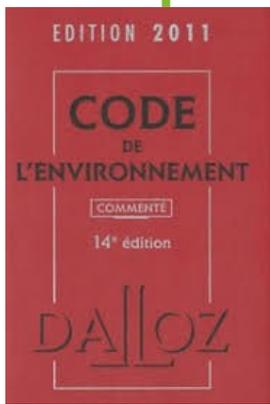


CLUB PLUI le 3 décembre 2019

Affichage publicitaire extérieur

Plaquette de communication sur le Règlement Local de Publicité
(intercommunal)



Contexte

- **Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (ENE)**
- **Décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012 portant réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes ont réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes.**

- **la réglementation relative à l'affichage publicitaire extérieur s'est renforcée,**
- **possibilité pour les EPCI ayant la compétence PLU d'instaurer des Règlements Locaux de Publicité Intercommunaux (RLPi).**



Contexte (suite)

L'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 précise les modalités d'application notamment sur le rôle et les missions des services déconcentrés.

Le Préfet doit informer les maires et les élus des EPCI de l'intérêt d'établir des règlements locaux de publicité (intercommunal), afin de promouvoir une planification de la publicité et des enseignes dans un objectif de protection de la qualité du cadre de vie et l'économie locale en adaptant la réglementation aux circonstances et spécificités du territoire.



Présentation du RLP(i)

Le **RLPi** est l'outil privilégié pour une réflexion multi-communale plus cohérente

- ➔ l'expression du projet de de la commune ou de l'intercommunalité en matière d'affichage publicitaire
- ➔ un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers, les artisans et commerçants, et les professionnels de l'affichage

Présentation du RLP(i)

- L'élaboration du RLP(i) peut se faire conjointement à celle du PLU(i)
- Une procédure presque identique (avis de la CDNPS)
- L'enquête publique peut se faire aussi conjointement (réduction des coûts)



Les principes du RLP(i)

- Le RLP couvre **tout le territoire** de la commune ou de l'intercommunalité.
- Il ne peut être que **plus restrictif** que la règle nationale.
- Règles de compatibilité s'imposant aux RLP
 - La charte d'un Parc Naturel Régional des Caps et Marais d'Opale.

Le RLP(i) est plus restrictif

Les restrictions peuvent porter sur les règles existantes en matière de :

- Surface maximale
- Hauteur des dispositifs
- Types de dispositifs
- Densité
- Zones de publicité autorisée
- Obligations d'extinction...



Les stratégies du RLP(i)

Le constat sur la pertinence de l'affichage publicitaire. Trop nombreux ils nuisent à la bonne information et à l'économie locale.



Réfléchir vers d'autres formes de publicité ciblées face aux nouvelles technologies, aux nouveaux moyens de communications, tels que véhiculés par internet ou les applications mobiles

Les enjeux du RLP(i)



- permettre aux élus d'être **acteurs sur le territoire communal ou intercommunal**
- rendre l'affichage publicitaire **plus respectueux du cadre de vie** en matière de paysage et de nuisances
- **adapter** la réglementation au territoire et **aux enjeux du paysage** naturel et bâti notamment patrimonial

Les enjeux du RLP(i)

- **Traiter les entrées de ville**, les zones commerciales existantes et les grands axes de circulation routière
- **Mettre en valeur** les commerces des centres-villes et des centres anciens
- **Harmoniser** les enseignes
- Contribuer à **réduire la facture énergétique**, en instaurant des mesures de régulation de la consommation des dispositifs les plus énergivores.



Le RLP(i) les outils complémentaires

- ➔ **Proposer** une signalétique plus visible, plus efficace
 - Un regroupement des préenseignes facilite le fonctionnement des parcs d'activités

Le Relais d'information service



Le RLP(i) les outils complémentaires

- ➔ **Proposer** une signalétique plus visible, plus efficace

La Signalisation d'information Locale



Savoir concilier l'économie avec l'Ecologie



Dans les espaces non agglomérés et les entrées de villes



Les centres villes



Les espaces verts



Les espaces résidentiels



Les zones commerciales

La Communication



Les services de la DDTM identifient et accompagnent les collectivités territoriales souhaitant s'engager dans un règlement local de publicité (intercommunal).



La Communication (suite)

Présentation de l'outil
de communication
auprès des élus :

la plaquette RLP(i)

**Le Règlement Local de
Publicité communal ou
intercommunal**



Merci de votre attention

