



**REGLEMENT LOCAL
DE PUBLICITE
INTERCOMMUNAL**

RPI

**Annexe n°2 : Synthèse du Règlement National
de Publicité**

SOMMAIRE

Préambule	3
Chapitre 1 : Préambule.....	4
Chapitre 2 : Dispositions applicables à la publicité	5
I. Dispositions générales.....	5
II. Les principales règles.....	5
Chapitre 3 : Dispositions applicables aux pré-enseignes	20
I. Les pré-enseignes dérogatoires.....	20
II. Les pré-enseignes temporaires	21
Chapitre 4 : Dispositions applicables aux enseignes	22
I. Dispositions communes.....	22
II. Dispositions propres à chaque type d'enseigne.....	22
Chapitre 5 : Dispositions applicables à l'affichage d'opinion et associative	30
Chapitre 6 : Modalités administratives	31
I. Mise en conformité des dispositifs existants	31
II. Répartition des compétences de police	31
III. Procédures de déclaration et d'autorisation préalable	31
IV. L'autorisation préalable.....	32
Chapitre 7 : Procédures de sanctions.....	33
I. Agents verbalisateurs (art. L 581-40 du Code de l'Environnement)	33
II. Les auteurs de l'infraction	33

Préambule

Chapitre 1 : Préambule

Reprenant les principes qui gouvernent le droit de l'urbanisme, le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 – communément appelée règlement national de la publicité (RNP) - applicable à l'ensemble du territoire national (métropolitain et ultra-marin).

Le présent document synthétise le RNP et les extraits du Code de l'Environnement en vigueur au jour de l'arrêt du présent Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI). La majeure partie des illustrations du présent document proviennent du Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure, produit en 2014 par le Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie.

Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité intercommunal (RLPI), tel que le RLPI de la communauté de communes des Pays de l'Aigle, peut être institué. Il comporte des règles plus restrictives que celles du RNP.

Lorsque les dispositions spécifiques du RLPI ne portent que sur certains aspects de la réglementation et que, pour le reste de la réglementation, le RLPI ne prévoit pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du RNP qui s'appliquent : dans ce cas, le RNP vaut RLPI. Un exemple : la règle nationale de densité introduite par la loi ENE dans le code de l'environnement. Si le RLPI ne comporte aucune disposition relative à la densité, celle du RNP s'applique. En revanche, si un RLPI a fixé une règle de densité spécifique, plus restrictive que la règle nationale de densité, celle-ci s'efface au profit de la règle locale de densité.

Le régime de la publicité extérieure est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle un dispositif est implanté, les modalités de décompte de la population s'avèrent importantes.

Les règles sont différentes entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants et celles de plus de 10 000 habitants. Le nombre d'habitant s'apprécie dans les limites de chaque agglomération du territoire.

Le code de l'environnement fait également référence à la notion d'unité urbaine à laquelle s'applique des seuils de population (seuils de 100 000 habitants et de 800 000 habitants).

Sur le territoire des Pays de l'Aigle, chacune des agglomérations comporte moins de 10 000 habitants. Le territoire intercommunal ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Chaque agglomération du territoire est donc régie par les dispositions du Code de l'Environnement et de la Route se référant aux « agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ».

Chapitre 2 : Dispositions applicables à la publicité

Dans la mesure où l'article L.581-19 dispose que les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, les développements qui suivent s'appliquent tant à la publicité qu'aux pré-enseignes.

I. Dispositions générales

Conformément à l'article L 581-5 du Code de l'Environnement, toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

II. Les principales règles

1. Règle de densité des publicités

Depuis le 1er juillet 2012, 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 (Art. R.581-25).

La règle de la densité s'applique à la publicité lumineuse ou non lumineuse murale, scellée ou installée directement sur le sol. En conséquence, dès lors que le nombre maximum de dispositifs possibles est atteint sur l'unité foncière, aucun autre dispositif ne pourra être installé, si petit soit-il.

Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte.

La règle ne s'applique pas :

- aux publicités apposées sur une palissade ou sur une toiture ;
- aux publicités supportées par le mobilier urbain ;
- aux bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles comportant de la publicité ;
- à l'affichage de petit format (micro-affichage) ;
- aux préenseignes dérogatoires.

Sur le domaine privé

Unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres

Il pourra être installé :

- soit 2 dispositifs muraux alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ; Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...)

- soit 1 dispositif au sol sur les unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 40m, 2 dispositifs sur les unités foncières d'une longueur supérieure à 40 m linéaire ;

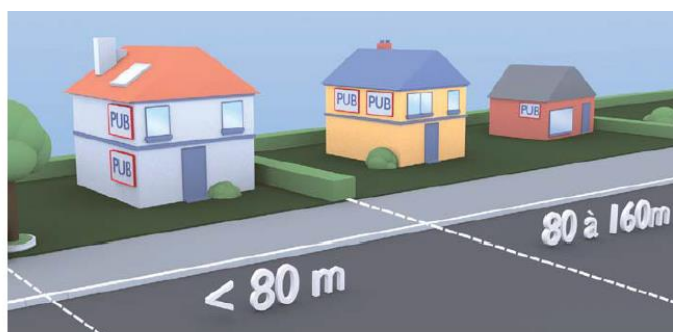
Les dispositifs double face sont considérés comme un seul dispositif dès lors que les 2 faces sont de mêmes dimensions, rigoureusement dos à dos et sans séparation visible.

Unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres

Un dispositif supplémentaire (mural ou scellé au sol) peut être installé par tranche entamée de 80m au-delà de la première.

- Ainsi, sur une unité foncière dont la longueur est de :
- 80m à 160m, trois dispositifs maximum peuvent être installés ;
- 160m à 240m, quatre dispositifs maximum peuvent être installés ; etc.

Les dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière (sous réserve de respecter les autres règles du RNP : H/2, etc.), aucune règle d'inter-distance n'est imposée.

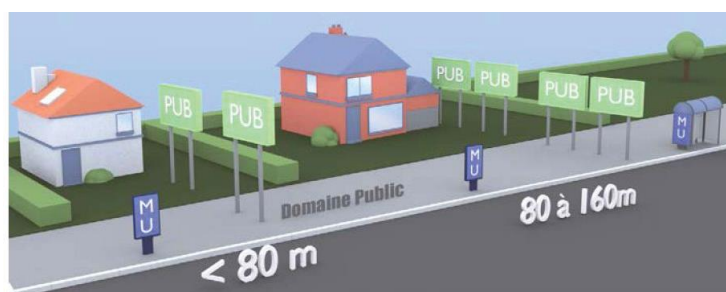


Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.



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.

Le nombre global de dispositifs pouvant être disposé sur le domaine public est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante. Un dispositif par tranche de 80m peut être installé au droit de l'unité foncière. Lorsque l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 80m, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80m au-delà de la première.



Un dispositif par tranche de 80 m sur le domaine public et ce, indépendamment de la règle de densité appliquée sur les unités foncières.

Aucune règle d'inter-distance n'est imposée.

2. Règle de luminance

Les publicités lumineuses respectent des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance. Cet arrêté est en cours d'élaboration.

3. Lieux d'interdiction de la publicité

Hors agglomération

L'article L 581-7 du Code de l'Environnement stipule qu' « en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. »

Il existe 2 dérogations prévues à l'article L.581-7. La publicité peut être admise :

- à proximité immédiate des centres commerciaux exclusifs de toute habitation ;
- dans l'emprise des aéroports et gares ferroviaires.

Ces cas n'existent pas sur le territoire de la communauté de communes des Pays de l'Aigle.

Interdictions absolues

L'article L 581-4 du Code de l'Environnement interdit toute publicité :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.

Il est également interdit de procéder à l'abattage ou à l'élagage des arbres ou arbustes dans le but d'installer ou de rendre plus visible une publicité, une enseigne ou une pré-enseigne (Conseil d'État N° 209103 du 14 février 2001 publié au Rec. CE).

Interdictions relatives

Ces interdictions sont relatives puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLPI.

L'article L.581-8 du Code de l'Environnement interdit toute publicité en agglomération :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code (ex-ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé) ;
- dans les Parc Naturels Régionaux (PNR) ;

- dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les Zones de Protection Spéciales (Natura 2000) et Zones Spéciales de Conservation.

Dans les cas cités, il convient de se référer au règlement et au zonage du RLPI qui fixe les règles s'y appliquant.

Autres interdictions

Conformément à l'article R 418-2 du Code de la Route, la publicité est interdite, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci si :

- elle comporte une indication de localité, complétée soit par une flèche, soit par une distance kilométrique ou la reproduction d'un signal routier réglementaire ou d'un schéma de pré-signalisation.
- elle peut être confondue avec les signaux réglementaires.

Sont interdits les dispositifs et dessins publicitaires triangulaires à fond blanc ou jaune, circulaires à fond rouge, bleu ou blanc, octogonaux à fond rouge, carrés à fond blanc ou jaune, s'ils sont disposés sur pointe.

Conformément à l'article R 418-3 du Code de la Route, il est interdit d'apposer des placards, papillons, affiches ou marquages sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière. Cette interdiction s'applique également sur les plantations, les trottoirs, les chaussées et d'une manière générale sur tous les ouvrages situés dans les emprises du domaine routier ou surplombant celui-ci. Des exceptions existent en ce qui concerne les associations et organismes sans but lucratif.

Conformément à l'article R 418-4 du Code de la Route, sont interdites les publicités qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière.

Conformément à l'article R 418-5 du Code de la Route, la publicité est interdite sur l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique, à l'exception de la publicité peinte ou fixée sur des véhicules circulant ou stationnant régulièrement sur les voies ouvertes à la circulation publique.

Article R418-6 : Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles des routes nationales, des chemins départementaux et des voies communales sont interdites de part et d'autre de celles-ci sur une largeur de 20 mètres mesurée à partir des bords extérieurs de la chaussée.

Toutefois, cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes publicitaires et préenseignes qui, ne gênant pas la perception de la signalisation routière et ne présentant aucun danger pour la sécurité de la circulation, satisfont aux conditions de surface et d'implantation fixées par arrêté conjoint du ministre de l'Intérieur et du ministre chargé de l'équipement.

Cas particuliers

Le Maire (ou préfet sur demande ou après avis du conseil municipal) et après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, peut interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque. (Article L.581-4).

4. Obligation d'entretien

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-24). Affiches durablement décollées, dispositifs d'affichage incomplets ou devenus dangereux, éclairages ou écrans défectueux se trouvent donc en infraction.

5. La publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse murale

❖ Définition

La publicité murale est définie comme toute publicité installée sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité. Ex : palissade, mur de clôture, mur de bâtiment...



❖ Interdictions

L'article R.581-22 du Code de l'Environnement interdit la publicité :

- sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime et aérienne ;
- sur les poteaux électriques et poteaux de télécommunication ;
- sur les supports d'éclairage public ;
- sur les arbres et plantations ;
- sur les murs des bâtiments sauf s'ils sont aveugles ou ne comportent que des ouvertures < à 0,5 m² ;
- sur les clôtures non aveugles ;
- sur les murs des cimetières et des jardins publics.

Conformément à l'article R.581-23 du Code de l'Environnement, les dispositions de l'article R. 581-22 ne sont pas applicables aux bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou dans les zones mentionnées à l'article L. 421-3 du Code de l'urbanisme, dans lesquelles le permis de démolir est institué.

❖ Surface et hauteur

La surface et la hauteur maximum des publicités sont liées au nombre d'habitants de l'agglomération et définies par l'article R.581-26 du Code de l'Environnement.

Démographie de l'agglomération	Surface maximum	Hauteur maximum
< 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	4m ²	6m

❖ Règles d'implantation

La publicité implantée au mur :

- ne peut être apposée à moins de 0.5m du sol (article R.581-27) ;
- ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni les limites d'égout du toit (article R.581-27) ;
- ne peut constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0.25m (article R.581-28) ;
- ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes aient été supprimées, sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque (article R.581-29) ;
- doit être parallèle à son support ;
- est soumise à la règle de densité.

La publicité non lumineuse sur palissade de chantier

La palissade est considérée comme une clôture aveugle provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité.

❖ Règles d'implantation

Elle doit se conformer aux dispositions qui régissent les publicités non lumineuses murales à l'exception de la règle de densité qui ne s'applique pas.



La publicité non lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu

La publicité non lumineuse est interdite sur une toiture ou terrasse en tenant lieu (article R.581-27).

La publicité non lumineuse scellée au sol ou installée directement sur le sol

❖ Définitions

La publicité scellée au sol est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet.

Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces entrent dans cette catégorie.

❖ Interdictions

Outre les interdictions générales des articles L.581-4 et L.581-7 et L.581-8 (voir pages précédentes), la publicité au sol est interdite :



- **Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;**
- dans les EBC et dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un PLU ou sur un POS (article R.581-30) ;
- si l'affiche qu'elle supporte est visible d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, que celles-ci soient en ou hors agglomération (Conseil d'État, 12/12/2013, Sté Trihept, req. n° 253906) (article R.581-31) ;
- si l'affiche qu'elle supporte est visible d'une déviation ou voie publique hors agglomération (article R.581-31).

6. La publicité lumineuse

Au sens de l'article R 581-34 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les dispositions communes à toutes les publicités s'appliquent aux publicités lumineuses.

La publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence

❖ Définition

Cette catégorie est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons : caissons lumineux, panneaux vitrines.



❖ Surface et hauteur

Agglomération < 10 000 hab	Surface maxi	Hauteur maxi
* dispositifs muraux	4m ²	6m

❖ Règles d'implantation

Les publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence se voient appliquer toutes les dispositions des articles R.581-26 à R.581-33 (voir pages précédentes) relatives à la publicité non-lumineuse : format et hauteur, règles d'implantation sur les murs, règles des dispositifs scellés au sol et sont également soumises à la règle de densité et à la règle de luminance. La publicité éclairée par projection ou transparence sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite.

La publicité lumineuse numérique

❖ Définition

La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées ou une vidéo.



❖ Interdictions

La publicité numérique est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

❖ Gares

Les gares ferroviaires sont soumises aux mêmes règles.

Autres lumineux

❖ Définition

Cette catégorie de dispositifs lumineux est principalement constituée par les néons, souvent installés sur les toitures. Ils sont quelquefois muraux, plus rarement scellés au sol.



❖ Interdictions

Ces dispositifs sont interdits dans les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

7. La publicité sur mobilier urbain

❖ Définition



Le mobilier urbain est un équipement installé sur l'espace public et offrant un service à la collectivité.



❖ Interdictions

L'article R.581-42 précise les règles générales applicables à tous les types de mobilier urbain supportant de la publicité.

La publicité sur mobilier urbain est soumise aux dispositions des articles R.581-30, R.581-31 et L.581-4, L.581-8 (voir pages précédentes).

❖ Surface et hauteur

Type de mobilier urbain	Agglomération de moins de 10 000 habitants
Abris destinés au public	2m ² unitaire
* dont numérique	interdit
Kiosques	2m ² unitaire (6m ² total)
* dont numérique	interdit
Colonnes porte affiches	Publicité interdite

* dont numérique	interdit
Mâts porte affiches	2m ² unitaire
* dont numérique	interdit
Panneaux d'informations	2m ²
* dont numérique	interdit
Publicité éclairée par projection ou transparence	autorisée
Publicité numérique	interdite
Publicité lumineuse autre (néons)	interdite

❖ Types de mobilier urbain



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

Source : Guide pratique - Réglementation de la publicité extérieure (2014, Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie)

▪ **Abris bus destinés au public**

La surface unitaire des publicités ne peut excéder 2m² et la surface totale de la publicité admise est liée à la surface abritée au sol : 2m² si la surface abritée est inférieure à 4,5m², plus 2m² par tranche entière de 4,5m².

Dans un abri standard couvrant une surface légèrement supérieure à 4.5m², deux publicités de surface unitaire de 2m² chacune sont admises, ce qui correspond au classique caisson double-face.

Enfin, tout dispositif surajouté sur le toit de l'abri est interdit (Art. R.581-43).

▪ **Kiosques « à journaux » et autres kiosques à usage commercial**

Dans la plupart des cas, les kiosques à journaux supportent les affiches des « unes » des publications en vente. Ce sont donc des enseignes (cf. régime des enseignes).

La surface unitaire des publicités est limitée à 2m², le total des publicités ne pouvant excéder 6m².

Comme pour les abris, tout dispositif surajouté sur le toit du kiosque est interdit (Art. R.581-44).

▪ **Colonnes porte affiches**

La colonne porte-affiches ne peut recevoir d'autres informations que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (cinéma, théâtre, spectacle, concert, etc.). Aucune surface maximum n'est indiquée par le Code de l'Environnement (Art. R.581-45).

▪ **Mâts porte-affiches**

Composé au maximum de deux panneaux situés dos-à-dos dont la surface unitaire maximale est de 2m², les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46).

▪ **Panneaux d'information**

Ils sont destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques et ne peuvent accueillir une surface de publicité excédant la surface totale des informations non publicitaires (Art. R.581-47).

Ils sont en général « double-face ». Lorsque la face réservée à la collectivité est fixe et que la face commerciale est mobile (déroulante, trivision), la parité est considérée comme respectée.

L'information non publicitaire doit être visible à tout moment.

8. La publicité sur bâches

❖ **Définition**

Les bâches comportant de la publicité ont été définies et classées en deux catégories :

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.



❖ **Interdictions**

Les bâches sont interdites :

- dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants y compris celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle, d'une route express, d'une déviation ou d'une voie publique située hors agglomération ;
- dans les cas prévus par l'article R.418-7 du Code de la Route. Cette référence au Code de la Route permet de fixer précisément la distance minimum à respecter : 40m en agglomération, 200m hors agglomération ;
- Sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

Les bâches sont soumises aux dispositions des articles R.581-22 à R.581-24 (voir pages précédentes). Malgré l'interdiction d'apposer de la publicité sur les murs des bâtiments sauf s'ils sont aveugles ou comportent des ouvertures inférieures à 0.5m², les bâches de chantier peuvent être apposées sur un échafaudage qui est lui-même placé devant une façade comportant des baies

L'ensemble de ces interdictions ne s'applique pas aux bâtiments ou partie de bâtiments dont la démolition est entreprise ou qui ont fait l'objet d'un permis de démolir.

Elles sont également soumises aux dispositions des articles R.581-29, R.581-30, L.581-4, L.581-8 (voir pages précédentes).

❖ Règles d'implantation des bâches de chantier

La bâche de chantier :

- doit être fixée sur un échafaudage ;
- ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte, ni les limites de l'égout du toit ;
- ne peut constituer une saillie supérieure à 0,50m par rapport à celui-ci ;
- ne peut être apposée à moins de 0.5m du sol ;
- ne peut avoir une publicité dont la surface excède 50% de la surface totale de la bâche.

Aucune règle de densité n'est imposée.

Toutefois, lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « haute performance énergétique rénovation » dit « BBC rénovation » (Bâtiment Basse Consommation), l'autorité compétente en matière de police peut autoriser une surface publicitaire supérieure à ce plafond.

❖ Règles d'implantation des bâches publicitaires

Comme l'article R.581-55 précise que « les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles (...) », il faut en conclure que les bâches scellées au sol sont interdites. Elles sont également interdites sur les murs non aveugles.

La bâche publicitaire :

- ne peut recouvrir tout ou partie d'une baie ;

- doit être apposée sur le mur ou dans un plan parallèle à celui-ci ;
- ne peut être apposée à moins de 0.5m du sol ;
- ne peut constituer une saillie supérieure à 0,50m par rapport au mur, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci ;
- ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte, ni les limites de l'égout du toit.

Aucune règle de densité n'est imposée.

Aucune surface maximale n'est prévue par le Code de l'Environnement. En revanche, la distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100m.

❖ **Les publicités lumineuses sur bâche**

Elles sont soumises aux règles de surface, de luminance, d'extinction des publicités lumineuses (qu'elles soient numériques ou non) :

- extinction de 1h à 6h dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants ;
- normes de luminance fixées par un arrêté ministériel (Art. R.581-34).

9. *Le micro-affichage*

Depuis la loi ENE, le Code de l'Environnement admet la présence sur les devantures commerciales de l'affichage de petit format, sans qu'un RLPI ne soit nécessaire.

❖ **Interdictions**

Le micro-affichage est interdit sur toitures ou terrasse en tenant lieu.

❖ **Les règles d'implantation**

Les dispositifs de petit format sont intégrés à la devanture commerciale et non à la seule baie. Ils peuvent donc être apposés sur tous les éléments composant la devanture : vitrine, porte d'entrée, piliers d'encadrement de part et d'autre des ouvertures.

L'affichage de petit format :

- doit avoir une surface unitaire inférieure à 1m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus de 1/10e de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de 2m² ;
- est soumis aux règles d'extinction nocturne s'il est lumineux (R.581-34 à R.581-37) ;
- n'est pas soumis à la règle de densité ;
- ne doit pas être apposé à moins 0.5m du sol (R.581-27) ;
- ne doit pas dépasser les limites du mur ou les limites d'égout du toit.

L'article R.581-57 soumet l'affichage de petit format à la plupart des dispositions applicables aux autres publicités.

Il est noté l'absence de renvoi à l'article R.581-28, n'imposant donc pas que le dispositif soit parallèle au support et ne fixant aucune limite à la saillie par rapport à celui-ci. L'affichage de petit format peut être perpendiculaire à la devanture.

10. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Ces dispositifs sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

11. La publicité sur des véhicules spécialement aménagés

Les véhicules terrestres ou se déplaçant sur l'eau, spécialement aménagés pour servir de supports publicitaires sont soumis aux dispositions des articles R 581-49 et R 581-50 à R 581-53 du Code de l'Environnement en application de l'article L 581-15 du même Code.

❖ Définition

Sont concernés les véhicules « utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes » (Art. R.581-48). Il s'agit donc des véhicules supportant des messages publicitaires qui circulent ou stationnent et n'ont d'autre utilité que de supporter ces messages. Ainsi, outre les véhicules roulants, les véhicules stationnant en permanence, dans un rond-point ou dans des lieux de fort trafic par exemple, et ne constituant en fait que des préenseignes en faveur d'une activité commerciale sont également concernés.



En revanche, le Code de l'Environnement n'est pas applicable à « la publicité relative à une activité exercée par le propriétaire ou l'utilisateur du véhicule, sous réserve que ce véhicule ne soit pas utilisé à des fins essentiellement publicitaires » (Art. L.581-15).



La publicité sur les véhicules de transport en commun, véhicules de livraison, taxis, véhicules des artisans ou véhicules particuliers n'entre pas dans le champ d'application du Code de l'Environnement.

❖ Interdictions

Les véhicules ne peuvent pas :

- stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Le conducteur doit donc ranger son véhicule dans un lieu fermé, pour un arrêt en cours ou en fin de journée ;
- circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L.581-4 et L.581-8 ;
- circuler en convoi de plusieurs véhicules ;
- circuler à vitesse anormalement réduite ;
- apposer de publicité lumineuse.

Les tribunaux considèrent que le convoi est constitué si un véhicule emprunte volontairement le même itinéraire qu'un ou plusieurs autres véhicules publicitaires de la même entreprise alors même que les véhicules sont noyés dans le flot de la circulation.

L'autorité compétente en matière de police peut, à titre exceptionnel, accorder des dérogations aux interdictions ci-dessus, à l'occasion de manifestations particulières. Ces dérogations peuvent porter sur le stationnement, les surfaces et les lieux de circulation.

❖ **Surface et hauteur**

La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12m² (Art. R.581-48).

Chapitre 3 : Dispositions applicables aux pré-enseignes

L'article L.581-19 du Code de l'Environnement stipule que les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Un régime particulier s'applique toutefois pour les pré-enseignes dites dérogatoires et les pré-enseignes temporaires.

I. Les pré-enseignes dérogatoires

Le terme dérogatoire permet d'installer certaines pré-enseignes hors agglomération alors que toute autre forme de publicités/pré-enseignes y est interdite.

❖ Activités bénéficiaires

Depuis le 13 juillet 2015, les activités qui peuvent être signalées par les pré-enseignes dérogatoires sont :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20.

❖ Surface et hauteur

Leurs dimensions ne peuvent excéder 1m en hauteur et 1.5m en largeur (article R 581-66). Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes.

❖ Nombre

Elles ne sont pas soumises à la règle de densité définies à l'article R 581-25.

Cependant le nombre maximum de pré-enseignes est de quatre dans les cas suivants :

- Monuments Historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (deux d'entre elles pouvant être installées à moins de 100m ou dans la zone de protection de ce monument).

Le nombre maximum de pré-enseignes est de deux dans les cas suivants :

- activités liées à des services publics ou d'urgence, une de ces pré-enseignes pouvant alors être installée dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 lorsque ces activités y sont situées ;
- activités s'exerçant en retrait de la voie publique ;

- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales.

Il ne s'agit pas d'un nombre maximum de pré-enseignes par commune, mais d'un nombre total par activité toutes communes confondues.



❖ Règles d'implantation

Comme toute autre forme de publicité et de pré-enseigne, les pré-enseignes dérogatoires doivent être installées avec l'autorisation écrite du propriétaire. Hors agglomération, il est nécessaire de vérifier la propriété du foncier et l'accord du propriétaire, notamment lorsque l'implantation se fait sur le domaine public.

Ces pré-enseignes dérogatoires ne peuvent être que scellées au sol ou posées sur le sol.

Les pré-enseignes dérogatoires ne peuvent être implantées à plus de 5km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent (10km pour les monuments historiques). La distance à prendre en compte est la distance routière.

Par ailleurs, elles doivent être implantées à 5m du bord de la chaussée et hors du domaine public routier (Art R 418.5 du Code de la Route)

II. Les pré-enseignes temporaires

❖ Définition

Sont considérées comme pré-enseignes temporaires, celles signalant :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente de plus de trois mois.

❖ Durée

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

❖ Règles d'implantation

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et hors agglomération, elles peuvent être scellées au sol ou installées

directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1.5m en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.

Chapitre 4 : Dispositions applicables aux enseignes

I. Dispositions communes

1. L'obligation d'entretien

L'enseigne doit être constituée de matériaux durables, ce qui exclut toute utilisation de papier ou de carton. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-58).

Le maintien en bon état est de la responsabilité et à la charge de la personne privée ou morale exerçant l'activité concernée.

2. La suppression au terme de l'activité

L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité. Une dérogation à la suppression est prévue pour les enseignes présentant un caractère historique, artistique ou pittoresque (Art. R.581-58).

II. Dispositions propres à chaque type d'enseigne

1. Enseigne en façade

❖ Définition

Toute inscription, forme ou image peinte directement sur le mur, peinte ou adhésivée sur un panneau lui-même fixé sur le mur, caisson (lumineux ou non) posé à plat sur le mur, ainsi que les lettres, signes, images, formes découpés et fixés sur le mur sans support.



Source : Guide pratique - Règlementation de la publicité extérieure (2014, Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Énergie)

❖ Règles d'implantation

Enseignes à plat sur un mur

Les enseignes ne peuvent :

- dépasser les limites du mur (Art. R.581-60) ;
- être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture ;
- constituer par rapport au mur une saillie de plus de 0,25m (Art. R.581-60) ;
- dépasser les limites de l'égout du toit. Ne s'applique pas sur la majorité des bâtiments à usage commercial ou industriel dotés de toits-terrasse. Elle concerne les enseignes apposées sur les pignons des bâtiments à toit en pente.

Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

Enseignes perpendiculaires

Dénommées en potence lorsqu'elles sont constituées d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne. Dénommées en drapeau lorsqu'elles sont constituées d'un élément vertical qui soutient l'enseigne.

Les enseignes perpendiculaires :

- ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte ;
- ne doivent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon (Art. R.581-61, alinéa 1) ;
- ne doivent pas constituer une saillie par rapport au mur supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2m (Art. R.581-61, alinéa 2). La saillie est calculée par rapport au mur et non au domaine public.

Enseignes à plat sur balcons, auvents, marquise, baies

Alors que la publicité est interdite sur toutes les formes de balcons, balconnets, auvents etc. les enseignes sont admises, sous conditions (Art. R.581-60, alinéa 2), elles peuvent :

- être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1m ;
- être installées devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- être installées sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25m par rapport à lui.

❖ Surface :

La règle se fonde sur un rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale (Art. R.581-63). Elles ne peuvent avoir une surface cumulée supérieure à :

- 15% de la surface de la façade si celle-ci est supérieure ou égale à 50m² ;
- 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à 50m².

En principe, les façades latérales ou arrière d'un bâtiment commercial ne sont pas considérées comme des façades commerciales. Mais, si elles sont utilisées pour accueillir des enseignes, elles sont assimilées à des façades commerciales.

Lorsque plusieurs activités occupent un même bâtiment, le cumul de toutes les enseignes, toutes activités confondues, doit respecter les pourcentages qui viennent d'être indiqués.

Les enseignes perpendiculaires entrent dans le calcul de la surface. Le recto et le verso se cumulent.

La façade à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne. La surface de référence inclut les baies commerciales.

Lorsque l'architecture de la façade est complexe, il est conseillé de prendre en compte la plus grande largeur et la hauteur maximum du bâtiment (projection à plat).

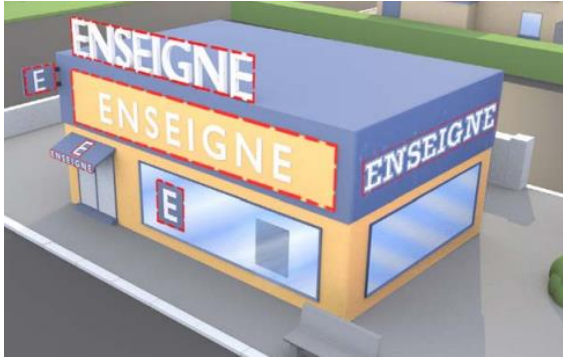
Dans tous les cas, il convient de déduire de la surface commerciale la surface des auvents et des marquises et de ne pas prendre en compte dans la surface cumulée des enseignes les publicités murales ou les dispositifs de micro-affichage (Art. R.581-63).

Ces dispositions ne s'appliquent pas aux établissements de spectacles cinématographiques, de spectacles vivants et d'enseignement et d'exposition des arts plastiques (arrêté du 2 avril 2012 pris pour l'application des articles R. 581-62 et R. 581-63 du code de l'environnement).

Lorsque les inscriptions, formes ou images sont apposées sur un panneau de fond, c'est la surface du panneau qui doit être prise en compte. A plat, sur un mur ou perpendiculaire à celui-ci, la surface totale du fond est décomptée, quand bien même le logo ou la marque n'occuperait qu'une faible surface dudit fond.

Le calcul est identique si le fond est peint directement sur le mur. En effet, dans le respect de l'esprit de la protection du cadre de vie, il faut considérer la surface utile et non la surface utilisée : c'est bien le panneau qui constitue un élément supplémentaire dans le paysage, altérant perspective ou architecture.

En absence de fond (ni panneau, ni peinture) est prise en compte la surface du rectangle dans lequel s'inscrit l'inscription, forme ou image. Le calcul ne saurait être fait lettre par lettre : le rectangle fictif englobe la totalité de l'inscription. Cette forme de calcul s'appliquera donc exclusivement aux enseignes en toiture et aux enseignes constituées de lettres, signes, formes logos ou images découpés et apposés directement sur le mur support.



La surface des enseignes doit être considérée pour chacune selon le pointillé



Sur chaque façade, la surface cumulée des enseignes (en vert) est comparée à la surface totale de la façade (hauteur x largeur), baies comprises. Les publicités et le microaffichage (en rouge) n'entrent pas en compte

Source : Guide pratique - Règlementation de la publicité extérieure (2014, Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie)

2. L'enseigne lumineuse

❖ Définition

Le Code de l'Environnement ne distingue pas de catégorie dans les enseignes lumineuses.



❖ Extinction nocturne

Elles doivent être éteintes entre 1h et 6h, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et 7h, les enseignes sont éteintes au plus tard 1h après la cessation d'activité et peuvent être allumées 1h avant la reprise de cette activité (Art. R.581-59).

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence.

3. L'enseigne en toiture

❖ Surface et hauteur

Lorsqu'elles signalent des activités exercées dans plus de la moitié du bâtiment, la hauteur des enseignes ne peut excéder (Art. R.581-63) :

- 3m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15m ;
- 1/5e de la hauteur de la façade, dans la limite de 6m lorsque la façade est supérieure à 15m ;
- La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60m².



Ces dispositions ne s'appliquent pas aux établissements de spectacles cinématographiques, de spectacles vivants et d'enseignement et d'exposition des arts plastiques (arrêté du 2 avril 2012 pris pour l'application des articles R. 581-62 et R. 581-63 du code de l'environnement).

❖ Règles d'implantation

Les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou terrasses en tenant lieu lorsque l'activité concernée est exercée dans plus de la moitié du bâtiment considéré (surface de plancher).

Elles doivent alors être « réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50m de haut » (Art. R.581-62).



Enseigne peinte sur un toit assimilée à une enseigne en toiture.



Une enseigne en toiture (comme une publicité) doit être composée de lettres découpées sans fixations visibles. Bandeau technique de 0,50 m maximum.

Source : Guide pratique - Règlementation de la publicité extérieure (2014, Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie)

Les enseignes peintes ou apposées directement sur la surface d'un toit suivent les règles des enseignes en toiture.

Lorsque l'activité signalée s'exerce dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment, l'enseigne en toiture n'est pas interdite, mais son installation est régie par les règles applicables aux dispositifs publicitaires lumineux sur toiture ou terrasse en tenant lieu (voir pages précédentes).

Enseignes en toitures dans + de 50% du bâtiment	Dans – de 50% du bâtiment
Enseigne en toiture	Publicité lumineuse en toiture
H façade < 15m : 3m maxi	H façade < 20m : 1/6 ^e de la hauteur et 2m maxi
H façade > 15m : 1/5^e de la hauteur et 6m maxi	H façade > 20m : 1/10 ^e de la hauteur et 6m maxi
Surface cumulée : 60m²	Surface cumulée : 60m ²

4. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

❖ Définition

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées sur l'unité foncière où s'exerce l'activité.

Toute inscription, forme ou image installée sur un autre lieu est une pré-enseigne ou une publicité. Les chevalets installés sur le domaine public sont des pré-enseignes.

Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les chevalets qui y sont installés sont considérés comme des enseignes.

Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol peuvent revêtir les formes les plus diverses : panneaux de toutes formes reposant sur un ou plusieurs pieds, drapeaux en tissu ou en matériaux rigides, totems, kakemonos, mâts de toute section, ainsi qu'objets variés tels que piscines, voitures, ballons etc.



❖ Surface et hauteur

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ces enseignes ne peuvent dépasser (supports compris) :

- 6.5m de haut lorsqu'elles font 1m ou plus de large
- 8m de haut lorsqu'elles font moins d'1m de large

❖ Règles d'implantation

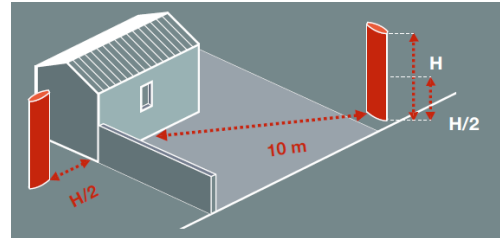
« Les enseignes de plus d'1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie » (Art. R.581-64).

Cette règle, comparable à celle de l'article R.581-33 (voir pages précédentes) relatif aux publicités, s'en distingue toutefois sur deux points :

- ne s'applique qu'aux dispositifs d'une superficie supérieure à 1m² ;
- s'applique à tous les immeubles alors que la règle pour les publicités s'applique uniquement aux immeubles d'habitation.

« Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété » (Art. R.581-64).

La règle du H/2 est la même que pour les publicités (Art. R.581-33, voir pages précédentes) mais elles peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur des fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



❖ Densité

Lorsque les enseignes font plus d'1m², elles sont limitées à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa).

5. L'enseigne temporaire

❖ Définition

Les enseignes temporaires peuvent signaler (Art. L.581-20) :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique de moins de trois mois ;
- des opérations exceptionnelles de moins de trois mois (soldes, salons, foires, brocantes, vides greniers, manifestations sportives...) ;
- pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ;
- pour plus de 3 mois, la location ou la vente de fonds de commerce.

Les « opérations exceptionnelles » appartenant à la première catégorie permettent en pratique l'annonce de toute opération de promotion commerciale du type : soldes, foire à..., semaine de...

❖ Durée

Les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

❖ Règles d'implantation

Les règles d'implantation des enseignes temporaires sont établies par les dispositions suivantes :

- 2ème alinéa de l'article R.581-58 : « elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ». Le bon état de propreté est d'autant plus à surveiller que le 1er alinéa de l'article

R.581-8 ne s'applique pas. Puisque temporaires, ces enseignes n'ont pas l'obligation d'être constituées de matériaux durables ;

- 2ème alinéa de l'article R.581-59 relatif aux normes techniques portant sur la luminance. Elles ne sont en revanche pas soumises à la règle d'extinction nocturne des enseignes lumineuses permanentes ;
- 5ème alinéa de l'article R.581-59 : « les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence » ;
- 1er alinéa de l'article R.581-60 : « les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à ce mur, une saillie de plus de 0,25 mètre, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit » ;
- 1er et 2ème alinéa de l'article R.581-61 : « les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (...). Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2m » ;
- dernier alinéa de l'article R.581-62 : « la surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60m² ». La hauteur des lettres et signes découpés d'une enseigne temporaire en toiture n'est donc pas limitée. Il est supposé que les enseignes temporaires en toiture seront extrêmement rares, compte-tenu des coûts d'installation ;
- article R.581-64 relatif, en ce qui concerne les enseignes scellées au sol, au respect de la distance aux baies, au « H/2 » et à la limitation en nombre à une enseigne le long de chaque voie bordant l'établissement.

Par ailleurs, la surface unitaire maximale des enseignes mentionnées au 2° alinéa de l'article R.581-68, signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier, est limitée à 12m² lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol.

6. L'enseigne à faisceau à rayonnement laser

❖ Définition

Soumise à autorisation préalable de l'autorité compétente en matière de police, l'enseigne à faisceau de rayonnement laser est une forme d'enseigne lumineuse constituée d'un ou plusieurs rayons dirigés vers le ciel et destinée à être perçue à grande distance. Tout système qui utilise une source de rayonnement autre que le laser n'est pas concerné.

❖ Règles

Soumise aux mêmes règles que l'enseigne lumineuse, notamment à la règle de l'extinction nocturne.

Chapitre 5 : Dispositions applicables à l’affichage d’opinion et associative

❖ Définition

En vue d’assurer la liberté d’opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l’obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d’affichage, dites d’« affichage libre » (Art. L.581-16). Il est constaté que ces emplacements réservés sont parfois utilisés par les publicités commerciales, en faveur des spectacles par exemple. De tels abus peuvent être sanctionnés pour méconnaissance de l’article L.581-24 puisque l’autorisation du propriétaire de l’emplacement n’a pas été sollicitée. Dans ce cas, c’est l’annonceur qui fera l’objet de sanctions.

❖ Obligation de surface

La surface minimum attribuée dans chaque commune à l’affichage d’opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est fixée par l’article R.581-2 :

- 4m² pour les communes de moins de 2000 habitants ;
- 4m² plus 2m² supplémentaires par tranche de 2000 habitants au-delà de 2000 habitants, pour les communes de 2000 à 10 000 habitants ;
- 12m² plus 5m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.

La surface unitaire de chaque emplacement n’est pas limitée. En pratique, les panneaux d’affichage libre ont souvent une surface de 2 ou 4m².

❖ Emplacements

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Ils peuvent être situés sur le domaine public, en surplomb de celui-ci ou bien encore sur le domaine privé communal.

Les emplacements doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d’1km de l’un au moins d’entre eux (Art. R.581-3).

Les communes ont le droit d’utiliser comme support d’affichage libre les palissades de chantier lorsque leur installation a donné lieu à autorisation de voirie. Dans les sites d’interdiction relative (Art. L.581-8-I) et en absence de RLPI dérogeant à ces interdictions, la surface de chaque emplacement sur une palissade de chantier ne peut dépasser 2m² (Art. R.581-4).

Si le maire n’a pas pris d’arrêté fixant les emplacements ou s’il n’a pas adapté les surfaces minimales d’affichage libre aux évolutions de la population communale, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L’arrêté préfectoral cesse de s’appliquer dès l’entrée en vigueur d’un arrêté du maire déterminant un autre ou d’autres emplacements (Art. L.581-13, 3ème alinéa).

Chapitre 6 : Modalités administratives

I. Mise en conformité des dispositifs existants

En application des articles L. 581-43 et R. 581-88 du code de l'environnement :

- les enseignes existantes régulièrement apposées devront se mettre en conformité avec le RLPI dans un délai de 6 ans à compter de son entrée en vigueur ;
- les publicités et les pré-enseignes existantes régulièrement apposées devront se mettre en conformité avec le RLPI dans un délai de 2 ans à compter de son entrée en vigueur.

II. Répartition des compétences de police

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une nouvelle répartition des compétences d'instruction et de police de l'affichage publicitaire.

Dans les communes couvertes par un règlement local de publicité :

- L'instruction des demandes d'autorisation et des déclarations préalables appartient au maire ;
- Le pouvoir de police appartient au maire sur tout le territoire communal ;
- La maire agit au nom de la commune ;
- Le préfet de département a un pouvoir de substitution lorsque le maire ne prend pas les mesures permettant la suppression ou la mise en conformité des dispositifs irréguliers.

	Absence de RLP(I)	Présence de RLP(I)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

III. Procédures de déclaration et d'autorisation préalable

Les modalités de déclaration préalable et d'autorisation des enseignes, publicités et pré-enseignes sont régies par les articles R. 581-6 à R. 581-22 du code de l'environnement.

Nul ne peut apposer une publicité ou une pré-enseigne sur un immeuble sans autorisation écrite du propriétaire en application de l'article L. 581-24 du code de l'environnement.

IV. L'autorisation préalable

1. Publicités soumises à autorisation préalable

L'article L.581-9 précise les publicités soumises à autorisation préalable :

- la publicité sur les bâches ;
- les publicités lumineuses numériques et « autres » qu'elles soient ou non apposées sur du mobilier urbain ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

2. Enseignes soumises à autorisation préalable

Les articles L.581-18 et R.581-17 précisent les enseignes soumises à autorisation préalable :

- celles installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLPI ;
- les temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8 ;
- celles à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

3. Préenseignes soumises à autorisation

Sont soumises à autorisation préalable :

- les préenseignes lumineuses.

Toute installation, modification ou remplacement d'enseigne devra faire l'objet d'une autorisation.

La déclaration préalable

Lorsque la publicité n'est pas soumise à autorisation préalable, le dispositif qui la supporte doit faire l'objet d'une déclaration préalable à l'occasion de son installation, de sa modification ou de son remplacement y compris les bâches. (Art. L 581.6 du Code de l'Environnement).

Les dispositifs suivants sont soumis à déclaration :

- le micro affichage ;
- les préenseignes si elles ont une hauteur supérieur à 1m et une largeur supérieure à 1.5m ;
- les publicités lumineuses éclairées par projection ou transparence ;

- les publicités non lumineuses ;
- les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol ;
- publicités sur supports existants (murs, clôtures, bâtiments) ;
- publicités sur portatifs et sur mobilier urbain.

Chapitre 7 : Procédures de sanctions

Pour sanctionner l'implantation de dispositifs illégaux, le Maire ou le Préfet disposent de deux types d'actions qui pourront intervenir soit cumulativement, soit alternativement :

- action civile ;
- action pénale.

Quelle que soit la voie choisie, l'action débute toujours par un procès-verbal.

I. Agents verbalisateurs (art. L 581-40 du Code de l'Environnement)

Sont habilités à constater les infractions :

- les agents de police judiciaire mentionnés aux articles 20 et 21 du code de procédure pénale ;
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions sur les monuments historiques ou naturels et les sites ;
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux dispositions du code de la voirie routière ;
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions au code de l'urbanisme ;
- les ingénieurs des Ponts, des Eaux et des Forêts, les ingénieurs des Travaux Publics de l'État et les agents des services des ports maritimes commissionnés à cet effet ;
- les agents habilités par les collectivités locales à constater les infractions au Code de la Route en matière d'arrêt et de stationnement des véhicules automobiles ;
- les agents des collectivités territoriales assermentés et commissionnés à cet effet par l'autorité compétente en matière de police.

II. Les auteurs de l'infraction

Est considéré comme auteur de l'infraction le responsable de la mise en place du dispositif ou à défaut celui pour le compte de qui la publicité, l'enseigne ou la préenseigne a été réalisée.

Le procès-verbal

Il doit préciser :

- la date et l'heure de constatation ;
- le nom, prénom, grade, fonction et qualité de l'agent verbalisateur ;
- l'adresse précise du dispositif en infraction ainsi que sa description ;
- le motif de l'infraction avec la référence des textes ;
- les noms, raison sociale et adresse du publicitaire bénéficiaire du dispositif publicitaire.

Lettre d'avertissement préalable

Afin d'éviter d'engager une procédure sévère à l'encontre d'afficheurs ignorants mais de bonne foi, une lettre d'avertissement doit être adressée au contrevenant afin qu'il se conforme de lui-même à la réglementation dans un délai de 15 jours.

Arrêté de mise en demeure (Art. L 581-27 du Code de l'Environnement)

Si la lettre d'avertissement est restée sans effet à l'expiration du délai fixé, le Maire ou le Préfet prend un arrêté ordonnant dans un délai de 15 jours la suppression, la mise en conformité du dispositif et le cas échéant la remise en état des lieux. L'arrêté de mise en demeure est notifié à l'entreprise par lettre recommandée avec accusé de réception et doit faire état du montant de l'astreinte administrative redevable en cas de non-respect du délai de 15 jours pour la suppression ou la mise en conformité du dispositif.

Parallèlement, une copie du procès-verbal est adressée au Procureur de la République aux fins de poursuites prévues par l'action pénale.

Recouvrement de l'astreinte

Au terme du délai de 15 jours figurant dans l'arrêté de mise en demeure susvisé, le maire ou le préfet établit l'arrêté de mise en recouvrement de l'astreinte au bénéfice de la commune. À défaut par le maire de liquider le produit de l'astreinte, la créance est liquidée et recouvrée au profit de l'État (Art. L 581-30 du Code de l'Environnement).

L'autorité compétente en matière de police, après avis du Maire, peut consentir une remise ou un reversement partiel du produit de l'astreinte lorsque les travaux prescrits par l'arrêté ont été exécutés et que le redevable établit qu'il n'a pu observer le délai imposé pour l'exécution totale de ses obligations qu'en raison de circonstances indépendantes de sa volonté.

Exécution d'office

Sans préjuger du mécanisme de l'astreinte administrative, le Maire ou le Préfet peut engager une procédure d'exécution d'office pour la suppression ou la mise en conformité du dispositif irrégulier, à l'issue du délai fixé dans l'arrêté de mise en demeure.

Si le dispositif est situé en terrain privé, l'action de suppression ou de mise en conformité ne peut être entreprise qu'après information du propriétaire du terrain, huit jours au moins avant la date d'intervention (Art. L 581-31 du Code de l'Environnement).

Les frais de l'exécution d'office sont supportés par le contrevenant.