

LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPi)

On parle souvent de la publicité en termes d'agression ou de pollution visuelle, d'atteinte aux paysages et au cadre de vie. Mais il est possible de remédier en partie à cet effet d'agression et plus particulièrement en milieu urbain, en maîtrisant l'aspect visuel, par un bon ordonnancement des dispositifs, tout en jouant sur les couleurs, les formats, voire les interdictions de certains dispositifs, et pour cela, il existe une façon de gérer la publicité au niveau communal ou intercommunal, par le biais d'un **règlement local de publicité (éventuellement intercommunal)**.

QU'EST-CE QU'UN RLP(i) :

- C'est avant tout l'expression de la commune ou de l'intercommunalité en matière d'affichage publicitaire, un outil privilégié de planification du territoire, pour une réflexion multi communale ;
- C'est un outil pour la collectivité, les particuliers, les artisans et commerçants, ainsi que les professionnels de l'affichage ;
- C'est une protection du cadre de vie et des paysages qui adapte le règlement national de publicité aux particularités et spécificités du territoire ;
- Il sera toujours plus restrictif que le règlement national,
- L'autorité qui établit un RLP(i), prend en compte les particularités de chaque territoire, communal ou intercommunal.

OBJECTIFS :

. Établi toujours au regard des objectifs de l'environnement :

- protection du cadre de vie
- prévention des nuisances visuelles
- réduction des consommations énergétiques

Le RLP(i) doit s'exprimer en cohérence avec les priorités nationales (indiquées dans [la note d'enjeux](#) qui est particulièrement importante et qui sera examinée en Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS).

[La CDNPS concourt à la protection de la nature, à la préservation des paysages, des sites et du cadre de vie et contribue à une gestion équilibrée des ressources naturelles, et de l'espace dans un suivi de développement durable].

Attention : on ne peut pas mettre des prescriptions d'ordre de la sécurité routière au sein d'un règlement local de publicité, puisque cela ne concerne pas le cadre de vie.

LA CONVENTION EUROPÉENNE DU PAYSAGE :

C'est une base très importante quand on parle de paysage.

« *Le paysage constitue un élément essentiel du bien-être individuel et social, et sa protection, sa gestion et son aménagement impliquent des droits et des responsabilités pour chacun* ».

La loi pour la reconquête de la *biodiversité*, de la nature et des paysages (RBNP) du 8 août 2016 désigne le paysage comme «*une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels ou humains et de leurs interrelations dynamiques* ».

Le paysage bouge, il faut l'accompagner, il évolue et doit aller vers du mieux au niveau du cadre de vie.

Il ne faut pas «muséifier» le paysage ; se méfier du terme «préserver» qui veut dire ne pas bouger.

LES ENJEUX DU RLPI :

Ceux-ci sont primordiaux. Il est possible d'intégrer l'affichage publicitaire dans les projets urbains en travaillant sur des facteurs qui permettront son intégration dans l'environnement et le paysage. Par exemple :

- **Traiter** les entrées de ville (villes-portes du territoire), les zones commerciales* et les grands axes de circulation routière
- **Harmoniser** les enseignes (dès lors que l'EPCI ou la commune est doté d'un RLPI, les enseignes sont soumises à autorisation préalable, ce qui n'est pas le cas dans le RNP, bien qu'elles doivent quand même suivre les prescriptions du code de l'environnement.
Il peut être imposé des matériaux spécifiques tels que laiton, fer forgé, bois, des coloris particuliers ...),
- **Réduire** la facture énergétique des dispositifs les plus «énergivores», (le RLP peut imposer des règles d'extinction plus larges que la règle générale),
- **Interdire** certains dispositifs (les scellés au sol dans communes de moins de 10 000 habitants mais faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants),
- Instituer des règles de densité plus restrictives que la règle nationale,
- **Préciser** le format englobant les moulures, précisions très utiles qui évitent des contentieux,
- **Limiter** les enseignes sur clôture, (le RNP n'impose que peu de règles pour les enseignes sur clôtures),

- **Réduire** les formats, en prenant en compte les moins grands, par exemple 4m² ou 8 m² au lieu de 12m² et appliquer cette règle à toutes les communes de l'EPCI, même si certaines ont une population supérieure à 100 000 habitants.

Ce qui n'est pas réglementé par le RLP, doit se conformer au RNP.

Toute restriction locale doit trouver son fondement dans des considérations de protection de l'environnement et du cadre de vie.

Les mesures interdites par la jurisprudence :

- Atteinte à la liberté de l'affichage
- Atteinte à la liberté du commerce et de l'industrie
- Discrimination entre entreprises : le règlement ne peut pas interdire le mobilier urbain sans contrat avec la commune, par exemple.

Il n'est pas possible de créer des règles de procédure : telle que soumettre toutes les demandes à autorisation préalable.

Le Mobilier Urbain entre dans le RLP, mais on peut faire des préconisations. Il n'est cependant pas autorisé par le règlement, par exemple, d'interdire tout MU qui n'a pas de contrat avec la commune. C'est une discrimination entre entreprises.

Il n'est pas possible d'interdire toute publicité numérique, comme il n'est pas possible d'interdire de manière générale, la publicité sur tout le territoire communal ou intercommunal.

LE CHAMP D'APPLICATION DU RLPi ET LA RÉINTRODUCTION DE LA PUBLICITÉ :

Prescriptions pour l'ensemble du territoire ou prescriptions spécifiques attachées à un zonage (à savoir une partie du territoire).

Le RLPi permet de réintroduire la publicité dans des lieux où elle est en principe interdite :

- **Hors agglomération** dans des zones d'activités constituées **d'établissements commerciaux, exclusifs de toute habitation (L581-7 du code de l'environnement)**

Pour rappel : la notion de centre commercial* :

un centre commercial se définit comme un ensemble d'au moins 20 magasins et services, totalisant une surface commerciale utile minimale de 5000 m², conçu, réalisé et géré comme une entité (sinon c'est une ZAC).

La surface commerciale utile correspond à la surface de plancher d'un local commercial augmentée des auvents, paliers extérieurs, gaines techniques. Elle ne comprend pas les voies de dessertes ou circulations communes.

[Un RLP ne peut pas réglementer la publicité dans un projet de ZAC qui n'est pas encore bâti, mais il peut créer une zone spécifique dont le contour sera la ZAC et ainsi édicter des règles (publicité interdite ou limitée)].

- **En agglomération** dans l'aire d'adhésion des Parcs Nationaux, Parcs Naturels Régionaux, périmètres MH, sites patrimoniaux remarquables Natura 2000, , sites inscrits et classés ... (L581-8 du code de l'environnement).

Les dispositions du RLP doivent être compatibles avec la charte du PNR qui doit elle-même comporter des **orientations et des mesures** concernant l'affichage publicitaire (relative à la loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages).

LE CHAMP D'APPLICATION DU RLPi :

La loi ENE « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 a calqué la procédure d'élaboration des RLPi sur celle des PLU(i) (l'article L581-14-1 du code de l'environnement renvoie au code de l'urbanisme) afin de les stabiliser. Cela entre également dans le grand mouvement de la décentralisation (niveau communal).

Le RLP(i) est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures définies par le code de l'urbanisme pour l'élaboration, la révision ou la modification des PLU(i) (article L581-14-1).

Les effets de la loi ALUR :

Elle a généralisé le transfert automatique de la compétence PLU vers la communauté de communes ou communauté d'agglomérations (EPCI) à la date du 27 mars 2017 (3 ans après la promulgation de la loi ALUR), donc par ricochet, la compétence RLP (article 136, II de la loi ALUR n°2014-366 du 24 mars 2014 – publiée au JO le 26 mars 2014), d'où une augmentation mécanique de RLP(i).

En revanche, si 25 % des communes représentant 20 % de la population s'oppose au transfert global de la compétence PLU à l'EPCI, cela peut bloquer la procédure durant 5 ans. (article 136 de la loi ALUR).

La caducité d'un RLP 1G entrant en vigueur **le 14 juillet 2020**, il est impératif d'anticiper la transformation d'un RLP 1G en RLP 2G à partir de maintenant. Sinon, le maire perd sa compétence de police au profit du préfet.

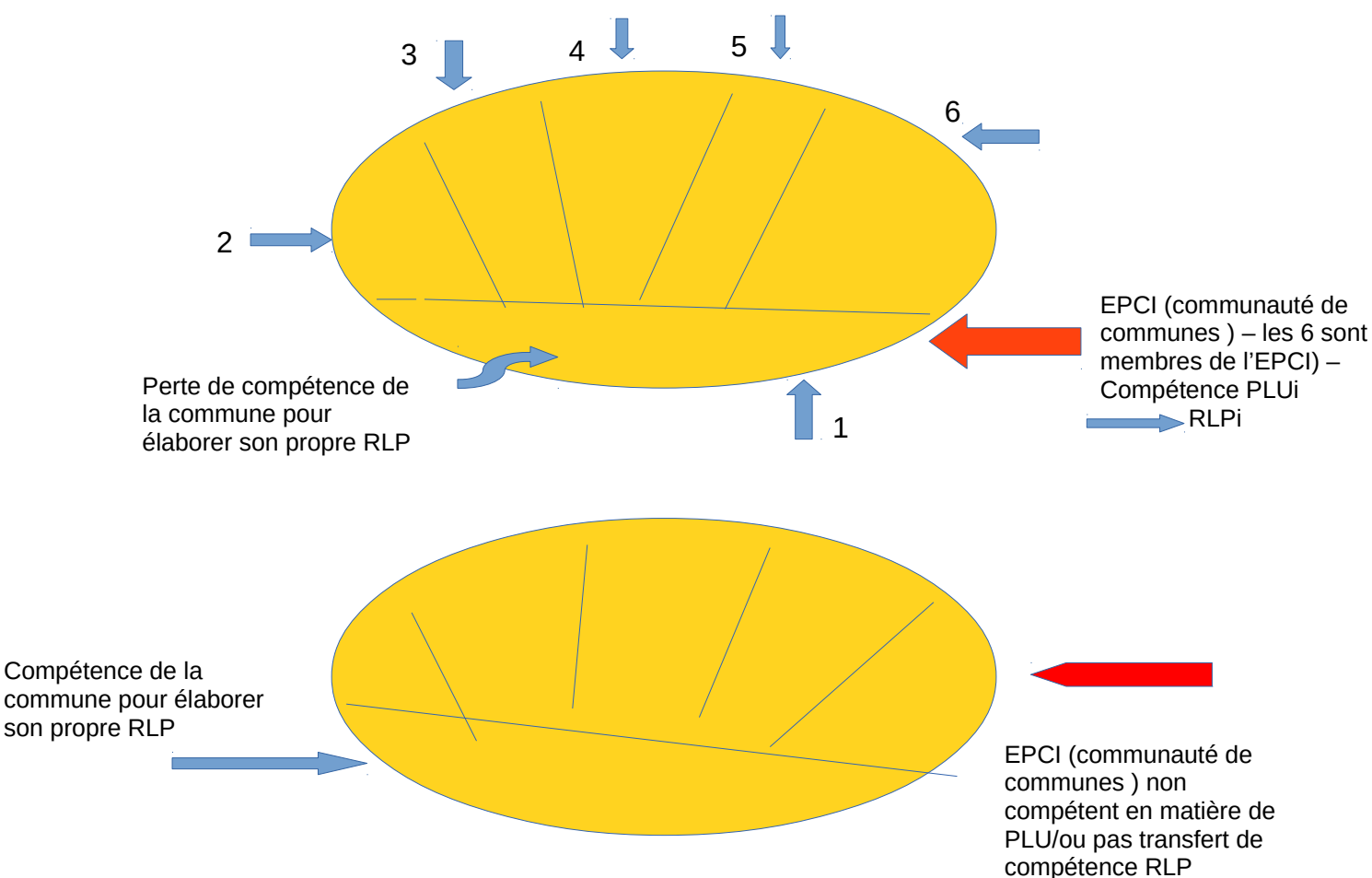
- ◆ **Lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU(i)**, il peut quand même élaborer un RLPi si les communes membres de cet EPCI ont délibéré en vue de lui transférer leur compétence RLP. Ce n'est qu'après transfert de compétence que l'EPCI pourra élaborer un RLPi.
- ◆ **Si l'EPCI a la compétence PLUi**, il a la compétence RLPi et une commune membre de cet EPCI ne peut pas élaborer un RLP dans son coin, elle a perdu cette

compétence.

Le RLPi doit couvrir l'ensemble du territoire intercommunal. En revanche, et comme pour un RLP, un RLPi peut définir des zones qui ne disposent pas de prescriptions spécifiques. Une commune peut être comprise dans une de ces zones. Dans ce cas, le RNP s'applique et a valeur de RLP(i).

Comme toutes les communes membres de l'EPCI, la commune comprise dans une zone sans prescriptions spécifiques doit tout de même participer aux conférences intercommunales, et le Maire aura la compétence de police.

Le périmètre du RLPi doit correspondre au périmètre de l'EPCI compétent en matière de PLU, le RLPi ne pouvant plus être partiel depuis la loi Grenelle II (art. L581-14 du Code de l'environnement, 1er alinéa).



Dès lors qu'il existe un RLP sur une partie de la commune ou de l'intercommunalité, c'est

le maire qui est compétent en matière de police de la publicité **sur tout le territoire**.
Un EPCI n'est pas compétent en matière de police de la publicité, ni pour agir en son nom propre, c'est toujours le maire de la commune concernée qui est compétent.

Un EPCI est l'autorité chargée de la procédure d'élaboration d'un RLP (compétence en matière de PLU) ou la commune lorsque celle-ci n'est pas membre d'un EPCI ayant la compétence PLU.

Article L581-14-3 du code de l'environnement :

Les réglementations spéciales qui sont en vigueur à la date de publication de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant ENE restent valides jusqu'à leur révision ou leur modification, et pour une durée maximum de 10 ans, à compter de cette date;

Jusqu'au 13 juillet 2020, le règlement reste valable (ancien RLP avec ZPA, ZPE ou ZPR).

[la loi ENE a modifié 34 codes dont le code de l'environnement, et généré plus de 100 décrets – Irons-nous vers un Grenelle 3 suite aux retours terrain ? ; la société civile sera-t-elle actrice comme le propose l'évolution de la Gouvernance ?]

LES EFFETS DE LA LOI ENE SUR LE RLP :

La loi ENE a aligné la procédure d'élaboration du RLP sur celle du PLU

→ Le transfert de compétences en matière de police :
en présence d'un RLP opposable, les compétences en matière de police de la publicité sont transférées **au maire** au nom de la commune.

→ Les nouvelles enseignes sont soumises **à autorisation préalable** sur l'ensemble du territoire.

Procédures d'élaboration du RLPi :

Le RLP est élaboré sur la base du PLU.

C'est une procédure longue (environ 18 mois à 2 ans).

1 – La délibération municipale

Détermine les enjeux et les objectifs du projet ainsi que les modalités de la concertation.

2 – Les modalités de la concertation

Cette concertation doit associer les habitants, les associations locales d'usagers, les professionnels de la publicité, les enseignants, les commerçants ...

Le code de l'urbanisme laisse à l'appréciation des collectivités les modalités qu'elle souhaite prendre pour la concertation, mais il faut qu'elle s'y tienne, car le juge peut casser le processus.

La concertation est une logique d'échanges.

Le bilan rend compte du déroulement de la démarche et donne suite à l'arrêt du projet qui est tenu à la disposition du public (au siège de l'EPCI, en mairie, en ligne, réunion publique ...)

3 – L'association des personnes publiques

Les personnes publiques **associées** sont l'État, la Région, le Conseil Départemental, les maires, les EPCI, les PN et PNR ...

4 – Le porter à connaissance

C'est le préfet qui communique à la commune ou à l'EPCI les informations nécessaires à la réalisation de leur RLPi. Ce sont le diagnostic et les enjeux qui devront être pris en compte.

La note d'enjeux

Elle s'inscrit dans le processus d'association de l'État en complément du porter à connaissance. Elle ne présente pas de caractère réglementaire. Elle permet à l'État de faire part à la collectivité des enjeux dans le domaine de la protection des sites et des paysages, protection du patrimoine architectural et urbain, en lien avec l'affichage publicitaire, qui lui paraissent hautement importants.

Cette note ne doit pas être un diagnostic du territoire, c'est le domaine de la collectivité. C'est avant tout une présentation synthétique, argumentée des principaux enjeux du point de vue de l'État sur le territoire concerné.

Elle est établie par la DDT(M) qui est aussi très présente pour guider la collectivité dans la réglementation.

Document de référence au moment du rapport de l'État en Commission Départementale de la Nature des Sites et des Paysages (CDNPS).

Le bureau d'études est là pour traduire ce que souhaite la commune.

L'ABF va guider le maire dans ses choix suivant les zones protégées et les monuments.

Plan :

- Projet de RLP arrêté (entraîne des mesures de publicité)
- Consultations
- CDNPS
- Avis favorable dans les 3 mois
- Enquête publique (1 mois)
- Approbation du RLP (entraîne mesures de publicité)
- Transmission au préfet

IMPORTANT :

La limite d'agglomération est définie au sens du code de la route.

Ainsi, le Conseil d'État fait prévaloir **la « réalité physique »** de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée (ou de sortie) et leur positionnement par rapport au bâti.

C'est la notion de bâti rapproché qui prime pour déterminer si un dispositif est légal ou non.

Une voie longeant une agglomération sans y pénétrer peut donc comporter un côté où la publicité est admise et l'autre où elle est interdite.

Question-Réponse :

1 – Que se passe-t-il quand 2 communes fusionnent dont une à un RLP ? Qui est compétent pour l’instruction des AP ?, le maire de la nouvelle commune ou le Préfet ?
La fusion des communes n’a pas d’incidence sur le RLP qui continue à s’appliquer tant qu’une révision n’a pas conduit à l’institution d’un nouveau RLP sur le territoire unifié.
Le maire de la commune nouvelle devient compétent pour l’ensemble du nouveau territoire communal.