

Une opportunité pour votre territoire...

- Devenir acteur des paysages et du territoire
- Agir pour la protection du patrimoine et des richesses culturelles
- Valoriser les entrées de ville
- Développer l'économie
- Valoriser les entreprises locales
- Favoriser le tourisme
- Garantir une image de marque
- Associer les citoyens
- Garantir un cadre de vie
- S'engager pour un monde meilleur

Quelques chiffres clés...

En 2018 ont été recensés :

1 641 RLP

&

85 RLPi

« Adopter un Règlement Local de Publicité (RLP), c'est agir en faveur du cadre de vie, des paysages et plus globalement mener une action concrète pour préserver l'environnement. »

« Adopter un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi), c'est également repenser l'affichage publicitaire à l'échelle de l'agglomération (EPCI). »

Le Règlement Local de Publicité communal ou intercommunal

Élaborer un règlement local de publicité, le cas échéant intercommunal, un RLP(i), vous permet d'adapter aux enjeux locaux et à la réalité de votre territoire, la réglementation nationale en matière de publicité extérieure. Il s'agit là d'un enjeu fondamental en terme d'attractivité des territoires afin de trouver un équilibre entre des objectifs de préservation des paysages et du cadre de vie et des objectifs de développement économique des territoires.

Le RLP(i) est un outil permettant aux collectivités (intercommunalités et communes), d'adapter la réglementation nationale issue du code de l'environnement applicable en matière de publicité, enseigne et pré-enseigne (communément appelée RNP).

Le RLP(i) définit une ou plusieurs zones où s'appliquent des règles plus restrictives que les prescriptions de la réglementation nationale en adaptant la réglementation à chaque partie du territoire, en fonction de ses spécificités et des enjeux en matière de cadre de vie.

Il peut également comporter des assouplissements sur des points précis prévus par le code de l'environnement.

Ainsi, l'élaboration d'un RLP ou d'un RLPi, selon votre situation, vous offre la possibilité d'être acteur de vos paysages et du cadre de vie de vos concitoyens tout en soutenant l'économie locale.

Ministère de la Transition écologique et solidaire
Direction générale de l'aménagement et de la nature
Tour Séquoia
92055 La Défense cedex



Les étapes d'élaboration du RLP/RLPi

Étapes nécessaires	Délais estimés	Principaux objectifs
Délibération	T	Définir les principales orientations en matière d'environnement, renforcer l'attractivité des acteurs économiques locaux et anticiper les nouvelles technologies en matière de dispositifs.
Diagnostic de la commune	T + 4 mois	Identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifiques (entrées de ville, zones commerciales ...).
Scenarii et valorisation paysagère	T + 7 mois	Échanger avec les différents acteurs du territoire. Définir les orientations et préciser les objectifs du RLP en matière de publicité et enseigne (actions sur la densité, l'harmonisation ...).
Expliquer les choix	T + 10 mois	Expliquer les choix retenus au regard des orientations et des objectifs.
Transcription	T + 15 mois	Concevoir un zonage et une réglementation plus proches des caractéristiques de la commune.
Arrêt du règlement local de publicité	T + 20 mois	Clore les études d'élaboration Transmettre aux personnes associées et à la CDNPS (Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites).
Enquête publique	T + 21 mois	Établir un bilan des concertations, avis du commissaire enquêteur.
Approbation du RLP	T + 22 mois	Approuver le règlement local de publicité.

La collectivité compétente pour élaborer un RLP(i) est celle détenant la compétence PLU(i)

Le RLPi (Règlement Local de Publicité Intercommunal)	Le RLP (Règlement Local de Publicité)
Le RLPi concerne plusieurs communes. Le principe est d'établir un RLPi lorsque les communes sont membres d'un EPCI à compétence PLU. Il revient alors à l'EPCI d'élaborer le RLPi en collaboration avec les communes membres. Lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU, il peut malgré tout, élaborer un RLPi à la condition que les communes membres délibèrent en vue de lui transférer leur compétence RLP.	Le RLP concerne une seule commune. Si une commune n'est pas membre d'un EPCI ou si cet EPCI n'est pas compétent en matière de RLP (soit qu'il n'a pas la compétence PLU, soit qu'il n'a pas bénéficié d'un transfert de compétence RLP), la commune pourra alors élaborer son propre RLP.
Toutefois, les Maires des communes faisant partie de l'EPCI gardent la compétence en matière de police de la publicité.	Le Maire possède la compétence en matière de police de la publicité, ce qui lui permet d'agir en faveur de sa commune

Les aides pour élaborer un RLP : 2 possibilités

- ★ La DGD (la Dotation Générale de Décentralisation)
- ★ Dans le cadre de l'appel à projet RLPi lancé par le Ministère, une subvention est octroyée aux dossiers lauréats

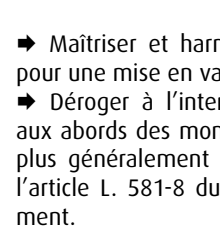
Pour tout renseignement complémentaire, vous pouvez vous adresser à votre DDT(M)

Le RLP(i) offre des possibilités telles que :

- ➔ Reconquérir les entrées de ville afin de donner une impression positive et une image dynamique de la commune.
- ➔ Instauration des prescriptions applicables aux enseignes situées hors agglomération.



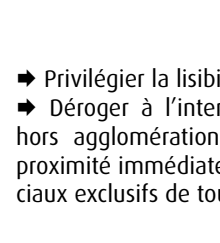
- ➔ Interdire les scellés au sol, trop prégnants dans le paysage et limiter les dispositifs numériques (dispositifs publicitaires scellés au sol par opposition à ceux fixés sur un mur).
- ➔ Limiter le nombre et le format des dispositifs publicitaires muraux.



- ➔ Maîtriser et harmoniser les enseignes pour une mise en valeur des sites.
- ➔ Déroger à l'interdiction des publicités aux abords des monuments historiques et plus généralement dans les lieux cités à l'article L. 581-8 du code de l'environnement.



- ➔ Interdire les publicités murales dans les espaces boisés classés et les zones naturelles à protéger figurant dans le PLU (seuls les scellés au sol sont interdits dans ces espaces par la réglementation nationale).



- ➔ Privilégier la lisibilité des enseignes.
- ➔ Déroger à l'interdiction des publicités hors agglomération en les autorisant à proximité immédiate des centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

