

Le Règlement Local de Publicité communal ou intercommunal

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).



« Il est de la responsabilité de tous de veiller à ce que les nouveaux
moyens de diffusion de l'information se traduisent par un enrichissement,
et non un appauvrissement du patrimoine culturel mondial ».

(Citation de *Pierre Joliot-Curie*)

Préambule

Les dispositifs de publicité positionner le long des routes sont parfois trop nombreux, parfois inesthétique. Vu le coût de leur entretien, ils ne sont pas toujours en bon état.

Leur pertinence peut venir à être remise en question au regard des nouvelles technologies de l'information telles que celles véhiculées par internet.

Aussi, chaque élu local peut être amené à s'interroger sur la présence des panneaux publicitaires placés le long des routes qui sillonnent son territoire.

Le règlement local de publicité, communal ou intercommunal, est l'outil qui permet d'engager la transition souhaitable, plus restrictif que le règlement nationale de publicité figurant au code de l'environnement, il permet d'adapter les règles relatives à l'affichage publicitaire en fonction des réalités du territoire.



©Amandine Troszczynski



1 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

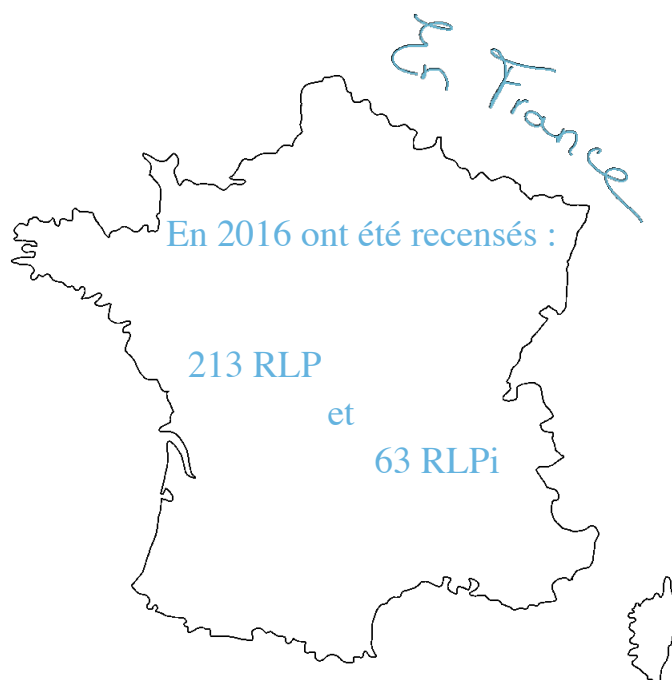
Garantir un cadre de vie

S'engager pour un avenir meilleur



©Amandine Troszczyński

Quelques chiffres clés :



©Amandine Troszczyński



2 Qui élabore un RLP / RLPi ?

La réglementation préconise de mieux gérer et d'organiser les implantations disparates et exagérées. Elle permet une meilleure gestion des dispositifs publicitaires dans les champs visuels et dans l'espace public dans un souci :

- de lisibilité de l'information,
- d'un développement respectueux du cadre de vie et de l'environnement.

Le RLP (Règlement Local de Publicité)	Le RLPi (Règlement Local de Publicité Intercommunal)
Le RLP concerne une seule commune. L'élaboration est possible si la compétence PLU n'a pas été transférée à l'EPCI. Le Maire possède la compétence en matière de police de la publicité, ce qui lui permet d'agir en faveur de sa commune.	Le RLPi concerne plusieurs communes qui ont transféré leurs compétences PLU à l'EPCI (Établissement Public de Coopération Intercommunal). De ce fait, c'est l'EPCI qui élaborera un RLPi. Toutefois, les Maires des communes faisant partie de l'EPCI gardent la compétence en matière de police de la publicité.



<p>Sans RLP : (Règlement National de Publicité)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les publicités sont interdites hors agglomération (sauf les préenseignes dérogatoires) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les dispositifs dégradent fortement le cadre de vie des habitants, notamment les scellés au sol (interdits selon les agglomérations) 	<ul style="list-style-type: none"> • Enseignes dégradantes et non harmonisées ne mettant pas en valeur les richesses patrimoniales et culturelles • Publicités de diverses tailles entravant la perception visuelle 	<ul style="list-style-type: none"> • La publicité est autorisée dans les espaces verts • Les scellés au sol sont interdits dans les Zones Naturelles, dans les espaces boisés classés 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicités et enseignes anarchiques à profusion
<p>Avec RLP : quelques possibilités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les publicités sont interdites hors agglomération (sauf les préenseignes dérogatoires) • Travailler sur la reconquête paysagère des entrées de ville afin de donner une impression positive de la commune 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les enseignes pour la mise en valeur des sites historiques et remarquables (possibilité d'homogénéiser toutes les enseignes) • Limiter le nombre et le format des dispositifs publicitaires muraux 	<ul style="list-style-type: none"> • Harmoniser les interdictions sur les arbres (publicités et enseignes) • Interdire tout dispositif en Zone Naturelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Privilégier la lisibilité des enseignes • Créer une signalétique propre permettant de mieux distinguer les commerces afin de renvoyer une image dynamique de la commune

3 Impacts des dispositifs sur l'environnement paysager

En adoptant un RLP/RLPi il est possible d'agir positivement sur le paysage comme vous pouvez le constater sur ces photomontages.

Dispositif publicitaire

Aujourd'hui



Demain ?



©Amandine Troszczyński

Enseigne

Aujourd'hui



Demain ?



©Amandine Troszczyński

4 L'harmonisation des enseignes

Certaines communes ont fait le pari d'harmoniser leurs enseignes. C'est le cas par exemple de la Place du Capitole à Toulouse, où chaque enseigne est en lettres découpées couleur or. Cette ville a su s'adapter à l'architecture du site. Grâce à cette démarche, les touristes et la population locale disposent d'un paysage urbain de haute qualité.

Ce travail a permis de valoriser la place et plus généralement la ville. Toulouse met en lumière son dynamisme en valorisant les commerçants et artisans.



Source : Association des « Paysans du site des Caps »

Dans le Pas-de-Calais, cette démarche est également mise en place dans le périmètre du Grand Site de France des 2 Caps. En effet, les fermes font actuellement l'objet d'une harmonisation mettant en avant leurs spécificités.

Dans une plus large mesure, cela permet aux touristes ainsi qu'aux populations locales de découvrir voire redécouvrir ce territoire.



5 Les étapes d'élaboration du RLP/ RLPi

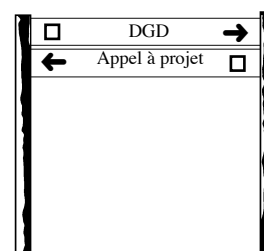
Étapes nécessaires	Délais estimés	Principaux objectifs
1 Délibération	T	Définir les principales orientations : vers où veut-on aller ?
2 Diagnostic de la commune	T + 4 mois	Identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales...).
3 Scénarios 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 publicités et d'enseignes, notamment de densité et d'harmonisation.
4 Rapport de présentation	T + 10 mois	Expliquer les choix retenus au regard des orientations et des objectifs.
5 Transcription réglementaire	T + 15 mois	Concevoir un zonage et une réglementation plus proches des caractéristiques de votre commune.
6 Arrêt du règlement local de publicité	T + 20mois	Clore des études d'élaboration. Transmettre aux personnes publiques associées et à la CDNPS (Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites).
7 Enquête publique	T + 21 mois	Établir le bilan des concertations, avis du commissaire enquêteur.
8 Approbation du RLP	T + 22 mois	Approuver le Règlement Local de Publicité.



©Amandine Troszczyński

6 Les aides financières pour élaborer un RLP

- ⇒ La DGD (la Dotation Générale de Décentralisation)
- ⇒ L'appel à projet (subvention du Ministère qui ne concerne que les RLPi)



7 La Signalisation d'Information Locale (SIL)



Source : Direction Générale de l'Aménagement,
du Logement et de la Nature

Parallèlement à l'élaboration d'un RLP/RLPi, la collectivité peut mettre en place la SIL. C'est un outil de préservation des paysages et de valorisation des espaces aussi bien urbains que ruraux.

Positionné le long de la voirie, ce dispositif permet d'informer et de guider les usagers de la route vers les points stratégiques de la commune (activités et services de proximité). En outre, la SIL permet de lutter contre les dispositifs anarchiques.

Elle peut être complétée par les Relais d'Information Service.



©Amandine Troszczynski

➔ Pour plus d'informations :

Direction Départementale des Territoires et de la Mer
Service De l'Environnement
100, Avenue Winston Churchill
CS 10007 - 62022 ARRAS Cedex

Tél : 03 21 22 99 99



Site internet des services de
l'État du Pas-de-Calais,
rubrique affichage publicitaire.

Courriel : ddtm-sde@pas-de-calais.gouv.fr

Cette plaquette a été élaborée par la Direction Départementale des Territoires et de la Mer du Pas-de-Calais (Service De l'Environnement - Unité Développement Durable des Territoires).

Réalisée par Alain Poidevin, référent publicité et Amandine Troszczynski, étudiante en Master DTAE (Développement des Territoires, Aménagement et Environnement).