

## *LA PUBLICITE EXTERIEURE*

DDT

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a modifié en profondeur le régime concernant la publicité, les enseignes et les pré-enseignes. Elle comprend 3 objectifs :

- la répartition des compétences entre communes et État : dorénavant, le préfet est seul compétent en matière de police de la publicité et d'instruction des déclarations et demandes d'autorisation lorsqu'il n'existe pas de règlement local de publicité,
- la limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire avec pour enjeux : une réduction de la pollution visuelle, la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel, des économies d'énergie..,
- la diversification et le développement de nouveaux supports de publicité avec :  
la création d'un régime d'autorisation pour les bâches, l'innovation technologique (écrans numériques apposés sur le mobilier urbain...).

Ainsi, dans les secteurs où l'enjeu publicité est élevé, il appartient aux collectivités d'élaborer un RLP (I) règlement local de publicité communal ou intercommunal, permettant une réflexion globale en matière de publicité et de développement équilibré de territoire.

Cette démarche peut être conduite parallèlement à l'élaboration du PLU (I) plan local d'urbanisme selon une procédure identique.

### ◆ **Éléments de cadrage :**

Le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes a profondément modifié les prescriptions applicables aux dispositifs.

Parmi ces modifications :

- la modernisation de la procédure d'élaboration de RLP (règlement local de publicité)
- la réduction globale des formats
- l'obligation d'extinction nocturne
- la règle de densité
- la publicité numérique
- le régime des autorisations
- la mise en place progressive de ces dispositions :
  - 14/07/2010 - nouvelles compétences en matière de police de la publicité,
  - 01/07/2012 - conformité des nouveaux dispositifs apposés sur des zones sans RLP
  - 13/07/2015 - conformité des préenseignes à la nouvelle réglementation nationale
  - 01/07/2018- conformité des tous les dispositifs
  - 14/07/2020 - caducité des RLP élaborés avant le 13/07/2010 non révisés ou modifiés.

Les actions conduites par l'État en Dordogne portent sur :

- l'incitation des collectivités à l'élaboration de RLP (I)
- l'information des collectivités et professionnels aux nouvelles dispositions et procédures,
- la constitution d'une base de données dans la gestion des déclarations préalables et des demandes d'autorisation,
- la mise en place d'un plan annuel de police de la publicité,
- le recensement des dispositifs publicitaires illégaux existants sur le territoire.

## ◆ Le rôle de la collectivité et de l'État :

Compétence d'élaboration de RLP :

Dans les secteurs où l'enjeu publicité est élevé, il appartient aux collectivités d'élaborer un RLP (I) règlement local de publicité communal ou intercommunal, permettant une réflexion globale en matière de publicité et de développement équilibré de territoire.

En parallèle, les collectivités possédant déjà un RLP sont invitées à procéder à la révision de leur document en intégrant les nouvelles dispositions prévues par la loi. (19 RLP approuvés en Dordogne)

Instruction des demandes d'autorisations et déclarations préalables :

En application de ces textes, les demandes d'autorisations et les déclarations préalables doivent être transmises pour instruction :

- au maire de la commune pour les collectivités qui possèdent un RLP :
- à la DDT pour les communes qui ne possèdent pas de RLP (adresse figurant en fin de document)

Autorité compétente en matière de police de la publicité :

- pour les communes qui possèdent un RLP : le maire de la commune concernée.
- pour les communes qui ne possèdent pas de RLP : le Préfet selon les dispositions du plan de contrôle approuvé le 24 février 2014.

Soutien des services de l'État :

Les services de l'État (DDT) sont chargés de l'accompagnement méthodologique sur les procédures RLP avec soutien aux démarches pilotes initiées par les collectivités.

Les procédures d'élaboration peuvent faire l'objet d'un soutien financier de l'État au titre de la DGD (dotation générale de décentralisation)

Les différentes demandes issues des collectivités, associations, ou tiers sont l'occasion de favoriser une approche pédagogique du thème de la publicité en proposant des solutions alternatives par des outils adaptés et réglementaires.

## ◆ Contacts :

Contacts services de l'État :

Direction Départementale des Territoires  
Service Connaissance et Animation des territoires  
Cité Administrative  
240 024 PERIGUEUX Cedex

Mission Publicité :

André PERRIER : [andre.perrier@dordogne.gouv.fr](mailto:andre.perrier@dordogne.gouv.fr) tel : 05 53 45 57 40

Thierry JINVRESSE : [thierry.jinvresse@dordogne.gouv.fr](mailto:thierry.jinvresse@dordogne.gouv.fr) tel : 05 53 45 56 51

Sites des services de l'État en Dordogne

<http://www.dordogne.gouv.fr/Politiques-publiques/Amenagement-du-territoire-Urbanisme-Energies-renouvelables/Publicite/Publicite-exterieure/%28language%29/fre-FR>

Guide pratique : la réglementation de la publicité extérieure.

[http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide\\_pratique\\_-\\_la\\_reglementation\\_de\\_la\\_publicite\\_exterieure-2.pdf](http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pratique_-_la_reglementation_de_la_publicite_exterieure-2.pdf)