

1er Rendez-vous des managers de proximité et des élus

Mardi 23 janvier 2024



CCI SEINE-ET-MARNE

***Règlementation de l'affichage
et de la publicité extérieure : le
renforcement du rôle des
collectivités depuis le 1er
janvier 2024***



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

De quoi s'agit-il ?

*Un règlement local de publicité (RLP) est un **document d'urbanisme** qui a pour vocation de **réglementer l'implantation et l'utilisation des enseignes, pré-enseignes et publicités extérieures** généralement à l'échelle d'une commune en essayant de trouver un équilibre entre vos objectifs de préservation des paysages et du cadre de vie et vos enjeux de développement économique.*

*L'objet est de **permettre l'adaptation de certains points du règlement national de publicité (RNP) issu du Code de l'Environnement**, à vos territoires respectifs.*

A noter qu'il peut également être élaboré à l'échelle intercommunale par un EPCI? pour une cohérence et une harmonisation des pratiques. Dans ce cas, on parlera de règlement local de publicité intercommunal (RLPi).



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

A quoi sert-il ?

- *Reconquérir vos entrées de ville en donnant une impression positive et une image dynamique de votre commune.*
- *Instaurer des prescriptions applicables aux enseignes situées hors agglomération.*
- *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.*
- *Interdire les publicités murales dans les espaces boisés classés et les zones naturelles à protéger figurant dans le PLU (seuls les scellés au sol sont interdits dans ces espaces par la réglementation nationale).*
- *Fixer des prescriptions en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses pour les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines des commerces*
- *Maîtriser et harmoniser les enseignes pour une mise en valeur des sites.*
- *Déroger à l'interdiction des publicités aux abords des monuments historiques et plus généralement dans les lieux cités à l'article L. 581-8 du code de l'environnement.*
- *Privilégier la lisibilité des enseignes.*
- *Déroger à l'interdiction des publicités hors agglomération en les autorisant à proximité immédiate des centres commerciaux exclusifs de toute habitation*



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

Comment l'élaborer ?

L'ensemble de la procédure est **mené à l'initiative du maire ou du président de l'EPCI compétent en matière de PLU.**

Les principales étapes seront les suivantes :

1. Délibération de prescription
2. Elaboration du projet
3. Délibération arrêtant le projet
4. Consultation des personnes publiques associées à son élaboration et avis rendu par la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS)
5. Enquête publique
6. Publicité et entrée en vigueur



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus

Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

Etapes	Délais estimés	Objectifs
Délibération de prescription de l'élaboration du RLP	T	Définir les principales orientations en matière de protection de l'environnement, Renforcer l'attractivité des acteurs économiques locaux et anticiper l'arrivée de nouvelles technologies en matière de dispositifs. Fixer les modalités de concertation
Elaboration du projet de RLP	T + 10 mois	Réaliser un diagnostic : la commune identifie les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales...) Engager une première phase de concertation : avec les services de l'Etat (porter à connaissance du préfet aux maires ou à l'EPCI), les autres personnes publiques associées et le public. Expliquer les choix retenus au regard des orientations et des objectifs.
Délibération arrêtant le projet de RLP	T + 12 mois	Clore la procédure d'élaboration et transmettre aux personnes publiques associées et à la CDNPS
Emission des différents avis requis	T+ 15 mois	Délivrance de l'avis CDNPS sous 3 mois max. Délivrance de l'avis des personnes publiques associées sous 3 mois max.
Enquête publique	T + 17 mois	Etablir un bilan des concertations, soumettre à avis du public et obtenir l'avis du commissaire enquêteur
Approbation du RLP	T+ 20 mois	Approuver le RLP. Procéder à son annexion au PLU ou à sa mise à disposition du public.



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

De quoi se composera-t-il ?

Le règlement local de publicité (RLP) comprend les éléments suivants :

- Un **rapport de présentation**
- Une **partie réglementaire**
- Des **annexes**

Ce règlement est annexé **au plan local d'urbanisme (PLU) de votre commune.**



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

■ Le rapport de présentation

Sa structuration n'est pas imposée.

Toutefois, il doit s'appuyer sur le diagnostic, définir les orientations et objectifs de la commune ou de l'EPCI en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et expliquer les choix et règles retenus et les motifs de la délimitation des zones si elles existent (R 581-73 du CE).

Le rapport doit :

- présenter les orientations et objectifs retenus pour le RLP, liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés à l'issue du diagnostic ;
- présenter les choix généraux retenus et/ou spécifiques à chaque espace identifié, au regard des orientations et objectifs définis.



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

■ Le règlement

Il convient d'édicter des règles simples, dont la mise en œuvre doit être facile. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. : 5 m²). Par exemple, les formats de 12 m², 8 m² ou 4 m² sont des formats d'affichage publicitaire courants.

Le RLP peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (Art. L 581-18 - CE) sur une ou plusieurs zones :

- les dispositions prévues au RNP en agglomération (L.581-9 du CE) ;
- les dispositions prévues pour les pré-enseignes dérogatoires et le cas échéant, de la collectivité gestionnaire de la voirie relatives à leur harmonisation (R.581-66 du CE) ;
- les dispositions associées aux périmètres de publicité autorisée (art R.581-77 du CE) ;
- les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 du code de l'environnement (interdictions dites relatives).

Ces prescriptions peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Règlement Local de Publicité (RLP), un outil pour adapter la publicité aux spécificités locales de vos territoires

■ Les annexes

Elles sont constituées de **documents graphiques** localisant :

- les zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement ;
- les panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, accompagnés des arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Nota : Les limites d'agglomération ont des effets déterminants au titre de la réglementation de la publicité et peuvent donner lieu à une requalification par les tribunaux administratifs.

Il est donc impératif que le maire redéfinisse, à l'occasion de l'établissement du RLP, les limites de son agglomération lorsqu'elles ne sont pas en adéquation avec la notion d'espace regroupant des immeubles bâtis rapprochés



Loi « Climat et Résilience » : Dispositions portant sur la réglementation de l'affichage publicitaire

La loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite loi « Climat et Résilience » a apporté des modifications visant à une meilleure régulation de la publicité sur trois sujets :

- **La décentralisation de la police de la publicité (article 17 de la loi) ;**
- **La possibilité, via le RLP, d'imposer des prescriptions aux publicités et enseignes lumineuses situées dans les vitrines des commerces (article 18) ;**
- **L'interdiction de la publicité aérienne (article 20)**



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Loi « Climat & Résilience » : Dispositions portant sur la réglementation de l'affichage publicitaire

■ La décentralisation de la police de la publicité

Pour renforcer le rôle dévolu aux élus locaux dans la protection du cadre de vie de leurs administrés, la loi Climat et Résilience a prévu la décentralisation de la police de la publicité à compter du 1er janvier 2024.

Ainsi, désormais, **les maires sont donc compétents pour assurer la police de la publicité (contrôle et instruction des DP et des AP) sur leur territoire que leur commune soit ou non couverte par un RLP.**

D'autre part, depuis le 1er janvier 2024, **le préfet ne peut plus se substituer en cas de carence du maire dans l'exercice de la police de la publicité.** Auparavant, en application de l'article L. 581-14-2 du code de l'environnement, à défaut pour le maire de faire usage de ses pouvoirs de police dans le délai d'un mois suivant la demande qui lui était adressée par le préfet, ce dernier y pourvoyait en lieu et place du maire.

Attention, les préfets conservent leur compétence subsidiaire en **matière de protection des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque** (cf. Art. L. 581-4 CE) et en **matière d'emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif** (cf. Art. L. 581-13 CE).



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

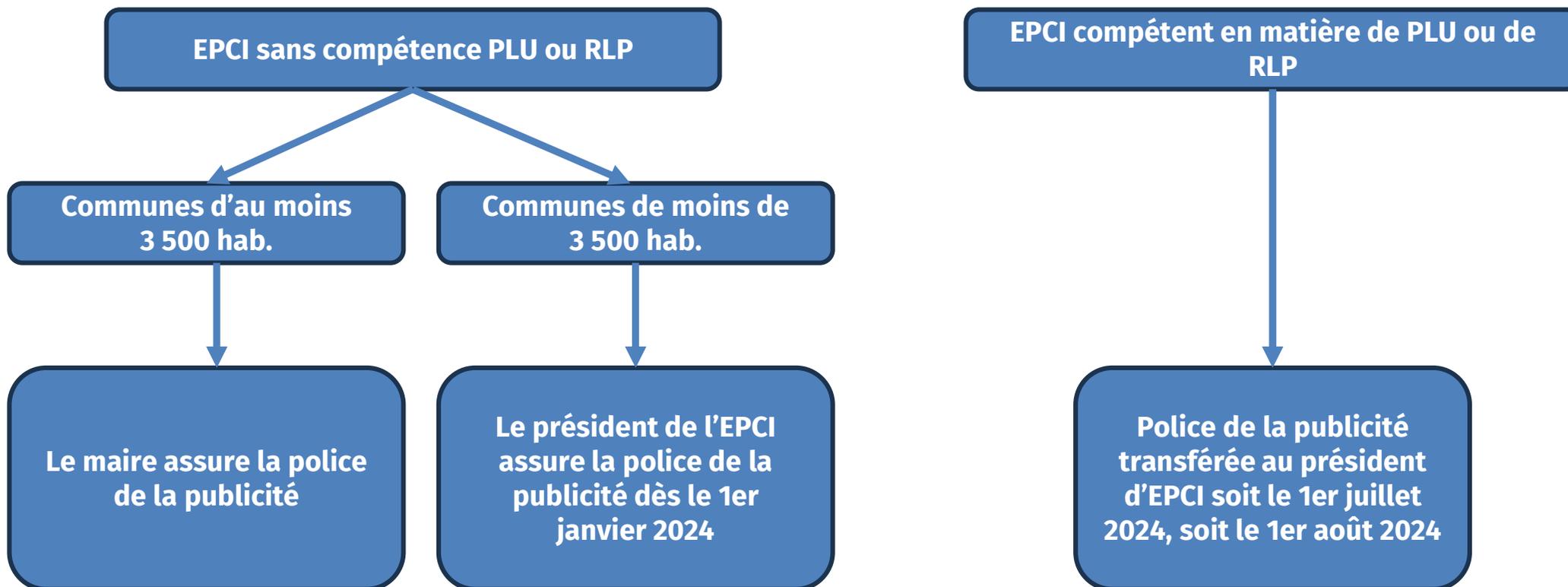
Récapitulatif des changements de décentralisation de la police de la publicité

Avant le 1er janvier 2024	Depuis le 1er janvier 2024
<p>Compétence partagée de police de la publicité et d'instruction des autorisations et déclarations préalables (AP et DP) :</p> <ul style="list-style-type: none">- Préfet sur les communes non couvertes par un RLP- Maire si son territoire est couvert par un RLP <p>(Art. L.581-14-2 - CE)</p>	<p>Compétence de police de la publicité et d'instruction des AP et DP dévolue au maire, que le territoire de sa commune soit ou non couvert par un RLP.</p> <p>(Art. L.581-3-1 modifié - CE)</p>
	<p>Transfert de la compétence police de la publicité au président de l'EPCI à fiscalité propre si l'EPCI à fiscalité propre compétent en matière de PLU ou de RLP.</p> <p>(Art. L.5211-9-2 – CGCT)</p>
<p>Pouvoir de substitution du préfet en cas de carence du maire suite mise en demeure et sans réponse dans un délai d'1 mois quant aux mesures prévues aux art. L.581-27 (arrêté de mise en demeure), L.581-28 (arrêté de demande de suppression ou de mise en conformité du dispositif en cause) et L.581-31 (exécution d'office des travaux prescrits (Art. L.581-14-2 – CE)</p>	<p>Suppression du Le pouvoir de substitution du préfet en cas de carence du maire</p>
<p>Dépôt des déclarations préalables (DP) et des autorisations préalables (AP) auprès du préfet si pas de RLP ou du maire si RLP (Art. L.581-6 & Art. L.581-9 - CE)</p>	<p>Dépôt des déclarations préalables (DP) et des autorisations préalables (AP) auprès des maires</p> <p>(Art. L.581-6 & Art. L.581-9 modifiés - CE)</p>
<p>Amende administrative prononcée par le préfet</p> <p>(Art. L.581-26 – CE)</p>	<p>Amende administrative prononcée par le maire</p> <p>(Art. L.581-26 modifié – CE)</p>



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Schéma de répartition de la compétence de la police de la publicité entre maires et présidents d'EPCI





1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Loi « Climat & Résilience » : Dispositions portant sur la réglementation de l'affichage publicitaire

■ ***Mise en place de prescriptions sur les publicités et enseignes lumineuses***

Pour rappel, des dispositions du code de l'environnement en matière de publicité extérieure s'appliquent aux **publicités et enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique**, à l'exclusion toutefois de celles situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de ce local est principalement celle d'un support de publicité (art. L. 581-2 code de l'environnement).

Ainsi, en matière d'extinction nocturne des publicités lumineuses (régies par le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022) ces dernières doivent être éteintes sur tout le territoire **entre 1 heure et 6 heures du matin**.

Afin de faire face au développement important d'enseignes et de publicités, notamment sous forme d'écrans numériques, disposées dans les vitrines des commerces pour être vues depuis l'extérieur, les collectivités peuvent désormais **prévoir des prescriptions techniques à respecter pour les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial via leurs RLP**. Ce pouvoir de réglementer ces dispositifs est donc une dérogation au principe posé par l'article L. 581-2 du code de l'environnement.

Catégories de prescriptions autorisées dans RLP : Horaires d'extinction, surface, consommation énergétique et Prévention des nuisances lumineuses



1er RDV des managers, développeurs économiques et élus Mardi 23 janvier 2024

Loi « Climat & Résilience » : Dispositions portant sur la réglementation de l'affichage publicitaire

- **Interdiction de la publicité aérienne**

La publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef a été interdite à compter du 1er octobre 2022 sur tout le territoire. (Art. L.581-15 CE modifié)

A noter que le code de l'environnement prévoyait d'ores et déjà que « la publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs peut être réglementée, subordonnée à autorisation ou interdite », dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État.

Le non-respect de cette interdiction pourra être puni d'une amende administrative prononcée à l'encontre de la personne qui est à l'origine de la diffusion de cette banderole (Art. L.581-26 CE modifié).

A large, stylized gear graphic composed of several overlapping circular segments in various shades of blue, positioned on the left side of the slide.

Echanges

15/02/2021

Chambre de commerce et d'industrie

17