

Quelles règles pour la publicité : RNP ou RLPi ?

Le Règlement National de Publicité (RNP) est un outil de protection du cadre de vie qui encadre l'installation des enseignes, préenseignes et publicités, afin d'améliorer leur intégration dans le paysage. Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est une déclinaison locale du RNP.
RNP ou RLPi ? Seul un diagnostic permet de répondre à cette question.

Différents types de dispositifs



Enseigne : « toute inscription, forme ou image installée sur une unité foncière et relative à une activité qui s'y exerce »



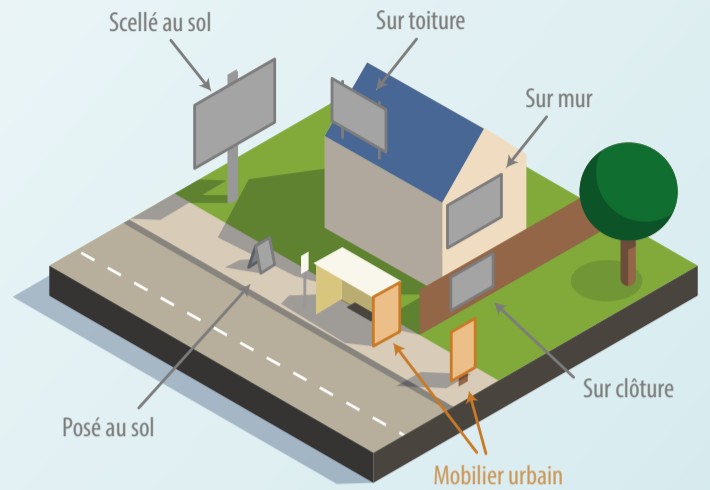
Pré-enseigne : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée »



Publicité : « à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, 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 du code de l'environnement)

Différents types de supports



Les grands principes du RNP



Autorisé



Interdit



Autorisé sous conditions

Agglomération de plus de 10 000 habitants et/ou unité urbaine de plus de 100 000 habitants



Enseigne



Pré-enseigne



Publicité

Agglomération de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants)



Enseigne



Pré-enseigne



Publicité

Zone non agglomérée



Enseigne

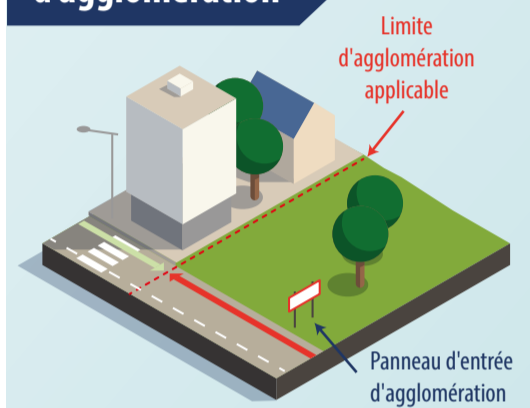


Pré-enseigne
sauf dérogations



Publicité

Le cas des limites d'agglomération



Les publicités et les préenseignes ne sont autorisées que dans les agglomérations, définies par le code de la route et encadrées par les panneaux d'entrée / sortie d'agglomération. Lorsque la localisation des panneaux ne correspond pas à la limite du bâti, c'est la réalité physique qui délimite l'agglomération.

Secteurs d'interdiction



Secteurs d'interdiction absolue :

- sur les monuments historiques,
- sur les monuments naturels et les sites classés,
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles,
- sur les arbres.

(art. L581-4 du code de l'environnement)



Secteurs d'interdiction relative :

- aux abords, à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des monuments historiques,
- dans les sites patrimoniaux remarquables,
- dans les parcs naturels régionaux et dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- dans les sites inscrits et dans les zones Natura 2000.

(art. L581-8 du code de l'environnement)

Intérêt du RLPi

Le RLPi permet d'aller plus loin que le RNP, en renforçant les prescriptions réglementaires nationales. Le diagnostic du RLPi identifie les enjeux d'un territoire et les impacts visuels des dispositifs dans le paysage. Le diagnostic justifie ou non la mise en oeuvre de prescriptions plus adaptées à un territoire local.



Le RLPi ne peut **ni contrôler le contenu** des affiches, **ni interdire totalement** la publicité pour respecter la liberté d'expression.



Le RLPi ne comprend que des prescriptions réglementaires plus strictes que celles du Règlement National de Publicité (RNP). Sans prescription particulière dans le RLPi, c'est le RNP qui s'applique.



Le RLPi permet de réintroduire sous conditions les publicités et préenseignes dans les secteurs d'interdiction relative.

Procédure et contenu d'un RLPi

Le RLPi est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des PLUi, en application du code de l'environnement.

Le RLPi comprend 3 documents :



Mise en conformité des dispositifs

À compter de l'approbation du RLPi :

2 ans pour une publicité et une préenseigne

6 ans pour une enseigne

aurh

AGENCE
D'URBANISME
LE HAVRE
ESTUAIRE DE LA SEINE