

Envoyé en préfecture le 12/02/2026

Reçu en préfecture le 12/02/2026

Publié le 12/02/2026

ID : 050-200066389-20260209-DEL20260209006-DE

S²LO

Approbation
9 février 2026

RLP II

Vu pour être annexé à la délibération du Conseil Communautaire en date du 09 février 2026
Approuvant le Règlement Local de Publicité intercommunal
Fait à , le 09 février 2026

Président de Saint-Lô Agglo



PRÉAMBULE	4
I. LE SCOT	6
II. LES TROIS FAMILLES DE PUBLICITÉ	7
III. LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL	11
IV. SAINT-LÔ AGGLO	12
V. LA COMMUNE ET L'AGGLOMÉRATION COMME ÉLÉMENTS DE RÉFÉRENCE	13
VI. LA RÉGLEMENTATION PRÉEXISTANTE SUR LE TERRITOIRE	14
PARTIE 1. DIAGNOSTIC TERRITORIAL	22
I. LE PLUI	24
II. QUAND LA PROXIMITÉ CRÉE LA DISPERSION	26
III. UN EFFET DE CARREFOUR ET DE PASSAGE	29
IV. LES CONVERGENCES VERS SAINT-LÔ : PÔLE CENTRAL ET MAJEUR DU TERRITOIRE	33
V. UN MAILLAGE ÉCONOMIQUE QUI RÉPARTIT LES FLUX SUR LE TERRITOIRE	34
VI. L'HÉRITAGE DE L'URBANISME DE LA RECONSTRUCTION : LA VILLE FAITE POUR LA VOITURE	38
VII. LE MANQUE D'ATTRACTIVITÉ DES CENTRES-BOURGS	41
PARTIE 2. ETAT DES LIEUX DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE	51
I. MÉTHODOLOGIE	53
II. SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES	54
III. A RETENIR	84

PARTIE 3. ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	90
I. LES OBJECTIFS DU RLPI	92
II. LES ORIENTATIONS GÉNÉRALES	93
PARTIE 4. JUSTIFICATIONS	96
I. LES GRANDS PRINCIPES D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT	98
II. LE ZONAGE	99
III. LE RÈGLEMENT ÉCRIT	101
IV. SYNTHÈSE	118
PARTIE 5. ANNEXES	121

PRÉAMBULE





I. LE SCOT

Le SCoT du Pays Saint-Lois définit à long terme (15 ans) la stratégie globale de développement durable d'un territoire et ses implications en termes d'urbanisme et d'aménagement.

Le périmètre du territoire du SCoT du Pays Saint-Lois a été délimité par arrêté préfectoral le 1er août 2022. Un SCoT initial a débuté en 2004 puis a été approuvé en février 2008, mais a été annulé par jugement du tribunal administratif de Caen en juin 2010, pour raisons de procédure.

La nouvelle élaboration est intervenue dans un contexte législatif, social, économique et spatial renouvelé, avec cependant une même volonté politique de faire vivre le projet de territoire.

Le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) met en oeuvre ce changement d'échelle de croissance en affirmant 3 axes d'objectifs et actions :

>> Le Saint-Lois, cadre d'une attractivité renforcée par le bocage, la Vire et les Marais

>> Le Saint-Lois, espace de coopérations externes et internes

>> Le Saint-Lois, terre d'innovation et de croissance

Dans le premier chapitre «Le Saint-Lois, cadre d'une attractivité renforcée par le bocage, la Vire et les Marais», le second point «Valoriser les éléments forts du paysage» évoque la favorisation d'un mode de développement de l'urbain et des espaces naturels et agricoles à l'échelle du SCoT.

Dans cette partie, il s'agit de donner les moyens au territoire afin de préserver et valoriser les atouts paysagers du Saint-Lois tels qu'ils émergent dans le grand paysage et constituent l'élément de base de son architecture.

Les orientations définies par le SCoT visent à préserver et valoriser les éléments existants mais aussi à dynamiser les scènes paysagères dans l'objectif d'étendre la diversité des ambiances et de créer ainsi de nouveaux points d'appels visuels structurants et attractifs.

Pour cela, une des orientations est d'«améliorer la lisibilité et l'image du territoire par une organisation paysagère des entrées de ville, et des franges urbaines, au premier chef sur les grands axes, «pénétrantes» du territoire, mais aussi sur des itinéraires secondaires parfois touristiques».

Extrait du DOO du SCoT concernant la publicité, p.26

«Les P.L.U et cartes communales des communes concernées par les entrées de ville le long des infrastructures visées à l'article L.111-1-4 1° alinéa du code de l'urbanisme (autoroutes, routes express, déviations, routes à grandes circulation) définiront les règles permettant la mise en valeur de ces sites en prenant en compte les nuisances, la sécurité, la qualité de l'architecture, de l'urbanisme et des paysages.

Ces règles porteront en fonction du contexte sur :

[...]

La mise en place d'une signalétique homogène et qualitative

La réalisation de règlements de publicité à échelle intercommunale est particulièrement encouragée.

II. LES TROIS FAMILLES DE PUBLICITÉ

A. LES PRINCIPES DE LA RÉGLEMENTATION

Les publicités, enseignes et préenseignes, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, sont soumises à une réglementation spécifique, leur installation doit être conforme à des conditions de densité et de format et faire l'objet de déclaration ou d'autorisation préalables en mairie ou en préfecture.

La réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes est inscrite au sein du code de l'environnement. Elle a pour objectif de préserver ou d'améliorer la qualité du cadre de vie, de lutter de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel et de participer aux efforts d'économie d'énergie, tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et le bon exercice de l'activité du secteur de la publicité extérieure et des enseignes.

Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur. Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le code de l'environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Par voies ouvertes à la circulation publique, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement

B. LES DISPOSITIFS VISÉS PAR LA RÉGLEMENTATION

Trois types de publicité extérieure sont différenciées dans la législation (article L.581-1 et suivants du code de l'environnement) parce que le message qu'elles transmettent n'a pas la même vocation : la publicité, les enseignes et les préenseignes.

La publicité cherche à promouvoir une activité ou un produit, alors que les enseignes et les préenseignes indiquent la localisation de ces mêmes activité et produit.

Constitue une **publicité**, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Constitue une **enseigne** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Constitue une **préenseigne** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Article L.581-3 du code de l'environnement



La loi distingue clairement ces familles de publicité même si parfois il est difficile de les percevoir, comme par exemple lorsqu'une préenseigne met en avant un slogan publicitaire et pas uniquement une localisation.

Dans les Règlements Locaux de Publicité (RLP) la publicité et les préenseignes sont souvent associées et soumises aux mêmes règles, alors que les enseignes ont des règles qui leur sont propres.

LES ENSEIGNES

En façade (en applique - parallèle au mur ; en drapeau - perpendiculaire au mur)

En toiture

Scellées au sol

...



LES PREENSEIGNES

Scellées au sol

En chevalet

...

LA PUBLICITE

Murale

Scellée au sol

Sur le mobilier urbain

...

Source : Règlement National de Publicité

C. LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

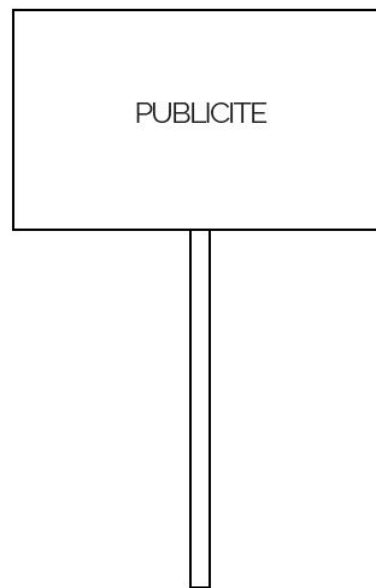
La publicité extérieure est définie comme toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Typologie dressée en fonction de leurs conditions d'implantation :

- > publicité scellée au sol ou implantée directement sur le sol
- > publicité apposée sur un support existant (mur, clôture, etc.)
- > publicité sur bâches de chantier ou autres
- > publicité apposée sur du mobilier urbain

Des dispositifs publicitaires distingués :

- > Selon qu'ils utilisent ou non une source lumineuse
- > Selon leur taille
- > Selon leur mobilité
- > Selon qu'ils délivrent un message publicitaire ou non



Publicité scellée au sol

INTERDICTION

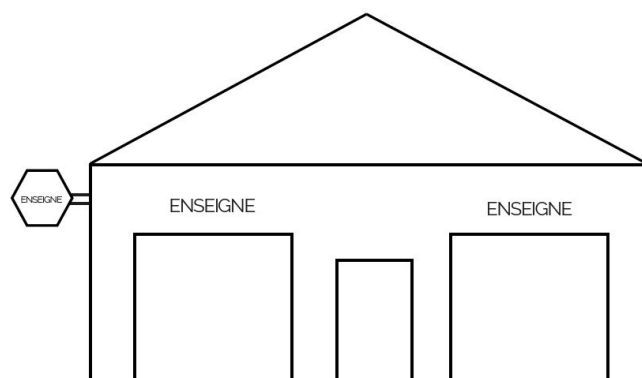
- > Dans les agglomérations de moins de dix mille habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants, la publicité scellée au sol est interdite.

D. LES ENSEIGNES

Les enseignes sont définies comme toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Le code de l'environnement prévoit des règles pour :

- > Les enseignes en façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires (enseigne dite «en drapeau»)
- > Les enseignes en toiture
- > Les enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol
- > Les enseignes lumineuses parmi lesquelles figure l'enseigne à faisceau de rayonnement laser

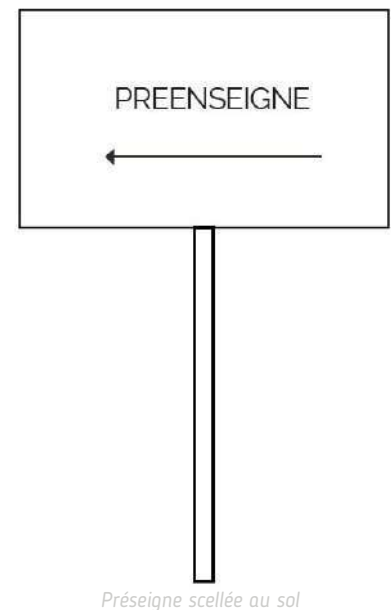


Enseignes en façade à plat et en drapeau

E. LES PRÉENSEIGNES

Les préenseignes sont définies comme toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

La préenseigne se distingue de l'enseigne par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur l'immeuble où s'exerce l'activité signalée tandis que la préenseigne est implantée sur un immeuble matériellement différent de celui où s'exerce l'activité signalée.



F. LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

Les préenseignes dérogatoires permettent de pré-signaliser, hors agglomération, des activités apportant un service aux personnes en déplacement : monuments historiques ouverts à la visite, vente de produits locaux...

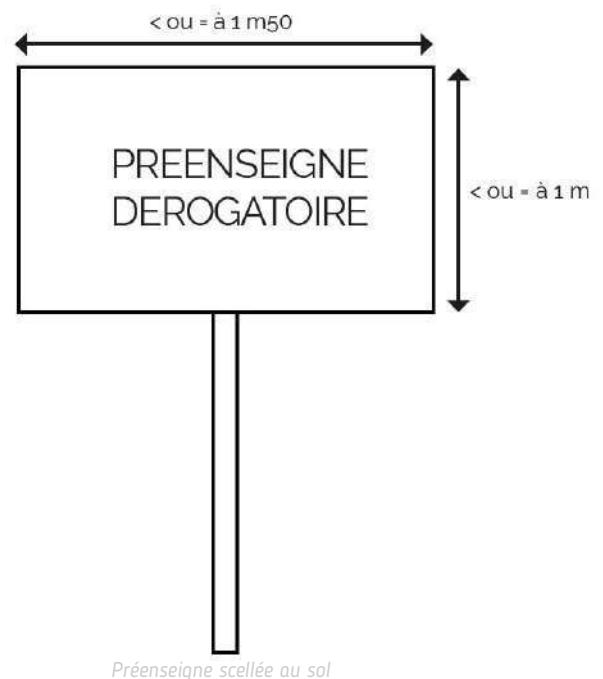
Un régime dérogatoire a donc été créé, accordant la possibilité d'installer hors agglomération et en nombre limité des dispositifs de petit format.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être implantées à plus de 5km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent (10 km pour les Monuments Historiques).

Depuis le 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol ne peuvent plus être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent donc être installées qu'hors agglomération.

Les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires, depuis le 13 juillet 2015, sont :

- > Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales (2 préenseignes maximum)
- > Les activités culturelles (2 préenseignes maximum)
- > Les Monuments Historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (4 préenseignes maximum)
- > A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20



III. LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

A. C'EST QUOI ?

Le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale communément appelée règlement national de la publicité – applicable à l'ensemble du territoire national. Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) peut être institué. Il permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le règlement local de publicité est constitué de trois volumes :

- Un **rapport de présentation**. Il comprend un diagnostic, définit les orientations et les objectifs de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- La **partie réglementaire** prescrit les règles sur la publicité en adaptant les dispositions du règlement national. Il établit soit des prescriptions pour l'ensemble du territoire intercommunal soit des prescriptions spécifiques selon un zonage qu'il définit. Les secteurs qui ne sont pas couverts par une zone spécifique sont soumis aux prescriptions nationales.
- Enfin les **annexes** sont constituées par des documents graphiques. Ils font apparaître les zonages identifiés et les limites d'agglomération.

B. POUR QUOI FAIRE ?

Le RLP(i) peut comporter des assouplissements sur des points précis prévus par le code de l'environnement. Ainsi, l'élaboration d'un RLP(i) offre la possibilité d'être acteur des paysages et du cadre de vie des habitants tout en soutenant l'économie locale.

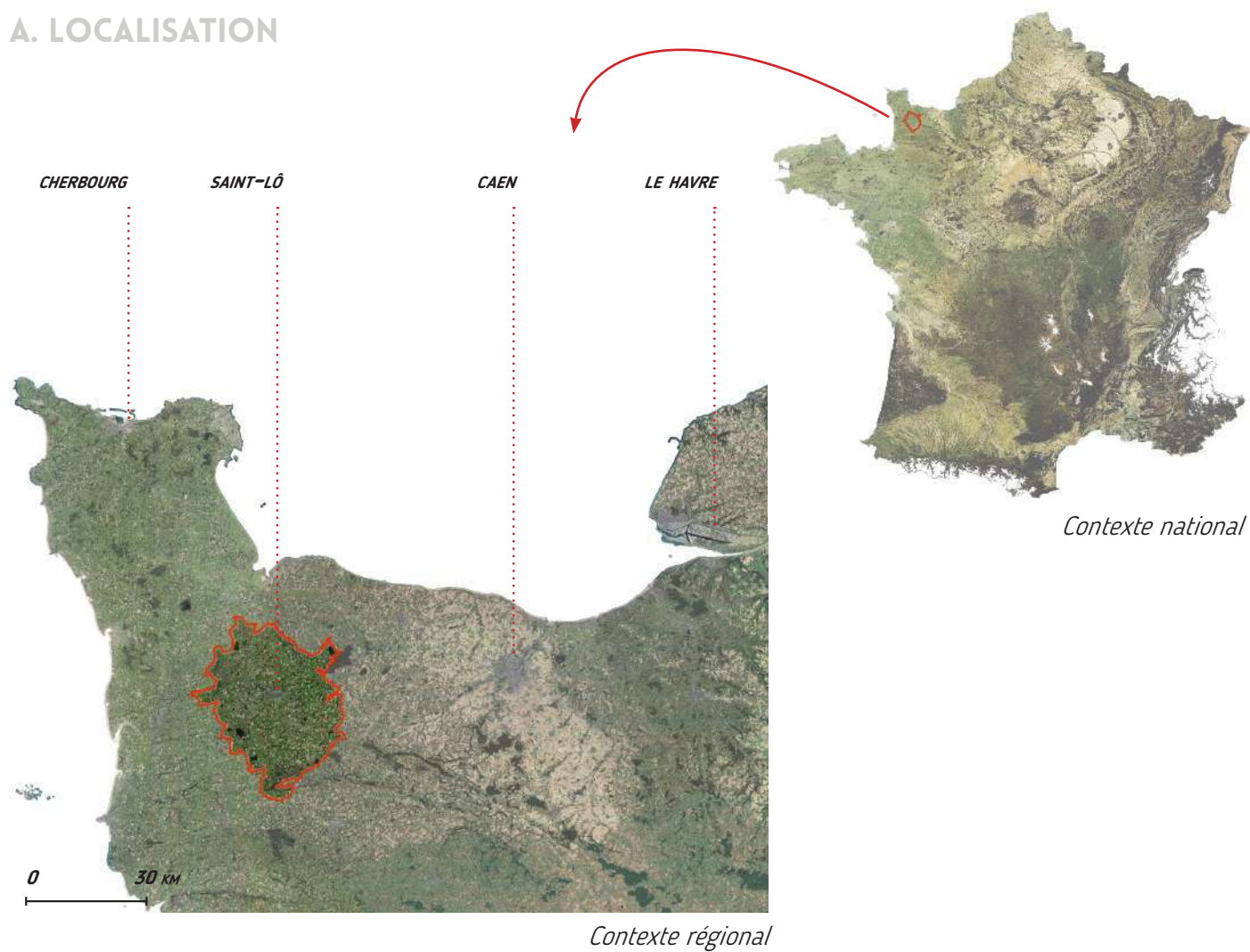
C. LES OBJECTIFS SUR LE TERRITOIRE DE SAINT-LÔ AGGLO

Saint-Lô Agglo s'est engagée dans l'élaboration de son règlement local de publicité par une décision du président en date du 25 juin 2020. Les objectifs poursuivis ont été fixés comme suit :

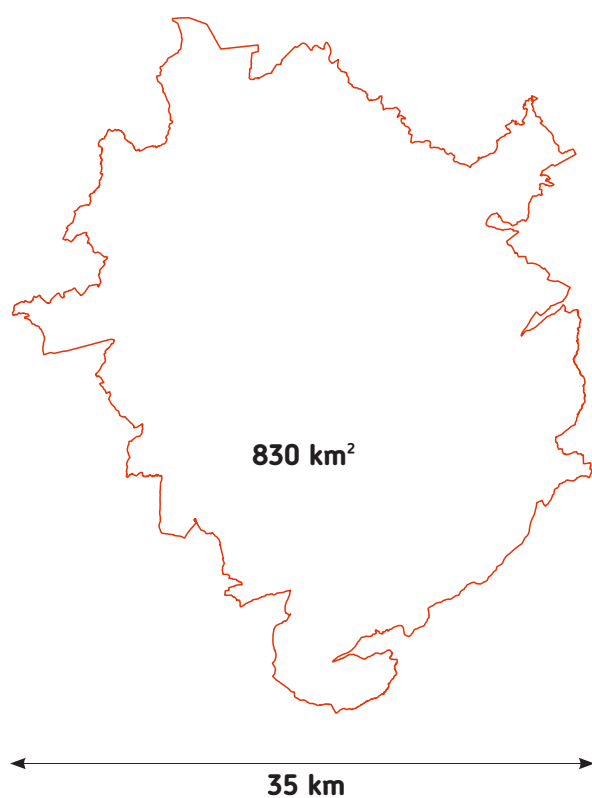
- Renforcer l'attractivité du territoire de Saint-Lô Agglo en conciliant qualité du cadre de vie, bâti comme naturel, et visibilité des activités économiques, touristiques et culturelles
- Prendre en compte les évolutions de la loi dite «Grenelle 2» tout en adaptant la réglementation à nos spécificités territoriales : Parc Naturel Régional des Marais du Cotentin et du Bessin, centre-ville de Saint-Lô, centralités commerçantes des communes pôles, etc.
- Améliorer la lisibilité et l'image du territoire par une organisation paysagère des entrées de villes et des grands axes structurants, en compatibilité avec les préconisations du schéma de cohérence territoriale du Pays Saint-Lois
- Permettre dans les secteurs concernés par une interdiction spécifique, notamment dans les centralités, de réintroduire de la publicité de manière mesurée et en créant les conditions de sa bonne intégration paysagère
- Accompagner la politique de signalétique existante afin de garantir l'homogénéité et la qualité des zones d'activités économiques sur Saint-Lô Agglo
- S'adapter aux nouveaux usages, aux besoins et à la diversité des acteurs économiques du territoire en leur permettant de communiquer au mieux sur leur activité tout en prenant en compte les impacts paysagers et environnementaux des dispositifs.

IV. SAINT-LÔ AGGLO

A. LOCALISATION



B. PRÉSENTATION



Saint-Lô Agglo est une communauté d'agglomération située au centre du département de la Manche en Normandie.

Créée au 1er janvier 2014, elle regroupe aujourd'hui 61 communes et près de 80 000 habitants.

Elle a pour objet d'associer des communes en vue de l'élaboration d'un projet commun d'attractivité du territoire, d'aménagement de l'espace et de développement de services à la population.

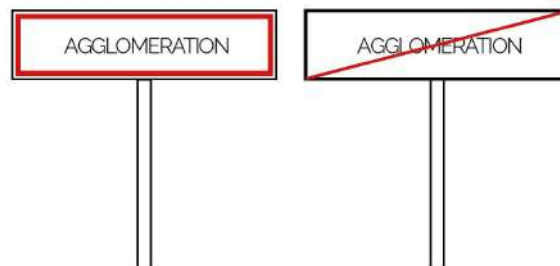
Source : Site internet de la communauté d'agglomération

V. LA COMMUNE ET L'AGGLOMÉRATION COMME ÉLÉMENTS DE RÉFÉRENCE

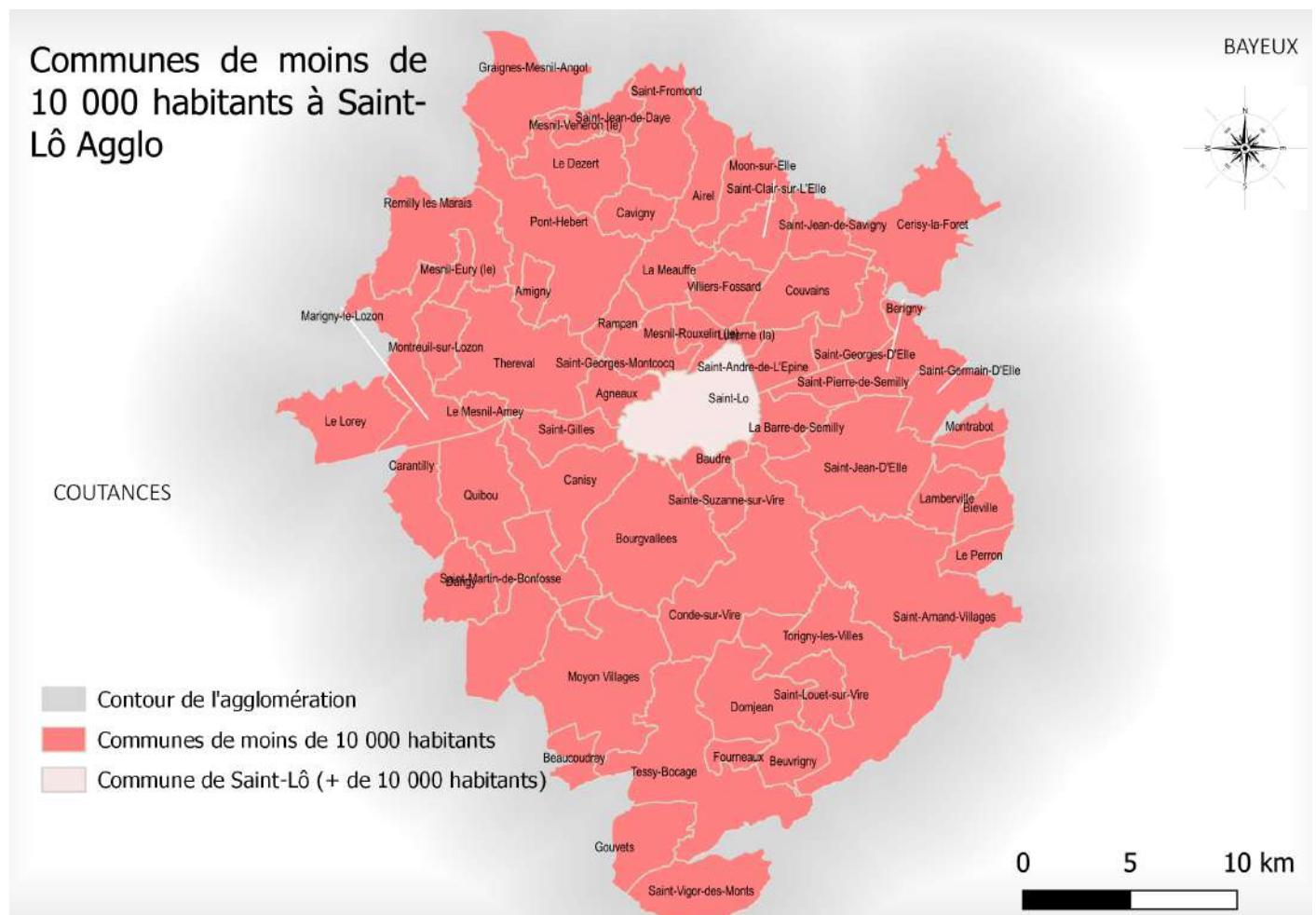
Le régime de la publicité se base sur les notions d'agglomération au titre des règlements relatifs à la circulation routière et d'unité urbaine.

Dans un premier temps, la loi distingue trois ensembles de communes en fonction de leur population et leurs applique ensuite des règles plus ou moins restrictives :

- > Les communes de moins de 10 000 habitants
- > Les communes de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
- > Les communes de plus de 10 000 habitants



Panneaux de signalisation d'entrée et de sortie d'agglomération



VI. LA RÉGLEMENTATION PRÉEXISTANTE SUR LE TERRITOIRE

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) vient remplacer la réglementation en vigueur jusqu'alors sur le territoire de Saint-Lô Agglo.

Seules quatre communes étaient couvertes par un règlement local de publicité (RLP) :

- Un règlement local de publicité commun sur les communes de Saint-Lô, Agneaux et Saint-Georges-Montcocq, approuvé le 05/01/1995.
- Un règlement local de publicité communal sur l'ancienne commune de Torigni-sur-Vire, approuvé le 07/02/2003.

Depuis le 14 juillet 2022, ces RLP sont devenus caducs. Les périmètres des zones sont en annexe du présent document.

A. RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ COMMUN DES COMMUNES DE SAINT-LÔ, AGNEAUX ET SAINT-GEORGES-MONTCOCQ

Les municipalités de Saint-Lô, Agneaux et Saint-Georges-Montcocq ont institué :

- Deux zones de publicité restreinte (ZPR 1 et ZPR 2)
- Une zone de publicité élargie, afin de permettre la publicité sur le mobilier urbain et la circulation de véhicules publicitaires dans le périmètre des 100 m autour des monuments historiques (ZPE 1)
- Une première zone de publicité autorisée, au Parc des Expositions, afin de permettre la publicité des manifestations municipales et extra-municipales (ZPA 1)
- Une deuxième zone de publicité autorisée, afin que les entreprises implantées sur les zones d'activités situées hors agglomération, puissent se manifester (ZPA 2)
- Une troisième zone de publicité élargie sur la parcelle comportant des sites commerciaux en agglomération de moins de 10 000 habitants (ZPE 3)

Le RLP de Saint-Lô, Agneaux et Saint-Georges-Montcocq, adopté en 1992, répondait à trois objectifs poursuivis par le groupe de travail :

- Améliorer dans l'agglomération Saint-Loise la QUALITÉ de présentation et d'implantation des publicités, enseignes et préenseignes
- Y maîtriser la DENSITÉ des dispositifs pour garantir une protection efficace du cadre de vie et le droit énoncé par la loi de 1979, d'exprimer et de diffuser informations et idées quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes ou de préenseignes
- Y contrôler les IMPACTS VISUELS des dispositifs sur l'environnement, en adoptant des règles identiques pour les supports présentant les mêmes caractéristiques, qu'il s'agisse de publicité, d'enseignes ou de préenseignes
- Enfin pour tenir compte du caractère de certains points précis dans l'agglomération (sites, bâtiments, monuments, etc.) et en assurer la protection, l'interdiction d'apposer affiches, enseignes et préenseignes fait l'objet d'un arrêté municipal.

B. RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE TORIGNI-SUR-VIRE

Une zone de publicité restreinte est instituée sur le territoire communal (ZPR).

Le RLP de Torigni-sur-Vire reposait sur trois ambitions :

- Faire de Torigni-sur-Vire une commune accueillante, en améliorant la qualité des entrées de ville et la traverse de l'agglomération
- Maîtriser la présence des différentes formes de publicité extérieure
- Protéger et mettre en valeur les abords des monuments historiques et plus généralement le patrimoine bâti et le cadre de vie

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Article 4 : Implantation de portatifs	Sauf dispositions particulières : - Les doublons sont interdits. - Les supports de dispositifs scellés au sol sont de type mono-pied ou bipieds. Les tirants sont interdits. - Les portatifs doivent être implantés perpendiculairement à l'axe de la voie le long de laquelle ils sont installés. - Les portatifs implantés en trièdre sont autorisés. - L'implantation de portatifs dos à dos est interdite, seul l'équipement recto-verso d'un même dispositif est admis. - Lorsque l'une des faces n'est pas utilisée pour la publicité, elle reçoit un aménagement en bardage. - Les portatifs implantés sur une même unité foncière et visibles d'une même voie sont identiques, de même hauteur et de même format. - La surface maximum des publicités, enseignes et préenseignes supportées par des portatifs est de 12 m². - Ces dimensions maximales excluent toute adjonction supérieure ou latérale de panneaux de formes supplémentaires, sauf dérogation.
Article 6 : Implantation des dispositifs muraux	Sauf dispositions particulières : - La hauteur d'un dispositif mural ne peut excéder 7,50 m depuis le sol. - La partie basse du dispositif mural se trouvera obligatoirement à une hauteur minimale de 0,50 m du sol. - La surface unitaire maximum de l'enseigne, de la préenseigne ou de la publicité murale est de 12 m². - Sur chaque façade aveugle et pignon des maisons d'habitation (ou ayant cette apparence), il ne peut être installé plus de deux dispositifs. Ils sont obligatoirement de mêmes dimensions. - Lorsque plusieurs dispositifs sont implantés sur le même mur (ou clôture, etc, ...), ils doivent être alignés selon les largeurs ou les hauteurs et être constitués de matériels identiques. - Les dispositifs implantés sur les clôtures et les palissades de chantier ne peuvent s'élever à plus de 4,50 m, au-dessus du niveau du sol.

EN AGGLOMÉRATION

ZPR 1

Centre de Saint-Lô, Agneaux, Saint-Georges-Montcoq

Caractéristiques de la zone	Les panneaux sur portatif spéciaux et les dispositifs scellés au sol ou directement installés sur le sol sont interdits. Seuls y sont autorisés les panneaux sur mur, tels que définis dans le chapitre 'dispositions générales'.
Publicité non lumineuse	Elle est interdite : - Dans les zones ayant fait l'objet d'un arrêté Municipal d'interdiction - Sur les murs des bâtiments d'habitation, de bureaux et sur les murs de clôture, sauf selon les conditions indiquées dans le chapitre des 'Dispositions Générales'. - Ces dispositions ne s'appliquent pas aux bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou dans les zones mentionnées à l'article L.430 du Code de l'Urbanisme, faisant l'objet d'un permis de démolir, et ce à l'exception des 100 m autour des Monuments Historiques et dans le même champ de visibilité.
Publicité lumineuse	Elle est interdite mais cette disposition n'est pas applicable aux dispositifs ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence.
Mobilier urbain	Le mobilier urbain peut supporter une publicité d'une surface unitaire de 2m² maximum mais ces dispositions ne s'appliquent pas aux journaux électroniques qui peuvent avoir une surface unitaire de 5 m² et s'élever jusqu'à 5 m de hauteur.
Affichage d'opinion	L'affichage d'opinion doit respecter les prescriptions du règlement en matière de publicité.
Enseignes et préenseignes	Voir le RNP

EN AGGLOMÉRATION

ZPR 2

Toutes les autres parties du territoire à l'intérieur des agglomérations

Caractéristiques de la zone	La possibilité d'implanter des panneaux sur portatifs spéciaux scellés au sol, directement ou indirectement, est en fonction de la longueur de la façade sur rue de la parcelle.
Publicité non lumineuse	Elle est interdite : - Sur les murs des bâtiments d'habitation, de bureaux et sur les murs de clôture, sauf selon les conditions indiquées dans le chapitre des 'Dispositions Générales'. - Ces dispositions ne s'appliquent pas aux bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou dans les zones mentionnées à l'article L.430-1 du Code de l'Urbanisme.
Dispositifs scellés au sol ou directement installés sur le sol	(Art. 1) Les dispositifs publicitaires non lumineuses scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits : - Dans les espaces boisés classés. - Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique. Ils ne peuvent pas être placés à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. (Art.2) Ils ne peuvent s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol. Seules les parcelles d'au moins 35 m de longueur de façade sur rue peuvent recevoir un tel dispositif. Sur une même unité foncière, deux emplacements sont séparés par une distance au moins égale à 35 m. Les dispositifs installés derrière les palissades de chantier sont parallèles et accolés à celles-ci. L'implantation du panneau doit respecter les lignes de force du bâti, il devra être soit perpendiculaire à la voie soit parallèle au bâtiment le plus proche s'il est situé à moins de 15 m et visible d'une voie ouverte à la circulation routière. (Art.3) Ils ne peuvent pas être placés à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. Un dispositif ne peut être placé au droit d'une façade non aveugle d'un immeuble d'habitation situé sur le même fond. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.
Publicité lumineuse	Elle est interdite mais cette disposition n'est pas applicable aux dispositifs ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence.
Mobilier urbain	Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, et dans les conditions définies au présent chapitre, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. La publicité apposée sur ce mobilier est soumise aux dispositions des articles du présent règlement. Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Il ne peut supporter une publicité d'une surface unitaire de 2 m ² maximum. Ces dispositions ne s'appliquent pas aux journaux électroniques qui peuvent avoir une surface unitaire de 5 m ² et s'élever jusqu'à 5 m de hauteur.
Affichage d'opinion	L'affichage d'opinion doit respecter les prescriptions du règlement en matière de publicité.
Enseignes et préenseignes	Voir le RNP

EN AGGLOMÉRATION

ZPE 1

Secteur de protection des monuments historiques défini autour des remparts, du haras et de la chapelle de la Madeleine

Mobilier urbain	Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, et dans les conditions définies au présent chapitre, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. Il peut supporter une publicité d'une surface unitaire maximum de 2 m ² . La circulation des véhicules publicitaires est autorisée mais pas le stationnement.
------------------------	---

ZPE 2

Sites d'accueil d'entreprises en agglomération

Caractéristiques de la zone	La zone permet la pose d'un panneau présentant les activités résidentes. Les informations touristiques à caractère général bénéficieront de dispositions identiques pour leur implantation le long des voies de circulation après avoir obtenu l'accord des Municipalités.
Enseignes - Publicité et affichage d'opinion	(Art.1) Les muraux définis dans les 'Dispositions Générales' sont autorisés pour les parcelles de 0 à 40 m de façade linéaire sur rue. Leur nombre est limité à une unité par entreprise. Pour ces parcelles, les portatifs sont interdits. (Art.2) Les portatifs définis dans les 'Dispositions Générales' sont autorisés pour les parcelles de plus de 40 m linéaire sur façade sur rue. Leur nombre est limité à un dispositif simple ou double face par parcelle. Pour ces parcelles, les dispositifs muraux sont interdits. Les enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées exclusivement sur les parcelles où est exercée l'activité signalée et limitée en nombre dans les conditions suivantes : un dispositif simple ou double face pour 30 m de façade sur une voie ouverte à la circulation. (Art.3) Les enseignes ne peuvent dépasser : - 6,50 m de haut lorsqu'elles ont plus de 1 m de large - 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large Aucun panneau ne pourra être implanté en deçà de 50 m de l'amorce de la courbure des voies de circulation aux abords d'un rond point. (Art.4) Les messages publicitaires sont limités à la promotion de l'activité exercée sur la parcelle ou à des manifestations sportives culturelles ou ludiques d'intérêt local. Dans le cas d'un dispositif double face, l'une d'elle peut alors être utilisée pour de la publicité générale.

EN AGGLOMÉRATION

ZPE 3

Sites commerciaux en agglomération de moins de 10 000 habitants (Leclerc à Agneaux)

Caractéristiques de la zone	La possibilité d'implanter des panneaux sur portatifs spéciaux scellés au sol, directement ou indirectement, est en fonction de la longueur de la façade sur rue de la parcelle.
Publicité non lumineuse	Elle est interdite : - Sur les murs des bâtiments d'habitation, de bureaux et sur les murs de clôtures, sauf selon les conditions indiquées dans le chapitre 'Dispositions Générales'. - Ces dispositions ne s'appliquent pas aux bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou dans les zones mentionnées à l'article L.430.1 du Code de l'Urbanisme, faisant l'objet d'un permis de démolir.
Dispositifs scellés au sol ou directement installés sur le sol	(Art.1) Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits : - Dans les espaces boisés classés - Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant au plan d'occupation des sols. (Art.2) Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol. Seules les parcelles d'au moins 35 m de longueur de façade sur rue peuvent recevoir un tel dispositif. Sur une même unité foncière, 2 emplacements sont séparés par une distance au moins égale à 35 m. Les dispositifs installés derrière les palissades de chantier sont parallèles et accolés à celles-ci. L'implantation du panneau doit respecter les lignes de force du bâti, il devra être soit perpendiculaire à la voie, soit parallèle ou perpendiculaire au bâtiment le plus proche s'il est situé à moins de 15 m et visible d'une voie ouverte à la circulation routière. (Art.3) Un dispositif publicitaire non lumineux scellé au sol ou installé directement sur le sol ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. Un dispositif ne peut être placé au droit d'une façade non aveugle d'un immeuble d'habitation situé sur le même fond. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.
Publicité lumineuse	Elle est interdite. Cette disposition n'est pas applicable aux dispositifs ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence.
Mobilier urbain	(Art.1) Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, et dans les conditions définies au présent chapitre, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. (Art.2) Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Le mobilier urbain peut supporter une publicité d'une surface unitaire de 2m ² maximum. Ces dispositions ne s'appliquent pas aux journaux électroniques qui peuvent avoir une surface unitaire de 5 m ² et s'élever jusqu'à 5 m de hauteur.
Affichage d'opinion	L'affichage d'opinion doit respecter les prescriptions du règlement en matière de publicité.
Enseignes et préenseignes	Voir le RNP

HORS AGGLOMÉRATION

ZPA 1

Parc des Expositions

Publicité et affichage d'opinion	Toute publicité est interdite, sauf dans les zones dénommées 'zone de publicité autorisé' (soit la parcelle cadastrée CT 74 où se situe le Parc des Expositions)
Dispositifs scellés au sol ou directement installés sur le sol	Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol. Ces dispositifs seront de type Tripode ou bifaces. Les supports de dispositifs scellés au sol devant être de type mono-pied, les tirants sont interdits.

ZPA 2

Sites d'accueil d'entreprises hors agglomération

Caractéristiques de la zone	La zone permet la pose d'un panneau présentant les activités résidentes. Les informations touristiques à caractère général bénéficieront de dispositions identiques pour leur implantation le long des voies de circulation après avoir obtenu l'accord des Municipalités.
Enseignes - publicité et affichage d'opinion	(Art.1) les muraux définis dans les 'Dispositions Générales' sont autorisés pour les parcelles de 0 à 40 m de façade linéaire sur rue. Leur nombre est limité à une unité par entreprise. Pour ces parcelles, les portatifs sont interdits. (Art.2) Les dispositifs définis dans les 'Dispositions Générales' sont autorisés pour les parcelles de plus de 40 m linéaire sur façade sur rue. Leur nombre est limité à un dispositif simple ou double face par parcelle. Pour ces parcelles, les dispositifs muraux sont interdits. Les enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Les enseignes de plus de 1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées exclusivement sur les parcelles où est exercée l'activité signalée et limitée en nombre dans les conditions suivantes : un dispositif simple ou double face pour 30 m de façade sur une voie ouverte à la circulation. (Art.3) Les enseignes ne peuvent dépasser : - 6,50 m de haut lorsqu'elles ont plus de 1 m de large ; - 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large. Aucun panneau ne pourra être implanté en deçà de 50 m de l'amorce de courbure des voies de circulation aux abords d'un rond-point. (Art.4) Les messages publicitaires sont limités à la promotion de l'activité exercée sur la parcelle ou à des manifestations sportives culturelles ou ludiques d'intérêt local. Dans le cas d'un dispositif double face, l'une d'elle peut alors être utilisées pour de la publicité générale.
Dispositions relatives aux enseignes ou préenseignes temporaires	(Art.1) Pour les enseignes temporaires, voir le RNP. Si les enseignes sont installées pour plus de 3 mois (travaux publics, opérations immobilières, construction, ...) leur surface unitaire est de 12 m² lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol. (Art.2) Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leur dimensions n'excèdent pas 1 m en hauteur et 1,50 m en largeur et si leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation

RLP DE TORIGNI-SUR-VIRE
EN AGGLOMÉRATION
ZPR Centre de Torigni-sur-Vire (centre historique, abords des étangs et les principales pénétrantes)
La publicité et les préenseignes sur dispositif portatif sont interdites. La publicité et les préenseignes n'y sont autorisées que sur le mobilier urbain sauf sur les abribus qui ne seraient pas équipés d'un caisson prévu pour recevoir de la publicité. Sur le mobilier urbain, la surface réservée à la publicité est limitée à 2 m². Cette disposition ne s'applique pas aux relais d'information service. Il n'est fait dérogation aux interdictions liées à la protection des monuments historiques et des sites pour l'implantation de mobilier urbain que sur le terrain de l'office du tourisme et pour des informations strictement à caractère touristique. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations à but non lucratif ne sont autorisés qu'aux emplacements déterminés par arrêté municipal. Sauf à l'occasion de manifestations exceptionnelles, et avec l'autorisation préalable de l'autorité investie du pouvoir de police et de la circulation, le stationnement des véhicules équipés à des fins essentiellement publicitaires, ou servant de préenseigne est interdit.
HORS AGGLOMÉRATION
Pas de réglementation particulière le RNP s'applique.

C. ANALYSE

L'analyse comparative des deux RLP fait apparaître une relative homogénéité de prescriptions concernant la publicité et les préenseignes sur dispositif portatif dans le cœur historique des villes. Les deux RLP l'interdit.

Néanmoins, la surface unitaire des dispositifs publicitaires sur le mobilier urbain à 2 m² est une caractéristique qui se retrouve dans les deux RLP.

Quelques thématiques telles que les matériaux et les couleurs des dispositifs ne sont pas traitées. Concernant les enseignes et les préenseignes, les RLP renvoient au RNP. Cela peut s'expliquer en partie par l'ancienneté des règlements locaux.

Le peu de RLP sur le territoire peut s'expliquer par une hétérogénéité des documents d'urbanisme. 17 communes ont un PLU et 22 ont une carte communale (données issues du PAC transmis par la DDTM 50).

Le RLPi aura pour objectif d'introduire des thématiques manquantes comme la couleur des dispositifs pour les enseignes. Ces éléments pourront être recommandés afin de créer une identité à l'échelle de l'agglomération. Il est important de souligner un travail sur les principales pénétrantes sur le RLP de Torigni-sur-Vire. Il serait intéressant de reprendre ce schéma et de l'intégrer au RLPi.

Un redécoupage est à prévoir selon les normes du RNP : en effet, Torigny-sur-Vire ainsi qu'Agneaux et Saint-Georges-Montcocq sont des communes de - 10 000 habitants. Ainsi, selon le RNP, ces communes n'ont pas les mêmes droits que la commune de Saint-Lô.

Seuls les dispositifs sur le mobilier urbain, lumineux et scelés au sol sont réglementés. Il s'agirait avec le RLPi, d'étendre les règles à d'autres dispositifs - numériques notamment - afin de répondre aux enjeux sociétaux d'aujourd'hui.

PARTIE 1. DIAGNOSTIC TERRITORIAL





I. LE PLUI

A. LE PROJET D'AMÉNAGEMENT ET DE DÉVELOPPEMENT DURABLES

Le Projet d'aménagement et de développement durables (PADD) est le document central du PLUi qui formalise de manière simple et lisible les grandes orientations d'aménagement et de développement du territoire, à un horizon de 15 ans.

Expression du projet politique porté par les élus, il présente les orientations stratégiques en matière d'aménagement du territoire. Le PADD à horizon 2035 du Saint-lois défini dans le cadre de l'élaboration du PLUi réaffirme les ambitions de la Communauté d'Agglomération.

Trois axes généraux permettent ainsi de décliner l'ambition d'une **agglomération attractive, solidaire et durable**. Ces axes sont déclinés en 14 orientations générales.

AXE 1 : Pour une aggro attractive

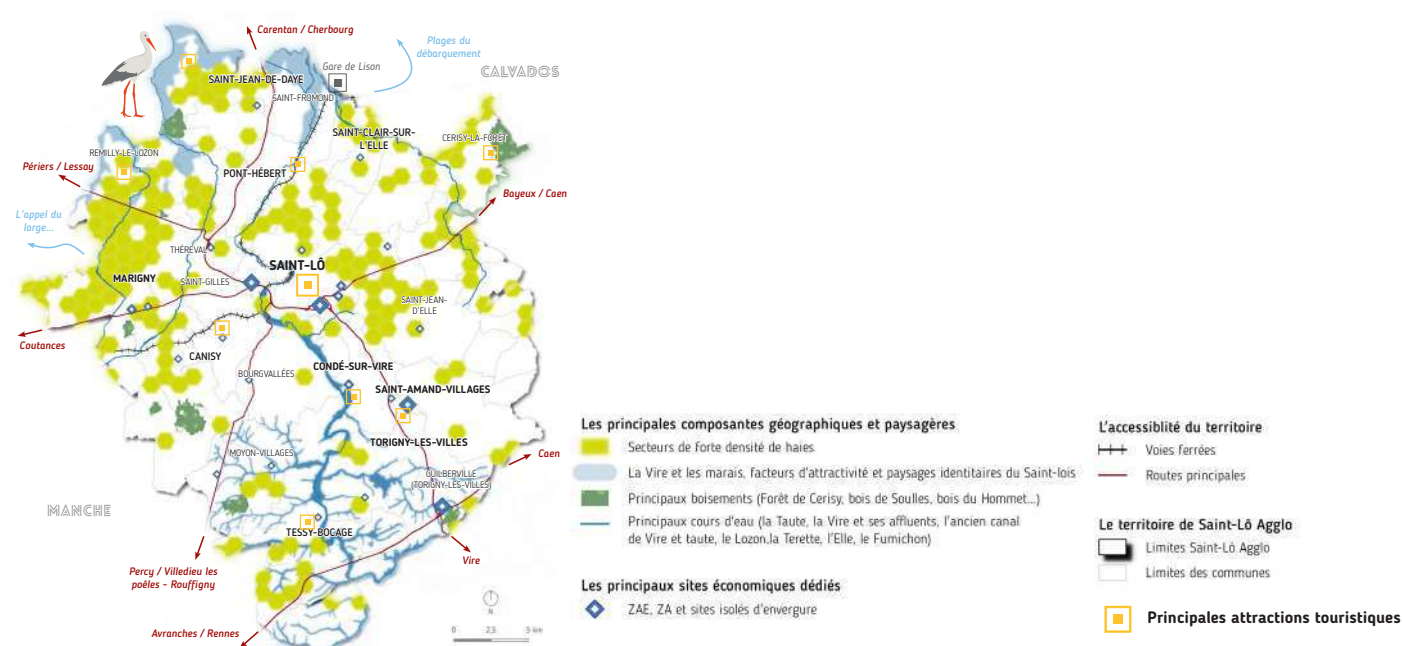
Assurer une dynamique en faveur de la jeunesse et des familles

Offrir un haut niveau de services et d'équipements à la population

Soutenir l'économie et l'emploi en apportant les conditions du développement économique

Renforcer l'accessibilité physique et numérique du territoire

Valoriser les atouts propres au territoire pour y conforter la qualité de vie et améliorer l'attractivité du Saint-Lois



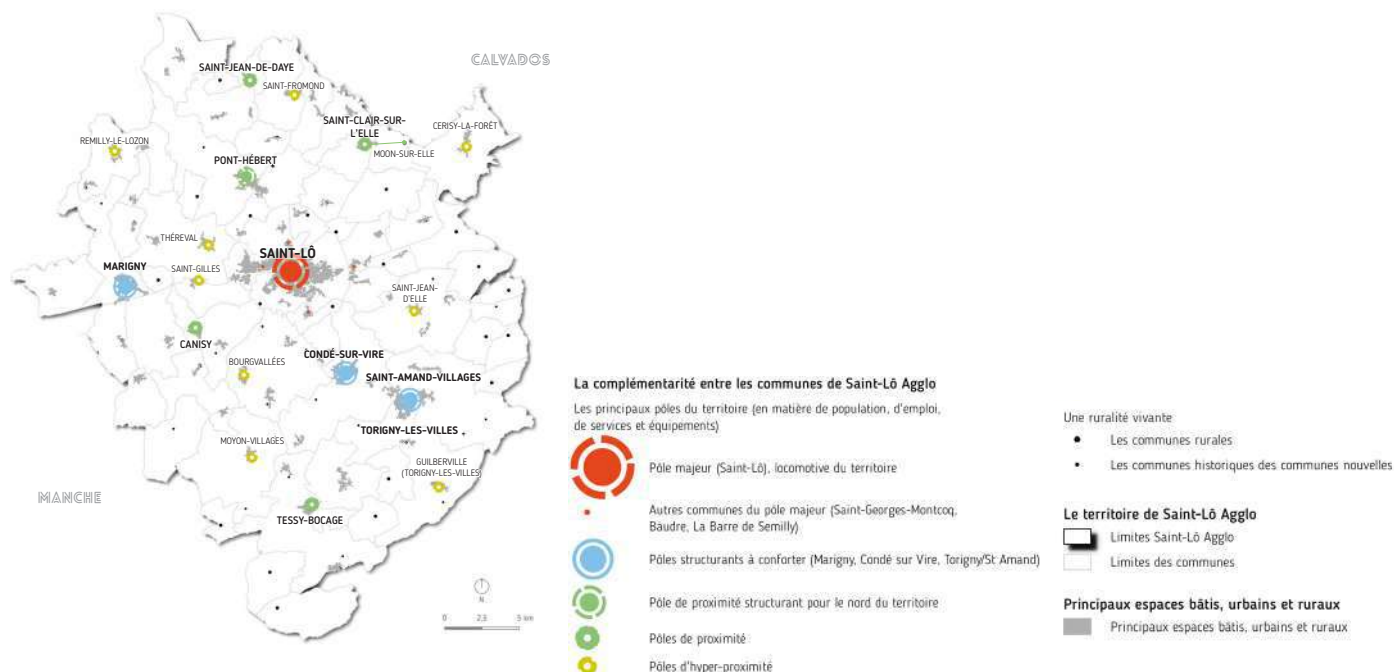
AXE 2 : Pour une aggro solidaire

Affirmer la ville-centre comme la locomotive du territoire

Maintenir l'activité et renforcer la vitalité des pôles d'emploi et des centres-bourgs équipés

Traduire le rôle des communes rurales, soutiens indispensables des centres-bourgs équipés, des pôles d'emploi et de la ville-centre

Prendre en compte l'héritage d'un territoire d'élevage au bâti dispersé



AXE 3 : Pour une aggro durable

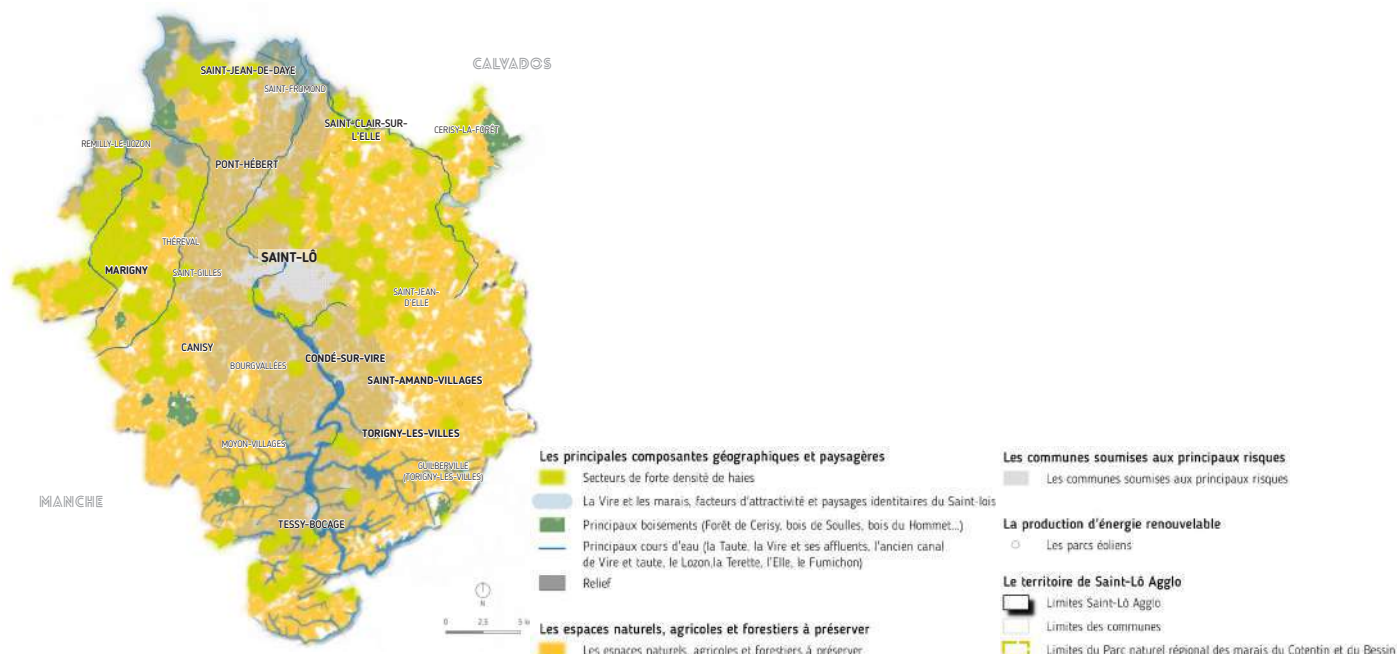
Concevoir un développement plus économe des espaces agricoles, naturels et forestiers

Tendre vers un territoire 100% renouvelable d'ici 2040

Garantir la capacité d'accueil du territoire et préserver ses ressources, notamment une ressource en eau potable suffisante et de qualité

Prendre en compte les risques existants et futurs dans les choix d'aménagement qui seront opérés

Identifier et préserver les milieux naturels qui sont nécessaires au cycle de vie des espèces et au maintien de la biodiversité



II. QUAND LA PROXIMITÉ CRÉE LA DISPERSION

A. L'AGGLOMÉRATION DE SAINT-LÔ

Les différents types de bâti

Le bâti ancien

Établies au Moyen Age, aux flancs des vallées de la Dollée et du Torteron, les rues Porte au four, Saint Georges et Falourdel ont été relativement épargnées par les bombardements. Certaines demeures laissent deviner les traces des anciennes échoppes qui animaient ces rues.

La rue Saint-Georges formait aux XIVe et XVe siècles un faubourg populaire, industriel et bourgeois et emmenait vers Carentan. Les venelles qui en partaient aboutissaient aux Palis de Saint-Georges, au Mesnilcroc et à la Vire. Elle est l'une des rares rues à avoir conservé sa physionomie antérieure à la Seconde Guerre mondiale.

Les opérations d'aménagement d'ensemble de maisons individuelles

Saint-Lô a également des opérations d'aménagement d'ensemble de maisons individuelles (Exemple : rue de la Ferronière).

Les lotissements

Des lotissements sont aussi à Saint-Lô (Exemple : la rue Jacques Cartier, la rue Jean de Brébeuf).

Les baraques

En avril 1945, le ministre de la Reconstruction Raoul Dautry préconisa la construction de baraques provisoire en bois. Ces baraques sont construites grâce à la générosité des dons. Les baraques étaient livrées en kit et il suffisait de les monter sur place. Chacune avait des spécificités différentes selon son origine (suédoise, finlandaise, suisse, française, américaine, canadienne).

Les opérations d'aménagement d'ensemble de logements collectifs

La ville de Saint-Lô a lancé en 2012 une campagne de coloration des façades. Ce travail a été mené par le peintre Bruno Dufour-Coppolani, qui photographie les rues puis numérise les images pour faire ses recherches chromatiques.



La rue Saint-Georges, Saint-Lô



Baraques encore visibles aujourd'hui, Saint-Lô, photo Ouest France



Rue Havin, Saint-Lô

B. LES BOURGS

Les différents types de bourg

Le bourg rue

Cerisy-la-Forêt est implantée sur un léger promontoire entre deux cours d'eau, l'Esque à l'Est et le Douet Morel à l'Ouest. Le bourg s'étend selon un axe Nord/ Sud, le long de la route départementale 34. L'église occupe une place centrale dans le bourg. Il comporte du bâti ancien implanté le long d'une rue principale. Il est composé de maisons juxtaposées de un à deux étages, surmontées de lucarne et de cheminées larges et percées de fenêtres étroites aux encadrements travaillées. Cet arrangement confère un caractère urbain à ce centre-bourg.

Le bâti de la reconstruction s'insère avec soin dans le bâti ancien dont il respecte l'implantation, la volumétrie et les tons. Il se distingue néanmoins par un langage architectural moderne dont l'utilisation de fenêtres bandeaux et de poteaux ouvragés.

Le bâti contemporain est sous forme de pavillon. Il a tendance à déstructurer l'organisation du bourg-rue par son implantation en milieu de parcelle. S'il reprend des éléments typiques de l'architecture traditionnelle sainte-loise comme la lucarne, les enduits utilisés et sa volumétrie dénotent avec le bâti ancien.



Le bourg étoile

L'habitat s'est développé au carrefour de cinq voies de circulation réparties en étoile dont le cœur est occupé par l'église. Le bourg de Saint-Jean-d'Elle est situé sur une butte d'où partent cinq cours d'eau, également répartis en étoile. Les constructions alignées sur la rue accentuent le caractère urbain du village.

Le bourg organisé autour d'une place

Saint-Clair-sur-l'Elle est située entre deux cours d'eau affluents de l'Elle, le ruisseau de Raumont d'Aurbaine à l'Est et un second ruisseau à l'Ouest. L'Elle s'écoule au Nord du village selon un axe Est / Ouest. Le village s'est développé autour de la place de l'église et adopte une forme carrée.



Saint-Jean-d'Elle, photo saintjeandelle.fr



Saint-Clair-sur-l'Elle, photo google.com

C. LES HAMEAUX

Les différents types de bâtis

Le bâti ancien

Implanté le long de la rue, on le reconnaît par une juxtaposition de volumes simples qui forment différentes maisons, dont les ouvertures principales sont orientées vers le Sud. L'utilisation de moellons de schiste, des souches de cheminées larges en pierre de taille sont typiques du pays saint-lois.

Sur la seconde image, le toit à double pente originellement en chaume a été remplacé par de l'ardoise, autorisant alors une pente plus faible dont on a tiré parti pour aménager des combles.

Le bâti ancien rénové

Implantation typique d'un ancien corps de ferme (organisation en L orienté vers le Sud, maison à deux étages, ouverture étroites, cheminées larges). Les matériaux utilisés et le percement de baies carrées ont néanmoins conduit à dénaturer le caractère typique de ces bâtiments.

Le bâti contemporain

Habitat typique des constructions pavillonnaires depuis les années 1960. Ici présente seule, l'implantation de la maison (isolée dans une parcelle de taille moyenne, un bâtiment non orienté), le choix des matériaux et des plantations (enduit jaune pâle, arbustes persistants au lieu des arbres à feuilles caduques traditionnellement utilisés dans les haies bocagères) rendent difficiles l'intégration dans le paysage.



III. UN EFFET DE CARREFOUR ET DE PASSAGE

A. L'ENTRE-DEUX COMME PARTICULARITÉ...

L'agglomération de Saint-Lô, de par sa situation géographique, est à mi-chemin des deux pôles urbains bas-normands. Sa position lui procure un accès rapide aux ports passager et maritime de Basse-Normandie, à savoir celui de Cherbourg et de Ouistreham. Les aéroports de Cherbourg-Maupertus et de Caen-Capriquet sont localisés respectivement à une distance de 85 km et de 76 km.

La situation géographique et l'ensemble des voies de communication qui convergent vers Saint-Lô la caractérisent comme un territoire de passage. Ce positionnement du territoire donne à l'agglomération une vocation naturelle de place économique et d'échanges importante au centre de la Manche.



B. LE DÉVELOPPEMENT D'UN NŒUD ROUTIER



La position de l'agglomération, fait du territoire un nœud efficace d'échanges routiers à 360°, qui situe Saint-Lô à environ 30 minutes des pôles voisins (Coutances, Carentan, Bayeux, Villers-Bocage, Vire, Villedieu-les-Poêles).

La desserte et les liaisons avec les communes situées au sud de l'agglomération se sont renforcées avec le développement des axes de communication au fur et à mesure.

Le réseau routier connaît des améliorations successives avec notamment :

- la création de la rocade sud de Saint-Lô en 2004,
- la RN174 à Saint-Jean-de-Daye / RN13 en 2012.

Ce développement des infrastructures routières se poursuit avec l'amélioration de l'axe Saint-Lô / Coutances et la déviation à Saint-Gilles, actuellement en projet.

Carte des axes majeurs de la Manche et population communale. Source : Insee. Réalisation : Cittànova

C. UNE POSITION STRATÉGIQUE POUR LE DÉPARTEMENT DE LA MANCHE

Cette situation de carrefour permet d'accueillir les représentations du pouvoir départementale et notamment la Préfecture de la Manche. Elle est réinstallée en 1953 à Saint-Lô, après son départ à Coutances en 1944. Cette installation a des traces durables et actuelles dans la constitution de Saint-Lô comme la centralité d'un territoire plus vaste (emploi administratif, entreprises de services, patrimoine immobilier, ...).

D. UN CARREFOUR ROUTIER IMPORTANT

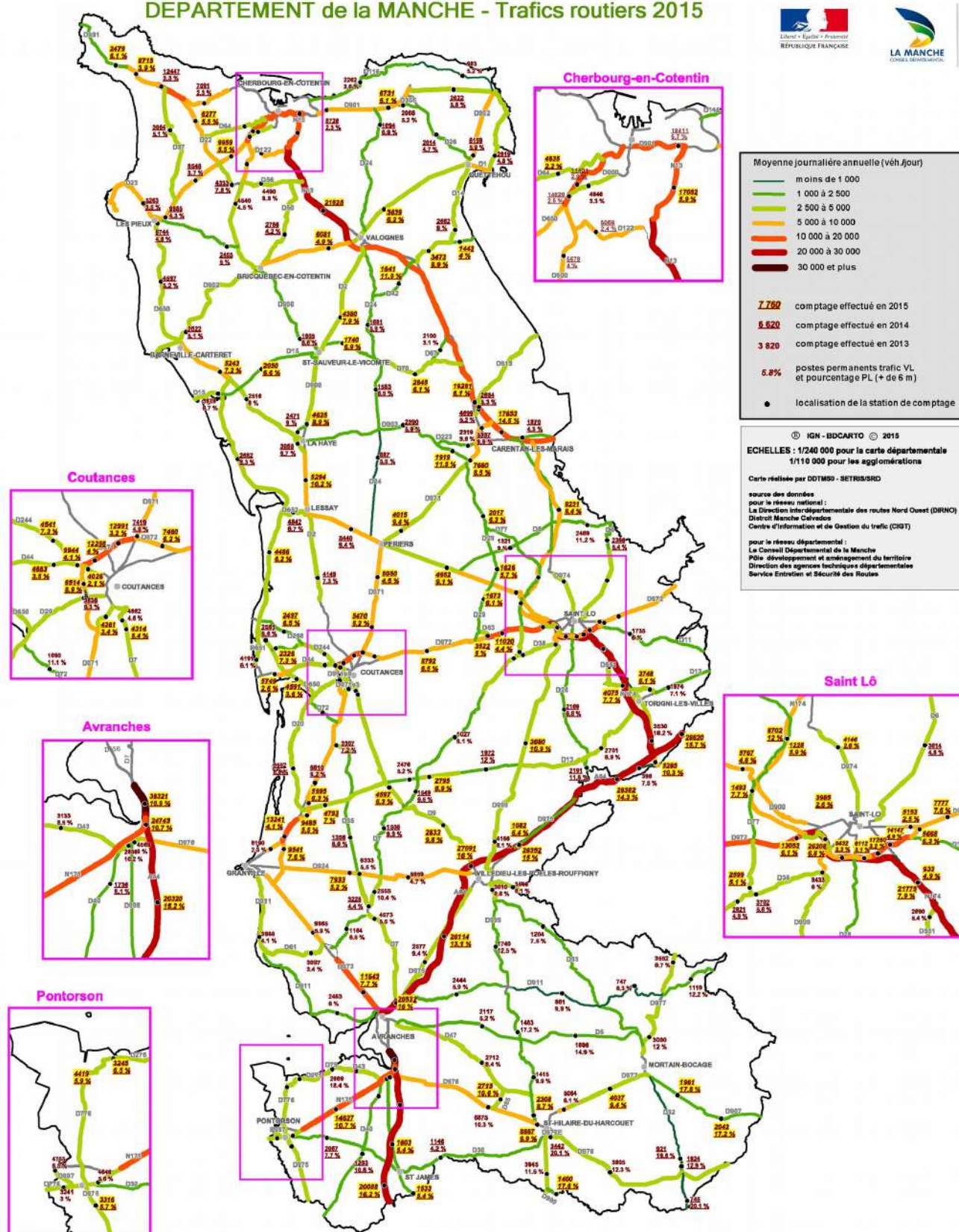
La moyenne journalière annuelle (nombre de véhicules par jour) illustre le rôle majeur que jouent les infrastructures routières dans la distribution quotidienne des activités et des habitants. Elle montre également l'importance des flux et des interactions entre les communes. Le maillage routier du département de la Manche est hiérarchisé avec une sur-fréquentation des axes rapides (infrastructures importantes du réseau). L'A84 qui relie Caen à Rennes constitue un axe majeur du territoire et également la RN 174 - la Diagonale Normande - qui traverse le territoire Nord-Sud, de Vire à Carentan. Elle renforce également, sur la bretelle Guilberville à Saint-Lô, le carrefour routier que forme l'agglomération. A contrario, lorsque le flux sur l'axe Avranches-Caen ne s'orientent pas sur la RN174, le territoire fait office de lieu de passage.

E. DES COMMUNES ATTRACTIVES À PROXIMITÉ DES AXES ROUTIERS

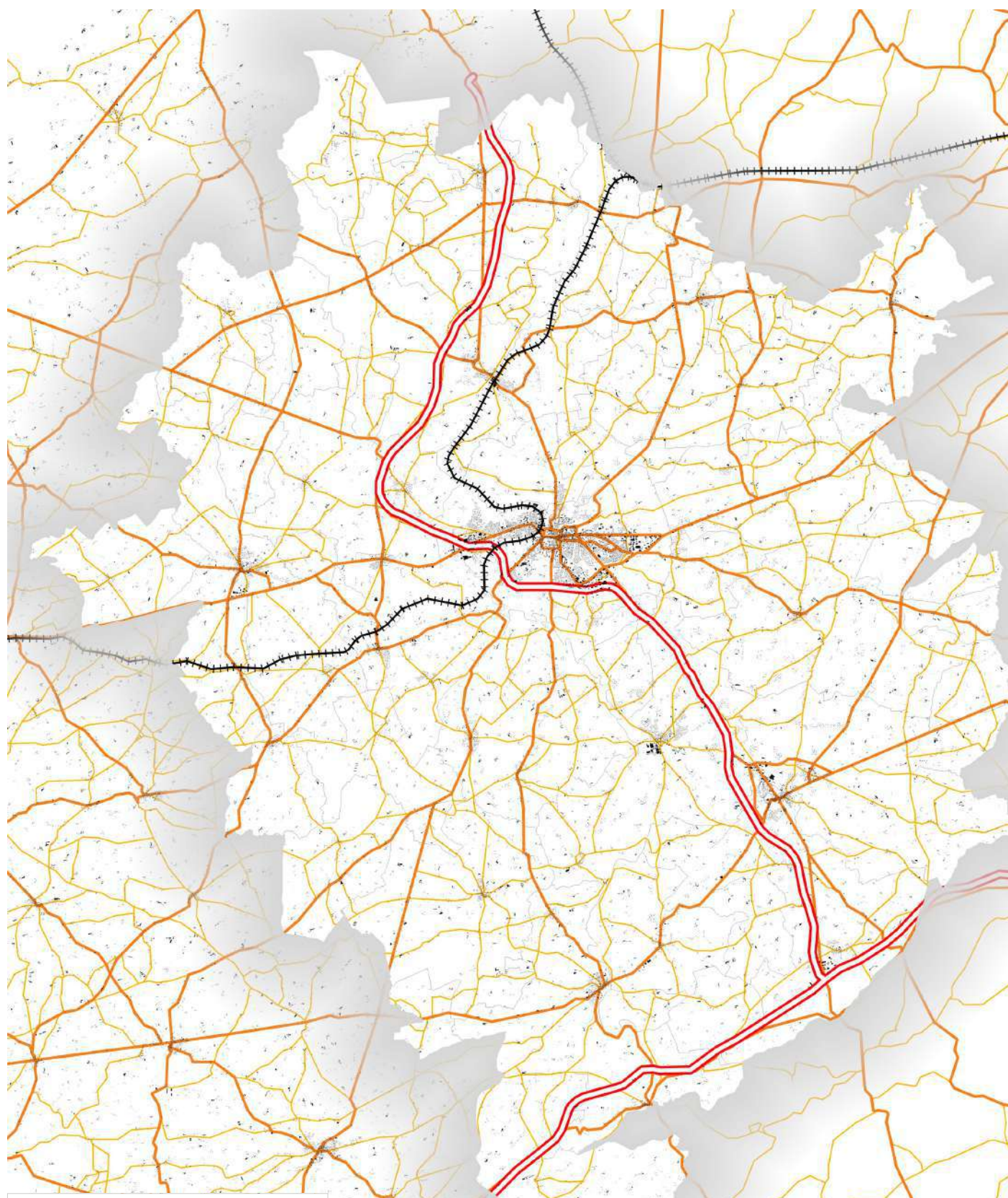
Les communes dont le taux de variation annuel moyen de population est stable ou en augmentation sont majoritairement celles qui sont situées le plus favorablement par rapport aux axes routiers majeurs du territoire. Les communes qui bordent la RN174 permettent un accès rapide à l'A84 qui rejoint Caen.

On retrouve notamment Baudré, Condé-sur-Vire, Torgny-les-Villes, Saint-Amand-Villages. La commune de Thereval, où se trouve le croisement entre la D900 qui relie Periers et la N174 qui rejoint Carentan, possède également une augmentation démographique.

DEPARTEMENT de la MANCHE - Trafics routiers 2015



Le réseau routier sur Saint-Lô Agglo

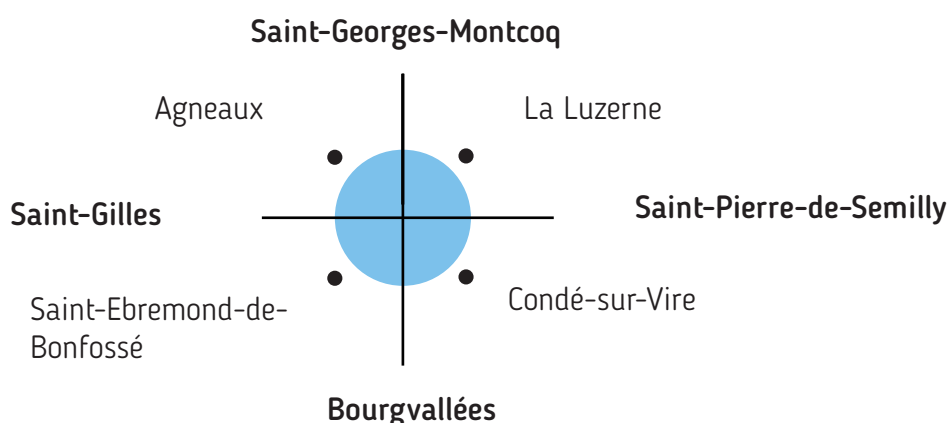


- Limites communales
- batiments
- ++++ Voie ferrée
- Axes routiers de desserte locale
- Axes routiers majeurs
- ▭ Axes de type autoroutier

IV. LES CONVERGENCES VERS SAINT-LÔ : PÔLE CENTRAL ET MAJEUR DU TERRITOIRE

A. SAINT-LÔ COMME POINT DE CONVERGENCE ET DE CONCENTRATION

La ville de Saint-Lô, deuxième commune du département par son nombre d'habitants, est située à la fois au centre de la Manche mais également au cœur du territoire intercommunal et se positionne comme point de convergence et de concentration.



Les axes routiers s'organisent de manière concentrique autour de la ville-centre. Ils en font un nœud de communication à l'échelle du territoire mais également entre le Nord-Cotentin et le Sud-Manche.

La rocade qui a été mise en service dans les années 1980 permet le désengorgement de la ville par le sud et renforce, avec le tronçon de la RN174 qui relie l'A84, l'accessibilité à Saint-Lô.

De fait, la commune a un effet polarisateur qui se traduit notamment au travers des indicateurs de concentration des emplois, de la population et des équipements.

Saint-Lô attire des flux à la fois en provenance des communes de l'agglomération mais aussi des communes externes à Saint-Lô Agglo.

Ces flux entrants proviennent des communes structurantes du département de la Manche. Entre 50 à 100 personnes proviennent des communes de Bayeux, Carentan, Percy et plus de 100 actifs partent quotidiennement de Caen et de Coutances pour se rendre à Saint-Lô.

B. ZOOM SUR LE CENTRE-VILLE COMMERÇANT DE SAINT-LÔ

Le centre-ville de Saint-Lô est lauréat du Palmarès Procos (Fédération représentative du commerce spécialisé) de 2016 des petites villes moyennes et constitue le premier centre-commercial du territoire. La ville-centre se caractérise alors par un cœur marchand de 215 commerces avec des enseignes tournées vers la proximité mais aussi un centre relais pour le commerce anormal (Camaïeu, Brice, Carré Blanc...).

Différents facteurs apportent un explicatif au dynamisme du centre-ville :

- Un espace habité : ville-centre d'une petite unité urbaine d'environ 25.000 habitants
- L'architecture moderne de la reconstruction : grandes cellules commerciales permettant d'exprimer une offre large de produits
- Une clientèle captive : la distance qui sépare Saint-Lô de grands pôles shopping (50 minutes de Caen, en voiture) « protège » les boutiques d'une concurrence importante
- Un centre-ville pourvoyeur d'emplois : Le ratio actifs/emplois indique que deux fois plus d'emplois sont localisés dans l'unité urbaine de Saint-Lô que d'actifs vivant effectivement sur ce territoire.

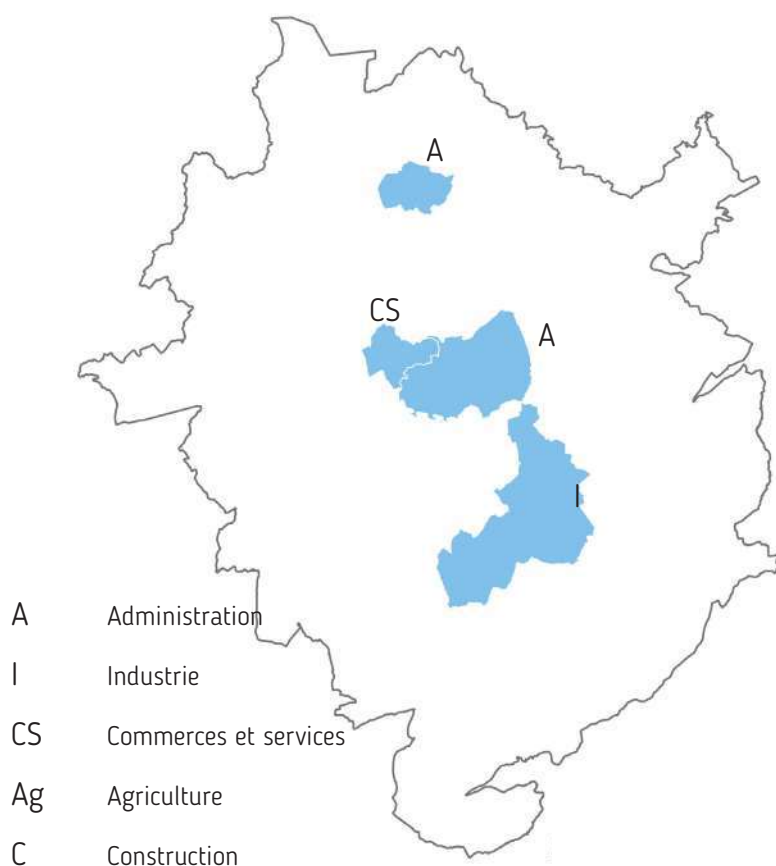
N.B : la zone de chalandise non alimentaire est de 80 500 habitants. Elle est supérieure au nombre d'habitants de l'agglomération de Saint-Lô Agglo et illustre la présence de flux extérieurs au territoire qui se rendent sur l'agglomération. (Source : CCI Ouest Normandie en 2014)

Cette chalandise supplémentaire est indispensable à la vie économique du cœur marchand de Saint-Lô

- Son accès aisé lui permet de rivaliser en facilité d'usage avec les pôles de périphérie.
- Un équilibre avec l'offre de périphérie : la périphérie est relativement développée, notamment sur le pôle Leclerc avec une galerie marchande et un petit retail-park qui accueille également une petite offre shopping. L'armature commerciale de Saint-Lô est développée et équilibrée entre le centre-ville et la périphérie
- Une masse critique suffisante pour répondre aux attentes des consommateurs et les capter sur le bassin de consommation
- Le faible taux de vacance et la bonne performance des enseignes apportent la preuve de ce constat.

V. UN MAILLAGE ÉCONOMIQUE QUI RÉPARTIT LES FLUX SUR LE TERRITOIRE

A. DES POINTS D'ARRIVÉES MULTIPLIÉS PAR LA MAILLAGE D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES



Saint-Lô n'est pas la seule commune du territoire à offrir plus d'emplois qu'elle n'accueille d'actifs occupés :

- Condé-sur-Vire
- Torigni-les-Villes
- Agneaux
- Cavigny

sont aussi des communes excédentaires.

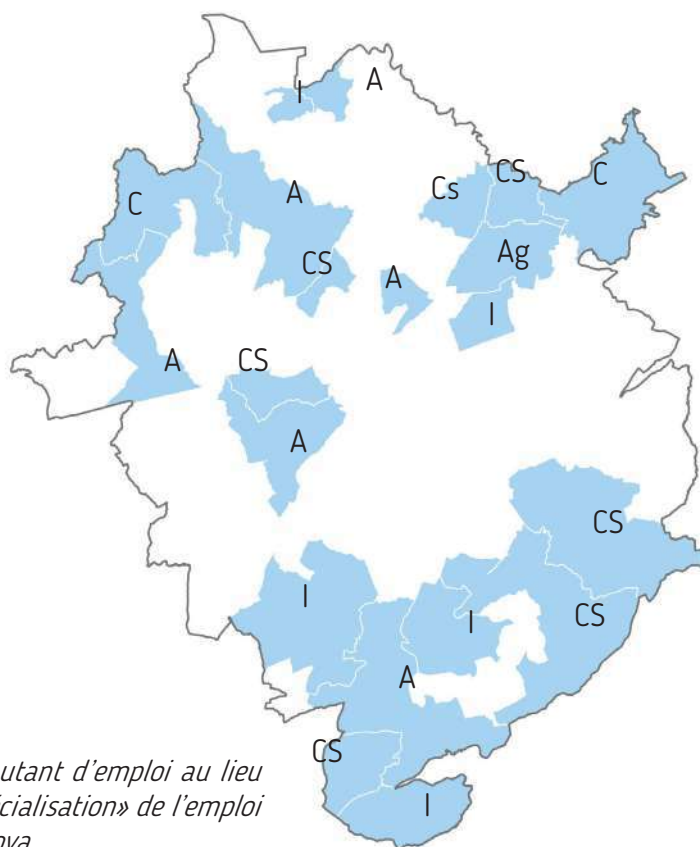
Ces flux domicile-travail sont ainsi concentrés vers ces quelques communes qui sont les principaux pôles d'emploi du territoire.

La commune d'Agneaux accueille des emplois du secteur tertiaire (commerces et services) tandis que Condé-sur-Vire réunit des emplois à vocation industrielle (présence de l'usine Elle et Vire).

Par ailleurs, de nombreuses communes sont également « à l'équilibre » et sont à la fois résidentielles et productives.

Leur économie est orientée vers le secteur administratif mais également dans le secteur tertiaire. Malgré la présence de bourgs ruraux qui possèdent encore un ou deux commerce(s), la plupart a des difficultés à maintenir une offre commerciale de proximité. A contrario, la présence d'équipements et de services reste très répandue.

Cette diversité des profils économiques des communes ainsi que le maillage d'activités permettent de capter des flux en provenance de l'agglomération ou hors du territoire intercommunal.



Les «communes à l'équilibre» : offrant quasiment autant d'emploi au lieu de travail qu'elles accueillent d'actifs occupés et «spécialisation» de l'emploi communal. Source : Insee 2015, Réalisation : Cittànova

La localisation des activités économiques dans les centres-bourgs (Exemples : Saint-André-Plastique, Zanello..) et/ou dans l'espace agricole et naturel (Exemple : artisans) ne facilite pas l'évolution du bâti et/ ou les nouvelles constructions à vocation économique.

B. LA MUTATION ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE SAINT-LOIS

Le territoire qui s'était distingué, avec le pôle de Saint-Lô comme un territoire d'emploi administratif compte aussi une économie diversifiée, notamment une importante économie productive qui s'appuie sur des filières traditionnelles (Industrie agro-alimentaire, logistique), comme d'innovation (numérique, formation).

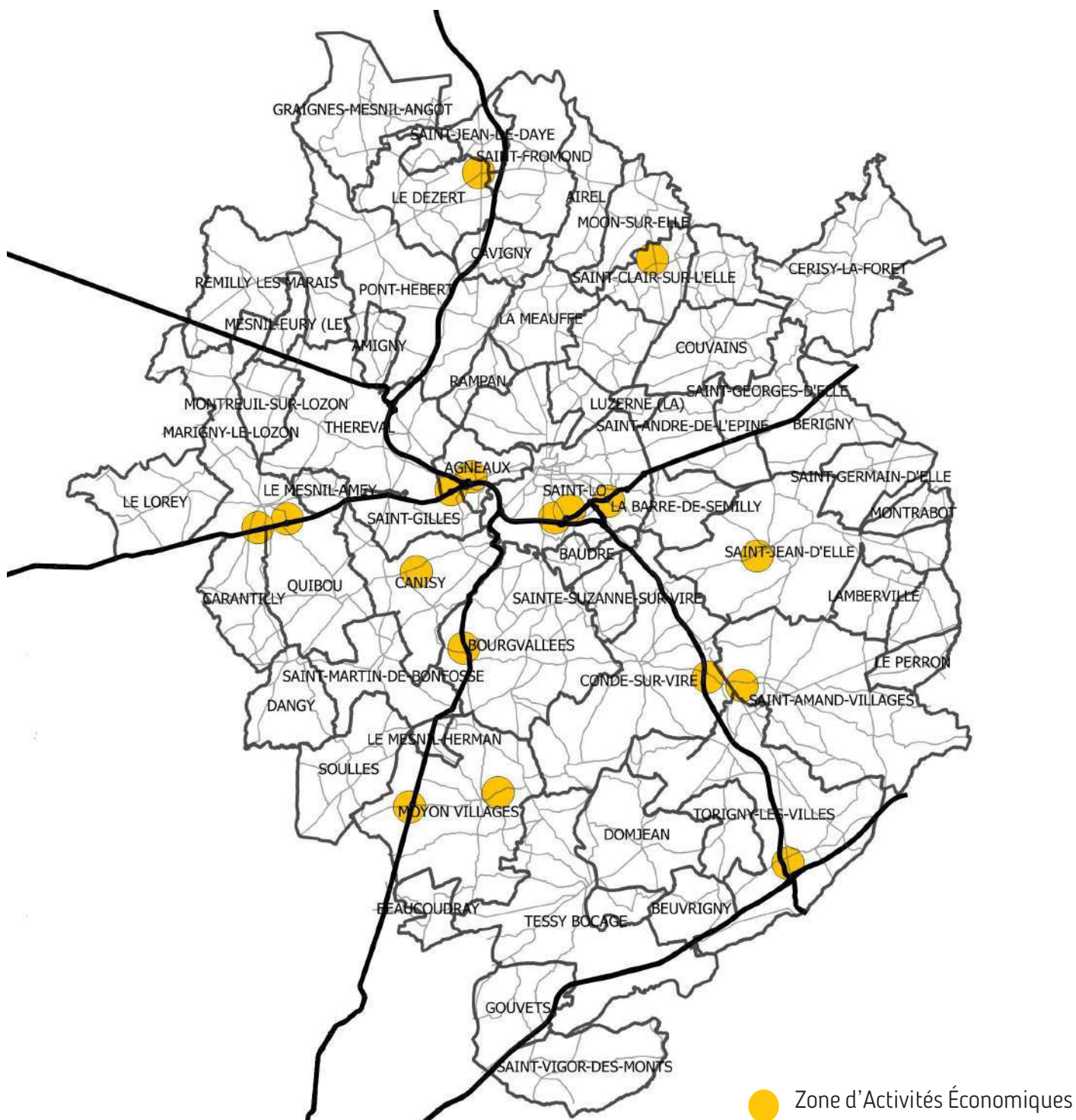
Les parcs d'activités économiques du territoire permettent le développement du secteur du numérique/ digital, de l'agro-alimentaire et de l'énergie, qui constituent des points d'appuis importants pour l'économie locale.

Ce sont à la fois des piliers historiques et des filières innovantes pour lesquels les espaces dédiés développés par l'intercommunalité, tels les Zones d'Activités Économiques, sont des outils de développement (Agglo 21, Guilberville, le Fleurion, etc.).

C. LA ROUTE COMME MOTIF D'INSTALLATION DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES À TOUTES LES ÉCHELLES

Des zones d'activités greffées aux axes routiers majeurs...

Les axes majeurs constituent des vitrines pour les Zones d'Activités Économiques (ZAE) qui tendent à s'implanter à proximité de ces voies structurantes. Cette implantation stratégique permet également un accès facile à ces zones d'emplois et cela, dans la mesure où 70% de l'emploi communautaire est localisé à proximité des grands axes routiers : la Diagonale Normande N174 et l'Autoroute A84. Saint-Lô Agglo dispose d'une trentaine de parcs d'activités répartis sur l'ensemble du territoire. La logique d'implantation sur la voie concerne l'ensemble des zones d'activités. Sur des départementales moins fréquentées, des ZAE sont également implantées.



Le Parc d'activités de la Croix Carrée est un pôle commercial dynamique accueillant des activités mixtes, des activités tertiaires et secondaires.



... mais également aux axes secondaires

Outre une implantation autour des axes majeurs, des ZAe s'installent sur les routes départementales, à savoir la RD 972, la RD 900 et la RD 999 qui convergent vers Saint-Lô. Cette logique de vitrine sur un axe de circulation éloigne les emplois des centralités communales (bourgs).



Zone d'activités de Canisy (c) C. Daguiet CD50

L'implantation des services et commerces autour des routes

Plus finement, dans les centres-bourgs, les services et les commerces aux habitants ainsi que les équipements se localisent principalement autour des voies. Les équipements et les services publics peuvent néanmoins plus facilement se situer en retrait de la voie.





Commerces et services

- 1 Restaurant
- 2 Market
- 3 Boulangerie
- 4 Bureau de tabac

Équipements d'intérêt public ou collectif

- 5 Mairie
- 6 Eglise

Source : Cadastre, terrain.
Réalisation : Cittànova

Dispositions particulières aux activités commerciales

Les prescriptions du règlement national

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite.

Article L581-7 du code de l'environnement

Ce que peut le RLPi

La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

Article L581-7 du code de l'environnement

VI. L'HÉRITAGE DE L'URBANISME DE LA RECONSTRUCTION : LA VILLE FAITE POUR LA VOITURE

L'organisation du bâti sur Saint-Lô Agglo laisse à voir une constellation de bâti diffus. Les implantations du bâti se sont traditionnellement effectuées en pied ou à flanc de colline. Il s'agissait d'éviter les plateaux et les sommets ventés, ainsi que les fonds de vallées humides, tout en restant à proximité des points d'eau.

La ville de Saint-Lô a été fortement marquée par la bataille de Normandie en 1944. Saint-Lô est surnommée la « capitale des ruines » avec 97% de la ville détruite.

Dans une problématique de relogement d'urgence, des mesures sont prises rapidement afin de reconstruire la ville. Saint-Lô fait partie des exemples cités comme exposant des combinaisons esthétiques architecturales harmonieuses dans les volumes et les détails. La qualité des logements d'après-guerre est également à souligner. Tours et grands immeubles en béton apparaissent, s'y développent et permettent la diversification de l'architecture.

Les équipements publics sont généralement les premiers éléments reconstruits autour desquels s'organise la composition urbaine. Les bâtiments d'activités sont intégrés à la ville ; ils participent autant à la qualité urbaine que des bâtiments liés à la culture ou au logement. L'architecture des lieux de cultes diffère des traditions historiques normandes mais constituent aujourd'hui un patrimoine caractéristiques. Les notions d'habitat sont totalement réinventées avec une reprise de l'ensemble des typologies (maisons de bourgs, pavillons) et une forte proportion de logements collectifs s'ajoute.



Fervaches



Condé-sur-Vire



Eglise de Saint-Lô

L'urbanisme de la Reconstruction a été une opportunité de mieux adapter la ville à la circulation automobile.

Dès les années 30, les automobiles consomment en effet beaucoup d'espace, pour leur circulation et pour leur stationnement. L'organisation des villes historiques (étroitesse des routes des cœurs de ville historiques, dessin complexe des voies...) est un frein à la mise en place de bonnes conditions de circulation.

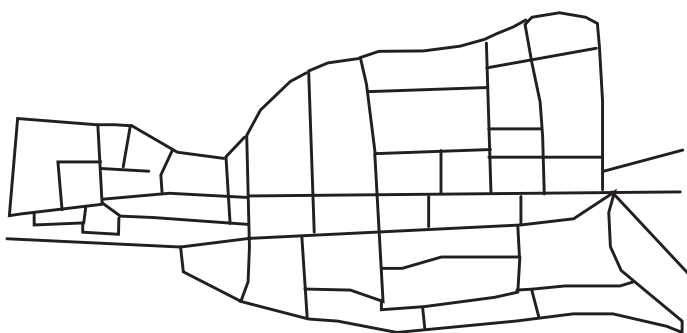
Le courant dit de l' « urbanisme progressiste » porte un urbanisme de zonage (spécification fonctionnelle des espaces), une architecture au service de logements confortables et modernes et une organisation des villes géométriques. La trame urbaine en damier est promue, notamment par Le Corbusier.

L'urbanisme progressiste et les plans en damier facilitant la circulation automobile ont souvent été mis en œuvre lors de la Reconstruction des villes (Saint-Lô, Le Havre, Brest) ou dans les villes nouvelles.

Ces plans en damier créent de nombreuses places et espaces publics (cf. aquarelle du projet de reconstruction à Saint-Lô) au détriment de potentiels logements : on compte ainsi un écart important entre le nombre de logements détruits par la guerre en Normandie (92 252) et le nombre de logements reconstruits entre 1945 et 1967 (79 308) - soit une différence de près de 13 000 logements.

Ces espaces publics, sous la pression de plus en plus forte de l'usage de la voiture, sont souvent devenus des espaces dédiés à la voiture (voies de circulation, stationnements) (cf. photo récente du parvis de la mairie à Saint-Lô). Des publicités viennent même à vanter le potentiel touristique de Saint-Lô en la mentionnant comme « Une des rares villes de France où, à toute heure du jour, et tous les jours de l'année, il reste une place disponible pour garer rapidement votre voiture » (extrait d'une publicité dans Arts de Basse-Normandie n°44 (2e trimestre 1968)).

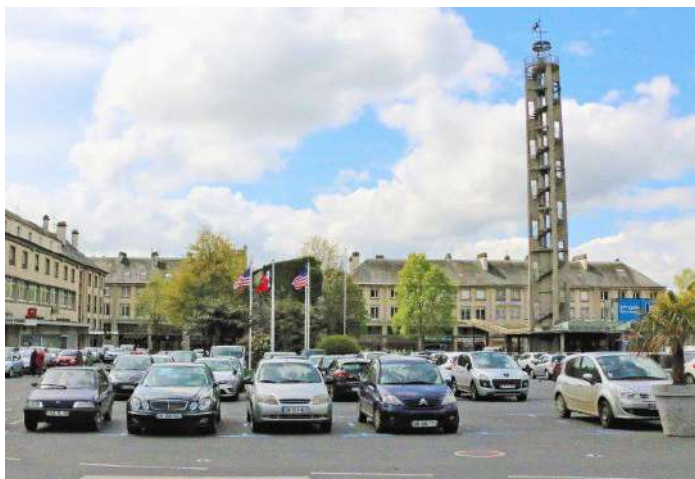
Se développant en continu avec la Reconstruction puis les Trente Glorieuses, la ville profite d'un essor économique important et la population s'accroît de près de 25% entre 1968 et 1975 - soit une augmentation de plus de 4600 habitants. Cette croissance amène à la création de nouveaux quartiers d'immeubles dans le vallon de la Dollée (1965) et du Val Saint-Jean (1970). Les infrastructures routières et de stationnements sont dimensionnées en conséquences.



Représentation schématique du réseau viaire du centre-ville de Saint-Lô entre la D974 au Nord et la rue de la Marne au Sud



Dessin aquarelle du projet de reconstruction de Saint-Lô



Parvis de la mairie de Saint-Lô aujourd'hui

VII. LES RICHESSES ET SENSIBILITÉS DU TERRITOIRE

A. LA TRAME VERTE ET BLEUE

La Trame Verte et Bleue (TVB) se décline à l'échelle régionale dans un Schéma Régional de Cohérence Écologique (SRCE) bas-normand, adopté le 29 juillet 2014. Le SRCE distingue sur le territoire communal neuf éléments différents de la TVB sur le pays de saint-lois.

1. Le bocage Saint-Lois

Des continuités fragilisées mais des pools de prairies permanentes et de haies plus vastes à l'Est de Saint-Lô. Une continuité en direction du complexe boisé de Cerisy grâce au bois du Soulaire. Des petits bois épars comme relais pour la faune notamment (bois du ruisseau de la Dollée, bois de Bretel...). Deux linéaires classés en corridor de cours d'eau et leurs affluents y trouvent leurs sources : le Fumichon et le ruisseau de Précorbin. L'amont du Précorbin : un réservoir de biodiversité de cours d'eau. Les continuités sont fragilisées.

2. Bois et bocages entre Lozon et Vire

Articulé autour des digitations des marais de la Taute et du Lozon, de la Vire et du canal Taute-Vire, ce secteur nord du territoire présente des continuités organisées autour de solides complexes de milieux favorables (prairies permanentes, haies, boisements), malgré la présence de tâches de cultures ouvertes disséminées dans le paysage. Les continuités sont fortes mais fragilisées par endroits.

3. Campagne de Moyon

Ce secteur de bocage mité accueille au Nord le bois de Soulles et de Saint-Sauveur (ZNIEFF1) [ensemble boisé / chênaie/hêtraie acidiphile et prairies tourbeuses]. La Joigne, linéaire classé en réservoir de biodiversité de cours d'eau y trouve sa source. A ce boisement d'intérêt écologique s'ajoute les autres bois relais à proximité : bois de versants de la Soulles et bois de Dangy à l'Ouest, bois de St-Martin-de- Bonfossé au Nord-Est. Plus au Sud, le bois de Moyon et les bois de la Maison de Beaucoudray permettent un relais vers le Sud, tandis que les boisements de versants du ruisseau le Marqueran relient la Vire vers l'Est. Les continuités sont fragiles.

4. Campagne de Torigni-sur-Vire

L'Est du Pays présente des continuités écologiques de fond un peu plus fragiles, notamment au Sud et à l'Est de Torigni-sur-Vire. Disposées en damier, les tâches plus fonctionnelles qui y subsistent sont présentes à la faveur de pools de prairies permanentes bocagères relativement distants, ou de ripisylves de cours d'eau. Ainsi, les boisements du ruisseau du Précorbin, ainsi que ceux de St-Symphorien-les-Buttes par exemple, prennent une importance particulière au sein de cette matrice. Les continuités sont fragiles et il n'existe pas de réservoir biologique.

5. Haut bassin du Lozon et de la Terrette

Ce secteur de bocage est occupé par des zones de continuités N robustes matérialisées par des tâches de vastes complexes de prairies permanentes et de haies, ainsi que quelques bois relais. Il permet un lien fonctionnel avec la tête de bassin de la Taute, mais les continuités en direction de la Seullas au Sud ou en direction de la Vire à l'Est semblent plus fragiles. Les continuités sont fortes mais fragilisées par endroits.

6. Marais de la Vire

Basse vallée de la Vire (ZNIEFF1) [ensemble marécageux homogène, intérêt botanique et ornithologique important]. La faune piscicole est bien représentée avec la reproduction annuelle de poissons migrateurs comme le Saumon ou la Truite de mer. A l'extrême Sud du marais sont localisées les anciennes carrières de Cavigny, Carrières et fours à chaux de Cavigny (SIC, ENS50, ZNIEFF1). Ce site accueille des pelouses calcicoles, habitat peu répandu dans la Manche, qui renferment des espèces végétales et animales peu communes parmi lesquelles la Grande Gesse, la Gymnadénie à long éperon ou encore le Damier de la Succise.

Les anciens fours à chaux constituent également un site d'hibernation de chauves-souris. Les continuités sont fortes.

7. Mais du canal Vire-Taute

Vaste ensemble de prairies humides inondables (ZNIEFF1), il est constitué de plusieurs marais dont certains ont été classés en réserve naturelle régionale. La richesse faunistique et floristique est incontestable et ce site constitue l'une des zones naturelles les plus intéressantes de ce secteur de Basse-Normandie. Les continuités sont fortes.

8. Marais de la Taute et du Lozon

Lié au cours d'eau de la Taute, ce complexe abrite plusieurs réservoirs de biodiversité de zones humides : la Réserve Naturelle Régionale des marais de la Taute, le marais du canal Vire - Taute, le marais de Carentan et le marais de la Taute et du Lozon (SIC, ZPS, NIEFF1, CEN).

Ce vaste ensemble de marais constitué de prairies humides inondables gérées extensivement et divisées en plusieurs entités héberge une biodiversité importante. Le caractère inondable du site permet la reproduction du Brochet.

L'ensemble du site constitue en outre une zone d'escale ou d'hivernage pour les oiseaux d'eau (canards, limicoles, fauvettes paludicoles...) et abrite de nombreuses espèces d'insectes intéressantes. Le caractère localement tourbeux et l'influence de la mer viennent enrichir l'intérêt écologique du site et sa richesse floristique, déjà considérable. Les mares et fossés hébergent eux aussi une flore remarquable. De plus, la Taute abrite de nombreuses zones favorables à la reproduction de la Lamproie marine et du Saumon atlantique. Le bois du Hommet au sud-est représente le seul bois conséquent du secteur. Les continuités sont fortes.

9. Moyenne vallée de la Vire et affluents

Intégralement classée en corridor de cours d'eau, la Vire présente au sein de sa moyenne vallée des écoulements sinueux au sein de versants adoucis et bocagers. Les bas fonds sont très favorables aux continuités écologiques de zones humides. Des travaux récents de rétablissement de la libre circulation sur certains secteurs de la Vire sont très favorables au Saumon atlantique qui revient déjà y frayer.

Ainsi, plusieurs pieds de barrages de la rivière ont été inscrits en Arrêtés de Protection de Biotope notamment pour la préservation de cette espèce.

Trois affluents de la Vire y sont classés en réservoirs biologiques du SDAGE Seine-Normandie et donc en réservoirs de biodiversité de cours d'eau : L'Hain, la Joigne et l'amont du ruisseau de Précorbin.

Les Roches du Ham combinent la présence d'habitats naturels secs (falaises, pelouses) et humides (mégaphorbiaies, prairies humides). La diversité floristique et faunistique y est remarquable. Les continuités sont fortes.

B. LES ESPACES NATURELS

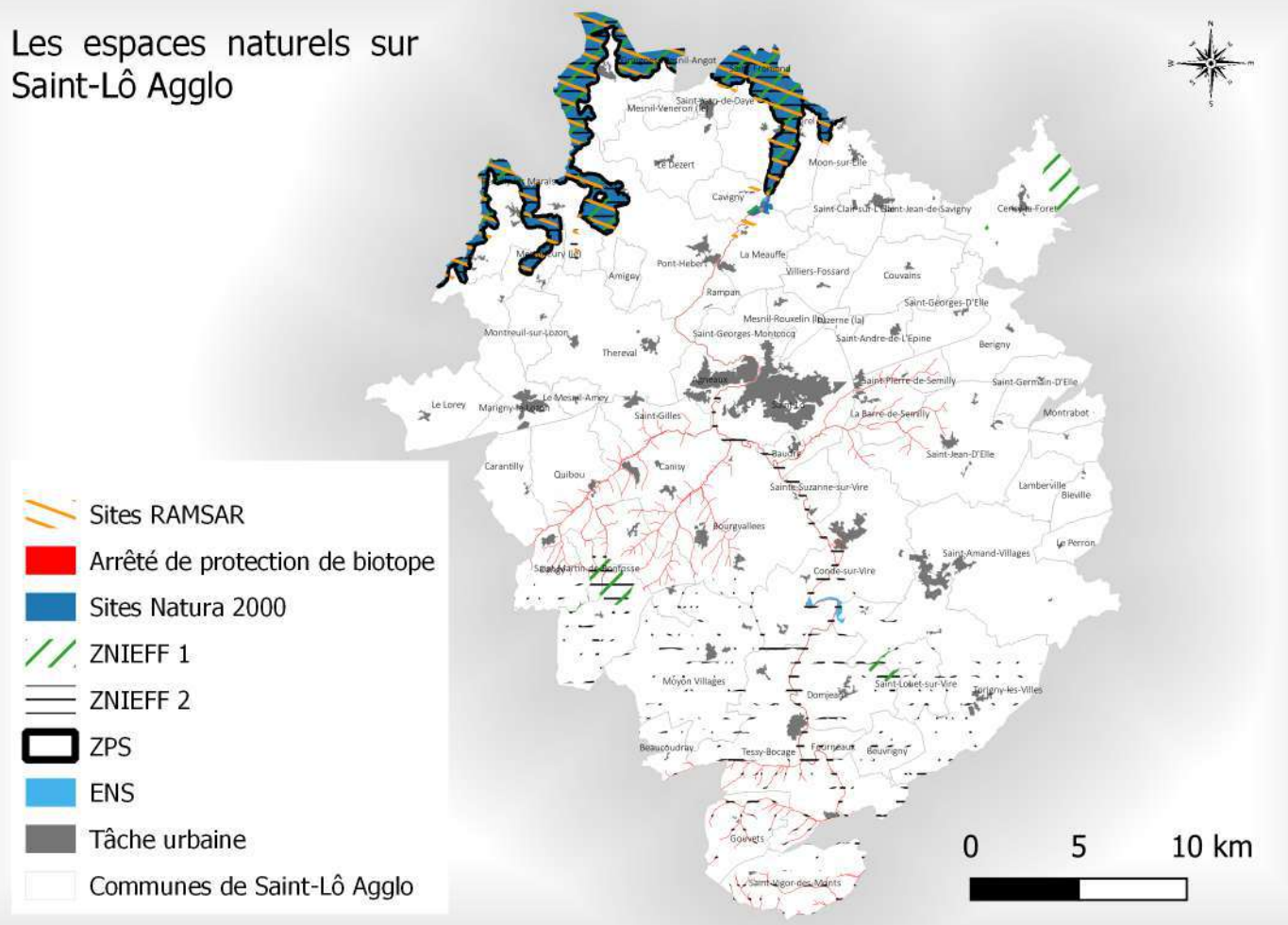
Plusieurs espaces du territoire intercommunal sont reconnus internationalement pour leur richesse écologique.

Le territoire est ainsi concerné par plusieurs zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF), des sites Natura 2000, Un site RAMSAR (zone humide d'importance internationale), un arrêté de protection de biotope, des réserves naturelles nationales et régionales et espaces gérés par le conservatoire des espaces naturels.

Les sites Natura 2000 (voir annexe issu du PAC transmis par la DDTM 50) :

- 1 Zone de Protection Spéciale (Directive Oiseaux) - Basses Vallées du Cotentin et Baie des Veys
- 3 Zones Spéciales de Conservation (Directive Habitats) : Coteaux calcaires et anciennes carrières de La Meauffe, Cavigny ; Airel - Marais du Cotentin et du Bessin - Baie des Veys et Hêtraie de Cerisy

Les espaces naturels sur Saint-Lô Agglo



Dispositions particulières aux éléments naturels

Les prescriptions du règlement national

Toute publicité est interdite sur les monuments naturels et dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles, ainsi que sur les arbres.

Article L.581-4 du code de l'environnement

La publicité est interdite en agglomération dans les sites Natura 2000

Article L.581-8 du code de l'environnement

Ce que peut le RLPi

Il ne peut être dérogé à l'interdiction en agglomération dans les sites Natura 2000 que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Article L.581-14 du code de l'environnement

C. LE PARC NATUREL RÉGIONAL DES MARAIS DU COTENTIN ET DU BESSIN

Les marais du Cotentin et du Bessin débutent au Nord-Ouest du territoire de Saint-Lô Agglo. Ces espaces naturels situés au sein du PNR du même nom, sont reconnus pour leur valeur écologique et naturelle.

Le PNR des Marais du Cotentin et du Bessin couvre un espace de 150 communes sur 148 000 ha (dont 15 communes concernées dans Saint-Lô Agglo). Il est constitué de 30 000 ha de marais et de polders s'insérant dans un paysage de bocages traditionnels (90 000 ha). Prairies pâturées ou fauchées, quadrillées de fossés et parsemées de tourbières, caractérisent cette zone humide qui s'ouvre sur la Baie des Veys. Avec les crues hivernales le marais devient « blanc », il donne alors tout son sens à la presqu'île du Cotentin. De plus faible superficie, les landes, les bois et forêts ainsi que les milieux littoraux viennent diversifier les unités paysagères du territoire.

Parc Naturel Régional (PNR) sur Saint-Lô Agglo



La portée juridique de la charte

Les PNR sont des territoires ruraux habités reconnus au niveau national pour les richesses naturelles, culturelles et pour leur qualité paysagère, mais dont l'équilibre reste fragile. Ce sont des territoires vivants et dynamiques qui s'organisent autour d'un projet commun de développement durable fondé sur la protection et la valorisation des patrimoines naturels et culturels.

Les missions réglementaires d'un PNR sont définies par le Code de l'Environnement (art. R333-1). Il a pour objet :

- >> De protéger les paysages et le patrimoine naturel et culture, notamment par une gestion adaptée ;
- >> De contribuer à l'aménagement du territoire ;
- >> De contribuer au développement économique, social, culturel et à la qualité de la vie ;
- >> De contribuer à assurer l'accueil, l'éducation et l'information au public ;
- >> De réaliser des actions expérimentales ou exemplaires dans les domaines cités ci-dessus et de contribuer à des programmes de recherches.

La charte exprime un projet de territoire co-construit et partagé entre les acteurs et partenaires, au service d'un territoire aux enjeux multiples. Ce projet est traduit en objectifs et mesures permettant sa mise en oeuvre. Elle détermine pour les 15 années suivant son approbation les orientations et les mesures de protection, de mise en valeur et de développement, fondées sur la protection et valorisation du patrimoine, de mise en valeur et de développement, fondées sur la protection et valorisation du patrimoine et des paysages du territoire classé.

La charte formalise les engagements et responsabilités des collectivités territoriales, des établissements public de coopération intercommunales à fiscalité propre et de l'Etat. Les dispositions prévues à l'article L.333-1 précisent que les signataires de la charte appliquent les orientations et mesures de celle-ci dans l'exercice de leurs compétences respectives.

Cette engagement volontaire de l'ensemble des «signataires» donne une force et une légitimité à la charte puisque chacun d'entre-eux a été en mesure, pendant toute la durée de la concertation, de participer à la rédaction.

Si l'ensemble des spécificités décrites dans les paragraphes suivants s'impose aux signataires de la charte, elle n'est toutefois pas opposable aux tiers. Elle ne peut ainsi imposer aucune obligation directe à des personnes physiques ou morales autres que celles ayant approuvé la charte.

Les incidences réglementaires en matière de publicité

La présence d'un Parc Naturel Régional (PNR) a deux incidences réglementaires sur le territoire dont l'affichage publicitaire.

Sur le territoire national, les publicités et les préenseignes, à l'exception des préenseignes dérogatoires, sont interdites hors agglomération (L.581-7 du Code de l'environnement), à l'exception des aéroports, gares et à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

Sur le territoire des Parcs naturels régionaux, les publicités et les préenseignes sont également interdites en agglomération (L.581-8 CE) et les enseignes sont autorisées sous conditions de dimensions, de surface et de nombre par le Règlement National de Publicité (RNP).

Cette interdiction de la publicité sur le territoire des Parcs est relative puisque les intercommunalités compétentes ou à défaut les communes peuvent mettre en place un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) permettant de réintroduire cette dernière à l'intérieur d'une ou plusieurs zones et selon des règles particulières. Les RLPi permettent également de définir des règles pour les dispositifs d'enseigne. Cette réintroduction possible de la publicité en agglomération est conditionnée à la formalisation, dans la charte du Parc, d'orientations ou mesures relatives à la publicité. À défaut d'orientations ou de mesures claires énoncées dans la charte, le principe d'interdiction de la publicité s'applique sur le territoire du Parc sans possibilité d'y déroger.

Depuis sa création, le Parc accompagne activement les collectivités dans la maîtrise de la publicité sur leur territoire et contribue ainsi à la qualité des paysages et du cadre de vie. De nombreux dispositifs publicitaires en infraction ont été retirés sous l'action combinée des communes, du Parc et de l'État.

En cours de réécriture, la Charte du PNR laisse la possibilité aux élus locaux de réglementer l'affichage publicitaire de leur territoire par la mise en place de RLPi dans les communes de Pont-Hébert et de Saint-Jean-de-Daye. Le Parc a ainsi fixé les orientations :

- > La réintroduction de la publicité et des préenseignes via un RLPi reste facultative et restreinte aux zones agglomérées des villes définies sur le plan de Parc
- > La pose de publicité et de préenseigne est interdite sur les supports de terre crue à découvert ou enduits, afin de conserver la qualité du patrimoine bâti en terre
- > La densité de panneaux publicitaires et de préenseignes est limitée à un panneau par unité foncière
- > l'introduction de dispositifs lumineux pour les préenseignes et la publicité sont interdites (référence à la loi pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants)
- > Concernant les enseignes,

Afin de limiter leur impact environnemental et paysager, privilégier les dispositifs présentant une implantation et des formats aussi réduits et harmonieux que possible et prévoir une limitation du nombre de mats par unité foncière

Dans un objectif combiné de réduction de la consommation énergétique et de restauration de la trame noire, définir un allongement de l'extinction nocturne et prévoir des mesures sur les types d'enseignes lumineuses autorisés pour réduire les impacts visuels (exemple : enseignes scellées au sol)

La réintroduction de la publicité doit demeurer une mesure d'exception, et conformément à la législation

nationale, les prescriptions du RLPi devront impérativement être plus restrictives que les règles nationales. Par exemple, le règlement national interdit les publicités lumineuses et les publicités scellées au sol sur le territoire du Parc du fait de l'interdiction générale de leurs implantation dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les mesures phares de la Charte du PNR en termes de dispositifs publicitaires

Ambition 02, orientation 05, Mesure 13 : Préserver les paysages emblématiques et les éléments structurants de nos paysages

- >> Requalifier et mieux partager le paysage des entrées de ville
- >> Participer à la préservation et à la valorisation des patrimoines

Ambition 02, orientation 05, Mesure 14 : Construire des projets de qualité par l'approche paysagère

>> [...] Maîtriser la publicité extérieure et les enseignes en assurant une veille pour accompagner les collectivités dans des opérations d'effacement de la publicité ; en utilisant la SIL, grâce à des panneaux routiers bien intégrés, pour assurer une visibilité des entreprises sur le territoire ; accompagner la mise en place de RLPi pour les collectivités qui le souhaitent. Les prescriptions relatives aux dispositifs publicitaires seront obligatoirement plus restrictives que les règles nationales [...]

Ambition 03, orientation 07, Mesure 21 : Promouvoir un aménagement du territoire équilibré et économe de l'espace

- >> [...] Améliorer la cohérence des politiques d'aménagement aux différentes échelles
- [...]
- Apporter aux instructeurs des demandes d'autorisations du droit des sols des connaissances sur les spécificités du territoire par des actions de formation (publicité, intégration architecturale, trame verte et bleue, bocage, ...)

Ambition 03, orientation 07, Mesure 22 : Reconquérir et valoriser la qualité de vie dans les villes et les villages

- >> [...] Renforcer les identités des villes et villages dans leur appartenance aux paysages du Parc
- [...]
- Inciter les commerçants à promouvoir l'identité du territoire au travers de l'aménagement de leur vitrine, de leurs enseignes et de la vente de produits locaux

Le fleuve côtier de la Vire a été valorisé au fil des siècles, en tant que voie navigable (acheminement des produits du territoire , écluses, canalisation), en tant que ressource énergétique (moulins, microcentrales hydro-électriques). Aujourd'hui, la vallée de la Vire est valorisée en tant que lieu touristique et de loisirs : randonnée, voie verte, canoë-kayak, ...

Le bocage à petites mailles figure comme un trait de caractéristique paysager majeur pour ce territoire. Les boisements quant à eux, sont très occasionnels.

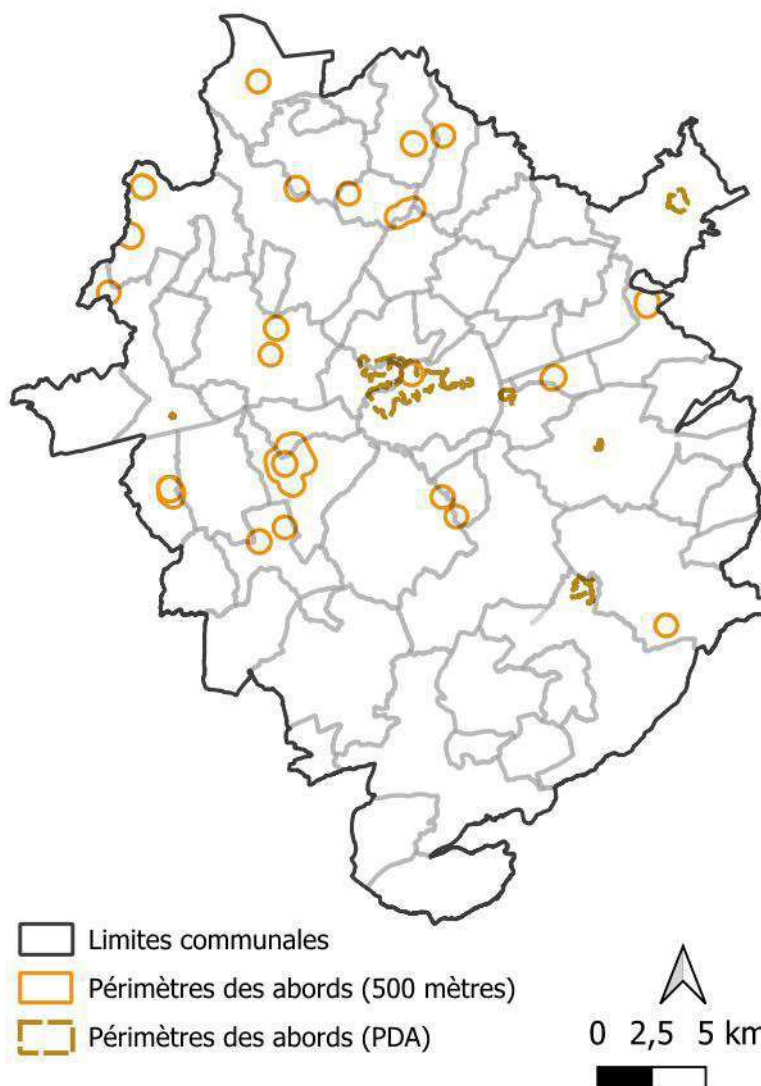


E. LE PATRIMOINE RICHE ET RECONNU

Le patrimoine présent sur le territoire intercommunal est multiple et varié. De nombreux immeubles sont classés et inscrits au titre des monuments historiques. De même, des espaces naturels et formations naturelles remarquables sont protégés en tant que sites classés (voir annexe issu du PAC transmis par la DDTM 50).

Le territoire de Saint-Lô Agglo est concerné par :

- 3 sites inscrits
- 4 sites classés
- 48 monuments historiques, classés ou inscrits ainsi que leurs abords



Dispositions particulières aux éléments patrimoniaux

Les prescriptions du règlement national

Toute publicité est interdite sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, sur les monuments naturels et dans les sites classés.

Article L.581-4 du code de l'environnement

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite aux abords des monuments historiques, dans les sites inscrits

Article L.581-8 du code de l'environnement

Ce que peut le RLPi

Il ne peut être dérogé à l'interdiction en agglomération aux abords des monuments historiques et dans les sites inscrits que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Article L.581-14 du code de l'environnement

Dispositions particulières aux sites touristiques

Les prescriptions du règlement national

Par dérogation à l'interdiction de publicité en dehors des lieux qualifiés d'agglomération, peuvent être signalés de manière harmonisée par des préenseignes, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

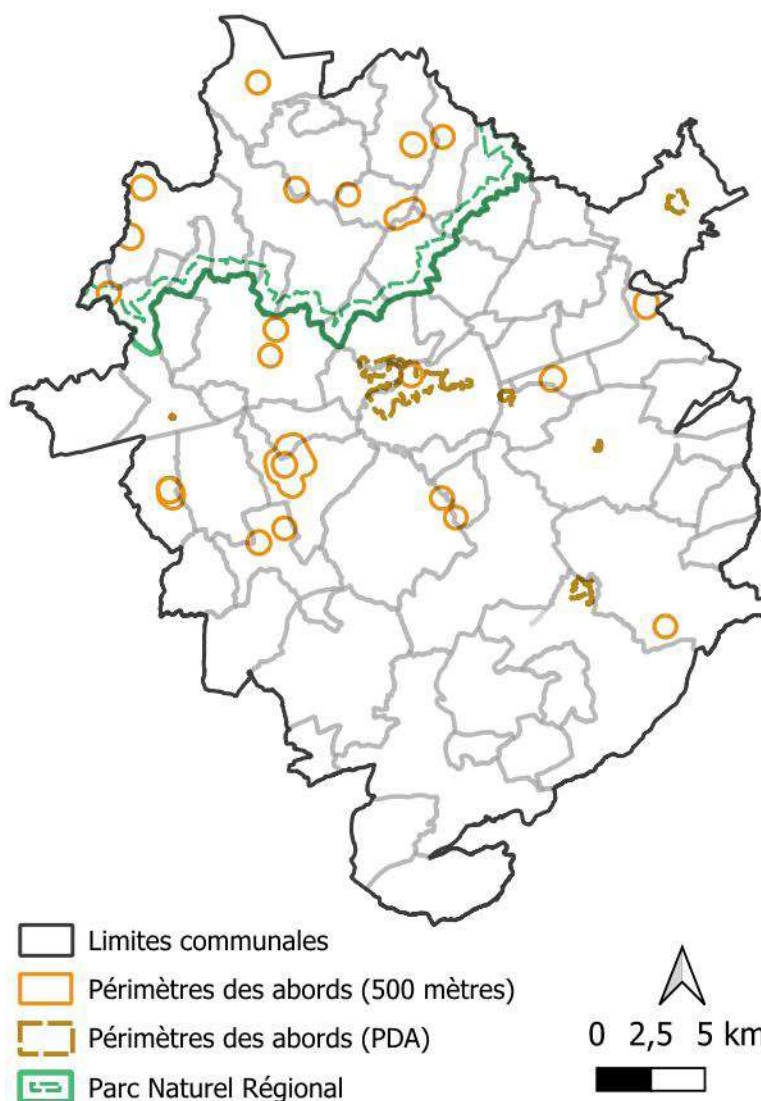
Article L.581-19 du code de l'environnement

Ce que peut le RLPi

Il peut être opportun d'adapter le régime des préenseignes temporaires dans les RLPi en adaptant les règles qui leur sont applicables (nombre, format et/ou durée).

Règlement national de publicité

Synthèse cartographique





PARTIE 2. ETAT DES LIEUX DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE



I. MÉTHODOLOGIE

Afin d'adapter la réglementation nationale de la publicité aux caractéristiques locales, un diagnostic des dispositifs existants a été réalisé sur Saint-Lô Agglo.

Ce diagnostic a permis d'effectuer un recensement des publicités, des préenseignes et des enseignes sur l'ensemble des communes. Les dispositifs publicitaires ont ensuite été analysés conformément à la RNP. Le diagnostic a été ciblé dans les zones à enjeu : le centre-bourg de Saint-Lô ; les centres-bourgs d' Agneaux, Torigny-les-villes et Marigny-le-Lozon le PNR ; les zones d'activités (commerciales, artisanales, industrielles, mixte) et le reste du territoire.

.Leurs délimitation reprennent le zonage du PLUi. Pour chaque dispositif publicitaire, une fiche d'identité a été construite par le biais d'une base de données qui comprend les informations suivantes :

- Nature du dispositif publicitaire (publicité, enseigne, préenseigne)
- Secteur géographique (en agglomération, hors agglomération)
- Modalités d'implantation (sol, mur, panneau signalétique, mobilier urbain, etc.)
- Conformité à la RNP (oui/non)
- Photographie

La DDTM 50 a également recensé les publicités dans les anciens périmètres de monuments historiques et sur l'ancien RLP.

Les synthèses ci-après sont accompagnées de justifications, d'exemples du territoire en photo et des pictogrammes ci-après :



= Conforme
Le dispositif est à garder
comme tel. Il respecte le RNP



= Non conforme
Le dispositif est à supprimer.
Il est interdit au RNP

II. SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

A. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES DANS LE CENTRE-BOURG DE SAINT-LÔ

Analyse quantitative

Les dispositifs publicitaires sont majoritairement situés le long des principaux axes de transit pour une raison de visibilité. Le centre-ville de Saint-Lô a également de la publicité sur du mobilier urbain. Il s'agit de publicités de petits formats sur les abris-bus et les mobiliers de communication.

Les boutiques d'opticien ainsi que les agences immobilières ont des publicités lumineuses en façade. Quelques publicités scellées indirectement au sol sont présentes.

Analyse qualitative

Sur les différents dispositifs recensés, quelques enseignes sont à rendre conforme. Ceci est dû à l'implantation de ces dernières sur les murs dans les agglomérations qu'il faut harmoniser. Ce problème impacte les cônes de vue. Saint-Lô est soumis à de nombreux protections concernant les Monuments Historiques. Il faut donc rendre conforme les publicités. Il est à constater une certaine hétérogénéité entre les vieilles enseignes et les plus récentes dans la qualité et l'intégration au bâti. Le centre ancien (au cœur des remparts) est protégé des publicités. Il faut donc continuer à préserver ce cadre historique.

Les enseignes



Les enseignes dites en drapeaux sont à mettre en conformité avec le RNP concernant l'implantation sur les balcons.



Rue Havin

Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.

La surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 m².



Rue Saint-Thomas

Les enseignes dites en drapeaux sont à mettre en conformité avec le RNP concernant l'implantation sur les balcons. De plus, la densité des enseignes est à harmoniser. L'article R581-63 relatif à la surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale n'est pas respecté.



Place Général de Gaulle



Rue de Neufbourg



Rue de Neufbourg



Rue de Neufbourg

Pour ces 4 exemples ci-dessus, les enseignes sont conformes au RNP.



Rue du Belle



Rue de Neufbourg

Sur ces 2 exemples, les enseignes en drapeaux sont à mettre aux normes. Elles ont une hauteur et une largeur trop importante.

Les publicités



Rue Torteron

Pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité sur les abris destinés au public (mobiliers urbains) a une surface de 2 m² unitaire et 2 m² + 2m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol.



Rue Havin

Les publicités scellées au sol sont autorisées dans les communes de plus de 10 000 habitants. Elles ont une hauteur maximale de 6m et une surface maximale de 12 m².

Les préenseignes



Les préenseignes sont soumises aux mêmes dispositions que les publicités (Art.L581-19). Par conséquent, les préenseignes installées au sol ne sont autorisées que pour les communes de plus de 10 000 habitants, c'est-à-dire Saint-Lô. Etant en agglomération, ces dispositifs peuvent être visible d'une déviation ou d'une voie publique.

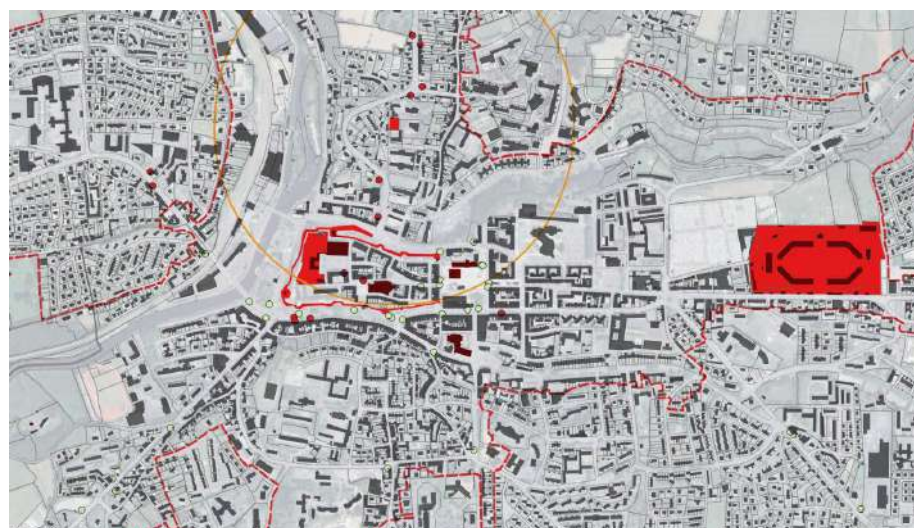
Cas particulier pour les chevalets :

Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces sont considérés comme de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol. Au sens du RNP, «ils ne sauraient être regardés comme des enseignes, puisqu'ils ne sont pas apposés sur l'immeuble où s'exerce l'activité».



Rappel du RNP

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de + 10 000 habitants	12 m ²	6 m



B. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES DANS LES AUTRES CENTRE-BOURGS HORS PNR

Dans les centres-bourgs, les services, les commerces et les équipements se localisent principalement autour des voies. Les équipements et les services peuvent néanmoins se situer plus facilement en retrait de la voie.

Les centres sont marqués par un manque d'attractivité du fait d'une image vieillissante des espaces publics. Des opérations d'aménagements ponctuelles, des projets communaux globaux de revitalisation des centres-villes ont permis de retravailler progressivement les centres pour tenter d'améliorer leur attractivité.

La revitalisation du centre est un moyen d'insuffler, auprès de la population locale, une envie de réinvestir les services de proximité, tant publics que privés et de rayonner sur les communes limitrophes en permettant une hausse de la fréquentation des commerces et des services publics.

Analyse quantitative

Les dispositifs sont situés le long des principaux axes de transit pour une raison de visibilité. Quelques publicités scellées indirectement au sol sont présentes sur ces communes. Il existe également des oriflammes.

Analyse qualitative

Les enseignes et préenseignes font globalement l'objet d'une bonne intégration dans l'architecture des bâtiments. Certaines enseignes ne sont pas alignées à la même hauteur ce qui déséquilibre la composition architecturale et les cônes de vue.

Les enseignes



Rue Robert du Mont, Torgny-les-Villes



Rue de la République, Torgny-les-Villes

Les enseignes dites en drapeaux sont à mettre en conformité avec le RNP concernant l'implantation sur les balcons. De plus, la densité des enseignes est à harmoniser. L'article R581-63 relatif à la surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale n'est pas respecté.



Place de la Palière, Agneaux

Les enseignes respectent l'architecture du bâtiment et sont alignées.



Saint-Jean-D'Elle

L'enseigne respecte l'architecture du bâtiment. Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.

Les publicités



Bourgvallées

La publicité murale est autorisée dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants avec une surface maximum de 4m² et une hauteur maximum de 6m.



Agneaux

La publicité scellée au sol est régulière sur la moitié de la surface des façades. Elle est donc non conforme car elle prend la totalité.

Les préenseignes



Bourgvallées

Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



Route de Coutances, Agneaux

Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



Torigny-les-Villes

La préenseigne temporaire, considérée comme une publicité en agglomération, est interdite sur une installation d'éclairage public.



Exemple de Condé-sur-Vire

C. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES AUX ABORDS DES MONUMENTS HISTORIQUES

La DDTM de la Manche a recensé les dispositifs publicitaires se situant aux abords des Monuments Historiques de Saint-Lô, Agneaux et Torigny-les-Villes. Il est rappelé que ces villes ont un RLP caduc depuis le 14 juillet 2022. Ce recensement de conformité ou non-conformité se base sur les deux règlements existants. Dans ce diagnostic, les photos sont conformes ou non-conformes selon le RNP.

Il a été décompté 100 dispositifs publicitaires. Sur ces 100 dispositifs publicitaires, 78 sont en conformité, soit 78%. 29 sont non-conformes, soit 29%. Il a été recensé un dispositif publicitaire mais il a été retiré depuis. Il est donc catégorisé «Sans objet» et représente 1% des dispositifs recensés. Les photos ci-après sont celles de la DDTM.

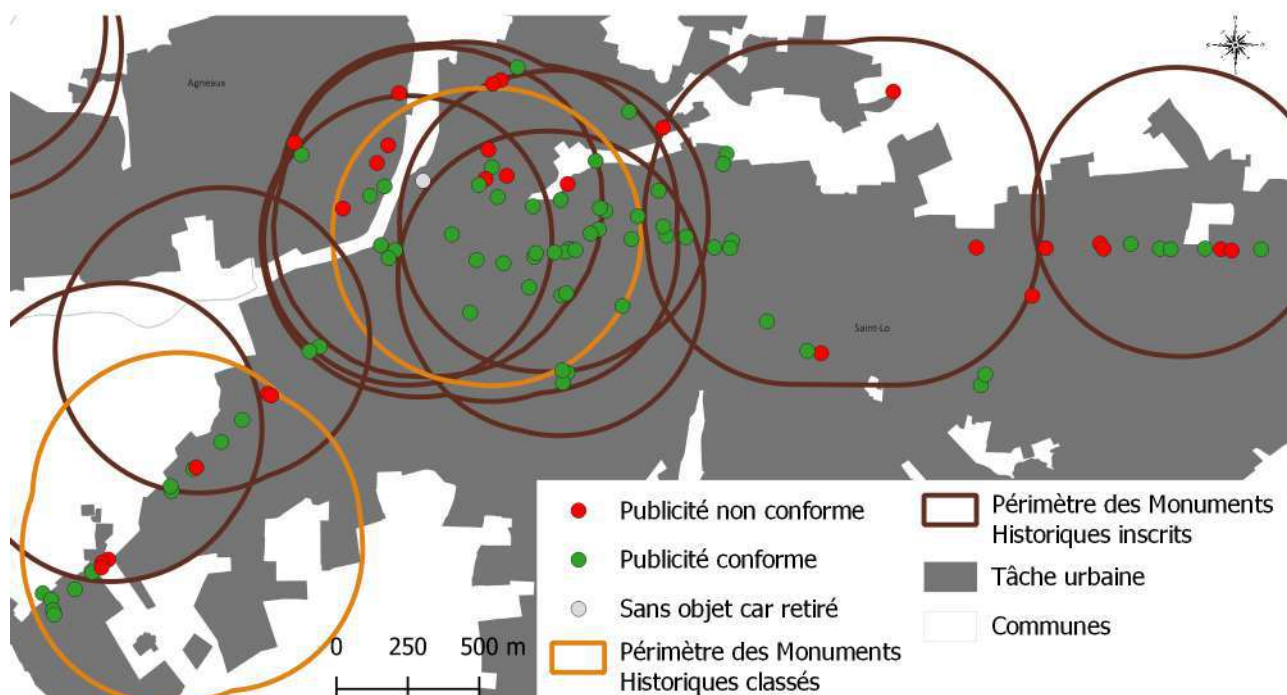
Analyse quantitative

Près de 90% sont situés le long des principaux axes de transit pour une raison de visibilité. Près de 80% des dispositifs sont scellés au sol ou directement installés sur le sol.

Analyse qualitative

Les dispositifs scellés au sol ou directement installés sur le sol sont majoritairement bien intégrés dans le paysage. Quant, aux dispositifs muraux, la hauteur et la densité nuisent à l'harmonisation architecturale du territoire.

Conformité des publicités aux abords des Monuments Historiques à Saint-Lô et Agneaux



Source : DDTM 50



Rue de Carentan



Rue de la Poterne

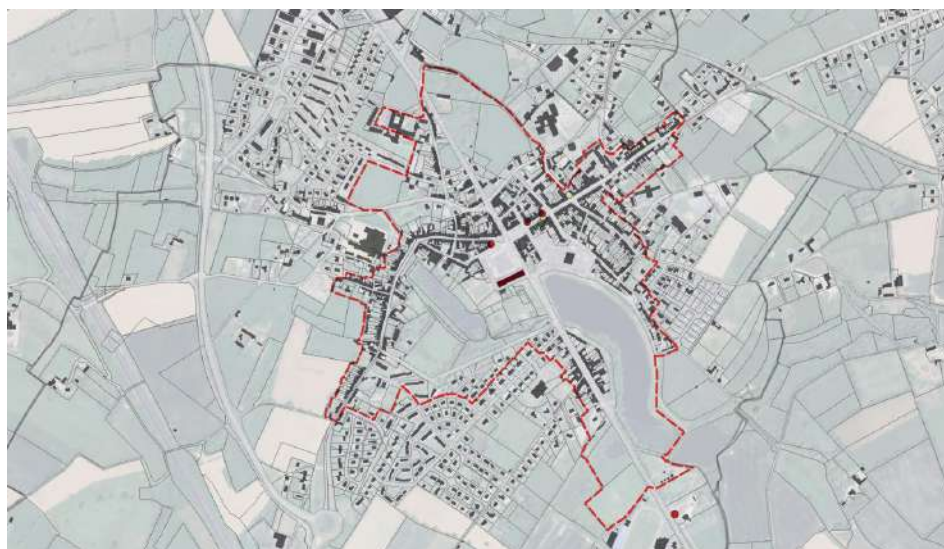
Conformité des publicités aux abords des Monuments Historiques à Torgny-les-Villes



Rue Havin

L'article L.581-19 pose le principe selon lequel les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité sauf pour celles dites «dérégatoires». Ainsi, cette préenseigne se situe en zone agglomérée d'une commune de moins de 10 000 habitants. Par conséquent, cette préenseigne est non-conforme car la publicité est interdite dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Concernant les autres communes ayant des Périètres des Abords, il a été recensés 40 dispositifs (tout confondus). 55% des dispositifs sont non conformes dont 50% étaient des publicités.



Exemple de Torigny-les-Villes

D. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES DANS LES COMMUNES DU PNR

Analyse quantitative

Les dispositifs publicitaires sont majoritairement situées le long des principaux axes de transit pour une raison de visibilité. Quelques publicités sont implantées dans des champs mais visibles des axes routiers. Il existe une minorité de publicités scellées au sol ; ces publicités sont situées aux portes des bureaux de tabac.

Analyse qualitative

Sur les différents dispositifs recensés, une grande majorité des publicités et des préenseignes sont à supprimer. Quelques enseignes sont à rendre conformes. Ceci impacte le paysage agricole et les bourgs ruraux avec les maisons en pierre. Le PNR est relativement protégé des dispositifs publicitaires. Il est donc important de conserver cette protection vis-à-vis de la publicité extérieure.

Pont-Hébert et Saint-Jean-de-Daye

Les enseignes



Saint-Jean-de-Daye

Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.



Saint-Jean-de-Daye

Les enseignes dites en drapeaux sont à mettre en conformité avec le RNP concernant l'implantation sur les balcons. De plus, la densité des enseignes est à harmoniser.



Pont-Hébert

Les enseignes apposées au mur sont alignées mais celles perpendiculaires ne respectent pas le RNP.



Pont-Hébert

Les publicités



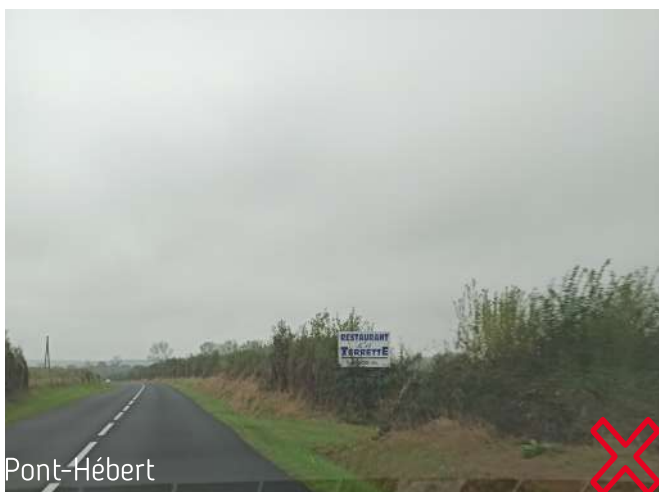
Pont-Hébert

Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, ces dispositifs publicitaires sont interdits.

Cas particulier pour les chevalets :

Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces sont considérés comme de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol. Au sens du RNP, «ils ne sauraient être regardés comme des enseignes, puisqu'ils ne sont pas apposés sur l'immeuble où s'exerce l'activité».

Les préenseignes



Pont-Hébert

La préenseigne se situe à Pont-Hébert mais hors agglomération. Ainsi, cette préenseigne est interdite.

Les autres communes du PNR

Les enseignes



La Meauffe

L'article R581-63 relatif à la surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale n'est pas respecté.



Rémilly-les-Marais

Les enseignes dites en drapeaux sont à mettre en conformité avec le RNP concernant l'implantation sur les balcons.



Saint-Fromond

L'article R581-63 relatif à la surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale n'est pas respecté. De plus, les enseignes dites en drapeaux sont à mettre en conformité avec le RNP concernant l'implantation sur les balcons.



Moon-sur-Elle

L'article R581-63 relatif à la surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale est respecté.



Saint-Fromond

L'article R581-63 relatif à la surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale est respecté. De plus, les enseignes respectent les ouvertures.

Les publicités



La publicité est interdite hors agglomération.



Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, la publicité est autorisée tant que la surface n'excède pas 4m² et une hauteur de 6m.

Les préenseignes



Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



Moon-sur-Elle

Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Hors agglomération, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



Moon-sur-Elle

Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Hors agglomération, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



Rémilly-les-Marais

Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Hors agglomération, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



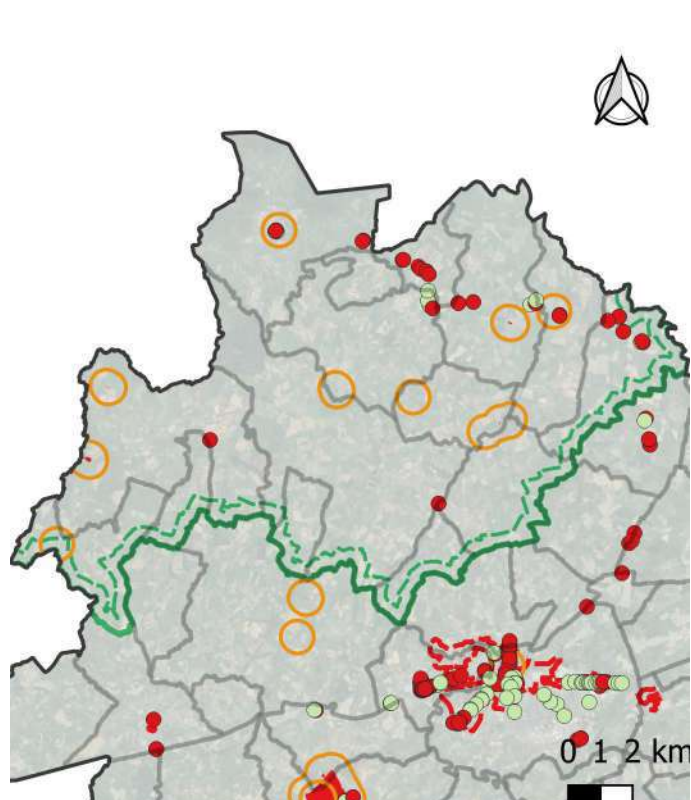
Graignes-Mesnil-Angot

La préenseigne temporaire peut être installée 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elle signale et doit être retirée au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Le Désert

La préenseigne temporaire peut être installée 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elle signale et doit être retirée au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Néanmoins, ce dispositif n'a pas le droit d'être accroché à l'arbre.



Limites communales

Publicité

Dispositifs

• Non conforme

• Conforme

Patrimoine

○ Périmètres des abords (500 mètres)

□ Périmètres des abords (PDA)

■ Monuments historiques

PNR

Parc Naturel Régional

E. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES CONCERNANT LES ACTIVITÉS À DOMINANTE COMMERCIALES

Analyse quantitative

Les dispositifs publicitaires se situent le long des principaux axes de transit pour une raison de visibilité. Les publicités sont majoritairement des supports 4x3. Des oriflammes servent d'enseignes (concessions automobiles, grands commerces, entreprises de TP,...).

Analyse qualitative

Sur les différents dispositifs recensés, les oriflammes nuisent à la qualité du paysage. Une certaine hétérogénéité est constatée entre les vieilles et les nouvelles enseignes dans la qualité et l'intégration dans le paysage. La grandeur et le mauvais entretien de certaines enseignes peut également nuire à la qualité de l'image de l'afficheur mais aussi du paysage.

Les enseignes



Agneaux

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



Torigny-les-Villes

L'enseigne sur toiture doit être «réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base». (Art. R581-62).



Condé-sur-Vire

L'enseigne sur toiture doit être «réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base». (Art. R581-62). De plus, la densité est à harmoniser.

Les publicités



La publicité est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les préenseignes



Condé-sur-Vire

Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, ces dispositifs publicitaires sont interdits.

F. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES CONCERNANT LES ACTIVITÉS A DOMINANTE ARTISANALES

Analyse quantitative

Les quelques publicités trouvées dans les zones artisanales de Saint-Lô Agglo sont sur des bâches.

Les enseignes sont harmonisées par la signalétique de Saint-Lô Agglo. Néanmoins, d'anciennes enseignes sont toujours présentes. Quelques oriflammes sont implantés dans quelques zones artisanales. Une enseigne illuminée la nuit a été recensée.

Analyse qualitative

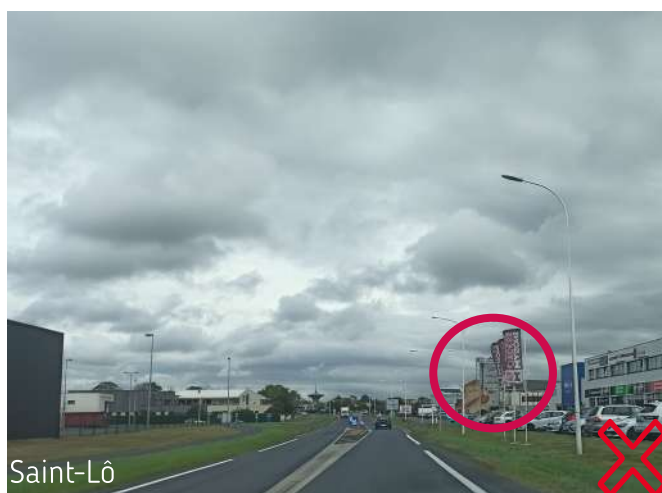
Les enseignes sont majoritairement bien intégrées dans le paysage et dans le bâti. Les oriflammes impactent les cônes de vue. Les enseignes de Saint-Lô Agglo s'intègrent dans le paysage et permettent de se repérer facilement.

Les enseignes



Marigny-le-Lozon

Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.



Saint-Lô

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 12m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. La densité de ce type d'enseigne est à harmoniser.



Saint-Clair-sur-l'Elle

Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.



Quibou

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. La hauteur de ce type d'enseigne pourrait être harmonisée.

Les publicités



Marigny-le-Lozon

La publicité est interdite hors agglomération et dans celle ayant moins de 10 000 habitants.

Les préenseignes



Marigny-le-Lozon

Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Hors agglomération, ces dispositifs publicitaires sont interdits.

G. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES CONCERNANT LES ACTIVITÉS A DOMINANTE INDUSTRIELLES

Analyse quantitative

Concernant les dispositifs dans les zones industrielles, le diagnostic fait ressortir un certain nombre concernant les préenseignes. La zone de Guilberville a deux préenseignes (charte de Saint-Lô Agglo).

Les enseignes sont parallèles au bâti. Quelques oriflammes s'y trouvent.

Analyse qualitative

Les enseignes et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol font globalement l'objet d'une bonne intégration dans l'architecture des bâtiments ou dans le paysage.

Néanmoins, un travail doit être effectué dans la zone de Guilberville. En effet, Saint-Lô Agglo a implanté des préenseignes selon la charte graphique de la Communauté d'Agglomération ; or, d'anciennes préenseignes sont toujours présentes.

Les enseignes



Agneaux

La prise en compte du RNP permet d'avoir un paysage harmonieux.



Agneaux

Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade. De plus, le format des enseignes est différent. L'enseigne «Esprit Vélo» est trop importante comparée aux deux autres.



Condé-sur-Vire

Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade. De plus, les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R581-60).

Les publicités



Torigny-les-Villes

La publicité est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération.

Les préenseignes



Torigny-les-Villes



Torigny-les-Villes

Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Hors agglomération, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



H. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES CONCERNANT LES ACTIVITÉS A DOMINANTE MIXTE

Analyse quantitative

Concernant les dispositifs publicitaires dans les zones d'activités mixtes, il ressort que beaucoup d'oriflammes sont implantés sur ces secteurs. Des enseignes de Saint-Lô Agglo permettent de spatialiser l'entrée/sortie des zones d'activités mixtes.

Quelques publicités scellées au sol se situent dans ces secteurs.

Analyse qualitative

La multiplicité des oriflammes engendre une baisse de la qualité des paysages. Les zones d'activités mixtes sont relativement épargnées par des publicités. Un effort est fait concernant l'intégration des enseignes dans ces secteurs (enseignes de Saint-Lô Agglo).

Les enseignes



Les enseignes de l'intercommunalité s'intègrent dans le paysage.



Saint-Clair-sur-l'Elle



La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



Thèreval

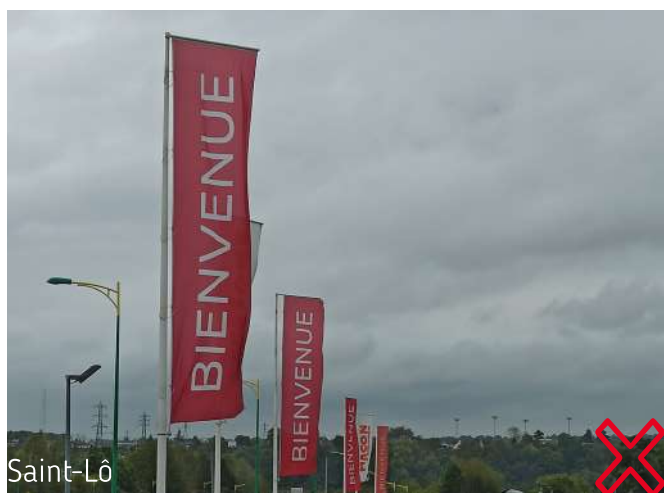


Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.



Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.

Néanmoins, l'enseigne dépasse les limites de l'égout du toit.



La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent dépasser 6,50 m de haut lorsqu'elles font 1m ou plus de large ou 8m de haut lorsqu'elles font moins d'1m de large.

Les oriflammes sont ici d'une trop grande hauteur et la densité est trop importante.

Les publicités



La publicité est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération.

I. DIAGNOSTIC DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SUR LE RESTE DU TERRITOIRE

Analyse quantitative

Sur le reste du territoire, certaines zones sont impactées par une multiplicité d'enseignes et de publicités. Il existe quelques enseignes lumineuses, des oriflammes, des publicités scellées au sol. Quelques enseignes sont situées sur du bâti ancien. Des 4x3 sont également présents.

Analyse qualitative

La multiplicité des enseignes en drapeaux fracturent le paysage. La colorimétrie des enseignes peut également impacter le paysage. Les enseignes sur du bâti ancien dégradent la qualité du bâti. Un travail est à effectuer sur le secteur de Guilberville concernant la friche à l'Ouest de la zone d'activités.

Les enseignes



Saint-Clair-sur-l'Elle



Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.



Villiers-Fossard



Ce dispositif publicitaire se situe hors agglomération.



Condé-sur-Vire

L'enseigne ne respecte pas le RNP relatif à la surface maximum.



Condé-sur-Vire

L'enseigne ne respecte pas le RNP relatif à la surface maximum.



Condé-sur-Vire

Art. R581-63 : les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade.



Tessy-Bocage



La Luzerne

L'enseigne sur toiture doit être réalisée «au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base». (Art. R581-62).



D6

L'enseigne est posée ici sur un mur.

Les publicités



Couvains



Torigny-les-Villes



Bourgvallées



Moyon-Villages



Saint-Amand-Villages



Saint-Georges-D'Elle

La publicité est interdite hors agglomération.

Les préenseignes



Les préenseignes suivent les mêmes règles que celles des publicités. Hors agglomération, ces dispositifs publicitaires sont interdits.



Les activités culturelles/les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite, peuvent être signalées par des préenseignes dérogatoires.



	Nombre de préenseignes dérogatoires	Dimensions
Monuments historiques (ouverts à la visite)	4	1m de hauteur 1,50 m de largeur
Vente produits du terroir	2	
Activités culturelles	2	

IV. A RETENIR

FORCES	FAIBLESSES
Un PNR préservé.	Une abondance d'oriflammes sur tout le territoire.
	Des problématiques d'insertion paysagère sur les grands axes de transit.
OPPORTUNITES	MENACES
Un effort réalisé pour l'intégration des préenseignes dans les ZAE : suppression de préenseignes non conformes pour des préenseignes suivant la charte de Saint-Lô Agglo en termes de colométrie, etc).	Quelques irrégularités sur le territoire.
Un patrimoine de la reconstruction à valoriser par une harmonisation des enseignes.	Des enseignes trop présentes parfois et ne concernant qu'une seule activité.
	Des secteurs regroupant une multitude de dispositifs publicitaires (Guilberville par exemple)
	Des dispositifs publicitaires sur du bâti ancien et dans les périmètres des Monuments Historiques

Au regard des enjeux des RLP anciens et les enjeux qui émanent du diagnostic. Les bénéfices du RLPi seront :

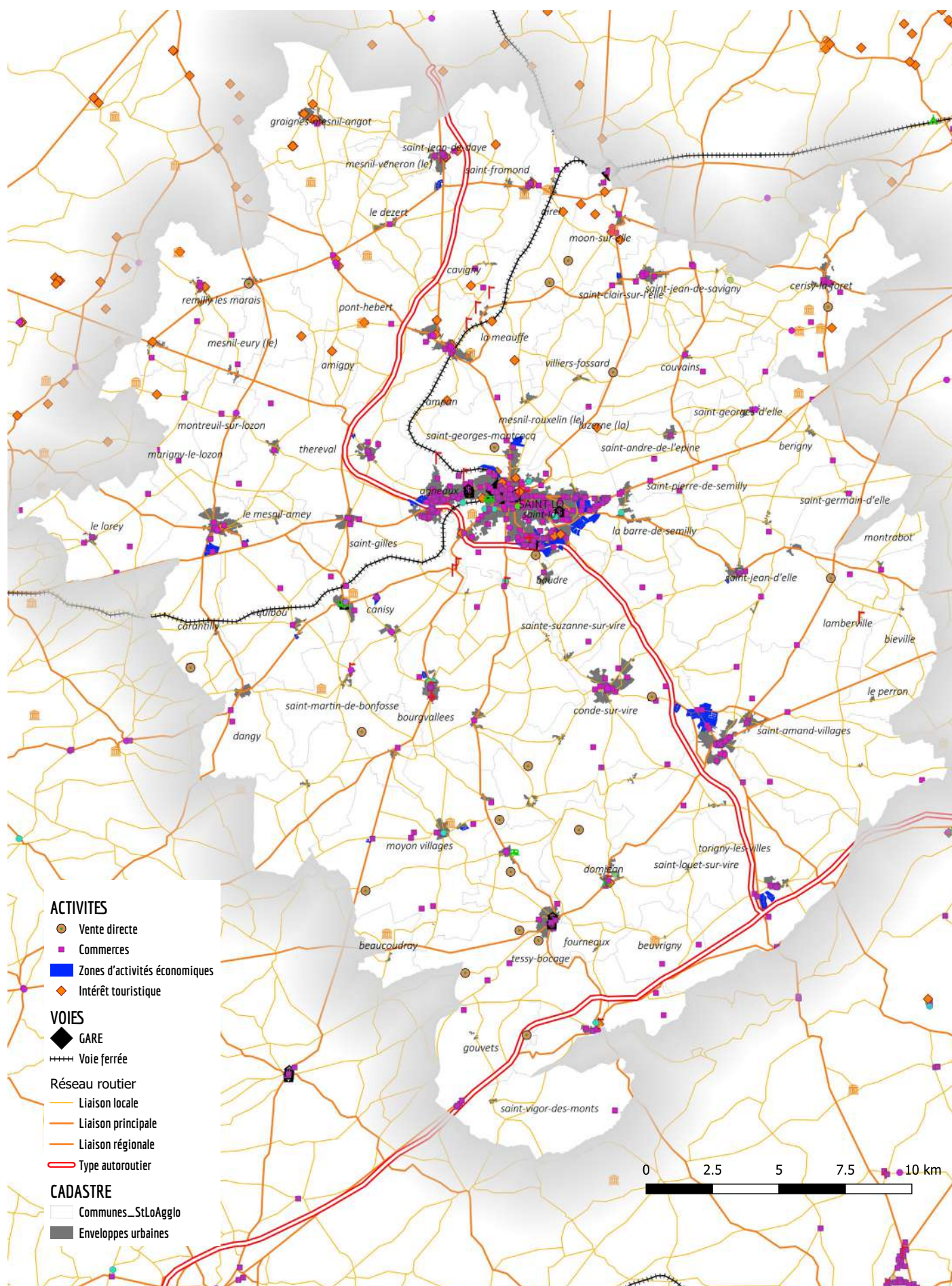
- L'introduction des thématiques manquantes comme la couleur des dispositifs pour les enseignes. Ces éléments pourront être recommandés afin de créer une identité à l'échelle de l'agglomération.
- L'extension des règles à d'autres dispositifs - numériques notamment - afin de répondre aux enjeux sociétales d'aujourd'hui.
- La dédensification de plusieurs secteurs, notamment les entrées de ville de Saint-Lô qui sont généralement des zones d'activités économiques.

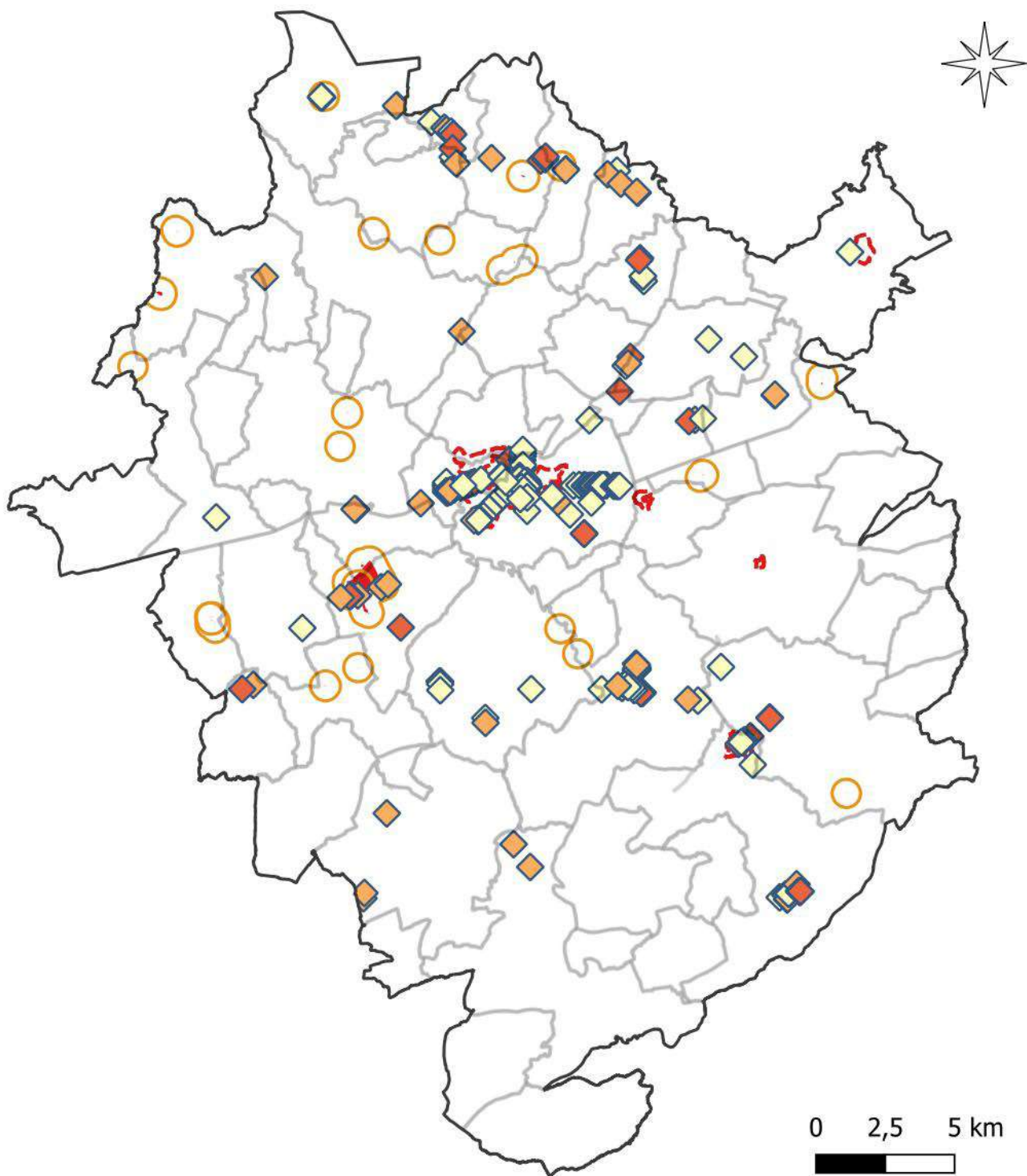
	Publicité			Pré-enseigne			Enseigne		
	<i>Conforme</i>	<i>Non conforme</i>	<i>Total</i>	<i>Conforme</i>	<i>Non conforme</i>	<i>Total</i>	<i>Conforme</i>	<i>Non conforme</i>	<i>Total</i>
Saint-Lô	71,3%	28,7%	100%	57,1%	42,9%	100%	56,3%	43,7%	100%
Les autres communes	23%	77%	100%	16,7%	83,3%	100%	61,1%	38,9%	100%

Au regard du RNP (commune de + 10 000 habitants et communes de - 10 000 habitants), il a été recensé à Saint-Lô, près de 71,3% de publicités conformes. Dans les autres communes, ce taux est de 77%.

Les enseignes sur le territoire sont globalement respectueuses des règles du RNP.

Synthèses cartographiques

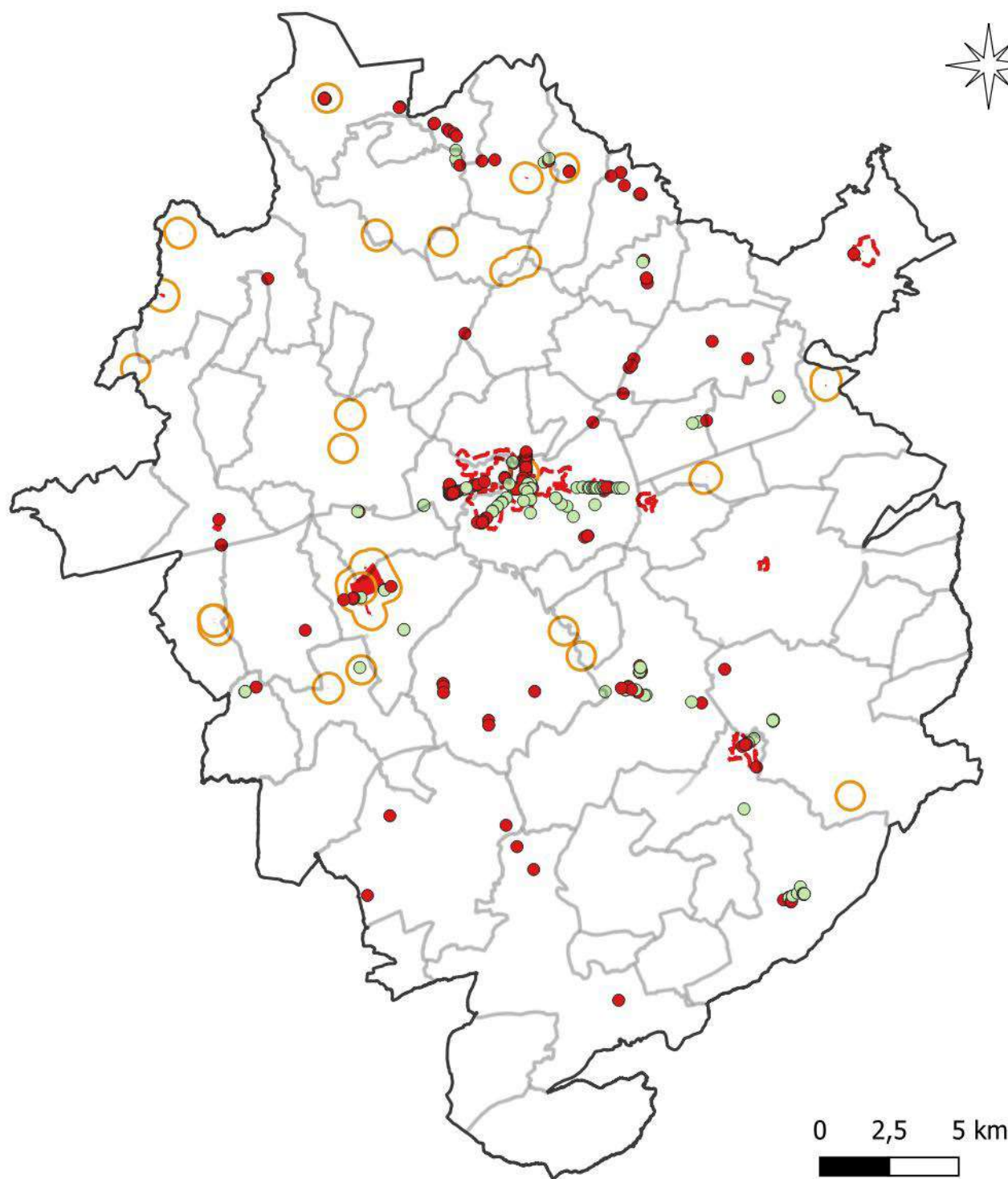




Dispositifs

- ◆ Enseigne
- ◆ Pré enseigne
- ◆ Publicité

Communes



- | | |
|--------------------|------------------------------------|
| Limites communales | Périmètres des abords (500 mètres) |
| Dispositifs | Périmètres des abords (PDA) |
| Non conforme | Monuments historiques |
| Conforme | |

PARTIE 3. ORIENTATIONS ET OBJECTIFS





En se transformant, Saint-Lô Agglo doit préserver ses richesses architecturales et paysagère qui renforcent son identité et assurent la pérennité d'un cadre de vie agréable.

Alors que le PLUi est l'outil d'urbanisme garant de l'aménagement durable du territoire intercommunal, le RLPi permet d'assurer la protection des paysages contre la pollution visuelle que peut représenter les dispositifs publicitaires si ils ne sont pas correctement intégrés.

Dans cette dynamique, l'enjeu majeur du RLPi est d'instaurer des restrictions graduées à l'installation de publicités, enseignes, préenseignes selon la sensibilité paysagère des lieux. Pour répondre à cet enjeu, des objectifs et des orientations ont été mis en place.

Les objectifs ci-après répondent aux objectifs prescrites par la délibération du Conseil Communautaire :

- Renforcer l'attractivité du territoire de Saint-Lô Agglo en conciliant qualité du cadre de vie, bâti comme naturel, et visibilité des activités économiques, touristiques et culturelles.
- Prendre en compte les évolutions de la loi dite «Grenelle 2» tout en adaptant la réglementation à nos spécificités territoriales : Parc Naturel Régional des Marais du Cotentin et du Bessin, centre-ville de Saint-Lô, centralités commerçantes des communes pôles, etc.
- Améliorer la lisibilité et l'image du territoire par une organisation paysagère des entrées de villes et des grands axes structurants, en compatibilité avec les préconisations du schéma de cohérence territoriale du Pays Saint-Lois
- Permettre dans les secteurs concernés par une interdiction spécifique, notamment dans les centralités, de réintroduire de la publicité de manière mesurée et en créant les conditions de sa bonne insertion paysagère.
- Accompagner la politique de signalétique existante afin de garantir l'homogénéité et la qualité des Zones d'Activités Economiques sur Saint-Lô Agglo
- S'adapter aux nouveaux usages, aux besoins et à la diversité des acteurs économiques du territoire en leur permettant de communiquer au mieux sur leur activité tout en prenant en compte les impacts paysagers et environnementaux des dispositifs

I. LES OBJECTIFS DU RLPi

OBJECTIF 1 : CHERCHER UNE HOMOGÉNÉISATION DES ENSEIGNES DANS LE CENTRE-BOURG DE SAINT-LÔ ET UNE MISE EN VALEUR DE L'ARCHITECTURE DE LA RECONSTRUCTION

Il s'agit de rechercher une homogénéisation des enseignes en termes de hauteur et de densité en prenant en compte les abords des Monuments Historiques afin de préserver les cônes de vue et l'architecture de la reconstruction.

L'un des objectifs du RLPi est de réglementer les extinctions des dispositifs publicitaires lumineux afin de prendre en compte la sobriété énergétique.

OBJECTIF 2 - PRÉSERVER LE PAYSAGE DANS L'ESPACE RURAL

L'objectif du RLPi est aussi de mettre en exergue les identités paysagères du territoire en limitant les dispositifs publicitaires. Réglementer les enseignes dans le RLPi permet également de mettre en valeur les spécificités territoriales (faubourgs, centre-bourg, ...). Le bâti ancien est prégnant dans le paysage rural de Saint-Lô Agglo, le RLPi permet de tendre vers une qualité et une harmonisation des enseignes sur ce bâti afin de le mettre en valeur.

OBJECTIF 3 – AMÉLIORER LES POINTS DE VUES SUR LES AXES MAJEURS

Le troisième objectif du RLPI est de tendre vers une amélioration des points de vues sur les axes majeurs en identifiant, lors du diagnostic, les marqueurs affectant la lisibilité et la visibilité de ces derniers. Cela passe par une projection d'un pré-zonage grâce au PLUi des zones artisanale, zone commerciale, zone industrielle, zone d'activités mixtes.

OBJECTIF 4 – CONTINUER L'HARMONISATION DES PRE-ENSEIGNES DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES A TRAVERS LA SIGNALÉTIQUE PROPRE A SAINT-LÔ AGGLO

Le diagnostic a permis de constater un effort général d'harmonisation concernant les préenseignes des ZAe. Ces dernières ont une signalétique propre et permet une homogénéité de ces zones sur l'ensemble du territoire. L'objectif est ici de continuer cet effort et de supprimer les anciennes préenseignes qui sont interdites dans le cadre du RNP.

II. LES ORIENTATIONS GÉNÉRALES

ORIENTATION 1 : ASSURER UNE COHÉRENCE ENTRE LE RLPI ET LE PLUI

Il s'agit de rechercher une cohérence de l'aménagement du territoire à l'échelle de la Saint-Lô Agglo. Dans la reconnaissance des espaces urbains agglomérés formant l'agglomération au titre du RLPI, il s'agira de garantir une cohérence de ces limites d'agglomération avec celle actuelles et futures déterminées au PLUi.

ORIENTATION 2 – PRÉSERVER LES IDENTITÉS PAYSAGÈRES ET PRENDRE EN COMPTE DES SPÉCIFICITÉS TERRITORIALES : PARC NATUREL RÉGIONAL DES MARAIS DU COTENTIN ET DU BESSIN, CENTRE-VILLE DE SAINT-LÔ, LES AUTRES CENTRALITÉS

Préserver les identités paysagères

L'enjeu est de renforcer l'attractivité du territoire de Saint-Lô Agglo en conciliant qualité du cadre de vie, bâti comme naturel, et visibilité des activités économiques, touristiques et culturelles. Ainsi, il s'agit d'édicter des prescriptions spécifiques dans les centres-bourgs et/ou dans les zones d'intérêt patrimonial et/ou dans le PNR notamment concernant la publicité extérieure qui devra être traitée de manière à préserver la qualité architecturale et paysagère du patrimoine bâti en cohérence avec le charte du parc.

Rechercher l'intégration et l'esthétisme des enseignes

LE RLPI permettra l'une intégration qualitative des enseignes en favorisant une cohérence d'implantation, de gabarit, de densité.

ORIENTATION 3 : HARMONISER L'IDENTITÉ ET LA COHÉRENCE DES DISPOSITIFS A L'ÉCHELLE DE SAINT-LÔ AGGLO

L'un des intérêts du RLPI est de rechercher une harmonie et une uniformité à la fois pour contribuer à une identité visuelle locale, assurer un traitement équitable entre les communes, et gagner en clarté et lisibilité des règles applicables sur le territoire pour les professionnels de l'affichage, les activités économiques et les administrés.

ORIENTATION 4 : AMÉLIORER L'IMAGE PERÇUE DE SAINT-LÔ AGGLO DEPUIS LES ENTRÉES DE VILLES ET LES AXES STRUCTURANTS ET RENDRE LISIBLES ET ATTRACTIVES LES ZONES D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES ET COMMERCIALES

Les entrées principales de Saint-Lô Agglo représentent les vitrines du territoire et exigent une qualité et une harmonisation dans le traitement des dispositifs publicitaires. Plusieurs orientations vont dans ce sens :

- Lutter contre la multiplication des dispositifs d'affichages et contre la banalisation des paysages de Saint-Lô Agglo
- Améliorer la qualité paysagère des entrées de ville, notamment dans les zones d'activités économiques, et les axes de transit

ORIENTATION 5 : RÉPONDRE AUX BESOINS DE SIGNALISATION DES ACTEURS LOCAUX DE SAINT-LÔ AGGLO

Le besoin de signalétique pour les acteurs économiques doit se concilier avec l'objectif général de préservation de la qualité paysagère et du cadre de vie territoire

>> Sensibiliser les acteurs locaux à la réglementation de la publicité

La mise en œuvre du RLPi sera l'occasion d'informer, de sensibiliser et d'accompagner les divers acteurs et partenaires locaux en matière de publicité (commerçants, entreprises, associations, concepteurs d'enseignes...)

>> Harmoniser la signalétique des zones d'activités et soigner la lisibilité des zones

Pour faciliter les besoins d'harmonisation de la signalisation des zones d'activités, le RLPi incitera à l'utilisation pertinente de RIS (Relais d'Information Service) et de SIL (Signalisation d'Information Locale) sur les zones d'activités.

ORIENTATION 6 : PRENDRE EN COMPTE LES EXIGENCES NATIONALES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (MATÉRIAUX, LUMINOSITÉ) ET ENCADRER LE DÉVELOPPEMENT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES EN MATIÈRE D'AFFICHAGE

Conformément aux enjeux environnementaux, le RLPi se doit de faire respecter les exigences nationales en matière de développement durable, afin de garantir la préservation de la qualité du cadre de vie sur le territoire.

L'enjeu est de répondre à la fois à la préservation des entités paysagères multiples, de la biodiversité et de prendre en compte la sobriété énergétique en matière d'affichage.

- Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques (plage horaire, densité...)
- Limiter les consommations énergétiques et les nuisances lumineuses générées par les dispositifs publicitaires
- Prendre en compte la « trame noire » en luttant contre la pollution lumineuse tout en prenant en compte la nécessité de la sécurisation routière à proximité des grands axes de circulation.

PARTIE 4. JUSTIFICATIONS





I. LES GRANDS PRINCIPES D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT

Les objectifs et orientations exposées ci-avant ainsi que les échanges avec les élus, les services de l'agglomération et les services de l'Etat ont permis d'élaborer les dispositions applicables aux publicités, enseignes et préenseignes en s'appuyant sur les grands principes suivants :

- Des règles à la croisée du RNP, des retours des ateliers et des ambitions des élus

Le diagnostic établi dans le présent document identifie des dysfonctionnements par rapport à la mise en application du RNP sur le territoire intercommunal. Les enjeux sont donc nombreux et la clé de l'élaboration du RLPi réside dans un juste équilibre entre :

- la réglementation nationale, dont les dispositions non modifiées par le RLPi restent applicables ;
 - de nouvelles dispositions répondant aux ambitions et aux attentes des élus (mise en valeur des entrées de ville, réponse aux enjeux patrimoniaux et paysagers propres au territoire, réglementer les dispositifs lumineux et numériques afin de répondre au PCAET 2019-2024 en cours de révision.
- Des règles différenciées suivant les spécificités des communes

Le territoire de Saint-Lô Agglomération compte 61 communes. Il a la particularité de n'accueillir qu'une seule commune de plus de 10 000 habitants qui est la commune de Saint-Lô avec ses 19 050 habitants (INSEE, 2022).

Le RNP établit des règles différenciées suivant la jauge limite de 10 000 habitants. Sur le territoire, cette différenciation reste pertinente au vu des structures urbaines et des caractéristiques paysagères des communes. D'une manière générale, les dispositions du RLPi sont donc différenciées entre Saint-Lô et les 60 autres communes de Saint-Lô Agglo.

- Un zonage qui s'appuie sur le PLUi de Saint-Lô Agglo

Ce zonage a servi de base de travail à la délimitation des différentes zones qui composent le zonage du RLPi.

II. LE ZONAGE

Le zonage du RLPi s'appuie sur l'existant ainsi qu'au zonage du RLPi afin de voir les vocations des zones (zones U). Au regard des différents enjeux qui caractérisent ces secteurs d'un point de vue de l'encadrement de la publicité extérieure, 8 zones ont été délimitées pour le RLPi.

A. LA ZONE 1

Cette zone est divisée en 3 sous-secteurs. La zone 1.0 correspond au cœur historique de Saint-Lô. La zone 1.1 correspond au centre-ville de Saint-Lô. La zone 1.2 correspond aux zones résidentielles de Saint-Lô.

La zone 1.0 s'appuie sur le périmètre des remparts et accueille l'hôtel de ville, la préfecture, etc. Ce noyau urbain est le plus patrimonial de la ville. Ainsi, il y a nécessité à prescrire des dispositions particulières pour cette zone.

La zone 1.1 s'appuie sur le périmètre du centre urbain de Saint-Lô. Cet espace urbain dense rassemble de nombreux commerces et services de proximité, mais également de nombreux éléments de patrimoine : bâtiments remarquables inscrits ou classés au titre des monuments historiques. La zone 1.2 s'appuie sur les périmètres de la zone UC. A ceci s'ajoute les PDA (Périmètres Délimités des Abords des monuments historiques).

Les prescriptions propres à la zone 1 se veulent particulièrement restrictives en matières de dispositifs et de formats admis ainsi que des limitations aux enseignes. La zone 1.1 se veut plus restrictive sur la qualité des enseignes en termes d'intégration architecturale.

B. LA ZONE 2

La délimitation de la zone 2 est constituée des quartiers résidentiels plus ou moins anciens.

C. LA ZONE 3

La délimitation de la zone 3 a été établie en lien avec le périmètre du PNR (Parc Naturel Régional) des Marais du Cotentin et du Bessin car seul le RLPi peut déroger à l'interdiction de publicité dans les communes du PNR si la Charte de ce dernier le permet.

D. LA ZONE 4

Cette zone est divisée en 2 sous-secteurs. La zone 4.1 correspond aux entrées de ville et aux zones d'activités de Saint-Lô. La zone 4.2 correspond aux zones d'activités économiques des autres communes. Dans ces espaces où les dispositifs publicitaires foisonnent, de nombreux dispositifs illégaux sont recensés. Les activités recherchent en effet une grande visibilité, notamment depuis les axes routiers et ont donc parfois recours à des formats interdits, dans les communes de moins de 10 000 habitants notamment.

L'institution de la zone 4 vise à harmoniser à l'échelle intercommunale les dispositifs publicitaires caractéristiques des zones d'activités ainsi qu'à limiter le nombre et le format.

En zone 4.1, un linéaire sur les voies bordant les zones d'activités interdit la publicité lumineuse et/ numérique.

E. LA ZONE 5

Enfin, cette dernière zone rassemble l'ensemble des autres secteurs du territoire, en dehors des zones 1, 2, 3 et 4. Elle comprend les hameaux, les zones non agglomérées ainsi que les zones agricoles et naturelles.

Ces espaces sont aujourd'hui relativement moins impactés par la publicité. Les règles sont donc celles du RNP.

F. LES PRESCRIPTIONS GRAPHIQUES

4 prescriptions graphiques sont également présentes sur le zonage. Il s'agit :

- des Périmètres des abords (prescription patrimoniale),
- d'une protection autour des cours d'eau,
- d'un linéaire d'interdiction des publicités lumineuses et numériques sur certains grands axes,
- d'une prescription spécifique à l'Agglo 21.

1. La prescription patrimoniale

Le RLPi encadre la publicité extérieure au sein des périmètres des abords pour protéger la valeur patrimoniale, culturelle et paysagère. Ainsi, les monuments historiques sont des témoins de l'histoire et de l'identité collective. Une publicité trop visible ou intrusive peut :

- banaliser le monument,
- détourner l'attention de son architecture et de sa signification
- nuire à la dignité et au respect dus à ces lieux.

La publicité extérieure peut également :

- dégrader les vues et perspectives,
- rompre l'harmonie visuelle entre le monument et son environnement,
- créer une pollution visuelle (enseignes lumineuses, panneaux de grandes taille, écrans numériques).

2. La prescription naturelle

Le RLPi encadre la publicité extérieure dans et aux abords (10 mètres) des cours d'eau. Cette prescription vise à renforcer la trame noire du territoire et ainsi limiter l'impact de la pollution visuelle et lumineuse sur les paysages nocturnes et sur la biodiversité.

3. Le linéaire d'interdiction des publicités lumineuses et numériques sur certains grands axes

L'inscription, au plan de zonage, d'un linéaire d'interdiction des publicités lumineuses et numériques le long de certains grands axes se justifie par plusieurs objectifs d'intérêt général, à la fois paysagers, environnementaux et sécuritaires.

Cette prescription vise à lutter contre la pollution visuelle et préserver les paysages. Les grands axes sont déjà fortement marqués par les infrastructures (voirie, signalisation, réseaux, trafic). Les dispositifs lumineux et numériques :

- accentuent la saturation visuelle,
- nuisent à la lisibilité du paysage urbain et périurbain,
- dégradent les entrées de ville et les séquences paysagères structurantes.

L'interdiction permet de préserver la qualité des vues et l'identité des axes majeurs.

Cette prescription garantit également la sécurité routière. Les publicités lumineuses et numériques :

- Attirent fortement l'attention des conducteurs,
- peuvent provoquer des phénomènes d'éblouissement,
- génèrent des animations ou changements d'images incompatibles avec la concentration nécessaire à la conduite.

Leur interdiction sur certains axes contribue à la prévention des accidents et à une meilleure lisibilité de la signalisation routière.

Enfin, elle permet de réduire les nuisances lumineuses et énergétiques. En effet, elles :

- participent à la pollution lumineuse nocturne,
- perturbent la faune et les cycles naturels,
- consomment de l'énergie de manière continue.

L'inscription d'un linéaire d'interdiction s'inscrit dans les objectifs de sobriété énergétique, de protection de la biodiversité et de respect des continuités écologiques.

III. LE RÈGLEMENT ÉCRIT

A. LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Les dispositions générales décrivent le champ d'application territorial, la portée du règlement, le zonage et les limites d'agglomération. Par ailleurs, y est également développé le renforcement général de l'intégration paysagère respectueuse de l'environnement pour les trois types de publicités extérieures. Ainsi, les couleurs neutres sont obligatoires pour les dispositifs publicitaires et préenseignes. Les enseignes ne doivent pas recouvrir ou masquer les éléments architecturaux des bâtiments.

B. JUSTIFICATIONS DE LA ZONE 1.0

La zone 1.0 a de forts enjeux urbains, paysagers et patrimoniaux, caractérisés par une forte fréquentation piétonne et une visibilité importante depuis l'espace public. Les prescriptions applicables à la publicité et aux enseignes visent à préserver la qualité du cadre urbain, à limiter les nuisances visuelles et lumineuses, et à assurer une intégration harmonieuse des dispositifs commerciaux dans l'architecture existante.

1. Interdiction de la publicité dans la majorité de ses formes

L'interdiction de la publicité murale, sur clôture, sur toiture, sur mobilier urbain, ainsi que des dispositifs lumineux et numériques, répond à la volonté de :

- limiter l'encombrement visuel dans des espaces urbains déjà fortement sollicités,
- préserver la lisibilité des façades et des séquences urbaines, éviter toute concurrence visuelle avec l'architecture, les perspectives urbaines et les cheminements piétons.

La publicité scellée au sol est strictement encadrée et autorisée uniquement sous la forme d'un dispositif de très petite dimension (1 m² maximum), limité à un seul dispositif par établissement, et sous réserve du respect de distances minimales garantissant la sécurité et la continuité des cheminements piétons. Cette tolérance permet une signalisation ponctuelle et sobre, sans porter atteinte à la qualité de l'espace public.

2. Interdiction des dispositifs lumineux et numériques

L'interdiction des publicités lumineuses et numériques vise à :

- prévenir les nuisances lumineuses, notamment en période nocturne,
 - limiter les effets d'éblouissement et de distraction, en particulier dans les secteurs à forte fréquentation piétonne,
 - s'inscrire dans une démarche de sobriété énergétique et de réduction de la pollution visuelle.
- Cette interdiction contribue également à préserver une ambiance urbaine apaisée et cohérente avec le caractère du centre urbain.

3. Encadrement qualitatif des enseignes parallèles à la façade

Les enseignes parallèles à la façade sont autorisées sous des formes limitées et qualitatives (lettres peintes ou découpées, panneaux de fond mats et de faible épaisseur, lambrequins de store), afin de :

- garantir une bonne intégration à l'architecture du bâti,
- limiter les volumes, les saillies et les effets de superposition, préserver la lisibilité des façades commerciales.

Les règles de hauteur, d'épaisseur et de rétroéclairage exclusivement autorisé pour les lettres découpées permettent d'éviter les dispositifs agressifs tout en assurant une visibilité suffisante des activités.

4. Encadrement strict des enseignes perpendiculaires (enseignes en drapeau)

Les enseignes en drapeau sont limitées en nombre, en surface et en hauteur afin de :

- éviter la multiplication des dispositifs en saillie sur l'espace public,
- préserver les perspectives de rue et le confort visuel des piétons,
- garantir une hiérarchisation claire des informations commerciales.

Le regroupement des différentes activités et licences sur un support unique contribue à une lecture plus sobre et ordonnée de l'offre commerciale.

5. Réglementation de la vitrophanie et des enseignes scellées au sol

La vitrophanie est autorisée sous réserve d'un traitement léger, non opaque et non redondant avec les enseignes, afin de préserver la transparence des vitrines, maintenir une animation commerciale qualitative, éviter l'occultation des façades et des vues depuis l'espace public.

Les enseignes scellées au sol sont interdites, sauf à titre dérogatoire pour les établissements dont aucune enseigne en façade n'est visible depuis la voie publique. Cette exception permet d'assurer l'identification des activités tout en limitant l'impact visuel des dispositifs.

6. Objectifs généraux poursuivis

L'ensemble de ces prescriptions vise à :

- garantir une cohérence d'ensemble des dispositifs publicitaires et d'enseignes, valoriser l'architecture et le paysage urbain,
- améliorer le cadre de vie et le confort visuel des usagers, assurer un équilibre entre visibilité commerciale et intérêt général.

Ces règles traduisent une volonté affirmée de privilégier une signalétique sobre, lisible et respectueuse du tissu urbain, adaptée aux spécificités de la zone 1.0.

C. JUSTIFICATIONS DE LA ZONE 1.1

La zone 1.1 correspond au centre urbain de Saint-Lô, à dominante commerciale et de services, caractérisés par une forte visibilité depuis l'espace public et une cohabitation étroite entre activités économiques, cheminements piétons et éléments patrimoniaux.

Les prescriptions applicables à la publicité et aux enseignes ont pour objectif de concilier attractivité commerciale, qualité du cadre urbain et protection des paysages, tout en garantissant la sécurité juridique du règlement.

1. Encadrement de la publicité : articulation avec le Règlement National de Publicité

1.1 Publicité murale et sur clôture

Les dispositions applicables à la publicité murale et aux pré-enseignes renvoient expressément au Règlement National de Publicité (RNP) pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ce renvoi garantit :

- la conformité du règlement local au cadre national,
- l'absence de création de surfaces publicitaires supplémentaires, le respect strict des plafonds et ratios définis par le RNP, y compris pour les surfaces d'encadrement.

L'interdiction de la publicité et des pré-enseignes sur clôture aveugle est justifiée par la volonté de préserver la qualité visuelle des fronts bâtis, éviter l'apparition de supports publicitaires continus et peu qualitatifs, limiter les effets de saturation visuelle dans l'espace public.

1.2 Publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol et les pré-enseignes sont autorisées de manière limitée et encadrée :

- un seul dispositif par établissement, surface maximale de 1 m², respect de distances minimales garantissant la sécurité et la continuité des cheminements piétons.

Ces prescriptions permettent une identification ponctuelle des activités tout en prévenant l'encombrement du domaine public, assurant ainsi une mesure proportionnée et conforme à la jurisprudence administrative.

1.3 Publicité sur mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est autorisée dans des conditions strictes :

- limitation au nombre de mobiliers existants à la date d'approbation du RLPI, plafonnement des surfaces et hauteurs,
- interdiction de déplacement réduisant la distance à moins de 50 mètres d'un monument historique.

Ce dispositif empêche toute densification publicitaire ultérieure et garantit la préservation des abords des monuments historiques, renforçant ainsi la solidité juridique des prescriptions.

1.4 Dispositifs lumineux et numériques

L'interdiction des publicités lumineuses et numériques repose sur :

- la lutte contre les nuisances lumineuses,

- la protection des ambiances nocturnes,
- la prévention des risques d'éblouissement et de distraction.

Ces motifs constituent des objectifs d'intérêt général reconnus, justifiant légalement les restrictions apportées.

2. Encadrement qualitatif et fonctionnel des enseignes

2.1 Enseignes parallèles à la façade

Les enseignes parallèles sont autorisées sous des formes qualitatives et intégrées (lettres peintes ou découpées, panneaux mats, lambrequins), avec des prescriptions précises relatives :

- à la hauteur des lettres et des bandeaux, à l'épaisseur et à la saillie par rapport à la façade, à l'éclairage, limité au rétro-éclairage des lettres découpées.

Ces règles garantissent : la lisibilité des activités commerciales, la valorisation de l'architecture existante, l'absence de dispositifs disproportionnés ou agressifs.

2.2 Enseignes perpendiculaires (enseignes en drapeau)

Les enseignes en drapeau sont strictement limitées en nombre, en surface et en hauteur afin de :

- éviter la multiplication des dispositifs en saillie,
- préserver les perspectives urbaines,
- assurer une hiérarchisation claire de l'information commerciale.

Le regroupement des activités et des licences sur un support unique contribue à une lecture plus sobre et ordonnée de l'espace public.

2.3 Vitrophanie

La vitrophanie est autorisée sous réserve d'un traitement léger, non opaque et non redondant, afin de :

- préserver la transparence des vitrines,
- maintenir une animation commerciale qualitative,
- éviter toute occultation excessive des façades.

2.4 Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol sont interdites, sauf à titre dérogatoire pour les établissements non visibles depuis la voie publique.

Cette exception strictement encadrée permet d'assurer l'identification des activités sans créer de précédent généralisable, garantissant ainsi la proportionnalité de la règle.

3. Régime spécifique des enseignes numériques

Les enseignes numériques extérieures sont autorisées de manière limitée afin de tenir

- compte des évolutions des pratiques commerciales, tout en évitant les nuisances excessives :
- un seul dispositif par établissement,
 - surface maximale de 4 m²,
 - plages horaires d'extinction obligatoires,
 - obligation de dispositifs de gradation lumineuse,
 - interdiction de tout effet éblouissant ou perturbateur.

Ces prescriptions assurent un équilibre entre modernité commerciale et protection du cadre de vie, et démontrent que la collectivité n'a pas instauré une interdiction générale et absolue.

D. JUSTIFICATIONS DE LA ZONE 1.2

La zone 1.2 correspond à des secteurs urbains et périurbains à dominante mixte, caractérisés par une présence commerciale diffuse voire inexistante, une proximité avec des périmètres de protection des monuments historiques. La réglementation applicable à la publicité et aux enseignes vise à préserver la qualité des paysages urbains et des abords sensibles, tout en permettant une identification lisible et proportionnée des activités économiques.

1. Encadrement de la publicité

1.1 Publicité murale et sur clôture

Les dispositions relatives à la publicité murale et aux pré-enseignes renvoient explicitement au Règlement National de Publicité (RNP) applicable aux agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ce renvoi permet :

- d'assurer la conformité du règlement local au cadre national,
- de garantir que les surfaces d'encadrement (15 %) s'inscrivent strictement dans les plafonds du RNP,
- d'éviter toute création de surface publicitaire supplémentaire.

L'interdiction de la publicité et des pré-enseignes sur clôture aveugle vise à :

- préserver la qualité des fronts urbains,
- éviter l'utilisation de supports peu qualitatifs,
- limiter la saturation visuelle dans l'espace public.

1.2 Publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite en zone 1.2.

Cette interdiction est justifiée par :

- l'impact visuel important de ces dispositifs dans des secteurs à dominante paysagère
- la volonté de préserver les perspectives et les continuités visuelles,
- la prévention de l'encombrement de l'espace public.

Cette mesure constitue une restriction proportionnée, les autres formes de signalisation demeurant possibles.

1.3 Publicité sur mobilier urbain

La réglementation distingue les secteurs situés dans les périmètres des abords de monuments historiques et ceux situés hors de ces périmètres, afin d'adapter la règle aux enjeux locaux.

a) Dans les périmètres délimités des abords

La publicité et les pré-enseignes sur mobilier urbain sont autorisées dans la limite du nombre de mobiliers existants à la date d'approbation du RLPI, avec des plafonds stricts de surface et de hauteur, sans possibilité de déplacement réduisant la distance à moins de 50 mètres d'un monument historique.

Cette règle empêche toute densification publicitaire ultérieure et assure la protection effective des abords patrimoniaux.

b) Hors des périmètres délimités des abords

La publicité sur mobilier urbain est autorisée sous réserve :

- du respect des dimensions maximales,
- d'une distance minimale de 200 mètres entre deux dispositifs, quel que soit le type de mobilier.

Cette prescription garantit une répartition espacée et maîtrisée des dispositifs, évitant les effets de mitage et de répétition visuelle.

1.4 Publicités lumineuses et numériques

Les publicités lumineuses sont autorisées sous réserve d'une extinction obligatoire entre 23h et 6h, afin de :

- limiter les nuisances lumineuses nocturnes,
- préserver les ambiances paysagères,
- s'inscrire dans une démarche de sobriété énergétique.

Les publicités numériques sont interdites en zone 1.2, en raison de leur caractère particulièrement impactant en termes de luminosité, d'animation et de perception visuelle.

2. Encadrement des enseignes

2.1 Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont :

- limitées à une par façade et par activité,
- implantées dans le prolongement de l'enseigne bandeau, à l'extrémité de la devanture.

Des adaptations limitées sont prévues en cas de contraintes techniques, sans remise en cause de la composition architecturale de la façade.

Cette souplesse encadrée renforce la proportionnalité et la robustesse juridique de la règle.

2.2 Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol sont interdites, sauf à titre dérogatoire pour les établissements non visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique.

Cette exception strictement encadrée permet d'assurer l'identification des activités sans porter atteinte au paysage, démontrant l'absence d'interdiction générale et absolue.

2.3 Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites afin de :

- préserver les silhouettes urbaines,
- éviter toute rupture visuelle avec l'environnement bâti et paysager.

3. Régime spécifique des enseignes lumineuses et numériques

3.1 Enseignes lumineuses

Les enseignes lumineuses sont autorisées dans les conditions définies à l'article 7.1 du règlement écrit, garantissant :

- une maîtrise des intensités lumineuses,
- La prévention des nuisances pour les riverains,
- la compatibilité avec les ambiances nocturnes.

3.2 Enseignes numériques

Les enseignes numériques extérieures sont autorisées de manière strictement encadrée :

- un seul dispositif par établissement,
- surface maximale de 4 m²,
- obligations d'extinction nocturne,
- dispositifs de gradation automatique,
- interdiction de tout effet éblouissant ou perturbateur.

Ces prescriptions traduisent une volonté d'accompagner l'évolution des pratiques commerciales tout en maîtrisant leurs impacts environnementaux et visuels.

E. JUSTIFICATIONS DE LA ZONE 2

La zone 2 correspond aux centralités des autres communes. La réglementation applicable à la publicité et aux enseignes vise à maîtriser l'impact visuel des dispositifs, à préserver les paysages et les continuités écologiques, tout en assurant une identification lisible et proportionnée des activités.

1. Encadrement de la publicité

1.1 Publicité murale et sur clôture

Les dispositions relatives à la publicité murale et aux pré-enseignes renvoient explicitement au Règlement National de Publicité (RNP) applicable aux agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Ce renvoi permet :

- d'assurer la conformité du règlement local au cadre national,
- de garantir le respect des surfaces maximales autorisées,
- de limiter strictement l'encadrement de l'affichage à 15 % de la surface de la publicité, sans création de surface supplémentaire.

L'interdiction de la publicité et des pré-enseignes sur clôture aveugle vise à :

- éviter l'utilisation de supports peu qualitatifs,
- prévenir les effets de linéarité publicitaire, préserver la qualité visuelle des espaces publics et des paysages.

1.2 Publicité sur mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est autorisée sous réserve de dimensions strictement encadrées (2 m² et 3 m de hauteur maximum).

Cette limitation permet d'éviter la prolifération de dispositifs, de garantir une insertion mesurée dans des espaces souvent peu urbanisés, de préserver la lisibilité de l'espace public.

1.3 Publicités lumineuses et numériques

Les publicités et pré-enseignes lumineuses font l'objet d'un encadrement renforcé :

- interdiction dans les périmètres des abords de monuments historiques,
- extinction obligatoire entre 23h et 6h,
- interdiction totale sur les cours d'eau et leurs abords sur une bande de 10 mètres de part et d'autre.

Ces prescriptions répondent à des objectifs d'intérêt général liés :

- à la protection du patrimoine,
- à la préservation des paysages nocturnes,
- à la protection de la biodiversité et des milieux aquatiques,

- à la réduction des nuisances lumineuses.

Les publicités numériques sont interdites en zone 2, en raison de leur impact visuel et lumineux particulièrement marqué dans des environnements peu denses.

2. Encadrement des enseignes

2.1 Enseignes parallèles

Les enseignes parallèles à la façade sont régies par les dispositions générales prévues à l'article 2.1 du règlement écrit, garantissant une cohérence d'ensemble et une intégration architecturale adaptée aux caractéristiques des secteurs concernés.

2.2 Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont limitées :

- à une par façade et par activité,
- et doivent être implantées dans le prolongement de l'enseigne bandeau, à l'extrémité de la devanture.

Des adaptations ponctuelles sont prévues en cas de contraintes techniques, sans altérer la composition architecturale de la façade. Cette souplesse encadrée renforce la proportionnalité et la solidité juridique de la règle.

2.3 Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol sont interdites, sauf à titre dérogatoire pour les établissements dont aucune enseigne sur façade n'est visible depuis une voie ouverte à la circulation publique.

Cette exception strictement encadrée :

- assure l'identification des activités isolées,
- limite l'impact paysager,
- démontre l'absence d'interdiction générale et absolue

2.4 Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites afin de :

- préserver les silhouettes urbaines et paysagères,
- éviter toute surélévation visuelle incompatible avec les caractéristiques de la zone.

3. Régime des enseignes lumineuses et numériques

3.1 Enseignes lumineuses

Les enseignes lumineuses sont autorisées dans les conditions définies à l'article 7.1 du règlement écrit, garantissant :

- la maîtrise des intensités lumineuses,
- la prévention des nuisances pour les riverains,
- la compatibilité avec les paysages nocturnes.

3.2 Enseignes numériques

Les enseignes numériques extérieures sont autorisées de manière strictement encadrée :

- un seul dispositif par établissement,
- surface maximale de 4 m²,
- obligations d'extinction nocturne,
- limitation des surfaces numériques à l'intérieur des locaux,
- obligation de dispositifs de gradation automatique,
- interdiction de tout effet éblouissant ou perturbateur.

Ce régime permet d'accompagner l'évolution des pratiques commerciales tout en garantissant la protection du cadre de vie.

F. JUSTIFICATIONS DE LA ZONE 3

La zone 3 correspond aux communes du PNR. Il existe des secteurs à forte sensibilité paysagère, environnementale et patrimoniale, comprenant notamment des espaces naturels, des paysages ouverts, des secteurs peu urbanisés et des abords de cours d'eau.

La réglementation applicable à la publicité et aux enseignes vise prioritairement à préserver l'intégrité des paysages, à limiter les nuisances visuelles et lumineuses, tout en maintenant une identification strictement nécessaire des activités présentes. Ainsi, après les échanges avec les élus, la publicité murale et sur clôture n'est pas réintroduite au sein des communes du PNR.

1. Encadrement de la publicité

1.1 Interdiction de la publicité murale et sur clôture

La publicité murale et sur clôture est interdite en zone 3.

Cette interdiction se justifie par :

- la forte vulnérabilité paysagère des secteurs concernés
- l'absence de fronts bâtis continus aptes à recevoir des dispositifs publicitaires,
- la volonté de prévenir toute banalisation ou artificialisation des paysages.

Cette mesure constitue une restriction proportionnée dès lors que d'autres formes limitées de signalisation demeurent possibles.

1.2 Publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée sous réserve de dimensions strictement

encadrées (2 m² maximum et 3 m de hauteur).

Cette tolérance vise à permettre une signalisation minimale, sans porter atteinte aux perspectives paysagères ni générer d'effet de mitage.

1.3 Publicités lumineuses et numériques

Les publicités et pré-enseignes lumineuses font l'objet d'un encadrement renforcé :

- interdiction dans les périmètres des abords de monuments historiques
- extinction obligatoire entre 23h et 6h,
- interdiction totale sur les cours d'eau et leurs abords sur une bande de 10 mètres de part et d'autre.

Ces prescriptions répondent à des objectifs d'intérêt général liés à :

- la protection du patrimoine et des paysages nocturnes,
- la préservation des continuités écologiques,
- la protection de la biodiversité, notamment des milieux aquatiques.

Les publicités numériques sont interdites en zone 3, compte tenu de leur impact visuel et lumineux incompatible avec la vocation des secteurs concernés.

2. Encadrement des enseignes

2.1 Enseignes parallèles

Les enseignes parallèles à la façade sont régies par les dispositions générales prévues à l'article 2.1 du règlement écrit, garantissant une application homogène et une intégration maîtrisée des dispositifs.

2.2 Enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires sont limitées :

- à une par façade et par activité,
- et doivent être implantées dans le prolongement de l'enseigne bandeau, à l'extrémité de la devanture.

Des adaptations ponctuelles sont possibles en cas de contraintes techniques, sans remise en cause de la composition architecturale de la façade. Cette souplesse encadrée renforce la proportionnalité de la règle.

2.3 Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol sont interdites, sauf à titre dérogatoire pour les établissements dont aucune enseigne sur façade n'est visible depuis une voie ouverte à la circulation publique.

Cette exception strictement encadrée :

- permet l'identification des activités isolées,
- évite toute généralisation des dispositifs,
- démontre l'absence d'interdiction générale et absolue.

2.4 Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites afin de préserver les silhouettes paysagères et d'éviter toute émergence visuelle incompatible avec le caractère naturel des secteurs.

3. Régime spécifique des enseignes numériques

Les enseignes numériques extérieures sont autorisées de manière très encadrée afin de tenir compte des besoins d'identification des activités existantes, tout en limitant strictement leurs impacts :

- un seul dispositif par établissement,
- surface maximale de 4 m²,
- obligations d'extinction nocturne,
- limitation des surfaces numériques à l'intérieur des locaux,
- dispositifs de gradation automatique,
- interdiction de tout effet éblouissant ou perturbateur.

Ce régime permet de concilier modernité des supports et protection renforcée du cadre de vie.

G. JUSTIFICATIONS DE LA ZONE 4.1

La zone 4.1 correspond aux zones d'activités économiques et aux secteurs d'entrée de ville de Saint-Lô, caractérisés par de grandes emprises foncières, une visibilité importante depuis les axes structurants et un rôle majeur dans l'image du territoire.

La réglementation applicable à la publicité et aux enseignes vise à encadrer l'expression publicitaire sans nuire à l'attractivité économique, à structurer les entrées de ville, et à préserver la sécurité routière et le paysage.

1. Encadrement de la publicité

1.1 Publicité murale et sur clôture

Dans le périmètre de la prescription « Agglo 21 », les publicités et pré-enseignes murales sont interdites afin de :

- éviter l'effet de linéarité publicitaire le long des axes d'entrée de ville,
- préserver la lisibilité des bâtiments et des fronts urbains,
- garantir une image qualitative et maîtrisée de l'agglomération.

Les publicités sur clôture et les pré-enseignes sont autorisées de manière encadrée :

- un seul dispositif par unité foncière,
- surface maximale de 4,70 m²,
- hauteur maximale de 1,80 m, sans dépasser la hauteur de la clôture support.

Cette autorisation limitée permet une signalisation visible des activités sans créer de saturation visuelle.

1.2 Publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol et les pré-enseignes sont autorisées sous conditions :

- largeur minimale de façade sur voie publique de 40 mètres,
- un seul dispositif par unité foncière,
- surface maximale de 10,5 m².

Ce seuil permet de réserver ce type de dispositif aux grandes emprises caractéristiques des zones d'activités, évitant ainsi une multiplication excessive des supports.

1.3 Publicité sur mobilier urbain

La réglementation distingue les secteurs situés dans les périmètres des abords de monuments historiques et ceux situés hors de ces périmètres, afin d'adapter la règle aux enjeux patrimoniaux.

Dans les périmètres des abords : la publicité est limitée au nombre de mobiliers existants à la date d'approbation du RLPI, avec des plafonds stricts de surface et de hauteur, et une interdiction de déplacement réduisant la distance à moins de 50 mètres d'un monument historique.

Hors des périmètres des abords : la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans des dimensions limitées et sans dispositifs lumineux agressifs.

Cette différenciation territoriale renforce la proportionnalité et la robustesse juridique du règlement.

1.4 Publicités lumineuses et numériques

Les publicités lumineuses sont autorisées de manière encadrée :

- un dispositif par unité foncière,
- surface maximale de 4 m²,
- hauteur maximale de 6 mètres,
- extinction obligatoire entre 23h et 6h,
- interdiction sur les axes structurants RD974, RD900, RD972 et RD999, afin de garantir la sécurité routière et la lisibilité de la signalisation.

Les publicités et pré-enseignes numériques sont également encadrées :

- respect d'une distance minimale de 200 mètres entre deux faces numériques en covisibilité,
- un seul dispositif par unité foncière,

- surface maximale de 4 m² et hauteur maximale de 6 mètres,
- extinction nocturne obligatoire,
- limitation des dispositifs numériques à l'intérieur des locaux.

Ces prescriptions permettent d'éviter la saturation visuelle et les risques de distraction, tout en autorisant une communication moderne et maîtrisée.

2. Encadrement des enseignes

2.1 Enseignes parallèles et perpendiculaires

Les enseignes parallèles à la façade sont régies par l'article 2.1 du règlement écrit. Les enseignes perpendiculaires sont strictement limitées :

- à une par façade et par activité,
- implantées dans le prolongement de l'enseigne bandeau.

Des adaptations ponctuelles sont possibles en cas de contraintes techniques, sans altération de la composition architecturale, ce qui renforce la proportionnalité de la règle.

2.2 Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans des conditions strictes, adaptées à la typologie des zones d'activités :

- limitation du nombre par unité foncière et par voie,
- règles spécifiques de sécurité aux abords des ronds-points,
- obligation d'un dispositif de type totem unique pour les centres commerciaux ou ensembles multi-activités.

Cette organisation permet une lecture claire de l'offre commerciale et évite la multiplication anarchique des dispositifs.

2.3 Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture sont en principe interdites afin de préserver les silhouettes urbaines. Une exception est prévue pour les bâtiments fortement en retrait du domaine public routier lorsque l'enseigne en façade n'est pas visible depuis la voie, sous des conditions strictes de surface et de hauteur. Toutefois, au sein de la prescription « Agglo 21 », les enseignes sur toiture demeurent interdites afin de garantir une image urbaine homogène et qualitative des entrées de ville.

2.4 Enseignes lumineuses et numériques

Les enseignes lumineuses sont régies par l'article 7.1 du règlement écrit.

Les enseignes numériques extérieures sont interdites en zone 4.1, afin d'éviter toute confusion avec les dispositifs publicitaires numériques déjà autorisés et de préserver la lisibilité des entrées de ville.

H. JUSTIFICATIONS DE LA ZONE 4.2

La zone 4.2 correspond aux zones d'activités économiques situées dans les communes de moins de 10 000 habitants, caractérisées par des emprises foncières importantes et une forte visibilité depuis les axes de circulation.

La réglementation applicable à la publicité et aux enseignes vise à accompagner le développement économique local, tout en préservant la qualité paysagère, la lisibilité des entrées de bourg et la sécurité routière, dans un contexte urbain plus sensible à la multiplication des dispositifs.

1. Encadrement de la publicité

1.1 Publicité murale et sur clôture

Dans le périmètre des zones d'activités des communes de moins de 10 000 habitants, les publicités et pré-enseignes murales sont interdites, afin de :

- préserver la lisibilité architecturale des bâtiments et la cohérence des fronts urbains ;
- éviter l'effet de linéarité publicitaire le long des axes d'entrée de ville ;
- garantir une image qualitative et maîtrisée des zones d'activités.

Les publicités sur clôture et les pré-enseignes sont autorisées de manière encadrée :

- un seul dispositif par unité foncière,
- surface maximale de 4,70 m²,
- hauteur maximale de 1,80 m, sans dépasser la hauteur de la clôture support.

Cette limitation permet une signalisation visible des activités tout en évitant la saturation visuelle et la dégradation de l'image de la zone d'activité.

1.2 Publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol et les pré-enseignes sont autorisées sous conditions :

- largeur minimale de façade sur voie publique de 40 mètres,
- un seul dispositif par unité foncière,
- surface maximale de 10,5 m².

Ce seuil réserve ce type de dispositif aux grandes emprises caractéristiques des zones d'activités, évitant une multiplication anarchique des supports et assurant une lecture claire de l'offre commerciale.

1.3 Publicité sur mobilier urbain

La réglementation distingue :

- Périmètres délimités des abords de monuments historiques : limitation au nombre de mobiliers existants à la date d'approbation du RLPI, avec interdiction de déplacement réduisant la distance à moins de 50 mètres d'un monument historique.
- Hors périmètres délimités des abords : publicité limitée à 2 m² et 3 m de hauteur, sans dispositifs lumineux agressifs.

Cette différenciation renforce la proportionnalité de la réglementation et protège les valeurs patrimoniales locales.

1.4 Publicités lumineuses et numériques

Les publicités lumineuses sont encadrées :

- un dispositif par unité foncière,
- surface maximale de 4 m²,
- hauteur maximale de 6 m,
- extinction obligatoire entre 23h et 6h,
- interdiction sur les axes structurants afin de garantir la sécurité routière et la lisibilité de la signalisation.

Les publicités et pré-enseignes numériques sont également encadrées :

- distance minimale de 200 mètres entre deux faces numériques en covisibilité,
- un seul dispositif par unité foncière,
- surface maximale de 4 m² et hauteur maximale de 6 m,
- extinction nocturne obligatoire,
- limitation des dispositifs numériques à l'intérieur des locaux.

Ces prescriptions permettent d'éviter la saturation visuelle et les risques de distraction tout en autorisant une communication moderne et maîtrisée.

2. Encadrement des enseignes

2.1 Enseignes parallèles et perpendiculaires

Les enseignes parallèles à la façade sont régies par l'article 2.1 du règlement écrit.

Les enseignes perpendiculaires sont strictement limitées :

- à une par façade
- et par activité, implantée dans le prolongement de l'enseigne bandeau.

Des adaptations ponctuelles sont possibles en cas de contraintes techniques, sans altération de la composition architecturale, garantissant ainsi la proportionnalité de la règle.

2.2 Enseignes scellées au sol

Des règles sont édictées afin de :

- Limiter du nombre par unité foncière et par voie.

- Sécuriser les abords des ronds-points.
- Obliger d'avoir un dispositif de type totem unique pour les centres commerciaux ou ensembles multi-activités.

Cette organisation assure une lecture claire de l'offre commerciale et évite la multiplication anarchique des dispositifs.

2.3 Enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture sont en principe interdites afin de préserver les silhouettes urbaines.

Une exception est prévue pour les bâtiments fortement en retrait du domaine public routier lorsque l'enseigne en façade n'est pas visible depuis la voie, sous conditions strictes de surface et de hauteur.

Dans le périmètre « Agglo 21 », les enseignes sur toiture demeurent interdites pour garantir une image urbaine homogène et qualitative.

2.4 Enseignes lumineuses et numériques

Les enseignes lumineuses sont régies par l'article 7.1.

Les enseignes numériques extérieures sont interdites afin de ne pas concurrencer les dispositifs publicitaires numériques autorisés et de préserver la lisibilité des entrées de zones d'activités.

IV. SYNTHÈSE

OBJECTIFS	ORIENTATIONS	PRESCRIPTIONS RÉGLEMENTAIRES
1. Chercher une homogénéisation des enseignes dans le centre-ville de Saint-Lô et une mise en valeur de l'architecture de la construction	1. Assurer une cohérence entre le RLPi et le PLUi	La délimitation des zones du RLPi s'appuie sur le zonage du PLUi ajustée en fonction des enjeux propres à la publicité.
	3. Harmoniser l'identité et la cohérence des dispositifs à l'échelle de Saint-Lô Agglo	Concernant les enseignes, l'ensemble du territoire a des dispositions générales sur les enseignes en façades.
	2. Préserver les identités paysagères et prendre en compte des spécificités territoriales : PNR, Centre-ville de Saint-Lô, les autres centralités	Le territoire est divisé en 8 zones afin de répondre aux enjeux spécifiques aux espaces que ces zones délimitent.
2. Préserver le paysage dans l'espace rural		
3. Améliorer les points de vues sur les axes majeurs	4. Améliorer l'image perçues de Saint-Lô Agglo depuis les entrées de ville et les axes structurants et rendre lisibles et attractives les zones d'activités économiques et commerciales	Dans la zone 4, les dispositifs sont strictement réglementés ce qui permet une dédensification. Les dispositifs numériques sont interdits sur des axes importants afin de qualifier les différentes entrées de ville.
	5. Répondre aux besoins de signalisation des acteurs locaux de Saint-Lô Agglo	Les enseignes sur toiture sont strictement réglementées afin de pallier à l'interdiction des dispositifs lumineux. Afin d'avoir une meilleure lisibilité de la publicité, les dispositifs scellés au sol ou directement posés au sol de moins d'un m² sont réglementés.
		Les préenseignes suivent la réglementation des publicités.
4. Continuer l'harmonisation des préenseignes des activités économiques à travers la signalétique propre à Saint-Lô Agglo		

L'orientation n°6 est une orientation transversale. En effet, la prise en compte d'une plage horaire ou encore l'interdiction dans certains secteurs permettent de répondre aux 4 objectifs du RLPi. Par exemple, l'interdiction sur les axes structurants RD974, RD900, RD972 et RD999 permettent les points de vues sur les axes majeurs.

Ainsi, le RLPi démontre avoir pris en compte, dans son intégralité les objectifs : les orientations peuvent répondre à plusieurs objectifs :

- Un travail d'harmonisation des enseignes au sein des zones d'activités permet de répondre aux besoins de signalisation des acteurs locaux. Ces besoins, qui sont harmonisés, permettent de dédensifier les dispositifs et donc d'améliorer les points de vues sur les axes majeurs.

- Au travers des recommandations de la charte sur les enseignes (ville de Saint-Lô), le RLPi cherche à harmoniser son identité au sein du territoire. L'architecture de la Reconstruction peut donc être valorisée.
- Lors de son élaboration, il a été décidé de ne pas intégrer les dispositifs muraux au sein des communes du PNR, ainsi cela préserve les identités paysagères du nord du territoire.



PARTIE 5. ANNEXES



SAINT - LÔ

PLAN LOCAL D'URBANISME

Révision du POS
en PLU

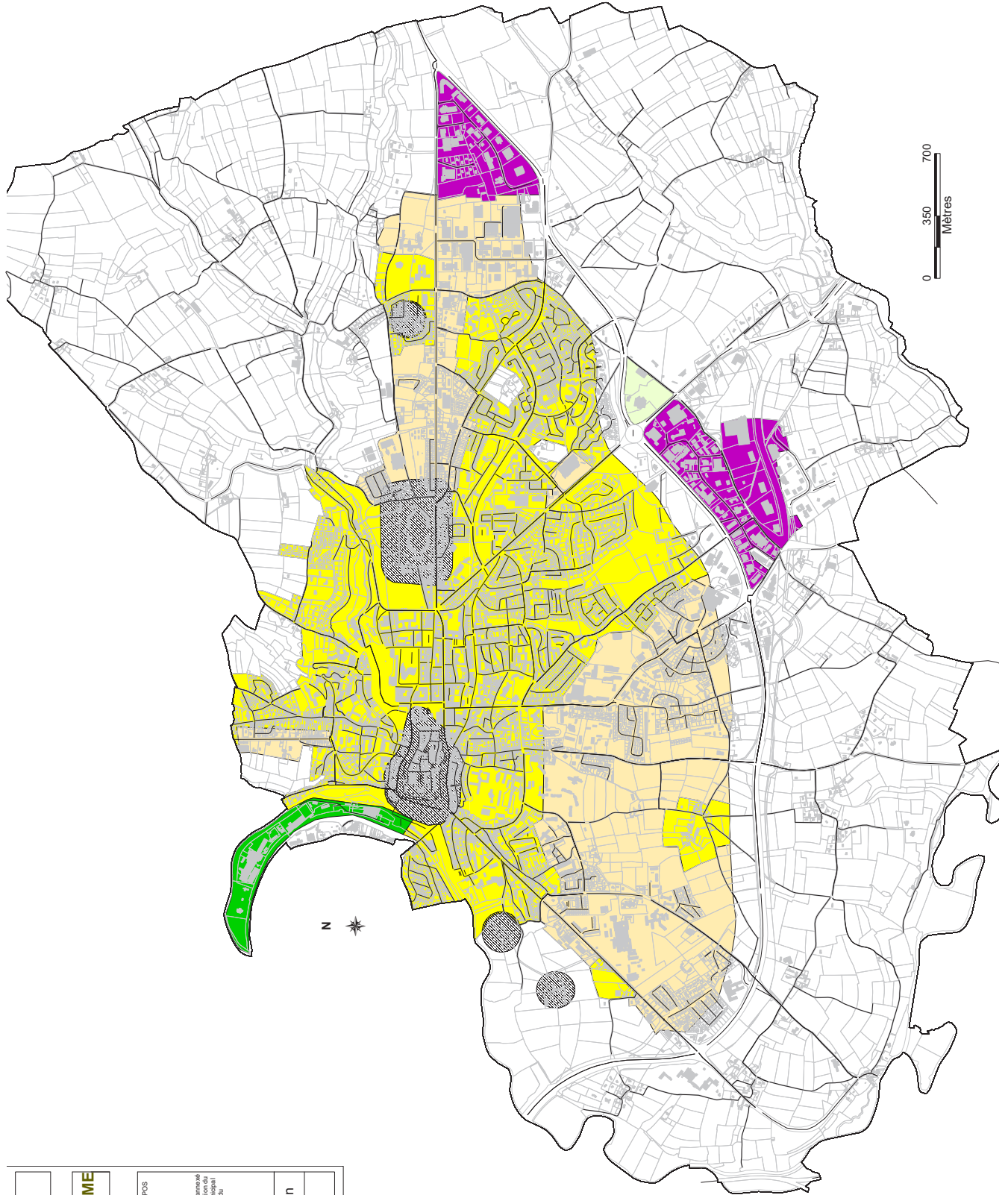
Valeur attribuée
à la collaboration du
Conseil Municipal
en date du

6.5.-REGLIMENT
DE PUBLICITE
Zonage

PLANIS
Société d'Aménagement
et d'Urbanisme
10000 Avenue de l'Industrie
F-59100 Lille
Tél : 03 20 71 02 17
Email : planis@planis.fr

Dossier d'approbation

- Légende**
- Zone de Publicité Autorisée 1 (ZPA1)
 - Zone de Publicité Autorisée 2 (ZPA2)
 - Zone de Publicité Étendue 1 (ZPE1)
 - Zone de Publicité Étendue 2 (ZPE2)
 - Zone de Publicité Restreinte 1 (ZPR1)
 - Zone de Publicité Restreinte 2 (ZPR2)

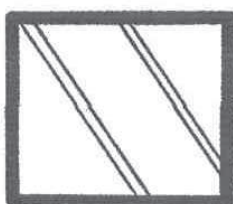


COMMUNE DE TORIGNI-SUR-VIRE

REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE

ANNEXE 1

Plan de zonage



Zone de publicité restreinte n°1



Panneaux d'entrée d'agglomération

TORIGNI-SUR-VIRE

- 7 FEV 2003

LE MAIRE



1 / 50000

CONDE-SUR-VIRE





annexe 1 : les sites classés

- château de l'Argotière et ses abords (classement par arrêté ministériel en date du 12 décembre 1967)

→ commune de Domjean

- roches de Ham (classement par arrêté ministériel en date du 22 juillet 1914)

→ commune de Condé sur Vire

- 6 ifs du cimetière (classement par arrêté ministériel en date du 20 janvier 1927)

→ commune de Saint Samson de Bonfossé

- abords du château et étangs (classement par arrêté ministériel en date du 11 juillet 1947)

→ commune de Saint Pierre de Semilly

annexe 2 : les monuments historiques

- château de Sainte Marie, commune d'Agneaux (inscrit 03/05/1974)
- ferme du château de Sainte Marie, commune d'Agneaux (inscrit 02/04/1946)
- manoir du Mesnil Vitey, commune d'Airel (inscrit 22/11/1949)
- église, commune de La Barre de Semilly (inscrit 02/08/1946)
- château de Saint Quentin d'Elle, commune de Bérigny (inscrit 04/03/1975)
- vieux manoir, commune de Bérigny (inscrit 18/03/1993)
- chapelle et sol de l'ancien cimetière, commune de Bérigny (inscrit 18/03/1993)
- chapelle Heuzebroscq, commune de Beuvrigny (classé 27/02/1959 et inscrit 28/08/2003)
- château et domaine, commune de Canisy (classé 09/09/1945 et inscrit 16/04/1999)
- château, commune de Carantilly (classé 04/09/1978)
- ferme et basse-cour du château, commune de Carantilly (inscrit 11/09/1986)
- château et communs, commune de Carantilly (inscrit 04/09/1978)
- presbytère, commune de Carantilly (inscrit 15/07/2009)
- château de la Mare, commune de Cavigny (inscrit 14/03/1944)
- les deux groupes de fours à chaux lieu-dit "Bahais", commune de Cavigny (inscrit 23/04/1992)
- église de l'ancienne abbaye, commune de Cerisy la Forêt (classé liste 1840)
- ancienne abbaye, commune de Cerisy la Forêt (classé 17/10/1938)
- manoir Saint Ortaire, commune du Désert (inscrit 25/06/2004)
- cheminées du château, commune de Domjean (classé 12/09/1969)
- château Le Castel, commune de Thérival-Hébécrevon (inscrit 01/04/1946)
- château de la Roque, commune de Thérival-Hébécrevon (inscrit 01/04/1946)
- manoir d'Hubertant, commune de Marigny Le Lozon (inscrit 26/03/2002)
- église, commune de Bourgvallées-La Mancellière sur Vire (inscrit 04/07/2005)
- motte castrale, commune de Marigny Le Lozon (inscrit 13/08/1984)
- fours à chaux, commune de La Meauffe (inscrit 06/07/1992)
- la Butte Saint Clair, commune de Rémyilly les Marais-Le Mesnil Vigot (classé 12/09/1979)
- église de Saint Symphorien les Buttes, commune de St Amand Villages (inscrit 06/09/1993)
- église, commune de Saint Fromond (inscrit 23/11/2004)
- ferme de Saint Gilles, commune de Saint Gilles (inscrit 16/04/1999 et 09/06/2005)
- église St Jean des Baisants, commune de Saint Jean d'Elle (inscrit 04/04/2005 et 15/12/2005)

- église Notre Dame, commune de Saint Lô (classé liste 1840)
- vestiges des remparts, commune de Saint Lô (inscrit 12/12/1945)
- poterne, commune de Saint Lô (inscrit 22/10/1937)
- manoir du Bosdel, commune de Saint Lô (inscrit 01/04/1946)
- château de la Vaucelle, commune de Saint Lô (inscrit 11/07/1975)
- chapelle de la Magdeleine, commune de Saint Lô (inscrit 03/09/1974)
- haras national, commune de Saint Lô (inscrit 18/02/1993)
- hôpital mémorial, commune de Saint Lô (classé 24/09/2008)
- église, commune de Saint Martin de Bonfossé (inscrit 25/02/2003)
- manoir, commune de Saint Martin de Bonfossé (inscrit 25/02/2003)
- portail de l'église, commune de Saint Pierre de Semilly (inscrit 09/07/1927)
- château, commune de Saint Pierre de Semilly (inscrit 19/12/1944)
- église, commune de Saint Suzanne sur Vire (classé 03/03/1931)
- château, commune de Torigny les Villes (classé liste 1840)
- ensemble préfectoral, commune de Saint Lô (inscrit 06/12/2019)
- église, commune de Graignes Mesnil Angot (inscrit 16/06/2005)
- ruines du château de Montfort, commune de Rémillly les Marais (inscrit 29/12/1978)

annexe 3 : les sites inscrits

- falaises d'Agneaux (classement par arrêté ministériel en date du 10 décembre 1974)
 - commune d'Agneaux
- château de Saint Pierre de Semilly, abords et une partie du village (classement par arrêté ministériel en date du 26 avril 1946)
 - commune de Saint Pierre de Semilly
- étangs de Torigni sur Vire (classement par arrêté ministériel en date du 22 juillet 1965)
 - commune de Torigny les Villes

annexe 4 : les sites Natura 2000

- basses vallées du Cotentin et baie des Veys (arrêté en date du 08/03/2006 portant désignation/classement du site zone de protection spéciale FR2510046)
 - communes de Saint Jean de Daye, Graignes Mesnil-Angot, Le Mesnil Eury, Cavigny, Marigny Le Lozon, Rémillly les Marais, Saint Fromond, Airel et Pont-Hébert

- marais du Cotentin et du Bessin, baie des Veys (arrêté en date du 12/08/2016 portant désignation/classement du site zone spéciale de conservation FR2500088)
 - communes de Saint Jean de Daye, Graignes Mesnil-Angot, Le Mesnil Eury, Cavigny, Marigny Le Lozon, Rémillly les Marais, Saint Fromond, Airel et Pont-Hébert

- coteaux calcaires et anciennes carrières de La Meauffe, Cavigny et Airel (arrêté en date du 27/02/2015 portant désignation/classement du site zone spéciale de conservation FR2502012)
 - communes de La Meauffe, Cavigny et Airel