ;581-3 du code de l'environnement ».
- \* en page 9, la définition des dispositifs posés sur le sol comme les chevalets, oriflammes, ..., est à revoir .
- \* rappeler la notion d'agglomération qui est à appréhender au sens géographique.

#### 1.2 les orientations :

- \* reprendre le rédactionnel page 55
- \* en incorporant la création de l'Espace Mayenne

#### 1.3 la justification des choix

- \* explications, avec photos à l'appui, sur l'illégalité du RLPi concernant l'Espace Mayenne (hors



agglomération) pour lequel l’affichage publicitaire sur mobilier urbain est interdit.

\* Il pourrait être pertinent d’interdire les enseignes numériques dans les zones ZP1L (cœurs historiques) et ZP1 (centre- bourg des communes autres que Laval) comme elles le sont en zone ZP2. A défaut, si maintien, le justifier fortement.

## 2. le règlement

### 2.1 la délimitation des zones de publicité

\* revoir l’évaluation concernant l’Espace Mayenne (ZP5L)

### 2.2 le lexique

\* préciser la notion d’activités culturelles

\* rappeler le règlement concernant l’affichage libre (pour affichage d’opinion, certaines associations à but non lucratifs) et non à la promotion de concerts ou spectacles à but lucratif.

\* préciser si le format des dispositifs s’entend moulures comprises ou pas. (notion de « surface totale » dans le règlement , est assez vague).

### 2.3 la réglementation des publicités

\* non publicité sur palissade de chantiers, à étendre si besoin, sur zones ZP1 et ZP2

\* lever la confusion entre notion d’affichage publicitaire et référence au code de l’environnement qui renvoie au mobilier urbain sur la ville de Laval.

\* revoir le règlement concernant l’espace Mayenne.

\* compléter le règlement en précisant la surface maximum des enseignes sur les façades pour toutes les zones.

En complément de la remarque, justification des choix pour la zone ZP1L, l’autorisation de 3 enseignes numériques au sol semble être illégale.

## 3. les annexes

\* il conviendra d’établir une ou des cartes (commune par commune) du nouveau territoire de Laval Agglo, pour rendre la lecture plus accessible

\* un atlas des zones tampons au format A3 semblerait pertinent.

\* un effort au niveau des communes pour revoir les limites de leur agglomération semblent nécessaires (parcelles non construites intégrées aux agglomérations) afin d’éviter une dérive au titre de la publicité.

\* manque une cartographie claire et précise délimitant les périmètres d’interdiction de la publicité du nouveau territoire de Laval Agglomération.

### Réponse du porteur de projet :

**Le règlement :** les évolutions possibles seront étudiées par Laval Agglomération avant l’approbation du RLPi concernant les règles applicables à la ville de Laval.

Le **lexique** sera complété en ce sens par le rappel cité.

**Enseignes numériques** : l'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi. A défaut, les justifications des choix réglementaires seront renforcées sur ce point.

**La cartographie** : le zonage ainsi que les agglomérations font bel et bien l'objet d'une carte à l'échelle de l'agglomération ainsi qu'une carte par commune, répondant à la demande. Une vérification de la prise en compte de l'évolution du bâti sera réalisée dans la délimitation des enveloppes d'agglomérations.

Il est possible de réaliser également un atlas cartographique des zones tampons, ces dernières se retrouvant toutefois bien sur l'atlas des cartes du zonage.

Les périmètres d'interdiction (liés au code de l'environnement) seront rajoutés aux plans de zonage pour une meilleure compréhension et application

Concernant **l'Espace Mayenne**, selon la prise en compte de l'avis de la DDT53 et de la Commission Départementale des Paysages et des Sites, la zone ZP5L sera considérée comme hors agglomération et interdisant de fait toute publicité/pré-enseigne. La zone règlera uniquement les enseignes, répondant à la demande

## Limites d'Agglomération

Le dossier contient les limites d'agglomération pour 31 communes sur 34.

## Evaluation globale du dossier par le commissaire enquêteur

Le dossier est peu volumineux, très bien détaillé sur les modifications du règlement, assez complexe mais compréhensible de la part du public.

La lecture des remarques de la DDT, du CDNPS et de l'Avis de l'Etat permettent de compléter la bonne appréhension du sujet.

## PREPARATION DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

### Démarches préparatoires à l'ouverture de l'enquête

Le lundi 6 février 2023, après avoir reçu la décision n° E231000017/53 en date du 3 février 2023 du Tribunal Administratif de Nantes, j'ai pris contact avec Monsieur Arnaud Clevede, de Laval Agglo, responsable du dossier concernant cette enquête publique

Un rendez-vous a été pris au siège de Laval-Agglo, Hôtel Communautaire du Quartier Ferrié, le jeudi 9 février 2023 à 10h

Monsieur Clevede a exposé l'objet de l'enquête qui est le projet de Règlement Local de Publicité intercommunale (RLPi) de Laval Agglomération.

Le dossier définitif est en cours de constitution, dans l'attente des réponses des PPA, communes et autres, qui ont été interrogés dès le début de janvier 2023

L'enquête publique se déroulera du lundi 3 avril 2023 à 9h00 au mercredi 3 mai 2023 à 12h00. Deux permanences seront assurées par le commissaire au siège de Laval Agglo, 1 place du Général Ferrié.

Monsieur Clevede est chargé des démarches concernant l'ouverture de l'enquête publique (rédaction de l'arrêté et des avis d'enquête publique, publication dans la presse-2 journaux différents-et affichage de l'avis d'enquête en mairies, et au siège de l'enquête publique, ainsi que de la constitution du dossier d'enquête publique).

Monsieur Clevede adressera au commissaire enquêteur les projets de l'arrêté, des avis d'enquête et de l'avis à paraître dans la presse avant la signature par le Maître d'ouvrage

### Contrôle du dossier et paraphage

Le mercredi 8 mars 2023, le commissaire enquêteur s'est rendu au Quartier Ferrié pour les derniers ajustements concernant l'arrêté d'enquête publique et la parution dans les journaux

Le mercredi 29 mars 2023, le commissaire enquêteur s'est rendu Quartier Ferrié pour parapher les dernières pièces du dossier d'enquête avant le début de la 1<sup>o</sup> permanence

La 1<sup>o</sup> permanence est prévue le lundi 3 avril 2023, de 9h00 à 12h00, Bâtiment communautaire, quartier Ferrié à Laval

### PUBLICITE DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

La publicité a été réalisée conformément à l'article 8 de l'arrêté du Président de Laval Agglomération prescrivant l'ouverture de l'enquête publique, et dans le respect des textes réglementaires définis à l'article R. 123-11 du code de l'Environnement et par l'arrêté du 24 avril 2012 publié par le ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement, lequel stipule : « Les affiches mentionnées au III de l'article R. 123-11 mesurent au moins 42 × 59,4 cm (format A2) ».

Elles comportent le titre « avis d'enquête publique » en caractères gras majuscules d'au moins 2 cm de hauteur et les informations visées à l'article R. 123-9 du code de l'environnement en caractères noirs sur fond jaune ».

L'affichage se fait au Centre Administratif Municipal (CAM) place du 11 novembre et aux abords de l'Hôtel Communautaire, 1 place du Général Ferrié, où il devra être maintenu pendant toute la durée de l'enquête.

### Par publication

Sur le site internet <http://www.registre-numerique.fr/rlpi-laval-agglomeration>) pendant toute la durée de l'enquête, 7j/7j et 24h/24h

### Par voie de presse

La publicité officielle de l'enquête publique a été faite dans les délais légaux, soit au moins 15 jours avant le début de l'enquête, par insertion dans les annonces légales des journaux régionaux de la Mayenne :

- Le 16 mars 2023 dans le journal Ouest-France Mayenne
- Le 16 mars 2023 dans l'hebdomadaire Courrier de la Mayenne

Ces annonces légales ont fait l'objet d'une nouvelle insertion :

- Le 6 avril 2023 dans le journal Ouest-France Mayenne
- Le 6 avril 2023 dans l'hebdomadaire Courrier de la Mayenne

### Par voie d'affichage

L'avis d'enquête a été affiché dès le 16 mars 2023 sur le panneau intérieur de la mairie au format A2 sur fond blanc

L'avis d'enquête a également été affiché aux abords du siège de l'enquête publique dès le 16 mars 2023 aux abords de la zone d'étude

Ce que j'ai pu vérifier le 16 mars 2023 en me rendant sur place.

### Sur le site internet

L'avis d'enquête a été mis en ligne sur le site internet de la Préfecture, plus de 15 jours avant le début de l'enquête publique, et est régulièrement enrichi ; ce que j'ai pu vérifier dès le 16 mars 2023

**Le dossier soumis à l'enquête publique est complet et conforme à la réglementation en vigueur.**

**La publicité dans les journaux, et l'affichage dans les différents sites, ont été effectués en temps et en heures.**

**Les panneaux étaient présents pendant toute la durée de l'enquête publique.**

### DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE

#### Mise à disposition du dossier

Le dossier d'enquête était déposé et consultable au siège de Laval Agglo, quartier Ferrié, aux jours et heures habituels d'ouvertures, conformément à l'article 3 de l'arrêté d'ouverture de l'enquête et mentionnés sur l'avis d'enquête.

#### Permanences

Pour recevoir en personne les observations du public, et en application de l'article 5 de l'arrêté du Président de Laval Agglomération j'ai assuré 3 permanences :

- Le lundi 3 avril 2023, de 9h00 à 12h00, au siège de l'enquête publique, quartier Ferrié
- Le mercredi 3 mai 2023, de 09h00 à 12h00, au siège de l'enquête publique, quartier Ferrié

#### Dépôts des observations

**Les observations et propositions** pouvaient être déposées pendant toute la durée de l'enquête :

- Soit en les adressant par mail à l'adresse suivante : [rlpi-laval-azggglomeration@mail.registre-numerique.fr](mailto:rlpi-laval-azggglomeration@mail.registre-numerique.fr)
- Soit en les adressant par courrier à l'intention du commissaire enquêteur Laval Agglomération, Hôtel Communautaire, enquête publique relative au projet de RLPi, 1 place du Général Ferrié CS60809, 53008 Laval cedex
- Soit en les consignand directement sur le registre d'enquête, côté et paraphé, mis à disposition du public à l'Hôtel Communautaire
- Soit en les adressant par voie électronique, sur le registre dématérialisé à l'adresse <https://www.registre-numerique.fr/rlpi-laval-aggglomeration>
- 

#### Climat de l'enquête public

- Le bureau mis à disposition, était suffisant, en espace confidentiel et permettait la consultation des documents de l'enquête publique

- Le personnel de l'Hôtel Communautaire, très disponible
- Les services de l'État, attentifs à mes demandes
- Les barrières sanitaires ont bien été mises en place et bien acceptées par les interlocuteurs
- Les entretiens cordiaux

## **OBSERVATIONS PENDANT L'ENQUETE**

### **1° Permanence du 3 avril 2023 (9h00 à 12h00)**

Pas de visite pendant la permanence du 3 avril 2023

*Entre les 2 permanences*

\* 1° semaine (3 au 09 avril) : pas de contribution

#### **Consultations**

Un visiteur est un internaute, une visite est une page qu'il regarde

\* *16 visiteurs pour 18 visites*

\* *227 téléchargements pour 386 visualisations*

\* 2° semaine (10 au 16 avril) : 1 contribution

### **Registre Dématérialisé 1 -du 11 avril 2023** : contribution anonyme

\* Les panneaux publicitaires doivent être de couleur sobre, non « flashy », ne pas empiéter sur les places de parking ne pas empiéter sur les espaces verts.

\* Exit les panneaux lumineux qui perturbent la faune et consomment de l'énergie.

\* A noter que certains commerces laissent encore leur enseigne ou leur vitrine allumée la nuit, davantage de contrôles et rappels à la réglementation sont nécessaires.

#### **Réponse du porteur de projet :**

**Couleurs** : L'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi

**Panneaux lumineux** : Laval Agglomération n'envisage pas de les supprimer totalement mais de les encadrer : les permettre dans certaines zones et réglementer les horaires d'extinction lumineuse.

#### **Consultations**

\* *9 visiteurs pour 11 visites*

\* *13 téléchargements pour 42 visualisations*

3° semaine (17 au 23 avril): 1 contribution

### **Registre Dématérialisé 2 -du 20 avril 2023** : contribution de l'UPE (Union de la Publicité Extérieure)

Lettre d'accompagnement à un document de 25 pages en 3 parties :

\* présentation du secteur

\* les grands principes applicables à un RLPi

\* les propositions de l'UPE

**Zonage** : l'UPE regrette l'instauration de « zones tampons » très nombreuses et positionnées dans des secteurs à forte audience qui pénalise très fortement le média dans sa couverture territoriale.

**Réponse du porteur de projet :**

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 et font pour cela l'objet d'une bande tampon dans laquelle est interdite la publicité.

Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions.

**Dispositions générales**

Formes et matériaux :

« L'encadrement de l'affiche doit être de couleur sobre, dans les tons gris, blanc, brun beige ou noir ou dans le RAL du mobilier urbain de la commune. »

\* Ne pas définir une liste exhaustive de couleurs ou de tons acceptés (chaque opérateur doit pouvoir disposer d'une différenciation de marque)

\* Afin de tenir compte de certains dispositifs déjà implantés, l'UPE suggère l'utilisation de l'inox

Implantation :

« Le règlement prévoit que les faces d'affichages doivent se situer parallèlement ou perpendiculairement à l'axe ou à la tangente de la courbe de la voie de référence ».

\* l'UPE suggère de retirer cette disposition ou de permettre la possibilité d'implanter perpendiculairement à une clôture ou mur pour améliorer l'intégration du dispositif dans son environnement.

Bâches publicitaires

« Les bâches publicitaires sont interdites, excepté en ZP3L. Les bâches publicitaires lumineuses sont interdites. La surface maximale de la bâche publicitaire est limitée à 4 m<sup>2</sup> »

\* L'UPE signale que limiter la surface est un non-sens économique et commercial ; la publicité sur bâche nécessite un format adapté pour pouvoir être visible et efficace.

\* L'UPE suggère de soumettre les bâches publicitaires à la seule réglementation nationale afin que le maire puisse exercer un contrôle discrétionnaire sur chaque demande d'autorisation préalable et déterminer le format qu'il estimera le plus adapté au cas d'espèce.

**Réponse du porteur de projet :**

**Couleurs et autres points** : l'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

**Implantations** : L'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

**Bâches** : le RLPi autorise les bâches publicitaires uniquement au sein des zones d'activités couvertes par la ZP3L.

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. Il a été considéré nécessaire sur ce point de disposer d'une surface maximale pour tous afin d'envisager une cohérence de ce type d'affichage à l'échelle des zones d'activités. Pour ces raisons, Laval Agglomération encadre la surface de ces dispositifs.

### **Dispositifs lumineux en vitrines**

#### Format

« Les dispositifs lumineux en vitrine ne peuvent représenter une surface cumulée supérieure à  $\frac{1}{4}$  de la surface vitrée derrière laquelle ils sont installés et sans dépasser le seuil maximal fixé par zone de publicité, tel qu'indiqué dans le tableau ci-dessous (de 0.5 à 2m<sup>2</sup>) »

\* Dans un objectif de simplification et de cohérence réglementaire, sans distinction de secteurs, l'UPE suggère de fixer une surface cumulée de 2 m<sup>2</sup> de ou des dispositifs implantés derrière une vitrine ou baie dans l'ensemble du territoire et d'y associer les règles d'extinction prévues dans les dispositions générales.

#### **Réponse du porteur de projet :**

L'évolution du règlement sur ce point sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

#### Domaine ferroviaire en gare :

Pour les dispositions visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare de Laval, les règles pourraient être les suivantes :

- \* Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.
- \* Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format de 2 m<sup>2</sup> de surface d'écran.

#### **Réponse du porteur de projet :**

L'évolution du règlement sur ce point sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

### **Consultations**

- \* 12 visiteurs pour 15 visites
- \* 25 téléchargements pour 19 visualisations



**Registre Dématérialisé 3-du 26 avril 2023** : 1 contribution de la Sas J C Decaux

Courrier de 2 pages en 2 parties :

- 1) Un **rappel** de la notion de mobilier urbain qui n'est pas « un dispositif publicitaire », c'est-à-dire un dispositif exclusivement dédié à de la publicité commerciale, mais un support de publicité « à titre accessoire, article R.581-42 du Code de l'Environnement.

Contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité :

- \* par le contrat public qui en définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation.

- \* au titre des autorisations d'occupation du domaine public

- \* par le biais de la demande d'autorisation préalable (CERFA n° 14798\*01)

- \* par le biais de la demande d'autorisation en site protégé (CERFA n°13404\*10) auprès de l'ABF.

- 2) Des **préconisations** :

- \* Insérer l'article préliminaire suivant au sein du « préambule » : « *La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi* ».

- \* Insérer la définition des « dispositifs publicitaires » par opposition à celle de « mobilier urbain » en amendant le lexique du RLPi comme suit :

« **Dispositif publicitaire** : support ou matériel dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité. Le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, il n'est pas considéré au titre du présent RLPi comme un dispositif publicitaire. »

« **Mobilier urbain** : les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposés de manière accessoire des publicités pu pré-enseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mats porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. »

- \* Puisque n'étant pas « un dispositif publicitaire », il conviendra de réintroduire les règles en matière d'extinction des publicités lumineuses apposées sur mobilier urbain au sein du paragraphe qui lui est propre.

**Réponse du porteur de projet :**

**Lexique :**

Pour lever toute confusion, l'article R.581-47 dont il est question indique :

« Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. »

L'article sous-entend donc qu'il est possible d'avoir de la publicité sur ces dispositifs (à

l'origine non dédiés à la publicité), à la condition que la surface publicitaire n'excède pas la surface dédiée aux informations non publicitaire et œuvres.

**Le règlement et son lexique seront adaptés pour clarifier ce point.**

Ces mobiliers installés sur domaine public bénéficient nécessairement d'une autorisation d'occupation domaniale, souvent dans le cadre de convention de mobilier urbain, au titre de laquelle la collectivité gestionnaire du domaine public peut fixer un cadre et une limite du nombre de dispositif.

**Registre dématérialisé 4-du 28 avril 2023**, 1 contribution déposée par Madame Laure Gobé, Conseil du groupe COCKTAIL VISION avec **avis défavorable**

Lettre de 4 pages et une pièce jointe, « rapport d'un commissaire enquêteur sur une enquête publique de mai 2022 » avec avis défavorable.

Rappel tout d'abord :

\* sur l'affichage numérique : en diffusant plusieurs publicités sur un même support, cela permet de limiter les supports de communication, et, ce faisant, présentent l'avantage de concilier l'objectif de protection du cadre de vie avec l'exercice des libertés du commerce, de l'industrie et d'expression.

\* Sur le plan énergétique, les dispositifs utilisés sont des dispositifs Leds, connus précisément pour leur vertu en matière de consommation énergétique.

\* Ces réalités, font, des affiches numériques, des équipements modernes permettant aux acteurs économiques de soutenir leurs activités, via la publicité nécessaire à leur notoriété tout en permettant, parallèlement, de faire effectivement disparaître les alignements de panneaux classiques 4x3 tels qu'ils se sont développés, pendant des décennies, dans de nombreux secteurs.

\* Cette technique nouvelle constitue une véritable opportunité (pour préservation de l'environnement et pour la nécessaire communication commerciale comme support de développement économique).

La pièce jointe correspond au rapport du commissaire enquêteur et ses conclusions défavorables. Une remarque exprimée : *« les capacités d'affichage préservées sur le domaine public, dans les zones d'activités via les panneaux urbains de 2m<sup>2</sup> scellés au sol sont inopérantes : visibles par des piétons et cyclistes et donc très peu utilisés dans les zones où les déplacements ne se font qu'en voiture ».*

**Réponse du porteur de projet :**

**Affichage numérique** : l'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

**Panneaux au sol** : l'objectif est de limiter la surface de l'affichage publicitaire dans les zones présentant des enjeux paysagers et patrimoniaux forts. L'affichage publicitaire sur mobilier urbain de 2m<sup>2</sup> constitue une des possibilités d'affichage sobre en surface et forme, adaptée aux enjeux des différentes zones du territoire. D'autre part, le RLPi permet l'affichage publicitaire de surface plus importante et visibles des automobilistes dans les zones résidentielles, axes viaires structurants, zones d'activités.

Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions.

**Registre Dématérialisé 5-du 28 avril 2023 : double emploi**, contribution déposée par Madame Marion Durand, mêmes documents que contribution 4.

**Registre Dématérialisé 6-du 29 avril 2023** : 1 contribution déposée par le SNPE (Syndicat National de Publicité Extérieure)

Lettre de 14 pages présentant un certain nombre d'observations et de propositions, présentées ci-dessous

Quelques rappels en préalable :

\* La règle de densité générale applicable aux dispositifs publicitaires scellés au sol, combinée aux zones d'interdictions dite tampons, s'avère être inadaptée en pratique. Elle demande à être assouplie.

\* La rédaction actuelle du RLPi prive les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.

\* Plus d'une quinzaine de textes normatifs ont été adoptés dont les plus récents : loi Climat et Résilience (22/08/21), loi MUPPA -pouvoir d'achat- (16/08/22), le décret harmonisant les règles d'extinction des publicités déclarées (5/10/22). Soit une perte de 45% de chiffre d'affaires de l'affichage grand format, qui va être accentuée par les révisions des RLPi, qui engendreront à terme une baisse supplémentaires du nombre de dispositifs publicitaires estimées à 60%.

C'est dans ce cadre normatif très restrictif que s'inscrit le nouveau RLPi de Laval Agglomération

#### **- Respect de la liberté d'affichage**

Tel qu'il est rédigé, le projet est non conforme à l'avis rendu par le Conseil d'Etat (22/11/2000), *qui a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.*

#### **-Parité de traitement domaine public/domaine privé**

Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire de Laval Agglo, le SNPE soumet des propositions d'aménagements règlementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet de texte et de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

#### **- Couleur de l'encadrement des dispositifs publicitaires :**

La couleur des supports doit s'intégrer parfaitement dans l'environnement du lieu où les dispositifs sont installés (couleurs indiquées dans la lettre) et doit être sobre. Les couleurs fluorescentes sont interdites.

#### **-Dispositif sur support mural :**

*Affichage publicitaire mural :*

Retirer le recul des 0.50m de l'arête du mur.

Ajouter la disposition suivante : un dispositif publicitaire ne peut masquer les chainages d'angles du mur qui le supporte.

*Densité :*

Un mur de bâtiment aveugle ou ne comportant qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.50m<sup>2</sup> ne peut accueillir qu'un seul dispositif publicitaire.

- **Dispositifs publicitaires scellées au sol :**

*Densité*

Le SNPE suggère un assouplissement de la règle générale de densité

Unité foncière < 30m : 0

Unité foncière > 30m : 1

Unité foncière > 100m : 2

*Calcul du linéaire de façade de l'unité foncière*

Retirer les paragraphes portant sur la méthode de calcul ou linéaire de façade des unités foncières non conformes à la jurisprudence en la matière (cour administrative d'appel de Nancy, jugement du 18 mai 2017)

- **Orientation du dispositif publicitaire :**

Retrait de l'obligation d'orientation du dispositif parallèlement ou perpendiculairement à l'axe de la voie.

- **Passerelles :**

Préciser que les passerelles doivent être **repliables** dès lors qu'elles sont visibles depuis la voie publique.

- **Zones tampons :** parité de traitement

Retirer de la zone tampons les carrefours et ronds-points inscrits en en ZP3L et ZP4L.

Réduire le rayon d'interdiction à 25 mètres en ZP2L.

- **Dispositions spécifiques du RLPi :**

La publicité numérique est interdite en ZP2L : cette disposition engendre une inégalité de traitements entre supports de publicité.

La SNPE suggère d'autoriser dans les mêmes mesures la publicité numérique sur le domaine privé ; celle-ci est soumise à l'article L.581-9 du code de l'environnement.

Le format de la publicité numérique est de 8m<sup>2</sup> moulures comprises.

**Réponse du porteur de projet :**

**Rappel :** l'article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit explicitement que le règlement local « adapte » les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 (dispositions du règlement national qui opèrent des distinctions notamment en fonction des procédés (lumineux ou non, bâches, dimensions, etc.), des caractéristiques des supports (bâtiments, clôture, etc.) [...] et qu'il définit une ou plusieurs zones « où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national » : il est donc évident qu'un règlement local pourra comporter des règles « différenciées » en fonction des procédés, des supports, de la taille des agglomération exactement comme le règlement national.

La publicité numérique peut donc être traitée spécifiquement dans le RLPi, choix qu'a fait Laval Agglomération compte tenu de l'impact paysager fort de ces dispositifs par rapport à d'autres types d'affichage.

### **Liberté d'affichage :**

Le nouvel article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit explicitement que le règlement local « adapte » les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 (dispositions du règlement national qui opèrent des distinctions notamment en fonction des procédés (lumineux ou non, bâches, dimensions, etc.), des caractéristiques des supports (bâtiments, clôture, etc.) [...] et qu'il définit une ou plusieurs zones « où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national » : il est donc évident qu'un règlement local pourra comporter des règles « différenciées » en fonction des zones du territoire, des procédés, des supports, de la taille des agglomérations, comme le règlement national. Le RLPi prévoit dans son rapport de présentation les justifications de ces choix, pour chacune des zones de publicité instituées.

La ZP2 concerne les quartiers résidentiels (hors Laval). Sur ces secteurs (comme le précisent les justifications des choix) les besoins en communication visuelle sont réduits. Les enjeux de préservation du cadre de vie et du paysage du quotidien priment. La publicité est autorisée sur mobilier urbain, selon les dispositions du Règlement National de Publicité.

Par ailleurs, le RLPi permet un affichage publicitaire sous différentes formes dans les autres zones du territoire :

- ZP2L : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain
- ZP3 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain
- ZP4 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain

Les articles 420-1 et 420-2 du Code de Commerce dont les extraits sont les suivants :

#### Article L420-1

*« Sont prohibées même par l'intermédiaire direct ou indirect d'une société du groupe implantée hors de France, lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, les actions concertées, conventions, ententes expresses ou tacites ou coalitions [...] »*

#### Article L420-2

*« Est prohibée, dans les conditions prévues à l'article L. 420-1, l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises d'une position dominante sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci. Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées ou en conditions de vente discriminatoires ainsi que dans la rupture de relations commerciales établies, au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées. [...] »*

ne font pas référence au choix d'une collectivité dans la réglementation locale de l'affichage extérieur dans le cadre du RLPi, par ailleurs régi par le Code de l'Environnement.

Ce choix dans le cadre du RLPi est légal et justifié compte tenu de l'enjeu du cadre de vie à préserver en secteur résidentiels, et la possibilité d'affichage publicitaire importante offerte dans les autres zones du territoire.

Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions.

**Couleurs** : l'évolution du règlement sur ce point sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

**Dispositif sur support mural** :

\* Retirer le recul de 0.50m de l'arête du sol : Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions.

\* Mur aveugle : le lexique du règlement précise le terme de façade « aveugle » dans ce sens c'est-à-dire sans ouverture ou avec au maximum des ouvertures de 0,50m<sup>2</sup>.

**Dispositifs scellés au sol** : Les dispositions limitant la densité des dispositifs constitue un élément cadre du règlement du RLPi, visant l'amélioration du cadre paysager en réponse aux enjeux des différentes zones du territoire.

Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions.

**Orientations** : l'évolution du règlement sur ce point sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

**Passerelles** : l'évolution du règlement sur ce point sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

**Zones tampons** : 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 et font pour cela l'objet d'une bande tampon dans laquelle est interdite la publicité.

Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions.

**Dispositions spécifiques ZP2L** : La ZP2 concerne les quartiers résidentiels (hors Laval). Sur ces secteurs (comme le précisent les justifications des choix) les besoins en communication visuelle sont réduits. Les enjeux de préservation du cadre de vie et du paysage du quotidien priment. La publicité est autorisée sur mobilier urbain, selon les dispositions du Règlement National de Publicité. Par ailleurs, le RLPi permet un affichage publicitaire sous différentes formes dans les autres zones du territoire :

- ZP2L : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain

- ZP3 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain

- ZP4 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain Ce choix dans le cadre du RLPi est légal et justifié compte tenu de l'enjeu du cadre de vie à préserver en secteur résidentiels, et la possibilité d'affichage publicitaire importante offerte dans les autres zones du territoire. Par ailleurs, il est demandé par d'autres Personnes Publiques Associées une restriction encore plus importante des possibilités d'affichage publicitaire en ZP2.

L'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

## - Espace Mayenne-ZP5L

L'espace Mayenne doit être considéré comme étant situé dans une zone agglomérée (article L.581-7 du code de l'environnement). Cet article renvoie au code de la route (article R.110-2) qui définit la notion d'agglomération comme « l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés 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 qui le borde ».

C'est en ce sens que le jugement du Tribunal Administratif de Strasbourg a statué le 11 juin 2009.

Cette zone est donc éligible à la publicité.

### Format

En ZP5L, la publicité scellée au sol est admise jusqu'au format 6m<sup>2</sup> et jusqu'à 2m<sup>2</sup> lorsqu'elle est numérique.

Le format 6 m<sup>2</sup> **ne correspond pas à un format professionnel standardisé.**

La publicité sur mobilier urbain y est en revanche autorisé jusqu'au format 8 m<sup>2</sup> (12 m<sup>2</sup> moulures comprises).

Pour un souci de parité de traitement, la SNPE suggère un format de la publicité scellée au sol autorisée jusqu'à 10.50m<sup>2</sup> (surface de l'affiche de 8m<sup>2</sup>) et un format de la publicité numérique de 8 m<sup>2</sup>.

Un résumé des propositions d'assouplissement est joint ci-dessous

**Tableau de synthèse de la réglementation par zone de publicité :**

*Les surfaces présentées dans le tableau sont les surfaces totales, à l'exception de celles relatives à l'affichage sur mobilier urbain qui sont des surfaces utiles (surface affiche)*

	ZP1A	ZP1L	ZP2L	ZP3L	ZP4L	ZP5L
Affichage publicitaire mural	interdit	interdit	10,5 m <sup>2</sup>	Selon les dispositions générales et selon les dispositions de la RNP*	10,5m <sup>2</sup>	interdit
Affichage publicitaire scellé ou posé au sol	interdit	interdit	10,5 m <sup>2</sup>		10,5m <sup>2</sup>	<b>10,50m<sup>2</sup></b>
Affichage sur mobilier urbain	MUPI** 2m <sup>2</sup>	MUPI 2m <sup>2</sup>	MUPI 8m <sup>2</sup>		MUPI 8m <sup>2</sup>	8m <sup>2</sup>
Affichage numérique	interdit	Uniquement sur mobilier urbain, limité à 2m <sup>2</sup>	<b>8 m<sup>2</sup></b>		8m <sup>2</sup>	<b>8 m<sup>2</sup></b>

### Réponse du porteur de projet :

Concernant l'Espace Mayenne, selon la prise en compte de l'avis de la DDT53 et de la Commission Départementale des Paysages et des Sites, la zone ZP5L sera considérée comme hors agglomération et interdisant de fait toute publicité/pré-enseigne. La zone règlera uniquement les enseignes, répondant à la demande.

### Consultations

\* 17 visiteurs pour 21 visites

\* 164 téléchargements pour 144 visualisations

## 2° Permanence du 3 mai 2023 (09h à 12h)

Dans l'intervalle une lettre RAR a été adressée le 27 avril 2023 par la Sas JC Decaux et reçue le 2 mai 2023. Elle fait double emploi avec l'enregistrement par courriel sur le registre dématérialisé (RD-3) et traitée le 28 avril

**Visite de Monsieur Arnaud Gille, Affiouest** (affichage sur mesure) avec dépôt d'un courrier annexé

- Fait remarquer en préambule que lors de l'élaboration du RLPi actuel, 11 des 15 panneaux existants ont été impactés. Avec ce nouveau projet, les panneaux subsistants sur l'ancien communauté de communes de Loiron vont disparaître. Entre autres les panneaux de signalisation d'entrée et de sortie de bourg souhaitant « la bienvenue » !
- Observe un décalage de traitement entre le public et le privé : en zone ZP2 la publicité en affichage extérieur est supprimée, l'affichage en mobilier urbain autorisé.
- Souhaite révision du règlement en proposant une nouvelle répartition de l'implantation géographique et une réduction du format (maximum 8m<sup>2</sup>), et un maintien de l'affichage sur la zone ZP2

### Réponse du porteur de projet :

Le nouvel article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit explicitement que le règlement local « adapte » les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 (dispositions du règlement national qui opèrent des distinctions notamment en fonction des procédés (lumineux ou non, bâches, dimensions, etc.), des caractéristiques des supports (bâtiments, clôture, etc.) [...] et qu'il définit une ou plusieurs zones « où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national » : il est donc évident qu'un règlement local pourra comporter des règles « différenciées » en fonction des zones du territoire, des procédés, des supports, de la taille des agglomérations, comme le règlement national. Le RLPi prévoit dans son rapport de présentation les justifications de ces choix, pour chacune des zones de publicité instituées.

La ZP2 concerne les quartiers résidentiels (hors Laval). Sur ces secteurs (comme le précisent les justifications des choix) les besoins en communication visuelle sont réduits. Les enjeux de préservation du cadre de vie et du paysage du quotidien priment. La publicité est autorisée sur mobilier urbain, selon les dispositions du Règlement National de Publicité.

Par ailleurs, le RLPi permet un affichage publicitaire sous différentes formes dans les autres zones du territoire :

- ZP2L : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain
- ZP3 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain
- ZP4 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier



urbain

Les articles 420-1 et 420-2 du Code de Commerce dont les extraits sont les suivants :

Article L420-1

*« Sont prohibées même par l'intermédiaire direct ou indirect d'une société du groupe implantée hors de France, lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, les actions concertées, conventions, ententes expresses ou tacites ou coalitions [...]*

Article L420-2

*« Est prohibée, dans les conditions prévues à l'article L. 420-1, l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises d'une position dominante sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci. Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées ou en conditions de vente discriminatoires ainsi que dans la rupture de relations commerciales établies, au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées. [...]*

ne font pas référence au choix d'une collectivité dans la réglementation locale de l'affichage extérieur dans le cadre du RLPi, par ailleurs régi par le Code de l'Environnement.

Ce choix dans le cadre du RLPi est légal et justifié compte tenu de l'enjeu du cadre de vie à préserver en secteur résidentiels, et la possibilité d'affichage publicitaire importante offerte dans les autres zones du territoire.

Laval Agglomération n'envisage pas de modifier ces dispositions.

## CLOTURE DE L'ENQUETE

### Récupération du registre :

A l'issue de la permanence du mercredi 3 mai 2023 à 12h00 l'enquête publique étant terminée, j'ai clos le registre d'enquête, récupéré les dossiers à disposition pour pouvoir l'annexer à mon rapport définitif.

### Relevé des observations du public

- \* Les observations orales : aucune
- \* Les observations écrites : 1 sur registre papier (courrier joint) et 2 reçues en RAR qui font doublon avec le registre dématérialisé
- \* Les observations sur registre dématérialisé : 6 dont 1 doublon

### Remise du procès-verbal de synthèse de fin d'enquête au pétitionnaire

Remis et commenté le 10 mai 2023 avec les observations des particuliers, du commissaire enquêteur et des différents P P A

### Remise du mémoire en réponse par le pétitionnaire

Adressé par mail le 24 mai 2023, pour permettre un traitement plus rapide et reçu par courrier le 27 mai 2023

## ANALYSE DES OBSERVATIONS

### Analyse des observations

#### Réponse du porteur de projet

Les réponses intégrées sont contenues dans les 15 thématiques générales : Rapport de présentation- Respect de la liberté d'affichage-Règlement\_ Lexique-Zones tampons-Espace Mayenne (ZP5L) - Publicité pré-enseignes-Support mural- Panneaux scellés au sol- Publicités lumineuses-Enseignes numériques-Couleurs-Bâches publicitaires-Gare ferroviaire- Annexes  
Les commentaires sont traités dans la 2° partie-Avis et conclusions motivées

### Questions du Commissaire enquêteur après la clôture de l'enquête publique

- 1) Le règlement de la zone ZP2 pose un problème discriminatoire entre l'affichage public et privé : ne peut-on modifier le règlement pour satisfaire les 2 parties avec de nouvelles normes si besoin ?**

#### Réponse du porteur de projet :

Le nouvel article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit explicitement que le règlement local « adapte » les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 (dispositions du règlement national qui opèrent des distinctions notamment en fonction des procédés (lumineux ou non, bâches, dimensions, etc.), des caractéristiques des supports (bâtiments, clôture, etc.) [...] et qu'il définit une ou plusieurs zones « où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national » : il est donc évident qu'un règlement local pourra comporter des règles « différenciées » en fonction des zones du territoire, des procédés, des supports, de la taille des agglomérations, comme le règlement national. Le RLPi prévoit dans son rapport de présentation les justifications de ces choix, pour chacune des zones de publicité instituées.

La ZP2 concerne les quartiers résidentiels (hors Laval). Sur ces secteurs (comme le précisent les justifications des choix) les besoins en communication visuelle sont réduits. Les enjeux de préservation du cadre de vie et du paysage du quotidien priment. La publicité est autorisée sur mobilier urbain, selon les dispositions du Règlement National de Publicité.

Par ailleurs, le RLPi permet un affichage publicitaire sous différentes formes dans les autres zones du territoire :

- ZP2L : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain
- ZP3 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain
- ZP4 : sont autorisées les publicités sur mur, scellées ou posées au sol, sur mobilier urbain

Ce choix dans le cadre du RLPi est légal et justifié compte tenu de l'enjeu du cadre de vie à préserver en secteur résidentiels, et la possibilité d'affichage publicitaire importante offerte

dans les autres zones du territoire. Par ailleurs, il est demandé par d'autres Personnes Publiques Associées une restriction encore plus importante des possibilités d'affichage publicitaire en ZP2.

L'évolution du règlement sur ces points sera étudiée par Laval Agglomération avant l'approbation du RLPi.

**2) Compte tenu de la loi Climat et Résilience d'Août 2021, qui sera l'autorité en charge du pouvoir de police et de l'instructions des actes, si approbation du RLPi en 2023 : les communes, ou Laval Agglomération ?**

À ce jour, les communes demeurent compétentes pour l'instruction des demandes d'autorisations préalables d'enseignes. Seule la Ville de Laval bénéficie d'une offre de service commun instructeur de Laval Agglomération, dans le cadre d'une convention. Jusqu'à la fin de l'année – et donc après l'approbation du nouveau RLPi – ce schéma sera maintenu est les communes de l'ex Pays de Loiron devront être formées à cette nouvelle mission.

La loi Climat et Résilience a en effet prévu, à compter du 1er janvier 2024, le transfert des pouvoirs de police de la publicité aux présidents des intercommunalités, avec une possibilité d'opposition pour les maires qui souhaiteraient conserver ces pouvoirs, dans les conditions et selon les modalités fixées par l'article L. 5211-9-2 du code général des collectivités territoriales (CGCT).

Les maires peuvent s'y opposer au plus tard dans un délai de 6 mois par décision écrite notifiée au président sans formalisme particulier (lettre ou arrêté) devant toutefois faire l'objet d'une mesure de publicité et être transmise au préfet au titre du contrôle de légalité.

Si aucun maire ne s'est opposé au transfert dans ce délai, celui-ci intervient 6 mois après le transfert de la compétence soit le 1er juin 2024.

Si au moins un des maires s'oppose, le président peut renoncer au transfert au plus tard dans le mois qui suit le délai de 6 mois offert aux maires. S'il ne renonce pas le président sera compétent au 1er juillet 2024. S'il renonce avant, sa décision est notifiée à chacun des maires qui conservent leur compétence même s'ils n'y ont pas renoncé.

Le président peut renoncer à réception de la première opposition d'un maire sans avoir à attendre les 7 mois.

Qu'elle soit exercée par les maires ou le président la police de la publicité le sera au nom de la commune ou de l'intercommunalité sans pouvoir de substitution du préfet en cas de défaillance.

La loi prévoit la possibilité pour le président de réunir la conférence des maires afin d'assurer la cohérence de l'exercice du pouvoir de police de la publicité (décision de s'opposer au transfert, mise en place d'un service commun...).

Ces dispositions sont subordonnées à ce que la loi de finances ait prévu une compensation des charges, résultant pour les communes ou les EPCI de ce transfert de compétences.

Le pouvoir de police exclut la mission d'instruction des demandes d'autorisations préalables d'enseignes. Ces deux rôles pourraient être répartis entre Laval Agglomération

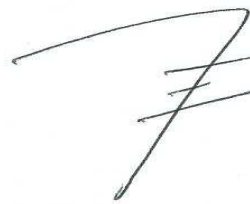
(instruction) et les Maires (police) comme c'est d'ores et déjà le cas pour les demandes d'autorisations d'urbanisme.

Cette réflexion sera menée au cours des prochains mois et intègre, notamment, la refonte de la convention cadre du service commun ADS et les travaux de réorganisation de l'administration de Laval Agglomération.

En conclusion :

**Le dossier d'enquête, l'avis des différents services, les observations du public, les éléments recueillis, le mémoire en réponse du pétitionnaire, me permettent de disposer des informations nécessaires et suffisantes pour formuler mes conclusions motivées et émettre un avis sur la demande .**

Ahuillé, le 6 juin 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by several horizontal strokes and a vertical line, representing the name Alain PARRA d'ANDERT.

Alain PARRA d'ANDERT  
Commissaire enquêteur

## ANNEXES

- Copie des observations sur registre dématérialisé
- Copie des courriers déposés ou reçus (hors doublon)
- Copie du registre d'enquête publique
- Procès-verbal de synthèse, et mémoire en réponse en date du 24 mars 2023

