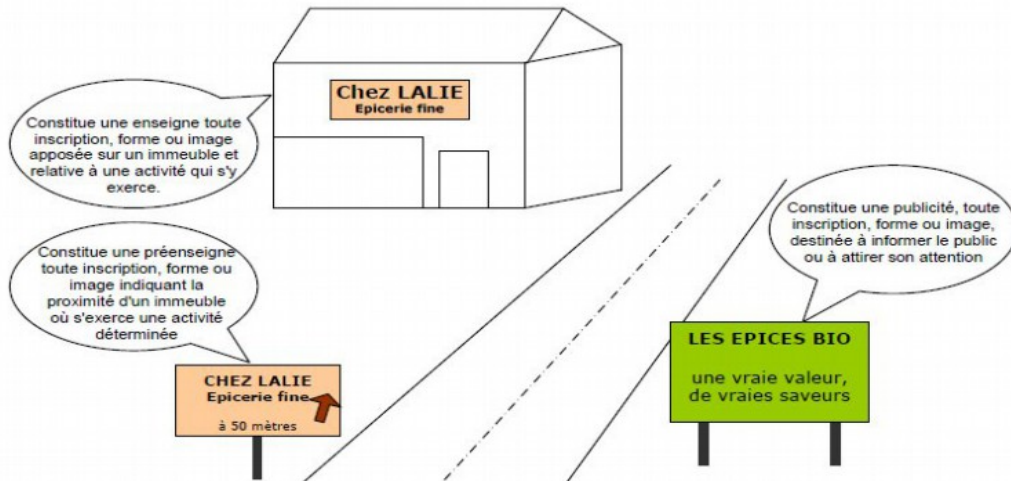


Définitions



Contexte

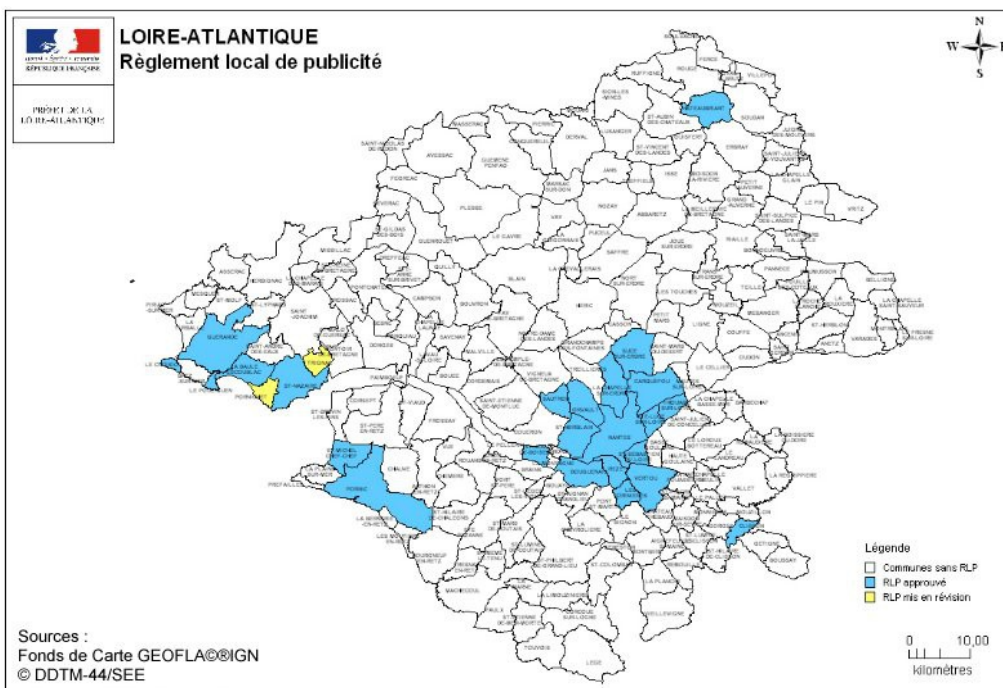
La loi du 12/07/2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite loi Grenelle II) et son décret d'application (décret n° 2012-118 du 30/01/2012), ont modifié en profondeur la réglementation nationale relative à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes.

Ces textes, sans ignorer les enjeux de développement économique, encadrent de manière plus restrictive l'affichage publicitaire.

Les principales mesures sont les suivantes :

- La création d'une nouvelle génération de règlements locaux de publicité (RLP). Leur élaboration relève de l'initiative du maire ou du Président de l'Établissement de Coopération Intercommunale compétent en matière d'urbanisme (PLU).

- Une clarification des compétences en matière d'instruction et de police de l'affichage publicitaire. Depuis le 1er juillet 2012, ces compétences sont assurées par le Maire lorsque la commune dispose d'un règlement local de publicité (RLP) approuvé, par le Préfet dans le cas contraire.



- Des changements techniques (seuils de population, formats, règles de densité, extinctions nocturne...), ainsi que des normes relatives à de nouveaux dispositifs (bâches, dispositifs numériques, microaffichage...).

- La disparition de certaines catégories de pré-enseignes dites dérogatoires d'ici le 13 juillet 2015. Le recours à une signalisation d'information locale (S.I.L.) peut constituer une alternative à cette disparition. La S.I.L. est du ressort des communes ou de leurs groupements en cas de transfert de la compétence voirie.

Programme d'action 2015

Acteurs : DDTM pour le compte du Préfet de Département

- Instruire les demandes de déclaration et d'autorisation relatives à la publicité;
- Accompagner les collectivités s'engageant dans la rédaction d'un RLP (Porter à connaissance) ;
- Anticiper l'échéance du 13 juillet 2015 correspondant à la fin des préenseignes dérogatoires (Hors agglomération et communes de moins de 10 000 habitants);
 - courriers aux communes
- courriers aux acteurs économiques du territoire
- réunions d'information destinées aux élus
- Organiser avec l'appui terrain des divisions de la DDTM une "police de la Publicité"
- Définir les territoires prioritaires d'intervention (Axes routiers, PNR, sites classés...)
- Participation au groupe régional piloté par la DREAL.



Bilan 2014

Instruction des actes réglementaires
Réflexion sur l'organisation de la DDTM
en matière de Publicité

Objectifs 2015

Instruction des actes réglementaires
Communication sur l'échéance de juillet 2015
Mise en place d'un groupe de référents
Organiser la police de la publicité