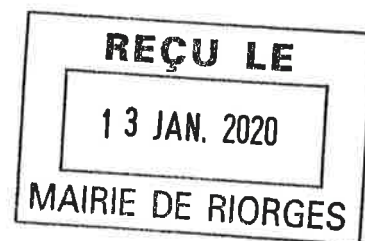




Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DE LA LOIRE



*Direction Départementale
des Territoires de la Loire*

COMMUNE DE RIORGES

Révision du Règlement Local de Publicité
prescrit par délibération du Conseil Municipal du 23 mai 2019

PORTER A CONNAISSANCE DE L'ÉTAT

Article L132-2 du code de l'urbanisme
Article L581-14-1 du code de l'environnement

Le règlement local de publicité (RLP) est le document de planification de l’affichage publicitaire sur le territoire communal. Il est l’expression du projet de la commune en matière d’affichage publicitaire et un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l’affichage qui s’y réfèrent. Le RLP constitue donc un document stratégique qui concrétise l’équilibre entre les attentes respectives de la population et des acteurs économiques, tant pour améliorer le cadre de vie que pour le protéger.

SOMMAIRE

I -Élaboration et contenu du Règlement Local de Publicité.....	6
I.1 -Préalable à l'élaboration du règlement.....	6
A -Quelques définitions.....	6
B -Les limites de l'agglomération.....	6
C -Les règles du code de l'environnement applicables.....	7
D -Les autres règlements à prendre en compte.....	7
a -Les Plans de Prévention des Risques Naturels.....	7
b -Le Plan de gestion des risques d'inondation (PGRI) du bassin Loire-Bretagne.....	8
c -Sécurité routière du code de la route.....	8
d -Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite.....	9
e -Occupation du domaine public.....	9
I.2 -Procédure d'élaboration.....	10
A -Association et consultation.....	10
a -Les personnes publiques associées (L. 132-7 et suivants du code de l'urbanisme).....	10
b -Les consultations à la demande (L132-12 et L.132-13 du code de l'urbanisme).....	11
c -Les consultations à l'initiative du maire.....	11
B -Le projet arrêté.....	11
C -L'enquête publique.....	11
I.3 -Contenu du Règlement Local de Publicité.....	13
A -Les pièces constitutives du RLP.....	13
a -Le rapport de présentation.....	14
b -Le règlement.....	14
c -- Les annexes.....	16
B -Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales.....	17
C -Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP.....	18
D -Nouveau périmètre d'interdiction de publicité autour des Monuments Historiques.....	18
II -Situation juridique de la commune à l'égard de la réglementation nationale en matière de publicité.....	19
II.1 -Population.....	19
II.2 -Protections particulières.....	19
A -Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité.....	19
B -Les secteurs d'interdiction de la publicité, en agglomération, relative à la protection du patrimoine.....	20
C -L'interdiction de la publicité, en agglomération, dans les secteurs naturels paysagers ou boisés du PLU.....	21

II.3 -Secteurs non agglomérés.....	21
A -Principe général.....	21
B -Le cas particulier des pré-enseignes dérogatoires.....	22
C -Cas particulier des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.....	22
D -Dispositions applicables à la publicité lumineuse et numérique.....	23
III -La mise en œuvre du Règlement Local de Publicité.....	24
III.1 -Opposabilité du RLP.....	24
III.2 -Evolution du RLP.....	24

PORTER A CONNAISSANCE

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, donne compétence au maire pour élaborer le règlement local de publicité, adaptant les dispositions prévues par le code de l'environnement. La procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements, dans un souci de simplification et d'intégration de la publicité dans l'approche plus globale de l'aménagement de la ville, est désormais calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Le décret en Conseil d'Etat n° 2012-118 du 30 janvier 2012 fixe les conditions de mise en œuvre des dispositions de la loi susvisée en matière de publicité. Les dispositions de ce décret sont entrées en vigueur le 1^{er} juillet 2012 (13 juillet 2015 pour les pré-enseignes dérogatoires).

Disposant d'un règlement local de publicité dit « de première génération » car conçu antérieurement au droit positif, le conseil municipal de la ville de Riorges a décidé de réviser son règlement local de publicité (RLP) par délibération du 23 mai 2019.

Les objectifs visés sont les suivants :

- lutter contre la pollution visuelle et lumineuse, préserver le cadre de vie de la ville, les espaces naturels et leur qualité paysagère ;
- tenir compte de la présence des lieux protégés visés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, notamment les abords des monuments historiques, l'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine valant Site Patrimonial Remarquable, tout en prenant en considération les besoins de communication de la collectivité ;
- prendre en compte les spécificités des secteurs à enjeux et à potentielle exposition publicitaire tel que le boulevard Ouest et les abords des écoles ;
- prendre en compte, dans le respect du cadre de vie, du patrimoine bâti et du paysage, la nécessaire animation des centralités ainsi que les besoins en communication des acteurs économiques, notamment des commerces et des entreprises ;
- encadrer les dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes temporaires ;
- prendre en compte les modes de publicité récents tels que les bâches publicitaires, le micro-affichage, les publicités numériques, le covering grand format... ;
- fixer les orientations et modalités d'extinction des publicités lumineuses en application de l'article R.581-35 du Code de l'environnement ;
- pour les enseignes, prescrire des règles de densité et de positionnement assurant le respect des éléments de façade et de visibilité routière.

Dans le cadre de l'élaboration de ce règlement local de publicité, le représentant de l'État dans le département adresse à la commune un « porter à connaissance » comportant le cadre législatif et réglementaire à respecter, les informations relatives aux projets de l'État (projet de classements ou de protections en cours,...), les servitudes d'utilité publiques existantes et susceptibles d'être concernées par le projet (périmètres de protection divers,..) et les enjeux en matière de prévention des risques ou de protection de l'environnement.

L'information se faisant en continu, le préfet communique au maire tout élément nouveau qui interviendrait au cours de l'élaboration du document.

I - Élaboration et contenu du Règlement Local de Publicité

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes.

Ce diagnostic devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et pré-enseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé, et sous quel délai.

I.1 - Préalable à l'élaboration du règlement

Au moment de l'élaboration, il est important de préciser les bases sur lesquelles repose la réglementation de la publicité.

A - Quelques définitions

- Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités (art. L.581-3 1° du code de l'environnement).
- Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. (art. L.581-3 2° du code de l'environnement).
- Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité du lieu où s'exerce une activité déterminée. (art. L.581-3 3° du code de l'environnement).

B - Les limites de l'agglomération

La notion d'agglomération a des effets déterminants en matière de publicité. C'est pourquoi il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, et à la rectification le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire, en application de l'article R.411-2 du code de la route.

L'agglomération est un 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 la traverse ou qui la borde (article R.110-2 du code de la route).

En pratique, c'est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie.

L'espace bâti est caractérisé par une certaine densité d'immeubles d'habitation. Il a été jugé que des installations industrielles, sportives ou scolaires ne constituent pas un espace aménagé.

L'espacement entre bâtiments doit être faible, les bâtiments proches de la route avec une fréquentation significative d'accès riverains.

Dans tous les cas, les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50 m du premier bâtiment. Des panneaux devront être placés sur toutes les voies d'accès (panneaux de type EB10) et sur toutes les voies de sortie de l'agglomération (panneaux de type EB20).

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R.581-78 du code de l'environnement) accompagnés d'une cartographie de localisation de ces limites.

A noter que le Conseil d'État a considéré, en matière d'appréhension de l'agglomération, qu'il faut s'appuyer sur « l'espace aggloméré constitué par l'ensemble du bâti de la commune » et qu'elle ne « peut s'apprécier qu'à l'intérieur des limites communales de l'agglomération considérée » (conseil d'État n°352916, 26/11/2012, société Avenir).

C - Les règles du code de l'environnement applicables

Le RLP est établi conformément aux objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du code de l'environnement que sont :

- la protection du cadre de vie (ex : traiter les entrées de ville, les zones commerciales et les grands axes de circulation routière),
- la prévention des nuisances visuelles (ex : instituer des règles de densité plus restrictives que la règle nationale, limiter les enseignes sur clôture : le RNP n'impose que peu de règles pour les enseignes sur clôtures, harmoniser les enseignes soumises à autorisation préalable, dans le cas du RLP. Il peut être imposé des matériaux spécifiques tels que laiton, fer forgé, bois, des coloris particuliers. Préciser le format englobant les moulures des dispositifs, précisions très utiles qui évitent des contentieux),
- la réduction des consommations énergétiques (ex : imposer au travers du RLP, des règles d'extinction plus larges que la règle générale).

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L.581-1 à L.581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R.581-1 à R.581-88.

Le RLP ne peut que renvoyer aux règles nationales ou prévoir des dispositions plus restrictives. Ainsi, il convient de consulter ces règles nationales (**les articles L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88 du code de l'environnement**) qui traitent des dispositions applicables pour les enseignes, pré-enseignes, publicités, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, sur mobiliers urbains, enseignes et pré-enseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format, publicités sur véhicules terrestres (R581-48 du code de l'environnement), sur l'eau (R581-49 à 52 du code de l'environnement) ou dans les airs.

Le règlement local de publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux. Il est le document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Il est l'expression du projet de la commune en matière d'affichage publicitaire et est un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage qui s'y réfèrent.

D - Les autres règlements à prendre en compte

a - Les Plans de Prévention des Risques Naturels

La révision du RLP devra viser et prendre en compte les règles découlant des deux plans de prévention des risques tels qu'ils ont été approuvés et mis à disposition du public sur le site internet de l'État (IDE) :

- PPRN inondation du bassin de l'OUVAN, arrêté préfectoral du 15 décembre 2015.
- PPRN inondation du bassin du RENAISSON, arrêté préfectoral du 4 avril 2008.

b - Le Plan de gestion des risques d'inondation (PGRI) du bassin Loire-Bretagne

Le PGRI Loire-Bretagne, approuvé le 23/11/2015, est applicable sur l'ensemble du district hydrographique Loire-Bretagne. Il a une portée directe sur les documents d'urbanisme, lesquels doivent prendre en compte, en particulier mais pas nécessairement exclusivement, les dispositions suivantes :

- Disposition 1-1 : préservation des zones inondables non urbanisées : cette disposition est relative à la préservation des zones d'expansion des crues non urbanisées de toute urbanisation nouvelle ;
- Disposition 1-2 : préservation des zones d'expansion des crues : cette disposition précise que les nouveaux documents d'urbanisme doivent réglementer la réalisation des digues et remblais dans les zones inondables ;
- Disposition 2-1 : zones potentiellement dangereuses : cette disposition concerne les limitations pour l'aménagement des zones inondables submergées par une hauteur d'eau de plus de 1 m, selon qu'elles sont déjà urbanisées ou non ;
- Disposition 2-2 : indicateurs sur la prise en compte du risque d'inondation : cette disposition précise que les nouveaux documents d'urbanisme doivent présenter des indicateurs témoignant de la prise en compte du risque d'inondation dans le développement projeté du territoire ;
- Disposition 2-4 : prise en compte du risque de défaillance des digues : cette disposition impose la prise en compte de la zone de dissipation d'énergie en arrière des digues, et précise que cette zone est sur le principe inconstructible, sauf exceptions (limitées) ;
- Disposition 3-7 : délocalisation hors zone inondable des enjeux générant un risque important : cette disposition recommande aux porteurs de documents d'urbanisme d'étudier la relocalisation en dehors de la zone inondable des enjeux générant des risques importants.

Ces dispositions, pour l'essentiel nouvelles en ce qui concerne leur prise en compte dans les documents d'urbanisme, peuvent se révéler contraignantes, et une attention toute particulière devra leur être apportée.

Le Plan de Gestion des Risques Inondation est disponible dans son intégralité sur le site internet de la DREAL Centre-Val de Loire.

c - Sécurité routière du code de la route

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le responsable de la voie hors agglomération d'intervenir pour faire cesser les risques : en effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R.418-1 à R.418-9, R.110-2 du code de la route, complété par :

- l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et pré enseignes hors agglomération du 17 janvier 1983,
- l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs

lumineux ou réfléchissants,

- l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967, relatif à la signalisation routière.

d - Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires.

Concernant l'accessibilité du domaine public il est nécessaire de se référer à :

- 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, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité ;
- Le décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006, relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics ;
- Le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006, relatif aux prescriptions techniques, l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

e - Occupation du domaine public

L'article L.113-2 du code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Tout dispositif envisagé sur domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative. Cette autorisation est délivrée par le gestionnaire de la voie à titre précaire et révocable sous la forme de permission de voirie (avec emprise), ou de permis de stationnement (sans emprise).

De plus, en application de l'article L.2213-6 du Code Général des Collectivités Territoriales, en agglomération, le maire peut donner des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

Dès lors que les textes et documents de base sont répertoriés, la procédure d'élaboration peut être mise en œuvre.

1.2 - Procédure d'élaboration

En application de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies aux articles L. 153-8 et suivants, R. 153-1 et suivants du code de l'urbanisme.

Seules les communes qui n'ont pas transféré leur compétence en matière de plan local d'urbanisme à un établissement public de coopération intercommunale (EPCI) ont la possibilité juridique d'élaborer leur RLP.

La première phase de l'élaboration du RLP se traduit par l'adoption de la **délibération** qui va déterminer les enjeux et objectifs du projet, et déterminer les modalités de la concertation. Cette étape est indispensable pour assurer la sécurité juridique de la procédure.

La délibération de prescription doit être précise, explicite et adaptée au contexte local à travers l'exposé des objectifs poursuivis par l'élaboration du RLP. En effet, le contentieux du code de l'urbanisme a montré que les délibérations généralistes et pouvant s'appliquer à n'importe quel territoire étaient très souvent annulées.

A compter de sa publication, cette délibération sera affichée en mairie et notifiée aux acteurs déterminés à l'article L. 153-11 du code de l'urbanisme.

Le préfet porte alors à la connaissance (PAC) du maire l'ensemble des dispositions particulières applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement.

A - Association et consultation

a - Les personnes publiques associées (L. 132-7 et suivants du code de l'urbanisme)

Les personnes publiques associées sont les partenaires institutionnels associés à l'élaboration du RLP. Elles reçoivent la délibération de prescription du RLP et émettent un avis sur le projet (Article L. 132-11 du code de l'urbanisme). Elles sont ainsi associées à l'élaboration du projet dès son commencement. Ce sont :

- L'État (le Préfet associe et relaie l'ensemble des services déconcentrés de l'État),
- Le président du conseil régional,
- Le président du conseil départemental,
- Les maires des communes voisines et les présidents des EPCI voisins,
- Les autorités compétentes en matière d'organisation des transports urbains,
- Les EPCI compétents en matière de programme local de l'habitat,
- Les organismes de gestion des parcs naturels régionaux et parcs nationaux,
- Les syndicats d'agglomération nouvelle,
- Les chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie, chambre des métiers, chambre d'agriculture),
- L'établissement public compétent en matière de SCoT lorsque la commune entre dans le périmètre du schéma de SCoT,
- Les établissements publics compétents en matière de SCoT lorsque la commune limitrophe n'entre pas dans ce périmètre et n'est elle-même pas couverte par un SCoT.

Bien que certaines de ces PPA ne soient pas directement concernées par l'objet du RLP, dès lors qu'elles sont destinataires de la notification, rien ne leur interdit d'être associées à la procédure à chaque fois qu'elles le demandent et tout le long de la procédure. Le maire ne peut s'y opposer. L'association doit donc être regardée comme une consultation obligatoire.

Les modalités de l'association sont laissées à la discrétion du maire dès lors qu'elles permettent une association effective. La tenue d'une réunion des PPA au minimum est nécessaire.

A noter, que conformément à l'article L. 132-7 du code de l'urbanisme, les professionnels sont informés via les chambres consulaires de la délibération de prescription du RLP. Cependant, il est conseillé d'informer les publicitaires via leur syndicat (UPE-SYNAFEL-SNPE).

b - Les consultations à la demande (L132-12 et L.132-13 du code de l'urbanisme)

- le président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- les présidents des EPCI voisins compétents en matière de PLU,
- les maires des communes voisines,
- le président de l'EPCI dont la commune est membre qui n'est pas compétent en matière de PLU,
- les associations locales d'usagers agréées dans les conditions des articles R.132-6 et R.132-7 du code de l'urbanisme,
- les associations de protection de l'environnement agréées dans les conditions de l'article L.141-1 du code de l'environnement.

<http://www.loire.gouv.fr/liste-des-associations-agreees-pour-la-protection-a3956.html>

c - Les consultations à l'initiative du maire

S'il le souhaite, le maire peut recueillir l'avis de toute personne, organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture ou d'habitat (article L.581-14-1 du code de l'environnement).

Le maire conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité. A la demande du préfet ou à l'initiative du maire, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de RLP.

En l'occurrence, **l'État demande à être associé à la procédure.**

B - Le projet arrêté

Le conseil municipal **tire le bilan de la concertation et, après étude, arrête le projet de règlement local de publicité.** Celui-ci est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi qu'à la **commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS)** réunie dans sa formation dite « de la publicité ».

De même, à leur demande, le projet est soumis pour avis aux communes limitrophes et aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressées. Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement ; à défaut, ces avis sont réputés favorables.

C - L'enquête publique

L'enquête publique a pour objet d'informer le public et de recueillir ses appréciations, suggestions et contre-propositions, ceci afin de permettre à l'autorité compétente de disposer de tous les éléments nécessaires à son information.

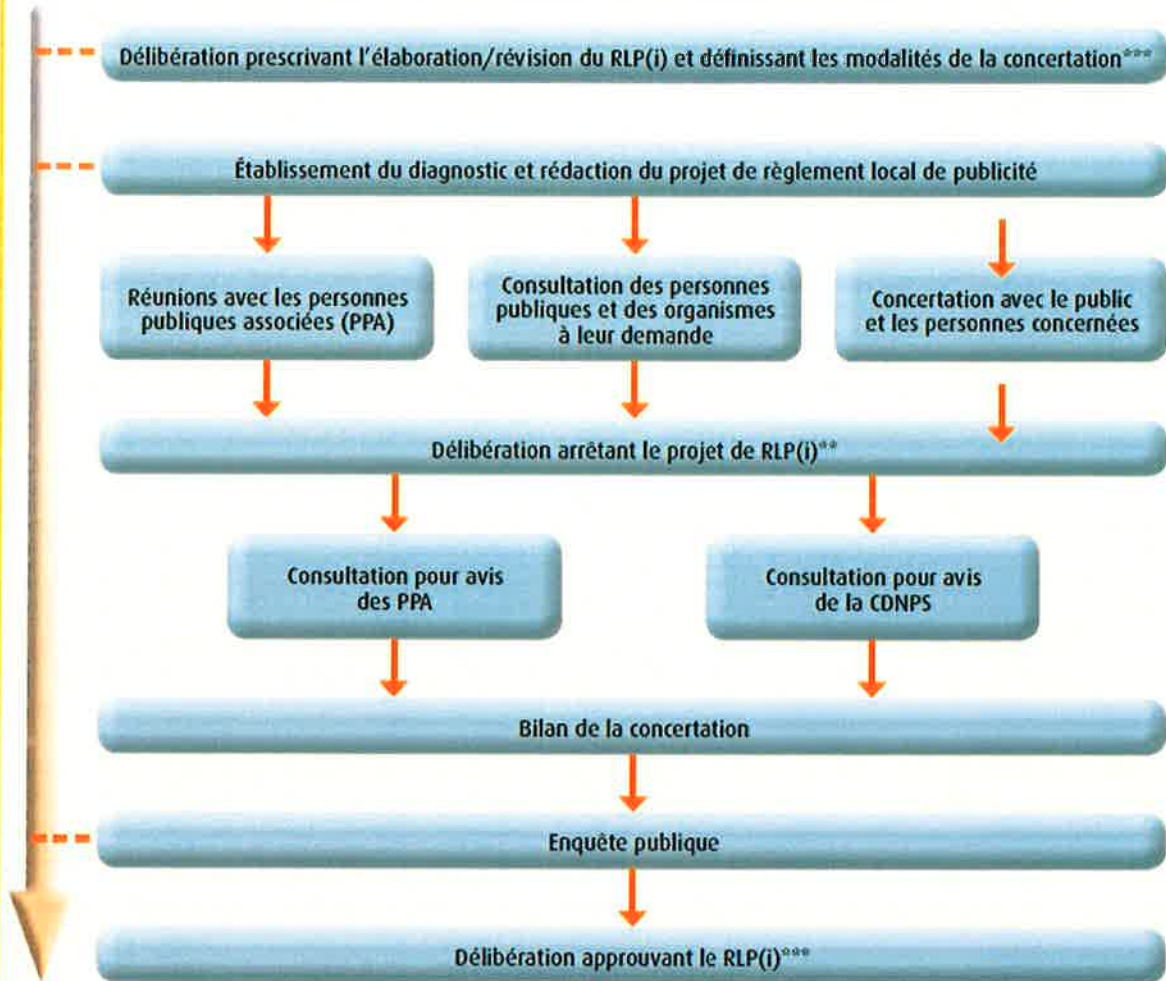
L'enquête publique se déroule conformément au code de l'environnement et notamment ses articles L123-3 et L123-6.

Le dossier soumis à l'enquête comprend, en annexe, les avis des personnes publiques consultées.

Après enquête publique, le règlement local de publicité, éventuellement modifié, **est approuvé par délibération du conseil municipal**. La délibération qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité, est affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Le cas échéant, elle est publiée au recueil des actes administratifs.

Les procédures d'élaboration, de révision ou de modification du règlement local de publicité et d'élaboration, de révision ou de modification du plan local d'urbanisme peuvent être menées conjointement et faire l'objet d'une même enquête publique.

SCHEMA DE L'ELABORATION/REVISION DE DROIT COMMUN DU RLP(i)^{*}
(Art. L.123-6 à L.123-13 du code de l'urbanisme et Art. L.581-14-1)



^{*}Dans le cas d'un RLPI, le projet doit être établi en collaboration avec toutes les communes membres de l'EPCI dans le cadre de conférences intercommunales.

^{**} Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par l'article R.123-18 du code de l'urbanisme

^{***} Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par l'article R.123-25 du code de l'urbanisme

1.3 - Contenu du Règlement Local de Publicité

Le règlement local de publicité, **élaboré sur l'ensemble du territoire de la commune**, définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation **plus restrictive** que les prescriptions du règlement national (article L.581-14-1 du code de l'environnement).

Même si aucun texte ne l'impose, pour des raisons de lisibilité du futur RLP, il est important que le règlement se contente de préciser, pour chaque zone concernée, les points sur lesquels des restrictions sont apportées au règlement national plutôt que mettre en avant l'ensemble des contraintes (celles de la réglementation nationale ainsi que celles rajoutées localement).

A - Les pièces constitutives du RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins (article R 581-72 du code de l'environnement) :

- un rapport de présentation,
- une partie réglementaire,
- des annexes.

DOCUMENT	CONTENU	DÉTAILS (non exhaustif)
RAPPORT DE PRÉSENTATION	Diagnostic	État actuel de l'affichage publicitaire (recensement, dispositifs en infraction, ...) Identification des enjeux architecturaux et paysagers et des espaces sous forte pression publicitaire Identification des espaces nécessitant un traitement spécifique
	Orientations et objectifs	Liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés comme nécessitant une attention particulière
	Choix retenus	Choix généraux et/ou spécifiques à chaque espace identifié
PARTIE RÉGLEMENTAIRE	Prescriptions	Emplacements (muraux, scellés au sol, façade, toiture) Densité, Surface et Hauteur Type de dispositifs autorisés/interdits (bâches, micro-affichage, enseignes)
	Autres prescriptions	Obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses
		Périmètres à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération = périmètre et modalités
		Autorisations éventuelles dans les lieux visés à l'article L581-8 du code de l'environnement
ANNEXES	Documents graphiques	Zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement
	Limites de l'agglomération	Arrêté(s) municipal(aux) + document(s) graphique(s)

Source : Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie – Notice Technique Décret n° 2012-118

a - Le rapport de présentation

L'article R581-73 du code de l'environnement impose au minimum que le rapport de présentation :

- s'appuie sur un diagnostic,
- définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure,
- explique les choix, les règles retenues et les motifs de la délimitation des zones, si elles existent.

Le diagnostic est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs en infraction avec le RLP actuel, voire avec le RNP, mais aussi des éléments positifs (efforts d'intégration, qualité des matériaux, originalités...). Il vise à identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu des dispositions législatives (articles L581-4 et L581-8 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, zones commerciales, espaces et bâtiments patrimoniaux, etc.).

À partir d'une analyse paysagère, on pourra distinguer les différents types d'unités urbaines qui composent le territoire par leurs caractéristiques (forme, volumétrie, centre ancien, quartier pavillonnaire, habitat collectif, zones d'activités, zone commerciale, espaces publics et de loisirs...), et qualifier la présence de dispositifs relatifs à la publicité extérieure. Il peut s'agir notamment d'identifier les perspectives et points de vue à enjeux qui concourent à préserver la qualité de vie, l'image de la ville et les paysages remarquables. L'analyse paysagère doit insister sur les visibilités des dispositifs depuis les voiries, particulièrement exposées à la publicité. Le diagnostic paysager doit permettre de repérer les points noirs où la concentration des dispositifs est dommageable à la qualité de l'environnement bâti, et examiner comment la coexistence des enseignes et publicités peut parvenir à ne pas nuire à la lisibilité des façades.

Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement repérés, la commune doit définir les orientations et objectifs du RLP 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 de 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 RLP au regard des caractéristiques locales et des objectifs d'amélioration du paysage et du cadre de vie retenus par le conseil municipal.

b - Le règlement

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.

Les dispositions du RLP doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie, dont bénéficient les opérateurs économiques, et la protection du cadre de vie. Afin de garantir la lisibilité du règlement, le RLP ne reprend pas les dispositions du RNP **qui continuent de s'appliquer en l'absence de dispositions spécifiques.**

Sur la base des orientations et objectifs précisés par le rapport de présentation, les dispositions du RLP peuvent être générales lorsqu'elles s'appliquent à l'ensemble du territoire concerné, notamment quand l'enjeu paysager est justifié. Le RLP peut aussi prévoir des dispositions particulières à certains secteurs (entrées de ville, centre commerciaux, centre-ville, zones

résidentielles ...) adaptées aux espaces concernés.

En principe, la publicité est interdite hors agglomération (article L581-7 du code de l'environnement), mais un RLP peut lever cette interdiction dans certaines zones par institution d'un zonage spécifique appelé « périmètre » (article R581-77 du code de l'environnement). Ce ou ces périmètres **ne peuvent être institués qu'à proximité immédiate** des établissements de **centres commerciaux exclusifs de toute habitation**.

Les règles applicables dans ces périmètres sont prises dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particuliers relatifs à la densité (article L581-7 du code de l'environnement). Dans ces périmètres, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables dans les agglomérations de plus de dix mille habitants (article R581-77 du code de l'environnement).

Des règles relatives à la visibilité des dispositifs à partir de certains grands axes routiers passant dans ou à proximité du territoire communal sont prévues par le code de l'environnement.

En agglomération, sont interdits :

- les dispositifs scellés au sol si les affiches qu'ils supportent sont visibles :
 - d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute,
 - d'une déviation ou d'une voie publique situées hors agglomération.
- Les bâches de chantier et les bâches publicitaires si la publicité qu'elles supportent n'est visible que :
 - d'une autoroute,
 - d'une bretelle de raccordement à une autoroute,
 - d'une déviation, d'une voie publique,toutes situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R418-7 du code de la route (art. L581-53 du code de l'environnement).
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles mentionnées au 2^e alinéa de l'article L581-9 du code de l'environnement si la publicité qu'ils supportent est visible :
 - d'une autoroute,
 - d'une bretelle de raccordement à une autoroute,
 - d'une déviation d'une voie publique,situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'art. R418-7 du code de la route (art. R581-56 du code de l'environnement).

Hors agglomération :

Lorsque le RLP autorise les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel ces dispositifs sont autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables. Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que :

- d'une autoroute,
 - d'une bretelle de raccordement à une autoroute,
 - d'une déviation d'une voie publique,
- situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R487-7 du code de la route (art. L581-53 du code de l'environnement).

La Ville de Riorges est traversée par deux axes routiers majeurs :

- la RD 9, axe est-ouest, qui passe au sud du centre-ville et relie Roanne à Renaison (polarité de proximité ScoT). Cet axe est fréquenté par près de 8 700 véhicules/jour,
- la RD 207 qui traverse la commune à son extrémité nord-est.

D'autres axes routiers structurent le territoire communal, notamment :

- la RD 300, axe nord-sud permettant de contourner Roanne.
- la RD 31, au sud, qui dessert Saint-Alban les Eaux.

D'une manière générale, les règles doivent être simples pour faciliter leur mise en œuvre. Par exemple, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui pourrait être considéré comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex. 5 m²). Les formats de 12 m², 8 m² ou 4 m² sont des formats courants.

Par ailleurs, la jurisprudence interdit certaines mesures :

- atteinte à la liberté d'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 d'implantation de publicités à autorisation préalable.

Le mobilier urbain (MU) 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. La réglementation applicable figure aux articles R581-42 à R581-47 du code de l'environnement.

c - - Les annexes

Les annexes sont constituées par des éléments obligatoires auxquels s'ajoutent des éléments visant à faciliter l'instruction des demandes d'implantation, de renouvellement ou de modification des dispositifs relatifs à la publicité extérieure. Les documents graphiques sont nécessaires au moins pour représenter les secteurs dans lesquels s'appliqueront des règles d'extinction lumineuse.

- Éléments obligatoires :

Les documents graphiques qui ont pour objet de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquels des dispositions particulières ont été instituées (article R581-78, al.1er). Aucune indication d'échelle n'est imposée par la réglementation, cependant, les documents graphiques doivent être d'une précision suffisante afin d'éviter toute contestation quant à la délimitation précise du zonage.

Le RLP peut aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local 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 (article L581-14 du code de l'environnement). L'objectif est de lutter contre la dégradation des locaux commerciaux donnant sur la rue. Cette disposition peut utilement compléter

l'obligation figurant au 3^e alinéa de l'article R581-58 du code de l'environnement.

En qualité d'annexes du RLP, 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, ce sont les prescriptions du règlement écrit qui s'imposent.

- Autres éléments :

- le champ de visibilité de 500 m des immeubles classés ou inscrits pour faciliter l'instruction des enseignes (consultation ABF) – article R581-16 du code de l'environnement,
- les espaces du PLU 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 (article L123-1-5, III 2^o du code de l'environnement),
- l'éventuel arrêté d'interdiction de publicité sur des immeubles (article R581-4, II du code de l'environnement),
- l'éventuel arrêté fixant les lieux d'affichage d'opinions (article L581-13 du code de l'environnement).

B - Établissement de règles plus restrictives que les règles nationales

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités et les enseignes, en fonction du contexte urbain local, des enjeux paysagers et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Un document graphique des zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au règlement local de publicité (article R.581-78 du code de l'environnement).

Ce zonage devra être compatible avec l'interdiction de toute publicité hors agglomération (y compris sur mobilier urbain).

Le RLP doit prévoir des règles plus restrictives que celles du règlement national de publicité (cf article L.581-14-1 du code de l'environnement).

Il conviendra d'édicter des règles simples et pouvant facilement être mises en œuvre.

Le règlement local de publicité pourra également édicter des règles concernant les nuisances lumineuses et la limitation des consommations d'énergie, en particulier définir les obligations et modalités d'extinction des publicités et enseignes lumineuses selon les zones qu'il identifie (article R.581-75 du code de l'environnement). Par exemple, la plage d'extinction des dispositifs pourra être mise en adéquation avec la plage d'extinction de l'éclairage public.

La **trame noire** est l'ensemble des corridors écologiques caractérisés par une certaine obscurité et empruntés par les espèces nocturnes. Elle est utilisée comme un outil d'aménagement durable des territoires et donne lieu à des mesures de gestion de l'éclairage. L'objectif est la maîtrise de la pollution lumineuse dans le sens de la lutte contre la perturbation des cycles biologiques des oiseaux et de nombreux mammifères, notamment les chauve-souris. La réglementation **impose l'extinction des enseignes et de la publicité lumineuses entre 1 heure et 6 heures** (décret 2012-118 du 30/01/2012). Elle permet ainsi des économies d'énergie et l'amélioration de la qualité de vie des

riverains.

Le règlement local de publicité intercommunal peut prévoir des zones où on interdit la publicité lumineuse ou où on réduit la luminance en ciblant le zonage sur la trame verte et bleue.

La trame noire est un enjeu majeur des RLP actuels. Il est essentiel d'en prendre la mesure, de la joindre à la trame verte et bleue et de la compléter par une analyse des nuisances lumineuses en ville.

C - Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP

- Sur les palissades de chantier

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie. La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L.581-8 du code de l'environnement.

- Publicité effectuée en exécution d'une décision de justice

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50 m².

D - Nouveau périmètre d'interdiction de publicité autour des Monuments Historiques

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la Liberté de la Création, à l'Architecture et au Patrimoine (LCAP) a porté à l'ensemble du périmètre délimité des abords l'interdiction de publicité autour des monuments historiques (à défaut de périmètre délimité, à 500 mètres autour des monuments historiques). Ce périmètre était jusqu'à présent de 100 mètres.

Cette nouvelle interdiction entrera en vigueur dès l'approbation du nouveau RLP de Riorges, en application de l'article 112 de la loi n°2016-925 précitée.

Toutefois, dans des situations exceptionnelles et sous réserve de l'avis de l'ABF, cette interdiction peut être levée sur une partie du périmètre de protection des abords de chaque monument historique. La réintroduction éventuelle de la publicité dans des lieux ou territoires remarquables doit être exceptionnelle, limitée et motivée. Elle doit être énoncée dans le RLP.

II - Situation juridique de la commune à l'égard de la réglementation nationale en matière de publicité

II.1 - Population

La population légale de Riorges, en 2016, s'élève à 10 669 habitants. La commune n'appartient pas à une unité urbaine dont la taille serait supérieure à 100 000 habitants.

Vis-à-vis de la réglementation de la publicité extérieure, ce sont donc les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants qui s'appliquent sur la commune.

Ainsi, le règlement national de publicité prévoit que dans les parties agglomérées du territoire communal :

- Les publicités admises sont des dispositifs d'une surface maximale de 12 m² (8 m² pour les publicités lumineuses), soit installés sur des bâtiments, murs ou clôtures, soit scellés au sol ou installés directement sur le sol, dans le respect des conditions fixées par les articles R581-23 à R581-29 (publicité non lumineuse), R581-30 à R581-33 (dispositifs scellés au sol), R581-34 à R581-41 (publicité lumineuse) et R581-42 à R581-47 (mobilier urbain) du code de l'environnement. En particulier, les dispositifs publicitaires doivent obéir à des règles de densité maximale définies à l'article R581-25 de ce même code.

NOTA: le calcul de la surface des dispositifs de publicité ne comprend pas uniquement la surface de l'affiche apposée sur le dispositif, mais bien celle du panneau tout entier, moulures comprises (Conseil d'État du 06/10/1999 Requête n°169570 – Conseil d'État du 20/10/2016 Requête n°395494 – Conseil d'État du 08/11/2017 Requête n°408801).

- Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581-65 du code de l'environnement. Les enseignes au sol sont limitées à 12 m² de surface maximum. Elles sont limitées en nombre à 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
- Les **pré-enseignes** admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôtures, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les mêmes conditions que la publicité.

II.2 - Protections particulières

A - Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité

En application de l'article L581-4 du code de l'environnement, la publicité et les pré-enseignes (y compris les pré-enseignes dérogatoires) sont strictement interdites :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques,
- sur les monuments naturels et dans les sites classés,
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles,
- sur les arbres.

La liste est disponible à l'adresse suivante: <http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/>

Le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

Le règlement local de publicité ne permet pas de déroger à l'interdiction d'apposer de la publicité en ces lieux. Ces secteurs devront par conséquent être identifiées dans le RLP.

B - Les secteurs d'interdiction de la publicité, en agglomération, relative à la protection du patrimoine

De manière exceptionnelle, le règlement local de publicité **peut déroger** à l'article L.581-8-I du code de l'environnement qui prévoit l'interdiction de la publicité, à l'intérieur des agglomérations :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L621-30 du code du patrimoine,
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L631-1 du même code,
- dans les parcs naturels régionaux,
- dans les sites inscrits,
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L581-4 du code de l'environnement,
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1 du code de l'environnement.

NOTA : Se reporter aux dispositions du I de l'article 112 de la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 en ce qui concerne les conditions d'application du 1° du I de l'article L. 581-8 dans sa rédaction résultant de l'article 100 de ladite loi.

Jusqu'à l'entrée en vigueur, selon les modalités fixées au I de l'article 112 de la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016, du 1° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement dans sa rédaction résultant de l'article 100 de la même loi, le 5° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement est ainsi rédigé : " 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits au titre des monuments historiques ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ".

Dans ces lieux, la publicité, ainsi que les pré-enseignes sont interdites au titre de la réglementation nationale.

La dérogation à cette interdiction est réalisée en instituant une zone où s'appliquera une réglementation qui devra rester **plus restrictive** que les dispositions de droit commun du règlement national.

L'élaboration du règlement d'une zone autorisant la publicité dans ces espaces protégés nécessite une vigilance particulière qui **impose d'associer à l'élaboration du RLP l'Architecte des bâtiments de France et l'inspecteur des sites de la DREAL.**

Dans le cas où il n'est pas dérogé à ces interdictions, le maire peut, dans le cadre du RLP, autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux associations, mentionnées à l'article L581-13 sur les palissades de chantier dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'État.

C - L'interdiction de la publicité, en agglomération, dans les secteurs naturels paysagers ou boisés du PLU

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L581-4 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés existants ou à créer inscrits dans le PLU en application des articles L113-1 et L113-2 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité de sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant dans le PLU.

En application de ce principe, en cohérence avec le PLU, le RLP devra veiller à interdire la publicité dans les EBC et dans les zones N du PLU protégées en raison de la qualité des sites, des milieux naturels et des paysages (article R581-30 du code de l'environnement).

Le RLP se doit d'introduire une trame noire qui tend à protéger les espaces sensibles des nuisances lumineuses. Cette trame est le plus souvent liée à la trame verte et bleue pour protéger la biodiversité. Elle gagne à s'étendre aux espaces urbains à valoriser pour leur intérêt patrimonial et comprendre des limitations spécifiques de luminance en vue de **protéger les riverains et de réaliser des économies d'énergie.**

La commune de Riorges est concernée par différents espaces inscrits dans le PLU, notamment :

- une zone N correspondant à l'espace naturel de la commune qu'il convient de protéger de l'urbanisation ;
- un sous-secteur Ne, correspondant à des activités économiques isolées dans l'espace naturel ;
- un sous-secteur Nj, réservé aux jardins familiaux situés dans la vallée du Renaison ou celle de l'Oudan ;
- un sous-secteur Ni, réservé à l'aménagement écologique, paysager et de loisir de la plaine de la Rivoire, dans le respect du caractère naturel du site. Ce sous-secteur concerne également un espace vert public situé en rive droite de l'Oudan dans le quartier du Pontet ;
- un sous-secteur Nm, dans lequel les installations nécessaires à l'activité maraîchère sont autorisées.
- des espaces boisés classés (cf. plans de zonage du PLU).

La commune est également concernée par :

- une ZNIEFF (zone naturelle d'intérêt écologique faunistique et floristique) de type 1 : 42000043 Marais de Riorges.

II.3 - Secteurs non agglomérés

A - Principe général

En dehors des parties agglomérées, définies par l'article R.110-2 du code de la route comme « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde », le règlement national de publicité prévoit que :

- Toute **publicité** est **interdite** (article L.581-7 du code de l'environnement), à l'exception des cas particulier détaillés dans les paragraphes ci-après.
- Les **pré-enseignes** respectent les mêmes règles que la publicité, à l'exception des pré-enseignes dérogatoires.
- Les **enseignes** sont soumises au règlement national des enseignes (articles R. 581-58 à 65 du code de l'environnement).

B - Le cas particulier des pré-enseignes dérogatoires

En application de l'article L.581-19 du code de l'environnement, les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Elles sont donc interdites hors agglomération à l'exception des pré-enseignes dérogatoires, comme le prévoit l'article R.581-66 du code de l'environnement.

À la différence de la publicité (articles L.581-14, L.581-7) et des enseignes (article L.581-18), aucune disposition législative n'a habilité les collectivités à réglementer les pré-enseignes dérogatoires dans le cadre d'un RLP.

En conséquence , le RLP ne devra pas réglementer les pré-enseignes dérogatoires.

Néanmoins, la collectivité gestionnaire de la voirie, peut, le cas échéant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des pré-enseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil administratif des actes de cette collectivité ou intégrées au règlement local de publicité.

Les pré-enseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations au plus à 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 km pour les pré-enseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Ces pré-enseignes dérogatoires doivent être scellées sur le sol ou installées directement sur le sol, sans dépasser 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

En dehors des agglomérations, sont uniquement autorisées les pré-enseignes suivantes :

- 2 pré-enseignes par entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir ;
- 2 pré-enseignes signalant les activités culturelles ;
- 4 pré-enseignes par monument lorsqu'elles signalent des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, 4 pré-enseignes par opération ou manifestation exceptionnelle.

Par ailleurs, aucune préenseigne dérogatoire n'est autorisée dans les lieux d'interdiction absolue, visés à l'article L581-4 (notamment en site classé).

C - Cas particulier des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation

Si un (ou des) établissement(s) de centre(s) commercial(aux) exclusif(s) de toute habitation et situé(s) hors agglomération se trouve sur le territoire communal, le RLP peut autoriser la publicité dans le respect de la qualité de vie et du paysage, et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

Les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (article R 581-77 du code de l'environnement).

Un centre commercial se définit comme un ensemble d'au moins 20 magasins et services totalisant une surface commerciale utile minimale de 5 000 m², conçu, réalisé et géré comme une seule entité.

Lorsque le RLP autorise sur le fondement de l'article L581-7 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires à proximité des centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Cependant, dans ce périmètre, le RLP ne peut prévoir des règles allant au-delà des prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

D - Dispositions applicables à la publicité lumineuse et numérique

Les dispositifs lumineux sont définis comme étant les dispositifs à la réalisation desquels participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet (article R.581-34 pour la publicité lumineuse et article R.581-59 du code de l'environnement pour l'enseigne lumineuse). Dans le but de prévenir d'éventuelles nuisances lumineuses, ces dispositifs sont soumis à des règles particulières.

La famille des publicités lumineuses comporte les trois catégories suivantes :

- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;
- la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Pour des raisons d'économie d'énergie, le code de l'environnement prévoit des **obligations d'extinction nocturne des enseignes et des publicités lumineuses**.

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes (article 581-35 du code de l'environnement). Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Lorsqu'il supporte de la publicité numérique le mobilier urbain ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Les publicités éclairées par projection ou transparence, comme les autres publicités lumineuses, respectent des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance. Cet arrêté est en cours d'élaboration.

III - La mise en œuvre du Règlement Local de Publicité

III.1 - Opposabilité du RLP

Le règlement local de publicité est opposable aux nouveaux dispositifs dès son approbation. Les dispositifs apposés avant l'approbation du RLP, et qui étaient conformes (au RLP précédent ou le cas échéant au RNP), disposent d'un délai pour se mettre en conformité de 2 ans pour les publicités et pré-enseignes, et de 6 ans pour les enseignes.

C'est pour cette raison qu'un état des lieux est indispensable.

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Il est tenu en mairie à la disposition du public.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site Internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale (article R.581-79 du code de l'environnement).

Le RLP n'entre en vigueur qu'à compter de la réalisation de l'ensemble des formalités de publicité et de sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité lorsqu'il porte sur un territoire couvert par un SCoT.

Dès l'entrée en vigueur du RLP, les compétences en matière d'instruction et de police concernant les dispositifs publicitaires et les enseignes sont transmises à la commune. Les dispositions du règlement sont applicables aux nouveaux dispositifs à mettre en place. La compétence est ici maintenue.

Les publicités et les pré-enseignes, qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du RLP et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues pendant un délai maximal de deux ans à compter de l'entrée en vigueur des actes précités. Ce délai est porté à six ans pour les enseignes.

Avec le RLP, l'instruction appartient au maire, y compris pour les bâches et les dispositifs publicitaires de dimension exceptionnelle liés à des manifestations temporaires, le pouvoir de police appartient au maire sur tout le territoire communal, le maire agit au nom de la commune. Le préfet de département a un pouvoir de substitution en cas de carence du maire en matière de police.

III.2 - Evolution du RLP

Tout comme le plan local d'urbanisme, le règlement local de publicité peut évoluer par diverses procédures, de la simple mise à jour quand il convient de modifier les annexes du document, à la modification qui est la procédure de droit commun d'adaptation du règlement, voire la révision dans le cadre d'une refonte complète du document.

