

LA PUBLICITE EXTERIEURE

Les principales règles

a) Le contexte

La publicité extérieure est un élément de la qualité du cadre de vie « quotidien » de chacun, des citoyens en particulier.

Ce cadre de vie est souvent « défiguré » par des affiches et/ou enseignes apposées en toute illégalité. On cite très souvent le cas des entrées de ville enlaidies par la présence de nombreux panneaux publicitaires (pré-enseignes).

Il est possible de remédier à cette pollution visuelle et de prévenir celle-ci en veillant à l'application de la réglementation de la publicité.

b) Rappel des règles

La réglementation en matière de publicité extérieure est complexe parce qu'elle tient compte des différents dispositifs, procédés, supports publicitaires utilisés et de la taille des communes.

On peut cependant en simplifier la lecture et donner quelques grandes lignes.

1. Définition

Constitue une publicité toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention.

2. Réglementation nationale

(code de l'environnement - articles L581-1 à 45 et décrets 80-923 et 82-211)

Les principales interdictions

1. La publicité est interdite hors agglomération
2. Elle est également interdite en et hors agglomération:
 - sur les immeubles classés ou inscrits ;
 - sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
 - dans les parcs nationaux et les réserves naturelles ;
 - sur les arbres.
3. En agglomération 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 les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;
 - à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
 - sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public, sur les équipements publics de sécurité routière, ferroviaire, fluviale, maritime et aérienne ;
 - sur les murs des bâtiments d'habitation sauf quand ces murs sont aveugles ;
 - sur les clôtures non aveugles ;
 - sur les murs de cimetière et de jardin public.

Les principales contraintes

En agglomération, en dehors des cas susvisés, la publicité est réglementée et doit satisfaire à des prescriptions en matière d'emplacement, de surface, de hauteur et d'entretien.

Principales contraintes : les limites de surface et de hauteur par panneau :

communes < 2000 habitants	: 4m ² et 4m de haut
entre 2000 et 10 000	: 12 m ² et 6m
>10 000	: 16 m ² et 7,50m

Ministère de l'écologie et du développement durable

20, avenue de Ségur - 75302 - PARIS 07 SP

Site Internet : <http://www.environnement.gouv.fr>



novembre 2002

Cas des pré enseignes (toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée) :

Elles sont assimilées à la publicité et respectent donc les mêmes règles.

Elles peuvent cependant être autorisées hors agglomération pour signaler des activités utiles aux personnes en déplacement (hôtels, restaurants, garages ...) à raison de 4 par établissement. 2 pré enseignes sont par ailleurs autorisées par activité de service public ou d'urgence, de fabrication de produits locaux.... Hauteur maxi : 1m et largeur maxi : 1,50m.

Les décrets 80-923 et 82-211 précisent les contraintes susvisées.

3. Les règlements locaux de publicité outils de protection du cadre de vie

Les maires peuvent élaborer des règlements locaux de publicité dans le but de protéger le cadre de vie. Il est possible d'interdire ou imposer certains types de matériel, réduire les dimensions etc.... Les règlements locaux sont un instrument privilégié du contrôle harmonieux de la publicité et des enseignes, que ce soit en centre ancien, en faubourg, en entrée de ville ... Ces règlements sont préparés par un groupe de travail composé de membres du conseil municipal, de représentants de l'Etat et de représentants des associations et des professions. (cf. article L. 581-10, 11, 12 et 14 du code de l'environnement).

c) Qui fait quoi ? Les principaux acteurs (Préfets, communes, MEDD, SDAP, DDE ...)

1. Les préfets :

outre les compétences que leur confèrent les textes (mise en demeure, dépose, sanctions...) ils animent les pôles de compétences spécialisés dans la publicité chargés de structurer, coordonner et évaluer les actions menées dans ce domaine dans chaque département. (cf. circulaire du Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement en date du 5 avril 2001).

2. Les maires :

Ce sont les acteurs privilégiés de l'application des textes relatifs à la publicité extérieure. Leur champ d'intervention s'étend sur l'ensemble du territoire de la commune ; il ne se limite donc pas à la seule agglomération.

- Délivrent les autorisations pour l'installation :

- a) des enseignes après avis conforme de l'architecte des bâtiments de France lorsqu'elles sont installées dans les secteurs sauvegardés.
- b) des enseignes lorsqu'elles sont installées dans les zones de publicités restreintes
- c) des enseignes temporaires
- d) des publicités lumineuses après avis du directeur départemental de l'équipement
- e) de l'affichage d'opinion et la publicité relatifs aux activités des associations à but non lucratif.

- Déterminent, par arrêté, les emplacements situés sur le domaine public ou privé communal qui seront réservés à l'affichage d'opinion et associatif, ainsi que leur surface.

- Recueillent, depuis la loi du 2 février 1995 sur le renforcement de la protection de l'environnement et son décret d'application du 24 octobre 1996, toutes les déclarations préalables désormais obligatoires, lorsqu'un afficheur ou un propriétaire veut installer, remplacer ou modifier un dispositif publicitaire ou une pré enseigne implanté sur une propriété privée ou le domaine public.

- Prennent l'initiative d'une réglementation spéciale de publicité en participant en qualité de président du groupe de travail, si le régime de publicité tel qu'il résulte de la réglementation nationale ne convient pas aux caractéristiques de la commune. Il prend également part au vote au sein de la commission départementale des sites, perspectives et paysages qui est chargée de donner son avis sur le projet.

Ministère de l'écologie et du développement durable

20, avenue de Ségur - 75302 - PARIS 07 SP

Site Internet : <http://www.environnement.gouv.fr>

- Assurent l'application de la réglementation en prenant un arrêté de mise en demeure pour les dispositifs publicitaires qui ne la respectent pas. Et, si au terme d'un délai de 15 jours, le contrevenant n'a pas obtempéré à cette mise en demeure, mettent en recouvrement l'astreinte proportionnelle au nombre de dispositif en infraction et au nombre de jours durant lesquels ils l'ont été, et faire déposer ou mettre en conformité d'office le dispositif.

- Adressent au procureur de la République copie de la mise en demeure et le tiennent informé de la suite qui lui a été réservée.

- Accordent des dérogations pour la circulation des véhicules terrestres publicitaires à l'occasion de manifestations particulières.

- Dressent par arrêté, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commissions départementale des sites, perspectives et paysages, la liste des immeubles ni inscrits, ni classés mais présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque qui seront alors protégés contre toute publicité.

3. Le Ministère de l'Écologie et du Développement Durable

3.1. La cellule publicité de la Direction de la Nature et des Paysages :

instruit les dossiers de contentieux en appel et devant le Conseil d'Etat;
propose de nouveaux textes ou des modifications de la réglementation nationale en fonction notamment des nouvelles pratiques d'affichage ;
organise des actions de formation et élabore des supports et outils à l'intention des services concernés.

3.2. Les directions régionales de l'environnement (DIREN)

veillent au respect de la réglementation de la publicité notamment sur les monuments naturels, les sites classés, les PNR, les réserves, les parcs boisés etc.... ;
participent aux pôles de compétences publicité ;
participent aux groupes de travail des communes chargés de l'élaboration des règlements locaux.

3.3. Les services départementaux de l'architecture et de patrimoine (SDAP)

donnent aux maires un avis conforme ou simple en matière de publicité lumineuse et d'enseignes dans les secteurs sauvegardés ;
participent à l'élaboration des règlements locaux de publicité.

3.4. Les directions départementales de l'équipement (DDE)

instruisent les demandes d'installation des dispositifs de publicité lumineuse ;
analysent, suivent et contrôlent les déclarations préalables, sur désignation du préfet ;
participent à l'élaborations des règlements locaux de publicité ;
forment les personnels communaux ;
contrôlent les publicités et pré enseignes hors agglomération.

Pour plus d'informations sur la publicité vous pouvez contacter :

- Le chef de projet publicité de votre préfecture
- La Direction Régionale de l'Environnement

