

RLPi

Règlement Local de Publicité intercommunal

1B - ORIENTATIONS & OBJECTIFS

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de Laval Agglomération s'inscrit dans les objectifs définis dans la délibération de prescription du 13 novembre 2017 :

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

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

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

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

Ainsi, 5 orientations ont été définies :

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

Orientation n°2 : Valoriser le paysage urbain des centralités

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

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

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

Orientation n°1

1. *Préserver les paysages naturels et urbains*

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

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

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



Orientation n°2

2. *Valoriser le paysage urbain des centralités*

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

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

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

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

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

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

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

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

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



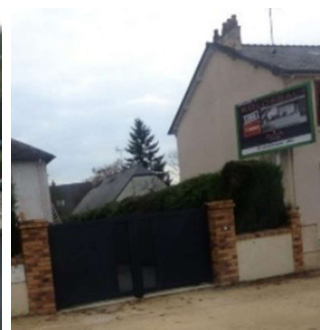
Orientation n°3

3. Veiller à la qualité paysagère des zones résidentielles

- *Valoriser le paysage quotidien*

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

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



Orientation n°4

4. Accompagner la dynamique commerciale des zones d'activité

- Concilier vitalité économique et qualité du cadre de vie

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

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

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



Orientation n°5

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

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

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

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

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



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

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



RLPi

Règlement Local de Publicité intercommunal

1C - Justification des choix retenus

SOMMAIRE

Chapitre 1 : Motifs de délimitation du zonage.....	3
Chapitre 2 : Choix retenus pour la partie réglementaire	6

Chapitre 1 : Motifs de délimitation du zonage

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux : le cœur historique et quartiers anciens de Laval, le centre-ville de Laval et les centres des communes de l'agglomération, les quartiers à dominante résidentielle, les différentes zones d'activité du territoire, ainsi que les principaux axes de traversée. Ces derniers sont concernés par des secteurs stratégiques que sont les ronds-points et carrefours situés sur la rocade de Laval et en entrée de ville de certaines communes, qui constituent en elles-mêmes des points d'attention quant à leur traitement paysager, puisque première image de la commune traversée.

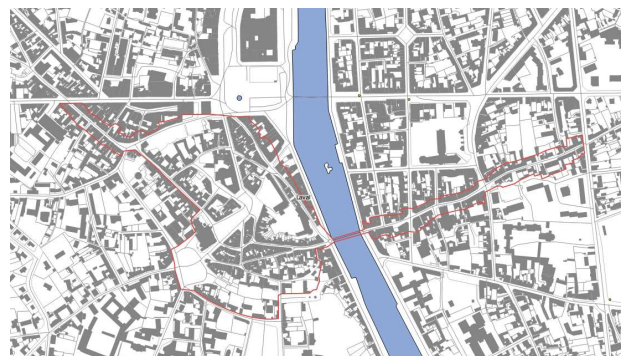
Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, 4 grands types de zones ont été définis :

Zone de Publicité ZP1, déclinée en :

ZP1LA couvre le centre historique de Laval sur la partie la plus commerçante du secteur PA de l'AVAP. Sur la rive droite, la ZP1LA est concentrée sur la rue du pont de Mayenne et la rue du hameau jusqu'au croisement avec le boulevard Félix Grat. Rive gauche, la ZP1LA se prolonge au-delà du secteur PA sur la rue de Rennes jusqu'à la rue de Bretagne.



Centre-ville de Laval en secteur PA de l'AVAP



ZP1LA sur le centre-ville de Laval

Cette zone concerne aussi la place d'Avesnières, également en zonage PA, ainsi que les parcelles bâties de Saint-Pierre-le-Potier.

ZP1L sur le centre-ville de Laval compris dans le périmètre de l'AVAP. Selon la même idée de préservation du caractère patrimonial et de la qualité du cadre de vie, mais en prenant en compte aussi le caractère économique de cette zone, la publicité y est interdite, excepté sur mobilier urbain. L'implantation des enseignes est encadrée dans la recherche d'une harmonie sur les ensembles urbains.

De même est installée une **ZP1** sur les centres des autres communes de l'agglomération, où la publicité est autorisée uniquement de façon accessoire sur mobilier urbain et où les enseignes sont encadrées afin de garantir une cohérence d'ensemble, le tout dans un esprit de valorisation des espaces publics centraux des communes : espaces de vie, d'échange et de commerce.

Zone de Publicité ZP2, déclinée en :

ZP2L sur les quartiers résidentiels de Laval, la publicité est autorisée sous format mobilier urbain, au mur et au sol, mais régulée par la notion de densité.

ZP2 sur les quartiers résidentiels hors Laval, où la publicité est autorisée uniquement sous format mobilier urbain, pour limiter l'impact visuel des dispositifs dans les quartiers résidentiels des communes plus rurales.

Zone de Publicité ZP3, déclinée en :

ZP3L sur les zones d'activité implantées sur la ville de Laval. Cette zone bénéficie d'une certaine souplesse quant à la réglementation des publicités et des enseignes, du fait de leur fonction première de zone économique.

Idem en **ZP3**, sur les zones d'activité hors Laval, avec un cadre plus strict nécessairement imposé par la réglementation nationale (communes de moins de 10 000 habitants).

Zone de Publicité ZP4, déclinée en :

ZP4L, le long des axes structurants, sur leurs portions traversant la zone agglomérée de Laval.

ZP4, le long des axes structurants traversant les agglomérations des autres communes de l'intercommunalité.

Description des différentes zones de publicité et de leurs objectifs respectifs:

ZP1LA – Cœur historique et quartiers anciens de Laval

Cette zone ne peut accueillir aucune forme de publicité, y compris sur mobilier urbain. Les enseignes y sont encadrées comme sur le reste du centre-ville de Laval, excepté les enseignes numériques qui y sont interdites.

Objectifs affichés sur ce secteur :

- ✓ Préservation du paysage patrimonial, où la publicité n'a nullement sa place.

ZP1L – Centre-ville de Laval

La ZP1 couvre le centre-ville de Laval compris dans le périmètre de l'AVAP. Il s'étend jusqu'à la gare de Laval afin de l'inclure dans un contexte plus qualitatif qu'à l'heure actuelle. En effet, aujourd'hui, l'ambiance paysagère aux abords de la gare est une ambiance de périphérie de ville, accentuée notamment par la présence de panneaux grand format. L'implantation des enseignes en façade est

encadrée de façon à valoriser les façades et perspectives urbaines. Les enseignes au sol sont interdites pour limiter l'encombrement de l'espace public

Objectifs affichés sur ce secteur :

- ✓ Valoriser les commerces et services de proximité tout en préservant la qualité du cadre de vie et de l'espace public.
- ✓ Préserver le patrimoine architectural, qu'il s'agisse de la qualité des façades, comme des vues sur les monuments historiques.

ZP1 – Centres-bourgs

Les centres-bourgs des autres communes est protégé de la publicité par le zonage ZP1, qui ne permet son implantation que sur mobilier urbain. L'implantation des enseignes en façade est réglementée de la même façon qu'en ZP1L. Ce zonage est déterminé à la fois par la présence de bâti ancien et d'une certaine concentration de petits commerces.

ZP2 – Quartiers résidentiels

La ZP2(L) est dessinée en négatif, sur les espaces à dominante résidentielle, excluant les centralités commerçantes, les zones d'activité et les axes structurants. Leur vocation n'étant pas d'ordre économique, la publicité n'y a qu'une place limitée. Les enseignes y sont réglementées de la même façon qu'en ZP1(L), avec une différence sur les enseignes au sol, qui sont autorisées pour les quelques activités qui peuvent y être implantées. La réglementation des enseignes en clôture est également plus souple dans cette zone qu'en zone centre.

Objectifs affichés sur ce secteur :

- ✓ Il s'agit dans ces secteurs de préserver le cadre de vie des habitants.

ZP3 – Zones d'activité

La ZP3 concerne les zones d'activité, qu'elles soient commerciales, artisanales, industrielles ou logistiques.

Cette zone se distingue en ZP3L sur les zones d'activités installées dans l'agglomération de Laval et ZP3 pour les zones d'activité installées au sein des zones agglomérées des autres communes du territoire. Sont concernées par cette ZP3, les communes de Bonchamp-lès-Laval, Changé, L'Huisserie, Louverné, Nuillé-sur-Vicoin, Saint-Berthevin, Saint-Germain-le-Fouilloux, Saint-Jean-sur-Mayenne, Soulgé-sur-Ouette.

Objectifs affichés sur ce secteur :

- ✓ Ici l'enjeu est de concilier l'expression des acteurs économiques, et la valorisation du paysage commercial.

ZP4 – Axes structurants

De nombreux dispositifs sont présents le long des axes structurants, qu'ils s'agissent d'enseignes ou de publicités, ce sont des secteurs à forts enjeux pour les acteurs économiques, qui y bénéficient d'une grande visibilité.

Il faut cependant préserver le paysage de leurs abords, car ce sont les premiers vecteurs de l'identité du territoire.

Les axes structurants ont été délimités avec une largeur de 50m de part et d'autre de l'axe central des voies en question. Il s'agit des routes les plus fréquentées du territoire de Laval Agglomération et donc soumises à une importante pression publicitaire.

Objectifs affichés sur ce secteur :

- ✓ Ici l'enjeu est de concilier l'expression des acteurs économiques, et la valorisation du paysage commercial.

Chapitre 2 : Choix retenus pour la partie réglementaire

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes, et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.

1. Dispositions communes à toutes les zones

En plus des zones de publicité, des dispositions générales applicables à l'ensemble du territoire indépendamment du zonage sont instaurées.

- *Protection des abords de certains ronds-points et carrefours*

Autour de certains ronds-points et carrefours, sélectionnés pour leur caractère stratégique sur le réseau routier intercommunal, un tampon de 50m de rayon d'interdiction totale de la publicité est instauré. Le but est de protéger le paysage de ces espaces, qui constituent souvent des portes d'entrées sur les agglomérations.

- *Protection des abords des panneaux d'entrée de ville*

Aux abords de certaines entrées de ville, qui ne sont, soit pas protégées de la publicité par le zonage, soit présentent des enjeux paysagers particuliers, sont définies des zones tampons de 100m de part et d'autre des panneaux d'entrée de ville (communes de Louverné et La Chapelle-Anthenaise)

- *Règle d'extinction nocturne des publicités et enseignes*

Les dispositifs doivent respecter la plage horaire d'extinction nocturne établie entre 23 heures et 6 heures. Seules les activités commençant ou cessant pendant cette plage horaire peuvent conserver

leurs enseignes allumées, jusqu'à une heure après la cessation d'activité et peuvent l'allumer au plus tôt une heure avant la reprise de l'activité.

1.2. Publicités et pré-enseignes

L'ensemble des dispositifs doit respecter des règles d'esthétisme, de durabilité et d'entretien, afin d'assurer la meilleure insertion possible dans le paysage.

- *Publicités au sol*

Il est rappelé l'interdiction d'implantation de publicité au sol dans les zones N, A et dans les Espaces Boisés Classés.

Afin de limiter l'impact visuel et l'effet d'accumulation est renforcée la notion de densité des dispositifs au sol : ainsi une unité foncière présentant un linéaire sur voirie inférieur à 40m ne peut pas accueillir de publicité au sol. Entre 40 et 100m, un seul dispositif peut être installé, deux au-delà de 100m.

- *Publicités murales*

Les publicités au mur sont limitées à une par mur. Les doublons sont assez rares sur l'agglomération, l'objectif est de conserver cette faible densité des dispositifs au mur et d'éviter la multiplication de ce type de dispositifs.

- *Publicité sur bâche*

Seules les zones d'activité de Laval peuvent accueillir de la publicité sur bâche, à raison d'une bâche de 4m² maximum par unité foncière. En effet, ces dispositifs ayant un impact visuel important, les zones d'activités de la zone centre semblent être les plus appropriées pour accueillir ce genre de dispositif.

1.3. Enseignes

- *Enseignes en façade*

Les enseignes en façade doivent respecter l'architecture du bâtiment, aussi bien les rythmes que les décors, dans la recherche de la valorisation à la fois du bâti et du commerce. Ainsi, toute les formes d'enseignes d'une activité installée au rez-de-chaussée doivent être implantées à ce niveau.

- *Enseignes au sol*

Dans le cas des chevalets, il est rappelé que l'occupation du domaine public est soumise à autorisation du Maire. De plus, un passage d'au moins 1.40m doit être laissé libre pour ne pas entraver la circulation des piétons et plus particulièrement, des personnes à mobilité réduite.

- *Enseignes sur clôture*

Afin d'améliorer la lisibilité des activités, les enseignes sur clôture sont autorisées mais limitées à une inscription par voie ouverte à la circulation publique, avec une surface maximale représentant 15% de la surface du support.

- *Implantations interdites*

De même que les publicités et pré-enseignes, aucune enseigne ne peut être implantée sur un élément végétal, quel qu'il soit.

- *Enseignes temporaires*

Les enseignes temporaires peuvent avoir un fort impact dans le paysage. En effet, bien que souvent de petite taille, la multiplication de ces dispositifs engendre une pollution visuelle certaine. Aussi, la succession d'évènements, particulièrement dans les zones d'activité, fait perdre à ces dispositifs leur caractère temporaire : le message certes éphémère vient s'inscrire sur une enseigne qui devient permanente. Pour encadrer ces phénomènes, le RLP limite à 3 le nombre d'enseignes temporaires liées à un évènement, avec une surface unitaire maximale fixée à 3m².

2. Principales règles par zones de publicité

2.1. Publicités et pré-enseignes

ZP1LA : toute forme de publicité est interdite afin de ne pas porter atteinte au caractère patrimonial de ce secteur.

ZP1 (L) : afin de préserver la qualité du cadre de vie des centres-villes / centres-bourgs, tout en répondant au besoin de communication des acteurs économiques, notamment dans les zones d'importante fréquentation, la publicité est autorisée uniquement sous format mobilier urbain en ZP1 et ZP1L. En effet cette typologie de dispositif publicitaire est adaptée au contexte urbain des centres-villes et centre-bourg, par sa taille et son esthétisme. De plus leur implantation ayant lieu sur le domaine public, les communes ont entièrement la main pour le gérer correctement et selon leurs volontés respectives.

ZP2 : dans les quartiers résidentiels des communes de moins de 10 000 habitants, la publicité au mur est interdite. La communication publicitaire ne peut se faire que sous format mobilier urbain ; avec une surface unitaire de 2m² maximum, dans le but de préserver le cadre de vie des habitants.

Sur Laval, le contexte résidentiel étant différent de celui des autres communes de l'agglomération, la publicité de grand format, implantée au sol et au mur est autorisée en ZP2L mais régulée par les règles de densité, afin d'atténuer l'impact visuel de ces dispositifs.

ZP3(L) et ZP4(L)

Le long des axes et dans les zones d'activité, le niveau de réglementation des publicités et pré-enseignes reste celui de la réglementation nationale, d'une part pour les communes de moins de 10 000 habitants (ZP3 et ZP4), d'autre part pour Laval (ZP3L, ZP4L). Seule la publicité sur bâche est réglementée plus strictement que ce qu'impose la réglementation nationale, du fait du fort impact paysager qu'induisent ces dispositifs.

2.2. Enseignes

En plus des dispositions générales ont été définies des règles zone par zone concernant l'implantation des enseignes.

ZP1LA, ZP1, ZP1L

Aux règles de respect et de mise en valeur de l'architecture, s'ajoutent la réglementation des enseignes perpendiculaires. En effet, c'est un élément de composition des façades commerciales de commerces de proximité récurrent, donc particulièrement présent dans ces zones, qu'il convient de réglementer pour éviter la surcharge des façades.

Les enseignes au sol y sont interdites, excepté les chevalets en ZP1, à condition de respecter des règles de format et de densité et les principes de libre circulation sur le domaine public.

Les enseignes sur bâches, peu qualitatives, sont interdites en ZP1, car elles ne correspondent pas à la démarche de valorisation du paysage des centralités.

Les enseignes en toiture, peu adaptées au contexte de centre-ville / centre-bourg sont également interdites.

Bien que rare dans les zones centres, les enseignes sur clôture sont autorisées, avec la particularité de devoir être réalisées en lettre découpées, pour s'assurer d'une qualité de traitement maximale.

En ZP1LA uniquement, au vu du contexte historique et de la grande richesse patrimoniale, les enseignes numériques sont interdites. Elles sont autorisées avec un format limité en ZP1 et ZP1L, pour permettre l'innovation dans la conception des enseignes, tout en limitant l'impact visuel de ces dispositifs. Ils sont soumis, comme l'ensemble des dispositifs lumineux aux règles d'extinction nocturne.

ZP2(L)

Les enseignes en façade suivent les mêmes règles qu'en ZP1(L). Les différences de réglementation concernent :

- Les enseignes au sol, qui sont autorisées dans les quartiers résidentiels, avec un format réduit par rapport à ce qu'autorise la réglementation nationale, afin de s'adapter au contexte résidentiel (2m² en ZP2, 4m² en ZP2L).
- Les enseignes numériques interdites en ZP2 (elles restent autorisées en ZP2L, avec le même format qu'en ZP1L).
- Les enseignes en clôture ne sont pas obligatoirement réalisées en lettres découpées

ZP3(L)

Les enseignes en façades sont réglementées, au-delà des dispositions générales du présent règlement par celles de la réglementation nationale. En effet, le respect de la RNP au sein de ces zones assure déjà un gain certain en qualité paysagère et en lisibilité de l'espace commercial, en particulier concernant les enseignes en façade.

Pour ce qui concerne les autres implantations :

Les enseignes au sol sont limitées en format à 4m², excepté dans le cas de dispositif commun, qui peut alors s'élever jusqu'à 6m². Elles doivent respecter un recul d'1.50m pour éviter l'accumulation des dispositifs à la frontière avec le domaine public et pour y laisser une respiration, afin de clarifier la lecture de l'espace.

Les zones d'activités sont les seules à pouvoir accueillir de façon permanente des enseignes sur bâche, à condition que celles-ci respectent les dispositions applicables au type d'implantation concerné (au mur, au sol, sur clôture).

Pour le cas particulier des enseignes numériques : celles-ci sont autorisées uniquement en façade, avec les mêmes règles que les enseignes non numériques sur Laval, avec un format maximal de 2m² sur les autres communes.

ZP4(L)

Pour garantir un maximum de visibilité des acteurs économiques locaux, les enseignes en façades sont, comme en ZP3(L), réglementées par les dispositions générales et par la réglementation nationale.

Les enseignes au sol suivent les mêmes règles qu'en ZP3(L), pour les mêmes raisons de clarification de lecture et d'amélioration de la lisibilité du paysage de ces axes.

Les enseignes permanentes sur bâche sont interdites le long des principaux axes parcourant le territoire.

Les enseignes numériques sont autorisées uniquement en façade, suivant les dispositions régissant les enseignes en façade non numériques sur Laval, avec un format maximal de 2m² sur les autres communes.

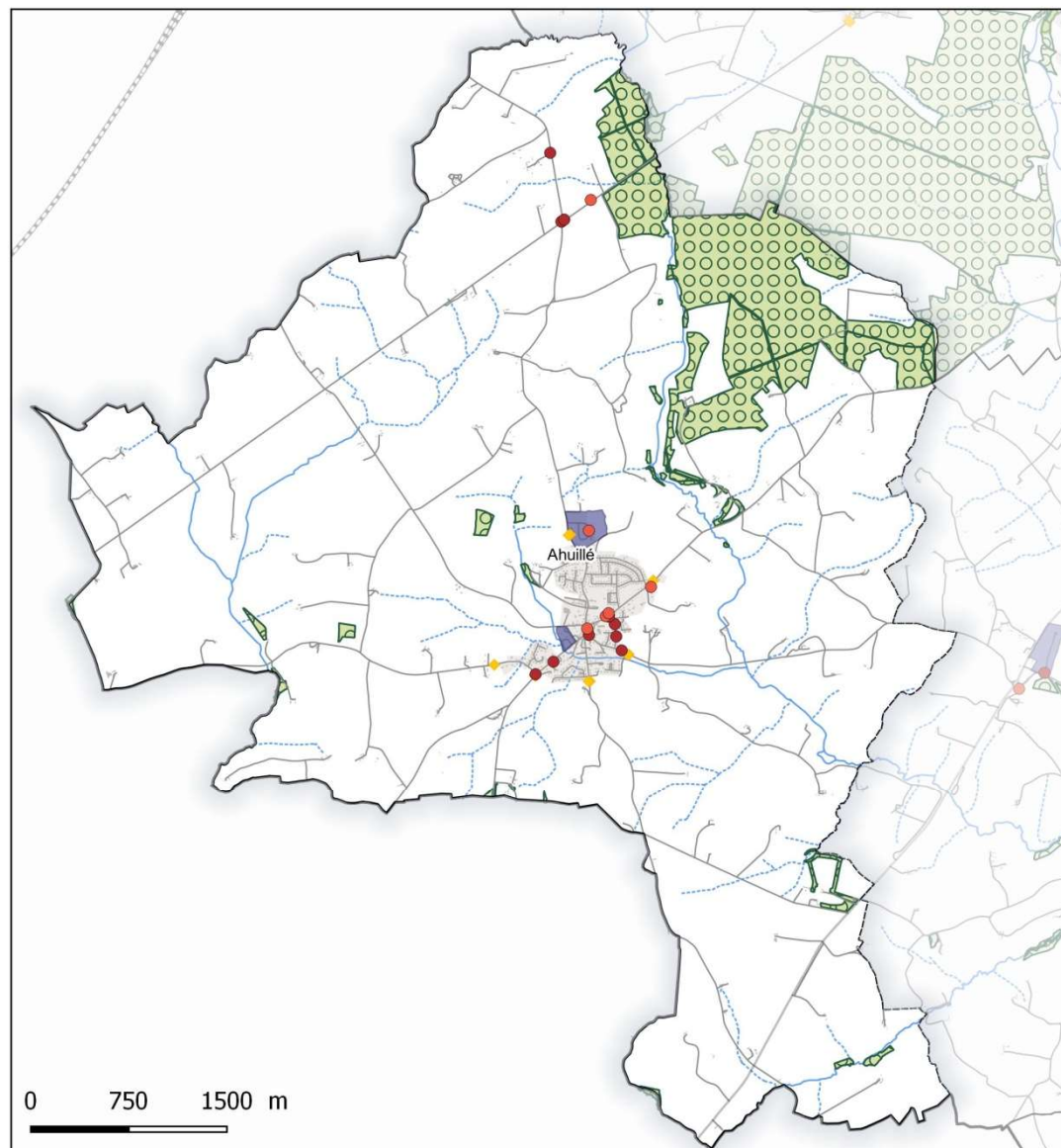
A map of the Lava Agglo territory, showing various municipalities outlined in white. Yellow areas are scattered across the map, likely representing specific zones of interest or public spaces. The map is set against a solid blue background.

R.L.P.i

Règlement Local de Publicité intercommunal

1Ab - Diagnostics par communes

○ Ahuillé



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	23
Non conformes	6
	29

PUBLICITES

RNP	
Conformes	2
Non conformes	12
	14

Quelques enseignes ne sont pas conformes à la réglementation nationale, pour des raisons diverses - (6 dispositifs, soit 21% des enseignes de la commune).

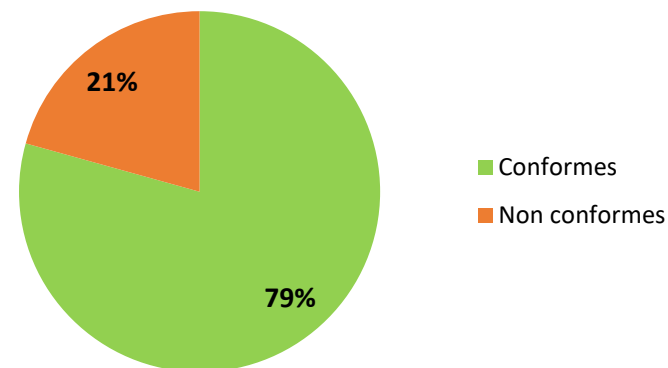


Dépasse l'égout du toit



Cessation d'activité > 3 mois

Conformité RNP des enseignes Ahuillé - 29 dispositifs

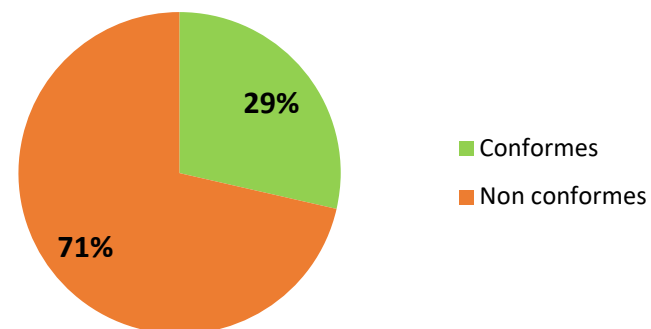


A l'inverse, un grand nombre de publicités/pré-enseignes sont non-conformes sur la commune, principalement du fait d'être installées au sol. Au total 10 dispositifs sur 14 sont non-conformes à la RNP. Plusieurs dispositifs sont hors agglomération.

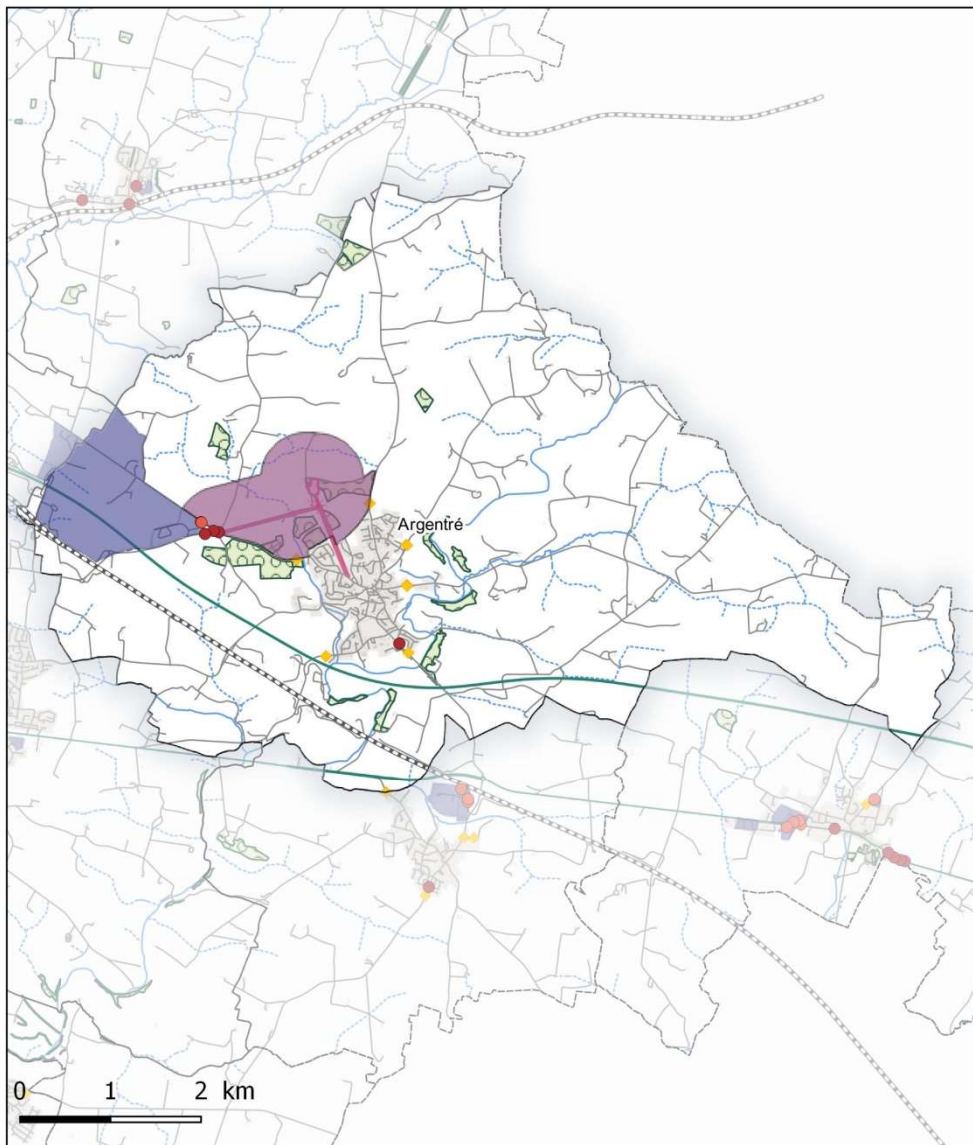


Au sol < 10 000 hb et hors agglomération

Conformité RNP des publicités et pré-enseignes Ahuillé - 14 dispositifs



○ Argentré



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité

- Limites communales

- ◆ Panneaux d'entrée de ville

- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

ENSEIGNES

RNP

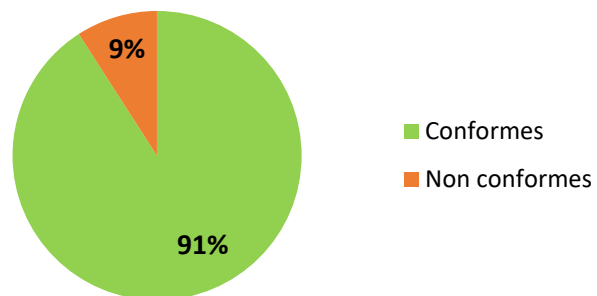
Conformes	20
Non conformes	2
	22

PUBLICITES

RNP

Conformes	0
Non conformes	4
	4

Conformité RNP des enseignes Argentré - 22 dispositifs

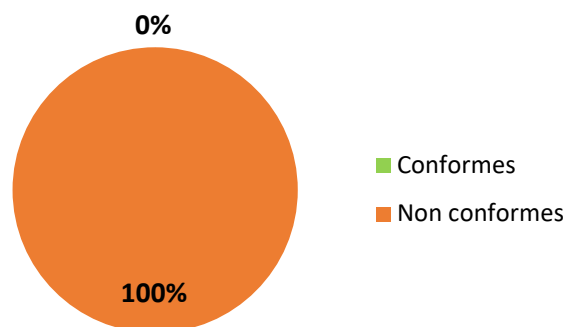


La seule non-conformité sur la commune concernant les enseignes est une densité trop élevée d'enseignes au sol pour le magasin Gamm Vert de la zone de la Carie.

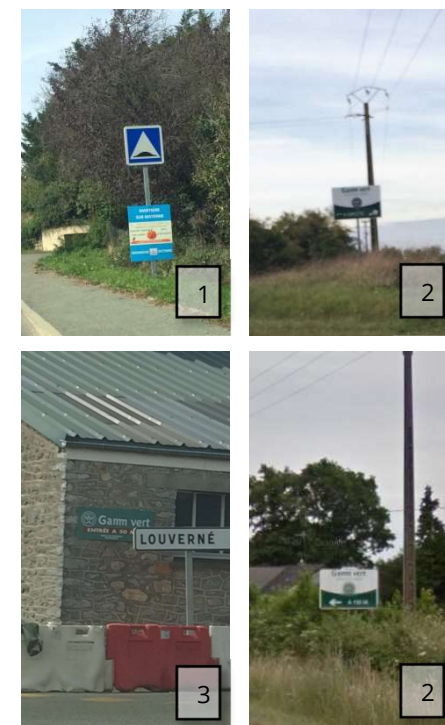
Un très bon taux de conformité est donc noté pour les enseignes sur la commune : 91%



Conformité RNP des publicités et pré-enseignes Argentré - 4 dispositifs

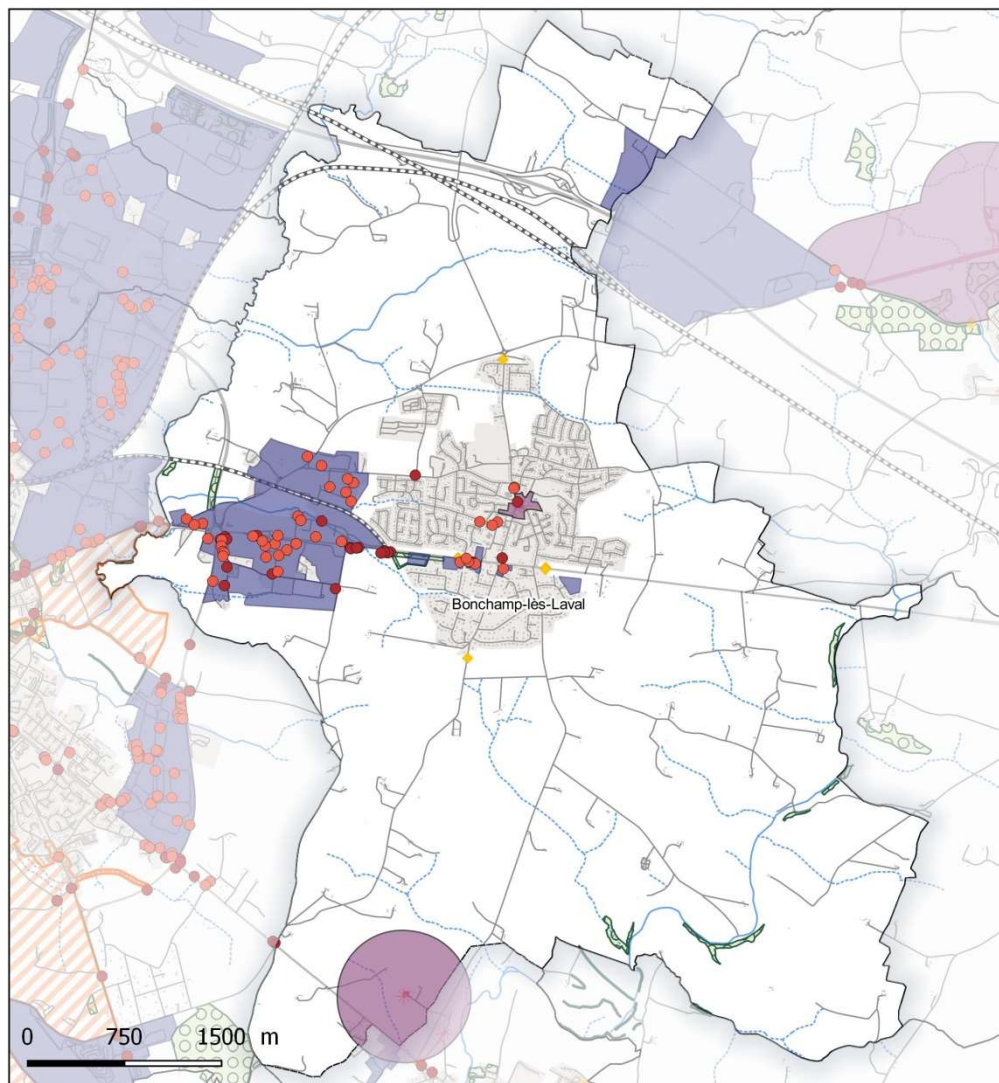


Les quatre publicités/pré-enseignes présentes sur la commune sont non-conformes à la réglementation nationale.



1. Sur support interdit
2. Au sol < 10 000 hb et hors agglomération
3. Mur non aveugle et hors agglomération

○ Bonchamp-les-Laval



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	114
Non conformes	42
	156

PUBLICITES

RNP	
Conformes	6
Non conformes	23
	29

73% des enseignes sont conformes avec la réglementation nationale sur la commune de Bonchamp-lès-Laval.

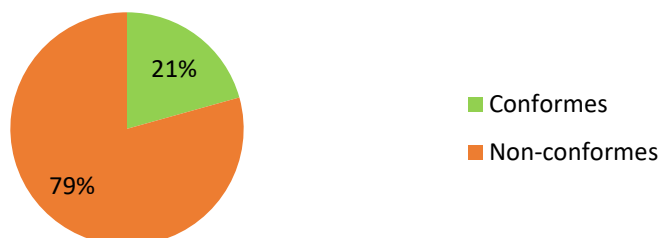
La raison de non-conformité la plus fréquente est une mauvaise implantation de l'enseigne sur la façade : 23 dispositifs dépassent l'égout du toit ou les limites du mur support.

La non-conformité pour non-respect de la densité des enseignes revient 10 fois.

Conformité des enseignes Bonchamp-lès-Laval - 156 dispositifs



Conformité RNP des publicités et pré-enseignes Bonchamp-lès-Laval - 29 dispositifs



Dépasse la limite de l'égout du toit



Densité des enseignes au sol



Au sol hors
agglomération

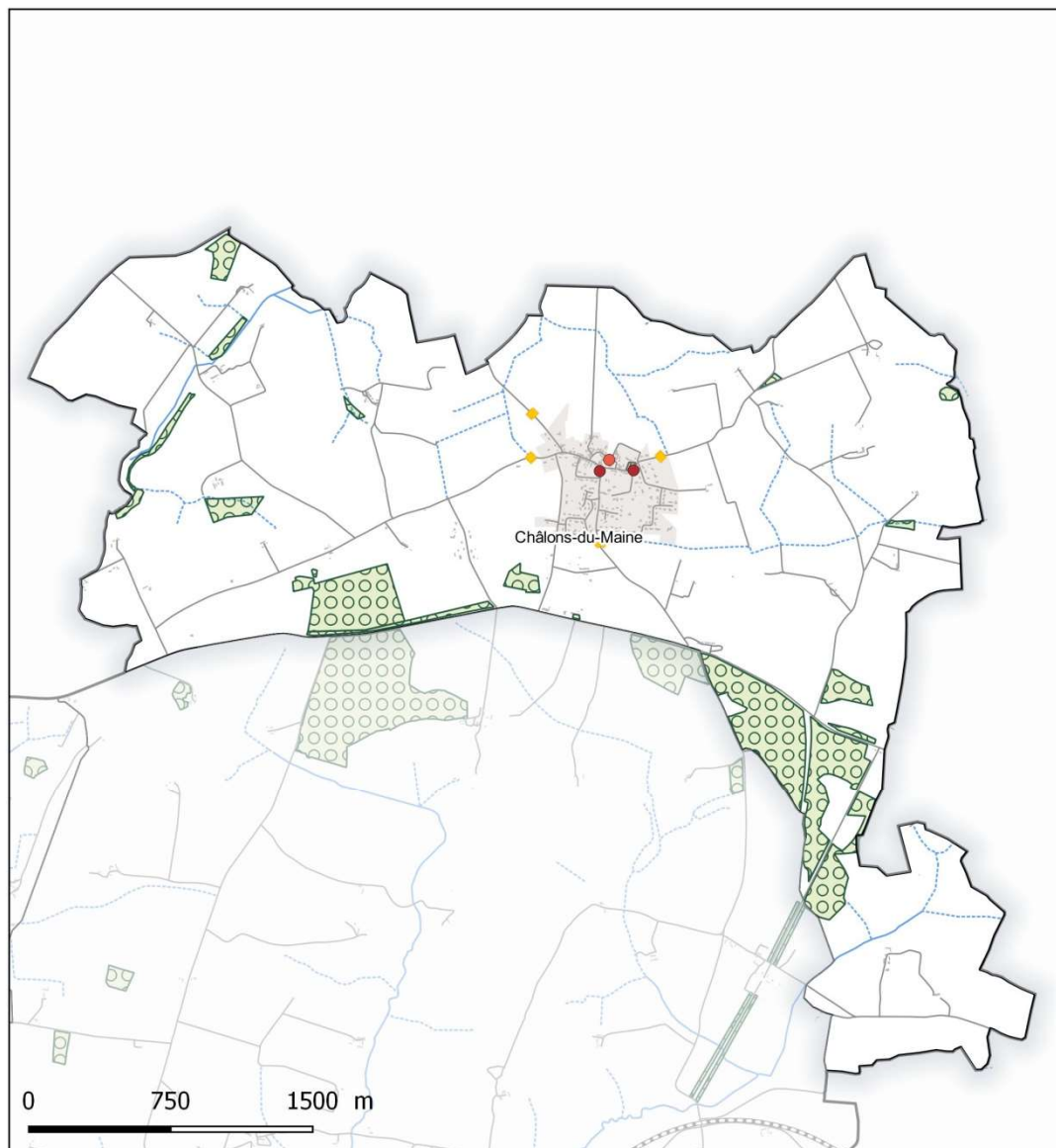


Support interdit

La grande majorité des publicités/pré-enseignes de la commune sont non-conformes à la réglementation nationale (6 dispositifs temporaires conformes à la RNP).

Les principales raisons sont l'implantation au sol, l'installation hors agglomération et l'implantation sur support interdit.

○ Châlons-du-Maine



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	0
Non conformes	1
	1

PUBLICITES

RNP	
Conformes	0
Non conformes	2
	2

La commune de Châlons compte une enseigne et deux publicités. Ces trois dispositifs ne sont pas conformes à la réglementation nationale.



L'enseigne dépasse les limites du mur support et de l'égout du toit.

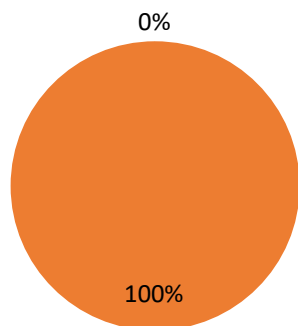


Implantation sur mur non aveugle



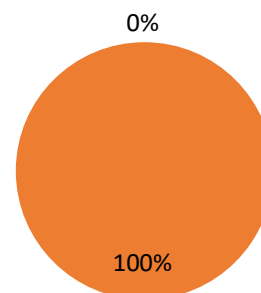
Implantation sur clôture non aveugle

Conformité RNP des enseignes Châlons-du-Maine - 1 dispositifs



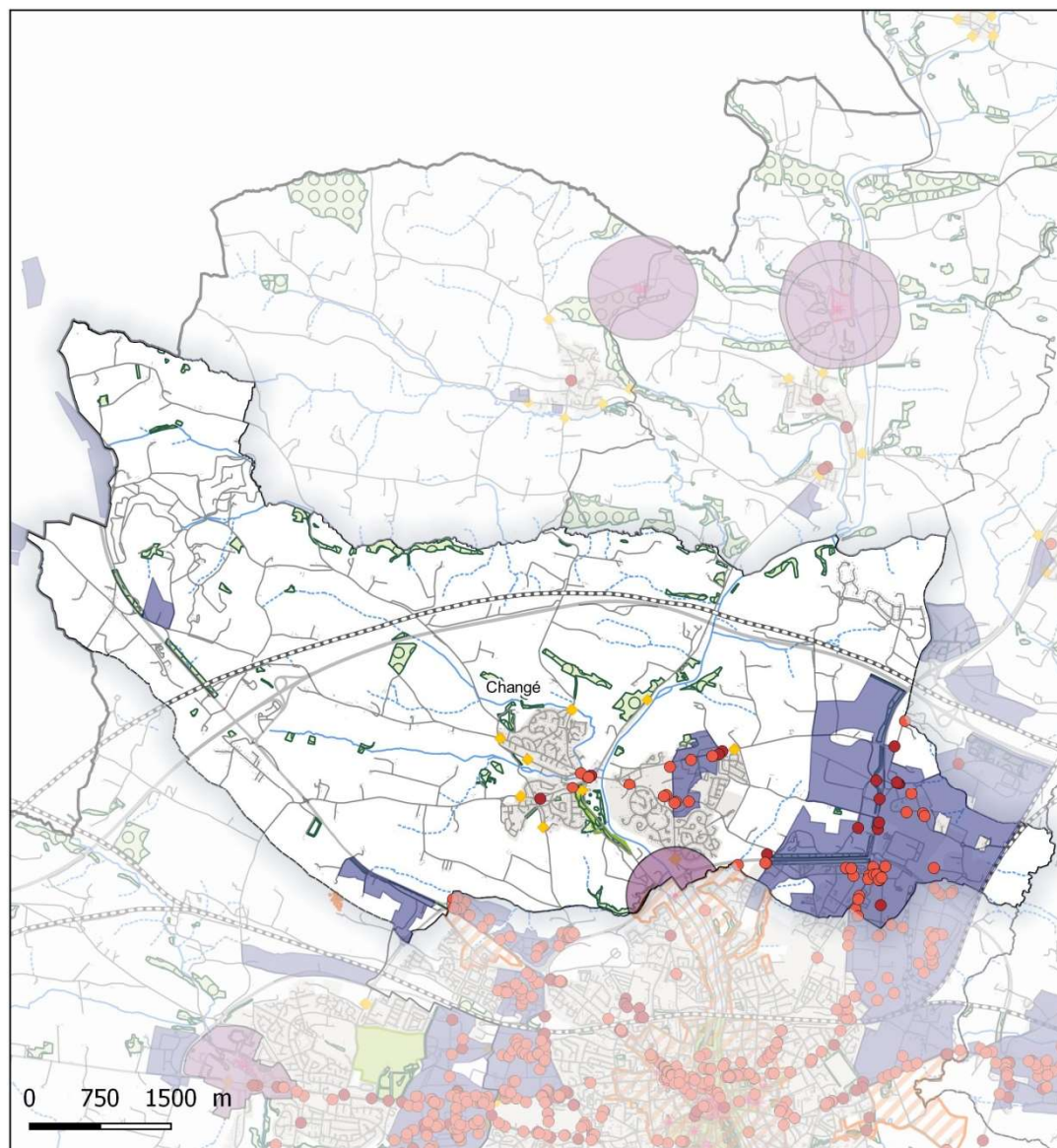
■ Conformes
■ Non conformes

Conformité RNP des publicités et pré-enseignes Châlons-du-Maine - 2 dispositifs



■ Conformes
■ Non conformes

○ Changé



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	199
Non conformes	38
	237

PUBLICITES

RNP	
Conformes	9
Non conformes	14
	23

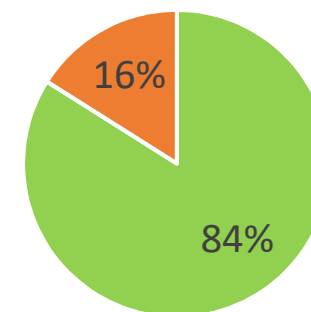
16% des enseignes de Changé présentent des non conformités à la réglementation nationale, soit 38 dispositif sur 199.

La densité des enseignes au sol revient 20 fois dans la colonne raison de non-conformité, les défauts d'implantation « dépasse l'égout du toit » et « dépasse les limites du support » 14 fois.

Quelques enseignes sont implantées sur support interdit (x4), en toiture avec des lettres non découpées (x2) ou encore présentent un format supérieur (x2) à celui autorisé par la réglementation nationale.

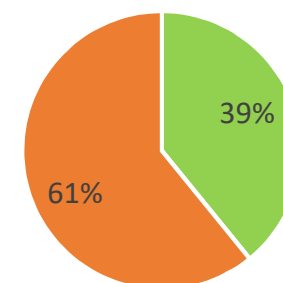
La majorité des publicités/pré-enseignes sur la commune sont non-conformes, du fait principalement de leur implantation au sol, parfois hors agglomération. Un dispositif est installé sur une clôture non aveugle

**Conformité RNP des enseignes
Changé - 237 dispositifs**



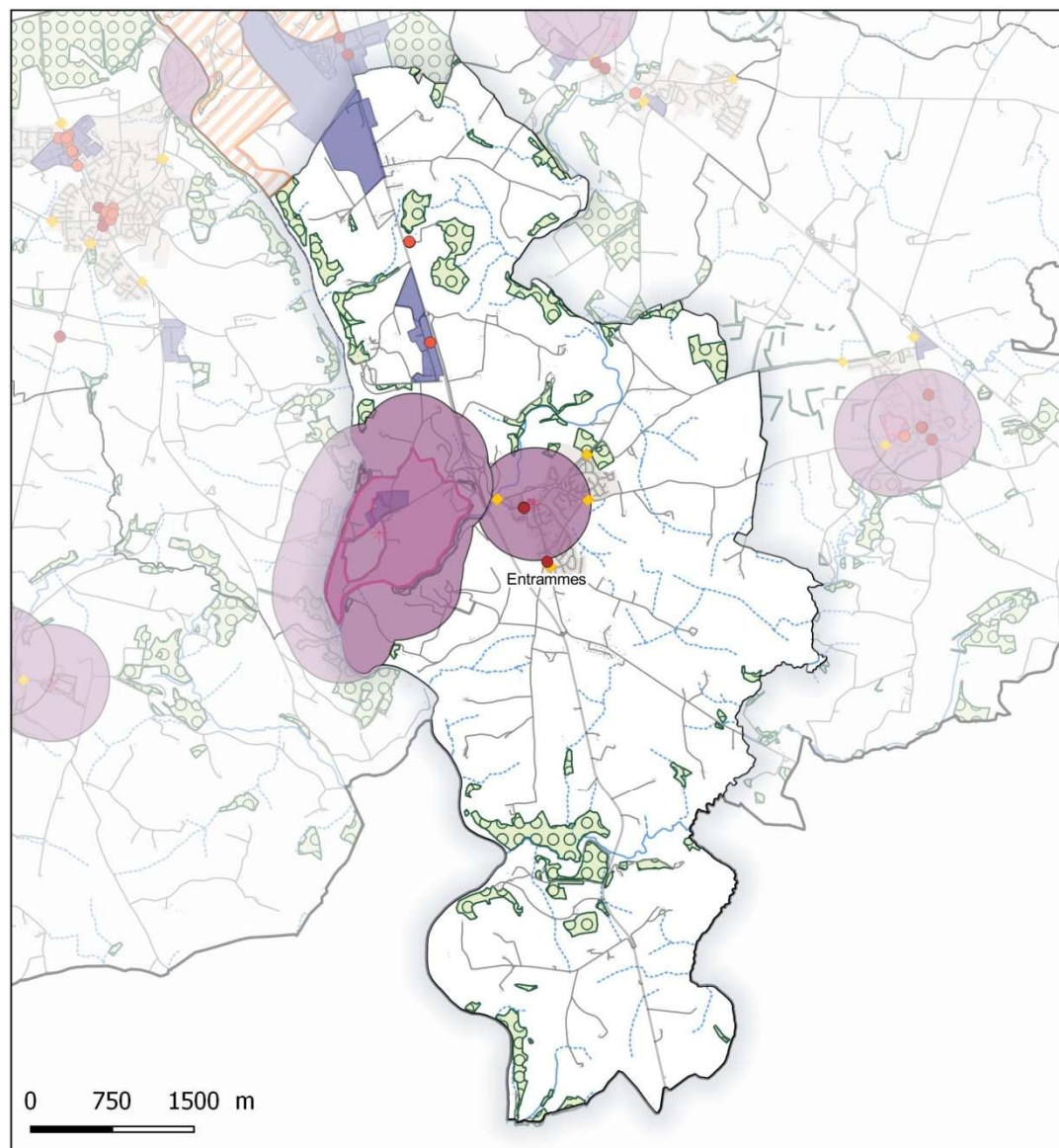
■ Conformes ■ Non conformes

**Conformité RNP des publicités et pré-enseignes
Changé - 23 dispositifs**



■ Conformes ■ Non-conformes

○ Entrammes



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

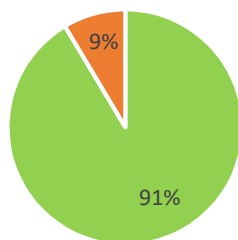
RNP	
Conformes	32
Non conformes	3
	35

PUBLICITES

RNP	
Conformes	1
Non conformes	3
	4

Entrammes présente un taux élevé de conformité de ses enseignes par rapport à la réglementation nationale : seulement trois enseignes sur trente-cinq sont non conformes. Elles présentent toutes trois le même type de non-conformité : une mauvaise installation de l'enseigne soit l'enseigne dépasse les limites de l'égout du toit, soit elle dépasse à la fois les limites du support et l'égout du toit.

Conformité RNP des enseignes Entrammes - 35 dispositifs



■ Conformes ■ Non conformes



Dépasse les limites du support
Dépasse l'égout du toit



Dépasse l'égout du toit



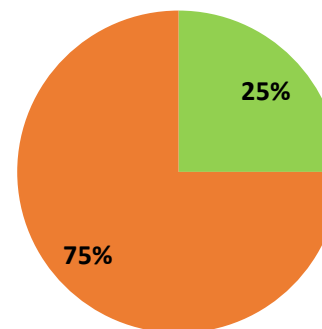
Périmètre protégé



Mur non aveugle

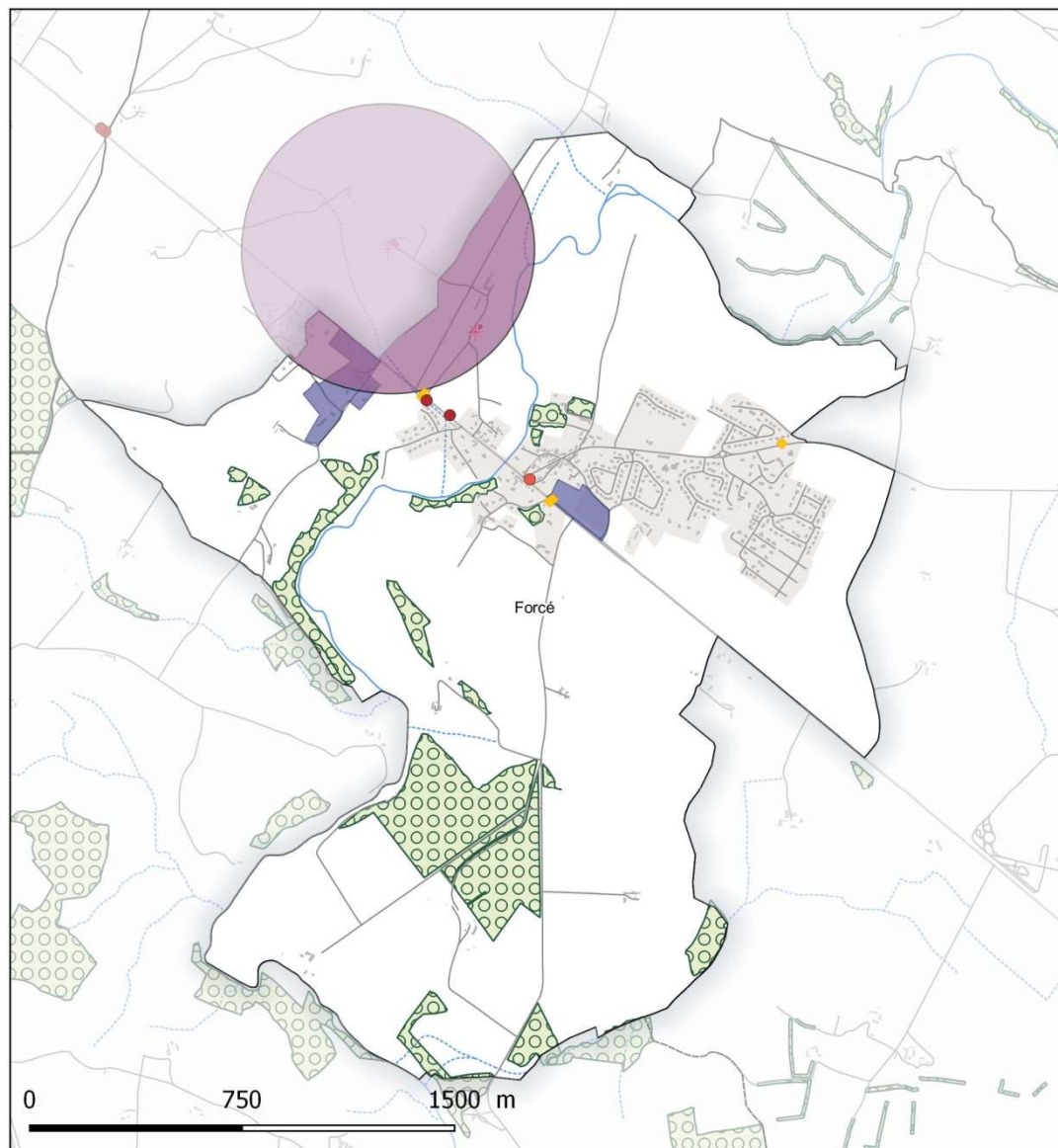
Sur les quatre publicités et pré-enseignes présentes au sein de la commune, trois sont non conformes à la réglementation nationale : une est en périmètre protégé (Eglise partiellement classée d'Entrammes), l'autre est un doublon installé sur un mur non aveugle.

Conformité RNP des publicité et pré-enseignes Entrammes - 4 dispositifs



■ Conformes
■ Non conformes

○ Forcé



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	10
Non conformes	1
	11

PUBLICITES

RNP	
Conformes	8
Non conformes	2
	10

Les enseignes sont conformes à 91% à la réglementation nationale : une enseigne seulement présente une non-conformité, liée à son manque d'entretien.

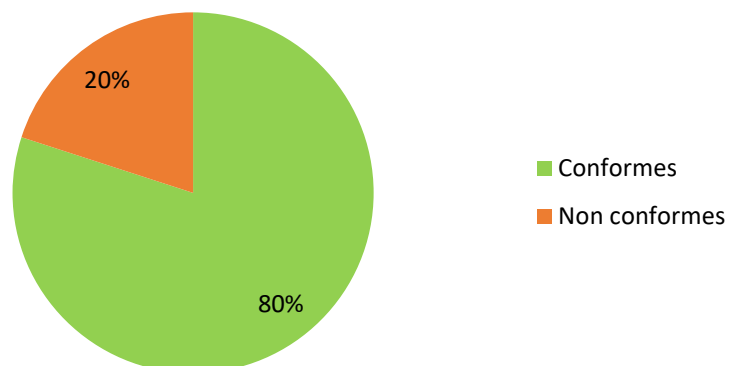


2 mobiliers urbains hors agglomération



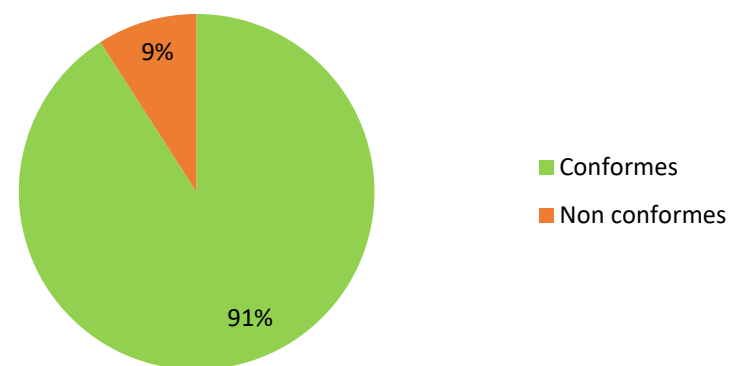
Enseigne sur bâche peu lisible, repliée, recouverte par la vigne vierge

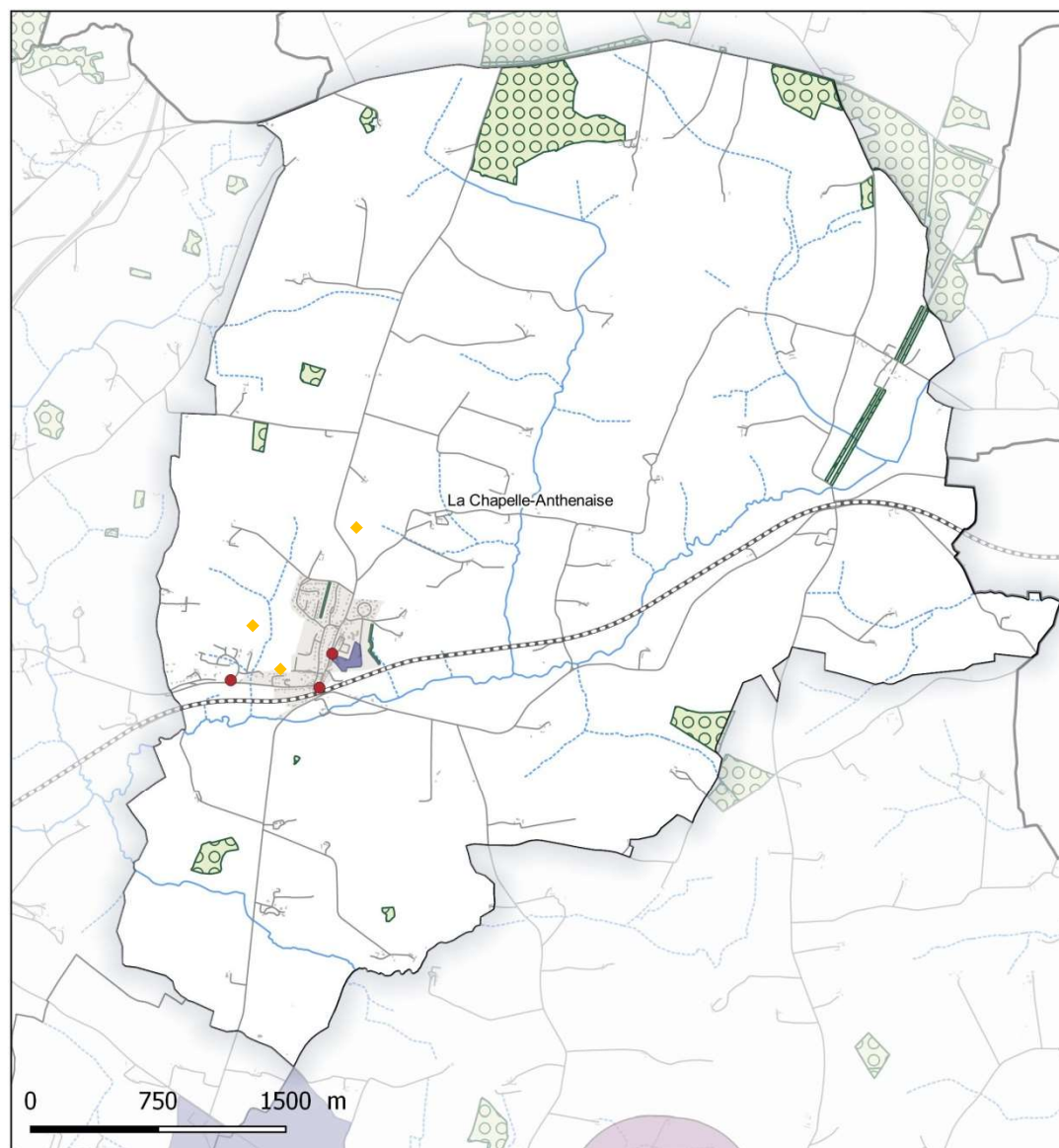
**Conformité RNP des publicités et pré-enseignes
Forcé - 10 dispositifs**



Deux publicités sur 10 sont non conformes à la réglementation nationale : elles sont situées au-delà des limites d'agglomération de la commune.

**Conformité RNP des enseignes
Forcé - 11 dispositifs**





Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

○ La Chapelle-Anthenaise

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	4
Non conformes	0
	4

PUBLICITES

RNP	
Conformes	3
Non conformes	1
	4

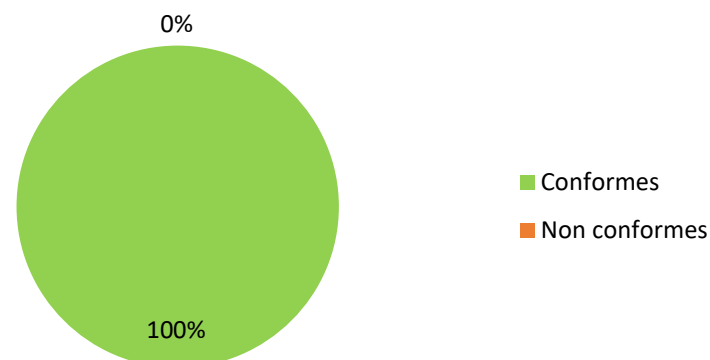
Toutes les enseignes de la Chapelle-Anthénaise sont conformes à la réglementation nationale (4/4).



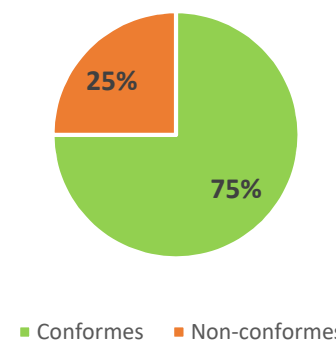
Concernant les publicités, sur les quatre de la commune, trois sont non conformes : deux dispositifs sont au sol, un est installé sur un mur non aveugle.



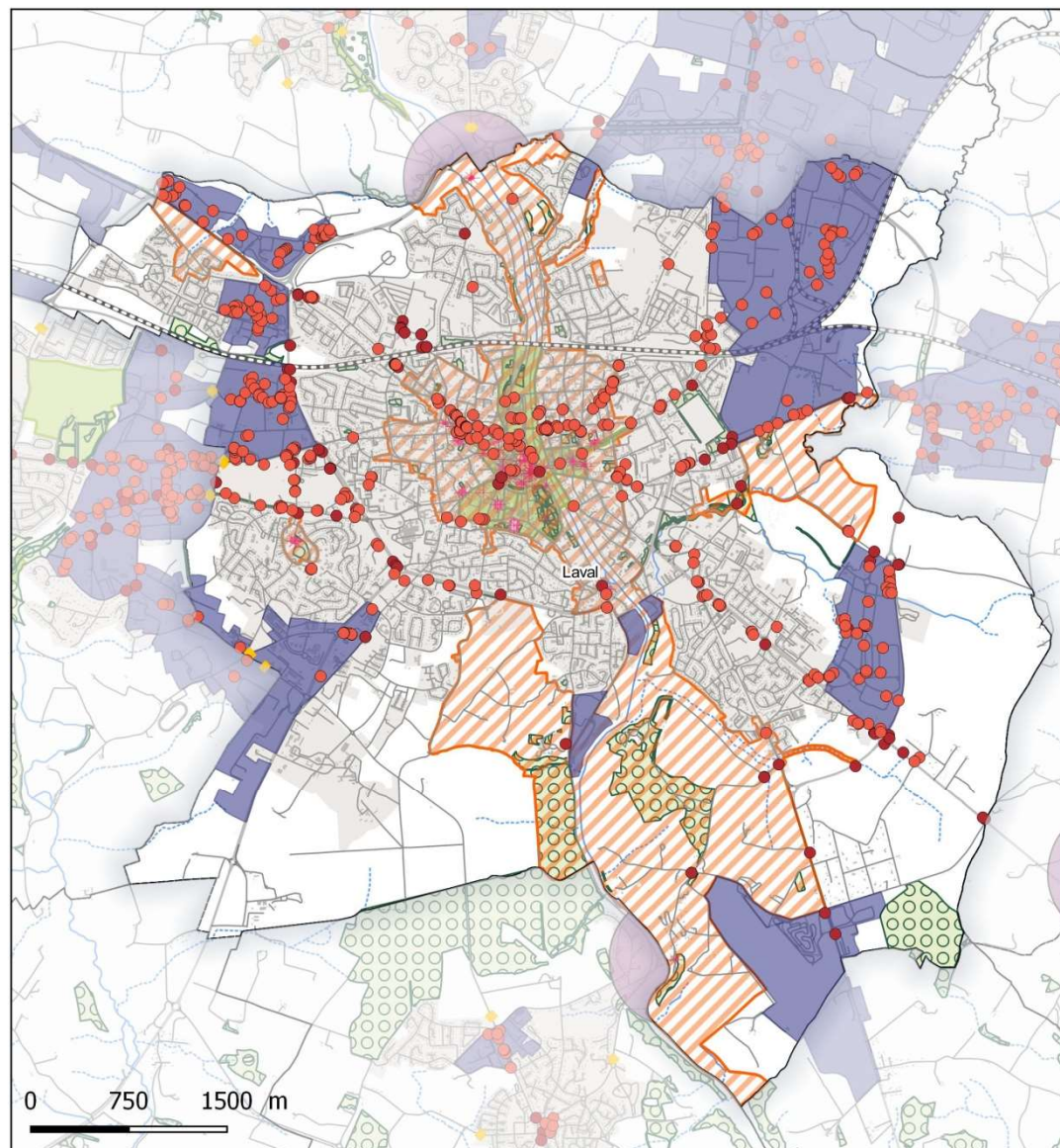
Conformité RNP des enseignes La Chapelle-Anthénaise - 4 dispositifs



Conformité RNP des publicités et pré-enseignes La Chapelle-Anthénaise - 4 dispositifs



○ Laval

**ENSEIGNES**

RNP	
Conformes	3068
Non conformes	495

PUBLICITES	3563
-------------------	-------------

RNP	
Conformes	297
Non conformes	81
	378

Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

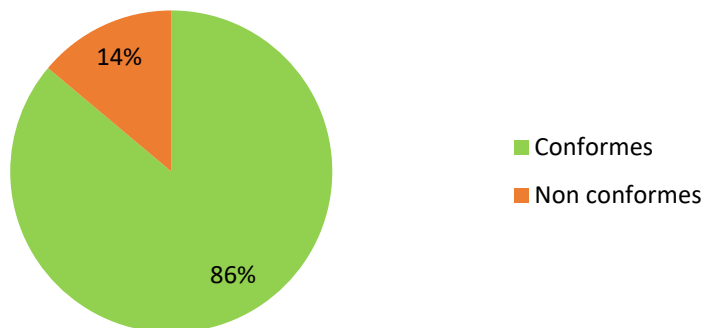
- 01 - Espace boisé classé

Sites

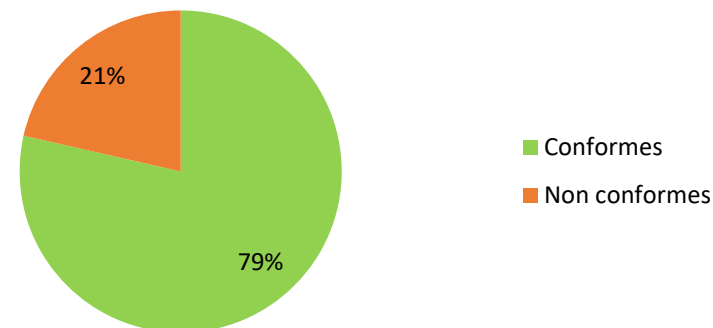
- Site classé
- Site inscrit



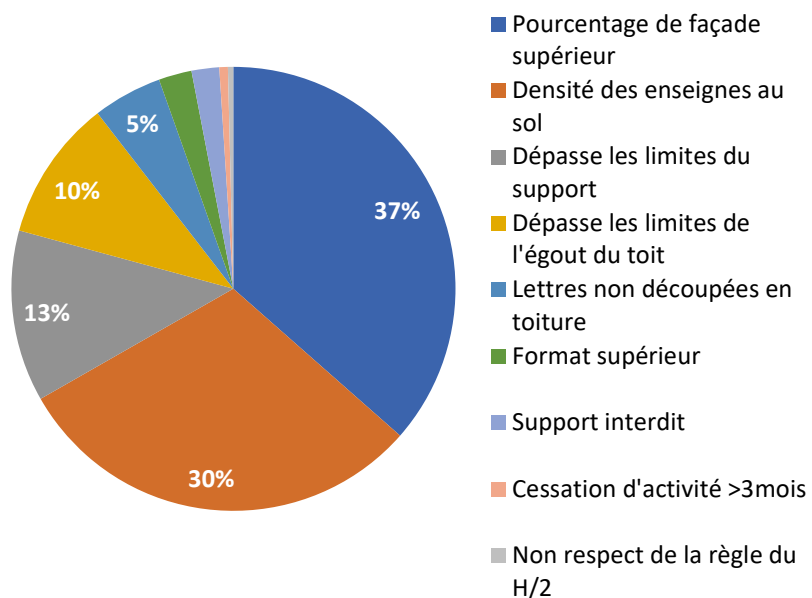
Conformité RNP des enseignes Laval - 3562 dispositifs



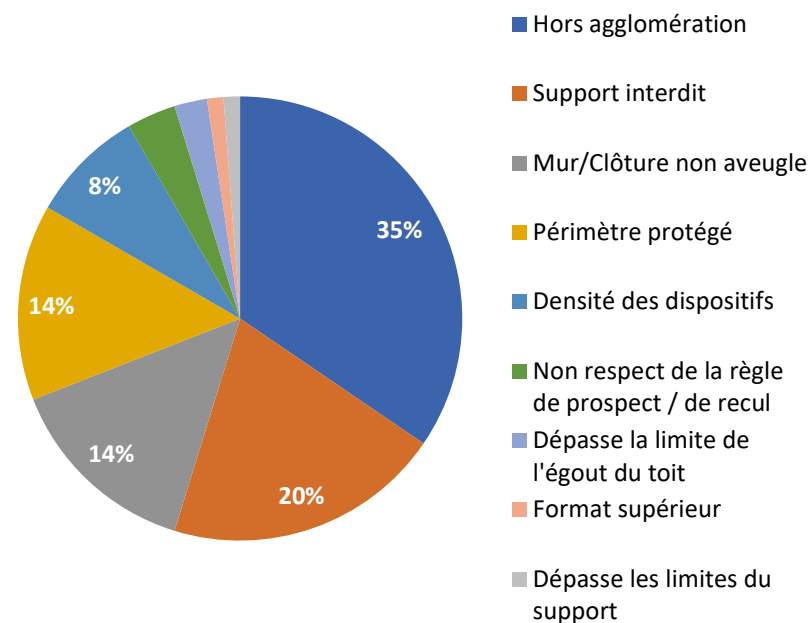
Conformité RNP des publicités et pré-enseignes Laval - 378 dispositifs

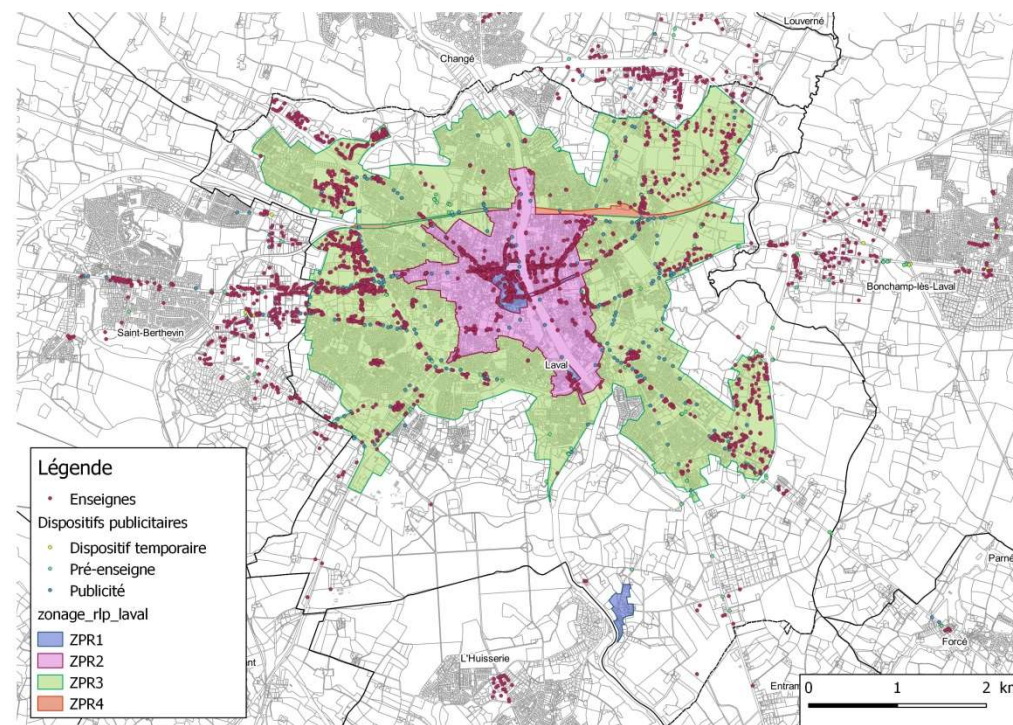
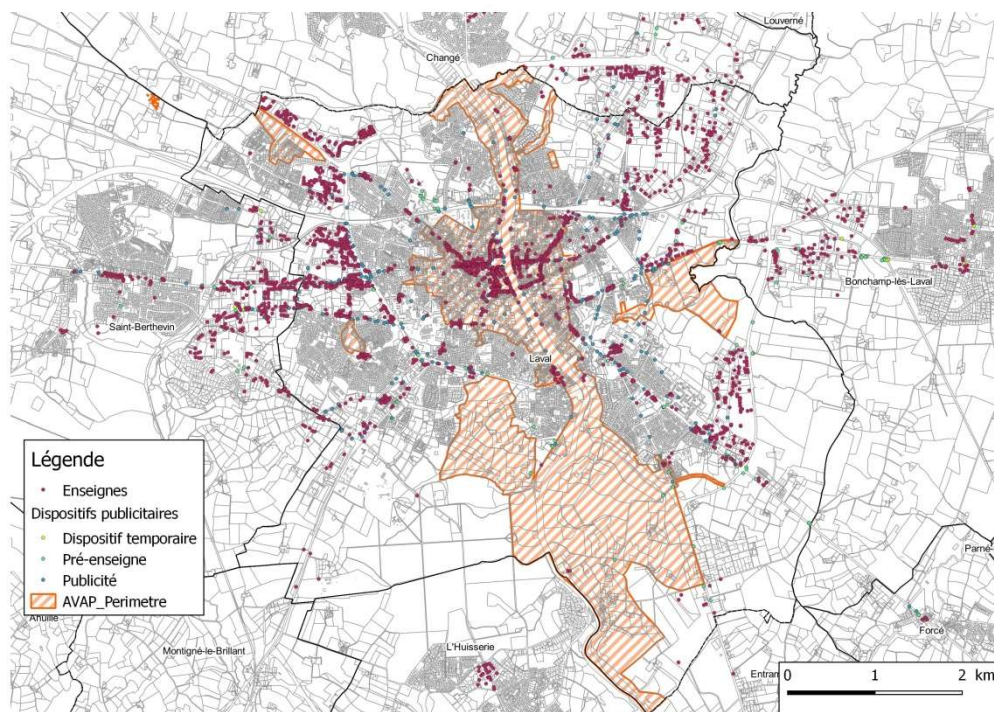


Raisons de non-conformité des enseignes Laval - 495 dispositifs non conformes



Raison de non-conformité RNP des publicités et pré-enseignes Laval - 81 dispositifs non conformes





Les principales règles de l'AVAP concernant les enseignes sont :

- Respect du 1er étage (bandeau de façade (moulure) ou du niveau du plancher)
- Respect de l'architecture du bâtiment (rythme et détails)
- Indication sur les stores et lambrequins (1 seule couleur, 1 lambrequin marqué, lambrequin <0,40m)

Le RLP réintroduit la publicité au sein de l'AVAP, avec des règles plus ou moins restrictives selon les zones. La publicité reste interdite en ZPR1.

Les principales raisons de non-conformité au RLP de Laval sont :

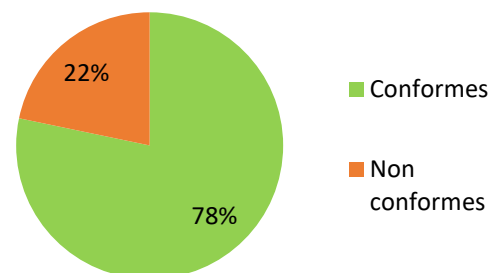
Pour les enseignes :

Le non-respect de l'architecture du bâtiment
La situation de l'enseigne sans rapport avec le lieu d'activité
L'implantation sur garde-corps, barre d'appui, ferronnerie
La densité des enseignes au sol et perpendiculaire

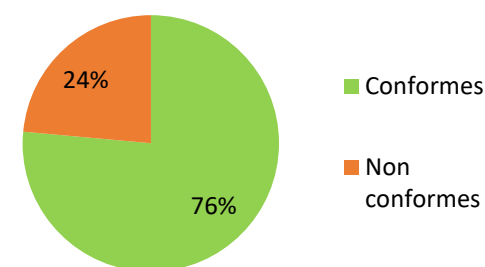
Pour les publicités :

La densité des dispositifs
L'implantation à moins de 50m des limites du support

Conformité RLP Laval des enseignes



Conformité RLP Laval des publicités et pré-enseignes



○ L'Huisserie

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	36
Non conformes	12
	48

PUBLICITES

RNP	
Conformes	3
Non conformes	3
	6

Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

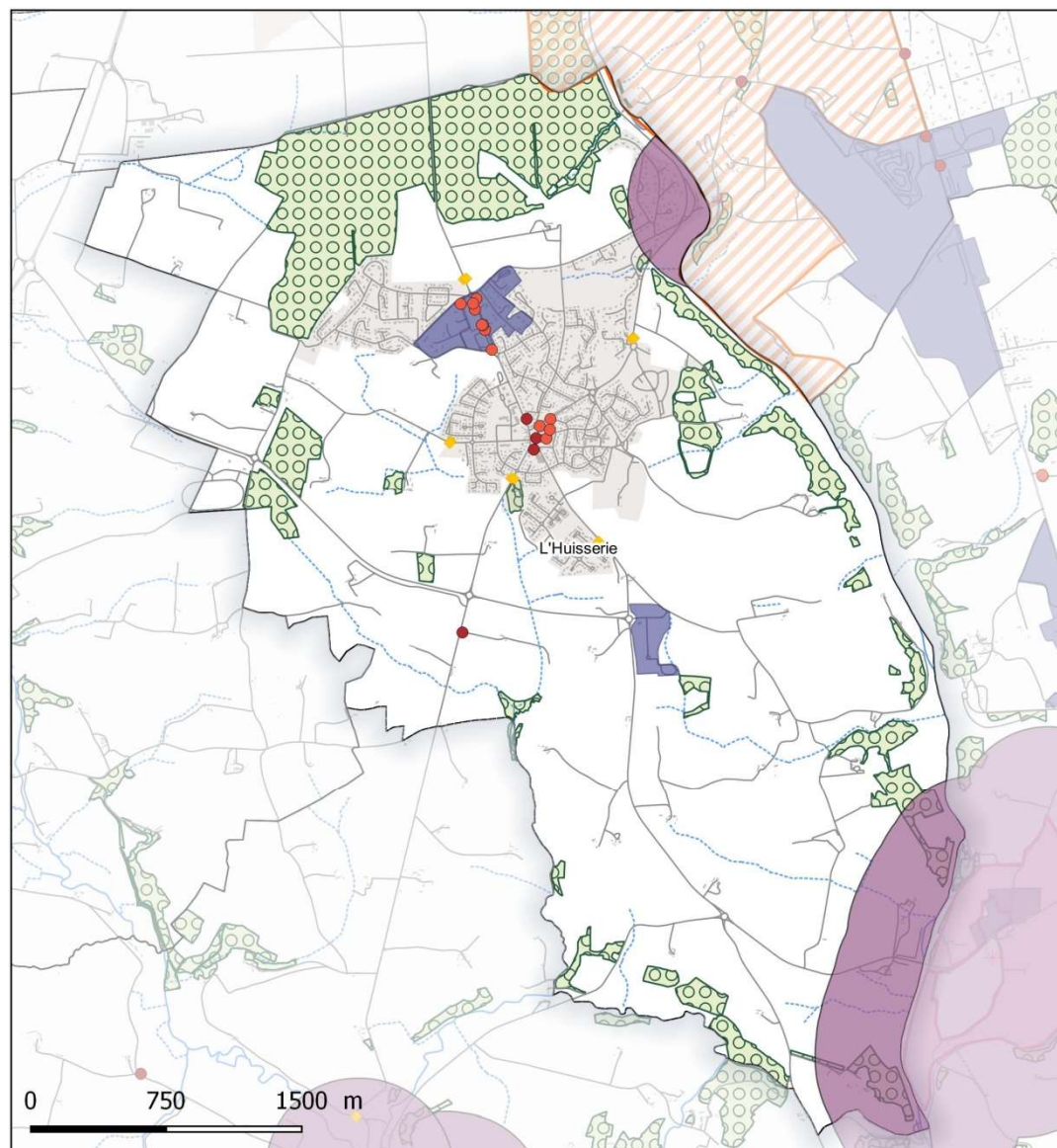
- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

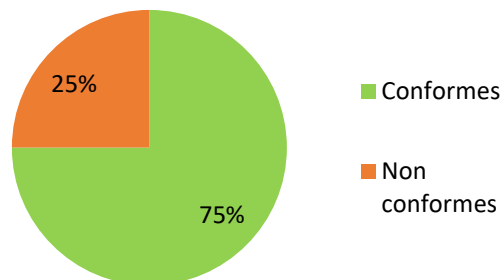
- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit



Conformité RNP des enseignes L'Huisserie - 48 dispositifs



L'Huisserie est une commune qui possède deux polarités commerciales : son centre avec ses commerces de proximité et la zone d'activité Aubépin.

Au total 48 enseignes sont présentes sur la commune. Parmi elles, 12 ne sont pas conformes à la réglementation nationale.

- 4 dépassent les limites du mur support
- A 4 reprises la densité des enseignes au sol est trop importante.
- 2 sont d'un format trop important par rapport à la façade.
- 1 a un format supérieur à celui autorisé par la réglementation nationale.
- 1 est en toiture en lettres non découpées.

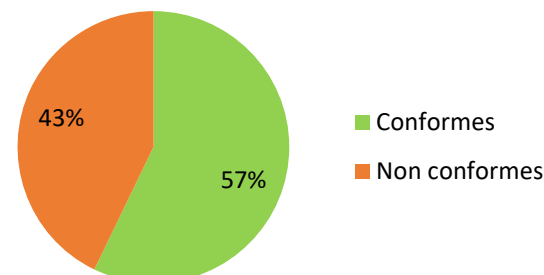


3 publicité/pré-enseignes au total sont non conformes à la réglementation nationale :

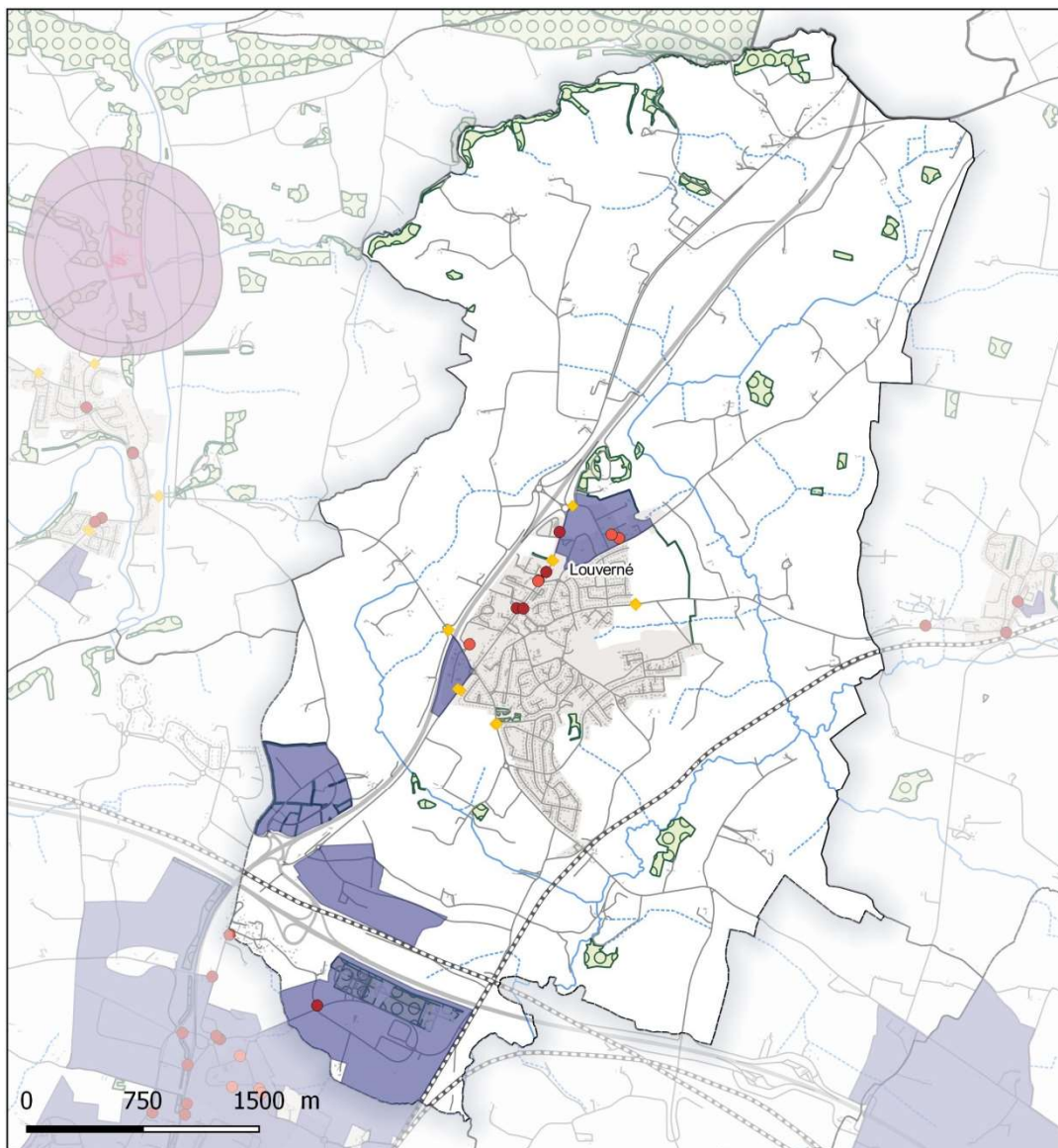
- 2 publicités/ pré-enseignes sont implantées au sol
- 1 format supérieur



Conformité RNP des publicités et pré-enseignes L'Huisserie - 7 dispositifs



○ Louverné



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

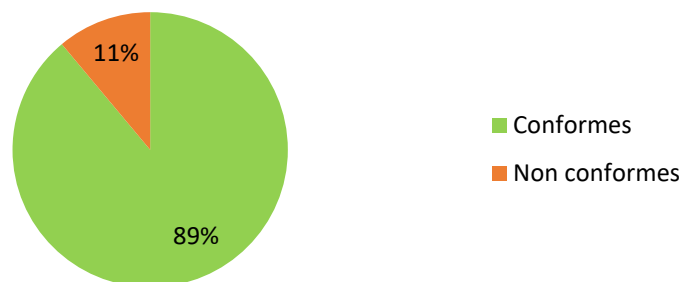
RNP	
Conformes	40
Non conformes	5
	45

PUBLICITES

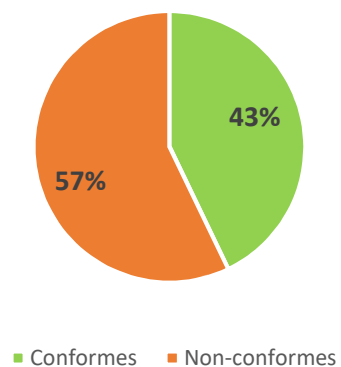
RNP	
Conformes	3
Non conformes	4
	7

Sur les 45 enseignes de Louverné, 5 ne sont pas conformes à la réglementation nationale. La résidence Domitys présente deux drapeaux l'un à côté de l'autre, ce qui constitue une densité des enseignes au sol trop importante. Trois implantations en façade sont mauvaises : deux enseignes dépassent l'égout du toit, une les limites du support.

**Conformité RNP des enseignes
Louverné - 45 dispositifs**



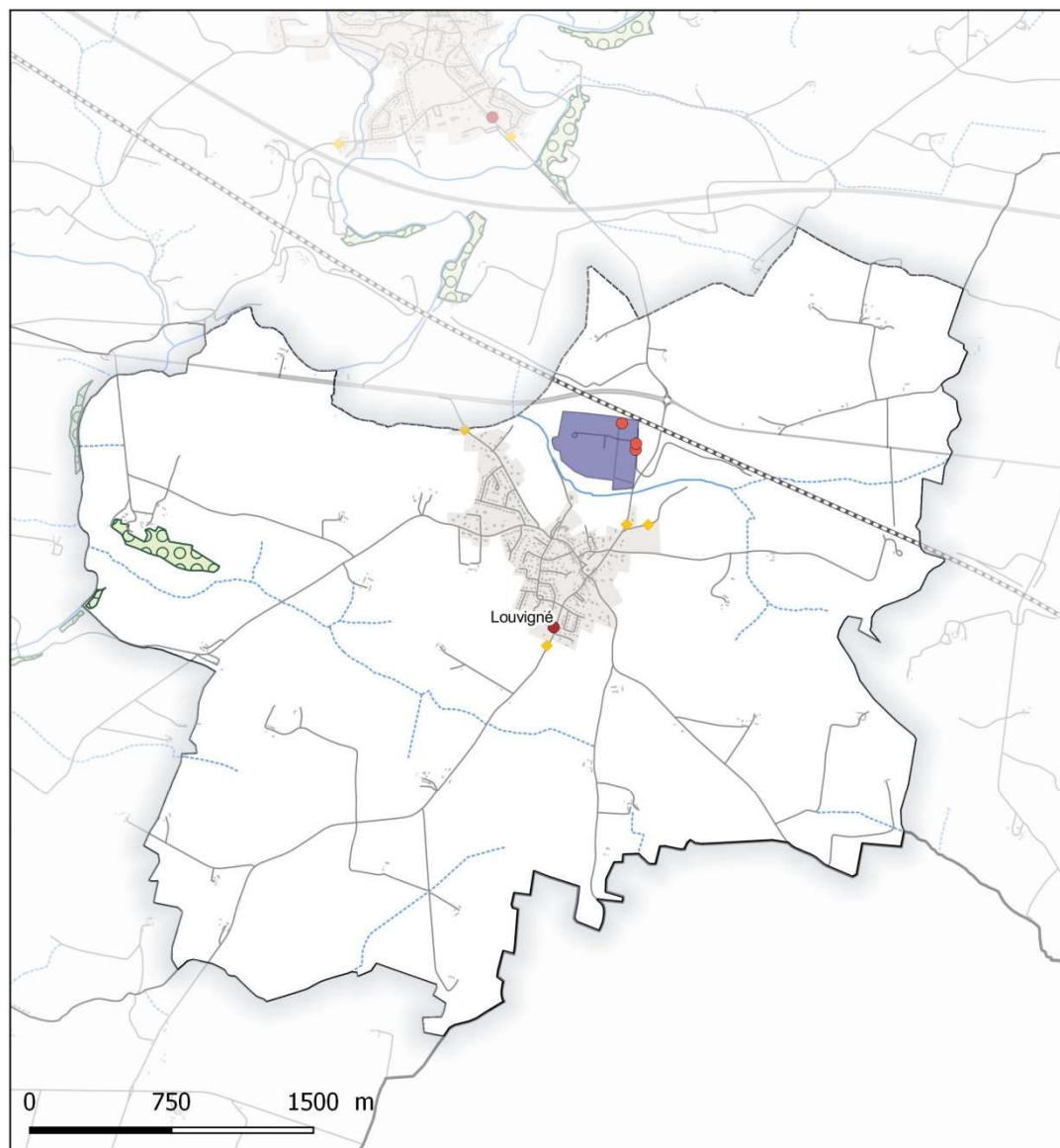
**Conformité RNP des publicités et pré-enseignes
Louverné - 7 dispositifs**



Louverné possède 2 dispositifs au sol et 2 sur mur non aveugle, soit 4 publicités/pré-enseignes sur 7 qui sont non conformes à la réglementation nationale.



○ Louvigné



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	7
Non conformes	3
	10

PUBLICITES

RNP	
Conformes	2
Non conformes	0
	2



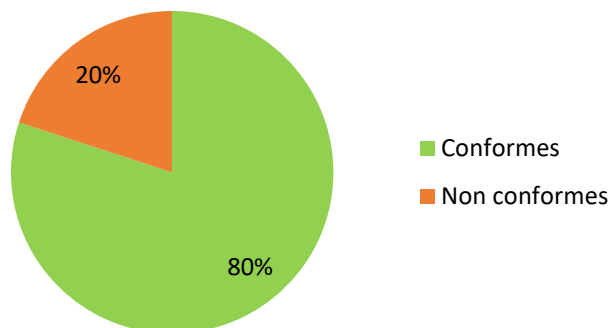
Format supérieur



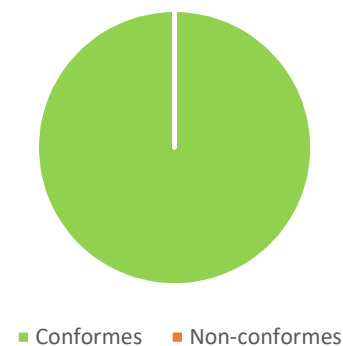
Dépasse l'égout du toit

La commune de Louvigné compte 10 enseignes dont 2 ne sont pas conformes à la réglementation nationale : L'une est d'un format supérieur à celui autorisé par la RNP pour les communes de moins de 10 000 habitants, l'autre dépasse l'égout du toit de la façade sur laquelle elle est implantée.

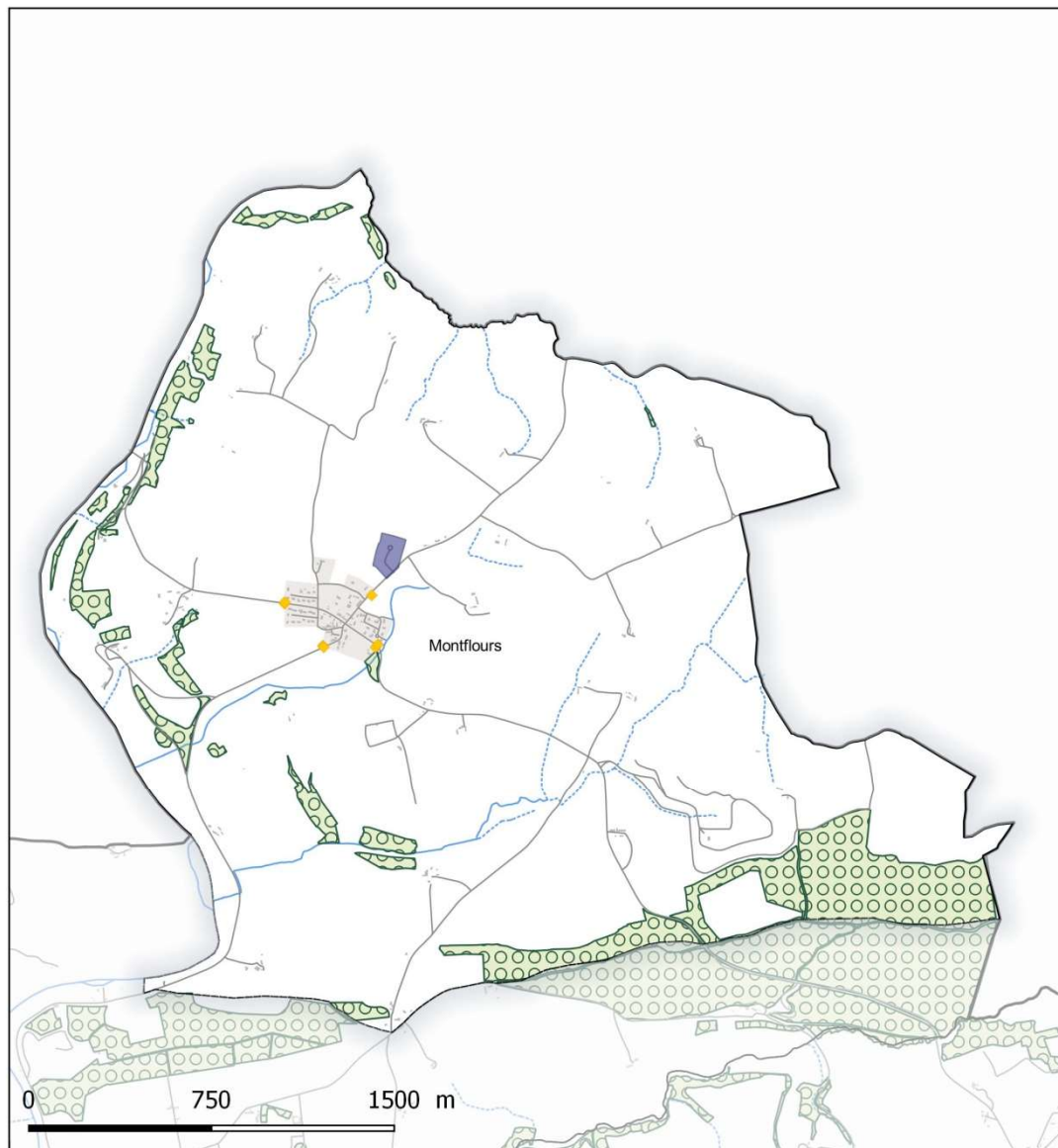
Conformité RNP des enseignes
Louvigné - 10 dispositifs



Conformité RNP des publicités et
pré-enseignes
Louvigné - 2 dispositifs



○ Montflours



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité

Limites communales

- ◆ Panneaux d'entrée de ville

Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

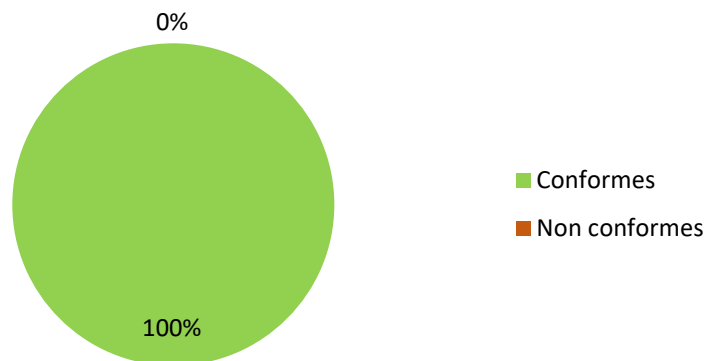
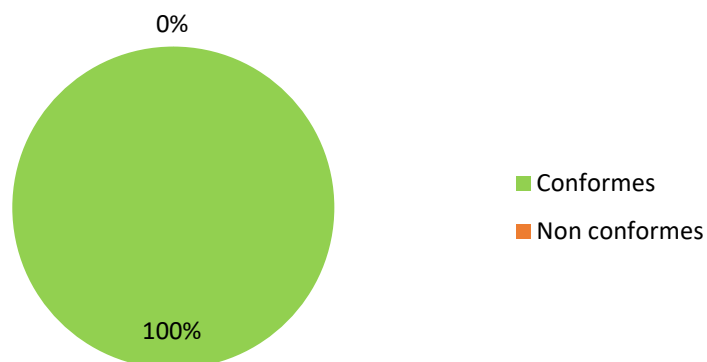
Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP

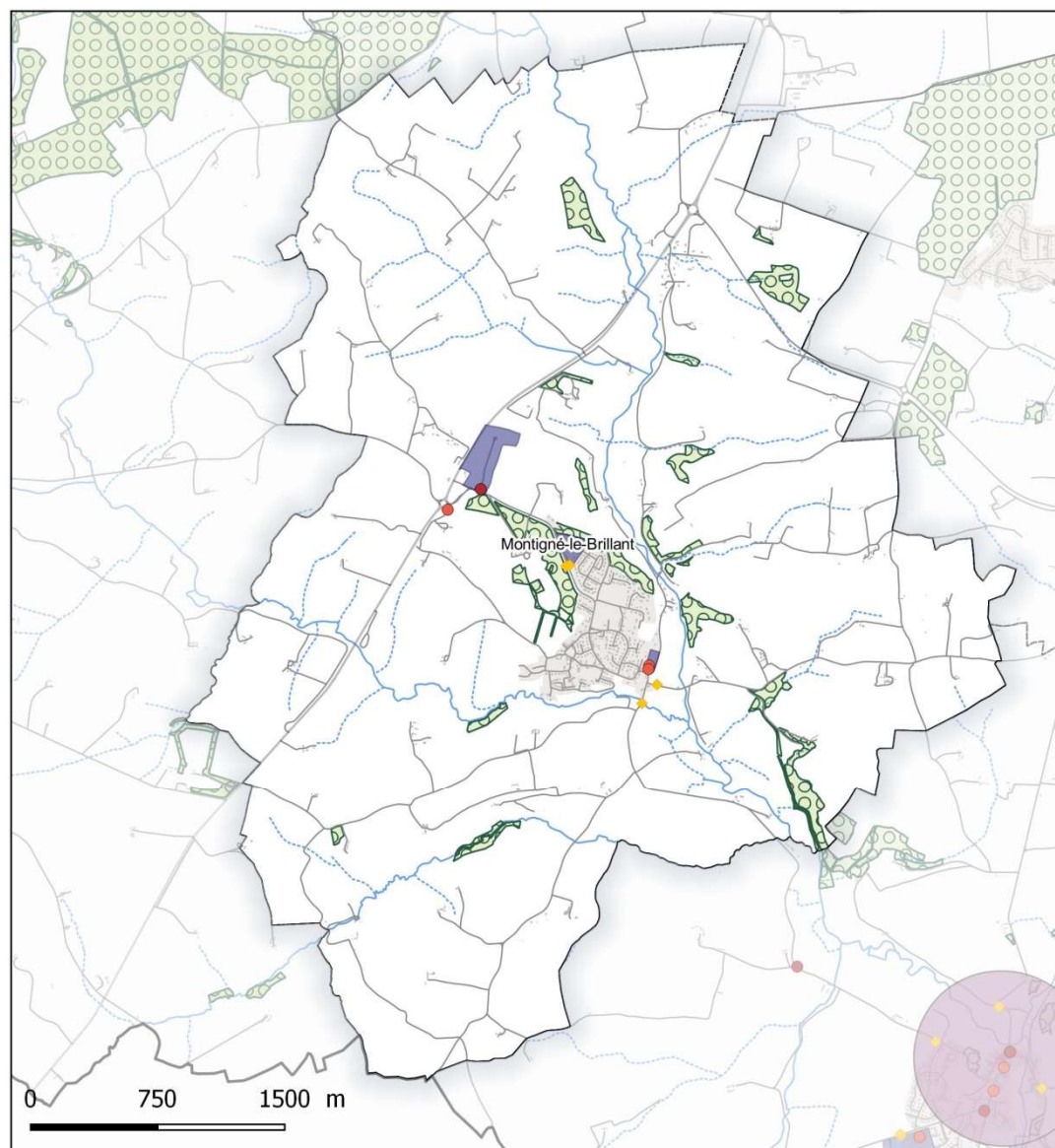
Conformes	2
Non conformes	0
	2

**Conformité RNP des enseignes
Montflours - 2 dispositifs****Conformité RNP des publicités et pré-enseignes
Montflours - 1 dispositif**

Montflours présente très peu de dispositifs de communication extérieure : 2 enseignes, toutes deux conformes et 1 publicité conforme également.



○ Montigné-le-Brillant



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	10
Non conformes	3
	13

PUBLICITES

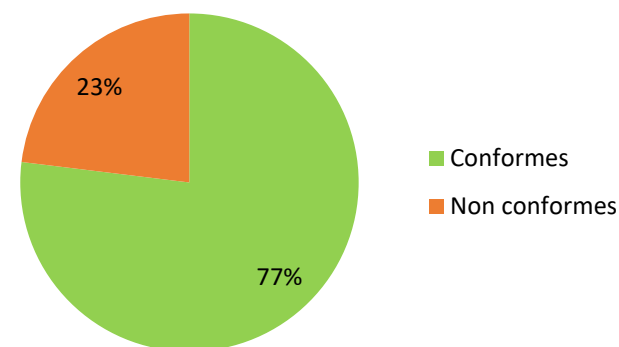
RNP	
Conformes	3
Non conformes	2
	5

3 enseignes sont non conformes à la réglementation nationale sur les 13 de la commune, pour les raisons suivantes :

- Dépasse l'égout du toit (*photo 1 et 2*).
- Densité des enseignes au sol (*photo 2*).
- Format supérieur (*photo 3*).



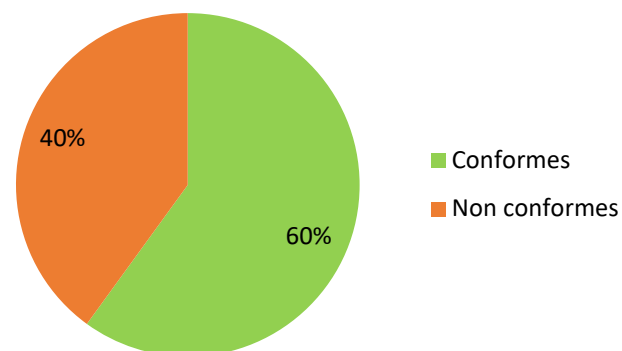
**Conformité RNP des enseignes
Montigné-le-Brillant - 13 dispositifs**



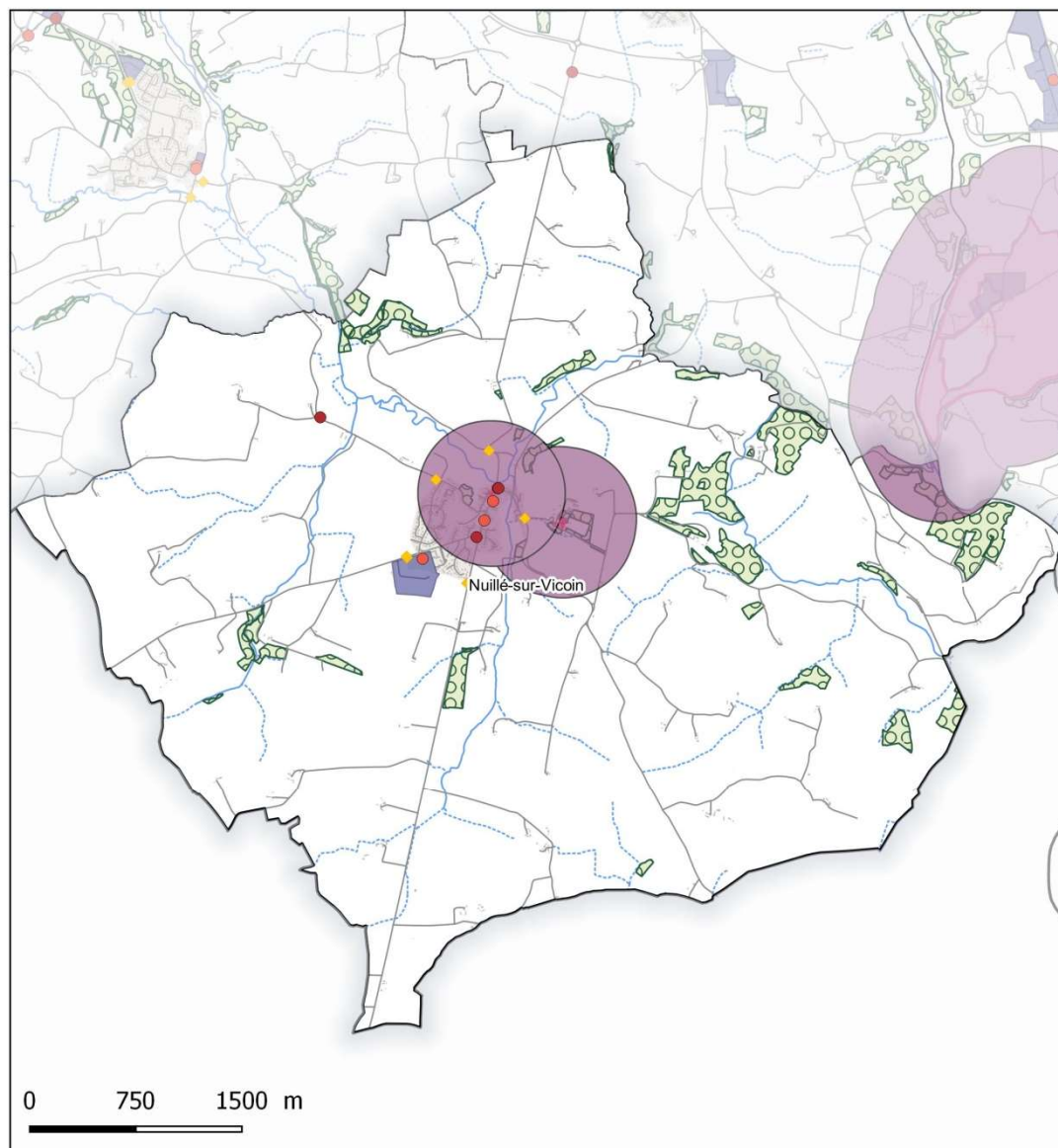
On compte 5 publicités/pré-enseignes sur le territoire communal de Montigné, dont 2 qui ne sont pas conformes à la réglementation nationale car implantées au sol alors que la commune est en dessous du seuil des 10 000 habitants.



**Conformité RNP des enseignes
Montigné-le-Brillant - 5 dispositifs**



○ Nuillé-sur-Vicoin



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP

Conformes	11
Non conformes	3
	14

PUBLICITES

RNP

Conformes	2
Non conformes	3
	5

Sur les 14 enseignes de Nuillé, trois enseignes ne sont pas conformes à la réglementation nationale : elles ne sont pas implantées correctement sur la façade.

**Conformité RNP des enseignes
Nuillé-sur-Vicoin - 14 dispositifs**



5 publicités/pré-enseignes sont présentes sur la commune. Elles sont toutes non-conformes à la réglementation nationale :

- 1 est en périmètre protégé (Eglise de la Sainte-Trinité et Château de Lancheneil et ses anciens colombiers).
- 2 dispositifs sont implantés au sol
- 1 dispositif est au sol et hors agglomération
- 1 dispositif est implanté sur une haie (support interdit)

De plus le RLP de Nuillé interdit toute publicité et pré-enseigne au sein de son périmètre.

**Conformité RNP des publicités et pré-enseignes
Nuillé-sur-Vicoin - 5 dispositifs**



■ Conformes ■ Non-conformes



Dépasse les limites du support ou l'égout du toit



Sur support interdit



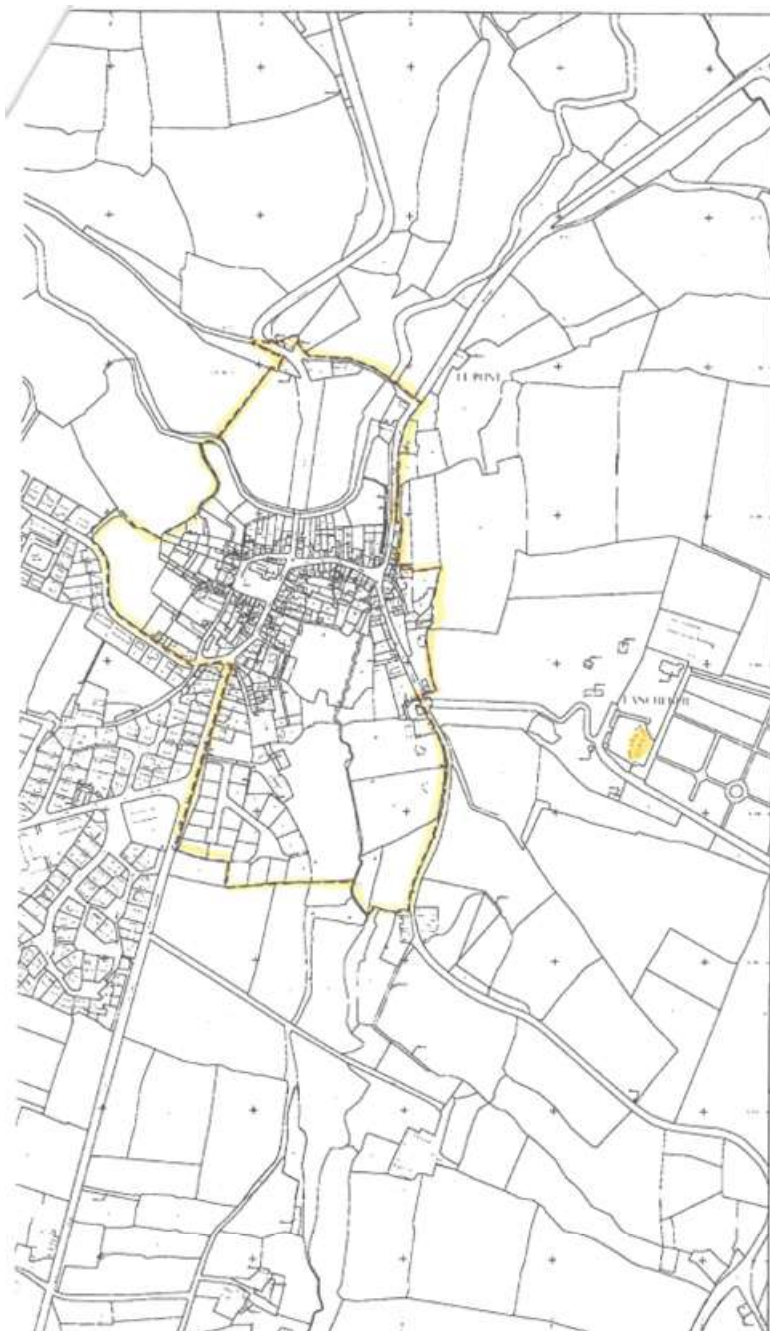
Au sol < 10 000 habitants



En périmètre protégé

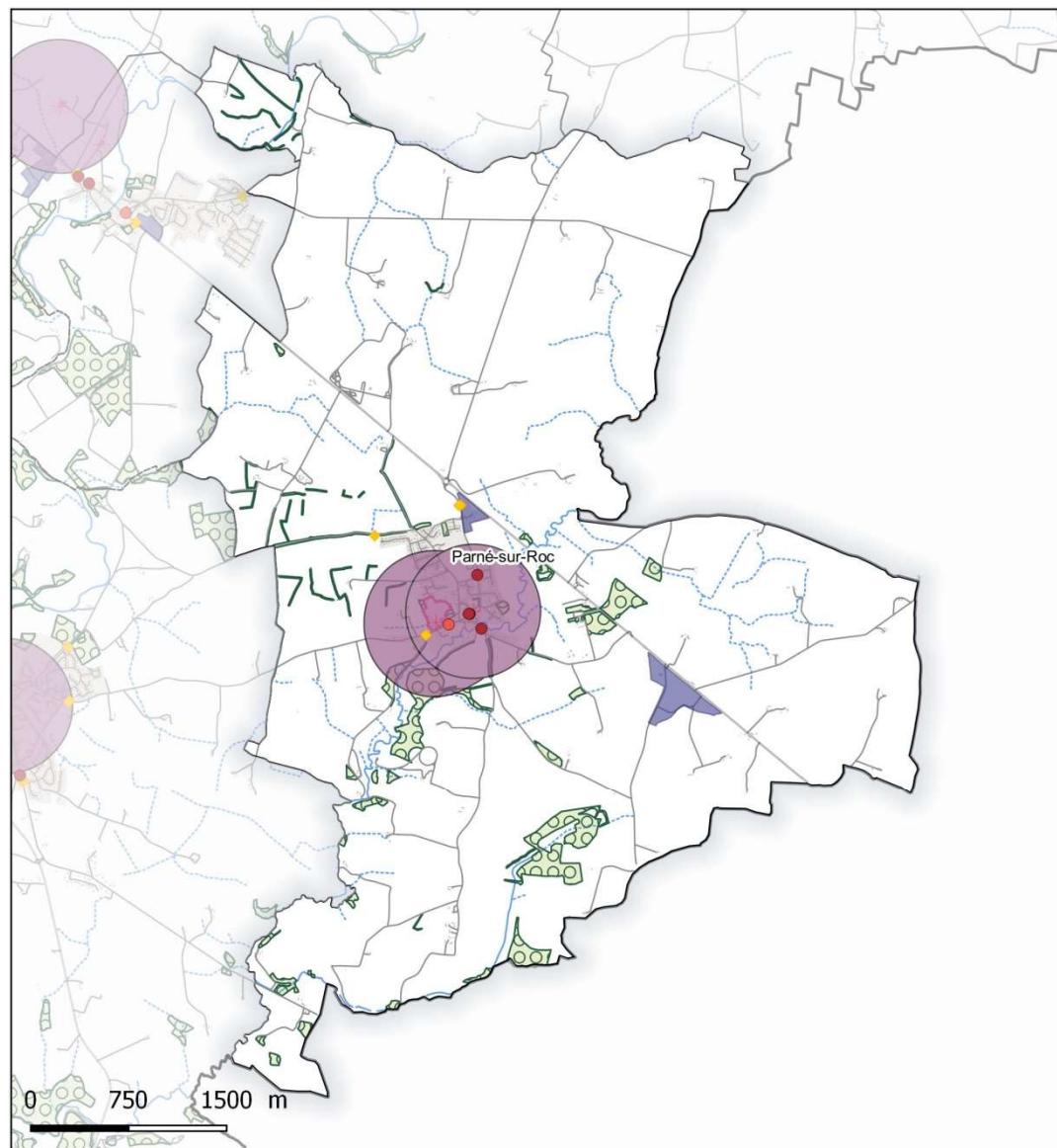


Au sol et hors agglomération



Au sein du périmètre de la ZPR du RLP de Nuillé se trouvent 2 dispositifs temporaires et une publicité murale, alors que le document interdit toute forme de publicité dans cette zone.

○ Parné-sur-Roc



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité

Limites communales

- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	6
Non conformes	1
	7

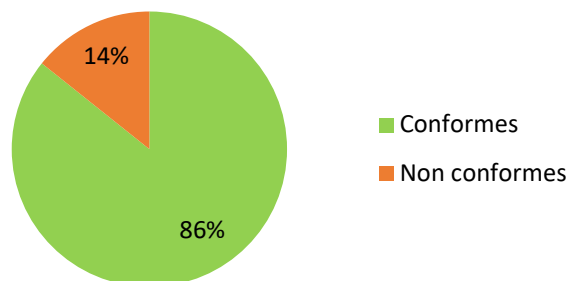
PUBLICITES

RNP	
Conformes	0
Non conformes	5
	5

7 enseignes ont été recensées sur la commune de Parné sur Roc. Seule une enseigne a été analysée comme non conforme à la réglementation nationale, du fait de son installation au-delà de la limite de l'égout du toit.

La ZPPAUP de Parné donne des indications esthétiques pour les devantures et enseignes en son sein. Toutes les enseignes ont été analysées comme étant en accord avec les recommandations de la ZPPAUP.

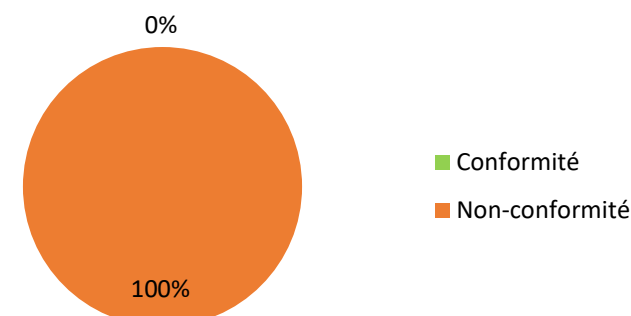
Conformité RNP des enseignes
Parné-sur-Roc - 7 dispositifs



Aucune des publicités présentes sur la commune n'est conforme à la réglementation nationale :

- Elles sont toutes comprises au sein de la ZPPAUP
- 2 sont installées sur une clôture non aveugle
- 1 est implantée au sol

Conformité RNP des publicités et pré-enseignes
Parné-sur-Roc - 3 dispositifs



ZPPAUP de Parné

Devantures commerciale :

- Devanture en bois peint
- Respect de l'immeuble et des percements et étages
- Pas de caisson ouvrant toute la largeur de façade
- Seuls les stores droits sont autorisés, leur longueur ne doit pas excéder la devanture
- Lorsqu'une devanture occupe plusieurs baies, le store doit être interrompu au droit du trumeau

Enseignes à plat sur façade :

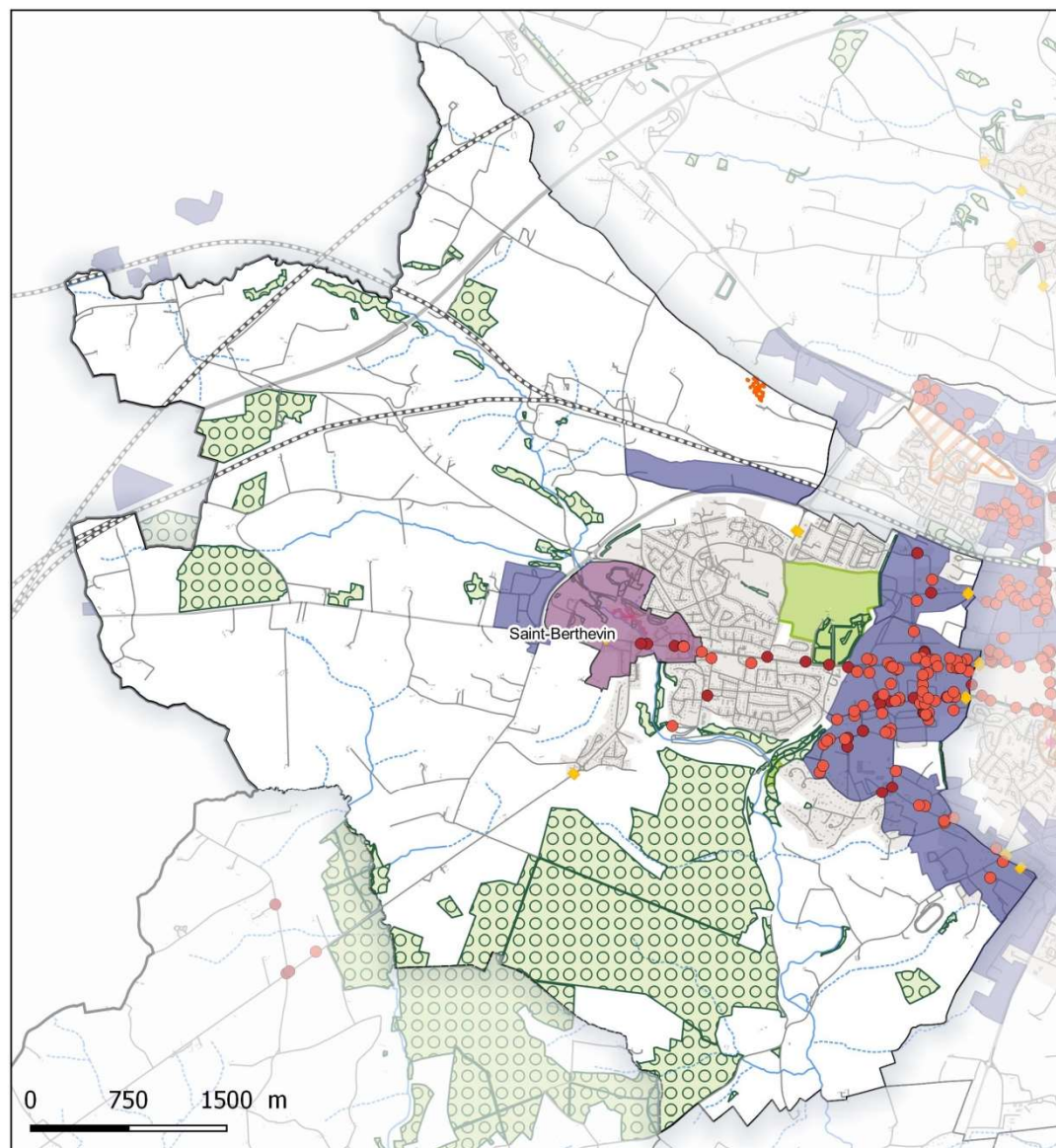
- Lettres ou motifs peints collés sur caisson, lettres boîtiers isolées éclairée par l'intérieur (épaisseur 5cm max)

Enseignes perpendiculaires :

- Limitée à 1 par commerce
- Surface maximum = 0,80x1m



○ Saint-Berthevin



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	244
Non conformes	85
	329

PUBLICITES

RNP	
Conformes	18
Non conformes	31
	49

Conformité RNP des enseignes St-Berthevin - 329 dispositifs

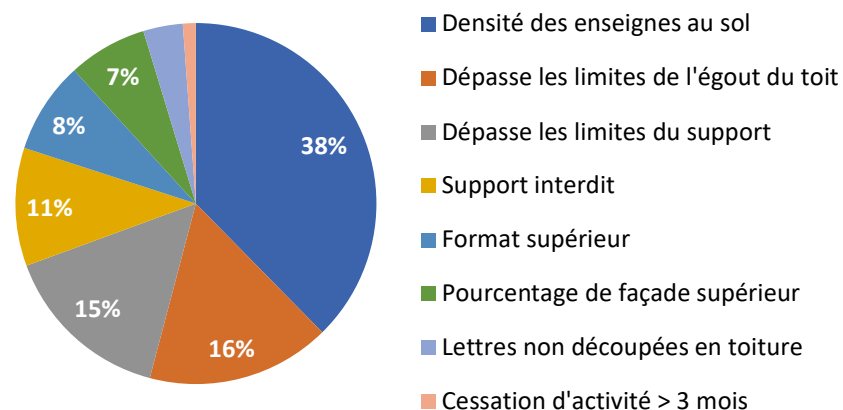


Saint-Berthevin compte de nombreuses enseignes sur son territoire, la plupart densément rassemblées dans la zone d'activité en limite de Laval. Au total 329 enseignes ont été inventoriées sur St-Berthevin. Sur cet ensemble, 85 dispositifs ne sont pas conformes à la réglementation nationale.

Les principales raisons de non-conformité des enseignes de Saint-Berthevin sont :

- La densité des enseignes au sol : 32 cas
- Dépasse les limites de l'égout du toit : 14 cas
- Dépasse les limites du support : 13 cas

Raisons de non-conformité des enseignes St-berthevin - 85 dispositifs non conformes



Densité des enseignes au sol

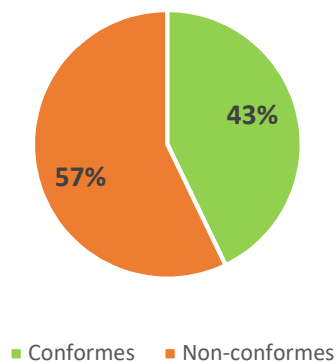


Dépasse l'égout du toit

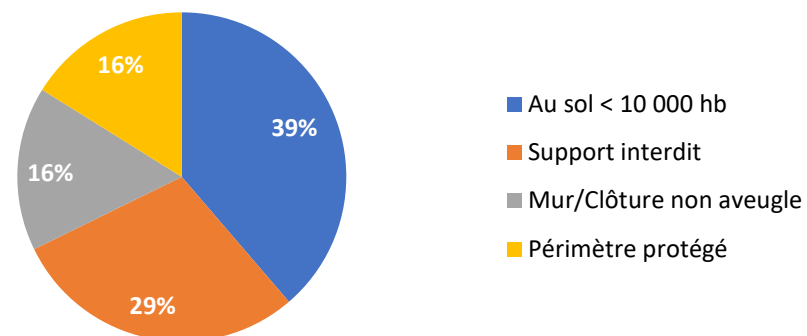


Dépasse la limite du mur support

Conformité RNP des publicités et pré-enseignes St-Berthevin - 49 dispositifs



Raison de non-conformité des publicités et pré-enseignes St-Berthevin - 31 dispositifs non conformes



- Au sol < 10 000 hb
- Support interdit
- Mur/Clôture non aveugle
- Périmètre protégé

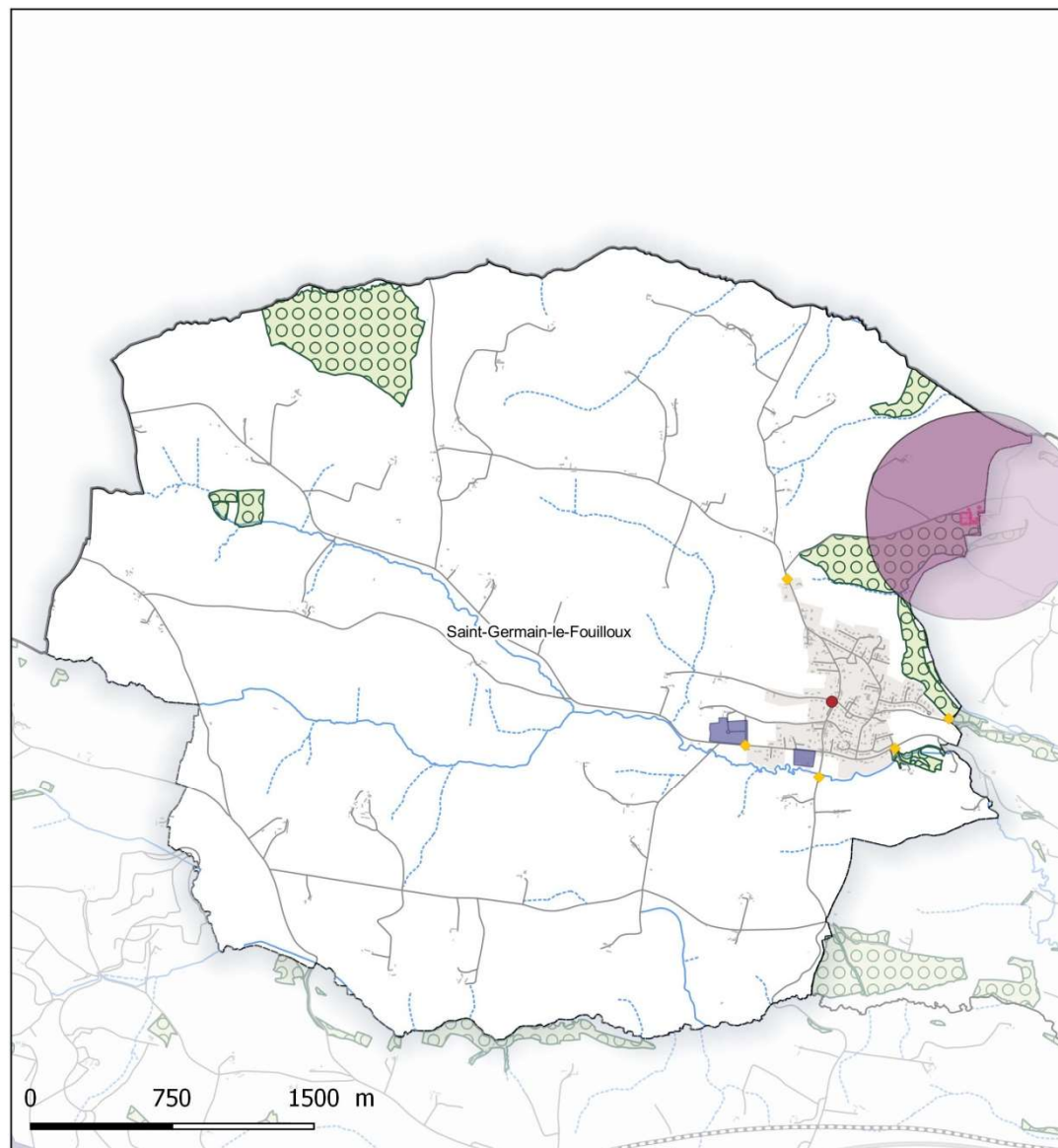
28 publicités et pré-enseignes sur les 49 présentes sur la commune de Saint-Berthevin ne sont pas conformes à la réglementation nationale.

Chacune des non-conformités a pour source l'une des quatre raisons suivantes :

- Implantation au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants – 9 cas. (photo1)
- Implantation sur support interdits – 9 cas. (photo 4)
- Implantation sur mur ou clôture non aveugle – 5 cas. (photo 2)
- Implantation en périmètre protégé – 5 cas. (photo 3)



○ Saint-Germain-le-Fouilloux



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	10
Non conformes	0
	10

PUBLICITES

RNP	
Conformes	1
Non conformes	1
	2

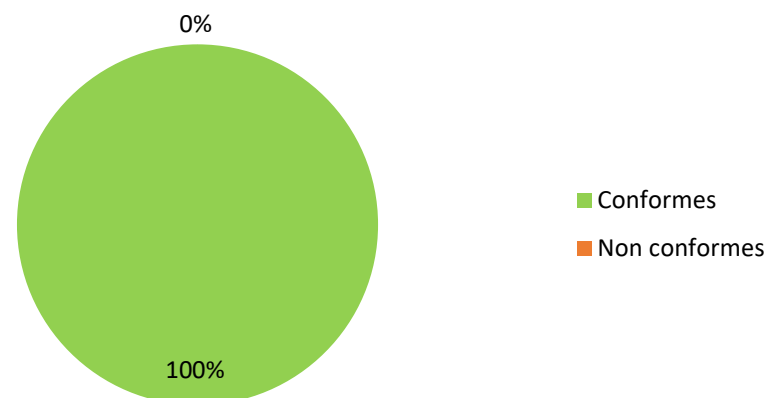
Toutes les enseignes présentes sur la commune sont conformes à la réglementation nationale.

Sur les deux publicités/pré-enseignes recensées, une est implantée sur un arbre (support interdit).

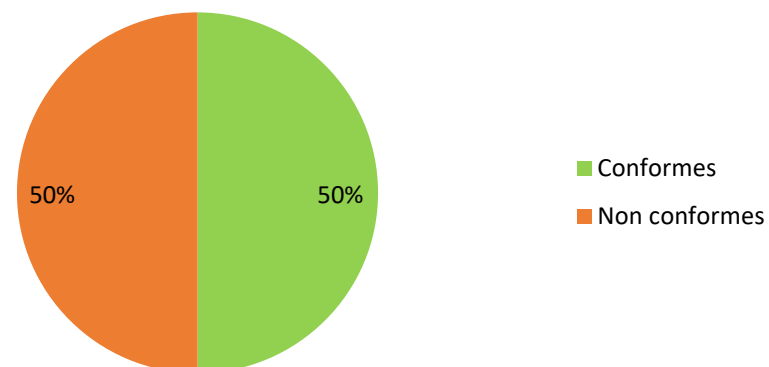


100% de conformité pour les enseignes de Saint-Germain-le-Fouilloux.

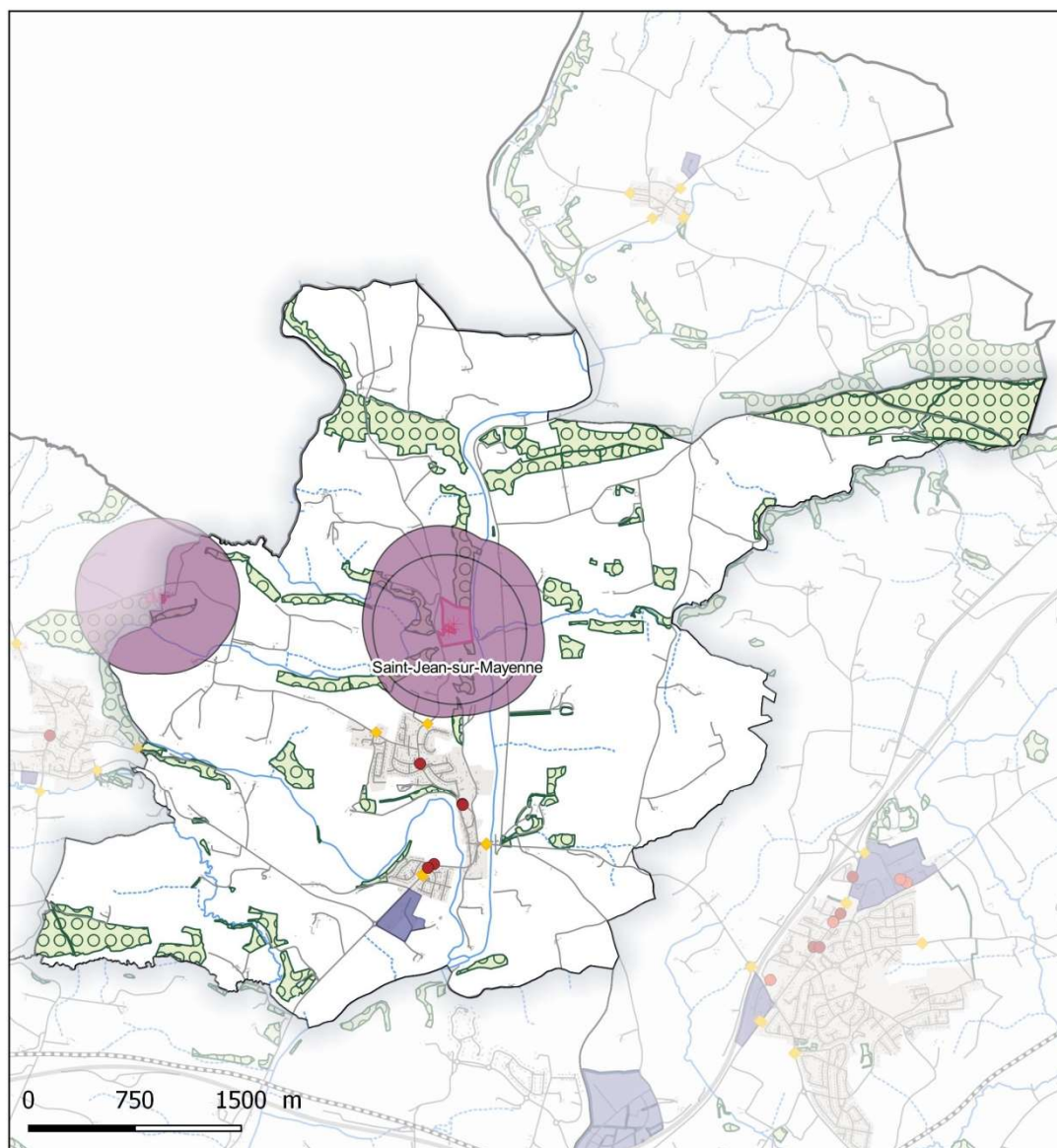
Conformité RNP des enseignes St-Germain-le-Fouilloux - 10 dispositifs



Conformité RNP des publicités et pré-enseignes St-Germain-le-Fouilloux - 2 dispositifs



○ Saint-Jean-sur-Mayenne



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneaux d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

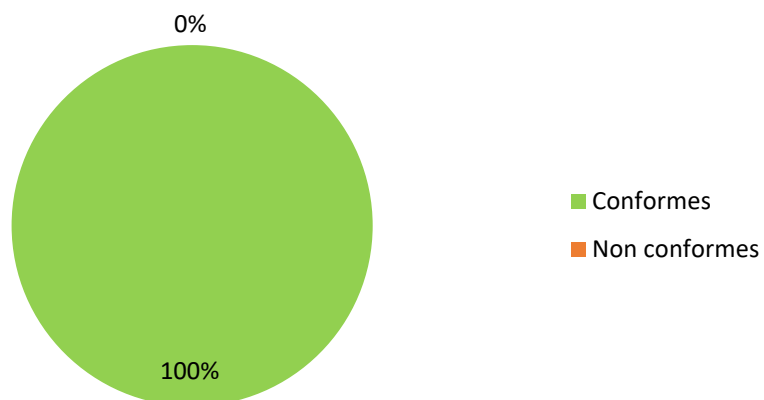
ENSEIGNES

RNP	
Conformes	5
Non conformes	0
	5

PUBLICITES

RNP	
Conformes	5
Non conformes	4
	9

Conformité RNP des enseignes St-Jean-sur-Mayenne - 5 dispositifs



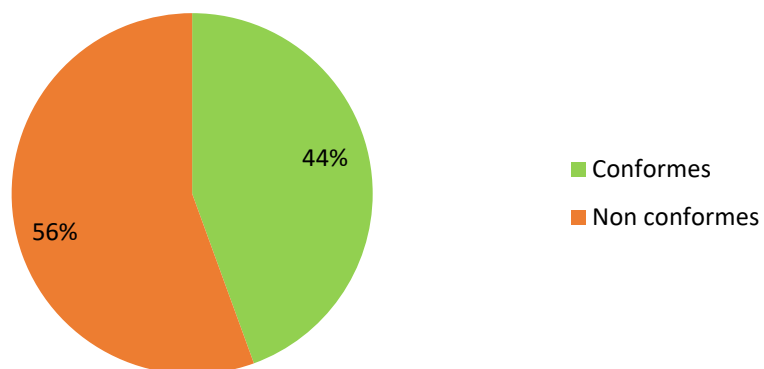
Toutes les enseignes présentes sur la commune sont conformes à la réglementation nationale.

5 publicités/pré-enseignes sur les 9 installées sur le territoire de la commune ne sont pas conformes à la réglementation nationale : 4 sont implantées au sol (*photos 1, 3 et 4*) et 1 sur support interdit (*photo 2*).

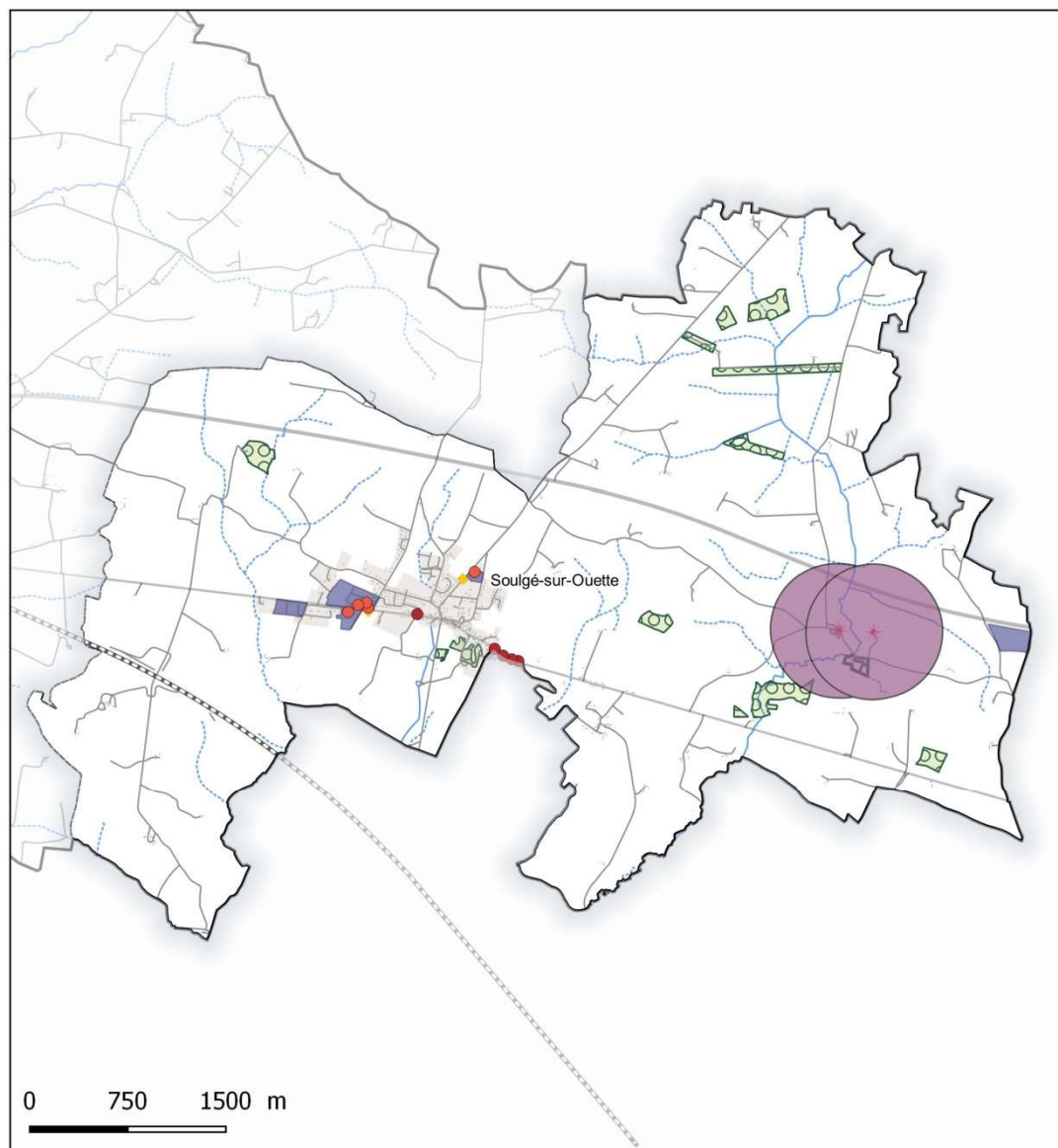


100% de conformité pour les enseignes de Saint-Jean-sur-Mayenne.

Conformité RNP des publicités et pré-enseignes Saint-Jean-sur-Mayenne - 9 dispositifs



○ Soulgé-sur-Ouette



Légende

Enseignes

- Non conformes RNP

Publicités

- Non conformes RNP
- * Monuments historiques
- Périmètre de protection MH
- Zones d'activité
- Limites communales
- ◆ Panneau d'entrée de ville
- Limites d'agglomération provisoires

PRESCRIPTIONS SURFACIQUES_EBC

- 01 - Espace boisé classé

Sites

- Site classé
- Site inscrit

ENSEIGNES

RNP	
Conformes	13
Non conformes	5
	18

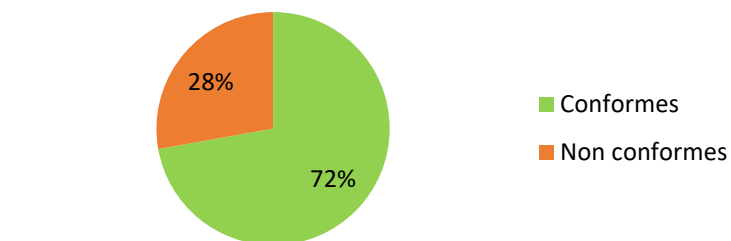
PUBLICITES

RNP	
Conformes	4
Non conformes	5
	9

Sur les 18 enseignes de Soulgé, 5 ne sont pas conformes à la réglementation nationale :

- 2 dépassent les limites de l'égout du toit (*photo 1*).
- La densité des enseignes au sol est trop importante pour 2 cas (*photo 2*).
- 1 manque d'entretien (*photo 3*).

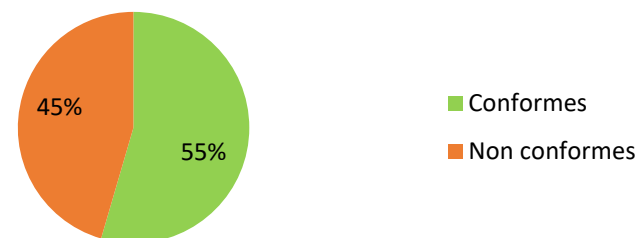
Conformité RNP des enseignes
Soulgé-sur-Ouette - 18 dispositifs



4 sur 9 publicités/pré-enseignes sont conformes à la réglementation nationale.

- 2 sont implantées au sol et hors agglomération (*photo 1*).
- 1 dépasse les limites de l'égout du toit (*photo 3*).
- 1 dépasse les limites du mur support et de l'égout du toit (*photo 2*).
- 1 sur support interdit et hors agglomération (*photo 4*).

Conformité RNP des publicités et pré-enseignes
Soulgé-sur-Ouette - 9 dispositifs



RLPi

Règlement Local de Publicité intercommunal

1A-DIAGNOSTIC



Rapport
de présentation

SOMMAIRE

Chapitre 1 : Préambule.....	4
I. Cadre et définitions	4
Chapitre 2 : Contexte territorial	8
I. Démographie.....	8
II. Paysage et patrimoine.....	9
III. Economie.....	10
IV. Réseau viaire	11
Chapitre 3 : Le cadre règlementaire de Laval Agglomération.....	14
I. Les périmètres environnementaux et urbains.	14
Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire.....	19
I. Méthodologie pour le recensement	19
II. Synthèse cartographique et statistique	20
III. secteurs à enjeux.....	36





Chapitre 1 : Préambule

I. Cadre et définitions

1. Contexte législatif et réglementaire

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

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

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 ^{er} juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	1 ^{er} juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

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

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.



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



2015

- Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012



2018

- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

Entrée en vigueur du RLP dès sa publication.

Mise en conformité des dispositifs existants avec le RLPi dans un délai de :

6 ans pour les enseignes pré-existantes

2 ans pour les publicités et pré-enseignes pré-existantes

2. Le zonage du RLP

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

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

Il existe à l'heure actuelle 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, valant engagement national pour l'environnement, ils deviendront caducs à l'horizon 2020.

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 réglementant la publicité

extérieure, l'élaboration d'un RLPi a été décidé par délibération du conseil communautaire le 13 novembre 2017.

4. Contenu du RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

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

5. Les principales définitions

Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



Enseignes sur l'agglomération

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

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



Pré-enseignes sur l'agglomération

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

Préenseigne dérogatoire :

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Les pré-enseignes dérogatoires sont les seules pré-enseignes autorisées en dehors des périmètres agglomérés. Elles doivent respecter un format défini par l'arrêté du 23 mars 2015, fixant certaines prescription d'harmonisation des pré-enseignes dérogatoires.

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



Publicités sur l'agglomération

Dispositifs temporaires (enseignes ou pré-enseignes)

- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Chapitre 2 : Contexte territorial

Le RLP a été élaboré sur le périmètre de Laval Agglomération, tel qu'il était lors de la prescription de son élaboration le 13 novembre 2017, c'est-à-dire sur 20 communes.

I. Démographie

L'agglomération est composée de 20 communes. Seule Laval compte plus de 10 000 habitants (52 698 habitants en 2015 – chiffres INSEE). Autour de la commune centre se forme une unité urbaine comprenant 4 communes : Changé, L'Huisserie, Laval et Saint-Berthevin. Cette unité urbaine rassemblait en 2014 67 197 habitants, soit moins de 100 000 habitants.

Le territoire est donc à considérer de façon hétérogène par rapport à la réglementation de la publicité extérieure. D'une part il y a la ville centre qui compte plus de 10 000 habitants et qui, par ce fait, est soumise à une réglementation moins stricte que les autres communes du territoire, qui ont toutes une population inférieure à 10 000 habitants, et qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Définition INSEE : La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti

continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.



II. Paysage et patrimoine



Le territoire de l'agglomération présente une diversité paysagère intéressante, liée au relief vallonné du territoire, qui induit différentes formes d'agriculture :



Paysages ouverts de culture céréalière sur les plaines, paysage de bocage dans les vallées dédiées à l'élevage.



Pâturage dans les vallées et culture de lin en plaine – source : EIE PLUi Laval Agglomération

Au-delà du paysage agricole de cultures, de haies, de boisements, le végétal se retrouve également en ville, dans les jardins et les aménagements paysagers, formant un écrin pour un cadre de vie de qualité.

Le relief marqué du territoire, induit également des formes urbaines variées : bourg en promontoire, de versant, de vallée, de plaine, ...

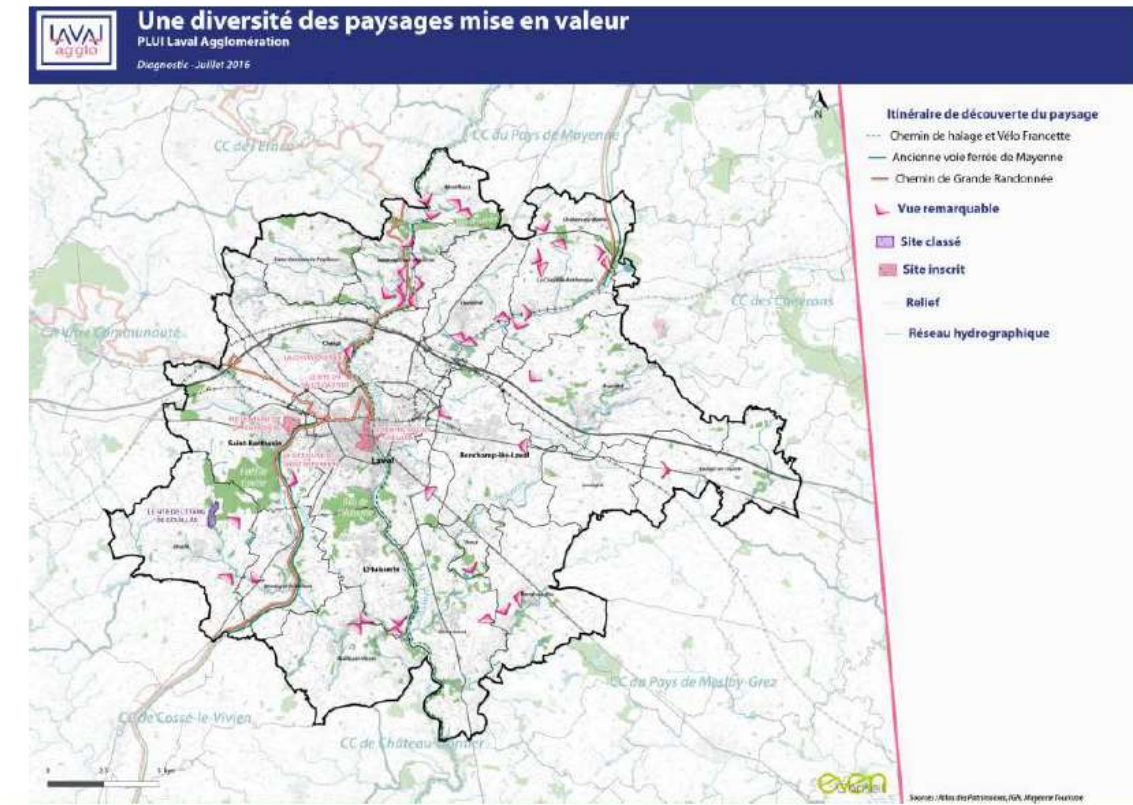
Ainsi une richesse paysagère se crée sur le territoire, offrant des ambiances diverses et de nombreux points de vue. Cette qualité de cadre de vie doit être préservée d'une pollution visuelle liée aux dispositifs publicitaires.

Le paysage de l'agglomération est complété par un patrimoine extraordinaire. Le territoire compte en effet de nombreux monuments historiques (53), il est protégé par divers périmètres et labels : périmètres délimités des abords, Laval « ville d'Art et d'Histoire », Parné-sur-Roc « petite cité de caractère », AVAP de Laval et ZPPAUP de Parné sur Roc, site classé de l'étang de Gouillas et 5 sites inscrits (ensemble urbain de Laval, site du Sault-Gaultier à Changé, Châtaigneraie du parc du château de Changé, domaine de la Fénardière à Saint-Berthevin, le petit Saint-Berthevin).

Certains de ces périmètres induisent une interdiction absolue de publicité (site classé), d'autres une interdiction relative (périmètres délimités des abords, AVAP, ZPPAUP, sites inscrits). Aussi des documents tels que l'AVAP et la ZPPAUP donnent des indications quant aux implantations d'enseignes au sein de leur périmètre.

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

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



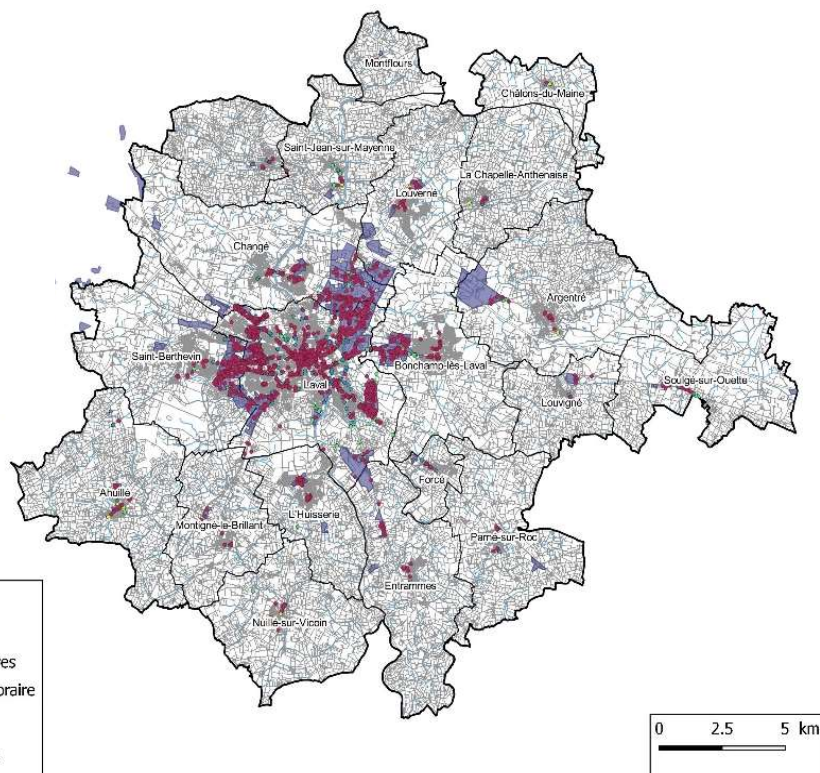
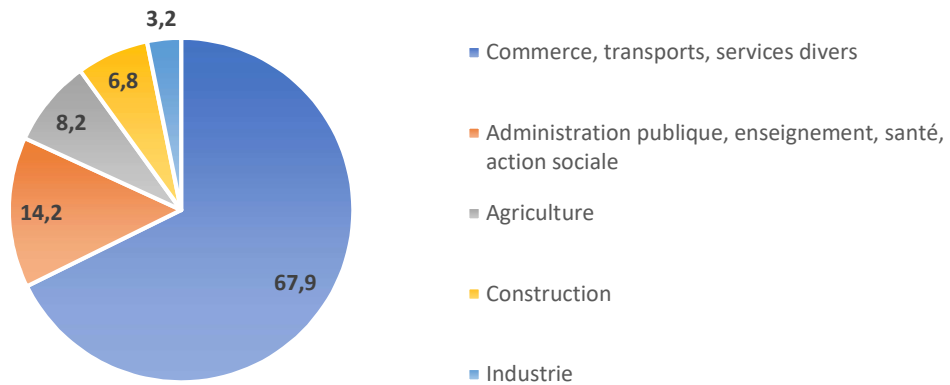
III. Economie

L'agglomération dispose d'un tissu économique dynamique et varié, avec un total de **8443 entreprises** en 2015. Parmi ces entreprises, on retrouve de grands groupes du secteur industriel : Valeo, Thales, Lactalis, Techni-industrie, Et du secteur des services : Transport Breger, Seche environnement, Coriolis, Crédit Mutuel, ...

54 zones d'activités accueillent ces entreprises sur l'ensemble du territoire de l'agglomération. Les principales zones se trouvent sur les communes de Laval (10), Saint-Berthevin (6), Changé (4), Bonchamps-lès-Laval (3).

L'activité économique du territoire offre des emplois à 51488 personnes, pour un taux d'activité de 73,7%

Répartition des établissements dans les différents secteurs d'activité (%)



IV. Réseau viaire

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

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

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



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



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

La rocade présente différentes séquences paysagères. Certaines sont très végétales et isolées de l'agglomération par du végétal, d'autres traversent des zones d'activités où se mêlent enseignes très expressives et publicités grand format.

Une partie de la rocade passe à travers la ville, où elle se transforme alors en boulevard urbain, avec un contexte paysager encore différent.



Différentes séquences paysagères de la rocade Lavalloise

Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de Laval Agglomération

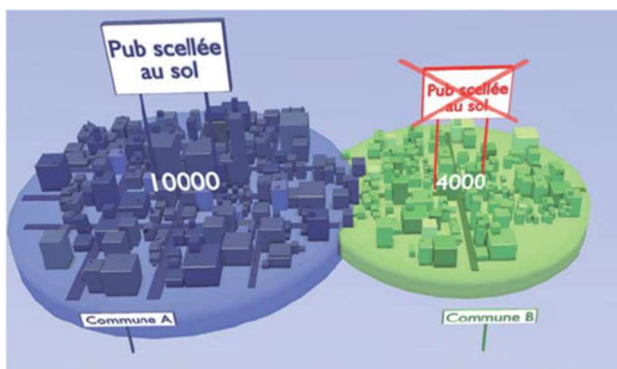


Au regard de la nouvelle réglementation, l'agglomération est soumise à la fois :

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

Sur l'agglomération, seule la commune de Laval dépasse les 10 000 habitants (52 698 habitants en 2015 – source INSEE). En résulte une hétérogénéité de la réglementation nationale sur le territoire, le seuil démographique n'étant atteint que par Laval.

L'analyse des dispositifs non conformes et l'ensemble de la réflexion autour du RLP se sont basées sur la notion « d'agglomération de moins de 10 000 habitants » pour caractériser les communes du territoire et « agglomération de plus de 10 000 habitants » pour Laval.



Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure

I. Les périmètres environnementaux et urbains.

La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

1. Le périmètre d'agglomération

1.1. Définition de la notion d'agglomération

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

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



Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure

2. Les périmètres environnementaux réglementaires

- ❖ Toute publicité (et pré-enseigne) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires)
- ❖ Interdictions absolues
 - sur les MH (classés et inscrits)
 - sur les monuments naturels et dans les sites classés
 - sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque
 - 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)
 - aux abords des monuments historiques
 - dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé)
 - dans les PNR
 - dans les sites inscrits
 - A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 sur arrêté du Maire après avis du conseil municipal et de la CDNPS
 - dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
 - dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000)

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

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



Monuments historiques	42 monuments historiques au sein de L'AVAP de Laval. Argentré - Château et parc d'Hauterive – partiellement inscrits Bonchamp-lès-Laval - Eglise paroissiale Saint-Blaise – inscrite - Chapelle de la Cassine – inscrite Entrammes - Oppidum (portion) – inscrit - Eglise – partiellement classée Forcé - Château saint-Poligny, chapelle funéraire – partiellement inscrits Louvigné - Eglise Saint-Martin - inscrite Nuillé-sur-Vicoin - Château de Lancheneil et ses anciens colombiers – inscrits - Eglise paroissiale de la Sainte-Trinité - inscrite Parné-sur-Roc - Anciens fours à chaux – partiellement inscrits - Eglise paroissiale Saint-Pierre – inscrite Saint-Berthevin - Ensemble chaudière des brosses – partiellement inscrits Saint-Germain-le-Fouilloux - Château de Fouilloux Saint-Jean-sur-Mayenne - Oppidum « Château Meignan » au Bois etc ... -inscrit - Oppidum « Château Meignan » - classé Soulgé-sur-Ouette - Logis hébergement du haut rocher – inscrit - Ancienne église Saint-Martin-de-Nuillé - inscrite
Sites classés / inscrits	- Le site de l'étang de Gouillas – classé - Le centre ancien de Laval – inscrit - La Châtaigneraie de Changé – inscrit - Le domaine de la Fénardière, St Berthevin – inscrit - Le site du petit Saint-Berthevin – inscrit - Le site du Sault Gautier, Changé - inscrit
Sites patrimoniaux remarquables	- AVAP de Laval - ZPPAUP de Parné-sur-Roc
Sites de nature	- Une partie du site Natura 2000 « Bocage de Montsûrs à la forêt de Sillé-le-Guillaume » sur la commune de Châlons-du-Maine - Les EBC des PLU en vigueur.

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon

initial de 100m à la totalité du périmètre délimité des abords, qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d'un périmètre de protection modifié.

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

2. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

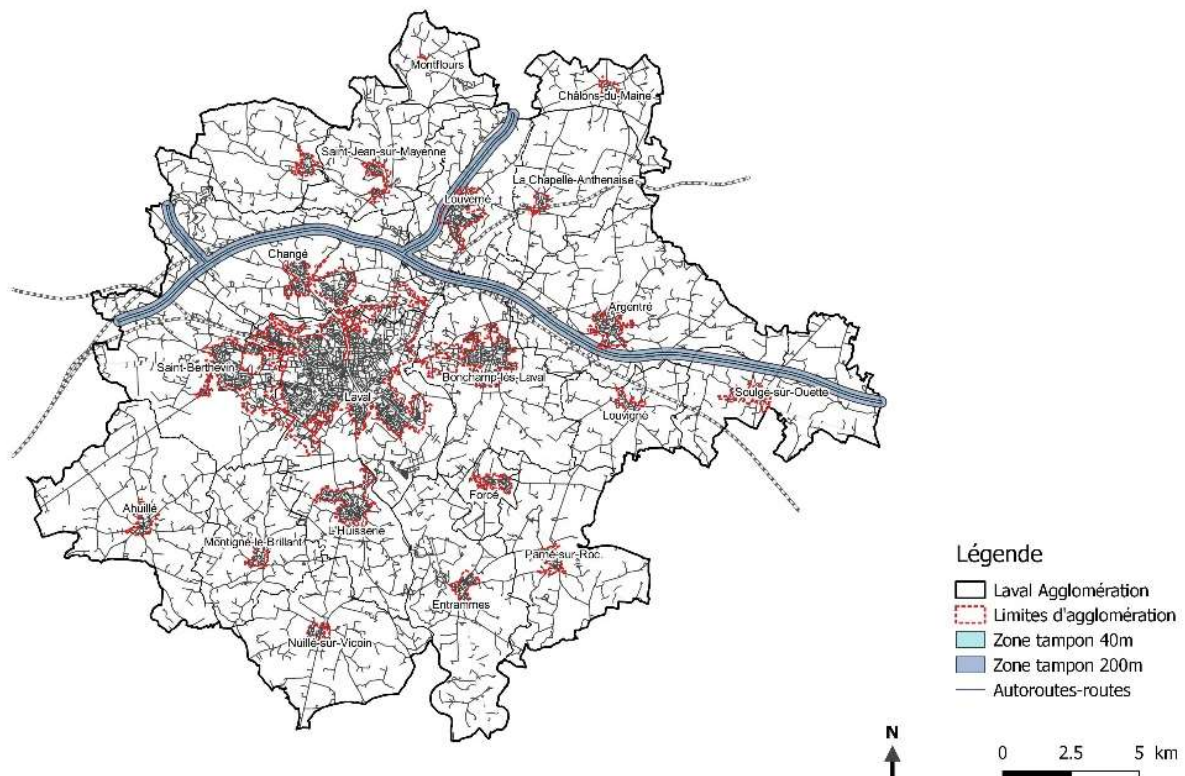
Les abords de l'autoroute, de la RN162 et de la RD31 sur les portions où elles sont classées voies à grande circulation, sont protégés de la publicité. En effet, le code de l'environnement indique :

Les publicités scellées au sol sont interdites « si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération » (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise :

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

Actuellement aucun dispositif n'est concerné ni par la zone tampon de 200m hors agglomération, ni par celle de 40m en agglomération.

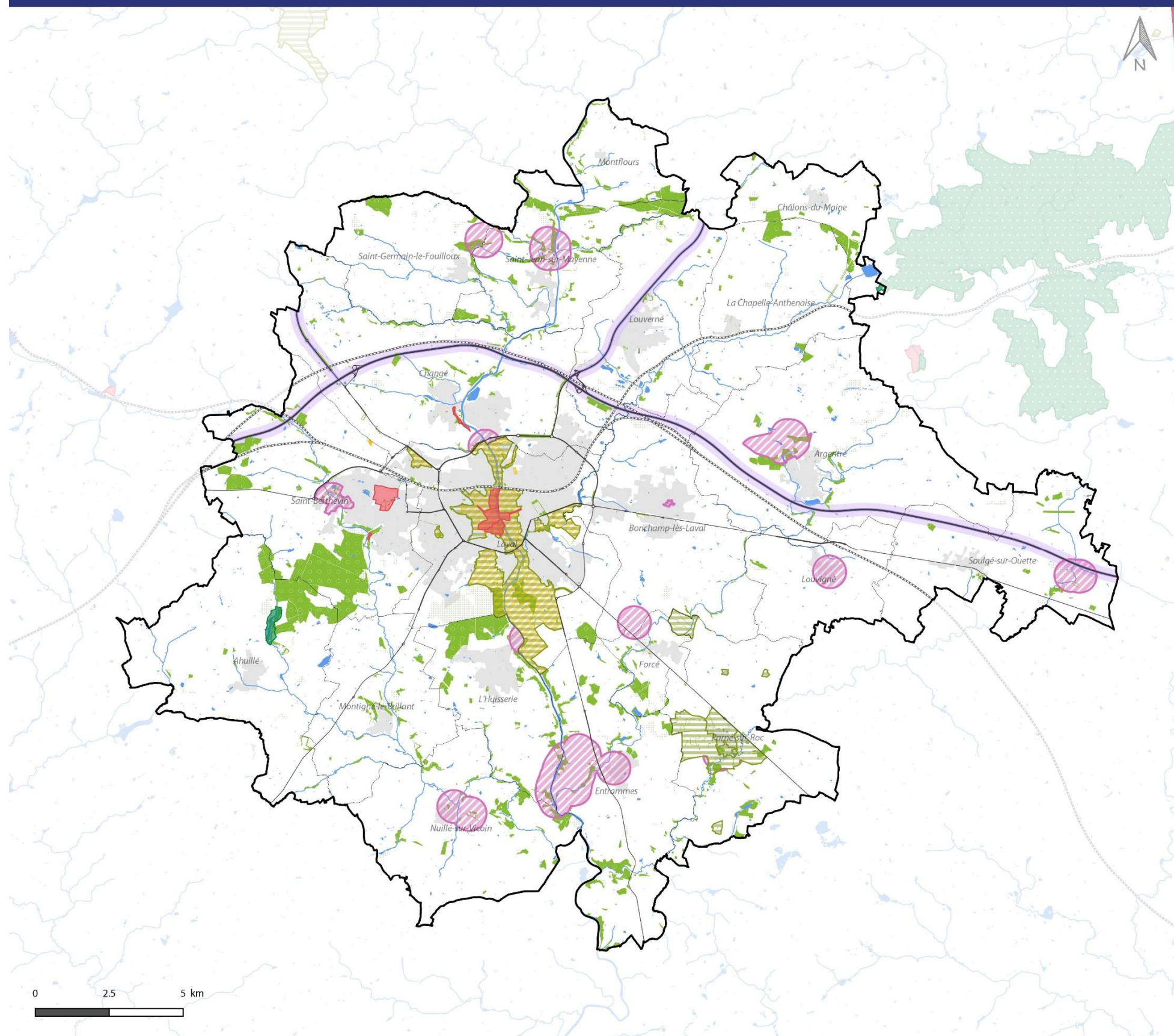




Périmètres environnementaux et urbains de protection

RLPI Laval Agglomération

Recensement - Janvier 2019



Périmètres environnementaux et urbains de protection

Interdiction absolue

Espace boisé classé (PLU en vigueur)

Interdiction relative

Aux abords des monuments historiques :
périmètre de protection des monuments
historiques

AVAP

ZPPAUP

Zones de protection Natura 2000

Routes "grandes circulations"

Zone tampon de 40 m

Zone tampon de 200 m

Sources : IGN, Laval Agglomération, Atlas des Patrimoines, INPN, PAC

Chapitre 4 : Diagnostic publicitaire du territoire

I. Méthodologie pour le recensement

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des publicités, enseignes et pré-enseignes présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé sur le terrain automne-hiver 2017, photographié et geo-référencé.

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

1.1. Les données ressources utilisées

- Données TLPE été 2016 (géolocalisées sur Laval)
- Visites de terrain (5 jours)
- Les dimensions ont été vérifiées in-situ par Leica disto D810 pour les enseignes au sol et les publicités pour s'assurer des seuils réglementaires.

1.2. Le contenu de la base de données

La base de données est constituée de deux couches : une pour les enseignes et une pour les publicités et pré-enseignes. Pour chaque dispositif est renseigné :

ENSEIGNES	PUBLICITES
○ Le nom de l'entreprise, ○ Le numéro de SIRET * ○ L'adresse ○ Le numéro de cadastre ○ Le nom du propriétaire*	○ La nature du dispositif (publicité, pré-enseigne, dispositif temporaire) ○ L'afficheur* ○ Le SIRET de l'afficheur*
○ Son numéro d'identifiant ○ La commune où le dispositif est implanté ○ Sa situation en agglomération ou hors agglomération ○ S'il est situé ou non dans un périmètre de protection du patrimoine ○ S'il est situé ou non dans une zone de publicité restreinte (Laval & Nuillé) ○ Son mode d'implantation ○ S'il est numérique, lumineux, sur bâche (nature particulière) ○ Sa conformité ou non à la réglementation nationale et la ou les raison(s) de non-conformité ○ Sa conformité ou non au règlement local (Laval & Nuillé) et la ou les raison(s) de non-conformité. ○ La photographie du dispositif	

* Si identifiés

1.3. Les rendus

- La base SIG
- Un atlas à l'échelle de Laval Agglo et synthèse statistique
- Un atlas à l'échelle communale et synthèse statistique
- Des fiches par dispositifs (1 par établissement pour les enseignes, 1 par dispositif pour les Publicités et pré-enseignes).

II. Synthèse cartographique et statistique

1. Données générales

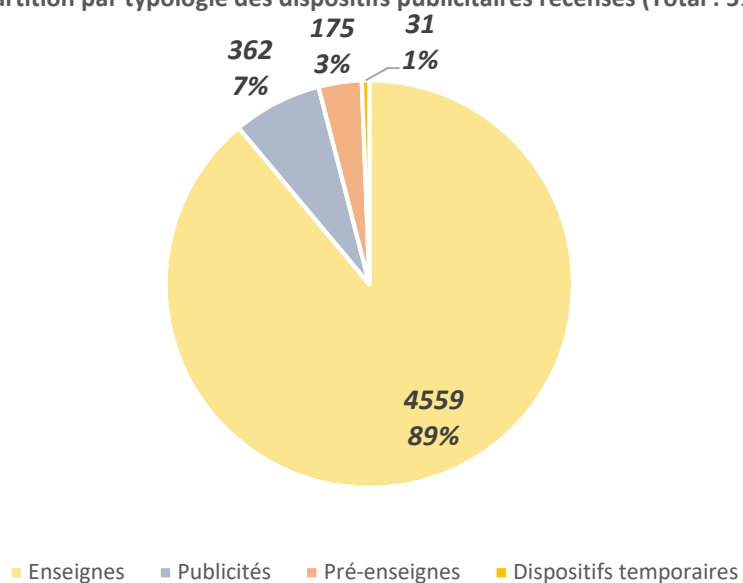
Le recensement des différents dispositifs publicitaires a été réalisé fin 2017 sur l'ensemble du territoire, excepté la ville de Laval, qui possède des données TLPE récentes (été 2016). Les trois types de dispositifs ont fait l'objet du recensement : enseignes, pré-enseignes, publicités.

L'objectif de ce recensement est d'identifier :

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

Sur l'ensemble de la communauté de communes, un total de **5127 dispositifs** a été analysé : **4559 enseignes** et **568 publicités**.

Répartition par typologie des dispositifs publicitaires recensés (Total : 5127)

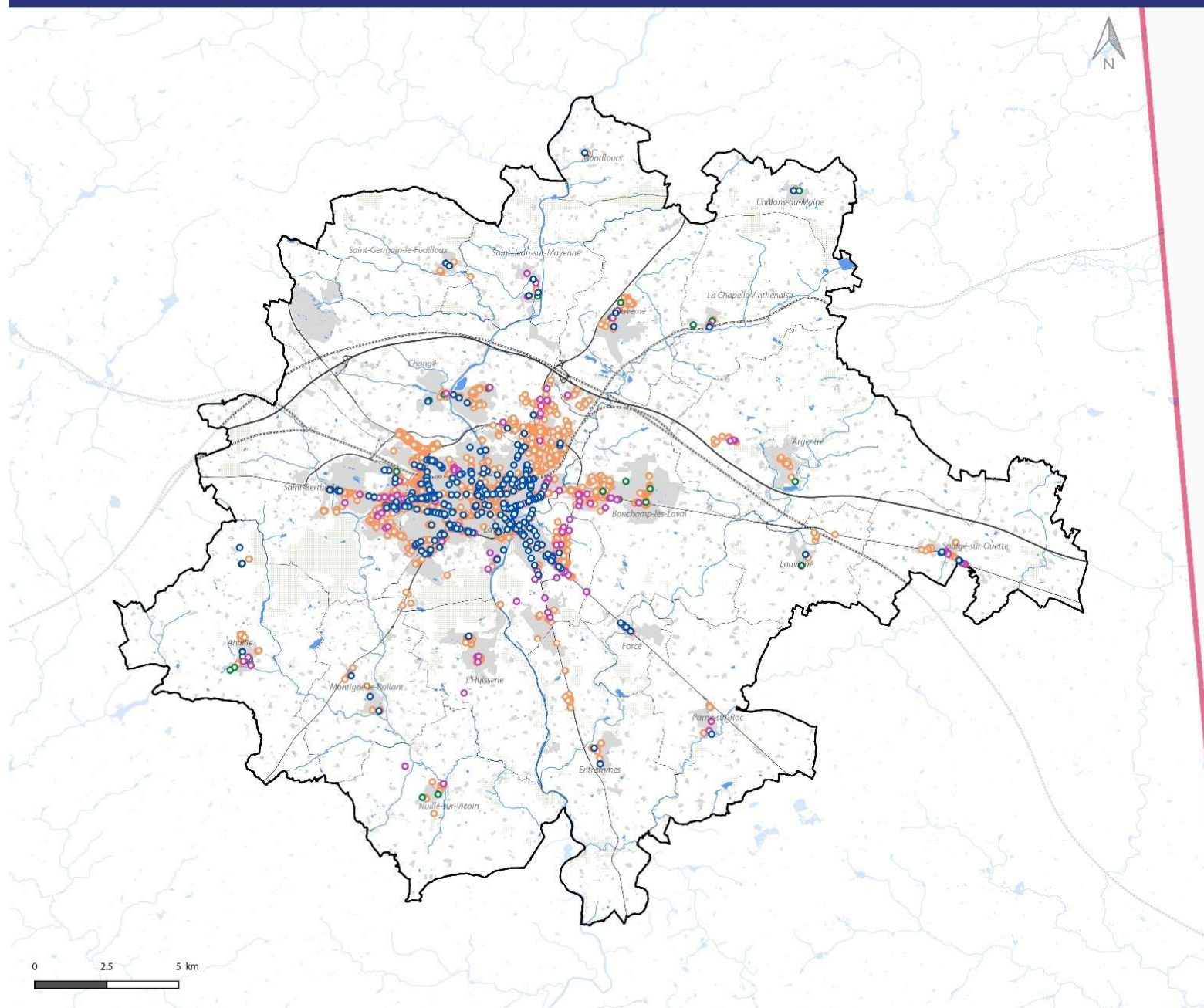




Typologie des dispositifs par nature juridique

RLPI Laval Agglomération

Recensement - Avril 2018



Typologie

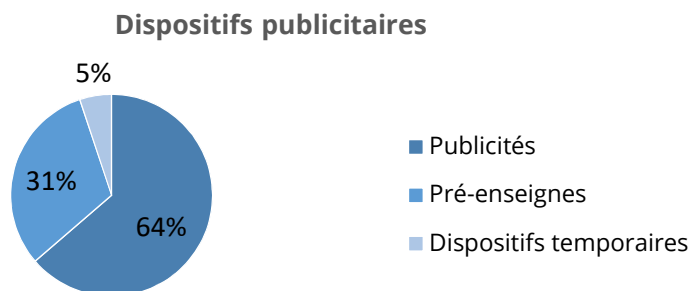
- Publicité [363]
- Pré-enseigne [175]
- Dispositif temporaire [31]
- Enseigne [4559]

1. Publicités et pré-enseignes

1.1. Nature et implantation

Sur un total de 568 dispositifs, 362 sont des publicités, 175 des pré-enseignes et 31 des dispositifs temporaires :

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



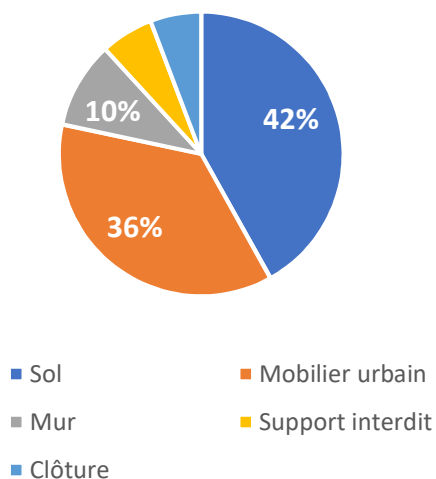
Les publicités et pré-enseignes sont, d'une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire, au niveau des carrefours des voies et des giratoires, dans les centres et aux abords des zones d'activités.

La publicité est présente à 80% sur la commune de Laval.

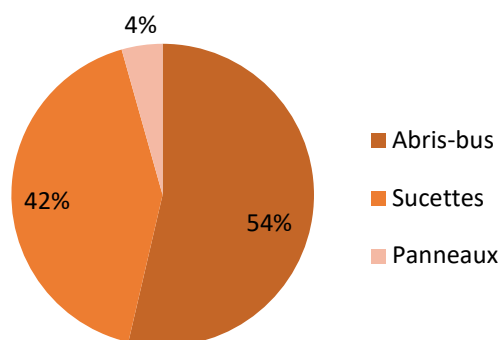
Le principal mode d'implantation des publicités et pré-enseignes est le dispositif au sol, alors que cette typologie est interdite pour les communes de moins de 10 000 habitants.

Vient ensuite la typologie mobilier urbain, qui représente 36% des modes d'implantation des publicités et pré-enseignes. « Mobilier urbain » pour la publicité désigne les abris-bus, les sucettes, les panneaux implantés sur le domaine public.

Implantation des dispositifs publicitaires
(Total : 568)



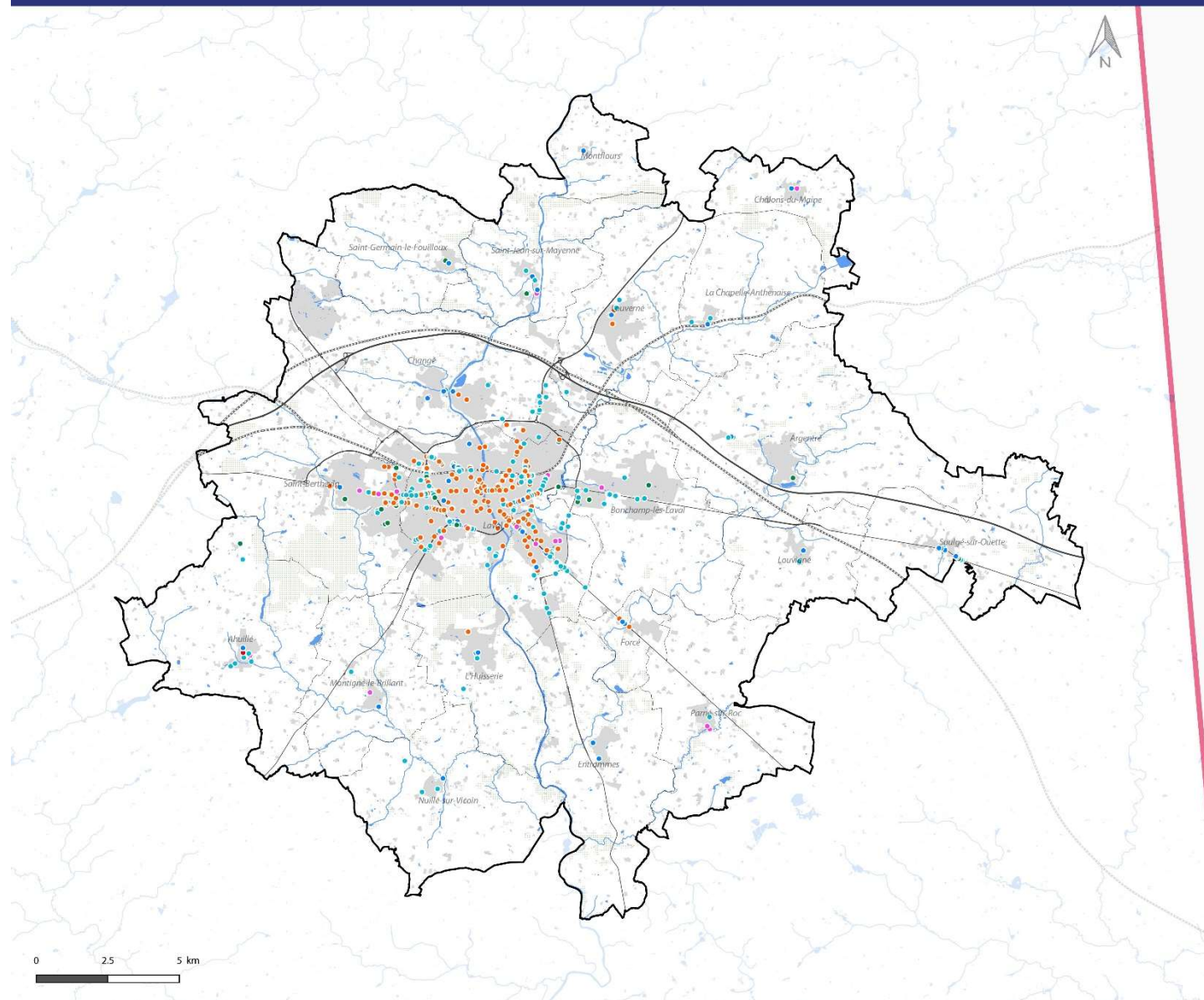
Mobilier urbain





Typologie de l'implantation des publicités, pré-enseignes et dispositifs temporaires

RLPI Laval Agglomération
Recensement - Avril 2018



Implantation :

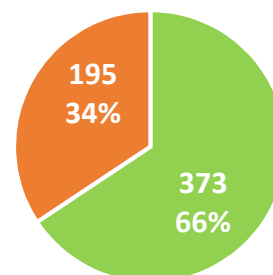
- Clôture [33]
- Mur [56]
- Sol [238]
- Support interdit [34]
- Echafaudage [1]
- Mobilier urbain [207]

1.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

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

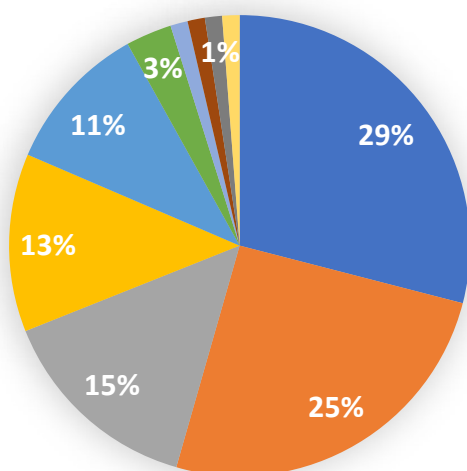
- La position **hors agglomération** de publicités et pré-enseignes non-dérogatoires – **72 dispositifs**
- **L'installation au sol** des dispositifs en commune de moins de 10 000 habitants – **63 dispositifs**
- L'installation sur des **supports interdits** (haies, arbres, panneaux / poteaux, ...) – **36 dispositifs**
- La présence sur une **façade ou une clôture non aveugle** – **31 dispositifs**
- La présence au sein d'un **périmètre protégé** – **26 dispositifs**

Conformité RNP des publicités et préenseignes (Total : 568)



■ Conformes ■ Non conformes

Raisons de non-conformité RNP



- Hors agglomération
- Au sol (< 10 000 hb)
- Sur support interdit (haies, arbres, panneaux)
- Mur/Clôture non aveugle
- Périmètre protégé
- Densité des dispositifs
- Format supérieur
- Dépasse les limites du support
- Non respect de la règle de prospect
- Dépasse les limites de l'égout du toit

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

- *Illustration des principales raisons de non-conformité sur le territoire de Laval Agglomération :*

Hors agglomération	Au sol <10 000 hb	Sur support interdit	Mur/Clôture non aveugle	Périmètre protégé
				
29% des non-conformités	25% des non-conformités	15% des non-conformités	13% des non conformités	11% des non-conformités
72 dispositifs	63 dispositifs	36 dispositifs	31 dispositifs	26 dispositifs

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

Les autres raisons de non-conformité à la réglementation nationale sont plus anecdotiques sur le territoire et représentent ensemble 7% des raisons de non-conformités.



Dépasse les limites du support et/ou de l'égout du toit



Densité des dispositifs les publicités doivent être de même format et parallèles 2 à 2



Non-respect de la règle de recul (rapport aux baies de l'immeuble voisin (d<10m))



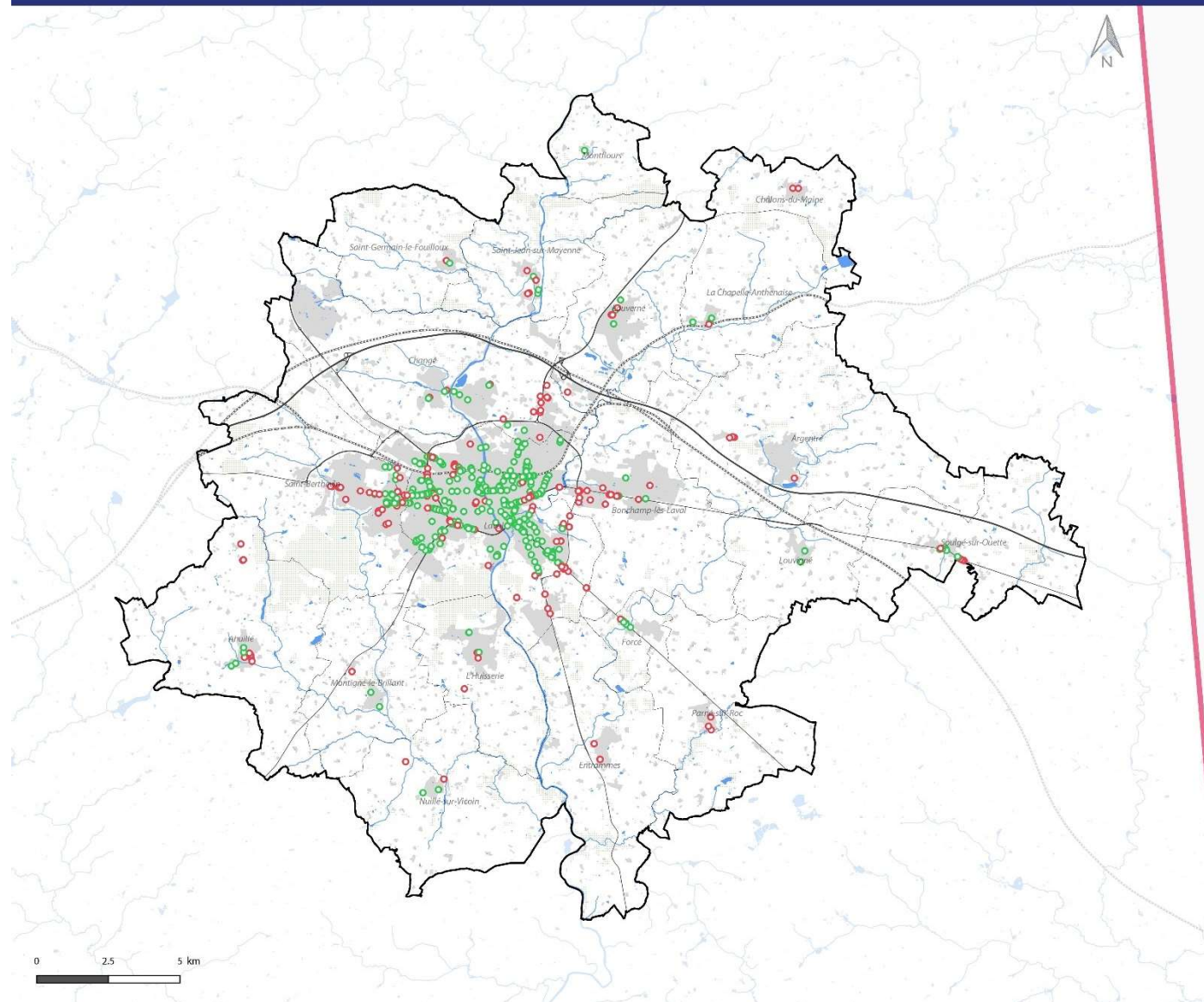
Format supérieur



Conformité RNP des publicités

RLPI Laval Agglomération

Recensement - Avril 2018



● Non conforme [195]

● Conforme [374]

Publicités :

- Conformes au RNP : 307

- Non conformes au RNP : 56

Pré-enseignes :

- Conformes au RNP : 46

- Non conformes au RNP : 129

Dispositifs temporaires :

- Conformes au RNP : 21

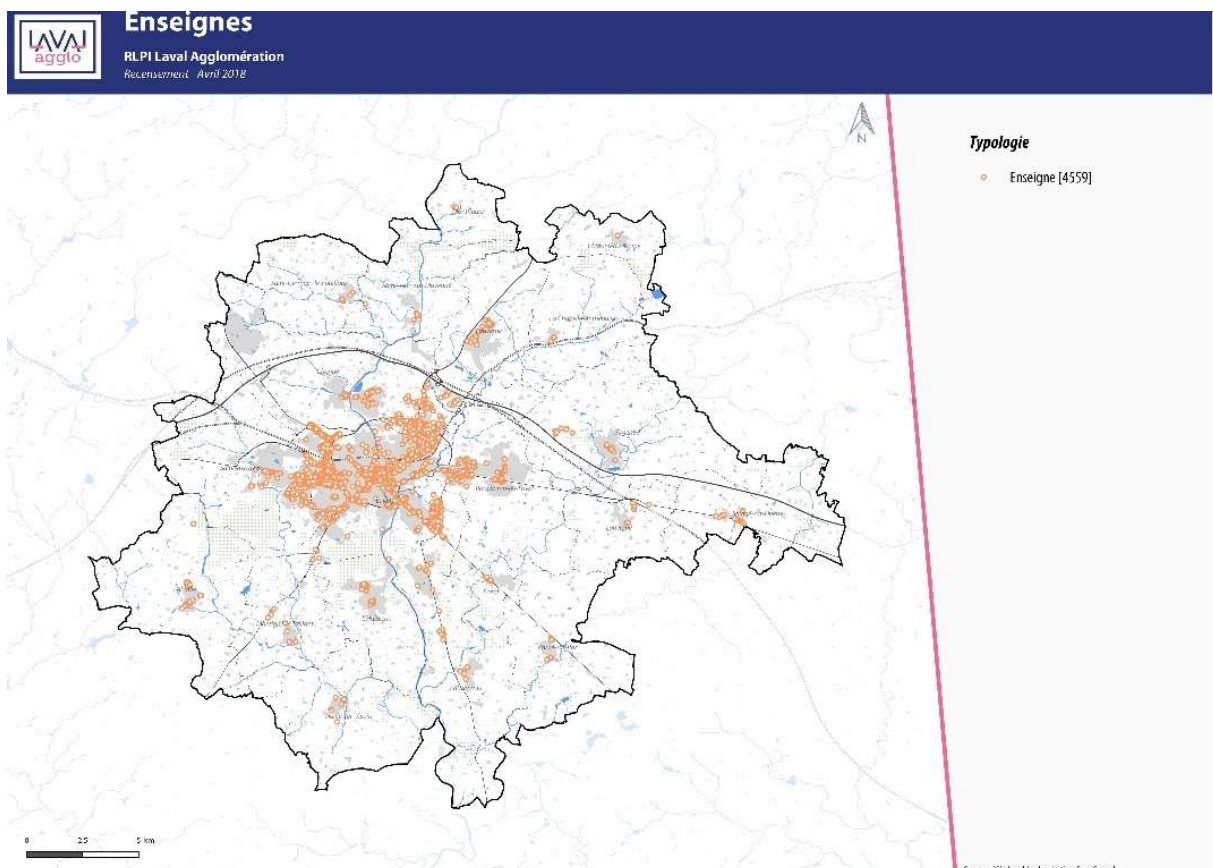
- Non conformes au RNP : 10

2. Les enseignes

2.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Les enseignes sont principalement situées dans les centres bourgs, le long des axes traversants, ainsi qu'au niveau des zones d'activité.

Rappel : les enseignes sont autorisées hors agglomération



Elles sont principalement implantées en **façade** (77%). Cette catégorie englobe différents types d'enseignes : enseigne en bandeau, enseigne perpendiculaire, enseigne sur auvent, enseigne en vitrophanie.

NB : la vitrophanie n'est considérée comme une enseigne qu'à condition d'être située à l'extérieur de la vitrine.



Bandeau – L’huissierie



Store – Montigné-le-Brillant



Vitrophane – Nuillé-sur-Vicoin



Perpendiculaire – Saint-Berthevin

Enseignes en façade

77%

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

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



Enseigne au sol – Louvigné



Totem (sol) – Argentré



Scellée au sol – Louvigné



Drapeaux – Bonchamp

Enseignes au sol

17%

Les autres implantations d’enseignes sont : sur clôture, sur balcon, sur toiture et quelques-unes sur support interdit. Elles représentent à elles toutes 6 % des typologies d’implantation.

Les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées et ont des dimensions fixées par la réglementation nationale en fonction de la hauteur du bâtiment où s’exerce l’activité et de la surface qu’occupe l’activité en son sein (voir tableau page suivante).



Enseigne sur clôture
Changé



Enseigne sur balcon
L'huissier



Enseigne en toiture
L'huissier



Support interdit
St-Berthevin

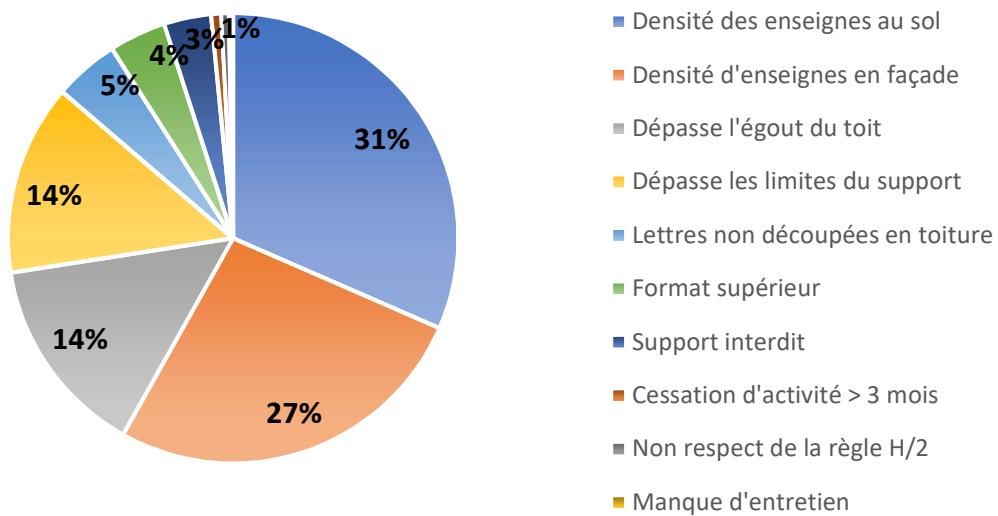
Autres implantations

6%

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

2.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

Raison de non-conformité RNP des enseignes



Les principales raisons de non-conformité des enseignes sont :

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.

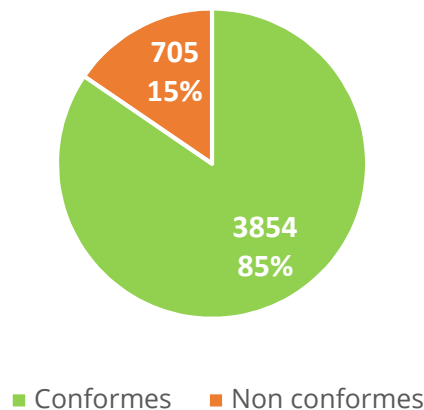
Une surface de l'enseigne trop importante par rapport à celle de la façade, la réglementation nationale autorise les enseignes en façade dans une limite de 15% de la façade commerciale si celle-ci est supérieure à 50m², 25% si inférieure à 50m² (surface cumulée de toutes les formes d'enseignes sur la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

Une mauvaise position de l'enseigne par rapport à la façade : L'enseigne **dépasse l'égout du toit** ou **les limites du support**.

L'enseigne est installée en toiture mais composée de **lettres non découpées**.

Sur les 4559 enseignes recensées et analysées, 705 ne sont pas conformes à la réglementation nationale, ce qui représente 15% du total.

Conformité RNP des enseignes (Total : 4559)



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

- Cas particulier des enseignes temporaires**

Les enseignes temporaires peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Le RLP peut adapter ces règles (nombre/format/durée).

- Cas particulier des enseignes immobilières**

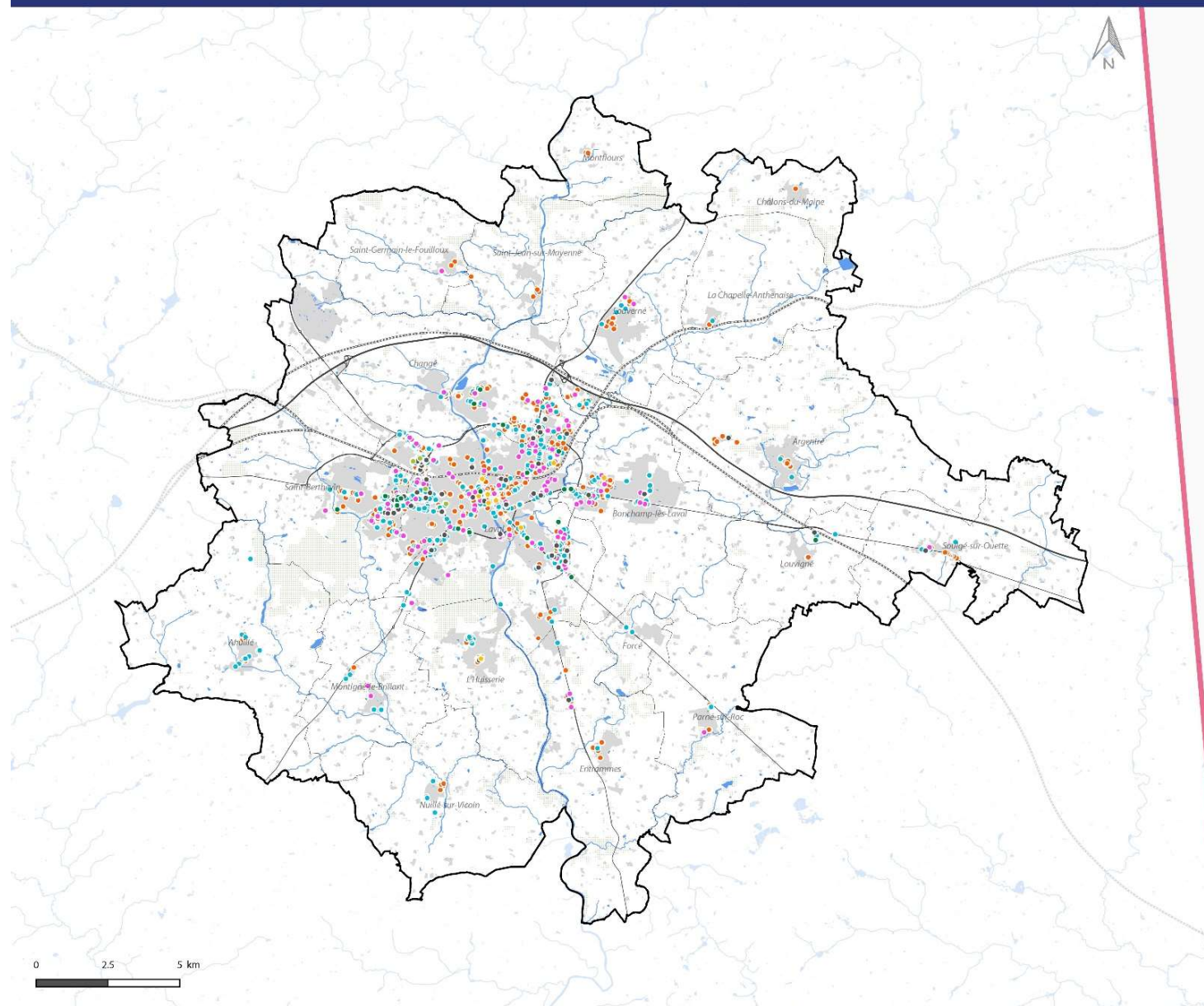
La surface maximum pour les enseignes scellées au sol pour les opérations immobilières de plus de 3 mois est de 12m².





Typologie de l'implantation des enseignes

RLPI Laval Agglomération
Recensement - Avril 2018



Implantation :

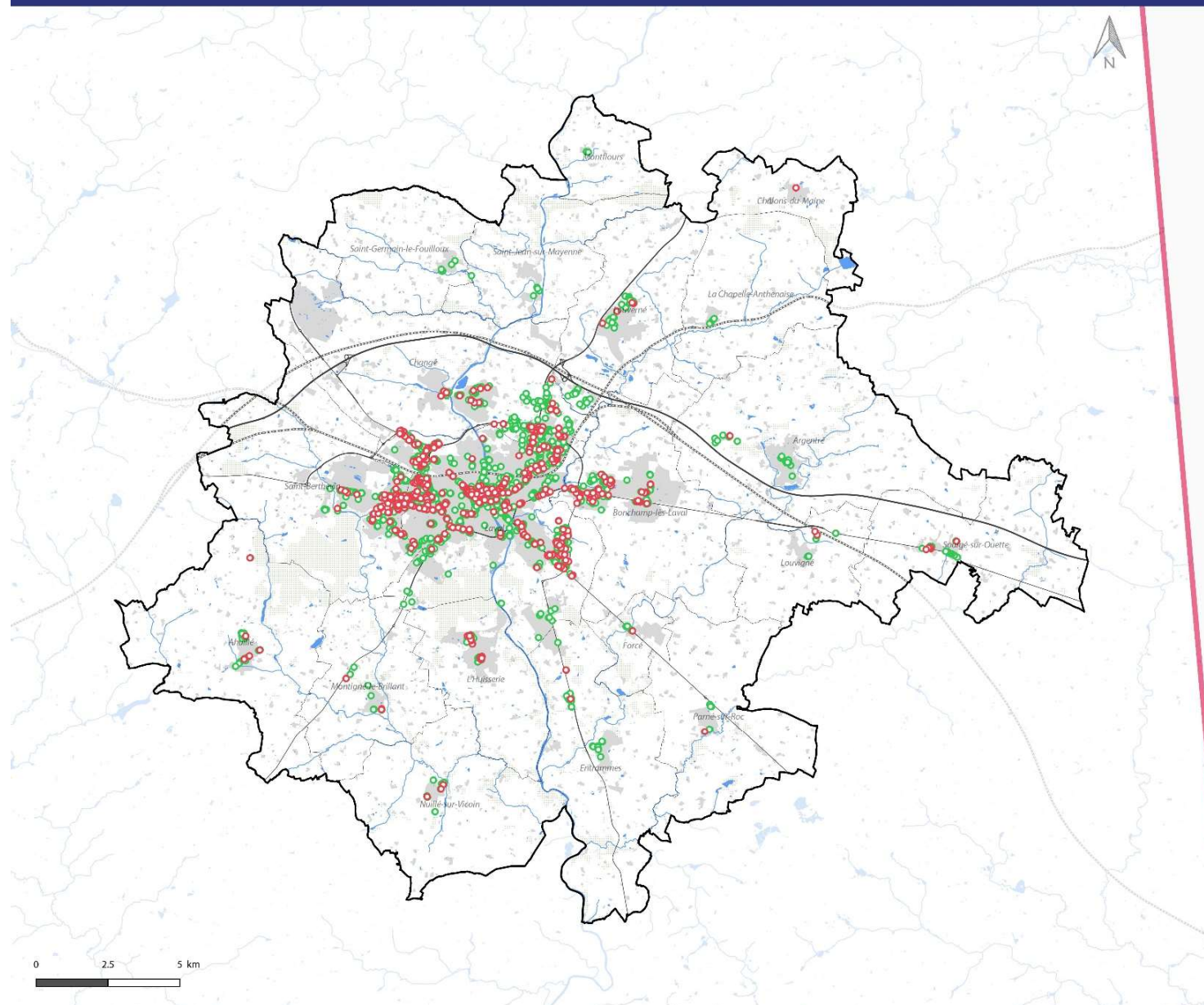
- Balcon [12]
- Clôture [163]
- Mur [3512]
- Sol [764]
- Support annexe [4]
- Support interdit [0]
- Toiture [0]



Conformité RNP des enseignes

RLPI Laval Agglomération

Recensement - Avril 2018



● Non conforme [703]

● Conforme [3856]

III. secteurs à enjeux

1. Centralités historiques et commerçantes

Les zones centres des villes et villages concentrent à la fois leur richesse patrimoniale, ainsi qu'une partie importante de leur dynamisme commercial, composé des commerces de proximité et d'artisans locaux.

C'est pourquoi ils forment un secteur d'enjeux importants, concernant la valorisation du cadre de vie.

Il y a d'une part les communes, dont le cœur est couvert par, un secteur de protection du patrimoine (abords de monuments historiques, AVAP, ZPPAUP, site inscrit, ...) et les communes au patrimoine plus commun et non protégé, mais non moins qualitatif.

Il y a Laval, cœur d'agglomération d'une grande richesse patrimoniale et son centre ancien à protéger.

Pour couvrir les différences au sein de ce secteur « centralités historiques et commerçantes », diverses zones seront créées.

Le centre ancien de Laval

Dispositifs dominants : enseignes en façade



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

Dispositifs dominants : enseignes en façade, publicité sur mobilier urbain 2m²



Enjeux :

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

2. Les paysages naturels et urbains

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

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



3. Les quartiers d'habitation

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

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

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



Enjeux :

- ❖ Paysage du quotidien
- ❖ Cadre de vie des habitants

4. Principaux axes et entrées de ville

Les axes traversants les plus fréquentés sont des secteurs privilégiés pour l'implantation à la fois de publicité et d'enseignes, qui cherchent à avoir la meilleure visibilité possible.

Ces axes croisent aussi la problématique des pré-enseignes non dérogatoires hors agglomération et la nécessité pour les activités installées en campagne d'orienter leurs éventuels clients.

Sur Laval, ils concentrent la plupart des panneaux grand format, dans les autres communes, l'impact est amoindri, les dispositifs.

Les entrées de ville, ainsi que les principaux carrefours concentrent la majorité des enjeux sur ces zones.

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



Enjeux :

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

5. Les zones d'activités

5.1. Autour de la rocade de Laval

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

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

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

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

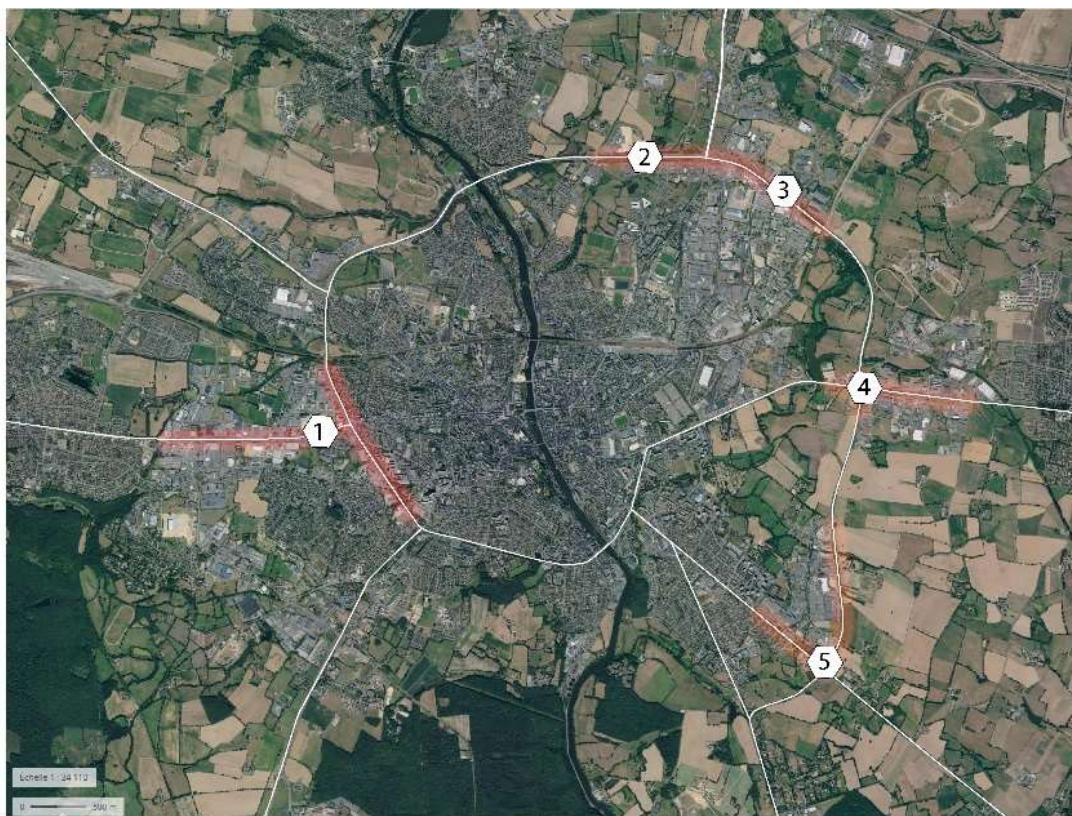
Dans la deuxième, entre Changé et Laval la rocade est bordée d'enseignes au sol et en façade plus impactantes. Les activités sont davantage artisanales voire industrielles. La publicité reste peu présente.

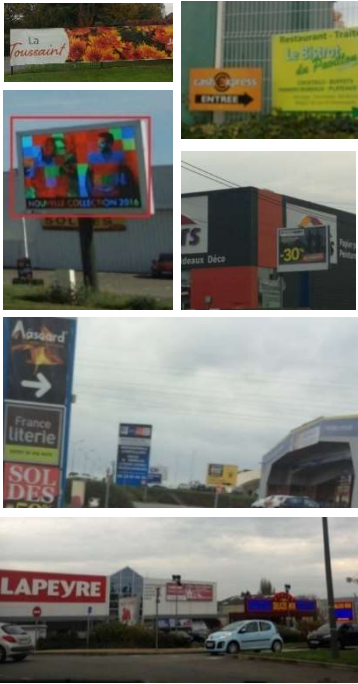
La partie est de la Rocade est commerciale, sur l'axe entrant de l'avenue de Tour et sur la partie sud de la rocade (séquence 5), artisanale voire industrielle au rond-point du bout de l'avenue de Chanzy vers Bonchamp-lès-Laval (séquence 4).

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

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

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



Séquence 1	Séquence 2	Séquence 3	Séquence 4	Séquence 5
				
Dispositifs dominants				
• Enseignes en façade et au sol • Dispositifs temporaires • Publicités et préenseignes	• Enseignes en façade	• Enseignes en façade et au sol	• Enseignes en façade et au sol • Préenseignes	• Enseignes en façade et au sol • Dispositifs temporaires • Publicités et préenseignes

5.1. Les autres zones d'activités du territoire

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

Dispositifs dominants : enseignes en façade



Enjeux :

- ❖ Vitalité économique
- ❖ Qualité paysagère