



La réglementation de l'affichage publicitaire

publié le 10/06/2012, vu 25956 fois, Auteur : [Anthony BEM](#)

La réglementation de l'affichage publicitaire a été modifiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle II ». Cette loi organise la publicité en agglomérations, créer un règlement local de publicité et durcie les conditions d'affichages publicitaires en dehors des villes, dans le but de diminuer la pollution visuelle.

Définition légale de l'affichage publicitaire et de la publicité

Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur.

Le législateur distingue

- 1° **la publicité** définie comme « *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* » ;
- 2° **l'enseigne** définie comme « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » ;
- 3° **la préenseigne** définie comme « *toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* ».

Le principe légal est que **toute publicité est interdite** :

- 1° Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- 2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- 3° Dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- 4° Sur les arbres.

La prohibition de la publicité hors agglomération

De plus, le principe posé par le code de l'environnement l'interdiction de toute publicité hors agglomération.

Elle est toutefois autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat.

La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

Enfin, si chaque commune doit faire respecter la législation elle peut aussi édicter des règles qui lui sont propres en matière de droit à l'affichage de publicité sur son territoire.

Les afficheurs doivent donc se renseigner préalablement à l'affichage de publicité auprès des mairies des communes concernées sur ce qu'ils ont ou non le droit de réaliser.

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 ;

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.

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Les conditions de validité de la publicité

Dans les agglomérations, la publicité doit toutefois satisfaire, notamment en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses, à des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat en fonction des procédés, des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports et de l'importance des agglomérations concernées.

Ce décret précise également les conditions d'utilisation comme supports publicitaires du mobilier urbain installé sur le domaine public.

L'installation des dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence est soumise à l'autorisation de l'autorité compétente.

Tout système de mesure automatique de l'audience d'un dispositif publicitaire ou d'analyse de la typologie ou du comportement des personnes passant à proximité d'un dispositif publicitaire est soumis à autorisation de la Commission nationale de l'informatique et des libertés..

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les conditions d'application du présent article sont fixées par décret en Conseil d'Etat en fonction du nombre d'habitants et de la superficie de la commune.

Ce décret fixe une surface minimale que chaque catégorie de communes doit réserver à l'affichage défini à l'alinéa précédent.

Le pouvoir des maires et des préfets en matière d'affichage publicitaire

Le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la commission départementale compétente en matière de sites, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

L'avis de la commission départementale compétente en matière de sites est réputé acquis s'il n'est pas intervenu dans un délai de deux mois à compter de la saisine par le préfet ou de la demande d'avis de la commission adressée par le maire au préfet.

Le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité

Par ailleurs, le maire peut autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations, sur les palissades de chantier, dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'Etat.

Peuvent être autorisés par arrêté municipal, au cas par cas, les emplacements de bâches comportant de la publicité et, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites, l'installation de dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les conditions de forme ou le formalisme de l'affichage publicitaire

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.

L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels qui supportent de la publicité sont soumis à déclaration préalable auprès du maire et du préfet dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.

La publicité ne peut recouvrir tout ou partie d'une baie.

Toutefois, cette interdiction est levée pour les dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie ou lorsqu'il s'agit de la devanture d'un établissement temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire.

Les Règlements locaux de publicité

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions légales.

Le règlement local de publicité peuvent définir une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans certains lieux.

Le cas échéant, les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicables à l'aire d'adhésion d'un parc national et avec les orientations et mesures de la charte d'un parc naturel régional.

Le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des Etats limitrophes.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites.

Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A défaut de document d'urbanisme, il est tenu à disposition du public.

L'illégalité pour vice de forme ou de procédure commise à l'occasion de l'élaboration, de la révision ou de l'approbation d'un règlement local de publicité ne peut être invoquée par voie d'exception après l'expiration d'un délai de six mois à compter de l'entrée en vigueur de ce règlement.

Cette règle ne s'applique pas lorsque le vice de procédure concerne la méconnaissance substantielle ou la violation manifeste des règles de l'enquête publique.

Lorsqu'elle annule pour excès de pouvoir un règlement local de publicité ou en ordonne la suspension, la juridiction administrative se prononce sur l'ensemble des moyens qu'elle estime susceptibles de fonder l'annulation ou la suspension en l'état du dossier.

Les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Toutefois, s'il existe un règlement local de publicité, ces compétences sont exercées par le maire au nom de la commune.

Les conditions de mise en œuvre de la présente sous-section sont fixées par décret en Conseil d'Etat.

Dispositions particulières applicables à certains modes d'exercice de la publicité

La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs peut être réglementée,

subordonnée à autorisation ou interdite, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.

Toutefois, les dispositions de l'alinéa précédent ne sont pas applicables à la publicité relative à l'activité exercée par le propriétaire ou l'utilisateur d'un véhicule, sous réserve que ce véhicule ne soit pas utilisé ou équipé à des fins essentiellement publicitaires.

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale ou d'affichage libre, les palissades de chantier lorsque leur installation a donné lieu à autorisation de voirie.

Je suis à votre disposition pour toute information ou action et pour vos consultations en ligne en cliquant [ici](#).

PS : Pour une recherche facile et rapide des articles rédigés sur ces thèmes, vous pouvez taper vos "*mots clés*" dans la barre de recherche du blog en haut à droite, au dessus de la photographie.

Anthony Bem
Avocat à la Cour
27 bd Malesherbes - 75008 Paris
Tel : 01 40 26 25 01

Email : abem@cabinetbem.com

www.cabinetbem.com