

RLPi

Règlement Local de Publicité intercommunal

Note de synthèse



SOMMAIRE

Chapitre 1 : Contexte de l'élaboration du RLPi	3
Chapitre 2 : Diagnostic et enjeux	4
I. Principaux constats du diagnostic	4
Chapitre 3 : Les orientations et objectifs du RLPi.....	5
Chapitre 4 : Définition des limites d'agglomération	6
Chapitre 5 : La traduction règlementaire	6
I. Définition du zonage	6
II. Le règlement.....	7

L'intégralité du projet de RLPi est consultable en mairie, ou à Laval Agglomération, auprès du service Urbanisme.

Chapitre 1 : Contexte de l'élaboration du RLPi

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, le Code de l'Environnement a été réformé par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012.

La réforme de la réglementation nationale de publicité extérieure est applicable depuis le 1er Juillet 2012.

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 Réglementation Nationale de Publicité (RNP), la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur un territoire donné. 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 et bâti. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager du territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire 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 RLP, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables. L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

Dans le cadre de l'élaboration du PLUi, Laval Agglomération a engagé en parallèle l'élaboration d'un RLPi, dont les objectifs sont les suivants :

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

Chapitre 2 : Diagnostic et enjeux

I. Principaux constats du diagnostic

1. Contexte territorial

Le patrimoine bâti est très présent sur le territoire de Laval Agglomération. Les Monuments Historiques sont dispersés sur les différentes communes de l'agglomération, mais fortement concentré sur Laval, qui bénéficie de la protection d'une AVAP. A Parné-sur-Roc, le village est protégé par une ZPPAUP. A noter également la présence de plusieurs sites inscrits (sur Laval, Changé et Saint-Berthevin), ainsi qu'un site classé (Etang de Gouillas à Ahuillé). Ce patrimoine remarquable et protégé est complété d'éléments d'architecture d'intérêt et de petit patrimoine, répandus sur l'ensemble du territoire.

2. Diagnostic de la publicité extérieure

L'inventaire à l'échelle de l'agglomération a permis de recenser les dispositifs non-conformes avec la réglementation nationale afin de déterminer, à partir des dispositifs conformes/non conformes, les enjeux sur le territoire. Ce diagnostic a permis de définir des secteurs dans lesquels les règles pourront être plus restrictives pour certains types de dispositifs.

Les publicités et pré-enseignes sont majoritairement implantées au sol (42%) ou sur mobilier urbain (36%). La réglementation nationale est respectée à hauteur de 66%, ce qui représente un total de 195 dispositifs non conformes aux dispositions de la RNP. Les principales raisons de non-conformité sont la position hors agglomération de certains de ces panneaux (72 dispositifs), l'installation au sol dans une agglomération regroupant moins de 10 000 habitants (63 dispositifs).

Les enseignes sont quant à elles majoritairement implantées en façade.

Elles se concentrent au sein des bourgs, des zones économiques et le long des axes routiers principaux du territoire.

Le diagnostic fait état de plusieurs dispositifs impactant le paysage, le taux de non-conformité à la Réglementation Nationale a été évalué à 15% de l'ensemble des enseignes. La principale raison de non-conformité est la densité des enseignes au sol (31%). Pour rappel, la RNP n'autorise qu'un dispositif de plus de 1m² par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité. Viennent ensuite des infractions liées aux enseignes en façade : la superficie d'enseigne en façade est trop élevée par rapport à la surface de son support (27%), l'enseigne dépasse la limite de l'égout du toit (14%) ou bien la limite du support (14%).

3. Principaux enjeux sur le territoire

Le diagnostic laisse apparaître plusieurs secteurs d'enjeux différents.

- Les centralités historiques et commerçantes regroupent des commerces de proximité dans un contexte patrimonial fort. L'enjeu y est la valorisation des centres-villes/centres bourg et des commerces de proximité, via la préservation du patrimoine urbain.
- Les paysages naturels et urbains à préserver de la pollution visuelle potentiellement engendrée par les dispositifs de publicité extérieure.
- Les quartiers d'habitations, dont la vocation première n'est pas d'accueillir des activités et leur communication publicitaire. Les dispositifs de publicité extérieure doivent donc s'adapter à ce contexte, afin de ne pas nuire au cadre de vie des habitants.
- Les principaux axes et entrées de ville, porteurs de la première perception du territoire, mais aussi secteurs stratégiques de communication des acteurs économiques.
- Les zones d'activités, entièrement dédiées à l'activité économiques

Pour répondre aux enjeux portés par ces différents secteurs, il s'agit à travers le RLP de définir des Zones de Publicité où les modalités d'autorisation, de qualité et d'implantation des différents dispositifs seront être maîtrisées.

Chapitre 3 : Les orientations et objectifs du RLPi

A l'image d'un grand nombre de territoires, l'affichage publicitaire et les pré-enseignes occupent aujourd'hui une place importante dans le paysage urbain, notamment sur le pôle urbain constitué par Laval et les villes de sa première couronne. Synonymes d'une activité économique dynamique, les différents dispositifs publicitaires conduisent, par leur prolifération, à une dégradation de la qualité paysagère dans certains secteurs.

Suite au diagnostic établi, les grandes orientations générales suivantes ont émergé pour la constitution du RLP :

- **Orientation 1 : Préserver les paysages naturels et urbain**
- **Orientation 2 : Valoriser le paysage urbain des centralités**
- **Orientation 3 : Veiller à la qualité paysagère des zones résidentielles**
- **Orientation 4 : Accompagner la dynamique commerciale des zones d'activité**
- **Orientation 5 : Assurer la visibilité des acteurs économiques locaux, tout en préservant la qualité paysagère des principaux axes du territoire**

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

Chapitre 4 : Définition des limites d'agglomération

Les limites d'agglomérations ont été définies conformément à la définition du Code de la Route.

Ainsi, c'est l'article R. 110-2 du Code de la Route qui définit l'agglomération comme désignant « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou le borde [...] ». L'article R. 411-2 du même code stipule que « les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire ».

Le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée (ou de sortie) et leur positionnement par rapport au bâti, pour le dessin des limites d'agglomération.

Chapitre 5 : La traduction réglementaire

I. Définition du zonage

En écho aux secteurs à enjeux prédéfinissant le zonage, ont été délimités 4 grands types de zones de publicités, déclinés en 2 à 3 zones. Pour chacune de ces zones, des dispositions particulières concernant d'une part les publicités et pré-enseignes, d'autre part les enseignes, ont été élaborées.

Les centralités historiques et commerçantes	ZP1LA : cœur historique de Laval et quartiers anciens
	ZP1L : Centre-ville de Laval
	ZP1 : Centres des autres communes de l'agglomération*
Les quartiers à dominante résidentielle	ZP2L : Quartiers à dominante résidentielle sur Laval
	ZP2 : Quartiers à dominante résidentielle hors Laval*

Les zones d'activités	ZP3L : Zones d'activités sur Laval ZP3 : Zones d'activités hors Laval*
Les axes structurants	ZP4L : Axes structurants, sur leurs portions traversant l'agglomération lavalloise ZP4 : Axes structurants, sur leurs portions traversant les autres agglomérations du territoire*

*Voir description ci dessous

La ZP1 concerne les centres des communes suivantes :

Ahuillé, Argentré, Bonchamp-lès-Laval, Châlons-du-Maine, Changé, Forcé, Entrammes, L'huissierie, La Chapelle-Anthenaise, Louverné, Louvigné, Montflours, Nuillé-sur-Vicoin, Saint-Berthevin, Saint-Germain-le-Fouilloux, Saint-Jean-sur-Mayenne et Soulgé sur Ouette.

La ZP2 concerne les quartiers résidentiels des communes suivantes :

Bonchamp-lès-Laval, Changé, Forcé, Entrammes, L'Huisserie, Louverné, Louvigné, Montigné-le-Brillant, Nuillé-sur-Vicoin, Saint-Berthevin, Saint-Germain-le-Fouilloux, Saint-Jean-sur-Mayenne, Soulgé-sur-Ouette.

La ZP3 concerne les zones d'activités implantées sur les communes suivantes :

Bonchamp-lès-Laval, Changé, L'Huisserie, Louverné, Nuillé-sur-Vicoin, Saint-Berthevin, Saint-Germain-le-Fouilloux, Saint-Jean-sur-Mayenne, Soulgé-sur-Ouette.

La ZP4 concerne les axes structurants, sur des portions au sein des zones agglomérées des communes suivantes :

Bonchamp-lès-Laval, Changé, Forcé, Saint-Berthevin, Soulgé-sur-Ouette

A ces zones s'ajoutent des zones tampons aux abords de points stratégiques du réseau routier de l'agglomération. Certaines entrées de ville sont protégées par un périmètre d'interdiction de toute forme de publicité à 100m de part et d'autre des panneaux d'entrée et sortie d'agglomération.

De même certains ronds-points et carrefours bénéficient d'un périmètre de 50m de rayon au sein duquel toute publicité est interdite.

II. Le règlement

Pour chaque zone de publicité, des règles spécifiques ont été définies. A ces règles s'ajoutent des dispositions générales concernant l'ensemble du territoire, indépendamment du zonage ou de la localisation en ou hors agglomération concernant les enseignes.

Une plage d'extinction nocturne est définie de 23h à 6h pour tous les types de dispositifs (enseignes, pré-enseignes, publicités) et toutes les communes du territoire.

1. Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes

1.1. Dispositions générales

La publicité doit être incluse dans un cadre rectiligne et uniforme, sans ajout venant augmenter la taille du panneau dans le but d'accroître sa visibilité. L'encadrement doit être réalisé dans des tons sobres.

La publicité au sol doit être supportée par un seul pied (dispositif monopied). Les jambes de forces sont interdites, les formes en V ou en trièdre sont interdites.

La publicité murale doit obéir à des règles d'implantation par rapport à son support :

- La publicité doit être distante d'au moins 50 cm de toutes les limites du mur support ;
- Elle ne doit pas masquer, même partiellement, des éléments ornementaux d'architecture ;
- Elle ne peut être implantée sur un mur en pierre apparente.

De plus, la publicité est soumise à des règles de densité :

Au mur : 1 seul dispositif est autorisé par mur aveugle (doublons interdits)

Au sol : le nombre de dispositif autorisé dépend de la longueur sur voirie de l'unité foncière. Les unités foncières présentant un linéaire sur voirie inférieur à 40m ne peuvent pas installer de publicité au sol. Celles présentant un linéaire sur voirie compris entre 40 et 100m peuvent installer 1 dispositif au sol. Dans le cas d'un linéaire sur voirie de plus de 100m, l'unité foncière peut accueillir deux dispositifs au sol.

! la publicité au sol n'est autorisée que s'il n'existe aucun dispositif au mur sur l'unité foncière

La publicité sur toiture ou sur clôture est interdite.

1.2. Dispositions relatives aux zones de publicité :

ZP1LA : aucune forme de publicité n'est admise, mise à part sur les bâches de chantier.

ZP1L : la publicité est autorisée sous format mobilier urbain, avec une surface utile fixée à 2m² maximum. Cependant, 7 dispositifs au sein de cette zone peuvent avoir une surface utile allant jusqu'à 8m². Le micro-affichage y est admis, ainsi que les publicités sur les bâches de chantier.

ZP1 : la publicité n'est autorisée que sous format mobilier urbain, avec une surface utile fixée à 2m² maximum. Le micro-affichage est également admis au sein de cette zone.

ZP2L : La publicité est autorisée au mur, au sol, en micro-affichage, sur bâche de chantier et sur mobilier urbain, selon les dispositions générales du RLPi et selon les dispositions de la réglementation nationale. Les bâches publicitaires sont interdites.

ZP2 : La publicité n'est autorisée que sous format mobilier urbain, avec une surface utile fixée à 2m² maximum, ainsi qu'en micro-affichage

ZP3L : La publicité est autorisée au mur, au sol, sur bâche de chantier, en micro-affichage et sur mobilier urbain, selon les dispositions générales du RLPi et selon les dispositions de la réglementation nationale. Les bâches publicitaires sont limitées à une par unité foncière, avec une surface maximale de 4m².

ZP3 : La publicité est autorisée à hauteur de ce qu'autorise la réglementation nationale et dans le respect des dispositions générales du RLPi.

ZP4 L : La publicité est autorisée au mur, au sol, en micro-affichage, sur bâche de chantier et sur mobilier urbain, selon les dispositions générales du RLPi et selon les dispositions de la réglementation nationale. Les bâches publicitaires sont interdites.

ZP4 : La publicité est autorisée à hauteur de ce qu'autorise la réglementation nationale et dans le respect des dispositions générales du RLPi.

2. Dispositions relatives aux enseignes

2.1. Dispositions générales

2.1.1. Enseignes en façade

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes en façades doivent respecter l'architecture du bâtiment sur lequel elles viennent s'inscrire. Pour cela, elles doivent :

- S'intégrer dans les lignes de composition de façade
- Ne pas masquer les éléments de décors, modénatures et détails ornementaux d'architecture.

Les enseignes sur stores sont autorisées sur le lambrequin du store uniquement, celui-ci étant d'une hauteur maximale de 40cm.

2.1.2. Enseignes au sol

Dans toutes les communes et toutes les zones :

- Les enseignes au sol mobiles (chevalets, kakemonos) sont limitées à une par activité et ont un format maximal imposé par le RLPi (0.80m de large, 1m² par face).
- Les enseignes posées ou scellées au sol sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité signalée, quelle que soit la taille de l'enseigne (y compris les enseignes de moins de 1m²).

2.1.3. Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont autorisées à raison d'un dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité ne représentant pas plus de 15% de la surface du pan de clôture concerné.

Les clôtures végétales ne peuvent servir de support à l'implantation d'une enseigne.

2.1.4. Implantations interdites :

Les enseignes, qu'elles soient permanentes ou temporaires ne doivent pas être implantées sur un élément végétal quel qu'il soit (arbre, plantation arbustive, haie, composition paysagère, ...). Sur garde-corps (maçonné ou non), sur barre d'appui de fenêtre ou tout autre élément de ferronnerie, l'implantation d'enseigne est également interdite.

2.1.5. Enseignes temporaires

Des règles spécifiques ont été établies pour les enseignes temporaires immobilière « à vendre, à louer », afin de les limiter en nombre et en format.

Les enseignes temporaires à caractère commercial sont limitées à 3 dispositifs par opération signalée, avec une surface unitaire maximale de 3m².

2.2. Dispositions relatives aux zones de publicités

2.2.1. Centralités historiques et commerçantes

Enseignes en façade : dans les zones centres ZP1LA, ZP1L, ZP1, les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par voie ouverte à la circulation publique (2 pour une façade commerciale présentant un linéaire supérieur à 10m) et en format avec une surface maximale de 0.60m² par face. Elles doivent être implantées en limite latérale de façade commerciale et dans l'alignement de l'enseigne en bandeau lorsque celle-ci existe. Verticalement, elles doivent être installées entre le haut des baies du rez-de-chaussée et la limite du premier étage.

Enseignes sur clôture : les enseignes sur clôture sont autorisées sur les clôtures aveugles uniquement et réalisées en lettres ou signes découpés, sans panneau de fond.

Enseignes sur toiture : interdites.

Enseignes sur bâche : les enseignes installées de façon permanente sur bâche sont interdites.

Enseignes numériques : les enseignes numériques sont interdites en ZP1LA. Elles sont autorisées uniquement en façade, et sont limitée à 10 ou 17% de la façade en ZP1L, en fonction de la surface de la façade commerciale (+/- 50m² de façade commerciale, respectivement).

En ZP1, les enseignes numériques sont autorisées uniquement en façade, avec une surface maximale de 2m².

Enseignes au sol : les enseignes au sol sont interdites en ZP1LA et ZP1L. En ZP1, les enseignes au sol mobiles, de type chevalet, oriflamme ou kakemono sont autorisées.

2.2.2. Quartiers résidentiels

Enseignes en façade : dans les quartiers résidentiels, les enseignes en façade suivent les mêmes règles que dans les centralités historiques et commerçantes, avec la particularité d'une implantation possible jusqu'à la limite formée par l'appui des baies du premier étage.

Enseignes sur clôture : Autorisées sur clôture aveugle uniquement.

Enseignes sur toiture : interdites

Enseignes sur bâche : les enseignes installées de façon permanente sur bâche sont interdites.

Enseignes numériques : en ZP2L elles suivent les mêmes règles qu'en ZP1L, en ZP2 elles sont interdites.

Enseignes au sol : Elles sont autorisées avec un format maximal de 4m² et une hauteur de 3m en ZP2L, 2m² et 3m en ZP2.

2.2.3. Zones d'activités

Enseignes en façade : Pas de dispositions particulières

Enseignes sur clôture : Possibilité d'une augmentation de surface à 20% du support dans le cas d'un dispositif regroupant plusieurs enseignes, dans le cas d'activités installées sur une même unité foncière.

Enseignes sur toiture : Pas de dispositions particulières

Enseignes sur bâche : 1 par activité installée de façon permanente, dans le respect des dispositions relative au mode d'implantation.

Enseignes numériques : Autorisées uniquement en façade, implantées à plat ou parallèlement au mur. Elles sont limitées à un format de 2 m² en ZP4.

Enseignes au sol : Autorisée avec un format maximal de 6m² dans le cas d'un totem commun regroupant les enseignes de différentes activités implantées sur la même unité foncière, 4m² pour les enseignes individuelles.

Les enseignes au sol doivent respecter un recul de 1.50m par rapport à la limite avec le domaine public.

2.2.4. Axes structurants

Enseignes en façade : Pas de dispositions particulières

Enseignes sur clôture : Possibilité d'une augmentation de surface à 20% du support dans le cas d'un dispositif regroupant plusieurs enseignes, dans le cas d'activités installées sur une même unité foncière.

Enseignes sur toiture : Pas de dispositions particulières

Enseignes sur bâche : les enseignes installées de façon permanente sur bâche sont interdites.

Enseignes numériques : Autorisées uniquement en façade, implantées à plat ou parallèlement au mur. Elles sont limitées à un format de 2 m² en ZP4.

Enseignes au sol : Autorisée avec un format maximal de 6m² dans le cas d'un totem commun regroupant les enseignes de différentes activités implantées sur la même unité foncière, 4m² pour les enseignes individuelles.

Les enseignes au sol doivent respecter un recul de 1.50m par rapport à la limite avec le domaine public.

Tableau de synthèse de la réglementation des publicités et pré-enseignes dans le RLPi de Laval Agglomération

	ZP1LA	ZP1L	ZP1	ZP2L	ZP2	ZP3L	ZP3	ZP4L	ZP4
Micro-affichage	Interdite	Le micro-affichage doit être implanté à plat ou parallèlement à la façade, avec une saillie maximale de 10cm et autorisé selon les dispositions de la RNP							
Publicité sur mobilier urbain	Interdite	Surface utile maximale = 2m ² , sauf 7 dispositifs pouvant avoir une surface utile comprise entre 2 et 8m ² .	Autorisée selon les dispositions de la RNP						
Publicité murale	Interdite	Interdite	Interdite	1 par mur, implantée à plat ou parallèlement. Smax =12m ²	Interdite	1 par mur, implantée à plat ou parallèlement. Smax =12m ²	1 par mur, implantée à plat ou parallèlement. Smax =4m ²	1 par mur, implantée à plat ou parallèlement. Smax =12m ²	1 par mur, implantée à plat ou parallèlement. Smax =4m ²
Publicité au sol	Interdite	Interdite	Interdite	Règle de densité Smax= 12m ²	Interdite (RNP)	Règle de densité Smax= 12m ²	Interdite (RNP)	Règle de densité Smax= 12m ²	Interdite (RNP)
Publicité numérique	Interdite	Autorisée uniquement sous format mobilier urbain. NB : 8m ² = surface totale maximale (RNP)	Interdite (RNP)	Smax =8m ²	Interdite (RNP)	Smax =8m ²	Interdite (RNP)	Smax =8m ²	Interdite (RNP)
Publicité sur clôture	Interdite								
Publicité en toiture	Interdite								
Publicité sur bâche de chantier	RNP	RNP	Interdite (RNP)	RNP	Interdite (RNP)	RNP	Interdite (RNP)	RNP	Interdite (RNP)
Bâches publicitaires	Interdites	Interdites	Interdite (RNP)	Interdites	Interdite (RNP)	1 par unité foncière Smax = 4m ²	Interdite (RNP)	Interdites	Interdite (RNP)

	ZP1LA	ZP1L	ZP1	ZP2L	ZP2	ZP3L	ZP3	ZP4L	ZP4
Enseignes en façade	Respect et mise en valeur de l’architecture (rythmes de façade, modénatures, ...)								
	Implantation niveau RDC sauf exception								
Dont enseigne perpendiculaire	1 par voie ouverte à la circulation publique, installée en limite latérale de façade commerciale Smax = 0.60m², saillie < 0.80m fixation comprise.					/ pas de dispositions supplémentaires aux dispositions générales relatives aux enseignes en façade.			
Enseigne au sol	Interdite	Interdite	1 par voie ouverte à la circulation publique.						
			Interdite, excepté enseignes au sol mobiles de petit format (chevalet, kakemono, oriflamme) NB : nécessite autorisation d’occupation du domaine public.	Smax= 4m² Hmax= 3m	Smax= 2m² Hmax= 3m	Recul 1.50m par rapport à la voie publique. Smax=4m² Smax totem commun = 6m²			
Enseigne numérique	Interdite	Autorisées uniquement en façade.	Autorisée uniquement en façade.	Autorisées uniquement en façade.	Interdite	Autorisées uniquement en façade.			
		10 à 17% de la surface de la façade commerciale	2m² maximum	10 à 17% de la surface de la façade commerciale			Surface maximale 2m²		Surface maximale 2m²
Enseigne sur clôture	1 par voie ouverte à la circulation publique, Smax=15% de la surface du support. En cas d’activités multiples sur l’unité foncière : regroupement sur un seul et unique dispositif avec S=20% de la surface du support. Interdite sur les clôtures végétales.								
	Sur clôture aveugle uniquement. Autorisées uniquement en lettres ou signes découpées sans panneau de fond.			Sur clôture aveugle uniquement.		Surface maximale augmentée à 20% pour les dispositifs regroupant plusieurs enseignes d’activités différentes.		Sur clôture aveugle uniquement. Surface maximale augmentée à 20% pour les dispositifs regroupant plusieurs enseignes d’activités différentes.	
Enseigne en toiture	Interdite					RNP			
Enseigne sur bâche (sauf temporaire)	Interdite					Autorisée à hauteur d’1 dispositif par activité, dans le respect des dispositions relatives au mode d’implantation.		Interdite	
Enseignes temporaires à caractère commercial	Maximum 3 dispositifs par opération signalée, avec une surface unitaire maximale 3m².								

Enseignes temporaires immobilières (location / vente en façade)	1 dispositif par bien et par intermédiaire, à plat ou parallèle à la façade, avec une saillie maximale de 25cm et un format de 60*80 cm.	RNP	1 dispositif par bien et par intermédiaire, à plat ou parallèle à la façade, avec une saillie maximale de 25cm et un format de 60*80 cm.	RNP	1 dispositif par bien et par intermédiaire, à plat ou parallèle à la façade, avec une saillie maximale de 25cm et un format de 60*80 cm.	RNP	1 dispositif par bien et par intermédiaire, à plat ou parallèle à la façade, avec une saillie maximale de 25cm et un format de 60*80 cm.	RNP
Enseignes lumineuses	Extinction nocturne entre 23h et 6h du matin Système de rayonnement laser ou lumineux défilants interdits Pour services d’urgence et pharmacie, 1 enseigne clignotante par activité et par voie la bordant autorisée au maximum							

Tableau de synthèse de la réglementation des enseignes dans le RLPi de Laval Agglomération

