



# Elaboration du Règlement Local de Publicité

Par le bureau d'études Go Pub Conseil

## RÉUNION DE DÉMARRAGE



A hand holding a red pencil is drawing a map on a large sheet of paper. The map shows various geographical features like roads, rivers, and buildings. The hand is wearing a gold ring. The background is slightly blurred, showing more of the map and the hand.

# SOMMAIRE

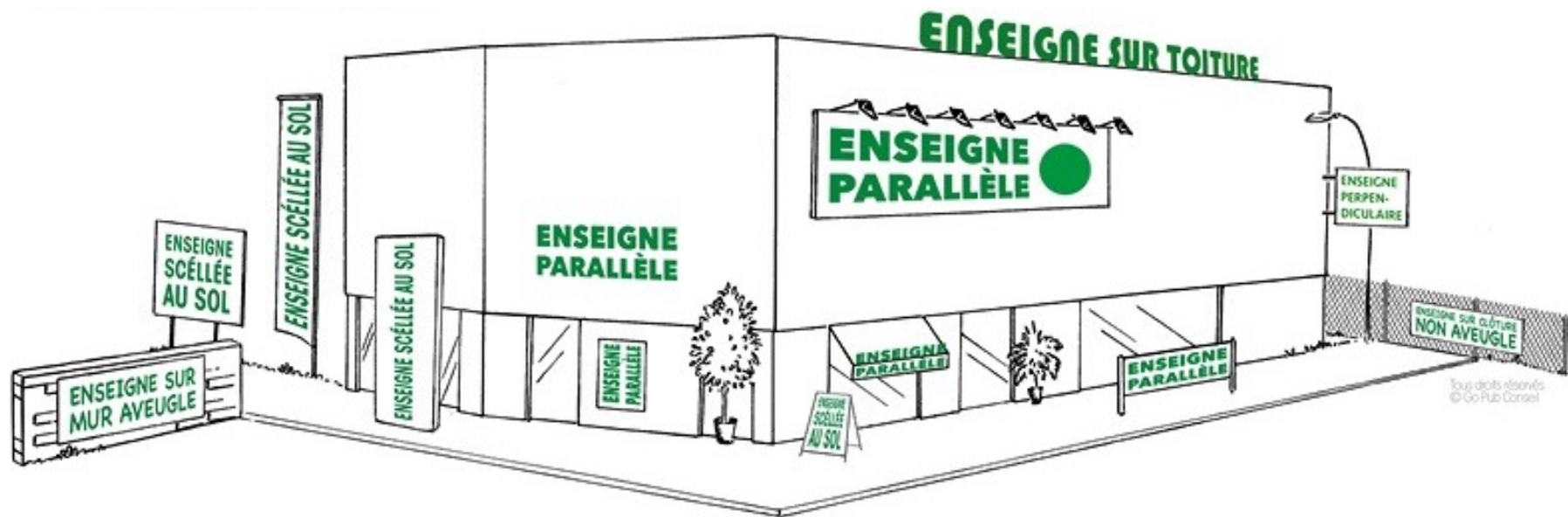
1. Les éléments de cadrage
2. Les premiers enjeux sur le territoire
3. La délibération de prescription
4. Méthodologie
5. Planning prévisionnel

# LES ÉLÉMENTS DE CADRAGE



### UNE ENSEIGNE

constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.  
(article L581-3-2° du code de l'environnement)



Tous droits réservés  
© Go Pub Conseil

## #01 Exemples

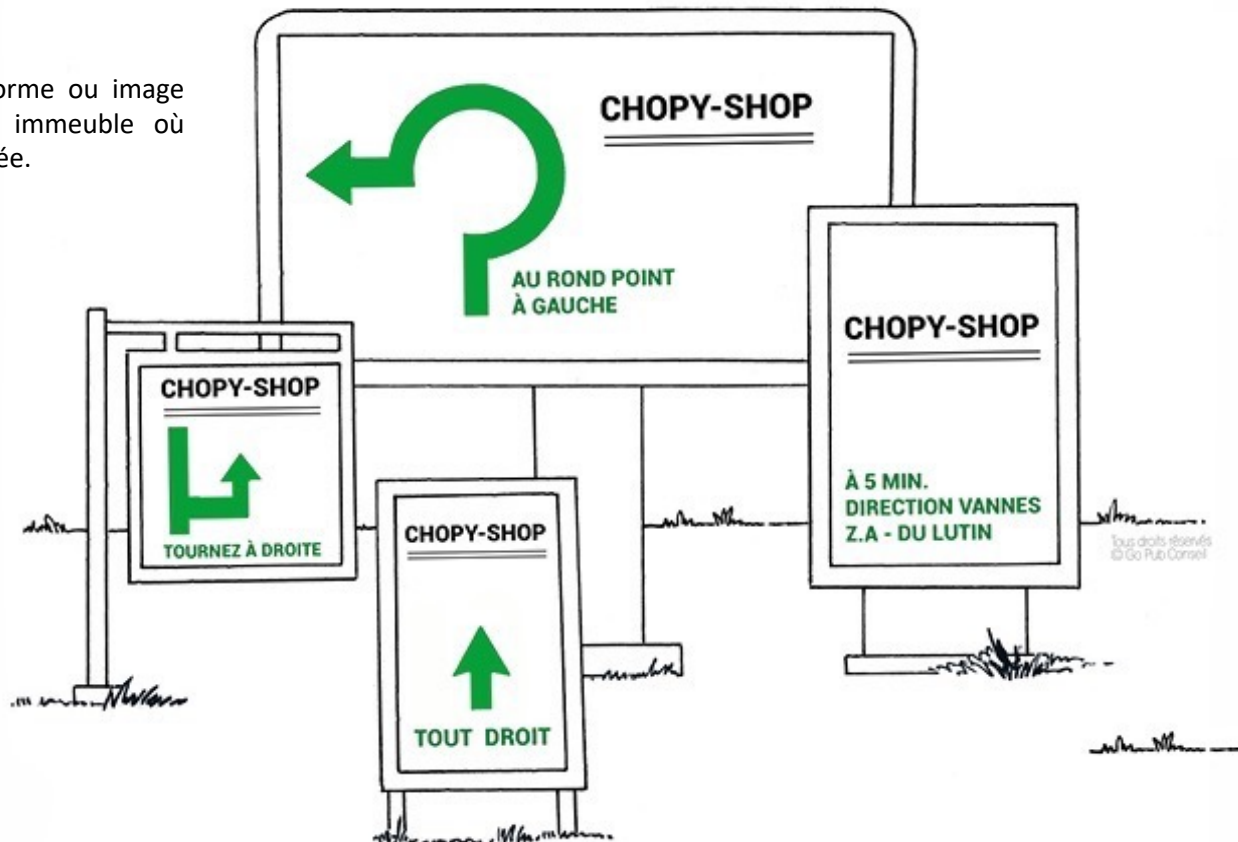


Exemples d'enseignes



### UNE PRÉ-ENSEIGNE

constitue toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

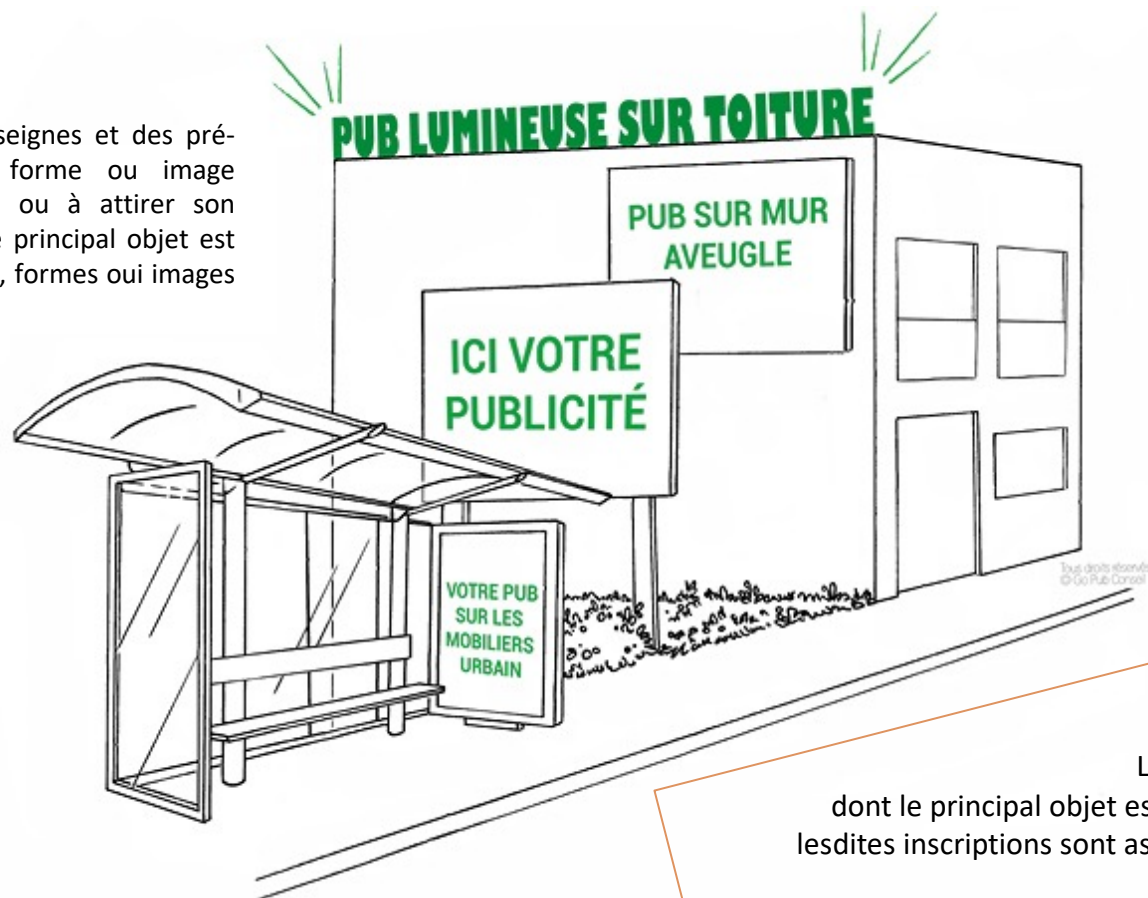




### UNE PUBLICITÉ

Constitue, 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 les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

*(article L581-3-1° du code de l'environnement)*



Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions sont assimilés à des publicités.

## Exemples de pré-enseignes et publicités





## #01 Ce que permet le Règlement local de Publicité

Adapter localement les dispositions prévues par le code de l'environnement en matière :

- D'emplacements (muraux, scellés au sol, etc.), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien
- De types de dispositifs (bâches, micro-affichage, etc.)
- D'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique
- De publicités et d'enseignes lumineuses (et en particulier numériques)



Source : [gironde.fr](http://gironde.fr)



## #01 Intérêt du règlement local de Publicité

Le RLP est l'unique document réglementaire qui régit les publicités, les enseignes et les pré-enseignes. Il permet à la commune :

- d'instruire les demandes relatives à l'affichage extérieur
- d'exercer le pouvoir de police relatif à l'affichage extérieur
- de protéger le cadre de vie :
  - en valorisant le patrimoine architectural et naturel,
  - en renforçant l'attractivité et le dynamisme des zones d'activités,
  - en améliorant l'image du territoire (centre-ville, entrées de ville...).



## #01 Calendrier du « Grenelle de la Publicité »



12 juillet 2010

Adoption de la loi ENE

1<sup>er</sup> juillet 2012

Entrée en vigueur de la loi ENE

Les dispositifs installés après cette date sont conformes à la nouvelle rédaction du code de l'environnement  
Les RLP sont élaborés selon la procédure « PLU »

30 janvier 2012

Décret relatif à la publicité

1<sup>er</sup> juillet 2018

Mise en conformité avec la loi des enseignes installées avant le 1<sup>er</sup> juillet 2012

13 juillet 2015

Entrée en vigueur de la réforme concernant les pré-enseignes dites « dérogatoires » situées hors agglomération

Mise en conformité avec la loi des publicités et pré-enseignes installées avant le 1<sup>er</sup> juillet 2012 conformes aux dispositions de la loi de 1979

13 juillet 2020

Caducité des RLP élaborés sur le fondement de la loi de 1979 et non révisés

- Renforcement de l'interdiction de la publicité hors agglomération
- Instauration d'une règle de densité publicitaire
- Instauration d'une plage d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses
- Instauration de règles concernant de nouveaux dispositifs : bâches, micro-affichage, ...
- Entrée en vigueur de la réforme des pré-enseignes dérogatoires (13 juillet 2015)
- Instauration d'une règle de surface cumulée des enseignes installées sur bâtiment
- Limitation du nombre d'enseignes scellées au sol par voie ouverte à la circulation



# LES PREMIERS ENJEUX DE VOTRE TERRITOIRE





## #01 Interdictions absolues de publicité – dérogation impossible



Publicité (ou pré-enseigne) sur un mur ou une clôture de jardins publics et clôture non-aveugle



sur les équipements publics relatifs à la circulation



Sur les poteaux de transport et de distribution d'électricité



Sur les murs de cimetières



Sur arbres et plantations

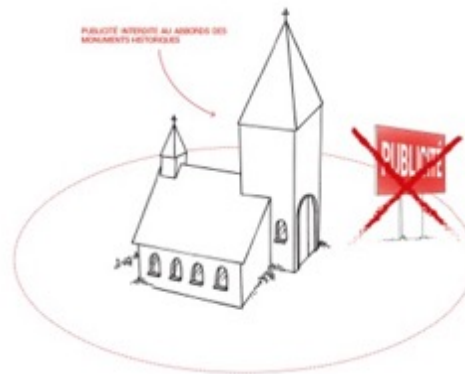
### INTERDICTIONS ABSOLUES

- Sur les 5 éléments
- Sur les 5 monuments historiques classés : **tour du 12s; cimetière (Remparts et cimetière); l'Enceinte moderne (remparts et enceinte moderne); Remparts-Enceinte médiévale-Cimetière avoisinant; Eglise de la Conversion de Saint-Paul**
- Sur les 4 monuments historiques inscrits : **Porte de la ville; Fontaine publique; Maison du Pontis : arceau avec fenêtre du 15s dit « Le Portail », Chapelle Notre-Dame-de-la-Gardette**



### INTERDICTIONS RELATIVES

- Aux abords des 9 monuments + Chapelle Saint-Elisabeth (Vence)
- Dans les sites inscrits : **bande côtière de Nice à Théoule ; Village de Saint-Paul-de-Vence et ses abords formant socle**

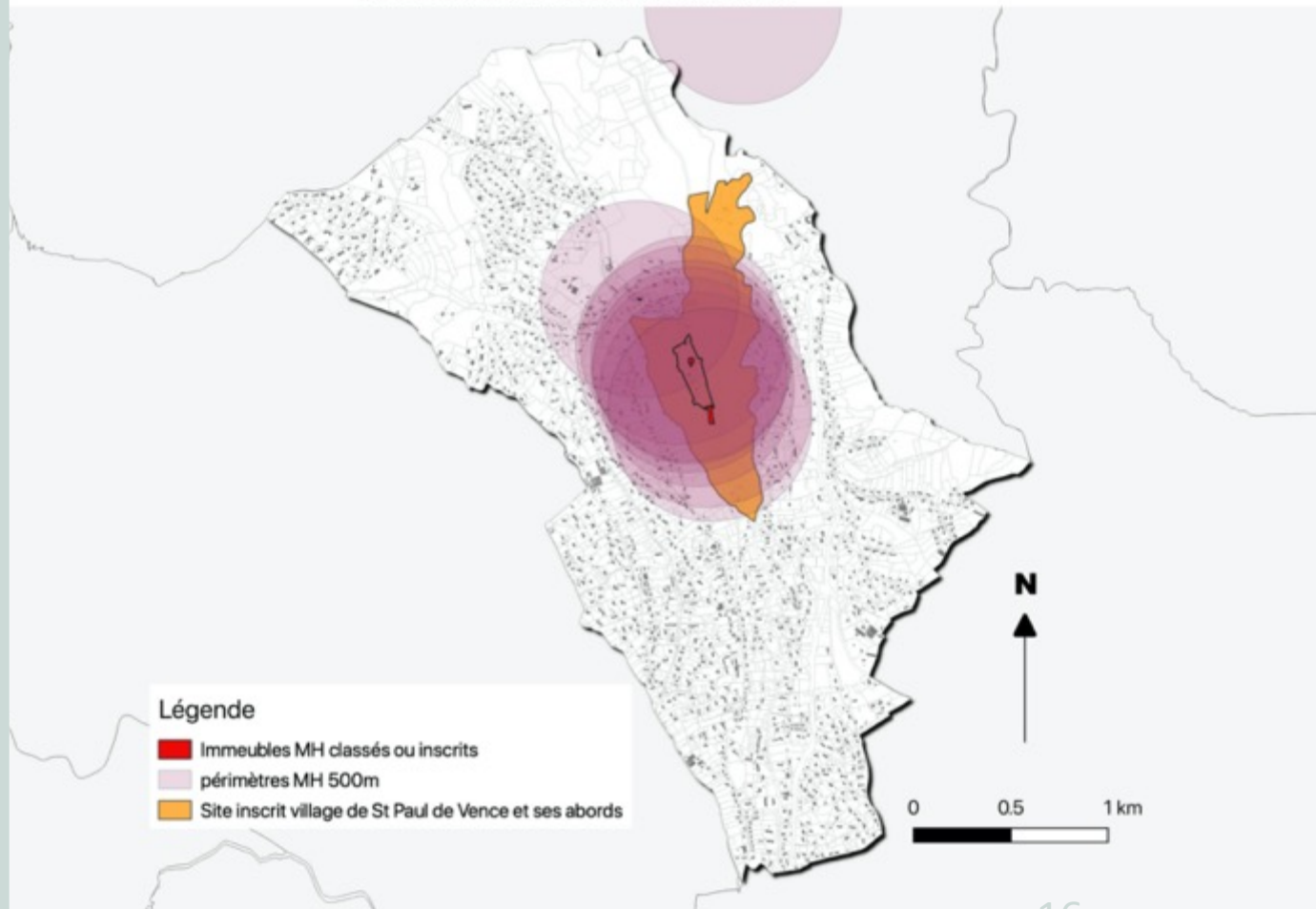


## Localisation des interdictions absolues et relatives de publicités

**L'ensemble de la commune  
est situé dans le site inscrit :**

Bande côtière de Nice à  
Théoule

Les interdictions absolues et relatives de publicités sur  
la commune de Saint-Paul-de-Vence



# LA DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION





### #03 Définition et sécurisation

La délibération de prescription est le point de départ de la procédure.

Elle contient :

#### Les objectifs poursuivis

Une formulation type et générale des objectifs poursuivis ne peut suffire.

La délibération doit être motivée, plus précise, explicite et adaptée au contexte local.

#### Les modalités de concertation

Ces modalités doivent permettre d'associer, pendant toute la durée du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Elles doivent permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis, et de formuler des observations et/ou propositions.



## #03 Les objectifs et modalités de concertation de votre délibération

### OBJECTIFS

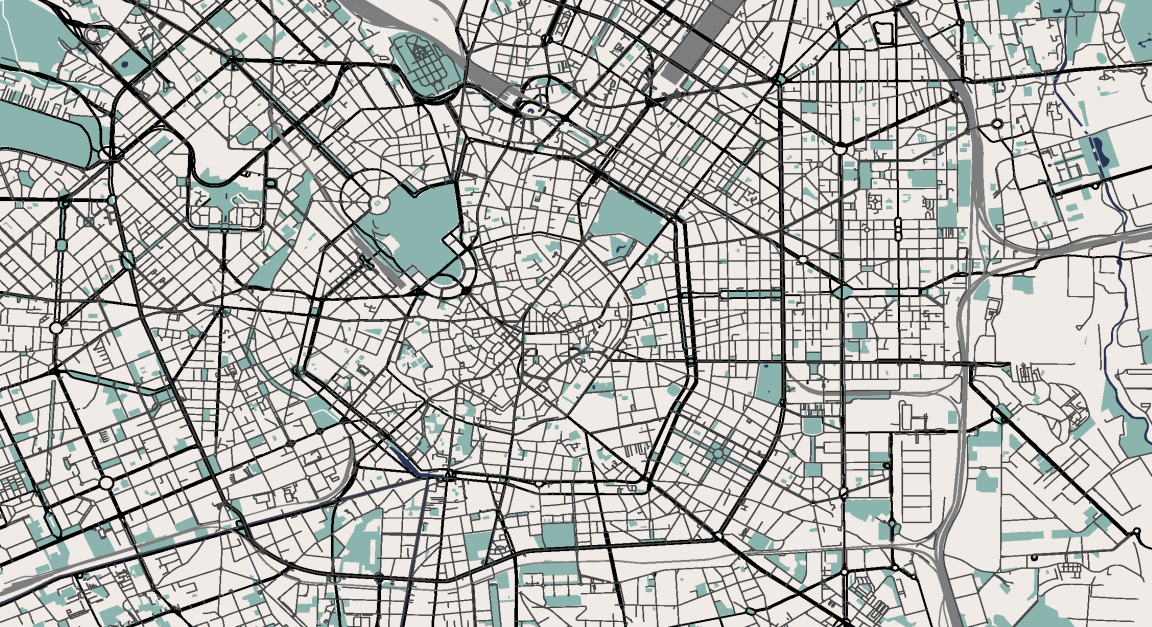
- Doter la commune d'un nouveau RLP à partir du diagnostic de l'implantation actuelle du RLP de la publicité, des enseignes et des préenseignes. Le nouveau RLP peut être plus restrictif mais devra également tenir compte des acteurs économiques locaux.
- Introduire la publicité sur la commune en dehors du village historique, dans les zones où l'activité économique rend nécessaire la publicité.
- Préserver la qualité de vie tout en conciliant la volonté des entreprises d'être le plus visible possible.
- Préserver l'image du village historique de Saint-Paul-de-Vence.
- Protéger les paysages et le cadre de vie en limitant les risques d'une pollution visuelle par les dispositifs d'information.
- Protéger les entrées de ville, premières images du territoire et notamment celles situées sur la RD 336 et RD7.
- Permettre à la commune de continuer d'instruire les autorisations préalables des enseignes et permettre un meilleur suivi de l'implantation de celles-ci. Garder la compétence générale de la police de l'environnement.

### Modalités de concertation

- mise à la disposition du public (à l'accueil de la mairie et au service Urbanisme) d'un dossier RLP mettant en évidence les objectifs poursuivis, ainsi qu'un registre pour consigner les interventions administrés ;
- Informations relatives au projet diffusées sur tous les supports de communication de la commune, à savoir le journal de municipal l'Echo de Saint-Paul et le site internet de la commune. Tout le dossier RLP sera mis en ligne sur le site internet de la commune au fur et à mesure de son avancement ;
- Ouverture de permanences d'accueil des administrés par l'élus référent du projet;
- organisation d'une réunion publique d'information sur le projet

# MÉTHODOLOGIE





## #04 Inventaire

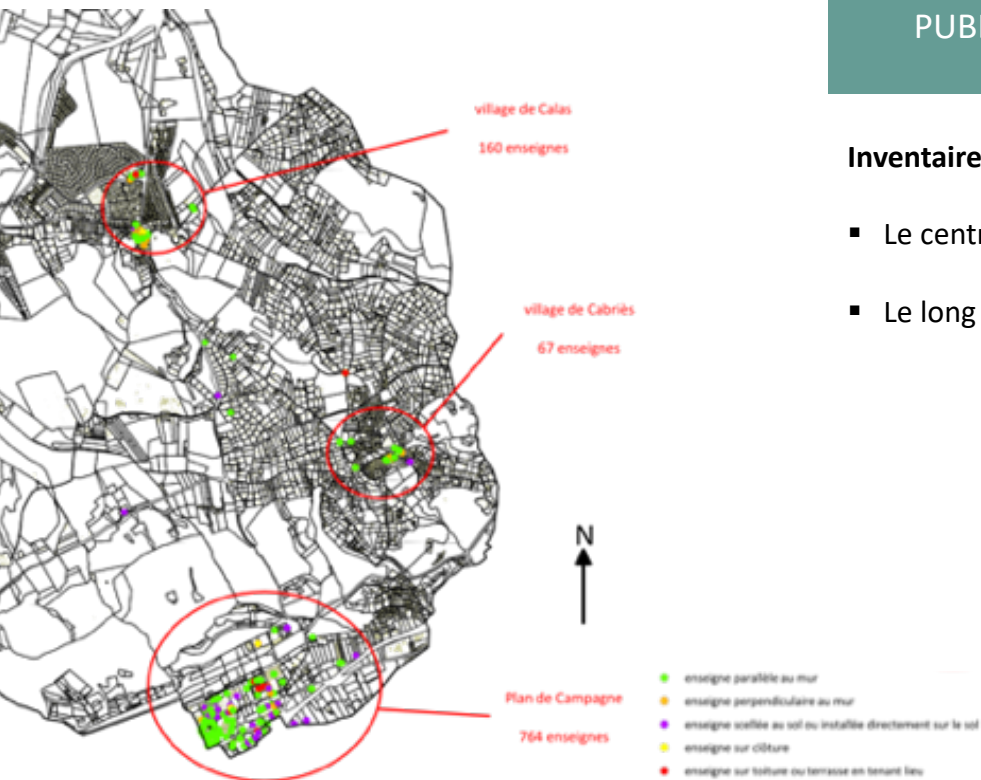
Les informations relevées

### Pour les publicités, enseignes et pré enseignes :

- Nom/adresse du propriétaire ;
- Coordonnées GPS ;
- Photographies du dispositif ;
- Dimensions : Surface totale, hauteur au sol, largeur du dispositif
- Caractéristiques diverses : nature du dispositif, type d'implantation



**Relevé des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération** pour mise à jour éventuelle de l'arrêté de limites d'agglomération



## PUBLICITÉS, PRÉENSEIGNES et ENSEIGNES

### Inventaire ciblé :

- Le centre historique
- Le long des principaux axes :
  - Route de Cagnes
  - D7

### Dispositifs relevés :

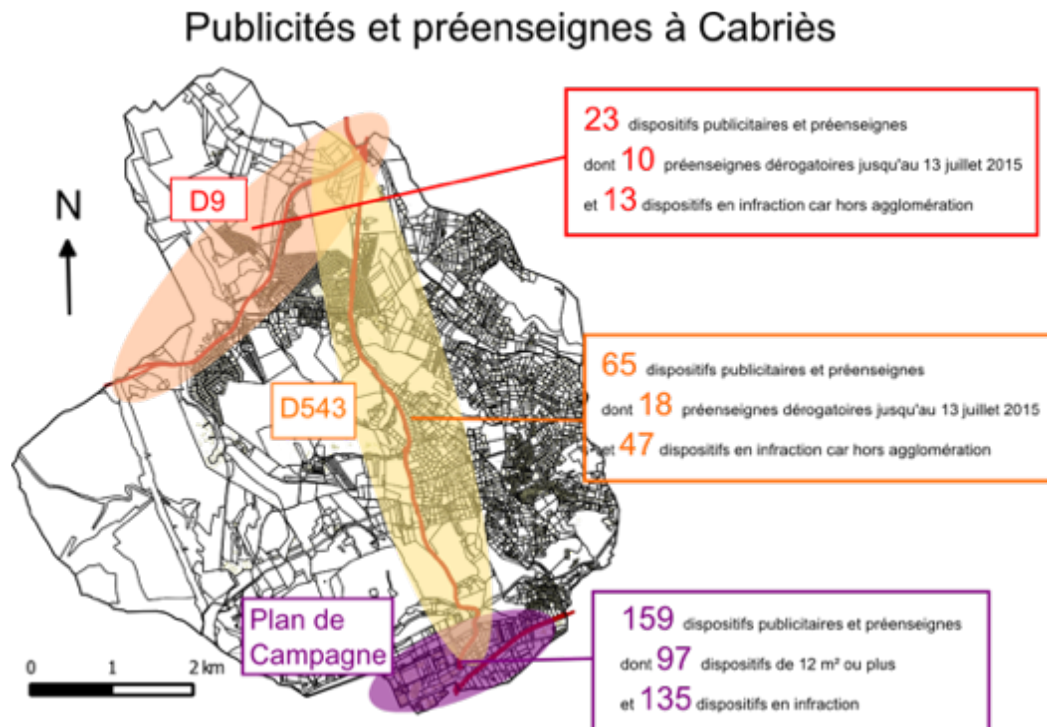
- 5 publicités et préenseignes
- 251 enseignes

### Caractéristiques du territoire

- Spécificités locales
- Identification des zones à enjeux
- Problématiques paysagères

### Caractéristiques du parc d'affichage

- Typologie des dispositifs
- Analyse des infractions





## ENSEIGNES



Enseigne scellée au sol de plus de 12 m<sup>2</sup>



Enseigne perpendiculaire dépassant la limite supérieure du mur



Enseigne scellée au sol de plus de 8 m de hauteur

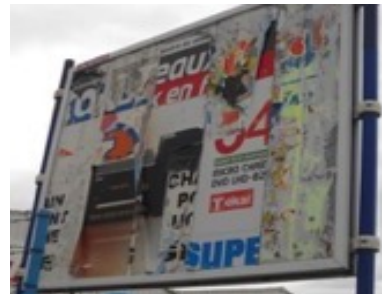


Enseigne parallèle dépassant les limites du mur support

## PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES



Pré-enseigne hors agglomération non dérogoaire



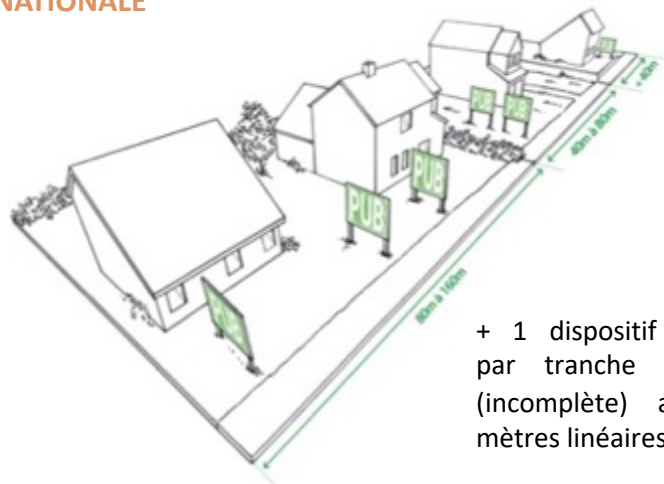
Publicité en mauvais état d'entretien

## #04

### Des réunions pour choisir les règles locales

- Préparation et animation de réunions pour déterminer le règlement local
- Travail par zone et par type de dispositif

#### RÈGLE NATIONALE



+ 1 dispositif supplémentaire  
par tranche de 80 mètres  
(incomplète) au-delà de 80  
mètres linéaires

#### RÈGLE LOCALE POSSIBLE

Renforcer et simplifier la règle de densité en limitant à 1 dispositif par unité foncière sans tenir compte de la longueur du linéaire





## #04

### Rédaction du projet

Conformément à l'article R581-72 du code de l'environnement, le Règlement Local de Publicité comprend au moins :

#### ■ Un rapport de présentation

- Un diagnostic ;
- Les orientations et objectifs du territoire en matière de publicité extérieure ;
- L'explication des choix retenus par le territoire

#### ■ Une partie réglementaire

Elle contient les adaptations locales de la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes.

#### ■ Des annexes

- Un plan de zonage ;
- Un plan figurant les limites d'agglomération
- Les arrêtés de limites d'agglomération ;
- Un lexique.

**Déroulement** : de la signature de la délibération à l'arrêt du projet (10 mois)

PRÉPARATION ET ANIMATION DES  
RÉUNIONS DE CONCERTATION

- Présentation du diagnostic, du zonage et des règles applicables par zone et par dispositif
- Prise en compte des avis et des observations pour modifier le projet

- Réunion de personnes publiques associées (PPA)
- Réunion publique avec les habitants, les commerçants, les associations de protection de l'environnement et les professionnels de l'affichage

## AVIS DES PPA ET PASSAGE EN CDNPS

Constitution du dossier RLP pour les PPA

Préparation du projet pour le passage en CDNPS  
(présidée par le préfet)

## ENQUÊTE PUBLIQUE

Constitution du dossier d'enquête publique

Suivi de l'enquête publique (*formalités de publicité, modèles de document, conseil au commissaire-enquêteur, ...*)



i

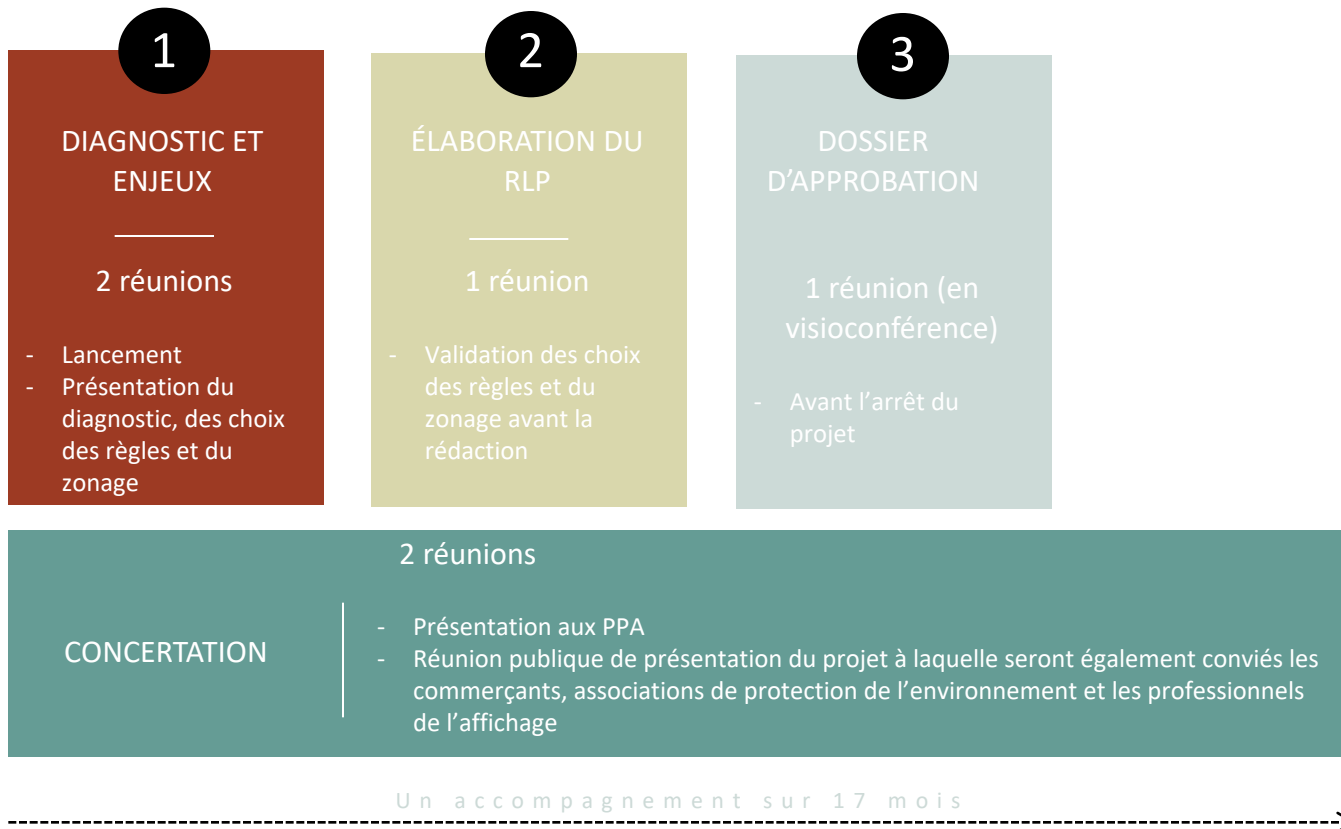
Modifications éventuelles du projet  
Suite à l'enquête publique et  
aux avis des PPA.



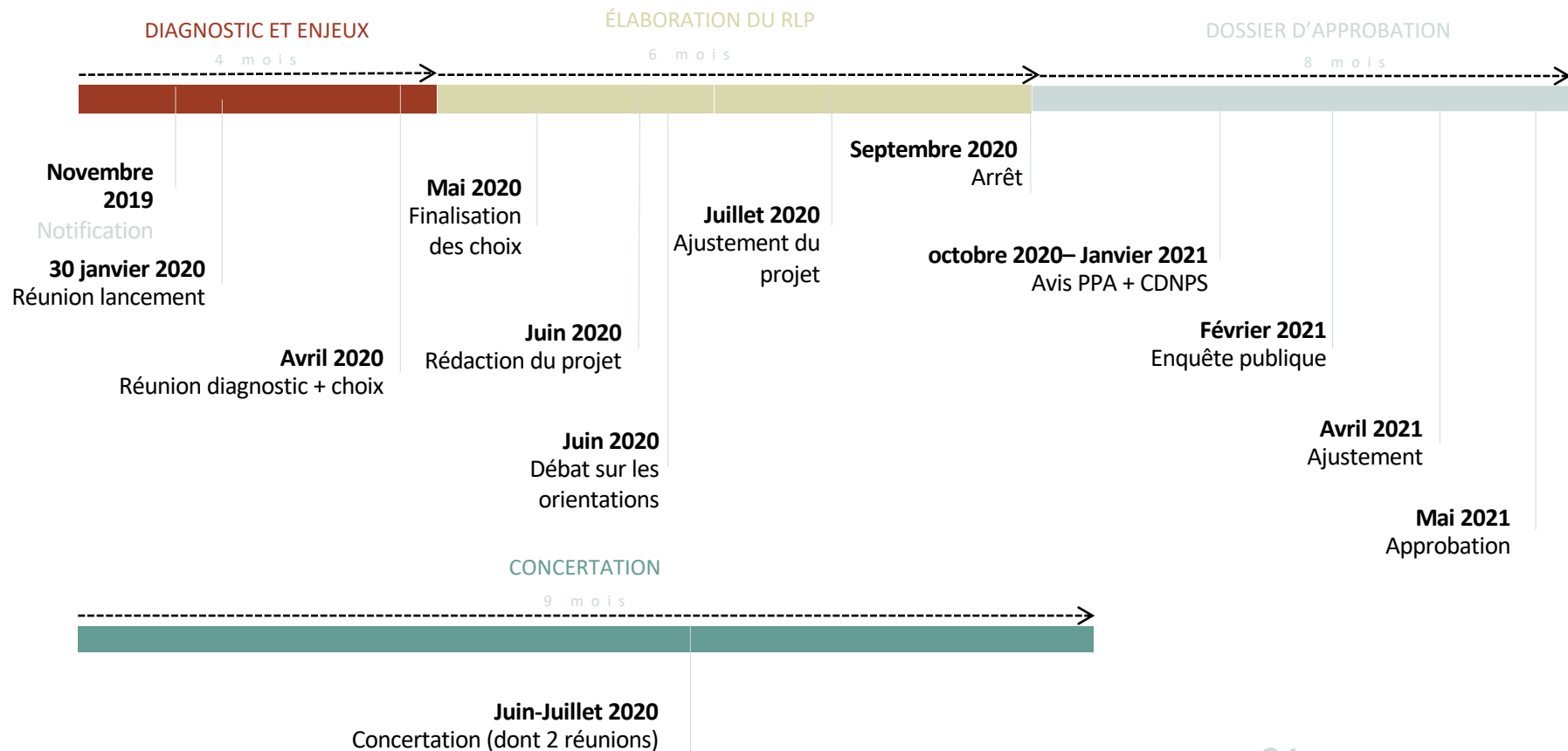
# PLANNING PRÉVISIONNEL



## PLANNING PRÉVISIONNEL



# PLANNING PRÉVISIONNEL n°1



Merci pour votre  
attention et votre  
participation

