GUIDE PRATIQUE DE L'AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Nature Environnement 17
Association agréée pour la protection de la Nature et de l'Environnement en Charente-Maritime

Photo couverture : Le Lot en Action
Autres crédits photos : Paysages de France, PNR Oise-Pays de France, DGALN, FNE Pays de la Loire, Parc interrégional du Marais Poitevin
Rédaction : Laurène DEMAN - Juillet 2015
Tous droits réservés © NE17

SOMMAIRE :

LA PUBLICITE 3
Hors agglomération 3
En agglomération 4
La publicité lumineuse et la publicité numérique 8
Publicités sur mobilier urbain 9
Publicité sur véhicule terrestre 10
Publicité sur bâche 10

LES ENSEIGNES 12
Enseignes sur balcon ou auvent 13
Enseignes perpendiculaires au mur 13
Enseignes parallèles au mur 13
Enseignes sur toitures et terrasses 13
Enseignes clignotantes 13
Enseignes scellées au sol ou installées directement au sol de plus de 1 m² 14
Enseignes temporaires 15

LES PRE-ENSEIGNES 16
Le principe 16
Pré-enseigne dérogatoire 16
Ce qui est toujours interdit 16

LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE 17
RELEVER UNE INFRACTION 19
BIBLIOGRAPHIE 20

ANNEXES :
Modèle de courrier 21
Fiche de relevé d'infraction 22
Cartes des espaces protégés 24
Liste des communes disposant d'un RLP et unité urbaine de Charente-Maritime 26
Quelques exemples 28
Schémas d'aide 30

Sauf mention contraire, les articles cités dans ce guide sont issus du code de l'environnement.

LA PUBLICITE :

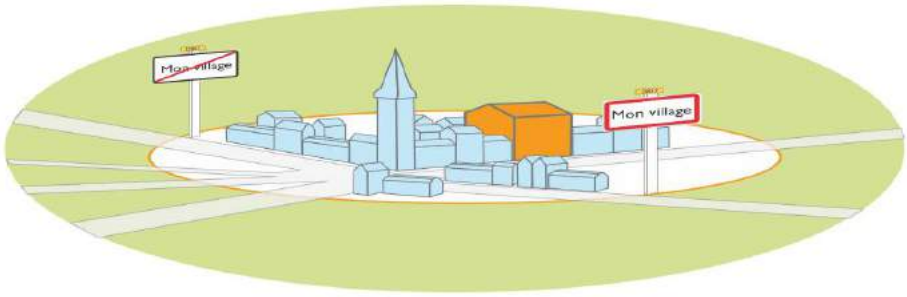
« *Constitue une publicité [...] toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités* » (art.L581-3).

Cette définition générale permet de recouvrir la quasi totalité des publicités, indifféremment de leurs tailles ou de leurs conditions d'implantation. Y est également inclus l'affichage d'opinion et la publicité relative aux associations à but non lucratif, ces derniers étant néanmoins soumis à un régime spécial.

Hors agglomération :

La publicité est interdite hors agglomération, sauf à l'intérieur de l'emprise des aéroports ou des gares ferroviaires. Par le biais d'un règlement local de publicité (RLP), la publicité peut également être autorisée à proximité immédiate des établissements et centres commerciaux exclusifs de toute habitation[1] (article L. 581-7 code de l'environnement).

Le terme « agglomération » désigne un « *espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui la traverse ou qui la borde* » (article R. 110-2 du code la route).



⚠ Le Conseil d'État fait prévaloir la réalité physique de l'agglomération : espace où sont regroupés des immeubles bâtis rapprochés[2].

1 Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs situés en agglomération de + 10 000 habitants (article R.581-77).

2 CE, section, 2 mars 1990, *Sté Publi-System,* n°68134

<u>En agglomération</u> :

La publicité est interdite[3] :

- Dans les zones de protection délimitées autours des sites classés ou autours des monuments historiques classés.
- Dans les secteurs sauvegardés (*par exemple un centre historique*).
- Dans les parcs naturels régionaux et zones Natura 2000.
- Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection.
- A moins de 100 m et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire.
- Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et des aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux.

⚠ Il est possible de déroger aux interdictions citées ci-dessus par le biais d'un RLP.

<u>Interdictions de manière générale et sans dérogation possible</u> : (articles L.581-4 et R.581-22)

- Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits.
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés.
- Au cœur des parcs nationaux et des réserves naturelles.
- Sur les arbres (*est également interdit de poser un panneau publicitaire à proximité immédiate d'un arbre aux risques de porter atteinte à son aspect*[4]).
- Sur les plantations, les poteaux électriques ou de télécommunications, les installations d'éclairage public, ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (article R.581-22)
- Sur les murs de cimetière et de jardin public.
- L'autorité de police en matière de publicité[5] peut également interdire toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

<u>Interdictions pour les publicités scellées ou installées directement sur le sol :</u> en plus des interdictions précédentes, ces dispositifs sont également interdits :

- Dans les espaces boisés classés (article R.581-30)
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages, de leur intérêt d'un point de vue esthétique ou écologique (zones « ND » dans les PLU) (article R.581-30).
- De manière générale, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine[6] de plus de 100 000 habitants (article R.581-31)
- Pour les autres agglomérations, interdiction si la publicité est visible depuis l'autoroute ou d'une bretelle de raccordement (article R.581-31).

---

3 Article L. 581-8 Code de l'Environnement

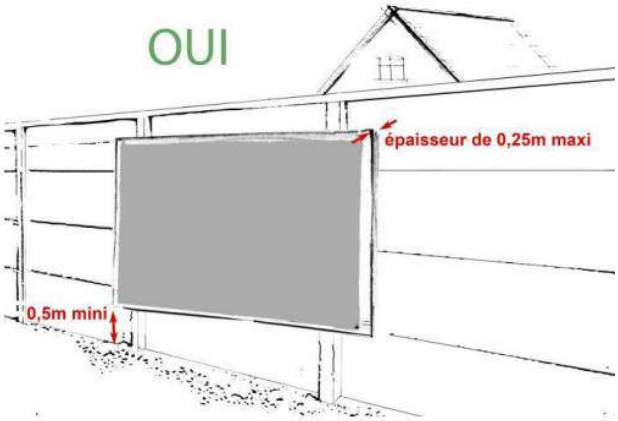
4 CAA Bordeaux, 17 décembre 2008, Sté Promovil, req. N°07BX01588

5 L'autorité de police est le maire si la commune dispose d'un règlement local de publicité, à défaut il s'agit du préfet.

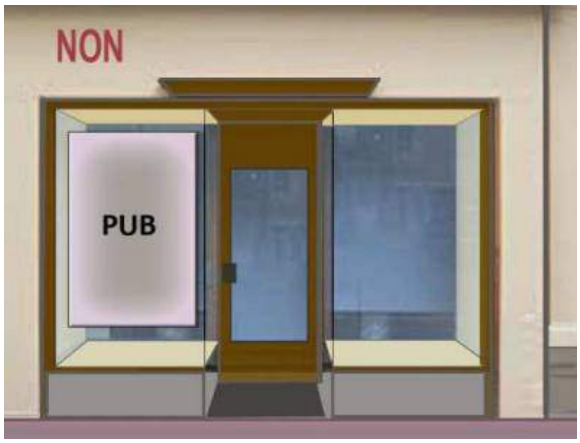
6 Selon l'INSEE, constitue une unité urbaine « *une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu, c'est-à-dire sans coupure de plus de 200 m entre deux constructions, qui compte au moins 2 000 habitants* » (voir les unités urbaines de Charente-Maritime page 26)

Règles de disposition :

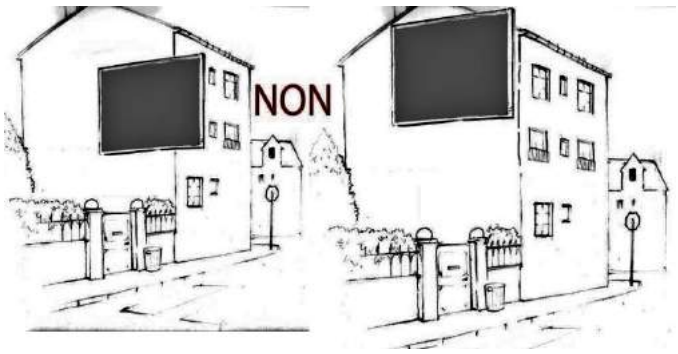
Sur le mur ou la clôture aveugle qui le supporte, le dispositif publicitaire ne peut excéder une épaisseur de 0,25 m ; il doit être parallèle à son support et être implanté à moins de 50 cm du sol (article R.581-28)



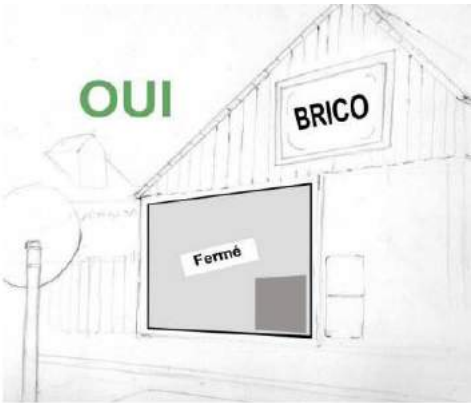
La publicité ne peut recouvrir tout ou partie d'une baie (article L.581-8-III)



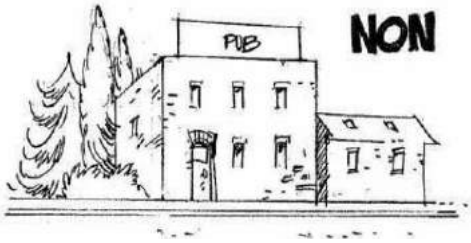
La publicité ne doit pas déborder du mur/de la clôture sur lequel/laquelle elle est apposée ; ni dépasser l'égout du toit (article R.581-27)

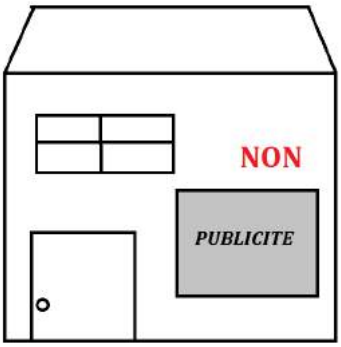


La publicité est autorisée sur les commerces fermés pour réfection, règlement judiciaire ou liquidation de biens.



La publicité est interdite sur les toitures et terrasses (R.581-27)





La publicité est interdite sur les murs et clôtures non aveugles (*mur comportant une ou plusieurs ouverture*), ou s'ils comportent une ouverture > 0,50 m² (R.581-22)

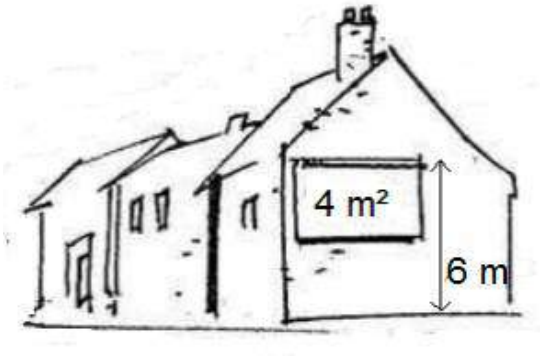
Les formats :

Dispositifs muraux ou sur clôtures

Pour une agglomération de moins de 10 000 habitants : (article R.581-26)

- Surface d'affichage de 4 m² maximum

- Hauteur par rapport au sol de 6 m maximum



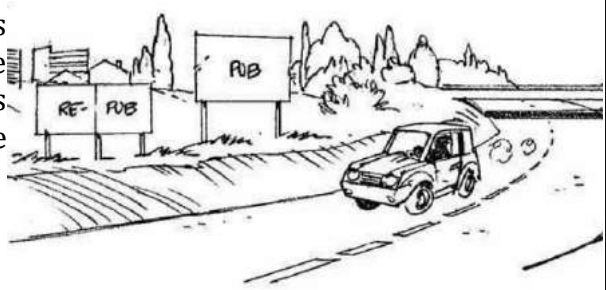
Pour une agglomération de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : (article R.581-26)

- Surface d'affichage de 12 m² maximum

- Hauteur par rapport au sol de 7,5 m maximum

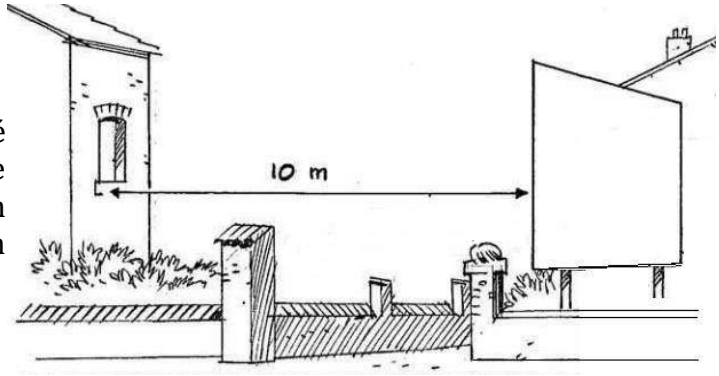
Dispositifs scellés au sol (article R.581-32)

- Dispositifs interdits en agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de + 100 000 habitants, ou si les affiches sont visibles d'une autoroute/voie expresse ou publique (art.R.581-31)



- Surface d'affichage de 12 m² maximum
- Hauteur par rapport au sol de 6 m maximum
- Si emprise d'un aéroport : 10 m max au dessus du sol et 50 m² max de surface d'affichage.

Dans tous les cas, un dispositif publicitaire scellé au sol ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie (article R.581-33).

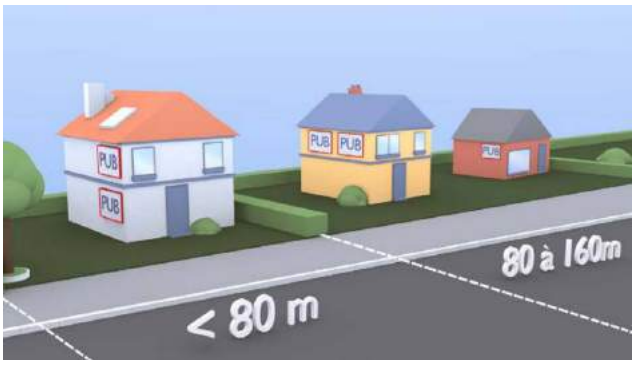
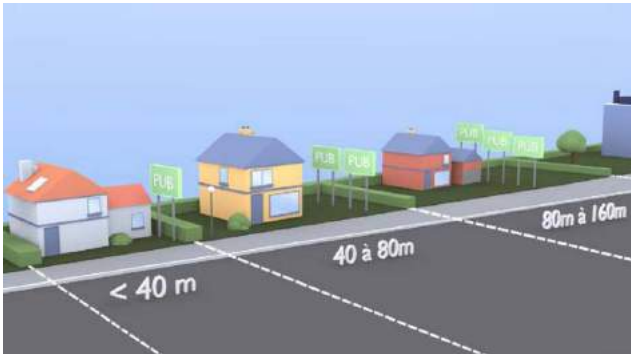


La densité :

Les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique[7]. En conséquence, dès lors que le nombre maximum de dispositifs possibles est atteint sur une unité foncière, aucun autre ne pourra être installé, si petit soit-il (*exceptions : publicités apposées sur une palissade ou supportées par le mobilier urbain, affichage de petit format, pré-enseignes dérogatoires...*). L'unité foncière est constituée d'une ou de plusieurs parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire.

La règle de la densité diffère selon le type de dispositif :

- ***Pour les dispositifs muraux*** : lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs supports, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités.
- ***Pour les dispositifs scellés au sol*** : lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif scellé au sol peut être installé dans l'unité foncière lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Sous la même réserve que précédemment, deux dispositifs scellés au sol peuvent être installés lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie est supérieure à 40 m.

Pour les dispositifs muraux	**Pour les dispositifs scellés au sol**
	
- Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m, à condition d'être superposés ou juxtaposés. - Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.	- Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. - Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. - Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

7 Article R. 581-25 code de l'Environnement

La publicité lumineuse et la publicité numérique :

Dispositions communes : dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les dispositifs doivent être éteints entre 1h et 6h du matin. En sont exemptées les publicités lumineuses installées sur l'emprise des aéroports, celles supportées par le mobilier urbain, à condition que les images soient fixes (R.581-35). Leur surface d'affichage est portée à 8 m² au maximum, et ils s'élèvent à 6 mètres maximum au dessus du sol[8].

Publicité lumineuse (R.581-34 à R.581-40)	**Publicité numérique (R.581-41)**
Identification **:** dispositif éclairé par projection ou par transparence. Règles : en dehors des règles d'extinction précitées, cette catégorie est soumise aux mêmes prescriptions que la publicité classique (*par exemple sont interdits les dispositifs lumineux en agglomération de moins de 10 000 habitants*).	Identification : repose sur l'utilisation d'écrans (*écrans animés, images fixes qui sont déroulées continuellement, vidéos…*). Règles : mêmes prescriptions que la publicité classique, avec des spécificités : - Interdiction sur le territoire des parcs naturels régionaux. - Autorisation obligatoire de l'autorité compétente en matière de police de l'affichage (R.581-41)

Contrairement à la publicité non lumineuse, ces dispositifs lumineux peuvent être apposés sur une toiture ou une terrasse, à condition qu'ils soit réalisés au moyen de **lettres** ou **signes découpés** (R.581-39). Format :

→ ***Immeuble de moins de 20 m*** : la hauteur ne peut dépasser 1/6ème de la hauteur de la façade ni dépasser 2 m (R.581-38)

→ ***Immeuble de plus de 20 m*** : la hauteur ne peut dépasser 1/10ème de la hauteur de la façade ni dépasser 6 m (R.581-38)

8 Par dérogation la surface de ces dispositifs peut s'élever à 50 m² et leur hauteur par rapport au sol à 10 mètres lorsqu'ils se situent dans l'emprise d'un aéroport dont le flux annuel de passagers dépasse 3 millions de personnes (*Paris, Marseille, Bordeaux, Toulouse, Beauvais, Nice, Lyon, Bâle, Nantes*)

Publicités sur le mobilier urbain :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire, supporter de la publicité, sous différentes conditions (article R.581-42) :

- Ne peut supporter de la publicité lumineuse dans les agglomérations de - de 10 000 habitants, ni dans les PNR, l'aire d'adhésion des parcs nationaux, ou zone Natura 2000.
- S'appliquent les interdictions d'affichage posées par les articles R.581-30 (*interdiction d'implantation dans les espaces boisés classés et les zones à protéger*) et -31 (*interdiction de publicité scellée au sol en agglomération de moins de 10 000 habitants*).

Dispositif	Exemple	Règles
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local (article R.581-47 du code de l'environnement).		Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée aux informations locales ou œuvres artistiques. Généralement à double face, ce type de panneau peut donc accueillir de la publicité sur une face, même en agglomération de moins de 10 000 habitants (*interdit en revanche si la publicité est d'une surface > 2m² et qu'elle s'élève à + de 3 m au dessus du sol*).
Affichage libre (article L.581-13) et colonnes porte-affiche (article R.581-45)		Les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage dit libre, en vue d'assurer la liberté d'opinion. La publicité est interdite, en dehors de celle relative aux activités des associations sans but lucratif.
Publicité sur abri destiné au public (article. R.581-43)		Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m². L'installation de publicité sur le toit de ces abris est interdite.

Publicité sur véhicule terrestre :

Sont concernés ici les véhicules n'ayant pas d'autres missions que celle de supporter des messages publicitaires. En effet, le code de l'environnement ne s'applique pas aux publicités relatives à l'activité exercée par le propriétaire ou l'usager d'un véhicule (*par exemple ne sont pas concernés les véhicules d'artisans ou véhicules de livraison*).

(Si dessus le code de l'environnement ne s'appliquera que pour le véhicule de droite)

Pour les véhicules exclusivement publicitaires : (article R.581-48)

- Interdiction de stationner ou séjourner en des lieux où la publicité est visible depuis une voie ouverte à la circulation du public.
- Interdiction de circuler en convoi et à une vitesse anormalement réduite.
- Interdiction de circuler dans des lieux interdits à la publicité (*par exemple en zone Natura 2000 ou dans un parc naturel régional*).
- Interdiction de supporter de la publicité lumineuse (article R.418-1 code de la route).
- Surface d'affichage totale sur véhicule de 12 m² au maximum.

Publicité sur bâche : (article R.581-53)

Tous ces dispositions sont interdits :

- Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (même celles qui font partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants).
- Si la publicité est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement, d'une route express, déviation, voie publique située hors agglomération.
- Ils sont soumis aux dispositions générales applicables à la publicité (*ne peuvent être apposées sur un monument naturel, dépasser les limites du mur support...*).

Bâche de chantier : sont visées ici les bâches comportant de la publicité qui sont installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux (R.581-54) :

- La durée de l'affichage publicitaire ne peut excéder le temps d'utilisation des échafaudages pour les travaux.
- L'affichage publicitaire ne peut excéder plus de la moitié de la surface totale de la bâche de chantier (*exception : lorsque les travaux de rénovation ont pour objet d'obtenir le label « haute performance énergétique rénovation », dit « BBC rénovation », l'autorité compétente en matière de police de la publicité peut autoriser une superficie publicitaire plus grande*).

<u>Autres bâches publicitaires</u> : sont visées ici toutes les bâches publicitaires autres que celles installées sur des échafaudages (R.581-55)

- Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie.
- Elles doivent être parallèles aux murs qui les supportent.
- La distance entre deux bâches publicitaires est de minimum 100 mètres.

<u>Pour les dispositifs de dimension exceptionnelle</u> : (R.581-56)

- Période d'affichage comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et 15 jours après.
- Ceux qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface supérieure à 50 m^2.

LES ENSEIGNES :

« *Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* ».

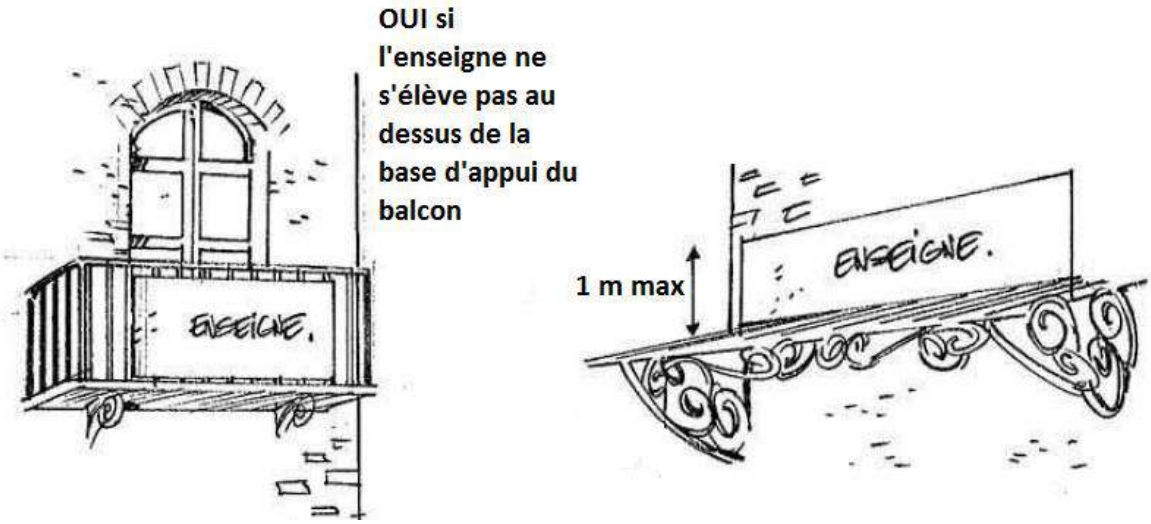
⚠ Dans certaines hypothèses, notamment pour des raisons de dimensions ou lorsque l'implantation est très visible, des dispositifs répondant *a priori* à la définition des enseignes peuvent se voir requalifiés de publicité[9].

Quelque soit le dispositif employé, les enseignes ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface totale de la façade où s'exerce l'activité ; et 25% lorsque la façade de l'établissement commercial est inférieure à 50 m² (article R.581-63). La façade à considérer est celle où est apposée l'enseigne[10].

Sur chaque façade, la surface cumulée des enseignes (en vert) est comparée à la surface totale de la façade (hauteur x largeur). Les publicités et le micro-affichage (en rouge) ne sont pas à prendre en compte dans le calcul de la surface des enseignes.

Par ailleurs, toutes les enseignes doivent être maintenues en bon état de fonctionnement, de propreté et d'entretien (article R.581-58). Certaines sont soumises à autorisation, c'est le cas pour celles implantées sur un immeuble inscrit ou classé, dans un parc naturel régional ou dans un secteur sauvegardé, ou encore s'il existe un RLP.

<u>Enseignes sur balcon ou auvent</u> : (article R.581-60)



9 Conseil d'État, 13 novembre 1992, « *Cie Gran incendies-Accidents* », req. N°110604, sur des lettres découpées de grande dimension implantées au sommet d'un immeuble.

10 CE, 4 mars 2013, *SA Fiat France,* n°353423

Enseignes perpendiculaires au mur : (article R.581-61)

- Ne doivent pas séparer la limite supérieure de ce mur.
- Ne doivent pas être installées devant les fenêtres ou les balcons.
- Ne peuvent excéder 2 m de largeur à partir du mur.

Enseignes parallèles au mur : (article R.581-60)

- Ne doivent pas dépasser la limite du mur ni l'égout du toit.
- Doivent avoir une saillie maximum de 25 cm.

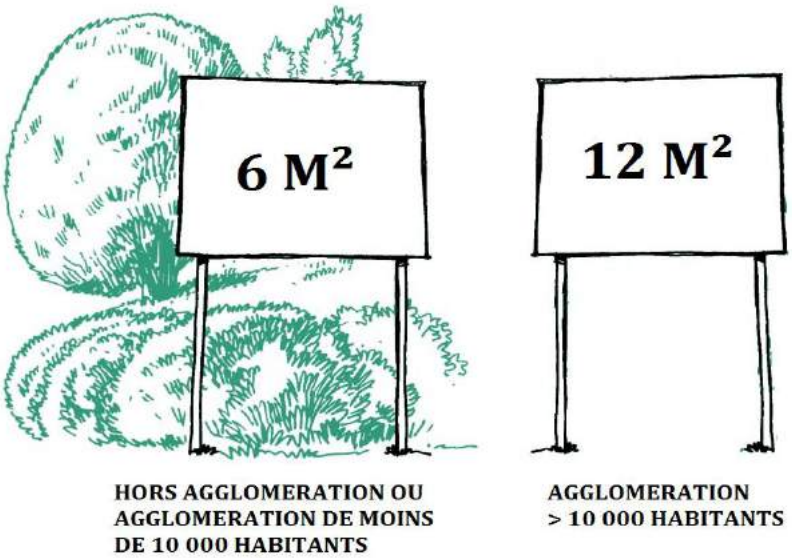
Enseignes sur toitures et terrasses : (article R.581-62)

Ces règles ne s'appliquent que lorsque l'activité exercée occupe plus de la moitié du bâtiment. Lorsque ce n'est pas le cas, l'installation de ces enseignes est régie par les même règles applicables aux dispositifs publicitaires lumineux sur toiture ou terrasse (*voir article R.581-38 page 8*). Comme pour ces dispositifs également, les enseignes sur toiture ou terrasse doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés.

Enseignes clignotantes : elles sont interdites, sauf pour les pharmacies ou services d'urgence (article R.581-59).

Enseignes scellées au sol ou installées directement au sol de plus de 1 m² :

- Ne peuvent pas être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur le fond voisin (article R.581-64).
- Un seul dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation bordant l'immeuble où est exercée l'activité (article R.581-64).
- Hors agglomération ou dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, la surface de ces enseignes ne peut dépasser 6 m², et 12 m² en agglomération de plus de 10 000 habitants (*ou de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants*) (article R.581-65).



- Les enseignes d'une largeur supérieure à 1 m ne pourront pas dépasser 6,50 m de haut.
- Les enseignes d'une largeur inférieure à 1 m ne pourront pas dépasser 8 m de haut.

Quelle surface retenir ?

Pour les panneaux ou totems : la surface à prendre en compte est celle du panneau de fond.

Pour les mâts : la surface à prendre en compte est celle de la surface du drapeau ou kakemono.

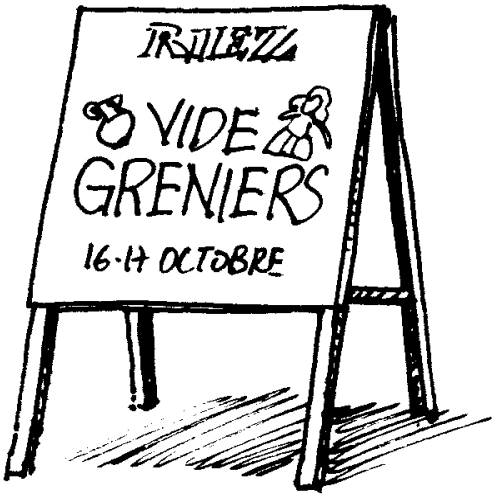
Pour toute autre forme : prendre en compte la surface du rectangle dans lequel s'inscrit la forme.

Enseignes temporaires :

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (article L.581-68) :

- Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois (*par exemple des soldes, une foire, une promotion commerciale...*).

- Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



Durée : les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée, et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation/opération (article R.581-69).

Règles d'implantation :

- Ces enseignes doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne qui exerce l'activité signalée (article R.581-58).
- Si elles sont lumineuses, elle ne sont cependant pas soumises à la règle d'extinction nocturne. En revanche, elles ne peuvent être clignotantes (article R.581-59).
- Elles sont soumises aux mêmes règles de disposition que les enseignes parallèles ou perpendiculaires au mur (article R.581-60 et R.581-61).
- La surface unitaire maximale d'une enseigne temporaire signalant une opération ayant trait à l'immobilier est limitée à 12 m^2 lorsqu'elle est scellée au sol ou installée directement sur le sol (article R.581-70).

PRE-ENSEIGNES :

« *Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* ». Concrètement, ce sont des d'informations sur la proximité d'un centre commercial.

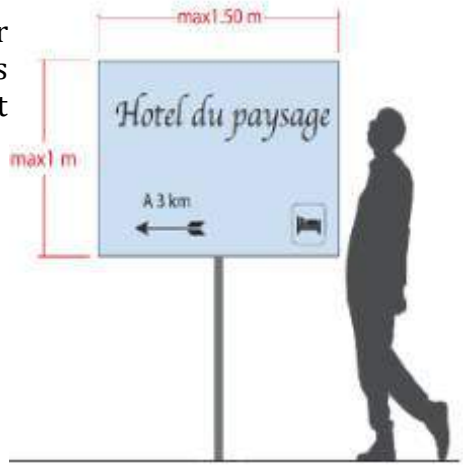
→ Le critère important est l'indication de proximité (*une adresse, une flèche, une distance...*)

Le principe : les pré-enseignes suivent la même réglementation que la publicité, notamment pour ce qui est des règles d'implantation ou de densité.

Pré-enseigne dérogatoire **:** il s'agit d'une pré-enseigne implantée **hors agglomération** qui signale une activité citée par l'article L. 581-19 : activité en relation avec la fabrication ou vente de **produits du terroir** ; activité **culturelle** ou monument **historique/classé/inscrit**, **ouvert à la visite** ; ou une opération/manifestation exceptionnelle de moins de 3 mois. Jusqu'au **13 juillet 2015**, c'est l'ancienne rédaction de l'article qui s'applique : y sont incluses en plus les activités utiles aux personnes en déplacement (*ex : garagiste, station service...*), les activités relatives à un service public ou d'urgence, et les activités en retrait de la voie.

Hors agglomération, le dispositif ne peut excéder 1 m de hauteur ou 1,50 m de largeur (article R.581-66), ni être implanté à plus de 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est implantée l'activité signalée (10 km pour monuments classés).

Type d'activité	Nombre de dispositifs autorisés (R.581-67)
Fabrication/ vente de produits du terroir	2 panneaux max par établissement
Activités culturelles	2 panneaux max par activité
Monuments classés/ inscrits ouverts à la visite	4 panneaux max par monument



Ces pré-enseignes dérogatoires ne peuvent avoir une autre forme qu'un panneau plat de forme rectangulaire. La loi autorise cependant la juxtaposition de deux pré-enseignes dérogatoires au maximum, verticalement et alignées sur un seul et même mât.

Ce qui est toujours interdit :[11]

- Les panneaux qui réduisent la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires.
- Les panneaux comportant une indication de localité + une flèche ; ou une localité + une distance kilométrique.
- Les panneaux qui, par leur forme, leurs couleurs, leur texte, leurs symboles ou leur dimension, ressemblent à des panneaux de signalisation routière.

11 Article R.418-2 du code de la route

LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE :

Le RLP a été institué en 1979, afin de permettre aux communes[12] d'adapter les règles de publicité aux spécificités des territoires. L'exercice de cette compétence, décentralisée par la loi Grenelle II, a été strictement encadré par le législateur :

- ***Dans les secteurs où la publicité est absolument interdite*** : secteurs mentionnés à l'article L.581-4 (*immeubles classés, monuments naturels, arbres...*). Ici le RLP ne peut autoriser aucune implantation de dispositifs publicitaires.
- ***Dans les secteurs où la publicité est autorisée de manière dérogatoire*** : secteurs mentionnés à l'article L.581-8* et zones commerciales situées hors agglomération exclusives de toute habitation. Ici le RLP peut réintroduire des possibilités d'affichage (*ZPA = zone de publicité autorisée*), à condition qu'elles ne soient pas plus permissives que celles qui résulteraient des règles nationales qui seraient applicables en l'absence d'interdiction légal (*ex : si l'on se situe dans une agglomération de moins de 10 000 habitants le RLP ne pourra autoriser des dispositifs publicitaires scellés au sol*).
- ***Dans les secteurs où la publicité est déjà admise par la réglementation nationale*** : ici les règles locales ne pourront qu'être plus restrictives que les règles nationales (*ex : en agglomération de moins de 10 000 habitants, le RLP ne pourra imposer une surface d'affichage > à 4 m² pour un dispositif mural ; mais il pourra imposer une surface d'affichage maximum de 3 m²*). Ces zones seront identifiées dans le RLP en tant que ZPR (*zones de publicité restreinte*).

***Article L.581-8 code environnement** :
« *I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :*

1° Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
2° Dans les secteurs sauvegardés ;
3° Dans les parcs naturels régionaux ;
4° Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;
5° A 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 ;
6° Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ;
7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Dispositions générales :

- Un RLP est élaboré selon les mêmes règles d'élaboration du PLU[13] et est annexé à ce dernier.
- Un RLP ne peut interdire de manière générale la publicité sur tout le territoire communal ou intercommunal.
- En présence d'un RLP, les compétences en matière de police de la publicité ne sont plus exercées par le préfet mais par le maire (article L.581-14-2).

12 Liste des communes de Charente Maritime disposant d'un RLP en annexe page 26
13 PLU = Plan local d'urbanisme

Le RLP s'applique aussi bien aux publicités (article L.581-9) qu'aux enseignes (article L.581-18) ou pré-enseignes dérogatoires (article R.581-74 et R.581-66). Il adapte au contexte local les dispositions prévues par la loi en matière :

- D'emplacements, de densité, de surface, de hauteur et d'entretien.
- De type de dispositif utilisé (bâche, micro-affichage...).
- D'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique (article R.581-42).
- De publicités et/ou d'enseignes lumineuses (article R.581-76).

Dispositions particulières :

- Lorsque la commune ou l'EPCI fait partie d'une unité urbaine de + 800 000 habitants, le RLP doit définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses.
- Lorsqu'un EPCI engage l'élaboration d'un RLP intercommunal (RLPi), les communes de son territoire précédemment couvertes par un RLP verront leur RLP caducs dès l'approbation du RLPi.
- A proximité immédiate des établissements et centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, le RLP doit délimiter des périmètres correspondant à ces espaces et fixer les prescriptions s'appliquant aux dispositifs publicitaires autorisés (R. 581-77 du code de l'environnement).
- Si l'on souhaite autoriser la publicité dans des lieux d'interdiction relative visés à l'article L. 581-8 du code de l'environnement, le RLP fixe les prescriptions s'appliquant dans ces espaces ;

Règles de compatibilité : le RLP doit être notamment 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 l'aire d'adhésion.
- Les orientations de protection, de mise en valeur et de développement et les mesures de la charte d'un PNR.

Cas des RLP anciens :

La Loi Grenelle II du 12 juillet 2010 est venue remanier en profondeur le contenu des RLP, tant sur la forme que sur le fond. Ainsi, dans les RLP adoptés avant le 13 juillet 2010, il est possible de trouver des ZPE (*zones de publicité élargie*) : des secteurs où les prescriptions relatives à la densité, surface, ou encore dispositifs utilisés, sont plus souples que la réglementation nationale (*par exemple une autorisation de surface d'affichage > à 4 m² en agglomération de moins de 10 000 habitants*). Ces RLP restent applicables jusqu'à leur révision ou modification, ou au plus tard jusqu'au 13 juillet 2020. Les dispositifs publicitaires auront alors à partir de cette date 2 ans pour se mettre en conformité (6 ans pour les enseignes).

A noter que les procédures d'élaboration des RLP qui étaient en cours lors de l'adoption de la Loi Grenelle II (*par exemple une demande au préfet de la constitution d'un groupe de travail*) ont pu se poursuivre selon l'ancien régime en vigueur, à condition toutefois que leur approbation intervienne avant le 14 juillet 2011[14].

14 Loi n°2010-788, 12 juillet 2010, art.39 : *Journal Officiel 13 juillet 2010*

RELEVER UNE INFRACTION :

Malgré la complexité de la réglementation qui régit l'affichage publicitaire, l'action de terrain se révèle souvent efficace. La procédure diffère selon la situation :

- ***La commune dispose d'un RLP*** : il faut alors le consulter pour vérifier sa bonne application. Dans cette hypothèse, l'autorité compétente en matière de police de la publicité est le maire (article L.581-14-2).
- ***La commune ne possède pas de RLP*** : c'est alors le cadre général du Code de l'environnement qui s'applique. En cas d'infraction, c'est le préfet qui est compétent en matière de police de la publicité.

Concrètement que faire ?

1. Prendre une photographie du dispositif publicitaire et noter son emplacement.
2. S'assurer que le dispositif en question est bien illégal : vérifier qu'il est bien en dehors de l'agglomération ou en violation des interdictions posées par le code de l'environnement, et qu'un RLP ne déroge pas à l'interdiction d'implantation.
3. Remplir le modèle de fiche de relevé d'infractions au code de l'environnement *(annexe page 22*), en renseignant la localisation du panneau et sa description.
4. Adresser cette fiche à l'autorité compétente, en lui demandant par courrier (*modèle de courrier en annexe page 21*) de mettre en demeure la société responsable de l'implantation du panneau de retirer ce dernier (article L.581-27). Envoyez également cette fiche à l'association soit par courrier soit par email (n.environnement17@wanadoo.fr).

Une fois informée, l'autorité compétente en matière de police de la publicité doit mettre en demeure l'afficheur de retirer le dispositif illégal. Suite à sa notification, ce dernier a 15 jours pour se mettre en conformité (article L.581-30).

BIBLIOGRAPHIE

I. Articles :

- STREBLER, « *Police de l'affichage et de la publicité extérieure – Réglementation locale* », Jurisclasseur, 9 février 2014
- MORITZ, « *Affichage – Publicité extérieure* », Jurisclasseur, 1 mai 2014

II. Textes :

Les textes législatifs :

- Loi du 21 avril 1906, organisant la protection des sites et monuments naturels de caractère artistique.
- Loi n°79-1150 du 29 décembre 1979, relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes.
- Loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, Grenelle II.

Les textes réglementaires :

- Décret n°82-220 du 25 février 1982 qui fixe une surface minimale, en fonction du nombre d'habitants et de la superficie de la commune, que chaque commune doit réserver à cet affichage.
- Décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes.
- Décret n° 2014-505 du 20 mai 2014, portant classement du PNR du Marais Poitevin.

Codes :

- Code de l'environnement
- Code de la route

III. Les sites internet :

- http://www.agirpourlespaysages.org/
- http://www.developpement-durable.gouv.fr
- http://geoportail.gouv.fr
- http://www.parc-marais-poitevin.fr
- http://paysagesdefrance.org/
-

IV. Divers :

- Charte 2014-2026 du parc Marais Poitevin.
- Étude réalisée par FNE Pays de la Loire, « *L'application de la législation relative à l'affichage publicitaire dans les parcs naturels régionaux des Pays de la Loire* », Julie FAUVEL, novembre 2014.
- Guide pratique, « *Avec KIVOITOU menez la vie dure aux panneaux illégaux* », Paysage de France, Novembre 2012.
- Guide pratique « *La réglementation de la publicité extérieure* », Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie, ZAVOLI, avril 2014.

ANNEXES

Modèle de courrier :

……, le … … 2015,
Madame/Monsieur le Préfet[15],

Objet : Publicité illicite
Pièce jointes : Fiche de relevé d'infraction au Code de l'Environnement

Madame/Monsieur le Préfet,

J'ai constaté la présence, sur le territoire de la commune de ……. , d'un dispositif publicitaire qui ne respecte pas les dispositions du Code de l'Environnement. Une fiche de relevé d'infraction jointe à cette lettre vous informe de son emplacement exact et de ses caractéristiques.

Comme vous le savez, l'affichage publicitaire peut avoir un impact très négatif sur l'environnement, le cadre de vie des habitants et l'image d'une commune. Cette pollution visuelle est de moins en moins supportée par nos concitoyens. D'où l'importance de faire supprimer ou mettre en conformité les panneaux en infraction. D'où aussi l'intérêt de mettre en place, ainsi que la loi en ouvre la possibilité, des réglementations locales plus respectueuses du cadre de vie et de l'environnement.

En application de l'article L. 581-27 du Code de l'Environnement, je vous demande de bien vouloir engager les procédures appropriées dans les meilleurs délais, et de me tenir informé du résultat de vos démarches.

Je vous pris d'agréer, *Madame/Monsieur le Préfet*, l'expression de mes salutations les plus distinguées.

Signature

Copie à Nature Environnement 17,
2 avenue St Pierre
17700 SURGERES

15 En présence d'un RLP l'autorité compétente en matière de police de la publicité est le maire.

Fiche de relevé d'infraction :

FICHE DE RELEVE D'INFRACTION AU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

Fiche n° ...*

Photographie

(permet de situer le dispositif dans son environnement. Si plusieurs dispositifs sont visibles, il faut entourer celui qui est visé par la fiche)

COMMUNE	*Indiquer entre parenthèses le département.*
DATE	*Indiquer la date la plus récente à laquelle le dispositif a été vu en place*
LOCALISATION	*Indiquer l'adresse exacte (numéro et nom de la voie), ou a défaut le plus de précisions possibles pour localiser le dispositif.*
DESCRIPTION	*Préciser si c'est une publicité, une enseigne ou une pré-enseigne, son support, son format...*
IDENTIFICATION	*Ne concerne pas les enseignes. Indiquer toutes les mentions relevées sur le cadre du panneau : nom de l'afficheur, numéro de panneau et/ou de téléphone. À défaut indiquer « aucune ».*
INFRACTION	*Indiquer les extraits des textes applicables.*
AFFICHEUR	*Ne concerne pas les enseignes. Indiquer la raison sociale de l'afficheur, et si possible l'adresse de son siège social. À défaut indiquer « non identifié ».*
BENEFICIAIRE	*Ne concerne que les enseignes, ou publicités et pré-enseignes sans afficheur identifié : indiquer la dénomination commerciale et la ville du bénéficiaire, et éventuellement la raison sociale et l'adresse du siège social.*

**Employez des numéros uniques et cohérents (ex : code INSEE de la commune + numéro de fiche)*

Exemple :

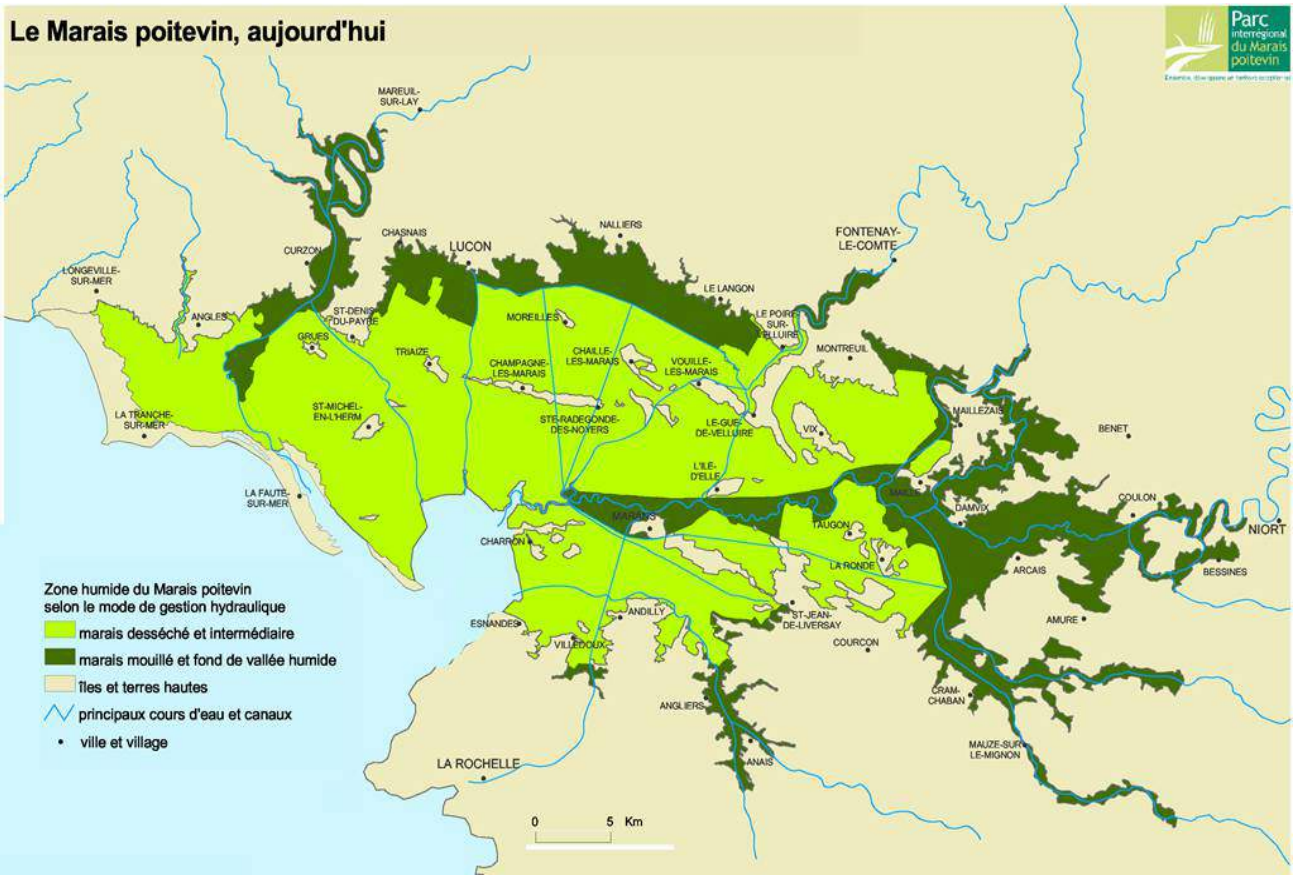
Fiche n° **71342-24**

Fiche de relevé d'infraction au code de l'environnement

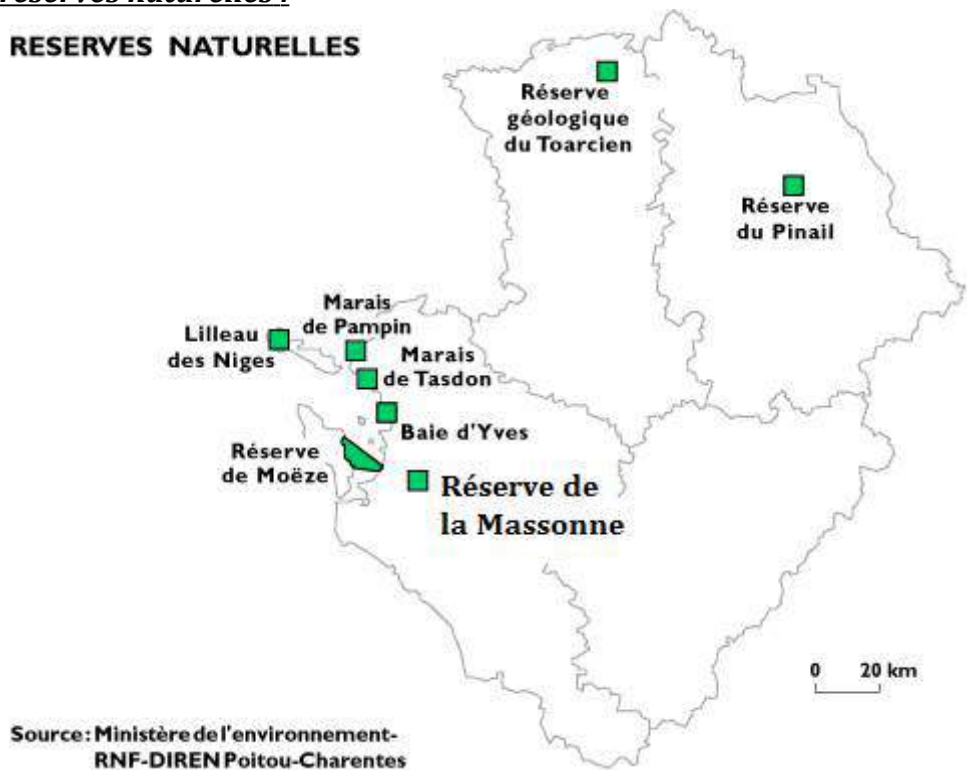
Commune :	PARAY-LE-MONIAL (SAÔNE-ET-LOIRE)
Date :	17 juillet 2012
Localisation :	RD 352 (avenue de Chalon-sur-Saône), à droite en direction de l'échangeur avec la RN 79 après le rond point avec le boulevard des Charmes
Description :	Panneau publicitaire scellé au sol simple face de 12 m^2
Identification :	CBS 535600
Infraction :	Article R. 581-31 en vigueur depuis le 1er juillet 2012 (NATINF : 2387) *« Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les d'agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. […] »* N.B. : Jusqu'au 30 juin 2012, l'article R. 581-23 disposait : *« Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants. […] »*
Afficheur :	CBS OUTDOOR 3, esplanade du Foncet 92130 ISSY-LES-MOULINEAUX
Bénéficiaire :	

Cartes des espaces protégés :

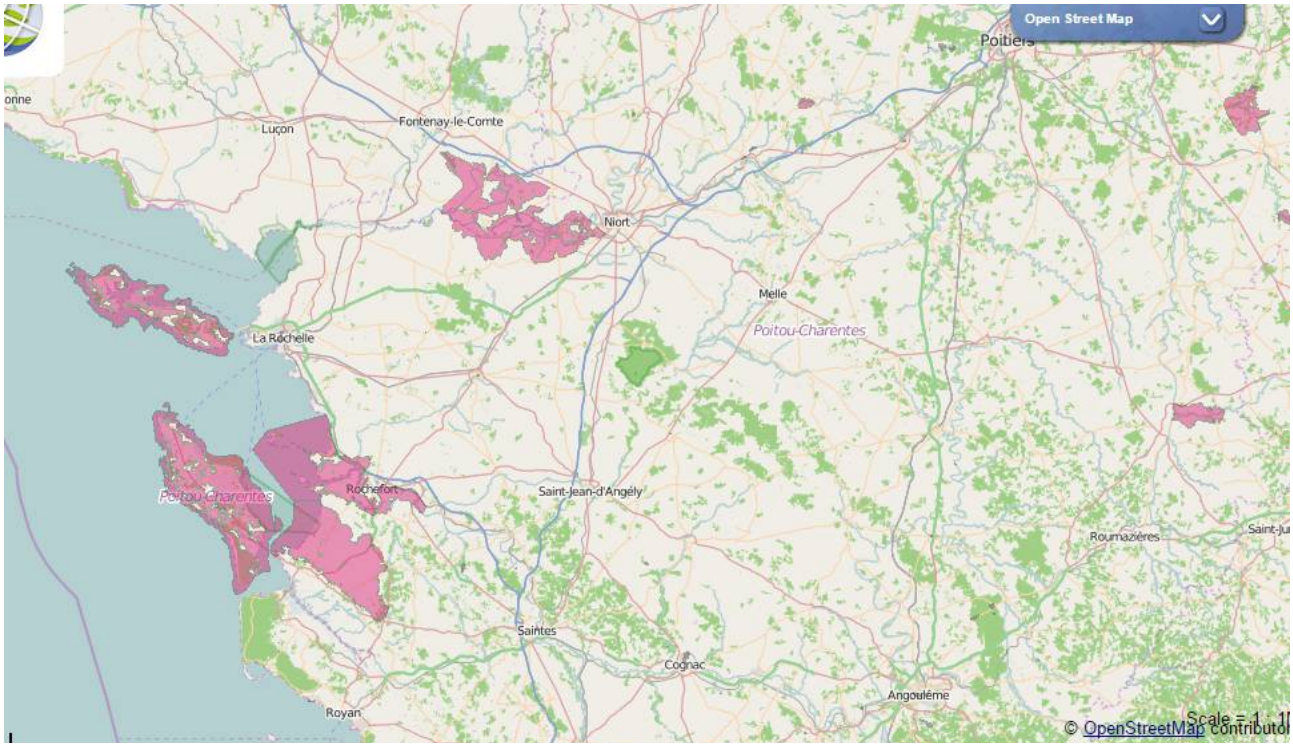
Carte PNR du Marais Poitevin



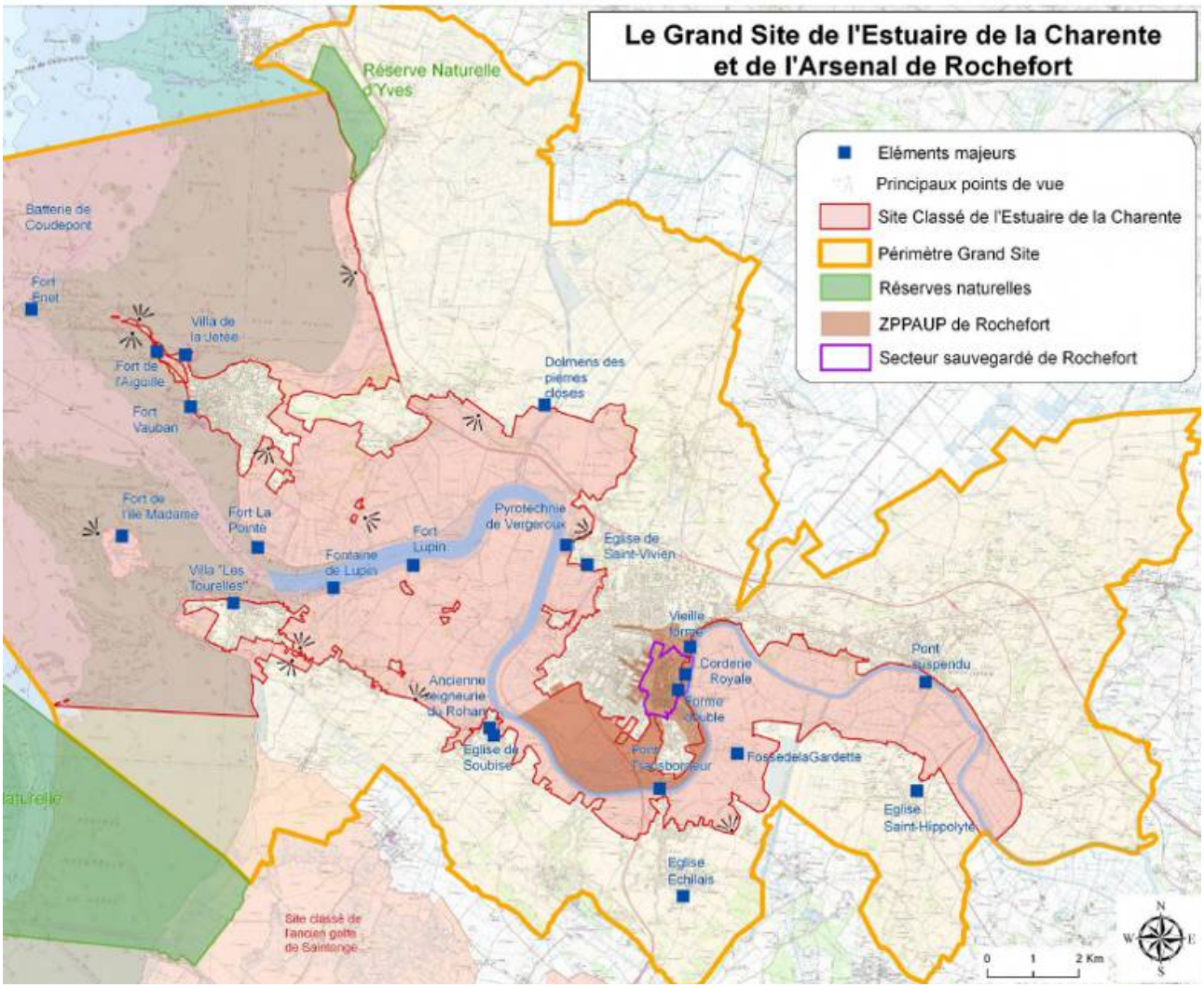
Cartes des réserves naturelles :



Sites classés :



http://cartographie.observatoire-environnement.org/visualiseur/



Liste des communes ayant un RLP et unités urbaines de Charente-Maritime : (*population légale 2012 – INSEE*)

Article R.581-31 code environnement : « *Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les* ***agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants*** ».

Surlignées en jaune les communes ayant approuvé un RLP
En gras les communes de plus de 10 000 habitants

Rang	Nom de l'unité urbaine	Population totale	Liste des communes (nombre d'habitants)
1	**La Rochelle**	**130 789**	Angoulins (3 924) Aytré (9 111) Châtelaillon-Plage (6 079) Dompierre-sur-Mer (5 491) Lagord (7 437) Nieul-sur-Mer (5 890) Périgny (7 839) Puilboreau (5 791) La Rochelle (77 119) Salles-sur-Mer (2 108)
2	**Rochefort**	**39 878**	Breuil-Magné (1 734) Echillais (3 415) Rochefort (25 569) Tonnay-Charente (8 084) Vergeroux (1 076)
3	**Royan**	**35 956**	Meschers-sur-Gironde (3 009) Royan (18 389) Saint-Augustin (1 329) Saint-Georges-de-Didonne (5 164) Saint-Palais-sur-Mer (4 070) Vaux-sur-Mer (3 995)
4	**Saintes**	**31 173**	Saintes (27 140) Fontcouverte (2 410) Les Gonds (1 623)
5	**La Tremblade**	**12 112**	Arvert (3 339) Chaillevette (1 495) Etaules (2 435) La Tremblade (4 843)
6	Saint-Jean-d'Angély	**9 407**	Saint-Jean-d'Angely (8 173) Saint-Julien-de-l'Escap (854) Ternant (380)
7	Marennes	**9 236**	Bourcefranc-le-Chapus (3 489)

			Marennes (5 747)
8	Saujon	**7 168**	Saujon (7 168)
9	Saint-Pierre-d'Oléron	**6 726**	Saint-Pierre-d'Oléron (6 726)
10	Surgères	**6 821**	Surgères (6 821)
11	La Flotte	**5 373**	La Flotte (2 923) Saint-Martin-de-Ré (2 450)
12	Jonzac	**5 801**	Jonzac (3 862) Saint-Germain-de-Lusignan (1 377) Saint-Martial-de-Vitaterne (562)
13	Marans	**4 695**	Marans (4 695)
14	Ars-en-Ré	**4 596**	Ars-en-Ré (1 314) La Couarde-sur-Mer (1 269) Loix (687) Les Portes-en-Ré (624) Saint-Clément-des-Baleines (702)
15	Saint-Xandre	**4 563**	Saint-Xandre (4 563)
16	Pons	**4 381**	Pons (4 381)
17	Fouras	**4 157**	Fouras (4 157)
18	Le Château-d'Oléron	**4 048**	Le Château-d'Oléron (4 048)
19	Aigrefeuille-d'Aunis	**3 803**	Aigrefeuille-d'Aunis (3 803)
20	Montendre	**3 702**	Montendre (3 334) Souméras (368)
21	Sainte-Marie-de-Ré	**3 376**	Sainte-Marie-de-Ré (3 376)
22	Port-des-Barques	**3 147**	Port-des-Barques (1 952) Saint-Nazaire-sur-Charente (1 195)
23	La Jarrie	**3 012**	La Jarrie (3 012)
24	Breuillet	**2 741**	Breuilet (2 741)
25	Marsilly	**2 843**	Marsilly (2 843)
26	Saint-Trojan-les-Bains	**2 527**	Saint-Trojan-les-Bains (1 466) Le Grand Village-Plage (1 061)
27	Saint-Agnant	**2 654**	Saint-Agnant (2 654)
28	Le Bois-Plage-en-Ré	**2 410**	Le Bois-Plage-en-Ré (2 410)
29	Rivedoux-Plage	**2 346**	Rivedoux-Plage (2 346)
30	La Jarne	**2 478**	La Jarne (2 478)
31	Matha	**2 281**	Matha (2 281)
32	Saint-Aigulin	**1 943**	Saint-Aigulin (1 943)

QUELQUES EXEMPLES

→ Illégal : hors agglomération la publicité est interdite.

Illégal : Les enseignes d'une largeur > à 1m ne pourront pas dépasser les 6,50 m de haut, et celles d'une largeur < 1 m ne pourront dépasser les 8 m de haut.

→ Illégal : il s'agit d'une pré-enseigne située en agglomération, donc soumise aux mêmes règles que la publicité, dont l'implantation sur la façade d'un mur est interdite si ce mur n'est pas aveugle.

Illégal : hors agglomération, ne sont autorisées que les pré-enseignes signalant une activité en relation avec les produits du terroir, une activité culturelle ou une manifestation/opération exceptionnelle. De plus, elles ne peuvent excéder 1 m de hauteur ni 1,50 cm de largeur.

→ Publicité numérique implantée sur la commune de Rochefort (agglomération de + de 10 000 habitants), de 7 m² de surface et de 6 m de hauteur, donc Légal.

Pré-enseigne hors agglomération signalant une activité en relation avec les produits du terroir, donc <u>légal</u>.

→ <u>Illégal</u> : Le dispositif dépasse le coté gauche du mur qui le supporte.

Pré-enseigne scellée au sol de 12 m² sur la commune de Rochefort : <u>légal</u>.

→ <u>Illégal</u> : la publicité sur toiture est interdite... Mais attention à bien identifier les dispositifs !

En effet, si l'on se place derrière ce panneau, on se rend compte qu'il s'agit d'un dispositif scellé au sol d'environ 12 m², donc légal en agglomération de plus de 10 000 habitants.