



PRÉFET
DE LA SOMME

Direction Départementale
des Territoires et de la Mer



Rappel des objectifs de la réforme

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle 2 », a induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes, entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Son objectif majeur est d'**améliorer le cadre de vie**, de **lutter contre les nuisances visuelles** et de **réduire les consommations énergétiques**.

La nouvelle réglementation apporte un cadre plus restrictif à ces dispositifs tout en permettant le développement de nouveaux supports de publicité (écrans numériques). Elle simplifie et clarifie par ailleurs leur régime d'autorisation et redéfinit les compétences en matière d'instruction et de police de l'affichage, entre l'Etat et les communes. Enfin elle **instaure de nouvelles règles pour l'élaboration des documents de planification de l'affichage publicitaire dans les communes (RLP : règlement local de publicité)**.

Son application est assortie de délais permettant aux professionnels de mettre en conformité leurs dispositifs installés avant le 1er juillet 2012 et, pour les communes qui en étaient dotées, de réviser ou modifier leur RLP.

Les enjeux du RLP

Une certaine pression publicitaire s'exerce sur les sites visibles depuis les voies ouvertes à la circulation par le plus grand nombre de personnes. Les dispositifs publicitaires se sont ainsi progressivement multipliés aux abords des grands axes de circulation et de leurs carrefours, le plus souvent en entrée de ville et de villages ou aux franges d'agglomérations, mais également en territoire rural, dans les centres villes, les gares et les zones commerciales.

C'est pourquoi la réglementation nationale encadre le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, dans l'objectif de limiter leur impact sur notre cadre de vie et de protéger les sites les plus sensibles.

Cependant certaines de ses dispositions peuvent apparaître insuffisantes ou inadaptées aux spécificités locales d'un territoire. Par ailleurs l'autorité compétente en matière de planification urbaine peut légitimement vouloir agir également sur les dispositions applicables en matière de publicité sur son territoire, dans une logique de cohérence d'intervention pour la protection et la valorisation des paysages et du patrimoine culturel, mais aussi pour le développement économique et/ou touristique de son territoire.

L'adoption de dispositions réglementaires locales (RLP) doit s'appuyer sur une démarche visant à identifier la sensibilité paysagère des différents sites et lieux visibles depuis les voies ouvertes à la circulation du territoire. Son étude à l'échelle intercommunale, et si possible de façon concomitante à l'établissement d'un PLU intercommunal, est un facteur de cohérence du diagnostic à réaliser et donc d'homogénéité des dispositions adoptées par typologie des espaces.

Le RLP permet donc aux maires, soucieux de protéger le cadre de vie, réduire la pollution visuelle et valoriser les paysages, d'adapter la réglementation nationale aux spécificités de leur territoire. Il leur permet de prendre les compétences de la police de la publicité et donc de s'assurer de la bonne application de leur projet.

Les principales évolutions réglementaires relatives aux RLP

- les prescriptions des RLP ne peuvent, à présent, pas être moins restrictives que la règle nationale. Leur élaboration doit suivre les règles fixées pour les PLU et l'ensemble de la procédure doit être menée à l'initiative du maire ou du président de l'EPCI compétente en matière de PLU.

- les compétences en matière de police de la publicité et d'instruction des demandes d'autorisation reviennent au Maire, au nom de la commune, lorsque cette dernière dispose d'un règlement local de publicité. Dans le cas contraire ces compétences sont exercées par le Préfet (services de la DDTM).

Les textes

- Loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
- Décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes
- Décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes
- Articles L et R 581-1 et suivants du Code de l'Environnement



Etablir un RLP... pourquoi? par qui?

Qu'est-ce qu'un Règlement Local de Publicité?

Un RLP est un **document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal ou communal**, permettant à la collectivité d'exprimer son projet en la matière.

Il constitue donc un **outil opérationnel** pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage.

Depuis le 13 juillet 2010, **le RLP ne peut être que plus restrictif que la règle nationale**. Il ne peut toutefois interdire de manière générale la publicité sur tout le territoire communal ou intercommunal.

Pourquoi établir un RLP?

Le RLP constitue un **outil permettant aux élus d'être acteurs sur leur territoire** (intercommunal ou communal) car :

- il confère la **compétence de police de la publicité au maire** (instruction des autorisations, réception des déclarations préalables, sanctions...)

- il permet d'**améliorer la protection du cadre de vie** en adaptant la réglementation nationale aux spécificités locales. Il peut ainsi mieux protéger les secteurs d'intérêt patrimonial, architectural et paysager, mais aussi spécifier une homogénéisation des dispositifs autorisés.

Qui dispose de la compétence pour établir un RLP?

Le RLP est élaboré par la collectivité (commune ou EPCI) ayant compétence en matière de PLU :

Nota : dès lors qu'un EPCI a compétence en matière de PLU, une commune appartenant à cet EPCI, ne peut plus élaborer de RLP communal. De même dès lors qu'un EPCI engage l'élaboration d'un RLPi, les communes de son territoire précédemment couverts par un RLP verront leur RLP caduc dès l'approbation du RLPi.

La réflexion et l'élaboration d'un RLP à l'échelle intercommunale, portée par l'EPCI compétent en matière de planification territoriale, sont des facteurs de cohérence de politique d'aménagement et de protection du territoire en matière d'affichage publicitaire.

Qui a compétence en matière de police de la publicité lorsqu'il existe un RLP?

Dès lors qu'il existe un RLP, et quand bien même il n'édicte des prescriptions que sur une partie du territoire communal ou du territoire intercommunal, c'est **le maire qui est compétent sur tout le territoire de sa commune**.

Nota : le Préfet a un pouvoir de substitution en cas de carence du maire en matière de police (L.581-14-2 du CE).

Délais de mise en conformité et RLP

Les dispositifs existants, conformes à la réglementation antérieure, qui, du fait de nouvelles prescriptions issues de la réforme de la réglementation nationale ou d'un RLP, ne sont plus conformes avec les règles en vigueur, doivent être mis en conformité dans ces délais :

RLP	Type de dispositif			
	Anciennes Publicités et Pré enseignes conformes aux règles précédentes	Anciennes Enseignes conformes aux règles précédentes	Pré enseignes dérogatoires	Nouveaux dispositifs exceptés les Pré enseignes dérogatoires
RLP approuvé avant le 24/03/2010 (1)	2 ans après l'approbation du RLP			
RLP approuvé après le 24/03/2010 et avant le 11/07/2013 (2)	14/07/2015	6 ans après l'approbation du RLP	14/07/2015	dès approbation du RLP
RLP approuvé après le 11/07/2013 (3)	2 ans après l'approbation du RLP			
Hors RLP	14/07/2015	01/07/2018		01/07/2012

(1) RLP entrés en vigueur avant la loi du 22/03/2012 (publiée le 23/03/2012) relative à la simplification du droit administratif et à l'allègement des démarches administratives.

(2) RLP entrés en vigueur après la loi du 22/03/2012 et avant le décret du 09/07/2013 (publié le 11/07/2013).

(3) RLP entrés en vigueur après le décret du 09/07/2013 (publié le 11/07/2013).

Nota : Les RLP qui n'auront pas été mis en conformité avec la nouvelle réglementation, deviendront caducs à compter du 14/07/2020.

Sur quels champs s'applique un RLP?

Les champs d'application d'un RLP

Le RLP permet de fixer des prescriptions :

- **générales** pour l'ensemble du territoire communal ou inter-communal;
- **spécifiques** selon un zonage qu'il définit (en agglomération ...).

Nota : les zones non couvertes par des dispositions spécifiques du RLP sont soumises aux prescriptions du RNP, qui vaut alors RLP sur ces zones.

Les prescriptions sont relatives :

- **aux publicités** (L.581-9 du CE) ;
- **aux enseignes** (L.581-18 du CE) ;
- **aux préenseignes dérogatoires et à leur harmonisation** (R.581-74 et R.581-66 du CE).

Nota : le RLP ne peut intégrer que les prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires ayant été fixées, après consultation des autres collectivités, par la collectivité gestionnaire de la voirie (R.581-66 du CE). Mis à part ce cas, le RLP en tant que tel ne peut prévoir de prescriptions relatives aux préenseignes dérogatoires.

Le RLP adapte au contexte local les dispositions prévues par la loi en matière :

- d'emplacement (muraux, scellés au sol, toiture, autres...), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien ;
- de types de dispositifs (bâches, micro-affichage, enseignes...);
- d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique (R.581-42) ;
- de publicités et enseignes lumineuses (R.581-76).

Où un RLP peut-il réintroduire de la publicité ?

Dans les lieux d'interdiction (dites relatives) repris à l'article L.581-8-I du CE qui stipule qu'à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite:

- dans les **zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés** ;
- dans les **secteurs sauvegardés** ;
- dans les **parcs naturels régionaux** ;
- dans les **sites inscrits** à l'inventaire et leurs zones de protection ;
- **à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits** à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (**ZPPAUP**) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (**AVAP**) ;
- dans l'aire d'adhésion des **parcs nationaux** ;
- dans les zones spéciales de conservation (**ZSC**) et dans les zones de protection spéciales (**ZSP**) mentionnées à l'article L.414-1

Nota : un RLP ne peut autoriser la publicité dans ces lieux que si les prescriptions qu'il y édicte, ne sont pas moins restrictives que les dispositions de droit commun du règlement national.

Par ailleurs le RLP doit, le cas échéant, être compatible avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte d'un Parc National qui s'appliquent à son aire d'adhésion, et aux orientations de protection de mise en valeur et de développement et aux mesures de la charte d'un Parc Naturel Régional.

A proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération (L.581-7 et R.581-77 du CE).

Dans ce cas le RLP détermine le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires y sont autorisés et y édicte les prescriptions qui leurs sont applicables.

Dans ces périmètres, les dispositifs publicitaires :

- doivent respecter les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.
- sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération.

Sur quels champs s'applique un RLP?

A quelles interdictions un RLP ne peut pas déroger ?

Les interdictions de publicité édictées à l'article L.581-4 du CE :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque, arrêtés par le maire ou le Préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites.

L'interdiction de toute publicité en dehors des lieux qualifiés d'agglomération, édictée à l'article L.581-7 du CE

(sauf à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires situées en agglomération)

L'interdiction d'apposer de la publicité sur les supports listés à l'article R.581-22 du CE :

- les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public, les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une superficie unitaire inférieure à 0,50 m² ;
- les clôtures non aveugles ;
- les murs des cimetières et de jardin public.

L'interdiction, en agglomération, des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, dans les espaces et zones protégés dans un PLU (ou POS), visés à l'article R.581-30 du CE :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt, notamment du point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

L'interdiction de la publicité numérique sur le mobilier urbain dans les lieux visés à l'article R.581-42 du CE :

- dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones de protection natura 2000.

Quelles interdictions un RLP ne peut introduire ?

La publicité 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 autorisation a donné lieu à autorisation de voirie.

La publicité supportée par ces palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés et dans les secteurs sauvegardés (article L.518-4 du CE).

La 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 RLP à condition toutefois que cette publicité n'exécède pas une surface unitaire de 1,50 m² en application des articles L. 581-17 et R581-5 du code de l'environnement.

Les autres dispositions interdites dans un RLP

Un RLP ne peut en aucun cas:

- interdire de manière générale et absolue, la publicité sur toute l'agglomération.
- instituer des procédures administratives complémentaires.
- créer de nouvelles sanctions.

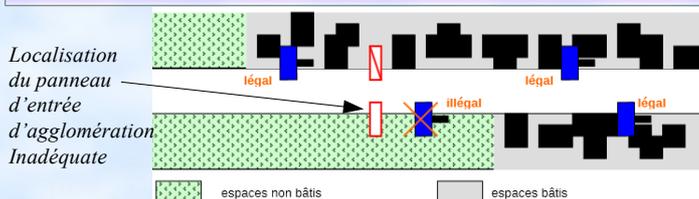


Illustration de la notion d'agglomération (limites physiques)

Quel est le contenu d'un RLP?

Le RLP comporte au minimum un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (R.581-72 du CE) .

Le rapport de présentation

Sa structuration n'est pas imposée, mais il doit dans tous les cas **s'appuyer sur un diagnostic, définir les orientations et objectifs de la commune ou de l'EPCI en matière de publicité extérieure**, notamment de densité et d'harmonisation, et **expliquer les choix et règles retenus et les motifs de la délimitation des zones si elles existent** (R 581-73 du CE).

Le Diagnostic :

- dresse un état des lieux du paysage vis à vis de l'affichage publicitaire, des enseignes et préenseignes, de la publicité ;
- recense les enjeux architecturaux et paysagers ;
- identifie les spécificités des différents secteurs, ceux à enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir souhaité ;
- analyse les anomalies paysagères ;
- identifie les critères de pollution visuelle ;
- met en évidence les conformités ou non avec la réglementation des dispositifs présentant des situations critiques ;
- propose des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés (par exemple mise en place d'une signalisation d'intérêt locale ou SIL).

Les orientations et objectifs :

Le rapport doit présenter les orientations et objectifs retenus pour le RLP, liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés à l'issue du diagnostic.

Les choix retenus :

Le rapport doit présenter les choix généraux retenus et/ou spécifiques à chaque espace identifié, au regard des orientations et objectifs définis.

Le règlement

L'élaboration du RLP consiste 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 des zones ainsi instituées est réalisé et doit être joint au RLP (R 581-78 du CE).

Nota : les zones non couvertes par des dispositions spécifiques du RLP restent soumises aux prescriptions nationales du RNP qui vaut alors RLP sur ces zones.

Il convient 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 (ex. : 5 m²). Les formats de 12 m², 8 m² ou 4 m² sont des formats d'affichage publicitaire courants.

Le RLP peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national (L 581-18 du CE). Dans le cadre d'un RLP, l'installation d'une enseigne est toujours soumise à autorisation, qui peut donner lieu à des prescriptions esthétiques dont les principes doivent être traités par le RLP.

Le règlement définit les prescriptions adaptant de manière plus restrictive sur une ou plusieurs zones :

- les dispositions prévues au RNP en agglomération (L.581-9 du CE) ;
- les dispositions prévues pour les préenseignes dérogatoires et le cas échéant, de la collectivité gestionnaire de la voirie relatives à leur harmonisation (R.581-66 du CE) ;
- les dispositions associées aux périmètres de publicité autorisée (art R.581-77 du CE) ;
- les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 du code de l'environnement (interdictions dites relatives).

Ces prescriptions peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

Les annexes

Elles sont constituées de **documents graphiques** localisant:

- les **zones et périmètres** identifiés dans le rapport de présentation et le règlement ;
- les **panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération**, accompagnés des **arrêtés municipaux** fixant lesdites limites.

*Nota: les limites d'agglomération ont des effets déterminants au titre de la réglementation de la publicité et peuvent donner lieu à une requalification par les tribunaux administratifs. Il est donc impératif que le maire redéfinisse, à l'occasion de l'établissement du RLP, les limites de son agglomération lorsqu'elles ne sont pas en adéquation avec la notion d'espace regroupant des **immeubles bâtis rapprochés**.*

Quelle est la procédure à suivre?

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des PLU définies au chapitre III du titre II du livre 1^{er} du Code de l'urbanisme (L.581-14-1 du CE).

La procédure est menée à l'initiative du maire ou du président de l'EPCI compétent en matière de PLU.

Nota : le RLP peut faire l'objet d'une révision, d'une révision simplifiée, d'une modification, mais ne peut pas faire l'objet d'une modification simplifiée (L.581-14-1 du CE).

L'élaboration du RLP

Prescription de l'élaboration du RLP (*)

La délibération prise par le conseil municipal ou communautaire, doit, de façon précise, explicite et adaptée au contexte local, fixer les enjeux et objectifs poursuivis par le RLP et déterminer les modalités précises de la concertation (objectifs, objet, modalités d'échanges : internet, réunions, etc.). Elle est notifiée à toutes les personnes publiques associées (PPA).

Élaboration du Projet :

Les études, confiées en tout ou partie à un prestataire compétent, sont menées en y associant les services de l'Etat et autres personnes publiques. Le Préfet porte à la connaissance du maire ou du président de l'EPCI, les dispositions particulières applicables au territoire concerné ainsi que toute information utile à la réalisation de leur RLP.

Le maire ou le président de l'EPCI mène la concertation publique sur le projet de RLP suivant les modalités préalablement retenues et à son terme, le conseil municipal ou communautaire, en tire le bilan.

Arrêt du Projet de RLP (*)

La délibération arrêtant le projet pourra tirer le bilan de la concertation, les conclusions de l'avis des personnes publiques associées et consultées et décider de la transmission du projet de RLP aux PPA et à la CDNPS. Le projet de RLP est ainsi soumis pour avis aux PP consultées et à la CDNPS, qui disposent d'un délai de trois mois au terme duquel leur réponse est réputée favorable.

Arrêté de mise à l'enquête publique

Après avis de la CDNPS et des PPA, le dossier, auquel sont annexés les différents avis rendus pendant l'élaboration du projet de RLP, est soumis à enquête publique pour une durée minimale de un mois sans excéder deux mois. Le commissaire enquêteur transmet au maire ou au président de l'EPCI, son rapport et ses conclusions motivées dans un délai de un mois à compter de la date de clôture de l'enquête. A ce stade le RLP est le cas échéant modifié pour tenir compte des avis rendus par les personnes publiques, la CDNPS, des observations du public et des conclusions du commissaire enquêteur.

Approbation du RLP (*)

A la suite de l'enquête publique et après avoir le cas échéant modifié le projet de RLP, la délibération d'approbation du RLP conclut la procédure. Le RLP approuvé doit alors être annexé au PLU ou, en son absence, tenu à la disposition du public. Il est également mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'EPCI.

(*) : délibérations devant faire l'objet de mesures de publicité.

La révision et la modification d'un RLP L'approbation d'un RLP postérieure à celle d'un PLU L'élaboration conjointe d'un PLU et d'un RLP

Révision d'un RLP

La révision d'un RLP est nécessaire lorsqu'il s'agit de «réduire une protection édictée en raison [...] de la qualité des sites, des paysages ou des milieux naturels, [...]» (L.123-13.3° du CU) et donc :

- pour réintroduire de la publicité là où la loi l'interdit en vertu des articles L.581-7 (interdiction hors agglomération) et L.581-8 (cas d'interdictions dites relatives) du code de l'environnement.

- ou pour assouplir certaines règles du RLP.

Modification d'un RLP

La modification est possible dans les autres cas, comme par exemple pour rendre plus restrictives certaines règles.

Approbation d'un RLP postérieure à celle d'un PLU

Dans ce cas, le PLU doit être mis à jour afin d'y annexer le RLP (R.123-22 du CU).

Élaboration conjointe d'un PLU(i) et d'un RLP(i)

Lorsqu'un RLP(i) est élaboré, révisé ou modifié conjointement à l'élaboration, la révision ou la modification d'un PLU(i), toutes les étapes peuvent être communes et chaque délibération ou arrêté unique (prescription, arrêt du projet, enquête publique, approbation) dans le cadre d'une même procédure (L.581-14-1 du CE)

Les outils complémentaires au RLP

La Signalisation d'Information Locale (SIL)

La SIL est une signalisation implantée sur le domaine public routier, visant à informer l'usager sur les différents services et activités situés à proximité.

Elle obéit à des prescriptions (forme, couleur, graphisme, police) relevant des règlements de signalisation routière (arrêté du 11/02/2008 modifiant l'arrêté du 24/11/1967 relatif à la signalisation des routes et autoroutes).

Elle constitue une alternative possible aux préenseignes dérogatoires devenant interdites après le 12/07/2015.

Le Relais d'Information Service (RIS)

Le RIS est un équipement de signalisation routière d'indication implanté sur un lieu du domaine public offrant la possibilité de stationnement. Il se compose d'une carte localisant les informations relatives à un territoire (équipements, activités, services, etc.).

Pour ne pas être en infraction au titre de la réglementation sur la publicité, les informations commerciales qu'il peut comporter doivent être strictement informatives, gratuites et exhaustives.

La Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE)

La TLPE, instituée le 01/01/2009, constitue un outil de régulation de l'affichage publicitaire pour les communes. Elle les autorise en effet à taxer, à leur profit, tous les supports publicitaires fixes extérieurs, visibles d'une voie ouverte au public, présents sur leur territoire.

Nota : un guide pratique sur la TLPE est disponible à l'adresse suivante : <http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F22591.xhtml>

Pour en savoir plus...

- Sur la réforme de l'affichage publicitaire

aller sur le site du ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie :

www.developpement-durable.gouv.fr

(<http://www.developpement-durable.gouv.fr/Prescriptions-relatives-aux.html>)



Vous pourrez notamment y obtenir un « Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure », élaboré dans le cadre du plan d'accompagnement de la réforme du droit de la publicité mis en œuvre par le ministère.

- Sur les textes

aller sur le site : www.legifrance.gouv.fr

- Pour toute demande d'information ou de conseil sur la réglementation ou l'élaboration d'un RLP

contacter la
**Direction Départementale des Territoires
et de la Mer de la Somme**
Service Aménagement du Territoire et Urbanisme
Tel. : 03.22.97.21.65

Courriel : ddm-satu-bap@somme.gouv.fr

Avertissement : la présentation de la réglementation reprise dans ce document n'est pas exhaustive et n'a donc pas valeur de règlement. Les articles du code de l'environnement relatifs au règlement local de publicité sont : L581-14, L581-14-1, L581-14-2, L581-14-3 R581-72 à R581-80