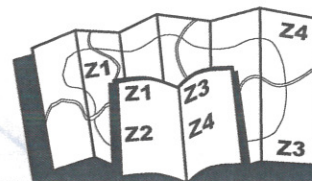


des outils

pour mieux maîtriser l'affichage publicitaire



Le Règlement Local de Publicité (RLP)

(Art. L581-14 à L581-14-3 du Code de l'Environnement)

Le RLP est un document réglementaire de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal ou intercommunal. Il s'élabore avec les différents services de l'Etat (DDT, DREAL, STAP¹...) en association avec les Parcs Naturels Régionaux, les Conseils Généraux ...

La collectivité a ainsi les moyens de maîtriser l'implantation de dispositifs publicitaires sur son territoire tout en conciliant intérêts des acteurs économiques et préservation de son cadre de vie.

A l'intérieur des agglomérations, sauf dans les zones d'interdictions absolues, le RLP définit **une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive** que les prescriptions du règlement national. Il doit en outre être compatible avec les orientations des chartes des Parcs Naturels Régionaux.

Le RLP adapte au contexte local les dispositions prévues par la loi en matière :

- d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien
- de types de dispositifs autorisés
- d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique
- de publicités et enseignes lumineuses.

Le RLP peut également intégrer les prescriptions applicables en matière d'harmonisation des préenseignes dérogatoires.

Dans certains cas, le RLP permet de réintroduire de la publicité dans les lieux où elle est en principe interdite, en délimitant des périmètres correspondant à ces espaces et en fixant les prescriptions s'appliquant aux dispositifs publicitaires y étant autorisés. C'est le cas notamment :

- à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux hors agglomération
- dans les secteurs sauvegardés, les parcs naturels régionaux ... en agglomération.

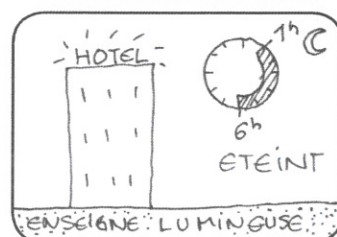
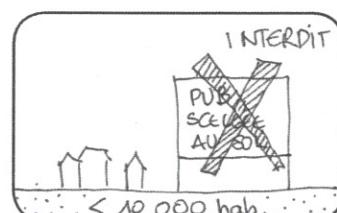
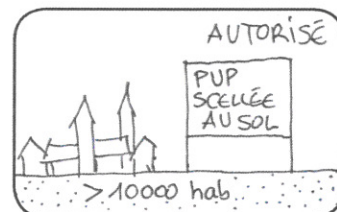
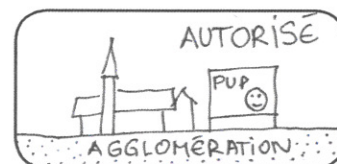
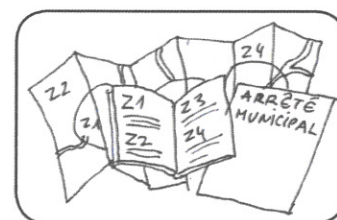
Le RLP est élaboré, révisé ou modifié selon les mêmes procédures définies par le code de l'urbanisme pour les Plans Locaux d'Urbanisme (PLU), par le maire ou le président de l'EPCI² si celui-ci est compétent en matière de PLU.

Il est soumis à enquête publique, après avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS).

Une fois approuvé, le RLP est annexé au PLU ou autres documents d'urbanisme (à défaut de documents d'urbanisme, il est tenu à la disposition du public).

Le maire devient alors compétent pour délivrer les autorisations et en matière de police répressive.

Les RLP en vigueur le 13 juillet 2010 doivent être modifiés ou révisés avant le 13 juillet 2020.



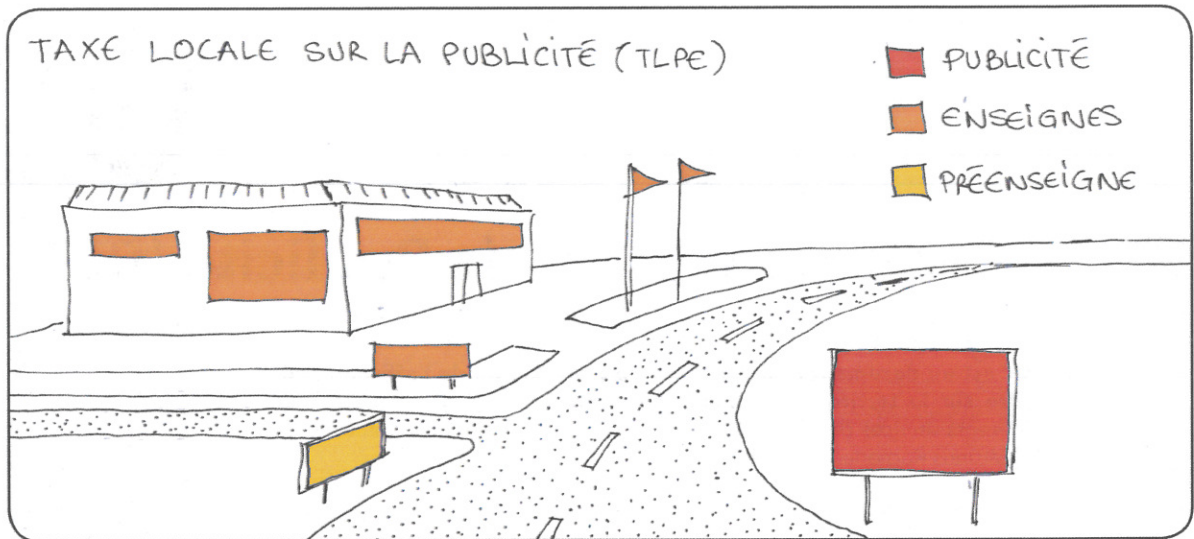
¹ DDT : Direction Départementale des Territoires

DREAL : Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement

STAP : Service Territorial de l'Architecture et du Patrimoine

² EPCI : Etablissement Public de Coopération Intercommunale

la Taxe Locale sur la Publicité (TLPE)

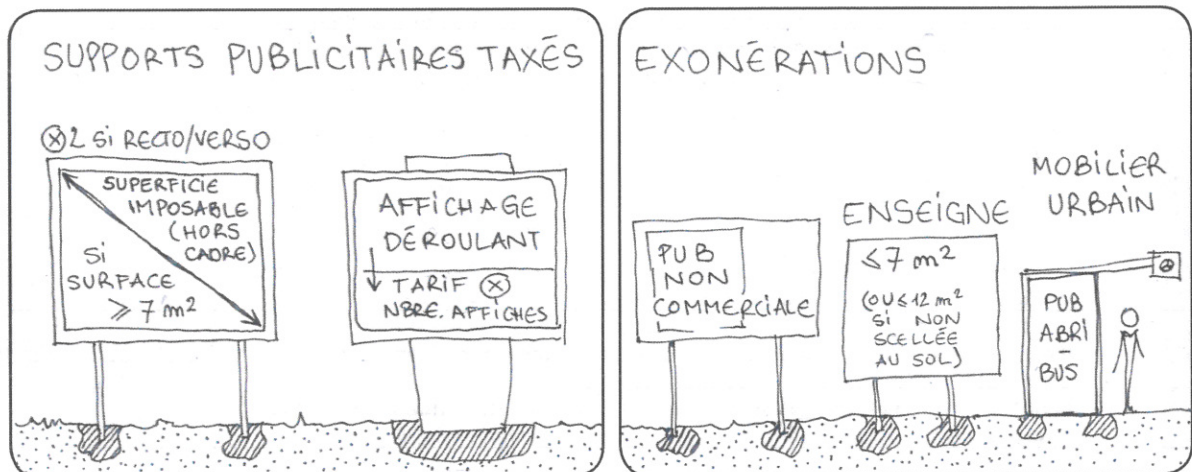


Entrée en vigueur le 1er janvier 2009, cette taxe facultative est un moyen d'établir des recettes supplémentaires pour la commune ou l'EPCI et de réguler l'affichage publicitaire sur son territoire afin de :

- freiner la prolifération des panneaux
- réduire les dimensions des enseignes
- lutter contre la pollution visuelle
- améliorer le cadre de vie

Les communes peuvent, par délibération du Conseil Municipal prise avant le 1er juillet précédant celle de l'imposition, instaurer une TLPE frappant les supports publicitaires dans les limites de leur territoire.

Cette taxe s'applique à tous les supports publicitaires fixes, extérieurs, visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Son montant varie selon les caractéristiques des supports publicitaires et la taille de la collectivité.



pour en savoir plus :

- Articles L 2333-6 à 2333-16 du Code général des Collectivités Territoriales
- Circulaire du 24 septembre 2008 sur la TLPE