

RLP Communautaire

Règlement local de publicité

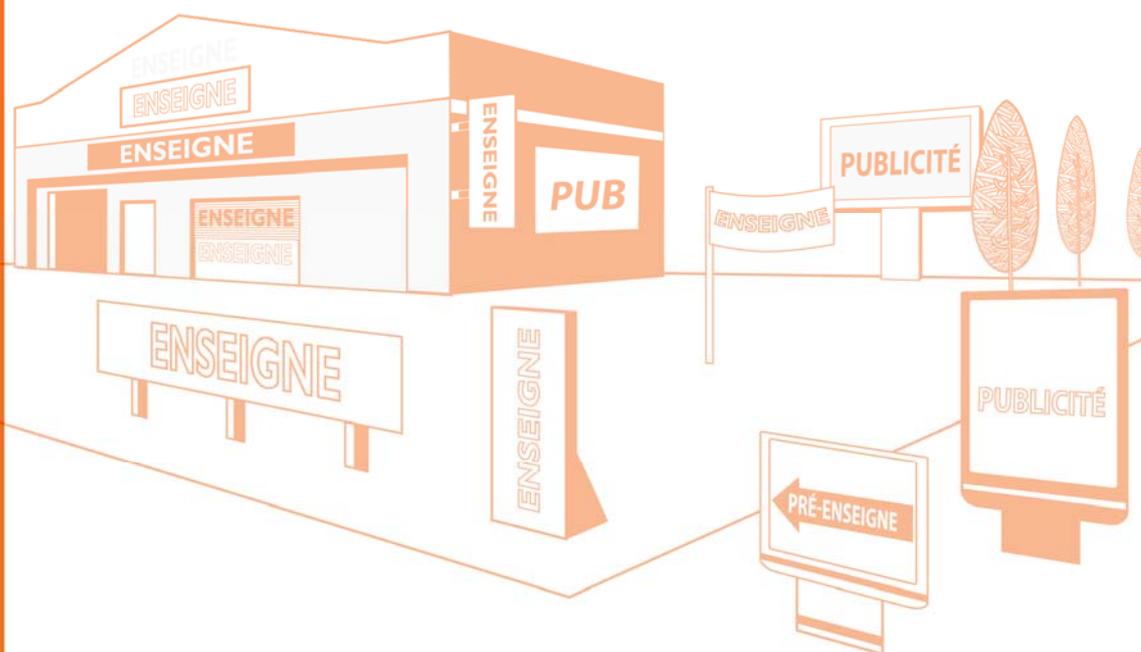
Aigné
Allonnes
Arnage
Champagné
Chaufour-Notre-Dame
Coulaines
Fay
La Chapelle-Saint-Aubin
La Milesse
Le Mans
Mulsanne
Pruillé-le-Chétif
Rouillon
Ruaudin
Saint-Georges-du-Bois
Saint-Saturnin
Sargé-lès-Le Mans
Trangé
Yvré-l'Évêque

APPROBATION

30 janvier 2020

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Pièce n° 1



SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
Objectifs du RLPC	
Déroulement de la procédure	
Contenu du RLPC	
1^{ère} partie : CONTEXTE TERRITORIAL ET RÉGLEMENTAIRE	7
I - Présentation du territoire communautaire	7
1 - Contexte et données générales : Le Mans Métropole, une position stratégique au cœur du département	7
2 - Caractéristiques paysagères : Un territoire à la croisée d'une diversité de paysages	9
II - Contexte réglementaire	16
1 - Champ d'application de la réglementation	16
1.1. Les dispositifs concernés : définitions	16
1.2. Champ d'application géographique et démographique	19
1.3. Notion d'agglomération	20
2 - La réglementation nationale	21
2.1 La publicité	21
2.2 Les enseignes	26
3 - La réglementation actuelle sur le territoire de Le Mans Métropole	27
4 - Effets juridiques de l'approbation du RLPC	29
2^{ème} partie : DIAGNOSTIC	30
I - Méthodologie	30
1 - La définition des secteurs à enjeux	30
2 - L'analyse quantitative	30
3 - L'analyse paysagère	33
4 - Les groupes de travail	34
II - Analyse quantitative	36
1 - Chiffres clés	36
2 - Typologie des dispositifs	36
3 - Présence des dispositifs dans les secteurs à enjeux	37
4 - Conformité des dispositifs	40

III - Analyse paysagère	44
1 - Analyse paysagère des secteurs à enjeux	44
1.1. Les entrées de ville et grands axes.....	44
1.2. Les zones d'activités.....	48
1.3. Le paysage urbain, centres-villes et centres-bourgs	52
1.4. Le patrimoine bâti.....	55
1.5. Le patrimoine naturel.....	57
1.6. Les abords des grands équipements.....	58
2 - Analyse paysagère par commune	60
2.1. Analyse paysagère d'Aigné.....	60
2.2. Analyse paysagère d'Allonnes.....	63
2.3. Analyse paysagère d'Arnage.....	69
2.4. Analyse paysagère de Champagné.....	77
2.5. Analyse paysagère de Chaufour-Notre-Dame.....	73
2.6. Analyse paysagère de Coulaines.....	79
2.7. Analyse paysagère de Fay.....	82
2.8. Analyse paysagère de La Chapelle Saint-Aubin.....	85
2.9. Analyse paysagère de La Milesse.....	89
2.10. Analyse paysagère du Mans	94
2.11. Analyse paysagère de Mulsanne.....	118
2.12. Analyse paysagère de Pruillé-le-Chétif.....	123
2.13. Analyse paysagère de Rouillon.....	126
2.14. Analyse paysagère de Ruaudin.....	129
2.15. Analyse paysagère de Saint-Georges-du-Bois.....	135
2.16. Analyse paysagère de Saint-Saturnin.....	139
2.17. Analyse paysagère de Sargé-lès-Le Mans.....	143
2.18. Analyse paysagère de Trangé.....	148
2.19. Analyse paysagère d'Yvré l'Evêque.....	151
IV - Bilan du diagnostic	158
3^{ème} partie : ORIENTATIONS	159
I - Les orientations générales	159
ORIENTATION N° 1 - Faciliter l'application de la réglementation de l'affichage.....	159
ORIENTATION N° 2 - Mieux encadrer l'installation des dispositifs publicitaires.....	160
ORIENTATION N° 3 - Améliorer l'intégration paysagère des dispositifs	160
ORIENTATION N° 4 - Organiser l'implantation des publicités numériques et réduire l'impact de l'ensemble des dispositifs lumineux	161
II - Les orientations spécifiques	162
ORIENTATION N° 5 - Protéger le paysage des entrées de ville/bourg	162
ORIENTATION N° 6 - Renforcer l'attractivité des zones d'activités	163
ORIENTATION N° 7 - Renforcer l'attractivité des centres urbains, notamment sur le centre-ville du Mans	163

ORIENTATION N° 8 - Mettre en valeur le patrimoine bâti, en particulier la Cité Plantagenêt	164
ORIENTATION N° 9 - Protéger le paysage naturel, notamment sur les bords de rivières et le long du boulevard nature	165
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	165

4^{ème} partie : EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS **167**

I - Préambule.....	167
II - Explications des règles communes à certains dispositifs	167
1 - La publicité	167
2 - La publicité lumineuse.....	174
3 - Les enseignes.....	175
4 - L'extinction nocturne.....	177
III - Explications du zonage et des règles afférentes	178
1 - Zone 1 : Patrimoine bâti protégé.....	178
2 - Zone 2 : Centre-ville du Mans.....	179
3 - Zone 3 : Centres urbains	180
4 - Zone 4 : Entrées de bourg et paysage naturel.....	183
5 - Zone 5 : Entrées de ville et zones d'activités les bordant	184
6 - Zone 6 : Zones d'activités.....	188
IV - Secteurs à enjeux ne faisant pas l'objet d'un zonage particulier.....	191
CONCLUSION	193

Les effets attendus du RLPC

Les critères de suivi

INTRODUCTION

L'affichage publicitaire et les enseignes sont réglementés par le Code de l'environnement. Cette réglementation peut être adaptée à l'échelle locale, de façon plus restrictive, par un Règlement Local de Publicité (RLP).

La loi Grenelle II du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, et ses décrets d'application, ont profondément modifié la réglementation qui était en vigueur jusque-là.

Ces modifications réglementaires concernent non seulement le règlement applicable aux divers dispositifs mais également les procédures d'évolution du RLP et la répartition des compétences.

Ainsi, le Code de l'environnement dispose notamment que :

- les RLP approuvés avant le 13 juillet 2010 deviendront caducs à la date du 14 juillet 2020. Cette disposition concerne les RLP existant sur les communes d'Arnage (1987), La Chapelle Saint-Aubin (1992) et Le Mans (1985),
- la compétence en matière d'élaboration, révision ou modification du RLP est transférée aux EPCI compétents en matière de Plan Local Urbanisme (PLU), soit pour la présente Le Mans Métropole,
- les procédures d'élaboration, révision ou modification du RLP sont identiques à celles du Plan Local d'Urbanisme,
- Le Mans Métropole ne peut être doté que d'un seul RLP pour l'ensemble de son territoire.

Dans ce contexte, compte tenu de l'évolution du territoire et du développement des nouvelles techniques d'expression publicitaire depuis l'approbation des RLP existants, Le Mans Métropole - communauté urbaine, a décidé, par délibération en date du 12 avril 2016, d'élaborer son règlement local de publicité intercommunal, appelé règlement local de publicité communautaire (RLPc), en étroite collaboration avec ses communes membres.

Parallèlement, la communauté urbaine de Le Mans Métropole a procédé :

- à l'élaboration de son Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLU communautaire),
- au lancement de l'étude de la révision des périmètres de protection de son patrimoine architectural, paysager et historique (périmètres des abords autour des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables),
- à la mise en place d'outils et d'actions pour la redynamisation des centres ville (charte sur l'occupation des terrasses, travaux d'embellissement du domaine public, gouvernance partenariale, etc.).

Avec ces différents outils, le territoire de Le Mans Métropole souhaite mettre en cohérence les différentes actions politiques engagées en matière de protection de l'environnement et d'attractivité de son territoire.

Le RLP communautaire sera l'une des réponses à ces actions.

Objectifs du RLPc

Les objectifs fixés par le conseil communautaire sont :

- **Renforcer l'attractivité du territoire et la qualité du cadre de vie des manceaux**
- **Protéger le patrimoine naturel et bâti et conforter l'inscription de la Cité Plantagenet au patrimoine mondial de l'UNESCO**
- **Limiter l'impact des dispositifs publicitaires et/ou réduire la densité en particulier aux entrées de ville**
- **Adapter la réglementation nationale, modifiée par le décret du 30 janvier 2012, aux caractéristiques locales en considérant les besoins et les intérêts des habitants et des acteurs économiques locaux**
- **Prendre en compte les nouveaux procédés et moyens technologiques utilisés en matière d'affichage publicitaire**

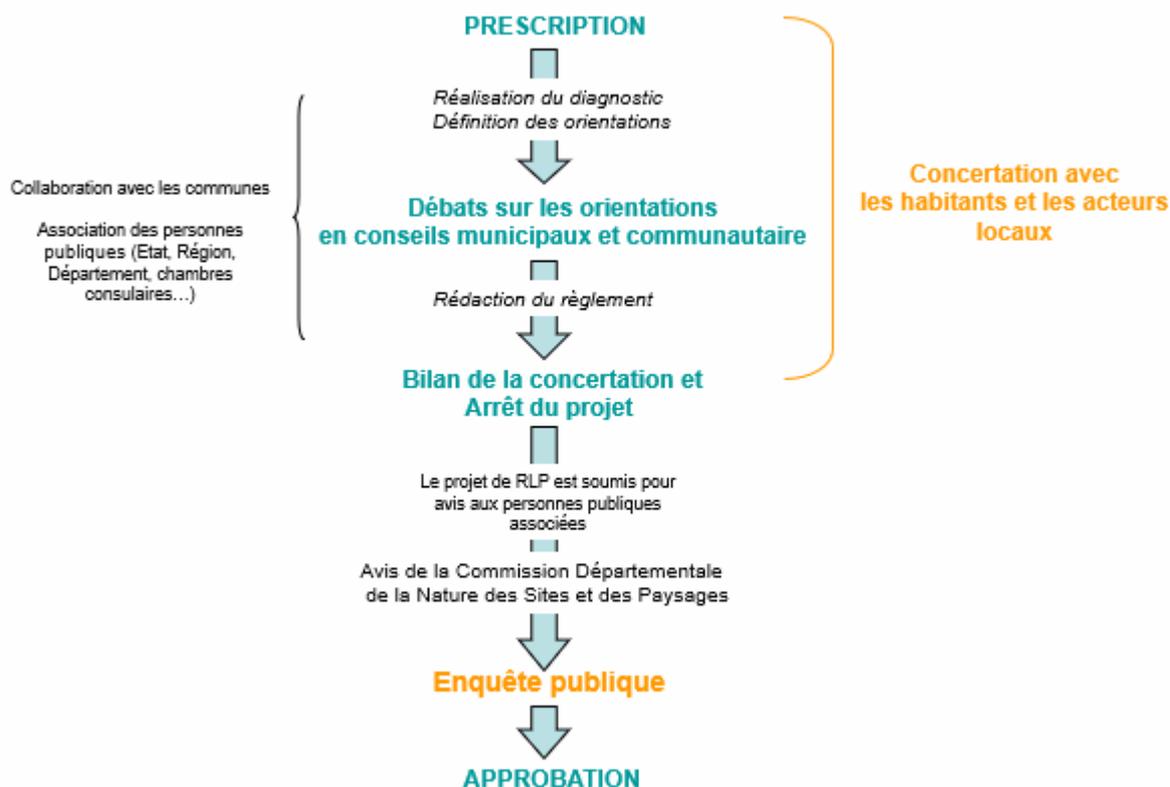
Le Règlement Local de Publicité porte sur la totalité du territoire communautaire et se doit d'être plus restrictif que le règlement National de Publicité (RNP).

Il adapte les dispositions nationales aux exigences locales.

Déroulement de la procédure

La procédure d'élaboration d'un RLP est calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Elle comprend quatre temps forts qui font l'objet d'un passage en conseil communautaire : la prescription, le débat sur les orientations, l'arrêt du projet et enfin l'approbation.



Contenu du RLPc

Le règlement local de publicité communautaire se compose des pièces suivantes :

- le rapport de présentation
- le règlement
- les annexes :
 - o Document graphique du règlement (zonage)
 - o Cartographie des lieux d'interdiction de la publicité
 - o Arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et les plans les matérialisant

Le rapport de présentation définit les orientations et objectifs liés aux spécificités du territoire communautaire et des espaces identifiés. Il comprend un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure (recensement, infractions...). Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant un traitement spécifique.

Il justifie les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

Le règlement comprend les adaptations du RNP ainsi que la définition des zones, liées aux objectifs et orientations du RLPc.

RLP RAPPORT DE PRESENTATION

1^{ère} partie : CONTEXTE TERRITORIAL ET JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE

I - Présentation du territoire communautaire

1 - Contexte et données générales : Le Mans Métropole, une position stratégique au cœur du département

Le Mans Métropole se situe au cœur du département de la Sarthe. Sa situation géographique et les infrastructures de transport présentes sur le territoire confèrent à l'agglomération une position d'interface entre plusieurs régions : le Bassin de la Seine au Nord-Est (Bassin Parisien, Normandie), la Bretagne à l'Ouest et les régions ligériennes au Sud.

Avec 205 113 habitants (INSEE, 2016), l'agglomération constitue un pôle démographique, économique, commercial, touristique, universitaire, administratif, d'équipements, etc. qui en fait un **lieu privilégié de flux et de développement des activités humaines**.



Cette situation de pôle se caractérise à travers quatre éléments principaux :

► Une agglomération au carrefour de grands axes routiers

La communauté urbaine de Le Mans Métropole bénéficie d'une accessibilité routière de très bonne qualité au réseau autoroutier. Le territoire est en effet le point de convergence de 7 directions autoroutières, complété par 3 routes départementales majeures : la RD 338 (Tours-Alençon-Rouen), la RD 357 (Rennes-Laval-Orléans), la RD 323 (Nantes-Angers-Chartres). Cette position stratégique de carrefour constitue un atout majeur pour le territoire et le développement de ses activités économiques.

► Une étoile ferroviaire

La gare du Mans occupe une position de carrefour ferroviaire important qui voit transiter près de 5 millions de voyageurs par an (source SNCF Open data).

Elle permet de relier Le Mans à de grandes villes nationales et européennes (Bruxelles, Londres, Lille, Lyon, Strasbourg, Marseille, ...), sans oublier Paris à seulement 54 minutes.

► La présence de nombreuses zones d'activités économiques

En 2016, Le Mans Métropole compte 10 031 entreprises sur son territoire (INSEE, 2016).

Le Mans Métropole dénombre **11 zones d'activités principales** accueillant des entreprises de deux grands secteurs d'activités : l'industrie, la logistique, et la petite production d'une part ; le tertiaire, les entreprises d'innovation et de recherche et développement d'autre part. Ces zones d'activités ont en commun d'être des pôles d'emplois importants et attractifs qui se situent près des infrastructures de transport majeures de l'agglomération.

L'agglomération dénombre également **5 zones d'activités commerciales**, soit le centre-ville du Mans et 4 zones de périphérie. Le centre-ville du Mans accueille 788 commerces. En tant que cœur de la ville-

centre, il attire des consommateurs de l'ensemble de l'agglomération. Les zones de périphérie, quant à elles, rassemblent 613 entreprises et se situent pour la plupart en entrée d'agglomération. De ce fait elles marquent le paysage du territoire. Il s'agit notamment de la zone d'activités commerciales Nord (Parc Manceau, Moulin aux Moines, Auchan, Portes de l'Océane) et du secteur d'activités Sud (Family Village, Hunaudières, Le Cormier).

Au-delà des zones d'activités principales, l'agglomération est dotée de nombreuses zones d'activités de moindre ampleur, accueillant des **activités de proximité** et qui ne nécessitent pas une grande visibilité ou un accès aux grands axes de circulation. Réparties sur l'ensemble du territoire, ces zones d'activités de proximité permettent le développement notamment de l'artisanat, de la petite production, d'activités tertiaires ou de petits espaces commerciaux répondant aux besoins de la commune ou du quartier.

► Un lieu de patrimoine, de nature, et d'évènements exceptionnels

Le territoire est fort de sites emblématiques et récréatifs qui concourent à son attractivité auprès des acteurs économiques et des touristes.



La muraille romaine, candidate sur la liste nationale des sites pour l'inscription au Patrimoine Mondial de l'UNESCO

© Ville du Mans, Alain Szczuczynski



L'Abbaye de l'Épau, édifice datant du XIIIème siècle

© Ville du Mans



La Cathédrale Saint-Julien qui accueille environ 300 000 visiteurs par an

© Ville du Mans, Alain Szczuczynski



Le circuit des 24 Heures, lieu de la célèbre course automobile

© Ville du Mans, Gilles Moussé



Le Théâtre des Quinconces, Scène Nationale

© Ville du Mans, Gilles Moussé



L'Arche de la Nature, espace naturel de 450 hectares accueillant près de 500 000 personnes par an

© Ville du Mans, Alain Szczuczynski



Le Boulevard nature, boucle de 72 km qui permettra de relier les différents pôles touristiques, naturels et culturels de l'agglomération

© Ville du Mans, Gilles Moussé

Le Mans Métropole est également le lieu d'évènements tout au long de l'année. L'agglomération accueille une clientèle touristique de court séjour, qui afflue en fonction des nombreuses manifestations sur le territoire.

Les évènements mécaniques proposés sur les circuits ont attiré plus de 750 000 spectateurs enregistrés en 2016. Les 24 Heures du Mans (263 500 spectateurs), le Grand Prix de France de moto (195 450 spectateurs) et Le Mans Classic (123 000 spectateurs tous les deux ans) en sont les principaux rendez-vous.

En dehors de ces évènements sur le circuit, l'agglomération accueille également des festivals musicaux (Bebop Festival, Europa Jazz Festival, Le Mans Pop Festival...), et organise des évènements diversifiés qui lui apportent un rayonnement régional : La Nuit des Chimères (environ 200 000 spectateurs), La Foire du Mans, Le Mans fait son Cirque, Puls'Art, la Fête de la Science, la 25^{ème} Heure du Livre ...

Enfin, le parc d'attraction Papéa Parc, créé en 1971 et proposant plus de 40 attractions, attire plus de 200 000 visiteurs par an.

► **Une concentration de grands équipements favorisant son attractivité**

Plusieurs grands équipements présents sur le territoire contribuent à son attractivité, notamment :

- **L'Université du Mans** : Elle accueille 8 200 étudiants (Le Mans accueille 12 800 étudiants au total). Hors secteur santé, ce sont 630 chercheurs qui exercent dans 17 laboratoires. Aujourd'hui l'offre recherche-formation valorise sur le territoire des potentiels d'innovation dans de nombreux domaines, parmi lesquels notamment l'acoustique, l'informatique, la mécanique, la santé et la médecine.

- **les établissements de santé** :

Le Mans Métropole possède sur son territoire 6 grands établissements de santé :

- le Centre Hospitalier du Mans
- le Centre médico-chirurgical du Mans (pôle santé Sud)
- la clinique du Tertre-rouge, établissement spécialisé en obstétrique
- le centre Jean-Bernard et la clinique Victor Hugo, établissements spécialisés dans la prise en charge du cancer
- la clinique du Pré, établissement spécialisé dans la chirurgie de la main
- le Centre Hospitalier Spécialisé d'Allonnes, établissement public de santé mentale.

- **Le Pôle d'Excellence Sportive** : Célèbre pour son circuit automobile, Le Mans réunit sur un même site le circuit des 24 Heures, le circuit Bugatti, le nouveau circuit de karting Le Mans International, le musée automobile de la Sarthe, mais aussi le MMArena, la salle Antarès dédiée au basket et aux spectacles, l'hippodrome, le vélodrome, le complexe sportif de la Pincenardièrre, le centre-équestre de l'Étrier Sarthois et le golf de Mulsanne.

- **L'Arche de la Nature** : située à dix minutes du cœur de la ville du Mans, l'Arche de la Nature offre aux visiteurs un vaste espace naturel. Au fil des chemins, les promeneurs découvrent la rivière, le bocage et la forêt et peuvent se rendre à la Maison de l'Eau, à la Maison de la Forêt, ainsi qu'à la ferme de la Prairie. En tout, ce sont 450 ha de nature ouverts gratuitement et en permanence au public. Cet équipement se décline avec la forêt et la réserve naturelle, la Maison de la Forêt, la Maison de l'Eau, la ferme conservatoire et le jardin potager.

- **Le Pôle Européen du Cheval** : C'est un haut lieu de compétition et reconnu comme l'un des plus grands organisateurs français d'évènements équestres. Dans un cadre de verdure, près du Mans, à Yvré-l'Évêque, plus de 30 compétitions sont organisées chaque année par le Boulerie Jump ainsi que des évènements nationaux et internationaux multi disciplinaires.

2 - Caractéristiques paysagères : Un territoire à la croisée d'une diversité de paysages

Le paysage de Le Mans Métropole est diversifié à plusieurs titres. Au croisement de cinq grandes unités paysagères, il varie entre bocages, plaines agricoles, vallons et boisements. Son paysage naturel est marqué par la confluence de deux rivières, la Sarthe et l'Huisne. Ses paysages urbains sont

également contrastés entre le cœur de l'agglomération et les bourgs ruraux. Ils bénéficient notamment d'une richesse patrimoniale contribuant à leur qualité. Enfin, l'agglomération est particulièrement marquée par les infrastructures routières et ferroviaires qui rythment le paysage.

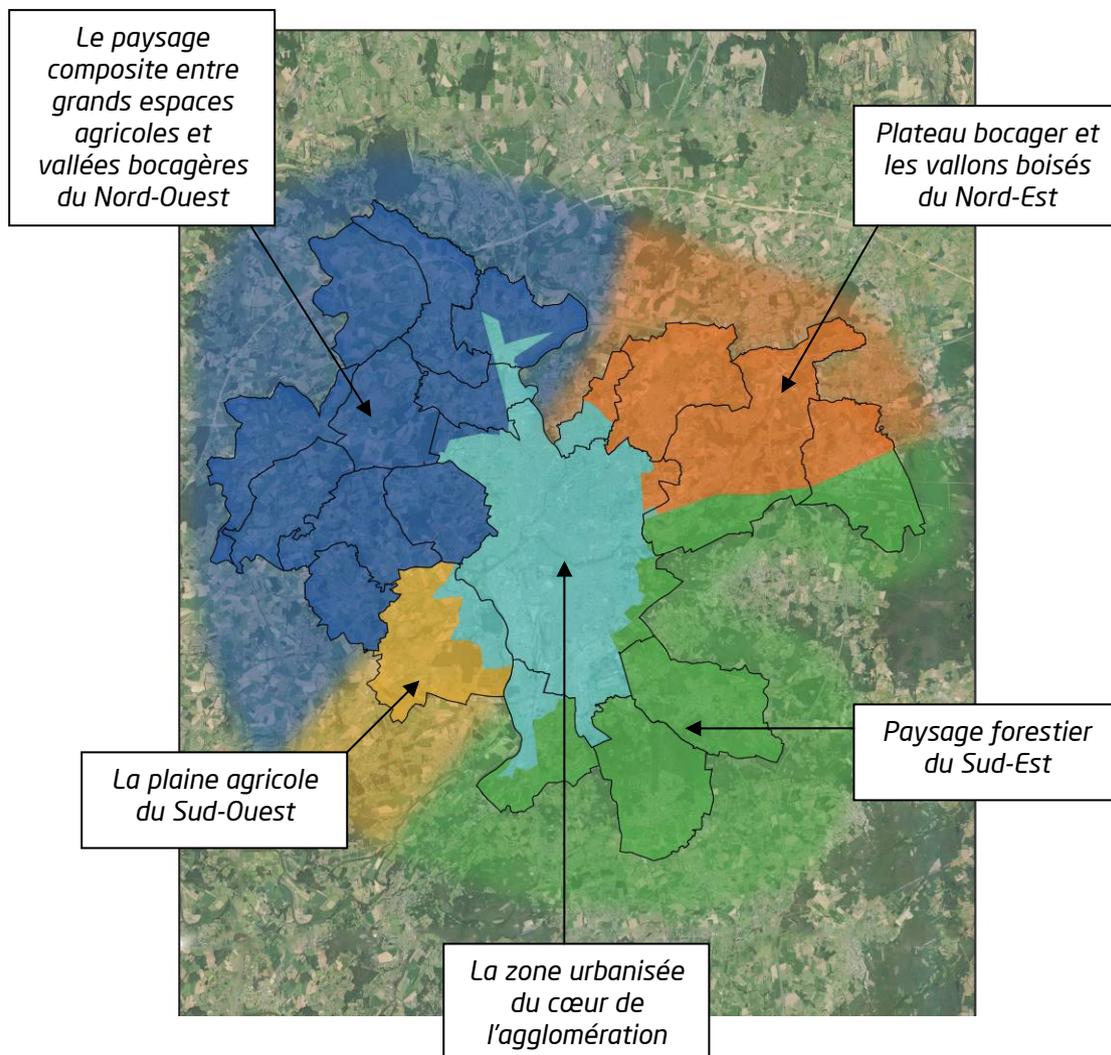
► **5 grandes unités paysagères**

Une **unité paysagère** correspond à une entité géographique qui présente une certaine homogénéité physique et à laquelle peut se rattacher une ambiance, une impression particulière qui la singularise par rapport au reste du territoire.

Deux types d'éléments ont guidé la définition des unités paysagères :

- des éléments physiques objectifs, tels que le relief, les boisements, la végétation, la trame agricole, la trame bâtie, les cours d'eau, etc.,
- des éléments subjectifs, qui ont trait à une approche dite «sensible» du territoire, autrement dit aux impressions procurées : une sensation d'ouverture ou de fermeture, d'immensité ou d'intimité par exemple.

Ainsi, le territoire de Le Mans Métropole peut être réparti en **cinq grandes unités paysagères** :



Le paysage forestier du Sud-Est

Cette unité paysagère se caractérise par la présence de très grands et nombreux boisements. Ces espaces boisés marquant fortement le territoire sont pour la plupart à dominante conifère et enracinés dans un sol sablonneux, ce qui rappelle un paysage littoral. Au delà des boisements, les parcelles agricoles, de taille petite à moyenne, y sont surtout destinées à de l'élevage. Ce territoire présente une topographie plane.

Dans cette unité paysagère, l'horizon n'est que rarement perceptible du fait des boisements de grande largeur et de grande hauteur, n'offrant presque aucun repère visuel pour s'orienter.

Le paysage demeure semi-fermé en raison également de la trame bocagère. Sur l'Est de la commune d'Arnage notamment, où les boisements sont moins nombreux, des fermetures apparaissent du fait des haies qui bordent les routes et du mitage bâti autour des hameaux (haies pour délimiter les terrains privés, pavillons le long des voies cachant l'horizon ...). Le même phénomène s'observe sur Ruaudin.

Enfin, le circuit des 24 heures donne aussi au territoire du Sud-Est sa particularité. Les infrastructures lui étant associées marquent cette partie du territoire et font partie intégrante de son paysage.



Mulsanne

Un paysage marqué par de hauts boisements et le circuit des 24h



Le Mans / California

Boisements épais près du site MMA

Le plateau bocager et les vallons boisés du Nord-Est

Cette unité paysagère se caractérise par la présence d'un plateau centré sur la commune de Sargé-lès-Le Mans. Il s'agit d'un plateau bocager, plutôt agricole avec quelques grandes cultures, des prairies et de l'élevage. Que ce soit sur le plateau de Sargé-lès-Le Mans ou sur le territoire d'Yvré-l'Évêque, la trame agricole est relativement déstructurée. Les parcelles agricoles y sont en effet de petites tailles et de formes complexes.

Sur les franges du plateau, au Nord et à l'Est de Sargé-lès-Le Mans, au Nord de Coulaines et à l'Ouest d'Yvré-l'Évêque notamment, apparaît un relief important avec de fortes pentes. Ces reliefs prennent la forme de vallons boisés, de taille plus ou moins conséquente.

Cette unité paysagère est marquée par une forte fermeture du paysage. En effet, la trame bocagère déstructurée et resserrée sur le plateau de Sargé-lès-Le Mans et sur la commune d'Yvré-l'Évêque masque l'horizon par de nombreuses haies et des boisements ponctuels. Les impressions de fermeture s'accroissent à la traversée des boisements situés aux franges du plateau.

Quelques impressions d'ouverture sont cependant perceptibles sur le plateau qui accueille de grandes cultures, ainsi que sur ses franges qui offrent à la sortie des boisements des points de vue sur la ville du Mans ou sur la campagne environnante.



Sargé-lès-Le Mans
Plateau bocager et ses haies nombreuses



Yvré-l'Évêque
Ouverture et vues sur les boisements aux franges du plateau

Le paysage composite entre grands espaces agricoles et vallées bocagères du Nord-Ouest

Cette unité paysagère se caractérise par un paysage composite, offrant une alternance entre vallées bocagères et plaines avec de grands espaces agricoles (l'activité agricole sur l'ensemble de ce territoire est majoritairement tournée vers l'élevage et la polyculture-élevage).

Cette alternance entre deux types de paysage donne à ce territoire une particularité résidant dans la dualité des ambiances. Les impressions paysagères oscillent entre, d'une part, sensations d'intimité, de fermeture et de calme procurées par les haies bocagères, les boisements ponctuels et les vallons, et, d'autre part, sensation d'ouverture avec les grandes plaines agricoles.

Deux autres éléments singularisent par ailleurs ce territoire :

- le mitage par le bâti important par endroit, qui prend notamment la forme d'extensions pavillonnaires relativement lâches le long des voies en prolongement des bourgs ou des hameaux ;
- la Ligne à Grande Vitesse (LGV) sur Aigné et La Milesse.



La Milesse
Immensité et horizontalité des plaines agricoles



Rouillon
Intimité et lignes courbes de la vallée bocagère

La plaine agricole du Sud-Ouest

Cette unité paysagère est caractérisée par l'absence de relief couplée à la présence de l'activité agricole. Le paysage se compose essentiellement de grandes cultures. Quelques haies bocagères et quelques boisements réduisent ponctuellement l'horizon.

L'horizontalité du paysage crée de grandes ouvertures qui laissent place à des échanges visuels directs entre la campagne et la ville. Elle permet la mise en scène de l'agglomération, et notamment des grands ensembles bâtis de la commune d'Allonnes.



Allonnes
Echanges visuels entre ville et campagne



Allonnes
Quelques boisements fermant l'horizon de manière lâche

La zone urbanisée du cœur de l'agglomération

Il s'agit d'un paysage urbain, souvent fermé. La ville du Mans présente néanmoins quelques points hauts, notamment au Nord et à l'Est qui offrent des points de vue et des perspectives accentuées sur les grandes voies pénétrantes.

Ce paysage urbain résulte de différentes phases d'urbanisation :

- Le centre historique de la cité Plantagenêt, délimité par les murs d'enceinte gallo-romaine, qui bénéficie d'une situation en promontoire offrant des échappées visuelles sur le reste de la ville. Les détails architecturaux et l'étroitesse des rues de la ville médiévale y procurent un sentiment d'intimité,
- Le centre urbain dense à l'architecture hétérogène se composant de maisons et hôtels particuliers du XVIIIème au plus proche du centre historique, de quartiers de mancelles du XIXème siècle en deuxième ceinture autour du centre historique ; d'immeubles du XXème notamment autour des principales voies d'accès au cœur de ville. Les ambiances très intimistes des rues de mancelles, caractérisées par la géométrie et la minéralité des alignements des façades sur la rue, contrastent avec les grandes percées visuelles offertes par des boulevards urbains. Ainsi, ces « pénétrantes » marquent fortement la lisibilité de la ville.
- Les paysages pavillonnaires qui apparaissent à mesure que l'on s'éloigne du centre-ville.

Plus ponctuellement ce paysage urbain est également marqué par :

- De grandes zones d'activités au Nord et au Sud, caractérisées par la prégnance des infrastructures routières et par la volumétrie imposante des bâtiments.
- Des quartiers de « grands ensembles », qui sont parfois mis en scène comme à Allonnes du fait de la plaine environnante accentuant la verticalité de la ville perçue de l'extérieur, ou comme aux Sablons du fait de son positionnement en contrebas depuis la rocade intérieure.

► Un territoire à la confluence de deux rivières

Le Mans Métropole se situe à la confluence de la Sarthe et de l'Huisne dont les abords marquent le paysage.

Ces deux rivières ont longtemps constitué des liaisons naturelles entre l'Anjou, le Maine, le Perche et la Normandie. Devenues plus discrètes dans le tissu urbain, ces voies d'eau gardent encore leur fonction de liaison entre les quartiers pour l'Huisne et de voie navigable pour le tourisme fluvial pour la Sarthe.

Les aménagements de quais et de promenades plantées ainsi que les équipements de loisirs ou sportifs le long de ces rivières en font des espaces de vie importants. Ces espaces d'accompagnement constituent des espaces de respiration dans le tissu urbain et de potentiels zones d'expansion des crues.

► Une articulation de paysages urbains, périurbains et ruraux

Les paysages urbains de Le Mans Métropole ne se limitent pas à ce cœur d'agglomération. En effet, le territoire présente une armature urbaine diversifiée qui se traduit par une composition de paysages urbains qui diffèrent entre le cœur d'agglomération et le reste du territoire.

Le cœur d'agglomération, représenté par les villes du Mans, Allonnes et Coullaines, constitue un paysage urbain dense, avec une grande diversité architecturale et de typologies bâties témoignant des différentes époques de constructions de la ville.

Le reste des communes de Le Mans Métropole présentent des caractéristiques plutôt périurbaines voire rurales. Elles sont marquées davantage par un tissu d'habitat individuel plus aéré, typique du développement périurbain pavillonnaire des années 1970-2000. Elles rencontrent également un phénomène de mitage urbain, particulièrement le long des axes routiers principaux et autour des anciens hameaux agricoles, qui détonne avec le grand paysage rural.

► Un territoire bénéficiant d'une richesse patrimoniale

Le Mans Métropole est doté d'un certain patrimoine historique et architectural qui contribue à la qualité de son paysage.



L'Abbaye de l'Épau
© Ville du Mans, Gilles Moussé



La Cité Plantagenêt, cœur historique du
Mans, Ville d'art et d'histoire
© Ville du Mans, Alain Szczuczynski

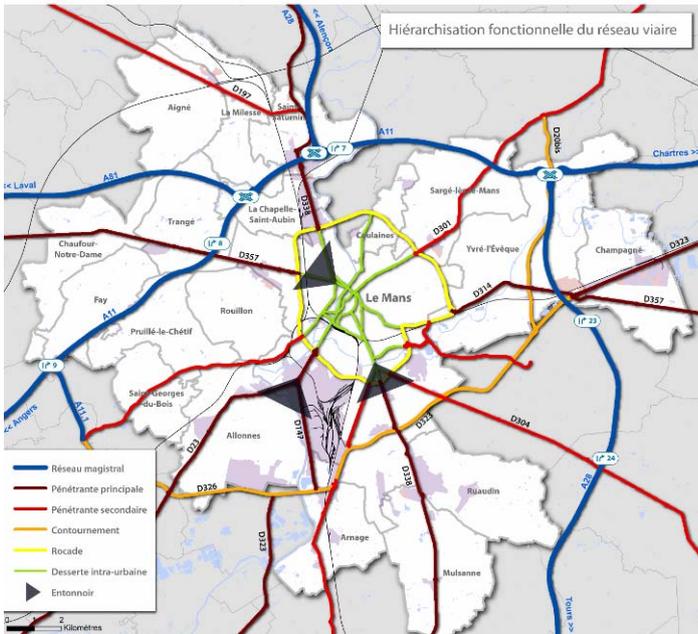
En matière de protection de ce patrimoine, sont notamment recensés :

- une centaine de Monuments Historiques classés ou inscrits, dont notamment la Cathédrale Saint-Julien, l'Abbaye de l'Épau, le couvent de la Visitation, ...
- un secteur sauvegardé : la Cité Plantagenêt sur Le Mans, entourée de sa muraille gallo-romaine,
- un site patrimonial remarquable (anciennement Zone de Protection du Patrimoine Architectural et Urbain) sur Allonnes.

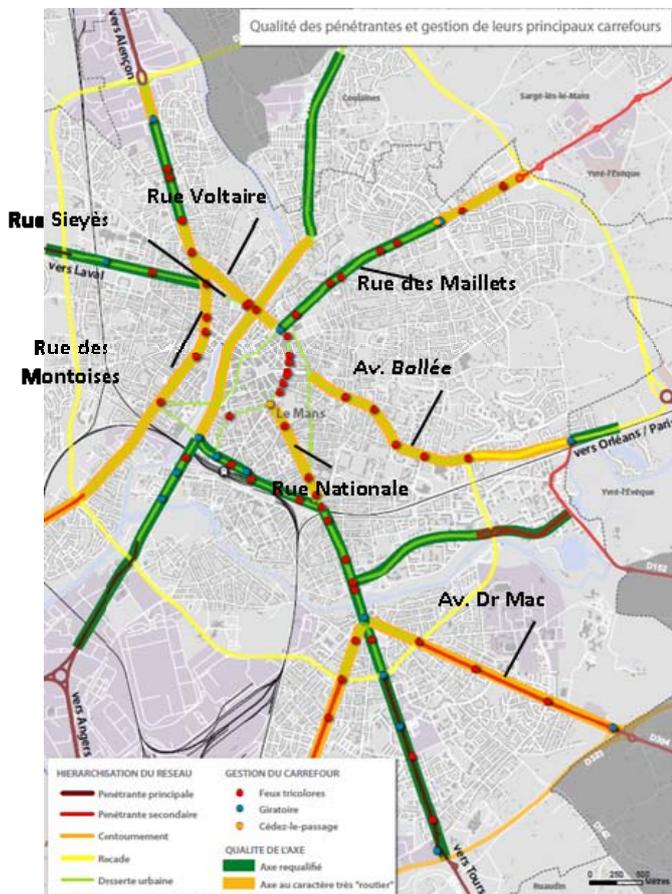
Le centre-ville du Mans, au-delà des contours de la Cité Plantagenêt, démontre d'une qualité architecturale patrimoniale qui doit être préservée : maisons à pans de bois d'origine médiévale, grands immeubles du XIXème, hôtels particuliers, maisons bourgeoises, mancelles, ...

► **Un paysage ceinturé par les infrastructures et marqué par le réseau viaire**

Le Mans Métropole constitue un carrefour viaire et ferroviaire important. Cela se traduit par un paysage fortement marqué par les infrastructures de transport :



- une étoile ferroviaire à 5 branches comprenant notamment le site de la gare de triage sur Le Mans et les voies LGV au Nord-Ouest de l'agglomération,
- une armature autoroutière forte, accessible par 5 échangeurs,
- une rocade dite « urbaine » autour de la zone dense de la ville centre formée par les D 313 et D 338,
- un contournement au Sud entre les autoroutes formé par les D 323 et D 326,
- un réseau de routes départementales en étoile formant des pénétrantes permettant d'accéder aux principaux pôles de l'agglomération.



Le réseau viaire façonne ainsi particulièrement le paysage, y compris jusque dans le cœur de l'agglomération à travers de nombreuses pénétrantes.

Connectées à la rocade urbaine, les pénétrantes assurent les principaux accès au centre du Mans. Elles constituent le réseau principal interne de la ville centre. Le jalonnement incite à l'emprunt de ces grands axes, aussi bien dans le sens entrant que sortant. Les pénétrantes du Sud du Mans (avenues Jean Mac et Georges Durand) jouent également le rôle de liaison entre les 2 rocades et de desserte locale amenant des trafics très différents.

L'arrivée du tramway a été l'occasion de requalifier un certain nombre de voies (rue des Maillets, routes de Laval et de Tours...). Ces requalifications ont permis une amélioration du cadre de vie et du paysage en verdissant ces axes et en redistribuant l'espace public en faveur d'autres usagers (bandes cyclables...). D'autres pénétrantes gardent un caractère routier très marqué (Avenue Bollée, Avenue du Dr Jean Mac, Avenue Rhin et Danube).

II - Contexte réglementaire

1 - Champ d'application de la réglementation

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et préenseignes est codifiée dans le Code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L.581-1 à L.581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R.581-1 à R.581-88.

Le Règlement Local de Publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux.

1.1. Les dispositifs concernés : définitions

► La publicité

La publicité désigne 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 assimilés à des publicités.



► La préenseigne

La préenseigne désigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Conformément au règlement national de la publicité, les préenseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité.



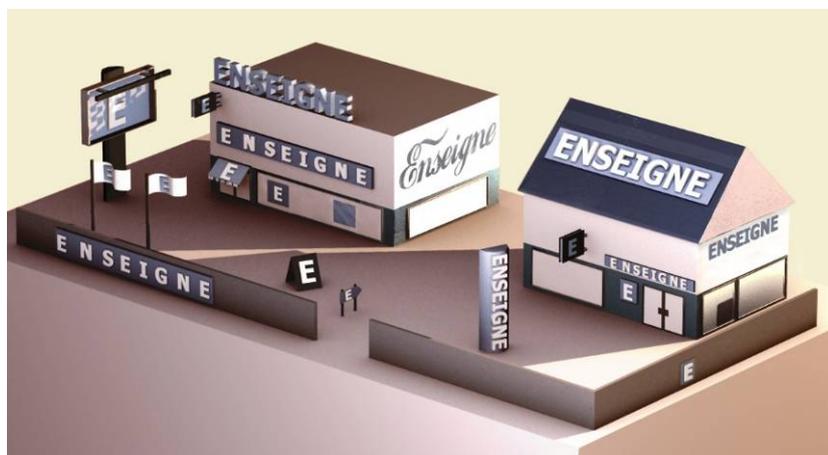
Cas particuliers : la préenseigne dérogatoire

La préenseigne dérogatoire n'est pas soumise au régime de la publicité. Installée en dehors des lieux qualifiés d'agglomération, la préenseigne dérogatoire signale :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- des opérations exceptionnelles qui ont pour objet lesdits immeubles ou sont relatives aux activités qui s'y exercent,
- à titre temporaire, des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique qui y ont lieu ou y auront lieu.

► **L'enseigne**

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



Elles comprennent de grands panneaux d'enseigne au même format que des dispositifs publicitaires implantés sur le terrain où s'exerce l'activité qu'ils signalent.

1.2. Champ d'application géographique et démographique

Le nombre d'habitants de la commune et de l'unité urbaine joue un rôle clé pour ce qui est de la réglementation de la publicité extérieure et en particulier de l'affichage publicitaire.

En effet, le Code de l'environnement fixe des règles différentes en matière de types d'implantations, formats, hauteurs, procédés admis ou non, en fonction de la population.

Le seuil de 10 000 habitants est le plus important ; il influe sur toutes les caractéristiques des publicités et préenseignes.

La notion d'Unité Urbaine (UU) remplace la notion d'ensemble multicommunal dans le Code de l'environnement depuis la réforme du 30 janvier 2012; Une unité urbaine est un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de deux cents mètres entre deux constructions) et qui compte au moins deux mille habitants (définition de l'INSEE).

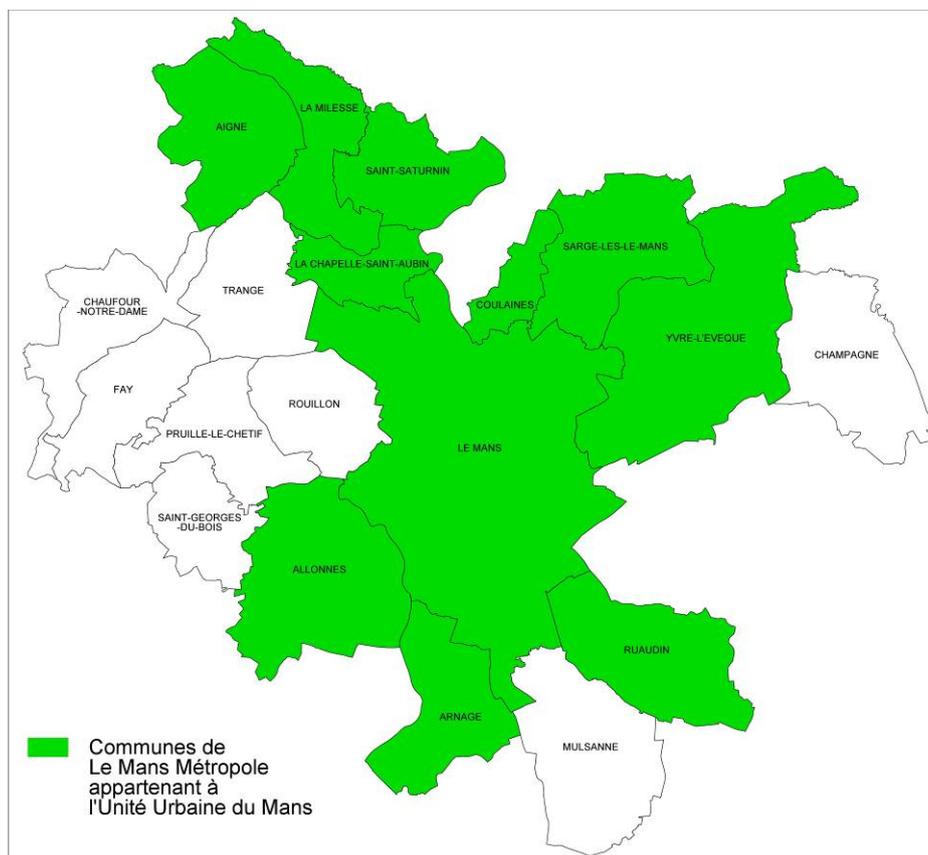
La communauté urbaine de Le Mans Métropole comprend à ce jour 19 communes :

- **deux communes de plus de 10 000 habitants : Allonnes et Le Mans,**
- **neuf communes de moins de 10 000 habitants mais faisant partie de l'unité urbaine** du Mans, dépassant le seuil des 100 000 habitants : Aigné, Arnage, La Chapelle Saint-Aubin, Coulaines, La Milesse, Raudin, Saint-Saturnin, Sargé-lès-Le Mans et Yvré l'Evêque.

Pour l'ensemble de ces onze communes, ce sont les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants ou aux communes de moins de 10 000 habitants mais faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants qui s'appliquent.

- **huit communes de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie de l'unité urbaine du Mans** : Champagné, Chaufour-Notre-Dame, Fay, Mulsanne, Pruillé-le-Chétif, Rouillon, Saint-Georges-du-Bois et Trangé.

Pour ces communes, ce sont les dispositions relatives aux communes de moins de 10 000 habitants, qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, qui s'appliquent.



Distinction des règles suivant les communes :

PUBLICITE (ou préenseigne)	Commune hors Unité Urbaine	Commune dans Unité Urbaine > 100 000 habitants
Scellée ou installée au sol Surface maximale	Interdite	12 m ²
Lumineuse ou Numérique Surface maximale	Interdite	8 m ²
Sur support (mur, clôture..) Surface maximale Hauteur maximale par rapport au sol	4 m ² 6 m	12 m ² 7,50 m
ENSEIGNE	Commune < 10 000 Habitants	Commune > 10 000 Habitants (Allonnes et le Mans)
Scellée ou installée au sol (sur portatif) Surface maximale	6 m ²	12 m ²

1.3. Notion d'agglomération

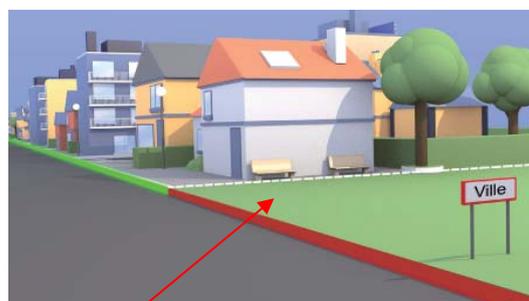
Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération.

L'agglomération se définit comme l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (article R.110-2 du Code de la route).

Mais s'il n'existe pas une exacte concordance entre l'élément matériel (des immeubles bâtis rapprochés) et l'élément fonctionnel (des panneaux d'entrée et de sortie), le juge administratif fait prévaloir la matérialité de l'agglomération sur l'élément matériel, c'est-à-dire la présence de bâti.



Publicité autorisée



Publicité interdite

2 - La réglementation nationale

2.1 La publicité

► Les secteurs d'interdiction absolue de tous dispositifs de publicité

La publicité et les préenseignes sont interdites hors agglomération

L'article R.411-2 du Code de la route dispose que "les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire". Les arrêtés municipaux fixant celles-ci et les plans de localisation précisant l'emplacement des limites des agglomérations des communes de Le Mans Métropole sont annexés au présent règlement (pièce n° 3.9).

En agglomération, la publicité et les préenseignes sont strictement interdites dans les lieux suivants (article L.581-4 du Code de l'environnement) :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques,
- sur les monuments naturels et dans les sites classés,
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles,
- sur les arbres.

Le Règlement Local de Publicité ne permet pas de déroger à ces interdictions.

► Les secteurs d'interdiction absolue en agglomération des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol

En agglomération, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans :

- les secteurs où les dispositifs sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération,
- les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 du Code de l'urbanisme,
- 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 sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols.

► Les secteurs d'interdiction relative

La publicité est également interdite en agglomération dans un certain nombre de secteurs protégés :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine,
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code,
- dans les parcs naturels régionaux,
- dans les sites inscrits,
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles visés au II de l'article L.581-4 du Code de l'environnement,
- dans les aires d'adhésion des parcs nationaux
- dans les secteurs Natura 2000, zones spéciales de conservation (ZSC) et les zones de protection spéciales (ZPS) mentionnées à l'article L.414-1.

Le Règlement Local de Publicité peut déroger à ces interdictions dans les conditions fixées par l'article L.581-14.

Nota : Les zones d'interdiction absolue de la publicité sur le territoire de Le Mans Métropole découlant de la réglementation nationale et du règlement local publicité communautaire sont cartographiées sur un document graphique porté en annexe du présent règlement (pièce n° 3.8).

► Exception à l'interdiction de publicité hors agglomération

Les préenseignes dérogatoires

Les préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Cette distance peut aller jusqu'à 10 kilomètres pour celles signalant des monuments historiques.

Ces préenseignes dérogatoires peuvent être scellées sur le sol ou installées directement sur le sol, sans dépasser, pour le panneau, 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

Depuis le 13 juillet 2015, hors agglomération, seules sont autorisées :

- 2 préenseignes signalant les activités culturelles ou 2 par établissement lorsqu'elles signalent des activités en relation avec la vente des produits du terroir par des entreprises locales,
- 4 préenseignes par monument lorsqu'elles signalent des monuments historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Les préenseignes dérogatoires devront en outre être harmonisées et répondre à des prescriptions éventuellement fixées par le gestionnaire de la voirie.

► Le règlement de la publicité en agglomération

Les règles d'implantation et de taille des dispositifs suivant les communes

Pour les communes de plus de 10 000 habitants et celles faisant partie de l'unité urbaine, les dispositions nationales applicables sont les suivantes :

- la publicité non lumineuse (y compris la publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence) apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m², ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol,
- les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m²,
- un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. Un dispositif publicitaire, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être implanté à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété,
- les dispositifs publicitaires sont interdits s'ils sont visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus à l'article R.418-7 du Code de la route.

Dans les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine, les dispositions nationales applicables, sous réserve qu'un RLPi les adapte, sont les suivantes :

- la publicité apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m², ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol,
- la publicité lumineuse est interdite,
- la publicité scellée au sol est interdite,
- les bâches de chantier comportant de la publicité, ainsi que les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdites.

Les règles de densité

Sur le domaine privé :

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Par exception, il peut être installé :

- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support,
- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaires, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

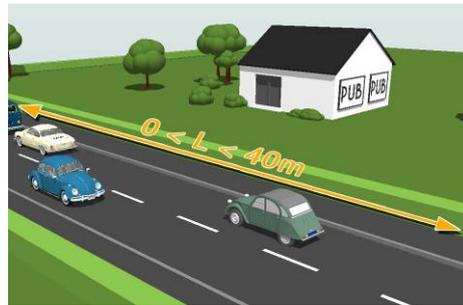
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

Application de la règle de densité, exemples :

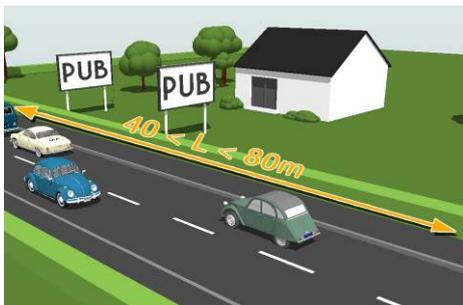
Lorsque la distance de la limite bordant la voie est \leq à 40 mètres :



OU



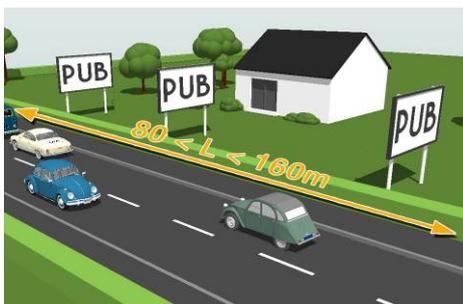
Lorsque la distance de la limite bordant la voie est comprise entre 40 et 80 mètres :



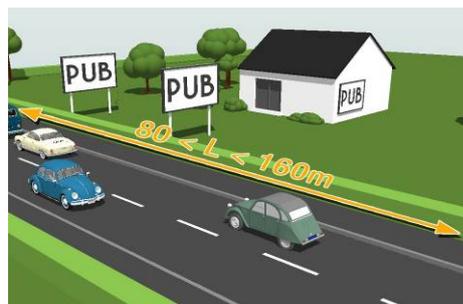
OU



Lorsque la distance de la limite bordant la voie est comprise entre 80 et 160 mètres :



OU



OU



OU



Sur le domaine public :

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaires, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

► Règles spécifiques à certains dispositifs

Le mobilier urbain

Le mobilier urbain (abris, kiosques, colonnes et mâts porte-affiches, mobiliers d'information...) peut, à titre accessoire, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.

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. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 m² et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux principales règles relatives aux autres dispositifs publicitaires scellés au sol.

Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m² sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 m², plus 2 m² par tranche entière de 4,50 m² de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.

La publicité lumineuse

Les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures du matin, y compris celles éclairées par projection ou transparence à l'exception du mobilier urbain quand il supporte de la publicité numérique à images fixes.

La publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol, ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 m², ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Rappel : la publicité lumineuse est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine.

Les bâches comportant de la publicité

Les bâches sont classées en deux catégories :

- les bâches de chantier,
- les bâches publicitaires.

Les bâches de chantier sont nécessairement fixées sur un échafaudage. Elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte et ne doivent pas avoir une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport au mur. La surface de la publicité ne peut excéder 50 % de la surface totale de la bâche. Il peut être dérogé à cette surface si les travaux de l'immeuble consistent à obtenir un label "Haute Performance Énergétique Rénovation" dit BBC (Bâtiment Basse Consommation).

Les bâches publicitaires ne peuvent être installées que sur des murs aveugles ou comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m², ne doivent pas avoir une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport au mur, ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte, ni le cas échéant les limites de l'égout du toit.

Nota : les bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles et l'affichage de petit format

Les dimensions exceptionnelles

L'installation de ces dispositifs est réservée exclusivement à des manifestations temporaires, soumis à autorisation du maire après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites. Cette installation ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après la manifestation.

Nota : ces dispositifs sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

L'affichage de petit format (micro-affichage)

Les dispositifs de petit format mentionnés au III de l'article L.581-8 du Code de l'environnement ont une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².

Nota : le micro-affichage est soumis à déclaration préalable.

Autres dispositifs

L'affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations

En application de l'article L.581-13 du Code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

Dans le cas où le maire n'a pas pris d'arrêté relatif aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L'arrêté préfectoral cesse de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (article R. 581-2 du Code de l'environnement) :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants,
- 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants,
- 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R.581-3 du Code de l'environnement).

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement. Le RLP peut déroger à cette interdiction. Dans le cas où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, ne peut dépasser 2 m² (article R.581-4 du Code de l'environnement).

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, est autorisée par dérogation aux interdictions, à condition qu'elle n'excède pas une surface unitaire de 1,50 m² (articles L.581-17 et R.581-5 du Code de l'environnement).

Sur les palissades de chantier

Lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie, les communes ont le droit d'utiliser les palissades de chantier à leur profit comme support de publicité commerciale ou affichage libre (article L.581-16 du Code de l'environnement).

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau

La publicité sur les véhicules terrestres, équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité, est réglementée aux articles R.581-48 à R.581-52 du Code de l'environnement.

Les transports en commun, dont le principal objectif est de transporter des personnes, ne supportent qu'accessoirement de la publicité.

Nota : les véhicules ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

La publicité sur les voies navigables n'est admise que sur les bâtiments motorisés et à condition que ces bâtiments ne soient équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires (article R.581-50 du Code de l'environnement).

2.2 Les enseignes

► Les enseignes scellées au sol ou installées directement au sol

Leur surface unitaire maximale est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (Le Mans et Allonnes). L'appartenance à l'unité urbaine n'est pas prise en compte.

Elles ne peuvent pas dépasser 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large et 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Elles sont limitées à un dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où s'exerce l'activité signalée.

Elles doivent respecter une distance d'éloignement des limites séparatives de propriété supérieure à la moitié de leur hauteur.

► Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Elles ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de la façade, y compris baie commerciale, auvent et marquise.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 m².

Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du 02 avril 2012 (JO du 7 avril 2012).

► Les enseignes installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, les enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

La hauteur de ces enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.

La surface cumulée des enseignes sur la toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².

► Les enseignes lumineuses

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Pour les activités qui cessent ou commencent entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de l'activité.

3 - La réglementation actuelle sur le territoire de Le Mans Métropole

Actuellement, trois communes de Le Mans Métropole disposent d'un Règlement Local de Publicité :

- Le Mans : RLP arrêté le 6 mai 1985
- Arnage : RLP arrêté le 9 juin 1987
- La Chapelle Saint Aubin : RLP arrêté le 3 septembre 1982

Les zones de publicité interdites

Ces règlements locaux ont permis d'établir des protections fortes sur une partie de leur territoire avec l'institution des zones de publicité interdites suivantes :

Protection des rivières

Sur Arnage et Le Mans, d'une manière générale, sont interdits à la publicité, les cours d'eau (îles comprises) jusqu'à la limite supérieure de leur rive (ou quai), ainsi que les espaces verts et promenade y attenant.

Cette interdiction couvre les rivières Sarthe et Huisne, ainsi que le Roule - Crotte.

Ces secteurs naturels étant susceptibles de traverser des parties agglomérées, cette protection conserve encore tout son sens aujourd'hui.

Protection des parcs publics

Sur la ville du Mans, l'interdiction de toute publicité concerne les parcs publics de la ville, clôtures comprises.

Ces jardins étant soit des sites classés, soit couverts par des secteurs de protection tels que des Espaces Boisés Classés au Plan Local d'Urbanisme, cette protection est conforme à la réglementation nationale précisée ci-avant.

Protection du secteur sauvegardé (Cité Plantagenêt)

L'interdiction de toute publicité à l'intérieur du secteur sauvegardé a été étendue à ses abords immédiats.

Ces abords immédiats ne prennent toutefois qu'un côté des voies bordant la Cité Plantagenêt, faisant apparaître une certaine incohérence en terme de mise en valeur de ce patrimoine bâti.

Cette zone de publicité interdite englobe également le lycée Montesquieu et l'Abbaye Saint Vincent.

Les vues sur la ville du Mans

La rue Alphonse Poitevin et le boulevard Saint Michel sont protégés en raison de leur situation surélevée offrant une vue sur la ville et la rivière Sarthe.

Sur le quartier de l'université, la route de Laval, devenue avenue Olivier Messaien, et la route de Degré, devenue avenue Pierre Klotz, sont également couvertes par une interdiction totale de publicité.

Ce quartier constituant alors un secteur d'extension de la ville, il s'agissait d'anticiper la protection et la qualité des futurs aménagements de cette entrée de ville.

Protection du centre-ville d'Arnage

La zone d'interdiction recouvre les sections piétonnes et mixtes de l'Avenue Nationale, telles qu'elles existaient au moment de l'élaboration du RLP.

De nouveaux aménagements ont été réalisés depuis.

Dans ces zones de publicité interdite, les enseignes ne sont pas réglementées alors que, concernant la route de Laval en particulier, de nombreuses activités sont aujourd'hui présentes.

Les zones de publicité restreintes

Des zones de publicités restreintes ont également été instituées sur les centres urbains permettant de limiter la publicité et d'encadrer la réglementation sur les enseignes.

Dans ces zones de publicité restreinte, les dispositions relatives aux enseignes sont quasiment identiques. Elles s'appuient sur le règlement de voirie alors en vigueur.

Protection du bourg de La Chapelle-Saint-Aubin

Afin de mettre en valeur le bâti ancien du centre bourg et la qualité des constructions qui se sont développées tout autour, l'ensemble de la zone agglomérée du bourg est couverte par une zone de publicité restreinte.

Celle-ci interdit toute publicité en dehors du mobilier urbain dans la limite de 2 m².

Dans le cadre du diagnostic, il n'a été recensé aucun dispositif en mauvais état ou non conforme sur le bourg de La Chapelle-Saint-Aubin. Les enseignes existantes sont correctement et qualitativement intégrées au paysage.

Protection du centre-ville d'Arnage et du patrimoine du centre ville du Mans

L'avenue Nationale, à l'exception des sections inscrites en zone interdite, est également couverte par une zone de publicité restreinte.

Sur Le Mans, sur les parties urbanisées, la zone de publicité restreinte jouxte les zones de protection de publicité interdite permettant de renforcer la protection des sites précités, y compris le quartier université situé entre l'avenue Pierre Klotz et l'avenue Olivier Messaien.

Sur ces zones, la publicité scellée ou installée directement au sol est interdite.

Enfin, les RLP de la Chapelle-Saint-Aubin et d'Arnage instituent également des zones de publicité autorisées sur les zones d'activités en cours d'aménagement et situées hors agglomération aux dates d'approbation des RLP.

Ces zones sont aujourd'hui situées en agglomération.

Les autres communes sont soumises au Règlement National de Publicité (RNP) ; la révision des RLP existants entraîne l'élaboration d'un seul RLP à l'échelle de Le Mans Métropole. Les règlements en vigueur continueront de s'appliquer jusqu'à l'approbation du RLP communautaire ou au plus tard, jusqu'au 13 juillet 2020 où ils deviendront caducs.

4 - Effets juridiques de l'approbation du RLPC

► Compétences de la police publicitaire

Dès la publication du RLPC, le maire de chaque commune devient alors autorité administrative de police compétente, au nom de sa commune, en lieu et place du préfet. Il délivre les autorisations nécessaires et mène les procédures administratives en cas d'infraction.

Toutes les poses d'enseignes sont soumises à autorisation du maire, et ce, même dans les zones non règlementées par le RLPC.

► Délais d'application

Le RLPC s'applique aux dispositifs existants dans les conditions suivantes :

Sous réserve qu'elles respectent le RNP, les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur du Règlement Local de Publicité communautaire peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit règlement. Passé ce délai elles sont tenues de s'y conformer.

Pour les enseignes existantes à la date d'entrée en vigueur du RLP, et sous réserve qu'elles respectent le RNP, ce délai est de 6 ans.

2^{ème} partie : DIAGNOSTIC

I - Méthodologie

La méthodologie mise en œuvre pour élaborer le diagnostic du Règlement Local de Publicité communautaire (RLPc) s'appuie sur une démarche en trois temps.

Dans un premier temps, les secteurs à enjeux du territoire ont été identifiés.

Dans un second temps, une analyse quantitative des dispositifs existants à l'échelle du territoire communautaire puis par secteurs à enjeux a été réalisée.

Le troisième temps a été consacré à une analyse paysagère de chacun des secteurs.

Ce diagnostic a été partagé avec différents groupes de travail, intégrant notamment les communes au travers des groupes de réflexion mis en place conformément aux modalités de collaboration définies par le conseil communautaire.

1 - La définition des secteurs à enjeux

Au regard des objectifs du RLP, du rôle de l'affichage extérieur (enseignes et publicités) et des différents types de paysage composant le territoire, six thématiques de secteurs à enjeux ont été définies.

Il s'agit :

- **des entrées de ville/bourg et grands axes de circulation,**
- **des zones d'activités,**
- **du paysage urbain et les centres-villes/bourgs,**
- **du patrimoine bâti et plus particulièrement la Cité Plantagenêt,**
- **du patrimoine naturel,**
- **des grands équipements sportifs, touristiques et de loisirs et plus particulièrement le Pôle d'Excellence Sportive et le Pôle Européen du Cheval.**

Ces secteurs ont été identifiés et délimités sur l'ensemble du territoire communautaire. Ils ont servi de base à la réflexion et l'animation de la concertation.

2 - L'analyse quantitative

L'analyse quantitative a consisté à faire un recensement des dispositifs existants sur l'ensemble du territoire communautaire.

Ce recensement a principalement été réalisé sur l'année 2016.

Chaque commune y a contribué. Il a été réalisé à partir de relevés photographiques réalisés sur le terrain et de relevés réalisés dans le cadre de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE). Ces données ont été, le cas échéant, complétées à partir de *Google Maps* et de visites sur le terrain.

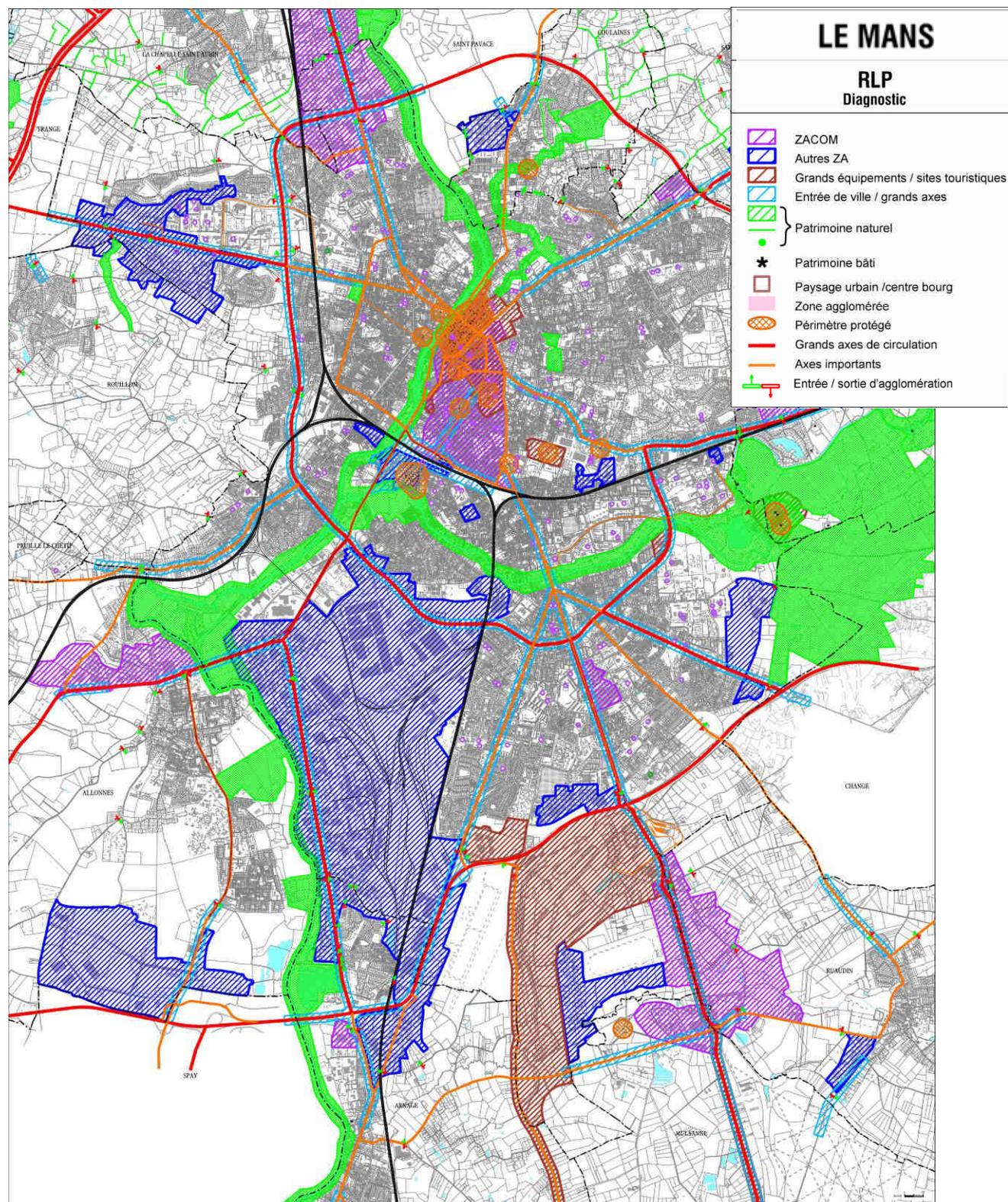
Le recensement a permis d'établir une base de données précisant en particulier, la localisation, la nature (enseigne, préenseigne, publicité), le type (au sol, sur support, sur toiture, lumineux ou non...) et, lorsqu'elles étaient connues, les dimensions des différents dispositifs existants.

Ces derniers ont également été cartographiés (sauf sur Le Mans en raison du nombre trop important de dispositifs).

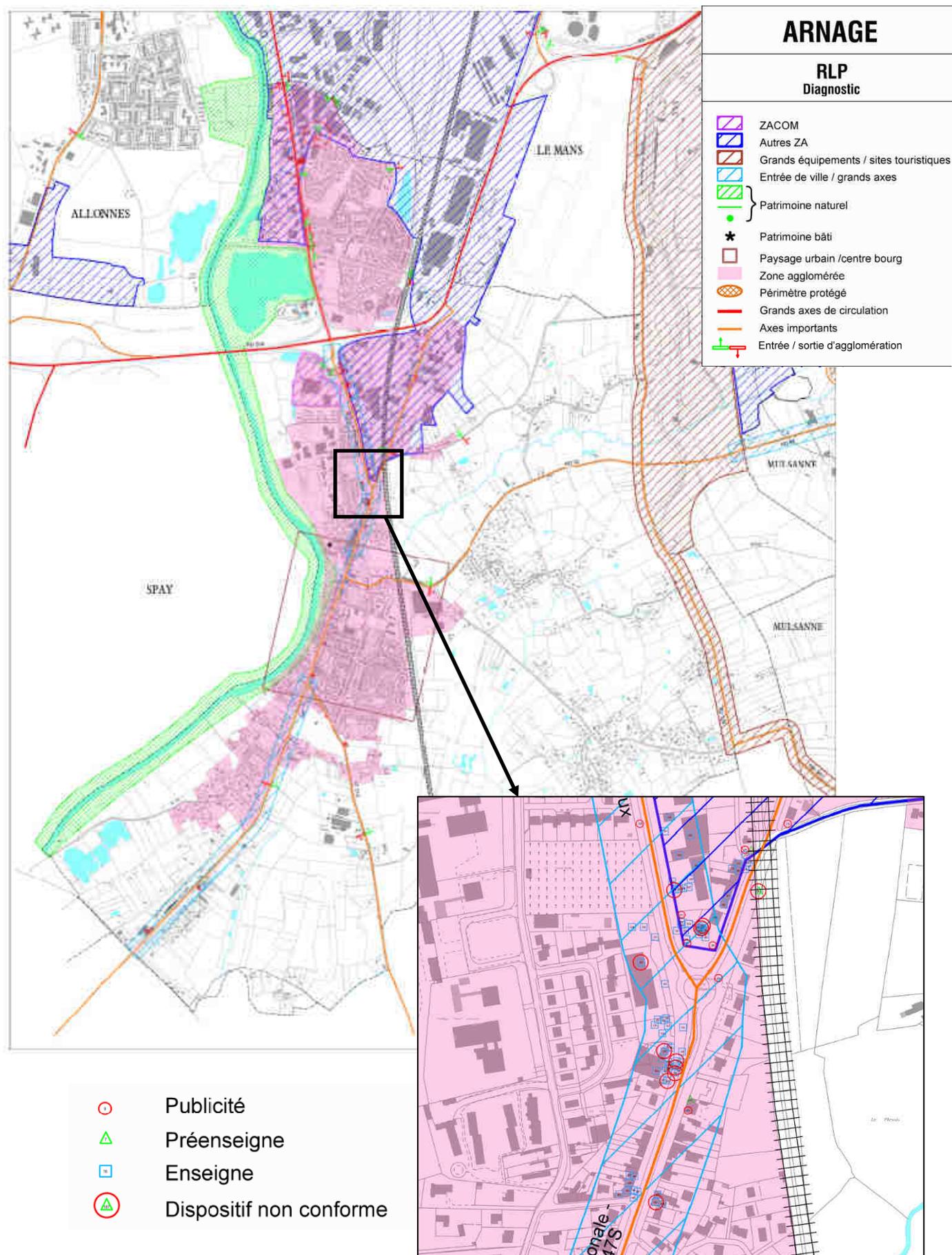
Les données ainsi recueillies et structurées ont permis de mettre en exergue les irrégularités des dispositifs eu égard à la réglementation en vigueur.

Exemples :

Cartographie des secteurs à enjeux sur Le Mans



Cartographie des secteurs à enjeux et localisation dispositifs sur Arnage



3 - L'analyse paysagère

L'analyse paysagère a d'abord consisté en une description de chacun des secteurs identifiés, puis en une approche qualitative permettant d'apprécier l'impact éventuel des dispositifs d'enseignes et de publicités sur les éléments décrits.

Cette analyse a été réalisée à partir de différents critères qui ont permis de faire ressortir les spécificités, les similitudes et les différences entre les différentes thématiques et entre les différents secteurs.

Critères retenus pour l'analyse des entrées de ville et grands axes de circulation :

- Nature de la voie
 - ↳ axe de communication, entrée de ville / de bourg
- Type de voie
 - ↳ transit, accès (pénétrante)
- Aspect général
 - ↳ linéaire homogène, progressif
 - ↳ élément particulier (effet porte, point de repère)
- Ambiance
 - ↳ Urbaine, rurale
- Dominante paysagère
 - ↳ naturelle, bâtie (résidentielle, activités), mixte
 - ↳ homogène, hétérogène
- Implantation des espaces bâtis
 - ↳ en retrait, front bâti
- Traitement des abords
 - ↳ espace privé végétal, minéral, ouvert, fermé
 - ↳ espace public routier, partagé, aéré, étroit, aménagé (liaison douce, végétation)

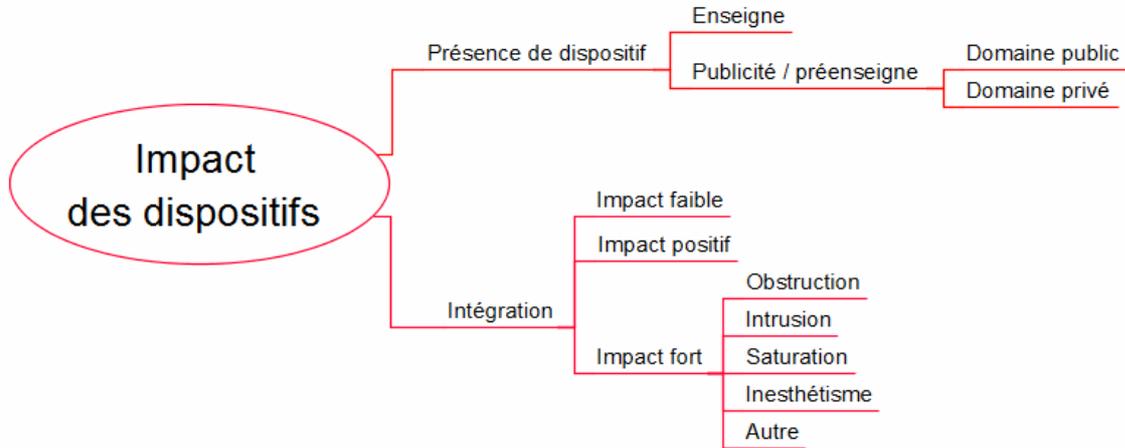
73 voies ouvertes à la circulation publique et constituant les principales dessertes du territoire ont ainsi été analysées.

Critères retenus pour l'analyse des zones d'activités :

- Nature de la zone
 - ↳ type d'activités, ampleur / rayonnement
- Situation
 - ↳ en ou hors agglomération, desserte / visibilité, présence de grands axes routiers / entrée de ville
- Environnement / Ambiance / paysage
 - ↳ bâti / urbanisé, rural / naturel, routier, mixte
 - ↳ dense, aéré, perspective / vue
- Traitement des abords
 - ↳ espace privé végétal, minéral, ouvert, fermé
 - ↳ espace public routier, partagé, aéré, étroit, aménagé (liaison douce, végétation)
- Paysage bâti
 - ↳ en retrait, à l'alignement, homogène, diversifié, dense, aéré
 - ↳ récent, vieillissant
- Positionnement des dispositifs
 - ↳ type, nature
 - ↳ implantation

26 zones d'activités ont ainsi été analysées.

Pour chaque secteur, il a ensuite été analysé l'impact des dispositifs existants.



4 - Les groupes de travail

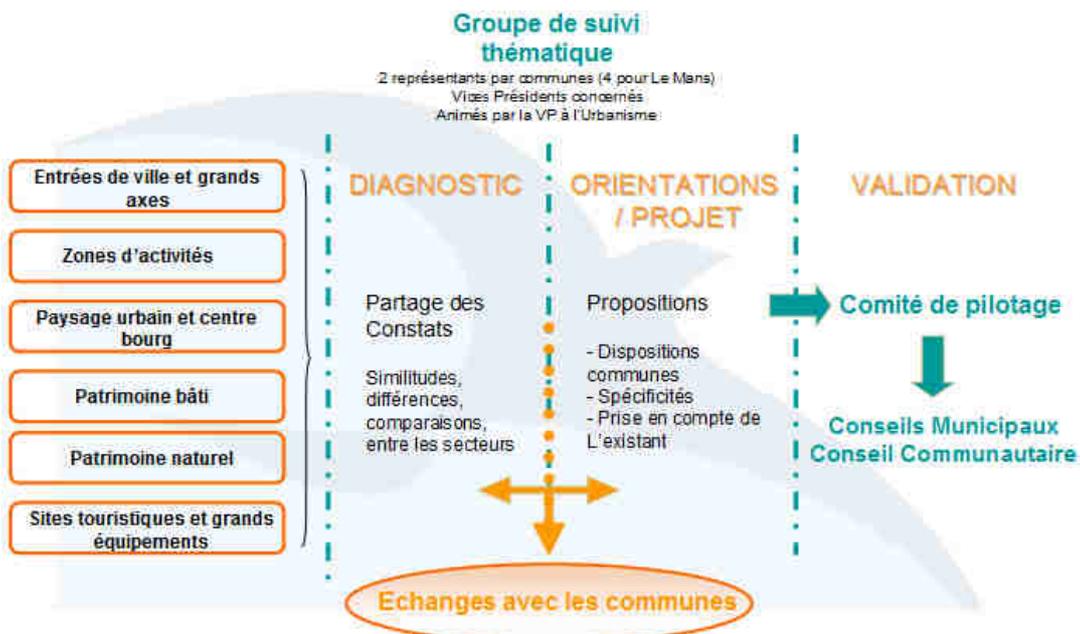
Dans le cadre de l'élaboration du RLPC, des groupes de travail permettant d'associer techniciens et élus à l'élaboration ont été organisés.

La délimitation des secteurs à enjeux, le bilan de l'existant, les points de vigilance à prendre en compte dans le RLPC, notamment, ont par ailleurs été travaillés avec le comité technique composé d'instructeurs du service Urbanisme-Foncier en charge des demandes liées à l'affichage publicitaire et aux enseignes, de représentant du service Voirie - Déplacement - Circulation de Le Mans Métropole en charge des autorisations d'occupation du domaine public et de représentants du Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine (SDAP).

En dehors du cadre des réunions des Personnes Publiques Associées, une collaboration avec le service de la Direction Départementale des Territoires (DDT) de la Sarthe en charge de la police de l'affichage a également permis un partage d'expériences et des échanges fructueux sur l'analyse réalisée, les choix retenus et l'application future du RLPC.

► La collaboration avec les communes

Rappel des modalités de collaboration avec les communes :



Chaque grande étape du projet, diagnostic - définition des orientations - écriture du règlement, a été présentée par secteur thématique.

Lors de ces groupes de réflexion thématique, les élus ont eu connaissance des différents constats et propositions à l'échelle communautaire.

Chaque thématique ayant été déclinée à l'échelle communale, les communes ont également été destinataires des éléments propres à leur territoire (données, constats établis, des orientations, et propositions réglementaires).

Les réunions avec les acteurs économiques locaux, représentés par les professionnels de l'affichage, les clubs d'entreprises et associations de commerçants, ainsi qu'avec les associations compétentes en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, organisées dans le cadre de la concertation, ont également été sources de nombreux échanges qui ont alimenté les réflexions et ont contribué à définir les choix retenus (voir bilan de la concertation et son rapport annexé à la délibération du Conseil communautaire du 27 juin 2019).

II - Analyse quantitative

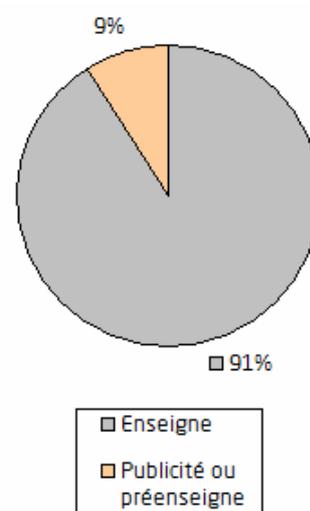
1 - Chiffres clés

Lors du recensement réalisé sur l'année 2016, près de 28 000 dispositifs 4 200 établissements ont été comptabilisés, soit :

- 25 482 enseignes majoritairement situées sur Le Mans (77%)
- 2 446 publicités et préenseignes dont 72 % installées sur Le Mans

Commune	Nombre de dispositif		
	Enseigne	Publicité ou préenseigne	Total
AIGNÉ	19	2	21
ALLONNES	873	63	936
ARNAGE	1216	162	1378
CHAMPAGNE	155	41	196
CHAUFOR-NOTRE-DAME	100	12	112
COULAINES	390	22	412
FAY	3	13	16
LA CHAPELLE-SAINT-AUBIN	840	108	948
LA MILESSÉ	94	11	105
MULSANNE	334	68	402
PRUILLÉ-LE-CHÉTIF	55	3	58
ROUILLON	115	24	139
RUAUDIN	386	42	428
SARGÉ-LÈS-LE MANS	319	11	330
SAINT-GEORGES-DU-BOIS	76	9	85
SAINT-SATURNIN	634	32	666
TRANGÉ	142	20	162
YVRÉ-L'ÉVÊQUE	114	53	167
TOTAL 1	5865	696	6561
LE MANS	19617	1750	21367
TOTAL 2	25482	2446	27928

Proportion des enseignes et publicités sur Le Mans Métropole



Il s'agit principalement d'enseignes, avec en moyenne 4 à 5 dispositifs par établissement.

Les panneaux publicitaires de grand format sont présents principalement sur Arnage, Coullaines, La Chapelle Saint Aubin et Le Mans. On en recense également sur la commune d'Yvré L'Évêque, implantés aux portes du Mans (Bener).

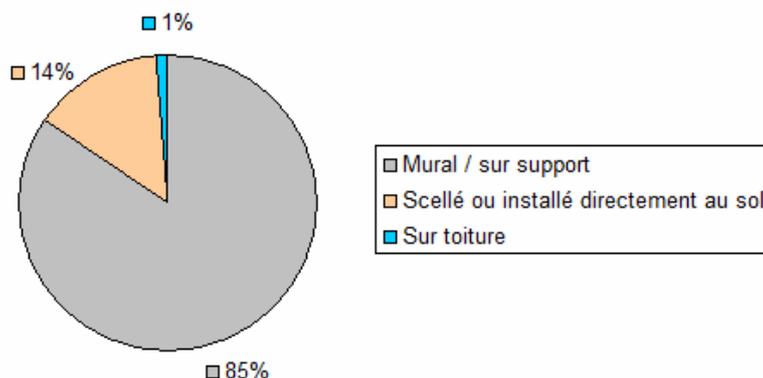
Ailleurs, et notamment sur les communes plus rurales, sont surtout présentes des préenseignes de petit format (entre 1 et 2 m²), comme par exemple à Aigné et Champagné.

2 - Typologie des dispositifs

Types de dispositifs

S'agissant essentiellement d'enseignes, les dispositifs sont majoritairement installés sur support (façades, pignons, clôtures, etc.).

A l'échelle de Le Mans Métropole, les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent 14%. Ils sont principalement présents dans les zones d'activités et le long des grands axes de circulation.



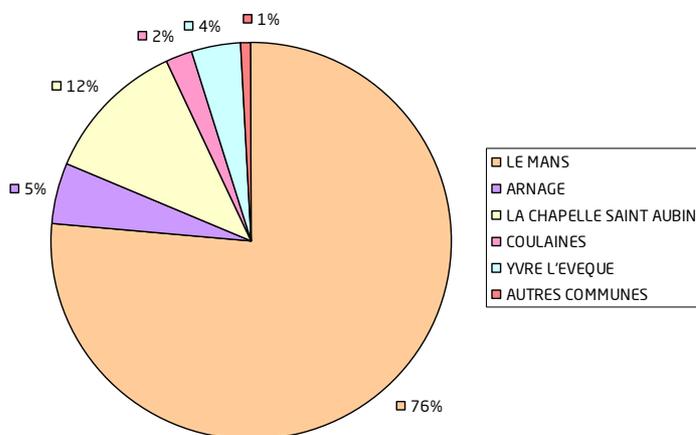
La proportion des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol est plus importante sur les communes en dehors de la ville du Mans avec 23,2 % des dispositifs.

En dehors de la grande distribution, peu d'enseigne sur toiture sont présentes. On notera ici, que ces dernières étant majoritairement en lettres non découpées, elles devront être remplacées ou supprimées.

Format des dispositifs

Sur la ville du Mans, le recensement inclut de nombreux dispositifs appelés « micro-affichage » (45%). Il s'agit d'un affichage de format réduit, au moyen de dispositifs d'une surface inférieure à 1 m², apposés sur les devantures commerciales des cafés, des restaurants ou encore des tabacs presse en tant qu'enseigne ou publicité.

Nombre de dispositifs publicitaires au format compris entre 8 et 12 m²



La majorité des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol ont une surface inférieure à 6 m², avec de nombreuses enseignes inférieures à 1 m² et des préenseignes inférieures ou égales à 1,5 m².

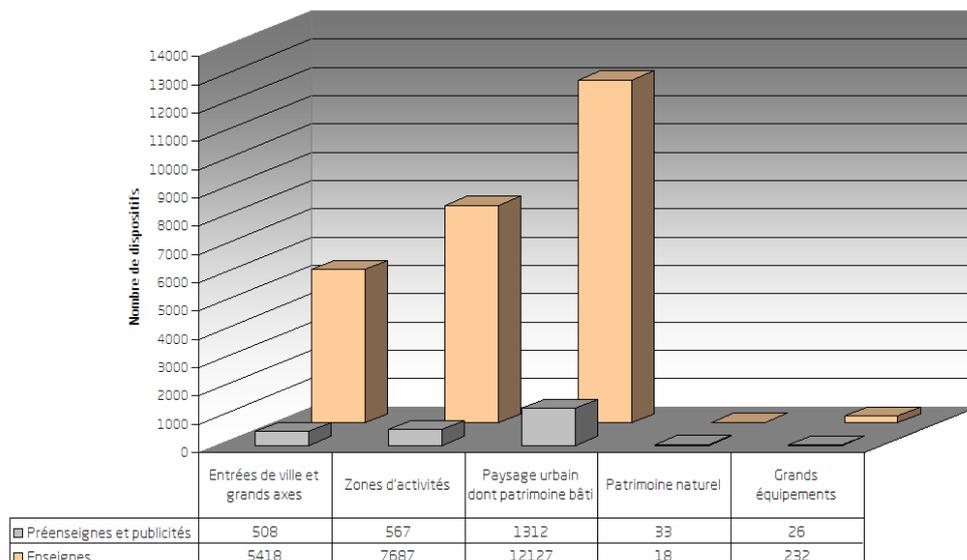
544 dispositifs publicitaires de grands formats (> 8 m²) ont été relevés. 76 % de ces panneaux, soit 415 dispositifs, sont installés sur la ville du Mans.

Dispositifs numériques

Le nombre de dispositifs numériques est passé de 11 à 21 dispositifs entre 2014 et 2018.

3 - Présence des dispositifs dans les secteurs à enjeux

Nombre de dispositifs par secteur à enjeu



Entrées de ville et grands axes de circulation

21 % des dispositifs, soit 5 926, sont implantés le long des entrées de ville et grands axes de circulation.

Les publicités et préenseignes représentent 8,6 % des dispositifs dont 445 sur Le Mans.

Sur 5 418 enseignes, 4 833 sont situées sur la ville du Mans.

Types de dispositifs

Compte tenu de la présence d'activités en bordure de ces voies, les dispositifs restent majoritairement sur support

18 % des dispositifs sont scellés au sol (29 % hors Le Mans)

↳ soit environ 1/4 des dispositifs scellés au sol de Le Mans Métropole

↳ dont une cinquantaine de préenseignes sur les communes hors Le Mans

On relève également l'installation de 15 dispositifs numériques.

Format des dispositifs

30 % des dispositifs scellés au sol ont une surface supérieure à 6 m².

↳ dont 13 % d'enseignes et publicités au format 4X3 (12m²)

Un quart des panneaux publicitaires de grands formats équivalent à 12 m² sont situés sur les entrées de ville et la rocade de la ville du Mans.

Zones d'activités

30 % des dispositifs, soit 8 254, sont installés dans une zone d'activités.

Les publicités et préenseignes représentent 7 % des dispositifs dont 182 sur Le Mans, 139 sur Arnage et 108 sur La Chapelle Saint Aubin.

Le nombre de dispositifs publicitaires sur les zones d'activités et sur les entrées de ville/ grands axes de circulation est équivalent. Cela est dû à la présence d'axes structurant desservant certaines zones d'activités, avec en particulier le boulevard Pierre Lefaucheur dont les données ont été intégrées à la Zone Industrielle Sud (ZIS).

Dans les zones d'activités, il s'agit davantage de préenseignes. Cette donnée montre déjà l'importance pour les entreprises et commerçants d'assurer leur propre signalement depuis les voies ouvertes à la circulation, à l'intérieur comme à l'extérieur de la zone (sur les voies d'accès à la zone).

On dénombre, 7 687 enseignes dont 4 056 sur Le Mans.

Types de dispositifs

29 % des dispositifs sont scellés au sol (plus de la moitié hors Le Mans)

↳ soit environ 67 % des dispositifs scellés au sol de LMM

↳ dont plus de 200 préenseignes sur les communes hors Le Mans

Présence de 3 dispositifs numériques dont 1 en Zone Sud et 2 en Zone Nord.

Format des dispositifs

28 % des dispositifs scellés au sol ont une surface supérieure à 6 m².

Près de la moitié au format publicitaire 4X3 (12m²). Il s'agit d'enseignes pour la plupart.

Paysage urbain et centres ville/bourg

48 % des dispositifs, soit 13 439, sont répartis dans le paysage urbain, au niveau des centres ville et bourgs des communes.

Les publicités et préenseignes représentent 10 % de ces dispositifs.

Le centre-ville du Mans représente la zone urbaine la plus dense du territoire et constitue également la plus grande zone d'activités économiques de l'agglomération. Avec 11 575 dispositifs (dont 10 499 enseignes et 1 070 publicités ou préenseignes), c'est le secteur à enjeux regroupant le plus de dispositifs.

Types et format des dispositifs

Pour l'essentiel, il s'agit de dispositifs sur support, principalement apposés sur les vitrines dont beaucoup ont un format inférieur à 1 m².

Compte tenu des alignements bâtis en bordure de l'espace public, de nombreux établissements comportent au moins une enseigne drapeau (perpendiculaire à leur façade).

La densité du bâti dans les centres urbains limite la présence de dispositifs scellés au sol.

Seulement 2 % des dispositifs sont scellés ou installés directement sur le sol, en dehors du mobilier urbain supportant des affiches publicitaires qui représente 3 % des dispositifs dans ces zones urbaines.

Grands équipements sportifs et touristiques

1 % des dispositifs, soit 258, sont présents aux abords des grands équipements.

Les grands équipements étudiés étant principalement situés en dehors des zones agglomérées, la majorité des dispositifs sont dus à la présence de zones d'activités situées aux abords du Pôle d'Excellence Sportive.

La moitié de ces dispositifs sont scellés au sol.

Patrimoine naturel

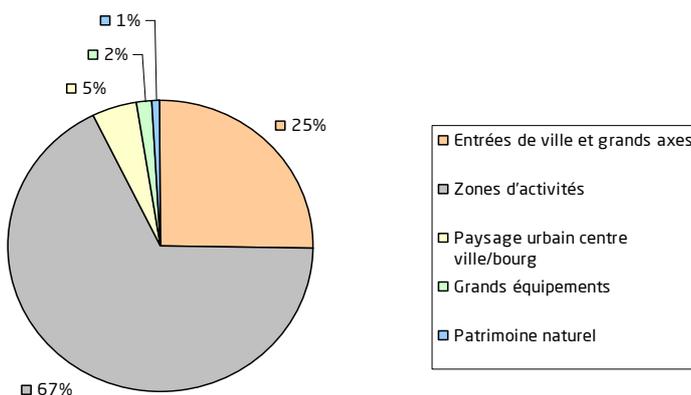
Dans le paysage naturel, notamment dans les zones rurales, quelques activités isolées sont présentes. Les quelques dispositifs publicitaires recensés constituent pour l'essentiel de l'affichage « sauvage » apposés sur des clôtures ou des poteaux électriques.

Situés en dehors des flux de circulation automobiles et principalement hors agglomération, le nombre de dispositif reste très faible par rapport aux autres secteurs à enjeux. Pour autant la présence de ces quelques dispositifs montre l'intérêt de prendre également en compte la préservation de ces espaces.

Typologie des dispositifs dans les secteurs à enjeux

Type de dispositif \ Secteurs à enjeux	GLOBAL	Entrées de ville et grands axes	Zones d'activités	Autre zone urbaine dont Centre ville/bourg	Grands équipements	Patrimoine naturel
Mural / sur support	23 380	4 825	5 511	12 850	184	10
Scellé / installé au sol	3 441	869	2 327	160	60	25
Sur toiture	315	42	213	44	14	2
Mobilier urbain (Le Mans)	792	190	203	385	0	14
TOTAL	27 928	5 926	8 254	13 439	258	51

Dispositifs scellés ou installés au sol dans les secteurs à enjeux



4 - Conformité des dispositifs

Dans le cadre du recensement, de nombreuses infractions aux dispositions réglementaires ont été constatées.

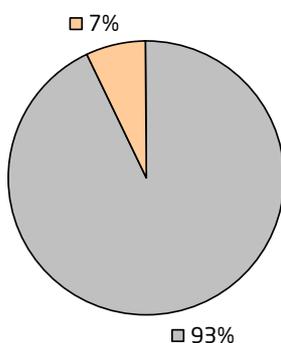
Sur les communes, hors Le Mans, le nombre de dispositifs non conformes s'élève à 1 141 dispositifs non conformes, soit 17,4 % (15 % des enseignes et 34 % des publicités, principalement des préenseignes).

Sur la ville du Mans, le nombre de dispositifs non conformes a été estimé à :

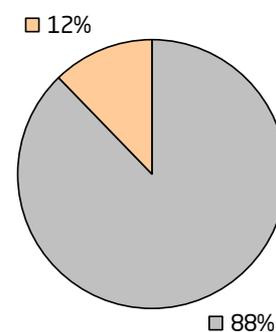
- au moins 5 % des enseignes soit près de 980 dispositifs
- au moins 15 % des publicités et préenseignes soit près de 105 dispositifs

Conformité des dispositifs sur Le Mans Métropole

Enseignes



Publicités



Avec 23 % de dispositifs irréguliers recensés, le long des grands des grands axes de circulation situés à l'extérieur de la ville du Mans, c'est le secteur thématique à enjeux le plus touché. Dans les zones d'activités, on dénombre 14 % de dispositifs non conformes. Il s'agit majoritairement d'enseignes (près de 90 % des irrégularités)

Les infractions repérées portent principalement sur :

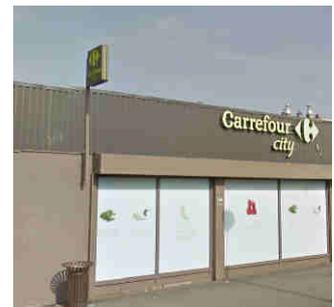
- la densité des publicités et des enseignes > 1 m²



La réglementation nationale introduite par les décrets de 2012 impose une seule enseigne supérieure à 1 m² scellée ou installée directement sur le sol par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité. En application de cette règle, de nombreuses enseignes sont amenées à être supprimées.



- des enseignes ou publicité dépassant les limites du support



- des enseignes ou publicité dépassant la hauteur de l'égout du toit



- des enseignes > 6 m² dans les communes < 10 000 habitants



- des enseignes sur toiture en lettre non découpées



- des enseignes supérieures à 25% ou 15% de la surface de la façade commerciale



- des préenseignes installées hors agglomération ou sur des supports interdits



Pour les publicités, en dehors de la ville du Mans on note de nombreuses préenseignes installées dans des zones ou sur des supports interdits, notamment en dehors des limites des agglomérations. Ces publicités (ou préenseignes) devront également être supprimées.

- des publicités et préenseignes apposées sur une clôture non aveugle



- des préenseignes ou publicité scellées au sol dans les communes hors Unité Urbaine du Mans



- l'entretien et la suppression des dispositifs non démontés après cessation d'activité



III - Analyse paysagère

L'analyse qualitative passe par une analyse paysagère des secteurs à enjeux ainsi qu'une analyse paysagère à l'échelle de chaque commune.

1 - Analyse paysagère des secteurs à enjeux

1.1. Les entrées de ville et grands axes

Les entrées de ville et les grands axes sont des secteurs à enjeux très fréquentés, ils véhiculent l'image de l'agglomération, de la ville ou de la commune.

Des entrées de ville et grands axes qui peuvent être de qualité

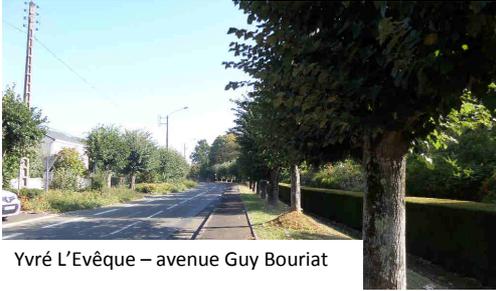
Certains grands axes du territoire présentent des qualités paysagères.

En milieu rural, les dispositifs sont dans la plupart des cas absents. *C'est le cas notamment sur Fay, Rouillon, Pruillé-le-Chétif, Saint-Georges-du-Bois, la route du Bois Jalus sur Yvré l'Evêque, la rue des Capucines sur Sargé-lès-Le Mans, la RD 230 sur Aigné et La Milesse, ou encore les routes de Parigné et de Brettes les Pins sur Ruaudin.* Cela s'explique principalement par la faible densité du trafic et l'absence d'activités sur ces axes.



Le paysage rural du territoire est donc essentiellement préservé, malgré quelques publicités ou préenseignes sur certains axes de même configuration.





A l'approche des centres ville / bourg, la densité du bâti et la vocation résidentielle réduisent considérablement le nombre de dispositifs publicitaires car ils empêchent notamment l'installation de dispositifs scellés au sol sur le domaine privé.



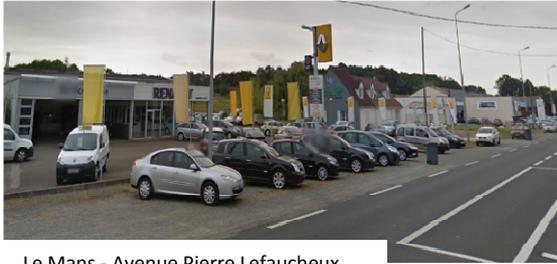
L'impact des dispositifs sur certains grands axes

Les dispositifs d'enseigne et de publicité peuvent avoir un impact positif en contribuant à l'animation et l'attractivité de ces axes. L'ambiance du quartier peut être revalorisée du fait de la présence des enseignes, à condition qu'elles soient bien intégrées dans le paysage (qualité, esthétique).



Les dispositifs publicitaires et d'enseignes ont majoritairement un impact négatif sur le paysage, à plusieurs titres.

Les effets négatifs des dispositifs concernent en particulier **les entrées bordées par des zones ou pôles d'activités**. Ils s'expliquent par le retrait du bâti et la présence d'un axe de transit où le trafic est plus important.



Le Mans - Avenue Pierre Lefauchaux



Le Mans – Route d'Allonnes

La surabondance des dispositifs sur ce type d'axes a pour effet de saturer le paysage. Elle conduit notamment à un manque de lisibilité des enseignes. Cette surabondance se retrouve sur des grandes parcelles d'activités, sur lesquelles les espaces libres situés à l'avant des bâtiments ouvrent de larges possibilités d'implantation sur le domaine privé, et particulièrement sur les activités automobiles. A terme, l'application de la règle nationale de densité conduira à la disparition de nombreuses enseignes scellées au sol. Néanmoins, celle-ci est inefficace sur les grandes unités foncières (par exemple, le long des voies SNCF ou sur la rocade du Mans).



Saint-Saturnin



Le Mans - Avenue Georges Durand

Les dimensions imposantes des dispositifs induisent une dominante du format « publicitaire » (y compris chez les enseignes) et une obstruction visuelle. Ces dispositifs de grande taille sont destinés aux automobilistes et masquent les vues. Ils sont d'autant plus imposants qu'ils peuvent surplomber les voies en jouant sur la topographie du terrain.



Le Mans – boulevard Demorieux / Route d'Allonnes

L'absence d'ordonnement des dispositifs scellés au sol provoque également une certaine désorganisation de l'espace. La surenchère des dispositifs met en avant des dispositifs de formes et d'apparences hétérogènes, ce qui accentue cette désorganisation.

En définitive, les dispositifs publicitaires et/ou d'enseignes ont pour conséquence une banalisation des entrées de ville où l'identité locale est absente.



Le Mans – Avenue Georges Durand



Le Mans – Bollée / rocade

Les carrefours représentent une problématique spécifique. Sont concernés les giratoires d'entrées de ville ou de bourg, les carrefours de la rocade et de manière générale les intersections entre deux axes routiers majeurs. Les dispositifs ont un impact particulier sur ces secteurs qui offrent des possibilités plus grandes d'implantation (grandes parcelles avec retrait voire absence de bâti) et une forte visibilité (fréquentation importante, partagée entre plusieurs axes). Les effets constatés sur le paysage sont les suivants : **surenchère, hétérogénéité et implantation bien souvent anarchique** des dispositifs, disproportion vis-à-vis de l'usager et détournement de l'attention des automobilistes notamment en présence des panneaux numériques. En définitive, cet environnement est peu qualitatif et susceptible d'entraver la sécurité des usagers.



Le Mans – Avenue Georges Durand

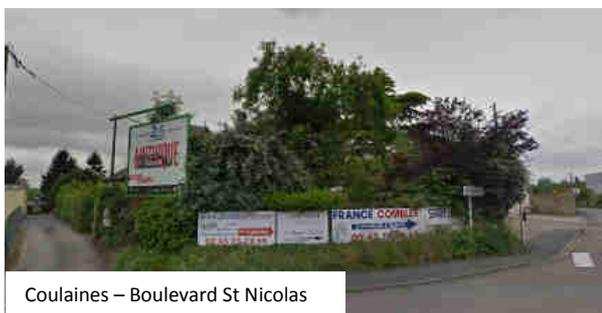


Le Mans – Avenue du Dr Jean Mac



Sargé-lès-Le Mans – RD 301

Des dispositifs sont également présents sur des **parcelles à vocation d'habitat** le long des routes départementales et sur Le Mans. Ils s'implantent lorsque le bâti est en retrait des limites avec l'espace public et situé le long d'un axe de transit avec un trafic important. Souvent **peu intégré au paysage**, ils conduisent à une **rupture de l'ordonnancement bâti**. Destinés aux automobilistes, ils provoquent également un effet de **disproportion vis-à-vis de l'usager « piéton »**. En définitive, les éléments bâtis sont dévalorisés.



Couaines – Boulevard St Nicolas



Le Mans – avenue Rhin et Danube

L'implantation de dispositifs dans **les espaces verts publics ou privés** s'observe le long des axes très fréquentés, sur des espaces aérés, aménagés ou plantés, notamment sur Le Mans (route d'Allonnes, boulevard Demorieux), Allonnes (route de la Suze), Couaines et Trangé. Ces dispositifs constituent une intrusion dans le paysage, notamment lorsqu'ils s'accompagnent d'une absence d'intégration esthétique (blocs de bétons au sol ...). Dès lors ils atténuent la qualité des traitements de l'espace public et des abords.

1.2. Les zones d'activités

Ces secteurs étant par essence même le lieu d'implantation privilégié des entreprises, ils sont tout particulièrement concernés par les dispositifs de préenseignes, de publicités et d'enseignes.

Les préenseignes : la nécessité de se signaler

Une implantation de préenseignes s'observe aux abords des zones d'activités, au niveau des voies d'accès aux zones et aux intersections internes à la zone. Ce signalement résulte d'un double besoin d'apparaître plus facilement accessible et de se démarquer pour être mieux visible/lisible. Ces nombreuses préenseignes sont présentes quelque soit le type de zone d'activités (commerciales ou non, grandes ou petites, ...), et indépendamment de la nature ou de l'organisation de la desserte interne à la zone. Plus encore, elles existent y compris en présence de dispositifs de signalétique organisée qui devraient combler ce besoin de signalement. Il arrive alors d'observer une double signalétique.

Ce **signalement non organisé** paraît d'autant plus anarchique qu'une diversité de formats est utilisée par les entreprises.

La signalétique « organisée » des zones d'activités est elle-même diverse.



Le Mans – Panorama / Durand



Allonnes – Le Monné



La Chapelle St Aubin – Zone Nord



Ruaudin – Les Hunaudières



Le Mans – ZIS - Vitaxis



Allonnes – Le Vivier 2



Le Mans / La Chapelle St Aubin – Zone Nord



Arnage – Le Chêne

Une confusion publicités / enseignes

Le long des voies à forte fréquentation, les **publicités et les enseignes se font concurrence.**

C'est particulièrement le cas dans les zones caractérisées par :

- un fort trafic routier,
- une situation en entrée de ville,
- un rayonnement départemental ou plus,
- et la présence éventuelle d'activités commerciales.

Sont ainsi concernées la Zone Industrielle Sud et la Zone Nord. En revanche, cela ne concerne pas les zones d'activités situées route de Paris à Champagné, ni la zone Technopôle Université en raison de leur situation réglementaire actuelle (hors unité urbaine du Mans pour Champagné, zone de publicité interdite par le RLP du Mans pour l'Université).

Cette concurrence entre enseignes et publicités entraîne une confusion sur la nature des dispositifs. Enseignes et publicités utilisent le même format (4X3, 12m²), occupent le même champ visuel et suivent le même ordonnancement.

Des enseignes utilisent le format publicitaire de 12m² également dans les zones comprenant des activités commerciales où les enseignes scellées au sol sont limitées à 6m² (en dehors des villes d'Allonnes et Le Mans).



Arnage – ZIS



Arnage – ZIS



Le Mans / La Chapelle St Aubin – Zone Nord



La Chapelle St Aubin – Zone Nord



Les enseignes : des approches différentes suivant les zones

De nombreuses enseignes sont installées au sol malgré la visibilité des enseignes sur façade. Cette **surenchère** s'observe principalement dans les zones d'activités commerciales et au niveau des activités en lien avec l'automobile. Elle a lieu d'autant plus que la densité des enseignes scellées au sol < 1m² n'est pas réglementée.



Le Mans - Panorama



Allonnes - Vivier

Les enseignes scellées au sol > 1 m² se présentent sous différents formats très hétérogènes. Le totem est souvent privilégié comme enseigne principale et s'intègre mieux dans le paysage.



Les clôtures sont couramment utilisées pour l'installation de bâches. Elles deviennent alors support d'enseignes promotionnelles mais également d'enseignes permanentes susceptibles de nuire à l'environnement faute de durabilité.



Champagné – Route de Paris



Arnage – ZIS



Trangé – L'Etoile 1



Raudin – Bel Air

Dans les zones les plus récentes, l'identification et l'ordonnement des enseignes sur façade permettent leur bonne intégration dans le paysage. De la même manière, aux abords des parcelles d'activités, les enseignes sont installées sur un support adapté qui facilite le repérage des enseignes tout en les intégrant dans le paysage.



Le Mans – Parc Manceau



Allonnes – Vivier



Le Mans – Espace Edison



Trangé - Etoile



Le Mans – Ribay-Pavillon

Dans d'autres zones, notamment en zone artisanale, et dans les secteurs situés en second rideau, des enseignes sont bien intégrées, sobres et visibles. Des espaces aménagés et paysagés apportent une qualité supplémentaire.



Mulsanne – Le Cormier



Arnage – Le Chêne



Sargé Lès Le Mans – La pointe



La Milesse – La Carrière

A l'inverse, les enseignes non réglementaires et/ou mal entretenues contribuent à dégrader le paysage.



1.3. Le paysage urbain, les centres-villes et centres-bourgs

La publicité : peu présente et relativement bien intégrée

En tissu urbain dense (bâti à l'alignement), la publicité se présente majoritairement sous deux formes :

- les dispositifs installés sur le domaine public (résultant de la convention de mobilier urbain)
- les panneaux publicitaires sur pignon aveugle.



Le Mans - Courboulay



Mulsanne



St Georges du Bois

Dans le paysage urbain (en dehors des entrées de ville) sur les espaces libres des propriétés privées on relève assez peu de dispositifs publicitaires scellés au sol. Sur Le Mans, on relève seulement une trentaine de panneaux de grand format (12 m²) sur les 415 recensés sur la ville.



Champagné



Le Mans - Av. Savorgnan de Brazza

Les enseignes parallèles sur façade : une certaine homogénéité

Concernant les enseignes parallèles sur façade en centres-villes et centres-bourgs, l'occupation commerciale traditionnelle en rez-de-chaussée donne son homogénéité à l'alignement urbain et une régularité dans le rythme des façades.



Le Mans



Lorsque la devanture commerciale s'étend aux étages supérieurs, elle est susceptible de rompre cette régularité.



De la même manière, la présence de formats différents rompt l'harmonie avec l'alignement des éléments de façade.



Le Mans - Général de Gaulle



Le Mans - Auvray



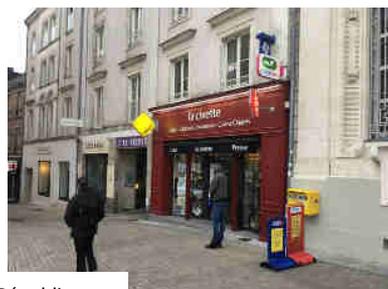
Arnage

Les enseignes perpendiculaires : l'impact du règlement de voirie

Concernant les enseignes perpendiculaires, suivant le règlement de la voirie, elles doivent respecter une hauteur minimum de 3 mètres. Au Mans, cette hauteur est portée à 4,30 mètres sur les voies dont le trottoir est inférieur à 1,40 m de large.



Le Mans - République





Lorsque les étages supérieurs ne sont pas à usage commercial, et que le règlement de la voirie n'oblige pas à une hauteur supérieure, les enseignes perpendiculaires sont implantées sur le niveau du rez-de-chaussée.

Aucune disposition n'existe concernant la densité, ni les formats de ces enseignes perpendiculaires, ce qui peut conduire à une multiplication d'enseignes de formats diverses, peu respectueuse de l'harmonie des façades et du paysage.



Enfin, l'ensemble des communes est concernée par la multiplication des enseignes perpendiculaires obligatoires des tabac/presse, qui constituent une spécificité vis-à-vis des autres commerces.



Cependant, de nouveaux formats d'enseigne tabac, presse, PMU et FDJ, moins invasifs voient le jour.



Les chevalets : manque d'encadrement et désorganisation sur le domaine public

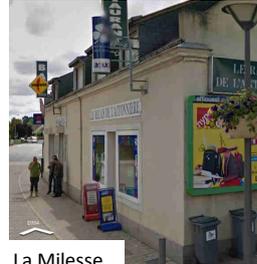
Les chevalets sont utilisés pour afficher les produits et marquer le positionnement du commerce. Lorsqu'il est éloigné du bâtiment où s'exerce l'activité, le chevalet constitue une préenseigne ou une publicité. Ces chevalets se retrouvent sur l'ensemble des communes, que le commerce dispose d'un droit de terrasse ou non, et que la publicité y soit autorisée ou non. Souvent utilisés par les restaurants, cafés ou les vendeurs de presse, on les retrouve pour de nombreux commerces de centre-ville.



Coulaines



Le Mans - Grande Rue



La Milesse



Le Mans - Minimes

1.4. Le patrimoine bâti

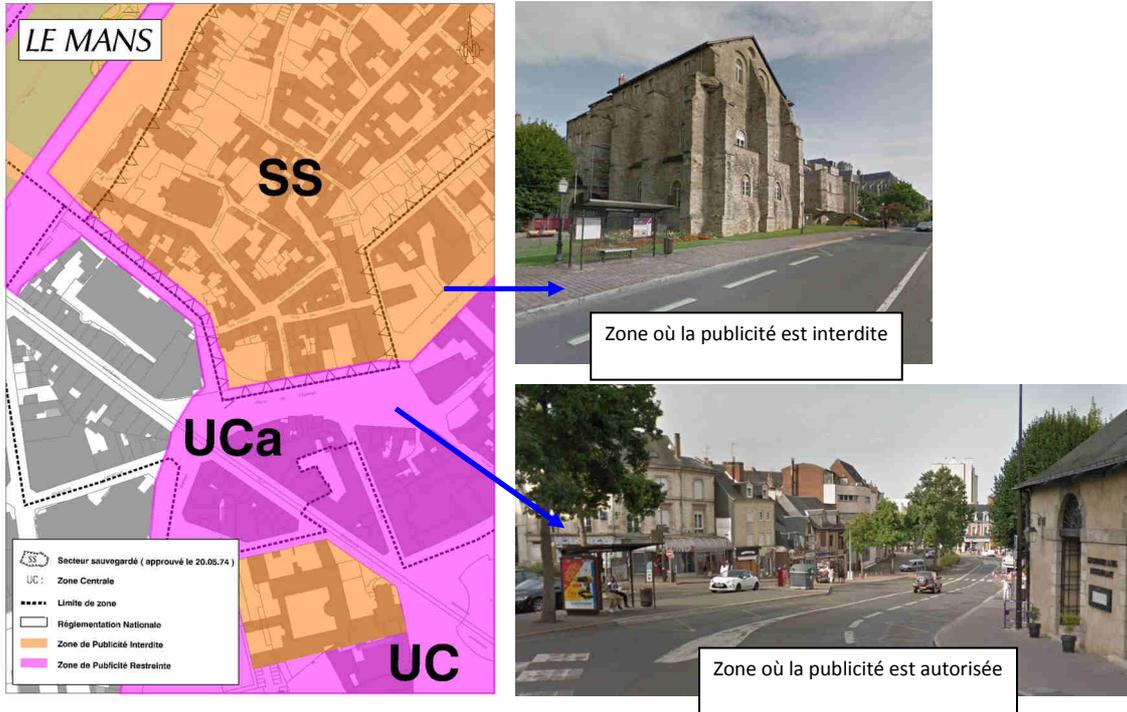
Les secteurs protégés au titre du patrimoine sont :

- les abords des monuments historiques et des éléments de patrimoine bâti identifiés dans les Plans Locaux d'Urbanisme, soit essentiellement le centre-ville du Mans,
- le site patrimonial remarquable (anciennement zone de protection du patrimoine architectural et urbain (ZPPAU)) d'Allonnes,
- le secteur sauvegardé de la Cité Plantagenêt au Mans.

Dans ces secteurs, toute publicité est interdite.

Pour le centre-ville du Mans et le site d'Allonnes, les constats sont de manière générale ceux concernant le paysage urbain (voir paragraphe précédent). La Cité Plantagenêt, protégée par le secteur sauvegardé, présente des **enjeux spécifiques liés au caractère historique de son patrimoine**.

Aux abords de la Cité Plantagenêt, seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée. Une certaine **incohérence de la règle actuelle** est constatée sur les voies bordant directement le secteur sauvegardé : la publicité est interdite d'un côté de la route et autorisée de l'autre.



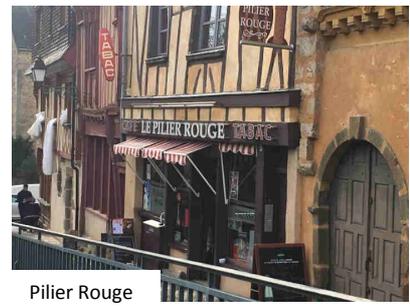
Le secteur sauvegardé dispose de règles propres concernant les enseignes. Ces dernières doivent être placées dans la hauteur du rez-de-chaussée. Toute enseigne doit uniquement comporter la nature du commerce et le nom ou la raison sociale du commerçant (dispositions du règlement du Secteur Sauvegardé en date du 20 mai 1974). Leur installation est soumise à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France.



Saint Vincent



Saint Pierre



Pilier Rouge

Malgré ces dispositions, certains supports utilisés dans le secteur sont inadaptés et/ou échappent à la réglementation.



St Pierre / St Flaceau



Reine Bérengère



Hallai / St Pierre

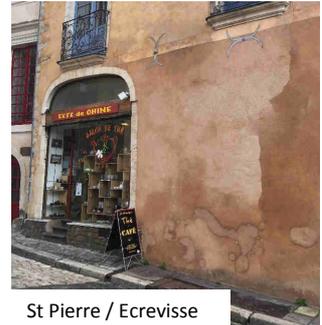
Les chevalets sont également beaucoup utilisés. Eloignés du bâtiment où s'exerce l'activité, ils constituent des préenseignes ou de la publicité. Or la publicité est interdite.



Grande Rue



Saint Flaceau



St Pierre / Ecrevisse

1.5. Le patrimoine naturel

Les secteurs concernés sont :

- les abords des rivières,
- les parcs et jardins ouverts au public,
- le paysage naturel rural,
- le boulevard nature et les chemins de randonnée.

Sur Arnage et Le Mans, les bords de Sarthe sont **protégés par le RLP en vigueur**. Sur les autres communes, les abords des rivières sont en général préservés.



Le Mans



Allonnes

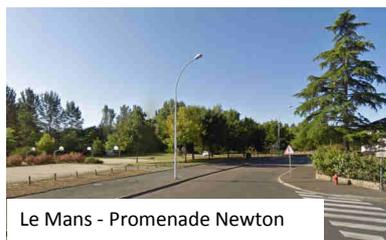


Champagné

Aux abords des parcs et jardins, la qualité des espaces paysagers est préservée par la maîtrise publique.



Coulaines



Le Mans - Promenade Newton



Sargé Lès Le Mans

Sur les grands espaces naturels, quelques dispositifs situés hors agglomération, donc interdits, sont cependant visibles.



Champagné

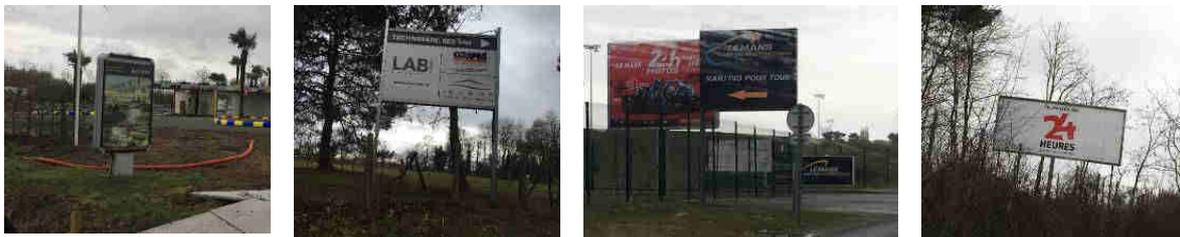
1.6. Les abords des grands équipements

Trois grands équipements présentent des enjeux importants pour l'image et l'attractivité de l'agglomération mancelle :

- le pôle d'excellence sportive - Circuit des 24 Heures (Le Mans, Ruaudin, Mulsanne),
- le pôle européen du cheval (Yvré l'Évêque),
- Papéa parc (Yvré l'Évêque).

Aux abords du Circuit des 24 Heures

Le circuit et ses abords sont situés hors agglomération : les préenseignes et publicités sont interdites. Toutefois, la présence d'activités incite à l'implantation de dispositifs publicitaires et de préenseignes. Ces dispositifs sont parfois **décalés avec leur environnement naturel** et vont **à l'encontre de la mise en valeur du circuit**.



Quelques dispositifs sont aujourd'hui peu soignés, voire non réglementaires.



A l'intérieur du circuit, des dispositifs assimilables à des publicités sont installés. Néanmoins, étant un équipement sportif ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, le circuit bénéficie d'une dérogation.



Aux abords du Pôle Européen du Cheval

La fréquentation du public et le besoin d'être facilement localisé incite à l'implantation de dispositifs publicitaires et de préenseignes dans un environnement rural hors agglomération où ceux-ci sont interdits. Certains dispositifs sont même disposés sur le domaine public.



Aux abords de Papéa Parc

Le parc d'attractions de Papéa se trouve dans un environnement naturel également situé hors agglomération. Il n'a pas été relevé de dispositif publicitaire sur ce site, mais de grands dispositifs d'enseignes visibles depuis la voie ferrée et l'avenue du Mans. Ces enseignes contreviennent à la règle nationale de densité (une enseigne > 1 m² scellée au sol ou installée directement sur le sol par voie ouverte à la circulation publique) et au format autorisé (6m²).

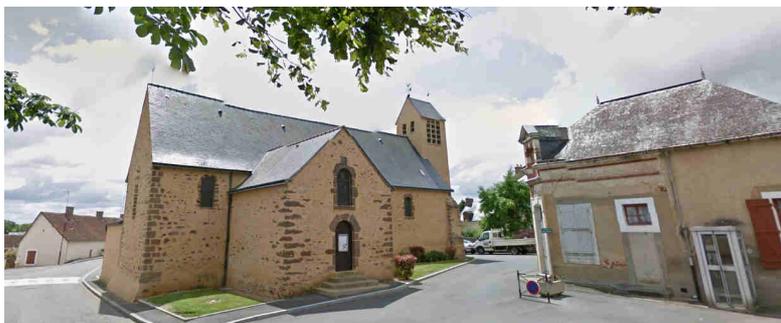


2 - Analyse paysagère par commune

Une analyse paysagère a été réalisée à l'échelle de chacune des 19 communes composant le territoire de Le Mans Métropole. Cette analyse par commune porte plus précisément sur 3 types de secteurs à enjeux : le centre-ville ou centre-bourg, les entrées de ville/bourg et les zones d'activités.

2.1 - Analyse paysagère d'Aigné

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le bourg historique d'Aigné s'est développé à la croisée des rues de Maquère, du Vieil Hêtre et du Lavoir. Ce noyau d'origine est encore perceptible avec des bâtiments anciens de part et d'autre d'un espace public peu large.

Il se caractérise ainsi par l'imbrication d'un parcellaire ancien aux formes et tailles variées. Il comprend également trois éléments patrimoniaux situés place de l'église : l'église de l'Assomption datant du XII^{ème} siècle, l'ancien presbytère et une croix datant de 1555.

Le cœur de bourg fait l'objet d'un traitement paysager globalement minéral et la voirie y a été aménagée au bénéfice de la circulation automobile.

Autour de ce cœur de bourg, un tissu résidentiel individuel s'est développé au Sud de la RD 230 et au Nord le long des rues de Maquère et de la Buchetière. Cette partie du bourg se trouve ainsi reliée au hameau de Maquère par un tissu résidentiel sectionné par la Ligne ferroviaire à Grande Vitesse.

Formé autour de la RD 304, Maquère présente en son cœur un tissu bâti mixte caractéristique des hameaux anciens, élargi par un tissu pavillonnaire lâche.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Aigné étant une commune rurale disposant d'un niveau d'équipements et de services réduit, peu de dispositifs sont recensés dans le centre-bourg.

Il s'agit pour la plupart des enseignes des quelques commerces situés rue de la Mairie : un bar-tabac, une boulangerie et un coiffeur. Les façades commerciales demeurent de très bonne qualité grâce à une bonne intégration des enseignes.

Un dispositif publicitaire mural est recensé à l'approche du centre-bourg, rue de Maquère. Il convient d'apporter une vigilance pour limiter son impact sur l'architecture du bâti rural.



► Entrées de bourg

Sur AIGNÉ, les deux principales entrées de bourg sont :

- RD 304, route de Sillé le Guillaume (entrée Nord) Trafic 2016 : 7 831 v/j
Route classée à grande circulation
Située pour parties hors et en agglomération
- RD 230, rue du Viel Hêtre (entrée Sud-Est) Trafic 2014 : 2 084 v/j
Située en agglomération

Appartenant à l'unité urbaine du Mans, la commune est susceptible d'accueillir des dispositifs publicitaires et notamment des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²). Aigné étant traversée par deux routes départementales, une vigilance doit être portée pour préserver la qualité paysagère des entrées de bourg.

RD 304, route de Sillé le Guillaume (entrée Nord)

Direction Le Mans → Sillé



Direction Sillé → Le Mans



Description :

Cette entrée Nord correspond à la traversée par la RD 304 du hameau de Maquère, en provenance de La Milesse / Saint-Saturnin côté Est, ou de Domfront en Champagne / Conlie / Sillé-le- Guillaume côté Ouest. Le cadre paysager est ouvert avec quelques boisements et haies. Il est aussi rural, avec des prairies de pâturages. Le paysage bâti est constitué de pavillons plus ou moins récents et de bâtisses anciennes. Il n'existe aucun aménagement "urbain" notable.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (en agglomération) : Il y a un impact potentiel des publicités sur les pignons aveugles existants.

Enseigne : L'impact est faible. Deux établissements sont présents le long de cette voie en provenance de Sillé le Guillaume. Un établissement a notamment installé deux enseignes scellées au sol au milieu de l'espace naturel.

RD 230, rue du Vieil Hêtre (entrée Sud-Est)



Description :

L'entrée Sud-Est, par la RD 230, débute à la sortie du bourg de La Milesse en traversant des secteurs d'habitat diffus et un paysage vallonné et bocager. Depuis cette route sinueuse, l'arrivée à Aigné est annoncée par une ferme et des pâturages qui confèrent un aspect d'emblée rural au bourg. Des pavillons apparaissent du côté Ouest de la route. La sensation d'être dans un bourg ne débute qu'à partir du croisement avec la rue de La Houltière, lorsque d'autres maisons plus anciennes apparaissent côté Est.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (en agglomération) : Il s'agit d'un axe non concerné par l'installation de publicité.

Enseigne : Axe non concerné en raison de l'absence d'activités, et d'un faible trafic.

► **Zones d'activités**

Sur AIGNÉ, deux zones d'activités sont recensées :

- La Fabrice Vocation dominante : Industrie / artisanat
Surface : 3 ha
Nombre d'établissement : 1
Située hors agglomération

- Le Pré Doué Vocation dominante : Industrie / logistique
Surface : 12 ha
Nombre d'établissement : 5
Située hors agglomération



La Fabrice



Le Pré Doué



Description :

Les zones de la Fabrice et du Pré Doué se situent le long de la RD 82 et de la RD 304. Elles accueillent principalement des entreprises artisanales, agroalimentaires ou de petite production, dans un cadre paysager rural ouvert, marqué par la LGV.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (hors agglomération) : Elle est interdite sur les deux zones d'activités.

Enseigne : Globalement les enseignes sont sobres et proportionnées et/ou adaptées aux façades qui les supportent. On relèvera toutefois les enseignes de SAINT YVES SERVICES situées sur une grue et visibles de très loin (entreprises de location de machines et équipements de construction).

2.2 - Analyse paysagère d'Allonnes

► Paysage urbain et centre-ville

Description :

Le « vieux bourg » d'Allonnes se caractérise par un tissu mixte imbriquant un parcellaire aux formes et tailles variées, entouré d'un tissu résidentiel individuel. Polarité autour de l'église, il rassemble commerces et services de proximité pour les allonnais. Il est couvert en partie par un Site Patrimonial Remarquable (anciennement zone de protection du patrimoine architectural et urbain) qui a pour but de préserver les alignements, le parcellaire et l'ambiance du bourg ancien. L'église Saint-Martin, datant du XI^{ème} siècle, y est un élément patrimonial central.

Le cœur de ville actuel s'organise autour de l'Avenue Charles de Gaulle où se situent de nombreux équipements et la plupart des commerces et services du centre-ville allonnais. Ces commerces se localisent dans le centre commercial du Mail et en rez-de-chaussée d'immeubles Avenue Charles de Gaulle. Le centre-ville a pu bénéficier de l'aménagement paysager de la place Nelson Mandela, où a lieu le marché hebdomadaire. Il est marqué notamment par un tissu urbain de grands ensembles sur les quartiers de Chaoué et Perrières, qui contrastent avec l'intimité du bourg ancien.

Au Sud de ce cœur de ville, le tissu résidentiel individuel dominé par la mitoyenneté prédomine au travers des quartiers Marin, Beausoleil, Broussil et Hautes Métairies. Une troisième polarité de commerces et de services s'y trouve, avec le centre commercial des Hautes Métairies. Les équipements y occupent également une large place avec notamment le Centre Hospitalier Spécialisé, deux collèges et un lycée, des équipements sportifs et des équipements à destination des personnes âgées.

Enfin, au Nord de la commune, entre les routes de la Croix-Georgette et des Fondus, des pavillons se sont implantés en mitage le long des voies, formant un tissu résidentiel lâche. Plus récemment, l'opération du Champ de la Fougère a permis de densifier ce quartier par la construction de maisons en mitoyenneté.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Deuxième commune de l'agglomération, Allonnes en est un pôle secondaire pivot. Elle bénéficie d'un niveau élevé d'équipements, de services et de commerces, et accueille donc dans son paysage urbain de nombreux dispositifs, avant tout des enseignes.

Ces enseignes se concentrent autour des trois centralités commerciales d'Allonnes : le vieux bourg, l'avenue De Gaulle avec la place Nelson Mandela, et les Hautes Métairies. On relève des bons exemples d'intégration sur façade, mais également des cas de multiplication d'enseignes pour une même activité.

Malgré la densité du bâti, quelques dispositifs publicitaires et de préenseignes sont également recensés dans le tissu urbain. La publicité se retrouve également sur le mobilier urbain le long de la ligne de BHNS qui traverse la ville.

Centre Commercial des Hautes Métairies



Avenue du Général de Gaulle



Centre commercial du Mail



Vieux bourg



► Entrées de ville

Sur ALLONNES, les trois principales entrées de ville sont :

- VC n°147^E, Route d'Allonnes (entrée Nord-Est) Trafic 2014 : 24 672 v/j
Fort enjeu (trafic important)
Située hors et en agglomération
- VC n°147^E, Route de la Suze (entrée Nord-Ouest) Trafic 2014 : 11 223 v/j
Accès ZA du Vivier
Située hors et en agglomération
- Route de Spay (entrée Sud) Trafic 2014 : 8 794 v/j
Accès ZA du Monné
Située hors agglomération

VC 147^E - Route d'Allonnes (entrée Nord-Est)

Direction Le Mans → La Suze



Direction La Suze → Le Mans/Allonnes



Description :

Cette entrée se fait par la route d'Allonnes, aménagée autour du BHNS. En provenance du Mans, elle traverse, depuis le rond-point de la patte d'oie, une partie de la Zone Industrielle Sud, puis l'espace naturel agricole situé aux abords de la Sarthe. Sur ce tronçon non bâti, la ville d'Allonnes est annoncée par les enseignes du centre commercial Médicis, et la silhouette de quelques tours et barres d'immeubles résidentiels. L'entrée sur la commune d'Allonnes est symbolisée par le pont Arc-en-ciel. A partir de cette porte d'entrée de la commune le paysage est fortement marqué par le centre commercial. Le rond-point qui suit annonce l'entrée dans la partie résidentielle par l'avenue du Général De Gaulle, qui mène rapidement au centre-ville.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (en agglomération) : Sur la commune d'Allonnes, l'impact est faible (peu de dispositif sur le recensement 2016) mais potentiellement fragile. En effet compte tenu du trafic existant sur cet axe, la commune est propice à l'accueil de dispositifs publicitaires, notamment des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²) et des panneaux numériques. Une vigilance doit être portée pour préserver la qualité de cette entrée.

Enseigne : Il y a globalement un fort enjeu du fait de la présence de dispositifs liés à la zone d'activités du Vivier. Les enseignes très visibles du centre commercial Leclerc marquent fortement le paysage d'entrée de ville. Il s'agit principalement d'enseignes d'annonces promotionnelles. Le paysage est à protéger.

VC 147^E - Route de La Suze (entrée Nord-Ouest)



Description :

L'entrée par la route de La Suze (VC 147) annonce à la fois l'entrée dans l'agglomération et l'entrée sur la ville d'Allonnes par la zone d'activités du Vivier au Nord, et par des vues sur la silhouette verticale de la ville d'Allonnes au Sud, mise en avant par la topographie horizontale du lieu.

Cette entrée d'agglomération est encore fortement marquée par le grand paysage de plaine agricole qui permet cette mise en scène de la ville et de l'agglomération.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (en agglomération) : Des préenseignes de grand format sont présentes. Le paysage et les perspectives sont à préserver, en anticipant notamment l'impact potentiel de publicités sur les futurs terrains privés destinés à long terme au développement urbain résidentiel de la commune.

Enseigne : Il y a globalement un fort enjeu du fait de la présence de dispositifs liés à la zone d'activités du Vivier. Les enseignes marquent le paysage d'entrée de ville : ce sont des repères qu'on peut

apercevoir bien en amont sur la route de la Suze. L'arrivée sur la zone est ainsi marquée par la présence d'un 4X3 de l'enseigne Brico Dépôt. L'importance des espaces libres situés en amont de cet établissement laisse la place à de nombreux dispositifs. Le paysage est à protéger.

Route de Spay (entrée Sud)



Description :

Il s'agit d'une entrée de ville où les espaces naturels (plaines et boisements) occupent encore la majorité du paysage. Néanmoins, la route est longée par la zone d'activités du Monné, en cours d'urbanisation. La présence de quelques activités éparses le long de cette entrée confère alors à cette dernière un caractère urbain progressif mais peu lisible. L'entrée dans la ville se signale tardivement par l'apparition des premiers pavillons du quartier des Hautes Métairies et du BHNS.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (hors agglomération) : Elle est interdite.

Enseigne : Quelques activités sont installées en bordure de cet axe avec très peu d'enseignes au sol compensées par un usage des clôtures comme support.

► **Zones d'activités**

Sur ALLONNES, les deux principales zones d'activités sont :

- Le Vivier
Vocation dominante : commerciale
Surface : 46,3 ha
Nombre d'établissement : 86
Située en agglomération

- Le Monné
Vocation dominante : Industrie / logistique
Surface : 157 ha
Nombre d'établissement : 19
Située hors agglomération

Le Vivier



Description :

Les dispositifs présents sur le territoire communal sont majoritairement implantés dans cette zone commerciale du Vivier.

On y relève de nombreux dispositifs par établissement : 8 en moyenne. Ce chiffre est dû à certains établissements très fournis en enseignes comme Mc Donald, Leclerc et Bureau Vallée qui possèdent une trentaine de dispositifs, et Brico Dépôt qui en possède presque une centaine !

La zone comprend un second rideau plutôt à vocation artisanale.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il s'agit d'un secteur peu concerné sauf par quelques préenseignes implantées sur le domaine public et notamment aux abords des panneaux de signalisation des entreprises qui ont été installés dans la zone dans le cadre de son aménagement.

Enseigne : La zone fait l'objet d'un fort enjeu d'attractivité. Certaines activités font apparaître une surdensité des dispositifs (enseignes au sol et sur clôture). On relève également de bons exemples d'intégration sur bâtiment, notamment à l'Aria Parc.

Le Monné



Description :

Cette zone en cours d'urbanisation accueille des entreprises industrielles et de logistique, présentant de grands volumes et générant un trafic poids-lourds. Etant une zone éloignée des secteurs urbanisés, son environnement paysager demeure fortement naturel et agricole.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité hors agglomération : Elle est interdite (mise en conformité nécessaire). Installation anarchique de nombreuses préenseignes à l'entrée de la zone (non conformes) significatives d'un manque de visibilité (signalétique) des établissements présents dans la zone. Leur présence contraste avec le paysage naturel environnant.

Enseigne : L'impact est faible avec peu de dispositifs au sol. Le paysage est préservé.

2.3 - Analyse paysagère d'Arnage

► Paysage urbain et centre-ville



Description :

Le bourg d'Arnage au XIX^{ème} siècle est structuré autour de l'église et du port et s'est développé en « village-rue » le long de l'avenue Nationale. Ce noyau urbain historique se caractérise par un tissu mixte imbriquant un parcellaire aux formes et tailles variées le long de cet axe principal. Il se compose de longères et de mancelles, le plus souvent sans étage. La hauteur du bâti étant faible par rapport au gabarit large de cet axe historique, le caractère urbain du centre-ville est peu marqué. L'avenue Nationale, qui accueille les principaux commerces du bourg ancien, paraît ainsi dans l'espace public davantage comme un axe traversant, de passage, que comme un cœur de ville. Plusieurs éléments patrimoniaux sont recensés dans ce centre urbain : l'église Saint-Gilles du XII^{ème} siècle, le château des Tourelles, le lavoir.

A partir de ce noyau, un tissu majoritairement pavillonnaire s'est développé dans la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, au Sud et à l'Est, dans des formes parfois denses que caractérisent les habitations dominées par la mitoyenneté.

L'urbanisation d'après guerre a fait naître également un second noyau d'habitation au Nord, La Gautrie, qui est constitué de la même alternance de tissus pavillonnaires plus ou moins denses. Situé au Nord de la déviation Sud de l'agglomération, entre le boulevard Lefauchoux et la voie ferrée, ce quartier constitue un second pôle pour la commune. Son développement par construction de lotissements a constitué la première étape du glissement de l'urbanisation de la commune vers Le Mans, avec aujourd'hui une continuité urbaine entre les deux communes.

En périphérie Sud, notamment au niveau des Mattefeux, le tissu résidentiel individuel devient très lâche, témoignant d'un mitage de l'entrée Sud de l'agglomération.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Arnage constitue un pôle secondaire et la 4ème commune de l'agglomération en termes de population. Le coeur de ville, qui s'étire le long de l'avenue Nationale, se compose d'une trentaine de commerces de proximité et de services. Les dispositifs sont donc concentrés principalement le long de cet axe de passage.

Avenue Nationale, l'alignement et la densité du bâti freinent de façon nette l'implantation des dispositifs scellés au sol, les prescriptions du RLP d'Arnage (Zone de Publicité Restreinte) sont respectées. Au-delà de la ZPR, le retrait du bâti fait à nouveau apparaître ces dispositifs avec également la présence de panneaux publicitaires "déportés" rue de la Paix/rue de la Gare.

Sauf quelques exceptions, les enseignes s'intègrent correctement aux façades commerciales et respectent le RLP en vigueur.

Au Sud de l'agglomération, le paysage végétal dominant est ponctué par quelques enseignes avant l'entrée dans l'agglomération, notamment par des mâts porte drapeaux et des "flammes" au niveau des activités présentes le long de la voie.

Des publicités apparaissent à nouveau après le chemin des Réages. Toutefois à cet endroit, le paysage est davantage marqué par l'impact visuel des pylônes électriques.

► **Entrées de ville**

Sur ARNAGE, les deux principales entrées de ville sont :

- | | |
|---|---|
| - Boulevard Pierre Lefauchaux (entrée Nord) | Trafic 2014 : 15 580 v/j
Fort enjeu (trafic important)
Située en agglomération et en ZA |
| - Avenue Nationale (entrée Sud) | Trafic 2014 : 7 536 v/j
Située hors et en agglomération |

Boulevard Pierre Lefauchaux (entrée Nord)



Description :

A partir de la Zone Industrielle Sud, le long du boulevard Pierre Lefaucheux, le giratoire bordant la Gémerie annonce une nouvelle séquence urbaine. La voie traverse la zone d'activités, mais des aménagements progressivement plus "urbains" (abris-bus, trottoirs, feux de circulation, passages cloutés, alignements d'arbres...) annoncent l'entrée dans le cœur de ville. Le rond-point de la Sorcière marque l'entrée dans un tissu urbain mixte (résidentiel, commerces, équipements).

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (en agglomération) : Il y a un fort impact lié à la traversée de la ZIS et son trafic important (dans la continuité du Mans). Les espaces paysagers sont à valoriser. Aucun dispositif numérique n'a été recensé à ce jour sur Arnage. Toutefois, sur la Ville du Mans, 3 panneaux sont aujourd'hui installés sur cet axe.

Enseigne : Il y a un fort enjeu, notamment du fait de la présence de dispositifs de grand format qui occupent le champ visuel et masquent le paysage. Le paysage est à protéger.

Avenue Nationale (entrée Sud)



Description :

L'entrée par le Sud de l'avenue Nationale se fait au niveau du lieu-dit des Mattefeux. Sur cette partie, l'accès au cœur de ville se fait progressivement depuis la VC 147, voie le long de laquelle des constructions ponctuent des parcelles boisées, jusqu'au giratoire de la route de Lude. A partir de ce giratoire, le paysage urbain se fait plus dense et marque très nettement l'entrée dans l'agglomération.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite hors agglomération sauf dans la Zone de Publicité Autorisée (ZPA) instituée par le RLP en vigueur. Aucun dispositif n'a été recensé hors agglomération. La présence de publicité après le rond point de la route du Lude amène à une vigilance sur la partie située en agglomération.

Enseigne : L'impact actuel est faible mais il y a un fort enjeu, avec un paysage naturel à protéger.

► Zones d'activités

Sur ARNAGE, les deux principales zones d'activités sont :

- Zone Industrielle Sud (Rivière 1 et 2, Rives Sud, Trintignant, Bd. Lefauchaux) Vocation dominante : Mixte (commerce, industrie, logistique, artisanat)
Surface : 70,4 ha
Située en agglomération
- Le Chêne Vocation dominante : Artisanat / Industrie
Surface : 21 ha
Située en agglomération

Compte tenu du trafic important et du rayonnement des activités présentes, la commune est propice à l'accueil de dispositifs publicitaires, en particulier des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²) et des panneaux numériques.

Zone Industrielle Sud



Description :

La Zone Industrielle Sud, zone économique historique du Mans, se poursuit sur la commune d'Arnage sous forme de zones d'activités mixtes organisées autour du boulevard Lefauchaux. Les zones du Trintignant, Rivières 1 et 2 sont en continuité directe avec la ZIS du Mans. En revanche, Rives Sud et le boulevard Lefauchaux en sont séparées par la déviation Sud et sont davantage tournées vers le centre-ville d'Arnage avec une certaine mixité des activités.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il y a un impact fort côté boulevard Lefauchaux, qui devient plus faible en second rideau.

Enseigne : Il y a un fort enjeu d'attractivité. L'hétérogénéité des enseignes, la confusion enseigne/publicité et l'esthétisme (enseignes au sol et sur clôture) nuit à la qualité paysagère. L'impact est plus faible en second rideau.

Le Chêne



Description :

Cette zone d'activités s'organise de part et d'autre de la route du Chêne et accueille des activités principalement artisanales et de petite production.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Quelques dispositifs de grands formats sont présents, leur impact sur l'environnement reste faible.

Enseigne : Cette zone montre de bons exemples d'intégration d'enseignes à généraliser, avec toutefois des enseignes au sol hétérogènes.

2.4 - Analyse paysagère de Champagné

► **Paysage urbain et centre-bourg**



Description :

Le cœur du bourg de Champagné, structuré autour de la place de l'église, se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées correspondant au tissu mixte du bourg ancien. Il comprend une dizaine de commerces et services de proximité principalement localisés entre la place de l'église et l'intersection entre les rues Gouloumès et Freinet en passant par la rue Jacques Guede. Dans ce cœur de bourg, l'église Saint-Désiré construite au XVI^{ème} siècle, constitue un élément patrimonial central.

L'essentiel du tissu résidentiel qui s'est développé à partir des années 1970 est un tissu pavillonnaire classique, avec des formes plus denses d'habitat individuel à proximité du cœur de bourg, et un tissu résidentiel plus lâche plutôt à l'Ouest.

Le tissu d'équipements occupe également une place importante au sein du bourg de Champagné, avec le regroupement de l'essentiel des équipements entre les rues Gouloumes et Curie, à proximité directe du bourg ancien.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Champagné est un des pôles secondaires de l'agglomération. Toutefois, l'impact des enseignes et publicités dans le bourg est peu significatif compte tenu de la faible dimension des dispositifs.

On relève divers panneaux isolés et certaines enseignes en cœur de bourg dont l'installation se soucie peu du cadre environnemental qui les entoure.

► **Entrées de bourg**

Sur CHAMPAGNE, les trois principales entrées de bourg sont :

- | | |
|--|--|
| - RD 145 (entrée Nord-Est) | Trafic 2014 : 4 657 v/j
Située en agglomération |
| - Route de la Basse Lande (entrée Ouest) | Trafic 2014 : 2 388 v/j
Située en agglomération |
| - RD 323, Route de Paris | Trafic 2016 : 20 803 v/j
Route à grande circulation
Accès aux ZA de la Route de Paris
Située hors agglomération |

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4m² sont autorisés.

RD 145 (entrée Nord-Est)



Description :

Cette entrée Est par la RD 145 permet de rejoindre directement le centre-bourg. Depuis la route de Paris au Sud, le paysage reste caché par des haies jusqu'au niveau du cimetière où le bourg se révèle sur fond de boisements côté Est et la zone d'activités des Graves et le supermarché côté Ouest. Depuis Fatines au Nord, l'entrée traverse des boisements pour arriver directement sur un giratoire marquant l'entrée de bourg.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Plus proche des commerces du bourg et du supermarché, cette entrée en limite de la zone agglomérée n'est pas impactée par les dispositifs publicitaires et d'enseigne du fait du faible trafic.

Route de la Basse Lande (entrée Ouest)



Description :

La route de la Basse Lande est accessible depuis la route de Paris et constitue de ce fait la première entrée sur le bourg accessible depuis Le Mans. Après la traversée du chemin de fer, les premières habitations et les lotissements pavillonnaires du bourg apparaissent progressivement.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : La présence de quelques panneaux mal entretenus et implantés au milieu de terrains non bâtis contraste avec le caractère champêtre et résidentiel qui borde cette entrée. Le faible trafic et l'absence d'activités n'incitent pas à l'installation de dispositifs publicitaires.

Enseigne : Cet axe est non concerné (absence d'activités).

RD 323, Route de Paris



Description :

La route de Paris, traverse la commune et sa zone d'activités dans un paysage industriel peu valorisant. Les quelques maisons disséminées rappellent la présence du bourg qui n'est jamais visible depuis cette route. La combinaison d'activités, d'habitations, et d'aménagements "routiers" de la voie confèrent à cette entrée un caractère hétérogène.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite (situation hors agglomération)

Enseigne : Les enseignes accentuent le côté hétérogène de cet axe par leurs positionnements et leurs formats très diversifiés. Elles contribuent au caractère désorganisé et peu qualitatif de cette entrée d'agglomération.

► Zones d'activités

Sur CHAMPAGNE, la principale zone d'activités est celle située Route de Paris.

Route de Paris Vocation dominante : industrielle et logistique
Surface : 185,1 ha
Nombre d'établissement : 49
Située hors agglomération



Description :

Le secteur d'activités de la route de Paris se compose de plusieurs entités assemblées autour de la RD 323 : La Forêt, Les Carrières, Les Graves et la Route de Paris. La majorité des dispositifs recensés sur la commune se situent dans ce secteur.

Le long de la route de Paris, les activités implantées sont plutôt :

- de grands volumes industriels qui marquent fortement le paysage par leur longueur et/ou leur hauteur,
- de l'hôtellerie-restauration à destination des routiers qui marquent le paysage par leurs enseignes et préenseignes.

En second rideau, à l'intérieur des zones d'activités, les entreprises sont de plus petites tailles à vocation artisanale ou de petite production.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite (situation hors agglomération)

Enseigne : La route de Paris est marquée par un paysage industriel hétérogène accentué par l'impact visuel des dispositifs peu qualitatifs (manque d'entretien) et leur composition anarchique (autant en termes de positionnement que de format).

A l'intérieur de ces zones d'activités, la multiplication des dispositifs de petit format (< ou = 1,5 m²) met en avant une mauvaise organisation de la signalétique locale.

2.5 - Analyse paysagère de Chauffour-Notre-Dame

► Paysage urbain et centre-bourg

Description :

Le bourg historique s'est constitué à partir de 1860 sous forme de « village rue » le long de la voie royale 157 (aujourd'hui RD357, route de Laval). Le cœur de bourg de Chauffour-Notre-Dame se caractérise ainsi principalement par un alignement bâti sur des parcelles en lanière le long de la route départementale.

Ce bourg ancien accueille deux principaux éléments de patrimoine : l'église Notre-Dame, datant du XVII^{ème} siècle, et la mairie édifée au XIX^{ème} siècle.

Le développement du bourg fut assez tardif, principalement à partir des années 1980, à travers un épaississement du village-rue par le biais de plusieurs opérations de lotissement de part et d'autre de la route départementale.

Dans ce contexte urbain principalement pavillonnaire, les opérations denses d'habitat individuel sont bien remarquables : cour des Cigognes, impasse de l'Aubépine, rue de La Chênaie.



Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Chauffour-Notre-Dame est une commune rurale qui comprend une demi-douzaine de commerces et de services situés le long de la route départementale.

Malgré la densité du bâti à l'alignement, plusieurs dispositifs publicitaires sont recensés sur pignon du fait du trafic important le long de la RD.

Ce sont surtout quelques dispositifs d'enseignes (ex A.P. ELEC) et de préenseignes scellées au sol peu soucieuses de leur intégration avec les espaces et le bâti avoisinants qui portent atteinte au paysage.

► Entrées de bourg

Sur CHAUFOUR NOTRE DAME, la principale entrée dans le bourg se fait par la Route Nationale :

- Route Nationale (entrée Est et Ouest)

Trafic 2016 : 13 886 v/j
Route à grande circulation
Située en agglomération

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4m² sont autorisés.



Description :

La route Nationale (RD 357) est un important axe routier qui relie Le Mans à Laval et traverse la commune de l'Est à l'Ouest.

L'entrée Ouest par la RD 357 offre un paysage rural ouvert sur le bocage, qui permet une vue lointaine sur la silhouette du bourg dont on perçoit le clocher. L'entrée est marquée par l'apparition des premiers bâtiments, de trottoirs et de stationnements qui remplacent les fossés.

L'entrée Est offre un paysage rural moins ouvert avec la présence d'arbres et de haies en bordure de voie. Elle traverse une zone d'habitat diffus avant d'arriver dans la zone urbaine identifiable par la silhouette des pavillons en lotissement. Les aménagements de voirie réalisés aux intersections et destinés à ralentir l'automobiliste viennent ensuite marquer l'entrée dans le bourg.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe est peu concerné actuellement mais le trafic important représente un enjeu fort. Sur l'entrée Est, La présence d'alignement d'arbres de part et d'autre de cette entrée limite fortement l'installation de panneaux publicitaires. Quelques préenseignes scellées au sol (non conformes) ont trouvé à s'installer sur des terrains non bâtis.

Enseigne : Elles sont présentes en lien avec les activités situées le long de cet axe principal : nécessité de vigilance et de mise en conformité sur les enseignes (généralement dépassement de support). L'entrée Ouest est particulièrement marquée par les nombreux dispositifs du garage AD qui annoncent la proximité d'une zone urbaine et viennent obstruer les perspectives sur le bocage.

2.6 - Analyse paysagère de Coulaines

► Paysage urbain et centre-ville



Description :

Le vieux bourg de Coulaines correspond à un tissu mixte qui se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées, placé le long de la rue du Général de Gaulle.

Ce tissu ancien est entouré d'un ensemble d'équipements divers.

A l'intersection de la rue de la Paix, où se situe le noyau commercial actuel de la ville, et de la rue historique du Général de Gaulle, l'église Saint-Nicolas constitue un élément patrimonial majeur de la commune. Inscrite comme monument historique, elle fût construite à la fin du XI^{ème} siècle.

En continuité avec Le Mans, le tissu résidentiel de la ville est diversifié :

- individuel pavillonnaire au Nord et à l'Est (Closerie, Plessis, Coteaux de la Gironde, ...),
- individuel mitoyen au Sud-Ouest (zone alluviale) et plus ponctuellement au Nord (Saint-Nicolas, place du Croisic, hameau des Marches, Kitty Hawk et rue du Plessis),
- collectif au cœur de ville le long d'axes majeurs (boulevards Saint-Michel et Saint-Nicolas) et plus ponctuellement sur les rues de la Baule, de la Paix, Boileau, Molière, et au carrefour Général de Gaulle-Gironde,
- collectif de type grands ensembles dans le quartier de Bellevue au Sud-Est et rue de Carnac à l'Ouest.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Coulaines rassemble un noyau de commerces et de services de proximité ainsi qu'un supermarché en cœur de ville. Ce noyau commercial se concentre principalement sur la rue de la Paix et s'étire sur le boulevard Saint-Michel et la rue du Général de Gaulle. Ce secteur est le lieu de concentration de la plupart des enseignes de la ville, en dehors de la zone d'activités du Champ Fleuri.

Du fait de la traversée de la commune par un axe de passage qui relie le centre-ville du Mans à la rocade (boulevards Saint-Michel, Saint-Germain et Saint-Nicolas), Coulaines attire les dispositifs publicitaires et de préenseignes qui sont parfois peu soucieux de leur intégration dans le paysage.

Sur cet axe, là où l'aménagement qualitatif de l'espace public et les alignements d'arbres dominent le champ visuel, le mobilier urbain supportant de la publicité y est bien intégré.

Dans le centre-ville, la densité du bâti l'emporte sur la densité des dispositifs, on y rencontre très peu de panneaux publicitaires.

La topographie de la commune, notamment rue de la Paix, offre de belles perspectives vers l'Est du territoire. Les dispositifs existants du centre ville n'impactent pas ces vues sur le paysage lointain. L'aménagement de l'espace public aux abords de l'église St Nicolas et des parcs urbains préserve la qualité de ces espaces.



► Entrées de ville

Sur COULAINES, les principales entrées de ville sont :

- Boulevard Saint-Nicolas (entrée Nord) Trafic 2016 : 21 736 v/j
Située en agglomération

- Route de Coulaines (entrée Nord-Ouest) Trafic 2014 : 2 725 v/j
Située en agglomération

Boulevard Saint-Nicolas (entrée Nord)



Description :

L'entrée Nord se fait par le boulevard Saint-Nicolas depuis la sortie de la rocade, et permet de rejoindre le centre-ville du Mans. Autour de l'échangeur de la rocade, l'urbanisation est relativement peu marquée hormis quelques activités et quelques maisons. L'entrée dans la ville se fait réellement à partir du giratoire d'où sont perçus les fronts bâtis de Coulaines et du Mans. Cette entrée donne à voir en premier lieu les quartiers pavillonnaires de la commune.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Quelques panneaux publicitaires sont présents dans la partie agglomérée malgré la présence d'une végétation dense en bordure du domaine public. Ces panneaux ressortent distinctement dans le paysage et contrastent avec la verdure environnante.

Enseigne : Quelques activités sont présentes au niveau du giratoire de la rocade.

Route de Coulaines (entrée Nord-Ouest)



Description :

L'entrée Nord-Ouest se fait par la route de Coulaines en provenance de Saint-Pavace. Plus discrète, elle est précédée par un hameau de pavillons dans un cadre paysager rural. Elle offre des vues sur la silhouette urbaine verticale de Coulaines (tours d'immeubles résidentiels) et sur les lotissements pavillonnaires du Nord-Est de la commune. Ces perspectives marquent le paysage et signalent fortement l'entrée imminente dans la ville. Passé le panneau d'entrée dans la zone agglomérée, la voie est bordée de pavillons anciens et d'une zone d'activités artisanales (Champ Fleuri).

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il s'agit d'une entrée plus discrète avec un faible trafic. En dehors de l'enseigne "Déco 72" implantée rue de Champ Fleury, aucun dispositif de type préenseigne ou publicité est recensé malgré la présence de la zone d'activités. Le panneau indiquant le nom des entreprises à l'entrée de la zone joue pleinement son rôle.

Enseigne : L'impact est faible malgré la présence d'une zone d'activités.

► **Zones d'activités**

Sur COULAINES, la principale zone d'activité est celle de Champ Fleuri.

Champ Fleuri	Vocation dominante : artisanale
	Surface : 12,3 ha
	Nombre d'établissement : 36
	Située en agglomération



Description :

La zone d'activités de Champ Fleuri est une zone à vocation plutôt artisanale et de petite production, qui se situe en limite de commune et se poursuit sur Saint-Pavace. Insérée dans le tissu urbain et très proche du centre-ville de Coulainnes, elle est néanmoins peu visible depuis l'axe principal du boulevard Saint-Nicolas et se dévoile davantage en second rideau.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Les dispositifs publicitaires se situent le long du boulevard Saint-Nicolas.

Enseigne : L'impact est faible avec peu d'irrégularités repérées. Elles sont concentrées autour des activités à caractère commercial (concessionnaire automobile, petits commerces le long du boulevard).

2.7 - Analyse paysagère de Fay

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Commune rurale, Fay présente la particularité d'avoir su conserver l'organisation de son bourg historique du XIX^{ème} siècle. Le cœur de bourg accueille ainsi plusieurs éléments patrimoniaux, notamment la mairie édifée au XV^{ème} siècle (ancien presbytère) et l'église Saint-Pierre et Saint-Paul.

Fay a connu un développement urbain plutôt tardif, dans les années 2000, et un épaississement pavillonnaire plus lent, qui lui ont permis de conserver cette caractéristique d'une urbanisation linéaire et éparse. Ainsi, très peu de lotissements se sont implantés sur la commune, contrairement aux autres communes périurbaines du Mans. Caractérisés par un tissu pavillonnaire, ils se situent plutôt au Nord et

à l'Est du bourg : lotissement de La Monnerie, allées des jardins du vicariat, des cépages, de la Treille, de l'Orne Champenoise.

Le tissu résidentiel devient plus lâche en périphérie, le long des axes principaux : la D50, D50bis, VC1, VC2.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

La commune de Fay étant éloignée des grands axes de circulation, et n'accueillant qu'un seul commerce, elle est très peu concernée par les dispositifs publicitaires et d'enseignes. De petits formats, les quelques dispositifs existants n'ont que peu d'impact sur le paysage.

► Entrées de bourg

Sur FAY, les principales entrées de bourg sont :

- Rue Principale (entrée Sud)	Trafic 2016 : 1 047 v/j Située en et hors agglomération
- RD 50bis (entrée Nord)	Trafic 2016 : 847 v/j Située en et hors agglomération
- RD 50 (entrée Ouest)	Trafic 2016 : 612 v/j Située en agglomération

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4m² sont autorisés.

Rue Principale (entrée Sud)



Description :

Pour rejoindre le cœur du bourg, la voie remonte les coteaux, bordée par des talus dont un présentant une haie bocagère. Le profil de la voie change d'ambiance une fois dans le bourg ancien : des maisons à l'alignement et des murs en pierre dessinent l'espace circulé.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Cette entrée n'est pas impactée par les dispositifs publicitaires et d'enseigne du fait du faible trafic et de l'absence d'activités.

RD 50bis (entrée Nord)



Description :

Le tracé sinueux suit les coteaux et présente un profil de voie caractérisé par des haies sur talus au Nord et des vues ouvertes vers le vallon de l'Orne au Sud. Des aménagements de voirie plus urbains marquent l'arrivée dans le cœur de bourg, notamment à proximité des écoles avec une perspective qualitative vers le clocher.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Cette entrée n'est pas impactée par les dispositifs publicitaires et d'enseigne du fait du faible trafic et de l'absence d'activités.

RD 50 (entrée Ouest)



Description :

Sur cette entrée, la route a un profil de voie rurale (faible largeur correspondant uniquement à la partie roulante avec fossés, marquage au sol quasi inexistant). Elle est caractérisée par la présence de grandes propriétés en bord de voie présentant des jardins arborés et/ou des haies denses. Au niveau des panneaux d'entrée d'agglomération, la qualité de cette entrée est caractérisée par la vue qui offre une perspective sur le village dominé par son clocher.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Cette entrée n'est pas impactée par les dispositifs publicitaires et d'enseigne du fait du faible trafic et de l'absence d'activités.

2.8 - Analyse paysagère de La Chapelle Saint-Aubin

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le noyau urbain historique de La Chapelle Saint-Aubin se caractérise par un tissu mixte imbriquant un parcellaire aux formes et tailles variées, le long de la rue de l'Europe. La centralité s'articule autour de la place du Général Leclerc et rassemble une dizaine de commerces et services de nécessité quotidienne. Elle bénéficie d'un aménagement qualitatif de l'espace public et de la présence d'éléments patrimoniaux tels que l'église et le presbytère.

A partir de ce noyau, un tissu pavillonnaire s'est développé, qui constitue l'essentiel du bourg. Les constructions dans ces opérations présentent une certaine uniformité : ordonnancement du bâti sur le parcellaire assez similaire, aspect homogène des matériaux de toiture, espaces verts ponctuant chaque opération.

En marge du bourg, ce tissu résidentiel individuel est plus lâche (rues du Boudan, de la Corne, route de la Paille, chemin du Calvaire). Quelques opérations denses en logements individuels mitoyens se sont également développées, notamment au Nord-Ouest. Un tissu d'immeubles collectifs est également présent en cœur de bourg, rues de la République et J.-P. Rameau.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Dans le centre bourg, les dispositifs sont installés uniquement sur les immeubles d'activités avec un traitement exemplaire répondant aux objectifs du RLP existant. Aucune publicité n'est recensée.

► Entrées de bourg

Sur LA CHAPELLE SAINT AUBIN, les principales entrées de bourg sont :

- RD 338, Route d'Alençon	Trafic 2016 : 53 904 v/j Route classée à grande circulation Fort enjeux (trafic important) Située hors agglomération et en ZACom
- RD 304, Rue de l'Europe (entrée Nord)	Trafic 2014 : 6 537 v/j Située en et hors agglomération
- VC 304, rue Véron de Forbonnais (entrée Sud)	Trafic 2014 : 5 964 v/j Située en et hors agglomération

La Route d'Alençon est un cas particulier puisque la voie en elle-même demeure hors agglomération (code de la route). Les voies adjacentes sont à l'intérieur de l'agglomération, ce qui intègre également les parcelles situées aux abords.

RD 338, Route d'Alençon

Direction Le Mans → Alençon



Direction Alençon → Le Mans



Description :

La route d'Alençon est un axe primaire structurant qui constitue un accès privilégié en tant qu'entrée de ville au Nord de l'agglomération mancelle. Cette départementale est irriguée par l'échangeur autoroutier des autoroutes A11 (Paris-Nantes) et A28 (Tours-Le Mans).

La voie traverse la zone d'activités Nord où le paysage est marqué par les enseignes qui l'emportent sur la visibilité des bâtiments et des espaces publics dont le traitement est très routier.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Espaces paysagers et image de l'agglomération à valoriser

Publicité : L'impact est potentiellement fort avec la traversée de la Zone Nord et son trafic important. La zone de publicité autorisée (ZPA) instituée par le RLP de la commune laisse apparaître quelques panneaux publicitaires visibles depuis la route.

Enseigne : Il y a un fort enjeu d'attractivité commerciale, de nombreuses enseignes ont été installées aux abords de ce grand axe routier. Elles se présentent sous des formes et des dimensions hétérogènes.

RD 304, rue de l'Europe (entrée Nord)



Description :

Cet accès à la commune en provenance de La Milesse est situé sur un axe de transit important. Le château d'eau, visible de loin, constitue un point de repère pour cette entrée de bourg. Le giratoire au niveau de la rue du Haut Pignon marque l'entrée dans La Chapelle Saint Aubin, puis l'arrivée dans le bourg se fait progressivement.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé, le paysage et les perspectives sont protégés par le RLP en vigueur (zone de publicité interdite).

Enseigne : C'est un axe non concerné du fait de l'absence d'activités.

RD 304 (entrée Sud)



Description :

L'entrée par le Sud se fait en provenance du Mans. Le panneau d'entrée de bourg est implanté au niveau du Bois des Chênes. La section entre le panneau d'entrée d'agglomération et le débouché des chemins ruraux est mitée par un bâti ancien.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé, le paysage et les perspectives sont protégés par le RLP en vigueur (zone de publicité interdite).

Enseigne : C'est un axe non concerné du fait de l'absence d'activités.

► **Zones d'activités**

Sur LA CHAPELLE SAINT AUBIN, la principale zone d'activités est la zone Nord.

Zone Nord
(Zone industrielle Nord, Auchan,
Moulin aux Moines, Bas Palluau,
Teillaie, etc.)

Vocation dominante : commerciale / mixte
Surface : 93,8 ha
Nombre d'établissement : 210
Située en agglomération



Description :

Sur La Chapelle Saint-Aubin, la Zone Nord se compose de plusieurs entités : Moulin aux Moines et la zone commerciale Nord (Auchan et Aushopping) sont à vocation commerciale tandis que La Tellaie et Bas Palluau sont à vocation plutôt artisanale et de petite production, voire industrielle. Organisés autour de la route d'Alençon, les accès sont limités et font l'objet d'un fort trafic.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Avec l'omniprésence de panneaux sur l'ensemble de la zone, l'impact de la publicité sur le paysage est très fort. Compte tenu du trafic important et du rayonnement des activités présentes, la commune attire de nombreux dispositifs publicitaires, en particulier des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²) et des panneaux numériques. Le RLP existant est peu restrictif sur les publicités.

Enseigne : Il y a un fort enjeu d'attractivité. L'impact des enseignes sur la qualité du paysage est important en raison de l'hétérogénéité des dispositifs, la confusion enseigne/publicité et des manques d'esthétisme (enseignes au sol). On note l'apparition de plus en plus de dispositifs d'enseignes numériques. Le RLP existant limite les enseignes au sol à 6 m² comme la réglementation nationale en vigueur.

2.9 - Analyse paysagère de La Milesse

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le cœur du bourg de La Milesse se situe au croisement des routes départementales 304 et 230, au Nord de l'Antonnière, où des constructions existent depuis le XIX^{ème} siècle. Il se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées correspondant au tissu mixte du bourg ancien. Il est complété par un tissu d'équipements avec notamment la Mairie, les écoles et le centre socioculturel François Rabelais. Le noyau commercial se localise principalement autour de la place de l'Europe, qui concentre une dizaine de services et commerces de première nécessité. Récemment réaménagée, cette place entoure également l'église Saint-Pierre, élément patrimonial central du bourg.

Autour de ce cœur de bourg, un tissu résidentiel individuel s'est développé au Sud et au Nord de l'Antonnière. Le Sud du bourg est caractérisé par un habitat individuel peu dense. Les secteurs les plus denses correspondent au cœur de bourg (rues des Jonquilles et de l'Antonnière), ainsi qu'au hameau du Verger et rue des Pommiers.

En dehors des opérations d'ensemble, la commune a connu dans sa partie Sud une urbanisation plus ponctuelle sur de grandes parcelles le long des routes des Guimondières, des Guiberdières, des Robinières, et des chemins des Bois et du Croc.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

La commune n'a pas de panneau publicitaire installé sur son territoire.

Les dispositifs d'enseignes sont localisés principalement en cœur de bourg, au niveau de la place de l'Europe. Ils sont pour la plupart bien intégrés au paysage, malgré quelques enseignes non conformes (notamment au niveau du bar-tabac-presse).



► **Entrées de bourg**

Sur LA MILESSÉ, les principales entrées de bourg sont :

- | | |
|---|--|
| - RD 304, Route du Mans (entrée Sud) | Trafic 2014 : 4 506 v/j
Située en agglomération |
| - RD 230 Nord, rue de la Gare (entrée Nord-Est) | Trafic 2014 : 2 976 v/j
Située en agglomération |
| - RD 230 Ouest, rue d'Aigné (entrée Ouest) | Trafic 2014 : 2 217 v/j
Située en agglomération |
| - RD 197/RD 304, rue de Sillé (entrée Nord-Ouest) | Trafic 2014 : 9 095 v/j
Route classée à grande circulation
Située en et hors agglomération |

*Appartenant à l'unité urbaine du Mans, la commune est susceptible d'accueillir des dispositifs publicitaires et notamment des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²).
Aucun dispositif correspondant n'a été recensé à ce jour. La Milesse étant traversée par deux routes départementales, une vigilance doit être portée pour préserver la qualité rurale des entrées de bourg.*

RD 304, Route du Mans (entrée Sud)



Description :

Cette voie longe les hameaux du Bois de La Milesse et des routes des Robinières et des Guimondières. Deux giratoires marquent l'entrée dans le bourg.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Avec un trafic peu dense, cette entrée n'est pas concernée à ce jour malgré la présence d'espaces privés pouvant potentiellement accueillir des dispositifs.

Enseigne : Une activité recensée en 2016 qui a déménagé depuis. Une attention devra être portée en cas de reprise d'une nouvelle activité.

RD 230, Rue de la Gare (entrée Nord-Est)



Description :

Cette entrée plus discrète par la RD 230 est accessible par la RD 197. Elle longe sur un premier tronçon la zone d'activités de La Carrie, tout en laissant entrevoir les toits des pavillons du bourg en contrebas. Le maintien d'une activité agricole dans le secteur confère à cette entrée un caractère rural.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe est non concerné.

Enseigne : Cette entrée longe la ZA de La Carrie, l'impact des enseignes est faible aujourd'hui. Le paysage rural est à préserver.

RD 230 Ouest, rue d'Aigné (entrée Ouest)



Description :

Cette entrée Ouest se fait par la RD 230 depuis Aigné. Le bourg est annoncé par des constructions de type pavillonnaire qui se devinent à travers des haies bocagères

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Cette entrée n'est pas impactée par les dispositifs publicitaires et d'enseigne du fait du faible trafic et de l'absence d'activités. Paysage rural à préserver.

RD 197/304, Rue de Sillé (entrée Nord-Ouest)



Description :

L'entrée Nord se fait depuis la RD 197 qui offre des vues sur le grand paysage, tandis que le bourg est masqué par les haies et les activités qui bordent la voie. Depuis la RD, la rue de Sillé mène au cœur de bourg. Cette rue est bordée de haies hautes côté Ouest et des pavillons côté Est. Des équipements sportifs la surplombent.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : La RD 197 étant hors agglomération, c'est un axe non concerné. Le paysage naturel est à préserver.

Enseigne : l'impact des enseignes est faible, le paysage est à préserver.

La présence de la zone d'activités de La Carrie laisse entrevoir quelques enseignes. Apposées parallèlement et sobrement sur les façades des bâtiments, celles-ci ont un impact faible sur le paysage.

A l'intersection de la RD 304 et de la rue de Sillé, l'absence de préenseigne individuelle montre que le panneau signalant le nom des entreprises suffit aux usagers.

► **Zones d'activités**

Sur LA MILESSSE, les deux principales zones d'activités sont :

- | | |
|----------------|--|
| - La Carrie | Vocation dominante : Industrie / Artisanat
Surface : 8,3 ha
Nombre d'établissement : 14
Située en agglomération |
| - La Tremblaie | Vocation dominante : Mixte
Surface : 7,3 ha
Zone en cours
Située hors agglomération |

La Carrie



Description :

Cette zone accueille des activités principalement de type artisanal ou de petite production. Les enseignes sont apposées parallèlement et sobrement sur les façades des bâtiments.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite côté RD 197 et absente dans la zone.

Enseigne : L'impact des enseignes est faible. Elles sont majoritairement bien intégrées sur bâtiment.

Qualité des espaces libres paysagers à préserver.

La Tremblaie



Description :

Cette zone d'activités est en cours d'urbanisation. A ce jour aucune activité n'est installée. Sa position, en bordure de la route de Sillé le Guillaume lui donne une bonne visibilité depuis cette voie départementale : la dimension paysagère du secteur est de ce fait importante.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite (hors agglomération)

Enseigne : L'impact futur est à surveiller.

2.10 - Analyse paysagère du Mans

► Paysage urbain et centre-ville

L'analyse paysagère du centre-ville du Mans est identique à l'analyse générale des paysages urbains et de la Cité Plantagenêt comme secteurs à enjeux. Il convient de se référer à la partie III.1.3. du présent document pour en connaître les détails.

► Entrées de ville

Sur LE MANS, les principales entrées de ville et voies structurantes sont :

Pour la rocade :

- Boulevard Nicolas Cugnot - Georges Clémenceau	Trafic 2014 : 23 972 v/j Située en agglomération
- Boulevard Jean Moulin - Pierre Brossolette	Trafic 2014 : 23 897 v/j Située en agglomération
- Boulevard d'Estienne d'Orves - les Riffaudières	Trafic 2016 : 35 000 v/j Accès Zone Industrielle Sud Située en agglomération
- Boulevard du Général Patton - de Lattre de Tassigny	Trafic 2016 : 60 000 v/j Route classée à grande circulation Située hors agglomération

Pour les entrées Sud :

- RD 338, Route de Tours	Trafic 2016 : 19 099 v/j Route classée à grande circulation Accès « Grands équipements » Située hors agglomération
- Avenue Georges Durand	Trafic 2014 : 14 693 v/j (Trafic 2014 entre rocade et Centre Sud : 30 817 v/j) Accès ZACom Carrefour Centre Sud Située en agglomération
- Avenue Jean Jaurès	Trafic 2014 : 16 842 v/j Située en agglomération
- Avenue Félix Gèneslay	Trafic 2014 : 13 950 v/j Située en agglomération
- Avenue du Docteur Jean Mac	Trafic 2014 : 16 161 v/j Située en agglomération
- Boulevard Pierre Lefaucheux	Trafic 2014 : 18 983 v/j Accès Zone Industrielle Sud Située en agglomération
- Boulevard Demorieux	Trafic 2014 : 33 712 v/j Accès Zone Industrielle Sud Située en agglomération

Boulevards Cugnot - Clémenceau



Description :

Le boulevard Nicolas Cugnot traverse de grands ensembles d'habitat collectif (quartier des sablons) et de quartiers résidentiels d'habitat individuel. Il permet d'accéder à d'importants équipements publics tels que le Centre aquatique des Atlantides et le Lycée Hélène Boucher.

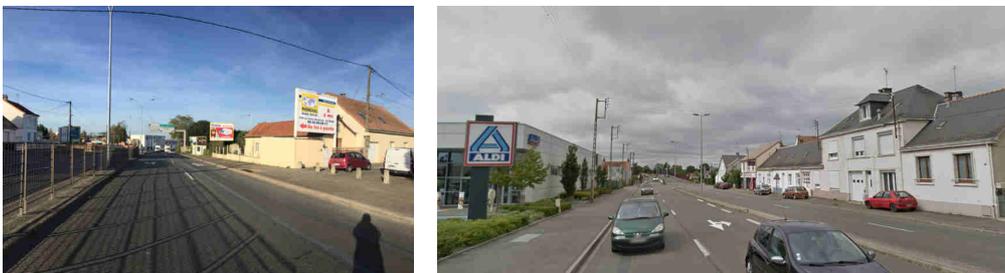
Il s'agit d'un axe routier 2x2 voies avec terre-plein central surmonté d'une haie sur la majorité de la voie. L'aménagement de l'espace public est très aéré permettant une large visibilité aux automobilistes avec de larges trottoirs doublés de stationnements sur une grande partie. La qualité de cet axe est principalement due à la présence d'alignements d'arbres sur la quasi-totalité de sa longueur et d'espaces privés également arborés plus particulièrement entre l'avenue Bollée et la rue Rodolphe Diesel.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il y a un fort enjeu avec un espace public aéré favorisant la présence de panneaux de grand format à la fois sur les domaines public et privé et notamment au niveau des carrefours où on recense trois panneaux numériques. L'espace très aéré facilite leur visibilité entre l'alignement des arbres y compris lorsqu'ils sont implantés sur le domaine privé.

Enseigne : L'espace très ouvert offre une bonne visibilité des bâtiments d'activités présents sur cet axe. On note cependant de grandes enseignes implantées au sol venant concurrencer les dispositifs publicitaires en particulier aux carrefours avenue Bollée et Georges Durand (installation d'activités commerciales).

Boulevards Moulin - Brossolette



Description :

Ces boulevards urbains traversent des secteurs constitués de logements collectifs, individuels et d'activités commerciales au Sud de la voie.

Ils comprennent trois carrefours reliant les axes routiers majeurs du Sud de la ville (boulevard Demorieux, avenue Félix Geneslay, avenue Georges Durand). Les constructions et les activités sont

situées en retrait des limites des parcelles. Le trottoir, moins large que le long du boulevard Nicolas Cugnot, et l'absence d'alignement d'arbres donnent visuellement une présence plus forte du bâti, donnant à cette partie de la rocade un caractère plus urbain.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe accueille un fort trafic automobile entraînant la présence de nombreux panneaux de grand format notamment au niveau du carrefour giratoire et sur les parcelles d'habitation. On recense l'installation d'un panneau numérique.

Enseigne : Il y a une grande visibilité des enseignes des activités présentes qui marquent le paysage avec de grands formats venant concurrencer la présence des panneaux publicitaires.

Fort enjeu d'attractivité et d'image avec des perspectives sur le centre ville du Mans à préserver.

Boulevards d'Orves - Riffaudières



Description :

Le boulevard d'Estienne d'Orves traverse des secteurs empreints d'activités commerciales et industrielles (ZIS et ZAC de la Cartoucherie). La fonction résidentielle y est absente.

Le boulevard des Riffaudières surplombe la Sarthe et est bordé de murs antibruit protégeant les habitations édifiées en retrait et en contrebas.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : L'aménagement, caractéristique des secteurs d'activités économiques (retrait, aires de stationnement), permet l'implantation de nombreux panneaux de grand format notamment au niveau du carrefour de La Pointe dont un panneau numérique. D'autres dispositifs sont implantés dans les jardins privatifs. La présence des murs antibruit impose aux annonceurs de rehausser les panneaux publicitaires à des fins de visibilité (non conformes).

Enseigne : Une grande visibilité des enseignes des activités présentes qui marquent le paysage avec de grands formats venant concurrencer les panneaux publicitaires.

Fort enjeu d'attractivité et d'image sur cette traversée de la ville (secteur économique et axe de transit).

Boulevards Patton - Tassigny



Description :

Ces boulevards font l'objet d'aménagement de type autoroutier de la voirie : 2x2 voies séparées par une glissière de sécurité (rocade).

Sur cette partie se succèdent des secteurs urbanisés et protégés par des murs antibruit, et des secteurs pas ou peu urbanisés où les quelques constructions sont sans prise directe avec le boulevard. L'arrivée sur la Zone Nord ouvre le paysage sur les bâtiments commerciaux.

La présence végétale réapparaît après de la sortie vers Alençon.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Hors agglomération, la publicité est interdite. On recense l'installation d'un panneau numérique à la fois enseigne et publicité au niveau de Beauregard et visible depuis la rocade, ainsi quelques préenseignes non conformes.

Enseigne : Grande visibilité des enseignes des activités présentes qui marquent le paysage et l'arrivée sur la zone Nord.

Fort enjeu d'attractivité et d'image sur cette traversée de la ville (secteur économique et axe de transit).

RD 338, Route de Tours



Description :

Il s'agit d'une voie départementale à double sens classée « voie à grande circulation », faite exclusivement pour la circulation automobile, dont certains détails sont liés au circuit des 24h (plots, clôtures, glissières de sécurité)

La voie est bordée ponctuellement par des activités économiques aux grandes volumétries et par de grandes infrastructures (MMArena, Antarès, dépôt de la SETRAM). Le grand paysage est visible : ces bâtiments sont entrecoupés d'espaces naturels boisés visibles au plus proche de la route comme au loin, ainsi que de parcelles bocagères. Quelques habitations sont présentes le long de la route, dans un tissu résidentiel individuel lâche.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

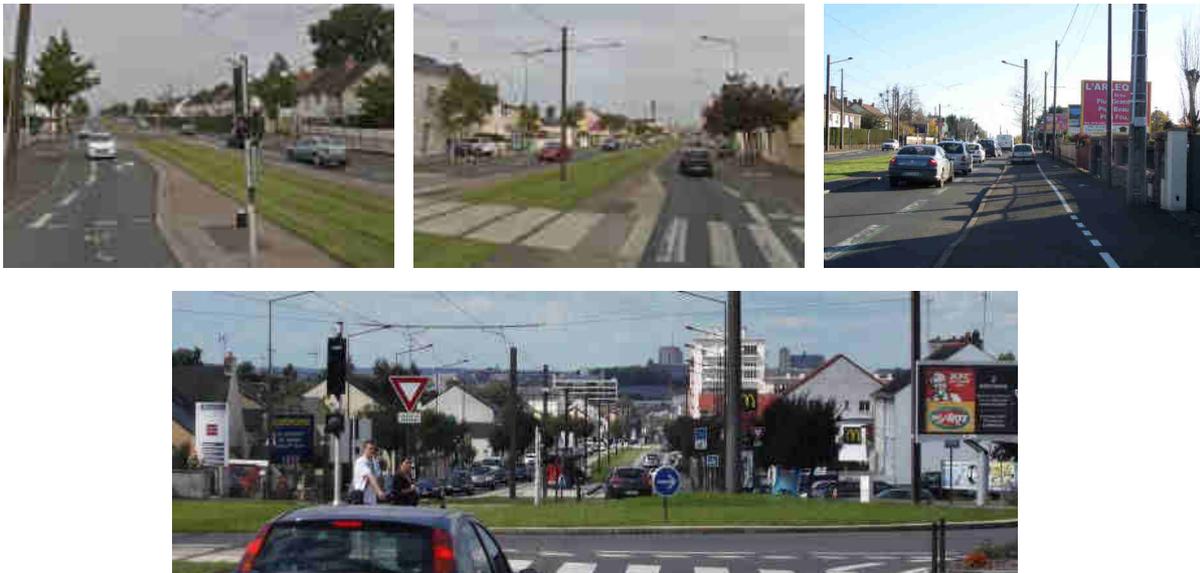
Publicité : Hors agglomération, la publicité est interdite.

Enseigne : Les enseignes très visibles depuis la voie ont un impact fort sur le paysage.

Fort enjeu lié au trafic, et au pôle d'excellence sportive (MMArena et circuit des 24h) avec la ligne droite des Hunaudières,

Paysage à protéger et image de la ville à valoriser (enjeu international).

Avenue Georges Durand



Description :

L'aménagement de la voie se caractérise par la ligne du tramway et son aménagement sur un espace enherbé. Des alignements d'arbres viennent agrémenter le cadre de vie de cette entrée.

Il s'agit d'un secteur mixte à la fois commercial et résidentiel avec des habitations individuelles et des immeubles collectifs. L'avenue est bordée sur son côté Est par une zone d'activité commerciale (autour du Carrefour Centre-Sud), caractérisée par des volumes bâtis importants. D'autres activités sont également présentes en rez-de-chaussée d'anciennes habitations.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité :Le fort trafic automobile entraîne la présence de nombreux panneaux de grand format notamment au niveau du carrefour giratoire et sur les parcelles d'habitation. On recense l'installation d'un panneau numérique.

Enseigne : Il y a une grande visibilité des enseignes des activités présentes qui marquent le paysage avec de grands formats venant concurrencer la présence des panneaux publicitaires.

Fort enjeu d'attractivité et d'image avec des perspectives sur le centre ville du Mans à préserver.

Avenue Jean Jaurès



Description :

Il s'agit d'une voie marquée par l'aménagement enherbé du tramway et des alignements d'arbres. C'est également une voie d'usage partagé avec des bandes cyclables, de larges trottoirs et des places de stationnements sur toute sa longueur.

A l'extrémité Sud de la voie, les espaces naturels bordant la rivière de l'Huisne sont visibles depuis cet axe de circulations.

L'avenue est bordée de collectifs R+4 et de maisons de ville R+2 qui forment des bandes continues alignées sur la rue. Au rez-de-chaussée de ces habitations (immeubles ou maisons), des activités tertiaires ou commerciales prennent place.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : En dehors des dispositifs de mobilier urbain supportant de la publicité installés sur le domaine public, la densité du bâti à l'alignement de la voie limite fortement la présence de panneaux de grand format. On relève cependant leur présence sur un pignon aveugle devant l'accès à l'école Pierre Philippeaux et sur le parking du laboratoire d'analyses médicales situé en retrait.

Enseigne : Les enseignes des activités présentes participent à l'animation de la centralité de ce quartier. Comme pour la publicité, peu ou pas d'enseignes installées au sol sont présentes.

Avenue Félix Génésly



Description :

L'avenue Félix Geneslay s'étend du Centre des expositions du Mans jusqu'à la place Adrien Tironneau. Elle est constituée de 2x2 voies et bordée de stationnements. Jusqu'à la rocade, le tissu urbain est très mixte autant en termes de bâtis que d'usages. Les secteurs résidentielles, avec de l'habitat individuel en retrait de la voie et un tissu plus dense d'immeubles collectifs à l'alignement, ainsi que des activités artisanales et commerciales se succèdent tout au long de l'avenue.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Le fort trafic automobile entraîne la présence de nombreux panneaux de grand format notamment sur les parcelles d'habitat individuel et au carrefour avec la rocade. On y recense également un panneau numérique.

Sur sa partie Sud, la différence de dénivelé entre domaine privé et domaine public accentue la présence de ces panneaux dans le paysage.

Enseigne : Les enseignes nombreuses, donnent une animation à cet axe (centralité de quartier). L'hétérogénéité des dispositifs d'enseignes et l'implantation irrégulière de plusieurs d'entre-elles font toutefois défaut à la qualité de cette entrée.

Avenue du Docteur Jean Mac



Description :

Des Etangs Chauds jusqu'à la place Adrien Tironneau, il s'agit d'une voie bordée par de larges espaces libres ouverts et arborés qui se referment progressivement à l'approche du centre ville. Cet axe est d'abord marqué par des activités qui occupent de grandes parcelles puis par un tissu à dominance résidentielle ponctuée de quelques commerces.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité: Le fort trafic automobile entraîne la présence de nombreux panneaux de grand format notamment aux intersections de voies. Ces derniers ont un impact important sur la perception de la ville.

Enseigne : Les enseignes présentes animent le paysage de cette entrée. On relève cependant quelques commerces qui ont tendance à multiplier le nombre de dispositifs.

Boulevard Pierre Lefauchaux



Description :

La voie présente un aménagement très routier dédié à la circulation automobile de transit : 2x2 voies avec une contre allée de chaque côté desservant les entreprises de la Zone Industrielle Sud. Elle se caractérise également par une absence de stationnements et très peu de place laissée aux piétons. Elle est bordée de bâtiments d'activité, avec une grande volumétrie, implantés de manière discontinue mais rapprochés donnant une impression de continuité.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : On relève la présence de nombreux panneaux de grand format liée à la traversée de la ZIS et son trafic important notamment aux intersections de voies. Ponctuant le paysage, ces derniers ont un fort impact (grand format + régularité/fréquence). Les espaces paysagers sont à revaloriser.

Enseigne : La présence d'enseignes sur toute la longueur de la voie témoigne de l'étendue de cette zone d'activités.

Fort impact avec des dispositifs aux formats variés : totems, panneaux (confusion enseignes/publicités), drapeaux, numériques, ...

On relève la présence de trois dispositifs numériques (à la fois enseigne et publicité).

Boulevard Demorieux



Description :

Passage du Tempo bus qui occupe une place centrale dans l'espace public. Les espaces verts sont aussi très présents autour de la voie avec des pelouses et alignements d'arbres.

La route est bordée de bâtiments d'activité avec une grande volumétrie, mais éloignés de la route. Quelques habitations sont également présentes.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Le fort trafic automobile entraîne la présence de nombreux panneaux de grand format notamment aux intersections de voies. L'aménagement qualitatif du Tempo opère une diminution du nombre de panneaux au bénéfice de ceux implantés sur le domaine public qui sont, dès lors, très visibles.

Enseigne : Les enseignes présentes animent le paysage de cette entrée. On relève cependant quelques commerces qui ont tendance à multiplier le nombre de dispositifs.

Route d'Allonnes



Description :

Le Tempo bus occupe une place centrale dans l'espace public de cette voie.

La route est entourée de bâtiments d'activités aux grandes volumétries qui, bien qu'en retrait de la voie, sont bien visibles. Absence de traitement végétal, hormis quelques pelouses et arbres très ponctuels.

Aux abords du pont Arc-en-ciel, le paysage s'ouvre sur un espace naturel de chaque côté de la voie.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Les vastes espaces libres laissés par les parcelles à usage d'activités font place aux panneaux publicitaires de grands formats venant parfois masquer les enseignes des bâtiments.

Enseigne : Compte tenu de la vocation économique de ce secteur, les enseignes sont très présentes. Leur intégration peut être améliorée pour valoriser les abords des aménagements publics récents et qualitatifs.

Enjeu important lié aux espaces publics et aux perspectives sur le paysage naturel à protéger.

Rue de Sablé



Description :

C'est un axe à double sens comprenant de nombreux ralentisseurs et du stationnement le long de la voie. La rue est bordée d'habitations ou de leurs jardins (haies, arbres). On note au niveau du carrefour avec la rue du Folleray la présence d'immeubles collectifs et des commerces de proximité, qui marque le passage dans une centralité de proximité. Le lieu a presque un aspect de bourg, avec de vieilles bâtisses et une voie plus étroite.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : On relève la présence de panneaux sur le domaine public et les pignons aveugles. Leur installation a tendance à interrompre la linéarité du tissu environnant.

Enseigne : les enseignes ont un impact positif marquant l'animation de ce quartier avec la présence de commerces de proximité

Impact important des dispositifs publicitaires créant un « décalage » avec l'ambiance de quartier.

Avenues Olivier Heuzé - Libération



Description :

Ces avenues sont bordées d'un tissu urbain de maisons individuelles plus resserré et dense, marqué par l'apparition dans le paysage de mancelles, d'immeubles collectifs et d'activités économiques ponctuellement. Elles croisent également la voie ferrée.

Il s'agit de voies urbaines bordées par du stationnement et éventuellement d'alignements d'arbres suivant la largeur de l'espace public.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : On relève la présence de nombreux panneaux notamment sur les pignons et sur les talus de la voie ferrée. Disparition progressive de panneaux scellés au sol à l'approche du centre ville (front bâti à l'alignement) en dehors du domaine public.

Présence d'un panneau numérique.

Enseignes : Elles participent à l'animation de ce secteur et témoignent de l'approche du pôle urbain. On relève peu d'enseignes installées directement sur le sol.

Route de Laval et avenue Olivier Messiaen



Description :

La route de Laval est une voie à double sens, dédiée à la circulation (sans stationnements ni trottoirs). Elle traverse un secteur en cours d'urbanisation et se trouve parfois bordée de bâtiments d'activités économiques, en retrait et espacés les uns des autres. L'espace privé apporte les éléments végétaux composant ce paysage (pelouses, haies naturelles, grands arbres).

L'avenue Messiaen est une voie à double sens doublée d'alignements d'arbres de chaque côté, qui mettent le végétal au premier plan du paysage. Elle est longée en partie par la ligne de tramway. Elle est également bordée de bâtiments d'activités économiques ou universitaires, en retrait et espacés les uns des autres. L'espace privé complète l'apport d'éléments végétaux faisant de cette entrée de ville la plus qualitative du Mans. La silhouette de la ville apparaît à l'horizon.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné sur la partie hors agglomération et la zone de protection du RLP en vigueur.

Enseignes : Les enseignes sont principalement sur bâtiment et bien intégrées.

Enjeu fort avec un espace paysager qualitatif et des perspectives à préserver.

Avenue Rubillard



Description :

Voie à double sens de circulation avec stationnements, trottoirs élargis et alignements d'arbres.

Le front bâti est constitué de maisons individuelles denses (maisons de ville) R+1 ou R+2 implantées à l'alignement, ponctué d'immeubles collectifs. La voie du tramway disparaît pour ensuite réapparaître au niveau de l'hôpital où elle occupe une place centrale.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Des dispositifs apparaissent sur l'avenue Rubillard dès le franchissement de la limite de la zone d'interdiction.

Enseignes : les enseignes sont principalement sur bâtiment et bien intégrées.

Enjeu fort avec un espace paysager qualitatif et des perspectives à préserver.

Route d'Alençon



Description :

La route d'Alençon est un axe primaire structurant avec des aménagements de type autoroutiers. Elle constitue un accès privilégié en tant qu'entrée de ville au Nord de l'agglomération mancelle. Cette départementale est irriguée par l'échangeur autoroutier des autoroutes A11 (Paris-Nantes) et A28 (Tours-Le Mans).

La voie traverse la zone d'activités commerciales Nord où le paysage est marqué par les enseignes qui l'emportent sur la visibilité des bâtiments et des espaces publics dont le traitement est très routier.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : L'axe n'est pas concerné (voie considérée hors agglomération) mais les dispositifs ont un impact potentiellement fort lié à la traversée de la Zone Nord et son trafic important.

Enseigne : Un fort enjeu avec de nombreuses enseignes qui ont été installées aux abords de ce grand axe routier. Ces dernières sont de grands formats malgré la visibilité des bâtiments et se confondent avec des panneaux publicitaires.

Les espaces paysagers et l'image de l'agglomération sont à requalifier.

Avenue Rhin et Danube



Description :

Voie très large bordée de stationnements, d'une bande cyclable et parfois d'alignements d'arbres. L'avenue est bordée de maisons individuelles R+1 soit de type pavillonnaire, soit de type maison de ville. La silhouette du front bâti est irrégulière du fait des différences d'implantation du bâti (parfois à l'alignement, parfois en retrait) et de la topographie (pente, notamment sur le côté Est de l'avenue). Plus ponctuellement, apparaissent quelques collectifs ainsi que des activités diverses.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Avec l'installation de nombreux panneaux autant scellés au sol que sur pignon, la publicité est très présente sur toute la longueur de la voie.

Présence de deux panneaux numériques.

Enseigne : Les enseignes sont principalement sur bâtiment et bien intégrées.

Rue de Bonnétable - rue des Maillets



Description :

Passée la rocade, la rue de Bonnétable offre des vues sur le centre commercial des Fontenelles qui occupe fortement le paysage côté Nord. Au-delà, la voie est bordée de maisons individuelles avec une architecture diversifiée du fait des différentes époques d'urbanisation, et d'immeubles collectifs. Les haies et plantes privées créent une trame végétale quasi-continue tout au long de la voie. Cette trame est ensuite renforcée par les aménagements du tramway qui apparaissent au niveau de la rue des Maillets.

A l'approche du centre-ville, la rue est bordée d'un tissu urbain plus resserré avec une mixité des formes urbaines (maisons de ville et collectifs) et une mixité des fonctions urbaines (habitations et commerces et services de proximité en rez-de-chaussée des immeubles).

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il y a une présence régulière de panneaux jusqu'au front bâti de la rue des Maillets où ils se font plus rares (hors dispositifs Decaux sur domaine public qui poursuivent cette régularité)

Enseigne : Quelques enseignes sont très visibles notamment au niveau du centre commercial. Au-delà les enseignes participent à l'animation des centralités de quartier traversées par cet axe.

Avenue Bollée



Description :

Entre Béner et la rocade (Boulevard Cugnot), des maisons de ville et des pavillons se succèdent et sont entrecoupées de quelques activités économiques. L'habitat est à l'alignement du domaine public au Sud de la voie, et en retrait au Nord. La faible hauteur de l'habitat confère à cet espace une forme urbaine aérée. Le domaine public a fait l'objet d'aménagements récents avec notamment des plantations d'arbres.

Au niveau du carrefour de la rocade, l'urbanisation est discontinue et peu dense malgré la présence de grands ensembles d'habitat au Sud-Ouest et d'activités commerciales au Nord. Progressivement, en allant vers le centre-ville, le tissu urbain à vocation essentiellement résidentielle se densifie avec du bâti s'élevant sur plusieurs étages et à l'alignement de la voie.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : S'agissant d'un axe majeur d'entrée de ville, les espaces libres laissés par les jardins privatifs et les activités en retrait sont occupés par des dispositifs publicitaires. On relève en particulier une forte concentration au carrefour avec la rocade avec l'installation de deux panneaux numériques.

Enseigne : De même que la publicité, les enseignes commerciales utilisent de grands formats faisant concurrence aux publicités présentes pour être mieux vues. A l'approche du centre ville les enseignes de proximité se substituent aux grandes enseignes.

► **Zones d'activités**

Sur LE MANS, les principales zones d'activités sont :

- Zone Nord (Zone Industrielle Nord, Parc Manceau)	Vocation dominante : Mixte Surface : 77 ha Nombre d'établissement : 156
- Zone Industrielle Sud (ZIS, Polygone, Vitaxis, Actisud, Pied Sec, Cartoucherie)	Vocation dominante : Industrielle Surface : 526 ha Nombre d'établissement : 352
- Vauguyon - Centre Sud	Vocation dominante : Commerciale Surface : 11,7 ha Nombre d'établissement : 74
- Panorama	Vocation dominante : Mixte Surface : 23,9 ha Nombre d'établissement : 55
- Fontenelles	Vocation dominante : Commerciale Surface : 8,3 ha
- Fouillet	Vocation dominante : Mixte Surface : 8,3 ha Nombre d'établissement : 4
- Béner	Vocation dominante : Commerciale Surface : 33,6 ha Zone en cours
- Technopôle Université	Vocation dominante : Tertiaire / Mixte Surface : 66,7 ha Nombre d'établissement : 304
- Technoparc des 24 Heures	Vocation dominante : Industrielle Surface : 23,2 ha Nombre d'établissement : 27
- Californie	Vocation dominante : Tertiaire Surface : 35,9 ha Nombre d'établissement : 10
- Marais Monthéard	Vocation dominante : Tertiaire Surface : 3,3 ha Nombre d'établissement : 103
- Danemark	Vocation dominante : Mixte Surface : 1,4 ha Nombre d'établissement : 20
- Miroir	Vocation dominante : Tertiaire / Mixte Surface : 2,3 ha

Nombre d'établissement : 14

- Acacias

Vocation dominante : Artisanale

Surface : 3,6 ha

Nombre d'établissement : 8

- Technopôle gare TGV
Novaxis/Novaxud

Vocation dominante : Tertiaire

Surface : 11,5 ha

Nombre d'établissement : 147

Zone Nord



Description :

Sur Le Mans, la Zone Nord se compose de deux entités distinctes de part et d'autre de la route d'Alençon.

La Zone Industrielle Nord est un secteur relativement ancien, qui a une vocation première industrielle, artisanale et de petite production. Cependant, du fait de sa proximité immédiate avec la zone commerciale Nord, la rocade et l'entrée d'agglomération de la route d'Alençon, elle a accueilli de plus en plus d'activités commerciales.

Le Parc Manceau est une zone commerciale récente accueillant des bâtiments et un aménagement présentant une certaine qualité paysagère.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Présence de panneaux publicitaires le long de l'avenue Rhin et Danube, mais aussi à l'intérieur de la ZIN (rues Thomas Edison et Albert Einstein). Plus anecdotique sur le Parc Manceau, on trouve peu de pré-enseignes, en raison notamment de la qualité de la signalétique.

Enseignes : Il y a un fort enjeu d'attractivité avec un impact sur la qualité du paysage lié à la multiplication, l'hétérogénéité, la confusion enseigne/publicité (malgré utilisation fréquente du totem) et l'esthétisme (enseignes au sol).

Le Parc Manceau est néanmoins un bon exemple d'intégration des enseignes sur sa cour intérieure.

Zone Industrielle Sud



Description :

La Zone Industrielle Sud est la plus grande zone d'activités en surface de l'agglomération. Sur Le Mans, l'étude de cette zone comprend également les zones du Polygone, de Vitaxis, d'Actisud, de Cartoucherie et de Pied Sec.

Il s'agit d'une zone d'activités historique de l'agglomération, créée autour de la gare de triage et de l'usine Renault. Aujourd'hui elle regroupe des industries diverses et notamment dans le domaine de l'automobile, de l'agroalimentaire et de l'électronique ; ainsi que des activités artisanales et de petites production.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Fort impact, notamment le long des boulevards Demorieux et Lefauchaux, sur lesquels le trafic est important, mais aussi le long des axes secondaires irriguant la zone.

Enseignes : Fort impact des enseignes avec des dispositifs aux formats variés : totems, panneaux (confusion enseignes/publicités), drapeaux, numériques, ...

Dispositifs numériques recensés.

Vauguyon - Centre-Sud



Description :

La zone de Vauguyon se situe au Sud du Mans, sur l'axe majeur de l'avenue Georges Durand. Autrefois en entrée de ville, la zone a peu à peu été entourée par l'urbanisation puis desservie par le tramway, faisant de celle-ci un pôle au cœur du tissu urbain.

Ce secteur commercial relativement ancien (fin des années 1960) s'organise autour du Centre Sud qui comprend un hypermarché et une galerie commerçante.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Présence de panneaux publicitaires sur l'avenue Georges Durand (axe circulant) mais aussi au sein de la zone.

Enseignes : Quelques enseignes vieillissantes. Visibilité importante des enseignes des activités situées le long de l'avenue G. Durand, notamment le Centre-Sud.

Panorama



Description :

La zone du Panorama se situe en périphérie du Mans, à proximité de la déviation Sud, du Centre des Expositions et du Pôle d'excellence sportive. Elle accueille une mixité d'activités (commerciale, artisanale, de petite production) qui ont pour point commun notamment le secteur de la mécanique (automobile, deux-roues motorisés). Cette spécificité semble néanmoins s'estomper avec le vieillissement de la zone qui présente un taux de vacance relativement important.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il ya peu de dispositifs recensés mais une multiplication des pré-enseignes, y compris sur le domaine public.

Enseignes : Multiplication et diversité des dispositifs : drapeaux, panneaux de différentes tailles, enseignes sur façade, bâches, etc.

Fontenelles



Description :

Le Centre commercial des Fontenelles comprend un supermarché, une galerie commerçante, une station service et un restaurant fast-food. Il se situe en entrée de ville, sur la route de Bonnétable, et est visible depuis la rocade Est.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il y a des panneaux publicitaires le long de l'axe d'entrée de ville

Enseignes : Les enseignes sont visibles depuis la rocade ayant un impact fort sur l'axe d'entrée de ville. Des enseignes temporaires, de type bâches, sont régulièrement installées.

Fouillet



Description :

Cette zone économique située à proximité de la déviation Sud-Est comprend les activités présentes le long de l'avenue du Docteur Jean Mac et la zone du Fouillet en cours d'aménagement.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Présence de panneaux publicitaires le long de l'avenue Jean Mac. Il y a peu d'impact aujourd'hui à l'intérieur de la zone

Enseignes : De nombreuses enseignes non conformes sont présentes, notamment au niveau des concessionnaires automobiles le long de l'avenue Jean Mac.

Béner



Description :

Cette zone en projet accueillera des activités commerciales entraînant une forte fréquentation avec la présence d'un hypermarché Leclerc et de l'enseigne Ikéa. Située aux portes de la ville, la qualité des aménagements aura un impact fort sur l'image de l'agglomération mancelle.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Toute publicité visible depuis la déviation est interdite. Le projet présente une qualité paysagère par ses aménagements notamment sur la végétation des espaces libres. Nécessité d'assurer le maintien du cadre de vie envisagé.

Enseigne : projet en cours - impact fort à maîtriser.

Université



Description :

Cette zone s'est développée autour de l'Université du Mans, dans une logique de synergie entre centres de formation, laboratoires de recherche et entreprises. Il s'agit également d'un secteur mixte

en termes de fonctions urbaines puisqu'il accueille des activités économiques, des logements et des équipements d'enseignement. Les activités économiques présentes sont également diversifiées, bien que principalement tournées vers le tertiaire. La desserte par le tramway et l'aménagement végétalisé de l'espace public procurent à cette zone une qualité paysagère.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Les publicités sont interdites le long de la route de Laval (RLP actuel). Hors mobilier urbain, il n'y a aucune publicité au cœur de la zone

Enseignes : Globalement, une bonne intégration des enseignes qui ont un impact positif sur le paysage.

Technoparc des 24 Heures



Description :

Le Technoparc des 24 Heures se situe au cœur du pôle d'excellence sportive, entre le circuit et les Hunaudières. Il s'agit d'une zone dédiée à l'innovation en matière d'automobile et d'industrie mécanique. Elle s'inscrit dans un cadre paysager naturel de qualité avec, à proximité, l'hippodrome et le ruisseau du Roule-Crottes, prolongé par la présence d'alignements d'arbres le long des voies internes et externes à la zone.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Hors agglomération = publicités et préenseignes interdites.

Enseignes : Les enseignes sont globalement bien intégrées au paysage à travers des totems et des enseignes sur façades conformes aux dispositions en vigueur.

Californie



Description :

Le secteur de la Californie se situe au Sud-Est de la ville du Mans, dans un secteur boisé. Il accueille des entreprises principalement du domaine tertiaire, dont la plus emblématique est celle des Mutuelles du Mans Assurances (MMA). Il comprend également de nombreux équipements sportifs, de loisirs, d'enseignement et de formation.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Le cadre paysager fortement boisé limite les dispositifs publicitaires.

Enseignes : Peu d'enseignes sont visibles depuis l'extérieur de l'enceinte MMA, rue Henri Champion. Plus loin, les enseignes des équipements publics d'enseignement et de formation sont multiples et visibles.

Marais Monthéard - Danemark - Miroir - Acacias

Marais Monthéard



Danemark



Miroir



Acacias



Description :

Ces quatre zones d'activités sont de petites tailles. Elles se situent au cœur du tissu urbain et proposent des locaux à destination de petites entreprises : principalement tertiaires pour Marais-Monthéard et Miroir ; principalement artisanales pour Danemark et Acacias.

Le secteur des Acacias présente la particularité d'être occupé en grande partie par les anciens magasins généraux de la Chambre des Commerces et de l'Industrie.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Les dispositifs publicitaires sont plutôt rares (rue Molière)

Enseignes : Il y a une bonne intégration dans l'ensemble.

Technopôle Gare TGV - Novaxis/Novaxud



Description :

Le secteur Novaxis se situe au cœur de la ville du Mans, dans le quartier de la gare Sud. En tant que technopôle et centre d'affaire, il s'agit d'un secteur stratégique de développement économique pour l'agglomération. Il accueille des entreprises, essentiellement de service. Il s'appuie sur la promotion de l'innovation notamment dans le domaine du numérique, de la mobilité ou de la création.

Le secteur est amené à s'élargir vers le Sud, notamment à travers un projet de renouvellement urbain appelé « Novaxud », sur le site de l'ancien hôpital psychiatrique Etoc Demazy.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Quelques dispositifs le long des boulevards Oyon et de la Petite Vitesse. Impact faible sur la zone.

Enseignes : Impact faible, bonne intégration des enseignes dans la globalité, malgré quelques dispositifs non conformes notamment à la sortie de la gare.

Ce secteur constitue également une entrée de ville.

2.11 - Analyse paysagère de Mulsanne

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le cœur du bourg de Mulsanne se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées correspondant au tissu mixte du bourg ancien (le « Vieux Bourg »). Ce tissu mixte se retrouve également au niveau des deux noyaux anciens du « Bourg Neuf », situés le long de l'Avenue François Mitterrand.

L'essentiel du tissu résidentiel qui s'est développé au Nord et à l'Ouest à partir des années 1970 est un tissu pavillonnaire classique. Des formes plus denses d'habitat individuel se trouvent sur le secteur de la Rochère et dans la ZAC de Bellevue.

Le tissu résidentiel est en revanche plus lâche le long de la VC7, des rues de La Chesnaie, de la Paumerie, du Stade, allée du Vieux Moulin et sur quelques séquences le long de l'Avenue François Mitterrand. Il s'agit d'un tissu moins organisé, issu généralement de divisions foncières partielles hors opération d'ensemble.

Deux polarités commerciales sont observées sur la commune :

- l'entrée Nord de la commune, le long de l'avenue Bonen, avec un supermarché et une galerie commerçante comprenant une petite dizaine de commerces de proximité. La dynamique de cette polarité est également liée au centre socio-culturel Simone Signoret,
- le centre bourg avec une quinzaine de commerces implantés le long de l'avenue François Mitterrand, et sur les places Jean Moulin et des Anciens Combattants, qui bénéficient de la proximité de la Mairie. Ce centre-bourg est également proche d'éléments patrimoniaux qui marquent le paysage : l'église Sainte-Madeleine et le presbytère.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Des dispositifs scellés au sol ponctuent la traversée de la commune (avenue François Mitterrand) sans pour autant créer d'obstruction visuelle. La présence d'alignement d'arbres le long de l'espace public et la densité du bâti contribuent à diminuer l'installation de ces panneaux.

Au centre commercial Carrefour Market, les nombreux dispositifs situés sur les espaces libres contrastent avec les espaces boisés/arborés environnants.

Dans l'agglomération, ce sont les établissements du Carrefour Market et de La Boule d'Or qui regroupent le plus d'enseignes.



► Entrées de bourg

Sur MULSANNE, les principales entrées de bourg sont :

- RD 338, Avenue François Mitterrand (entrée Sud) Trafic 2016 : 12 478 v/j
Située en agglomération
- RD 338, Route de Tours (entrée Nord) Trafic 2016 : 8 803 v/j
Située en et hors agglomération
- RD 92 Trafic 2016 : 6 274 v/j
Située hors agglomération

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4 m² sont autorisés.

RD 338, Avenue François Mitterrand (entrée Sud)



Description :

La route de Tours, sur sa partie Sud, est caractérisée par une alternance entre paysage rural et naturel relativement ouvert au niveau des Goupillières puis ponctuée par la traversée des ruisseaux du Rhonne et de Pontvillain. Le secteur la Madeleine offre des vues de part et d'autre sur un paysage rural et naturel d'intérêt (chemin est-ouest, éléments bâtis du secteur de la Perraudière, peupleraie, lavoir et prairies humides du Pontvillain).

L'allée de platanes qui borde cette voie atténue le caractère routier de cet axe qui constitue également une entrée dans l'agglomération mancelle pour les communes du Bélois.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : L'importance du trafic lié à l'arrivée sur l'agglomération mancelle et le circuit des 24H, a favorisé l'implantation de dispositifs publicitaires. Certains ont été installés avant la zone agglomérée (dispositifs non conformes). Leurs formats impactent fortement le paysage de cette entrée qui présente les derniers éléments d'un environnement rural avant l'arrivée dans l'agglomération mancelle.

Enseigne : Il s'agit d'un axe non concerné du fait de l'absence d'activité.

RD 338, Route de Tours (entrée Nord)



Description :

Cet axe est marqué par les installations du circuit des 24H, dans un environnement encore très boisé et peu construit. La ligne droite offre des percées visuelles au loin et dans les deux sens de circulation. L'entrée Nord dans le bourg de Mulsanne est symbolisée par le rond-point du Virage de Mulsanne, et se fait progressivement par l'avenue François Mitterrand bordée essentiellement de petites activités et de pavillons. Quant à l'entrée sur l'agglomération, elle est marquée par le rond point entre Family Village et la zone d'activités du Cormier.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Les préenseignes et publicités au sol sont interdites.

Enseigne : Quelques enseignes liées aux activités présentes le long de la route de Tours s'imposent dans les percées du paysage boisé qui qualifie les abords du Circuit des 24 H du Mans. Au rond-point de la RD 140, les enseignes sur la clôture de l'hôtel KYRIAD se substituent aux haies initialement plantées.

RD 92



Description :

Il s'agit d'un axe desservant la zone d'activités du Cormier et constituant une transversale entre Arnage et Ruaudin. Cette desserte se décompose en deux séquences. Une première séquence débutant à Beauséjour, longeant des équipements sportifs, de l'habitat diffus et de petites activités dans un cadre naturel relativement préservé. Une seconde séquence, traversant la zone d'activité du Cormier jusqu'à Family Village marquée par la grande volumétrie des bâtiments et des enseignes fortement visibles.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (hors agglomération) : Elle est interdite.

Enseigne : Compte tenu du trafic et de la présence de la zone d'activités, une vigilance est préconisée sur la qualité des enseignes pour préserver le paysage boisé et l'attractivité de la zone.

► **Zones d'activités**

Sur MULSANNE, les principales zones d'activités sont :

- | | |
|--------------|---|
| - Le Cormier | Vocation dominante : Commerces / Artisanat
Surface : 31 ha
Nombre d'établissement : 33
Située hors agglomération |
| - Le Sablon | Vocation dominante : Artisanale
Surface : 7,6 ha
Nombre d'établissement : 18
Située en agglomération |

Le Cormier



Description :

Cette zone est située au carrefour entre deux routes départementales à forte circulation. Elle accueille des activités commerciales, notamment de grandes enseignes locomotives, et quelques activités artisanales et de petite production en second riveau.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité (hors agglomération et hors unité urbaine du Mans) : Elle est interdite. On relève cependant des dispositifs de préenseignes

Enseigne : Il y a peu d'enseignes scellées au sol hormis côté route départementale, là où il y a un fort trafic.

Le Sablon



Description :

Située en périphérie du bourg, cette zone accueille des activités plutôt artisanales et de petite production, impliquant de faibles volumes.

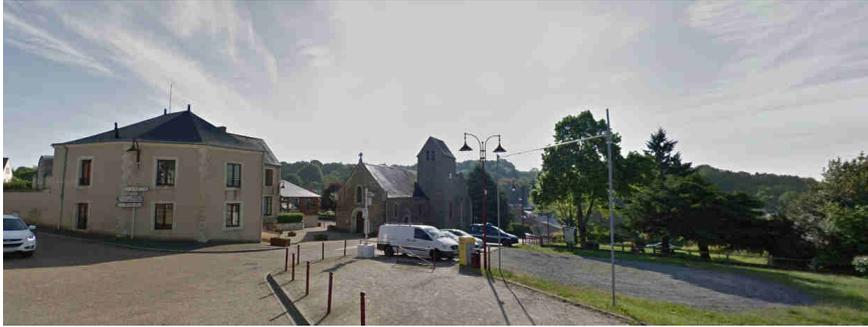
Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité hors unité urbaine du Mans : les dispositifs installés au sol sont interdits.

Enseigne : impact faible avec pas ou très peu d'enseigne installées au sol, le paysage est préservé.

2.12 - Analyse paysagère de Pruillé-le-Chétif

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le bourg de Pruillé-le-Chétif est organisé sur un plan en étoile à partir du croisement de 4 routes : celle du Mans, de Fay, de Saint-Georges-du-Bois et de Trangé. Quelques constructions étaient concentrées autour de l'église dès le XVIII^{ème} siècle. Ce cœur de bourg, situé au carrefour principal, se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées, et la présence de trois commerces. A ce carrefour se trouve également un tissu d'équipement plus ouvert mais bien intégré au tissu mixte du bourg ancien. Enfin, il accueille deux éléments patrimoniaux importants : l'église Saint-Pierre et la mairie (ancien presbytère).

Pruillé-le-Chétif a connu un développement urbain à partir des années 1980, à l'Est puis à l'Ouest à travers des opérations successives de lotissements pavillonnaires. Ces opérations se sont faites selon un schéma récurrent confortant l'éclatement du bourg : une organisation linéaire sur une voie en impasse se greffant sur une voie déjà existante. Cet assemblage a eu tendance à déconnecter les quartiers qui ont ensuite été retissés grâce au remplissage des espaces interstitiels entre 1990 et 2000.

Les lotissements accolés au cœur de bourg se caractérisent par un tissu pavillonnaire, parfois dense (rues du Cèdre, du Champ de la Marnière, du Bordage, du Sorbier, impasse du Chemin Creux).

Le tissu résidentiel devient plus lâche en périphérie, notamment le long des axes principaux : routes de Trangé, de Rouillon, du Mans et de Fay.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Aucun dispositif publicitaire n'est recensé.

L'impact des dispositifs existants est relativement faible, hormis pour les enseignes du bar-tabac-presses Le Rando, qui occupe une place centrale dans le bourg.



► Entrées de bourg

Sur PRUILLE LE CHETIF, les principales entrées de bourg sont :

- | | |
|--|--|
| - Route de Trangé (entrée Nord) | Située hors agglomération |
| - Route du Mans (entrée Sud) | Trafic 2016 : 1 801 v/j
Située en agglomération |
| - RD50, Route de Fay (entrée Nord-Ouest) | Trafic 2016 : 1 801 v/j
Située en et hors agglomération |

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4m² sont autorisés.

Route de Trangé (entrée Nord)



Description :

L'entrée Nord par la route de Trangé longe des équipements communaux intégrés dans le paysage bocager de la commune. Cernée de haies hautes qui occultent les environs, la route de Trangé débouche directement au cœur du bourg ancien, marqué par la densité du bâti et leur implantation à l'alignement.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné.

Enseigne : En l'absence de haies plantées en limite de la route, les enseignes de la Maison de la Petite Enfance sont fortement visibles et constituent une réelle interruption dans la continuité du cadre naturel de cette entrée.

Route du Mans (entrée Sud)



Description :

La présence du bourg est dans un premier temps occultée par un boisement et les jeux de relief. Passé le panneau d'entrée dans la commune, les premières toitures pavillonnaires apparaissent en contrebas dans un contexte fortement boisé. Le dénivelé de la voie offre à cette entrée une perspective visuelle de qualité sur le bourg. Les aménagements récents de voirie autour du premier carrefour, puis la densification du tissu pavillonnaire autour, marquent l'entrée vers le bourg.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activités et du faible trafic.

RD50, Route de Fay (entrée Nord-Ouest)



Description :

La RD 50 offre des perspectives lointaines sur le paysage du bocage. L'entrée dans le bourg se caractérise par un alignement de haies servant de clôtures aux jardins particuliers des pavillons bordant la voie. La présence de ces haies permet une transition douce entre l'espace rural et le cœur de bourg, en masquant en partie la présence des habitations.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activités et du faible trafic.

2.13 - Analyse paysagère de Rouillon

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le noyau urbain historique de Rouillon se localise au croisement entre la rue de la Mairie et la rue de Pruillé. Il est de petite taille. Cela s'explique par le faible développement du bourg ancien avant l'urbanisation de la commune à partir des années 1970. Trois éléments de patrimoine s'y trouvent : l'église Notre-Dame, le presbytère édifié au XV^{ème} siècle et une maison bourgeoise dans laquelle se trouve l'actuelle bibliothèque.

Ce noyau urbain est entouré d'un tissu résidentiel individuel de type pavillonnaire plus ou moins dense, conséquence du phénomène de péri-urbanisation de la commune qui s'est traduit par une succession d'opérations de lotissement.

La commune de Rouillon est organisée autour de trois polarités :

- une polarité commerciale, rassemblée autour d'un petit supermarché, complétée par de petits commerces de proximité et des professions médicales,
- une polarité autour d'équipements sportifs communaux, sur la rue des Charmes,
- une polarité autour de la mairie et de l'école, rue de l'Eglise.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Les dispositifs présents dans le bourg se trouvent majoritairement dans la polarité commerciale, située à l'intersection des rues de la Mairie, des Tulipes et des Charmes. Ils sont pour la plupart bien intégrés.

On relève peu d'enseignes perpendiculaires et peu de dispositifs scellés au sol. Ces derniers sont de petits formats. De plus, la typologie bâtie du bourg (essentiellement pavillonnaire), ne se prête pas aux dispositifs publicitaires sur pignon.



► Entrées de bourg

Sur ROUILLON, la principale entrée de bourg est la rue de la Mairie/route de Beaugé :

- Rue de la Mairie / route de Beaugé

Trafic 2014 : 3 625 v/j

Située en et hors agglomération

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4 m² sont autorisés.



Description :

Le bourg de Rouillon présente une entrée principale au Nord par la route de Beaugé. Elle offre, depuis la route de Laval, une première perception de la lisière bâtie à hauteur de l'Oseraie. L'entrée se fait par une voie entourée de boisements. Peu après le panneau d'agglomération, la végétation encore présente confère un caractère rural à cette entrée, même si les aménagements récents de la voie et les perspectives montrent bien l'entrée dans un bourg essentiellement pavillonnaire.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activités et du faible trafic.

► Zones d'activités

Sur ROUILLON, les principales zones d'activités sont :

- Technopôle - Université
(Chanteloup, Chardonneret)

Vocation dominante : Mixte
Surface : 7 ha
Nombre d'établissement : 30
Située en agglomération

- Oseraie

Vocation dominante : Mixte (Artisanale, tertiaire)
Surface : 1,2 ha
Zone en cours
Située hors agglomération

- Vieil Hêtre

Vocation dominante : Mixte
Surface : 9,9 ha
Zone en cours
Située en agglomération

Technopôle - Université



Description :

Au Nord-Est du centre de Rouillon, les zones d'activités de Chanteloup - Chardonneret et le secteur de la Futaie se situent sur le plateau de l'Université. La continuité du relief avec la zone de l'Université oriente naturellement ce secteur vers Le Mans plutôt que vers le bourg de Rouillon dont il est séparé par la vallée. Les relations visuelles sont limitées par la végétation sur les coteaux et en ligne de crête.

Ainsi l'impact visuel des bâtiments d'activités depuis Rouillon est infime. En revanche, le bourg est perceptible depuis la zone d'activités, notamment à l'extrémité de l'impasse Chanteloup.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné (publicité au sol interdite).

Enseigne : Les enseignes sont majoritairement bien intégrées sur bâtiment et peu d'enseignes au sol.

Qualité des espaces libres paysagers à préserver.

Vieil Hêtre



Description :

Cette zone d'activités est en cours d'urbanisation avec l'arrivée prochaine d'une activité logistique.

Le site se trouve à l'interface entre les espaces urbanisés (au Nord) et les espaces naturels encaissés de la vallée du Chaumard (au Sud).

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : axe non concerné - publicité au sol interdite. Toutefois la situation en deuxième rideau d'urbanisation et l'absence de voie d'accès visible nécessite une attention particulière sur la qualité et la lisibilité de la signalétique à mettre en place sur ce secteur.

Enseigne : impact futur à surveiller, caractère naturel et perspectives lointaines à préserver.

Oseraie



Description :

Cette zone d'activités est en cours d'urbanisation. A ce jour aucune activité n'est installée. Sa position, en bordure de la route de Beaugé lui donne une bonne visibilité depuis cette voie : la dimension paysagère de ce secteur est de ce fait importante.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné. (publicité interdite hors agglomération).

Enseigne : impact futur à surveiller.

2.14 - Analyse paysagère de Ruaudin

► **Paysage urbain et centre-bourg**



Description :

Le cœur du bourg de Ruaudin, situé le long de la rue Principale, se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées correspondant au tissu mixte du bourg ancien. Il comprend une dizaine de commerces et services de proximité. Ce cœur de bourg est complété par un tissu d'équipements à l'Est de la rue Principale. Il compte trois éléments patrimoniaux principaux : l'église Saint-Pierre datant du XVII^{ème} siècle, le lavoir et l'ancienne école communale (aujourd'hui annexe de la mairie).

L'essentiel du tissu résidentiel qui s'est développé autour de ce cœur de bourg à partir des années 1970 est un tissu pavillonnaire classique, hormis à l'Ouest de la rue Principale où ont été regroupées la plupart des opérations d'habitat dense (habitat individuel mitoyen et habitat collectif) de la commune.

Un tissu résidentiel plus lâche s'est développé au Sud et à l'Est par une urbanisation linéaire au coup par coup, principalement le long des routes de Mulsanne et de Brette les Pins, des chemins de la Guyonnière et de la Vergère, de la rue de Parigné l'Evêque.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Les dispositifs d'enseignes se concentrent dans le bourg le long de la rue Principale. Les enseignes sont globalement bien intégrées sur les façades malgré quelques enseignes perpendiculaires importantes et une multiplication d'enseignes sur le bar-tabac.

La plupart des dispositifs publicitaires sont de petit format (type mobilier urbain). Quelques dispositifs se retrouvent sur pignon. Ils sont situés le long des axes de passage.



► Entrées de bourg

Sur RUAUDIN, les principales entrées de bourg sont :

- | | |
|---|--|
| - RD 142, route du Mans (entrée Nord) | Trafic 2016 : 7 943 v/j
Située en et hors agglomération |
| - RD 140ter, route de Mulsanne (entrée Sud) | Trafic 2016 : 3 939 v/j
Située en et hors agglomération |
| - RD 250, rue de Parigné (entrée Nord-Est) | Trafic 2014 : 2 541 v/j
Située en agglomération |
| - RD 142, route de Brette les Pins (entrée Sud-Est) | Trafic 2016 : 7 930 v/j
Située en agglomération |

- RD 92, route d'Arnage (entrée Ouest)

Trafic 2016 : 5 180 v/j
Située hors agglomération

Appartenant à l'unité urbaine du Mans, la commune est susceptible d'accueillir des dispositifs publicitaires et notamment des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²).

RD 142, Route du Mans (entrée Nord)



Description :

L'entrée Nord se fait depuis Le Mans. La voie présente un caractère naturel notamment boisé et mité par des habitations éparses. L'apparition de pavillons à la sortie des boisements marque l'entrée dans le bourg qui se confirme un peu plus loin avec le giratoire croisant la rue de Changé.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il n'y a pas de publicité recensée à ce jour. Le paysage naturel est à protéger face à l'impact potentiel des publicités sur les pignons aveugles existants et espaces libres privés.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activité.

RD 140 ter, Route de Mulsanne (entrée Sud)



Description :

L'entrée Sud se fait en provenance de Mulsanne. A l'issue de boisements denses, elle traverse une succession de pavillons bordant la voie côté Est et la zone d'activités de Bel Air côté Ouest. L'ensemble garde un caractère "périphérique" du fait des espaces naturels l'entourant.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : présence de préenseignes à l'entrée de la zone artisanale

Enseigne : les enseignes apparaissent au niveau de la zone artisanale, leur impact ponctuel est lié à la façon dont elles sont installées (sur ou "par-dessus" la clôture).

Vues sur le paysage naturel et boisé à préserver.

RD 250, Rue de Parigné l'Evêque (entrée Nord-Est)



Description :

L'entrée Nord-Est se fait par la rue de Parigné l'Evêque qui comprend plusieurs séquences :

- une zone d'habitat diffus au Sud et une zone naturelle au Nord,
- des boisements et le cimetière,
- la sortie de ces boisements avec vue sur l'église et les secteurs pavillonnaires alentours.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé à ce jour.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activité.

Vues sur le paysage rural et boisé à préserver.

RD 142, Route de Brette-les-Pins (entrée Sud-Est)



Description :

L'entrée Sud-Est se fait par la route de Brette les Pins. Depuis un secteur fortement boisé, elle fait apparaître un secteur pavillonnaire lâche qui se densifie progressivement à l'approche du bourg. L'arrivée dans le bourg est sur cet axe assez peu perceptible du fait d'une voirie dont le profil garde un caractère plutôt rural.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé à ce jour.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activité.

Pas d'impact aujourd'hui. Vues sur le paysage rural et boisé à préserver.

RD 92, Route d'Arnage (entrée Ouest)



Description :

L'entrée Ouest se fait par la route d'Arnage, depuis Family Village. Cet axe est bordé de haies, de nombreux boisements, d'activités, d'habitat diffus. A l'approche du bourg, la silhouette de ce dernier devient visible grâce à une grande ouverture, avec le giratoire du Plantard qui marque l'entrée dans le bourg.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : présence de préenseignes hors agglomération

Enseigne : comme sur la route de Mulsanne, les enseignes apparaissent au niveau de la zone artisanale, leur impact ponctuel est lié à la façon dont elles sont installées (sur ou "par-dessus" la clôture).

Vues sur le paysage rural et boisé à préserver.

► **Zones d'activités**

Sur RUAUDIN, les deux zones d'activités sont :

- Les Hunaudières Vocation dominante : Mixte
Surface : 75 ha
Zone en cours
Située en et hors agglomération

- Bel Air Vocation dominante : Artisanat
Surface : 13,2 ha
Nombre d'établissement : 20
Située hors agglomération

Les Hunaudières



Description :

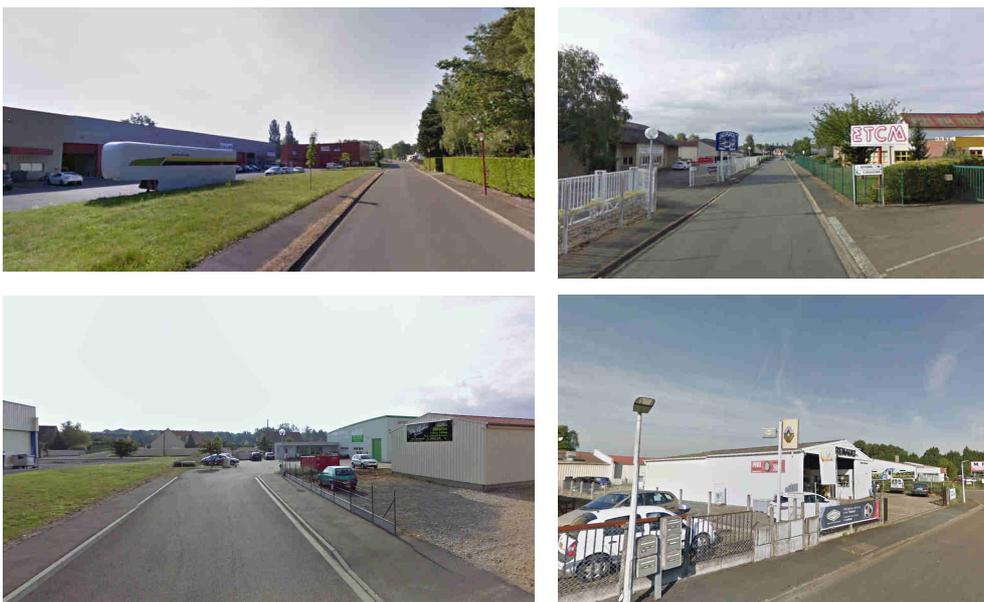
Cette zone d'activité, située le long de la RD 338 est déconnectée du reste du bourg de Ruaudin. Encore en cours de développement, elle accueille à la fois des activités commerciales, avec notamment Family Village, mais aussi artisanales et de petite production dans un cadre paysager naturel et boisé préservé. En cours de développement, elle dispose encore de fonciers susceptibles d'accueillir de nouvelles activités.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun panneau publicitaire n'a été recensé, on relève de nombreuses préenseignes installées « sauvagement » malgré la signalétique de la zone

Enseigne : De nombreux dispositifs sont installés au sol et sur clôture augmentant l'impact de l'affichage sur le paysage et les aménagements de l'espace public.

Bel Air



Description :

Située en périphérie du bourg, cette zone accueille des activités plutôt artisanales et de petite production, avec des bâtiments de faibles volumes.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun panneau publicitaire n'a été recensé, on relève des préenseignes installées sur clôture malgré la signalétique de la zone (non conformes).

Enseigne : Peu de dispositifs sont installés au sol, ces derniers ont toutefois des formats très hétérogènes. Présence de diverses bâches sur clôture.

Attractivité du cadre de vie de la zone à protéger.

2.15 - Analyse paysagère de Saint-Georges-du-Bois

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le bourg historique s'est organisé de façon linéaire le long de la route de Sablé. Constituant la centralité de bourg, par regroupement de commerces, services et équipements, ce tissu présente des formes d'habitat denses, agglomérées et mitoyennes. Cette centralité se situe principalement au niveau de la place de la mairie, au carrefour entre les rues de Sablé et de Souigné. Elle rassemble une demi-douzaine de commerces et services de proximité (bar-tabac-presse, boulangerie, coiffure, pharmacie...). Dans ce bourg historique, l'église Saint-Georges occupe une place patrimoniale centrale.

Son développement à partir des années 1960-1970, s'est fait à travers un épaississement du village-rue par le biais de lotissements de part et d'autre de la route départementale, puis le long des axes secondaires perpendiculaires. Le reste du bourg est constitué d'un tissu pavillonnaire qui est plus lâche par endroits notamment à La Croix Sainte-Appoline, rue de Chérelles, chemin des Garendières. Dans ce contexte urbain, les opérations denses d'habitat individuel sont bien remarquables : allée des Pléiades, rue de Sablé, cour des Guigniers.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Hormis l'accumulation des enseignes perpendiculaires du bar-tabac « L'Imprévu » et les préenseignes installées sur clôtures de l'Institut ELIZ'EN, les dispositifs sont globalement bien intégrés dans le paysage.

Un seul panneau publicitaire a été recensé sur pignon le long de la route de Sablé.



► Entrées de bourg

Sur SAINT GEORGES DU BOIS, les principales entrées de bourg sont :

- | | |
|-----------------------------------|--|
| - Rue du Mans (entrée Nord-Est) | Trafic 2016 : 4 788 v/j
Située en agglomération |
| - Rue de Sablé (entrée Sud-Ouest) | Trafic 2016 : 2 854 v/j
Située en et hors agglomération |

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4m² sont autorisés.

Rue du Mans (entrée Nord-Est)



Description :

En provenance du Mans, la RD 309 offre un paysage rural ouvert sur le bocage. L'entrée dans la commune est marquée par le panneau d'entrée d'agglomération et la présence de l'entreprise SODIMAV. Passé cette entreprise, le linéaire de la voie offre une vue qualitative sur le bourg et son clocher. Cet axe permet une transition graduelle à la zone agglomérée avec des aménagements de voirie à caractères urbains visibles à partir du croisement avec la rue de La Croix Sainte-Appoline.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné.

Enseigne : Hormis l'enseigne scellée au sol de SODIMAV qui gagnerait à être remplacée par une enseigne sur le bâtiment pour mieux s'intégrer dans le paysage, aucun impact à signaler.

Rue de Sablé (entrée Sud-Ouest)



Description :

L'entrée est marquée par l'aménagement du giratoire desservant le centre commercial, qui accentue un passage net entre l'espace rural et les secteurs récemment urbanisés. L'aménagement des espaces publics à la fois végétalisé et sécurisé en fait une entrée qualitative.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné.

Enseigne : Présence d'une activité commerciale. Une vigilance est à porter sur les enseignes lors de l'extension éventuelle de cette zone.

► **Zones d'activités**

Sur SAINT GEORGES DU BOIS, il existe une zone d'activités, celle de la Rue de Sablé :

- Rue de Sablé

Vocation dominante : Commerciale

Surface : 1,9 ha

Nombre d'établissement : 1

Située en agglomération



Description :

Cette zone d'activité se limite au supermarché avec son parking et sa station service. En contrebas par rapport à l'axe principal du bourg, elle est visible depuis l'entrée de ville, dans un contexte de paysage naturel ouvert. Dans le futur, cette zone d'activité pourrait être étendue de l'autre côté de la rue de Sablé.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cette zone n'est pas concernée du fait du faible trafic de la voie et de la petite taille de la zone.

Enseigne : On relève de bons exemples d'intégration sur bâtiment. Néanmoins, il convient de conserver une certaine vigilance, notamment sur les enseignes futures qui pourraient s'installer de l'autre côté de la rue de Sablé.

2.16 - Analyse paysagère de Saint-Saturnin

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

La commune de Saint-Saturnin est née de la jonction de deux pôles d'habitations distincts :

- d'une part, le domaine de Maule, constitué depuis l'époque romaine sur la rive droite de la Sarthe, autour de son église et de son château où habitèrent d'importantes familles locales ;
- d'autre part, le prieuré et l'église de Sanny, qui donnent leur nom à la commune de Saint-Saturnin, constitués au XII^{ème} siècle suite à la disparition de la paroisse de Maule sur les terres du baron de Milesse, à l'endroit actuel de l'église de la commune.

Ces deux noyaux urbains historiques se caractérisent par un tissu mixte imbriquant un parcellaire aux formes et tailles variées.

A la fin du XIX^{ème} siècle, le premier pôle tire parti de sa situation privilégiée économiquement rémunératrice, tandis que le second assure la vie spirituelle et politique de la communauté paroissiale. Cette répartition des fonctions permet l'unité du village, dont l'urbanisation extensive a permis le rapprochement des deux pôles à travers la succession de lotissements pavillonnaires à partir des années 1970. En effet, à partir de ces deux noyaux, un tissu pavillonnaire s'est développé, qui constitue l'essentiel du bourg de Saint-Saturnin. En périphérie, ce tissu résidentiel individuel devient plus lâche. Quelques opérations denses en logements individuels, intermédiaires et collectifs se sont également développées le long du boulevard de Maule, axe principal d'accès au bourg.

Ce morcellement de la commune observable dès ses origines est accentué plus récemment par les infrastructures routières, autoroutières et ferroviaires qui apparaissent au XX^{ème} siècle et marquent fortement le paysage communal.

La centralité commerciale de Saint-Saturnin se situe entre le carrefour boulevard de Maule - rue de la Bruyère, et la rue de l'Antonnière. Elle rassemble une dizaine de commerces et services de nécessité quotidienne.

L'axe principal du bourg, le boulevard de Maule est un axe de passage important. Il fait l'objet d'un aménagement qualitatif paysager.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

En l'absence d'activités, le quartier de l'église, les secteurs résidentiels et les bords de rivières ne sont pas concernés par l'impact publicitaire

Dans le bourg, les enseignes sont concentrées au niveau de la centralité commerciale située au carrefour boulevard de Maule - rue de l'Antonnière. Peu de dispositifs au sol sont recensés. Les enseignes sur façade sont globalement bien intégrées, malgré quelques vitrophanies très présentes.



► Entrées de bourg

Sur SAINT-SATURNIN, les principales entrées de bourg sont :

- RD 338, déviation (entrée Sud-Est) Trafic 2014 : 22 998 v/j
Route classée à grande circulation
Située hors agglomération
- RD 338 - Boulevard de Maule (entrée Sud) Trafic 2014 (Bd de Maule) : 6 956 v/j
Située en et hors agglomération
- RD 197 - Boulevard de Maule (entrée Nord) Trafic 2014 : 9 316 v/j
Située en et hors (pour la RD) agglomération

Appartenant à l'unité urbaine du Mans, la commune est susceptible d'accueillir des dispositifs publicitaires et notamment des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²). Aucun dispositif correspondant n'a été recensé à ce jour.

RD 338, Déviation (entrée Sud-Est)

Direction Le Mans → Alençon



Direction Alençon → Le Mans



Description :

La route d'Alençon est un axe primaire structurant qui constitue un accès privilégié en tant qu'entrée dans l'agglomération mancelle. Cette départementale est irriguée par l'échangeur autoroutier des autoroutes A11 (Paris-Nantes) et A28 (Tours-Le Mans).

L'entrée Est se fait par la RD 338 qui rejoint le Boulevard de Maule (entrée Sud). La route offre une vue surplombante sur la zone d'activités avec les reliefs boisés en arrière plan. La forte visibilité sur certaines enseignes est atténuée par les toitures des bâtis d'activités qui rappellent celles des maisons (contrairement aux bâtis d'activités "classiques").

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné car les publicités hors agglomération sont interdites, bien que plusieurs préenseignes aient été repérées.

Enseigne : Depuis le rond-point de l'Océane, les enseignes sont visibles le long de la zone d'activités. Elles sont installées en surplomb de la voie, et ont un impact relativement fort sur la perception du paysage environnant, lié à ce dénivelé entre domaines public et privé. Il s'agit essentiellement d'enseignes scellées au sol.

Les vues sont à préserver.

RD 338 - Boulevard de Maule (entrée Sud)



Description :

L'entrée Sud par le Boulevard de Maule se fait par le rond-point de l'Océane. En ligne droite, elle offre des perspectives à la fois sur le bourg de Saint-Saturnin au Nord, et sur des prairies et vallons boisés à l'Est. A l'Ouest, une zone d'activités surplombe la voie.

L'aménagement récent de la voie, avec des plantations et des circulations piétonnes, permet une transition entre la zone d'activités des Portes de l'Océane et le bourg.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas ou peu concerné aujourd'hui mais enjeu fort en raison du trafic routier et des perspectives à protéger. Impact potentiel sur les pignons et espaces privés ouverts.

Enseigne : Quelques activités sont présentes. Les enseignes sont moins nombreuses et les aménagements de l'espace public ressortent davantage dans le cadre environnant. Ces derniers sont à préserver.

RD 197 - Boulevard de Maule (entrée Nord)



Description :

L'entrée Nord se fait par la RD 197. Les boisements le long de cette voie départementale masquent le bourg de Saint-Saturnin, qui devient perceptible à partir du croisement avec le Boulevard de Maule.

De là, l'accès rapide au cœur de bourg est marqué par un contraste important entre un tissu pavillonnaire très lâche à l'Est et une récente opération dense à l'Ouest.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé mais leur présence est potentiellement possible à long terme.

La qualité du cadre de vie actuel est à préserver.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activités.

► **Zones d'activités**

Sur SAINT SATURNIN, la principale zone d'activités est la Zone Nord :

- Zone Nord	Vocation dominante : Commerciale / Mixte
(Portes de l'Océane, Villeneuve)	Surface : 108,4 ha
	Nombre d'établissement : 97
	Située en agglomération

Description :

Sur Saint-Saturnin, la zone Nord se compose de plusieurs entités :

- les Portes de l'Océane ont principalement une vocation commerciale, de restauration et de loisirs autour du giratoire principal, avec des activités industrielles et artisanales en second rideau,
- Villeneuve, plus éloignée du trafic de la route d'Alençon, a une vocation plutôt industrielle.



Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Compte tenu du trafic important, la commune est susceptible d'accueillir des dispositifs publicitaires, en particulier des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²) et des dispositifs numériques.

Confusion sur la nature des dispositifs publicitaires et enseignes de même format.

Publicité : impact faible avec peu de dispositif aujourd'hui, paysage à préserver. Présence d'un panneau numérique sur le rond-point de l'Océane.

Enseigne : fort enjeu d'attractivité - impact faible en second rideau pouvant être amélioré lié à l'hétérogénéité et l'esthétisme (enseignes sur clôture et dispositifs surdimensionnés) - Qualité des espaces paysagers à préserver.

2.17 - Analyse paysagère de Sargé-lès-Le Mans

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Au XIX^{ème} siècle, le bourg était concentré autour de l'église, de son cimetière et du croisement entre la route de Ballon et le Chemin de Crête (actuelle rue des Bruyères). Ce cœur du bourg se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées et la présence de deux éléments patrimoniaux : l'église Saint-Aubin et l'ancienne mairie-école.

Le noyau commercial de cœur de bourg se situe principalement dans l'Allée des Commerces, et s'étend jusqu'à la Mairie sur la rue Principale. Il présente une offre diversifiée de commerces et de services de proximité : une boucherie, une auto-école, un institut de beauté, un tabac-presse, un supermarché, une

banque, une pharmacie, un fleuriste, un restaurant, un bureau de Poste, et plusieurs coiffeurs et boulangeries.

Une partie du centre-bourg a fait l'objet il y a quelques années d'un aménagement d'espace public. Cette intervention sera poursuivie par une opération de renouvellement urbain qui permettra d'élargir la rue Principale et de créer un nouvel alignement avec des immeubles de logements denses comprenant des rez-de-chaussée commerciaux.

Le bourg s'est développé considérablement à partir de la seconde moitié du XX^{ème} siècle, conjointement au phénomène de périurbanisation. Ce développement s'est fait à partir des années 1960 sous la forme d'habitat pavillonnaire, au travers d'opérations groupées où le principe de systématisation d'un modèle prédomine. Cet habitat pavillonnaire s'est diversifié avec des opérations de logements individuels dans le cadre des ZAC de la Bouquetière et du Pâtis dans les années 1980/1990, et les lotissements plus récents de Vaux et du Puits Lauriau.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Les dispositifs sont principalement situés allée des commerces. Les enseignes sont globalement bien intégrées aux façades des bâtiments.

Aucun dispositif publicitaire n'est recensé en dehors des entrées de bourg.



► Entrées de bourg

Sur SARGE LES LE MANS, les principales infrastructures et entrées de bourg sont :

- | | |
|---|---|
| - RD 301 - Rue des Capucines (entrée Nord-Est) | Trafic 2016 : 9 136 v/j (sur RD)
Située hors et en agglomération |
| - RD 301 - Hameau de Calvaire (entrée Sud-Est) | Trafic 2016 : 14 127 v/j
Située en agglomération |
| - RD 301 - route de Bonnétable (entrée Sud-Ouest) | Trafic 2016 : 14 127 v/j
Accès ZA de la Pointe et La Mare aux Bœufs
Située hors agglomération |
| - Aire d'autoroute A11 | Trafic 2016 : 44 074 v/j
Située hors agglomération |

RD 301 - rue des Capucines (entrée Nord-Est)



Description :

L'entrée Nord-Est est marquée par le giratoire du Golf qui annonce le bourg à travers les constructions récentes du lotissement de Vaux et permet un accès rapide au centre via la rue des Capucines.

L'urbanisation récente a étendue l'agglomération sur cette portion de la route départementale (côté bâti uniquement).

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé à ce jour en raison de l'urbanisation récente. L'importance du trafic amène toutefois à une vigilance pour préserver le cadre de vie paysager existant.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activité.

RD 301 - Hameau du Calvaire (entrée Sud-Est)



Description :

Cette entrée qui se fait par la rue du Hameau du Calvaire, est annoncée au loin par la silhouette du château d'eau et débouche sur le rond-point du Calvaire, « porte du bourg » qui permet un accès rapide au centre par la rue Principale. Deux activités sont également présentes.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé à ce jour.

Enseigne : Les espaces privés et publics paysagers sont à préserver, compte tenu du fort trafic, une vigilance est préconisée sur la qualité des enseignes des activités présentes.

RD 301 - Route de Bonnétable (entrée Sud-Ouest)



Description :

Cette entrée est à la fois une entrée dans le bourg de Sargé dans le sens Ouest-Est, et une entrée sur l'agglomération Mancelle dans le sens Est-Ouest. Elle traverse une zone d'activités commerciales, de l'habitat diffus et des zones naturelles laissant entrevoir la silhouette urbaine du bourg débouchant sur le rond point du Calvaire.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite le long de la RD 301 jusqu'au panneau d'entrée d'agglomération côté Sud et, au Nord de la route, jusqu'aux premières maisons rue Principale.

Enseigne : Sur cet axe, des enseignes sont visibles sur les zones d'activités. Cette entrée est principalement impactée par les dispositifs scellés au sol qui ressortent dans le paysage naturel.

Aire d'autoroute A11



Description :

Sur cet axe de circulation, l'aire d'autoroute ressort au milieu du grand paysage. Ses abords sont dégagés (absence de végétaux de haute taille) permettant une forte visibilité depuis l'axe de l'autoroute.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite hors agglomération.

Enseigne : A l'image des stations services, de nombreuses enseignes au sol sont présentes sur l'aire. Les aménagements actuels et très routiers ne justifient pas d'un impact sur le paysage.

► Zones d'activités

Sur SARGE LES LE MANS, les deux principales zones d'activités sont :

- La Pointe
Vocation dominante : Mixte
Surface : 16,7 ha
Nombre d'établissement : 27
Située hors agglomération

- La Mare aux Boeufs
Vocation dominante : Mixte
Surface : 5 ha
Nombre d'établissement : 3
Située hors agglomération

La Pointe



La Mare aux Boeufs



Description :

Le long de la route de Bonnétable, ces deux zones d'activités sont à vocation plutôt commerciale. Elles accueillent également des activités à vocation artisanale ou de petite production. La zone de La Pointe bénéficie d'un aménagement de l'espace public de qualité (arbres, parterres plantés, etc.).

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite hors agglomération.

Enseigne : Une vigilance doit être portée sur les dispositifs temporaires (chevalets, bâches sur clôtures, ...) au niveau du giratoire d'entrée dans les ZA, où les activités commerciales évoluent. On relève également quelques enseignes au sol ne respectant pas la règle de densité. En second rideau, les enseignes sont globalement sobres et proportionnées et/ou adaptées aux façades qui les supportent et les espaces publics sont valorisés.

2.18 - Analyse paysagère de Trangé

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Le bourg de Trangé s'est constitué à partir de 3 lieux anciens : l'église et son presbytère, la Bruyère et les Maisons Rouges. Dans ces trois noyaux, le tissu urbain mixte et ancien se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées.

Si au début du XX^{ème} siècle l'habitat s'est essentiellement établi sur le quartier des Maisons Rouges autour de la Route de Laval (RD 357), les extensions urbaines récentes se sont développées le long de la RD 245, reliant ainsi dans un ensemble bâti continu les 3 noyaux anciens dispersés.

Les différentes opérations de lotissements ont créé un tissu résidentiel majoritairement pavillonnaire. Le long des axes traversant (RD 245, rue de la Bruyère, route du Roux), le tissu résidentiel demeure peu dense.

La RD 245 et la RD 357 constituent aujourd'hui les axes principaux du développement de la commune. Si la RD 245 tient lieu de colonne vertébrale des différentes opérations de lotissements, la RD 357 reste l'axe support du développement économique du territoire autour duquel se sont implantés quelques commerces ainsi que la zone de l'Etoile.

Ce développement a contribué à renforcer le centre-bourg autour de l'église, où se sont implantés équipements et commerces. Quelques commerces se situent également au niveau du secteur des Maisons Rouges, le long de la route de Laval.

Hormis les nombreux calvaires, croix et puits présents sur le bourg, deux éléments patrimoniaux peuvent être signalés : l'église Saint-Gervais et Saint-Protais et l'ancienne école communale située rue de la Mairie.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Dans le bourg, les enseignes sont plutôt bien intégrées aux espaces urbains. Elles se concentrent au niveau de la polarité commerciale du bourg, rue des écoles.

Aucun dispositif publicitaire n'est recensé.



► Entrées de bourg

Sur TRANGE, les principales voies et entrées de bourg sont :

- | | |
|------------------------------------|--|
| - RD 357 (entrée Sud-Est) | Trafic 2016 : 13 886 v/j
Route à grande circulation
Accès à la ZA de l'Etoile
Située hors agglomération |
| - Rue Nationale (entrée Sud-Ouest) | Trafic 2016 : 13 886 v/j
Route à grande circulation
Située en agglomération |
| - RD 245 (entrée Nord-Est) | Trafic 2016 : 1 922 v/j
Située hors agglomération |

La commune n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits. Seuls les dispositifs sur support d'une surface maximale de 4m² sont autorisés.

RD 357 (entrée Sud-Est)



Description :

En provenance du Mans, les abords de la route départementale passent d'espaces boisés en espaces agricoles (prairies, cultures), ouvrant et refermant successivement les perspectives sur le paysage rural. Après le premier giratoire vers la ZA de l'Etoile, on aperçoit les premiers bâtiments d'activités très en retrait de la voie. L'aménagement d'espaces verts ordonnés en bord de voie annonce l'urbanisation. Au rond-point suivant, les bâtiments sont plus proches et plus visibles depuis la voie, effaçant les perspectives sur le paysage naturel. L'arrivée sur le bourg de Trangé est marquée par l'apparition des premiers pavillons.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cet axe n'est pas concerné car publicité interdite hors agglomération.

Enseigne : L'enjeu est important du fait du fort trafic et de la présence de la zone d'activité. Les enseignes scellées au sol des établissements AD GARAGE et POINT VERT marquent fortement cette entrée. Cet impact se poursuit le long de la zone d'activités avec des entreprises dont les enseignes sont plus importantes et plus nombreuses de ce côté qu'à l'intérieur de la zone d'activités. Cette perspective tend à banaliser cette traversée de l'agglomération trangéenne. Vigilance sur l'extension future de la zone d'activités.

Rue Nationale (entrée Sud-Ouest)



Description :

En provenance de Laval et de Chaufour-Notre-Dame, la route départementale (RD 357) offre un paysage rural peu ouvert avec la présence d'arbres et de haies en bordure de voie. L'entrée sur la commune se fait directement sur un environnement bâti, bordé de haies côté Sud et de clôtures sur rue côté Nord. L'implantation du bâti à l'alignement marque ensuite l'entrée dans un tissu urbain plus dense et crée un rétrécissement du champ visuel incitant à ralentir avec le hameau des Maisons Rouges. L'absence de traitement "urbain" de la voie maintient un caractère routier sur l'ensemble de la rue.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Il n'y a pas de dispositifs à ce jour.

Enseigne : Hormis la présence d'enseignes et de préenseignes scellées au sol (ces dernières devant être supprimées), l'impact des dispositifs existants reste faible sur cette partie de la route départementale.

RD 245 (entrée Nord-Est)



Description :

Cette entrée en provenance de La Chapelle Saint-Aubin est beaucoup plus rurale et confidentielle. L'entrée est marquée avec les pavillons de l'allée du Chêne qui émergent de l'horizon puis une vue ouverte sur la salle polyvalente, et enfin la présence des trottoirs et la perception de l'Eglise Saint Gervais et Saint Protais.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : axe non concerné.

Enseigne : axe non concerné du fait de l'absence d'activité.

On relèvera simplement la présence d'une préenseigne (non conforme) du Logis de La Goutte installée à l'intersection avec la route d'Aigné et de La Milesse, dont l'impact à proximité du calvaire est moins surprenant que les panneaux de signalisation routière.

► Zones d'activités

Sur TRANGE, la principale zone d'activités est la zone de l'Étoile :

- Zone de l'Étoile (I et II) Vocation dominante : Industrielle
Surface : 60,9 ha
Nombre d'établissement : 19
Située en agglomération



Description :

Ce secteur, situé le long de la route de Laval (RD 357), se compose de 2 parties qui se sont successivement urbanisées : Étoile 1 à l'Ouest (deux lotissements d'activités) et la ZAC de l'Étoile 2 à l'Est. Cette zone d'activités accueille principalement des entreprises industrielles et de transport. Le paysage est qualitatif, tant autour que dans la zone. Dans la zone, de multiples haies, arbres et végétaux ornent les bords de voies. Autour, le paysage se caractérise par une grande plaine agricole, offrant des vues larges mais verrouillées au Sud par des haies et boisements. La position du secteur, en contrebas par rapport à la route de Laval, lui donne une bonne visibilité depuis cette voie départementale : la dimension paysagère du secteur est de ce fait importante.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Cette zone n'est pas concernée.

Enseigne : Il y a une bonne intégration des enseignes qui répond au cahier des charges de la zone.

2.19 - Analyse paysagère d'Yvré l'Évêque

► Paysage urbain et centre-bourg



Description :

Au début du XIX^{ème} siècle, le bourg était composé de quelques bâtisses dispersées autour de l'église et de la rue Principale, actuelle avenue Guy Bouriat. Le bourg s'est ensuite développé autour des axes structurants que sont la rue Principale, la rue Sainte Marie et la rue basse (rue de Parence). Le cœur actuel du bourg d'Yvré l'Évêque, situé le long de l'avenue Guy Bouriat et de la rue de Parence, se caractérise par l'imbrication d'un parcellaire aux formes et tailles variées correspondant au tissu mixte

de ce bourg ancien. Ce tissu mixte est relativement important, le bourg étant déjà développé au XIX^{ème} siècle. Ce développement précoce explique également la présence de nombreux éléments patrimoniaux, mis en valeur par l'aménagement de l'espace public, notamment : la mairie, l'église Saint-Germain et son chœur classé, le porche de la grange aux dîmes ou encore les maisons en briques de la place de l'église.

La centralité commerciale du bourg comprend une dizaine de commerces et services de proximité localisés entre les rues de Touraine, de la Liberté, de Parence et l'avenue Guy Bouriat.

Le bourg s'est considérablement développé dans la seconde partie du XX^{ème} siècle. L'essentiel du tissu résidentiel qui s'est construit à partir des années 1970 est un tissu pavillonnaire classique. Des formes plus denses d'habitat individuel se trouvent notamment sur :

- la rue Gougéard (maisons mitoyennes, habitat intermédiaire),
- l'angle de la rue d'Anjou et de l'Avenue du Maine (maison type Leroi-Haricot),
- la cité Pasteur (maisons mitoyennes),
- la rue de Villeneuve (habitat intermédiaire),
- la rue du Panorama (maisons mitoyennes).

Le tissu résidentiel plus lâche se retrouve peu dans le bourg et davantage dans les nombreux hameaux que compte la commune.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Les dispositifs d'enseignes se concentrent sur la centralité commerciale à proximité de l'église, place George Sand et rue de Parence. Ils sont pour la plupart bien intégrés dans le paysage.

Le centre-bourg est préservé des dispositifs publicitaires. Un panneau publicitaire scellé au sol est recensé sur la rue du souvenir, à l'écart du centre-bourg.



► Entrées de bourg

Sur YVRE L'EVEQUE, les principales voies et entrées de bourg sont :

- Avenue du Mans	Trafic 2016 : 19 487 v/j Située en agglomération
- RD 314, Route de Paris (entrée Sud-Est)	Trafic 2016 : 22 034 v/j Route à grande circulation Située hors agglomération
- Avenue Guy Bouriat (entrée Sud-Ouest)	Trafic 2014 : 1 160 v/j Située en agglomération
- Rue de Parence (entrée Nord-Est)	Trafic 2014 (sur la RD) : 1 493 v/j Située hors et en agglomération
- Route du Bois Jalu (entrée Nord)	Trafic 2014 : 762 v/j Située en agglomération

Appartenant à l'unité urbaine du Mans, la commune permet d'accueillir des dispositifs publicitaires et notamment des panneaux scellés au sol de format 4X3 (12 m²). Une vigilance doit donc être portée pour préserver la qualité des entrées de bourg actuelles..

Avenue du Mans



Description :

Cette entrée est à la fois un axe de circulation desservant la commune d'Yvré l'Evêque dans son sens Ouest-Est, et une entrée importante sur l'agglomération Mancelle dans son sens Est-Ouest. L'entrée sur la commune d'Yvré l'Evêque avec le hameau de Béner est marquée par un rond-point à l'intersection avec la rue Douce Amie. Située dans la continuité de l'avenue Bollée, l'urbanisation est continue avec un bâti dense comprenant des commerces de proximité implantés à l'alignement. Des aménagements avec alignement d'arbres, végétaux et le mobilier urbain ont été réalisés récemment. Au-delà de la rue de Béner, l'axe devient plus routier.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : La continuité avec la ville du Mans et l'importance du trafic ont amené l'implantation de nombreux dispositifs de grand format. De nombreux dispositifs publicitaires sont présents sur les espaces laissés libres en bordure de la voie. Ces derniers disparaîtront avec l'aménagement de ce secteur. Une vigilance est à porter côté voie SNCF.

Enseigne : L'existant est bien intégré. Une attention est à porter sur la future zone d'activités commerciales de Béner, afin d'assurer la qualité des aménagements publics projetés sur cette entrée d'agglomération.

RD 314, Route de Paris (entrée Sud-Est)



Description :

Du rond-point du Polucan jusqu'au rond-point de Paris, l'axe est principalement routier avec des vues lointaines sur le paysage naturel environnant. A l'approche du rond-point de Paris, le bourg se dévoile avec la présence de son clocher qui domine le ciel.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite hors agglomération.

Enseigne : On relève la présence d'une activité. Compte tenu du fort trafic, une vigilance est préconisée sur la qualité des enseignes des activités présentes.

Les perspectives sur le paysage et le bourg sont à préserver.

Avenue Guy Bouriat (entrée Sud-Ouest)



Description :

L'avenue Guy Bouriat permet un accès direct et rapide au cœur de bourg. Cette entrée est signalée par un alignement d'arbres de chaque côté de la voie et des aménagements pour piétons. Au Nord elle est bordée par des pavillons puis le cimetière. Au Sud elle offre dans un premier temps des vues sur le grand paysage qu'elle surplombe, puis se trouve également bordée de pavillons. Cette entrée permet de rejoindre progressivement le centre-bourg en offrant des vues sur l'église peu avant le rond-point croisant la rue du Souvenir.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : La présence de la végétation sur l'espace public, notamment l'alignement d'arbres, et le faible trafic routier, ne laisse pas envisager l'installation de dispositifs publicitaires.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activité.

Rue de Parence (entrée Nord-Est)



Description :

La rue de Parence, plus discrète, ne laisse entrevoir le bourg qu'à partir du pont romain. La route étroite est bordée par des pavillons à l'Ouest et par les rives boisées de l'Huisne à l'Est.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : La présence d'un panneau publicitaire de grand format (12 m²) a été implanté au milieu de la végétation. Sa présence masque la silhouette du bourg et la continuité des espaces naturels côté bords de l'Huisne.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activité.

Route du Bois Jalus (entrée Nord)



Description :

L'entrée Nord par la route du Bois-Jalus, est marquée par un giratoire desservant des secteurs pavillonnaires. Cette entrée est prolongée par la rue Sainte-Marie qui mène directement dans le cœur du bourg dont la silhouette (celle de l'église notamment) peut être aperçue au loin.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Aucun dispositif n'a été recensé à ce jour.

Enseigne : Cet axe n'est pas concerné du fait de l'absence d'activité.

► **Zones d'activités**

Sur YVRE L'EVEQUE, les principales zones d'activités sont :

- | | |
|-----------|--|
| - Béner | Vocation dominante : Commerciale
Surface : 33,6 ha
Zone à aménager
Située en agglomération, sur les communes d'Yvré l'Evêque et du Mans |
| - Auvours | Vocation dominante : Industrielle / logistique
Surface : 18,3 ha
Nombre d'établissement : 8
Située hors agglomération |

Béner



Description :

Cette zone en projet accueillera des activités commerciales entraînant une forte fréquentation avec la présence d'un hypermarché Leclerc et l'enseigne Ikéa. Située aux portes de la ville, la qualité des aménagements aura un impact fort sur l'image de l'agglomération mancelle.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Toute publicité visible depuis la déviation est interdite. Le projet met en avant la qualité de ses aménagements au travers d'espaces paysagers notamment.

Enseigne : projet en cours - fortement concernée à termes.

Auvours



Description :

La zone d'Auvours se situe le long de la route de Paris, proche du giratoire permettant l'accès à l'autoroute et à la déviation Sud-Est. Récemment aménagée, elle accueille des activités à dominante industrielle et logistique.

Impact retenu de la publicité et des enseignes sur le paysage :

Publicité : Elle est interdite hors agglomération.

Enseigne : Il y a peu de dispositifs au sol, le paysage est préservé.

Une vigilance devra être portée sur les évolutions futures.

IV - Bilan du diagnostic

Le diagnostic réalisé permet de faire ressortir les points forts et les points faibles sur le territoire communautaire de Le Mans Métropole.

Les points forts

- ▶ Sur l'ensemble du territoire de Le Mans Métropole, peu de communes en continuité du Mans, marquées par la présence de grands panneaux publicitaires (seulement 3).
- ▶ Dans le paysage urbain, une publicité surtout présente sur le domaine public (mobilier urbain), ailleurs limitée notamment par la présence de fronts bâtis et les périmètres de protection des monuments historiques.
- ▶ Globalement, enseignes bien intégrées, respectueuses des formes architecturales et de l'environnement, créant une diversité des formes et des usages qui anime le paysage
- ▶ Une mise en valeur du paysage maîtrisée au travers des aménagements de l'espace public et également protégé par les RLP en vigueur
- ▶ Des installations d'activités et aménagements de zones récents qui mettent en avant une bonne qualité d'intégration des enseignes dans leur environnement
- ▶ Des axes aujourd'hui préservés mais non protégés car susceptibles d'attirer des publicités ou préenseignes à plus long terme

Les points faibles

- ▶ L'absence d'harmonisation des règles nationales à l'échelle de Le Mans Métropole
- ▶ De nombreux dispositifs non conformes
- ▶ Une forte concentration des publicités sur les axes à fort trafic et notamment dans les carrefours, avec une confusion sur la nature des dispositifs de grands formats (enseigne/publicité)
- ▶ Des formes et des dimensions très hétérogènes
- ▶ L'implantation de dispositifs peu soucieux de l'environnement bâti et naturel
- ▶ L'implantation de nombreuses préenseignes aux abords des zones d'activités y compris en présence de signalétique organisée de la zone
- ▶ Des abords de grands équipements fortement sollicités avec des enseignes très visibles sans tenir compte du paysage et du contexte qui les entourent
- ▶ Des axes aujourd'hui préservés mais non protégés car susceptibles d'attirer des publicités ou préenseignes à plus long terme

Le diagnostic a également permis d'identifier les secteurs sensibles à préserver, ceux où la présence de dispositifs nécessite d'être encadrée et ceux où la réglementation nationale est suffisante pour répondre aux enjeux de protection des paysages et du cadre de vie.

3^{ème} partie : ORIENTATIONS

L'analyse territoriale de Le Mans Métropole eu égard à la publicité et aux enseignes a mis en avant plusieurs secteurs à enjeux. La méthodologie mise en œuvre, l'analyse de ces secteurs et la concertation faite autour de ce projet ont permis de définir les grandes orientations du futur Règlement Local de Publicité qui sont ensuite déclinées dans la partie règlement (pièce n°2).

Ces orientations ont fait l'objet d'un débat au sein des conseils municipaux des communes membres de Le Mans Métropole et lors du Conseil communautaire du 14 mars 2019.

Le Mans Métropole, de même que les 19 communes membres, ont émis un avis favorable aux dix orientations présentées et à la poursuite du projet.

I - Les orientations générales

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.

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 implique 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.



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 est 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, sera réduite et des dispositions plus restrictives sont édictées afin de limiter le nombre de panneaux sur un même lieu, notamment dans les carrefours.



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 portent 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 est prévu d'harmoniser la forme et l'esthétique des dispositifs à partir de formats standards et de préciser les conditions d'implantation.



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 fait 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'amoindrir l'impact des dispositifs consommateurs d'énergie, les dispositions du règlement de publicité s'attachent 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 sont soumises aux mêmes règles que les publicités non lumineuses avec une restriction supplémentaire d'installation dans les secteurs résidentiels. Pour les enseignes et autres publicités lumineuses ou éclairées, les horaires d'extinction nocturne des dispositifs sont mis en cohérence avec l'extinction de l'éclairage public.



II - Les orientations spécifiques

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 ont ensuite été délimitées sur l'agglomération en fonction de l'impact existant ou du potentiel des dispositifs d'affichage, et d'y inscrire des dispositions spécifiques en lien avec la nature et la vocation de ces secteurs.

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



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 commerces et une cohérence dans le traitement des enseignes et publicités à l'échelle communautaire, le RLPC identifiera différentes zones dans lesquelles il est 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**



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 existe également 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 est 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'agit d'une part d'encadrer la forme et l'esthétisme des enseignes et, d'autre part, de définir les périmètres où la publicité est autorisée.



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 est prévu 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 a pour but d'affermir l'intégration des enseignes à partir des préconisations qui ont été précisées par l'Architecte des Bâtiments de France et de délimiter des zones d'interdiction totale de publicité pour préserver le patrimoine.



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 et autres chemins de randonnées à préserver, le règlement de publicité délimite les zones visant à :

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

Il s'agit 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.



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, ainsi que sur le parc d'attraction Papéa à Yvré L'Évêque.

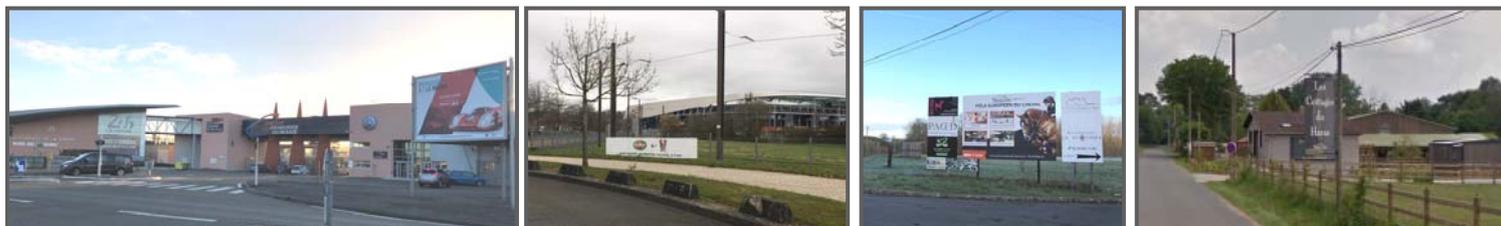
Situés hors agglomération, la publicité y est interdite. L'analyse paysagère de ces sites a relevé des enseignes très visibles sans tenir compte du paysage et du contexte qui les entourent.

L'intérieur de l'enceinte du circuit des 24 Heures du Mans bénéficie, quant à elle, 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 dans lequel les enseignes sont encadrées**

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



4^{ème} partie : EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS

I - Préambule

L'analyse territoriale de Le Mans Métropole eu égard à la publicité et aux enseignes a mis en avant plusieurs secteurs à enjeux identifiés dans la partie diagnostic. La méthodologie mise en œuvre, l'analyse de ces secteurs et la concertation faite autour de ce projet ont guidé l'écriture du règlement conduisant à traduire certains de ces secteurs en zonage du RLPC, d'autres, en revanche, n'ont pas fait l'objet d'une traduction réglementaire spécifique. Les raisons de ces choix sont exposées ci-après.

Au regard de la formulation des objectifs et des orientations, le règlement de Le Mans Métropole présente deux parties réglementaires, l'une est relative aux règles communes à certaines publicités et enseignes applicables quel que soit le lieu d'implantation du dispositif visé, l'autre aux règles spécifiques à chacune des zones définies.

Le règlement traduit l'ensemble des objectifs poursuivis par la Métropole qui visent à préserver son attractivité tout en luttant contre la pollution visuelle.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Afin de simplifier la lecture, et sauf lorsque les préenseignes sont explicitement citées pour être soumises à des dispositions qui leur sont propres, les termes « publicité » et « dispositif publicitaire » regroupent à la fois les publicités et les préenseignes.

il convient de rappeler que les dispositions du présent RLPC n'exonèrent pas du respect des dispositions du règlement national de publicité (RNP) précisées au Code de l'environnement lorsque ces dernières n'ont pas fait l'objet d'une adaptation locale.

II - Explications des règles communes à certains dispositifs

Le règlement local est composé de règles communes à certains dispositifs applicables à l'échelle communautaire. Pour la publicité, ces règles s'appliquent sur les secteurs où elles sont permises par le Règlement National de Publicité (RNP) et le zonage du RLPC. Pour les enseignes, les règles s'appliquent sur l'ensemble des communes y compris hors agglomération, dès lors que les enseignes désignées ne sont pas situées dans une zone du RLPC où elles seraient soumises à des règles plus restrictives.

Ces règles communes à l'échelle communautaire traduisent les orientations générales n° 2, 3 et 4 portant sur la nécessité d'encadrer plus strictement l'installation des dispositifs publicitaires, d'améliorer l'intégration des publicités et enseignes et diminuer l'impact des publicités numériques et autres dispositifs lumineux.

1 - La publicité

Au vu de l'analyse paysagère du territoire eu égard à la présence de la publicité et notamment celle des panneaux de grand format, il s'est avéré nécessaire d'être plus restrictif que la réglementation en vigueur.

Les dispositions prévues par le RLPC s'attachent à réduire leur capacité à masquer les autres éléments autant bâtis que naturels qui constituent le paysage de l'agglomération mancelle.

Afin de ne pas nuire :

- à la perception des aménagements réalisés sur les espaces publics (plantations, mobilier urbain, etc.),

- à la visibilité du bâti notamment quand il s'agit d'activités ou d'équipements, mais aussi de bâti résidentiel,
 - aux perspectives sur la ville, notamment sur de grands axes structurants,
- le RLP communautaire édicte des règles communes à l'ensemble de ces dispositifs de grand format visant à libérer le paysage ces obstacles.

Pour répondre à cette situation, les dispositions communes aux dispositifs publicitaires portent sur la réduction de leur format, de leur hauteur et de leur densité, sur l'organisation de leur implantation notamment par rapport à la voie et aux habitations, sur leur esthétique et, enfin sur la réduction de leur impact sur l'environnement en termes de protection des espaces verts, de pollution lumineuse et de consommation énergétique.

Format des dispositifs publicitaires

La majorité des panneaux publicitaires de grand format, qui plus est anciens, présents sur le territoire, est au format maximum autorisé par la réglementation nationale, à savoir 12 m². Ces panneaux correspondant à un format standard, sont aussi appelés « 4 x 3 ».

L'impact de ces grands formats sur le paysage urbain étant important, les premières réflexions ont très vite conclu à la nécessité de réduire ce format. Parallèlement, le recensement de dispositifs plus récents (format, hors pied, de 9 à 10 m² environ) a montré une meilleure intégration proportionnellement au paysage qui les entoure.



Dispositifs existants dont la surface totale, hors pied, est inférieure ou égale à 10,60 m²

A la suite des réunions avec les professionnels de l'affichage, le format maximal retenu est de 10,60 m², ce qui permettra de recevoir une affiche standard de 8 m² et un encadrement n'excédant pas 20 cm de large.



Hauteur des dispositifs publicitaires

Compte tenu de la réduction du format des dispositifs et à l'appui des dispositifs existants précités, la hauteur maximale des dispositifs par rapport au sol a été ramenée de 6 à 5 mètres maximum.

Par ailleurs, la topographie du territoire communautaire crée à divers endroits de l'agglomération mancelle des différences de dénivelé, lesquelles ont dû être modelés pour accueillir les aménagements routiers. Dès lors, des différences de niveaux, parfois importantes, s'opèrent entre les voies de circulation et le domaine privé qui la borde.

Afin de limiter l'impact de dispositif susceptible de s'élever à plus de 6 mètres comme le prévoit le RNP, la hauteur des dispositifs est également limitée à 6 mètres par rapport à ces voies.

Densité des dispositifs publicitaires

Le code de l'environnement, modifié par la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et son décret d'application du 30 janvier 2012, a introduit une règle de densité qui détermine le nombre de dispositifs publicitaires sur une propriété en fonction de la longueur des limites de l'unité foncière longeant une voie ouverte à la circulation publique.

Sans préjudice à cette règle, le règlement local restreint cette possibilité en limitant le nombre de dispositifs à 3 par unité foncière et établit une disposition complémentaire qui impose d'avoir une distance minimale de 50 mètres entre deux dispositifs. Cette distance ne concerne toutefois que les dispositifs scellés ou installés directement sur le sol.

Ces dispositions contribuent à supprimer la possibilité de regrouper des panneaux les uns à côté des autres et ainsi éviter qu'ils obstruent complètement les vues sur les éléments alentours et le paysage lointain.



Implantation des dispositifs publicitaires

► Harmonisation des règles sur et devant un pignon aveugle

Devant un pignon, le RNP stipule qu'une publicité apposée sur un mur (pignon aveugle) ne doit pas en dépasser les limites, ni l'égout du toit.



Cette règle permet d'intégrer le dispositif aux formes des bâtiments et ainsi de préserver le paysage bâti. Rappelons que les constructions sont quant à elles soumises à des règles d'urbanisme pour s'intégrer dans leur environnement.

Lorsqu'un dispositif publicitaire est implanté au sol, alors même qu'il serait positionné juste devant un pignon aveugle, il n'est pas tenu de respecter les formes bâties.



La règle du RLPC a pour objet de mettre en cohérence ces deux cas de figure et préserver le paysage bâti en appliquant les dispositions relatives à un dispositif installé parallèlement à un pignon à tout dispositif installé au sol qui serait positionné à moins de 5 mètres d'un pignon aveugle.



Dans certains cas, le dispositif devra soit être supprimé, soit être installé directement sur le pignon.



► Conserver la visibilité du paysage urbain environnant

De nombreux dispositifs, cherchant une visibilité au-delà de la voie qu'ils bordent, ou pour assurer un positionnement sur une parcelle dont la configuration est complexe, s'implantent parallèlement à la voie masquant de manière importante le paysage urbain qui les entoure.

Pour parer à cette situation, le RLPC impose que tout dispositif scellé ou installé directement au sol soit implanté perpendiculairement à la voie.



Par ailleurs, pour préserver les riverains de la proximité de tels panneaux, une distance de 3 mètres doit être respecté par rapport aux limites séparatives.

Une exception est toutefois introduite pour les dispositifs existant d'une hauteur inférieure à 6 mètres dont le format et la configuration seraient conforme aux autres dispositions du RLPC. En effet, imposer leur déplacement à quelques centimètres de leur position actuelle rendu nécessaire pour se mettre en conformité à l'issue de l'approbation du RLPC apparaîtrait abusif et n'aurait qu'une faible influence sur

la qualité du paysage. La distance de 3 mètres leur sera imposée à l'occasion de toute modification du dispositif.

Aspect des dispositifs publicitaires

Afin d'assurer l'esthétisme des panneaux d'affichage et une homogénéité dans leur présentation, le RLPC prévoit des dispositions imposant un pied unique, l'absence d'élément débordant du cadre et l'habillage qui devra masquer les éléments de fixation.

Ces dispositions s'inspirent de dispositifs déjà présents sur le territoire communautaire, dont l'esthétisme s'intègre au paysage urbain et mérite donc d'être conservé.



Toutefois, afin de tenir compte de l'évolution des techniques visant à économiser les consommations d'énergie et rendre autonome les dispositifs utilisant une ressource électrique, une dérogation à l'interdiction d'installer des éléments susceptibles de déborder du cadre est prévue pour permettre l'installation de systèmes d'autonomie d'énergie tels que des panneaux solaires.



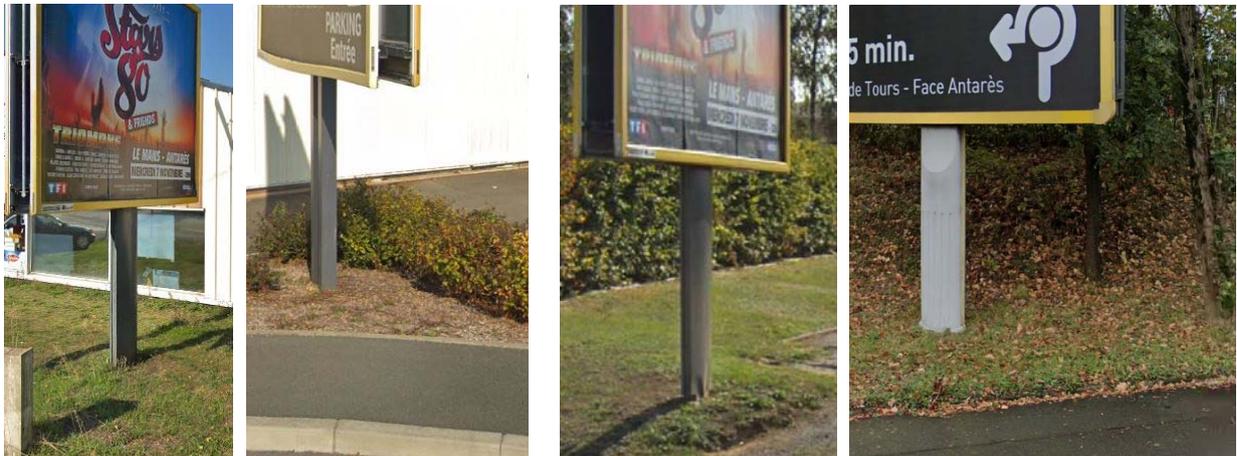
Préservation des espaces verts

Qu'ils soient publics ou privés, les espaces verts permettent de répondre à des vocations multiples : sociales, sanitaires, écologiques, etc. Qu'ils s'agissent d'espaces d'ornements naturels, de jardins, d'espaces de détente ou récréatifs, ces espaces constituent des poumons verts en milieux urbains qui contribuent à l'embellissement de la ville et rendent les quartiers plus attractifs. Ils permettent également l'infiltration des eaux pluviales, le maintien de la biodiversité et contribuent à la réduction du réchauffement climatique (absorption du CO₂, création d'îlots de fraîcheur, diminution de la pollution, etc.).

De ce fait, ces espaces verts, naturels ou plantés participent pleinement à la qualité du cadre de vie des habitants.

Dans tous les cas, la destination d'un espace vert n'est pas de recevoir des panneaux publicitaires. Si leur configuration peut toutefois le permettre, il est nécessaire que cette pratique reste limitée.

La plupart des dispositifs publicitaires existants installés sur un espace vert sont implantés sans scellement apparent, laissant libre cours à la végétation qui entoure son pied.



A contrario, on déplore l'implantation de certains dispositifs qui utilisent des socles ou dalles béton empiétant plus largement sur les surfaces dédiées aux espaces verts. Cette pratique a un impact sur la qualité paysagère, l'esthétique et l'intérêt environnemental de ces espaces.



Afin de préserver l'intérêt et la qualité des espaces verts, les dispositifs installés dans ces espaces doivent enterrer les dalles ou socles support de leurs panneaux.

Cette disposition a pour objectif de :

- éviter la réduction de ces espaces ;
- limiter l'installation de dispositifs sur ces espaces en les contraignant à prendre des mesures respectueuses de la nature ;
- obtenir une meilleure insertion visuelle dans le paysage ;
- limiter la création de nouvelles surfaces imperméabilisées.



Une exception est introduite pour les dispositifs existants dont le format et la configuration seraient conformes aux autres dispositions du RLPC. En effet, compte tenu du faible nombre de dispositifs concernés et du coût qu'une telle mise en conformité pourrait représenter, il est considéré que les dispositifs existants peuvent demeurer inchangés jusqu'à leur modification ou leur déplacement.

2 - La publicité lumineuse

Le RLP de Le Mans Métropole prend en compte les nouveaux procédés et moyens technologiques utilisés en matière d'affichage publicitaire avec pour objectif de diminuer l'impact des publicités numériques et autres dispositifs lumineux, sans pour autant lui attribuer d'interdiction générale (orientation n°4).

La publicité lumineuse est interdite dans les agglomérations des communes n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans. Cette interdiction a été élargie à la majorité des agglomérations des autres communes de Le Mans Métropole appartenant à l'unité urbaine, où il n'y a pas de publicité lumineuse aujourd'hui.

La publicité lumineuse reste toutefois largement autorisée sur Allonnes, Arnage, Coulaines et, en particulier, Le Mans où les zones d'interdiction, correspondant à des secteurs à enjeux, recouvrent moins d'un tiers de l'agglomération.

Marquant davantage le champ visuel des usagers, ces dispositifs lumineux détournent leurs regards du paysage environnant.

Dans des secteurs résidentiels, de tels dispositifs s'imposent plus qu'ils ne s'intègrent dans le paysage et leur luminosité est susceptible d'impacter la tranquillité des habitants.

La luminosité couplée à l'animation des affiches numériques en font des dispositifs qui attirent l'attention, notamment des automobilistes.

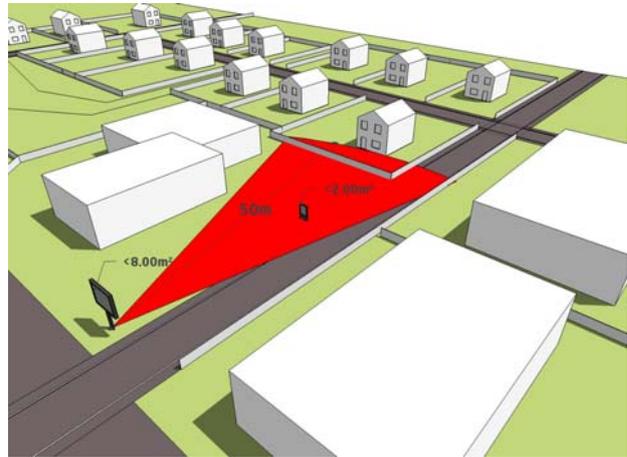
Ils sont également susceptibles de diminuer la visibilité et la lisibilité de la signalisation routière.

Enfin ces dispositifs sont également consommateurs d'énergie et accentuent la pollution lumineuse en zone urbaine.

Dans les zones où elle est susceptible d'être autorisée, la publicité lumineuse, y compris numérique, est soumise aux mêmes dispositions que la publicité non lumineuse en termes de hauteur, de densité, d'implantation et d'aspect (règles communes expliquées ci-dessus).

De plus, afin de limiter l'impact de la luminosité sur le paysage et sur le confort des habitants, une disposition plus restrictive est ajoutée à proximité des habitations en réduisant leur format à 2 m² lorsqu'ils sont installés à moins de 50 mètres et dans le champ de visibilité d'une baie d'une habitation.

Cette distance permet également de réduire les installations de panneaux qui seraient en vis-à-vis avec une baie d'habitation. Il en va de la préservation du cadre de vie



Les règles visant à réduire le nombre et la taille des publicités lumineuses contribuent également aux économies d'énergie et à la diminution des nuisances lumineuses.



3 - Les enseignes

Les dispositions communes applicables aux enseignes traduisent l'orientation n° 3 visant à améliorer l'intégration des dispositifs.

Enseignes sur support

Alors que le RNP interdit la publicité sur les arbres et sur les murs de clôture qui ne sont pas aveugles, il ne prévoit pas de règle comparable pour les enseignes. Aussi, le RLPC étend aux enseignes l'interdiction sur les arbres, étant précisé que cela vaut également pour les haies et toute autre plantation.

Utilisées comme des supports faciles permettant d'accrocher tout type de pancartes ou bandeaux, les clôtures sont parfois amenées à recevoir des enseignes permanentes réalisées dans des matériaux précaires et restant souvent sans entretien.

Afin d'encadrer cet usage, le RLPC autorise l'implantation d'enseignes non lumineuses sur les murs de clôture et les clôtures à la condition que :

- leur nombre soit limité à trois enseignes
- que leur surface cumulée n'excède pas 6 m²,
- qu'elles soient réalisées avec des matériaux rigides et pérennes
- qu'elles respectent les lieux environnants.



Enseignes scellées ou installées directement sur le sol

Dans les communes de plus de 10 000 habitants, le RNP limite le format des enseignes scellées ou installées directement sur le sol à 12 m². Cette disposition concerne les communes d'Allonnes et Le Mans.

Dans les communes de moins de 10 000 habitants, cette surface est limitée à 6 m². Cette disposition s'applique donc sur dix-sept des dix-neuf communes que compte la communauté urbaine du Mans.

Afin d'harmoniser les dispositions réglementaires à l'échelle communautaire, et assurer une cohérence et une équité entre les acteurs économiques présents sur Le Mans Métropole, le règlement prévoit de limiter la surface des enseignes au sol à 6 m² y compris sur Allonnes et Le Mans.

Cette disposition permet également de distinguer le format publicitaire de celui des enseignes.

Densité des enseignes < 1 m²

Alors que les enseignes scellées ou installées directement sur le sol supérieures à 1 m² sont limitées à un seul dispositif par voie bordant l'activité, le nombre d'enseignes au sol inférieures à 1 m² est illimité. Afin de corriger les abus constatés et éviter que ces enseignes de petit format ne se multiplient pour se substituer aux enseignes au sol existantes > 1 m² qui seront supprimées, le règlement limite leur nombre à 3 enseignes par activités visibles par voie ouverte à la circulation publique.



De même que pour les publicités et afin d'assurer leur esthétique, les enseignes au sol simple face devront recevoir un habillage masquant les éléments de fixation.

Enseignes temporaires

S'agissant généralement de dispositifs non pérennes et afin de veiller à maintenir leur caractère temporaire, la durée d'installation des enseignes temporaires est limitée dans le temps, notamment après la fin de la manifestation, soit deux semaines avant et 3 jours après l'opération ou la manifestation.

Au même titre que les enseignes permanentes, les enseignes temporaires < 1 m² installées au sol sont limitées à 3 dispositifs par voie ouverte à la circulation publique.

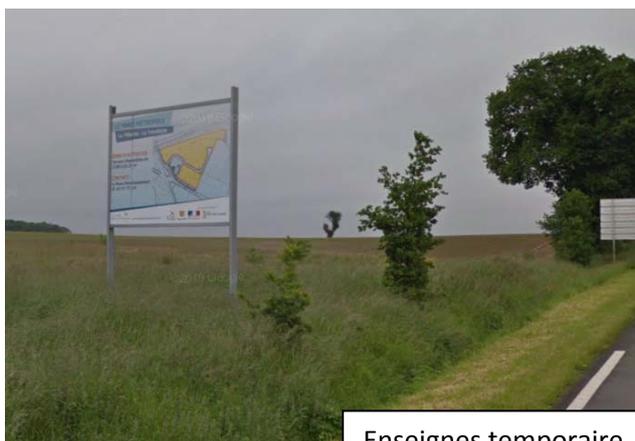
Le RNP applicable aux enseignes limite la surface totale des enseignes permanentes apposée sur un bâtiment en fonction de la surface de la façade commerciale. A l'inverse aucune restriction n'est imposée lorsqu'il s'agit d'une enseigne temporaire.

Afin d'éviter que ces enseignes temporaires puissent recouvrir la totalité de la façade d'un établissement, le règlement local limite leur surface maximale en appliquant les mêmes proportions vis-à-vis de la façade sur laquelle elles sont installées que pour les enseignes permanentes.

Enfin, le RNP limite le format des enseignes temporaires scellées ou installées directement au sol à 12 m², uniquement lorsqu'il s'agit d'enseignes installées pour plus de trois mois, signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, ou encore la location ou la vente de fonds de commerce.

Lorsqu'elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois, leur surface n'est pas limitée.

Considérant que ces dispositifs peuvent avoir un impact visuel conséquent, et en cohérence avec les autres dispositions communes qui ont été définies, le règlement local limite également leur surface. Aussi, le format de ces dispositifs temporaires étant similaire à celui des panneaux publicitaires, leur surface maximale sera également similaire (10,60 m²).



4 - L'extinction nocturne

Afin de garantir la quiétude des habitants, la règle nationale concernant les horaires d'extinction nocturne (1 heure à 6 heures) est portée de 23 heures à 7 heures.

Cette disposition s'inscrit dans une démarche d'économie d'énergie et participe à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne.

Elle concerne à la fois les dispositifs publicitaires et les enseignes, qu'ils soient lumineux ou éclairés.

Elle répond à l'orientation n° 4 qui vise à réduire l'impact de l'ensemble des dispositifs lumineux.

III - Explications du zonage et des règles afférentes

Le RLPC comporte six types de zone.

Le zonage s'appuie sur l'environnement et la typologie bâti des secteurs étudiés, en leur donnant un niveau de réglementation adapté et cohérent sur l'ensemble de la métropole.

1 - Zone 1 : Patrimoine bâti protégé

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent l'orientation n° 8 qui porte sur la protection du patrimoine bâti et plus particulièrement la Cité Plantagenêt.

Le Règlement local de Publicité de la ville du Mans, adopté en 1985, avait institué une zone de publicité interdite qui couvrait le secteur sauvegardé de la Cité Plantagenêt où des prescriptions plus restrictives étaient imposées pour les enseignes.

Ce secteur fait aujourd'hui l'objet d'une demande d'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO et d'un projet de révision qui étendra ses limites jusqu'à l'Abbaye Saint Vincent.

Afin de marquer son caractère exceptionnel, le site du jardin des Plantes est également intégré dans cette zone.

Publicité

Bien que d'une sensibilité patrimoniale comparable et immédiatement limitrophe, les abords de ce secteur bénéficient, au titre de la réglementation de la publicité, d'une protection moindre.

Il revient alors au Règlement Local de Publicité d'y apporter les restrictions nécessaires à sa préservation. La zone 1 recouvre donc non seulement le périmètre projeté de ce site patrimonial remarquable (SPR) qui se substituera au secteur sauvegardé actuel, mais aussi les voies publiques qui l'entourent et qui constituent sa zone tampon où une protection similaire est justifiée.

Ainsi, la **publicité est interdite** dans l'ensemble de la zone.

Enseignes

Dans cette zone, la maîtrise des enseignes revêt une importance particulière. Le règlement reprend les prescriptions indiquées par l'Architecte des Bâtiments de France à l'occasion des demandes d'installation d'enseigne.

Ces prescriptions s'inscrivent dans une perspective de reconquête des savoir-faire artisanaux en cohérence avec la richesse du bâti et l'intérêt culturel du site.

Elles s'appuient sur la structure architecturale, les couleurs, les éléments décoratifs et les matériaux des devantures à caractère médiéval.

A cet effet, le règlement précise la forme et la nature des matériaux des enseignes attendues.

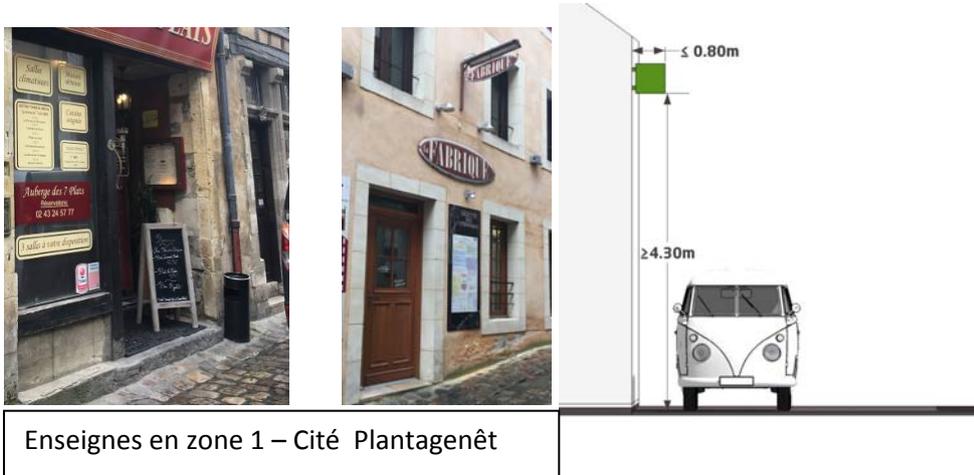
Pour les enseignes dont la saillie surplombe le domaine public, le règlement reprend les dispositions du règlement de voirie de Le Mans Métropole qui précise l'épaisseur des enseignes parallèles (0,16 mètre), la largeur des enseignes perpendiculaires (0,80 mètres) et leur hauteur minimum par rapport au domaine public (4,30 mètres).

Les enseignes perpendiculaires sont également limitées à un seul dispositif par établissement et par voie.

En présence d'une terrasse, les enseignes au sol sont sous forme de chevalet dont les dimensions sont définies en cohérence avec la charte pour occupation commerciale de l'espace public du centre ville du Mans. Elles sont limitées à un dispositif par établissement.

Enfin, Les enseignes, dont la vocation n'est pas d'éclairer la voie publique, seront de type non lumineux, c'est à dire sans source lumineuse visible. Si nécessaire, elles pourront recevoir un éclairage indirect, ou

se détacher en ombre chinoise sur un support opaque, c'est-à-dire non translucide (pas de caissons lumineux, ni de néon apparent).



2 - Zone 2 : Centre-ville du Mans

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations n° 7 et 8 qui portent notamment sur l'attractivité du centre-ville du Mans et la protection du patrimoine bâti.

Le RLPC identifie des monuments historiques et abords de site patrimonial remarquable et s'étend sur le cœur marchand du centre-ville du Mans tel qu'il a été identifié au Plan Local d'Urbanisme communautaire (zone U mixte 2a).

Les dispositions proposées dans cette zone ont notamment pour objectif de contribuer à redonner aux commerces du centre-ville une plus grande attractivité. Elles s'inscrivent dans un vaste projet de redynamisation qui porte à la fois sur l'animation, la gouvernance et le réaménagement des espaces publics du centre-ville du Mans.

Publicité

Le RLPC limite la publicité au seul mobilier urbain en raison de ses finalités d'intérêt général (abris voyageur, information municipale ou culturelle, etc.), sous réserve que la surface de la publicité soit limitée à 2 m², et à la publicité de petit format sur devanture commerciale.

Pour la publicité de petit format sur devanture, les règles édictées par le code de l'environnement suffisent à l'intégrer et restreindre son impact sur le bâti.

La zone 2 a été délimitée à partir d'un rayon de 100 mètres autour des monuments historiques classés ou inscrits situés sur les communes de Coulaines, Le Mans, Yvré l'Évêque, à l'intérieur du cœur marchand du centre-ville du Mans et sur le site patrimonial remarquable d'Allonnes (anciennement ZPPAU).

Dans ce périmètre des 100 mètres, au plus près des commerces et des flux de circulation, le mobilier urbain trouve tout son intérêt. Par ailleurs, il convient de rappeler que celui-ci étant installé sur le domaine public, son positionnement est maîtrisé par la collectivité.

Ce choix a été fait dans l'attente de la délimitation des périmètres de protection au titre des abords (en cours d'étude), conformément à l'article L621-30 du Code du patrimoine, qui se voudra, au-delà des

100 mètres précités, plus précis et plus juste quant à la prise en compte du champ de visibilité d'un monument historique.

Par ailleurs, à l'intérieur de ce périmètre de 100 m, toute demande d'installation d'un dispositif supportant de la publicité sera soumise à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France qui pourra, si cela se justifie, refuser de donner son accord.

Préenseignes

Afin de répondre aux besoins des commerçants de se signaler, les préenseignes sont également admises. Celles-ci sont encadrées et répondent également aux dispositions de la charte pour occupation commerciale de l'espace public du centre ville du Mans. Elles sont limitées à deux dispositifs chevalet maximum par établissement, accolés à la façade commerciale.



Enseignes

Recouvrant divers périmètres de protection autour des monuments historiques, les dispositions de la zone 1 sont en partie reprises. Pour prendre en compte les secteurs non couverts par ces périmètres, les dispositions relatives aux matériaux utilisés sont préconisées mais non imposées.

Conformément au règlement de voirie communautaire, les enseignes perpendiculaires ont également la possibilité d'être installée à une hauteur minimale de 3 mètres au-dessus du domaine public lorsque celui-ci comprend un trottoir d'au moins 1,40 mètres de large.

Enfin, pour renforcer la qualité des vitrines et leur mise en valeur, les enseignes de type vitrophanie sont limitées à une surface n'excédant pas 20 % de la surface totale de la baie qu'il recouvre, étant rappelé que le RNP limite la surface cumulée des enseignes sur façade (parallèles et perpendiculaires) à 25 % de la surface totale d'une façade commerciale lorsque celle-ci est inférieure ou égale à 50 m². Le cas échéant la surface cumulée des enseignes est limitée à 15 %.

3 - Zone 3 : Centres urbains

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations générales n°2 et 3 portant sur l'encadrement des dispositifs et leur intégration, ainsi que l'orientation n° 7 qui porte sur la protection et l'attractivité des centres urbains.

Elle concerne les abords du cœur marchand du centre-ville du Mans, ainsi que les centres-villes et les agglomérations des communes de Le Mans Métropole dans lesquels il convient de conserver l'absence

ou la présence limitée de dispositifs publicitaires notamment dans les zones résidentielles. Ces dispositions participent également à mettre en valeur les espaces publics.

Il s'agit plus particulièrement :

- Sur Le Mans, du périmètre correspondant aux abords du cœur marchand du centre-ville du Mans tel qu'il a été identifié au Plan Local d'Urbanisme communautaire (zone U mixte 2b) et qui couvre en particulier des rues support d'un trafic important et situées à proximité de ce cœur marchand.
- Sur la commune de Coulaines, du boulevard Saint Michel au boulevard St Nicolas jusqu'au Hameau du Verger en raison de la qualité des espaces publics avec notamment les travaux de requalification du boulevard Saint Nicolas réalisés en 2019.
- Sur la commune d'Arnage, d'une partie de l'avenue Nationale située entre la rue de la Gare et la route du Lude. Il s'agit d'une section aujourd'hui protégée par le zonage du RLP de la commune adopté en 1987. Elle recouvre plus particulièrement la zone de centralité comprenant des commerces de proximité de part et d'autre de l'avenue. Dans la continuité du RLP de 1987, le RLPc permettra de maintenir la qualité des aménagements espaces publics et valoriser la traversée de la ville d'Arnage en encadrant l'installation des enseignes.
- Sur les communes d'Aigné, Champagné, Chaufour-Notre-Dame, Fay, La Milesse, Mulsanne, Pruillé-le-Chétif, Rouillon, Ruaudin, Saint-Georges du Bois, Saint-Saturnin, Sargé-lès-Le Mans et Trangé, des secteurs agglomérés en dehors des secteurs inscrits en zone 4 et 5 du présent RLPc et des zones à vocation économique.

Elle comprend deux secteurs 3a couvrant les bourgs de La Chapelle-Saint-Aubin et d'Yvré l'Evêque où les dispositions relatives à la publicité sont plus restrictives.

La zone 3 recouvre en partie les périmètres de protection de 500 mètres autour des monuments historiques. La réglementation nationale y interdit toute publicité lorsqu'elle est installée dans le champ de visibilité des dits sites ou monuments. Ces périmètres de protection recouvrent la quasi-totalité du centre-ville du Mans.

S'agissant de secteurs où les commerces et la fréquentation du public sont très importants, le maintien de cette interdiction serait susceptible de nuire au dynamisme commercial et culturel recherché au sein des centres-villes.

Par ailleurs, lorsqu'un dispositif publicitaire se trouvera dans le champ de visibilité d'un monument protégé, la demande d'installation sera soumise à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France qui pourra, si cela se justifie, refuser de donner son accord.

Au-delà de la zone 3, les secteurs restant couverts par le périmètre concernent majoritairement des quartiers résidentiels. L'interdiction de la publicité n'est pas levée.

Là aussi, ce choix a été fait sachant que la délimitation des périmètres de protection au titre des abords est en cours d'étude, conformément à l'article L621-30 du Code du patrimoine. Cette délimitation conduira à définir un périmètre plus précis et plus juste quant à la prise en compte du champ de visibilité d'un monument historique.

Publicité

Dans l'agglomération des communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, il est rappelé que, conformément à la réglementation nationale en vigueur :

- Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits
- La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.
- La publicité lumineuse est interdite.

Afin de conserver une cohérence sur le traitement des publicités dans les communes hors unité urbaine du Mans et les autres communes à caractère rural de Le Mans Métropole, les dispositions de la zone 3 en matière de publicité s'appuie sur la réglementation relative à ces premières.

Ainsi, dans la zone 3, la publicité scellée au sol ou installés directement au sol est interdite et la publicité murale est limitée à 4 m².



Toutefois, sur les communes de La Chapelle-Saint-Aubin et Yvré L'Évêque la réglementation locale est plus stricte en interdisant également les dispositifs muraux.

En effet, La Chapelle-Saint-Aubin est couverte par un RLP adopté en 1992. Ce dernier a institué une zone de publicité restreinte sur son bourg qui interdit la publicité en dehors du mobilier urbain. Cette prescription est justifiée par la présence d'un bâti ancien dans le centre bourg qui a fait l'objet d'une mise en valeur progressive. L'aspect des constructions nouvelles a ensuite fait l'objet d'une attention particulière pour préserver le caractère du bourg.

Pour les mêmes raisons, les entrées de ville principales sont classées en zone 4 où la publicité est interdite (voir ci-après).

La commune d'Yvré l'Évêque est l'une des seules communes, en dehors du Mans et Coulaines, dont le bourg est en quasi-totalité recouvert par les périmètres de 500 mètres de protection des monuments historiques. Elle a par ailleurs fait l'objet d'une requalification de son centre-bourg ayant permis l'installation de nouveaux commerces de proximité. Aux abords du complexe scolaire, de nouveaux aménagements de l'espace public sont également programmés. Aussi, afin de valoriser l'ensemble de ces espaces, il est prévu d'assurer une protection forte dans le prolongement des prescriptions de la zone 2 en matière de publicité. Afin d'assurer le même traitement à l'ensemble de ses habitants, la zone 3a est étendue à l'ensemble du bourg.

Enfin, Pour l'ensemble des zone 3 et 3a, s'agissant de secteurs mixtes regroupant habitations et commerces dans lesquels les clôtures constituent des éléments structurants du paysage urbain, les dispositifs publicitaires sur clôture, y compris lorsqu'il s'agit de clôtures aveugles, sont interdits.

Préenseignes

Dans les agglomérations des communes appartenant à l'unité urbaine du Mans, et afin de répondre aux besoins des commerçants de se signaler, les préenseignes sont également admises dans les mêmes conditions que dans la zone 2.

Enseignes

La zone 3 concerne principalement des enseignes de commerces de proximité donnant directement sur le domaine public, les dispositions inscrites en zone 2 relatives aux enseignes sur façade (enseignes perpendiculaires, adhésives et parallèles) sont reprises exceptées les préconisations propres aux matériaux recommandés par l'Architecte des Bâtiments de France.

Compte tenu de la présence d'activités en retrait par rapport à la voie, il n'y a pas de dispositions particulières concernant les enseignes scellées ou installées directement sur le sol.

4 - Zone 4 : Entrées de bourg et paysage naturel

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations n° 5 et 9 qui portent sur la protection des entrées de bourg et des paysages naturels, notamment sur les bords de rivières et le long du boulevard nature.

► Les espaces naturels

S'agissant d'espaces où la nature est mise en valeur, le code de l'environnement interdit la publicité sur les arbres, les secteurs inscrits en zone naturelle dans les plans locaux d'urbanisme, ainsi que dans les espaces boisés. Afin de protéger le patrimoine naturel de Le Mans Métropole, la zone 4 généralise cette interdiction à toute forme de dispositifs publicitaires en bordure des rivières Sarthe et Huisne, préservant ainsi les dispositions inscrites dans les précédents RLP d'Arnage et du Mans, sur le boulevard nature et les itinéraires de randonnées à préserver sur les communes de Fay, Chaufour-Notre-Dame, Puillé-Le-Chétif, Saint-Georges-du-Bois et Trangé.

La zone 4 contribue à valoriser l'aménagement des cheminements piétons et à préserver les continuités écologiques du territoire au sein des zones urbaines.

► Les entrées de bourg

Sur les communes appartenant à l'unité urbaine du Mans, le diagnostic a mis en avant des axes de circulation aujourd'hui préservés mais susceptibles d'accueillir des dispositifs publicitaires de grands formats et notamment scellés au sol.

Parmi ces axes, on recense des voies à vocation résidentielle en bordure desquelles aucun dispositif publicitaire n'a, à ce jour, été installé mais dont la préservation de cette situation reste fragile en raison de l'importance de leur trafic automobile.

Afin de préserver le cadre de vie de ces secteurs résidentiels et de conserver le paysage et les perspectives visuelles actuelles, une zone de publicité interdite est instituée le long de ces axes.

La zone 4 concerne le sud de l'avenue Nationale à Arnage, les entrées de bourg de La Chapelle-Saint-Aubin rue de l'Europe et rue Véron de Forbonnais, la route d'Allonnes au Mans sur la partie bordée par des espaces naturelles après le Pont Arc en Ciel, route du Mans, rue de Parigné L'Évêque et route de Brette les Pins à Ruaudin, la RD 197 et l'entrée nord du boulevard de Maule à Saint Saturnin, la RD301 - rue des des Capucines et la rue Principale à Sargé-lès-Le Mans et enfin la rue de Parence à Yvré L'Évêque (voir description justifiant leur caractéristiques dans la partie du diagnostic chapitre III.2.19).

La zone 4 couvre également le boulevard Saint Michel sur les communes de Coulaines et Le Mans et la rue Alphonse Poitevin au Mans. Ces voies constituent à la fois des entrées de ville et des voies urbaines. Sur ces axes, l'interdiction de la publicité vient renforcer les dispositions inscrites dans le RLP de la ville du Mans adopté en 1985 en raison de la qualité de leur aménagement public particulièrement arboré et de leur perspective sur la ville et les bords de Sarthe.

5 - Zone 5 : Entrées de ville et zones d'activités les bordant

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations générales n°2 à 4 qui visent à améliorer l'intégration des dispositifs et limiter leur impact, ainsi que les orientations n° 5, 6 et 10 qui portent sur la protection des paysages des entrées de ville, l'attractivité des zones d'activités et la valorisation de l'image de l'agglomération mancelle.

Elle concerne des entrées de ville/bourg et grands axes de circulation à préserver en bordure desquels des activités sont présentes.

Afin d'opérer à une harmonisation des règles sur le territoire, il est prévu, pour les secteurs répondant aux critères ci-dessus, de reprendre les dispositions applicables à la publicité dans les communes n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, qui consistent à interdire les dispositifs publicitaires scellés ou installés directement sur le sol, ainsi que les dispositifs numériques.

En effet, dans un paysage qu'il convient de préserver et/ou valoriser, le diagnostic a mis en avant que de tels dispositifs marquaient davantage le champ visuel et le cadre de vie des usagers.

Publicité

Hors agglomération et sur les communes n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, **les publicités scellées au sol et la publicité lumineuse ou numérique sont interdites.**

Cette disposition applicable aux communes n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans est reprise dans la zone 5. Elle recouvre :

- d'une part, les grands axes de circulation et entrées de ville bordées par des activités et les zones d'activités situées hors agglomération et/ou hors unité urbaine du Mans sur lesquelles les enseignes nécessitent d'être réglementées pour renforcer leur attractivité.

La zone intègre ainsi les entrées de ville et zones d'activités des communes de Champagné, Chaufour-Notre-Dame, Mulsanne, Trangé et Rouillon.

Elle enveloppe également les voies départementales dont le statut de voie située « hors agglomération » peut paraître ambigu.

De plus, sur ces axes situés hors agglomération, compte tenu du développement des zones d'activités qu'ils desservent, dans le cas où les limites d'agglomération viendraient à évoluer, les dispositions ainsi inscrites pourront être maintenues.

Cela concerne la route d'Alençon qui traverse la zone nord sur Le Mans - La Chapelle-Saint-Aubin et Saint Saturnin, la route de Bonnétable bordant la zone de La Pointe à Sargé-lès-Le Mans, la route de la Suze bordant la zone du Vivier à Allonnes, la RD197 et la RD 304 (rue de Sillé) à La Milesse, la RD 314 à Yvré L'Évêque.

- d'autre part, les grands axes de circulation et les secteurs d'activités et d'équipements situés en agglomération et dans l'unité urbaine, dont l'enjeu en termes d'attractivité et d'image de la ville amène à une protection plus stricte en matière d'enseigne et de publicité.

En effet, la première image offerte par la ville lorsque l'on y pénètre joue un rôle essentiel dans son appréhension. Les entrées et sites d'accès à la ville doivent donc faire l'objet d'une attention particulière. De manière générale, l'aménagement des entrées de ville routières veille à limiter l'implantation et le gabarit des panneaux publicitaires le long des voies et à partager équitablement l'espace entre les différents modes de déplacements. Une attention particulière est portée à l'intégration de ces espaces publics, à leur aménagement et à la qualité de leur traitement paysager. La publicité ne doit pas y porter atteinte.

Enfin, dans cette démarche de renforcement de l'image de l'agglomération, la zone 5 comprend deux secteurs particuliers 5a et 5b correspondant aux principaux axes de desserte des secteurs Ribay-

Université où la publicité est interdite et du Pôle d'Excellence Sportive dont une grande partie est située hors agglomération.

Sur ces deux secteurs des règles plus strictes sont également instituées en matière d'enseigne.

Les axes de circulation à enjeu évoqués ci-dessus et situés en agglomérations sur les communes appartenant à l'unité urbaine du Mans, sont les suivants :

- Le boulevard Pierre Lefaucheur et l'entrée de l'avenue National à Arnage
Cet axe constitue une voie de transition entre la sortie de la Zone Industrielle Sud (ZIS) et l'entrée dans l'agglomération arnageoise. L'aménagement de l'espace public est proportionné au rétrécissement du boulevard Pierre Lefaucheur et les premières habitations apparaissent. Les dispositifs publicitaires, bien que moins nombreux, s'inscrivent dans la continuité de ceux qui sont implantés au sein de la ZIS sans tenir compte de ce changement de paysage. Afin d'y remédier et de mettre en valeur cet axe qui marque les portes d'Arnage et qui est par ailleurs très fréquenté à l'occasion des manifestations des 24 heures du Mans, les publicités au sol existantes seront supprimées.
- L'avenue du Mans à Yvré L'Évêque et l'avenue Bollée au Mans
Le projet de la zone d'activités commerciales de Béner a fait l'objet d'une déclaration de projet approuvée le 4 juin 2015, dont l'aménagement de l'avenue du Mans fait partie intégrante. Comme précisé dans les enjeux et l'intérêt général du projet, cet aménagement « s'inscrit sur une trame urbaine qui permet l'ouverture du site vers les quartiers environnants et marque la porte Est de l'agglomération. Un des enjeux est donc de mettre en valeur cette entrée de ville. » Dans cette perspective, et compte tenu des aménagements paysagers projetés sur l'espace public, les élus ont fait le choix d'interdire la publicité au sol sur toute la longueur et les abords de cette avenue. L'avenue Bollée se trouve en continuité de l'avenue du Mans et prolonge cette entrée jusqu'au centre-ville du Mans. En aval de la partie bordant la zone d'activités de Béner, des aménagements récents de l'espace public ponctués d'éléments paysagers ont déjà été réalisés. Afin d'assurer la qualité de cette entrée, l'avenue Bollée sera également dépourvue de toute publicités scellées ou installées au sol jusqu'à la porte du centre-ville au carrefour de la rocade avenue Nicolas Cugnot.

De la même façon, la zone d'activités de Béner est protégée afin de garantir la qualité des aménagements paysagers projetés et d'atteindre les objectifs environnementaux annoncés dans la déclaration d'intérêt général du projet.

- La rue de Sablé au Mans
Cette entrée de ville représente un axe de circulation très emprunté en tant qu'entrée sud-ouest de la ville. Pour autant ses caractéristiques la détachent des grands axes de circulation de l'agglomération. En limite d'Allonnes et de Rouillon celle-ci se présente très vite comme une rue avec un bâti majoritairement à l'alignement. Plus étroite, la multiplication et le grand format des dispositifs publicitaires implantés au sol ne trouvent pas à s'intégrer et nuisent à la perception de cette centralité de quartier. En matière de publicité, afin de préserver son ambiance de quartier à dominante résidentielle, il convient de requalifier cet axe qui, contrairement aux autres entrées de ville du Mans, constitue bien une rue et non une avenue. Les publicités au sol y sont également interdites.
- L'avenue Olivier Messiaen au Mans - quartier Université
Cette entrée ouest de la ville était couverte par une zone de publicité interdite au RLP de la ville du Mans adopté en 1985. Cette protection établit alors que le quartier Ribay-Université était en cours d'aménagement et de développement, a permis d'en faire, en termes de paysage, l'entrée la plus qualitative de la ville. La qualité de son paysage a été renforcée avec l'arrivée du tramway et les aménagements de l'espace public qui l'accompagne.

Afin de maintenir cette attractivité et ce cadre de vie qui bénéficie à l'ensemble du quartier, le choix a été fait de maintenir la protection existante en matière de publicité et de la renforcer en la prolongeant jusqu'à l'extrémité de l'avenue Rubillard et en l'étendant sur les voies principales desservant la zone. Ces voies sont classées en zone 5a.

Enfin, les abords du Circuit des 24 heures du Mans (Pôle d'excellence sportive) ont été classés en zone 5b où une disposition complémentaire est ajoutée pour les préenseignes temporaires afin de garantir la valorisation de l'image de l'agglomération.

Pour garantir les qualités paysagères et l'attractivité des différents secteurs à enjeu inclus dans cette zone, la publicité lumineuse, scellée ou installée au sol ou apposée sur une clôture aveugle, est interdite.

Le format de la publicité murale respecte la surface maximale définie dans les règles communes.



La publicité murale est applicable dans le respect des dispositions nationales. Elle s'applique uniquement en agglomération et en dehors du secteur 5a. Dans les communes n'appartenant pas à l'unité urbaine du Mans, sa surface demeure limitée à 4 m².

Dans le secteur 5a, la publicité est également interdite sur le mobilier urbain afin de maintenir les prescriptions instituées par le précédent RLP de la ville du Mans.

Dans les autres secteurs, elle est également autorisée sous réserve du respect des dispositions nationales.

Enseignes

Les enseignes scellées au sol sont normalisées : sans en imposer des dimensions fixes et précises, un volume général dans lequel elles doivent s'inscrire est indiqué.

Le format d'enseigne verticale de type « totem » sera privilégié.



Enfin, de même que la publicité numérique, les **enseignes numériques sont interdites**.

Cette disposition permet non seulement de réduire la pollution lumineuse et les consommations d'énergie, mais également de préserver la quiétude des habitants présents dans les secteurs à vocation mixte.

6 - Zone 6 : Zones d'activités

Tout comme la zone 5, cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations générales n°2 à 4 qui visent à améliorer l'intégration des dispositifs et limiter leur impact, ainsi que les orientations n° 5 et 6 qui portent sur la protection des paysages des entrées de ville et l'attractivité des zones d'activités.

Sur ces secteurs constitués des grandes zones d'activités avec notamment la Zone Nord et la Zone Industrielle Sud, et les grands axes de circulation du Mans qui ne justifiaient pas d'une protection particulière au titre de la zone 5, la publicité trouve sa place. Ce sont des lieux où sont principalement installés à ce jour publicité et enseignes.

Dans cette zone, les règles communes aux dispositifs publicitaires s'appliquent.

Publicité

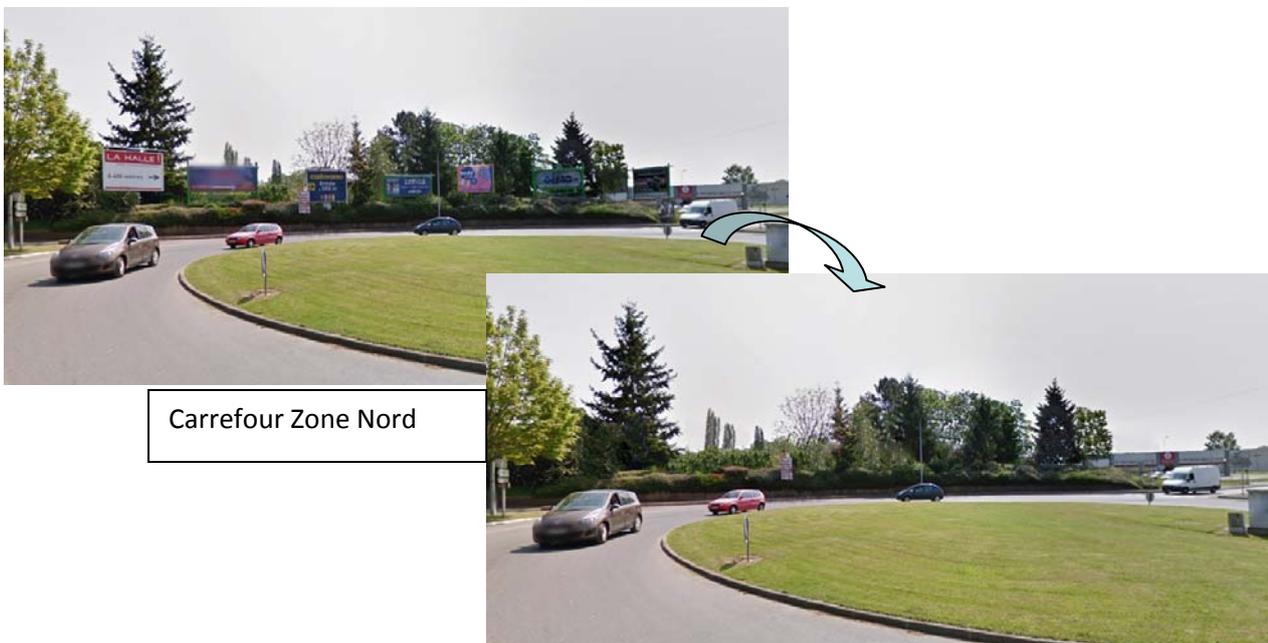
Une disposition complémentaire est toutefois ajoutée relative à la présence des dispositifs à proximité des carrefours routiers identifiés dans cette zone (voir plan de zonage) afin de limiter le nombre de dispositifs.

Aucun dispositif ne peut s'implanter à moins de 15 mètres des bords extérieurs de certaines intersections correspondant soit à des carrefours giratoires, soit des carrefours à feux.

Le choix de ces carrefours a été défini selon les critères suivants :

- positionnement stratégique à l'intersection d'axes de circulation importants susceptibles d'entraîner une forte concentration de dispositifs ;
- volonté de mettre en valeur ces espaces stratégiques très fréquentés afin de renforcer l'image et le cadre de vie du territoire ;
- présence d'éléments bâtis environnant ou de perspectives visuelles sur la ville méritant d'être mis en valeur ;
- nécessité de valoriser les qualités paysagères de l'espace public et/ou ses abords ;
- besoin de rendre mieux visible et lisible les activités situées aux abords de ces carrefours ainsi que la signalisation routière.

Exemple de mise en valeur des éléments paysagers et suppression du phénomène de surdensité des dispositifs :



Exemple de mise en valeur d'élément bâti intéressant (l'une des dernières maisons en bois sur Le Mans) :



Carrefour rocade sud

Enseignes

En termes d'enseignes, la zone 6 reprend les dispositions de la zone 5 en permettant toutefois un format d'enseigne supplémentaire de type mât porte-drapeau.



Ces dispositions permettent également de distinguer le format publicitaire de celui des enseignes.



Afin d'éviter une surcharge des dispositifs numériques sur le paysage, le format des enseignes numériques est limité. Au sol, l'affichage numérique ne pourra excéder 2 m². Sur support, les dispositifs sont limités à 4 m² et à deux dispositifs maximum par établissement. Cette règle contribue également aux économies d'énergie et à la diminution des nuisances lumineuses.



IV - Secteurs à enjeux ne faisant pas l'objet d'un zonage particulier

Les secteurs non couverts par une zone spécifique du RLPC sont :

► **le Pôle Européen du Cheval**

Situé au nord de la commune d'Yvré L'Évêque dans des espaces naturels et agricoles, le site est implanté en dehors de l'agglomération. Les préenseignes existantes aux abords du site n'entrant pas dans le cadre des préenseignes dérogatoires, devront être supprimées. En contrepartie, une signalisation routière adaptée sera mise en place.

Par ailleurs, suite aux rencontres avec les acteurs économiques, dont le président du Pôle Européen du Cheval, il est envisagé, en collaboration avec les acteurs concernés, la rédaction d'un cahier de recommandations portant sur les enseignes. Celui-ci sera ensuite annexé au présent RLPC dans le cadre d'une procédure de mise à jour ou de modification du règlement.

► **le parc d'attraction de Papéa**

De la même façon, ce site est situé en dehors de l'agglomération d'Yvré L'Évêque. Comme cela a été présenté dans la partie diagnostic (cf page - chapitre), la particularité de ce site est la présence de nombreuses enseignes placées le long de la voie d'accès au site et visibles depuis la voie ferrée et l'avenue du Mans. L'application du RNP avec l'installation d'une seule enseigne scellée ou installée directement sur le sol par voie bordant l'activité, d'une surface maximale de 6 m², permettra de corriger cette situation.

► **l'enceinte intérieure du Circuit des 24 Heures du Mans**

Le Circuit des 24 Heures du Mans est également situé hors agglomération.

Toutefois, s'agissant de l'emprise d'un équipement sportif pouvant accueillir plus de 15 000 places assises, ce dernier bénéficie d'un régime dérogatoire permettant l'implantation de dispositifs publicitaires. Le RLPC n'est pas habilité à restreindre cette dérogation. De plus, les publicités présentes sont en lien direct avec l'activité du circuit.

► **les zones d'activités non couvertes**

L'ensemble des zones d'activités, quelle que soit leur vocation (artisanale, industrielle, commerciale), ont été analysées dans le cadre du diagnostic.

Plusieurs zones ne nécessitent pas d'intégrer une zone spécifique plus restrictives que le RNP pour les raisons suivantes :

- leur situation hors agglomération interdit toute publicité à l'intérieur de la zone (La Fabrice, Le Pré Doué et La Noé à Aigné, Le Monné à Allonnes, La Pointe à Sargé-lès-Le Mans, La Tremblai à La Milesse, et L'Étoile à Trangé, Auvours à Yvré L'Évêque) ;
- les enseignes au sol sont globalement sous forme de totem ou format horizontal répondant aux prescriptions envisagées dans le RLPC (La Pointe, Le Monné)
- pas ou très peu d'enseigne au sol ou sur clôture, et possibilité d'avoir des enseignes parallèles bien intégrées en appliquant le RNP (Le Champ Fleuri à Coulaines, Le Sablon à Mulsanne) ;
- les enseignes sont bien intégrées (La Carrie à La Milesse, La Pointe, Le Super U à Saint-Georges, L'Étoile à Trangé).

L'ensemble de ces zones seront toutefois soumises aux dispositions communes relatives aux enseignes du RLPC.

► **le paysage urbain sur les agglomérations d'Allonnes, Le Mans et Coulaines**

Au-delà du cœur de ville du Mans et de ses abords, à Arnage, Coulaines et Allonnes, le tissu mixte urbain relativement dense, comprenant également des immeubles de plus grande hauteur, présentent un paysage plus urbain dans lequel la publicité peut trouver sa place sans qu'elle soit disproportionnée ou déconnectée du paysage qui l'entoure.

En dehors des voies identifiées en zone 3, l'application des dispositions communes relatives à la publicité et aux enseignes suffisent à limiter l'impact de ces dispositifs sur le cadre de vie des habitants et le paysage urbain.

► **les éléments du patrimoine protégés par leur situation particulière et la réglementation nationale**

Il s'agit du Château des Hunaudières à Mulsanne, du château de la Groirie à Trangé, la Chapelle des Etrichets à Saint Saturnin, l'abbaye de l'Épau à Yvré l'Évêque et des sites classés du jardin de Tessé au Mans et du Pont Romain à Yvré l'Évêque.

La réglementation nationale interdit la publicité à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des sites classés et immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques.

Considérant, d'une part, en dehors du Pont Romain, que ces sites, situés dans des lieux clos, offrent peu de visibilité depuis les voies ouvertes à la circulation publique. Ce périmètre de protection est justifié et ne constitue pas un obstacle à l'implantation du mobilier urbain qui pourra s'installer en dehors de leur champ visuel. Le site du Pont Romain à Yvré l'Évêque étant quant à lui totalement ouvert, il convient de conserver l'interdiction de publicité à proximité.

Enfin, les Châteaux des Hunaudières, le Château de la Groirie et la Chapelle des Etrichets étant hors agglomération, la publicité y est doublement interdite.

D'autre part, les enseignes situées à proximité, si elles existent, seront soumises à l'avis de l'architecte des Bâtiments de France.

L'application de la réglementation nationale est donc maintenue sur l'ensemble de ces secteurs.

CONCLUSION

Les effets attendus du RLPc

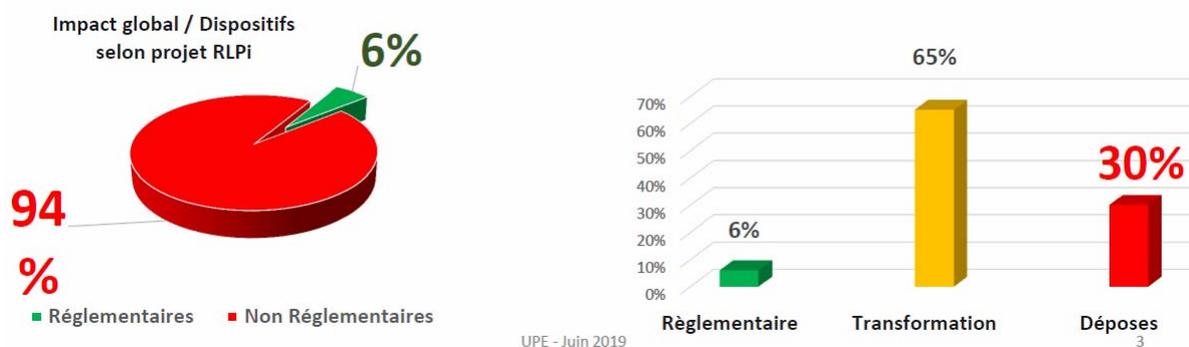
Un bilan des dispositions prévues au Règlement Local de Publicité a été évalué sur les dispositifs de grands formats (> 8m²).

Sur les 544 dispositifs publicitaires de grands formats recensés sur Le Mans Métropole **267 dispositifs publicitaires devraient être supprimés (soit 49 %)**, dont 39 dispositifs de mobilier urbain et 11 panneaux numériques.

Parallèlement, **183 panneaux devront être remplacés** en raison de la diminution du format (soit 34 %) dont 4 dispositifs numériques.

Soit **83 % des panneaux publicitaires concernés.**

L'Union de la Publicité Extérieure (UPE) a, pour sa part, estimé l'impact du RLP communautaire sur la publicité de la façon suivante :



Compte tenu des délais d'application du Règlement Local de Publicité sur les dispositifs existants, ses effets sur le paysage devraient être visibles à l'horizon 2022 pour la publicité et 2026 pour les enseignes.

Comme indiqué dans la première orientation définie par le conseil communautaire de Le Mans Métropole, une campagne de communication et d'information sera organisée pour assurer l'appropriation des nouvelles dispositions réglementaires par les acteurs économiques locaux.

Accompagnée par les actions de la collectivité au travers des aménagements de l'espace public, de la mise en place de signalétique ou signalisation des activités adaptée, l'application et le suivi du RLPc sera un facteur important de l'attractivité du territoire et de la qualité du cadre de vie de ses usagers.

Les critères de suivi

L'application du Règlement Local de Publicité nécessitera la mobilisation de moyens humains et matériels.

La collectivité est déjà dotée d'un outil de gestion des demandes d'installation ou modification d'enseignes et publicité (logiciel d'instruction Droit de Cité) à partir duquel des statistiques annuelles sont réalisées.

La collectivité étant également dotée d'un outil Système d'Informations Géographiques (SIG), la base de données réalisée dans le cadre du recensement des dispositifs a été intégrée.

L'outil SIG permet une localisation des différents dispositifs. A chaque symbole représentant la nature du dispositif (enseigne, préenseigne, publicité) est rattachée une fiche descriptive par établissement. Les mises à jour se font en direct depuis l'outil SIG par l'instructeur en charge des enseignes et la publicité.

The screenshot displays a GIS application interface. On the left, a sidebar shows a legend with categories: Enseignes et publicités, Enseigne, Préenseigne, and Publicité. The main map area shows a street network with several signage symbols (EN, ENI, ENII, PRE, PREI, PREII) placed on buildings and roads. Two information panels are overlaid on the map:

Top Panel: 49 - Fiche d'Information Enseignes de publicité

Informations principales

- Id: 49
- Commune: 73
- Nom commercial du dispositif: STYLISABELLE
- Adresse du dispositif: rue des Charms 72 700 Chaufour-Notre-Dame
- Adresse de l'exploitant: rue des Charms 72 700 Chaufour-Notre-Dame
- Parcelle(s): -
- Nature du dispositif: Enseigne

Bottom Panel: 49 - Fiche d'information Enseignes de publicité

Informations principales

Numéro de Penseigne	Type de support	Type de dispositif	Dimension (hauteur)	Dimension (largeur)	Total surface	Surface	Thématique RLPC	Conformité	Conformité commentaires
-	Parrallèle sur support	Lumineuse	-	-	-	Inférieur ou égal à 6 m²	Paysage urbain et centre bourg	Oui	-
-	Parrallèle sur support	Lumineuse	-	-	-	Inférieur ou égal à 6 m²	Paysage urbain et centre bourg	Oui	-
-	Parrallèle sur support	Lumineuse	-	-	-	Inférieur ou égal à 6 m²	Paysage urbain et centre bourg	Oui	-
-	Parrallèle sur support	Non lumineuse	-	-	-	Inférieur ou égal à 6 m²	Paysage urbain et centre bourg	Oui	-
-	Parrallèle sur support	Non lumineuse	-	-	-	Inférieur ou égal à 6 m²	Paysage urbain et centre bourg	Oui	-

A green '+ Nouveau' button is located at the bottom right of the table.

Le lien avec la base de données, permet d'établir des cartes thématiques (selon la nature des dispositifs par exemple) et descriptives (nombre de dispositifs sur un périmètre particulier) de façon ponctuelle ou régulière. Elle permettra notamment d'évaluer le nombre de dispositifs supprimés ou installés sur une période et/ou un secteur donné.

Enfin, dix des communes membres de Le Mans Métropole, dont la ville du Mans, ont, à ce jour, institué la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE). L'évolution et le suivi de la taxe, basée sur la déclaration des entreprises et afficheurs, apporte un contrôle supplémentaire à ces outils de suivi.