

# AFFICHAGE PUBLICITAIRE

## Des évolutions réglementaires depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012

### ▶▶ 3 objectifs

- **Améliorer le cadre de vie, notamment des entrées de ville, avec une limitation et un encadrement de l'affichage publicitaire :**
  - réduction globale des formats de tous les supports,
  - instauration d'une règle de densité,
  - mesures d'extinction des dispositifs lumineux et économies d'énergie.
- **Clarifier les procédures par une nouvelle répartition des compétences entre les collectivités territoriales et l'Etat.**
- **Diversifier et développer de nouveaux supports de publicité :**
  - création d'un nouveau régime d'autorisation pour les bâches,
  - promotion d'innovation technologique notamment des écrans numériques apposés sur le mobilier urbain.

Exemple d'amélioration du cadre de vie :



◆ Avant



◆ Après

## ► Une nouvelle répartition des compétences

Dans les communes où un règlement local de publicité existe, c'est le maire qui est compétent au nom de la commune.

Pour les communes sans règlement local de publicité, c'est le Préfet de département qui est compétent au nom de l'État.

La nouvelle répartition des compétences engendrée par la réforme conduit dorénavant les services de l'État (DDTM) à assurer les missions suivantes :

- Instruire les demandes d'autorisation et assurer la police de l'affichage publicitaire dans les communes et EPCI sans Règlement Local de Publicité (RLP) ;
- Accompagner les collectivités dans l'élaboration de leur RLP.

## ► Le règlement local de publicité (RLP)

C'est un document de planification de l'affichage publicitaire plus restrictif que la réglementation nationale et qui s'applique sur le territoire intercommunal ou communal.

C'est l'expression du projet de la commune ou de l'intercommunalité concernant l'affichage publicitaire

Il est élaboré par la commune, ou par l'EPCI compétent en matière de PLU.

Le RLP est soumis aux mêmes règles de procédure que le PLU. Il peut donc être intéressant de les élaborer conjointement pour une enquête publique unique.

Il appartient au conseil municipal ou communautaire de délibérer pour élaborer un RLP en déterminant les enjeux et objectifs du projet ainsi que les modalités de la concertation.

### ►► Un règlement local de publicité : Quels enjeux pour les élus ?

- Être acteur sur son territoire,
- Transférer la compétence de police et d'instruction au maire
- Améliorer la protection du cadre de vie en adaptant la réglementation aux spécificités locales
- Le RLP peut être un outil d'aménagement permettant une harmonisation des enseignes avec des prescriptions spécifiques

# En pratique

## La commune dispose déjà d'un règlement local de publicité :

- **Le maire est seul compétent** au nom de la commune pour l'instruction des déclarations et autorisations préalables, ainsi que pour le contrôle et la police de la publicité sur l'ensemble du territoire de la commune.

Le RLP actuel reste valable jusqu'au 14 juillet 2020 en l'absence de modification ou révision postérieure au 13 juillet 2010.

- La commune ne dispose pas de
- **règlement local de publicité :**
- ● Les **déclarations préalables** et
- **autorisations préalables** doivent être
- adressées à la Direction Départementale des
- Territoires et de la Mer qui se chargera de
- l'enregistrement et du suivi.
- ● **Vous constatez un dispositif de publicité**
- **qui est en infraction** à la réglementation sur
- le territoire de votre commune, contactez la
- DDTM qui évaluera avec vous la procédure à
- mettre en oeuvre.
- 

La commune souhaite s'engager dans une démarche d'élaboration d'un règlement local de publicité :

Contactez la DDTM du Gard qui vous conseillera.

## RLP

### Etapes d'élaboration

- 1 ►► **délibération de la commune** (ou de l'EPCI compétent en matière de PLU)
- 2 ►► **porter à connaissance réglementaire** produit par l'État
- 3 ►► **réunion des personnes publiques associées**
- 4 ►► **délibération d'arrêt du projet**
- 5 ►► **examen en CDNPS**
- 6 ►► **enquête publique**
- 7 ►► **délibération d'approbation du RLP**

## RLP

### Les documents nécessaires à la composition du RLP

- **le rapport de présentation :** diagnostic, orientations..
- **le règlement :** prescriptions par zones concernées
- **Les annexes cartographiques**

# Pour en savoir plus

## Références réglementaires

Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national  
pour l'environnement, articles 36 à 50

Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure,  
aux enseignes et aux pré enseignes

Code de l'environnement articles L581-1 à L581-45 et R581-1 à R581-84

## Sites internet

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/Reforme-de-la-publicite.html>

[http://www.gard.gouv.fr/Politiques-publiques/Environnement/Affichage-publicitaire/  
Des-evolutions-reglementaires-depuis-le-1er-juillet-2012](http://www.gard.gouv.fr/Politiques-publiques/Environnement/Affichage-publicitaire/Des-evolutions-reglementaires-depuis-le-1er-juillet-2012)

## Contact

**Direction Départementale des Territoires et de la Mer du Gard  
Service Environnement et Forêt - Unité Intégration de l'Environnement**

**89, rue Weber**

**30907 Nîmes cedex 2**

Mme Agnès Vidal - 04 66 62 65 10

Mme Sylvie Barrière - 04 66 62 62 66