



## **Le RLP : un outil pour protéger les paysages et notre cadre de vie**

**Ce guide est conçu à destination des collectivités locales désireuses d'être actrices pour la protection des paysages et du cadre de vie au sein de leur commune.**

**En se dotant d'un RLP, Règlement Local de Publicité, le maire détient un outil de gestion du droit publicitaire sur son territoire, outil paysager de maîtrise de l'affichage et de la publicité.**

**Le Grenelle de l'Environnement a apporté d'importantes évolutions en matière de réglementation :**

**La loi du 12 juillet 2010, dite Grenelle II, portant Engagement National pour l'Environnement (décret d'application du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes), est à l'origine de la réforme de la publicité extérieure.**

**Les 3 objectifs sont :**

- Limiter l'affichage publicitaire dans le but de réduire la pollution visuelle et réaliser des économies d'énergie, tout en prenant en compte le respect de la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie ;**
- Diversifier et développer de nouveaux supports de publicité ;**
- Répartir les compétences entre communes et Etat**



**entrées de ville surchargées  
d'affichages publicitaires**



**centre-ville surchargé  
par l'affichage extérieur**

## **I – Les compétences :**

<b>Commune avec RLP</b>	<b>Commune sans RLP</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La commune détient la compétence de l'instruction et de la police de la publicité.</b></li> <li>• <b>Les communes maîtrisent les affichages et les enseignes.</b></li> <li>• <b>La réglementation choisie est plus restrictive que la réglementation nationale.</b></li> <li>• <b>un zonage permet de différencier la réglementation en fonction du projet paysager du territoire.</b></li> <li>• <b>Le RLP permet de réintroduire de la publicité là où elle est interdite habituellement et notamment dans les périmètres de protection en agglomération.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La compétence de l'instruction et de la police de la publicité appartient au préfet de département (services de l'État).</b></li> <li>• <b>Le règlement national de la publicité s'applique, sans ajustements possibles.</b></li> <li>• <b>Les centres commerciaux hors agglomérations ne peuvent plus accueillir de publicité.</b></li> <li>• <b>Les RLP élaborés avant le 13 juillet 2010, non encore révisés ou modifiés, seront caducs le 14 juillet 2020.</b></li> </ul>

## II – Gestion et maîtrise du droit à l’affichage

Pour rappel, les définitions :

### Le dispositif lié à la publicité

Une publicité annonce un bien ou un service qui n’est pas vendu ou produit à l’endroit où le dispositif est implanté.



### Le dispositif lié à la préenseigne

Une préenseigne indique la proximité d’un immeuble où s’exerce une activité déterminée.



### Le dispositif lié à l’enseigne

Une enseigne est apposée sur le bâtiment de l’activité qu’elle désigne.



**Ainsi :**

- **Le RLP est une opportunité pour les collectivités de devenir actrices sur leur territoire ;**
- **Elles détiennent une compétence nouvelle pour maîtriser l’affichage publicitaire et les enseignes ;**
- **Elles adaptent la réglementation nationale aux spécificités locales puisque le RLP sera toujours plus restrictif que la règle nationale.**

**Le RLP :**

- **fixe les dispositions en matière :**
  - **d’emplacement des dispositifs publicitaires (muraux, scellés au sol, en toiture)**
  - **en matière de densité**
  - **de surface**
  - **de hauteur**
  - **du type de dispositif**
  - **du type de mobilier urbain support de publicité**
  - **de publicité numérique**
  - **de publicité et d’enseignes lumineuses.**

- **permet de contrôler l'implantation d'enseignes qui deviennent soumises à autorisation préalable ;**
  
- **permet de réintroduire de la publicité dans les lieux où elle est en principe interdite :**
  - **les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques ;**
  - **les secteurs sauvegardés ;**
  - **les parcs naturels régionaux ;**
  - **les sites inscrits ;**
  - **les sites patrimoniaux remarquables ;**
  - **les zones Natura 2000 ;**
  
- **permet de réintroduire de la publicité dans les centres commerciaux hors agglomération.**

### III – Les outils complémentaires

Il existe, parallèlement à la réglementation liée à la publicité, une réglementation relative à la signalisation routière relevant du code la route :

➤ **La signalisation d'information locale (SIL)**



Elle permet aux usagers de la route d'accéder facilement et en toute sécurité aux activités commerciales et de services mis à leur disposition, tout en préservant les paysages et en luttant contre la pollution visuelle.

Ce système d'indication présente un intérêt nouveau au regard de la suppression au 13 juillet 2015 de la plupart des préenseignes dérogatoires antérieurement admises (hôtels, garages, restaurants...).

## ➤ La taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE)

Créée en 2009, cette taxe facultative permet d'abonder le budget communal tout en permettant de baisser la pression publicitaire.

La TLPE frappe les supports publicitaires fixes et visibles de toute voie ouverte à la circulation. Elle concerne toutes les entreprises quelle que soit la nature de leurs activités (commerciales, industrielles ou de services...).



## ➤ Le relai d'information service (RIS)



Il est utilisé par beaucoup de communes en alternative à l'affichage publicitaire.

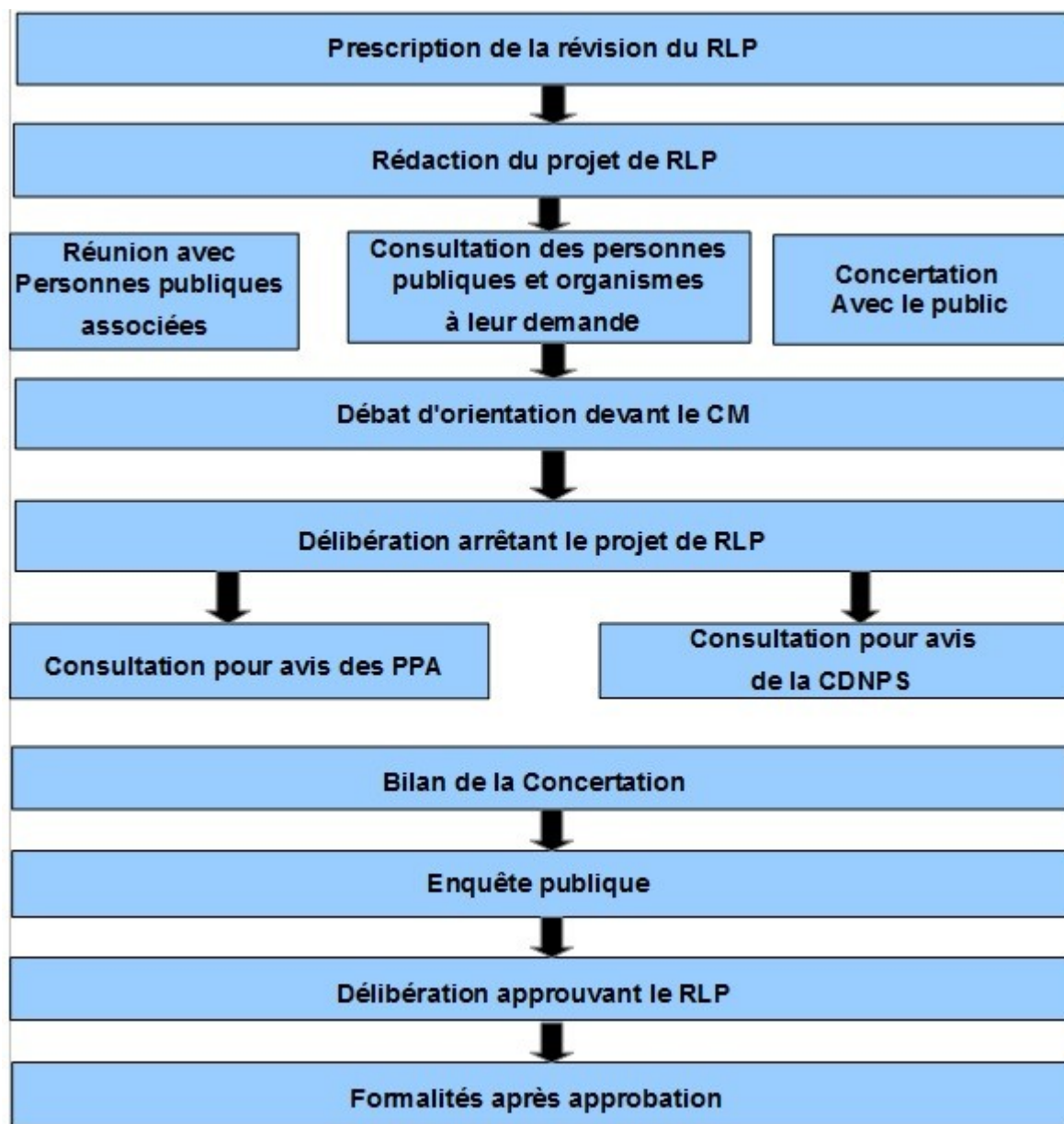
Il est composé d'une cartographie présentant une nomenclature des voiries et des activités, services et équipements de la commune.

Il existe plusieurs types de RIS : RIS départemental, RIS de parc naturel, RIS communal, RIS thématique.

## IV – Les étapes de l'élaboration du RLP

L'élaboration du RLP peut se faire conjointement à celle du plan local d'urbanisme (PLU).

Dans tous les cas, le RLP est une annexe au règlement du PLU.





## V – Délais d'élaboration d'un RLP

Etapas			
Intitulé		délai	Les actions du conseil municipal
➤ <b>Diagnostic</b>			
étape 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilan d'application du RLP en vigueur si existant</li> <li>• Recensement des dispositifs publicitaires géolocalisés</li> <li>• Formalisation des contraintes</li> <li>• Identification des dispositifs non conformes</li> <li>• Définition des enjeux environnementaux</li> </ul>	4 mois	Prescrire par délibération
➤ <b>Scénarios et valorisation paysagère</b>			
étape 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboration des scénarios paysagers</li> <li>• Définition des orientations et objectifs</li> <li>• Ateliers de concertation publique</li> <li>• Rencontre avec les Personnes Publiques</li> </ul>	3 mois	Echanger
➤ <b>Transcription réglementaire</b>			
étape 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispositions générales : publicités, enseignes, préenseignes</li> <li>• Ecriture du zonage</li> <li>• Réglementation des zones</li> <li>• Ateliers thématiques (centres anciens, annonceurs, ZAE)</li> </ul>	5 mois	Concevoir
➤ <b>Constitution du rapport de présentation &amp; composition du dossier d'arrêt</b>			
étape 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Justification des choix des délimitations et réglementations de zones</li> <li>• Mise en forme du dossier d'Arrêt</li> <li>• Bilan de la concertation publique</li> </ul>	3 mois	Arrêter par délibération
➤ <b>Arrêt du RLP – réponse aux observations</b>			
étape 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arrêt du RLP – transmission aux Personnes Publiques (3 mois pour avis)</li> <li>• Soumission à la Commission des Sites</li> <li>• Synthèse des avis des acteurs institutionnels</li> <li>• Préparation à l'Enquête Publique</li> <li>• Analyse du Rapport du Commissaire Enquêteur</li> <li>• Intégration des modifications</li> </ul>	5 mois	Soumettre aux personnes publiques et à enquête publique
➤ <b>Mise en œuvre opérationnelle</b>			
étape 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approbation du Règlement Local de Publicité</li> <li>• Suivi des contentieux juridiques</li> </ul>	1 mois	Approuver par délibération

CONCERTATION : Exposition et réunions publiques – Supports de communication

**En DDTM du Nord**  
**La Délégation Territoriale de votre arrondissement se**  
**tient à votre disposition et à votre écoute pour**  
**vous accompagner dans votre démarche**  
**d'élaboration de RLP**

<b>Délégation territoriale de l'Avesnois</b>	<b>David THOMAS</b>	<b>03 27 56 40 70</b>
<b>Délégation territoriale du Douaisis-Cambrésis</b>	<b>Marie-Annick LEFEBVRE</b>	<b>03 27 72 99 04</b>
<b>Délégation territoriale du Valenciennois</b>	<b>Valérie TIRLEMONT</b>	<b>03 27 22 79 23</b>
<b>Délégation territoriale de la région Lilloise</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>suivi des RLP en cours d'élaboration</b></li> <li>➤ <b>promouvoir et encourager les communes à se doter d'un RLP</b></li> </ul>	<b>Lucile GAMANT</b>  <b>Morgane MUTELET</b>	<b>03 20 71 59 67</b>  <b>03 20 71 44 81</b>
<b>Délégation territoriale des Flandres</b>	<b>Pierre WILLERVAL</b>	<b>03 28 24 44 37</b>