

Le Président.  
03 AVR. 2019



PRÉFET DU VAL-DE-MARNE

2019-9801  
Arrivée courrier le  
03 AVR. 2019  
GPSEA

Direction régionale et interdépartementale  
de l'environnement et de l'énergie d'Île-de-France

Service nature, paysage et ressources

Pôle publicité extérieure

Nos réf. :  
Vos réf. :  
Affaire suivie par : Lénaïc Rideller, Chargée d'études publicité et cadre de vie  
Courriel : lenaic.rideller@developpement-durable.gouv.fr  
Tél. : 01 87 36 45 83

PRÉFECTURE  
DU VAL-DE-MARNE  
11 JUL. 2022  
ARRIVÉE

Créteil, le 20 MARS 2019

ARRIVÉ COURRIER  
03 MARS 2019 39  
Délégation Relations  
et Appui aux Territoires

Objet : Porter à connaissance du règlement local de publicité intercommunal de Grand Paris Sud Est Avenir  
P.J : carte et fiches des sites classés et inscrits

Monsieur le président,

Par délibération du 26 septembre 2018, le conseil de territoire de l'établissement public territorial (EPT) Grand Paris Sud Est Avenir a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

Le RLPi permet l'intégration de la gestion de la publicité à un projet de territoire, porté au niveau intercommunal, le cas échéant dans le prolongement du travail réalisé dans le cadre du plan local d'urbanisme intercommunal ou d'un plan de paysage.

Cet instrument de planification du développement de la publicité et d'homogénéisation des enseignes s'inscrit dans une démarche globale d'aménagement du territoire, en contribuant à la réalisation d'objectifs de qualité, identifiés à partir d'un diagnostic territorial, par la fixation de règles appropriées aux enjeux et aux grandes dynamiques du territoire concerné.

Ce futur RLPi a vocation à encadrer les dispositifs relatifs à la publicité extérieure et s'inscrit dans la politique de protection de la qualité du cadre de vie. Elle a pour objet de garantir un équilibre entre la protection des paysages et la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie qui s'exercent notamment à travers la réalisation d'activités économiques liées à l'exploitation de dispositifs publicitaires ou nécessitant l'utilisation d'enseignes ou préenseignes.

Monsieur le président  
Établissement Public Territorial Grand Paris Sud Est Avenir  
Europarc  
14, rue Le Corbusier  
94046 CRETEIL CEDEX



Certificat N° A 1607  
Champ de certification disponible sur :  
[www.driee.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr](http://www.driee.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr)

Les dispositifs relatifs à la publicité extérieure (publicités, préenseignes, enseignes) participent à la composition du paysage et du cadre de vie dans les milieux urbains, dans les espaces dégradés comme dans ceux de grande qualité. La qualité du cadre de vie et du paysage est un enjeu majeur, tant pour le bien-être individuel et social que pour l'attractivité des territoires. A ce titre, le paysage a été reconnu comme un élément important de la qualité de vie des populations par la convention européenne du paysage du 20 octobre 2000.

Vous trouverez, ci-après en annexe, d'une part, les informations relevant, des aspects réglementaires, et, d'autre part, les éléments devant être pris en compte pour l'élaboration du document.

J'attire votre attention sur un aspect important de la procédure que vous avez engagée. Si la commune de La Queue-en-Brie dispose déjà d'un RLP de 2ème génération, celle de Périgny, en l'absence de RLP, est soumise à la réglementation nationale. Surtout, plusieurs communes de votre territoire disposent d'un RLP dit de 1ère génération qui deviendront caducs au 13 juillet 2020 en application de l'article L.581-14-3 du code de l'environnement. Il s'agit des communes d'Alfortville, de Créteil, Bonneuil-sur-Marne, Limeil-Brévannes, Villecresnes, Mandre-les-Roses, Santeny, Marolles-en-Brie, Boissy-saint-Léger, Sucy-en-Brie, Noiseau, Ormesson-sur-Marne, Chennevière-sur-Marne et le Plessy-Trévisé. En cas de situation de caducité, la compétence en matière d'instruction et de police reviendra à l'État dans l'attente de l'adoption prochaine du RLPi. Pour éviter ce cas de figure, je vous invite donc à veiller à adopter votre RLPi avant le 13 juillet 2020.

Je vous propose que les services de la DRIEE participent aux réunions des personnes publiques associées dans cette procédure de révision du règlement local de publicité, tout comme l'architecte des bâtiments de France.

Afin de me permettre d'émettre un avis sur le projet lorsqu'il sera arrêté, vous voudrez bien m'en adresser 2 copies pour faciliter la consultation de l'ensemble des services concernés.

Mes services restent à votre disposition pour toute précision que vous jugerez utile.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le président, l'expression de mes salutations distinguées.

Le Préfet,

Pour le Préfet et par délégation  
La secrétaire Générale

Fabienne BALUSSOU

## Annexe

### Porter à connaissance pour la révision du règlement local de publicité intercommunal de l'établissement public de Grand Paris Sud Est Avenir

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, donne compétence au maire pour établir un règlement local de publicité adaptant les dispositions nationales prévues par le code de l'environnement. Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification des règlements, pour adapter et intégrer la publicité extérieure dans une approche plus globale de l'aménagement de la ville, sont désormais calquées sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Dès notification de la délibération prescrivant le RLPi, le préfet doit porter à la connaissance l'ensemble des dispositions particulières applicables au territoire concerné qui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement (Art. L.132-2 et suivants et R.132-1 et suivants du code de l'urbanisme).

Ce porter à connaissance (PAC) vise à présenter les contraintes et à poursuivre les objectifs à respecter pour établir les règles applicables en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes. Il vise aussi à rappeler les principales étapes de la procédure à suivre. Des informations susceptibles de conditionner le contenu même du RLPi figurent également dans ce PAC.

#### **I – Situation du territoire de l'établissement public territorial à l'égard de la publicité et des enseignes**

##### **I – 1 – Population**

Grand Paris Sud Est Avenir est un établissement public territorial de plus de 100 000 habitants et faisant partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants. Il convient donc d'appliquer aux dispositifs de la publicité extérieure les règles correspondant aux unités urbaines de plus de 800 000 habitants. Ainsi, le RLPi doit notamment fixer des règles d'extinction pour la publicité lumineuse si celle-ci est autorisée (Article R.581-75 et R.581-35 du code de l'environnement).

##### **I – 2 – Protection particulière**

En application de l'article L581-4 du code de l'environnement, la publicité et les préenseignes (y compris les préenseignes dérogatoires) sont **strictement interdites**<sup>1</sup> dans les lieux suivants :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire (voir carte en pièce jointe) ;
- dans les sites classés (voir fiche et carte en pièce jointe) ;
- sur les arbres
- sur les immeubles qui, avant la prescription du RLPi, auraient été identifiés comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque par arrêté du maire après avis de la commission départementale compétente en matière de sites.

Par ailleurs, l'article L.581-8 du code de l'environnement prévoit une interdiction de publicité et de préenseigne dans les lieux qu'il mentionne et dans leurs abords en cas de covisibilité. Toutefois, cet article indique aussi qu'il est possible de déroger à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité si celui-ci le prévoit. **Cette réintroduction de la publicité et de la préenseigne devra être cohérente au regard des objectifs de protection du paysage et du cadre de vie poursuivis dans le RLP. Elle peut être différenciée, selon le type de supports. Si la commune opte, dans son RLP, pour une réintroduction, celle-ci devra faire l'objet d'une justification motivée et argumentée.**

Sur le territoire de l'EPT, je vous informe que l'Architecte des Bâtiments de France préconise de ne pas déroger à l'interdiction relative de la publicité pour ne pas altérer la qualité des espaces patrimoniaux et paysager, notamment aux alentours des monuments historiques et dans les sites inscrits.

1 Pour information, la publicité et les préenseignes (y compris les préenseignes dérogatoires) sont aussi strictement interdites dans les sites classés, les monuments naturels, les réserves naturelles et les cœurs de parcs nationaux. Ces interdictions sont toutefois sans objet, le territoire de l'intercommunalité n'étant pas concerné par des protections de ce type.

Les lieux concernés par l'article L.581-8 du code de l'environnement sur le territoire sont les suivants :

- sites inscrits (voir carte et liste en pièce jointe) ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables (Mandres-les-Roses);
- A moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 du code de l'environnement (Le périmètre autour des MH est actuellement de 100 mètres. Dès l'approbation du nouveau RLPi ou au plus tôt le 1<sup>er</sup> janvier 2020, ce périmètre passera à 500 mètres.) :

Je vous recommande d'accorder une attention particulière à la réintroduction éventuelle de la publicité sur **mobiliers urbains** dans ces différents lieux. L'impact des panneaux scellés au sol d'information municipale (dont une des faces serait réservée à la publicité) implantés sur le domaine public peut être important en fonction de leur emplacement, notamment aux abords immédiats d'un monument historique, en interférence avec une perspective ou un alignement d'arbres, ou encore à proximité d'un espace public de qualité.

Il est suggéré, dans le cas d'un choix politique d'une réintroduction dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, de maintenir des zones d'interdiction adaptées pour panneaux, quelle que soit leur taille, dans les espaces à protéger précisés ci-dessus, la publicité sur les abris-bus pouvant y être tolérée.

Aussi, je vous propose d'envisager à minima que les panneaux scellés au sol d'information municipale supportant de la publicité de plus de 8 m<sup>2</sup> implantés sur le domaine public soient interdits dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8. En effet, leur impact sur le cadre de vie, du fait de leur surface, peut être très important, notamment dans un environnement de qualité. Les conditions de leur implantation sur tout le territoire, même en dehors des espaces à protéger, mériteraient également être étudiées.

Il me semble que les abords immédiats ou les espaces à protéger seront utilement appréciés d'un point de vue d'un piéton voulant photographier un monument ou un environnement de qualité sans interférence avec des dispositifs publicitaires ou d'éventuels mobiliers urbains, particulièrement les panneaux d'information municipale.

La limitation de l'implantation de ces panneaux garantira les efforts effectués par la collectivité pour aménager son cadre de vie et permettra de maintenir des respirations dans l'espace public.

### Liste des monuments historiques

#### Alfortville :

- ancienne usine gazière cokerie Paris-Sud situé dans le parc d'activité du Val-de-Seine (Le bâtiment des garages-vestiaires, rue du Capitaine-Alfred-Dreyfus, inscrit par arrêté du 12 avril 2011 / Le bâtiment social, 2, digue d'Alfortville, quai de la Révolution, inscrit par arrêté du 12 avril 2011 / Le bâtiment administratif, y compris l'œuvre de Fernand Léger, la galerie de liaison et le laboratoire, inscrits par arrêté du 12 avril 2011) : **périmètre de 500m.**

#### Boissy-Saint-Léger :

- château du Piple (inscrit partiellement par arrêté du 29 octobre 1975) : **Périmètre Délimité des Abords (PDA) ;**
- château de Grosbois (inscrit partiellement par arrêté du 11 septembre 1933 / inscrit partiellement par arrêté du 15 juillet 1964 / classé partiellement par arrêté du 14 février 2014) : **PDA.**

#### Bonneuil-sur-Marne :

- château du Rancy (inscrit partiellement par arrêtés du 3 février 1993 et du 7 septembre 1993) : **PDA.**

#### Chennevières-sur-Marne :

- château des Rets (inscrit partiellement par arrêté du 5 décembre 1984) : **PDA ;**
- fort de Champigny (inscrit par arrêté du 16 mai 1979) : **PDA ;**
- église Saint-Pierre-Saint-Paul (classée partiellement par arrêté du 25 août 1920) : **PDA.**

#### Créteil :

- ancien colombier (inscrit par arrêté du 6 avril 1972) : **PDA ;**
- église Saint-Christophe (inscrite par arrêté du 19 octobre 1928) : **PDA.**

#### La Queue-en-Brie :

- église Saint-Nicolas (inscrite par arrêté du 19 décembre 1996) : **PDA ;**
- ancien domaine de l'Hermitage (inscrit partiellement par arrêté du 19 mai 1998) : **PDA ;**

- tour médiévale (vestiges au 9, place de la Tour, ainsi que le sol inscrits par arrêté du 15 mai 2001) : **PDA** ;
- château des Marmousets (inscrit partiellement par arrêté du 7 septembre 1978) : Périmètre de 500m.

Le Plessis-Trévisé : aucun monument historique ni périmètre de MH voisins débordant sur la commune.

Limeil-Brévannes :

- ancien château de Brévannes, groupe hospitalier Emile Roux (Le colombier de l'ancien château de Brévannes : inscription par arrêté du 25 janvier 1980 / L'ancien château de Brévannes en totalité, ainsi que ses douves ; l'allée perspective bordée de tilleuls ; les façades et toitures de l'orangerie ; les façades et toitures de l'ensemble des bâtiments hospitaliers formant l'ancien quartier des Ménages et l'ancien quartier des Chroniques ; les façades et toitures des bâtiments suivants de l'hôpital Léon Bernard : pavillons Mary Poppins, Paul Barthez (sans l'extension INSERM), Jean Monnet, Théophile Roussel et Félix Brun, loge de madame de Sévigné, logement et service des morts : inscription par arrêté du 3 septembre 2002) : **PDA**.

Mandres-les-Roses :

- ferme de Monsieur (inscrite partiellement par arrêté du 25 juillet 1977) : **Périmètre de 500m**.

Marolles-en-Brie :

- château du Prieuré (inscrit partiellement par arrêté du 26 janvier 1978) : **PDA** ;
- maison dite La Belle Image (classée partiellement par arrêté du 29 mars 1972) : **PDA** ;
- ancien château du Buisson (inscrit partiellement par arrêté du 5 novembre 1975) : **PDA** ;
- église Saint-Julien-de-Brioude (classée par arrêté du 24 avril 1909) : **PDA**.

Noiseau :

- une partie du parc du château d'Ormesson (classement par arrêté du 25 mars 1993) : **Périmètre de 500m**.

Ormesson-sur-Marne :

- château d'Ormesson (Le château : classement par liste de 1889 - Le parc clos de murs ; les façades et toitures des communs, y compris la ferme: classement par arrêté du 25 mars 1993) : **PDA**.

Périgny-sur-Yerres :

- maison Garrot ou château de Périgny-le-Petit (inscrit partiellement par arrêté du 30 avril 1998) : **PDA** ;
- colombier (inscrit par arrêté du 12 octobre 1998) : **PDA** ;
- closerie et villa Falbala (classées partiellement par arrêté du 17 novembre 1998) : **PDA**.

Santenay : pas de monument historique mais **périmètres de 500m** débordants issus des MH de Marolles-en-Brie et La Queue-en-Brie.

Sucy-en-Brie :

- château de Haute-Maison (Façades et toitures (inscrit partiellement par arrêté du 20 février 1980) : **PDA** ;
- château (classement par arrêté du 18 juillet 1975) : **PDA** ;
- église Saint-Martin (inscrite partiellement par arrêté du 27 mars 1926) : **PDA**.

Villecresnes :

- domaine du château de Grosbois, situé à Boissy-Saint-Léger (la demi-lune : classement par arrêté du 14 février 2014) : **PDA** ;
- église Notre-Dame (inscription par arrêté du 21 janvier 1987) : **PDA**.

Des monuments historiques de communes extérieures à l'EPT génèrent des périmètres débordant sur le territoire de celui-ci :

Champigny-sur-Marne :

- villa Heulot (périmètre de 500m sur Chennevières-sur-Marne).

Charenton-le-Pont :

- pavillon d'Antoine de Navarre (périmètre de 500m sur Alfortville).

Maisons-Alfort :

- groupe scolaire Condorcet, groupe scolaire Jules Ferry et cité HBM Dufourmantelle (périmètres de 500m sur Créteil).

Yerres (Essonne) :

- château de la Grange et son parc (périmètre de 500m sur Limeil-Brévannes).

### Liste des sites patrimoniaux remarquables :

Un site patrimonial remarquable (SPR) est présent sur le territoire de l'EPT :

- Mandres-les-Roses.

*Les cartes de ces monuments historiques, périmètres de protection et sites patrimoniaux remarquables sont consultables sur l'Atlas des Patrimoines disponible sur Internet :*

<http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/>

### I - 3 - Le régime spécifique de certains axes routiers

**Des règles d'interdiction** des dispositifs publicitaires visibles à partir de certains grands axes routiers passant dans ou à proximité du territoire communal sont prévues par le code de l'environnement.

Les règles à respecter à l'occasion de l'instruction ou d'un contrôle de police sont les suivantes :

#### En agglomération

- les dispositifs scellés au sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles :
- de l'autoroute A86 ;
- des bretelles de raccordement à cette autoroute ;
- des routes express ;
- des déviations ou des voies publiques situées **hors agglomération** ;

(art. R.581-31 du code de l'environnement)

**Je vous invite à tenir compte de ces dispositions dans l'élaboration du RLPi en matérialisant les voies concernées et en rappelant dans le RLPi les règles qui y sont applicables.**

### I - 4 - L'interdiction de publicité, en agglomération, dans les secteurs naturels, paysagers ou boisés du P.L.U.

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires non-lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération (art R.581-30 du code de l'environnement) :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

En application de cette réglementation et en cohérence avec les documents d'urbanisme en vigueur des communes, le RLPi devra faire mention de ces zones dans le rapport de présentation et interdire les dispositifs publicitaires non-lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol dans un zonage spécifique correspondant aux espaces boisés classés et dans les zones N des PLU et POS qui sont institués en raison de la qualité des sites, des milieux naturels et des paysages (art. R. 581-30 du code de l'environnement).

### I - 5 - Protection du paysage et du cadre de vie

Les axes majeurs, les ensembles de bâtis remarquables, les espaces ouverts (parcs, jardins, quais de gare en aérien...), les perspectives, les vues, les reliefs, les alignements d'arbres, les entrées de ville, les sites inscrits et classés ainsi que les espaces publics et leurs abords sont autant d'éléments à considérer dans le projet de RLPi pour une meilleure intégration de la publicité extérieure.

Ceux-ci peuvent être identifiés à l'aide d'études urbaines ou paysagères, d'atlas, d'éléments de diagnostic contenus dans le plan local d'urbanisme ou d'un repérage sur le terrain.

De manière générale, il conviendra de mettre en cohérence les prescriptions du RLPi avec les orientations paysagères des PLU et POS en vigueur.

Vous veillerez à identifier dans le rapport de présentation les **séquences paysagères et architecturales** du territoire et, **sur cette base**, à adapter localement la réglementation nationale dans la partie réglementaire du RLPi en fonction du **niveau de protection souhaitée**, en cohérence avec les objectifs et orientations retenues. Une justification des règles applicables devra apparaître dans le rapport de présentation.

### **Préconisations de l'Architecture des Bâtiments de France :**

Des immeubles ou des ensembles de constructions sont repérés à l'échelle communale dans les PLU des territoires concernés. Ces repérages impliquent des prescriptions précises qui permettent de veiller à la conservation et à la mise en valeur de ces bâtiments. Le PLU patrimonial de Nogent-sur-Marne, notamment, repère et protège un grand nombre d'édifices et de séquences remarquables. On sera donc vigilant à ne pas les altérer par la pose de publicités.

Des études paysagères sont disponibles :

- MERCIER Florence. *Etudes des paysages du Val-de-Marne*. 2002
- Atelier Bertrand FOLLEA – Claire Gautier. *Etude préalable à la définition d'une politique du paysage pour le Val-de-Marne*. 04/1997.

Ces écrits permettent de repérer un certain nombre de perspectives paysagères qu'il convient de préserver de tout élément qui nuirait à leur présentation :

- le plateau de Nogent et les coteaux du Perreux-sur-Marne, de Nogent-sur-Marne, de Joinville-le-Pont et de Saint-Maur-des-Fossés ;
- le coteau de Champigny-sur-Marne – Chennevières ;
- les boucles de la Marne ;
- le plateau de Gravelle, situé sur le territoire parisien (bois de Vincennes) mais qui offre une vue sur Maisons-Alfort et Saint-Maurice ;
- le coteau de Bry ;
- le coteau de Fontenay-sous-Bois.

Un atlas des paysages du Val-de-Marne est en cours d'élaboration. Cet outil serait utile pour le repérage des perspectives à valoriser. Le RLPi devrait être conçu au regard de cet atlas.

La route D4, entre Champigny-sur-Marne et Ormesson, présente de nombreux grands panneaux qui altèrent la qualité des paysages et dont il faudrait réduire le nombre.

Le RLPi devrait tenir compte des perspectives visuelles repérées dans les documents graphiques des PLU et POS des communes.

Un repérage des supports publicitaires en mauvais état ou inutilisés devrait être effectué afin de supprimer ces derniers et de requalifier leurs environnements respectifs, notamment dans les zones naturelles ou dégagées.

Il ne devrait pas y avoir de publicités sur les pignons des maisons ou des immeubles, de publicités déroulantes et/ou lumineuses, de totems ou des toiles tendues.

Les vitrophanies sur les devantures des commerces présentent une potentielle nuisance visuelle dans les abords de monuments historiques et dans les sites. Elles devraient être réglementées afin d'impacter le moins possible le paysage urbain.

### **I – 6 – L'interdiction de la publicité hors-agglomération.**

Les dispositifs publicitaires sont interdits hors agglomération, tout comme certaines préenseignes. Les anciennes pré-enseignes dérogatoires sont remplacées depuis le 13 juillet 2015 par la signalisation d'information locale (SIL), à l'exception des activités suivantes qui peuvent continuer à se signaler par des panneaux :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,

- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles.

Les panneaux scellés au sol ne peuvent excéder 1m de hauteur et 1,50m de largeur. Ils ne peuvent pas être installés sur le domaine routier et doivent respecter le code de la route.

**Je vous demande également de veiller à joindre en annexe du RLPi les limites d'agglomération du territoire (voir infra p. 15).**

## II – Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal

### II – 1 – Les objectifs à prendre en compte

L'adoption d'un RLP fait du maire, autorité de police désormais compétente, un véritable acteur de son territoire, aussi bien pour améliorer le cadre de vie que pour le protéger au moyen des actions suivantes :

- adaptation aux caractéristiques du territoire intercommunal : le RLPi est un instrument de planification locale et intercommunale de la publicité et des enseignes pour des motifs de protection du cadre de vie. Son adoption répond à la volonté de préciser le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire, en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier. Il s'agira d'apporter, notamment grâce au zonage du RLPi, une réponse réglementaire pertinente aux volontés locales de prendre en compte le patrimoine architectural, paysager ou naturel à protéger, y compris dans les secteurs où le territoire ne présente pas de caractère remarquable. Au-delà du territoire, il est essentiel d'**associer les communes et les EPT limitrophes afin de prendre leurs patrimoines en considération lors de la rédaction du futur RLPi.**

- intégration dans un projet urbain : il peut aussi s'agir d'exprimer un besoin d'anticipation et d'intégration du phénomène publicitaire (publicités et enseignes) dans les projets urbains en cours ou à venir. Par exemple, lorsqu'une commune projette d'accueillir une zone d'activité artisanale, économique et/ou commerciale, les dispositifs publicitaires ou les enseignes qui y seront implantées peuvent mériter d'être soumis à une réglementation locale spécifique afin de les intégrer plus harmonieusement dans leur futur environnement modernisé et d'éviter ou de limiter certaines agressions visuelles trop souvent constatées dans les espaces commerciaux contemporains. Le but, à travers le RLPi, est de disposer d'un outil pertinent pour traiter la relation entre l'espace urbanisé existant et, par exemple, la nouvelle zone d'activité, notamment en termes d'échelle.

- contrôle de l'implantation des enseignes : l'existence d'un RLPi permet un meilleur suivi de l'implantation des enseignes. En effet, dès que le territoire est couvert par un RLPi, les enseignes sont systématiquement soumises, sur l'ensemble du territoire, à un régime d'autorisation préalable. Ce régime facilitera le travail de contrôle de l'installation de ces enseignes et de leur bonne intégration paysagère.

Les enseignes temporaires ne sont soumises à aucune limitation de surface, à l'exception de l'enseigne en toiture qui doit se conformer à l'article R.581-62 ainsi que l'enseigne signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier qui est limitée à 12 mètres carrés. Je vous invite à envisager des prescriptions plus restrictives sur les enseignes temporaires lors de l'élaboration du RLPi.

- réintroduction de la publicité : le RLPi peut, le cas échéant, juger pertinent de réintroduire la publicité dans des lieux où elle est en principe interdite et dont la liste figure à l'article L.581-8 du code de l'environnement (voir supra). Dans ce cas, des dispositions, moins restrictives que le règlement national de publicité, sont instituées conformément aux orientations et aux objectifs définis dans le rapport de présentation du RLPi. Toutefois, la réintroduction de la publicité dans des lieux ou territoires remarquables doit être réfléchie et motivée. Elle peut être différenciée selon les types de dispositifs (hauteur, surface, nombre, type de mobilier urbain...). Je vous encourage à prévoir une réflexion spécifique sur la mise en place d'un zonage de protection immédiate des monuments historiques ou des bâtiments à protéger. Il appartient à l'EPT, en concertation avec les communes concernées, de déterminer la mise en place éventuelle de ce périmètre en l'adaptant de manière justifiée au contexte local. **(voir supra point I-2)**

- réflexion sur l'aménagement des scellés au sol dans l'espace public : il s'agit de prendre en considération l'impact que peut avoir ce type de dispositifs (mobilier urbain et publicité) sur la fluidité des parcours de circulation (notamment pour les personnes à mobilité réduite et les poussettes) ainsi que sur la sécurité des piétons. Au regard de ces panneaux, le RLPi est un outil qui peut utilement prévoir des règles spécifiques d'encadrement, en envisageant, par exemple, des formats plus réduits ou en instaurant des règles de densité plus restreintes, particulièrement en ce qui concerne le mobilier urbain supportant de la publicité.

- harmonisation du paysage urbain à l'échelle de l'intercommunalité : le RLPi permet la mise en place de règles communes à l'échelle intercommunale. Il s'agit d'adapter la réglementation de façon homogène sur tout le territoire, notamment en ce qui concerne l'aménagement de l'espace public, la prise en compte des points stratégiques comme les entrées de ville, les pôles commerciaux, les gares, ou encore les quartiers en cours d'évolution dans le cadre du Grand Paris. Ainsi, le territoire pourra réfléchir à la mise en place d'une signalisation locale d'information (SIL) uniforme afin d'éviter la multiplication des préenseignes souvent impactantes dans le paysage urbain.

Votre projet de RLPi pourra s'enrichir d'autres objectifs complémentaires.

Le RLPi constitue un document stratégique qui cherche à concrétiser l'équilibre trouvé entre les attentes respectives de chacun des intervenants concernés par la réglementation de la publicité extérieure, à savoir la population et les acteurs économiques (qui, à ce titre, doivent tous être associés à son élaboration).

Élaborer un règlement local de publicité intercommunal ne signifie pas, en effet, uniquement restreindre l'affichage publicitaire ou d'enseigne sur un territoire, mais répondre aussi à une vision partagée de l'évolution des paysages urbains, notamment à travers la qualité esthétique des enseignes. Il s'agit de se donner les moyens de faire en sorte que l'évolution des paysages ne soit pas pensée et vécue comme une dégradation, mais comme un processus qui doit être explicité pour, par voie de conséquence, appréhendé comme choisi et assumé collectivement.

## II – 2 – Les moyens mis en œuvre

### II – 2 – 1 – Les différentes catégories réglementées

Un guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure a été élaboré dans le cadre du plan d'accompagnement de la réforme du droit de la publicité extérieure mis en œuvre par le ministère.

Les différentes catégories de dispositifs réglementés y sont détaillées ainsi que certaines jurisprudences relatives aux règles envisageables dans un RLPi. Vous trouverez ci-dessous le lien internet de téléchargement du guide ministériel :

[http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide\\_pratique\\_-\\_la\\_reglementation\\_de\\_la\\_publicite\\_exterieure-2.pdf](http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pratique_-_la_reglementation_de_la_publicite_exterieure-2.pdf)

### II – 2 – 2 - Quelques règles possibles dans un RLPi

L'article L.581-14 du code de l'environnement précise que lorsqu'un RLPi est institué, c'est en vue d'adapter le règlement national de publicité (publicité et/ou enseignes) en prévoyant des dispositions qui lui sont plus restrictives. Les leviers possibles pour y parvenir sont nombreux :

- **réduire les surfaces et les hauteurs des dispositifs (publicités et/ou enseignes)** : il est envisageable par exemple de réduire les formats et hauteurs maximum autorisés résultant du règlement national de publicité, car jugés encore trop attentatoires au cadre de vie local au regard du contexte urbain. Il pourra être précisé dans le règlement la modalité de calcul de la surface du dispositif en fonction du cadre et de l'affiche. Pour faciliter la compréhension du règlement, la surface maximale du dispositif sera utilement définie cadre compris ;
- **interdire ou limiter certains dispositifs** : il peut s'agir aussi d'interdire ou limiter, sur une partie de territoire, certains types de dispositifs publicitaires comme les dispositifs scellés au sol, les dispositifs lumineux et numériques, les bâches visibles des autoroutes, la publicité sur clôture, les enseignes sur clôture non-aveugle, les enseignes en toiture ou les enseignes numériques qui ne sont pas réglementées par le RNP ;
- **réglementer l'implantation par rapport aux voies publiques ou aux limites séparatives** : dans un but d'harmonie des lieux ou de protection des vues ou des perspectives ;
- **imposer une distance minimale** entre un dispositif et un immeuble d'habitation situé sur la même unité foncière ;
- **prévoir des zones d'interdiction** des panneaux d'affichage municipal scellés au sol, quelle que soit leur taille, dans les espaces à protéger (**voir supra point I-2**) ;
- **protéger les abords des ronds-points ou de certaines intersections de voies publiques**, notamment pour les mobiliers urbains supportant de la publicité. En effet, l'implantation de mobiliers urbains supportant

de la publicité numérique sur le domaine public peut être plus impactante que des dispositifs de publicité en retrait sur des propriétés privées qui sont souvent des espaces fermés offrant moins de perspectives ;

- **protéger les espaces végétalisés** (allées arborées, massifs végétaux sur un rond point ou carrefour...) aménagés par les communes dans un objectif d'embellissement. L'implantation de panneaux publicitaires ou de mobiliers urbains supportant de la publicité peut en effet nuire aux efforts d'amélioration de l'espace public ;

- **préciser la règle de densité** : bien que le règlement national de publicité institue déjà une règle de densité (art R.581-25 du code de l'environnement), celle-ci peut être jugée insuffisante compte tenu des caractéristiques du territoire. Dans ce cas, le RLPi peut prévoir une règle de densité plus restrictive que la règle nationale (par exemple, interdire la publicité si le côté de l'unité foncière bordant la voie publique n'a pas une certaine longueur, limiter à un seul dispositif publicitaire par unité foncière, définir une distance minimale entre deux dispositifs, etc...). Il peut également identifier des secteurs présentant des caractéristiques urbaines et un parcellaire justifiant des règles de densité différentes comme les quais de gares à ciel ouvert ou les emprises des voies ferrées. De même, des règles de densité propres aux dispositifs implantés sur le domaine public peuvent être envisagées (scellés au sol, publicité sur mobiliers urbain...);

- **préciser la formulation de la règle nationale de densité par rapport aux voies bordant une unité foncière**, en indiquant par exemple que le nombre maximal de dispositifs autorisés sur l'unité foncière dépend uniquement de sa plus grande longueur bordée par une voie ;

- **limiter le nombre de micro-affichages par établissement**, quel que soit le nombre de devantures ;

- **réglementer les lieux d'implantation, la hauteur et la surface des enseignes et publicités numériques** ;

- **prévoir des prescriptions esthétiques** : le règlement national de publicité ne comporte pas à proprement parler de dispositions relatives à l'esthétique des dispositifs publicitaires et des enseignes, hormis celles obligeant à les maintenir en bon état d'entretien (Art. R.581-24 du code de l'environnement pour la publicité et R.581-58 du code de l'environnement pour les enseignes). Le RLPi peut introduire des dispositions spécifiques visant à renforcer leur intégration dans l'environnement. Les possibilités sont nombreuses, notamment les suivantes :

- interdire l'usage des spots et préférer le recours aux rampes ou au rétro-éclairage ;
- limiter en nombre les enseignes et uniformiser leur disposition ou leur gabarit ;
- imposer que les enseignes en façade soient en lettres découpées pour éviter de masquer les éléments architecturaux des façades ;
- imposer que les pieds des dispositifs scellés au sol soient monobloc, de forme simple et interdire les sections apparentes des profilés en H ;
- limiter toutefois la largeur du pied monobloc des dispositifs de manière à limiter l'impact visuel des dispositifs à l'affichage ;
- imposer que les dispositifs de scellement (socles, boulons, etc.) des pieds soient enterrés dans le sol ;
- imposer un format de panneaux standards (par exemple strictement rectangulaire, sans encadrement imposant...) ;
- imposer que les dispositifs « simple face » reçoivent à l'arrière un bardage afin de masquer la totalité des éléments de fixation ;
- interdire la visibilité, depuis une voie ouverte à la circulation publique, des accès au dispositif proprement dit (échelles, passerelles) ;
- exiger que l'ensemble des éléments constitutifs du dispositif (pieds, cadres, caches) soient peints de teinte unie, neutre ou au contraire soutenue ;

## II – 3 – La méthode à suivre

A travers une réglementation de la publicité et des enseignes adaptée à un contexte paysager local, élaborer un RLPi revient à :

- se placer dans une approche paysagère en tant qu'élément du cadre de vie, au-delà d'une simple approche esthétique ou d'agrément ;
- définir des objectifs de qualité paysagère, même modestes, et des moyens de mise en œuvre adaptés, de nature à maintenir ou à améliorer le cadre de vie et l'image globale du territoire;
- rendre cohérentes et compréhensibles les futures décisions prises par l'autorité compétente sur la base du règlement ;
- définir un cadre commun et convergent aux acteurs économiques et à la population qui, y compris dans des lieux de chalandise, ont intérêt à disposer d'un cadre de vie de qualité.

Le RLPi établit des prescriptions pour l'ensemble du territoire de l'EPT, ou des prescriptions spécifiques selon un zonage qu'il définit. Les zones qui ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLPi sont soumises aux prescriptions nationales du règlement national de publicité.

Le RLPi fixe des prescriptions relatives :

- aux publicités (L.581-9 du code de l'environnement) ;
- aux enseignes (L.581-18 du code de l'environnement) ;
- aux préenseignes dérogatoires (R.581-74 et R.581-66 du code de l'environnement) ;

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

- d'emplacements (muraux, palissades, scellés au sol, toiture, autres...), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien ;
- de types de dispositifs autorisés (bâches, micro-affichage, enseignes,...) ;
- de publicités et enseignes lumineuses (R.581-76 du code de l'environnement) ;
- d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique (R.581-42 et suivants du code de l'environnement).

**Quelques éléments de méthode pour l'élaboration d'un RLPi :**

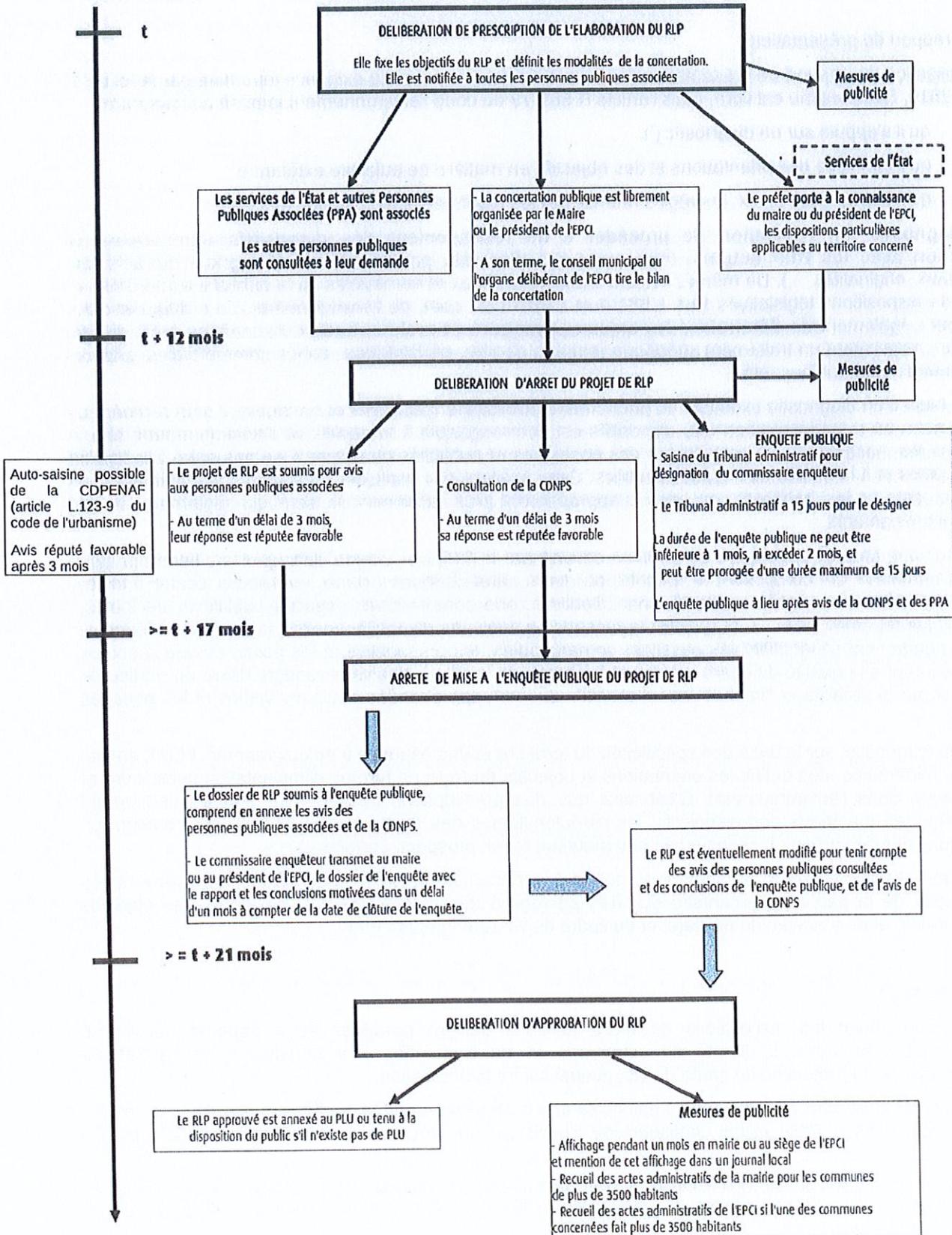
- D'abord, il y a lieu d'identifier, de caractériser et de qualifier les différentes unités paysagères ou séquences qui composent le territoire. On pourra s'appuyer, quand ils existent, sur les éléments relatifs au paysage et au patrimoine bâti et architectural contenus dans le PLU, mais aussi sur les atlas du paysage disponibles ou sur les études urbaines. La séquence paysagère du périphérique a vocation à bénéficier d'un focus particulier.  
On pourra aussi recourir, le cas échéant, à l'expertise d'un paysagiste compétent qui définira, en association avec toutes les parties prenantes, des objectifs et des prescriptions de qualité ;
- Ensuite, pour chacune des unités paysagères identifiées, il faut, en tenant compte des enjeux et objectifs de qualité paysagère identifiés (déjà formulés le cas échéant dans les documents d'urbanisme ou dans des plans de paysage), définir les prescriptions que les dispositifs à l'intérieur de chacune des zones du RLP devront respecter (type de dispositifs acceptés/refusés, seuil de densité, surface et hauteur à respecter, règles jugées nécessaires en fonction des enjeux des paysages considérés : harmonisation des enseignes par exemple, etc...). **Toutes ces règles devront faire l'objet d'une motivation.**

## **II – 4 – La procédure à respecter**

Vous trouverez ci-après un schéma récapitulant l'ensemble des étapes de la procédure à suivre pour votre élaboration.

Le RLPi n'est pas soumis à l'évaluation environnementale. Dans l'hypothèse où l'EPT souhaiterait néanmoins réaliser une évaluation environnementale, il est rappelé que celle-ci devra respecter les dispositions prévues au R.123-8 du code de l'environnement.

**Délais indicatifs**



## II – 5 – Contenu

Le règlement local de publicité intercommunal est composé au minimum **d'un rapport de présentation, d'une partie réglementaire et des annexes. Ces documents sont obligatoires pour tout RLPi.**

### a) Le rapport de présentation :

La réalisation du rapport de présentation dans un RLPi est une nouvelle exigence introduite par la loi du 12 juillet 2010. Son contenu est libre, mais l'article R.581-73 du code de l'environnement impose au minimum :

- qu'il s'appuie sur un diagnostic (");
- qu'il définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure ;
- qu'il explique les choix, les règles retenues et les motifs de la délimitation des zones.

**Le diagnostic est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires en infraction avec les RLP actuels**, mais aussi des éléments positifs (efforts d'intégration, qualité des matériaux, originalités ...). De même, il vise à identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives (Art. L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement). Le diagnostic doit permettre également de **déterminer les enjeux paysagers et architecturaux** du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, périphérique, zones commerciales, espaces et bâtiments patrimoniaux, etc.).

Sur la base d'un diagnostic exhaustif du phénomène publicitaire (publicités et enseignes), il sera repéré les points noirs où la concentration des dispositifs est dommageable à la qualité de l'environnement bâti, et examiné les modalités d'une coexistence des enseignes et publicités de nature à ne pas nuire à la lisibilité des façades et à la qualité des espaces publics. Cette analyse doit impliquer les usagers, les afficheurs, les commerçants et les habitants, qui ainsi s'approprient plus facilement le sens du règlement, et s'en porteront les garants.

A partir d'une analyse paysagère du territoire couvert par le RLPi, on pourra distinguer les différents types d'unités urbaines qui composent le territoire par leurs caractéristiques (forme, volumétrie, centre ancien, quartier pavillonnaire, habitat collectif, zone d'activité, zone commerciale, espaces publics et de loisirs, zones d'intérêt patrimonial...), et qualifier la présence actuelle de dispositifs relatifs à la publicité extérieure. Il s'agit notamment d'identifier les paysages remarquables, les perspectives et les points de vue à enjeux qui concourent à la qualité du cadre de vie et à l'image de la ville. L'analyse paysagère devra en particulier s'attarder sur la visibilité et l'impact des dispositifs qui sont appréhendés depuis les voiries et les espaces publics.

Au vu du diagnostic, sur la base des spécificités du territoire et des espaces à enjeux repérés, l'EPT, en lien avec les communes, doit définir les orientations et objectifs du RLPi en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement. C'est ainsi que des prescriptions peuvent être établies concernant notamment les matériaux des dispositifs, les caractéristiques des supports, leur forme, leur couleur, les proportions par rapport aux façades ou au bâti (hauteur, recul, prospect, surface...).

Le rapport de présentation apparaît donc comme le document pivot à partir duquel se motivent les dispositions de la partie réglementaire du RLPi au regard des caractéristiques locales et des objectifs d'amélioration et de maintien du paysage et du cadre de vie retenus par l'EPT.

### b) Le règlement :

Quelles que soient les dispositions du RLPi, celles-ci doivent **concilier deux aspects** : la liberté d'expression mais aussi la liberté du commerce et de l'industrie, dont bénéficient les opérateurs économiques, et la protection du cadre de vie, auquel aspire la population.

Afin d'assurer la lisibilité du règlement, il est inutile que le RLPi reprenne textuellement des dispositions qui figurent déjà dans le RNP, et qui continuent de s'appliquer en l'absence de dispositions spécifiques. En

*\* L'annexe à l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des préenseignes apporte des précisions (p.19) sur le contenu de la partie relative au diagnostic du rapport de présentation.*

*L'instruction prévoit que le diagnostic comporte :*

- un état actuel de l'affichage publicitaire (recensement, dispositifs en infraction, ...) ;
- l'identification des enjeux architecturaux et paysagers et des espaces sous forte pression publicitaire ;
- l'identification des espaces nécessitant un traitement spécifique.

revanche, dans les parties du territoire où la commune ne souhaite pas introduire de règles locales spécifiques, il est recommandé de préciser que ces zones renvoient aux dispositions du règlement national de publicité.

Sur la base des orientations et objectifs précisés par le rapport de présentation, les dispositions du RLPi peuvent être générales lorsqu'elles s'appliquent à l'ensemble du territoire concerné, en particulier quand l'enjeu paysager est justifié. Par exemple, le RLPi peut instituer une règle de densité pour la publicité, généralisée à l'ensemble de l'agglomération, ou des règles concernant les enseignes, y compris celles implantées hors agglomération, dans un souci de cohérence globale. Le RLPi peut aussi prévoir des dispositions spécifiques à certains secteurs urbains (entrées de villes, centre commerciaux, centre-ville, zones résidentielles...), adaptées aux espaces concernés.

Il n'est pas prévu de dénomination particulière pour ces zones. Elles peuvent être indifféremment instituées en agglomération ou hors agglomération, ce qui les distingue des anciennes zones de publicité restreinte (ZPR) qui ne pouvaient exister qu'en agglomération (ancien Art. L.581-10 du code de l'environnement aujourd'hui abrogé). Cela permet également de prévoir des prescriptions particulières applicables aux enseignes lorsque les activités signalées sont situées hors agglomération (Art. L.581-18 du code de l'environnement) ; ceci n'était pas possible avant la réforme.

De manière générale les règles doivent être simples pour faciliter leur mise en œuvre. Par ailleurs, il ne peut être défini de règles de surface ou de hauteur non couramment commercialisées par les professionnels, ce qui serait jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex : 5 m<sup>2</sup>).

#### c) Les annexes :

Les annexes du RLPi sont constituées par des éléments obligatoires auxquels s'ajoutent certaines pièces facultatives visant à faciliter l'instruction des demandes d'implantation, de renouvellement ou de modification des dispositifs relatifs à la publicité extérieure. Même si les prescriptions du RLPi sont générales et qu'il ne comporte par conséquent pas de zone, **les documents graphiques propres au RLPi sont nécessaires au moins pour représenter les secteurs dans lesquels s'appliqueront des règles d'extinction lumineuse.**

Parmi les éléments qui doivent impérativement être annexés au RLPi on trouve les éléments suivants :

Les **documents graphiques** qui ont pour objet de localiser les zones dans lesquelles des dispositions particulières ont été instituées (Art. R.581-78, al. 1er). Même si aucune indication d'échelle n'est imposée par la réglementation, les documents graphiques doivent être d'une précision suffisante afin d'éviter toute contestation quant à la délimitation précise du zonage. **Des indications grossières ou à gros trait sont donc à proscrire.**

Le RLPi peut aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant commercial, visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants (Art. L.581-14 du code de l'environnement). L'objectif est de lutter contre la dégradation des locaux commerciaux donnant sur rue, par défaut d'entretien de leur occupant ou de leur propriétaire. Cette disposition peut utilement compléter l'obligation figurant au 3<sup>ème</sup> alinéa de l'article R.581-58 du code de l'environnement (supprimer l'enseigne en cas de cessation d'activité).

**Le RLPi comporte en annexe l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération ainsi qu'un (ou plusieurs) document graphique représentant ces limites** (Art. R.581-78, alinéa 2 du code de l'environnement). Cette obligation nouvelle s'explique par la volonté de s'assurer que de tels arrêtés existent bien. L'adoption d'un RLPi va ainsi être conduite parallèlement à l'arrêté. Il arrive que l'arrêté de délimitation ne corresponde pas (ou plus) à la réalité physique de l'agglomération : soit que le bâti ait progressé par l'effet de l'étalement urbain sans que les panneaux d'entrée et de sortie de ville n'aient été déplacés, soit que ces mêmes panneaux aient été installés bien en amont (ou en aval) du tissu urbain. Dans ce cas, vous devrez vous assurer, au travers de la réflexion sur le RLPi, de la correspondance entre la réalité physique de l'agglomération et sa réalité « formelle » ou juridique. Il est rappelé que la publicité et les préenseignes sont interdites hors agglomération.

En qualité d'annexes du RLPi, les documents graphiques sont dépourvus de valeur réglementaire contrairement à ceux d'un PLU. Cela signifie qu'en cas de contradiction entre le zonage figurant dans les documents graphiques et celui décrit dans le règlement du RLPi, ce sont les prescriptions du règlement écrit qui s'imposeront.

D'autres documents peuvent également utilement figurer en annexe du RLPi, il s'agit de :

- représenter le champ de visibilité de 500m des immeubles classés ou inscrits pour faciliter l'instruction des enseignes (consultation ABF) – art.R.581-16 du code de l'environnement ;

- représenter les espaces du PLU/POS où la publicité est interdite (art.R581-30 du code de l'environnement) :
  - les espaces boisés classés ;
  - les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique (art.L.123-1-5,III 2° du code de l'environnement) ;
- joindre s'il existe l'arrêté d'interdiction de publicité sur des immeubles (art.R.581-4, II du code de l'environnement) ;
- joindre l'éventuel arrêté fixant les lieux d'affichage d'opinion (art. L.581-13 du code de l'environnement).

Le tableau suivant résume le contenu obligatoire d'un RLPi :

DOCUMENT	Contenu	Détails (non exhaustif)
RAPPORT DE PRESENTATION	Diagnostic	État actuel de l'affichage publicitaire (recensement, dispositifs en infraction, ...). Identification des enjeux paysagers et architecturaux et des espaces sous forte pression publicitaire (espaces commerciaux, entrées de ville et axes viaires majeurs...) Identification des espaces nécessitant un traitement spécifique.
	Orientations et objectifs	Liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés.
	Choix retenus	Choix généraux et/ou spécifiques à chaque espace identifié.
PARTIE REGLEMENTAIRE	Prescriptions	Emplacements (muraux, scellés au sol, façade, toiture). Densité, surface et hauteur. Type de dispositifs autorisés/interdits (bâches, microaffichage, enseignes).
	Prescriptions obligatoires	Unité urbaine > 800 000 hab. = obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses Périmètres à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération = délimitation et modalité Autorisations éventuelles dans les lieux visés à l'article L.581-8 du code de l'environnement
ANNEXES	Documents graphiques	Zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. Champ de visibilité de 500m des immeubles classés ou inscrits + abords des monuments historiques (périmètre de 500m).
	Limites aggro.	Espaces du PLU/POS où la publicité est interdite. Arrêté(s) municipal (aux) + document graphique.
	Arrêtés	Éventuel arrêté d'interdiction de publicité sur des immeubles Éventuel arrêté fixant les lieux d'affichage d'opinions.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité sera mis à disposition sur le site internet, s'il existe, des communes et de l'établissement public territorial (Article R581-79 du code de l'environnement).

### III – Les éléments d'information

Bien que le RLPi ne puisse comporter que des dispositions prévues par le code de l'environnement, sa conception peut être influencée par des législations distinctes, susceptibles d'avoir un impact sur l'implantation de certains dispositifs.

- **Code général des collectivités territoriales** - Article L.2213-6 : Le maire peut, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi, donner des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce. ;
- **Code de la voirie routière** - Article L.113-2 : En dehors des cas prévus aux articles L. 113-3 à L.113-7 et de l'installation par l'État des équipements visant à améliorer la sécurité routière, l'occupation du domaine public routier n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie, dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocable ;
- **Les règlements de voirie communaux, départementaux et préfectoraux** peuvent limiter les saillies des dispositifs en surplomb du domaine public routier, notamment ceux apposés perpendiculairement aux façades ;
- **Code de la route** :
  - L'article R.110-2 définit le terme d'agglomération comme suit : « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » ;
  - En application des articles R.418-1 à R.418-9, dans l'intérêt de la sécurité routière, la publicité, les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes peuvent être interdites sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, lorsqu'elles en sont visibles. L'article R.418-7 interdit, en agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération, cette largeur est portée à 200 mètres ;
  - Accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite (PMR) : L'article 45 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, indique qu'un plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics doit être établi dans chaque commune à l'initiative du maire ou, le cas échéant, du président de l'établissement public de coopération intercommunale. Ce plan fixe notamment les dispositions susceptibles de rendre accessible aux personnes handicapées et à mobilité réduite l'ensemble des circulations piétonnes et des aires de stationnement d'automobiles situées sur le territoire de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques définies dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007. Ces textes précisent notamment qu'un cheminement doit avoir une largeur minimale de 1,40m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel et que cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.
- Les recommandations d'un plan de prévention des risques d'inondation : dans les zones inondables, les dispositifs de publicité, d'enseignes ou préenseignes ne doivent pas gêner l'écoulement des eaux, en cas de crue, ce afin d'éviter de créer des embâcles.

Il convient de rappeler que l'article 171 de la loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie a institué la **taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE)**. Le régime de cette taxe a été ensuite précisé par la loi n°2011-1978 du 28 décembre 2011 de finances rectificative pour 2011 et la loi n°2012-1510 du 29 décembre 2012 de finances rectificative pour 2012 et le décret n°2013-206 du 11 mars 2013 relatif à la taxe locale sur la publicité extérieure. Il est recommandé d'adapter ce dispositif de fiscalité locale en cohérence avec les objectifs et les règles du RLPi. L'adoption d'une TLPE est un moyen complémentaire efficace pour réguler l'implantation des dispositifs de publicité extérieure.

De même, le travail de réflexion sur le RLPi peut utilement s'étendre au contenu de l'**éventuel marché de mobilier urbain passé par la ville**. La publicité sur mobilier urbain peut, en effet, avoir un impact non-négligeable sur le paysage urbain de la commune. L'implantation du mobilier urbain susceptible d'accueillir de la publicité doit respecter les règles définies dans le RLPi pour la publicité.

Enfin, la révision du RLPi doit constituer une opportunité pour faire le **point sur les dispositifs irréguliers implantés sur les communes et faire un bilan des actions de police engagées**. Il est rappelé que les règles du RLPi sont d'application immédiate pour toute implantation postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLPi. On peut rappeler que les articles L. 581-43 et R. 581-88 du code de l'environnement fixent les conditions d'opposabilité d'un RLPi approuvé envers les implantations antérieures à la date d'entrée en vigueur du RLPi. Si les nouvelles règles rendent irrégulières des dispositifs existants, ceux-ci disposent en revanche de 6 ans pour régulariser la situation en ce qui concerne les enseignes et de 2 ans en ce qui concerne les publicités. Toutefois, il est souligné que les dispositifs existants déjà irréguliers sous l'égide du précédent RLPi, voire contrevenant aux dispositions du règlement national de publicité, peuvent d'ores et déjà faire l'objet d'une action de police. La révision du RLPi doit donc être l'occasion de **sensibiliser les professionnels concernés et, le cas échéant, d'engager des actions de police**.

Conformément à l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, « **le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. A défaut de document d'urbanisme, il est tenu à disposition du public** ».