

R L P

Communautaire

Règlement local de publicité

Les orientations

- Aigné
- Allonnes
- Arnage
- Champagné
- La Chapelle-Saint-Aubin
- Chaufour-Notre-Dame
- Coulaines
- Fay
- La Milesse
- Le Mans
- Mulsanne
- Pruillé-le-Chétif
- Rouillon
- Raudin
- Saint-Georges-du-Bois
- Saint-Saturnin
- Sargé-Lès-Le Mans
- Trangé
- Yvré l'Evêque



Support pour débat en conseils municipaux et conseil communautaire

PRÉAMBULE

La réglementation de l'affichage publicitaire définie au code de l'Environnement a pour objectif majeur de protéger les paysages et d'améliorer le cadre de vie.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la réglementation nationale au contexte local.

Cette réglementation précise les dispositions (règles d'implantation, format, nombre, densité, etc.) applicables aux panneaux publicitaires, préenseignes et enseignes.

Un diagnostic a été réalisé sur l'ensemble des communes de Le Mans Métropole. Il a donné lieu à une analyse quantitative et qualitative des dispositifs d'affichage publicitaire et des enseignes présents sur l'ensemble du territoire communautaire.

A l'issue de ce diagnostic, dix orientations ont été définies.

Ces orientations serviront de guide pour l'élaboration de la partie réglementaire du RLPC.

Afin d'avoir une harmonisation des dispositions du RLPc sur l'ensemble du territoire de Le Mans Métropole, quatre orientations générales ont été définies.

Trois de celles-ci ont pour objectif d'édicter des règles relatives à certains types de publicités, préenseignes et enseignes qui seront communes à l'ensemble des zones dans lesquelles ces dispositifs nécessitent d'être mieux encadrés.

- 1 - Faciliter l'application de la réglementation de l'affichage**
- 2 - Mieux encadrer l'installation des dispositifs publicitaires**
- 3 - Améliorer l'intégration paysagère des dispositifs**
- 4 - Organiser l'implantation des publicités numériques et réduire l'impact de l'ensemble des dispositifs lumineux**

ORIENTATIONS GÉNÉRALES

► Harmoniser les règles propres à certains dispositifs sur le territoire communautaire

ORIENTATION N° 1 - Faciliter l'application de la réglementation de l'affichage

Le recensement des dispositifs a mis en avant la présence de nombreux dispositifs irréguliers au regard de la réglementation nationale modifiée en 2012 et des RLP communaux en vigueur.

En effet, on peut estimer à environ 2 200 le nombre de dispositifs non conformes sur l'ensemble de l'agglomération mancelle en 2016 (7 % des enseignes et 14 % des publicités et préenseignes), dont près de la moitié sur la ville du Mans.

Ces dispositifs non réglementaires et/ou mal entretenus nuisent à la qualité du cadre paysager, notamment dans les zones d'activités.

Afin de corriger cette situation, cette première orientation impliquera de :

- Communiquer sur le RLPc et la réglementation nationale de l'affichage publicitaire
- S'appuyer sur les éléments du diagnostic pour se doter des outils et moyens nécessaires pour l'application de cette réglementation

Il s'agit de faire du RLP communautaire un outil de communication et d'intervention afin d'appliquer la réglementation en partageant l'enjeu commun d'embellir le cadre de vie des habitants tout en conciliant les besoins des acteurs économiques locaux.



ORIENTATIONS GÉNÉRALES

► Harmoniser les règles propres à certains dispositifs sur le territoire communautaire

ORIENTATION N° 2 - Mieux encadrer l'installation des dispositifs publicitaires

Le diagnostic a montré une surabondance de dispositifs publicitaires de grands formats sur les grandes parcelles ainsi qu'une forte concentration aux abords des carrefours, notamment sur la rocade du Mans, et ce malgré la règle de densité introduite par les décrets publiés en 2012. De par cette situation, ces panneaux occupent fortement le champ visuel, réduisent la perception des éléments naturels et/ou bâtis qui composent le paysage local.

Afin d'atténuer cette situation, il convient d'être plus restrictif que la réglementation nationale. Pour répondre à cette orientation, il pourra être envisagé de :

- ↳ Diminuer le format des publicités
- ↳ Agir sur la densité
- ↳ Réduire la concentration de panneaux publicitaires aux abords des carrefours

Dans les secteurs où la publicité demeurera autorisée et présente, la surface maximale actuelle autorisée, soit 12 m², pourra être réduite et des dispositions plus restrictives pourront être proposées afin de limiter le nombre de panneaux sur un même lieu, notamment dans les carrefours.



ORIENTATIONS GÉNÉRALES

► Harmoniser les règles propres à certains dispositifs sur le territoire communautaire

ORIENTATION N° 3 - Améliorer l'intégration paysagère des dispositifs

On relève un manque d'intégration dans l'environnement urbain lié à l'hétérogénéité des formats d'enseignes et publicités, l'absence d'ordonnancement le long des voies, l'usage de supports mal adaptés, ou encore des implantations empiétant sur le végétal. Concernant les enseignes, on relève de grands formats se confondant avec les panneaux publicitaires et par endroit la présence de nombreuses enseignes directionnelles et promotionnelles de petits formats

Afin d'améliorer l'intégration des dispositifs dans le paysage, les dispositions du règlement de publicité pourrait porter sur :

- ↳ L'implantation des dispositifs par rapport aux voies ouvertes à la circulation publique
- ↳ L'harmonisation des formes et l'esthétisme des enseignes et panneaux publicitaires
- ↳ La réduction du nombre d'enseignes de petits format (< 1m²) installées directement au sol
- ↳ des mesures visant à protéger le végétal

Autant pour les publicités que pour les enseignes, il sera proposé d'harmoniser la forme et l'esthétisme des dispositifs à partir de formats standards et de préciser les conditions d'implantation.



ORIENTATIONS GÉNÉRALES

► Harmoniser les règles propres à certains dispositifs sur le territoire communautaire

ORIENTATION N° 4 - Organiser l'implantation des publicités numériques et réduire l'impact de l'ensemble des dispositifs lumineux

Le nombre de panneaux numériques installés sur le territoire communautaire est passé de 11 dispositifs en 2014 à 21 dispositifs en 2018. Situés dans les mêmes lieux que les autres panneaux publicitaires, les dispositifs numériques occupent fortement le champ visuel et réduisent la perception des éléments naturels et/ou bâtis qui composent le paysage local. Leur luminosité couplée à leur animation en font des dispositifs qui attirent l'attention, notamment des automobilistes, et sont consommateurs d'énergie. Une autre source de consommation d'énergie est due à la présence d'enseignes et de publicités demeurant éclairés en dehors des horaires d'ouvertures des activités présentes.

Afin d'amoinrir l'impact des dispositifs consommateurs d'énergie, les dispositions du règlement de publicité pourrait s'attacher à :

- ↳ Limiter et encadrer le développement des dispositifs numériques
- ↳ Elargir les horaires d'extinction nocturne des enseignes et publicités lumineuses ou éclairées

Les publicités numériques seront soumises aux mêmes règles que les publicités non lumineuses avec une interdiction supplémentaire d'installation dans les secteurs résidentiels. Pour les enseignes et autres publicités lumineuses ou éclairées, les horaires d'extinction nocturne des dispositifs pourront être mises en concordance avec l'extinction de l'éclairage public.



Six orientations spécifiques ont été définies en fonction des secteurs à enjeux du territoire.

Celles-ci ont pour objectif d'identifier les différentes zones de publicités qui pourront être délimitées sur l'agglomération en fonction de l'impact existant ou potentiel des dispositifs d'affichage, et d'y inscrire des dispositions spécifiques en lien avec la nature et la vocation de ces secteurs.

5 - Protéger le paysage des entrées de ville/bourg

6 - Renforcer l'attractivité des zones d'activités

7 - Renforcer l'attractivité des centres urbains, notamment sur le centre ville du Mans

8 - Mettre en valeur le patrimoine bâti, en particulier la Cité Plantagenêt

9 - Protéger le paysage naturel, notamment sur les bords de rivières et le long du boulevard nature

10 - Faire valoir l'image de l'agglomération mancelle en veillant à la qualité et à l'esthétisme des dispositifs aux abords des grands pôles d'équipements sportifs et culturels

ORIENTATIONS SPÉCIFIQUES

► Identifier les zones nécessitant des dispositions particulières en fonction de leur nature et de l'impact existant ou potentiel des dispositifs

ORIENTATION N° 5 - Protéger le paysage des entrées de ville/bourg

Actuellement, de nombreuses entrées de bourg/ville sont dépourvues de dispositifs, notamment publicitaires, pour les raisons suivantes :

- paysage rural dominant, faible fréquentation et absence d'activité,
- traitement paysager de l'espace public (alignement d'arbres en particulier),
- front bâti.

Sur d'autres voies, aujourd'hui faiblement concernées, les caractéristiques liées à la configuration de la voie et de ses abords, ne préservent pas complètement de l'installation de nouveaux panneaux publicitaires.

En bordure des axes à fort trafic situés en agglomération, et quelques que soit les aménagements publics, de nombreux panneaux publicitaires et/ou préenseignes sont présents.

Afin de protéger les grandes voies de circulation qui reflètent la première image donnée de l'agglomération mancelle, le RLPc délimitera différentes zones de protection afin de :

- ↳ Préserver les secteurs susceptibles d'être concernés, à termes, par la présence de publicités
- ↳ Préserver les perspectives, la qualité des espaces publics aménagés et le paysage rural

Il s'agira de déterminer les axes nécessitant une protection particulière et instituer des zones de publicité restreinte ou interdite suivant la présence ou non d'activités.



ORIENTATIONS SPÉCIFIQUES

► Identifier les zones nécessitant des dispositions particulières en fonction de leur nature et de l'impact existant ou potentiel des dispositifs

ORIENTATION N° 6 - Renforcer l'attractivité des zones d'activités

De nombreuses préenseignes "sauvages" sont installées aux abords et au sein des zones d'activités. Cette situation interroge sur la lisibilité des entreprises et sur la signalétique interne à la zone lorsqu'elle existe.

Par ailleurs, la réglementation nationale fait une distinction des règles applicables aux enseignes et publicités suivant la taille des communes et leur appartenance à une unité urbaine. Cette situation est susceptible de créer des disparités sur le traitement des activités situées dans une même zone ou des zones limitrophes mais implantées sur des communes différentes (ex : Zone Nord et Zone Industrielle Sud).

Afin d'améliorer la lisibilité des entreprises et commerçants et une cohérence dans le traitement des enseignes et publicités à l'échelle communautaire, le RLPc identifiera différentes zones dans lesquelles il sera nécessaire de :

- ↳ Mettre en place une signalétique adaptée
- ↳ Harmoniser les dispositions réglementaires sur les pôles d'activités intercommunaux et assurer une cohérence entre les zones limitrophes



ORIENTATIONS SPÉCIFIQUES

► Identifier les zones nécessitant des dispositions particulières en fonction de leur nature et de l'impact existant ou potentiel des dispositifs

ORIENTATION N° 7 - Renforcer l'attractivité des centres urbains, notamment sur le centre ville du Mans

Dans le paysage urbain, la publicité est surtout présente sur le domaine public (mobilier urbain), ailleurs elle est limitée notamment par la présence de fronts bâtis et les périmètres de protection des monuments historiques.

La présence d'enseignes intégrées et respectueuses des formes architecturales et de l'environnement créent une diversité des formes et des usages qui anime le paysage urbain.

Cependant il a aussi été noté des formes et des dimensions d'enseignes très hétérogènes rompant l'harmonie avec l'alignement des devantures commerciales ainsi qu'une surenchère des enseignes perpendiculaires. On relève également de nombreux dispositifs hétérogènes et/ou encombrants qui investissent parfois les trottoirs et rues piétonnes.

Afin de renforcer la qualité du paysage bâti et l'attractivité commerciale, il pourra être proposé, dans les secteurs concernés et identifiés, de :

- ↳ Limiter le format et l'impact des publicités
- ↳ Limiter la présence d'enseignes et préenseignes installées au sol
- ↳ Améliorer l'intégration paysagère des dispositifs

A partir des propositions de l'Architecte des Bâtiments de France, et en accompagnement des actions menées pour la redynamisation du centre-ville, il s'agira d'une part d'encadrer la forme et l'esthétisme des enseignes et, d'autre part, de définir les périmètres où la publicité pourrait être autorisée. Les propositions retenues pourront faire l'objet de préconisations (chartes, cahier de recommandations) ou de réglementations (RLPc)



ORIENTATIONS SPÉCIFIQUES

► Identifier les zones nécessitant des dispositions particulières en fonction de leur nature et de l'impact existant ou potentiel des dispositifs

ORIENTATION N° 8 - Mettre en valeur le patrimoine bâti, en particulier la Cité Plantagenêt

La réglementation nationale interdit toute publicité dans les zones de protection délimitées autour des sites et monuments historiques classés ou inscrits, ainsi que dans les secteurs sauvegardés et ZPPAU. Il s'agit d'interdictions relatives auxquelles le règlement local de publicité peut déroger sous condition.

Les enseignes sont soumises à l'avis de l'architecte des Bâtiments de France.

Ces dispositions permettent d'avoir aujourd'hui des sites patrimoniaux préservés. Il a toutefois été relevé la présence de quelques dispositifs qui contreviennent à la mise en valeur de la qualité de ces sites protégés.

Afin de privilégier la perception du patrimoine bâti et de renforcer le caractère historique et architectural de la Cité Plantagenêt, il sera proposé de :

- Affirmer l'interdiction de la publicité aux abords des sites d'intérêt patrimonial
- Harmoniser l'esthétisme des enseignes au sein de la Cité Plantagenêt

S'agissant de sites protégés, la RLPc aura pour but d'affermir l'intégration des enseignes à partir des préconisations qui seront précisées par l'Architecte des Bâtiments de France et de délimiter des zones d'interdiction totale de publicité pour préserver le patrimoine.



ORIENTATIONS SPÉCIFIQUES

► Identifier les zones nécessitant des dispositions particulières en fonction de leur nature et de l'impact existant ou potentiel des dispositifs

ORIENTATION N° 9 - Protéger le paysage naturel, notamment sur les bords de rivières et le long du boulevard nature

En agglomération, les bords de la Sarthe sont actuellement protégés par les RLP en vigueur sur Arnage et Le Mans.

Il convient de maintenir cette protection et éventuellement de l'élargir aux autres communes traversées par la Sarthe et l'Huisne.

Ailleurs, le patrimoine naturel recouvre soit des espaces publics (occupation éventuelle du domaine public par de l'affichage publicitaire maîtrisé par les collectivités), soit de grands espaces naturel/rural situés hors agglomération. On y trouve peu d'enseignes et les publicités y sont interdites.

Afin de préserver les espaces naturels les plus fréquentés tels que les bords de rivières et le boulevard nature, le règlement de publicité pourra délimiter les zones visant à :

↳ Préserver les perspectives, la qualité des espaces publics aménagés et le paysage rural

Il s'agira de maintenir les zones de protection de la publicité existantes et de délimiter des zones de publicité restreinte ou interdite sur les autres espaces naturels susceptibles d'être impactés par la présence d'affichage publicitaire.



ORIENTATIONS SPÉCIFIQUES

► Identifier les zones nécessitant des dispositions particulières en fonction de leur nature et de l'impact existant ou potentiel des dispositifs

ORIENTATION N° 10 - Faire valoir l'image de l'agglomération mancelle en veillant à la qualité et à l'esthétisme des dispositifs aux abords des grands pôles d'équipements sportifs et culturels

L'étude diagnostic de ce secteur à enjeux a porté plus particulièrement sur les abords du Pôle d'Excellence Sportive et du Pôle Européen du Cheval dont le rayonnement est international.

Situés hors agglomération, la publicité y est interdite. L'analyse paysagère de ces sites a relevé des enseignes très visibles sans tenir compte du paysage et du contexte qui les entourent.

L'intérieur de l'enceinte du circuit des 24 Heures du Mans bénéficie, quant à lui, de la dérogation propre aux équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places. Cette dérogation permet en particulier l'installation de dispositifs publicitaires de grand format.

Afin d'améliorer l'intégration des enseignes et d'embellir l'image de l'agglomération transmise à travers ces pôles fortement fréquentés, il pourra être proposé de :

- Délimiter un périmètre des abords de ces grands équipements (ZPR) dans lequel les enseignes seront encadrées

Il s'agira de délimiter un périmètre autour des principales voies d'accès et de circulation du public desservant ces équipements, sur lesquelles pourront être précisées des prescriptions ou recommandations davantage appropriées au contexte des activités sportives, culturelles et de loisirs correspondantes et du cadre environnant.

