



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DU RHÔNE

Direction Départementale des Territoires du Rhône

Secrétariat général

Unité des Affaires Juridiques

Affaire suivie par : Thierry RONDA

thierry.ronda@rhone.gouv.fr

Tél : 04 78 62 52 95

Fax : 04 78 62 54 79

## COMMUNE DE VOURLES

---

**RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ**  
**prescrite par délibération du Conseil Municipal du 11 avril 2019**

---

### PORTER À CONNAISSANCE

**Articles L132-2 et L132-3 du Code de l'Urbanisme**

Direction Départementale des Territoires du Rhône – 165, rue Garibaldi – CS 33 862 –  
69401 Lyon Cedex 03 - Standard – 04 78 62 50 50 –  
Accueil du public : DDT Cité administrative (Bâtiment A) 9h00-11h00 / 14h00-16h00  
Accès en T.C : Métro Ligne B – Gare Part-Dieu / Tram T 1 – Part-Dieu Servient

## Sommaire

### **1 - LES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ**

**1.1 - Le cadre juridique d'application d'un RLP**

**1.2 - Autorité compétente en matière de RLP**

### **2 – SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNE DE VOURLES À L'ÉGARD DE LA PUBLICITÉ, DES ENSEIGNES ET PRÉENSEIGNES**

**2.1 - Population**

**2.2 - Protections patrimoniales et naturelles**

**2.3 - Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage publicitaire dans les secteurs non agglomérés d'une commune**

**2.4 - Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage publicitaire dans les parties agglomérées des communes de moins de 10.000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants**

**2.5 - Éléments à prendre en compte pour l'élaboration du RLP**

**2.5.1 - Les règles générales applicables au titre du code de l'environnement**

**2.5.2 - La publicité sur les véhicules terrestres**

**2.5.3 - Les délais de mise en conformité des dispositifs**

**2.6 - À titre informatif : éléments relevant d'autres réglementations**

**2.6.1 - Sécurité routière : affichage publicitaire et code de la route**

**2.6.2 - Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite**

**2.6.3 - Occupation du domaine public**

### **3 - ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ**

**3.1 - Procédure générale**

**3.2 - Notions préalables à l'élaboration du règlement**

**3.2.1 - Les limites de l'agglomération de la commune**

**3.2.2 - Diagnostic -État des lieux**

**3.3 - Objectifs du règlement local de publicité**

**3.3.1 - Les sites sensibles de l'article L.581-4 du code de l'environnement**

**3.3.2 - Les sites sensibles de l'article L.581-8 du code de l'environnement**

**3.4 - Les formes de publicités ne pouvant être interdite par un RLP**

**3.4.1 - Sur les palissades de chantier**

**3.4.2 - Publicité effectuée en exécution d'une décision**

**3.5 - Autorité en matière de police de la publicité**

## **1 - LES RÈGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITÉ**

### **1.1 - Le cadre juridique d'application d'un RLP**

La procédure d'élaboration ou de révision des règlements locaux de publicité est identique à la procédure d'élaboration ou de révision des plans locaux d'urbanisme, en application des articles L581-14 et L581-14-1 du code de l'environnement.

### **1.2 - Autorité compétente en matière de RLP**

Le RLP est élaboré par la commune si elle a conservé la compétence PLU, sinon il relève des attributions de l'EPCI compétent en matière de PLU.

C'est également le cas si la commune a transféré la compétence d'élaboration du RLP à un EPCI en application de l'article L5211-17 du CGCT.

## **2 – SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNE DE VOURLES À L'ÉGARD DES PUBLICITÉS, DES ENSEIGNES ET PRÉENSEIGNES**

### **2.1 - Population**

Selon le recensement INSEE de 2015, la commune de Vourles compte une population municipale de 5397 habitants; elle fait partie de l'unité urbaine de Lyon. Au regard de la réglementation de la publicité extérieure, ce sont donc les dispositions relatives aux communes de moins de 10.000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants qui s'appliquent.

### **2.2 - Protections patrimoniales et naturelles**

L'article L581-4 du code de l'environnement interdit la publicité :

- 1 Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- 2 Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- 3 Dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- 4 Sur les arbres.

L'article L581-8 du code de l'environnement interdit la publicité:

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

### **2.3 -Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage publicitaire dans les secteurs non agglomérés d'une commune.**

En dehors des parties agglomérées, définies par l'article R110-2 du code de la route comme « *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* », toute **publicité** est **interdite** (article L581-7 du code de l'environnement).

Les **préenseignes**, soumises aux dispositions qui régissent la publicité, peuvent, comme le précisent les articles L581-19, R581-66 et R581-67 du code de l'environnement, sous certaines conditions de dimension, de nombre et distance notamment, déroger à l'interdiction de publicité hors agglomération et être installées au bénéfice de deux catégories d'activités limitativement définies:

- *les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales*
- *les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite*

#### **2.4 -Éléments concernant la réglementation nationale de l'affichage publicitaire dans les parties agglomérées des communes de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants.**

• **Les publicités non lumineuses**, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants, sont admises apposées sur un mur ou une clôture aveugle, dans le respect des conditions fixées par les articles R581-26 à R581-30 du code de l'environnement. Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également admises en application de l'article R518-31 du code de l'environnement.

Les publicités doivent également obéir à des règles de densité maximale définies à l'article R 581-25 du code de l'environnement.

• **Les mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité ne comprennent que cinq types de dispositifs**: abri destiné au public, kiosque à journaux ou à usage commercial, mâât porte affiches, colonne porte affiches, mobilier destiné à des informations non publicitaires à caractère local ou à des œuvres artistiques supportant à titre accessoire de la publicité limitée en surface (articles R581-42 à R581-47 du code de l'environnement). Ils ne peuvent supporter de publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants (article R581-42 du code de l'environnement).

• **Les publicités lumineuses** sont **admises** dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants (article R581-34 du code de l'environnement).

Les dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence sont soumis aux règles et procédures des dispositifs non lumineux (article R581-34 dernier alinéa). Ils sont donc admis sur support et en scellés au sol en agglomération.

• **Les préenseignes** sont admises en agglomération dans les mêmes conditions que la publicité (L581-19 du code de l'environnement), donc en scellées au sol ou sur support.

• **Les préenseignes dites dérogatoires** prévues aux articles R581-66 et R581-67 du code de l'environnement pour les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par les entreprises locales, les monuments historiques ouverts à la visite du public et les activités culturelles, d'une dimension de 1m50 de large et de 1m de hauteur maximum, doivent être scellées au sol ou installées directement sur le sol en nombre limité, selon leur nature et uniquement hors agglomération.

• **Les préenseignes temporaires** concernent les manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières, définies aux articles L581-20 et R581-68 à R581-71 du code de l'environnement.

• **Les enseignes apposées sur façade ou sur mur** doivent respecter les règles des articles R581-58 à R581-63 du code de l'environnement.

- **Les enseignes apposées sur une façade commerciale** doivent respecter, de plus, les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R581-63 du code de l'environnement, qui limite la surface occupée à 15% lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m<sup>2</sup>, et à 25 % lorsque la façade a une surface inférieure à 50 m<sup>2</sup>
- **Les enseignes en toiture** doivent respecter les règles de l'article R581-62 du code de l'environnement.
- **Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont limitées en nombre à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (article R581-64 du code de l'environnement) et à 6m<sup>2</sup> de surface dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants; elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581-65 du code de l'environnement.
- **Les enseignes lumineuses** doivent respecter les règles d'extinction des dispositifs lumineux précisées à l'article R581-59 du code de l'environnement : elles devront être éteintes la nuit, entre une heure et six heures du matin, lorsque l'activité signalée a cessé ; les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (article R581-59 du code de l'environnement). Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581-65 du code de l'environnement.
- **Les enseignes temporaires** concernent les opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières définies aux articles L581-20 et R581-68 à R581-71 du code de l'environnement;
- **Les bâches de chantier, bâches publicitaires** sont **interdites** dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants (article R581-53 du code de l'environnement).
- **Les dispositifs publicitaires de grande dimension liés à des manifestations exceptionnelles** sont **interdits** dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants (articles L581-9 et R581-56 du code de l'environnement).
- **Les dispositifs de petit format** sont admis sur les devantures commerciales (articles L581-8 III et R581-57 du code de l'environnement).

## **2.5 – Éléments à prendre en compte pour l'élaboration du RLP.**

### **2.5.1 - Les règles générales applicables du code de l'environnement**

La législation relative à la protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et préenseignes est codifiée dans le code de l'environnement pour sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et pour sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles nationales traitent des dispositions applicables pour les enseignes, préenseignes, publicités, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et préenseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format, publicités sur véhicule terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

Le règlement local de publicité complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux et ne peut édicter que des règles plus restrictives que la réglementation nationale.

### **2.5.2 - La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs**

La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est réglementée par l'article R581-48 du code de l'environnement.

Les transports en commun dont le principal objectif est de transporter des personnes et qui ne supportent qu'accessoirement de la publicité ne sont donc pas concernés par cet article.

La publicité sur les eaux intérieures, telles que définies par l'article L4000-1 du code des transports (cours d'eau, estuaires, canaux, lacs et plans d'eau), est réglementée par les articles R581-49 à R581-52 du code de l'environnement.

### **2.5.3 – Les délais de mise en conformité des dispositifs existants avec la nouvelle réglementation**

Les publicités et préenseignes, enseignes non conformes à la loi ne disposent d'aucun délai pour se mettre en conformité, si ce n'est celui de 15 jours prévu dans le cadre de la procédure de police administrative découlant de l'article L581-27 du code de l'environnement.

- 1er juillet 2012

Les nouveaux dispositifs installés sur des territoires communaux sans Règlement Local de Publicité doivent être conformes aux nouvelles dispositions législatives et réglementaires. Les nouvelles règles nationales s'appliquent dans toute la France aux nouveaux dispositifs (extinction des enseignes lumineuses, extinction des publicités lumineuses dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, régime d'autorisation des bâches).

Dans les aéroports situés hors agglomération non couverts par un RLP, le régime national s'applique aux nouveaux dispositifs qui y sont installés.

Dans le cas où la commune dispose d'un RLP approuvé, le document réglementaire reste valable tant qu'il n'est pas modifié, ceci jusqu'au 14 juillet 2020, date de caducité du règlement. Par voie de conséquence, les nouveaux dispositifs sont soumis aux dispositions du RLP existant, en tant qu'il les concerne. Quant aux nouveaux dispositifs pour lesquels le RLP est silencieux, ils sont soumis aux nouvelles dispositions réglementaires nationales.

- 13 juillet 2015

Les préenseignes dérogatoires doivent être conformes à la nouvelle réglementation nationale: interdiction des préenseignes signalant des activités spécialement utiles aux personnes en déplacement, interdiction de celles signalant des services de secours, interdiction de celles signalant des activités en retrait de la voie publique. Les anciennes préenseignes dérogatoires conformes aux règles antérieures doivent être mises en conformité ou supprimées.

- 1er juillet 2018

Hors RLP: Les dispositifs apposés avant le 1er juillet 2012 et qui étaient conformes à l'ancienne réglementation, doivent être conformes à la nouvelle réglementation nationale.

En RLP: Les dispositifs apposés avant le 1er juillet 2012, qui étaient conformes à l'ancienne réglementation, et qui n'étaient pas évoqués dans le RLP qui couvre la zone où ils sont apposés, doivent être mis en conformité avec la nouvelle réglementation nationale.

Les règles d'extinction s'appliquent à toutes les enseignes et à toutes les publicités lumineuses préexistantes avant 2012.

## **2•6- A titre informatif :les autres réglementations traitant de l'affichage publicitaire**

### **2.6.1 - Sécurité routière : affichage publicitaire et code de la route**

- Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R418-1 à

R418-9 du code de la route complétés par:

- l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et préenseignes hors agglomération du 17 janvier 1983.
- l'arrêté ministériel du 30 août 1977 relatif 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.

Il appartient à l'autorité qui est titulaire du pouvoir de police de la circulation et du stationnement, le maire en agglomération (article L2213-1 du code général des collectivités territoriales), le propriétaire de la voie publique 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.

### **2.6.2 - Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite**

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.

Ses décrets d'application précisent les modalités :

- Décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.
- Décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques, et complété par l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

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.

L'attention doit être portée sur le cadre bâti intérieur, les parties privées, la voirie publique et privée, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur inter-modalité.

Les dispositifs publicitaires positionnés sur voirie doivent respecter cette exigence nationale. Les principes sont rappelés en annexe.

### **2.6.3 - Occupation du domaine public**

L'article L113-2 du code de la voirie routière traite de l'occupation du domaine public par les dispositifs publicitaires.

Il est également nécessaire de se référer aux articles L2122-1 à L2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques; toute installation envisagée sur le domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative. Cette autorisation est délivrée en et hors agglomération par le propriétaire de la voie, à titre précaire et révocable, quand il s'agit d'une permission de voirie (avec emprise au sol), et par le maire en agglomération quand il s'agit d'un permis de stationnement (sans emprise au sol).

Ainsi, en application de l'article L2213-6 du CGCT, en agglomération seul le maire peut délivrer 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.

### 3 - PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)

#### 3.1 – Procédure générale

En application de l'article L581-14-1 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 au titre V du livre 1<sup>er</sup> du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme.

Phase 1 : La délibération du Conseil municipal prescrit l'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité, en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation (articles L103-2 et suivants du code de l'urbanisme). Elle est notifiée :

- au Préfet,
- au Président du Conseil régional,
- au Président du Conseil départemental,
- au Président de l'établissement public compétent en matière de SCOT,
- au Président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- au Président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- au Président de l'organisme de gestion du parc naturel régional ou national,
- à la Chambre de commerce et d'industrie,
- à la Chambre des métiers,
- à la Chambre d'agriculture.

Phase 2 : La délibération doit être affichée pendant un mois en mairie.

La mention de cette décision doit être insérée dans un journal diffusé dans l'ensemble du département : il comporte le ou les lieux où la délibération peut être consultée en caractères apparents, indique les objectifs de la commune ou de l'établissement public compétent, et la concertation envisagée.

Pour les communes de plus de 3.500 habitants, il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

Phase 3 : Le maire conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité.

À l'initiative du maire, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité. Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

Phase 4 : L'État produit un porter à connaissance qui regroupe les contraintes législatives et réglementaires relatives au territoire communal.

Phase 5 : La Commune met au point son projet de règlement en lien avec la concertation annoncée par le conseil municipal.

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, il définit les orientations pour répondre aux objectifs de la commune, notamment de densité, d'harmonisation, et explique les choix

retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Les limites d'agglomérations doivent être vérifiées afin de bien définir les zones de publicités restreintes qui doivent être à l'intérieur des secteurs agglomérés. L'arrêté du maire déterminant les limites de l'agglomération est éventuellement mis à jour.

La partie réglementaire comprend les dispositions techniques adaptant de façon plus restrictive les dispositions nationales : elles peuvent être générales ou ne concerner qu'une zone de publicité restreinte.

Le ou les documents graphiques doivent identifier les zones de publicité restreinte définies par le règlement local de publicité ainsi que les entrées et les sorties d'agglomération; ces documents constituent des annexes.

Phase 6 : Le Conseil municipal débat des orientations générales du projet de RLP par rapport aux objectifs définis et délibère.

Phase 7 : Après un délai de 2 mois, le Conseil municipal tire le bilan en particulier de la concertation et arrête le projet de règlement local de publicité.

Phase 8 : Le projet de RLP doit être alors transmis pour avis attendu dans un délai de 3 mois aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés, puis à la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites réunie dans sa formation dite «de la publicité». L'État produit un avis qui confirme la prise en compte par le projet de règlement, des contraintes réglementaires.

Phase 9 : Le projet de règlement arrêté par la commune est donc soumis pour avis à la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS prévue par les articles R.341-16 et suivants du Code de l'environnement). Cette commission donne un avis au plus tard trois mois après la transmission du projet de règlement; à défaut, cet avis est réputé favorable.

Le Maire intéressé par le projet siège à cette commission départementale avec voix délibérative.

Phase 10 : Le projet de règlement local de publicité est soumis à enquête publique à organiser par le maire. Le dossier soumis à l'enquête comprend en annexe les avis des personnes publiques consultées.

Phase 11 : Après l'enquête publique, sur avis du commissaire enquêteur, le Conseil municipal approuve ou non par délibération le règlement local de publicité.

Phase 12 : La délibération du Conseil municipal qui approuve, modifie, révisé ou abroge un ancien règlement local de publicité, est affichée pendant un mois en mairie.

La mention de cette décision doit paraître en caractères apparents, dans un journal diffusé dans l'ensemble du département.

Pour les communes de plus de 3500 habitants, elle est en outre publiée au recueil des actes administratifs.

Phase 13 : L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité effectué en parallèle à une procédure d'évolution du plan local d'urbanisme peut faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

Phase 14 : Le règlement local de publicité, une fois approuvé, doit par arrêté du maire être annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Outre les formalités de publication prévues par les articles R153-20 à R153-22 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune s'il existe.

### **3.2 - Notions préalables à l'élaboration du règlement**

Le règlement local de publicité, qui adapte à l'échelle communale les règles nationales, ne peut qu'être plus restrictif que la règle nationale.

Les nouveaux RLP élaborés, révisés, modifiés doivent être conformes à la nouvelle réglementation.

Les RLP approuvés avant le 13 juillet 2010 qui n'auront pas encore été révisés ou modifiés le 13 juillet 2020, deviendront automatiquement caducs.

La commune doit, en application des articles L581-13 et R581-2 à R581-5 du code de l'environnement, obligatoirement mettre à disposition des emplacements réservés à l'affichage d'opinion.

#### **3.2.1. - Les limites de l'agglomération communale**

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 des routes qui la traversent ou qui la bordent (article R110-2 du code de la route).

Les limites des agglomérations sont fixées et mises à jour par arrêté du maire, en application de l'article R411-2 du code de la route. L'agglomération peut être composée d'un seul tenant ou bien d'une agglomération principale et d'un ou plusieurs quartiers d'agglomération.

Les limites d'agglomération ont des effets juridiques déterminants, notamment au titre de la réglementation de l'affichage publicitaire; ces limites peuvent donner lieu à une requalification par le juge administratif; en conséquence, il est impératif que le maire définisse cet espace bâti, et procède à une mise à jour de l'arrêté pour prendre en compte l'évolution de l'urbanisation. Une analyse du cadastre à jour, du POS/PLU ou de photographies aériennes peut aider à caractériser cet espace construit sans discontinuité.

Suite à un arrêté de redéfinition des limites d'agglomération, la commune doit procéder au repositionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération.

L'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération et la représentation de celles-ci sur un document graphique doivent être annexés au règlement local de publicité (article R581-78 du code de l'environnement).

#### **3.2.2 - Diagnostic -État des lieux**

Un diagnostic de la situation existante doit être réalisé et porter sur l'impact paysager des dispositifs de publicité, d'enseigne, de préenseignes, des mobiliers urbains publicitaires et autres dispositifs relevant de cette réglementation.

Il consiste en un état des lieux général du paysage vis-à-vis de l'affichage publicitaire, de la publicité, des enseignes et préenseignes.

Le diagnostic :

- recense les enjeux architecturaux et paysagers.
- identifie les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les secteurs à enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir envisagé.
- identifie les critères de pollution visuelle.
- peut mettre en évidence les conformités ou non avec la réglementation.
- et propose des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés.

### **3.3 - Objectifs du règlement local de publicité**

Le Conseil municipal de Vourles a défini les objectifs suivants pour l'élaboration du RLP :

- protéger l'environnement et le cadre de vie.
- prévenir les nuisances visuelles et la pollution lumineuse.
- réduire les consommations énergétiques.
- adapter le règlement local de publicité à la nouvelle réglementation.
- maintenir la protection des grands axes urbains.
- renforcer l'attractivité de l'ensemble du territoire de la commune et de la qualité de vie de l'ensemble des quartiers.
- diminuer, comme auparavant, la densité des publicités et des préenseignes en admettant seulement un dispositif par unité foncière.
- uniformiser l'aspect des enseignes scellées au sol ou sur support et de réduire leur nombre et leur surface, et leur positionnement dans le cas des immeubles d'habitation avec rez de chaussée commercial.
- réduire la taille, le nombre, la surface des publicités et préenseignes pour limiter leur impact dans le tissu urbain Vourlois (4m<sup>2</sup> affiche et encadrement compris).
- fixer les obligations et modalités d'extinction de la publicité lumineuse comme exigé par l'article R581-35 du code de l'environnement, et de limiter l'impact des enseignes numériques sur le cadre de vie.

En application de l'article L581-14 du code de l'environnement, la commune peut élaborer sur l'ensemble de son territoire un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L581-9 du code de l'environnement.

En agglomération, une ou plusieurs zones sont délimitées pour y appliquer une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R581-72 du code de l'environnement).

Le rapport de présentation s'appuie sur le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R581-73 du code de l'environnement).

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles spécifiques en fonction du contexte paysager local, de la densité et de la localisation des enseignes et dispositifs publicitaires souhaités.

Un document graphique reproduisant les zones ainsi instituées sera réalisé et devra être joint au règlement local de publicité (article R581-78 du code de l'environnement).

Il conviendra 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 (exemple: 5m<sup>2</sup>). Des dispositifs publicitaires de 12m<sup>2</sup>, 10m<sup>2</sup>, 8m<sup>2</sup>, 4m<sup>2</sup> ou 2m<sup>2</sup> sont des formats courants.

Le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (article L581-18 du code de l'environnement). Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation, qui peut donner lieu à des prescriptions esthétiques ou techniques dont les principes doivent être traités par le règlement local de publicité.

#### **3.3.1 - Les sites sensibles de l'article L581-4 du code de l'environnement**

Le règlement local de publicité ne peut pas déroger à l'interdiction de publicité édictée à

l'article L581-4-I du code de l'environnement qui dispose que toute publicité est interdite:

- 1°) Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques;
- 2°) Sur les monuments naturels et dans les sites classés;
- 3°) Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles.
- 4°) Sur les arbres.

### **3.3.2 - Les sites sensibles de l'article L581-8 du code de l'environnement**

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L581-8-I du code de l'environnement qui dispose qu'à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- 1°) Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L621-30 du code du patrimoine;
- 2°) Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L631-1 du même code;
- 3°) Dans les parcs naturels régionaux;
- 4°) Dans les sites inscrits ;
- 5°) A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4;
- 6°) abrogé;
- 7°) Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux;
- 8°) Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L414-1.

## **3.4 – Les formes de publicité ne pouvant être interdites par un RLP**

### **3.4.1 - 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 installation 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 L581-8 du code de l'environnement.

### **3.4.2 - Publicité effectuée en exécution d'une décision**

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 1,50m<sup>2</sup>.

## **3.5 – Autorité compétente en matière de police**

En présence d'un règlement local de publicité approuvé, les compétences en matière de police de l'affichage publicitaire sont *exercées par le maire, au nom de la Commune, sur l'ensemble du territoire communal (article L581-14-3 du code de l'environnement). Le maire est également seul compétent pour instruire les déclarations préalables d'installation de publicité et de préenseignes ainsi que les autorisations d'enseignes, voire de bâche sur échafaudage, bâche publicitaire et dispositif de dimension exceptionnelle quand ceux-ci sont admis par la réglementation nationale.*