Guide pratique

La règlementation de la publicité extérieure

page précédemment consultée

Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

www.developpement-durable.gouv.fr

La réglementation de la publicité extérieure

GUIDE PRATIQUE

Sommaire

page précédemment consultée

AIDE À LA NAVIGATION

La version électronique du guide permet une consultation interactive de l'ouvrage.

Sont présentés ci-dessous les éléments d'interactivité disponibles visant à faciliter son utilisation, notamment lorsque le mode de lecture « plein écran » est activé :

- **Le changement de page :** les flèches symbolisées sur les côtés de chaque page permettent de revenir à la page précédente ou de passer à la page suivante ; le fait de cliquer sur le fond d'une page permet également de passer à la page suivante.
- **L'utilisation du zoom :** le fait de cliquer sur l'icône symbolisant la loupe (en haut à gauche de chaque page) transforme le curseur en « loupe ». Pour obtenir l'agrandissement ou le rétrécissement souhaité, il suffit de placer le curseur à l'endroit voulu et de contrôler l'agrandissement/le rétrécissement :
  1) Soit à l'aide de la molette de la souris ;
  2) Soit en déplaçant la souris en diagonale ou de haut en bas.
- **L'action de retour au sommaire général :** fait l'objet d'un bouton spécifique (en bas à gauche de chaque page).
- **Le retour à la page précédemment consultée :** fait l'objet d'un bouton spécifique (en bas de chaque page). Cette action est particulièrement utile pour revenir à un point initialement consulté, à partir duquel un lien de renvoi vers un autre point a été activé.
- **Les titres des sommaires** (sommaire général, sommaires relatifs à chaque partie) disposent de liens actifs permettant de se rendre à la partie souhaitée.
- **Les mots suivis d'un astérisque** sont dotés d'un lien actif renvoyant à leur définition dans le lexique.
- **Les références à d'autres points du guide**, qui apparaissent dans certains paragraphes (*ex : cf. point n°...*), disposent d'un lien actif permettant de naviguer d'un point à l'autre du guide.
- **Les références aux documents en annexe du guide**, qui apparaissent dans certains paragraphes, disposent d'un lien actif permettant de se rendre au document visé.
- **Les références à des sites internet** externes disposent de liens actifs permettant de se rendre directement sur le site visé.

SOMMAIRE

Editorial 6

1. Notions de base et éléments de cadrage 9

1.1 Protection du cadre de vie et liberté d'expression 10

1.2 Publicité extérieure et autres considérations 10

1.3 Les différents dispositifs visés par la réglementation 11

1.3.1 La publicité 11

1.3.2 Les enseignes 12

1.3.3 Les préenseignes 13

1.4 Les dispositifs ne relevant pas de la règlementation de la publicité extérieure 13

1.5 Les voies ouvertes à la circulation publique 14

1.6 Règlement national de la publicité (RNP) et Règlement local de publicité (RLP) 14

1.7 La notion d'agglomération 15

1.8 Les dispositifs lumineux 18

1.9 Le mobilier urbain supportant de la publicité 18

1.10 Autorisations et déclarations préalables 19

2. La nouvelle répartition des compétences de police 21

2-1 La répartition des compétences en matière d'instruction 22

2-2 La répartition des compétences en matière de sanction 23

3. La répartition des compétences en matière d'élaboration d'un RLP(i) 25

4. Le RNP 29

4.1 Les publicités 30

4.1.1 Les dispositions communes aux publicités 30

I. L'autorisation écrite du propriétaire 30

II. L'identité du dispositif 31

III. L'entretien du dispositif 31

IV. Les interdictions 31

4.1.2 Les dispositions propres à chaque type de publicité 33

I. La publicité non lumineuse 33

- La publicité murale 33
- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol 35

II. La publicité lumineuse 38

- La publicité éclairée par projection ou transparence 39
- la publicité lumineuse numérique 40
- Les autres lumineux 42

III. La publicité sur mobilier urbain 45

IV. Les bâches comportant de la publicité 48

V. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles 51

VI. L'affichage de petit format (micro-affichage) 51

VII. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif 52

VIII. La publicité sur véhicules terrestres 53

IX. La publicité sur les voies navigables 54

4.1.3 La règle de densité 54

I. Règles applicables sur les unités foncières 55

- Unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres 55
- Unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres 56

II. Règles applicables sur le domaine public 56

4.2 Les enseignes 58

4.2.1 Les dispositions communes aux enseignes 58

4.2.2 Les dispositions propres à chaque type d'enseigne 58

I. L'enseigne en façade 58

II. L'enseigne sur toiture 61

III. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol 62

IV. L'enseigne lumineuse 63
V. L'enseigne temporaire 64
VI. L'enseigne à faisceau de rayonnement laser 65

4.3 Les préenseignes 66

4.3.1 Les préenseignes dérogatoires 66
- Le régime des préenseignes dérogatoires avant le 13 juillet 2015 66
- Le régime des préenseignes dérogatoires après le 13 juillet 2015 67

4.3.2 Les préenseignes temporaires 68

5. Le RLP(i) 71

5.1 La mise en place du RLP(i) 72

5.1.1 Les objectifs du RLP(i) 72

5.1.2 Les moyens mis en œuvre 73

5.1.3 Cas particuliers : l'obligation d'élaborer un RLP(i) 74

5.2 Le contenu du RLP(i) 75

5.2.1 Le rapport de présentation 75

5.2.2 Le règlement 75
- Principes généraux et zonage 75
- Les mesures interdites par la jurisprudence 76

5.2.3 Les annexes 77
- Les documents graphiques 77
- L'arrêté municipal et le plan fixant les limites de l'agglomération 78

5.3 L'élaboration du RLP(i) 78

5.3.1 Les étapes de la procédure 79
I. La délibération prescrivant le RLP(i) 79
II. L'élaboration du projet de RLP(i) 80
- Le « porter à connaissance » 80
- Association et consultation 80

III. La délibération arrêtant le projet de RLP(i) 81
IV. L'enquête publique 82
V. La délibération approuvant le RLP(i) 84

5.3.2 L'opposabilité du RLP(i) 85

5.4 L'évolution du RLP(i) 85

5.4.1 Les révisions du RLP(i) 86

5.4.2 La modification du RLP(i) 86

6. Le régime des autorisations et déclarations préalables 89

6.1 L'autorisation préalable 90

6.1.1 Le champ d'application de l'autorisation préalable 90

6.1.2 L'instruction 90

6.1.3 La décision 93
I. La décision d'acceptation 93
II. La décision de refus 94

6.2 La déclaration préalable 95

6.2.1 Le champ d'application de la déclaration préalable 95

6.2.2 Le dossier de déclaration préalable 95

7. Les procédures de sanctions 99

7.1 Le constat d'infraction 100

7.2 La sanction administrative : l'amende préfectorale 102

7.3 Les mesures de police 103

7.3.1 L'arrêté de mise en demeure 103
I. Le contenu de l'arrêté de mise en demeure 103
II. Les suites de l'arrêté de mise en demeure 105
- L'astreinte 105
- L'exécution d'office 107

7.3.2 La suppression d'office 107

7.4 Les sanctions pénales 108

8. Annexes 111

8.1 Fiches mémentos 112
- Entrée en vigueur et opposabilité des dispositions du code de l'environnement ou des actes pris en application du code de l'environnement 112
- Les lieux interdits à la publicité 114
- Les règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants 116
- Les règles applicables aux emprises des gares ferroviaires situées hors agglomération et des aéroports situés hors agglomération 117
- Les règles applicables dans les espaces remarquables 118
- Les autorisations 119

8.2 Témoignages 120
- Publicité et place des parcs naturels régionaux « témoignage du PNR de la montagne de Reims » .. 120
- Retour sur l'élaboration d'un règlement local de publicité : témoignage de la commune de Villeurbanne 121
- Retour sur l'élaboration d'un règlement local de publicité : témoignage de la commune de Mérignac 123
- Stratégie et mise en œuvre d'opérations de police de l'affichage publicitaire et de mesures de sanctions : interview de la DDT Côte d'Or 125
- Stratégie et mise en œuvre d'opérations de police de l'affichage publicitaire et de mesures de sanctions, gestion d'actions contentieuses : interview de la DDT Aveyron 127
- Les missions d'instruction et la motivation d'un refus d'autorisation pour motifs paysagers : témoignage de la DRIEE 128
- Les missions d'instruction et la motivation d'un refus d'autorisation pour motifs paysagers : témoignage de la DREAL Poitou-Charentes 131
- L'accompagnement d'une collectivité dans l'élaboration de son RLP : témoignage de la DRIEE... 132

8.3 Outils et fiches pratiques 133
- Préconisations en matière d'orientations relatives à la publicité pour les chartes de PNR 133
- Paysage et publicité 135
- Point sur l'ordonnance du 11 janvier 2012 138
- Les textes 142
  - Dispositions réglementaires avant et après le 1er juillet 2012 : tableau de concordance avec double entrée 142
  - Arrêté du 2 avril 2012 pris pour l'application des articles R.581-62 et R.581-63 du code de l'environnement 196
  - Arrêté du 31 août 2012 fixant le modèle de déclaration préalable d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une préenseigne et le modèle d'autorisation préalable d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne 197
  - Articles du code de la route en lien avec la publicité 198
- Trame de l'agent verbalisateur : Les principales questions à se poser 200
- Aéroports dont le flux de passagers annuel est supérieur à 3 millions 203
- Exemples de documents :
  - Procès-verbal de constat d'infraction 204
  - Lettre de transmission du procès-verbal au procureur de la République 205
  - Procédure contradictoire préalable à l'arrêté de mise en demeure 206
  - Arrêté de mise en demeure 207
  - Lettre d'information au procureur de la République 208
  - Lettre du préfet invitant le maire à recouvrer l'astreinte administrative 209
  - Lettre d'information au procureur de la République 210
  - Arrêté de mise en recouvrement d'astreinte administrative 211
  - Lettre du préfet suite à la carence du maire 212
  - Lettre de demande d'exercice du pouvoir de police (maire/préfet) 213
  - Lettre de demande d'exercice du pouvoir de police (Art. L.581-14-2) 214
  - Lettre de demande au préfet de prononcer l'amende administrative 215
  - Lettre de procédure contradictoire préalable à l'amende administrative 216
  - Arrêté prononçant l'amende administrative 217
  - Lettre d'information au propriétaire d'un terrain avant dépose d'office 218
  - Lettre de saisine du juge des libertés et de la détention dans le cadre d'un contrôle administratif 219
  - Lettre suite à l'absence de dépôt de déclaration préalable 220
  - Lettre suite à l'absence de demande d'autorisation préalable 221
  - Lettre de demande de pièces complémentaires .. 222
  - Arrêté de dérogation à l'obligation d'extinction nocturne 223
  - Arrêté portant interdiction de la publicité sur un immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque en application de l'article L.581-4 224
  - Fiche permission de voirie 225
  - Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/la révision d'un RLP intercommunal 226
  - Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/la révision d'un RLP 227
  - Adresses utiles 228

8.4 Les formulaires 229

Sigles et abréviations 243
Lexique 245
Index 249

Nota Bene : Par convention, les articles du code de l'environnement mentionnés dans le guide ne sont pas accompagnés de la précision « du code de l'environnement ». Ainsi, lorsqu'il est par exemple évoqué « l'article L.581-1 », il faut comprendre « l'article L.581-1 du code de l'environnement ». Lorsqu'il s'agit d'un autre code, il est explicitement mentionné.

ÉDITORIAL

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes en vigueur - réglementation qui n'avait jusqu'alors pas évolué depuis plus de 30 ans.

Tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et le bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure et des enseignes, la réglementation nourrit l'ambition d'améliorer la qualité du cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles, de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel et de participer aux efforts d'économie d'énergie consentis dans la cadre des enjeux de réduction de la facture énergétique nationale.

Cette réforme a engendré une évolution des règles relatives à la publicité extérieure et aux enseignes en adéquation avec les enjeux environnementaux et les réalités économiques, et nécessite donc un accompagnement méthodologique.

Le présent guide, élaboré dans le cadre du plan d'accompagnement de la réforme du droit de la publicité mis en œuvre par le Ministère, a vocation à constituer l'outil de référence pédagogique en matière de réglementation de l'affichage publicitaire.

A destination des services déconcentrés de l'Etat et des collectivités, il est conçu de manière à être le plus opérationnel et à faciliter l'exercice des missions des agents en charge de la réglementation de la publicité.

Plus largement, ce guide est disponible pour et au service de tous les acteurs de la publicité, de façon à permettre à ceux qui le souhaitent de pouvoir s'approprier la réglementation. Le guide est ainsi également disponible en version électronique sur le site du ministère.

Je souhaite qu'il puisse contribuer à faciliter l'application et la compréhension de la réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes dans l'objectif d'assurer la préservation et la mise en valeur de nos paysages, qu'ils présentent ou non un caractère remarquable, et dont dépend la qualité du cadre de vie.

Le Directeur de l'Habitat de l'Urbanisme et des Paysages

Etienne CREPON

1

Notions de base et éléments de cadrage

1.1 Protection du cadre de vie et liberté d'expression

1.2 Autres considérations

1.3 Les différents dispositifs visés par la réglementation

1.3.1 La publicité

1.3.2 Les enseignes

1.3.3 Les préenseignes

1.4 Les dispositifs ne relevant pas de la règlementation de la publicité extérieure

1.5 Les voies ouvertes à la circulation publique

1.6 Règlement national de la publicité (RNP) et Règlement local de publicité (RLP)

1.7 La notion d'agglomération

1.8 Les dispositifs lumineux

1.9 Le mobilier urbain supportant de la publicité

1.10 Autorisations et déclarations préalables

1.1 Protection du cadre de vie et liberté d'expression

Bref rappel historique 1

Une réglementation spécifique de l'affichage comme support de publicité existe depuis la loi du 27 janvier 1902. A l'origine, il s'agissait de protéger le patrimoine historique, artistique et/ou culturel de l'apposition des « panneaux-réclames ». Les évolutions législatives ultérieures (loi du 20 avril 1910, décret-loi du 30 octobre 1935, loi du 12 avril 1943) ont progressivement élargi cet objectif à la protection du patrimoine naturel identifié (sites classés, monuments naturels) en même temps qu'elles s'appliquaient aux enseignes. Bien que silencieuse quant à ses objectifs, la loi de 1943 a été comprise par les juridictions administratives comme poursuivant un but esthétique en étant organisée dans l'intérêt de la protection des paysages et des sites.

Issu de la loi du 29 décembre 1979 et codifié aux articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement, l'actuel droit de la publicité extérieure reflète cette aspiration plus large que la seule protection du patrimoine remarquable. En effet, l'article L.581-2 précise que c'est dans le but d'assurer la protection du cadre de vie, que des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes sont établies.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite Loi ENE), complétée par le décret du 30 janvier 2012, s'est s'inscrite dans un ensemble plus vaste de lutte contre la pollution visuelle et de réduction de la facture énergétique nationale. Cela a conduit à l'élargissement des objectifs du droit de la publicité extérieure tout en demeurant dans une perspective environnementale. A titre d'exemple, la loi ENE a instauré des mesures d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (publicité ou enseigne) et de réduction des formats de la publicité numérique passé un certain seuil de consommation électrique défini par arrêté ministériel.

Contenu du message publicitaire 2

Le contenu du message publicitaire n'est pas abordé par le présent guide. En effet, le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d'implantation et le format des dispositifs publicitaires, des enseignes et des préenseignes. Ne sont donc pas concernés la santé publique (publicité qui contreviendrait à la loi Evin), le maintien de l'ordre public (publicité qui porterait atteinte aux bonnes mœurs), ou tout autre délit sanctionné par la loi pénale (délit d'injure par exemple). Par conséquent, l'autorité de police de la publicité extérieure ne peut exercer un quelconque contrôle sur le message publicitaire. L'autorité de police encadre les dispositifs sur lesquels ces messages sont apposés (publicité, enseignes et préenseignes) pour répondre à des enjeux de protection du cadre de vie. En ce sens, rappelant un des principes fondamentaux proclamé par la Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen du 26 août 1789, l'article L.581-1 énonce que 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.

Plus encore, lorsque les supports publicitaires sont utilisés à des fins d'affichage d'opinion ou pour la publicité des associations à but non lucratif, des mesures spécifiques de protection sont prévues, en particulier en termes de réservation de l'espace public.

1.2 Autres considérations

Considérations liées à la sécurité routière 3

La poursuite de préoccupations étrangères à la protection de l'environnement est *a priori* interdite dans le cadre de la règlementation de la publicité extérieure. Mais il existe des liens avec le code de la route notamment lorsque l'installation de cer-

tains dispositifs – publicité lumineuse, bâches publicitaires - peut avoir des incidences sur la sécurité routière (Art. R.581-15, Art. R.581-19 et Art. R.581-20). De la même manière, les tribunaux ne s'opposent pas aux dispositions contenues dans les règlements locaux de publicité (RLP) qui, tout en poursuivant des motifs paysagers, ont pour effet d'assurer la sécurité des usagers des voies notamment lorsqu'ils interdisent la publicité aux abords des ronds-points.

Par ailleurs, le code de la route comporte des dispositions spécifiques à la publicité pours des motifs de sécurité de la circulation routière (articles R.418-1 et s. du code de la route, ils figurent au Chapitre 8). Elles ne sont pas étudiées dans ce guide.

Considérations fiscales 4

Parallèlement, la publicité, les enseignes et les préenseignes sont susceptibles d'être soumises à une réglementation autre que le code de l'environnement. C'est notamment le cas de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) régie par les articles L.2333-6 et suivants du code général des collectivités territoriales (CGCT). Bien qu'ils portent sur le même objet, droit de la publicité extérieure et taxation doivent être distingués même si la TLPE s'appuie sur les définitions de l'article L.581-3 pour déterminer son assiette. Si le terme de « déclaration » est commun aux deux législations, leur finalité est différente :

- La déclaration d'un dispositif publicitaire au titre de la TLPE permet à la commune de connaître l'assiette de cette taxe, de la liquider puis de la recouvrer. L'exploitant doit effectuer chaque année sa déclaration, avant le 1er mars.
- La déclaration préalable du code de l'environnement permet à l'autorité de police compétente d'être informée du respect de la réglementation de la publicité extérieure. Elle est nécessaire avant l'installation de la publicité et n'aura à être renouvelée qu'en cas de modification ou de remplacement (cf. point n° 214).

Considérations urbanistiques 5

Le droit de la publicité extérieure a également des liens avec d'autres législations telles que celle du droit de l'urbanisme. Ainsi, l'élaboration d'un RLP(i) suit la même procédure que celle du plan local d'urbanisme (PLU) prévue dans le code de l'urbanisme. L'ancienne procédure faisant intervenir un groupe de travail composé d'élus, des services de l'État, de représentants des chambres consulaires, d'afficheurs* et d'associations locales d'usagers a été abrogée par la loi ENE.

L'existence de dispositions applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes figurant à la fois dans le code de l'environnement et dans le code de la route peut être source de confusion. En cas d'infraction aux règles du code de la route, il ne peut être fait usage des mesures de police prévues par le code de l'environnement et, à l'inverse, en cas d'infraction au code de l'environnement, il ne peut être fait usage des mesures de police prévues par le code de la route. Si elle ne respecte pas ce principe, l'autorité de police commettrait alors une illégalité pour détournement de procédure.

1.3 Les différents dispositifs visés par la réglementation

L'article L.581-3 donne la définition des dispositifs visés par le droit de la publicité extérieure. Il s'agit de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

1.3.1 La publicité

Définition 6

L'article L.581-3 définit la publicité comme toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Le même article précise que les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images, sont assimilés à une publicité. D'autres éléments tels que les passerelles métalliques destinées à assurer la sécurité des agents chargés de coller les affiches publicitaires sur les dispositifs, les rampes d'éclairages concourent au fonctionnement global du dispositif même s'ils ne sont pas destinés à recevoir des inscriptions, formes ou images.

La généralité de la définition permet d'appréhender tous types de publicité, existants comme à venir. Les dispositifs publicitaires actuellement réglementés par le code de l'environnement illustrent cette diversité. Une typologie de ces dispositifs, dont le régime est

présenté dans ce guide, peut être dressée en fonction de leurs conditions d'implantation :
- publicité scellée au sol ou implantée directement sur le sol ;
- publicité apposée sur un support existant (mur, clôture, etc.) ;
- publicité sur bâches de chantier* ou autres ;
- publicité apposée sur du mobilier urbain.

Selon qu'ils utilisent ou non une source lumineuse :
- publicité supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou par transparence ;
- publicité numérique.

Selon leur taille :
- dispositifs de petit format dit de « micro-affichage » ;
- dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.

Selon leur mobilité :
- publicité sur véhicule équipé ou utilisé à des fins essentiellement publicitaires ;
- publicité sur bâtiments navigants motorisés.

Selon qu'ils délivrent un message publicitaire ou non :
- publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ;
- affichage d'opinion ;
- publicité effectuée en application d'une disposition législative ou réglementaire ou en application d'une décision de justice ;
- publicité destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans des lieux considérés ;
- publicité commerciale.

Les dispositifs publicitaires qui n'entreraient dans aucune de ces catégories demeurent des publicités au sens du code de l'environnement. Par exemple, il a été jugé que la projection sur la façade d'un immeuble d'un message défilant par intermittence constituait une publicité (TA Strasbourg, 25/06/2003, *Ville de Strasbourg*, req. n° 02 02021).

Le législateur a habilité le pouvoir réglementaire à adopter des règles pour la publicité par voie aérienne ou sur l'eau. Si, pour cette dernière, il existe un régime sur les eaux intérieures, rien n'a été prévu pour la publicité sur les bâtiments naviguant sur le domaine public maritime ou pour la publicité par voie aérienne.

1.3.2 Les enseignes

Définition 7

L'article L.581-3 définit l'enseigne comme étant toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble* et relative à une activité qui s'y exerce.

Comme pour la publicité, le code de l'environnement prévoit des règles différentes selon les conditions dans lesquelles les enseignes sont implantées. Ces règles sont développées dans le présent guide.

Le code de l'environnement prévoit des règles pour :
- les enseignes en façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires (enseigne dite « en drapeau ») ;
- les enseignes en toiture ;
- les enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;
- les enseignes lumineuses parmi lesquelles figure l'enseigne à faisceau de rayonnement laser.

Le code de la route, dans ses dispositions applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes, emploie la notion « d'enseigne publicitaire » (Art. R.418-2 du code de la route). Faute d'en préciser le régime applicable, la notion peut être entendue comme une enseigne ou une publicité.

Par exception, compte tenu de leurs dimensions, de leur implantation et du fait qu'elles sont visibles par un très grand nombre de personnes, les tribunaux ont requalifié certaines enseignes en publicité. Cette jurisprudence s'est illustrée à propos :
- de lettres découpées de grande hauteur implantées au sommet d'un immeuble (CE, 13/11/1992, *Cie Gan Incendies-Accidents,* req. n° 110604) ;
- d'un totem de grande hauteur avec, à son sommet, un disque à large diamètre (TA Grenoble 05/02/2003, *Assoc. Paysages de France,* req. n°s 2413 et 2982).

Constitue également une enseigne toute inscription, forme ou image se rapportant à l'activité signalée : une affiche sur un taux d'intérêt proposé par une banque, la « une » d'un magazine sur un kiosque à journaux, etc

De même, une enseigne qui se dissocie matériellement du lieu où l'activité est exercée doit être requalifiée de préenseigne (CE, 04/03/2013, *Sté Pharmacie Matignon*, req. n°353423).

Ces décisions viennent utilement rappeler qu'un dispositif dont la fonction essentielle est manifestement détournée peut être requalifié afin de correspondre à la nouvelle fonction à laquelle son propriétaire décide de l'assigner. Il convient alors de lui appliquer le régime juridique correspondant.

1.3.3 Les préenseignes

Définition 8

L'article L.581-3 définit la préenseigne comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Bien que très proche de la définition de l'enseigne, la préenseigne s'en distingue toutefois par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur l'immeuble où s'exerce l'activité signalée alors que la préenseigne est implantée sur un immeuble matériellement *différent* de celui où s'exerce l'activité signalée.

Cas particulier des préenseignes dérogatoires 9

L'article L.581-19 pose le principe selon lequel les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité sauf pour celles dites « dérogatoires » qui sont soumises à un régime distinct de celui de la publicité. Le régime propre aux préenseignes dérogatoires est présenté au Chapitre 4.

Exemples de dispositifs : Publicité scellée au sol ou sur support (PUB) ; publicité sur mobilier urbain (MU) ; préenseigne scellée au sol (PE) ou posée au sol, type chevalet (C) ; enseignes à plat, perpendiculaire (E), en toiture et scellée au sol (E).

1.4. Les dispositifs ne relevant pas de la règlementation de la publicité extérieure

Signalisation d'information locale 10

Une forme particulière de dispositif portant le nom de Signalisation d'Information Locale (SIL) se développe, principalement, hors agglomération. Relevant du code de la route, cette microsignalétique a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'homogénéité, de lisibilité et de visibilité. Elle répond à des normes précises notamment en termes de couleurs et d'idéogrammes pouvant y figurer (lettrage, dimensions, activités signalées). Selon l'article L.581-19 dernier alinéa, dans sa rédaction applicable au 13 juillet 2015, seule la SIL pourra se substituer aux préenseignes, dites « dérogatoires », qui signalent, hors agglomération, les activités particulièrement nécessaires aux personnes en déplacement, les activités exercées en retrait de la voie publique et les activités liées à des services publics ou d'urgence*.

La SIL relève du code de la route et non du code de l'environnement ; elle peut être installée en ou hors agglomération.

Dispositifs publicitaires non concernés 11

D'autres formes de publicité extérieure ne sont pas étudiées dans ce guide car elles ne sont pas réglementées par le code de l'environnement. Il en va ainsi de la publicité sur les caddies, de la publicité sur véhicule de transport en commun, sur taxi et sur véhicule personnel lorsque le véhicule n'est pas utilisé ou équipé à des fins essentiellement publicitaires.

1.5 Voies ouvertes à la circulation publique

Champ d'application de la réglementation 12

L'article L.581-2 détermine le champ d'application géographique de la réglementation. Les publicités, enseignes et préenseignes, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du code de l'environnement et, le cas échéant, le RLP(i).

La voie ouverte à la circulation publique est entendue comme étant la voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif (Art. R.581-1). Sont ainsi visés : les routes, autoroutes et routes à grande circulation, mais également les voies navigables, les chemins de grande randonnée, les pistes de ski et les télésièges ainsi que les voies ferrées, les quais à ciel ouvert des gares ferroviaires ou les parkings.

Des dispositifs publicitaires implantés à l'intérieur d'une enceinte sportive, en même temps visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions du code de l'environnement.

Dans une affaire portant sur des photos installées derrière une vitrine commerciale, le Conseil d'État a rappelé que tout dispositif installé dans un local non principalement utilisé comme support de publicité, alors même qu'il est visible d'une voie ouverte à la circulation publique, n'est pas soumis à la réglementation (CE, 28/10/2009, *Ministre de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire c/ Sté Zara*, req. n°322758). En conséquence, un adhésif collé à l'extérieur d'une vitrine est soumis au code de l'environnement et ne l'est pas s'il est apposé à l'intérieur de celle-ci.

Exception 13

Lorsque les publicités, les enseignes et les préenseignes sont installées dans des locaux qui ne sont pas principalement utilisés comme support* de publicité tels les couloirs sous-terrain du métro ou des gares ferroviaires que la jurisprudence assimile à des locaux (Cass. com. 30/06/1987, n°86-11335), les galeries marchandes ou les parkings souterrains, l'article L.581-2 les exclut du champ de la réglementation.

1.6 Règlement national de la publicité (RNP) et Règlement local de publicité (RLP)

Les règles instituées par les RLP(i) élaborés avant le 13 juillet 2010, date de publication de la loi ENE, continuent à s'appliquer jusqu'à leur modification ou leur révision et au plus tard jusqu'au 13 juillet 2020, même lorsqu'elles sont moins restrictives que celles du RNP.

Principe général 14

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). Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) ou un règlement local

de publicité (RLP) peut être institué par certains EPCI ou, à défaut, les communes. Il comportera des règles plus restrictives que celles du RNP. Lorsque les dispositions spécifiques du RLP(i) ne portent que sur certains aspects de la règlementation et que, pour le reste de la règlementation, le RLP(i) ne prévoit pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du RNP qui s'appliquent : dans ce cas, le RNP vaut RLP.

Un exemple : la règle nationale de densité introduite par la loi ENE dans le code de l'environnement. Si un RLP(i) ne comporte aucune disposition relative à la densité, celle du RNP s'applique. En revanche, si un RLP(i) 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.

Par convention, les RLP(i) de « 2ème génération » (RLPi 2G) désignent les règlements locaux adoptés postérieurement à la loi ENE. Les RLP(i) de « 1ère génération » (RLP(i) 1G) désignent les règlements adoptés antérieurement à la loi ENE.

1.7 La notion d'agglomération

Définition 15

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération (sous réserve du respect des prescriptions du RNP ou, le cas échéant, du RLP(i)). L'article L.581-7 qui fixe ce principe précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route : l'agglomération se définit comme l'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 le traverse ou qui le borde (Art. R.110-2 du code de la route).

Notion géographique de l'agglomération 16

De la définition d'agglomération, il ressort qu'un dispositif publicitaire implanté en dehors des panneaux d'entrée (EB-10) ou de sortie (EB-20) est en principe interdit. Dans la mesure où le maire est l'autorité chargée de délimiter, par voie d'arrêté, les limites de l'agglomération (Art. R.411-2 du code de la route), l'implantation des panneaux doit épouser les limites du bâti rapproché. On dit alors que la notion matérielle de l'agglomération (présence d'immeubles bâtis rapprochés) et sa notion formelle (les panneaux EB-10 et EB-20) se superposent. Pourtant, dans la pratique, il arrive que ces deux notions ne coïncident pas :

- soit que le maire n'ait jamais fixé les limites de l'agglomération ;
- soit que le bâti se soit progressivement étendu par l'effet de l'étalement urbain sans que le maire prenne un nouvel arrêté et sans que les panneaux d'entrée et de sortie aient été déplacés ;
- soit que ces mêmes panneaux aient été installés bien en amont (ou en aval) du tissu urbain.

Face à cette situation et en cas de litige, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, *Sté Publi-system*, req. n°68134).

Pour identifier une zone agglomérée, le tissu urbain doit présenter une certaine densité. A contrario, un espace où les bâtiments sont éloignés les uns des autres n'est pas une agglomération. La preuve qu'un dispositif publicitaire est ou non implanté dans un espace comportant un ensemble d'immeubles bâtis rapprochés devra être apportée par tous moyens en cas de litige.

L'adoption d'un RLP(i) impose la détermination des limites de l'agglomération si le maire ne l'a pas déjà fait. En effet, parmi les annexes que doit comporter un RLP(i), l'article R.581-78 exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées ainsi que de l'arrêté municipal délimitant l'agglomération.

Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).

Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

Notion démographique de l'agglomération 17

La notion « géographique » d'agglomération doit être distinguée de la notion « démographique » d'agglomération. En effet, comme le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée, les modalités de décompte de la population s'avèrent importantes. Par exemple, dans les agglomérations de moins de dix mille habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants, la publicité scellée au sol est interdite.

Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune (CE, 26/11/2012, *Ministre de l'écologie, du développement durable et du logement* c/ Sté Avenir, req. n°352916). Cette solution interdit de considérer comme constituant une agglomération unique un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et implantés sur deux communes distinctes, l'une jouxtant l'autre. Lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, il incombe au maire de décompter la population dans chacune d'entre elles.

Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.

La population de la commune (pointillé) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

Unité urbaine 18

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

L'unité urbaine vient remplacer la notion d'ensemble multicommunal qu'employait le code de l'environnement avant la réforme issue du décret du 30 janvier 2012. L'INSEE la définit comme étant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de deux cents mètres entre deux constructions) qui compte au moins deux mille habitants. Dans ce cas, le décompte de la population se fait en additionnant la population totale des communes membres de l'unité urbaine afin de déterminer si les seuils prévus par la réglementation sont atteints. On remarquera donc que lorsque les textes font référence à l'unité urbaine, on ne tient pas compte des limites communales pour établir le chiffre de la population.

Les notions géographique et démographique de l'agglomération ne se recoupent pas nécessairement. Lorsqu'entre des communes membres d'une même unité urbaine existent des espaces non bâtis, la notion géographique de l'agglomération prime : ces espaces sont situés hors agglomération et la publicité y est interdite.

Dans cet exemple, les communes A, B, C et D appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ce qui n'est pas le cas de la commune E (non intégrée par l'INSEE à cette unité urbaine).
Les dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations des communes A, B, C et D sont soumis aux règles applicables aux agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont donc autorisés.
En revanche, comme la commune E ne fait pas partie de l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants et que son agglomération compte moins de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits.

La notion d'unité urbaine est indépendante de celle d'établissement public de coopération intercommunale (EPCI), c'est-à-dire les syndicats de communes, les communautés de communes, les communautés d'agglomération, les communautés urbaines ou les métropoles. Par conséquent, la population totale des EPCI n'est pas prise en compte pour l'application du code de l'environnement puisqu'elle ne dépend que des communes qui ont décidé d'adhérer à l'EPCI.

Liste des unités urbaines 19

L'INSEE dresse la liste des communes qui sont membres d'unités urbaines et indique, pour chacune d'entre elles, le chiffre de leur population ; en particulier les unités urbaines dont la population est supérieure à cent mille habitants. Ces informations sont disponibles à l'adresse suivante : http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?ref_id=NATTEF01204

1.8 Les dispositifs lumineux

Définition 20

Les dispositifs lumineux sont définis comme étant les dispositifs à la réalisation desquels participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet (Art. R.581-34 pour la publicité lumineuse et Art. R.581-59 pour l'enseigne lumineuse). Dans le but de prévenir d'éventuelles nuisances lumineuses, ces dispositifs sont soumis à des règles particulières. Avant la loi ENE, la publicité lumineuse était déjà soumise à un régime d'autorisation préalable qui ne s'applique pas à la publicité non lumineuse (cf. point n° 201 et Chapitre 6). Avec la loi ENE, une obligation d'extinction nocturne vient s'y ajouter et elle s'impose tant à la publicité qu'aux enseignes dans des conditions détaillées dans le présent guide (cf. Chapitre 4).

Typologie 21

Trois catégories de publicité lumineuse sont identifiées par le code de l'environnement :
- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité numérique (depuis le décret du 30 janvier 2012) ;
- les autres lumineux.

Deux catégories d'enseigne lumineuse sont également identifiées par le code de l'environnement : l'enseigne lumineuse « ordinaire » et qui se distingue de l'enseigne « à faisceau de rayonnement laser ». Cette dernière notion d'enseigne a été instituée par la loi Barnier de renforcement de la protection de l'environnement du 2 février 1995.

1.9 Le mobilier urbain supportant de la publicité

Définition 22

Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indication du nom des rues, etc.). Le code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques.

Typologie 23

Sont concernés les cinq types de mobilier urbain suivant :
- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (type colonne « Morris ») ;
- les mâts porte-affiches ;
- le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.

Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (à gauche), 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.

Un dispositif publicitaire n'est pas nécessairement du mobilier urbain du seul fait qu'il est implanté sur le domaine public. Pour le qualifier de tel et lui appliquer le régime de la publicité sur mobilier urbain correspondant, il faut, au préalable, s'assurer qu'il remplit les missions d'intérêt général précisées par le code de l'environnement.

1.10 Autorisations et déclarations préalables

Principes généraux 24

Une des principales caractéristiques du droit de la publicité extérieure est de soumettre la publicité soit à autorisation préalable, soit à déclaration préalable, les deux procédures ne pouvant se superposer. Le Chapitre 6 précise leur champ d'application respectif. Mais avant, il est nécessaire de faire la distinction entre les deux en raison de leurs finalités différentes.

Lorsqu'un dispositif publicitaire est soumis à autorisation préalable, son installation est subordonnée à une autorisation délivrée par l'autorité compétente en matière de police après instruction. Celle-ci a pour objet de veiller à ce que le dispositif respecte les règles de formats, d'implantation et de luminosité qui le concernent, ainsi que son intégration dans l'environnement architectural et paysager, le cas échéant, après consultation des services et des autorités de l'État compétentes (ABF, Préfet de région). Le pétitionnaire devra présenter sa demande en complétant le document Cerfa n° 14798*1 (un exemplaire figure au Chapitre 8).

L'objet de la déclaration préalable est d'informer l'autorité de police qu'un dispositif publicitaire va être implanté, modifié ou remplacé dans les conditions indiquées par le document Cerfa n°14799*1 (un exemplaire figure au Chapitre 8). Autrement dit, l'autorité de police ne peut pas s'opposer à cette installation ; il n'y a donc pas d'instruction de la déclaration. Néanmoins, si, au vu des informations figurant dans la déclaration, il apparaît que le projet n'est pas conforme au code de l'environnement et, le cas échéant, au RLP(i), il est opportun que l'autorité de police attire l'attention de l'exploitant des risques qu'il encourt en matière de sanctions.

Dans le cadre d'une déclaration préalable, s'il apparaît que l'exploitant projette d'installer un dispositif contrevenant à la réglementation, l'autorité de police peut l'avertir mais ne peut lui adresser un refus d'installer. S'il venait à procéder de la sorte, l'autorité de police ferait entrer, illégalement, le dispositif en question dans le champ du régime de l'autorisation préalable.

Autres législations 25

L'autorisation préalable et la déclaration préalable sont des procédés partagés par d'autres législations que le code de l'environnement. Outre celle pratiquée en matière fiscale (cf. point n° 4), la déclaration préalable est utilisée en droit de l'urbanisme, tout comme l'autorisation préalable.

De même, le code général de la propriété des personnes publiques impose une autorisation préalable appelée autorisation de voirie pour toute implantation sur le domaine public. Par conséquent, l'installation d'un dispositif publicitaire – qu'il soit soumis à autorisation ou déclaration préalable au titre du code de l'environnement - sur une dépendance du domaine public nécessitera de surcroît une autorisation de voirie délivrée par l'autorité gestionnaire de voirie.

Celle-ci prendra la forme :

- d'une concession de voirie, signée par le propriétaire ou le gestionnaire du domaine public, également appelée contrat d'occupation du domaine public (pratiqué notamment en matière d'implantation du mobilier urbain) ;
- d'une permission de voirie, délivrée par le propriétaire ou le gestionnaire du domaine public, si l'implantation du dispositif publicitaire entraîne une modification de l'assiette du domaine public par pénétration dans le domaine public (Art. 113-2 du code de la voirie routière). C'est le cas par exemple d'un dispositif publicitaire scellé au sol ;
- d'une permission de stationnement, délivrée par l'autorité de police, si cette implantation n'entraîne pas de modification de l'assiette du domaine public (le cas par exemple d'un chevalet*) ou si elle est en surplomb du domaine public.

2

La nouvelle répartition des compétences de police

2-1 La répartition des compétences en matière d'instruction

2-2 La répartition des compétences en matière de sanction

La loi ENE a réorganisé la répartition des compétences en matière de publicité extérieure qu'il s'agisse de l'instruction (2-1) ou de l'exercice du pouvoir de police (2-2).

2.1 La répartition des compétences en matière d'instruction

Une commune membre d'un EPCI doté d'un RLPi mais dont le territoire ne comporte pas de zones où s'appliquent des règles spécifiques au RLPi dispose néanmoins de la compétence d'instruction pour l'ensemble de son territoire alors même qu'elle est soumise aux règles du RNP, ce dernier valant ici RLPi.

Nouveauté de la loi ENE 26

La loi ENE a modifié la répartition des compétences en matière d'instruction des déclarations et des autorisations préalables (sur le champ d'application de la déclaration et de l'autorisation préalable se reporter au Chapitre 6). En effet, jusqu'à son entrée en vigueur, le 14 juillet 2010, l'instruction était une compétence partagée par l'Etat et les communes. Avec la loi ENE, la répartition des compétences est désormais clarifiée.

Compétence d'instruction 27

L'instruction relève de la compétence de l'État lorsque la publicité, l'enseigne ou la préenseigne doit être implantée sur le territoire d'une commune où il n'existe pas de RLP(i). Lorsque la publicité, l'enseigne ou la préenseigne doit être installée sur un territoire couvert par un RLP(i), la compétence d'instruction appartient au Maire de la commune y compris quand cette commune est membre d'un EPCI.

Cas dérogatoire des bâches et des dispositifs de dimensions exceptionnelles 28

Il existe toutefois un cas dérogatoire à cette répartition des compétences : le régime d'instruction des bâches et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles. En effet, l'instruction des demandes d'autorisation d'implantation de bâches supportant de la publicité (bâches de chantier ou bâches publicitaires) et de dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles incombe à la commune puisque, conformément à l'article L.581-9, seul le maire est compétent pour délivrer « au cas par cas » l'autorisation. En l'absence de RLP(i), l'autorisation est délivrée par le maire au nom de l'État et, en cas de RLP(i), l'autorisation est délivrée par le maire au nom de la commune.

Lors du renouvellement ou du remplacement d'une publicité sur bâches, une déclaration préalable est exigée. Dans ce cas, la déclaration préalable est adressée à l'autorité compétente en matière de police en vertu de l'article L581-14-2.

Si la compétence d'instruction des demandes d'autorisation d'installation des bâches ou dispositifs de dimensions exceptionnelles appartient toujours au maire, la compétence de police sera fonction de l'existence ou non d'un RLP(i). Ainsi, en l'absence de RLP(i), le Préfet sera compétent pour exercer le pouvoir de police et, en cas de RLP(i), le maire sera compétent pour exercer le pouvoir de police.

Cas dérogatoire des bâches et des dispositifs de dimensions exceptionnelles

	En l'absence d'un RLP(i)	En présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

2.2 La répartition des compétences en matière de pouvoir de police

En l'absence de RLP(i) 29

Comme en matière d'instruction, le pouvoir de police a été réorganisé depuis la loi ENE. Auparavant, le pouvoir de police de la publicité extérieure était exercé de manière concurrente* par le préfet et le maire, ce dernier agissant au nom de l'État. Désormais, il convient de tenir compte de l'existence, ou non, d'un RLP(i). Ainsi, et par principe, la compétence en matière de police appartient au préfet lorsqu'il n'existe pas de RLP(i) sur le territoire intercommunal ou communal.

En présence d'un RLP(i) 30

Lorsqu'il existe un RLP(i), qu'il soit intercommunal ou communal, la compétence en matière de police appartient au maire agissant au nom de la commune. Si le RLP(i) a institué des zones qui ne couvrent pas la totalité du territoire, le maire demeure l'autorité compétente en matière de police, que l'infraction soit constatée dans les zones instituées par le RLP(i) ou en dehors de celles-ci et où le RNP – qui vaut alors RLP(i) - continue de s'appliquer.

Si le maire n'exerce pas son pouvoir de police, le préfet peut se substituer à lui dans les conditions définies à l'article L.581-14-2. Le préfet adresse au maire une demande d'exercer son pouvoir de police au titre de l'article L.581-27. Si le maire ne l'a pas mis en oeuvre dans un délai d'un mois suivant la demande qui lui est adressée, le préfet y pourvoit en lieu et place du maire (sur les mesures de police, se reporter au Chapitre 7).

L'article L.581-26 impose au préfet de prononcer une amende administrative de 1 500 euros. Il s'agit d'une sanction et non d'une mesure de police, la répartition des compétences décrite aux points précédents ne s'applique pas. C'est *toujours* le préfet qui la prononce qu'il existe ou non un RLP(i).

Compétence de police

En l'absence de RLP(i)	En présence d'un RLP(i)
Préfet	Maire

3

La répartition des compétences en matière d'élaboration d'un RLP(i)

Compétence de principe des EPCI 31

Jusqu'à la loi ENE, il appartenait, en principe, aux communes d'élaborer leur RLP en vertu d'une procédure propre au code de l'environnement. Ce dernier avait également prévu une procédure permettant à plusieurs communes d'élaborer un RLPi en vue d'établir un projet commun. Avec la loi ENE, le principe est inversé en raison de l'alignement de la procédure d'élaboration du RLP sur celle du PLU (sur la procédure d'élaboration du RLP(i) se reporter au Chapitre 5). Le principe est désormais d'établir un RLPi lorsque les communes sont membres d'un EPCI à compétence PLU.

Lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU, il peut malgré tout élaborer un RLPi à la condition que les communes membres délibèrent en vue de lui transférer leur compétence RLP dans les conditions de majorité requises par l'article L.5211-17 du CGCT. Ce n'est qu'après transfert de compétence que l'EPCI pourra élaborer un RLPi.

Une commune disposant d'un RLP 1G qui est membre d'un EPCI à compétence PLU ne peut plus le modifier ou le réviser pour le transformer en RLP 2G. Cette possibilité appartient à l'EPCI compétent en matière de PLU.

Les EPCI compétents de plein droit en matière de PLU sont les communautés urbaines, les métropoles et les syndicats d'agglomération nouvelle (SAN). Si leurs statuts le prévoient expressément, les communautés d'agglomération et les communautés de communes peuvent également l'être.

Compétence par défaut des communes 32

Si une commune n'est pas membre d'un EPCI ou si cet EPCI n'est pas compétent en matière de RLP (soit qu'il n'a pas la compétence PLU, soit qu'il n'a pas bénéficié d'un transfert de compétence RLP), elle pourra élaborer son propre RLP communal.

Quizz : Répartition des compétences

1	Quelle est l'autorité de police compétente pour se prononcer sur une demande d'autorisation d'implantation d'une publicité lumineuse dans une commune dotée d'un RLP ?	Il s'agit du maire par combinaison des articles L.581-9 alinéa 3 et L.581-14-2.
2	Quelle est l'autorité de police compétente pour autoriser l'installation d'une bâche comportant de la publicité dans une commune non dotée d'un RLP ?	Il s'agit du maire au nom de l'État (Art. L.581-9 alinéa 2).
3	Quelle est l'autorité de police compétente en cas de remplacement ou de modification de bâche comportant de la publicité ?	Il s'agit du maire si la commune est dotée d'un RLP et du préfet si la commune n'est pas dotée d'un RLP (Art. R.581-6).
4	Quelle est l'autorité de police compétente pour autoriser une enseigne à faisceau de rayonnement laser dans une commune couverte par un RLP ?	Il s'agit du maire par combinaison des articles L.581-14-2 et L.581-18 alinéa 4.
5	Une commune membre d'une communauté urbaine est-elle compétente pour élaborer un RLP ?	Non, comme les communautés urbaines sont des EPCI compétents en matière de PLU, il leur incombe d'élaborer les RLP (Art. L.581-14 alinéa 1er). Par suite, les communes membres de tels EPCI perdent leur compétence RLP.
6	Une commune membre d'une communauté de communes ou d'une communauté d'agglomération est-elle compétente pour élaborer un RLP ?	En principe oui car les communautés de communes ou les communautés d'agglomération ne sont pas des EPCI compétents en matière de PLU. Mais, si les communes ont décidé de transférer la compétence PLU ou RLP à ces EPCI, elles perdent leur compétence RLP (Art. L.5211-17 CGCT).
7	Quelle est l'autorité de police compétente pour prendre un arrêté de mise en demeure visant un dispositif illégalement implanté dans une commune non dotée d'un RLP ?	Il s'agit du préfet (Art. L.581-14-2).
8	Quelle est l'autorité de police compétente pour prendre un arrêté de mise en demeure visant un dispositif illégalement implanté dans une commune membre d'un EPCI doté d'un RLPi mais dont le territoire n'est pas concerné par des dispositions spécifiques du RLPi ?	Il s'agit du maire. En effet, même si son territoire ne comporte pas de règles spécifiques instituées par le RLPi, son territoire est couvert par le RLPi, en l'occurrence par les dispositions du RNP qui vaut RLPi.
9	Le président d'un EPCI doté d'un RLPi est-il compétent pour prendre un arrêté de mise en demeure visant un dispositif implanté sur le territoire de l'EPCI ?	Non, les seules autorités de police de la publicité sont le maire et le préfet. Dans ce cas, c'est le maire (Art. L.581-14-2).
10	Quelle est l'autorité de police compétente pour prendre des mesures de sanction administrative, en l'occurrence, prononcer l'amende administrative en cas d'installation d'une publicité sans l'accord du propriétaire sur le territoire d'une commune dotée d'un RLP ?	Que l'infraction soit constatée sur le territoire d'une commune couverte ou non par un RLP, la compétence pour prononcer l'amende administrative, qui est une sanction administrative, appartient toujours au préfet (Art. L.581-26)
11	Quelle est l'autorité compétente pour instruire une demande d'installation d'une enseigne dans une commune membre d'un parc naturel régional et membre d'un EPCI doté d'un RLPi ?	Il s'agit du maire (Art. L.581-14-2).

4

Le règlement national de publicité (RNP)

4.1 Les publicités

4.1.1 Les dispositions communes aux publicités
- I. L'autorisation écrite du propriétaire
- II. L'identité du dispositif
- III. L'entretien du dispositif
- IV. Les interdictions

4.1.2 Les dispositions propres à chaque type de publicité
- I. La publicité non lumineuse
  - La publicité murale
  - La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol
- II. La publicité lumineuse
  - La publicité éclairée par projection ou transparence
  - La publicité numérique
  - Les autres lumineux
- III. La publicité sur mobilier urbain
- IV. Les bâches comportant de la publicité
- V. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles
- VI. L'affichage de petit format (ou micro-affichage)
- VII. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif
- VIII. La publicité sur véhicule terrestre
- IX. La publicité sur les voies navigables

4.1.3 La règle de densité
- I. Règles applicables sur les unités foncières
  - Unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres
  - Unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres
- II. Règles applicables sur le domaine public

4.2 Les enseignes

4.2.1 Les dispositions communes aux enseignes

4.2.2 Les dispositions propres à chaque type d'enseigne
- I. L'enseigne en façade
- II. L'enseigne sur toiture
- III. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- IV. L'enseigne lumineuse
- V. L'enseigne temporaire
- VI. L'enseigne à faisceau de rayonnement laser

4.3 Les préenseignes

4.3.1 Les préenseignes dérogatoires
- I. Les préenseignes dérogatoires avant le 13 juillet 2015
- II. Les préenseignes dérogatoires après le 13 juillet 2015

4.3.2 Les préenseignes temporaires

Sommaire

page précédemment consultée

RAPPEL
- les publicités, enseignes ou préenseignes qui étaient illégales avant le 1er juillet 2012 ne disposent d'aucun délai pour se mettre en conformité ou être supprimées, elles sont en infraction ;
- lorsqu'il existe un RLP(i) 1G, ses prescriptions s'appliquent jusqu'à sa révision ou sa modification. Dans le cas contraire, passé le 13 juillet 2020, il est frappé de caducité (cf. point n° 155) ;
- pour les préenseignes dérogatoires, la date du 13 juillet 2015 a été fixée par l'article 42 de la loi du 12 juillet 2010 (cf. point n° 131).

Les délais de mise en conformité prévus par l'article L.581-43 ne concernent pas les préenseignes dérogatoires qui, elles, demeurent régies par l'article L.581-19 dans sa rédaction applicable au 13 juillet 2015.

Date d'entrée en vigueur du nouveau RNP 33

Par principe, les règles issues du décret 2012-118 du 30 janvier 2012 dites RNP, sont applicables depuis le 1er juillet 2012. Deux hypothèses doivent cependant être distinguées selon qu'il existe ou non un RLP(i) :
- s'il existe un RLP(i), ce sont les règles de celui-ci qui s'appliquent, jusqu'à ce qu'il soit modifié ou révisé et, en tout état de cause, s'il s'agit d'un RLP(i) 1G, au plus tard jusqu'au 13 juillet 2020. Toutefois, lorsque le RLP(i) est silencieux sur certaines dispositions, ce sont donc les règles nationales qui s'appliquent aux publicités, enseignes et préenseignes installées, modifiées ou remplacées à compter du 1er juillet 2012. Par exemple, si le RLP(i) ne prévoit pas de règle locale de densité, c'est la règle nationale de densité issue du RNP qui s'applique ;
- s'il n'existe pas de RLP(i), les publicités, enseignes et préenseignes installées, modifiées ou remplacées depuis le 1er juillet 2012 doivent être conformes au RNP.

Date de mise en conformité des dispositifs existants 34

L'article 67 de la loi 2012-387 du 22 mars 2012 a modifié l'article L.581-43 en portant à six ans le délai dont disposent les publicités, enseignes et préenseignes installées antérieurement au 1er juillet 2012 et respectant la réglementation alors en vigueur pour se conformer aux nouvelles dispositions du RNP. Toutefois, cet article 67 a prévu qu'un décret puisse réduire ce délai à une durée qui ne peut être inférieure à deux ans pour les publicités et les préenseignes, à l'exclusion des enseignes qui bénéficient toujours du délai de six ans pour être mises en conformité. Il s'agit du décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 publié le 11 juillet 2013 dont les dispositions concernant la mise en oeuvre de la loi du 22 mars 2012 ont été codifiées à l'article R.581-88.

En conséquence, les dates auxquelles les dispositifs existant antérieurement au 1er juillet 2012 doivent être conformes aux nouvelles dispositions règlementaires issues du décret du 30 janvier 2012 modifié sont les suivantes :

Publicités et préenseignes	13/07/2015
Enseignes	01/07/2018

4.1 Les publicités

Dans la mesure où l'article L.581-19 dispose que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, les développements qui suivent s'appliquent tant à la publicité qu'aux préenseignes. Un régime particulier s'applique toutefois pour les préenseignes dites dérogatoires et les préenseignes temporaires (sur leur régime, cf. points n° 130 et s.).

4.1.1 Les dispositions communes aux publicités

I. L'autorisation écrite du propriétaire

Obligation 35

L'autorisation écrite du propriétaire est obligatoire pour toute implantation de publicité (Art. L.581-24). Cette règle ne souffre aucune dérogation, quel que soit le propriétaire, qu'il s'agisse d'une propriété privée ou du domaine public, quel que soit le

format de la publicité ou de la préenseigne dérogatoire. Tout manquement correspond à ce qui est communément appelé « affichage sauvage » et expose notamment à l'amende administrative prononcée par le préfet, prévue par l'article L.581-26 (pour une étude détaillée de la procédure, se reporter au Chapitre 7).

II. L'identité du dispositif

Obligation 36

Publicités et préenseignes dérogatoires sont souvent installées par des sociétés spécialisées. Celles-ci doivent nécessairement indiquer leurs coordonnées sur le dispositif (Art. L.581-5) au risque d'être passibles de l'amende administrative (Art. L.581-26) ou de la suppression d'office (Art. L.581-29). Les sociétés apposent leur « buteau* », fixé sur la moulure* ou sur le pied du panneau, qui indique la raison sociale ou la dénomination commerciale de l'entreprise.

Annonceur 37

Lorsque la société qui a apposé la publicité n'est pas identifiable, c'est à la société dans l'intérêt de laquelle est réalisée la publicité, c'est-à-dire l'annonceur*, que sont adressés les éventuels courriers et arrêtés.

III. L'entretien du dispositif

Obligation d'entretien 38

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.

IV. Les interdictions

Cas général 39

La publicité est interdite hors agglomération (sur la notion d'agglomération, cf. points n° 15 et s.) (Art. L.581-7). L'article L.581-4 édicte également une série d'interdictions, dites absolues puisqu'elles ne permettent aucune dérogation. La publicité est ainsi interdite :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres. L'élagage mutilant les arbres ou les haies à seule fin de dégager la visibilité de dispositifs scellés au sol ou d'en permettre l'installation est assimilé à une implantation sur les arbres (CE/14/02/2001, *Sté Centrale d'espaces publicitaires*, req. n°209103).

Le « cœur » des parcs nationaux désigne la zone de protection la plus stricte (dite auparavant « zone centrale ») à la différence de « l'aire d'adhésion » comprenant le territoire des communes qui ont vocation à signer la charte du parc en raison notamment de leur continuité géographique ou de leur solidarité écologique avec le cœur (Art. L.331-1).

Cas particulier 40

Le II de l'article L.581-4 offre au maire (ou au préfet sur demande ou après avis du conseil municipal) la possibilité de protéger par arrêté (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8) les immeubles* présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et sur lesquels la publicité est interdite. Cette procédure ne nécessite que l'avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS), réputé acquis passé un délai de deux mois à compter de sa saisine.

L'autorisation du propriétaire, document écrit contractuel, appelé contrat de louage d'emplacement par l'article L.581-25, qui lie le propriétaire et l'exploitant de la publicité, ne doit pas être confondue avec l'autorisation délivrée par l'autorité compétente en matière de police pour certains dispositifs publicitaires ou enseignes. Ainsi, une société d'affichage qui aura obtenu dans un premier temps l'autorisation écrite (un bail le plus souvent) d'un propriétaire pour installer une publicité numérique adressera ensuite à l'autorité compétente une demande d'autorisation en utilisant le formulaire Cerfa 14798*1.

La liste des édifices classés ou inscrits au titre des monuments historiques est disponible sur la base « Mérimée » du site internet du ministère de la culture (http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/). La liste des sites classés est accessible sur les sites internet des différentes DREAL, DEAL et DRIEE.

Lorsqu'elle est consultée en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes, la CDNPS se réunit dans sa formation dite de la publicité dans les conditions énoncées aux articles R.341-16 à R.341-25.

Dérogations à l'interdiction hors agglomération 41

L'article L.581-7 prévoit deux dérogations au principe de l'interdiction de la publicité hors agglomération. La publicité est ainsi admise :

- à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux ;
- dans l'emprise* des aéroports et gares ferroviaires.

S'agissant du premier cas, c'est par la voie d'un RLP(i) que peut être réintroduite de la publicité. Il faut noter que cette possibilité ne peut s'exercer qu'à proximité des centres commerciaux* « *exclusifs de toute habitation* ». Aussi, à la différence des zones de publicité autorisée (ZPA) propres à la précédente législation, sont donc exclus les secteurs industriels, les centres artisanaux et les groupements d'habitation.

S'agissant du second cas, la publicité y est admise par la règlementation nationale (donc sans que l'adoption d'un RLP(i) ne soit nécessaire). La publicité y est soumise à un régime spécifique (cf. fiche mémo « la publicité dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires » au Chapitre 8).

Un hôtel n'est pas considéré comme une habitation (Art. R.123-9 du code de l'urbanisme).

Autres interdictions 42

L'article L.581-8-I dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites « relatives » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP(i).

Ainsi, la publicité se trouve-t-elle interdite en agglomération :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- dans les secteurs sauvegardés ;
- dans les parcs naturels régionaux (PNR) ;
- à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité* des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques ainsi que des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS.

La référence aux abords des 100 mètres, y compris lorsque l'édifice est implanté sur une commune voisine, et dans le champ de visibilité est propre au code de l'environnement. Ils doivent être distingués du régime de protection des abords propre au code du patrimoine qui est de 500 mètres (Art. L.621-30 du code du patrimoine).

Les 2 publicités murales sont en covisibilité avec l'église classée. La première (en bas) est dans le même champ de vision : un observateur peut voir en même temps la publicité et l'église. La seconde (en haut) est visible de l'église et réciproquement.

- dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux (cet ajout résulte de la loi du 14 avril 2006 réformant le régime des parcs nationaux).

La loi ENE a ajouté à cette liste :

- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 (Zones Natura 2000).

Le règlement des ZPPAUP ou des AVAP ne peut pas comporter de prescriptions relatives à la publicité, aux préenseignes ou aux enseignes. En effet, c'est le code de l'environnement qui régit les enseignes, alors qu'une ZPPAUP ou une AVAP est établie conformément aux dispositions du code du patrimoine. En revanche, le règlement de l'AVAP peut prévoir des préconisations esthétiques qui seront utiles pour motiver un refus d'implantation d'un dispositif soumis au régime d'autorisation préalable.

Article L.414-1

I.-Les zones spéciales de conservation sont des sites marins et terrestres à protéger comprenant :
- *soit des habitats naturels menacés de disparition ou réduits à de faibles dimensions ou offrant des exemples remarquables des caractéristiques propres aux régions alpine, atlantique, continentale et méditerranéenne ; soit des habitats abritant des espèces de faune ou de flore sauvages rares ou vulnérables ou menacées de disparition ;*
- *soit des espèces de faune ou de flore sauvages dignes d'une attention particulière en raison de la spécificité de leur habitat ou des effets de leur exploitation sur leur état de conservation ;*

II.-Les zones de protection spéciale sont :
- *soit des sites marins et terrestres particulièrement appropriés à la survie et à la reproduction des espèces d'oiseaux sauvages figurant sur une liste arrêtée dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat ;*
- *soit des sites marins et terrestres qui servent d'aires de reproduction, de mue, d'hivernage ou de zones de relais, au cours de leur migration, à des espèces d'oiseaux autres que celles figurant sur la liste susmentionnée.*

4.1.2 Les dispositions propres à chaque type de publicité

I. La publicité non lumineuse

La publicité murale

Définition 43

Sous le vocable « publicité murale » sont regroupées toutes les publicités installées sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité : mur de tout bâtiment, mur de clôture*, clôture ou palissade* de tout type. Elle s'oppose à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.

Interdictions 44

La publicité est interdite « *sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (...)* » (Art. R.581-22-1°). Il faut notamment entendre par « équipements publics » les ouvrages suivants : piles de pont, murs de soutènement et parapets.

La publicité est également interdite « *sur les murs des bâtiments, sauf quand ces murs sont aveugles* ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré (...)* » (Art. R.581-22-2°). Le décret du 30 janvier 2012 a apporté à cette règle qui existait déjà dans l'ancienne réglementation (ancien Art. R.581-8) une modification importante et une précision. La modification est l'extension de la règle à tous les bâtiments alors qu'elle ne concernait jusqu'alors que les bâtiments d'habitation, ce qui générait de nombreuses difficultés pour les bâtiments détournés de leur usage initial (immeuble d'habitation devenu immeuble de bureaux, pavillon à usage professionnel d'un artisan) ou pour les usages mixtes (commerce et habitation) dont un complexe calcul des surfaces affectées à l'un ou à l'autre pouvait déterminer la règle à appliquer. Le décret entérine par ailleurs l'usage qui avait fixé à 0,50 m² la surface qualifiée dans le texte précédent « d'ouverture réduite ».

Tout percement, dont les portes pleines, doit être considéré comme une ouverture*. La jurisprudence a, en revanche, exclut les ouvertures obturées par des briques de verre qui ne constituent donc pas une ouverture.

La publicité ne peut recouvrir tout ou partie d'une baie* (Art. L.581-8-III). Cette interdiction qui s'applique à tous les types de bâtiments comporte deux exceptions :

- lorsqu'il s'agit de la devanture* d'un établissement commercial temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire ;
- pour les dispositifs* de petit format intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie (sur le micro-affichage, cf. points n° 96 et s.).

La publicité est enfin interdite « *sur les clôtures qui ne sont pas aveugles* » (Art. R.581-22). Distinction doit être faite entre les murs de clôture maçonnés (pierres, moellons, ciment...), dont le régime s'apparente, par assimilation, aux murs des bâtiments et les clôtures, aveugles ou non. Les clôtures aveugles comprennent par exemple les palissades en bois, métal, plastique voire en matériaux d'origine végétale alors que les clôtures non-aveugles désignent les grilles et grillages. Une clôture constituée d'un muret surmonté d'une grille ou d'un grillage n'est donc pas aveugle.

Règles de surface et de hauteur 45

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. L'article définit également les normes spécifiques à l'intérieur de l'emprise des aéroports et gares ferroviaires, ainsi que le régime applicable aux routes à grande circulation (RGC) traversant les agglomérations de moins de dix mille habitants.

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4 m²	6 m
Agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou agglomération de plus de 10 000 habitants	12 m²	7,5 m
Emprise des aéroports et gares ferroviaires	12 m²	7,5 m
Bordure des routes à grande circulation traversant les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	4 m² voire 8 m²	6 m

À noter

La traversée d'une agglomération de moins de 10 000 habitants par une route à grande circulation (RGC)

La règle : La surface de la publicité est limitée à 4 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants).

L'exception : L'article R.581-26 permet de porter cette surface à 8 m² lorsque la publicité est implantée en bordure d'une RGC aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la CDNPS et du maire de la commune traversée. L'arrêté préfectoral pourra désigner les parties de cette voie où la surface demeurera à 4 m².

On aura remarqué que règle et exception étaient inversées dans la règlementation antérieure au 1er juillet 2012.

Quatre changements applicables depuis le 1er juillet 2012 :

- la notion d'emprise des aéroports et des gares ferroviaires ;
- la suppression du seuil des agglomérations inférieures à deux mille habitants ;
- l'apparition du format de huit mètres carrés dans la règlementation nationale ;
- l'inversion de la règle relative à la traversée des agglomérations de moins de dix mille habitants hors unité urbaine de plus de cent mille habitants par une route à grande circulation (Voir encadré ci-dessus).

Règles d'implantation 46

Une publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol (Art. R.581-27, alinéa 1er). Lorsque la surface du sol est en pente, aucun point de la publicité ne peut se trouver à moins de 0,50 mètre du sol. Le calcul d'une hauteur moyenne n'est donc pas conforme à l'esprit de la loi.

Elle ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse* en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte (Art. R.581-27, alinéa 2). Dans l'ancienne réglementation, une exception était faite pour les publicités sur clôtures aveugles sur lesquelles les publicités pouvaient dépasser d'un tiers de leur hauteur (ancien Art. R.581-9). C'était un cas fréquent sur les palissades de chantier. Cette exception n'existe plus dans la nouvelle réglementation issue du décret du 30 janvier 2012. Cela signifie que les publicités murales dépassant la clôture aveugle sur laquelle elles sont installées antérieures au 1er juillet 2012 devront se conformer à la nouvelle réglementation au plus tard le 13 juillet 2015 (Art. R.581-88-III).

La publicité doit se situer en dessous de la limite de l'égout du toit. Lorsque deux lignes d'égout situées de part et d'autre du pignon sont à des hauteurs différentes, la plus proche du dispositif peut être retenue.

Une publicité ne peut dépasser, le cas échéant, les limites de l'égout du toit. Cette nouveauté apportée par le décret du 30 janvier 2012 trouve souvent à s'appliquer sur les murs pignons*, pour lesquels le point le plus haut du dispositif doit se trouver en dessous de la ligne horizontale imaginaire prolongeant l'égout du toit.

Une publicité ne peut constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,25 m (Art. R.581-28). Ce surplomb nécessite l'accord écrit du propriétaire, que le surplomb concerne le domaine public ou une parcelle privée.

Depuis le 1er juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité (cf. points n° 104 et s.).

Cas de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires 47

Dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires situées hors agglomération, le format et la hauteur des publicités suivent le régime des agglomérations de plus de dix mille habitants : douze mètres carrés et six mètres. Les gares ferroviaires en agglomération ainsi que les aéroports en agglomération (certainement très rares) ne sont pas concernés. Ainsi, les publicités dans l'emprise de la gare ferroviaire d'une agglomération de moins de dix mille habitants doivent respecter les prescriptions applicables aux dispositifs implantés dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, soit quatre mètres carrés de surface maximale et six mètres de hauteur maximale.

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Définition 48

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol s'oppose à la publicité murale puisqu'elle n'est pas installée sur un support qui existait préalablement. Elle est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet, plus rarement posée directement sur le sol (cf. les chevalets). Elle est régie par les articles R.581-30 à R.581-33.

Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces entrent dans cette catégorie. Ils ne sauraient être regardés comme des enseignes, puisqu'ils ne sont pas apposés sur l'immeuble où s'exerce l'activité.

Par commodité de lecture, la seule expression « publicité scellée au sol » est employée dans ce Chapitre.

Interdictions 49

Si la commune est dotée d'un PLU ou d'un POS, il convient de veiller à ce que ce soit bien pour un motif de protection des sites, des milieux naturels et des paysages que la zone naturelle dans laquelle la publicité scellée au sol est interdite a été instituée. En effet, ces zones peuvent également être instituées pour d'autres motifs tels les risques que pourraient encourir les constructions ou l'existence d'une exploitation forestière. Dans ces dernières hypothèses, l'interdiction édictée par l'article R.581-30 ne s'applique pas.

RAPPEL

Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune même si celle-ci jouxte une autre commune et que l'ensemble, en raison d'un bâti dense continu, constitue une agglomération unique au sens géographique du terme (CE, 26/11/2012, *Mininistre de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement*, req. n°352916). En l'absence d'authentification, par décret, du chiffre de la population de l'agglomération, tel qu'il résulterait d'un recensement général, il appartient au maire de le déterminer (CE, avis, 29/03/1993, *Sté Dauphin OTA*, req. n°143774).

La visibilité de l'affiche s'apprécie au cas par cas. Elle nécessite donc un déplacement sur le terrain. Comme l'article R.581-31 fait référence à « l'affiche » et non au « dispositif », ce n'est pas la distance entre le dispositif et la voie qui est le critère pertinent mais la visibilité de l'affiche qu'il supporte depuis les voies considérées.

Outre les interdictions générales des articles L.581-4, L.581-7 ou L.581-8, les publicités scellées au sol sont également interdites en agglomération (Art. R.581-30) :

- dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L.130.1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un PLU ou sur un POS.

Ces zones correspondent aux zones naturelles du PLU (Art. R.123-8 du code de l'urbanisme) ou des POS (Art. R.123-18 du code de l'urbanisme dans sa rédaction antérieure à la loi SRU) encore en vigueur.

Comme pour les publicités murales, le seuil de dix mille habitants composant l'agglomération communale et l'unité urbaine de plus de cent mille habitants constituent les critères qui déterminent les règles applicables : Les publicités scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Les publicités scellées au sol sont interdites *« si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération »* (Art. R.581-31, alinéa 2). Le sens de cette disposition a été précisé par le Conseil d'Etat pour lequel le terme hors agglomération ne s'applique qu'aux déviations ou voies publiques (CE, 12/12/2003, *Sté Trihept*, req. n°253906). Ainsi, le dispositif étant, lui, par principe installé en agglomération :

- il ne peut jamais être visible d'une autoroute, bretelle, route express, que celles-ci soient en ou hors agglomération ;
- il ne peut pas être visible d'une déviation ou voie publique hors agglomération ;
- il peut être visible d'une déviation ou voie publique si celle-ci est en agglomération.

Règles d'implantation 50

La surface des publicités scellées au sol ne peut excéder douze mètres carrés et leur hauteur est limitée à six mètres. La hauteur se mesure par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau et ne peut être mesurée d'un autre lieu (par exemple de la chaussée de la route voisine). Aucun point du dispositif publicitaire ne doit dépasser six mètres de haut. Aussi, lorsqu'il est implanté sur un sol en pente (dans un talus ou en contre-bas d'une route), une moyenne entre le point le plus haut et le point le plus bas ne saurait être calculée.

Aucun des points des dispositifs publicitaires ne peut s'élever à plus de 6 m par rapport au sol naturel.

Règle de recul 51

Une publicité scellée au sol ne peut être placée *« à moins de dix mètres en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie »* (Art. R.581-33, 1er alinéa). Cette prescription ne concerne pas les immeubles ayant un autre usage que l'habitation ni le fonds où est implanté le dispositif. Le propriétaire de l'immeuble peut donc laisser installer un panneau publicitaire devant sa ou ses fenêtres ; seul le RLP(i) pourra éventuellement interdire cette pratique.
Un dispositif publicitaire peut être installé à moins de dix mètres des baies s'il est en retrait du plan du mur contenant cette baie. En effet, dans ce cas, il ne porte pas atteinte à la vue dont les occupants du bâtiment jouissent à partir de leur baie.

Le fonds « voisin » doit être considéré comme l'unité foncière* contiguë à celle où est implanté le dispositif. La règle ne trouve pas à s'appliquer si une autre unité foncière ou une voie sépare les deux fonds.

Le texte de l'article R.581-33 emploie le terme de « baie », à la différence de l'article R.581-22 qui emploie celui d'« ouverture ». L'article R.581-22, commun à toutes les publicités, protège le patrimoine architectural alors que l'article R.581-33, applicable aux publicités scellées au sol, a pour objectif de protéger le voisinage.

Ci-contre, les 3 dispositifs publicitaires sont installés à moins de 10 m des baies de la maison centrale. Celui de droite est admis car implanté sur un fonds voisin MAIS en retrait du plan du mur où est située la baie (pointillé blanc). Celui du centre est admis car situé sur le fonds propre. En revanche, celui de gauche est illégal.

Règle de prospect 52

L'implantation d'un dispositif scellé au sol *« ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété »* (Art. R.581-33, 2ème alinéa). Par exemple, si le dispositif culmine à six mètres, une distance de trois mètres minimum est à respecter par rapport à la limite de propriété.

Cette règle, dite de prospect, connue sous le nom de « H/2 » s'applique à un dispositif publicitaire installé sur une unité foncière ou sur le domaine public par rapport à l'unité foncière riveraine. En revanche, elle ne s'applique pas lorsque le dispositif publicitaire est installé sur une unité foncière par rapport aux voies ouvertes à la circulation publique.

Les deux règles de l'article R.581-33 ne sauraient être transgressées quand bien même le propriétaire du fonds voisin donnerait son accord.

La règle du H/2 ne s'applique pas à la publicité installée sur mobilier urbain, l'article R.581-47 disposant que le mobilier urbain doit être conforme au seul 1er alinéa de l'article R.581-33.

Ci-contre, le dispositif publicitaire doit être installé au minimum à la moitié de sa hauteur par rapport au fonds voisin, mais peut être à l'aplomb d'une voie ouverte à la circulation publique.

Règle de densité 53

Depuis le 1er juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité (cf. points n° 104 et s.).

Règles dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires 54

Admise par l'article L.581-7, la publicité dans l'emprise des aéroports et des gares situés hors agglomération est limitée à douze mètres carrés et six mètres de haut. Toutefois, le second alinéa de l'article R.581-32 introduit une notion nouvelle : les aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions (cf. liste au Chapitre 8). Sur l'emprise de ceux-ci, format maximum et hauteur maximum sont supérieurs ainsi que le montre le tableau suivant :

Surface et hauteur des publicités scellées au sol

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m²	6 m
Emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération	12 m²	6 m
Emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m²	10 m

Les publicités scellées au sol dans l'emprise des aéroports et des gares sont soumises à la règle de densité et sont interdites dans l'emprise des gares ferroviaires situées à l'intérieur des agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Elles sont interdites si les affiches quelles supportent :
- ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;
- ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des gares des aéroports et des gares ferroviaires (Art. R.581-31, 3ème alinéa).

Proches dans l'esprit du 2ème alinéa du même article, ces règles, propres aux publicités scellées au sol dans l'emprise des aéroports et des gares, s'en distinguent par le fait que l'interdiction n'est pas absolue :
- seuls les dispositifs exclusivement visibles à partir des autoroutes, bretelles et route express sont interdits. Ils sont admis s'ils sont également visibles d'un autre lieu ;
- les dispositifs visibles d'une déviation ou voie publique sont interdits s'ils ne sont visibles que d'une voie publique située à la fois hors agglomération et hors de l'emprise de la gare ou de l'aéroport.

II. La publicité lumineuse

Typologie 55

La famille des publicités lumineuses comporte les trois catégories suivantes :
- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;
- la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Ces trois catégories de publicité sont soumises à une règle commune, l'extinction nocturne, et à des règles qui leur sont propres.

Les dispositions communes à toutes les publicités (Cf. Chapitre 4) s'appliquent aux publicités lumineuses. La règle de densité s'applique aux publicités lumineuses, à l'exception de celles qui sont installées en toiture ou supportées par le mobilier urbain.

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence

Définition 56

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence 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 : caisson lumineux, panneaux vitrines.

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence n'est pas soumise à autorisation préalable mais à déclaration préalable (Art. L.581-9, 3ème al.).

Règles d'implantation 57

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 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 (cf. points n 104 et s.).

Surface et hauteur des publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence.

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4 m²	6 m
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans l'emprise d'un aéroport ou d'une gare ferroviaire	12 m²	7,5 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou dans une agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est inférieur à 3 millions de personnes et des gares ferroviaires hors agglomération	12 m²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m²	10 m

Règle de luminance 58

Les publicités éclairées par projection ou transparence, comme les autres 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.

Unités urbaines de moins de 800 000 habitants 59

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, les publicités éclairées par projection ou transparence sont éteintes entre une heure et six heures, à l'exception :

- de celles qui sont supportées par le mobilier urbain ;
- de celles qui sont installées dans l'emprise des aéroports.

Unités urbaines de plus de 800 000 habitants 60

Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le RLP(i). Les horaires d'extinction sont laissés à l'appréciation des auteurs du RLP(i) qui peuvent les différencier en fonction des zones qu'ils auront instituées. Si les communes membres de l'unité urbaine ne sont pas couvertes par un RLP(i), les publicités éclairées par projection ou transparence ne sont soumises à aucune obligation d'extinction nocturne.

Il peut être dérogé à cette extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8).

La publicité lumineuse numérique

Définition 61

La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo. La publicité lumineuse numérique, absente nommément des textes règlementaires avant 2012, est une forme particulière de publicité lumineuse.

Régime 62

En tant que publicité lumineuse, la publicité numérique est soumise à autorisation, délivrée pour une durée maximale de huit ans. Elle répond en revanche à des règles propres en matière de format, de consommation électrique, de luminosité et de présence sur le mobilier urbain. Comme les publicités lumineuses non-numériques, les publicités numériques sur support ou scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Publicité numérique sur support 63

Comme les publicités lumineuses non numériques, les publicités numériques installées sur un support ne peuvent :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

La publicité numérique doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte (R.581-37), sans qu'il soit précisé de saillie* maximum, à la différence des publicités non-lumineuses. La hauteur minimum de 0,50 mètre par rapport au sol n'est pas évoquée.

L'article R.581-40 soumet les dispositifs publicitaires numériques scellés au sol aux dispositions des articles R.581-30, R.581-31 et R.581-33.

- interdiction dans les espaces boisés classés et zones à protéger figurant sur un POS ou un PLU situés en agglomération (cf. point n° 49) ;
- interdiction en cas de visibilité d'une autoroute, bretelle, etc. (cf. point n° 49) ;
- interdiction à moins de dix mètres des baies et respect du h/2 (cf. point n° 51).

Des précisions sont apportées pour les publicités numériques supportées sur le mobilier urbain par l'article R.581-42 (cf. points n° 65 et 78).

Publicité numérique sur une toiture ou terrasse en tenant lieu 64

Formellement, la publicité numérique située sur une toiture ou une terrasse n'est pas interdite, mais elle l'est en réalité par la limitation de la hauteur (cf. points n° 66 et 73).

Publicité numérique supportée par le mobilier urbain 65

Alors que les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont toujours interdites sur le mobilier urbain, les publicités numériques ne sont systématiquement interdites sur le mobilier urbain que dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Pour les autres agglomérations, les conditions de leur présence sur le mobilier urbain sont étudiées au point n° 78

Formats 66

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à huit mètres carrés ni s'élever à plus de six mètres au-dessus du niveau du sol. L'article R.581-41 ajoute une prescription propre à la publicité numérique, *« Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 mètres carrés ni s'élever à plus de trois mètres au-dessus du niveau du sol ».*

Dans l'attente de l'arrêté ministériel, l'autorité compétente peut accorder une autorisation d'une durée inférieure à la durée maximale de 8 ans.

La surface maximale unitaire des publicités numériques est portée à cinquante mètres carrés et la hauteur à dix mètres sur l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes (La liste figure au Chapitre 8). Le dispositif respecte les normes techniques fixées par arrêté ministériel (4ème alinéa de l'article R.581-34).

Dans l'emprise des autres aéroports et dans celle des gares ferroviaires, la surface de la publicité numérique demeure fixée à huit mètres carrés et la hauteur à six mètres sous les mêmes réserves de consommation électrique.

Surface et hauteur des publicités numériques

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m² ou 2,1 m²	6 m ou 3 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m² ou 2,1 m²	6 m ou 3 m
Dispositifs dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est inférieur à 3 millions de personnes et des gares ferroviaires hors agglomération	8 m² ou 2,1 m²	6 m ou 3 m
Dispositifs dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m²	10 m

Règle de densité 67

Les publicités lumineuses numériques sont soumises à la règle de densité applicable aux publicités non-lumineuses (cf. points n° 104 et s.).

Extinction nocturne et adaptation à la luminosité ambiante 68

Règles des publicités numériques communes avec les autres lumineux :
Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, les publicités numériques doivent être éteintes entre une heure et six heures, à l'exception de celles qui sont installées sur l'emprise des aéroports. Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le RLP(i). Par suite, si les communes situées dans ces unités urbaines ne sont pas couvertes par un RLP(i), les publicités numériques ne sont soumises à aucune obligation d'extinction. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8).

Règles propres à la publicité numérique :
Les publicités numériques sur le mobilier urbain ne sont pas soumises à la règle de l'extinction nocturne, à condition que leurs images soient fixes. Afin d'éviter les éblouissements, tous les dispositifs publicitaires numériques doivent être équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante. Logiquement, l'intensité des dispositifs est plus élevée lorsque l'ambiance est très lumineuse, (journée très ensoleillée) et diminue lorsque la luminosité faiblit.

RAPPEL Les publicités numériques, comme les autres lumineux, respectent des normes techniques fixées par un arrêté ministériel en attente de publication, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance.

Ces dispositifs lumineux sont soumis à autorisation, délivrée pour une durée maximale de 8 ans.

Les autres lumineux

Définition 69

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 applicables aux dispositifs lumineux sur support 70

Ces publicités lumineuses sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants et ne sont jamais admises sur le mobilier urbain (Art. R.581-42). En outre, l'article R.581-36 édicte quatre interdictions opposables aux publicités lumineuses installées sur un support. C'est ainsi qu'elles ne peuvent :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui les supporte ;
- être apposées sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposées sur une clôture.

Ces dispositions rappellent les interdictions applicables aux dispositifs muraux non lumineux, mais elles s'en distinguent sur plusieurs points :

- la hauteur minimum de 0,50 mètre par rapport au sol n'est pas imposée ;
- la saillie maximum de 0,25 mètre n'est pas imposée ;
- surtout, la publicité située sur une toiture ou une terrasse peut être autorisée, alors qu'elle est interdite pour la publicité non-lumineuse.

Enfin, les autres lumineux doivent être situés dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte (Art. R.581-37).

Interdictions applicables aux dispositifs lumineux scellés au sol 71

L'article R.581-40 soumet ces dispositifs lumineux scellés au sol aux dispositions des articles R.581-30, R.581-31 et R.581-33. Les interdictions pour les publicités lumineuses scellées au sol sont donc les mêmes que celles des publicités non-lumineuses scellées au sol :

- interdiction dans les espaces boisés classés et zones à protéger figurant sur un POS ou un PLU (cf. point n° 49) ;
- interdiction dans les agglomérations de moins de dix mille habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de cent mille habitants ;
- interdiction en cas de visibilité d'une autoroute, bretelle etc. (cf. point n° 49) ;
- interdiction à moins de 10 mètres des baies et respect du h/2 (cf. point n° 51).

Seul l'article R.581-32 relatif aux surfaces et hauteurs maximales ne s'applique pas aux publicités lumineuses scellées au sol car les publicités lumineuses ont leurs propres règles de surface et de hauteur (cf. point n° 72).

Règles d'implantation 72

Les surface et hauteur maximales des autres lumineux se démarquent des non-lumineuses sur trois points :

- les règles sont identiques que ces dispositifs lumineux soient installés sur support ou soient scellés au sol ;
- dans l'emprise des gares et aéroport, ils n'ont pas de statut particulier ;
- des règles existent lorsqu'ils sont situés sur toiture ou terrasse.

Ainsi, apposés sur un mur, scellés au sol ou installés directement sur le sol, ces dispositifs lumineux sont interdits dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants. Dans les autres agglomérations, ainsi que dans l'emprise des aéroports et gares ferroviaires situés hors agglomération, ils peuvent être autorisés mais leur surface unitaire est limitée à huit mètres carrés et leur hauteur à six mètres au-dessus du niveau du sol.

Surface et hauteur des autres lumineux

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m²	6 m

Surface, hauteur et caractéristiques des autres lumineux sur toiture ou terrasse en tenant lieu 73

Par exception à toutes les autres formes de publicités, l'article R.581-38 fixe la hauteur propre du dispositif et non sa hauteur maximale par rapport au sol. Une publicité lumineuse non-numérique peut donc être installée sur la toiture ou la terrasse de tout bâtiment, quelle que soit la hauteur de celui-ci. La hauteur de la publicité est en rapport avec la hauteur de la façade de l'immeuble selon la règle suivante :

- lorsque la façade de l'immeuble est inférieure ou égale à vingt mètres de hauteur, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/6ème de la hauteur de la façade et, dans tous les cas, deux mètres ;
- lorsque la façade de l'immeuble est supérieure à vingt mètres, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/10ème de la hauteur de la façade et dans la limite de six mètres.

L'article R.581-39 précise les caractéristiques esthétiques des autres lumineux en toiture. Ils ne peuvent être réalisés qu'au moyen de lettres et signes découpés. Tout panneau de fond, quand bien même il serait partiel, est donc exclu. Les logos* comportant un fond ne peuvent être autorisés. Les fixations de ces lettres et signes découpés doivent être dissimulées. Aucune structure ne doit être visible, ni individuelle, ni collective (barres métalliques reliant les lettres les unes aux autres par exemple). Seul un bandeau technique peut dissimuler les supports de base, ce bandeau n'excédant pas 0,50 mètre de haut.

Le code de l'environnement précise terrasse « tenant lieu » de toiture. Aucun autre type de terrasse ne peut donc accueillir un autre lumineux.

Une publicité lumineuse en toiture doit être composée de lettres découpées sans fixations visibles. Bandeau technique de 0,50 m maximum.

RAPPEL

Les autres lumineux ne peuvent être supportés par le mobilier urbain.
Les autres lumineux respectent des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance. Cet arrêté ministériel est cours d'élaboration.

Règle de densité des autres lumineux 74

A l'exception des dispositifs en toiture, les autres lumineux sont soumis à la règle de densité applicable aux publicités non-lumineuses (cf. points n° 104 et s.).

Extinction nocturne 75

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, les autres lumineux doivent être éteints entre une heure et six heures, à l'exception de ceux qui sont installés sur l'emprise des aéroports.
Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le RLP(i) selon les zones qu'il identifie. Par suite, si les communes situées dans ces unités urbaines ne sont pas couvertes par un RLP(i), les autres lumineux ne sont soumis à aucune obligation d'extinction. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8)

Tableau récapitulatif des formats et hauteurs pour les trois catégories de publicités lumineuses

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou appartenant à une uu de + de 100 000 h	Emprise des gares et des aéroports situés hors agglo
Publicité murale supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	4 m² et 6 m de haut	12 m² et 7,5 m de haut	12 m² et 7,5 m de haut
Publicité scellée au sol supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Interdite	12 m² et 6 m de haut	12 m² et 6 m de haut
Publicité en toiture supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité lumineuse non-numérique sur mur ou scellée au sol	Interdite	8 m² et 6 m de haut	8 m² et 6 m de haut
Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur ≤ 20 m	Interdite	1/6 de la hauteur de la façade et 2 m maximum	1/6 de la hauteur de la façade et 2 m maximum
Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur > 20 m	Interdite	1/10 de la hauteur de la façade et 6 m maximum	1/10 de la hauteur de la façade et 6 m maximum
Publicité numérique	Interdite	8 m² et 6 m de haut si respect des normes de consommation électrique. Sinon : 2, 1 m² et 3 m de haut	50 m² et 10 m de haut sur l'emprise des aéroports si nbre de passagers sup. à 3 M/an Gares et autres aéroports : 8 m² et 6 m de haut si respect des normes de consommation électrique. Sinon : 2, 1 m² et 3 m de haut

Tableau récapitulatif des horaires et normes d'extinction des publicités lumineuses dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants

	Agglo de moins de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de plus de 100 000 h	Agglo de plus de 10 000 h ou appartenant à une uu de plus de 100 000 h	Emprise des gares et aéroports situés hors agglo
Publicité éclairée par projection ou transparence	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'extinction
Publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain	interdit	Pas d'extinction	Pas d'extinction
Publicité lumineuse non-numérique	interdit	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'extinction
Publicité lumineuse non-numérique supportée par le mobilier urbain	interdit		

Cas particulier de la publicité numérique

	Agglo de moins de 10 000 h	Agglo de plus de 10 000 h	Emprise des gares et aéroports situés hors agglo
Publicité numérique	interdit	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h
Publicité numérique fixe supportée par le mobilier urbain	interdit	Pas d'extinction	Pas d'extinction
Publicité numérique non fixe supportée par le mobilier urbain	interdit	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h

III. La publicité sur mobilier urbain

Définition 76

Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indications du nom des rues, etc.). Les articles R.581-42 à R.581-47 définissent la liste exhaustive des mobiliers pouvant supporter de la publicité ainsi que les conditions dans lesquelles celle-ci peut être installée, éclairée et exploitée.

Comme les autres publicités, la publicité supportée par le mobilier urbain ne peut être installée sans l'autorisation écrite du propriétaire (ou du gestionnaire) de la dépendance du domaine public. Elle est constituée par le contrat signé entre la collectivité et le prestataire. En fonction de leurs clauses, les contrats de mobilier urbain sont des marchés publics (CE, ass., 04/11/2005, *Sté J.-C. Decaux*, req. n°247298 et 247299), des conventions de délégation de service public voire de simples contrats d'occupation du domaine public (CE, 15/05/2013, *Ville de Paris*, req. n°364596).

Typologie 77

Les catégories de mobilier urbain pouvant accueillir des publicités sont au nombre de cinq :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques ;
- les colonnes porte-affiches ;
- les mâts porte-affiche ;
- les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires.

La publicité est donc interdite sur toute autre forme de mobilier urbain : bancs, poubelles, toilettes, récupérateurs de verres ou autres matériaux, horloges...

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.

Dans la mesure où les journaux électroniques d'information (JEI*) utilisés par les collectivités locales pour diffuser des informations pratiques et d'intérêt général (permanence sociale, ouverture d'une enquête publique, campagne de vaccination, etc.) ne comportent pas de publicité, ils ne sont pas soumis au code de l'environnement.

L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

Si le RLP(i) le prévoit, le mobilier urbain peut supporter de la publicité dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 sous réserve que l'agglomération fasse partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou compte au moins 10 000 habitants.

Les interdictions 78

Cas général. L'article R.581-42 précise les règles générales applicables à tous les types de mobilier urbain supportant de la publicité. Ainsi, il ne peut supporter de publicité lumineuse non-numérique. Surtout, cet article renvoyant au R.581-31, lorsqu'il est installé dans une agglomération de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité. En outre, le mobilier urbain supportant de la publicité ne peut être installé dans les lieux interdits aux autres publicités : la publicité sur mobilier urbain est donc interdite hors agglomération, ainsi que dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8.

La publicité sur mobilier urbain respecte également les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles :

- R.581-30 (interdiction en agglomération dans les espaces boisés classés et les zones à protéger en raison de leur qualité) ;
- R.581-31 (deuxième alinéa : visibilité des autoroutes) ;
- R.581-34 (règles générales liées à la publicité lumineuse : limitation à huit mètres carrés et six mètres de haut, respect des normes de luminance) ;
- R.581-35 (dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, extinction entre une heure et six heures des publicités numériques à image animée ou vidéo, soumission aux règles du RLP(i) dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants) ;
- R.581-41 (surface de la publicité numérique liée à la consommation électrique, format spécifique des gares et aéroports, gradation de la luminosité) (cf. points n° 66 et 68).

Dans les agglomérations de plus de dix mille habitants ou faisant partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants, lorsque le mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à deux mètres carrés et qu'elle s'élève à trois mètres au-dessus du sol, ces deux conditions étant cumulatives, elle doit être conforme aux dispositions :

- de l'article R.581-32 (surface de douze mètres carrés maximum et hauteur de six mètres, portées à cinquante mètres carrés et dix mètres dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes) ;
- du 1er alinéa de l'article R.581-33 (recul de dix mètres des baies du fonds voisin).

La publicité apposée sur le mobilier urbain est dispensée du respect de la règle du H/2.

Cas particulier du mobilier urbain accueillant de la publicité numérique. Le mobilier urbain peut supporter de la publicité numérique lorsqu'il est installé dans les agglomérations dont la population est supérieure ou égale à dix mille habitants. Il n'est donc pas admis dans les agglomérations de moins de dix mille habitants alors même qu'elles font partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Le mobilier urbain supportant une publicité numérique répond à une règle propre en ce qui concerne la distance à respecter par rapport aux baies situées sur un fonds voisin. Il ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci (Art. R.581-42). La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique. Dans les autres cas, il est placé conformément aux prescriptions du RLP(i).

L'implantation du mobilier urbain de gauche supportant de la publicité numérique est irrégulière car il est situé à moins de 10 m de la baie d'un fonds voisin, visible de la baie et parallèle à celle-ci.

Les abris destinés au public 79

Il s'agit essentiellement des abris destinés aux utilisateurs des transports en commun. Les abris de certaines lignes de bus sont installés hors agglomération : ils ne peuvent donc recevoir de publicité. Il n'y a pour les abris aucune obligation d'affichage en faveur de la collectivité et le « caisson » est le plus souvent publicitaire des deux côtés.

La surface unitaire des publicités ne peut excéder deux mètres carrés et la surface totale de la publicité admise est liée à la surface abritée au sol : deux mètres carrés si la surface abritée est inférieure à quatre mètres carrés cinquante, plus deux mètres carrés par tranche entière de quatre mètres carrés cinquante. Dans un abri standard couvrant une surface légèrement supérieure à quatre mètres carrés cinquante, deux publicités de surface unitaire de deux mètres carrés 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).

Les kiosques 80

Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités. 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 deux mètres carrés. Le total des publicités ne peut excéder six mètres carrés, sans que celui-ci soit lié à une surface au sol ou une surface des faces du kiosque. Enfin, comme pour les abris, tout dispositif surajouté sur le toit du kiosque est interdit (Art. R.581-44).

Les colonnes porte-affiches 81

Mobilier traditionnel des centres-villes - Paris particulièrement - depuis la fin du XIXème siècle, dont le plus célèbre était la colonne « Morris », 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).

Les mâts porte-affiches 82

Composé au maximum de deux panneaux situés dos-à-dos dont la surface unitaire maximale est de deux mètres carrés, les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46). Ce sont les clauses du contrat établi entre l'opérateur et la collectivité qui définissent les mâts porte-affiches.

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques 83

Cette cinquième catégorie dite parfois « mobilier urbain d'information » regroupe des mobiliers aux formes et dimensions diverses. A l'origine planimètres (supportant le plan de la ville), dénommés dans le langage courant « sucettes », voire « raquettes », il a évolué au fil du temps vers des formats plus grands : huit mètres carrés, quelquefois douze mètres carrés. Ce type de mobilier urbain peut prendre la forme d'un pied unique en forme de mât sur lequel est apposé une information non publicitaire à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Dans tous les cas, il a pour caractéristique de ne pouvoir accueillir une surface de publicité excédant la surface totale des informations ou œuvres artistiques (Art. R.581-47). Il est 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. D'autre part, l'information non publicitaire doit être visible à tout moment. Les pratiques de « temps partagé » ne sont pas admises. Par exemple : mobilier réservé en totalité aux informations non publicitaires pendant certaines périodes, puis uniquement commerciales pendant d'autres.

Surface de la publicité sur mobilier urbain

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + de 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou de - de 10 000 h faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m² unitaire et 2 m² + 2 m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m² unitaire 6 m² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	interdit	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m² recto, 2 m² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	Interdit	12 m²	50 m²

L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

Cas particulier de la surface de la publicité numérique sur mobilier urbain

	Agglo de - de 10 000 h y compris faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Agglo de plus de 10 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m² unitaire 2 m² + 2 m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m² unitaire 6 m² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	2 m²	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m² recto, 2 m² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires	Interdit	8 m²	50 m²

Densité 84

Le mobilier urbain supportant de la publicité n'est pas soumis à la règle de densité.

Extinction nocturne et adaptation à la luminosité ambiante 85

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, et lorsque le mobilier urbain supporte de la publicité éclairée par projection ou transparence ou de la publicité numérique fixe, la règle nationale de l'extinction nocturne ne s'applique pas. Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, la publicité éclairée par projection ou transparence ou la publicité numérique fixe supportée par le mobilier urbain est soumise à l'obligation d'extinction nocturne dans les conditions fixées par le RLP(i) et dans les zones qu'il définit. En l'absence de RLP(i), elle n'est pas soumise à cette obligation.

IV. Les bâches comportant de la publicité

Définition 86

Depuis le décret du 30 janvier 2012, les bâches comportant de la publicité, dont le statut manquait de précision auparavant, 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.

Bon à savoir

La publicité sur les bâches de chantier installées sur les monuments historiques (immeubles classés ou inscrits) n'entre pas dans le cadre des dispositions du code de l'environnement. Elles ne sont soumises qu'à l'accord de l'autorité administrative chargée des monuments historiques, généralement l'architecte des Bâtiments de France.

Article L.621-29-8 du code du patrimoine

Par dérogation à l'article L.581-2 du code de l'environnement, dans le cadre de l'instruction des demandes d'autorisation de travaux sur les immeubles classés ou des demandes d'accord de travaux sur les immeubles inscrits, l'autorité administrative chargée des monuments historiques peut autoriser l'installation de bâches d'échafaudage comportant un espace dédié à l'affichage.

Les recettes perçues par le propriétaire du monument pour cet affichage sont affectées par le maître d'ouvrage au financement des travaux.

Les modalités d'application du présent article sont fixées par décret en Conseil d'Etat.

Régime 87

Toutes les bâches sont soumises à autorisation, mais à la différence du principe général (cf. point n° 28), l'autorisation d'installer une bâche comportant de la publicité incombe au maire dans tous les cas et jamais au préfet même dans les communes non dotées d'un RLP(i). L'autorisation est délivrée au cas par cas et ne peut donc revêtir la forme d'une autorisation générale et/ou permanente. Rappelons que le maire ne peut se prononcer sur le contenu du message publicitaire. En revanche, le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité fait l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police (au maire si la commune est dotée d'un RLP(i) ou au préfet en l'absence de RLP(i)).

Dans la pratique, la première installation comportant un premier visuel* est incluse dans la demande d'autorisation adressée au maire quelle que soit l'autorité compétente en matière de police, mais si l'exploitant désire modifier le message ou modifier la bâche, il devra adresser une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police. Le remplacement ou la modification du visuel ne permettent pas de changer les caractéristiques techniques d'origine, notamment les dimensions de la bâche ou la surface de la publicité. Il n'est pas inutile de le préciser dans l'autorisation initiale.

Durée de vie 88

La durée de vie de la bâche de chantier est liée à la durée d'installation de l'échafaudage. Elle ne peut donc excéder l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux. Cette dernière disposition vise bien entendu à prévenir toute sorte de détournement consistant à faire durer artificiellement un échafaudage alors que les travaux sont terminés. L'autorisation d'installer une bâche publicitaire est délivrée quant à elle pour une durée maximale de huit ans (Art. R.581-20).

Les interdictions communes aux deux bâches 89

Les bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Le texte de l'article R.581-53 ne faisant pas référence aux unités urbaines de plus de cent mille habitants, les bâches ne peuvent donc être autorisées que dans les communes dont l'agglomération excède dix mille habitants. Les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération. Les bâches sont également interdites 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 : quarante mètres en agglomération, deux cents mètres hors agglomération.

Selon l'article L.421-3 du code de l'urbanisme, les démolitions de constructions existantes doivent être précédées de la délivrance d'un permis de démolir lorsque la construction relève d'une protection particulière définie par décret en Conseil d'Etat ou est située dans une commune ou partie de commune où le conseil municipal a décidé d'instaurer le permis de démolir.

Par ailleurs, en application des dispositions générales applicables à toutes les publicités (articles R.581-22 à R.581-24), les bâches sont interdites :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- sur les murs des bâtiments saufs quand ces murs sont aveugles ou qu'ils comportent des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré. Il s'ensuit que les bâches publicitaires même micro-perforées sur la façade d'un immeuble comportant des baies sont interdites, quand bien même elles ne gêneraient pas le confort des occupants de l'immeuble. En revanche, les bâches de chantier peuvent être apposées sur un échafaudage qui est lui-même placé devant une façade comportant des baies ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public ;

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.

L'article R.581-53 qui énumère la liste des interdictions fait référence à l'article R.581-33 relatif aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol. Ce dernier ne trouvera pas directement à s'appliquer, puisque les bâches ne peuvent être scellées au sol. Toutefois les principes de protection du voisinage édictés par l'article R.581-33 pourront être pris en compte lors de l'instruction de la demande d'autorisation.

De plus, les bâches publicitaires ne peuvent être apposées sans que les publicités anciennes aient été supprimées sauf si elles présentent un intérêt artistique, historique ou pittoresque (Art. R.581-29). Elles sont également interdites :

- à moins de 0,50 mètre du sol ;
- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- dans les zones d'interdiction absolue énumérées à l'article L.581-4 du code de l'environnement ;
- dans les zones d'interdiction relative énumérées à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

Le RLP(i) peut apporter des dérogations dans les zones d'interdiction relative. Une attention particulière doit être portée à la clarté de la liste des lieux où les bâches sont susceptibles d'être autorisées, ainsi qu'à leurs conditions d'exploitation, que le RLP(i) peut préciser, par exemple en arrêtant les surfaces maximum, les procédés utilisés, des normes de respect de l'architecture ou des perspectives...

Les règles d'implantation des bâches de chantier 90

Les bâches de chantier sont nécessairement fixées sur un échafaudage. La bâche ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit. Elles ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,50 mètres par rapport à celui-ci. La surface occupée par la publicité sur la bâche ne peut excéder 50 % de la surface totale de celle-ci. 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 (le préfet en absence de RLP(i)) peut autoriser une surface publicitaire supérieure à ce plafond.

Compte-tenu de leur caractère temporaire, aucune règle de densité n'est imposée aux bâches de chantier.

Les règles d'implantation des bâches publicitaires 91

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 comportant des ouvertures d'une surface unitaire supérieure à 0,50 mètre carré et ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. Elles doivent être apposées sur le mur ou dans un plan parallèle à celui-ci et ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport au mur, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elles ne soient pas en saillie par rapport à ceux-ci. Comme

les bâches de chantier, elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit.

Aucune surface maximale n'est prévue par le code de l'environnement. En revanche, la distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins cent mètres.

Les publicités lumineuses sur bâche 92

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

- extinction de une heure à six heures dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports ;
- modalités d'extinction fixées par le RLP(i) dans les unités urbaines supérieures à huit cent mille habitants ;
- normes de luminance fixées par un arrêté ministériel (Art. R.581-34) ;
- surface de la publicité numérique (si elle est possible sur une bâche) liée à la consommation : 2,1 ou 8 mètres carrés ; équipement d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (Art. R.581-41).

V. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Régime d'autorisation préalable 93

L'article L.581-9 permet l'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des manifestations temporaires. Elles font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites* (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

Durée 94

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après la manifestation.

Règles d'implantation 95

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Il n'est pas fixé de surface maximale, qu'ils soient apposés sur un mur support ou scellés au sol sauf pour ceux supportant de la publicité numérique dont la surface unitaire ne peut être supérieure à cinquante mètres carrés. Dans ce cas, et comme toutes autres publicités numériques, les dispositifs de dimensions exceptionnelles doivent être équipés d'un système de gradation de la luminosité.

Ils sont soumis aux mêmes interdictions que les bâches (cf. point n° 89) à une exception : le 2ème alinéa de l'article R.581-27 qui prévoit que la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit, ne leur est pas applicable.

VI. L'affichage de petit format (micro-affichage)

Le contexte 96

Dans sa version antérieure à la loi ENE, le code de l'environnement interdisait à la publicité de recouvrir une baie. L'interdiction n'était levée que dans deux cas :

- lorsqu'il s'agissait de « devantures des établissements temporairement fermés pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire ou de liquidation » ;
- lorsque le RLP(i) l'avait prévu.

Depuis la loi ENE, le code de l'environnement admet la présence sur les devantures* commerciales de l'affichage de petit format, souvent dénommé «micro-affichage », sans qu'un RLP(i) ne soit nécessaire. Le décret du 30 janvier 2012 fixe les règles d'implantation de ce type d'affichage.

Les dispositifs apposés sur les vitrines des commerces (notamment distributeurs de presse) relatifs à l'activité qui s'y exerce sont des enseignes. Par conséquent, elles ne sont pas soumises au régime du micro-affichage. Les dispositifs apposés à l'intérieur des vitrines n'entrent pas dans le champ d'application du code de l'environnement (cf. point n° 13).

Les règles d'implantation 97

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. Le RLP(i) peut adopter des prescriptions permettant d'apporter une protection aux éléments d'architecture remarquables (piedroits* en pierre, etc.)

L'affichage de petit format n'est pas soumis à la règle de densité. Il suit deux règles propres de surface et de pourcentage maximum, qui encadrent l'implantation de ces dispositifs :

- la surface unitaire des dispositifs de petit format est inférieure à un mètre carré ;
- leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de deux mètres carrés.

De plus, l'article R.581-57 soumet l'affichage de petit format à la plupart des dispositions applicables aux autres publicités, dont on retiendra essentiellement les articles :

- R.581-27 imposant un minimum de 0,50 mètre par rapport au niveau du sol, interdisant la publicité sur toiture, terrasse et interdisant de dépasser les limites de l'égout du toit ;
- R.581-34 à R.581-37, relatifs aux publicités lumineuses. L'affichage de petit format, s'il est lumineux, est donc soumis aux règles d'extinction nocturne.

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. Les RLP(i) peuvent réglementer sur ce point.

Comme toute autre forme de publicité, l'affichage de petit format est soumis à déclaration préalable.

VII. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

Définition 98

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.

Aucune redevance ou taxe ne peut être perçue sur ces affichages.

Obligation de surface 99

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 :

- quatre mètres carrés pour les communes de moins de deux mille habitants ;
- quatre mètres carrés plus deux mètres carrés supplémentaires par tranche de deux mille habitants au-delà de deux mille habitants, pour les communes de deux à dix mille habitants ;
- douze mètres carrés plus cinq mètres carrés par tranche de dix mille habitants au-delà de dix mille habitants pour les autres communes.

En l'absence de précision, et afin de favoriser la liberté d'expression, seront prises en compte les tranches « entamées » et non les tranches entières.

Exemples :

- pour une commune de 6 500 habitants : 4 m² + 2 m² pour la tranche 2 000 à 4 000 + 2 m² pour la tranche 4 000 à 6 000, + 2 m² pour la tranche au-delà de 6 000 habitants, soit un total de 10 m² ;
- pour une commune de 85 000 habitants : 12 m² + 8 fois 5 m², soit un total de 52 m².

La surface unitaire de chaque emplacement n'est pas limitée. En pratique, les panneaux d'affichage libre ont souvent une surface de deux voire quatre mètres carrés.

Les communes peuvent déterminer des surfaces supérieures à ces minima.

Emplacements 100

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'un kilomètre 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 RLP(i) dérogeant à ces interdictions, la surface de chaque emplacement sur une palissade de chantier ne peut dépasser deux mètres carrés (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).

VIII. La publicité sur véhicules terrestres

Définition 101

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 roulant, 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'usager 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, sur les taxis, sur les véhicules des artisans ou sur les véhicules particuliers n'entre pas dans le champ d'application du code de l'environnement. Il en est de même des véhicules de livraison, de déménagement, etc.

Le camion de livraison et l'autobus ne sont pas utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support publicitaire. En revanche, le véhicule de droite n'a d'autre vocation que de supporter de la publicité, il est donc soumis aux dispositions du code de l'environnement.

Régime 102

« *La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder douze mètres carrés* » (Art. R.581-48). Par conséquent, les véhicules équipés de deux affiches de huit ou douze mètres carrés de chaque côté sont illégaux.

Les véhicules ne peuvent 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.

Ils ne peuvent pas circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L.581-4 et L.581-8, ni circuler en convoi de plusieurs véhicules, ni à vitesse anormalement réduite. 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.

La publicité lumineuse est interdite sur les véhicules terrestres. En l'absence de précision, ce sont donc les trois formes de publicité lumineuse qui sont interdites : publicité éclairée par projection ou transparence, publicité lumineuse non-numérique, publicité numérique.

La circulation de ces véhicules n'est pas interdite hors agglomération.

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.

IX. La publicité sur les voies navigables

Régime 103

La publicité n'est admise que sur les bâtiments motorisés et à condition que ces bâtiments ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires (Art. R.581-50).

Les « bâtiments motorisés » s'entendent au sens du b de l'article 1.01 du règlement général de police de la navigation intérieure.

> **Article 1.01.** « b) du règlement général de police de la navigation intérieure : « Le terme « bâtiment motorisé » désigne tout bâtiment utilisant ses propres moyens mécaniques de propulsion, à l'exception des bâtiments dont le moteur n'est employé que pour effectuer de petits déplacements (par exemple, dans les ports ou aux lieux de chargement et de déchargement) ou pour augmenter leur manœuvrabilité lorsqu'ils sont remorqués. »

Les seuls dispositifs publicitaires admis sont constitués de panneaux plats. Chaque dispositif ne peut excéder :

- cinq mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bâtiment ;
- 0,75 mètre dans le sens vertical, sans pouvoir s'élever à plus d'un mètre au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou, à défaut de plat-bord, du point le plus bas du bordé fixe.

La surface totale des publicités apposées ou installées sur un bâtiment ne peut excéder huit mètres carrés. Les dispositifs publicitaires ne peuvent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou transparence.

4.1.3 La règle de densité

Principe 104

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).

L'unité foncière est constituée d'une parcelle ou de plusieurs parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire

La règle de la densité s'applique quel que soit le format des publicités concernées. 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. C'est sur cette base qu'est déterminé le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur l'unité foncière.

La règle s'applique à toutes les publicités, à l'exception :

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

I. Règles applicables sur les unités foncières

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

Dispositifs muraux 105

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-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...)

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.

Dispositifs scellés au sol 106

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 quarante mètres. 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 quarante mètres.

Les dispositifs scellés au sol double-face sont considérés comme un seul dispositif dès lors que les deux faces sont de même dimension, rigoureusement dos-à-dos, sans séparation visible.

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.

Unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres

Nombre 107

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

Ainsi, sur une unité foncière dont la longueur du plus long côté bordant la voie publique est de :

- quatre-vingts mètres à cent soixante mètres, trois dispositifs maximum peuvent être installés ;
- cent soixante à deux-cent-quarante mètres, quatre dispositifs maximum peuvent être installés ;
- deux-cent-quarante à trois cents mètres, cinq 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.

L'autorité de police recevant une déclaration préalable envisageant la pose d'un dispositif supplémentaire sur une unité foncière dont le quota est déjà atteint peut signaler au pétitionnaire l'irrégularité du projet.

II. Règles applicables sur le domaine public

Principe 108

Le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur le domaine public est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante.

Un dispositif par tranche de quatre-vingts mètres peut être installé au droit de l'unité foncière. Les dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, aucune règle d'inter-distance n'est imposée.

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

Que faire lorsque le nombre de dispositifs publicitaires installés sur une même unité foncière est trop important ?

Lorsque les dispositifs publicitaires, installés sur une même unité foncière, sont exploités par une unique société d'affichage, il lui revient de se mettre en conformité en choisissant les dispositifs à déposer.

Si les exploitants sont différents, il n'appartient pas à l'autorité de police de choisir les dispositifs publicitaires qui subsisteront et ceux qui devront disparaître. Elle mettra en demeure l'ensemble des exploitants.

Quizz : Régime de la publicité

1	La publicité est-elle admise dans les parties non-agglomérées d'une unité urbaine ?	Non, l'unité urbaine, au sens de l'INSEE, n'étant pas une agglomération au sens géographique du terme, elle peut donc comporter des espaces ne comportant pas d'immeubles bâtis rapprochés dans lesquels la publicité est interdite (Art. L.581-7).
2	Une publicité peut-elle être installée sur le pignon d'un immeuble en cours de démolition comportant une ouverture dont la surface unitaire est supérieure à 0,50 m² ?	Oui par combinaison des articles R.581-22 et R.581-23.
3	Dans une agglomération de 15 000 habitants non couverte par un RLP, une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur de 65 m peut-elle recevoir à la fois une publicité scellée au sol et une publicité murale ?	Non, le nombre de dispositifs publicitaires sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est au plus égale à 80 m est limité à un sauf s'il s'agit de deux dispositifs muraux ou de deux dispositifs scellés au sol (Art. R.581-25-I).
4	Une publicité non lumineuse peut-elle être installée sur une clôture aveugle ?	Oui. En revanche, si la clôture n'est pas aveugle, la publicité est interdite (Art. R.581-22-3°).
5	Une publicité lumineuse peut-elle être installée sur une clôture non aveugle ?	Non, la publicité lumineuse est interdite sur une clôture qu'elle soit aveugle ou non (Art. R.581-36-4°).
6	Une publicité scellée au sol dont la surface unitaire est inférieure à 4 m² peut-elle être implantée dans une agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ?	Non, la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R.581-31).
7	Une publicité scellée au sol peut-elle être installée sur une unité foncière lorsqu'elle se situe à moins de 10 m en avant du plan du mur contenant la fenêtre d'un immeuble d'habitation implanté sur cette même unité foncière ?	Oui, la règle des 10 m ne se calcule que par rapport à une baie située sur un fonds voisin (Art. R.581-33).
8	Le mobilier urbain peut-il supporter de la publicité numérique dans une agglomération de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ?	Non, l'appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants est inopérante (Art. R.581-42 alinéa 2).
9	Une publicité lumineuse est-elle soumise à extinction nocturne lorsqu'elle est implantée dans une commune comprise dans une unité urbaine de plus de 800 000 habitants et qui ne comporte pas de RLP ?	Non car c'est le RLP qui fixe les règles d'extinction nocturne dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants (Art. R.581-35 alinéa 2).
10	Un véhicule publicitaire peut-il comporter sur chacun de ses flancs un dispositif publicitaire de 12 m² ?	Non, la limitation concerne une surface totale de 12 m² et non une surface unitaire de 12 m² (Art. R.581-48 alinéa 3).

4.2 Les enseignes

4.2.1 Les dispositions communes aux enseignes

Les enseignes ne sont jamais soumises à déclaration préalable. Elles sont soumises à autorisation lorsque leur installation s'effectue dans un lieu visé aux articles L.581-4 ou L.581-8, sur le territoire couvert par un RLP ou s'il s'agit d'enseignes à faisceau de rayonnement laser.

L'obligation d'entretien 109

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 code de l'environnement procure ici un moyen à l'autorité de police de lutter contre les dispositifs durablement en mauvais état qui dégradent l'image de l'activité à laquelle ils sont attachés, et plus encore, des lieux où ils sont implantés. Les enseignes partiellement détruites ou effacées, les drapeaux déchirés, les éclairages défectueux, les enseignes scellées au sol déséquilibrées sont en infraction. Le maintien en bon état est de la responsabilité et à la charge de la personne privée ou morale exerçant l'activité concernée.

La suppression au terme de l'activité 110

L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité. Il appartient donc à l'entreprise qui quitte les lieux de démonter ses enseignes et de remettre les lieux en état. Cette disposition pose une difficulté pratique lorsque l'ex-occupant n'est pas identifiable, n'est pas solvable ou a disparu. La collectivité, à l'issue de recherches infructueuses, n'aura d'autres ressources que de faire déposer les enseignes à ses frais, avec l'accord écrit préalable du propriétaire. Une dérogation à la suppression est prévue pour les enseignes présentant un caractère historique, artistique ou pittoresque (Art. R.581-58).

4.2.2 Les dispositions propres à chaque type d'enseigne

I. L'enseigne en façade

CONSEIL

Les enseignes composées de lettres et signes découpés sont généralement plus respectueuses de l'architecture, puisqu'elles la masquent moins. Elles seront conseillées, et peuvent être imposées par les RLP(i), par exemple sur les murs en pierre apparentes ou comprenant de nombreux éléments de modénature*.

Définition 111

L'enseigne en façade porte quelquefois le nom d'enseigne en bandeau* ou en applique. Plus généralement, constitue une telle enseigne toute inscription, forme ou image peinte directement sur le mur, peinte ou adhésivée sur un panneau lui-même fixé sur le mur, voire le 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.

Règles d'implantation de l'enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur 112

Les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R.581-60). Elles ne peuvent notamment être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture. Soit l'enseigne est fixée sur le mur et ne doit pas en dépasser les limites, soit elle est en toiture et respecte les règles propres à cette catégorie.

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.

Les enseignes ne peuvent dépasser les limites des murs sur lesquels elles sont apposées.

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne peuvent constituer par rapport au mur une saillie de plus de 0,25 mètre (Art. R.581-60). L'épaisseur des lettres-boîtiers ou des caissons doit être calculée afin de ne pas dépasser la norme fixée par la loi, qui est mesurée par rapport au nu* du mur, à l'endroit où est installée l'enseigne.

Aucun point d'un bandeau appliqué sur un mur ne pourra être distant de plus de 0,25 mètre du mur, quelle que soit l'irrégularité du plan du mur qui la supporte. Elle pourra déroger à un rigoureux parallélisme sous la réserve du respect de la saillie de 0,25 mètre.

Ces enseignes ne peuvent, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. Cette disposition apparue avec le décret du 30 janvier 2012 est identique à celle de l'article R.581-27 relatif aux publicités murales. Elle ne trouve pas à s'appliquer sur la majorité des bâtiments à usage commercial ou industriel dotés de toits-terrasse. En revanche, elle concerne les enseignes apposées sur les pignons des bâtiments à toit en pente.

Comme pour les publicités, sur un pignon dont les lignes d'égout sont de hauteur différente, la ligne la plus proche de l'enseigne peut être retenue (cf. illustration point n° 46)

Règles d'implantation des enseignes à plat sur les balcons, balconnets*, auvents*, marquises*, baies 113

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) :

- les enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre ;
- elles peuvent 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 ;
- elles peuvent 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 0,25 mètre par rapport à lui.

Règles d'implantation des enseignes perpendiculaires 114

Dites aussi en drapeau, dénommées « en potence » lorsqu'elles sont constituées d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne, les enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte et ne doivent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon (Art. R.581-61, alinéa 1).

Elles 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 deux mètres (Art. R.581-61, alinéa 2). La saillie est calculée par rapport au mur et non au domaine public. Même si l'immeuble est situé en retrait de la voie publique, la saille de l'enseigne ne pourra excéder deux mètres.

Le RLP(i) peut fixer une règle plus restrictive, ou rappeler celle du règlement de voirie. Le RLP(i) peut en outre imposer une hauteur minimum et/ou une hauteur maximum, exprimées en mètres ou en regard de l'architecture du bâtiment. Il n'est sans doute pas inutile de fixer une règle de recul par rapport au bord du trottoir, afin d'éviter que les enseignes ne soient accrochées par les véhicules de passage. Quelles que soient les mesures adoptées, la cohérence du RLP(i) et du règlement de voirie est à vérifier.

Surface maximum des enseignes sur façade 115

Le décret du 30 janvier 2012 impose aux enseignes apposées sur une façade commerciale une surface maximum qui n'existait pas précédemment. La règle se fonde sur un rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale (Art. R.581-63) :

- les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade ;
- la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés.

Les enseignes perpendiculaires entrent dans le calcul de la surface des enseignes apposées sur une façade. Le recto et le verso se cumulent.

Exemples :

La façade commerciale* d'un bâtiment abritant l'activité A mesure vingt-cinq mètres de large et quatre mètres de haut, soit cent mètres carrés. La surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder quinze mètres carrés.

La surface de la devanture commerciale de l'activité B mesure huit mètres de large et quatre mètres de haut, soit trente-deux mètres carrés. La surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder huit mètres carrés.

A retenir !
Le calcul de la surface des enseignes.

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.

La façade à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne. La surface de référence inclut les baies commerciales. Le calcul de la surface commerciale est aisé dans la majorité des cas : les bâtiments commerciaux situés dans les centres commerciaux, les bâtiments industriels sont fréquemment parallélépipédiques. La devanture d'un commerce de centre-ville est ordinairement facile à identifier. 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).

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 micro-affichage (en rouge) n'entrent pas en compte dans le calcul de la surface des enseignes.

Façades commerciales 116

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. Dans ce cas, il convient de leur appliquer la règle de surface.

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. Il appartient alors aux établissements de s'accorder sur la mise en place des enseignes.

II. L'enseigne sur toiture

Règles d'implantation 117

Les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou terrasses en tenant lieu des bâtiments où s'exerce une activité, 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 0,50 mètre de haut »* (Art. R.581-62). Si la formulation est légèrement différente, les prescriptions sont identiques à celles des publicités lumineuses sur toiture (Art. R.581-39). Pour autant, les enseignes en toiture ne sont pas nécessairement lumineuses.

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 sur toiture ou terrasse en tenant lieu. En conséquence, ses conditions d'installation répondent aux prescriptions des articles R.581-38 et R.581-39 (cf. point n° 73).

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

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

Dimensions et surface maximum 118

Lorsqu'elles signalent des activités exercées dans plus de la moitié du bâtiment, la hauteur des enseignes en toiture ne peut excéder trois mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à quinze mètres. Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à quinze mètres, les enseignes n'excéderont pas le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de six mètres (Art. R.581-63).

Enfin, depuis le 1er juillet 2012, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder soixante mètres carrés (voir encadré « surface des enseignes »).

Enseignes en toiture si l'activité d ans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si l'activité dans - de 50 % du bâtiment
Enseignes en toiture	Publicité lumineuse en toiture
Hauteur de façade ≤ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi
Surface cumulée limitée à 60 m²	surface cumulée limitée à 60 m²

Une dérogation à la surface cumulée maximum de 60 mètres carrés bénéficie aux activités culturelles* et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du 2 avril 2012 (voir Chapitre 8).

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

Définition 119

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées sur l'immeuble* où s'exerce l'activité, en l'occurrence sur l'unité foncière où s'exerce l'activité. Toute inscription, forme ou image installée sur un autre lieu est une préenseigne ou une publicité. Les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées 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.

Règles d'implantation 120

« Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de dix mètres 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, 1er alinéa).

Cette règle, comparable à celle de l'article R.581-33, 1er alinéa relatif aux publicités, s'en distingue toutefois sur deux points :

- elle ne s'applique qu'aux dispositifs d'une superficie supérieure à un mètre carré ;
- elle s'applique à tous les immeubles alors que la règle pour les publicités s'applique aux seuls 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, 2ème alinéa). Dans une rédaction quelque peu différente, la règle du H/2 est la même que pour les publicités (Art. R.581-33, second alinéa) mais le texte offre aux enseignes une possibilité qui n'existe pas pour les publicités puisqu'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.

Surface et hauteur 121

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de six mètres carrés dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Elle est portée à douze mètres carrés dans les agglomérations de plus de dix mille habitants. L'appartenance à une unité urbaine n'est pas prise en compte.

Quelle surface retenir ?

1) Panneaux, totems. La surface à prendre en compte est celle du panneau de fond.
2) Mâts : La seule surface à prendre en compte est celle de la surface du drapeau ou kakemono.
3) Formes diverses : La surface à prendre en compte est celle du rectangle dans lequel s'inscrit la forme.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
- huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large.

Densité 122

Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre 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).

IV. L'enseigne lumineuse

Définition 123

Le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses. Eclairées par projection ou transparence, numériques ou non, elles sont toutes soumises aux mêmes règles. C'est ainsi qu'elles satisfont à des normes techniques fixées par un arrêté ministériel à venir, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimées en lumens par watt (Art. R.581-59).

Extinction nocturne 124

« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et sept heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité » (Art. R.581-59). Ainsi, ces règles sont adaptées aux établissements fermant très tard ou ouvrant très tôt ainsi qu'à ceux qui restent ouverts toute la nuit comme les hôtels, discothèques, pharmacies ou autres établissements de garde.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle figure au Chapitre 8).

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

Jusqu'à 1 heure, toutes les enseignes peuvent être éclairées.

3 heures, la discothèque est en activité, son enseigne peut être éclairée. Si l'établissement ferme à 4 heures, l'enseigne peut rester allumée jusqu'à 5 heures.

5 h 30, la boulangerie va ouvrir à 6 h 30, son enseigne peut être allumée.

Les dispositions qui régissent les enseignes lumineuses – qui font l'objet de ce guide - ne doivent pas être confondues avec celles qui régissent l'éclairage de l'intérieur des bâtiments sur lesquels ces enseignes sont installées (Art. L.583-1 et s. et R.583-1 et s.).

V. L'enseigne temporaire

Définition 125

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.
- *l*es 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'elle signalent 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..., promotion sur...

Les enseignes temporaires, pas plus que les enseignes permanentes, ne sont soumises à déclaration. Les enseignes temporaires sont soumises à autorisation dans les cas suivants (Art. R.581-17) :

- lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ;
- lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L.581-8.

Durée 126

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. Le RLP(i) peut réduire ces durées, afin de prévenir une présence continue d'enseignes temporaires liée à une succession d'opérations commerciales tout au long de l'année.

Règles d'implantation 127

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 deux mètres »* (Voir les commentaires sur cet article au point n° 114).
- dernier alinéa de l'article R.581-62 : *« la surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder soixante mètres carrés ».* 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.

Le 3ème alinéa de l'article R.581-61 n'étant pas cité, il n'est pas interdit d'apposer une enseigne temporaire devant une fenêtre ou un balcon.

- 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° de l'article R.581-68, signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier, est limitée à douze mètres carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol. Aucune limitation de surface unitaire ou cumulée n'est imposée, à l'exception des enseignes en toiture comme indiqué plus haut ou des enseignes « immobilières » scellées au sol. Un RLP(i) pourra prévoir des prescriptions plus restrictives les concernant.

VI. L'enseigne à faisceau de rayonnement laser

Définition 128

Soumise à autorisation préalable de l'autorité compétente en matière de police (cf. Chapitre 6), 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 applicables 129

Soumise aux mêmes règles que l'enseigne lumineuse, notamment à la règle de l'extinction nocturne, l'enseigne à faisceau de rayonnement laser n'est régie par aucune disposition particulière.

Quizz : Régime des enseignes

1	Les enseignes scellées au sol ou directement installées sur le sol sont-elles soumises à une règle de densité ?	Oui, mais uniquement lorsqu'elles font plus de 1 m². Dans ce cas, elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée (Art. R.581-64 alinéa 3).
2	Une enseigne scellée au sol peut-elle avoir une surface unitaire de 9 m² dans une agglomération de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ?	Non, la surface maximum est de 6 m², l'appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants étant inopérante (Art. R.581-65-I).
3	Les enseignes lumineuses sont-elles soumises à obligation d'extinction nocturne ?	Oui, dès lors que l'activité signalée a cessé et ce, quel que soit leur lieu d'implantation (Art. R.581-59 alinéa 3).
4	L'enseigne d'une clinique vétérinaire peut-elle être clignotante ?	Oui, si elle assure un service d'urgence (Art. R.581-59).
5	Une grande surface commerciale vendant des biens culturels peut-elle comporter des enseignes en toiture dont la surface cumulée est supérieure à 60 m² ?	Non, une telle grande surface ne figure pas dans la liste des établissements culturels fixée par l'arrêté du 2 avril 2012 (Art. R.581-62 alinéa 5).
6	Une unité foncière, dont le côté bordant une voie ouverte à la circulation publique mesure 50 m, peut-elle accueillir une enseigne scellée au sol de plus de 1 m² alors que sont déjà implantés deux dispositifs publicitaires scellés au sol ?	Oui, car les enseignes scellées au sol sont soumises à la règle de densité de l'article R.581-64 (cf. réponse n°1) et non à celle de l'article R.581-25 qui ne s'applique qu'à la publicité.
7	Les enseignes apposées sur les murs latéraux d'une surface unitaire de 60 m² d'un commerce sont-ils soumis à la règle des 15% de surface cumulée ?	Oui, dès lors qu'ils accueillent des enseignes ces murs sont assimilés à des façades commerciales (Art. R.581-63 alinéa 1).
8	Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'une surface de 40 m² peuvent-elles avoir une surface de 15m² ?	Non, dans ce cas, leur surface maximale ne peut dépasser 25 % de la surface de la façade commerciale soit 10 m² (Art. R.581-63 alinéa 2).

4.3 Les préenseignes

Principe 130

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19) à deux exceptions près :
- les préenseignes dites « dérogatoires » ;
- les préenseignes temporaires.

4.3.1 Les préenseignes dérogatoires

Contexte 131

Lors de la préparation de la loi de 1979, un principe fondamental est arrêté : La publicité extérieure, phénomène urbain, est admise en agglomération et interdite hors agglomération. S'est alors posée la question d'une présignalisation, hors agglomération, des activités apportant un service aux personnes en déplacement : hôtels, restaurants, garages, stations-services, ainsi que de la présignalisation des monuments historiques ouverts à la visite, de la vente de produits locaux ou encore des services publics ou d'urgence et des activités s'exerçant en retrait de la voie publique. Un régime dérogatoire fut donc créé, accordant à ces activités la possibilité d'installer hors agglomération et en nombre limité des dispositifs de petit format, dénommés « préenseignes », terme créé pour l'occasion. L'adjectif « dérogatoire », apporté par l'usage, a été consacré par le décret du 30 janvier 2012.

L'installation de ce type de préenseigne - uniquement scellée au sol ou posée sur le sol - hors agglomération fut également admise dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants où toute autre forme de publicité scellée au sol ou posée au sol est interdite.

La multiplication des préenseignes dérogatoires, leur installation anarchique à l'entrée des villes et l'impossibilité pour les RLP1G de les règlementer a conduit la loi ENE à réviser totalement leur statut tout en leur accordant un délai de cinq ans à compter de l'entrée en vigueur de la loi – soit le 13 juillet 2015 - pour se conformer à la nouvelle réglementation ; de sorte qu'il convient de distinguer le régime des préenseignes dérogatoires avant ou après le 13 juillet 2015.

I. Le régime des préenseignes dérogatoires avant le 13 juillet 2015

Activités bénéficiaires 132

L'installation de préenseignes scellées au sol peut déroger à l'interdiction hors agglomération ou dans les agglomérations de moins de dix mille habitants lorsqu'elles signalent :
- les activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement ;
- les activités liées à des services publics ou d'urgence ;
- les activités s'exerçant en retrait de la voie publique ;
- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir* par des entreprises locales.

Les activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement sont notamment les garages, stations-services, restaurants et hôtels. Les tribunaux ont précisé que la signalisation des supermarchés et hypermarchés, distribuant de l'essence ou possédant une cafétéria était admis dès lors que figure le pictogramme « essence » ou « cafétéria » sur le dispositif et ce, quelle que soit sa taille.

Format et hauteur 133

Leurs dimensions ne peuvent excéder un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur.

Dans le but d'homogénéiser leur aspect visuel, la loi de 1979 n'avait pas fixé une surface mais des dimensions hauteur/largeur. Par suite, un dispositif excédant l'une des deux dimensions fixées par la loi est illégal, par exemple, les préenseignes installées dans le sens vertical : un mètre cinquante en hauteur et un mètre en largeur.

Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes.

Nombre 134

Le nombre maximum de préenseignes est de quatre dans les cas suivants :

- activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement ;
- monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite, deux d'entre elles pouvant être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument.

Le nombre maximum de préenseignes est de deux dans les cas suivants :

- activités liées à des services publics ou d'urgence*, une de ces préenseignes 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 préenseignes par commune, mais d'un nombre total par activité toutes communes confondues ; ce qui nécessite une coordination des différentes autorités de police pour assurer le respect de cette disposition.

Les termes de « fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales » excluent les commerces de distribution se prévalant de la vente, dans l'un quelconque de leurs rayons, de produits régionaux. Il s'agit des fonds dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local*, ce qui justifie l'implantation des préenseignes dans l'espace rural.

Installées dans une agglomération de plus de 10 000 habitants (ou de moins de 10 000 habitants mais faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants) ou murales dans toutes les agglomérations, les préenseignes perdent leur statut « dérogatoire » et sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, même si elles sont au format 1 mètre x 1,5 mètre. Par conséquent, elles n'entrent pas dans le décompte des préenseignes dérogatoires.

Règles d'implantation 135

Comme toute autre forme de publicité et de préenseigne, les préenseignes 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.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être implantées à plus de cinq kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent (dix kilomètres pour les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite). Les deux conditions sont alternatives et non cumulatives.

La distance à prendre en compte est la distance routière. La distance de 5 kilomètres est à mesurer par rapport à l'entrée de l'agglomération de la commune où est exercée l'activité. Elle ne saurait être mesurée par rapport à l'entrée de l'EPCI de la commune membre.

II. Le régime des préenseignes dérogatoires après le 13 juillet 2015

Activités bénéficiaires 136

Les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires sont :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- 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. (cf. point n° 140).

Nouveauté de la loi ENE, les activités culturelles* ne recouvrent pas les établissements culturels, à l'exception des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite. La commercialisation de biens culturels ne peut être regardée comme une activité culturelle.

Les préenseignes dérogatoires signalant des activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement ne sont plus autorisées à compter du 13 juillet 2015 et devront être déposées au plus tard à cette date. Ces activités ne peuvent être signalées que dans les conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière.

Format et hauteur 137

Leurs dimensions ne peuvent excéder un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur. Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes.

La collectivité gestionnaire de la voirie peut, le cas échant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil des actes administratifs de cette collectivité ou intégrées au RLP(i).

A défaut, les prescriptions d'harmonisation seront établies par un arrêté ministériel à venir.

Nombre 138

Le nombre maximum de préenseignes est de quatre pour les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (deux d'entre elles pouvant être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument).

Le nombre maximum de préenseignes est de deux pour les activités culturelles et pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.

Règles d'implantation 139

A partir du 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol ne peuvent plus être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être installées qu'hors agglomération.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être implantées à plus de cinq kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Cette distance est portée à dix kilomètres pour les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

REGIME DES PREENSEIGNES DEROGATOIRES

	Nombre		Distance	
	Jusqu'au 12/07/2015	A compter du 13/07/2015	Jusqu'au 12/07/2015	A compter du 13/07/2015
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	4	0	5 km	Sans objet
Service public ou d'urgence	2	0	5 km	Sans objet
Activité en retrait de la voie	2	0	5 km	Sans objet
Monuments historiques	4	4	10 km	10 km
Vente produits du terroir	2	2	5 km	5 km
Activité culturelle	Sans objet	2	Sans objet	5 km

4.3.2 Les préenseignes temporaires

Définition 140

Les préenseignes temporaires sont réparties selon les deux mêmes catégories que les enseignes temporaires :

- les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les préenseignes 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'elle signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Durée 141

Les préenseignes 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 142

Dans les agglomérations de plus de dix mille habitants et dans les agglomérations de moins de dix mille habitants appartenant à une unité urbaine de plus de cent mille habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités et notamment sont soumises à déclaration préalable lorsque leur hauteur dépasse un mètre et leur largeur un mètre cinquante (Art. R.581-6).

Dans les autres agglomérations et hors agglomération, elles peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.

Comme pour les enseignes temporaires, il peut être opportun d'adapter le régime des préenseignes temporaires dans les RLP(i) en adaptant les règles qui leur sont applicables (nombre, format et/ou durée).

5

Le règlement local de publicité (intercommunal)

5.1 La mise en place du RLP(i)

5.1.1 Les objectifs du RLP(i)
5.1.2 Les moyens mis en œuvre
5.1.3 Cas particuliers : l'obligation d'élaborer un RLP(i)

5.2 Le contenu du RLP(i)

5.2.1 Le rapport de présentation
5.2.2 Le règlement
I. Principes généraux et zonage
II. Les mesures interdites par la jurisprudence
5.2.3 Les annexes
I. Les documents graphiques
II. L'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération

5.3 L'élaboration du RLP(i)

5.3.1 Les étapes de la procédure
I. La délibération prescrivant le RLP(i)
II. L'élaboration du projet de RLP(i)
· Le « porter à connaissance »
· Association et consultation
III. La délibération arrêtant le projet de RLP(i)
IV. L'enquête publique
V. La délibération approuvant le RLP(i)
5.3.2 L'opposabilité du RLP(i)

5.4 L'évolution du RLP(i)

5.4.1 Les révisions du RLP(i)
5.4.2 La modification du RLP(i)

5.1 La mise en place d'un RLP(i)

5.1.1 Les objectifs d'un RLP(i)

Adaptation aux caractéristiques du territoire intercommunal ou communal 143

Le RLP(i) est un instrument de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie. Son adoption répond à la volonté d'adapter le RNP aux spécificités du territoire en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier. Il s'agira d'apporter, notamment grâce au zonage du RLP(i), une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager ou naturel qu'il convient de protéger même lorsque le territoire ne présente pas de caractère remarquable.

Intégration dans un projet urbain 144

Les zones de publicité élargies (ZPE) des RLP(i) 1G dans lesquelles la publicité pouvait être soumise à des prescriptions moins restrictives que le RNP ne peuvent plus être instituées par les RLP(i) 2G.

Il peut aussi s'agir d'exprimer un besoin d'anticipation et d'intégration de la publicité dans les projets urbains. Par exemple, lorsqu'une commune de taille modeste projette d'accueillir une zone d'activité artisanale, économique et/ou commerciale, les dispositifs publicitaires ou les enseignes qui y seront implantées méritent d'être soumis à une réglementation spécifique afin de les intégrer harmonieusement dans les lieux environnants. Le but est alors ici de limiter les ruptures d'échelle entre le milieu rural et la nouvelle zone d'activité. En outre, si la zone d'activité est instituée hors agglomération, où la publicité est interdite (Art. L.581-7), et qu'elle est constituée d'établissements de centres commerciaux et exclusifs de toute habitation, le RLP peut y introduire la publicité par l'institution de périmètres*.

Contrôle de l'implantation des enseignes 145

Il peut aussi s'agir d'avoir un meilleur suivi de l'implantation des enseignes. En effet, dès lors que l'EPCI ou la commune est dotée d'un RLP(i), les enseignes sont soumises, sur l'ensemble du territoire, à autorisation préalable, ce qui n'était possible, dans les RLP(i) 1G, que dans les seules zones de publicité restreinte (ZPR).

Réintroduction de la publicité 146

Le RLP(i) peut permettre de réintroduire la publicité dans des lieux où elle est en principe interdite et dont la liste figure à l'article L.581-8. Dans ce cas, ses dispositions, plus restrictives que le RNP, sont instituées conformément aux orientations et aux objectifs définis dans le rapport de présentation du RLP(i). La réintroduction de la publicité dans des lieux ou territoires remarquables doit être réfléchie et motivée.

Afin d'encadrer la réintroduction de publicité dans les PNR, les chartes de PNR doivent prévoir des orientations en matière de publicité (cf. Chapitre 8)

Par exemple, si une agglomération de plus de dix mille habitants, incluse dans un PNR ou dans l'aire d'adhésion d'un parc national, décide de réintroduire la publicité en prévoyant des dispositions en matière de superficie maximale des dispositifs publicitaires différentes de la superficie maximale du RNP, celle-ci devra être inférieure à douze mètres carrés. Quels que soient les motifs pour lesquels un RLP(i) est établi, ses dispositions doivent être compatibles avec les mesures et les orientations de la charte du PNR ou avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable applicables dans les communes situées dans l'aire d'adhésion d'un parc national (Art. L.581-14).

Transfert du pouvoir de police 147

Depuis la loi ENE et comme il a été indiqué au Chapitre 2, l'adoption d'un RLP(i) conduit à transférer le pouvoir de police du préfet vers le maire agissant au nom de la commune.

5.1.2 Les moyens mis en œuvre

Pouvoir d'appréciation 148

Afin de mettre en œuvre les objectifs assignés au RLP(i), l'EPCI ou la commune dispose de moyens juridiques considérables. A l'époque des RLP(i) 1G, les tribunaux avaient eu l'occasion de préciser que le maire disposait d'un large pouvoir d'appréciation ; le régime des RLP(i) 2G ne remet pas en cause cette affirmation. Il résulte en effet de l'article L.581-14 que lorsqu'un RLP(i) est institué, c'est en vue d'adapter le RNP - publicité et/ou enseignes - en prévoyant des dispositions qui lui sont plus restrictives. Les moyens pour y parvenir vont dépendre des objectifs que se sont assignés les auteurs du RLP(i).

Réduire les formats 149

Il s'agit par exemple de réduire les formats résultant du RNP jugés trop attentatoires au cadre de vie voire, dans le cadre d'un RLPi, de les harmoniser à l'échelle communautaire si par exemple – mais pas seulement - les communes membres de l'EPCI ont des populations différentes et sont soumises à des règles d'implantation publicitaire différentes.

Par exemple, si l'EPCI, situé dans une unité urbaine de moins de cent mille habitants, comporte une commune dont la population est supérieure à dix mille habitants et que les autres communes membres de l'EPCI ont une population inférieure à ce seuil, la publicité murale a un format unitaire maximum de douze mètres carrés dans la première, limitée à quatre mètres dans les autres (Art. R.581-26). Le RLPi peut prévoir des dispositions conduisant à unifier à quatre mètres sur l'ensemble du territoire de l'EPCI. De la même manière, si une voie publique traverse l'ensemble du territoire de l'EPCI, il peut être intéressant d'harmoniser les règles de formats, de reculement par rapport à la voie ou de densité tout le long de cette voie.

Interdire certains dispositifs 150

Il peut s'agir aussi d'interdire certains types de dispositifs publicitaires comme par exemple les dispositifs scellés au sol si l'agglomération, bien que comportant moins de dix mille habitants, est incluse dans une unité urbaine de plus de cent mille habitants ce qui a pour conséquence de les admettre au titre du RNP (Art. R.581-31 et R.581-32). Il est également possible de prévoir, dans un but d'harmonie des lieux ou de protection des perspectives monumentales, des servitudes de reculement par rapport aux voies publiques ou aux limites séparatives.

Prévoir une règle de densité spécifique 151

Bien que le RNP institue une règle de densité (cf. Chapitre 4), celle-ci peut être jugée insuffisante compte tenu des caractéristiques du territoire ou de la volonté des rédacteurs du RLP(i). Dans ce cas, le RLP(i) peut prévoir une règle de densité plus restrictive que la règle nationale (interdire la publicité si le côté de l'unité foncière bordant la voie publique n'a pas une certaine longueur, limiter à un seul dispositif publicitaire par unité foncière, etc.) voire identifier des secteurs présentant des caractéristiques urbanistiques et un parcellaire différents justifiant des règles de densité différentes.

Prévoir des prescriptions esthétiques 152

Le RNP ne comporte pas à proprement parler de dispositions relatives à l'esthétique des dispositifs publicitaires et des enseignes hormis celles obligeant de les maintenir en bon état d'entretien (Art. R.581-24 pour la publicité et R.581-58 pour les enseignes). Le RLP(i) peut alors comporter des dispositions spécifiques visant à renforcer leur intégration dans l'environnement. Les exemples sont nombreux, notamment les suivants :

- interdire l'usage des spots et préférer le recours aux rampes ou au rétro-éclairage ;
- imposer que les enseignes en façade soient en lettres découpées pour éviter de masquer les éléments architecturaux des façades ;
- imposer que les pieds des dispositifs scellés au sol soient monobloc, de forme simple et interdire les sections apparentes des profilés en H ou I ;

- imposer que les dispositifs de scellement (socles, boulons, etc.) des pieds soient enterrés dans le sol ;
- imposer que les dispositifs « simple face » reçoivent à l'arrière un bardage afin de masquer la totalité des éléments de fixation ;
- interdire la visibilité depuis la voie ouverte à la circulation publique des accès au panneau (échelle, passerelles) ;
- suggérer que l'ensemble des éléments précités (pieds, cadres*, caches) soient peints de teinte unie, soit neutre ou au contraire soutenue.
- ...

Préciser les termes 153

Le RLP(i) peut apporter des précisions utiles. Par exemple, il peut distinguer le format hors tout, c'est-à-dire le format qui englobe les moulures*.

5.1.3 Cas particuliers : l'obligation d'élaborer un RLP(i)

Les situations précédentes illustrent une volonté locale d'adapter le RNP aux exigences du territoire. Il peut cependant s'avérer impératif soit de procéder à l'adoption d'un RLP(i), soit d'adopter des mesures spécifiques dans le RLP(i).

Les entrées de ville depuis la loi Alur 154

Jusqu'à l'adoption de la loi n°2014-366 du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové (dite loi Alur), l'article L.111-1-4 du code de l'urbanisme imposait, parallèlement à l'élaboration ou la révision d'un PLU, l'adoption d'un RLP(i) lorsqu'il était décidé d'ouvrir à l'urbanisation les parties non urbanisées des entrées de ville traversées par une route à grande circulation, une route express, une déviation ou une autoroute. Les deux documents devaient à cet égard faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Cette exigence a désormais disparu, la référence au RLP(i) ayant été abrogée dans l'article L.111-1-4. Pour autant, dans ces secteurs à forts enjeux publicitaires, il reste opportun d'engager une réflexion visant à planifier localement la publicité dans un objectif de protection de la qualité du cadre de vie, ce qui pourra se traduire par l'élaboration d'un RLP(i).

La caducité. 155

La loi ENE a réformé le RLP tant dans sa procédure d'élaboration (cf. points n° 172 et s.) que dans son contenu. Aussi des mesures transitoires ont-elles été adoptées pour les RLP(i) adoptés antérieurement afin de leur permettre de se transformer en RLP 2G. L'article L.581-14-3 exige que les RLP(i) 1G soient modifiés ou révisés en vue de les transformer en RLP 2G dans un délai de dix ans à compter de la date d'entrée en vigueur de la loi, soit le 14 juillet 2020, faute de quoi, ils seront frappés de caducité. En conséquence, le territoire sera couvert par le RNP et le maire perdra sa compétence de police au profit du préfet. Aussi, compte tenu de la durée d'élaboration d'un RLP a fortiori lorsqu'il s'agit d'un RLPi, est-il vivement conseillé d'anticiper la caducité en procédant à la transformation des RLP(i) 1G en RLP(i) 2G à partir de 2015-2016.

L'obligation d'extinction nocturne dans les unités urbaines de plus de 800 00 habitants 156

À la différence des cas précédents, ce n'est pas une obligation d'adoption d'un RLP(i) que les textes imposent mais une obligation de prévoir des prescriptions particulières dans le RLP(i) lorsqu'il existe. En effet, l'article R.581-35 dispose que dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et les modalités d'extinction nocturne sont prévues par le RLP(i) dans les zones qu'il identifie. Cela signifie qu'une commune ou un EPCI, compris dans une unité urbaine de plus de huit cent mille habitants, doit fixer dans son RLP(i) des règles d'extinction nocturne (Art. R.581-75). Les dispositifs lumineux installés dans les communes ou les EPCI inclus dans des unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, qui ne sont pas dotées d'un RLP(i), ne sont donc pas soumis à la règle de l'extinction nocturne.

5.2 Le contenu du RLP(i)

A la différence des RLP(i) 1G pour lesquels aucun formalisme particulier n'était imposé, le décret du 30 janvier 2012 modifié exige que les RLP(i) 2G soient, au minimum, composés d'un rapport de présentation, d'un règlement et d'annexes.

5.2.1 Le rapport de présentation

Contenu 157

Le contenu du rapport de présentation est libre, mais l'article R.581-73 impose au minimum :

- qu'il s'appuie sur un diagnostic ;
- qu'il définisse des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure ;
- qu'il explique les choix et les règles retenus et les motifs de la délimitation des zones, si elles existent.

Le diagnostic est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires en infraction avec le RNP et d'identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu de dispositions législatives (Art. L.581-4 et L.581-8). Le diagnostic doit permettre également d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc.). Il conviendra ici de s'appuyer sur l'expertise des services déconcentrés de l'Etat (DDT(M) et DREAL) et du Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement (CAUE) dont la mission est la promotion de la qualité architecturale, urbaine et paysagère des territoires.

Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, l'EPCI ou la commune va définir les orientations et objectifs du RLP(i) en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

5.2.2 Le règlement

I. Principes généraux et zonage

Conciliation et lisibilité 158

Quelles que soient les dispositions du RLP(i), celles-ci doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs économiques et la protection du cadre de vie. Afin d'assurer la lisibilité du règlement, il est inutile que le RLP(i) reprenne textuellement des dispositions qui figurent déjà dans le RNP et qui continuent de s'appliquer selon la volonté des auteurs du règlement. On dit alors que le RNP vaut RLP.

Zonage 159

Sur la base des orientations et objectifs précisés par le rapport de présentation, les dispositions du RLP(i) peuvent être générales lorsqu'elles s'appliquent sur l'ensemble du territoire concerné. Par exemple, le RLP(i) peut instituer une règle de densité pour la publicité généralisée à l'ensemble de l'agglomération ou des règles concernant les enseignes y compris celles implantées hors agglomération. Le RLP(i) peut aussi prévoir des dispositions spécifiques dans les zones qu'il institue applicables à la publicité, différentes et adaptées aux espaces concernés. Ces zones, sans dénomination particulière, peuvent être indifféremment instituées en agglomération ou hors agglomération, ce qui les distingue des anciennes zones de publicité restreinte (ZPR) qui ne pouvaient être instituées qu'en agglomération (ancien Art. L.581-10 aujourd'hui abrogé). Cela permet également d'instituer des prescriptions particulières applicables aux enseignes lorsque les activités signalées sont situées hors agglomération (Art. L.581-18) ; ce qui n'était pas possible avec les RLP(i) 1G.

Zones particulières aux unités urbaines de plus de 800 000 habitants 160

Dans les communes situées dans une unité urbaine de plus de huit cent mille habitants, le RLP(i) doit prévoir des zones dans lesquels s'appliqueront des règles d'extinction lumineuse librement établies par les rédacteurs du RLP(i) (Art R.581-75).

Emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération 161

Le RLP(i) peut prévoir des dispositions plus restrictives que le RNP dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération.

Les périmètres 162

L'article L.581-7 indique que « *la publicité peut (...) être autorisée par le (RLP) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération* ». L'emploi du terme autorisation signifie que le législateur autorise le RLP(i) à introduire de la publicité hors agglomération dans ces lieux ; il ne signifie pas que la publicité y est soumise à un régime général d'autorisation préalable.

Le décret du 30 janvier 2012 modifié n'ayant pas prévu de dispositions particulières en matière de densité, les périmètres sont donc soumis à la règle nationale.

Il conviendra de veiller aux modalités d'implantation des dispositifs publicitaires puisqu'ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (Art. R.581-77).

En principe, la publicité est interdite hors agglomération (Art. L.581-7). Mais un RLP(i) peut lever cette interdiction par l'institution d'un zonage spécifique appelé « périmètre »* (Art. R.581-77). Ce ou ces périmètres ne peuvent être institués qu'à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

Ces périmètres s'apparentent ainsi aux zones de publicité autorisées (ZPA) des RLP(i) 1G. Mais ils s'en distinguent sur deux points. D'une part, les ZPA pouvaient être instituées « *à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations* » (ancien Art. L.581-7). Leur champ d'application était donc plus large que celui des nouveaux périmètres qui ne concernent ni les centres artisanaux, ni les groupements d'habitations. D'autre part, le régime des ZPA était totalement libre, alors que l'article L.581-7 issu de la loi ENE prévoit que les règles applicables dans les périmètres sont prises « *dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret* ».

Les règles d'implantation de la publicité établies dans les périmètres sont librement établies sous réserve de ne pas dépasser les hauteurs et les formats applicables dans les agglomérations de plus de dix mille habitants (Art. R.581-77).

Prescriptions concernant les préenseignes dérogatoires 163

Si la collectivité gestionnaire de la voirie a fixé des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, après consultation des autres collectivités concernées, celles-ci sont intégrées au RLP(i). Ces prescriptions peuvent être, dans l'esprit de la SIL, l'application de formats, de hauteurs ou des codes couleurs identiques. Mis à part le cas précédent, le RLP, en tant que tel, ne peut prévoir de prescriptions relatives aux préenseignes dérogatoires.

II. Les mesures interdites par la jurisprudence

Principes 164

En instituant des ZPR, la plupart des RLP(i) 1G étaient plus restrictifs que le RNP. À l'occasion des recours introduits par les sociétés d'affichage contre leurs prescriptions, les juridictions administratives ont eu l'occasion de donner de nombreuses indications sur ce qui pouvait être admis dans un RLP(i) mais surtout ce qui ne pouvait y figurer. Dès lors que les RLP(i) 2G sont par hypothèse plus restrictifs que le RNP, les principes jurisprudentiels établis avant la loi ENE continueront à s'appliquer.

L'institution de mesures d'interdiction générale et absolue 165

Au nom du principe de la liberté d'expression rappelé à l'article L.581-1, le règlement du RLP(i) ne peut pas instituer des mesures qui ont pour effet d'interdire, de manière générale et absolue, la publicité. Mais, le RLP(i) peut identifier des zones réduites dans lesquelles la publicité est interdite. Un équilibre entre liberté d'expression et protection du cadre de vie doit être trouvé, les rédacteurs du RLP(i) doivent donc veiller à ce que l'activité d'afficheur, si elle est interdite dans certains secteurs de l'agglomération, puisse s'exercer dans d'autres.

L'atteinte au principe d'égalité 166

Le RLP(i) doit veiller à ne pas instituer de discriminations entre les sociétés d'affichage au risque de porter atteinte au principe d'égalité. Ce principe n'impose cependant pas que les mesures du RLP(i) soient identiques sur l'ensemble du territoire concerné, il signifie que l'on peut traiter de manière différente la publicité lorsqu'elle est placée dans une situation différente. Par exemple, rien n'interdit :

- de prévoir des règles d'implantation pour les dispositifs publicitaires scellés au sol différentes de celles prévues pour les dispositifs muraux ;
- d'interdire la publicité lumineuse, mais d'admettre la publicité non lumineuse ;
- d'admettre la publicité sur mobilier urbain dans des zones où toute autre forme de publicité est interdite (par exemple, CAA Marseille, 31/01/2008, *Sté Giraudy Viacom Outdoor*, req. n° 05MA01990).

En revanche, est constitutif d'une atteinte au principe d'égalité :

- le RLP(i) qui interdit la publicité sur le mobilier urbain en dehors des dispositifs pour lesquels la commune a signé un contrat ;
- Le RLP(i) qui fixe des règles distinctes de celles de la publicité pour les préenseignes non dérogatoires (CE, 30/03/2009, *Sté LC Com*, req. n°305 913).

L'institution d'un régime d'autorisation préalable autre que celui prévu par le législateur 167

Le législateur a limitativement fixé les hypothèses où la publicité et les enseignes sont soumises à autorisation préalable (Art. L.581-9 pour la publicité et L.581-18 pour les enseignes). Par conséquent, le RLP(i) ne peut soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère. Ainsi a été jugé illégal, le RLP qui a soumis à autorisation préalable toute forme de publicité (CAA Marseille, 21 /02/2008, *SNPE*, req. n° 06MA00444).

L'institution de procédures d'instruction non prévue par les textes 168

S'inspirant des principes déjà établis en matière de contenu des PLU, le RLP(i) ne peut prévoir des procédures spécifiques d'instruction différentes de celles figurant dans le code de l'environnement. Par exemple, il ne peut être institué une commission *ad hoc* chargée d'examiner les demandes d'implantation publicitaire alors que cette compétence appartient uniquement à l'autorité de police dans les cas prévus par le code de l'environnement.

5.2.3 Les annexes

Contenu 169

Les annexes du RLP(i) sont constituées du ou des documents graphiques ainsi que de l'arrêté municipal fixant les limites de la commune ou des différents arrêtés municipaux fixant ces mêmes limites pour les communes membres de l'EPCI lorsque le RLP est intercommunal. Si les prescriptions du RLP(i) sont générales et qu'il ne comporte par conséquent ni zone, ni périmètre, les documents graphiques propres au RLP(i) ne sont pas nécessaires.

I. Les documents graphiques

Objet des documents graphiques 170

Comme en matière de document d'urbanisme, les documents graphiques ont pour objet de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquels des dispo-

En qualité d'annexes du RLP(i), les documents graphiques sont dépourvus de valeur réglementaire contrairement à ceux d'un PLU. Cela signifie qu'en cas de contradiction entre le zonage figurant dans les documents graphiques et celui décrit dans le règlement du RLP(i), suite à une erreur matérielle, ce sont les prescriptions du règlement qui s'imposent.

sitions particulières ont été instituées (Art. R.581-78, al. 1er). Même si aucune indication d'échelle et de précision n'est prévue, les documents graphiques doivent être d'une précision suffisante afin d'éviter toute contestation quant à la délimitation précise du zonage. Des indications grossières ou à gros trait sont donc à proscrire.

II. L'arrêté municipal et le plan fixant les limites de l'agglomération

Objet des annexes 171

Le RLP comporte en annexe l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération ou, s'il s'agit d'un RLPi, les arrêtés municipaux délimitant les agglomérations des communes membres de l'EPCI ainsi qu'un (ou plusieurs) document graphique représentant ces limites (Art. R.581-78, alinéa 2). Cette obligation nouvelle - elle ne s'imposait pas dans les RLP 1G - s'explique par la volonté de s'assurer que, déjà, de tels arrêtés ont été pris. Il arrive en effet que le maire ne détermine pas les limites de l'agglomération de sa commune comme l'impose pourtant l'article R.110-2 du code de la route. L'adoption d'un RLP(i) va ainsi conduire parallèlement à l'adoption de l'arrêté. Comme on l'a déjà vu (cf. point n° 16), il arrive aussi que l'arrêté de délimitation ne corresponde pas (ou plus) à la réalité physique de l'agglomération : soit que le bâti ait progressé par l'effet de l'étalement urbain sans que les panneaux d'entrée et de sortie de ville n'aient été déplacés, soit que ces mêmes panneaux aient été installés bien en amont (ou en aval) du tissu urbain. Dans ce cas, le maire va s'assurer, au travers de la réflexion sur le RLP(i), de la correspondance entre la réalité physique de l'agglomération et sa réalité « formelle » et, dans l'hypothèse contraire, aligner la seconde sur la première.

5.3 La procédure d'élaboration du RLP(i)

Lorsqu'un EPCI élabore son RLPi, il doit le faire en collaboration avec les communes membres. La loi Alur rend obligatoire l'organisation d'une conférence intercommunale et d'une délibération du conseil communautaire sur les modalités de cette collaboration (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme).

Contexte 172

La loi ENE a entièrement refondu la procédure d'élaboration du RLP. Alors que les RLP 1G devaient suivre une procédure spécifique organisée par le code de l'environnement dont l'élément déterminant était notamment le recours à un groupe de travail chargé de rédiger un projet de règlement, les RLP 2G sont élaborés conformément aux dispositions qui régissent l'élaboration des PLU (Art. L.123-6 et suivants du code de l'urbanisme). L'initiative de l'élaboration d'un RLP(i) appartient par conséquent à l'EPCI compétent ou, à défaut, à la commune.

Le RLPi couvre les communes A, B et C. Il prévoit des dispositions spécifiques sur la commune C et sur une partie du territoire de la commune A (zone verte). Le reste du territoire intercommunal est soumis aux règles du RNP qui valent RLP (territoire bleu). Dans les 3 communes, le maire a le pouvoir de police.

5.3.1 Les étapes de la procédure

I. La délibération prescrivant le RLP(i)

Contenu de la délibération 173

Le point de départ de la procédure est une délibération de l'organe délibérant de l'EPCI ou de la commune prescrivant l'élaboration du RLP(i). Conformément à l'article L.123-6 du code de l'urbanisme, cette délibération comporte deux volets. Un premier porte sur les objectifs poursuivis, le second sur les modalités de la concertation.

Objectifs poursuivis 174

Une formulation type et générale des objectifs poursuivis ne peut suffire. Pour exemple, la formule suivante seule est donc à proscrire : « les objectifs du RLP(i) sont d'améliorer la qualité du paysage urbain avec une dé-densification des supports publicitaires et d'élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires, en tenant compte des différents types de quartier de la ville ». La délibération doit être motivée, plus précise, explicite et adaptée au contexte local.

Modalité de la concertation 175

La délibération doit indiquer les modalités de la concertation selon les indications de l'article L.300-2 du code de l'urbanisme. La concertation doit associer, pendant la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées. Dans le domaine de la publicité extérieure, les personnes concernées sont notamment les commerçants, les enseignistes et les sociétés d'affichage.

Les modalités de concertation doivent, pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'EPCI ou la commune. La concertation pourra notamment revêtir la forme suivante :

- mise à disposition du public, au siège de l'EPCI ou en mairie, d'un dossier dans lequel seront indiqués les objectifs poursuivis et d'un registre où toute personne intéressée pourra formuler ses observations ;
- mise en ligne, sur le site internet de l'EPCI ou de la commune, du dossier et de l'état de son avancement et permettant au public de formuler ses observations ;
- organisation d'une réunion publique.

Une concertation dont les modalités consisteraient simplement à afficher en mairie pendant une durée d'un mois la délibération prescrivant l'élaboration d'un RLP ainsi que sa publication dans des journaux à diffusion départementale est insuffisante.

Notification de la délibération 176

Conformément à l'article L.123-8 du code de l'urbanisme, la délibération est notifiée au préfet, au président du conseil régional, au président du conseil général, le cas échéant, au président de l'EPCI ou du syndicat mixte en charge du schéma de cohérence territoriale (SCoT), au président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains, au président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat, aux organismes de gestion des PNR et des PN, aux chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie, chambre de métiers et chambre d'agriculture). Lorsque la commune est limitrophe d'un SCoT sans pour autant être couverte par un autre SCoT, la délibération est également notifiée à l'établissement public chargé de ce SCoT.

Publicité de la délibération 177

La délibération fait l'objet de mesures de publicité renforcées. Elle est affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans les mairies des communes membres concernées s'il s'agit d'un RLPi, ou en mairie s'il s'agit d'un RLP. Mention de cet affichage

La délibération peut également faire l'objet d'une mention insérée dans une revue spécialisée (Moniteur, Gazette des communes,...).

est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. En outre, la délibération est publiée au recueil des actes administratifs mentionné à l'article R.2121-10 du CGCT si la délibération résulte d'une commune de 3 500 habitants et plus ou publiée au recueil des actes administratifs mentionné à l'article R.5211-41 du CGCT (s'il existe) lorsqu'elle émane d'un EPCI comportant au moins une commune de 3 500 habitants. Chacune de ces formalités de publicité mentionne le lieu ou les lieux où le dossier peut être consulté (Art. R.123-25 du code de l'urbanisme).

La délibération produit ses effets juridiques dès l'exécution de l'ensemble de ces formalités. La date à prendre en compte pour l'affichage étant celle du premier jour où il est effectué.

II. L'élaboration du projet de RLP(i)

Le président de l'EPCI compétent ou le maire conduit la procédure d'élaboration du RLP(i) (Art. R.123-15 du code de l'urbanisme). A cette fin, l'État, au travers du préfet de département, joue un rôle primordial dans le cadre du « porter à connaissance » (PAC). Les personnes publiques associées et les autres personnes qui peuvent éventuellement être consultées jouent également un rôle important dans le cadre de cette procédure.

Le « porter à connaissance »

Contenu du porter à connaissance 178

Dès notification de la délibération prescrivant le RLP, le préfet doit porter à la connaissance du président de l'EPCI ou du maire l'ensemble des dispositions particulières applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement (Art. L.121-2 et R.121-1 du code de l'urbanisme). Il s'agit de présenter les règles applicables en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes ainsi que celles concernant la procédure d'élaboration du RLP(i). Celles-ci seront accompagnées de l'ensemble des informations qui sont susceptibles de conditionner le contenu même du RLP(i). Sans prétendre à l'exhaustivité, il est possible de citer :

- les données INSEE concernant la population de la commune ou de l'EPCI concerné, le cas échéant, s'ils font partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants ou de plus de huit cent mille habitants ;
- la liste des monuments classés ou inscrits parmi les monuments historiques, des monuments naturels, des sites classés, des sites Natura (ZSC, ZPS), des parcs naturels régionaux, des parcs nationaux et des réserves naturelles ainsi qu'un plan faisant apparaître leur situation et leurs périmètres sur le territoire couvert par le RLP(i) ;
- le plan de prévention des risques pouvant intéresser ou concerner la publicité ;
- la carte des voies express ;
- la délimitation de l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération.

L'information se faisant en continu, le préfet communique au président de l'EPCI ou au maire tout élément nouveau qui interviendrait au cours de l'élaboration du document.

Le RLP(i) n'est pas soumis à l'évaluation environnementale.

À l'occasion du porter à connaissance, le préfet indique ceux des services de l'Etat qu'il souhaite voir associés à l'élaboration du RLP(i), au premier rang desquels figurent les services déconcentrés de l'Etat dans le département ou la région (DDT(M), ABF, DREAL, etc.).

Association et consultation

Les personnes publiques associées 179

Conformément aux articles L.121-4 et L.123-8 du code de l'urbanisme, sont associées à l'élaboration du RLP(i), les personnes publiques (PPA) à qui la délibération prescrivant l'élaboration du RLP(i) a été notifiée. Ce sont :

- l'État ;
- le président du conseil régional ;
- le président du conseil général ;
- l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains ;

- l'EPCI compétent en matière de programme local de l'habitat ;
- les organismes de gestion des parcs naturels régionaux et des parcs nationaux ;
- les syndicats d'agglomération nouvelle ;
- les chambres consulaires (Chambre de commerce et d'industrie, Chambre d'agriculture, chambre de métiers) ;
- l'établissement public chargé de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation du SCoT lorsque le territoire objet du RLP est situé dans le périmètre de ce schéma ;
- les établissements publics chargés de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation des SCoT limitrophes du territoire objet du RLP lorsque ce territoire n'est pas couvert par un SCoT.

Bien que certaines de ces PPA ne soient pas directement concernées par l'objet du RLP, dès lors qu'elles sont destinataires de la notification, rien ne leur interdit d'être associées à la procédure à chaque fois qu'elles le demandent et tout le long de la procédure. Le président de l'EPCI ou le maire ne peut s'y opposer. L'association doit donc être regardée comme une consultation obligatoire.

Les modalités de l'association sont laissées à la discrétion du président de l'EPCI ou du maire dès lors qu'elles permettent une association effective. La tenue d'une réunion des PPA au minimum est nécessaire.

Les consultations à la demande 180

Les articles L.121-5 et L.123-8 du code de l'urbanisme prévoient que sont consultés à leur demande :

- le président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains ;
- les présidents des EPCI voisins compétents en matière de PLU ;
- les maires des communes voisines ;
- le président de l'EPCI dont la commune est membre qui n'est pas compétent en matière de PLU
- les associations locales d'usagers agréées dans les conditions de l'article R.121-5 du code de l'urbanisme ;
- les associations de protection de l'environnement agréées dans les conditions de l'article L.141-1 du code de l'environnement.

Les associations ont accès au projet par l'article 4 de la loi du 17 juillet 1978, c'est-à-dire par consultation gratuite sur place, sauf si la préservation du document ne le permet pas ou par la délivrance d'une copie sur un support identique à celui utilisé par l'administration ou compatible avec celui-ci et aux frais du demandeur, sans que ces frais puissent excéder le coût de cette reproduction, sous réserve que la reproduction ne nuise pas à la conservation du document ou encore par courrier électronique et sans frais lorsque le document est disponible sous forme électronique.

Les consultations à l'initiative du président de l'EPCI ou du maire 181

S'il le souhaite, le président de l'EPCI ou le maire peut recueillir l'avis de toute personne, organisme ou association compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'habitat et de déplacements, y compris des collectivités territoriales des Etats limitrophes (Art. L.123-8 du code de l'urbanisme et Art. L.581-14-1).

III. La délibération arrêtant le projet de RLP(i)

Contenu et publicité de la délibération 182

Lorsque le projet de RLP(i) est finalisé, il est arrêté par délibération du conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'EPCI. Elle est affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans les mairies des communes membres concernées ou en mairie (Art. R.123-18 du code de l'urbanisme).

Avis 183

Le projet est alors soumis pour avis à toutes les personnes publiques associées à son élaboration ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux EPCI directement intéressés, à la commission départementale de la consommation des espaces agricoles, ainsi qu'à l'établissement public chargé d'un SCoT dont la commune qui élabore le RLP(i) est limitrophe et ce, lorsqu'elle-même n'est pas couverte par un SCoT. Si le projet de RLP est intercommunal, il est également soumis pour avis aux communes membres de l'EPC.

En cas d'avis défavorable des communes membres de l'EPCI sur les parties du règlement qui les concernent, l'organe délibérant de l'EPCI délibère à nouveau et arrête le projet de RLP(i) à la majorité des deux tiers de ses membres (Art. L.123-9 du code de l'urbanisme).

Toutes ces personnes et organismes donnent un avis dans les limites de leurs compétences, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement. A défaut, ces avis sont réputés favorables. Outre ces avis prévus par le code de l'urbanisme, l'article L.581-14-1 y ajoute la consultation de la CDNPS ; son avis est également réputé favorable passé un délai de trois mois. Au terme des consultations, il est tiré un bilan de la concertation. Le projet de RLP(i) est ensuite soumis à enquête publique.

Bon à savoir :

La CDNPS concourt à la protection de la nature, à la préservation des paysages, des sites et du cadre de vie et contribue à une gestion équilibrée des ressources naturelles, et de l'espace dans un souci de développement durable. Présidée par le préfet ou son représentant, elle se réunit en six formations spécialisées dont une dite « de la publicité ». Elle est composée, à parts égales, de membres répartis en quatre collèges :

- Un collège de représentants des services de l'Etat, membres de droit qui comprend notamment le directeur régional de l'environnement ;
- Un collège de représentants élus des collectivités territoriales et, le cas échéant, de représentants d'EPCI ;
- Un collège de personnalités qualifiées en matière de sciences de la nature, de protection des sites ou du cadre de vie, de représentants d'associations agréées de protection de l'environnement et, le cas échéant, de représentants des organisations agricoles ou sylvicoles ;
- Un collège de personnes compétentes dans les domaines concernés, soit en matière de publicité : les professionnels représentant les entreprises de publicité et les fabricants d'enseignes.

En formation publicité, le maire de la commune intéressée par le projet ou le président de l'EPCI est invité à siéger à la séance au cours de laquelle le projet est examiné et a, sur celui-ci, voix délibérative.
L'avis de la CDNPS est pris au vu du rapport d'un service de l'Etat. Dans la plupart des cas, il s'agira de la DDT(M) ou de l'ABF.

IV. L'enquête publique

Définition 184

En qualité de modalité de participation du public au sens de l'article 7 de la Charte de l'environnement, l'enquête publique permet au public de formuler un avis sur le projet de RLP(i). Compte tenu de son objet, il s'agit de l'enquête dite « environnementale » régie par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du code de l'environnement. L'enquête publique est menée par un commissaire enquêteur ou une commission d'enquête selon l'importance du projet. Cette autorité indépendante et impartiale doit veiller à l'information et à la participation du public.

Durée de l'enquête publique 185

Quinze jours avant l'ouverture de l'enquête, le public doit en être informé par un avis publié dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans le département, par voie d'affiches et, éventuellement, par tout autre procédé, par exemple par voie électronique sur le site internet de l'EPCI ou de la commune ou diffusé sur les journaux électroniques d'information (Art. R.123-11).

La durée de l'enquête publique est comprise entre un et deux mois, mais le commissaire enquêteur peut la prolonger d'un mois supplémentaire (Art. R.123-6). Le dossier mis à disposition du public pendant cette durée est consultable au siège de l'EPCI ou de la mairie. L'article R.123-10 exige que « *les jours et heures, ouvrables ou non, où le public pourra consulter un exemplaire du dossier et présenter ses observations sont fixés de manière à permettre la participation de la plus grande partie de la population, compte tenu notamment de ses horaires normaux de travail. Ils comprennent au mini-*

mum les jours et heures habituels d'ouverture au public de chacun des lieux où est déposé le dossier ; ils peuvent en outre comprendre des heures en soirée ainsi que plusieurs demi-journées prises parmi les samedis, dimanches et jours fériés ».

Contenu du dossier d'enquête 186

Le dossier d'enquête comprend (Art. R.123-8) :

- une note de présentation précisant les coordonnées du responsable du projet, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet soumis à enquête a été retenu ;
- la mention des textes qui régissent l'enquête publique et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, ainsi que les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'approbation ;
- l'ensemble des avis émis sur le projet de règlement en particulier celui de la CDNPS. Dans le cas d'avis très volumineux, une consultation des avis peut être organisée par voie électronique ;
- le bilan de la procédure de la concertation.

Registre d'enquête 187

Le commissaire enquêteur tient un registre d'enquête - établi sur feuillets non mobiles, coté et paraphé (Art. R.123-13) - dans lequel le public pourra consigner ses observations, propositions et contre-propositions. Ces observations, propositions et contre-propositions peuvent également être adressées par correspondance au commissaire enquêteur au siège de l'enquête et, le cas échéant, selon les moyens de communication électronique indiqués dans l'arrêté d'ouverture de l'enquête. Elles sont tenues à la disposition du public au siège de l'enquête dans les meilleurs délais. En outre, les observations écrites et orales du public sont également reçues par le commissaire enquêteur ou par un membre de la commission d'enquête, aux lieux, jours et heures qui auront été fixés et annoncés dans l'avis d'ouverture d'enquête.

Réunions publiques 188

S'il l'estime nécessaire, le commissaire enquêteur organise une ou plusieurs réunions d'information et d'échange avec le public à l'issue desquelles un compte rendu est établi et adressé au responsable du projet (président de l'EPCI ou maire) (Art. R.123-17).

Rapport du commissaire enquêteur 189

Au terme de l'enquête, le commissaire enquêteur rédige un rapport qui relate le déroulement de l'enquête et examine les observations recueillies. Ce rapport comporte le rappel de l'objet du projet, la liste de l'ensemble des pièces figurant dans le dossier d'enquête, une synthèse des observations du public, une analyse des propositions et contre-propositions produites durant l'enquête et, le cas échéant, les observations du responsable du projet en réponse aux observations du public. Le commissaire enquêteur consigne, dans un document séparé, ses conclusions motivées, en précisant si elles sont favorables, favorables sous réserves ou défavorables au projet (Art. R.123-19).

CONSEIL

Il convient de veiller à la motivation des conclusions du commissaire enquêteur. Un avis non motivé ou insuffisamment motivé peut être une cause d'irrégularité de l'enquête publique et par conséquent du RLP(i).

Suites de l'enquête 190

Le président de l'EPCI ou le maire peut, s'il le juge opportun, modifier le projet de règlement mais uniquement pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public, des avis des PPA ou des conclusions du commissaire enquêteur. Ce sont les seules modifications admises et, si elles conduisent à remettre en cause l'économie générale du projet initial, une seconde délibération arrêtant un nouveau projet doit être prise. Une nouvelle enquête publique doit également être organisée.

Dans le cas d'un RLPi : la loi Alur rend obligatoire, avant la délibération approuvant le RLPi, la présentation des avis, observations du public et rapport du commissaire enquêteur lors d'une conférence intercommunale (Art. L.123-10 du code de l'urbanisme).

V. La délibération approuvant le RLP(i)

Publicité de la délibération 191

Le RLP(i) est définitivement approuvé par délibération de l'organe délibérant de l'EPCI ou, à défaut, par le conseil municipal. La délibération d'approbation du RLP(i) fait l'objet des mêmes mesures de publicité que la délibération le prescrivant (cf. point n° 177).

Modalités d'entrée en vigueur du RLP(i) 192

Le RLP n'entre en vigueur qu'à compter de la réalisation de l'ensemble des formalités de publicité et de sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité lorsqu'il porte sur un territoire couvert par un SCoT. S'il porte sur un territoire qui n'est pas couvert par un SCoT, le RLP(i) publié et transmis au préfet n'entrera en vigueur qu'un mois suivant cette transmission (Art. L.123-12 du code de l'urbanisme).

Le RLP(i) est annexé au(x) PLU ou au(x) document(s) d'urbanisme en tenant lieu. Il est mis à disposition du public (Art. L.581-14-1 et Art. L.123-10 du code de l'urbanisme) et, s'il existe, sur le site internet de l'EPCI ou de la commune (Art. R.581-79).

SCHEMA DE L'ELABORATION/REVISION DE DROIT COMMUN DU RLP(i)*
(Art. L.123-6 à L.123-13 du code de l'urbanisme et Art. L.581-14-1)

*Dans le cas d'un RLPi, le projet doit être établi en collaboration avec toutes les communes membres de l'EPCI dans le cadre de conférences intercommunales.
** Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par l'article R.123-18 du code de l'urbanisme
*** Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par l'article R.123-25 du code de l'urbanisme

5.3.2 L'opposabilité du RLP(i)

Variabilité de l'opposabilité du RLP(i) 193

L'opposabilité du RLP(i) est organisée par les articles L.581-43 et R.581-88-I. Elle dépend de la date à laquelle les dispositifs ont été implantés, de la nature de ceux-ci et de la date d'entrée en vigueur du RLP(i).

1ère hypothèse. Le dispositif est une publicité ou une enseigne dont l'implantation est postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i). Il doit se conformer intégralement aux prescriptions du RLP sous peine de sanctions administratives et/ou pénales (cf. Chapitre 7).

2ème hypothèse. Lorsque la date d'entrée en vigueur du RLP(i) est antérieure au 11 juillet 2013 et que le dispositif est une publicité dont l'implantation est antérieure à la date d'entrée en vigueur de ce RLP(i). Il doit se conformer à ses prescriptions au plus tard le 13 juillet 2015, sous réserve d'être déjà implanté légalement au regard du RNP ou, le cas échéant, d'un RLP antérieur à celui qui vient d'entrer en vigueur.

3ème hypothèse. Lorsque la date d'entrée en vigueur du RLP(i) est postérieure au 11 juillet 2013 et que le dispositif est une publicité dont l'implantation est antérieure à la date d'entrée en vigueur de ce RLP. Il doit se conformer à ses prescriptions dans un délai de 2 ans à compter de la date de l'entrée en vigueur du RLP.

4ème hypothèse. Le dispositif est une enseigne dont l'implantation est antérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i). Il dispose d'un délai de 6 ans pour se conformer aux prescriptions du RLP sous réserve, comme précédemment, d'être déjà implanté légalement au regard du RNP ou, le cas échéant, d'un RLP(i) antérieur à celui qui vient d'entrer en vigueur.

Synthèse de l'opposabilité du RLP(i)

	RLP(i) entré en vigueur avant le 11/07/2013		RLP(i) entré en vigueur après le 11/07/2013	
	Implantation antérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)	Implantation postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)	Implantation antérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)	Implantation postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)
Enseigne	Opposable 6 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement	Opposable 6 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement
Publicité	Opposable au plus tard le 13 juillet 2015	Opposable immédiatement	Opposable 2 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement

5.4 L'évolution du RLP(i)

Motifs d'évolution du RLP(i) 194

Comme tout document de planification spatiale, le RLP(i) est amené à évoluer. Cette évolution peut avoir des origines multiples, ces exemples n'étant pas exhaustifs :

- les objectifs poursuivis par le RLP(i) ne sont plus adaptés au territoire ;
- ses auteurs veulent mettre en œuvre de nouveaux objectifs ;
- les limites territoriales où il s'applique ont évolué (adhésion d'une nouvelle commune à l'EPCI, nouvelles limites d'agglomération, etc.) ;
- les règles qui s'appliquent au territoire du RLP(i) ont été modifiées. Les articles L.331-3 et L.333-1, dans leur rédaction issue de la loi Alur, exigent à cet égard que le RLP(i) soit compatible avec les orientations et les mesures de la charte du PNR et avec les objectifs de protection et les orientations de la charte du PN. Plus encore, lorsqu'un RLP(i) est approuvé avant l'approbation de la charte du PN, il doit, si nécessaire, être rendu compatible dans un délai de trois ans à compter de l'approbation de celle-ci.

Les procédures d'évolution propres au PLU sont appliquées au RLP(i) à l'exception de la procédure de modification simplifiée (Art. L.581-14-1). Cela conduit à distinguer la procédure de révision et la procédure de modification du RLP(i).

5.4.1 Les révisions du RLP(i)

Hypothèses de révision 195

L'article L.123-13 du code de l'urbanisme définit deux procédures de révision, l'une dite de droit commun, l'autre dite simplifiée. En matière de RLP(i), toutes les deux s'imposent lorsqu'il est envisagé « *de réduire une protection édictée en raison des risques de nuisance, de la qualité des sites, des paysages ou des milieux naturels, ou d'une évolution de nature à induire de graves risques de nuisance* ». il conviendra d'appliquer les procédures de révision notamment dans les hypothèses suivantes :

- pour introduire la publicité dans des lieux ou sur des immeubles où elle est en principe interdite conformément à l'article L.581-8 ;
- pour instituer, hors agglomération, des périmètres à proximité de centres commerciaux exclusifs de toute habitation ;
- pour réduire ou supprimer une zone dans laquelle la publicité est soumise à des règles plus restrictives que le RNP ;
- pour adopter des dispositions moins restrictives (tout en demeurant plus restrictives que le RNP) ;
- pour transformer les RLP des communes membres d'un EPCI en RLPi.

Adaptation du code de l'urbanisme au code de l'environnement 196

En matière de PLU, le recours à l'une ou l'autre des procédures de révision dépend de l'impact ou non de la réduction de la protection envisagée sur les orientations définies par le plan d'aménagement et de développement durables (PADD) du PLU. Or, le RLP(i) ne comporte pas de PADD. Aussi, par analogie, il est possible de considérer que si les orientations contenues dans le rapport de présentation sont remises en cause, la procédure de révision de droit commun s'impose. En revanche, si ces orientations ne sont pas remises en cause, la procédure de révision simplifiée s'appliquera.

Procédures de révision 197

La procédure de révision de droit commun est identique à la procédure d'élaboration du RLP(i) (Art. L.123-13-I du code de l'urbanisme). La procédure de révision simplifiée s'en distingue par la disparition de la consultation pour avis des PPA au profit d'un examen conjoint de la part de l'Etat, des PPA et de l'autorité chargée d'élaborer le RLP(i) (Art. R.123-21 du code de l'urbanisme). Toutefois, l'article L.581-14-1 impose que le projet soit soumis à l'avis de la CDNPS préalablement à l'enquête publique. Son avis est réputé favorable passé un délai de trois mois à compter de sa saisine.

5.4.2 La modification du RLP(i)

Hypothèses de modification 198

Selon l'article L.123-13-1 du code de l'urbanisme, la procédure de modification s'applique lorsque la procédure de révision ne s'impose pas. Par conséquent, en matière de RLP(i), la procédure de modification s'applique lorsqu'il n'est pas nécessaire de procéder à la révision. Cela pourra notamment être le cas :

- pour corriger une erreur matérielle ;
- pour apporter d'infimes changements aux dispositions du règlement et/ou du zonage.

Procédure de modification 199

La procédure de modification est engagée à l'initiative du président de l'EPCI ou du maire. Ce dernier établit le projet de modification et le notifie au préfet et aux PPA avant l'ouverture de l'enquête publique. L'article L.581-14-1 étant toujours applicable ici, le projet doit également être soumis à l'avis de la CDNPS avant l'enquête publique.

A l'issue de l'enquête publique, le projet, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire-enquêteur, est approuvé par délibération de l'organe délibérant de l'EPCI ou du conseil municipal.

SCHEMA MODIFICATION DU RLP(i)
(Art. L.123-13-1 et L.123-13-2 du code de l'urbanisme et Art. L.581-14-1)

* Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par l'article R.123-25 du code de l'urbanisme

6

Le régime des autorisations et déclarations préalables

6.1 L'autorisation préalable

6.1.1 Le champ d'application de l'autorisation préalable
6.1.2 L'instruction
6.1.3 La décision
I. La décision d'acceptation
II. La décision de refus

6.2 La déclaration préalable

6.2.1 Le champ d'application de la déclaration préalable
6.2.2 Le dossier de déclaration

Contexte 200

Dès l'adoption de la loi du 29 décembre 1979, certains dispositifs de publicité, de préenseigne ou d'enseigne avaient été identifiés comme susceptibles de porter une atteinte particulière au cadre de vie. Aussi avaient-ils été soumis à un régime d'autorisation préalable. La loi du 2 février 1995 a complété ce régime préventif en soumettant à déclaration préalable les autres publicités, ainsi que les préenseignes dont le format excède un mètre en hauteur ou un mètre cinquante en largeur. De sorte qu'une publicité qui n'est pas soumise à autorisation préalable est soumise à déclaration préalable. Les deux procédures ne peuvent se superposer. La déclaration préalable n'existe pas pour les enseignes. Hors les cas d'autorisation, les enseignes ne sont donc soumises à aucune formalité préalablement à leur installation.

6.1 L'autorisation préalable

6.1.1 Le champ d'application de l'autorisation préalable

Publicités soumises à autorisation préalable 201

L'article L.581-9 précise quelles sont les publicités soumises à autorisation préalable. Il s'agit :

- des emplacements de bâches comportant de la publicité (sur leur régime se reporter aux points n° 87 et s.) ;
- des publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence (ce qui inclut la publicité numérique) qu'elles soient ou non apposées sur du mobilier urbain (sur leur régime se reporter aux points n° 61 et s.);
- des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires (sur leur régime se reporter au point n° 95).

Enseignes soumises à autorisation préalable 202

Les articles L.581-18 et R.581-17 précisent quelles sont les enseignes soumises à autorisation préalable. Il s'agit :

- des enseignes 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 RLP ;
- des enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles 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 ;
- des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Avant la loi ENE, seules les enseignes implantées sur un immeuble situé dans une ZPR étaient soumises à autorisation préalable. Depuis la loi ENE, ce sont toutes les enseignes implantées sur le territoire couvert par un RLP qui sont soumises à autorisation préalable et ce, qu'elles soient situées dans les zones identifiées du RLP où des règles plus restrictives s'appliquent ou en dehors de ces zones y compris hors agglomération.

6.1.2 L'instruction

Contenu du dossier 203

L'arrêté du 31 août 2012 a fixé le modèle de formulaire de demande d'autorisation préalable pour une publicité ou pour une enseigne. Il s'agit du n° CERFA 14798*1 téléchargeable à l'adresse suivante : http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/R24287.xhtml (un exemplaire figure au Chapitre 8 du guide). Les demandes formulées sur tout autre document ne sont donc pas recevables. Le pétitionnaire, c'est-à-dire la personne qui projette d'exploiter le dispositif soumis à autorisation, doit en être informé et reformuler sa demande en renseignant le Cerfa. Le formulaire comporte des parties communes à tout type de dispositif, publicité ou enseigne qui sont :

- le point 1 relatif à l'identité du pétitionnaire ;
- le point 2 relatif à ses coordonnées ;
- le point 3 relatif à la localisation du dispositif ;
- le point 10 certifiant exactes les mentions figurant dans le formulaire.

Les parties 4 à 9 sont à renseigner selon la nature du dispositif. Ainsi :

- la partie 4, la plus développée, concerne les enseignes et distingue les différents types d'enseigne dont l'installation est envisagée ;
- la partie 5 concerne les dispositifs lumineux autres que ceux supportés par du mobilier urbain, les dispositifs lumineux de micro-affichage ou les dispositifs accueillant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- la partie 6 concerne les dispositifs lumineux supportés par du mobilier urbain ;
- la partie 7 concerne les dispositifs lumineux de micro-affichage ;
- la partie 8 concerne les bâches accueillant de la publicité ;
- la partie 9 concerne les dispositifs temporaires de dimension exceptionnelle.

Outre ces renseignements, le pétitionnaire doit adresser un certain nombre de documents complémentaires dont la liste, exhaustive, figure dans le bordereau de remise et qui vont permettre de vérifier que l'implantation envisagée est conforme à la réglementation. La demande est établie en trois exemplaires comme les pièces accompagnant le dossier.

Services instructeurs compétents 204

La demande est adressée au préfet du département lorsque la commune où le dispositif doit être implanté n'est pas couverte par un RLP(i). Dans ce cas, l'instruction incombe aux services de l'État sauf s'il s'agit d'un emplacement de bâche comportant de la publicité ou un dispositif de dimensions exceptionnelles lié à un événement temporaire qui relève toujours de la compétence du maire. Dans chaque département, le préfet est en charge de l'organisation des services déconcentrés de l'État. Il peut ainsi déléguer l'instruction aux DDT(M) ou aux DREAL. Mais, il peut aussi décider de garder cette compétence au sein de ses propres services. Lorsque le dispositif doit être implanté sur le territoire couvert par un RLP ou qu'il s'agit d'un emplacement de bâche comportant de la publicité ou un dispositif temporaire de dimensions exceptionnelles, la demande doit être adressée à la commune et l'instruction est assurée par le maire.

La demande est adressée en recommandé avec accusé de réception ou par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique si l'autorité compétente est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle ou déposée contre décharge.

Enregistrement du dossier 205

Lorsque le dossier est complet, le service instructeur adresse, dans le mois, un récépissé par voie postale ou électronique avec demande d'accusé réception (Art. R.581-10, 1°) :

- A la personne ou au mandataire représentant l'entreprise qui exerce l'activité signalée, s'il s'agit d'une enseigne ;
- A la personne ou au mandataire représentant l'entreprise qui projette d'exploiter le dispositif ou le matériel, s'il s'agit d'une publicité.

Le récépissé indique la date à laquelle, en l'absence de décision expresse, une décision tacite est acquise.

Bon à savoir :

L'article 3 de l'arrêté du 31 août 2012 fixant les modèles de déclaration préalable et d'autorisation préalable prévoit que le préfet ou le maire affecte aux demandes d'autorisation préalable un numéro d'enregistrement de 12 caractères suivant les lettres AP. La structure du numéro d'enregistrement est la suivante :
1° le numéro de code géographique INSEE du département (3 chiffres) ;
2° le numéro de code géographique INSEE de la commune (3 chiffres) ;
3° les 2 derniers chiffres du millésime de l'année de dépôt de la demande (2 chiffres) ;
4° le numéro de dossier composé de 4 caractères utilisés pour une numérotation en continu.

Le récépissé a uniquement pour objet d'informer que le dossier est complet ou a été correctement complété et d'indiquer la date à laquelle le pétitionnaire pourra se prévaloir d'une décision tacite d'acceptation. Il n'a pas pour objet de faire courir le délai. Par conséquent, le délai commence à courir à compter de la date indiquée dans le récépissé et non à la date de réception dudit récépissé.

Lorsque le dossier est incomplet, dans le mois de la réception du dossier incomplet, il est adressé au pétitionnaire, par lettre recommandée avec accusé de réception ou par courrier électronique avec demande d'accusé réception, une lettre lui demandant de fournir les informations, pièces et documents manquants, dans un délai de deux mois suivant la réception de ce courrier et l'informant qu'à défaut de production de l'ensemble des informations, pièces et documents manquants dans ce délai, la demande fera l'objet d'une décision tacite de rejet (Art. R.581-10, 2°).

Lorsque le dossier est complété dans le délai imparti, l'autorité compétente adresse au pétitionnaire un récépissé lui indiquant la date à laquelle une autorisation tacite lui est acquise, le délai étant décompté à partir de la réception des informations, pièces et documents complémentaires.

Consultations 206

Pour certaines implantations, l'avis ou l'accord d'autres services ou autorités de l'État est requis. En présence d'une demande d'implantation d'une publicité lumineuse, il n'y a, en principe, aucune consultation à effectuer. Toutefois, lorsque la demande d'implantation de la publicité lumineuse concerne un lieu visé au L.581-8 où un RLP a réintroduit la possibilité d'implanter de la publicité et que cette implantation est envisagée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, la consultation de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), en charge de veiller à l'insertion architecturale de la publicité sur l'immeuble ou dans les lieux considérés, s'impose dans les conditions fixées par l'article R.581-16 et synthétisées dans le tableau suivant :

L'accord donné par l'ABF ne doit être compris comme un avis conforme que dans le cas où il est défavorable. Si l'ABF s'oppose au projet, l'autorité de police compétente est tenue de refuser l'autorisation.

Lieu d'implantation de la publicité en toiture ou terrasse en tenant lieu	ABF
Champ de visibilité d'un Monument Historique classé ou inscrit	Accord
Secteur sauvegardé	Accord
ZPPAUP, AVAP	Avis conforme

Lorsque la demande porte sur l'implantation d'un dispositif temporaire de dimensions exceptionnelles lié à une manifestation temporaire, seule la consultation pour avis de la CDNPS est requise.

Lorsque la demande porte sur l'implantation d'une enseigne permanente, une consultation de l'ABF ou du Préfet de région qui est en charge de veiller à ce que l'enseigne s'intègre dans l'environnement s'impose dans les conditions fixées par le même article R.581-16 et synthétisées dans cet autre tableau :

Lieu d'implantation de l'enseigne permanente	ABF	Préfet de région
Monument historique classé ou inscrit	Accord	
Champ de visibilité d'un Monument historique classé ou inscrit	Accord	
Secteur sauvegardé	Accord	
ZPPAUP, AVAP	Avis conforme	
Monuments naturels, site classé, cœur de parcs nationaux, réserves naturelles, arbre		Accord

Lorsque la demande porte sur l'implantation d'une enseigne à faisceau de rayonnement laser, un avis du service de l'Etat en charge de l'aviation civile est requis. Si l'enseigne laser est implantée dans un des lieux visés par le précédent tableau, l'avis du service de l'Etat en charge de l'aviation civile viendra s'ajouter à ceux de l'ABF ou du Préfet de région. En pratique, le dossier doit être adressé, sous couvert du préfet de département, à la division aviation générale des directions inter-régionales de la sécurité de l'aviation civile (DSAC).

Lorsque la demande porte sur l'implantation d'une enseigne temporaire, les règles de consultation sont précisées par l'article R.581-17 alinéa 2. Lorsque l'enseigne temporaire est installée pour plus de trois mois sur un édifice classé ou inscrit parmi les monuments historiques, sur un monument naturel, dans un site classé, dans un cœur de parc national, dans une réserve naturelle (régionale ou nationale) ou sur un arbre, et qu'elle signale des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ou de location ou vente de fonds de commerce, la consultation pour avis simple de l'ABF est requise.

Transmission du dossier 207

En cas de consultation des services et autorités de l'État, l'autorité compétente doit leur transmettre le dossier de demande au plus tard huit jours après sa réception ou celle des pièces qui le complètent. Ce délai est ramené à quatre jours lorsque la CDNPS est consultée pour avis (Art. R.581-12).

Les services assurant l'instruction peuvent préciser sur leur site internet la mention suivante : « Notre système permet la transmission par voie électronique des autorisations et des déclarations préalables de manière confidentielle et sécurisée ».

6.1.3 La décision

Principes 208

Pour fonder sa décision, l'autorité compétente doit s'assurer que l'enseigne ou la publicité dont l'installation est envisagée respecte les dispositions qui la concernent (RNP ou, le cas échéant, RLP). Elle devra tenir compte des avis du Préfet de région ou de l'ABF si leur consultation est nécessaire. Si ces autorités s'opposent au projet, l'autorité de police doit refuser l'autorisation. L'autorité de police peut aussi refuser une installation si ces mêmes autorités ont émis un avis favorable.

Les avis sont réputés favorables s'ils n'ont pas été communiqués quinze jours avant le terme du délai d'instruction, sauf pour la CDNPS où le délai est ramené à huit jours.

I. La décision d'acceptation

Forme de la décision 209

L'autorité compétente peut prendre une décision expresse d'acceptation éventuellement assortie de prescriptions motivées. Elle doit être notifiée au pétitionnaire par lettre recommandée avec accusé de réception au plus tard deux mois après la réception d'un dossier complet. En l'absence de décision expresse et passé ce délai, le pétitionnaire bénéficie d'une décision tacite d'acceptation et peut procéder à l'installation de son dispositif dans les conditions indiquées sur le formulaire de demande.

Régime du retrait de la décision d'acceptation 210

Il peut arriver que l'autorité compétente souhaite revenir sur sa décision en procédant au retrait de l'autorisation notamment parce qu'elle s'est aperçue avoir commis une erreur. L'autorisation créant des droits au profit de son détenteur, les conditions de son retrait sont étroitement encadrées. Elles diffèrent selon que la décision d'acceptation est expresse ou tacite.

Lorsque la décision est expresse, son retrait est possible à la condition qu'elle soit illégale et que le retrait intervienne dans un délai de quatre mois à compter de sa signature (CE, ass., 26/10/2001, *Ternon*, req. n°197018).

Lorsque la décision est tacite, son retrait est également possible à la condition qu'elle soit illégale et que ce retrait soit exercé dans un délai de deux mois à compter de la date à laquelle elle est intervenue (article 23-2° de la loi du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations).

Conformément aux dispositions de l'article 24 de la loi du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens avec les administrations, le pétitionnaire doit, avant toute prise de décision, avoir été à même de présenter des observations écrites et, le cas échéant, sur sa demande, des observations orales. Il peut se faire assister par un conseil ou représenter par le mandataire de son choix. Si cette procédure contradictoire n'a pas lieu, le retrait est illégal.

Le point de départ du délai de 4 mois pour la décision expresse ou de 2 mois pour la décision implicite n'est pas la date de la notification de la décision au pétitionnaire mais la date à laquelle la décision est intervenue.

Au nom du principe de sécurité juridique, les décisions d'acceptation expresses ou tacites ne peuvent être retirées lorsqu'elles sont légales.

Pour être exécutoire, l'autorisation, lorsqu'elle est délivrée par le maire, doit être adressée au préfet au titre du contrôle de légalité.

Durée de l'autorisation 211

La durée de l'autorisation dépend du type de dispositif concerné. Ainsi, en matière de publicité lumineuse (apposée ou non sur du mobilier urbain) ou de bâche publicitaire l'autorisation est délivrée pour une durée maximale de huit ans (Art. R.581-15 al. 3 et R.581-20-II). Par conséquent, si le bénéficiaire de l'autorisation veut maintenir en place son dispositif au-delà ou modifier le dispositif déjà installé, il doit déposer un nouveau dossier de demande. Lorsque la demande porte sur l'implantation d'une bâche de chantier comportant de la publicité, l'autorisation est accordée pour la durée de la réalisation des travaux (Art. R.581-19). Lorsque la demande porte sur une enseigne temporaire, l'autorisation est accordée pour la durée de l'opération (R.581-69). Enfin pour les autres enseignes, l'autorisation ne comporte pas de durée, si ce n'est celle de la durée de l'activité.

II. La décision de refus

Forme de la décision 212

L'autorité compétente peut prendre une décision expresse de refus si elle constate que le dispositif ou ses conditions d'implantation ne respectent pas les dispositions légales et réglementaires. Il n'existe pas de décision tacite de refus sauf dans l'hypothèse où le dossier de demande est incomplet et que le pétitionnaire n'a pas répondu aux demandes de l'autorité compétente de le compléter dans les délais impartis (cf. point n° 205).

Motivation du refus 213

L'article L.581-21 impose que le refus soit motivé. Cette motivation est d'autant plus importante que l'autorité de police peut s'opposer à l'installation du dispositif alors même qu'il respecterait les dispositions légales et réglementaires. Cette possibilité offerte par le Conseil d'Etat (CE, 07/11/2001, *Ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement,* req. n° 221207) et reprise par le code de l'environnement, doit reposer sur des motifs de protection du cadre de vie. Il pourra notamment être invoqué que le dispositif ne s'insère pas architecturalement sur l'immeuble considéré ou dans les lieux considérés ou qu'il ne s'insère pas dans l'environnement (Art. R.581-19, R.581-20 et R.581-21) ou encore, s'il s'agit d'un dispositif lumineux, qu'il provoque des nuisances visuelles pour l'homme et pour l'environnement (Art. R.581-15). (A ce sujet, voir la fiche Clé de lecture du paysage pour motiver un refus d'autorisation au Chapitre 8)

Depuis le décret du 30 janvier 2012, l'autorité de police peut se fonder sur des motifs de sécurité routière pour refuser l'installation d'une publicité lumineuse (Art. R.581-15), d'une bâche accueillant de la publicité (Art. R.581-19-II et R.581-20-II) ou d'un dispositif de dimensions exceptionnelles lié à une manifestation temporaire (Art. R.581-21-III).

La décision, qu'elle soit d'acceptation ou de refus, ne fait l'objet d'aucune mesure de publicité. Elle n'a donc pas à être affichée en mairie ou sur l'immeuble comme l'est par exemple un permis de construire, ni publiée au recueil des actes administratifs.

ETAPES DE L'INSTRUCTION AVEC CONSULTATIONS (Art. R.581-10 et Art. R.581-12)

D = date butoir de 2 mois à compter de la réception du dossier
* Ce refus ou accord peut intervenir avant la date butoir de 2 mois à partir du moment où tous les avis ont été recueillis

INSTRUCTION D'UN DOSSIER INCOMPLET (Art. R.581-10)

6.2 La déclaration préalable

6.2.1 Le champ d'application de la déclaration préalable

Les hypothèses de déclaration préalable 214

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. L'installation s'entend de l'implantation de tout nouveau dispositif. La modification s'entend de toute transformation affectant l'aspect extérieur, l'orientation, les dimensions ou les caractéristiques d'une installation. Le remplacement s'entend de la dépose d'une installation existante suivie du montage d'une installation nouvelle.

Les préenseignes étant soumises au régime de la publicité, elles doivent aussi faire l'objet d'une déclaration préalable. Cependant, si elles ont des dimensions qui n'excèdent pas un mètre en hauteur ou un mètre cinquante en largeur, elles ne sont pas soumises à la déclaration préalable ; ce qui est notamment le cas, par principe, des préenseignes dérogatoires.

Si l'installation des bâches de chantier accueillant de la publicité ou des autres bâches publicitaires est soumise à autorisation préalable (cf. point n° 201), la modification ou le remplacement de la publicité installée sur ce support est soumis à déclaration préalable.

Bien que le mobilier urbain fasse déjà l'objet d'un contrat puisqu'il est implanté sur le domaine public, la publicité non lumineuse supportée par le mobilier urbain est soumise à déclaration préalable et la publicité lumineuse à autorisation préalable.

6.2.2 Le dossier de déclaration préalable

Le formulaire cerfa 215

L'arrêté du 31 août 2012 a fixé le modèle de formulaire de déclaration préalable. Il s'agit du n° CERFA 14799*1 dont un exemplaire figure en annexe du guide et est téléchargeable à l'adresse suivante : http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/R24288.xhtml. Si le déclarant, c'est-à-dire la personne ou l'entreprise qui projette d'exploiter le dispositif soumis à déclaration, utilise un autre document, il est considéré comme n'ayant pas respecté les obligations légales et réglementaires. Le formulaire comporte des parties communes à tous les types de publicité qui sont :

- le point 1 relatif à l'identité du déclarant ;
- le point 2 relatif à ses coordonnées ;
- le point 9 certifiant exactes les mentions figurant dans le formulaire.

Pour les dispositifs muraux, scellés au sol ou directement installés sur le sol, les points 3 à 5 sont à compléter. Lorsque la publicité est supportée par du mobilier urbain, le point 6 est à compléter, pour le micro-affichage, c'est le point 7 et les bâches, le point 8.

Lorsque le déclarant projette d'installer une publicité non lumineuse ou comportant des affiches éclairées par projection ou transparence sur l'emprise d'un aéroport, la demande est assortie de l'autorisation du gestionnaire de l'aéroport ainsi que des documents établissant qu'elle respecte les règles de sécurité applicables sur ladite emprise (Art. R.581-14).

Autorité compétente 216

La déclaration est établie en deux exemplaires. Elle est adressée en recommandé avec avis de réception ou déposée contre décharge à l'autorité de police compétente, en l'occurrence, comme en matière d'autorisation préalable, le maire si la commune est dotée d'un RLP et le préfet si la commune n'est pas dotée d'un RLP. Lorsque la déclaration porte sur une modification ou un remplacement de publicité installée sur une bâche et si le préfet est l'autorité compétente en matière de déclaration préalable, il doit informer le maire qui a autorisé la bâche. Si le maire ou le préfet est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle la déclaration peut également être adressée par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique (Art. R.581-8).

Suite de la transmission du dossier 217

La déclaration préalable n'est pas l'autorisation préalable. Dès réception de la déclaration par l'autorité de police compétente, le déclarant peut procéder, sous sa responsabilité, à la réalisation du projet déclaré. Par conséquent, si le dossier de déclaration fait apparaître que l'installation projetée n'est pas conforme à la réglementation, l'autorité de police peut alerter, éventuellement par voie électronique, le déclarant de l'infraction qu'il risque de commettre. En aucun cas, l'autorité de police ne peut s'opposer à l'installation car cela équivaudrait à un refus.

Bon à savoir :

L'article 3 de l'arrêté du 31 août 2012 fixant les modèles de déclaration préalable et d'autorisation préalable prévoit que le préfet ou le maire affecte aux demandes de déclaration préalable un numéro d'enregistrement de 12 caractères suivant les lettres DP. La structure du numéro d'enregistrement est la suivante :

1° le numéro de code géographique INSEE du département (3 chiffres) ;

2° le numéro de code géographique INSEE de la commune (3 chiffres) ;

3° les 2 derniers chiffres du millésime de l'année de dépôt de la demande (2 chiffres) ;

4° le numéro de dossier composé de 4 caractères utilisés pour une numérotation en continu.

Si le déclarant procède malgré tout à l'installation de son dispositif publicitaire, la procédure de l'article L.581-28 est mise en œuvre à son encontre. Cette procédure prévoit que si la déclaration fait apparaître que le dispositif déclaré n'est pas conforme aux dispositions législatives et réglementaires, l'autorité de police enjoint, par arrêté, le déclarant à déposer ou à mettre en conformité le dispositif en cause dans un délai de quinze jours à compter de la date de réception dudit arrêté (sur l'arrêté de mise en demeure, se reporter au Chapitre 7).

Quizz : Répartition des compétences

1	La publicité comportant des affiches éclairées par projection et transparence est-elle soumise à autorisation préalable ?	Non (Art. L.581-9 al. 3).
2	L'installation d'une enseigne lumineuse est-elle soumise à autorisation préalable ?	En principe non, sauf si l'enseigne est installée, comme d'ailleurs l'enseigne non lumineuse, sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que dans le cadre d'un RLP (Art. L.581-18 al. 3).
3	L'installation d'une enseigne dans une commune dotée d'un RLP est-elle soumise à autorisation préalable ?	Oui, que l'enseigne soit installée dans une zone du RLP ou non (Art. L.581-18 al. 3).
4	Quelle est la durée d'autorisation maximale d'une enseigne ?	Il n'y a pas de durée d'autorisation maximale d'une enseigne.
5	Quelle est la durée d'autorisation maximale d'une publicité ?	8 ans pour la publicité lumineuse (Art. R.581-15 al. 3), ainsi que pour la bâche publicitaire (Art. R.581-20-II).
6	Une demande d'autorisation peut-elle être adressée sur papier libre ?	Non, la demande doit être adressée sur un formulaire cerfa (Art. R.581-9).
7	Les enseignes sont-elles soumises à déclaration préalable ?	Non jamais. Seuls le sont les dispositifs et les matériels qui supportent de la publicité et les préenseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur (Art. R.581-6).
8	Les enseignes temporaires sont-elles soumises à autorisation préalable ?	Non, sauf lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ou lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L.581-8 (Art. R.581-17).
9	Les préenseignes dérogatoires sont-elles soumises à autorisation préalable ?	Non, elles n'entrent pas dans le champ de l'article L.581-9 al. 3.
10	Les préenseignes dérogatoires sont-elles soumises à déclaration préalable ?	Non, seules sont soumises à déclaration préalable les préenseignes dont les dimensions excèdent 1 m en hauteur ou 1, 50 m en largeur (Art. R.581-6).
11	L'installation d'une enseigne à 450 mètres d'un monument historique inscrit et visible de celui-ci nécessite-t-elle une autorisation préalable ?	Non, car le périmètre de protection du monument est de 100 m par combinaison des articles L.581-8 et L.581-18 al. 3.
12	La publicité non lumineuse supportée par du mobilier urbain est-elle soumise à déclaration préalable ?	Oui au même titre que toutes les autres publicités non lumineuses. (Art. R.581-6).
13	L'installation d'une publicité lumineuse nécessite-t-elle, lors de l'instruction, la consultation du Préfet de région ?	Non, seule la consultation de l'ABF est requise dans les conditions de l'article R.581-16.
14	L'installation d'une enseigne nécessite-t-elle l'accord du préfet de région ?	Oui, lorsque l'installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre (Art. R.581-16-II, 2°).
15	La consultation d'une autorité allonge-t-elle le délai d'instruction ?	Non, le délai d'instruction est toujours de 2 mois qu'il y ait ou non consultation (Art. R.581-13).

7

Les procédures de sanctions

7.1 Le constat d'infraction

7.2 La sanction administrative : l'amende préfectorale

7.3 Les mesures de police

7.3.1 L'arrêté de mise en demeure

I. Le contenu de l'arrêté de mise en demeure

II. Les suites de l'arrêté de mise en demeure

- L'astreinte
- L'exécution d'office

7.3.2 La suppression d'office

7.4 Les sanctions pénales

Ce Chapitre est à jour de l'ordonnance n°2012-34 du 11 janvier 2012.

Le respect du code de l'environnement et, le cas échéant, du RLP est garanti par des mesures de polices, des sanctions administratives et des sanctions pénales. Elles sont regroupées sous l'intitulé générique de procédures de sanctions (de la même façon que dans le code de l'environnement).

7.1 Le constat d'infraction

Si la déclaration préalable fait apparaître que le dispositif publicitaire déclaré n'est pas conforme à la réglementation, la procédure de mise en demeure définie par l'article L.581-28 est déclenchée sans qu'il soit nécessaire au préalable de rédiger un procès-verbal.

Objet du procès-verbal 218

La constatation d'une infraction à la réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes par un procès-verbal est la phase essentielle de la procédure. Le procès-verbal constitue le préalable indispensable aux mesures de police (arrêté de mise en demeure de l'article L.581-27), aux sanctions administratives (amende administrative de l'article L.581-26 et suppression d'office de l'article L.581-29) et aux sanctions pénales des articles L.581-34 et L.581-35. Une procédure administrative ou pénale qui ne comporte pas la constatation de l'infraction par un procès-verbal est par conséquent irrégulière.

Liste des agents verbalisateurs 219

L'article L.581-40 dresse la liste des agents et fonctionnaires habilités à constater une infraction à la réglementation. Il s'agit, outre les officiers de police judiciaire :

- des agents de police judiciaire mentionnés aux articles 20 et 21 du code de procédure pénale ;
- des fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux monuments historiques ;
- des fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux dispositions du code de la voirie routière ;
- des fonctionnaires et agents publics habilités à constater les infractions au code de l'urbanisme ;
- des fonctionnaires et agents des services de l'Etat et de ses établissements publics, commissionnés à cet effet et assermentés ;
- des 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 en vertu de l'article L.24 du code de la route ;
- des agents des collectivités territoriales assermentés et commissionnés à cet effet par l'autorité compétente en matière de police ;
- des agents des services de l'Etat chargés des forêts et aux agents de l'Office national des forêts commissionnés à raison de leurs compétences en matière forestière et assermentés à cet effet ;
- aux agents des réserves naturelles mentionnés à l'article L.332-20 du code de l'environnement sur le territoire de la réserve dans laquelle ils sont affectés ;
- aux gardes du littoral mentionnés à l'article L.322-10-1 ayant compétences sur l'ensemble du domaine relevant du Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres dans le département de leur résidence administrative.

Si l'agent verbalisateur est un agent d'un EPCI mis à disposition des communes membres, chacun des maires doit le commissionner afin de constater les infractions commises sur le territoire des différentes communes membres de cet EPCI.

Contenu du procès-verbal 220

Bien que le code de l'environnement ne précise pas la manière dont le procès-verbal doit être rédigé, un certain formalisme est néanmoins à respecter. Faisant foi jusqu'à preuve du contraire, le procès-verbal doit donc être rédigé avec soin et clarté même s'il peut s'appeler indifféremment « constat d'infraction », « procès-verbal d'infraction » ou « procès-verbal de constat d'infraction » (pour un modèle type de procès-verbal, cf. Chapitre 8). D'une part, il doit viser les éléments de droit suivants :

- les textes législatifs et/ou réglementaires qui ont été méconnus, qu'il s'agisse de l'ancienne réglementation pour un dispositif implanté antérieurement au 1er juillet 2012 ou qu'il s'agisse de la nouvelle réglementation pour un dispositif implanté postérieurement au 1er juillet 2012 ;
- le cas échéant, les articles du RLP qui ont été méconnus.

L'agent doit, également, préciser :

- la nature du dispositif en infraction : publicité, enseigne ou préenseigne ;
- ses prénom et nom accompagnés de sa signature.

D'autre part, le procès-verbal doit comporter les éléments de fait suivants :

- la date à laquelle il constate l'infraction et celle à laquelle il clôt le procès-verbal ;
- le lieu de l'implantation du dispositif le plus précisément possible (adresse, référence cadastrale de la parcelle ou dépendance du domaine public voire localisation GPS pour un dispositif implanté hors agglomération) ;
- les faits constitutifs de l'infraction.

Aucune disposition du code de l'environnement n'exige que le procès-verbal soit rédigé en présence du propriétaire du terrain sur lequel le dispositif en infraction est implanté.

Communication du procès-verbal 221

Le procès-verbal est ensuite adressé, dans les cinq jours qui suivent, au procureur de la République. Une copie est également adressée à l'autorité compétente en matière de police (Art. L.172-16). En dehors de la constatation d'une infraction conduisant à la mise en œuvre de l'amende administrative, le procès-verbal n'est pas notifié au contrevenant. Selon la Commission d'Accès aux Documents Administratifs (CADA), le procès-verbal n'est pas un document administratif communicable au sens de la loi du 17 juillet 1978. En qualité d'acte de procédure pénale il est soumis au principe du secret de l'instruction et de l'enquête. Les contrevenants qui souhaitent s'en faire délivrer une copie doivent s'adresser au procureur de la République.

À la différence du droit de l'urbanisme qui impose la rédaction d'un procès-verbal dès que l'autorité compétente a connaissance d'une infraction à la législation de l'urbanisme, il n'existe aucune obligation générale comparable en droit de la publicité extérieure. Cela signifie par exemple qu'une procédure de mise en demeure (ou tout autre procédure) n'est pas illégale en raison d'un procès-verbal dressé plusieurs années après l'implantation irrégulière d'un dispositif publicitaire. En revanche, l'article L.581-32 impose que l'autorité compétente en matière de police prenne un arrêté de mise en demeure à l'encontre d'une publicité ou d'une préenseigne en infraction à la demande d'une association agréée de protection de l'environnement. Dans ce cas, et avant que ne soit éventuellement pris cet arrêté, l'autorité de police doit envoyer un agent assermenté sur le lieu signalé par l'association afin de constater si une infraction a effectivement été commise et, dans l'affirmative, dresser un procès-verbal.

7.2 La sanction administrative : l'amende préfectorale

Une déclaration qui ne comporte pas les mentions imposées par l'article R.581-7 est assimilée à une absence de déclaration.

Une amende infligée en raison de la violation d'une autre disposition que celles visées par l'article L.581-26 est illégale. De même, elle ne peut pas être prononcée à l'encontre d'une enseigne.

L'amende peut faire l'objet d'un recours dit « de pleine juridiction ». Outre qu'elle permet de s'assurer que l'infraction est effectivement constituée et que le contrevenant a été en mesure de présenter ses observations dans le délai d'un mois, la particularité de ce recours est que le juge peut substituer sa propre décision à celle du préfet.

Infractions concernées 222

L'article L.581-26 a institué une amende administrative lorsque la publicité :

- soumise à déclaration préalable est implantée sans déclaration préalable ou dans des conditions qui ne respectent pas les termes de la déclaration ;
- est installée dans des lieux interdits à la publicité et dont la liste figure à l'article L.581-4 ;
- est installée sur un immeuble sans l'accord préalable de son propriétaire (Art. L.581-24) ;
- ne mentionne pas le nom et l'adresse ou la dénomination ou raison sociale de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (Art. L.581-5).

Procédure 223

Les conditions de mise en œuvre de l'amende administrative sont très précises. Un procès-verbal doit au préalable être établi. Il est ensuite adressé au procureur de la République et au Préfet. Une copie du PV doit être adressée par le préfet au contrevenant. On remarquera donc que :

- d'une part, l'amende administrative n'est prononcée que par le préfet. Le partage des compétences qui fait du maire l'autorité de police lorsque le territoire où a été installé le dispositif publicitaire en infraction est couvert par un RLP(i) ne s'applique pas ;
- d'autre part, la communication d'une copie du procès-verbal au contrevenant est imposée, ce qui n'est pas le cas dans les autres procédures administratives ou pénales.

Compétence liée du préfet 224

Lorsque le préfet a connaissance de l'infraction, il prononce l'amende. On dit alors qu'il est en situation de compétence liée. Mais, au préalable, il doit permettre à la personne visée de présenter ses observations écrites et d'accéder à son dossier, dans un délai d'un mois, sur le projet de sanction. Si, après cet échange contradictoire, la violation des textes est établie, le préfet prend un arrêté motivé infligeant l'amende. Le respect du délai d'un mois est essentiel. S'il n'est pas respecté l'amende est illégale. Fixé depuis la loi ENE à un montant de 1 500 euros, l'amende est prononcée autant de fois qu'il y a d'infractions constatées y compris sur le même dispositif et même si l'infraction a cessé après qu'un procès-verbal a été dressé.

L'amende est recouvrée au bénéfice de la commune sur le territoire duquel l'infraction a été constatée. Il incombe au maire de liquider le produit de l'amende et de dresser l'état nécessaire à son recouvrement. Même si les textes ne le prévoient pas, le maire peut tenir informé le préfet des suites qu'il a données à l'amende administrative.

DEROULEMENT DE LA PROCEDURE DE L'AMENDE ADMINISTRATIVE (Art. L.581-26)

7.3 Les mesures de police

Les mesures de police sont constituées de l'arrêté de mise en demeure dont le non respect entraîne le prononcé d'une astreinte journalière et d'une dépose du dispositif en infraction et de la procédure de la suppression d'office.

7.3.1 L'arrêté de mise en demeure

I. Le contenu de l'arrêté de mise en demeure

Objectif de l'arrêté de mise en demeure 225

Lorsqu'une publicité, une enseigne ou une préenseigne contrevient aux dispositions législatives et/ou réglementaires, que ces dernières soient issues du RNP ou d'un RLP(i) (Art. L.581-27) ou lorsque la déclaration fait apparaître que le dispositif n'est pas conforme à ces mêmes dispositions (Art. L.581-28) (sur le champ d'application de la déclaration préalable, cf. le Chapitre 6), l'autorité de police prend un arrêté de mise en demeure. Ce dernier ordonne, dans un délai de quinze jours à compter de sa notification par lettre recommandée avec accusé de réception, la suppression ou la mise en conformité du dispositif avec ces dispositions.

Lorsqu'une publicité doit être enlevée suite à l'arrêté de mise en demeure, c'est la totalité du matériel qui doit être démontée, pieds compris s'il s'agit d'un dispositif scellé au sol.

Autorité compétente 226

Comme indiqué au Chapitre 2, la nouvelle répartition des compétences de police issue de la loi ENE a des conséquences sur l'autorité compétente pour prendre l'arrêté de mise en demeure. En effet, s'il n'existe pas de RLP(i), l'autorité de police compétente pour prendre l'arrêté de mise en demeure est le préfet. S'il existe un RLP(i), l'autorité de police compétente est le maire agissant au nom de la commune.

Nature de la compétence et procédure contradictoire 227

L'autorité de police a l'obligation de prendre l'arrêté de mise en demeure dès qu'elle a connaissance de l'infraction, c'est-à-dire dès que le procès-verbal, lui permettant de vérifier l'existence de cette infraction, lui a été adressé (Art. L.581-27) ou dès que la déclaration préalable fait apparaître une infraction (Art. L.581-28). En principe, l'arrêté de mise en demeure doit être précédé d'une procédure contradictoire, en application de l'article 24 de la loi du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations.

Selon l'article 24 de la loi du 12 avril 2000, certaines décisions individuelles défavorables (dont l'arrêté de mise à demeure) ne peuvent intervenir qu'après que la personne intéressée a été mise à même de présenter des observations écrites et, le cas échéant, sur sa demande, des observations orales. Cette personne peut se faire assister par un conseil ou représenter par un mandataire de son choix.

Toutefois, le manquement à cette obligation peut ne pas affecter la légalité de l'arrêté de mise en demeure, si l'autorité de police était tenue d'édicter celui-ci. Autrement dit, l'autorité de police se trouve en situation de compétence liée. En cas de litige, le juge considère que le moyen tiré de la méconnaissance de la procédure contradictoire est inopérant, c'est-à-dire que le requérant ne peut utilement se prévaloir d'un tel moyen. Au demeurant, tous les moyens sont jugés inopérants (par exemple, l'incompétence de l'auteur de l'arrêté de mise en demeure) sauf ceux qui tendent à démontrer que l'autorité de police n'était pas en situation de compétence liée tel celui visant à démontrer que le dispositif publicitaire visé par l'arrêté de mise en demeure est régulier.

Illustrations de la compétence liée 228

Il y a compétence liée lorsque l'autorité de police n'a pas le pouvoir d'apprécier s'il convient, ou non, de prendre l'arrêté de mise en demeure, c'est-à-dire lorsqu'elle se limite « *à constater la violation [des règles applicables] sans avoir à porter une appréciation sur les faits de l'espèce* » (CE, 03/02/1999, *M. Montaignac*, req. n°s 149722 et 152848). Pour savoir si la méconnaissance de la procédure contradictoire est jugée sans incidence sur la légalité de l'arrêté de mise en demeure - que l'autorité de police est donc en situation de compétence liée - il convient d'identifier les situations qui ne nécessitent pas une appréciation des faits de l'espèce de celles nécessitant une telle appréciation. L'examen de la jurisprudence permet de dégager quelques lignes directrices reprises dans le tableau suivant :

Situation objective n'appelant pas d'appréciation des faits de l'espèce	Situation sujette à discussion appelant une appréciation des faits de l'espèce
Publicité implantée en méconnaissance d'une règle de distance (CAA Nantes, 13/07/2012, *Sté SOPA*, req. n°10NT01549)	Appréciation du caractère aggloméré du lieu d'implantation d'une publicité (TA Versailles, 25/03/2010, *Sté Trèfle Communication*, req. n°0805322)
Publicité visible d'une voie publique située hors agglomération (CAA Lyon, 25/04/2000, *Ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement*, n° 99LY01693)	
Publicité implantée en méconnaissance d'une interdiction législative (CAA Paris, 21/12/2006, *Sté DRIVE CARS*, req. n°02PA01477)	
Publicité implantée sans l'accord du propriétaire (CAA Bordeaux, 14/03/2006, *Cne de Cayenne*, req. n°03BX01321)	
Publicité scellée au sol implantée dans une agglomération de moins de 10 000 h ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 h (CAA Bordeaux 14/03/2006, *EURL AFUR*, req. n° 03BX01059)	
Publicité ne comportant pas les mentions légales (TA Pau, 19/06/2003, *Sté JCP Publicité*, req. n°01-176)	
Publicité ne respectant pas la surface maximale de 12 m² (CE, 6/10/1999, *Sté SOPREMO*, req. n°169570)	
Enseigne scellée au sol ne respectant pas les hauteurs maximales (CAA Douai, 11/07/2002, *Sté BP France*, req. n°00DA00134)	

Cas particulier 229

L'article L.581-32 impose à l'autorité compétente en matière de police de prendre un arrêté de mise en demeure à l'encontre d'une publicité ou d'une préenseigne en infraction à la demande uniquement :

- d'une association de protection de l'environnement à la condition qu'elle soit agréée conformément à l'article L.141-1 ;
- d'un propriétaire qui n'a pas donné son accord à l'implantation d'une publicité ou d'une préenseigne sur son unité foncière ou sur son bâtiment.

Bon à savoir :

Lorsqu'elles exercent leurs activités depuis au moins trois ans, les associations régulièrement déclarées et exerçant leurs activités statutaires dans le domaine de la protection de la nature et de la gestion de la faune sauvage, de l'amélioration du cadre de vie, de la protection de l'eau, de l'air, des sols, des sites et paysages, de l'urbanisme, ou ayant pour objet la lutte contre les pollutions et les nuisances et, d'une manière générale, œuvrant principalement pour la protection de l'environnement, peuvent faire l'objet d'un agrément. Celui-ci est accordé pour une durée de cinq ans renouvelable par le préfet après avis notamment du DREAL et du procureur de la République lorsque l'agrément est sollicité dans un cadre départemental et par le ministre chargé de l'environnement après instruction du préfet lorsque l'agrément est sollicité dans un cadre national.

Cette disposition ne s'applique pas aux enseignes.

Cette disposition n'a pas pour objet de prévoir un régime différent de celui qui vient d'être décrit. Elle a pour but d'obliger l'autorité de police à statuer sur la demande. En l'absence de réponse de l'autorité compétente passé un délai de deux mois, se forme une décision implicite de rejet susceptible d'engager la responsabilité de l'État ou de la commune pour carence dans l'exercice du pouvoir de police si l'infraction est réelle. Un agent habilité à dresser les procès-verbaux doit donc être envoyé afin de s'assurer de la réalité de l'infraction. Ce n'est qu'au vu du procès-verbal qu'un arrêté de mise en demeure est pris.

Lorsque la demande émane du propriétaire, le préfet peut, parallèlement à l'arrêté de mise en demeure, prononcer l'amende administrative.

Motivation de l'arrêté de mise en demeure 230

En qualité de mesure de police, l'arrêté de mise en demeure doit être motivé. Il doit comporter l'énoncé des considérations de fait et de droit qui en constituent le fondement. Concrètement, l'arrêté de mise en demeure indique les informations permettant d'identifier avec certitude le dispositif dont l'enlèvement ou la mise en conformité est prescrit(e) et de déterminer l'emplacement exact où il est installé. Un arrêté de mise en demeure qui, par exemple, emploie une formulation générale selon laquelle le dispositif est en infraction avec les dispositions du code de l'environnement sans préciser lesquelles est illégal. Il doit par ailleurs indiquer les délais et voies de recours contentieux (un modèle d'arrêté de mise en demeure figure au Chapitre 8).

Notification de l'arrêté de mise en demeure 231

L'alinéa 2 de l'article L.581-27 prévoit que l'arrêté de mise en demeure est notifié, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal à la personne qui a apposé, fait apposer ou maintenu après mise en demeure la publicité, l'enseigne ou la préenseigne irrégulière. La mention du nom d'une société sur le dispositif en infraction présume qu'il s'agit de la personne qui l'a apposé ou fait apposer puisque c'est ce qu'impose l'article L.581-5. Le destinataire de l'arrêté de mise en demeure peut apporter la preuve qu'il n'est pas celui qui a apposé ou fait apposer la publicité ou l'enseigne, ce qui est peut être le cas du fournisseur, du fabricant du dispositif publicitaire ou de l'installateur d'une enseigne.

Si la personne qui a apposé ou fait apposer le dispositif en infraction n'est pas connue, l'alinéa 3 de l'article L.581-27 permet de notifier l'arrêté de mise en demeure à la personne pour le compte de laquelle ces publicités, enseignes ou préenseignes ont été réalisées. Il est impératif de respecter l'ordre des destinataires tel qu'il résulte des dispositions législatives. L'arrêté de mise en demeure ne peut être notifié à la personne pour le compte de laquelle la publicité a été réalisée que si la personne qui a apposé ladite publicité n'a pu être identifiée. Si tel n'est pas le cas, l'arrêté de mise en demeure est illégal (CAA Marseille 19/06/2003, *Ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement*, req. n° 99MA01007). Lorsque la procédure de mise en demeure est déclenchée suite à une déclaration préalable faisant apparaître une infraction, l'arrêté de mise en demeure est notifié au déclarant, c'est-à-dire la personne ou l'entreprise qui exploite le dispositif (Art. R.581-8).

> Le fait pour son destinataire de s'abstenir d'aller chercher le recommandé notifiant l'arrêté de mise en demeure n'a pas d'incidence sur le déclenchement du délai de 15 jours. En cas de contestation, l'autorité de police doit apporter la preuve de l'existence et de la date de la notification. A cette fin, la Poste a mis en place un site internet permettant le suivi des lettres recommandées (http://www.csuivi.courrier.laposte.fr).

Information 232

Une copie de l'arrêté de mise en demeure est adressée au procureur de la République. Il est tenu informé des suites qui ont été données à la procédure (Art. L.581-33). Parallèlement, si l'autorité de police est le préfet, elle doit tenir informé le maire de la commune sur le territoire duquel l'infraction a été constatée du déclenchement de la procédure administrative. A l'inverse, si l'autorité de police est le maire, elle doit tenir informé le préfet (Art. R.581-82).

II. Les suites de l'arrêté de mise en demeure

L'astreinte

Montant de l'astreinte 233

À l'expiration du délai de quinze jours qui commence à courir à compter de la notification de l'arrêté de mise en demeure, si le contrevenant n'a pas obtempéré à la mise en demeure, il est redevable d'une astreinte d'un montant de 200 euros (réévalué chaque année, voir encadré) par jour et par dispositif en infraction. Le respect de ce délai est impératif. L'autorité de police ne peut ordonner la mise en conformité ou la suppression du dispositif en infraction dans un délai moindre ou supérieur.

> L'astreinte n'est pas applicable à l'affichage d'opinion et à la publicité des associations à but non lucratif sauf lorsqu'ils ont été installés sur un dispositif qui comporte déjà de la publicité (Art. L.581-30).

Bon à savoir :

Le montant de l'astreinte est réévalué chaque année dans la proportion de la variation, par rapport à l'indice du mois de janvier 2012, de l'indice des prix à la consommation, hors tabac, de l'ensemble des ménages (série France entière), calculé par l'INSEE pour le mois de janvier de l'année considérée. Cet indice se trouve à l'adresse suivante (http://www.insee.fr/fr/themes/conjoncture/serie_revalorisation.asp).

Pour calculer le montant de l'astreinte de l'année n, il convient d'appliquer la formule suivante :

$$\frac{200 \text{ X indice de janvier de l'année n}}{\text{indice de janvier 2012}}$$

Pour l'année 2013, le montant de l'astreinte est de 202,11 €

Le délai de 15 jours est intangible. L'autorité de police ne peut, librement, en moduler la durée ; de même qu'elle ne peut pas décider d'un autre point de départ du délai que celui fixé par le code de l'environnement.

Bon à savoir :

Le délai de 15 jours est un délai franc. Cela signifie que son point de départ est le lendemain de la date de notification et le dernier jour est le lendemain du quinzième jour. Par exemple, si l'arrêté de mise en demeure a été notifié le 20 janvier, le premier jour du délai est le 21 janvier à zéro heure et le jour de son échéance le 4 février à 24 heures. Mais son destinataire dispose de la journée du 5 février pour se conformer à ses prescriptions. Si le dernier jour du délai est un samedi, un dimanche ou un jour férié, le délai est prolongé jusqu'à la fin du premier jour ouvrable suivant.

Charge de la preuve 234

Pour ne pas être redevable de l'astreinte, le contrevenant peut apporter, par tout moyen, (constat d'huissier, ordre de service, relevé photographique) la preuve qu'il a respecté les prescriptions de l'arrêté de mise en demeure ou, tout du moins, la date à laquelle il a déposé ou mis en conformité son ou ses dispositifs en infraction.

Recouvrement de l'astreinte 235

Que l'arrêté de mise en demeure ait été pris par le préfet ou par le maire, l'astreinte est recouvrée au bénéfice de la commune sur le territoire de laquelle l'infraction a été constatée, dans les conditions prévues par les dispositions relatives aux produits communaux (Art. R. 2342-4 CGCT). Il incombe par conséquent au maire de liquider le produit de l'astreinte et de dresser l'état nécessaire à son recouvrement (un modèle d'arrêté de mise en recouvrement figure au Chapitre 8).

Dans l'hypothèse d'une mise en demeure préfectorale, le préfet doit inviter le maire à liquider et à recouvrer l'astreinte. A défaut de diligence du maire dans le mois qui suit l'invitation qui lui est faite, la créance est liquidée et recouvrée au profit de l'État. Le respect de ce formalisme est important car si le préfet n'a pas préalablement invité le maire à prendre les mesures nécessaires, son arrêté de recouvrement est entaché d'incompétence (CAA Lyon, 21/09/1999, *Sté PUBLISUD*, req. n° 99LY00016) (un modèle de lettre du préfet invitant le maire à recouvrer l'astreinte figure au Chapitre 8).

Remise ou reversement partiel 236

Si le contrevenant établit qu'en raison de circonstances indépendantes de sa volonté il n'a pu observer le délai de quinze jours pour l'exécution totale de ses obligations l'autorité compétente en matière de police – après avis du maire s'il s'agit du préfet –, peut consentir une remise ou un reversement partiel du produit de l'astreinte lorsque les travaux prescrits par l'arrêté ont été exécutés.

Le titre de perception, sur lequel figurent les prénom, nom et qualité de son auteur (l'ordonnateur), doit indiquer les motifs pour lesquels il a été établi, les bases de la liquidation et les délais et voies de recours contentieux. En revanche sa signature n'a pas nécessairement besoin d'y figurer. Seuls les états récapitulatifs doivent impérativement porter la signature de l'ordonnateur.

L'exécution d'office

Modalités de mise en œuvre 237

Parallèlement à l'astreinte, l'article L.581-31 prévoit que l'autorité de police fasse exécuter d'office les travaux prescrits par l'arrêté de mise en demeure s'il n'a pas été procédé à leur exécution dans le délai de quinze jours. Les frais de l'exécution d'office sont supportés par la personne à qui a été notifié l'arrêté. Le matériel démonté doit être stocké et tenu à la disposition du contrevenant. Huit jours avant la date de commencement des travaux, le propriétaire ou le locataire de l'immeuble où est installé le dispositif litigieux doit recevoir notification de l'exécution des travaux de remise en état (un modèle de lettre informant le propriétaire de l'exécution des travaux figure au Chapitre 8 du guide).

Même si les textes ne prévoient pas que le destinataire de l'arrêté de mise en demeure soit informé de l'exécution d'office, il est conseillé de le faire.

Combinaison avec l'astreinte 238

Théoriquement, il semble difficile de recouvrer l'astreinte et, en même temps, de procéder à l'exécution d'office. Pratiquement, à partir du moment où aucun délai n'est imparti pour l'exécution d'office, les deux mesures se combinent parfaitement, l'astreinte pouvant commencer à courir avant qu'une décision ne soit prise de procéder à l'exécution des travaux.

LA PROCEDURE DE MISE EN DEMEURE (Art. L.581-27)

7.3-2 La suppression d'office

Infractions concernées 239

L'article L.581-29 institue une procédure de suppression d'office qu'il convient de distinguer de l'exécution d'office ordonnée en cas de non respect de l'arrêté de mise en demeure (cf. point n° 237). Mise en œuvre par l'autorité compétente en matière de police, c'est-à-dire le préfet lorsqu'il n'existe pas de RLP(i) et le maire lorsqu'il en existe un, la suppression d'office ne s'applique qu'aux seules infractions définies par l'article L.581-29 :

- implantation d'une publicité dans un des lieux où elle est rigoureusement interdite (Art. L.581-4) ;
- implantation d'une publicité sans qu'y figure la mention de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (Art. L.581-5) ;
- implantation d'une publicité sur un immeuble sans l'autorisation écrite du propriétaire (Art. L.581-24) ;
- implantation d'une publicité sur le domaine public et dans un des lieux où elle est interdite (Art. L.581-8).

Exigence d'un procès-verbal 240

L'article L.581-40, qui établit la liste des agents habilités à dresser les infractions et précise parallèlement les cas où un tel constat est nécessaire, ne fait pas mention de l'article L.581-29. Cela laisse supposer, dans ce dernier cas, qu'un tel procès-verbal n'est pas exigé préalablement à la suppression immédiate d'un dispositif en infraction. Une Cour administrative d'appel est allée dans ce sens en ne sanctionnant pas une procédure de suppression d'office au motif que l'infraction n'avait pas préalablement fait l'objet d'un procès-verbal (CAA Nantes, 29/09/2009, *Assoc. Front National et autres*, req. nos 08NT02733 et 08NT02734). Une telle solution doit être accueillie avec prudence. Compte-tenu de la finalité répressive de cette procédure, il est vivement recommandé de constater l'infraction par voie de procès-verbal, avant d'ordonner la suppression du dispositif publicitaire en infraction.

Information 241

Il n'y a aucune obligation juridique imposant l'information préalable du contrevenant, mais celle-ci est conseillée. Elle permet d'indiquer les lieux où il pourra récupérer le matériel déposé. Seul le propriétaire de l'immeuble sur lequel il a été implanté sans son accord doit être averti de la date à laquelle les travaux seront réalisés, sauf si bien sûr la suppression intervient à sa demande (un modèle de lettre figure au Chapitre 8). De même, si l'infraction concerne l'implantation d'une publicité sur le domaine public et en méconnaissance de l'article L.581-8, la suppression d'office est subordonnée à l'information préalable du gestionnaire de la dépendance du domaine public concernée.

Frais de suppression 242

Les frais de la suppression sont supportés par la personne qui a apposé ou fait apposer la publicité. Si elle n'est pas connue, ces frais seront supportés par la personne pour le compte de laquelle la publicité a été réalisée.

L'article L.171-8 prévoit que lorsque la mise en demeure désigne des travaux ou opérations à réaliser et qu'à l'expiration du délai imparti l'intéressé n'a pas obtempéré à cette injonction, l'autorité administrative compétente peut l'obliger à consigner entre les mains d'un comptable public avant une date qu'elle détermine une somme correspondant au montant des travaux ou opérations à réaliser. La somme consignée est restituée au fur et à mesure de l'exécution des travaux ou opérations.

7.4 Les sanctions pénales

L'amende pénale – Principe 243

Au côté des mesures de police et des sanctions administratives, il existe un régime d'amendes pénales placé sous l'autorité du procureur de la République, dans les conditions du droit commun, et dont les infractions et les sanctions sont fixées par les articles L.581-34 à L.581-42 et R.581-85 à R.581-87.

Les infractions passibles d'amendes délictuelles 244

Conformément à l'article L.581-34-I, est puni d'une amende délictuelle de 7 500 € le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure une publicité, une enseigne ou une préenseigne :

- dans des lieux, sur des emplacements ou selon des procédés interdits en application des articles L.581-4, L.581-7, L.581-8, L.581-15, L.581-18 et L.581-19 ;
- sans avoir obtenu les autorisations préalables prévues par les articles L.581-9 et L.581-18 ou sans avoir observé les conditions posées par ces autorisations ;

- sans avoir procédé à la déclaration préalable prévue à l'article L.581-6 ou en ayant produit une fausse déclaration ;
- sans avoir observé les dispositions particulières prévues par le RLP.

Constitue également une infraction pénale, punie d'une amende de 7 500 €, le fait de laisser subsister une publicité, une enseigne ou une préenseigne au-delà des délais de mise en conformité prévus à l'article L.581-43, ainsi que le fait de s'opposer à l'exécution des travaux d'office prévus par l'article L.581-31 ou le fait de mettre obstacle à l'accomplissement des contrôles ou à l'exercice des fonctions des agents chargés de dresser les procès-verbaux (Art. L.581-34-II).

Les infractions passibles d'amendes contraventionnelles 245

Des amendes contraventionnelles sont également prévues. Ainsi est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 2ème classe le fait de ne pas maintenir une enseigne en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-85). Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 3ème classe le fait d'apposer ou de faire apposer une publicité sans avoir obtenu l'accord du propriétaire de l'immeuble, le fait de ne pas maintenir une publicité en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement ou le fait d'apposer une publicité sur un mur sans avoir préalablement supprimé les publicités anciennes existant au même endroit (Art. R.581-86). Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure, une publicité :

- dans les lieux, sur des supports, à des emplacements, selon des procédés, à des périodes ou des heures interdits en application :
  - de l'article R.581-22 (lieux et immeubles interdits à la publicité) ;
  - de l'article R.581-25 (règle de la densité) ;
  - des articles R.581-30, R.581-31 et R.581-33 (régime de la publicité scellée ou installée directement sur le sol) ;
  - du 4ème alinéa de l'article R.581-34 (régime de la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence) ;
  - des articles R.581-35, R.581-36, R.581-40 et 3ème alinéa de l'article R.581-41 (régime de la publicité lumineuse) ;
  - des articles R.581-42, R.581-43, R.581-44, R.581-45 et R.581-46 (régime de la publicité sur le mobilier urbain) ;
  - du 2ème alinéa de l'article R.581-54 (régime des bâches de chantier accueillant de la publicité) ;
  - du 3ème alinéa de l'article R.581-56 (régime des dispositifs de dimensions exceptionnelles).
- sans avoir observé les dimensions maximales ou minimales et les conditions d'emplacement ou de réalisation sur le support définies par :
  - les articles R.581-26, R.581-27, R.581-28, R.581-32, du 3ème alinéa de l'article R.581-34 (régime de la publicité murale) ;
  - les articles R.581-36, R.581-37, R.581-38, R.581-39 (régime de la publicité lumineuse) ;
  - les 1er et 2ème alinéas de l'article R.581-41 (régime de la publicité numérique) ;
  - les articles R.581-43, R.581-44, R.581-46 et R.581-47 (régime du mobilier urbain) ;
  - les 1er et 3ème alinéas de l'article R.581-54, de l'article R.581-55 (régime des bâches accueillant de la publicité ;
  - le 4ème alinéa de l'article R.581-56 (régime des dispositifs de dimensions exceptionnelles) ;
  - l'article R.581-57 (régime des dispositifs de petit format) ;
- sans avoir obtenu l'autorisation exigée en application du décret prévu par le 3ème alinéa de l'article L.581-9 et L.581-44 ou sans avoir observé les conditions posées par cette autorisation ou sans avoir observé les prescriptions de l'article L.581-5.

Conformément à l'article 131-13 du code pénal, l'amende prévue pour les contraventions :
- de la 1ère classe est de 38 € au plus ;
- de la 2ème classe est de 150 € au plus ;
- de la 3ème classe est de 450 € au plus ;
- de la 4ème classe est de 750 € au plus.

Pouvoirs du procureur de la République 246

Ce n'est pas parce qu'aucune mesure administrative (arrêté de mise en demeure, amende administrative ou suppression d'office) n'a été prise que le procureur de la République doit poursuivre et, inversement, ce n'est pas parce qu'une mesure administrative a été prise que le procureur de la République ne peut pas poursuivre pénalement.

Le procureur de la République est informé des infractions au vu des procès-verbaux qui lui ont été adressés. Selon l'expression consacrée, il est libre de mettre en mouvement l'action publique : il peut poursuivre les auteurs de l'infraction, comme il peut classer l'affaire sans suite alors qu'une amende administrative a été prononcée ou un arrêté de mise en demeure notifié.

Office du tribunal correctionnel 247

Si le procureur de la République décide de poursuivre, le tribunal correctionnel territorialement compétent, c'est-à-dire le tribunal du ressort du territoire sur lequel les infractions ont été constatées, prononcera autant d'amendes qu'il y a de dispositifs en infraction. La sanction est prononcée à l'encontre de la personne qui a apposé, fait apposer ou maintenu après mise en demeure le dispositif en infraction ou la personne pour le compte de laquelle la publicité est réalisée, lorsqu'elle ne comporte pas les mentions visées à l'article L.581-5 ou lorsque ces mentions sont inexactes ou incomplètes.

Astreinte pénale 248

L'astreinte pénale prononcée par le tribunal correctionnel ne doit pas être confondue avec l'astreinte administrative prononcée par l'autorité compétente en matière de police suite à un arrêté de mise en demeure non respecté. Toutes les deux sont cependant recouvrées au bénéfice de la commune sur le territoire duquel l'infraction a été constatée.

Outre l'amende, le tribunal correctionnel peut ordonner la suppression ou la mise en conformité des dispositifs en infraction dans un délai qui ne peut excéder un mois. La mesure est assortie d'une astreinte journalière dont le montant est compris entre 15 € et 150 €. Ce montant peut être révisé si le contrevenant établit qu'il n'est pas en mesure de répondre à ses obligations dans le délai imposé, en raison de circonstances indépendantes de sa volonté.

8 Annexes

8.1 Fiches mémentos

- **Entrée en vigueur et opposabilité des dispositions du code de l'environnement ou des actes pris en application du code de l'environnement**
- **Les lieux interdits à la publicité**
- **Les règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants**
- **Les règles applicables aux emprises des gares ferroviaires situées hors agglomération et des aéroports situés hors agglomération**
- **Les règles applicables dans les espaces remarquables**
- **Les autorisations**

8.2 Les témoignages

- **Publicité et place des parcs naturels régionaux (PNR de la Montagne de Reims)**
- **Retour sur l'élaboration d'un règlement local de publicité : témoignage de la commune de Villeurbanne**
- **Retour sur l'élaboration d'un règlement local de publicité : témoignage de la commune de Mérignac**
- **Stratégie et mise en œuvre d'opérations de police de l'affichage publicitaire et de mesures de sanctions : interview de la DDT Côte d'Or**
- **Stratégie et mise en œuvre d'opérations de police de l'affichage publicitaire et de mesures de sanctions, gestion d'actions contentieuses : interview de la DDT Aveyron**
- **Les missions d'instruction et la motivation d'un refus d'autorisation pour motifs paysagers : témoignage de la DRIEE**
- **Les missions d'instruction et la motivation d'un refus d'autorisation pour motifs paysagers : témoignage de la DREAL Poitou-Charentes**
- **L'accompagnement d'une collectivité dans l'élaboration de son RLP : témoignage de la DRIEE**

8.3 Outils et fiches pratiques

- **Préconisations en matière d'orientations relatives à la publicité pour les chartes de PNR**
- **Paysage et publicité**
- **Point sur l'ordonnance du 11 janvier 2012**
- **Dispositions réglementaires avant et après le 1er juillet 2012 : tableau de concordance**
  - Arrêté du 2 avril 2012 pris pour l'application des articles R.581-62 et R.581-63 du code de l'environnement
  - Arrêté du 31 août 2012 fixant le modèle de déclaration préalable d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une préenseigne et le modèle d'autorisation préalable d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne
  - Articles du code de la route en lien avec la publicité
- **Trame de l'agent verbalisateur : Les principales questions à se poser**
- **Aéroports dont le flux de passagers annuel est supérieur à 3 millions**
- **Exemples de documents :**
  - Procès-verbal de constat d'infraction
  - Lettre de transmission du procès-verbal au procureur de la République
  - Procédure contradictoire préalable à l'arrêté de mise en demeure (L.581-27)
  - Arrêté de mise en demeure
  - Lettre d'information au procureur de la République
  - Lettre du préfet invitant le maire à recouvrer l'astreinte administrative
  - Arrêté de mise en recouvrement d'astreinte administrative
  - Lettre du préfet suite à la carence du maire
  - Lettre de demande d'exercice du pouvoir de police (maire/préfet)
  - Lettre de demande d'exercice du pouvoir de police (Art. L.581-14-2)
  - Lettre de demande au préfet de prononcer l'amende administrative
  - Lettre de procédure contradictoire préalable à l'amende administrative
  - Arrêté prononçant l'amende administrative
  - Lettre d'information au propriétaire d'un terrain avant dépose d'office
  - Lettre de saisine du juge des libertés et de la détention dans le cadre d'un contrôle administratif
  - Lettre suite à l'absence de dépôt de déclaration préalable
  - Lettre suite à l'absence de demande d'autorisation préalable
  - Lettre de demande de pièces complémentaires
  - Arrêté de dérogation à l'obligation d'extinction nocturne
  - Arrêté portant interdiction de la publicité sur un immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque en application de l'article L.581-4
  - Fiche permission de voirie
  - Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/la révision d'un RLP intercommunal
  - Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/la révision d'un RLP
- **Adresses utiles**

8.4 Les formulaires

Sigles et abréviations
Lexique
Index

8-1 Fiches mémentos

Entrée en vigueur et opposabilité des dispositions du code de l'environnement ou des actes pris en application du code de l'environnement

Les régimes d'entrée en vigueur et d'opposabilité organisés par le code de l'environnement diffèrent. Il est nécessaire de distinguer plusieurs situations et type de dispositifs.

I : Entrée en vigueur de la nouvelle répartition des compétences

La répartition des compétences entre le maire et le préfet pour l'exercice du pouvoir de police et entre la commune et les EPCI compétents en matière de PLU pour l'élaboration d'un RLP est entrée en vigueur le 14 juillet 2010.

II : Entrée en vigueur du décret du 30 janvier 2012 modifié fixant le nouveau régime national de la publicité et des enseignes (RNP)

A/ Cas général :

Le RNP issu du décret du 30 janvier 2012 est entré en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions, sous réserve qu'ils ne contreviennent pas à la réglementation antérieure. Les enseignes doivent se mettre en conformité au plus tard le 1er juillet 2018 (Art. L.581-43 al. 3). Les publicités et les préenseignes doivent se mettre en conformité au plus tard le 13 juillet 2015 (Art. R.581-88-III).

B/ Cas particulier :

Les dispositions du RNP applicables aux préenseignes dérogatoires entrent en vigueur le 13 juillet 2015 (article 42 de la loi du 12 juillet 2010).

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1er juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1er juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1er juillet 2012*	1er juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

* Sous réserve qu'elle ne soit pas en infraction avec les dispositions du RNP antérieur.

III : Opposabilité des règlements locaux de publicité (RLP)

A/ Situation des RLP 1ère génération (RLP 1G)

Les dispositions contenues dans les RLP 1G demeurent opposables jusqu'à leur modification ou leur révision et au plus tard jusqu'au 13 juillet 2020 même si elles sont moins restrictives que les dispositions du nouveau RNP (Art. L.581-14-3 al. 2). Si le RLP 1G n'a pas été modifié ou révisé avant cette date, il devient caduc et le RNP s'applique intégralement. Dans ce cas, les dispositifs publicitaires conformes aux prescriptions du RLP disposeront d'un délai de deux ans pour se mettre en conformité avec le RNP soit le 13 juillet 2022 et, s'il s'agit d'enseignes, elles disposeront d'un délai de mise en conformité de six ans, soit le 13 juillet 2026.

B/ Situation des RLP 2ème génération (RLP 2G)

Les dispositions contenues dans les RLP 2G sont opposables dès leur entrée en vigueur aux dispositifs implantés postérieurement à cette entrée en vigueur. S'il s'agit de dispositifs publicitaires implantés antérieurement, ils doivent se conformer aux prescriptions du RLP au plus tard le 13 juillet 2015

si le RLP est entré en vigueur avant le 11 juillet 2013 et, au plus tard, deux ans après son entrée en vigueur, si elle intervient après le 11 juillet 2013. S'il s'agit d'enseignes, elles disposent d'un délai de six ans pour se mettre en conformité à compter de l'entrée en vigueur du RLP (Art. R.581-88-I).

C/ Cas particulier des RLP adoptés pendant la période transitoire

Les RLP 1G adoptés entre le 13 juillet 2010 et le 13 juillet 2011 demeurent opposables jusqu'à leur modification ou leur révision même s'ils sont moins restrictifs que les dispositions du nouveau RNP (Art. L.581-14-3 al. 2). Ils ne sont pas frappés de caducité.

	RLP entré en vigueur avant le 11/07/2013		RLP entré en vigueur après le 11/07/2013	
	Implantation antérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP	Implantation postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP	Implantation antérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP	Implantation postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP
Enseigne	Opposable 6 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement	Opposable 6 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement
Publicité	Opposable au plus tard le 13 juillet 2015	Opposable immédiatement	Opposable 2 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement

IV : Opposabilité des actes pris pour l'application des articles L.581-4 avant dernier alinéa, L.581-8 et R.411-2 du code de la route

Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un acte, qui, procédant au classement d'un monument, d'un site ou d'un espace mentionné par le I de l'article L.581-4, fixant les limites d'une agglomération en application de l'article R.411-2 du code de la route ou délimitant l'un des espaces énumérés par l'article L.581-8, a pour effet d'interdire la publicité dans le lieu où elles sont installées, peuvent être maintenues jusqu'au 13 juillet 2015 lorsque l'entrée en vigueur de cet acte est antérieure au 11 juillet 2013. Lorsque l'entrée en vigueur de l'acte est postérieure au 11 juillet 2013, elles peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit acte. Ce dernier délai est de six ans pour les enseignes (Art. L.581-43).

Les lieux interdits à la publicité

I : En tout lieu

Selon l'article L.581-4, toute publicité est interdite :
- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque définis par le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la CDNPS.

II : Hors agglomération

A/ Cas général

La publicité est interdite sauf dans les périmètres institués par les RLP(i) à proximité des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (Art. L.581-7) et à la condition que les affiches supportées par les dispositifs publicitaires ne soient pas uniquement visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (Art. R.581-77 alinéa 3).

B/ Cas particulier : sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération

Selon l'article R.581-31 alinéa 3, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent :
- ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;
- ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.

III : En agglomération

A/ Dans toutes les agglomérations

Selon l'article L.581-8, toute publicité est interdite :
- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- dans les secteurs sauvegardés ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;
- à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque définis par le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la CDNPS ;
- dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales des sites natura 2000.

RAPPEL Il peut être dérogé à ces interdictions dans le cadre d'un RLP(i).

La publicité est également interdite conformément à l'article R.581-22 :
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public
- sur une baie sauf lorsqu'il s'agit de dispositifs publicitaires de petit format intégrés à des devantures commerciales.

B/ Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol, la publicité lumineuse (y compris numérique) autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence, ainsi que le mobilier urbain supportant de la publicité sont interdits (Art. R.581-31 alinéa 1 et R.581-34 alinéa 2).

L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

C/ Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qu'elles fassent ou non partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

La publicité numérique supportée par du mobilier urbain, les bâches comportant de la publicité, qu'il s'agisse des bâches de chantier ou des autres bâches, ainsi que les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits (Art. R.581-42, R.581-53-II et R.581-56 alinéa 1).

D/ Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (Art. R.581-31 alinéa 2).

E/ Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants

Les bâches comportant de la publicité ainsi que les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route, c'est-à-dire sur une largeur de quarante mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée (Art. R.581-53-II et R.581-56 alinéa 2).

F/ Dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme 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

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits (Art. R.581-30).

G/ Sur les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes

La publicité lumineuse est interdite sur ces véhicules (Art. R.581-48 alinéa 5). Elle l'est également sur les autres véhicules mais au titre du code de la route (R. 418-1 du code de la route).

Les règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants*

I : La publicité

L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

- La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant quatre mètres carrés, ni s'élever à plus de six mètres au-dessus du niveau du sol. Cette surface peut être portée à huit mètres carrés dans la traversée des agglomérations lorsque la publicité est en bordure d'une route à grande circulation (à l'exception des parties de cette voie qui sont désignées comme restant soumises au régime général, aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation dite « de la publicité « et des maires des communes) (Art. R.581-26-II).
- La publicité non lumineuse scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite (Art. R.581-31 alinéa 1).
- La publicité lumineuse (y compris numérique) autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence est interdite (Art. R.581-34 alinéa 2).
- La publicité supportée par du mobilier urbain est interdite (Art. R.581-42).
- Les bâches comportant de la publicité, qu'il s'agisse des bâches de chantier ou des autres bâches sont interdites (Art. R.581-53-II).
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits (art R.581-56).

RAPPEL L'interdiction concernant la publicité numérique supportée par du mobilier urbain, ainsi que l'interdiction concernant les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles s'appliquent dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qu'elles fassent ou non partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

II : Les enseignes

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont une surface unitaire maximale de six mètres carrés (Art. R.581-65-I) que l'agglomération de moins de dix mille habitants fasse ou non partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

RAPPEL La taille de l'agglomération est sans incidence sur les règles d'implantation des autres enseignes (en façade, en toiture, etc.).

III : Les préenseignes dérogatoires

Conformément à l'article 42 de la loi du 12 juillet 2010, à partir du 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol ou directement installées sur le sol seront interdites (Art. R.581-66).

*Ces règles s'appliquent sous réserve que la publicité ne soit pas déjà interdite au titre des articles L.581-4 et L.581-8.

Les règles applicables aux emprise des gares ferroviaires situées hors agglomération et des aéroports situés hors agglomération

I : Règles communes aux emprises des gares ferroviaires et des aéroports

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant douze mètres carrés, ni s'élever à plus de sept mètres cinquante au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-26 al. 1).

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface unitaire excédant douze mètres carrés, ni s'élever à plus de six mètres au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-32 al. 1). Mais ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles :

- que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;
- que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires (Art. R.581.31 al. 3).

La publicité lumineuse (y compris numérique), autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant huit mètres carrés, ni s'élever à plus de six mètres au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-34 al. 3).

La publicité numérique est équipée d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (Art. R.581-41 alinéa 3).

II : Règles propres à l'emprise des gares ferroviaires

La publicité lumineuse, autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, est soumise à la règle nationale d'extinction nocturne dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants. Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et modalités d'extinction nocturne sont fixées par le RLP(i) (Art. R.581-35).

III : Règles propres à l'emprise des aéroports

La publicité lumineuse n'est pas soumise à la règle nationale d'extinction nocturne. S'il s'agit de publicité numérique supportée par le mobilier urbain, elle n'est pas non plus soumise à extinction nocturne, à la condition que ses images soient fixes (Art. R.581-35).

La déclaration de l'installation d'une publicité est assortie de l'accord du gestionnaire de l'aéroport ainsi que des documents établissant qu'elle respecte les règles de sécurité applicables sur ladite emprise (Art. R.581-14).

IV : Règles propres à l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés sol ou installés directement sur le sol peuvent avoir une surface d'une limite maximale de cinquante mètres carrés et peuvent s'élever jusqu'à dix mètres au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-32 al. 2).

La publicité numérique peut avoir une surface d'une limite maximale de cinquante mètres carrés et peut s'élever jusqu'à dix mètres au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-41 al. 2). Dans ce cas, elle respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel (Art. R.581-34 al. 4). Si elle est apposée sur du mobilier urbain ses images doivent être fixes (Art. R.581-35).

Les règles applicables dans les espaces remarquables

I : Règles concernant la publicité

Sur les immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques, sur les monuments naturels et dans les sites classés, dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles, sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque dont la liste est établie par arrêté municipal, toute publicité est interdite quel que soit son mode d'implantation et qu'elle soit lumineuse ou non (Art. L.581-4).

Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés, dans les parcs naturels régionaux (PNR), dans les secteurs sauvegardés, dans les sites inscrits et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci, à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques, dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux, dans les ZPPAUP ou les AVAP, dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales des sites natura 2000 toute publicité est également interdite (Art. L.581-8).

RAPPEL Si ces espaces remarquables sont situés hors agglomération, la publicité y est également interdite (Art. L.581-7).

Mais

Lorsque la publicité est installée sur des véhicules terrestres, ces interdictions peuvent être levées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières (Art. R.581-48).

Lorsque la publicité est implantée dans un des lieux figurant à l'article L.581-8, l'interdiction peut être levée dans le cadre d'un RLP. Toutefois, ce dernier ne peut réintroduire la publicité qu'en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération considérée. Ainsi :

- si l'agglomération comporte moins de dix mille habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants demeurent interdites :
  - la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ;
  - la publicité lumineuse autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
  - la publicité numérique qu'elle soit supportée ou non par du mobilier urbain ;
  - la publicité supportée par du mobilier urbain.
- si l'agglomération comporte moins de dix mille habitants qu'elle fasse ou non partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants demeurent interdits :
  - la publicité numérique supportée par du mobilier urbain ;
  - les bâches publicitaires (bâches de chantier et autres) ;
  - les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.
- si l'agglomération comporte moins de dix mille habitants et fait partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants ou si elle comporte plus de dix mille habitants peuvent être autorisés :
  - la publicité lumineuse à la condition de ne pas dépasser huit mètres carrés ;
  - les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ainsi que les publicités murales à la condition de ne pas dépasser douze mètres carrés.

L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

II : Règles concernant les enseignes

Les enseignes installées dans les lieux ou sur les immeubles énumérés aux articles L.581-4 et L.581-8 sont soumises à autorisation préalable du maire lorsque les lieux et immeubles considérés sont couverts par un RLP ou du préfet lorsque tel n'est pas le cas.

Lors de l'instruction du dossier d'autorisation, selon l'article R.581-16-II :

- l'accord de l'ABF est requis lorsque cette installation est envisagée sur un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques, dans le champ de visibilité de cet immeuble ou dans un secteur sauvegardé ;
- l'accord du préfet de région est requis lorsque cette installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre ;
- l'avis conforme de l'ABF est requis, lorsque cette installation est envisagée dans une ZPPAUP ou une AVAP.

RAPPEL Dans un PNR, l'avis de l'ABF n'est pas requis.

Les autorisations

I : Dispositifs publicitaires soumis à autorisation préalable

- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence (y compris mobilier urbain et micro-affichage) ;
- les emplacements de bâches comportant de la publicité (bâches de chantier ou bâches publicitaires) ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.

II : Enseignes soumises à autorisation préalable

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ;
- les enseignes installées sur les territoires des communes dotés d'un RLP ;
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles 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 ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

8.2. Témoignages

Publicité et place des parcs naturels régionaux : témoignage du PNR de la Montagne de Reims

Pouvez-vous nous présenter brièvement la charte de votre PNR ?

Lors de la dernière révision de la charte en 2009, 4 grands enjeux ont été identifiés : assurer les fonctionnalités remarquables et ordinaires du Parc, contribuer à la préservation de la ressource en eau, préserver les caractéristiques paysagères de la Montagne et accompagner les acteurs locaux dans le développement durable.

Le territoire du PNR est un territoire viticole avec 68 communes et 4 000 viticulteurs (soient 8 000 pré-enseignes potentielles). Ainsi, le soutien de cette activité économique, en partenariat avec la chambre des métiers, est une thématique transversale à ces 4 enjeux notamment afin de trouver le bon équilibre entre régulation et soutien de l'activité viticole. De plus, le Parc est entouré par 3 villes que sont Reims, Chalons et Epernay : les entrées de ville et zones commerciales où s'exerce une forte pression de l'affichage publicitaire sont situées à moins de 5 km du Parc.

Dans ce cadre, la publicité constitue un axe de travail crucial. C'est ainsi que l'article 4 de la Charte du PNR précise que le Parc exerce une veille sur la publicité et travaille à harmoniser la signalisation. La charte ne va pas plus loin en matière de prescriptions car sa stratégie est basée sur les actions de terrain et sur la négociation.

Quelle réflexion a mené le PNR sur les questions de la publicité extérieure dans le cadre de l'élaboration de sa charte? Qu'est ce qui a motivé cette réflexion?

Le travail mené par le PNR sur les questions de publicité extérieure n'est pas récent. Dès l'entrée en vigueur de la loi de 1979, le Parc s'est positionné de manière à accompagner l'application de la règlementation en matière de publicité. C'est ainsi, qu'entre 1980 et 1990, plus de 1 000 panneaux ont été retirés et 30 communes ont mis en place des zones de publicité restreintes avec des possibilités d'installation de publicité situées en majorité dans les abris bus ou dans du mobilier urbain spécifique. Des actions de police coup de poing ont été menées depuis longtemps, ce qui permet maintenant d'être crédible sur le sujet de la publicité extérieure. Aujourd'hui, les élus ont pris l'habitude de se tourner vers le PNR pour les questions relatives à la publicité extérieure et les messages du PNR sont entendus.

Quelles actions sont entreprises par les gestionnaires du PNR sur ces questions ?

Suite à la réforme de la règlementation relative à l'affichage de la publicité extérieure, le PNR a réalisé un guide afin d'accompagner les différents acteurs à s'approprier cette nouvelle règlementation. C'est également l'occasion pour le PNR de relancer la dynamique sur cette thématique.

Les actions menées par le PNR consistent également à encourager les communes à élaborer des RLP. En effet, plusieurs communes réfléchissent aujourd'hui à la révision de leur ancien RLP (ex ZPR) de manière à mieux définir leurs priorités en matière de protection du cadre de vie et des paysages. De plus, elles souhaitent par cette réflexion définir des zones d'implantation pour les pétitionnaires qui soient d'une part, en cohérence avec le paysage et, d'autre part, stratégiques en termes de visibilité. Enfin, avec cette démarche, les communes souhaitent restreindre les règles existantes sur les grands axes, alors que, notamment du fait de la crise économique, les demandes d'autorisation augmentent sur ces secteurs. La charte du PNR prévoit un accompagnement technique de ces communes dans l'élaboration de leur RLP.

Par ailleurs, le Parc accorde beaucoup d'importance aux actions menées sur le terrain. Ce sont elles qui permettent d'échanger avec les acteurs de terrain et au final de négocier afin d'aboutir à des solutions qui prennent en compte de façon optimales les intérêts des différents acteurs. Pour exemple, le Parc a négocié le retrait d'un certain nombre de dispositifs publicitaires, en contrepartie de l'autorisation de laisser une enseigne, qui était initialement jugée trop grande.

Ainsi, le Parc soutient les porteurs de projets dans le montage de dossiers d'enseignes, notamment pour identifier les lieux d'implantation les plus adaptés en amont du dépôt du dossier.

Artisans et viticulteurs sont par ailleurs encouragés à se regrouper, notamment pour élaborer des panneaux d'information en contrepartie du retrait de leurs pré-enseignes situées à l'entrée des villages.

Le PNR organise des réunions de sensibilisation à destination des artisans, des commerçants et des acteurs du secteur touristique. Lors de ces réunions, le PNR illustre par des photomontages les conséquences paysagères des choix opérés en matière de publicité.

Enfin, les mairies peuvent également solliciter le PNR pour faire un relevé de terrain, puis organiser un rendez-vous entre la mairie et les pétitionnaires. Le PNR joue alors un rôle de médiateur et de conciliation.

De quels types de relais et d'appui dispose le PNR pour exercer sa mission de veille et d'harmonisation en matière d'affichage publicitaire ?

Le PNR peut s'appuyer sur le Conseil général notamment pour ce qui concerne la gestion des routes départementales. De plus, le Parc et le Conseil général souhaitent développer en partenariat une réflexion plus structurante ayant pour objectif l'harmonisation générale de la signalétique. En effet, le Conseil général souhaite réviser les modalités d'implantation de ses relais information service (RIS). Cette mise à jour constitue une occasion de connecter la réflexion sur la RIS et la réflexion sur l'affichage de la publicité extérieure et ce, dans une optique d'harmonisation.

Au-delà du Conseil général, le PNR peut s'appuyer sur les services de gendarmerie ainsi que sur les services de l'ONCFS, services qui disposent du pouvoir de police et viennent donc en renfort.

Par ailleurs, il est souligné que le Parc fait partie de la Commission des sites du Département (CDNPS) et y apporte son expertise. Enfin le Parc est en lien avec la DDT pour les questions de publicité.

Quelles seraient les perspectives d'évolution des orientations de la charte sur les questions de publicité ? Quelles seraient les éventuelles pistes d'améliorations ?

La thématique de la publicité nécessite un travail de longue haleine : il faut montrer sa détermination aux différentes parties prenantes et en même temps savoir prendre le temps de sensibiliser les différents acteurs aux enjeux liés à la protection du cadre de vie.

Une des perspectives d'amélioration concerne les villes extérieures au PNR. En effet, il existe un effet de frontière et en dehors du territoire du PNR, les panneaux publicitaires sont installés de façon plutôt anarchique. Il y a donc un chantier de travail à développer avec les villes portes de manière à travailler sur leur signalétique.

Retour sur l'élaboration d'un règlement local de publicité : témoignage de la commune de Villeurbanne

Quels enjeux territoriaux ont présidé au projet d'élaboration du RLP de votre collectivité ? Quelle a été la stratégie de votre collectivité ?

La ville de Villeurbanne a été l'une des premières à lancer une procédure de révision de son RLP sur la base d'objectifs de qualité paysagère et avec le souhait de mettre en place des règles assez strictes.

Le travail mené par la ville de Villeurbanne sur la publicité et les enseignes était un engagement de campagne du maire. Ainsi, ce travail a bénéficié d'une forte implication des élues à l'urbanisme et au commerce et d'un suivi spécifique du maire.

Le projet stratégique plus global du maire comprenait un travail sur l'identité de la ville, sur la qualité du cadre de vie et sur la qualité paysagère. Dans ce cadre, le travail sur le RLP a reposé sur une approche paysagère et morphologique de la ville et sur un objectif de limitation de l'encombrement de l'espace public. L'objectif affiché était de réviser le RLP existant jugé trop laxiste et qui, de plus, n'était pas respecté.

Quelles ont été les premières actions de l'équipe municipale en matière de publicité ?

Une première étape importante - avant même l'élaboration du RLP - a consisté à montrer aux différents acteurs concernés la détermination de la ville en matière de respect de la règlementation de l'affichage publicitaire.

La première action a donc été de faire appliquer le code de l'environnement et le RLP existant. Cette action s'est traduite par la suppression d'une quarantaine de panneaux de 12 m²:

- dans le secteur de la ZPPAUP (centre ville - les Gratte – ciel),
- en entrée de ville,
- implantés sur des murs pignons non aveugles.

Ces actions ont été conduites en étroite relation avec les services de la préfecture (DDT et ABF), amorçant ainsi un début de travail partenarial qui a permis de conforter les positions juridiques de la ville.

La mairie a également fait preuve d'exemplarité en mettant un terme à toutes les conventions d'autorisation passées avec les afficheurs sur des équipements publics de la ville (une quinzaine de panneaux supprimés).

Par ailleurs, la ville a souhaité définir les limites de l'agglomération. Elle a donc pris un nouvel arrêté pour repréciser ces limites. La clarification des limites de l'agglomération a permis d'identifier des zones naturelles non construites à préserver, notamment à proximité du parc de la Feyssine qui longe le Rhône.

Un arrêté a également été pris sur les immeubles pittoresques et a permis de délimiter 15 zones avec suppression de panneaux dans un environnement de 100m (suppression de 10 panneaux).

Quelles ont été pour vous les étapes importantes du processus d'élaboration du RLP ?

L'arrêté de révision du RLP a été pris en septembre 2004, soit deux ans après le début de la procédure de révision. La mairie a souhaité travailler dans un premier temps principalement sur les dispositifs publicitaires, puis a révisé à nouveau son RLP en mars 2008 pour préciser le règlement sur les enseignes en bénéficiant ainsi de l'expérience acquise au cours de ces années d'instruction des dossiers d'enseignes. En effet, le travail lié aux enseignes est plus complexe que celui lié aux dispositifs publicitaires du fait des nombreux cas particuliers rencontrés et de la multitude des interlocuteurs à gérer.

Quels types de règles avez-vous définies dans votre RLP et comment les avez-vous définies ?

Pour ce qui concerne la publicité, un diagnostic axe par axe de la morphologie urbaine a été réalisé avec un bureau d'études, selon le gabarit des voieries, la hauteur du bâti et la qualité architecturale, afin de mettre en avant une règlementation adaptée à chacun de ces espaces tout en prenant en considération les préoccupations des afficheurs. Ainsi, tout le territoire communal est couvert par des Zones de Publicité Restreinte (ZPR)[1]:

- Sur les axes majeurs, les plus larges et circulants, le RLP autorise des supports de 8m² avec une interdistance dans le cône de vision de 100 m ;
- Sur les voiries secondaires seules les publicités murales de 8m² avec des interdistances de 60 m ont été autorisées ;
- Sur les voiries de desserte de quartier, seuls les panneaux de 2 m² sont autorisés ;
- Dans le secteur patrimonial des Gratte – ciel (ZPPAUP), la publicité est interdite dans le cœur de secteur et seuls les panneaux de 2 m² sont autorisés aux franges.

La publicité a été totalement exclue dans certains secteurs. La publicité sur les bâches a été interdite. Elle a également été interdite sur les toitures des immeubles d'habitation et autorisée pour les autres constructions mais avec une hauteur de lettre de 2m maximum et avec une règle de proportion liée à la hauteur du bâtiment.

Des plaintes sur les nuisances générées par certains panneaux (bruit des panneaux roulants ou lumière) ont conduit à la mise en place d'une règle d'arrêt du moteur entre 22h et 7h en cas de gêne avérée et de plainte.

Ainsi, l'application du nouveau RLP a conduit à faire démonter 500 panneaux de 12 m² et seuls 200 panneaux de 8m² ou 2m² ont été réimplantés.

Pour ce qui concerne les enseignes, l'intégration et le respect de l'architecture ainsi que le respect du voisinage ont présidé aux choix opérés en matière d'enseignes. Cependant la ville a également pris en compte la nécessité pour les activités de maintenir une visibilité commerciale. Ainsi, si la nécessité des enseignes est incontestable d'un point de vue économique, elle ne doit pas être pour autant nuisible à l'architecture et au paysage urbain. Dans cette optique et dans un souci de concertation, la ville a organisé des réunions de travail sur ce sujet avec les commerçants.

Une règle de proportion a été mise en place pour les enseignes à plat. Par ailleurs, les enseignes ne doivent pas dépasser la hauteur du 1e étage du plancher bas (notamment les enseignes perpendiculaires). Les enseignes sur les toitures et terrasses sont interdites sauf cas particuliers.

La ville n'a pas souhaité formuler de prescription en matière esthétique, mais seulement des règles de surface et de proportion. Les questions relevant de l'esthétique peuvent néanmoins être abordées lors de la phase de négociation.

*Les ZPR sont des zones qui pouvaient être instituées dans le cadre des RLP 1ère génération

Quelles compétences/ressources avez-vous mobilisé dans le cadre de l'élaboration de votre RLP ?

Les services de la ville ne disposaient pas de compétences juridiques spécifiques au départ de la procédure d'élaboration du RLP. Il y a donc eu un travail de formation en la matière, travail qui a pu s'effectuer notamment grâce au soutien de la préfecture et au bureau d'étude retenu.

Par la suite, des contrôleurs de voirie et des équipes de la police municipale ont été formés en particulier sur les infractions de publicité. Les agents de la direction du développement urbain ont également été formés à ces questions.

Aujourd'hui, les missions liées à la publicité et aux enseignes sont gérées par deux personnes (soit un équivalent temps plein de 60%). Les missions de police sont assurées par d'autres agents et un contrôleur est spécifiquement en charge du repérage.

Quel regard portez-vous sur votre RLP ? Les objectifs de votre démarche ont-ils été atteints ?

La ville est satisfaite que le règlement soit resté – pour ce qui concerne les enseignes - au niveau de grandes règles ce qui donne une certaine souplesse et permet une négociation au cas par cas. C'est pourquoi, une charte des enseignes a été élaborée : elle a vocation à être un document didactique (photos, illustrations diverses...) qui facilite le dialogue avec le pétitionnaire. La gestion des enseignes est très chronophage, aussi la ville traite en priorité les renouvellements d'enseignes et les grandes enseignes.

Comment votre RLP a-t-il été accueilli par les acteurs concernés par la publicité ?

Les nouvelles règles issues du RLP ont été mal accueillies par les afficheurs. Des négociations parfois âpres ont donc dû être conduites mais le maire et les services ont néanmoins maintenu leurs intentions initiales en faisant preuve de détermination.

La mise en œuvre du RLP a été l'occasion pour l'équipe municipale de communiquer sur le projet. Celui-ci a d'ailleurs été salué par de nombreux habitants.

Quelles sont les perspectives d'évolution de votre RLP ?

La ville a encore aujourd'hui la compétence RLP, mais avec les compétences de la future métropole de Lyon cela pourrait évoluer. Le RLP actuel est assez satisfaisant et pourrait donc être repris en l'état dans un RLP intercommunal. Une piste d'amélioration serait toutefois de développer une coordination entre l'installation de publicités et la végétalisation de murs.

Retour sur l'élaboration d'un règlement local de publicité : témoignage de la commune de Mérignac

Quels enjeux territoriaux ont présidé au projet d'élaboration du RLP de votre collectivité ? Quelle a été la stratégie de votre collectivité ?

Le territoire de la commune de Mérignac était très impacté par la publicité (environ 1200 dispositifs). La réduction du nombre de dispositif constituait un élément du programme électoral de l'équipe municipale élue en 2001. Dans le cadre de cet engagement, l'équipe a entrepris l'élaboration d'un RLP avec l'objectif de réduire de moitié la publicité dans la commune.

Les règles prévues par le RLP ont donc été fixées en conséquence. Parmi les mesures emblématiques, le RLP prévoit notamment des règles d'inter-distance entre dispositifs sur les grandes parcelles, des règles de densité, d'interdiction de dispositifs dans les ronds points (avec une distance de 50 mètres), d'interdiction des dispositifs dits « côtes à côtes », de réduction de la surface maximale autorisée (limitée à 8m²), ainsi que des règles spécifiques pour les enseignes (règles de hauteur, de densité et de format des dispositifs scellés au sol).

Aujourd'hui, des zones telles que le centre ville ne comportent quasiment pas de publicités, tandis que les zones commerciales font l'objet de règles spécifiques adaptées.

Quelles ont été pour vous les étapes importantes du processus d'élaboration du RLP ?

Avant la phase d'élaboration du RLP, des procédures administratives ont été lancées à l'encontre des dispositifs en infraction avant la réglementation alors en vigueur (constats d'infraction, arrêtés de mise en demeure, astreintes). Ces actions se sont traduites par une baisse significative du nombre de dispositifs.

L'historique de l'élaboration du RLP a été le suivant :

- Vote du RLP en 2003 : La délibération a été attaquée par des professionnels du secteur de la publicité pour vice de forme (publication). La décision rendue par le tribunal administratif a été favorable à la mairie et les professionnels ont décidé de faire appel.
- Approbation du RLP en 2005 : une bonne communication a été réalisée lors de l'entrée en vigueur du RLP.
- Pour se prémunir d'une décision défavorable au RLP en appel dans le cadre du contentieux suscité, la mairie a décidé d'élaborer un nouveau règlement (aux prescriptions quasi similaires) en s'assurant de la conformité de la procédure suivie. Ce nouveau RLP a été approuvé en 2007.

Quelles compétences/ressources avez-vous mobilisé dans le cadre de l'élaboration de votre RLP ?

Un groupe de travail a été mis en place pour élaborer le RLP. Ont participé à ce groupe de travail les chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie, la chambre des métiers), des représentants d'association de protection des paysages et des représentants des afficheurs.

En interne, pendant la phase d'élaboration certains services tels que l'aménagement urbain et les services techniques ont été associés. 2 équivalents temps plein sont maintenant dédiés aux actions liées à la publicité (instruction et police, perception de la TLPE). Le développement de compétences en matière de publicité a été réalisé notamment à travers l'expérience acquise du fait de l'organisation d'actions ayant pour objet de faire respecter les règles du RLP.

Aujourd'hui, cette expertise est sollicitée par des communes voisines voire la communauté urbaine de Bordeaux.

Quel regard portez-vous sur votre RLP ? Les objectifs de votre démarche ont-ils été atteints ?

La ville estime que les objectifs de RLP ont été atteints. De nombreux dispositifs publicitaires ont été retirés. En matière d'enseignes par exemple, les services se sont concentrés en premier lieu sur la mise en conformité des enseignes des plus gros acteurs du commerce. Cette démarche a servi de modèle et a été un signal pour l'ensemble des commerçants : les règles sont justes et s'appliquent à tous.

D'une manière générale, il faut sensibiliser tous les acteurs sur le fait que le principe d'égalité est respecté, et que seuls ceux qui ne respectent pas les règles sont pénalisés.

Comment votre RLP a-t-il été accueilli par les acteurs concernés par la publicité (professionnels de la publicité, associations de protection de l'environnement, commerçants, administrés) ?

Au départ, une réglementation nouvelle n'est pas toujours bien accueillie, mais il faut être persévérant.

Les états d'esprit ont changé sur la publicité. Il y a une prise de conscience autour du fait que le développement économique ne dépend pas uniquement de l'affichage publicitaire. Tous les acteurs sont sensibles aux enjeux que représentent des politiques en matière de valorisation du cadre de vie de la ville.

Ainsi à Mérignac, près de 370 dispositifs en infraction ont été retirés sans trop de contestation.

Quelles seraient les perspectives d'évolution de votre RLP ? Comment pourriez-vous apporter d'éventuelles améliorations à votre RLP ?

La commune de Mérignac fait partie de la communauté urbaine de Bordeaux (CUB) qui entreprend aujourd'hui l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

L'élaboration d'un RLPi va permettre une mise en cohérence des règles entre toutes les communes de la communauté. Il y a une volonté partagée de toutes les communes de préserver le paysage et de ne pas voir réapparaître des dispositifs dans des zones où ils ont disparu.

La démarche collective sur l'élaboration d'un tel règlement devrait permettre de tirer vers le haut tout le territoire de la CUB.

Interview de la DDT Côte d'Or

Thème : Stratégie et mise en œuvre d'opérations de police de l'affichage publicitaire et de mesures de sanctions

Quelles mesures (organisationnelles ou autres) votre DDT a-t-elle adoptées pour être la plus efficace possible pour mener des opérations de police sur son territoire ?

Nous avons mis en place un Pôle de compétences publicité : il réunit des représentants de tous les acteurs – État, collectivités, représentants du monde économique – et permet de se concerter sur les stratégies à mettre en place pour que l'affichage, qui est nécessaire à la vitalité des entreprises, ne s'exerce pas au détriment des paysages de la Côte d'Or.

Il s'agit de sortir du dilemme « pollution visuelle contre développement économique ». En effet, dans notre département, le tourisme génère 990 millions d'euros de retombées économiques annuelles et les touristes citent en premier motif dans leurs critères de choix pour venir visiter la Côte d'Or « la diversité et la beauté des paysages ». Une fois que l'État, le Conseil général, les communautés d'agglomération et l'association des maires ont validé le choix d'un itinéraire touristique emblématique devant faire l'objet d'une action de requalification du paysage par l'enlèvement des dispositifs publicitaires illégaux, le succès de l'opération est assuré car tout le monde va dans le même sens.

La DDT Côte d'Or a-t-elle défini une stratégie, un plan d'action pour guider son action en matière de police et de sanction de l'affichage publicitaire ? Si oui, quels en ont été les principes directeurs ?

Nous avons la chance d'avoir des projets de territoire ambitieux, tels que la candidature de la côte viticole au classement « Patrimoine mondial de l'Unesco » et le projet de 11ème Parc national. La DDT a priorisé son action dans le sens de l'accompagnement de ces projets d'envergure. En effet, les acteurs locaux savent qu'il faut faire preuve d'excellence pour obtenir ces labels, ils sont donc prêts à consentir des efforts et apprécient l'aide que l'État leur apporte. Lorsque nous montrons les résultats obtenus et l'amélioration spectaculaire des paysages avant et après opération de police, cela crée un engouement et de nombreux élus nous contactent pour que nous intervenions aussi dans leur secteur. Au final, tout le territoire de la Côte d'Or est tiré vers le haut.

Concrètement le plan d'actions a consisté à identifier les points noirs dans le paysage. Par exemple, dans la côte viticole, il s'agit principalement des pré-enseignes situées le long des itinéraires touristiques. Il y en a des centaines sur cette petite languette de terre de 50 km qui court de Dijon à Santenay, dont 50 % à 75 % sont en infraction au code de l'environnement (préenseignes en site classé, implantées sur le domaine public routier ou correspondant à une activité non dérogatoire).

Une opération de police publicitaire massive a donc été lancée à l'encontre de ces dispositifs, le long des 3 routes départementales qui irriguent le territoire, avec le soutien du conseil général, gestionnaire des voies, qui a recensé tous les dispositifs publicitaires.

Parallèlement, et c'est important, nous avons lancé une réflexion sur la mise en place de solutions de substitution à ces préenseignes pour proposer aux entreprises des signalétiques alternatives modernes en adéquation avec les objectifs de protection du paysage : référencement sur site internet, affichage normalisé via les dispositifs de Signalisation d'Information Locale, voire techniques de réalité augmentée (superposition d'images virtuelles ou de commentaires sur une image réelle par le prisme d'écrans tels que smartphones ou tablettes numériques) pour la signalétique dans le coteau viticole.

Enfin nous incitons les communes et les intercommunalités à élaborer des règlements locaux de publicité, afin d'engager une réflexion sur les entrées de ville (notamment la régulation de dispositifs publicitaires sur ces zones) ainsi que sur la qualité des enseignes.

Toute cette stratégie d'action tend à ce que la vie économique cohabite en harmonie avec le paysage exceptionnel de la côte viticole.

Quels conseils pourriez-vous donner en termes d'organisation ou de méthodologie pour réussir une opération de police ?

Commencer par une opération emblématique où l'on est sûr d'obtenir des résultats rapidement. Par exemple, sur la rocade-sud de Dijon, il y avait 55 préenseignes, toutes implantées sur le domaine public routier, sans que le gestionnaire de voirie n'ait donné son accord. En annonçant que cette infraction était passible d'une amende préfectorale de 1500 € par préenseigne, nous avons obtenu la dépose de la totalité des dispositifs publicitaires en un mois.

Cela s'est vu et cela s'est su, le bouche à oreille fonctionne très bien chez les professionnels de l'affichage publicitaire qui y ont vu le signal que l'État était déterminé à agir rapidement pour requalifier le paysage.

Avant toute chose, communiquer très en amont, d'abord en direction des maires des communes sur lesquelles des opérations de police vont être lancées. En effet, les maires sont en première ligne pour répondre aux questions des entreprises. L'enjeu de cette communication consiste à mettre en avant les objectifs de valorisation du territoire, et à faire percevoir qu'il ne s'agit pas uniquement d'une politique coercitive. Il s'agit d'expliquer la finalité des règles du code de l'environnement, en démontrant que leur respect permet une meilleure insertion des dispositifs dans le paysage.

Rassurer les entreprises : nous leur précisons que les procédures engagées à l'encontre des dispositifs de publicité et de préenseignes en infraction concernent uniquement les sociétés publicitaires à qui elles ont confié leur signalétique. L'opération de police a été ainsi bien acceptée par les entreprises qui ont compris l'objet de la démarche. Leur seule exigence est l'équité de traitement dont elles entendent bénéficier : « si vous déposez la pré-enseigne signalant mon hôtel, il faut aussi faire enlever celle de mon concurrent, puisqu'elles sont toutes en infraction ».

Nouer des alliances : avec la chambre de commerce qui relaie nos informations auprès des entreprises, avec les associations de viticulteurs, avec le conseil général dont les services s'apprêtent à réaliser des déposes d'office.

Afficher la détermination de l'État : il arrive que les professionnels de l'affichage ne réagissent pas quand ils reçoivent un courrier proposant une solution amiable et attendent la notification d'un arrêté de mise en demeure pour se mettre en conformité.

Travailler en équipe : des formations ont été dispensées en interne notamment à destination de deux correspondants territoriaux de la DDT avec qui nous travaillons. Par la suite, lorsque que nous avons mis en œuvre et testé l'efficacité d'un mode opératoire et des procédures sur une portion de l'itinéraire, les correspondants territoriaux prennent le relais et démultiplient l'action sur le terrain. Cela permet d'aller plus loin et d'avoir beaucoup plus de résultats : sur la côte viticole, nous aurons ainsi fait déposer près de 300 dispositifs publicitaires en 1 an. L'inspectrice des sites de la DREAL et l'architecte des bâtiments de France qui rencontrent fréquemment les élus relaient aussi notre discours.

Sécuriser juridiquement les procédures : il est crucial de fiabiliser les actes en amont, avant de lancer les procédures, même si cela est parfois chronophage (n'oublions pas que nous engageons la responsabilité de l'État). Pouvoir s'appuyer sur les conseils des collègues des autres départements est précieux et très appréciable. Il y a une solidarité incroyable au sein du réseau publicité de l'État.

Parmi les outils existants pour agir contre les dispositifs illégaux tant en termes de police (astreinte, dépose) que de sanctions (administrative et pénale), lesquels sont, selon vous, sont les plus efficaces et pourquoi ?

L'arrêté de mise en demeure sous astreinte est « la » procédure administrative de base, qui a fait ses preuves en tous lieux. Dans la majorité des cas, les dispositifs en infraction sont déposés dans les 15 jours de la notification de la mise en demeure.

L'amende préfectorale est redoutablement efficace, elle concerne les cas d'infractions les plus graves. La DDT de la Côté d'Or ne l'a prononcée qu'après plusieurs tentatives de régularisation amiable demeurées infructueuses et vis à vis de publicitaires faisant preuve d'une évidente mauvaise foi. L'amende étant perçue au bénéfice de la commune sur laquelle l'infraction a été constatée, c'est souvent une agréable surprise pour les municipalités concernées.

Enfin, le Préfet va prochainement signer une convention avec le Président du conseil général de la Côte d'Or permettant aux services du conseil général d'effectuer des déposes d'office dans tous les cas où le code de l'environnement permet cette procédure. Il arrive par exemple que certains dispositifs publicitaires soient si anciens que plus personne ne sait qui les a apposés. La dépose d'office est alors la meilleure solution.

Quant au volet pénal, le Procureur n'a jusqu'à présent jamais eu besoin de l'activer, le code de l'environnement dotant le Préfet de moyens de police administrative suffisamment puissants pour obtenir en un délai très court la régularisation de toutes les infractions.

Interview de la DDT Aveyron

Thème : Stratégie et mise en œuvre d'opérations de police de l'affichage publicitaire et de mesures de sanctions, gestion d'actions contentieuses

Quelles mesures (organisationnelles ou autres) votre DDT a-t-elle adoptées pour être la plus efficace possible pour mener des opérations de police sur son territoire ?

La loi de 2010 a clarifié la répartition des compétences entre les maires et les préfets en matière de publicité. La structuration de la DDT de l'Aveyron pour prendre en charge les missions relatives à la réglementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes est récente ; elle date du printemps 2011. Dans notre DDT, ces missions sont réalisées au sein du service énergie, déchets et prévention des risques, par l'unité sécurité des infrastructures et circulation.

Les premières opérations de police en matière d'affichage extérieur dans le département ont été modestes, c'est-à-dire organisées sur des petits périmètres et concernant peu de dispositifs en infraction. Ces premières opérations, appréhendées comme des « cas d'école », ont permis de rôder notre organisation. Les services de gendarmerie se sont chargés des constats d'infraction (procès verbaux), et la DDT de la procédure administrative (courriers préalables[1] et arrêtés de mise en demeure).

Ensuite, le même procédé a été développé à plus grande échelle (périmètre plus large avec des dispositifs en infraction plus nombreux). Il est à souligner que depuis les premières actions de police, il a été constaté dans une majorité de cas que les contrevenants déposent les dispositifs en infraction dès la réception des courriers préalables, avant que les arrêtés de mise en demeure ne soient notifiés.

La participation des forces de l'ordre à ces opérations illustre la volonté d'impliquer tous les services de l'État autour des missions liées à cette réglementation. Parallèlement, le commissionnement d'agents de la DDT est envisagé.

Depuis juin 2012, un groupe de pilotage a été constitué autour du Secrétaire Général de la Préfecture ; il est constitué des représentants des sous préfectures du département, des services de gendarmerie et de police, ainsi que de la direction départementale des territoires et de celle des finances publiques.

La DDT Aveyron a-t-elle défini une stratégie, un plan d'action pour guider son action en matière de police et de sanction de l'affichage publicitaire ? Si oui, quels en ont été les principes directeurs ?

Une stratégie départementale de lutte contre l'affichage publicitaire illégal a été proposée par la DDT et validée en juin 2012 par le Préfet. Le suivi de sa mise en œuvre est assuré par le comité de pilotage.

L'objectif de cette réglementation étant d'assurer la protection du cadre de vie, le principe de cette stratégie a été de prioriser les actions de police sur les sites sur lesquels l'exposition à la publicité est la plus forte (fréquentation et densité de dispositifs). Les zones prioritaires ont été déterminées sur la base du croisement de plusieurs critères (grille multicritères):

- pôles urbains selon le critère de population (à noter qu'il existe 4 RLP sur le département de l'Aveyron) ;
- itinéraires routiers selon le trafic routier ;
- pôles touristiques ;
- appartenance au périmètre du parc naturel régional (PNR des Grands Causses) ;
- zones où existent des dispositifs en infraction signalés par des associations agréées.
- En parallèle de cette stratégie, mise en place pour organiser des opérations de police, une forte sensibilisation des acteurs a été réalisée :
- une plaquette d'information relative à la réglementation de la publicité extérieure a été élaborée par la DDT ; elle est diffusée très largement auprès du grand public et en accompagnement de tous les courriers relatifs à la publicité ;.
- un réseau de partenaires externes a été constitué. Ces partenaires sont notamment le Parc Naturel Régional, les chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie, chambre des métiers et de l'artisanat, chambre d'agriculture), la fédération départementale des gîtes de France, etc. Des sessions de formation ont été proposées par la DDT aux partenaires et aux collectivités qui souhaitent participer à la démarche ;.

1. Ces courriers correspondent à la procédure contradictoire.

- des réunions d'informations sont organisées avec les commerçants et les artisans. Elles permettent d'expliquer la réglementation et le fonctionnement des procédures, de sensibiliser et promouvoir les solutions alternatives de signalisation existantes.

L'objectif est de diffuser l'information pour favoriser une meilleure compréhension de la démarche des services de l'État et des enjeux de la réglementation, l'objectif étant de concilier la protection des paysages et le développement économique local, qui sont parfois liés dans un département touristique comme l'Aveyron.

Parmi les outils existants pour agir contre les dispositifs illégaux tant en termes de police (astreinte, dépose) que de sanctions (administrative et pénale), lesquels sont, selon vous, sont les plus efficaces et pourquoi ?

La procédure administrative (arrêtés de mise en demeure et astreintes) s'avère très efficace. A ce jour, dans le département, la procédure pénale n'a pas été engagée.

Comme évoqué précédemment, la sensibilisation est également efficace : nous essayons de renseigner les usagers le plus en amont possible, en expliquant la règle mais aussi en les aidant à rechercher des solutions de signalisation réglementaires (ex signalisation de direction ou d'indication, Signalisation d'Information Locale, Relais d'Information Service, etc). Celles-ci nécessitent généralement une étude de la part des collectivités (SIL) et un accord des gestionnaires de voirie.

Suite à des mesures de police ou de sanction, avez-vous dû faire face à des actions contentieuses ? Comment avez-vous procédé pour gérer ces dossiers tant en termes de procédure que de fond ?

Nous avons effectivement été amenés à faire face à des recours administratifs dans le cadre d'une action qui concernait des agglomérations de moins de 10 000 habitants, situées dans une commune dont la population était supérieure à ce seuil déterminant pour les caractéristiques des dispositifs publicitaires.

Ce type de contentieux étant nouveau pour nous, nous avons fait appel aux spécialistes d'autres départements. Nous avons beaucoup apprécié l'aide du réseau métier publicité de l'État, très actif, qui permet souvent de trouver des conseils aussi bien sur la forme que sur le fond, notamment en ce qui concerne des références jurisprudentielles relatives à la publicité.

Malgré les efforts faits en matière de communication et d'explication, il faut reconnaître que cela n'est pas suffisant et que le contentieux est bien présent et qu'il mobilise les énergies et les moyens du service de la DDT en charge de ce domaine.

Ceci nous confirme que la démarche doit être progressive et doit intégrer une priorisation des espaces à traiter sans intervenir simultanément sur un trop grand nombre de sites, sous peine de ne plus pouvoir assumer cette charge spécifique par la suite.

Par ailleurs, notre expérience nous permet de constater que le fait de traiter les secteurs de manière exhaustive (en direction de tous les panneaux illégaux sans exception, qu'ils soient ou non dénoncés par des associations) et donc équitable, permet de mieux expliquer et faire accepter les actions de police.

Les missions d'instruction et la motivation d'un refus d'autorisation pour motifs paysagers : témoignage de la DRIEE

Dans le cadre de vos missions liées à la réglementation de l'affichage publicitaire, quelle est la place accordée aux enjeux paysagers et architecturaux ?

A la DRIEE, les missions liées à la réglementation de l'affichage publicitaire ont jusqu'à présent été en partie mises en œuvre par les inspecteurs des sites - chargés de mission paysage pour lesquels la place des enjeux paysagers et architecturaux est évidemment prépondérante. Ces enjeux sont également au cœur des missions et compétences du pôle publicité de la DRIEE qui est en cours de structuration.

Les enjeux paysagers et architecturaux sont un des fondements de la réglementation applicable à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes. L'objectif de la réglementation consiste bien à « assurer la protection du cadre de vie »

(L.581-2). C'est d'ailleurs la raison pour laquelle, cette réglementation est inscrite dans le code de l'environnement au titre VIII du livre V (protection du cadre de vie).

Pour faire appliquer la réglementation en bonne intelligence au regard des objectifs qu'elle poursuit, il est nécessaire d'une part, de maîtriser les outils réglementaires et notamment les prescriptions techniques qui doivent être mises en œuvre et, d'autre part, d'être en mesure d'établir une analyse sensible des enjeux paysagers.

En particulier, lors de l'instruction des demandes d'autorisation d'implantation de dispositifs (publicités/enseignes), comment ces enjeux sont-ils pris en compte ?

Si un régime d'autorisation préalable est prévu par la réglementation (qui prévoit par ailleurs un régime de déclaration préalable) pour les dispositifs les plus impactants visuellement, c'est pour permettre à l'autorité compétente d'analyser au cas par cas, en plus du respect des prescriptions techniques, si l'installation d'un dispositif répond aux objectifs de respect du cadre de vie.

Toute demande d'autorisation d'installation fait, dans un premier temps, l'objet d'un examen de la conformité du dispositif avec les prescriptions techniques de la réglementation. Mais l'analyse ne s'arrête pas à cette seule étape. Il convient ensuite de déterminer, au cas par cas, si l'installation d'un tel dispositif n'est pas contraire aux objectifs de protection du cadre de vie poursuivis par la réglementation.

Ainsi, tout dispositif soumis à autorisation parfaitement régulier sur le plan des prescriptions techniques peut être refusé par l'autorité administrative lorsqu'elle juge son installation contraire aux objectifs de protection du cadre de vie poursuivis par la réglementation.

Cette considération vaut aussi bien dans le cadre de l'instruction de demandes d'autorisation d'installation de dispositifs dans des lieux caractérisés par un paysage « du quotidien », que pour des demandes concernant l'installation de dispositifs dans les lieux caractérisés par un paysage remarquable.

Il convient de distinguer l'instruction des demandes d'autorisation pour publicités et préenseignes, de l'instruction des demandes d'autorisation pour les enseignes.

En ce qui concerne les publicités et les préenseignes :

Les dispositifs soumis au régime d'autorisation sont les publicités lumineuses, les dispositifs de dimensions exceptionnelles, ainsi que les bâches publicitaires et les bâches de chantier.

Les motifs de refus d'autorisation (protéger le cadre de vie environnant, assurer une bonne insertion architecturale et paysagère, limiter les nuisances visuelles, ou pour certains dispositifs éviter des incidences sur la sécurité routière) sont précisés dans la réglementation pour chacun de ces dispositifs (à l'article R.581-15 pour les publicités lumineuses, à l'article R.581-19 pour les bâches de chantiers, à l'article R.581-20 pour les bâches publicitaires et à l'article R.581-21 pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles).

En ce qui concerne les enseignes

Lorsqu'elles sont installées dans les secteurs couverts par un règlement local de publicité (RLP) les enseignes sont dans tous les cas soumises à autorisation. Il s'agit alors d'apprécier si leur installation respecte le cadre de vie environnant.

Lorsqu'elles sont installées hors RLP, les enseignes ne sont soumises à autorisation que lorsqu'elles sont implantées dans des lieux, des secteurs faisant l'objet d'une protection particulière. Ces périmètres et niveaux de protection sont définis par des actes réglementaires, dont certains sont des décrets, ce qui traduit une volonté de forte protection de ces lieux. Dans ce cadre, l'enseigne (pour laquelle une demande d'autorisation est instruite) doit faire l'objet d'un examen de compatibilité par rapport aux objectifs de protection prévus par l'acte déterminant la nature du lieu où est envisagée son implantation (outre l'examen de conformité de l'enseigne avec les prescriptions techniques de la réglementation). A titre d'exemples, il convient de se référer à l'article L.341-1 pour les sites classés (dont l'objet est la conservation ou préservation du caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque du site), aux articles L.621-1 ou L.621-25 du code du patrimoine pour les monuments historiques (dont l'objet est la conservation des immeubles du point de vue de l'histoire ou de l'art).

Il est à souligner que les agents de la DRIEE sont surtout confrontés à des demandes d'autorisation concernant des enseignes.

Est-il important de motiver un refus basé sur des motifs paysagers ?

La motivation de tout refus d'autorisation est indispensable. En effet, elle est obligatoire d'un point de vue du droit, et donc nécessaire pour assurer la sécurité juridique de la décision.

Par ailleurs, la motivation présente un intérêt pédagogique dans la mesure où elle peut permettre de réorienter le pétitionnaire vers un projet plus qualitatif et en meilleure cohé-

rence avec les objectifs de protection des lieux concernés. Ainsi, la motivation favorise le travail en bonne intelligence avec tous les acteurs qui comprennent la logique de la décision.

Pouvez-vous expliquer comment un refus d'autorisation d'implantation de dispositif (publicité/enseigne) pour des motifs paysagers est-il construit ?

La rédaction du refus se construit en 2 voire 3 temps, il s'agit de :

- viser l'article réglementaire (la base légale) permettant ce refus ;
- mettre en avant les caractéristiques spécifiques au secteur où l'installation du dispositif est projetée ;
- expliquer les raisons de l'incompatibilité du dispositif avec les objectifs de protection du cadre de vie du lieu où l'implantation est projetée (qu'il s'agisse d'un lieu caractérisé par un paysage du quotidien ou d'un lieu caractérisé par un paysage remarquable).
- **Quelles sont les clés de lecture permettant d'apprécier l'insertion paysagère d'un dispositif (publicité/enseigne) ?**
- Il n'existe pas de grille de lecture standard, l'appréciation de l'insertion d'un dispositif dans le paysage s'effectue au cas par cas.

Cependant, l'analyse de la combinaison de certains points incontournables est essentielle pour appréhender l'insertion paysagère d'un dispositif, il s'agit de prendre en compte a minima :

- l'analyse de la typologie du territoire ;
- la question de l'échelle du dispositif par rapport à la typologie du territoire ;
- la densité de dispositifs ;
- le coloris, le ton du dispositif ;
- les matériaux de composition du dispositif.

Quelles seraient les grosses erreurs à éviter ?

Il convient de bannir les refus d'autorisation non motivés. L'omission de motivation constitue un risque juridique fort d'annulation de la décision. De plus, il fait perdre au refus son caractère pédagogique et constructif qui tend à favoriser les projets d'installation adaptés aux enjeux de protection du cadre de vie.

Il convient d'assurer une cohérence, dans le temps et dans l'espace, entre les décisions prises pour des demandes d'autorisation (accords ou refus). Cette cohérence peut reposer notamment sur l'établissement d'une doctrine en matière d'instruction des demandes d'autorisation en fonction de la typologie des lieux. Cependant, il est important de garder à l'esprit que l'autorisation s'apprécie au cas par cas, et qu'un territoire évolue.

Enfin, il est indispensable de ne pas limiter l'instruction d'une demande d'autorisation aux aspects de conformité aux prescriptions techniques. Un véritable avis sur le fond est nécessaire. C'est pour cela que le régime d'autorisation est prévu. Autoriser un dispositif respectant les prescriptions techniques prévues par la réglementation mais portant manifestement atteinte au cadre de vie du lieu dans lequel il est installé, est de nature à décrédibiliser l'action de l'État. En effet, cela est contraire à l'essence même de la réglementation.

Quels sont les personnes ressources disposant de compétences en matière de paysage mobilisables pour apprendre à rédiger des refus pour des motifs paysagers ?

Les paysagistes conseil de l'État ainsi que les architectes conseil de l'État peuvent être consultés. En plus de recueillir leur expertise spécifique dans le cadre de l'instruction d'une demande d'autorisation, il peut être intéressant d'échanger avec eux sur certains éléments de doctrine.

L'architecte des bâtiments de France doit dans certains cas obligatoirement être consulté. Mais il est tout à fait possible de le solliciter, au même titre qu'un inspecteur des sites, pour obtenir des conseils dans le cadre d'une instruction d'autorisation, en particulier lorsqu'il s'agit de dispositifs d'enseignes.

Les missions d'instruction et la motivation d'un refus d'autorisation pour motifs paysagers : témoignage de la DREAL Poitou-Charentes

Dans le cadre de vos missions liées à la réglementation de l'affichage extérieur, comment appréhendez-vous la question des paysages ?

Avant toute chose, pour réaliser ces missions, il est nécessaire de connaître les règles en vigueur, y compris lorsqu'il existe des règles locales spécifiques du fait de l'existence de règlements locaux de publicité (RLP). Mais cela n'est pas suffisant. Il est également très important d'appréhender l'environnement concerné et de s'interroger sur l'insertion d'un dispositif publicitaire dans un espace urbain ou rural donné.

Pour appréhender les enjeux de protection du cadre de vie d'un espace, il s'agit dans un premier temps d'observer les caractéristiques urbaines et architecturales du lieu : examiner si le lieu se caractérise par exemple par un tissu ancien médiéval, un patrimoine ancien, un urbanisme commercial développé, une activité isolée... L'observation doit également intégrer les questions de perspectives (savoir dans quelle mesure un dispositif fait écran dans le paysage), d'échelle (rapport de surface entre un espace et un dispositif) et de densité (nombres et proximité entre des dispositifs sur un certain périmètre).

Cette lecture préalable des lieux est un guide qui permet d'appréhender l'impact de l'installation d'un dispositif sur un paysage. Il est tout à fait possible de rencontrer des espaces urbains de qualité comprenant des dispositifs publicitaires et des enseignes : le tout est de respecter un équilibre avec les lieux environnants, notamment en ce qui concerne l'échelle et la densité des dispositifs. Tout est question de dosage.

L'objectif de la réglementation de l'affichage publicitaire est la protection du cadre de vie, l'appréhension du paysage est donc au cœur des missions qui y sont liées.

En particulier, lors de l'instruction des demandes d'autorisation d'implantation de dispositifs (publicités/enseignes), comment appréciez-vous les enjeux liés au paysage ? Quelles sont vos clés de lecture pour apprécier et qualifier un dispositif au sein d'un paysage ?

A partir des éléments évoqués ci dessus, il s'agit de trouver une certaine cohérence avec l'esprit des lieux et surtout d'éviter qu'il y ait de trop fortes discordances.

C'est notamment cette réflexion qui oriente la décision d'accepter ou de refuser une demande d'autorisation.

Pour le cas des enseignes, il est possible d'établir des préconisations pour qu'un projet d'installation de dispositif soit adapté avec les lieux, notamment en fonction du bâti et de la structure du paysage .

Pour pouvoir apprécier ces éléments et faire la part des choses il faut avant tout s'imprégner des lieux.

De plus, au delà de la lecture du paysage, il est également important de se renseigner sur la composition du tissus urbain de la commune concernée (centre ville, densité de l'habitat sa hauteur, quartiers résidentiels XIXème et XXème siècle, entrées de ville avec leurs zones commerciales).

Comment construisez-vous votre argumentaire lorsqu'il s'agit de refuser un dispositif pour des motifs paysagers ?

Lorsqu'un dispositif n'est pas en cohérence avec un lieu et son architecture, il s'agit de cibler le préjudice généré par l'installation du dispositif sur le cadre de vie dans ce lieu. Il s'agit d'identifier et de décrire les incompatibilités qui existent entre le dispositif et l'équilibre de l'espace.

De plus, derrière un refus d'autorisation, l'idée ne consiste pas simplement à interdire, mais - à partir des motivations du refus - de permettre au pétitionnaire de retravailler pour adapter son projet de dispositif avec les lieux, notamment pour le cas des enseignes, ou bien de trouver un endroit plus adapté à l'installation de ce dispositif pour le cas d'une publicité.

Cela illustre parfaitement l'équilibre à trouver entre le principe de liberté de se signaler et celui de protection du paysage que prévoit la loi.

Pouvez-vous donner quelques conseils méthodologiques pour la rédaction de tels refus ?

La rédaction d'un refus d'autorisation ne peut pas se réduire à un travail de rédaction dans un bureau. Il s'agit également d'un travail de terrain, nécessitant d'apprécier l'impact réel d'un dispositif sur le cadre de vie d'un lieu donné. Pour cela, il faut se rendre sur place, tourner autour du dispositif (de près, de loin), aller apprécier le lieu pour appréhender le contexte spatial, les notions d'échelles et de proportions

du dispositif dans l'espace bâti ou non bâti dans lequel il doit s'insérer.

Pour exprimer les incompatibilités d'un dispositif avec un lieu, il faut aller du plus impactant au moins impactant par rapport au paysage. Il s'agit de distinguer, de hiérarchiser les points du dispositif qui portent manifestement atteinte au paysage (par exemple taille, échelle, matériaux utilisés, couleurs...) et identifier les points d'amélioration éventuels.

Puis, point par point, il est nécessaire de développer ce en quoi ces éléments ne sont pas compatibles avec la qualité du paysage et du cadre de vie.

Quelles seraient les grosses erreurs à éviter ?

La plus grosse erreur serait de ne pas se rendre sur le terrain et de traiter un dossier seulement sur la base de la demande d'autorisation « papier ».

Et évidemment, refuser une autorisation sans motivation constitue également une erreur majeure.

Quelles sont les personnes que vous mobilisez éventuellement pour étayer vos avis ?

Dans le cadre de l'instruction des demandes d'autorisation, des conseils avisés sont toujours les bienvenus.

Bien que solliciter des conseils puisse parfois requérir du temps, cette étape est importante pour être sûr de son analyse.

Toutefois, il existe des délais pour traiter les demandes d'autorisation, il s'agit donc d'y rester vigilant.

Des architectes et paysagistes conseil de l'État travaillent dans les DDT(M) et les DREAL. Il est souvent opportun de les solliciter pour confronter les points de vue.

Enfin, pour ce qui relève du domaine patrimonial bâti (articles L.581-4 et L.581-8), l'architecte des bâtiments de France doit également être impliqué. Il connaît bien les enjeux liés à l'affichage car il expertise notamment les demandes d'autorisation d'installation d'enseignes en secteur protégé.

Accompagnement d'une collectivité dans l'élaboration de son RLP : témoignage de la DRIEE

Dans le cadre de l'élaboration d'un RLP, quels services de l'État ou autres organismes peuvent accompagner les collectivités ?

Une collectivité peut se tourner en premier lieu vers les services déconcentrés du ministère en charge de l'écologie. Il s'agit prioritairement des directions départementales des territoires et de la mer (DDT/DDTM) et éventuellement des directions régionales de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL).

Par ailleurs, les services territoriaux de l'architecture et du patrimoine (STAP - du ministère de la culture et de la communication) doivent notamment être consultés lorsque la collectivité territoriale est concernée par l'un des outils suivants : monuments historiques (MH), ZPPAUP, AVAP, secteurs sauvegardés, sites inscrits et classés.

Lorsque la collectivité est limitrophe d'un périmètre de parc naturel régional (PNR), il est conseillé de prendre l'attache du gestionnaire du PNR et de prendre connaissance des orientations de sa charte en matière de publicité.

Enfin, le conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement (CAUE) du département de la collectivité peut également être sollicité.

Quel a été l'apport de la DRIEE dans le cadre de l'élaboration du RLP de Paris ?

Le RLP de Paris est un RLP dit transitoire, qui a donc été élaboré suivant l'ancienne procédure alors en vigueur.

Dans le cadre d'un tel projet à forte dimension politique, le rôle de la DRIEE, en coordination avec le STAP (service territorial de l'architecture et du patrimoine) et l'unité territoriale DRIEA (direction régionale et interdépartementale de l'équipement et de l'aménagement Île-de-France), était d'accompagner la ville dans l'élaboration d'un règlement assurant la protection du cadre de vie, la préservation d'un patrimoine urbain exceptionnel générant une économie touristique importante, tout en veillant à garantir le principe de liberté d'expression visé à l'article L.581-1.

Les services de l'État ont ainsi participé aux groupes de travail présidés par l'adjointe au maire de la ville.

La DRIEE, qui a notamment travaillé à la recherche d'un équilibre entre la liberté d'expression et la préservation du patrimoine architectural lors de l'élaboration du règlement, a rapporté le projet de RLP devant la CDNPS

(commission départementale de la nature, des paysages et des sites) de Paris.

Par ailleurs, la sécurité juridique du document a fait l'objet d'une attention particulière des services de l'État, comme de la ville.

Quels types d'attentes avez-vous constaté chez les collectivités élaborant un RLP : des attentes d'ordre méthodologique ou procédural ? Des attentes sur les questions de fond et notamment la prise en compte des enjeux paysagers et architecturaux ?

Tout d'abord, il convient de préciser que les attentes peuvent varier selon la taille des collectivités et l'ingénierie dont elles disposent.

Cependant, dans le cadre de l'élaboration d'un RLP, les collectivités ont majoritairement recours à des bureaux d'études extérieurs.

Dans ce cadre, les collectivités expriment une forte attente d'un appui des services de l'État, qui peuvent apporter un regard complémentaire à celui du bureau mandaté, notamment sur les questions de sécurité juridique de leur règlement.

Sur les questions de contenu (enjeux paysagers et architecturaux), les collectivités sont également à l'écoute des conseils méthodologiques qui peuvent être fournis par les services de l'État pour appréhender ces enjeux en cohérence avec l'objectif de protection du cadre de vie.

De plus, les mesures de fonds d'un RLP peuvent parfois être sensibles et faire l'objet d'incompréhensions auprès de certains acteurs. Dans ce cas, le discours de l'État peut être un élément utilisé par la commune dans le cadre de ses discussions avec les parties prenantes.

Quelles sont les difficultés rencontrées dans le cadre de ce type de mission ?

Dans le cadre de l'élaboration d'un RLP, il est fondamental de garder à l'esprit que c'est la collectivité qui élabore son RLP. Les services de l'État interviennent en appui, ils accompagnent et conseillent la collectivité.

Le respect de ce principe garantit une bonne collaboration.

Quels conseils pourriez-vous donner à des agents des services de l'État qui seront amenés à accompagner des collectivités dans l'élaboration de leur RLP ?

Pour avoir un apport pertinent dans le cadre de cette mission d'accompagnement, il est essentiel de connaître *a minima* le territoire de la collectivité. Il est donc important de se renseigner pour appréhender les enjeux de ce territoire avant de participer aux réunions de travail relatives au projet.

En plus de constituer un gage de crédibilité, le fait d'avoir une bonne connaissance du territoire est très apprécié par les représentants de la collectivité.

8.3 Outils et fiches pratiques

Préconisation en matière d'orientation relatives à la publicité pour les chartes de PNR

Que peut donc dire la charte ?

En préambule

- Organiser et mettre en œuvre des opérations de police, dans un premier temps, par rapport aux dispositifs illégaux situés dans le PNR
- Définir une véritable politique du PNR en matière de publicité et encadrer le RLP(i) via des orientations et mesures précises avec lesquelles le RLP devra être compatible.
- Rappeler que la réintroduction de la publicité en PNR dans le cadre d'un RLP(i) constitue une mesure d'exception (facultative) et en tout état de cause, pour les zones où il a été décidé de réintroduire de la publicité les prescriptions établies sont au moins aussi restrictives que les règles nationales et compatibles avec les orientations et mesures de la charte. En effet, la

RAPPEL

Hors agglomération à proximité des établissements commerciaux exclusifs de toute habitation (Art. L.581-7) et à l'intérieur des agglomérations (Art. L.581-8), la publicité peut être réintroduite par un RLP(i) dans les parcs naturels régionaux, les dispositions des RLP(i) devant être compatibles avec les orientations et mesures de la charte (Art. L.581-14).

réintroduction de la publicité ne doit pas conduire à polluer visuellement et banaliser les espaces concernés, au risque de nuire gravement à l'image du label PNR, mais doit se faire avec discernement, pour répondre à des besoins réels d'acteurs locaux et en recourant à des formats aussi réduits et harmonieux que possible.

Enseignes

Rappeler que le RLP(i) a un rôle à jouer tout particulièrement dans l'harmonisation des enseignes afin que les enseignes dans les PNR ne soient pas soumises au régime général de la réglementation des enseignes.
En cas d'élaboration d'un RLP(i) dans un PNR, recommander que ce RLP(i) prévoit l'élaboration d'une charte graphique sur les enseignes à courte échéance. Afin de préserver l'image du label PNR, le RLP(i) peut prévoir des prescriptions particulières relatives aux enseignes (notamment sur le nombre, la surface ou les caractéristiques des enseignes) ou interdire certains types de dispositifs (ex : enseignes sur toiture, enseignes lumineuses numériques, enseignes au sol,...).

Publicité

La charte peut rappeler la philosophie de la réintroduction de la publicité en PNR qui est une démarche d'exception et de dérogation. Il convient donc de se placer dans une approche « par ouverture de secteurs à la publicité » et non « par interdiction » considérant qu'il s'agit d'une mesure d'exception et que c'est bien l'ensemble du territoire du PNR qui est sensible à la publicité. Il s'agit donc de laisser une possibilité aux communes de réintroduire la publicité dans des secteurs à enjeux particuliers/activités économiques, secteurs très anthropisés dans lesquels il peut être admis de la publicité selon des prescriptions particulières.
La charte peut donc comprendre des dispositions visant :

- à ne réintroduire que certains dispositifs (non lumineux/lumineux, mural/scellé au sol ou sur le sol, mobilier urbain)
- et ce sur des communes et/ou secteurs identifiés (uniquement à enjeux forts/acteurs économiques)
- en précisant les critères graphiques permettant d'harmoniser les dispositifs publicitaires introduits (dimension, coloris, typographie, matériaux, ...en fonction des dispositifs)
- en donnant des critères à leur emplacement par rapport aux spécificités locales
- en fixant des règles de densité et de format plus restrictives que la réglementation nationale, éventuellement en rapportant ces règles à des activités et des communes (exemple : x publicités par activité et par commune)
- à prendre des engagements ambitieux en matière de réduction de la consommation énergétique pouvant conduire à ne pas réintroduire les dispositifs lumineux ou dispositifs d'éclairage, ou bien à ne les réintroduire que sous certaines conditions (à préciser dans la charte).

La charte peut également, notamment à travers ses orientations, recommander aux communes partiellement incluses dans le PNR de porter une attention particulière sur la partie du territoire de la commune non intégrée au PNR. L'objectif est d'éviter que l'interdiction ou l'encadrement plus strict de la publicité dans la partie de la commune située dans le périmètre du PNR ne conduise à reporter la masse des dispositifs publicitaires sur le territoire de la commune située hors PNR et que l'entrée dans le PNR soit ainsi caractérisée par un affichage publicitaire trop marqué.

Préenseignes dérogatoires

Rappeler que les quatre catégories de préenseignes dérogatoires autorisées après le 13 juillet 2015 concernent :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations ou manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique de moins de trois mois et les travaux publics ou opérations immobilières de plus de trois mois (Art. L.581-20).

Rappeler que les autres activités ne peuvent être signalées que dans les conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière.

Contenir des dispositions visant l'harmonisation de ces préenseignes dérogatoires et prévoir l'élaboration d'une charte graphique ; encourager les signataires à participer à l'élaboration des prescriptions en matière de SIL avec les gestionnaires de voirie.

Publicité et paysage [1]

Les politiques du paysage, menées par les différentes autorités publiques, visent à introduire une préoccupation de qualité du territoire dans les diverses politiques qu'elles conduisent, dans le but de répondre aux attentes des populations de jouir d'un cadre de vie de qualité, favorable à leur épanouissement personnel et collectif.

En investissant les rues, les modes de transports, les manifestations publiques, les dispositifs publicitaires cherchent à s'imposer dans l'espace public et deviennent ainsi une composante notable de notre cadre de vie, composante considérée comme une « nuisance » pour ce dernier (*cf*. Titre du livre V, « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances », du code de l'environnement dans lequel s'inscrit la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes).

Aussi revient-il aux autorités compétentes, dans la limite de leurs compétences respectives, de prendre des mesures visant, non pas seulement à réduire les effets négatifs[2] respectifs de chacun des dispositifs publicitaires, mais plus encore à prévenir leurs effets négatifs cumulés, à anticiper le développement des dispositifs et à faire en sorte que le paysage éprouvé par les populations soit à l'image d'un développement collectivement souhaité.

Comment appréhender la publicité par le paysage ?

Il convient pour cela de dépasser quelques difficultés :

- Tout d'abord l'opposition de principe entre publicité et paysage : si l'objectif du dispositif publicitaire est par définition d'être bien lisible dans un paysage et *in fine* le message qu'il véhicule ; à l'opposé, le dispositif, est aussi considéré comme une « nuisance » pour le cadre de vie que la réglementation cherche précisément à réduire ;
- Ensuite, le fait que le dispositif publicitaire doive être appréhendé indépendamment du message qu'il supporte : et ceci notamment parce que si le dispositif est plus ou moins pérenne, le message est, quant à lui, plus souvent éphémère. Or, comme l'a démontré Bernard Lassus (*Jeux*, 1977), la présence d'un objet est parfois minimisée par la cohérence de sa signification au contexte. Ainsi on comprendra que la promotion de produits dans un environnement dans lequel ils prennent sens ne sera pas perçue de la même manière que si aucun lien ne peut être établi entre le produit et le lieu d'implantation du dispositif (exemple : un panneau publicitaire sur un vin au cœur d'un vignoble). Les enseignes doivent ainsi être distinguées de l'affichage publicitaire dans la mesure où elles ont *a priori* un rapport avec le contexte.

Image du haut : la présence de l'objet est exagérée par sa signification
Image du bas : la présence de l'objet est miniaturisée par la cohérence de sa signification au contexte

D'après *Jeux*, Bernard Lassus, 1977

L'affichage publicitaire ne peut donc pas être appréhendé en termes d' « intégration paysagère » puisque d'une part « intégrer » un dispositif revient à chercher à le dissimuler, alors même que son objectif est précisément d'être bien visible et parce que, d'autre part, aucune prise n'est possible sur le contenu de l'affichage (sauf cas particulier des enseignes).

1. La réflexion s'appuie sur les travaux de Bernard Lassus (Lassus, *Jeux*, Editions Galilée, 1977) ; Auteur : Marie Villot, Bureau des paysages et de la publicité (DHUP/MEDDE)

2. Il ne faut pas nier que la publicité et les enseignes peuvent avoir des effets positifs sur le paysage. La publicité figure ainsi dans certaines œuvres peintes ou photographiques comme élément de la composition urbaine.

Anticiper l'affichage publicitaire et choisir son cadre de vie

« *L'hétérogénéité est plus accueillante que l'homogénéité* » (D'après *Jeux*, Bernard Lassus, 1977).

De l'importance du contexte.....à la dimension temporelle...

Poursuivons la comparaison entre l'affichage publicitaire et les travaux de Bernard Lassus : ce dernier a montré qu'un apport peut ouvrir des possibilités à l'évolution d'un site. En particulier un apport peut réduire ou augmenter la réceptivité du site à de nouveaux apports : *« ce n'est pas par un paysage homogène, chaque fois renforcé par des apports dont les caractères sont similaires aux caractères des éléments constitutifs que peut se faire l'accueil le plus favorable, mais au travers de ses différences. Il apparaît qu'un substrat paysager suffisamment hétérogène permette d'accueillir des apports originaux».*

Le fait d'autoriser un dispositif contrastant plus ou moins avec le paysage dans lequel il s'inscrit, ouvre donc, ou non, des possibilités à une évolution facilitée voire à une transformation du paysage, par des ajouts ultérieurs. Le devenir du paysage est ainsi remis en cause à chaque fois que se pose la question d'introduire un nouveau dispositif.

Si le contexte paysager est important, la dimension temporelle l'est tout autant. Car si un apport peut faire évoluer le paysage, des apports successifs rendus possibles par l'ajout du premier dispositif peuvent conduire à transformer radicalement le paysage. Et les conséquences de l'ajout successif de dispositifs publicitaires ne sont ainsi généralement perçues que trop tardivement, sans que l'on ne puisse plus y remédier.

Et dans le même temps, la surabondance des « signes publicitaires » a pour effet d'en amoindrir la force : *« Qu'est-ce tous ces signes parmi nous qui finissent par me faire douter du langage et qui me submergent de significations noyant le réel au lieu de le dégager de l'imaginaire »* (Jean-Luc Godard, Deux ou trois choses que je sais d'elle).

Dans l'intérêt de tous, l'approche paysagère doit donc se raisonner en termes d'équilibre : un compromis à trouver entre les aspirations des populations et les objectifs des acteurs économiques.

- L'enjeu pour l'autorité administrative est par ailleurs :
  - d'avoir une bonne connaissance du contexte paysager dans lequel est envisagé le dispositif et de disposer en particulier d'orientations en matière de protection, de gestion et d'aménagement du paysage (sachant qu'une politique du paysage permet d'appréhender toutes les politiques sectorielles) ;
  - d'appréhender l'affichage publicitaire et l'évolution des paysages dans une logique de long terme.
- L'objectif est donc d'anticiper et de planifier le développement de la publicité sur un territoire et de connecter RLP(i) et objectifs de qualité paysagère.

Si un apport peut faire évoluer un substrat, des apports successifs, rendus possibles par l'ajout d'un premier apport, peuvent conduire à transformer radicalement le substrat d'origine.

Les RLP(i) : outils indispensables pour les collectivités territoriales qui ont pour dessein un cadre de vie de qualité

Les RLP(i) permettent d'une part, d'adapter la réglementation aux différents contextes locaux, et de répondre aux enjeux des multiples paysages urbains à l'intérieur d'une même agglomération et, d'autre part, de planifier le développement des dispositifs publicitaires pour aboutir à un développement maîtrisé et choisi de la publicité.

Un RLP(i) permet en effet de garantir que les dispositifs publicitaires susceptibles de se développer auront une cohérence dans le paysage, un sens pour les populations, et répondront à leurs attentes de jouir d'un cadre de vie de qualité. La recherche de la cohérence et de l'équilibre des dispositifs dans le paysage est en outre un gage que l'ensemble des

dispositifs restera visible et que les messages des acteurs économiques seront donc lisibles et leurs intérêts par conséquent préservés.
Le RLP(i) constitue donc un document stratégique, qui, avec une vision à plus ou moins long terme, concrétise l'équilibre trouvé entre les attentes respectives de chacun, populations et acteurs économiques (qui sont associés à son élaboration).
Elaborer un règlement local de publicité ne signifie pas en effet restreindre l'affichage publicitaire sur un territoire, mais répondre à une vision partagée de ce vers quoi l'on souhaite voir tendre nos paysages. Il s'agit de se donner les moyens de faire en sorte que l'évolution des paysages ne soit pas pensée et vécue comme une dégradation inexorable mais comme un processus qui peut être explicité et par conséquent choisi collectivement.

A travers une réglementation de la publicité et des enseignes adaptée à un contexte paysager local, élaborer un RLP(i) revient à :
- se placer dans une approche du paysage en tant qu'élément du cadre de vie et non pas une approche uniquement esthétique
- se donner les moyens de répondre à des objectifs de qualité paysagère
- permettre de rendre cohérentes ses décisions dans l'espace et dans le temps
- faire se rejoindre les intérêts des acteurs économiques et les attentes des populations de s'épanouir dans un cadre de vie de qualité

Quelques éléments de méthode pour l'élaboration des RLP

- D'abord, il s'agit d'identifier, de caractériser et de qualifier les différentes unités paysagères qui composent le territoire. Dans le cas présent, il s'agit de territoires urbains.
- Ensuite, pour chacune des unités paysagères identifiées, il s'agit en tenant compte des objectifs de qualité paysagère formulés dans les documents d'urbanisme ou dans des plans de paysage le cas échéant, de formuler et de motiver les prescriptions auxquels devront répondre les dispositifs à l'intérieur de chacune de ces unités paysagères (type de dispositifs accepté/refusé, seuil de densité à respecter - éventuellement par dispositif -, et toutes les préconisations qui seront jugées nécessaires en fonction des paysages considérés : en termes d'harmonisation des enseignes par exemple, etc.)

Les autorisations

Parce que la procédure est centrée sur une évaluation des dispositifs au cas par cas, le régime d'autorisation de certains dispositifs publicitaires ne permet pas réellement d'avoir une vision en termes de qualité du cadre de vie, mais davantage en terme d'esthétique à la différence des RLP(i) dont l'objectif paysager est plus ambitieux.
Toutefois, la logique qui prévaut pour autoriser ou refuser un dispositif, suit la même logique de démonstration que celle qui prévaut à l'élaboration d'un RLP(i). Il s'agit de mettre en avant l'intérêt du lieu puis d'expliquer les raisons de l'incompatibilité du dispositif avec le sens des lieux, c'est-à-dire de préciser en quoi le dispositif porte atteinte au caractère des lieux.
L'article R.581-19 dispose que « *l'autorisation d'emplacement est délivrée au dispositif [...] compte tenu notamment de sa durée d'installation, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière* » et précise donc les critères sur lesquels fonder une décision.

Par une approche plastique du paysage, on peut ainsi identifier quelques enjeux liés à l'affichage publicitaire, enjeux en termes de :
- rapports d'échelle entre le dispositif envisagé et les structures paysagères ou éléments de paysage existants ;
- cohérence entre le dispositif et des perspectives existantes (qu'elles soient liées à du bâti ou à des alignements d'arbres par exemple) ou des points d'appel dans le paysage (présence de dispositifs qui pourraient remettre en cause l'objectif de la composition initiale) ;
- cohérence du dispositif avec le sens des lieux (vue sur un dispositif publicitaire depuis un lieu de mémoire par exemple) ;
- cohérence avec des protections particulières et en particuliers avec les critères sur lesquels reposent ces protections ;
- cohérence avec des dispositifs déjà existants (question de lisibilité, de saturation visuelle, etc.).

Une composition urbaine structurante, la rue de Rivoli

Point sur l'ordonnance n°2012-34 du 11 janvier 2012 portant simplification, réforme et harmonisation des dispositions de police administrative et de police judiciaire du code de l'environnement : impact sur la réglementation de la publicité extérieure

L'ordonnance n°2012-34 du 11 janvier 2012 portant simplification, réforme et harmonisation des dispositions de police administrative et de police judiciaire du code de l'environnement, est entrée en vigueur le 1er juillet 2013.

Deux décrets d'application relatifs à la procédure de commissionnement et à la transaction pénale sont en cours d'élaboration. Leur date de publication est prévue pour 2014.

Les dispositions de l'ordonnance sont intégrées au Livre premier du code de l'environnement, dans un futur titre VII intitulé « Dispositions communes relatives aux contrôles et aux sanctions » (Art. L.170-1 à L.174-1).

Ainsi depuis le 1er juillet 2013, les dispositions communes relatives à la police administrative et judiciaire entreront en vigueur et s'appliquent à tous les domaines traités par le code de l'environnement.

Cependant, les dispositions particulières relatives aux contrôles et aux sanctions déjà traitées dans les autres Livres du code de l'environnement et non modifiées ou supprimées, restent applicables et complètent ou dérogent aux nouvelles dispositions communes édictées par l'ordonnance du 11 janvier 2012.

Ainsi, les dispositions relatives à la réglementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes demeurent applicables hormis de légères modifications fixées par l'article 19 de l'ordonnance.

Est notamment mis à jour et complété, l'article L.581-40 qui élargit la liste des agents habilités à la constatation des infractions à la réglementation de l'affichage publicitaire (cf. point n° 219).

I. Contrôle, constatation des infractions et police

Modalités du contrôle et de la recherche et contatation des infractions

Dans le cadre de la réglementation de l'affichage publicitaire, les opérations de contrôles et les opérations de recherche et de constatation des infractions se recoupent et sont donc les mêmes à peu d'éléments près. Après examen des deux parties de l'ordonnance consacrées à la police administrative et à la police judiciaire, les axes communs et opportuns pour la réglementation de la publicité extérieure suivants ont été relevés :

L'accès à certains lieux liés à l'infraction

Important : Pour obtenir des informations sur **la procédure de visite des locaux** en cas de refus de l'occupant et plus largement sur **les procédures communes aux polices de l'environnement**, se référer à la **circulaire relative à la mise en œuvre, dans les domaines de la police de l'eau, de la nature et des sites, de l'ordonnance 2012-34 du 11 janvier 2012** portant simplification, réforme et harmonisation des dispositions de police administrative et de police judiciaire du code de l'environnement, dont la publication est prévue pour **2014** .

Si les dispositions relatives à la police administrative déjà fixées par la réglementation de l'affichage publicitaire et définies aux articles L.581-26 et suivants demeurent applicables, l'ordonnance confère aux agents chargés du contrôle et de la constatation des infractions de nouvelles prérogatives et obligations.
Les conditions d'accès à certains lieux sont notamment précisées à l'article L.171-1.
Concernant certains espaces clos tels que des entreprises clôturées, disposant sur leur terrain ou construction, d'un ou de dispositifs publicitaires, d'enseignes ou de préenseignes, l'accès pourra avoir lieu pendant qu'ils sont ouverts au public ou à des horaires fixés de huit heures à vingt heures (exemple : établissements entourés de clôtures où sont réalisées des activités de production, fabrication, transformation, stockage, dépôt, commercialisation...).
Pour les autres lieux tels que les véhicules, navires, bateaux et embarcations lorsqu'ils sont équipés ou utilisés à des fins essentiellement publicitaires, l'accès et le contrôle pourront être effectués à tout moment.

Dans le cas où l'accès aux lieux mentionnés ci-dessus est refusé ou que les conditions d'accès ne sont pas réunies, la visite pourra être ordonnée par ordonnance du juge des libertés et de la détention du TGI compétent.
Dans ce cas particulier, le PV est adressé au juge auteur de l'ordonnance (juge des libertés et de la détention). L'ordonnance autorisant la visite est bien sûr susceptible d'appel.

La communication des informations et des documents
Les agents chargés du contrôle et de la constatation des infractions pourront recueillir sur convocation ou sur place les déclarations de toute personne pouvant être utiles à la rédaction du procès verbal.
Ils auront aussi la possibilité de se faire communiquer tous documents nécessaires même sous forme informatisée (autorisation écrite du propriétaire, contrat de bail,...).
En outre, les agents chargés du contrôle pourront si nécessaire se communiquer entre eux tous documents et informations utiles à l'exercice de leur mission.

Réquisition par le procureur de la république
A noter que les agents peuvent être requis dans le cadre de leur enquête et dans l'exercice de leurs fonctions, par le procureur de la République, le juge d'instruction et les officiers de police judiciaire.

Procès verbal
L'ordonnance du 11 janvier 2012 modifie quelque peu les modalités de transmission des procès verbaux au procureur de la République, en fixant à 5 jours cette transmission et en rendant obligatoire la transmission de la copie du procès-verbal à l'autorité de police compétente (cf. point n° 221).

Mesures et sanctions administratives

La réglementation de l'affichage publicitaire comportant déjà un système de police préventive par le biais de la mise en demeure, de la procédure d'astreinte et de l'exécution d'office, les dispositions de l'ordonnance sur ce sujet ne peuvent s'y ajouter que pour un nombre restreint de mesures qui par ailleurs ne restent que des facultés alors que la police administrative de l'affichage publicitaire est principalement exercée dans le cadre d'une compétence liée.

Il est donc conseillé d'utiliser ces nouvelles dispositions de manière prudente dans la mesure où la plupart d'entre elles se révèlent quasiment inapplicables ou incompatibles avec les dispositions relatives à l'amende et à l'astreinte notamment déjà existantes et efficaces dans la réglementation de l'affichage publicitaire.

Ainsi devront être très prudemment abordées les dispositions relatives aux mesures conservatoires, de suspension, d'apposition de scellés, de saisie, de consignation et d'amende.

A noter que si ces nouvelles mesures devaient être appliquées par les services dans le cadre de leur pouvoir de police, il importe de souligner qu'elles n'ont pas de caractère impératif dans la mesure où elles ne font pas peser de compétence liée sur l'autorité de police et qu'elles ont par ailleurs, un caractère de sanction susceptible de contentieux.

II. Recherche et constatation des infractions

Habilitation des agents chargés de certains pouvoirs de police judiciaire

Le nouvel article L.172-1 fixe les modalités d'habilitation des agents qui sont chargés du contrôle de la réglementation de l'affichage publicitaire. Les conditions nouvelles de cette habilitation seront précisées par décret en Conseil d'Etat.

L'article L.581-40 qui liste les agents habilités à opérer ce contrôle relatif à la police administrative de l'affichage publicitaire est modifié et complété. Les IPC et ITPE sont remplacés par « les fonctionnaires et agents des services de l'Etat et de ses établissements publics dûment commissionnés et assermentés à cet effet ».

Sont ajoutés à la liste des agents habilités, les agents chargés de constater les infractions relatives aux sites inscrits et classés commissionnés et assermentés à cet effet et les agents chargés de constater les infractions relatives aux réserves naturelles et les gardes du littoral.

Si l'ordonnance ne modifie en rien ce qui concerne le commissionnement et l'assermentation des agents déjà habilités par d'autres réglementations, elle procède à la mise en place d'une nouvelle procédure pour les futurs agents qui devront être commissionnés et assermentés pour la police de l'affichage publicitaire et prendront l'appellation d'inspecteurs de l'environnement.

A compter de l'entrée en vigueur du décret d'application de l'ordonnance du 11 janvier 2012, les agents nouvellement commissionnés et assermentés le seront conformément à la nouvelle procédure.

L'article L.172-1 distingue deux catégories de compétences :
- la catégorie 1° relative aux attributions « Eau et Nature » ;
- la catégorie 2° relative aux attributions visant les installations classées pour la protection de l'environnement.

Les agents qui seront commissionnés pour la police de l'affichage publicitaire entreront dans la catégorie 1° relative aux attributions « Eau et Nature ».

L'autorité administrative vérifiera que les futurs inspecteurs de l'environnement disposent des compétences techniques et juridiques nécessaires.

Enfin, en cas d'incompatibilité de conditions ou comportement avec le bon exercice des fonctions de mission de police judiciaire, le commissionnement pourra être abrogé ou simplement suspendu pour une durée de six mois renouvelable.

Dès l'entrée en vigueur du décret d'application, les agents concernés pourront être commissionnés conformément à la procédure suivante :

Les agents concernés pourront faire l'objet d'un commissionnement pour une ou plusieurs polices spéciales de l'environnement et devront suivre un parcours de formation adapté.

Ainsi avant de procéder au commissionnement d'un agent pour la police de l'affichage publicitaire, celui-ci devra suivre une formation constituée par les deux modules suivants :
- Module relatif aux dispositions répressives en police de l'environnement,
- Module relatif à la réglementation de la publicité

A la suite de cette formation, les propositions de commissionnements ou d'extensions de commissionnement des agents des services de l'Etat seront adressées par les DREAL à la DGALN.

La DGALN validera les propositions de commissionnement et éditera mensuellement un arrêté de commissionnement.

Muni de cet arrêté de commissionnement, l'agent concerné prêtera serment devant le TGI du lieu de sa résidence administrative. La prestation de serment officialisée par procès verbal du TGI, sera renvoyée à la DGALN et enregistrée dans un outil de gestion.

La carte de commissionnement comportant l'identité de l'agent, ses attributions et sa photographie, sera éditée et signée par le DGALN, par délégation de la Ministre en charge de l'écologie, et adressée à l'agent.

L'inspecteur de l'environnement devra être muni de cette carte dans l'exercice de ses fonctions.

En cas de mutation ou de changement d'affectation, les inspecteurs de l'environnement conserveront leur commissionnement.

Concernant la prestation de serment, il n'y aura pas besoin d'y procéder de nouveau en cas de changement d'affectation, de résidence administrative, de changement de corps, de grade, d'emploi ou de changement de catégorie mentionnée à l'article L.172-1.

III. Sanctions pénales

Les sanctions pénales applicables aux infractions à la réglementation de l'affichage publicitaire sont notamment fixées par le code de l'environnement aux articles L.581-34 pour les délits et aux articles R.581-85 à R.581-87 pour les contraventions.

Ainsi les sanctions pénales prévues par l'ordonnance du 11 janvier 2012 ne trouveront pas ici d'application pour la plupart puisque déjà prévues par la réglementation de l'affichage publicitaire. Cependant certaines dispositions qui n'apparaissent pas dans la réglementation de l'affichage publicitaire pourront trouver ici leur application.

L'article L.173-3 prévoit notamment des peines assez lourdes en cas d'atteinte grave à la sécurité des personnes ou de dégradation particulièrement importante de la flore ou du sol. Dans ces cas exceptionnels mais cependant envisageables, les peines prévues sont de deux ans d'emprisonnement et de 75 000 euros d'amende.

Par ailleurs, le fait de faire obstacle à l'exercice des missions des agents sera dorénavant puni de six mois d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende.

A noter enfin que les peines complémentaires prévues à l'encontre des personnes morales reconnues pénalement responsables seront désormais applicables dans le cadre des sanctions pénales relatives à l'affichage publicitaire.

IV. Transaction pénale

L'ordonnance du 11 janvier 2012 met en place la possibilité d'opérer une transaction avec le contrevenant avant le déclenchement de l'action publique.

En effet, la transaction pénale permettra de proposer au contrevenant et au vu de sa situation, une amende d'un montant inférieur au tiers de l'amende pénale prévue et ceci à la condition qu'il se mette en conformité avec la réglementation et tienne compte des obligations imposées par l'administration.

La transaction pénale sera proposée au procureur de la République qui devra l'homologuer par un accord qui interrompra le délai de prescription de l'action publique.

Le préfet de département procédera à la proposition de transaction pénale qui mentionnera ; la nature des faits reprochés et leur qualification juridique, le montant de la peine encourue, le montant de l'amende transactionnelle, le délai de paiement de l'amende transactionnelle et le cas échéant, la nature et les modalités d'exécution des obligations imposées en vue de faire cesser l'infraction, d'éviter son renouvellement ou de remettre les lieux en état.

La proposition de transaction sera alors transmise au contrevenant dans un délai d'un an pour les délits relatifs à la réglementation de l'affichage publicitaire. A noter ici, que les contraventions des quatre premières classes ne sont pas concernées par cette procédure et que la procédure de transaction pénale dans le cadre de la réglementation de l'affichage publicitaire ne s'appliquera donc qu'aux délits.

Par la suite, le contrevenant en accord avec la proposition de transaction devra la renvoyer dans un délai d'un mois à compter de son envoi. Au terme de ce délai d'un mois, la proposition de transaction sera réputée refusée par ce dernier.

Enfin, le dossier de transaction sera transmis au procureur de la République qui pourra l'homologuer afin que l'autorité administrative puisse la transmettre à l'auteur de l'infraction.

En cas de refus d'homologation par le procureur de la République, il sera mis fin à la procédure de transaction pénale.

Dispositions réglementaires avant et après le 1er juillet 2012 : tableau de concordance

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Section première : Dispositions générales	
Sous-section 1 : Définitions	
Article R.581-1 Par voies ouvertes à la circulation publique au sens de l'article L.581-2, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.	**Article R.581-1** Par voies ouvertes à la circulation publique au sens de l'article L.581-2, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.
Sous-section 2 : Affichage d'opinion	
Article R.581-2 La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions du 2ème alinéa de l'article L.581-13, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante : 1° 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ; 2° 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ; 3° 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.	**Article R.581-2** La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions du 2ème alinéa de l'article L.581-13, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante : 1° 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ; 2° 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ; 3° 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.
Article R.581-3 Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux. Lorsqu'ils sont situés dans une zone de publicité restreinte, ces emplacements doivent être conformes aux prescriptions définies par l'acte instituant cette zone et applicables à la publicité. Leur surface totale ne peut toutefois pas être inférieure à 2 m².	**Article R.581-3** Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.
Article R.581-4 Dans le cas où la publicité est interdite, en application des I et II de l'article L.581-8, et où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m².	**Article R.581-4** Dans le cas où la publicité est interdite, en application du I de l'article L.581-8, et où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m².

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Section II : Publicité	
Sous-section Section 1 : Dispositions générales	
Article R.581-5 Sous réserve de l'application des dispositions du premier alinéa de l'article R.581-32, l'installation, le remplacement ou la modification d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité fait l'objet d'une déclaration préalable qui est adressée au préfet et au maire par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif ou le matériel.	**Article R.581-6** Sous réserve de l'application des dispositions de l'article R.581-9, font l'objet d'une déclaration préalable, l'installation, le remplacement ou la modification : – d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité ; – de préenseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur ou 1,50 mètre en largeur. Le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité fait aussi l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police en vertu de l'article L.581-14-2.
Article R.581-6 La déclaration préalable comporte : 1° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur une propriété privée : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) La localisation et la superficie du terrain ; c) La nature du dispositif ou du matériel ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux limites séparatives et aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins ; e) L'indication du nombre et de la nature des dispositifs déjà installés sur le terrain ; f) Un plan de situation du terrain, un plan de masse coté et la représentation graphique du dispositif ou du matériel cotée en trois dimensions. 2° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur le domaine public : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) L'emplacement du dispositif ou du matériel ; c) La nature du dispositif ou du matériel ainsi que sa représentation graphique cotée en trois dimensions ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins.	**Article R.581-7** La déclaration préalable comporte : 1° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur une propriété privée : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) La localisation et la superficie du terrain ; c) La nature du dispositif ou du matériel ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux limites séparatives et aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins ; e) L'indication du nombre et de la nature des dispositifs déjà installés sur le terrain ; f) Un plan de situation du terrain, un plan de masse coté et la représentation graphique du dispositif ou du matériel cotée en trois dimensions ; 2° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur le domaine public : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) L'emplacement du dispositif ou du matériel ; c) La nature du dispositif ou du matériel ainsi que sa représentation graphique cotée en trois dimensions ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins.
Article R.581-7 La déclaration préalable est adressée par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal au maire de la commune et au préfet, ou déposée contre décharge à la mairie et à la préfecture. A compter de la date de réception la plus tardive de la déclaration, le décla-	**Article R.581-8** La déclaration préalable, établie en deux exemplaires, est adressée par la personne ou l'entreprise qui projette d'exploiter le dispositif ou le matériel par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal ou déposée contre décharge, à l'autorité compétente en matière de police de la publicité du lieu où est envisagé l'implantation du dispositif ou du matériel. Le formulaire de déclaration préalable est un document CERFA dont le contenu est déterminé par arrêté du ministre chargé de l'environnement. La déclaration préalable peut également être adressée par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique lorsque

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
rant peut procéder, sous sa responsabilité, à la réalisation du projet déclaré.	le maire ou le préfet est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle. Lorsqu'une déclaration de remplacement ou de modification de bâche est adressée au préfet, celui-ci en informe le maire qui a autorisé l'emplacement de bâche. A compter de la date de réception de la déclaration par l'autorité compétente, le déclarant peut procéder, sous sa responsabilité, à la réalisation du projet déclaré.
	Article R.581-14 La déclaration de l'installation d'une publicité sur l'emprise d'un aéroport est assortie de l'accord du gestionnaire de l'aéroport ainsi que des documents établissant qu'elle respecte les règles de sécurité applicables sur ladite emprise.
Article R.581-8 I. – Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, la publicité non lumineuse est interdite en agglomération : 1° Sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; 2° Sur les murs des bâtiments d'habitation sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent que des ouvertures de surface réduite ; 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public.	**Article R.581-22** Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, la publicité est interdite : 1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; 2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ; 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public.
Article R.581-8 II. – Ces dispositions ne s'appliquent pas aux bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou dans les zones mentionnées à l'article L.430-1 du code de l'urbanisme, faisant l'objet d'un permis de démolir.	**Article R.581-23** 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, faisant l'objet d'un permis de démolir.
	Article R.581-25 Les dispositions du présent article s'appliquent à tous les dispositifs publicitaires décrits dans la présente sous-section, à l'exception de ceux apposés sur une palissade ou sur une toiture. I. – Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire. Par exception, il peut être installé : – soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ; – soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire. Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première. Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
	II. – Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire. Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première. Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

Sous-section 2 : Publicité à l'intérieur des agglomérations

§ 1er : Dispositions applicables à la publicité non lumineuse

Article R.581-9

La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur du bâtiment qui la supporte. Le dépassement du bord supérieur des clôtures aveugles autres que les murs ne peut excéder le tiers de la hauteur du dispositif publicitaire.

Article R.581-27 alinéa 2ème

La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

Article R.581-10

La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol.

Article R.581-27 alinéa 1er

La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol.

Article R.581-11

I. – Dans les agglomérations dont la population est égale ou supérieure à 10 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 16 m², ni s'élever à plus de 7,50 mètres au-dessus du niveau du sol.

II. – Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, la surface unitaire de la publicité non lumineuse et la hauteur à laquelle celle-ci peut s'élever au-dessus du niveau du sol sont limitées dans les conditions définies ci-après :

1° Dans les agglomérations dont la population est supérieure à 2 000 habitants et inférieure à 10 000 habitants, la surface unitaire ne peut excéder 12 m², ni la hauteur au-dessus du niveau du sol excéder 6 mètres ;

2° Dans les agglomérations dont la population est égale ou inférieure à 2 000 habitants, la surface unitaire ne peut excéder 4 m², ni la hauteur au-dessus du niveau du sol excéder 4 mètres.

III. – Toutefois, les prescriptions du I sont applicables :

1° Dans la traversée des agglomérations de moins de 10 000 habitants, lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation définies dans les conditions prévues à l'article L.110-3 du code de la route et à l'exception des parties de ces voies qui sont désignées comme restant soumises aux dispositions du II du présent article, aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation dite « de la publicité » et des maires des communes ;

Article R.581-26

I.– Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m², ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol.

II.– Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m², ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Toutefois, cette surface pourra être portée à 8 m² dans la traversée desdites agglomérations, lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation définies dans les conditions prévues à l'article L.110-3 du code de la route et à l'exception des parties de ces voies qui sont désignées comme restant soumises aux dispositions du II du présent article, aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
2° Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui font partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants.	commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation dite « de la publicité » et des maires des communes.
Article R.581-12 Une publicité non lumineuse doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,25 mètre.	**Article R.581-28** Une publicité non lumineuse doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,25 mètre.
Article R.581-13 Aucune publicité non lumineuse ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées. Il est toutefois dérogé à cette disposition lorsqu'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque.	**Article R.581-29** Aucune publicité non lumineuse ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées. Il est toutefois dérogé à cette disposition lorsqu'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque.
§ 2 : Dispositions applicables à la publicité lumineuse	
Article R.581-14 La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Les dispositions du présent paragraphe ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions des articles R.581-8 à R.581-25.	**Article R.581-34** La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.
Article R.581-15 La publicité lumineuse ne peut être autorisée dans les agglomérations de moins de 2 000 habitants sauf lorsqu'elles font partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants.	**Article R.581-34 (suite)** La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. A l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires situés hors agglomération, la publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 m², ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt. Les dispositions des 2ème et 3ème alinéas et des articles R.581-36 à R.581-41 ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions des articles R.581-26 à R.581-33.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
	Article R.581-35 Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes. Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.
Article R.581-16 La publicité lumineuse ne peut être autorisée : 1° Sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; 2° Sur les murs de clôture et autres éléments de clôture.	
Article R.581-17 La publicité lumineuse ne peut : 1° Recouvrir tout ou partie d'une baie ; 2° Dépasser les limites du mur ou du garde-corps du balcon ou balconnet qui la supporte ; 3° Réunir plusieurs balcons ou balconnets.	
Article R.581-18 La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur ou du garde-corps du balcon ou du balconnet qui la supporte.	
Article R.581-19 Lorsqu'un dispositif supportant une publicité lumineuse est situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, sa hauteur ne peut excéder : 1° Un sixième de la hauteur de la façade de l'immeuble et au maximum 2 mètres lorsque cette hauteur est inférieure à 20 mètres ; 2° Un dixième de la hauteur de la façade et au maximum à 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 20 mètres.	**Article R.581-38** Lorsqu'un dispositif supportant une publicité lumineuse est situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, sa hauteur ne peut excéder : 1° Un sixième de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum 2 mètres lorsque cette hauteur est inférieure ou égale à 20 mètres ; 2° Un dixième de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum à 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 20 mètres.
Article R.581-20 Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur le garde-corps de balcons ou balconnets ou bien sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 0,50 mètre.	**Article R.581-39** Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 0,50 mètre.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-21 Les publicités et les dispositifs publicitaires mentionnés aux articles R.581-8 à R.581-12 et R.581-22 à R.581-31, ainsi que leur emplacement doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent.	**Article R.581-24** Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent.
Article R.581-22 Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération : 1° Dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ; 2° 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 plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.	**Article R.581-30** Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération : 1° Dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ; 2° 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 plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.
Article R.581-23 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. Dans les autres agglomérations, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.	**Article R.581-31** 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. Dans les autres agglomérations ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. Sur l'emprise des aéroports et des gares, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent : – ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; – ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Article R.581-24 Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 16 m².	**Article R.581-32** Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m². Toutefois, sur l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes ces dispositifs peuvent s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol, et avoir une surface d'une limite maximale de 50 m². Dans ce cas, les dispositifs sont apposés conformément aux prescriptions édictées par l'autorité compétente en matière de police.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-25 Un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. En outre, l'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.	**Article R.581-33** Un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. En outre, l'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.
Article R.581-26 Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies au présent paragraphe, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. La publicité apposée sur ce mobilier est soumise aux dispositions des articles R.581-11 et R.581-27 à R.581-31.	**Article R.581-42** Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies par la présente sous-section, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. Il ne peut pas supporter de la publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les espaces définis aux 3°, 7° et 8° de l'article L.581-8. Il respecte les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles R.581-30, R.581-31, R.581-34, R.581-35 et R.581-41. Lorsqu'il supporte de la publicité numérique il ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique. Dans les autres cas, il est placé conformément aux prescriptions du règlement local de publicité, ou, à défaut, celles de l'autorité compétente en matière de police.
Article R.581-27 Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m², sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 m², plus 2 m² par tranche entière de 4,50 m² de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.	**Article R.581-43** Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m², sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 m², plus 2 m² par tranche entière de 4,50 m² de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.
Article R.581-28 Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m², sans que la surface totale de la publicité puisse excéder 6 m². L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces kiosques est interdite.	**Article R.581-44** Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m², sans que la surface totale de la publicité puisse excéder 6 m². L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces kiosques est interdite.
Article R.581-29 Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.	**Article R.581-45** Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-30 Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 m² utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.	**Article R.581-46** Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 m² utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
Article R.581-31 Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et oeuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 m² et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R.581-23 et R.581-24 et du 1er alinéa de l'article R.581-25.	**Article R.581-47** Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et oeuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 m² et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R.581-31 et R.581-32 et du 1er alinéa de l'article R.581-33.
Article R.581-32 Quand l'installation d'un dispositif publicitaire est soumise à autorisation préalable en vertu du 2ème alinéa de l'article L.581-9 ou de l'article L.581-44, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif. La demande d'autorisation et le dossier qui l'accompagne sont établis en deux exemplaires. L'un est adressé par pli recommandé, avec demande d'avis de réception, au maire ou déposé contre décharge à la mairie. L'autre est adressé simultanément au directeur départemental de l'équipement dans les mêmes conditions. Lorsque le dispositif de publicité lumineuse doit être installé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ou qu'il est soumis à autorisation en application de l'article L.581-44, un 3ème exemplaire du dossier est adressé simultanément au chef du service départemental de l'architecture dans les mêmes conditions. Copies des avis de réception postale des demandes envoyées au directeur départemental de l'équipement et, le cas échéant, au chef du service départemental de l'architecture sont jointes à la demande d'autorisation adressée au maire.	**Article R.581-15** La demande de l'autorisation d'installer certains dispositifs de publicité lumineuse prévue par le 3ème alinéa de l'article L.581-9 comporte outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7, l'analyse du cycle de vie du dispositif, sa visibilité depuis la voie publique la plus proche ainsi que l'indication des valeurs moyennes et maximales de luminance telles que définies par arrêté ministériel. L'autorisation d'installer un dispositif de publicité lumineuse visé par le 3ème alinéa de l'article L.581-9 ou un mobilier urbain destiné à supporter de la publicité lumineuse visé par le même alinéa est accordée, compte tenu notamment du cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement au sens de l'article L.583-1 aux dispositifs dont les caractéristiques respectent les prescriptions des articles R.581-34 à R.581-41 et les interdictions faites aux publicités et enseignes par l'article R.418-4 du code de la route. L'autorisation d'installer un dispositif de publicité lumineuse ou un mobilier urbain destiné à supporter de la publicité lumineuse est délivrée pour une durée maximale de huit ans.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-33 Si le dossier est incomplet, le maire, dans les quinze jours suivant la réception de ce dossier, invite, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postale, le demandeur à fournir toutes les pièces complémentaires aux destinataires du dossier. La date de réception par le maire de ces éléments et pièces complémentaires se substitue à celle de la demande initiale pour le calcul du délai à l'expiration duquel le défaut de notification vaut autorisation.	**Article R.581-9** Lorsque l'installation d'un dispositif publicitaire est soumise à autorisation préalable en vertu de l'article L.581-9 ou de l'article L.581-44, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif ou le matériel. Lorsque l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation en vertu de l'article L.581-18, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise qui exerce l'activité signalée. La demande d'autorisation et le dossier qui l'accompagne, établis en trois exemplaires, sont adressés par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal ou déposés contre décharge, à l'autorité compétente pour instruire l'autorisation. Le formulaire d'autorisation préalable est un document CERFA dont le contenu est déterminé par arrêté du ministre chargé de l'environnement. La demande d'autorisation peut également être adressée par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique lorsque le maire ou le préfet est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle.
Article R.581-34 L'avis du directeur départemental de l'équipement et, le cas échéant, celui du chef du service départemental de l'architecture sont réputés favorables s'ils n'ont pas été communiqués au maire quinze jours avant l'expiration du délai prévu à l'article R.581-35.	**Article R.581-10** Le dossier qui accompagne la demande d'autorisation est composé des informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 ainsi que, pour certains dispositifs particuliers, des documents prévus par les articles R.581-14 à R.581-21. Dans le mois suivant la réception d'une demande d'autorisation, il est adressé au pétitionnaire : 1° Lorsque la demande est complète, par voie postale ou électronique, un récépissé qui indique la date à laquelle, en l'absence de décision expresse, une autorisation tacite sera acquise en application de l'article R.581-13 ; 2° Lorsque la demande est incomplète, un courrier notifié par envoi recommandé avec demande d'avis de réception postal ou un courrier électronique avec demande d'accusé de réception, qui indique : a) De façon exhaustive, les informations, pièces et documents manquants à produire en trois exemplaires, dans un délai de deux mois suivant la réception de ce courrier ; b) Qu'à défaut de production de l'ensemble des informations, pièces et documents manquants dans ce délai, la demande fera l'objet d'une décision tacite de rejet. Lorsque le dossier est complété dans le délai imparti au pétitionnaire, l'autorité compétente lui adresse le récépissé prévu au 1°, la date à laquelle une autorisation tacite étant acquise étant décomptée à partir de la réception des informations, pièces et documents complémentaires.
	Article R.581-11, alinéa 1er Lorsque l'installation d'un dispositif publicitaire ou d'une préenseigne soumis à autorisation est envisagée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, l'autorisation est délivrée après accord ou avis de l'architecte des bâtiments de France dans les cas prévus pour les enseignes par l'article R.581-16 et selon les mêmes modalités.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
	Article R.581-12 Lorsque l'autorisation doit être délivrée après avis ou accord d'un service ou d'une autorité de l'Etat, l'autorité compétente lui transmet le dossier de la demande au plus tard huit jours après la réception de ce dossier ou celles des pièces qui le complètent, à l'exception de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites à laquelle la transmission du dossier est faite dans les quatre jours suivant cette réception. Sauf disposition contraire, les avis des services et autorités de l'Etat sont réputés favorables s'ils n'ont pas été communiqués à l'autorité compétente quinze jours avant l'expiration du délai prévu à l'article R.581-13, et, pour la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, sept jours avant l'expiration de ce délai.
Article R.581-35 La décision du maire est notifiée au demandeur par pli recommandé avec demande d'avis de réception postale au plus tard deux mois après la réception de la demande par le maire. A défaut de notification dans le délai imparti, l'autorisation est réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.	**Article R.581-13** La décision est notifiée au demandeur par envoi recommandé avec demande d'avis de réception postale au plus tard deux mois après la réception d'une demande complète, ou des informations, pièces et documents qui complètent le dossier, par l'autorité compétente pour instruire l'autorisation. A défaut de notification dans ce délai, l'autorisation est réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.
	Article R.581-19 I.-La demande d'autorisation d'emplacement, prévue à l'article L.581-9, d'une bâche de chantier comportant de la publicité telle que définie à l'article R.581-54, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° L'indication du lieu, de la nature et de la durée des travaux ; 2° L'indication de l'emplacement de l'échafaudage, de la surface de la bâche et de sa durée d'installation ; 3° Le nom des personnes, ou la dénomination ou la raison sociale des entreprises, désirant apposer ou faire apposer une bâche comportant de la publicité, ainsi que leur adresse ; 4° Les esquisses ou photos de la bâche et de l'emplacement envisagé ; 5° Le cas échéant, les documents établissant que les travaux permettent au bâtiment qui en est l'objet de prétendre à l'attribution du label haute performance énergétique rénovation. II.-L'autorisation d'emplacement est délivrée au dispositif dont les caractéristiques respectent les prescriptions des articles R.581-53 et R.581-54 et compte tenu notamment de sa durée d'installation, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière. L'autorisation précise les limites de la surface consacrée à l'affichage publicitaire. Elle peut fixer des prescriptions imposant que la bâche reproduise, sur les surfaces laissées libres, l'image des bâtiments occultés par les bâches ou les dispositifs. III.-La date et le numéro de l'arrêté municipal accordant cette autorisation ainsi que les durées et surfaces visées au 1° et 2° du présent article sont mentionnées sur l'échafaudage, la bâche ou le dispositif, de manière visible de la voie publique, pendant toute la durée d'utilisation de la bâche à des fins d'affichage publicitaire.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
	Article R.581-20 I.-La demande d'autorisation d'emplacement, prévue à l'article L.581-9, d'une bâche publicitaire telle que définie à l'article R.581-55, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° L'indication du type de support de la bâche, de la surface de celle-ci et de sa durée d'installation ; 2° Le nom des personnes, ou la dénomination ou la raison sociale des entreprises désirant apposer ou faire apposer une bâche comportant de la publicité, ainsi que leur adresse ; 3° Les esquisses ou photos de la bâche et de l'emplacement envisagé. II.-L'autorisation d'emplacement est délivrée au dispositif dont les caractéristiques respectent les prescriptions des articles R.581-53 et R.581-55 et compte tenu notamment de sa durée d'installation, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière. Elle est délivrée pour une durée maximale de huit ans. III.-La date et le numéro de l'arrêté municipal accordant cette autorisation ainsi que l'indication des surfaces d'affichage publicitaire autorisé doivent être mentionnées sur la bâche de manière visible de la voie publique, pendant toute la durée de son utilisation.
	Article R.581-21 I.-La demande de l'autorisation d'installer un dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle prévue à l'article L.581-9, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° L'indication du type de manifestation annoncée ; 2° L'indication de l'emplacement du dispositif, de sa surface et de sa durée d'installation ; 3° Le nom des personnes, ou la dénomination ou la raison sociale des entreprises désirant apposer ou faire apposer le dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle comportant de la publicité, ainsi que leur adresse ; 4° Les esquisses ou photos du dispositif, de la publicité et de l'emplacement envisagé. II.-Le maire transmet à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites le dossier de la demande dans un délai de quatre jours à compter de la réception du dossier ou des pièces qui le complètent. III.-L'autorisation d'emplacement est délivrée au dispositif dont les caractéristiques respectent les prescriptions de l'article R.581-56 et compte tenu notamment de sa durée d'installation, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière. Elle précise sa durée. IV.-La date et le numéro de l'arrêté municipal accordant cette autorisation ainsi que l'indication des surfaces d'affichage publicitaire autorisé doivent être mentionnées sur la bâche de manière visible de la voie publique, pendant toute la durée de son utilisation.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-36 La délibération par laquelle un conseil municipal demande la création ou la modification, sur le territoire de la commune, d'une zone de publicité autorisée, d'une zone de publicité restreinte ou d'une zone de publicité élargie, fait l'objet d'une publication par extrait au recueil des actes administratifs de la préfecture et d'une mention insérée en caractères apparents dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans tout le département. Lorsque la procédure de création d'une zone de publicité autorisée, d'une zone de publicité restreinte ou d'une zone de publicité élargie est engagée par le préfet, après consultation du maire, dans les conditions prévues au dernier alinéa du I de l'article L.581-14, l'arrêté du préfet ouvrant l'instruction fait l'objet des mesures de publicité prévues au 1er alinéa du présent article.	
Article R.581-37 L'arrêté préfectoral constituant le groupe de travail mentionné au I de l'article L.581-14 ne peut pas être pris avant l'expiration d'un délai de quinze jours à compter de l'accomplissement de la dernière des mesures de publicité prévues à l'article R.581-36.	
Article R.581-38 Les demandes de participation avec voix consultative au groupe de travail doivent obligatoirement parvenir au préfet dans le délai fixé à l'article R.581-37. Elles sont adressées par pli recommandé avec demande d'avis de réception postale ou déposées contre décharge à la préfecture.	
Article R.581-39 Lorsqu'une chambre de commerce et d'industrie ou une chambre des métiers et de l'artisanat ou une chambre d'agriculture demande à être associée avec voix consultative au groupe de travail, il ne peut être désigné plus de deux représentants par établissement public.	
Article R.581-40 Lorsqu'une association locale d'usagers agréée mentionnée à l'article L.121-5 du code de l'urbanisme demande à être associée avec voix consultative au groupe de travail, elle est représentée par son président ou un de ses membres.	
Article R.581-41 Les représentants des entreprises de publicité extérieure, des fabricants d'enseignes et des artisans peintres en lettres, qui demandent à être associés avec voix consultative au groupe de travail, sont désignés, après consultation des organisations professionnelles représentatives, dans la limite de cinq représentants au total.	
Article R.581-42 Lorsqu'un maire souhaite, en application du 6ème alinéa du I de l'article L.581-14, que la zone de réglementation spéciale de la publicité soit instituée par arrêté ministériel, sa demande doit accompagner la transmission au préfet de la délibération du conseil municipal.	
Article R.581-43 I. – L'acte établissant ou modifiant une zone de publicité autorisée, une zone de publicité restreinte ou une zone de publicité élargie fait l'objet : 1° D'une mention au Journal officiel de la République française et d'un affichage en mairie, s'il s'agit d'un arrêté ministériel ; 2° D'un affichage en mairie et d'une publication au recueil des actes administratifs de la préfecture s'il s'agit d'un arrêté du maire ou d'un arrêté préfectoral. II. – Dans les deux cas, l'arrêté fait, en outre, l'objet d'une mention en caractères apparents dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans tout le département.	

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-44 Lorsqu'un accord intervient entre plusieurs communes limitrophes d'un même département pour constituer un seul groupe de travail en vue de présenter un projet commun d'institution d'une ou plusieurs zones de réglementation spéciale, un arrêté préfectoral engage la procédure d'instruction commune. Cet arrêté fait l'objet des mesures de publicité prévues à l'article R.581-36. Les dispositions des articles R.581-38 à R.581-41 sont applicables. La présidence du groupe de travail intercommunal est assurée par un maire désigné au scrutin secret par les représentants élus des communes et, éventuellement, par les représentants des organismes intercommunaux compétents en matière d'urbanisme. Pour l'application des dispositions des alinéas 4, 5 et 6 du I de l'article L.581-14, chaque conseil municipal concerné est appelé à délibérer. Les zones de réglementation spéciale élaborées par un groupe de travail intercommunal sont instituées par arrêté préfectoral faisant l'objet des mesures de publicité prévues au 2° du I de l'article R.581-43.	
Article R.581-45 I. – Lorsqu'un accord intervient entre plusieurs communes limitrophes dépendant de plusieurs départements d'une même région pour constituer un seul groupe de travail en vue de présenter un projet commun d'institution d'une ou plusieurs zones de réglementation spéciale, les dispositions de l'article R.581-44 sont applicables. II. – Le préfet de région désigne l'un des préfets intéressés pour intervenir dans la procédure. III. – Les mesures de publicité sont prises dans chacun des départements concernés. IV. – Chacune des commissions départementales de la nature, des paysages et des sites est consultée, dans sa formation dite « de la publicité ». L'avis défavorable d'une commission départementale provoque une nouvelle délibération du groupe de travail.	
Article R.581-46 Lorsqu'un accord intervient entre plusieurs communes limitrophes dépendant de plusieurs régions pour constituer un seul groupe de travail en vue de présenter un projet commun d'institution d'une ou plusieurs zones de réglementation spéciale, les dispositions de l'article R.581-45 sont applicables sous réserve que le préfet appelé à intervenir dans la procédure soit désigné par le ministre chargé de l'environnement, en accord avec le ministre de l'intérieur.	
Article R.581-47 Lorsqu'une zone de publicité élargie est instituée en application du 6ème alinéa du II de l'article L.581-8, les dispositions des alinéas 4, 5 et 6 du I de l'article L.581-14 ne sont pas applicables. L'acte instituant la zone de publicité élargie est, dans ce cas, un arrêté ministériel pris après avis de la commission supérieure des sites.	
	Article R.581-72 Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.
	Article R.581-73 Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
	Article R.581-74 La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9, ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
	Article R.581-75 Le règlement local des communes faisant partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants définit les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses selon les zones qu'il identifie.
	Article R.581-76 La subordination d'un dispositif publicitaire à l'octroi d'une autorisation par l'autorité compétente en matière de police ne fait pas obstacle à la fixation, par le règlement local de publicité, de règles plus restrictives que la réglementation nationale, notamment en matière de publicité lumineuse et d'enseignes lumineuses.
	Article R.581-77 Lorsque le règlement local de publicité autorise, sur le fondement de l'article L.581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables. Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération.
	Article R.581-78 Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.
Article R.581-48 Lorsqu'un plan de sauvegarde et de mise en valeur d'un secteur sauvegardé a été rendu public ou approuvé avant le 1er juillet 1983 et que le règlement annexé à ce plan comporte des prescriptions en matière de publicité, ces dernières demeurent applicables tant qu'elles n'ont pas été modifiées dans le cadre de l'institution d'une zone de publicité restreinte.	**Article R.581-80** Lorsqu'un plan de sauvegarde et de mise en valeur d'un secteur sauvegardé a été rendu public ou approuvé avant le 1er juillet 1983 et que le règlement annexé à ce plan comporte des prescriptions en matière de publicité, ces prescriptions demeurent applicables pendant une durée maximale de dix années à compter de l'entrée en vigueur du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes, sauf si elles ont été modifiées par un règlement local de publicité.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-49 Les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse anormalement réduite. En outre, ils ne peuvent pas circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L.581-4 et L.581-8. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 16 m². Des dérogations à ces interdictions peuvent être accordées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières.	**Article R.581-48** Les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse anormalement réduite. En outre, ils ne peuvent pas circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L.581-4 et L.581-8. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m². Des dérogations à ces interdictions peuvent être accordées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières. La publicité lumineuse est interdite sur les véhicules terrestres.
Article R.581-50 La publicité sur les eaux intérieures, telles qu'elles sont définies par la loi n°72-1202 du 23 décembre 1972 relative aux infractions concernant les bateaux, engins et établissements flottants circulant ou stationnant sur les eaux intérieures, est, sauf dans le cas prévu au 2ème alinéa de l'article L.581-15, soumise aux dispositions du présent paragraphe.	**Article R.581-49** La publicité sur les eaux intérieures, telles qu'elles sont définies par l'article L.4000-1 du code des transports, est, sauf dans le cas prévu au 2ème alinéa de l'article L.581-15, soumise aux dispositions du présent paragraphe.
Article R.581-51 La publicité n'est admise que sur les bâtiments motorisés au sens du b de l'article 1.01 du règlement général de police de la navigation intérieure et à condition que ces bâtiments ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires.	**Article R.581-50** La publicité n'est admise que sur les bâtiments motorisés au sens du b de l'article 1.01 du règlement général de police de la navigation intérieure et à condition que ces bâtiments ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires.
Article R.581-52 I. – Les seuls dispositifs publicitaires admis sont constitués de panneaux plats. II. – Chaque dispositif ne peut excéder : 1° 5 mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bâtiment ; 2° 0,75 mètre dans le sens vertical, sans pouvoir s'élever à plus d'un mètre au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou, à défaut de plat-bord, du point le plus bas du bordé fixe. III. – En outre, la surface totale des publicités apposées ou installées sur un bâtiment ne peut excéder 8 m². IV. – Les dispositifs publicitaires ne doivent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou par transparence.	**Article R.581-51** I. – Les seuls dispositifs publicitaires admis sont constitués de panneaux plats. II. – Chaque dispositif ne peut excéder : 1° 5 mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bâtiment ; 2° 0,75 mètre dans le sens vertical, sans pouvoir s'élever à plus d'un mètre au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou, à défaut de plat-bord, du point le plus bas du bordé fixe. III. – En outre, la surface totale des publicités apposées ou installées sur un bâtiment ne peut excéder 8 m². IV. – Les dispositifs publicitaires ne doivent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou par transparence.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-53 Les bâtiments supportant de la publicité ne peuvent stationner ou séjourner dans des lieux mentionnés aux 2° et 3° de l'article L.581-4 et à l'article L.581-8 ou sur les plans d'eau ou parties de plans d'eau situés à moins de 100 mètres de ces lieux. De même, ces bâtiments ne peuvent stationner ou séjourner à moins de 40 mètres du bord extérieur de la chaussée d'une voie routière ouverte à la circulation publique s'ils sont visibles de cette voie. Ils ne peuvent circuler à moins de trois cents mètres les uns des autres, ni circuler à vitesse anormalement réduite.	**Article R.581-52** Les bâtiments supportant de la publicité ne peuvent stationner ou séjourner dans des lieux mentionnés aux 2° et 3° de l'article L.581-4 et à l'article L.581-8 ou sur les plans d'eau ou parties de plans d'eau situés à moins de 100 mètres de ces lieux. De même, ces bâtiments ne peuvent stationner ou séjourner à moins de 40 mètres du bord extérieur de la chaussée d'une voie routière ouverte à la circulation publique s'ils sont visibles de cette voie. Ils ne peuvent circuler à moins de trois cents mètres les uns des autres, ni circuler à vitesse anormalement réduite.
	Article R.581-53 I.-Au sens de la présente sous-section, les bâches comprennent : 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ; 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier. II.-Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans les autres agglomérations les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R.418-7 du code de la route. III.-Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des 1er, 2ème et 4ème alinéas de l'article R.581-34, des articles R.581-35 à R.581-37 et de l'article R.581-41 sont applicables aux bâches.
	Article R.581-54 Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. La durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier ne peut excéder l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux. L'affichage publicitaire apposé sur une bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de la bâche de chantier. Toutefois, lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « haute performance énergétique rénovation » dit « BBC rénovation », l'autorité compétente de police peut autoriser un affichage publicitaire d'une superficie supérieure à ce plafond.
	Article R.581-55 Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,50 mètre, 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. La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
	Article R.581-56 Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles mentionnés au 2ème alinéa de l'article L.581-9 ne sont pas autorisés à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans les autres agglomérations les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R.418-7 du code de la route. La durée d'installation de dispositifs de dimension exceptionnelle ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation. Les dispositifs de dimension exceptionnelle qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés. Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, du 1er alinéa de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des 1er, 2ème et 4ème alinéas de l'article R.581-34, des articles R.581-35 à R.581-37, et du 3ème alinéa de l'article R.581-41 sont applicables aux dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.
	Article R.581-57 Les dispositifs de petit format mentionnés au III de l'article L.581-8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m². Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des articles R.581-34 à R.581-37 et de l'article R.581-41 sont applicables aux dispositifs de petits formats.
Article R.581-54 Les publicités mentionnées à l'article L.581-17 sont autorisées, par dérogation aux interdictions édictées par le présent chapitre, à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m².	**Article R.581-5** Les publicités mentionnées à l'article L.581-17 sont autorisées, par dérogation aux interdictions édictées par le présent chapitre, à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m².
Article R.581-55 Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. 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. Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.	**Article R.581-58** Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. 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. Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-56 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 lui une saillie de plus de 0,25 mètre. Des enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre, 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, enfin, 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 0,25 mètre par rapport à lui.	**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 lui une saillie de plus de 0,25 mètre. Des enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre, 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, enfin, 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 0,25 mètre par rapport à lui.
Article R.581-57 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 deux mètres. Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon.	**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 deux mètres. Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon.
Article R.581-58 Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de 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 pas dépasser 0,50 mètre de haut. Dans le cas prévu à l'alinéa précédent, la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.	**Article R.581-62** Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de 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 pas dépasser 0,50 mètre de haut. Dans le cas prévu à l'alinéa précédent, la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres. La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m², à l'exception de certains établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
	Article R.581-63 Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m². Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée. Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.
Article R.581-59 Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. 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. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions. Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants, les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif à double face ou deux dispositifs simples placés le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.	**Article R.581-64** Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. 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. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions. Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé sur le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble dans lequel où est exercée l'activité signalée.
Article R.581-60 I. – La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R.581-59 est de 6 m². Elle est portée à 16 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou qui font partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants ainsi que pour les activités situées dans l'emprise d'une voie rapide et particulièrement utiles aux personnes en déplacement. II. – Ces enseignes ne peuvent dépasser : 1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large ; 2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.	**Article R.581-65** I. – La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R.581-64 est de 6 m². Elle est portée à 12 m²dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. II. – Ces enseignes ne peuvent dépasser : 1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ; 2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-61 Le maire peut, sauf dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 et dans les zones mentionnées au 2ème alinéa de l'article L.581-18 dans lesquelles il existe des prescriptions relatives aux enseignes, adapter aux circonstances locales, par arrêté, les dispositions de l'article R.581-56, du dernier alinéa de l'article R.581-57, des 3ème et 4ème alinéas de l'article R.581-58, enfin de l'article R.581-60 lorsque les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées. Cet arrêté intervient après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites dans sa formation dite « de la publicité ». Cet avis est réputé acquis s'il n'a pas été émis dans les deux mois de la demande adressée par le maire au préfet.	
Article R.581-62 I. – L'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant-dernier alinéa de l'article L.581-18 est délivrée par le maire. II. – Cette autorisation est accordée : 1° Après avis conforme de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'elle concerne l'installation d'une enseigne sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ainsi que dans un secteur sauvegardé ; 2° Après avis de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'elle concerne l'installation d'une enseigne sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-8, à l'exception des secteurs sauvegardés.	**Article R.581-16** I.-La demande de l'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant dernier alinéa de l'article L.581-18, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° Une mise en situation de l'enseigne ; 2° Une vue de l'immeuble ou du lieu concerné avec et sans l'enseigne ; 3° Une appréciation sur son intégration dans l'environnement. II.-L'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant dernier alinéa de l'article L.581-18 est délivrée par l'autorité compétente en matière de police : 1° Après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsque cette installation est envisagée sur un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques ou dans le champ de visibilité de cet immeuble défini par l'article L.621-30 du code du patrimoine ; 2° Après accord du préfet de région, lorsque cette installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre ; 3° Après accord de l'architecte des Bâtiments de France émis dans les conditions fixées par l'article L.313-2 du code de l'urbanisme, lorsque cette installation est envisagée dans un secteur sauvegardé 4° Après avis de l'architecte des Bâtiments de France émis dans les conditions fixées par l'article L.642-6 du code du patrimoine, lorsque cette installation est envisagée dans une zone de protection du patrimoine architectural, urbain ou paysager ou une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.
Article R.581-65 Le maire fait connaître, par lettre, au demandeur, dans les quinze jours de la réception du dossier complet, le numéro d'enregistrement du dossier et la date avant laquelle la décision devra lui être notifiée. Il lui fait connaître, par la même lettre, que, si aucune décision ne lui a été notifiée avant cette date, cette lettre vaudra autorisation, sous réserve du respect des dispositions de la présente section.	
Article R.581-66 Le maire transmet sans délai l'un des exemplaires du dossier à l'architecte des Bâtiments de France lorsque l'avis de celui-ci est requis.	

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-67 Cet avis est réputé favorable s'il n'a pas été communiqué au maire quinze jours avant l'expiration des délais prévus à l'article R.581-68.	
Article R.581-67 Cet avis est réputé favorable s'il n'a pas été communiqué au maire quinze jours avant l'expiration des délais prévus à l'article R.581-68.	
Article R.581-68 Le délai à l'expiration duquel le défaut de notification de la décision vaut octroi d'autorisation est de deux mois. Toutefois, il est réduit à un mois lorsque aucun avis n'est requis et il est porté à quatre mois lorsque l'installation de l'enseigne est envisagée sur un immeuble classé monument historique ou inscrit sur l'inventaire supplémentaire ainsi que dans un site classé ou dans un secteur sauvegardé.	
Article R.581-69 L'autorisation d'installer une enseigne à faisceau de rayonnement laser prévue par l'article L.581-18 est délivrée par le préfet dans les formes et conditions prévues par les articles R.581-62 et R.581-64 à R.581-68. Le préfet exerce les compétences attribuées au maire par ces articles.	
Article R.581-70 I. – La demande d'autorisation est établie en deux exemplaires et adressée par la personne ou l'entreprise qui exploite l'enseigne, par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal, au préfet, ou déposée contre décharge à la préfecture. II. – La demande comporte : 1° L'identité et l'adresse du demandeur ; 2° Un plan de situation, avec l'indication des immeubles bâtis les plus proches ; 3° Une notice descriptive mentionnant, notamment, la puissance de la source laser, les caractéristiques du ou des faisceaux et la description des effets produits.	**Article R.581-18** La demande de l'autorisation d'installer une enseigne à faisceau de rayonnement laser prévue par l'article L.581-18, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7, une notice descriptive mentionnant notamment la puissance de la source laser, les caractéristiques du ou des faisceaux et la description des effets produits. L'autorisation est accordée après avis du service de l'Etat en charge de l'aviation civile.
	Article R.581-59 Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Les enseignes lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt. Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral. Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-71 (R.581-66 jusqu'au 12 juillet 2015) Les préenseignes mentionnées au dernier alinéa de l'article L.581-19 et au III de l'article L.581-20 peuvent être, en dehors des agglomérations et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants, scellées au sol ou installées directement sur le sol. Leurs dimensions ne doivent pas excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur. Elles ne peuvent pas être implantées à plus de 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.	**Article R.581-66** (à compter du 13 juillet 2015) Les préenseignes prévues par le troisième alinéa de l'article L.581-19, dites préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Les préenseignes dérogatoires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol. Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur. La collectivité gestionnaire de la voirie, peut, le cas échéant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil administratifs des actes de cette collectivité ou intégrées au règlement local de publicité. A défaut, les préenseignes dérogatoires respectent les prescriptions nationales fixées par arrêté ministériel.
Article R.581-72 (R.581-67 jusqu'au 12 juillet 2015) Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par monument, lorsque ces préenseignes signalent des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Deux de ces préenseignes lorsqu'elles indiquent la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, peuvent être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument. Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par établissement lorsque ces préenseignes signalent des activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement. Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes par établissement lorsque ces préenseignes signalent des activités soit liées à des services publics ou d'urgence, soit s'exerçant en retrait de la voie publique, soit en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales. Une de ces préenseignes, lorsqu'elles signalent des activités liées à des services d'urgence ou s'exerçant en retrait de la voie publique, peut être installée, en agglomération, dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 lorsque ces activités y sont situées.	**Article R.581-67** (à partir du 13 juillet 2015) Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par monument, lorsque ces préenseignes signalent des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Deux de ces préenseignes lorsqu'elles indiquent la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, peuvent être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument. Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes par activité culturelle signalée. La commercialisation de biens culturels ne peut être regardée comme une activité culturelle au sens de l'article L.581-19. Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.
Article R.581-73 Les préenseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur ou 1,50 mètre en largeur sont soumises à la déclaration préalable instituée par l'article L.581-6, dans les conditions précisées par les articles R.581-5 à R.581-7.	

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Sous-section 4 : Dispositions particulières relatives aux enseignes et préenseignes temporaires	
Article R.581-74 Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires : 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ; 2° Les enseignes ou préenseignes 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.	**Article R.581-68** Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires : 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ; 2° Les enseignes ou préenseignes 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.
Article R.581-75 Ces enseignes ou préenseignes 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.	**Article R.581-69** Ces enseignes ou préenseignes 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.
Article R.581-76 Les enseignes temporaires sont régies par les dispositions du 2ème alinéa de l'article R.581-55, du 1er alinéa de l'article R.581-56, des 1er et 2ème alinéas de l'article R.581-57, du dernier alinéa de l'article R.581-58 et de l'article R.581-59. Lorsqu'il s'agit d'enseignes mentionnées au 2° de l'article R.581-74, leur surface unitaire maximale est de 16 m² lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol, à moins que le maire en décide autrement dans les conditions prévues à l'article R.581-61.	**Article R.581-70** Les enseignes temporaires sont régies par les dispositions de la présente sous-section et du 2ème alinéa de l'article R.581-58, des 2ème à 5ème alinéas de l'article R.581-59, du 1er alinéa de l'article R.581-60, des 1er et 2ème alinéas de l'article R.581-61, du dernier alinéa de l'article R.581-62 et de l'article R.581-64. Lorsqu'il s'agit d'enseignes mention-nées au 2° de l'article R.581-68, leur surface unitaire maximale est de 12 m² lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol.
Article R.581-77 Les enseignes temporaires sont soumises à autorisation du maire lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ou lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L.581-8. Cette autorisation est délivrée après avis de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'il s'agit des enseignes temporaires définies au 2° de l'article R.581-74 et situées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4.	**Article R.581-17** Les enseignes temporaires sont soumises à autorisation lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ou lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L.581-8. La demande d'autorisation comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° Une mise en situation de l'enseigne temporaire ; 2° Une vue de l'immeuble ou du lieu concerné avec et sans l'enseigne temporaire ; 3° Une appréciation sur son intégration dans l'environnement. Cette autorisation est délivrée après avis de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'il s'agit des enseignes temporaires définies au 2° de l'article R.581-68 et situées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-78 Les autorisations prévues par l'article R.581-77 sont délivrées selon la procédure définie aux articles R.581-63 à R.581-66. Le délai à l'expiration duquel le défaut de notification de la décision vaut octroi d'autorisation est d'un mois. Toutefois, il est porté à deux mois lorsqu'un avis est requis. Cet avis est réputé favorable s'il n'a pas été communiqué au maire quinze jours avant l'expiration de ce délai.	
Article R.581-79 Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants si leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.	**Article R.581-71** Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants si leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.
Article R.581-80 Lorsqu'elle est consultée en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes, la commission départementale de la nature, des paysages et des sites se réunit dans sa formation dite « de la publicité » dans les conditions énoncées aux articles R.341-16 à R.341-25.	**Art. R.581-11** (2ème alinéa) Lorsqu'elle est consultée en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes, la commission départementale de la nature, des paysages et des sites se réunit dans sa formation dite de la publicité dans les conditions énoncées aux articles R. 341-16 à R. 341-25.
Article R.581-81 Tout litige afférent à un contrat de louage d'emplacement privé aux fins d'apposer de la publicité ou d'installer une préenseigne est porté, nonobstant toute disposition contraire, devant le tribunal d'instance ou de grande instance dans le ressort duquel se trouve le dispositif concerné.	**Article R.581-81** Tout litige afférent à un contrat de louage d'emplacement privé aux fins d'apposer de la publicité ou d'installer une préenseigne est porté, nonobstant toute disposition contraire, devant le tribunal d'instance ou de grande instance dans le ressort duquel se trouve le dispositif concerné.
Article R.581-82 Dans tous les cas où le préfet prend l'arrêté de mise en demeure prévu à l'article L.581-27, il en informe aussitôt le maire de la commune dans laquelle est situé le dispositif publicitaire irrégulier. Le préfet prend cet arrêté lorsque le maire ne l'a pas pris dans le mois de la constatation de l'infraction. L'arrêté de mise en demeure pris par le maire ou par le préfet est notifié par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal.	**Article R.581-82** Dans tous les cas où le préfet prend l'arrêté de mise en demeure prévu à l'article L.581-27, il en informe aussitôt le maire de la commune dans laquelle est situé le dispositif publicitaire irrégulier. Le maire informe le préfet lorsqu'il prend un arrêté de mise en demeure prévu à l'article L.581-27 ou L.581-28, et lorsqu'il fait exécuter d'office les travaux prévus à l'article L.581-31. Le préfet est substitué au maire à défaut pour celui-ci d'avoir, dans le délai d'un mois suivant la notification de la demande qui lui a été faite par le préfet de prendre les mesures prévues aux articles L.581-27, L.581-28 et L.581-31, de lui avoir transmis l'arrêté prévu à l'alinéa précédent ou de l'avoir informé des mesures d'exécution d'office décidées. L'arrêté de mise en demeure pris par le maire ou par le préfet est notifié par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal.

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
Article R.581-83 Le montant de l'astreinte administrative prévue à l'article L.581-30 est réévalué chaque année dans la proportion de la variation, par rapport à l'indice du mois de janvier 1999, de l'indice des prix à la consommation, hors tabac, de l'ensemble des ménages (série France entière), calculé par l'Institut national de la statistique et des études économiques pour le mois de janvier de l'année considérée.	**Article R.581-83** Le montant de l'astreinte administrative prévue à l'article L.581-30 est réévalué chaque année dans la proportion de la variation, par rapport à l'indice du mois de janvier 2012, de l'indice des prix à la consommation, hors tabac, de l'ensemble des ménages (série France entière), calculé par l'Institut national de la statistique et des études économiques pour le mois de janvier de l'année considérée.
Article R.581-84 L'état nécessaire au recouvrement des astreintes prononcées en application de l'article L.581-30 ou de l'article L.581-36 est, à défaut de diligence du maire, établi et recouvré au profit de l'Etat dans les conditions prévues aux articles 80 à 92 du décret n°62-1587 du 29 décembre 1962 modifié portant règlement général sur la comptabilité publique.	**Article R.581-84** L'état nécessaire au recouvrement des astreintes prononcées en application de l'article L.581-30 ou de l'article L.581-36 est, à défaut de diligence du maire, établi et recouvré au profit de l'Etat dans les conditions prévues aux articles 80 à 92 du décret n°62-1587 du 29 décembre 1962 modifié portant règlement général sur la comptabilité publique.
Article R.581-85 Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 2ème classe le fait de ne pas observer les prescriptions du 2ème alinéa de l'article R.581-55.	**Article R.581-85** Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 2ème classe le fait de ne pas observer les prescriptions du 2ème alinéa de l'article R.581-58.
Article R.581-86 Est puni l'amende prévue pour les contraventions de la 3ème classe : 1° Le fait d'apposer ou faire apposer une publicité sans avoir obtenu l'autorisation prévue à l'article L.581-24 ; 2° Le fait de ne pas observer les prescriptions du 1er alinéa de l'article R.581-13 et de l'article R.581-21.	
Article R.581-87 Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure, une publicité : 1° Dans les lieux, sur des supports, à des emplacements ou selon des procédés interdits en application des dispositions des articles R.581-1 et R.581-5 à R.581-36 ; 2° Sans avoir observé les dimensions maximales ou minimales et les conditions d'emplacement sur le support, définies par les articles R.581-1 et R.581-5 à R.581-36 ; 3° Sans avoir obtenu l'autorisation exigée en application des articles L.581-9 et L.581-44 ou sans avoir observé les conditions posées par cette autorisation ;	**Article R.581-87** Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure, une publicité : 1° Dans les lieux, sur des supports, à des emplacements, selon des procédés, à des périodes ou des heures interdits en application des dispositions des articles R.581-22, R.581-25, R.581-30, R.581-31 et R.581-33, du 4ème alinéa de l'article R.581-34, des articles R.581-35, R.581-36 et R.581-40, du 3ème alinéa de l'article R.581-41, des articles R.581-42, R.581-43, R.581-44, R.581-45, R.581-46, du 2ème alinéa de l'article R.581-54 et du 3ème alinéa de l'article R.581-56 ; 2° Sans avoir observé les dimensions maximales ou minimales et les conditions d'emplacement ou de réalisation sur le support définies par l'article R.581-26, les articles R.581-27, R.581-28, R.581-32, du 3ème alinéa de l'article R.581-34, des articles R.581-36, R.581-37, R.581-38, R.581-39, des 1er et 2ème alinéas de l'article R.581-41, des articles R.581-43, R.581-44, R.581-46 et R.581-47, des 1er et 3ème alinéas de l'article R.581-54, de l'article R.581-55, du 4ème alinéa de l'article R.581-56 et de l'article R.581-57 ;

Avant le 1er juillet 2012	Après le 1er juillet 2012
4° Sans avoir observé les prescriptions de l'article L.581-5.	3° Sans avoir obtenu l'autorisation exigée en application du décret prévu par le troisième alinéa de article L.581-9 et L.581-44 ou sans avoir observé les conditions posées par cette autorisation ; 4° Sans avoir observé les prescriptions de l'article L.581-5.
Article R.581-88 Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe le fait de laisser subsister une publicité au-delà des délais imposés par l'article L.581-43 pour la mise en conformité avec les dispositions des articles R.581-1 et R.581-5 à R.581-36.	**Article R.581-88** I. – Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un règlement local de publicité prévu à l'article L.581-14 qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce règlement peuvent, y compris si elles sont soumises à autorisation, être maintenues jusqu'au 13 juillet 2015 lorsque l'entrée en vigueur de ce règlement est antérieure à la date de publication du décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Lorsque l'entrée en vigueur du règlement est postérieure à la date de publication du décret précité, elles peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit règlement. II. – Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un acte, qui, procédant au classement d'un monument, d'un site ou d'un espace mentionné par le I de l'article L.581-4, fixant les limites d'une agglomération en application de l'article R.411-2 du code de la route ou délimitant l'un des espaces énumérés par l'article L.581-8, a pour effet d'interdire la publicité dans le lieu où elles sont installées, peuvent être maintenues jusqu'au 13 juillet 2015 lorsque l'entrée en vigueur de ces acte est antérieure à la date de publication du décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Lorsque l'entrée en vigueur de l'acte est postérieure à la date de publication du décret précité, elles peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit acte. III. – Les publicités et préenseignes mises en place avant le 1er juillet 2012 qui ne sont pas conformes aux dispositions du chapitre 1er du titre VIII du livre V du code de l'environnement issues de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 et du décret n°2012-112 du 30 janvier 2012 peuvent être maintenues jusqu'au 13 juillet 2015.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Section 1 : Dispositions générales	
Sous-section 1 : Définitions	
Article R.581-1 Par voies ouvertes à la circulation publique au sens de l'article L.581-2, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.	**Article R.581-1** Par voies ouvertes à la circulation publique au sens de l'article L.581-2, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.
Sous-section 2 : Affichage d'opinion	
Article R.581-2 La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions du 2ème alinéa de l'article L.581-13, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante : 1° 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ; 2° 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ; 3° 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.	**Article R.581-2** La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions du 2ème alinéa de l'article L.581-13, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante : 1° 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ; 2° 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ; 3° 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.
Article R.581-3 Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.	**Article R.581-3** Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux. Lorsqu'ils sont situés dans une zone de publicité restreinte, ces emplacements doivent être conformes aux prescriptions définies par l'acte instituant cette zone et applicables à la publicité. Leur surface totale ne peut toutefois pas être inférieure à 2 mètres carrés.
Article R.581-4 Dans le cas où la publicité est interdite, en application du I de l'article L.581-8, et où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m².	**Article R.581-4** Dans le cas où la publicité est interdite, en application des I et II de l'article L.581-8, et où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m².
Article R.581-5 Les publicités mentionnées à l'article L.581-17 sont autorisées, par dérogation aux interdictions édictées par le présent chapitre, à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m².	**Article R.581-54** Les publicités mentionnées à l'article L.581-17 sont autorisées, par dérogation aux interdictions édictées par le présent chapitre, à condition qu'elles n'excèdent pas une surface unitaire de 1,50 m².

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Sous-section 3 : Procédures de déclaration et d'autorisation préalable	**Article R.581-5** Sous réserve de l'application des dispositions du 1er alinéa de l'article R.581-32, l'installation, le remplacement ou la modification d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité fait l'objet d'une déclaration préalable qui est adressée au préfet et au maire par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif ou le matériel.
Paragraphe 1 : Déclaration préalable	
Article R.581-6 Sous réserve de l'application des dispositions de l'article R.581-9, font l'objet d'une déclaration préalable, l'installation, le remplacement ou la modification : – d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité ; – de préenseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur ou 1,50 mètre en largeur. Le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité fait aussi l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police en vertu de l'article L.581-14-2.	
	Article R.581-73 Les préenseignes dont les dimensions excèdent 1 mètre en hauteur ou 1,50 mètre en largeur sont soumises à la déclaration préalable instituée par l'article L.581-6, dans les conditions précisées par les articles R.581-5 à R.581-7.
Article R.581-7 La déclaration préalable comporte : 1° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur une propriété privée : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) La localisation et la superficie du terrain ; c) La nature du dispositif ou du matériel ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux limites séparatives et aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins ; e) L'indication du nombre et de la nature des dispositifs déjà installés sur le terrain ; f) Un plan de situation du terrain, un plan de masse coté et la représentation graphique du dispositif ou du matériel cotée en trois dimensions ; 2° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur le domaine public : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) L'emplacement du dispositif ou du matériel ; c) La nature du dispositif ou du matériel ainsi que sa représentation graphique cotée en trois dimensions ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins.	**Article R.581-6** La déclaration préalable comporte : 1° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur une propriété privée : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) La localisation et la superficie du terrain ; c) La nature du dispositif ou du matériel ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux limites séparatives et aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins ; e) L'indication du nombre et de la nature des dispositifs déjà installés sur le terrain ; f) Un plan de situation du terrain, un plan de masse coté et la représentation graphique du dispositif ou du matériel cotée en trois dimensions. 2° Lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur le domaine public : a) L'identité et l'adresse du déclarant ; b) L'emplacement du dispositif ou du matériel ; c) La nature du dispositif ou du matériel ainsi que sa représentation graphique cotée en trois dimensions ; d) L'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-8 La déclaration préalable, établie en deux exemplaires, est adressée par la personne ou l'entreprise qui projette d'exploiter le dispositif ou le matériel par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal ou déposée contre décharge, à l'autorité compétente en matière de police de la publicité du lieu où est envisagé l'implantation du dispositif ou du matériel. Le formulaire de déclaration préalable est un document CERFA dont le contenu est déterminé par arrêté du ministre chargé de l'environnement. La déclaration préalable peut également être adressée par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique lorsque le maire ou le préfet est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle. Lorsqu'une déclaration de remplacement ou de modification de bâche est adressée au préfet, celui-ci en informe le maire qui a autorisé l'emplacement de bâche. A compter de la date de réception de la déclaration par l'autorité compétente, le déclarant peut procéder, sous sa responsabilité, à la réalisation du projet déclaré.	**Article R.581-7** La déclaration préalable est adressée par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal au maire de la commune et au préfet, ou déposée contre décharge à la mairie et à la préfecture.
Paragraphe 2 : Dispositions générales applicables aux autorisations préalables	
Article R.581-9 Lorsque l'installation d'un dispositif publicitaire est soumise à autorisation préalable en vertu de l'article L.581-9 ou de l'article L.581-44, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif ou le matériel. Lorsque l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation en vertu de l'article L.581-18, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise qui exerce l'activité signalée. La demande d'autorisation et le dossier qui l'accompagne, établis en trois exemplaires, sont adressés par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal ou déposés contre décharge, à l'autorité compétente pour instruire l'autorisation. Le formulaire d'autorisation préalable est un document CERFA dont le contenu est déterminé par arrêté du ministre chargé de l'environnement. La demande d'autorisation peut également être adressée par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique lorsque le maire ou le préfet est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle.	**Article R.581-32** Quand l'installation d'un dispositif publicitaire est soumise à autorisation préalable en vertu du 2ème alinéa de l'article L.581-9 ou de l'article L.581-44, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif. La demande d'autorisation et le dossier qui l'accompagne sont établis en 2 exemplaires. L'un est adressé par pli recommandé, avec demande d'avis de réception, au maire ou déposé contre décharge à la mairie. L'autre est adressé simultanément au directeur départemental de l'équipement dans les mêmes conditions. Lorsque le dispositif de publicité lumineuse doit être installé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ou qu'il est soumis à autorisation en application de l'article L.581-44, un 3ème exemplaire du dossier est adressé simultanément au chef du service départemental de l'architecture dans les mêmes conditions. Copies des avis de réception postale des demandes envoyées au directeur départemental de l'équipement et, le cas échéant, au chef du service départemental de l'architecture sont jointes à la demande d'autorisation adressée au maire.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-10 Le dossier qui accompagne la demande d'autorisation est composé des informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 ainsi que, pour certains dispositifs particuliers, des documents prévus par les articles R.581-14 à R.581-21. Dans le mois suivant la réception d'une demande d'autorisation, il est adressé au pétitionnaire : 1° Lorsque la demande est complète, par voie postale ou électronique, un récépissé qui indique la date à laquelle, en l'absence de décision expresse, une autorisation tacite sera acquise en application de l'article R.581-13 ; 2° Lorsque la demande est incomplète, un courrier notifié par envoi recommandé avec demande d'avis de réception postal ou un courrier électronique avec demande d'accusé de réception, qui indique : a) De façon exhaustive, les informations, pièces et documents manquants à produire en trois exemplaires, dans un délai de deux mois suivant la réception de ce courrier ; b) Qu'à défaut de production de l'ensemble des informations, pièces et documents manquants dans ce délai, la demande fera l'objet d'une décision tacite de rejet. Lorsque le dossier est complété dans le délai imparti au pétitionnaire, l'autorité compétente lui adresse le récépissé prévu au 1°, la date à laquelle une autorisation tacite étant acquise étant décomptée à partir de la réception des informations, pièces et documents complémentaires.	**Article R.581-63** Le dossier comprend la demande d'autorisation et les pièces qui l'accompagnent. Il est adressé au maire en deux exemplaires par pli recommandé avec demande d'avis de réception. Il peut être déposé auprès des services municipaux, qui en délivrent récépissé. **Article R.581-64** Si le dossier est incomplet, le maire, dans les quinze jours de sa réception, invite, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal, le demandeur à fournir les pièces manquantes dans les conditions fixées à l'article R.581-63. La date de réception de ces pièces par le maire se substitue à celle de la demande initiale pour le calcul du délai à l'expiration duquel le défaut de notification vaut autorisation. **Article R.581-65** Le maire fait connaître, par lettre, au demandeur, dans les quinze jours de la réception du dossier complet, le numéro d'enregistrement du dossier et la date avant laquelle la décision devra lui être notifiée. Il lui fait connaître, par la même lettre, que, si aucune décision ne lui a été notifiée avant cette date, cette lettre vaudra autorisation, sous réserve du respect des dispositions de la présente section. **Article R.581-66** Le maire transmet sans délai l'un des exemplaires du dossier à l'architecte des Bâtiments de France lorsque l'avis de celui-ci est requis. **Article R.581-67** Cet avis est réputé favorable s'il n'a pas été communiqué au maire quinze jours avant l'expiration des délais prévus à l'article R.581-68. **Article R.581-68** Le délai à l'expiration duquel le défaut de notification de la décision vaut octroi d'autorisation est de deux mois. Toutefois, il est réduit à un mois lorsque aucun avis n'est requis et il est porté à quatre mois lorsque l'installation de l'enseigne est envisagée sur un immeuble classé monument historique ou inscrit sur l'inventaire supplémentaire ainsi que dans un site classé ou dans un secteur sauvegardé.
Article R.581-11 Lorsque l'installation d'un dispositif publicitaire ou d'une préenseigne soumis à autorisation est envisagée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, l'autorisation est délivrée après accord ou avis de l'architecte des bâtiments de France dans les cas prévus pour les enseignes par l'article R.581-16 et selon les mêmes modalités. Lorsqu'elle est consultée en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes, la commission départementale de la nature, des paysages et des sites se réunit dans sa formation dite de la publicité dans les conditions énoncées aux articles R.341-16 à R.341-25.	**Article R.581-80** Lorsqu'elle est consultée en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes, la commission départementale de la nature, des paysages et des sites se réunit dans sa formation dite « de la publicité « dans les conditions énoncées aux articles R.341-16 à R.341-25.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-12 Lorsque l'autorisation doit être délivrée après avis ou accord d'un service ou d'une autorité de l'Etat, l'autorité compétente lui transmet le dossier de la demande au plus tard huit jours après la réception de ce dossier ou celles des pièces qui le complètent, à l'exception de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites à laquelle la transmission du dossier est faite dans les quatre jours suivant cette réception. Sauf disposition contraire, les avis des services et autorités de l'Etat sont réputés favorables s'ils n'ont pas été communiqués à l'autorité compétente quinze jours avant l'expiration du délai prévu à l'article R.581-13, et, pour la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, sept jours avant l'expiration de ce délai.	**Article R.581-34** L'avis du directeur départemental de l'équipement et, le cas échéant, celui du chef du service départemental de l'architecture sont réputés favorables s'ils n'ont pas été communiqués au maire quinze jours avant l'expiration du délai prévu à l'article R.581-35.
Article R.581-13 La décision est notifiée au demandeur par envoi recommandé avec demande d'avis de réception postale au plus tard deux mois après la réception d'une demande complète, ou des informations, pièces et documents qui complètent le dossier, par l'autorité compétente pour instruire l'autorisation. A défaut de notification dans ce délai, l'autorisation est réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.	**Article R.581-35** La décision du maire est notifiée au demandeur par pli recommandé avec demande d'avis de réception postale au plus tard deux mois après la réception de la demande par le maire. A défaut de notification dans le délai imparti, l'autorisation est réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.
Paragraphe 3 : Dispositions particulières applicables à certaines déclarations et autorisations préalables	
Article R.581-14 La déclaration de l'installation d'une publicité sur l'emprise d'un aéroport est assortie de l'accord du gestionnaire de l'aéroport ainsi que des documents établissant qu'elle respecte les règles de sécurité applicables sur ladite emprise.	
Article R.581-15 La demande de l'autorisation d'installer certains dispositifs de publicité lumineuse prévue par le 3ème alinéa de l'article L.581-9 comporte outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7, l'analyse du cycle de vie du dispositif, sa visibilité depuis la voie publique la plus proche ainsi que l'indication des valeurs moyennes et maximales de luminance telles que définies par arrêté ministériel. L'autorisation d'installer un dispositif de publicité lumineuse visé par le 3ème alinéa de l'article L.581-9 ou un mobilier urbain destiné à supporter de la publicité lumineuse visé par le même alinéa est accordée, compte tenu notamment du cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement au sens de l'article L.583-1 aux dispositifs dont les caractéristiques respectent les prescriptions des articles R.581-34 à R.581-41 et les interdictions faites aux publicités et enseignes par l'article R.418-4 du code de la route. L'autorisation d'installer un dispositif de publicité lumineuse ou un mobilier urbain destiné à supporter de la publicité lumineuse est délivrée pour une durée maximale de huit ans.	

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-16 I.-La demande de l'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant-dernier alinéa de l'article L.581-18, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° Une mise en situation de l'enseigne ; 2° Une vue de l'immeuble ou du lieu concerné avec et sans l'enseigne ; 3° Une appréciation sur son intégration dans l'environnement. II.-L'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant-dernier alinéa de l'article L.581-18 est délivrée par l'autorité compétente en matière de police : 1° Après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsque cette installation est envisagée sur un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques ou dans le champ de visibilité de cet immeuble défini par l'article L.621-30 du code du patrimoine ; 2° Après accord du préfet de région, lorsque cette installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre ; 3° Après accord de l'architecte des Bâtiments de France émis dans les conditions fixées par l'article L.313-2 du code de l'urbanisme, lorsque cette installation est envisagée dans un secteur sauvegardé ; 4° Après avis de l'architecte des Bâtiments de France émis dans les conditions fixées par l'article L. 642-6 du code du patrimoine, lorsque cette installation est envisagée dans une zone de protection du patrimoine architectural, urbain ou paysager ou une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.	**Article R.581-62** I. – L'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant-dernier alinéa de l'article L.581-18 est délivrée par le maire. II. – Cette autorisation est accordée : 1° Après avis conforme de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'elle concerne l'installation d'une enseigne sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ainsi que dans un secteur sauvegardé ; 2° Après avis de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'elle concerne l'installation d'une enseigne sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-8, à l'exception des secteurs sauvegardés.
Article R.581-17 Les enseignes temporaires sont soumises à autorisation lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ou lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L.581-8. La demande d'autorisation comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° Une mise en situation de l'enseigne temporaire ; 2° Une vue de l'immeuble ou du lieu concerné avec et sans l'enseigne temporaire ; 3° Une appréciation sur son intégration dans l'environnement. Cette autorisation est délivrée après avis de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'il s'agit des enseignes temporaires définies au 2° de l'article R.581-68 et situées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4.	
Article R.581-18 La demande de l'autorisation d'installer une enseigne à faisceau de rayonnement laser prévue par l'article L.581-18, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7, une notice descriptive mentionnant notamment la puissance de la	**Article R.581-69** L'autorisation d'installer une enseigne à faisceau de rayonnement laser prévue par l'article L.581-18 est délivrée par le préfet dans les formes et conditions prévues par les articles R.581-62 et R.581-64 à R.581-68. Le préfet exerce les compétences attribuées au maire par ces articles. **Article R.581-70** I. – La demande d'autorisation est établie en deux exemplaires et adressée par la personne ou l'entreprise qui exploite l'enseigne, par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal, au préfet, ou déposée contre décharge à la préfecture.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
source laser, les caractéristiques du ou des faisceaux et la description des effets produits. L'autorisation est accordée après avis du service de l'Etat en charge de l'aviation civile.	II. – La demande comporte : 1° L'identité et l'adresse du demandeur ; 2° Un plan de situation, avec l'indication des immeubles bâtis les plus proches ; 3° Une notice descriptive mentionnant, notamment, la puissance de la source laser, les caractéristiques du ou des faisceaux et la description des effets produits.

Article R.581-19

I.-La demande d'autorisation d'emplacement, prévue à l'article L.581-9, d'une bâche de chantier comportant de la publicité telle que définie à l'article R.581-54, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 :
1° L'indication du lieu, de la nature et de la durée des travaux ;
2° L'indication de l'emplacement de l'échafaudage, de la surface de la bâche et de sa durée d'installation ;
3° Le nom des personnes, ou la dénomination ou la raison sociale des entreprises, désirant apposer ou faire apposer une bâche comportant de la publicité, ainsi que leur adresse ;
4° Les esquisses ou photos de la bâche et de l'emplacement envisagé ;
5° Le cas échéant, les documents établissant que les travaux permettent au bâtiment qui en est l'objet de prétendre à l'attribution du label haute performance énergétique rénovation.

II.-L'autorisation d'emplacement est délivrée au dispositif dont les caractéristiques respectent les prescriptions des articles R.581-53 et R.581-54 et compte tenu notamment de sa durée d'installation, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière. L'autorisation précise les limites de la surface consacrée à l'affichage publicitaire. Elle peut fixer des prescriptions imposant que la bâche reproduise, sur les surfaces laissées libres, l'image des bâtiments occultés par les bâches ou les dispositifs.

III.-La date et le numéro de l'arrêté municipal accordant cette autorisation ainsi que les durées et surfaces visées au 1° et 2° du présent article sont mentionnées sur l'échafaudage, la bâche ou le dispositif, de manière visible de la voie publique, pendant toute la durée d'utilisation de la bâche à des fins d'affichage publicitaire.

Article R.581-20

I.-La demande d'autorisation d'emplacement, prévue à l'article L.581-9, d'une bâche publicitaire telle que définie à l'article R.581-55, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 :
1° L'indication du type de support de la bâche, de la surface de celle-ci et de sa durée d'installation ;
2° Le nom des personnes, ou la dénomination ou la raison sociale des entreprises désirant apposer ou faire apposer une bâche comportant de la publicité, ainsi que leur adresse ;
3° Les esquisses ou photos de la bâche et de l'emplacement envisagé.

II.-L'autorisation d'emplacement est délivrée au dispositif dont les caractéristiques respectent les prescriptions des articles R.581-53 et R.581-55 et compte tenu notamment de sa durée d'installation, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière. Elle est délivrée pour une durée maximale de huit ans.

III.-La date et le numéro de l'arrêté municipal accordant cette autorisation ainsi que l'indication des surfaces d'affichage publicitaire autorisé doivent être mentionnées sur la bâche de manière visible de la voie publique, pendant toute la durée de son utilisation.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-21 I.-La demande de l'autorisation d'installer un dispositif publicitaire de dimensions exceptionnelles prévue à l'article L.581-9, comporte, outre les informations et pièces énumérées par l'article R.581-7 : 1° L'indication du type de manifestation annoncée ; 2° L'indication de l'emplacement du dispositif, de sa surface et de sa durée d'installation ; 3° Le nom des personnes, ou la dénomination ou la raison sociale des entreprises désirant apposer ou faire apposer le dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle comportant de la publicité, ainsi que leur adresse ; 4° Les esquisses ou photos du dispositif, de la publicité et de l'emplacement envisagé. II.-Le maire transmet à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites le dossier de la demande dans un délai de quatre jours à compter de la réception du dossier ou des pièces qui le complètent. III.-L'autorisation d'emplacement est délivrée au dispositif dont les caractéristiques respectent les prescriptions de l'article R.581-56 et compte tenu notamment de sa durée d'installation, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière. Elle précise sa durée. IV.-La date et le numéro de l'arrêté municipal accordant cette autorisation ainsi que l'indication des surfaces d'affichage publicitaire autorisé doivent être mentionnées sur la bâche de manière visible de la voie publique, pendant toute la durée de son utilisation.	
Sous-section 1 : Dispositions générales applicables à toutes publicités	
Article R.581-22 Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, la publicité est interdite : 1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; 2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ; 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public. **Article R.581-23** 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, faisant l'objet d'un permis de démolir.	**Article R.581-8** I. – Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, la publicité non lumineuse est interdite en agglomération : 1° Sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; 2° Sur les murs des bâtiments d'habitation sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent que des ouvertures de surface réduite ; 3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; 4° Sur les murs de cimetière et de jardin public. II. – Ces dispositions ne s'appliquent pas aux bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou dans les zones mentionnées à l'article L.430-1 du code de l'urbanisme, faisant l'objet d'un permis de démolir.
Article R.581-24 Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent.	**Article R.581-21** Les publicités et les dispositifs publicitaires mentionnés aux articles R.581-8 à R.581-12 et R.581-22 à R.581-31, ainsi que leur emplacement doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012

Sous-section 2 : Dispositifs publicitaires

Paragraphe 1 : Dispositions relatives à la densité

Article R.581-25

Les dispositions du présent article s'appliquent à tous les dispositifs publicitaires décrits dans la présente sous-section, à l'exception de ceux apposés sur une palissade ou sur une toiture.

I. – Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.
Par exception, il peut être installé :
– soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
– soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première. Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. – Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.
Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

Paragraphe 2 : Dispositions particulières applicables à la publicité non lumineuse

Article R.581-26

I.-Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol.

II.-Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Toutefois, cette surface pourra être portée à 8 mètres carrés dans la traversée desdites agglomérations, lorsque la publicité est

Article R.581-11

I. – Dans les agglomérations dont la population est égale ou supérieure à 10 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 16 m², ni s'élever à plus de 7,50 mètres au-dessus du niveau du sol.

II. – Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, la surface unitaire de la publicité non lumineuse et la hauteur à laquelle celle-ci peut s'élever au-dessus du niveau du sol sont limitées dans les conditions définies ci-après :
1° Dans les agglomérations dont la population est supérieure à 2 000 habitants et inférieure à 10 000 habitants, la surface unitaire ne peut excéder 12 m², ni la hauteur au-dessus du niveau du sol excéder 6 mètres ;
2° Dans les agglomérations dont la population est égale ou inférieure à 2 000 habitants, la surface unitaire ne peut excéder 4 m², ni la hauteur au-dessus du niveau du sol excéder 4 mètres.

III.–Toutefois, les prescriptions du I sont applicables :
1° Dans la traversée des agglomérations de moins de 10 000 habitants, lorsque la publicité est en bordure

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
en bordure de routes à grande circulation définies dans les conditions prévues à l'article L.110-3 du code de la route et à l'exception des parties de ces voies qui sont désignées comme restant soumises aux dispositions du II du présent article, aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation dite « de la publicité « et des maires des communes.	de routes à grande circulation définies dans les conditions prévues à l'article L.110-3 du code de la route et à l'exception des parties de ces voies qui sont désignées comme restant soumises aux dispositions du II du présent article, aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation dite « de la publicité « et des maires des communes ; 2° Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui font partie d'un ensemble multicommunal
Article R.581-27 La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol. La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.	**Article R.581-10** La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol. **Article R.581-9** La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur du bâtiment qui la supporte. Le dépassement du bord supérieur des clôtures aveugles autres que les murs ne peut excéder le tiers de la hauteur du dispositif publicitaire.
Article R.581-28 Une publicité non lumineuse doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,25 mètre.	**Article R.581-12** Une publicité non lumineuse doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,25 mètre.
Article R.581-29 Aucune publicité non lumineuse ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées. Il est toutefois dérogé à cette disposition lorsqu'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque.	**Article R.581-13** Aucune publicité non lumineuse ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées. Il est toutefois dérogé à cette disposition lorsqu'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque.
Article R.581-30 Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération : 1° Dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ; 2° 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 plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.	**Article R.581-22** Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération : 1° Dans les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme ; 2° 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 plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-31 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. Dans les autres agglomérations ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. Sur l'emprise des aéroports et des gares, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent : – ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; – ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.	**Article R.581-23** 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. Dans les autres agglomérations, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.
Article R.581-32 Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m². Toutefois, sur l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes ces dispositifs peuvent s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol, et avoir une surface d'une limite maximale de 50 m². Dans ce cas, les dispositifs sont apposés conformément aux prescriptions édictées par l'autorité compétente en matière de police.	**Article R.581-23** 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. Dans les autres agglomérations, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. **Article R.581-24** Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 16 m².
Article R.581-33 Un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. En outre, l'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.	**Article R.581-25** Un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. En outre, l'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Paragraphe 3 : Dispositions particulières applicables à la publicité lumineuse	
Article R.581-34 La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. A l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires situés hors agglomération, la publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 m², ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt. Les dispositions des deuxième et troisième alinéas et des articles R.581-36 à R.581-41 ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions des articles R.581-26 à R.581-33.	**Article R.581-14** La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Les dispositions du présent paragraphe ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions des articles R.581-8 à R.581-25. **Article R.581-15** La publicité lumineuse ne peut être autorisée dans les agglomérations de moins de 2 000 habitants sauf lorsqu'elles font partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants.
Article R.581-35 Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes. Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.	
	Article R.581-16 La publicité lumineuse ne peut être autorisée : 1° Sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; 2° Sur les murs de clôture et autres éléments de clôture.
Article R.581-36 La publicité lumineuse ne peut : 1° Recouvrir tout ou partie d'une baie ; 2° Dépasser les limites du mur qui la supporte ; 3° Etre apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ; 4° Etre apposée sur une clôture.	**Article R.581-17** La publicité lumineuse ne peut : 1° Recouvrir tout ou partie d'une baie ; 2° Dépasser les limites du mur ou du garde-corps du balcon ou balconnet qui la supporte ; 3° Réunir plusieurs balcons ou balconnets.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-37 La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.	**Article R.581-18** La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur ou du garde-corps du balcon ou du balconnet qui la supporte.
Article R.581-38 Lorsqu'un dispositif supportant une publicité lumineuse est situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, sa hauteur ne peut excéder : 1° Un sixième de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum 2 mètres lorsque cette hauteur est inférieure ou égale à 20 mètres ; 2° Un dixième de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum à 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 20 mètres.	**Article R.581-19** Lorsqu'un dispositif supportant une publicité lumineuse est situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, sa hauteur ne peut excéder : 1° Un sixième de la hauteur de la façade de l'immeuble et au maximum 2 mètres lorsque cette hauteur est inférieure à 20 mètres ; 2° Un dixième de la hauteur de la façade et au maximum à 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 20 mètres.
Article R.581-39 Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 0,50 mètre.	**Article R.581-20** Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur le garde-corps de balcons ou balconnets ou bien sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 0,50 mètre.
Article R.581-40 Les dispositifs publicitaires lumineux, lorsqu'ils sont scellés au sol, sont en outre soumis aux dispositions des articles R.581-30, R.581-31 et R.581-33.	
Article R.581-41 Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 m² ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol. Par dérogation à l'alinéa précédent, une publicité numérique peut avoir une surface unitaire maximale égale à 50 m² et s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol lorsqu'elle est installée sur l'emprise d'un aéroport dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes. Dans ce cas, le dispositif publicitaire numérique est apposé conformément aux prescriptions de l'autorité compétente en matière de police et respecte les prescriptions du 4ème alinéa de l'article R.581-34 et celles de l'article R.581-35. Afin d'éviter les éblouissements, les dispositifs publicitaires numériques situés à l'intérieur des agglomérations et, en dehors des agglomérations, sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires sont équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante.	

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Sous-section 3 : Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire	
Article R.581-42 Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies par la présente sous-section, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. Il ne peut pas supporter de la publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les espaces définis aux 3°, 7° et 8° de l'article L.581-8. Il respecte les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles R.581-30, R.581-31, R.581-34, R.581-35 et R.581-41. Lorsqu'il supporte de la publicité numérique il ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique. Dans les autres cas, il est placé conformément aux prescriptions du règlement local de publicité, ou, à défaut, celles de l'autorité compétente en matière de police.	
Article R.581-43 Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 m², plus 2 m² par tranche entière de 4,50 m² de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.	**Article R.581-27** Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 m², plus 2 m² par tranche entière de 4,50 m² de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.
Article R.581-44 Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m², sans que la surface totale de la publicité puisse excéder 6 m². L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces kiosques est interdite.	**Article R.581-28** Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m², sans que la surface totale de la publicité puisse excéder 6 m². L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces kiosques est interdite.
Article R.581-45 Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.	**Article R.581-29** Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Article R.581-46 Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 m² utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.	**Article R.581-30** Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 m² utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-47 Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et oeuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 m² et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R.581-31 et R.581-32 et du 1er alinéa de l'article R.581-33.	**Article R.581-31** Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et oeuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 m² et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R.581-23 et R.581-24 et du 1er alinéa de l'article R.581-25.
Paragraphe 1 : Véhicules terrestres **Article R.581-48** Les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse anormalement réduite. En outre, ils ne peuvent pas circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L.581-4 et L.581-8. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m². Des dérogations à ces interdictions peuvent être accordées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières. La publicité lumineuse est interdite sur les véhicules terrestres.	**Article R.581-49** Les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse anormalement réduite. En outre, ils ne peuvent pas circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L.581-4 et L.581-8. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 16 m². Des dérogations à ces interdictions peuvent être accordées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières.
Paragraphe 2 : Publicité sur les eaux intérieures **Article R.581-49** La publicité sur les eaux intérieures, telles qu'elles sont définies par l'article L.4000-1 du code des transports, est, sauf dans le cas prévu au 2ème alinéa de l'article L.581-15, soumise aux dispositions du présent paragraphe.	**Article R.581-50** La publicité sur les eaux intérieures, telles qu'elles sont définies par la loi n° 72-1202 du 23 décembre 1972 relative aux infractions concernant les bateaux, engins et établissements flottants circulant ou stationnant sur les eaux intérieures, est, sauf dans le cas prévu au deuxième alinéa de l'article L.581-15, soumise aux dispositions du présent paragraphe.
Article R.581-50 La publicité n'est admise que sur les bâtiments motorisés au sens du b de l'article 1.01 du règlement général de police de la navigation intérieure et à condition que ces bâtiments ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires.	**Article R.581-51** La publicité n'est admise que sur les bâtiments motorisés au sens du b de l'article 1.01 du règlement général de police de la navigation intérieure et à condition que ces bâtiments ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-51 I. – Les seuls dispositifs publicitaires admis sont constitués de panneaux plats. II. – Chaque dispositif ne peut excéder : 1° 5 mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bâtiment ; 2° 0,75 mètre dans le sens vertical, sans pouvoir s'élever à plus d'un mètre au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou, à défaut de plat-bord, du point le plus bas du bordé fixe. III. – En outre, la surface totale des publicités apposées ou installées sur un bâtiment ne peut excéder 8 m². IV. – Les dispositifs publicitaires ne doivent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou par transparence.	**Article R.581-52** I. – Les seuls dispositifs publicitaires admis sont constitués de panneaux plats. II. – Chaque dispositif ne peut excéder : 1° 5 mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bâtiment ; 2° 0,75 mètre dans le sens vertical, sans pouvoir s'élever à plus d'un mètre au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou, à défaut de plat-bord, du point le plus bas du bordé fixe. III. – En outre, la surface totale des publicités apposées ou installées sur un bâtiment ne peut excéder 8 m². IV. – Les dispositifs publicitaires ne doivent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou par transparence.
Article R.581-52 Les bâtiments supportant de la publicité ne peuvent stationner ou séjourner dans des lieux mentionnés aux 2° et 3° de l'article L.581-4 et à l'article L.581-8 ou sur les plans d'eau ou parties de plans d'eau situés à moins de 100 mètres de ces lieux. De même, ces bâtiments ne peuvent stationner ou séjourner à moins de 40 mètres du bord extérieur de la chaussée d'une voie routière ouverte à la circulation publique s'ils sont visibles de cette voie. Ils ne peuvent circuler à moins de trois cents mètres les uns des autres, ni circuler à vitesse anormalement réduite.	**Article R.581-53** Les bâtiments supportant de la publicité ne peuvent stationner ou séjourner dans des lieux mentionnés aux 2° et 3° de l'article L.581-4 et à l'article L.581-8 ou sur les plans d'eau ou parties de plans d'eau situés à moins de 100 mètres de ces lieux. De même, ces bâtiments ne peuvent stationner ou séjourner à moins de 40 mètres du bord extérieur de la chaussée d'une voie routière ouverte à la circulation publique s'ils sont visibles de cette voie. Ils ne peuvent circuler à moins de trois cents mètres les uns des autres, ni circuler à vitesse anormalement réduite.
Sous-section 5 : Dispositions particulières applicables aux bâches, aux dispositifs de dimensions exceptionnelles et de petit format	
Article R.581-53 I.-Au sens de la présente sous-section, les bâches comprennent : 1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ; 2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier. II.-Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans les autres agglomérations les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R.418-7 du code de la route. III.-Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des 1er, 2ème et 4ème alinéas de l'article R.581-34, des articles R.581-35 à R.581-37 et de l'article R.581-41 sont applicables aux bâches.	

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-54 Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. La durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier ne peut excéder l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux. L'affichage publicitaire apposé sur une bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de la bâche de chantier. Toutefois, lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « haute performance énergétique rénovation « dit « BBC rénovation «, l'autorité compétente de police peut autoriser un affichage publicitaire d'une superficie supérieure à ce plafond.	
Article R.581-55 Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,50 mètre, 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. La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.	
Article R.581-56 Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles mentionnés au 2ème alinéa de l'article L.581-9 ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans les autres agglomérations les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R.418-7 du code de la route. La durée d'installation de dispositifs de dimension exceptionnelle ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m². Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, du 1er alinéa de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des 1er, 2ème et 4ème alinéas de l'article R.581-34, des articles R.581-35 à R.581-37, et du 3ème alinéa de l'article R.581-41 sont applicables aux dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.	
Article R.581-57 Les dispositifs de petit format mentionnés au III de l'article L.581-8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m². Les dispositions des articles R.581-22 à R.581-24, de l'article R.581-27, des articles R.581-29 à R.581-30, de l'article R.581-33, des articles R.581-34 à R.581-37 et de l'article R.581-41 sont applicables aux dispositifs de petits formats.	

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Section 3 : Enseignes et préenseignes	
Sous-section 1 : Dispositions relatives aux enseignes	
Article R.581-58 Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. 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. Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.	**Article R.581-55** Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. 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. Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.
Article R.581-59 Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Les enseignes lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt. Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral. Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.	
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 lui une saillie de plus de 0,25 mètre. Des enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre, 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, enfin, 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 0,25 mètre par rapport à lui.	
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 deux mètres. Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon.	**Article R.581-57** 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 deux mètres. Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-62 Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de 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 pas dépasser 0,50 mètre de haut. Dans le cas prévu à l'alinéa précédent, la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres. La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m², à l'exception de certains établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.	**Article R.581-58** Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de 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 pas dépasser 0,50 mètre de haut. Dans le cas prévu à l'alinéa précédent, la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.
Article R.581-63 Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m². Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée. Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.	

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-64 Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. 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. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions. Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé sur le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble dans lequel où est exercée l'activité signalée.	**Article R.581-59** Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. 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. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions. Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants, les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif à double face ou deux dispositifs simples placés le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
Article R.581-65 I. – La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R.581-64 est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. II. – Ces enseignes ne peuvent dépasser : 1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ; 2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.	**Article R.581-60** I. – La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R.581-59 est de 6 m². Elle est portée à 16 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou qui font partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants ainsi que pour les activités situées dans l'emprise d'une voie rapide et particulièrement utiles aux personnes en déplacement. II. – Ces enseignes ne peuvent dépasser : 1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large ; 2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.
Sous-section 2 : Dispositions relatives aux préenseignes **Article R.581-66** (à partir du 13 juillet 2015) Les préenseignes prévues par le 3ème alinéa de l'article L.581-19, dites préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Les préenseignes dérogatoires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol. Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur. La collectivité gestionnaire de la voirie, peut, le cas échéant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation	**Article R.581-71** (jusqu'au 12 juillet 2015) Les préenseignes mentionnées au dernier alinéa de l'article L.581-19 et au III de l'article L.581-20 peuvent être, en dehors des agglomérations et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants, scellées au sol ou installées directement sur le sol. Leurs dimensions ne doivent pas excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur. Elles ne peuvent pas être implantées à plus de 5 kilomètres de l'entrée de

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
des préenseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil administratifs des actes de cette collectivité ou intégrées au règlement local de publicité. A défaut, les préenseignes dérogatoires respectent les prescriptions nationales fixées par arrêté ministériel.	l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.
Article R.581-67 (à partir du 13 juillet 2015) Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par monument, lorsque ces préenseignes signalent des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Deux de ces préenseignes lorsqu'elles indiquent la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, peuvent être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument. Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes par activité culturelle signalée. La commercialisation de biens culturels ne peut être regardée comme une activité culturelle au sens de l'article L.581-19. Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.	**Article R.581-72** (jusqu'au 12 juillet 2015) Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par monument, lorsque ces préenseignes signalent des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Deux de ces préenseignes lorsqu'elles indiquent la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, peuvent être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument. Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par établissement lorsque ces préenseignes signalent des activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement. Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes par établissement lorsque ces préenseignes signalent des activités soit liées à des services publics ou d'urgence, soit s'exerçant en retrait de la voie publique, soit en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales. Une de ces préenseignes, lorsqu'elles signalent des activités liées à des services d'urgence ou s'exerçant en retrait de la voie publique, peut être installée, en agglomération, dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 lorsque ces activités y sont situées.
Sous-section 3 : Dispositions particulières relatives aux enseignes et préenseignes temporaires **Article R.581-68** Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires : 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ; 2° Les enseignes ou préenseignes 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.	**Article R.581-74** Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires : 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ; 2° Les enseignes ou préenseignes 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.
Article R.581-69 Ces enseignes ou préenseignes 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.	**Article R.581-75** Ces enseignes ou préenseignes 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.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-70 Les enseignes temporaires sont régies par les dispositions de la présente sous-section et du 2ème alinéa de l'article R.581-58, des 2ème à 5ème alinéas de l'article R.581-59, du 1er alinéa de l'article R.581-60, des 1er et 2ème alinéas de l'article R.581-61, du dernier alinéa de l'article R.581-62 et de l'article R.581-64. Lorsqu'il s'agit d'enseignes mentionnées au 2° de l'article R.581-68, leur surface unitaire maximale est de 12 m² lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol.	**Article R.581-76** Les enseignes temporaires sont régies par les dispositions du 2ème alinéa de l'article R.581-55, du 1er alinéa de l'article R.581-56, des 1er et 2ème alinéas de l'article R.581-57, du dernier alinéa de l'article R.581-58 et de l'article R.581-59. Lorsqu'il s'agit d'enseignes mentionnées au 2° de l'article R.581-74, leur surface unitaire maximale est de 16 m² lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol, à moins que le maire en décide autrement dans les conditions prévues à l'article R.581-61.
Article R.581-71 Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants si leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.	**Article R.581-79** Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants si leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.

Section 4 : Règlement local de publicité

Sous-section 1 : Contenu

Article R.581-72

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

Article R.581-73

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Article R.581-74

La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9, ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

Article R.581-75

Le règlement local des communes faisant partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants définit les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses selon les zones qu'il identifie.

Article R.581-76

La subordination d'un dispositif publicitaire à l'octroi d'une autorisation par l'autorité compétente en matière de police ne fait pas obstacle à la fixation, par le règlement local de publicité, de règles plus restrictives que la réglementation nationale, notamment en matière de publicité lumineuse et d'enseignes lumineuses.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-77 Lorsque le règlement local de publicité autorise, sur le fondement de l'article L.581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables. Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération.	
Article R.581-78 Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.	
Sous-section 2 : Elaboration, révision et modification	**Article R.581-36** La délibération par laquelle un conseil municipal demande la création ou la modification, sur le territoire de la commune, d'une zone de publicité autorisée, d'une zone de publicité restreinte ou d'une zone de publicité élargie, fait l'objet d'une publication par extrait au recueil des actes administratifs de la préfecture et d'une mention insérée en caractères apparents dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans tout le département. Lorsque la procédure de création d'une zone de publicité autorisée, d'une zone de publicité restreinte ou d'une zone de publicité élargie est engagée par le préfet, après consultation du maire, dans les conditions prévues au dernier alinéa du I de l'article L.581-14, l'arrêté du préfet ouvrant l'instruction fait l'objet des mesures de publicité prévues au premier alinéa du présent article.
Article R.581-79 Outre les formalités de publication prévues par l'article R.123-25 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.	
	Article R.581-37 L'arrêté préfectoral constituant le groupe de travail mentionné au I de l'article L.581-14 ne peut pas être pris avant l'expiration d'un délai de quinze jours à compter de l'accomplissement de la dernière des mesures de publicité prévues à l'article R.581-36.
	Article R.581-38 Les demandes de participation avec voix consultative au groupe de travail doivent obligatoirement parvenir au préfet dans le délai fixé à l'article R.581-37. Elles sont adressées par pli recommandé avec demande d'avis de réception postale ou déposées contre décharge à la préfecture.
	Article R.581-39 Lorsqu'une chambre de commerce et d'industrie ou une chambre des métiers et de l'artisanat ou une chambre d'agriculture demande à être associée avec voix consultative au groupe de travail, il ne peut être désigné plus de deux représentants par établissement public.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
	Article R.581-40 Lorsqu'une association locale d'usagers agréée mentionnée à l'article L. 121-5 du code de l'urbanisme demande à être associée avec voix consultative au groupe de travail, elle est représentée par son président ou un de ses membres.
	Article R.581-40 Les représentants des entreprises de publicité extérieure, des fabricants d'enseignes et des artisans peintres en lettres, qui demandent à être associés avec voix consultative au groupe de travail, sont désignés, après consultation des organisations professionnelles représentatives, dans la limite de cinq représentants au total.
	Article R.581-42 Lorsqu'un maire souhaite, en application du sixième alinéa du I de l'article L.581-14, que la zone de réglementation spéciale de la publicité soit instituée par arrêté ministériel, sa demande doit accompagner la transmission au préfet de la délibération du conseil municipal.
	Article R.581-43 I. – L'acte établissant ou modifiant une zone de publicité autorisée, une zone de publicité restreinte ou une zone de publicité élargie fait l'objet : 1° D'une mention au Journal officiel de la République française et d'un affichage en mairie, s'il s'agit d'un arrêté ministériel ; 2° D'un affichage en mairie et d'une publication au recueil des actes administratifs de la préfecture s'il s'agit d'un arrêté du maire ou d'un arrêté préfectoral. II. – Dans les deux cas, l'arrêté fait, en outre, l'objet d'une mention en caractères apparents dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans tout le département.
	Article R.581-44 Lorsqu'un accord intervient entre plusieurs communes limitrophes d'un même département pour constituer un seul groupe de travail en vue de présenter un projet commun d'institution d'une ou plusieurs zones de réglementation spéciale, un arrêté préfectoral engage la procédure d'instruction commune. Cet arrêté fait l'objet des mesures de publicité prévues à l'article R.581-36. Les dispositions des articles R.581-38 à R.581-41 sont applicables. La présidence du groupe de travail intercommunal est assurée par un maire désigné au scrutin secret par les représentants élus des communes et, éventuellement, par les représentants des organismes intercommunaux compétents en matière d'urbanisme. Pour l'application des dispositions des alinéas 4, 5 et 6 du I de l'article L.581-14, chaque conseil municipal concerné est appelé à délibérer. Les zones de réglementation spéciale élaborées par un groupe de travail intercommunal sont instituées par arrêté préfectoral faisant l'objet des mesures de publicité prévues au 2° du I de l'article R.581-43.
	Article R.581-45 I. – Lorsqu'un accord intervient entre plusieurs communes limitrophes dépendant de plusieurs départements d'une même région pour constituer un seul groupe de travail en vue de présenter un projet commun d'institution d'une ou plusieurs zones de réglementation spéciale, les dispositions de l'article R.581-44 sont applicables. II. – Le préfet de région désigne l'un des préfets intéressés pour intervenir dans la procédure. III. – Les mesures de publicité sont prises dans chacun des départements concernés. IV. – Chacune des commissions départementales de la nature, des paysages et des sites est consultée, dans sa formation dite « de la publicité «. L'avis défavorable d'une commission départementale provoque une nouvelle délibération du groupe de travail.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
	Article R.581-46 Lorsqu'un accord intervient entre plusieurs communes limitrophes dépendant de plusieurs régions pour constituer un seul groupe de travail en vue de présenter un projet commun d'institution d'une ou plusieurs zones de réglementation spéciale, les dispositions de l'article R.581-45 sont applicables sous réserve que le préfet appelé à intervenir dans la procédure soit désigné par le ministre chargé de l'environnement, en accord avec le ministre de l'intérieur.
	Article R.581-47 Lorsqu'une zone de publicité élargie est instituée en application du sixième alinéa du II de l'article L.581-8, les dispositions des alinéas 4, 5 et 6 du I de l'article L.581-14 ne sont pas applicables. L'acte instituant la zone de publicité élargie est, dans ce cas, un arrêté ministériel pris après avis de la commission supérieure des sites.
Article R.581-80 Lorsqu'un plan de sauvegarde et de mise en valeur d'un secteur sauvegardé a été rendu public ou approuvé avant le 1er juillet 1983 et que le règlement annexé à ce plan comporte des prescriptions en matière de publicité, ces prescriptions demeurent applicables pendant une durée maximale de dix années à compter de l'entrée en vigueur du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes, sauf si elles ont été modifiées par un règlement local de publicité.	**Article R.581-48** Lorsqu'un plan de sauvegarde et de mise en valeur d'un secteur sauvegardé a été rendu public ou approuvé avant le 1er juillet 1983 et que le règlement annexé à ce plan comporte des prescriptions en matière de publicité, ces dernières demeurent applicables tant qu'elles n'ont pas été modifiées dans le cadre de l'institution d'une zone de publicité restreinte.
	Article R.581-61 Le maire peut, sauf dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 et dans les zones mentionnées au 2ème alinéa de l'article L.581-18 dans lesquelles il existe des prescriptions relatives aux enseignes, adapter aux circonstances locales, par arrêté, les dispositions de l'article R.581-56, du dernier alinéa de l'article R.581-57, des 3ème et 4ème alinéas de l'article R.581-58, enfin de l'article R.581-60 lorsque les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées. Cet arrêté intervient après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites dans sa formation dite « de la publicité «. Cet avis est réputé acquis s'il n'a pas été émis dans les deux mois de la demande adressée par le maire au préfet.
Article R.581-81 Tout litige afférent à un contrat de louage d'emplacement privé aux fins d'apposer de la publicité ou d'installer une préenseigne est porté, nonobstant toute disposition contraire, devant le tribunal d'instance ou de grande instance dans le ressort duquel se trouve le dispositif concerné.	**Article R.581-81** Tout litige afférent à un contrat de louage d'emplacement privé aux fins d'apposer de la publicité ou d'installer une préenseigne est porté, nonobstant toute disposition contraire, devant le tribunal d'instance ou de grande instance dans le ressort duquel se trouve le dispositif concerné.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-82 Dans tous les cas où le préfet prend l'arrêté de mise en demeure prévu à l'article L.581-27, il en informe aussitôt le maire de la commune dans laquelle est situé le dispositif publicitaire irrégulier. Le maire informe le préfet lorsqu'il prend un arrêté de mise en demeure prévu à l'article L.581-27 ou L.581-28, et lorsqu'il fait exécuter d'office les travaux prévus à l'article L.581-31. Le préfet est substitué au maire à défaut pour celui-ci d'avoir, dans le délai d'un mois suivant la notification de la demande qui lui a été faite par le préfet de prendre les mesures prévues aux articles L.581-27, L.581-28 et L.581-31, de lui avoir transmis l'arrêté prévu à l'alinéa précédent ou de l'avoir informé des mesures d'exécution d'office décidées. L'arrêté de mise en demeure pris par le maire ou par le préfet est notifié par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal.	**Article R.581-82** Dans tous les cas où le préfet prend l'arrêté de mise en demeure prévu à l'article L.581-27, il en informe aussitôt le maire de la commune dans laquelle est situé le dispositif publicitaire irrégulier. Le préfet prend cet arrêté lorsque le maire ne l'a pas pris dans le mois de la constatation de l'infraction. L'arrêté de mise en demeure pris par le maire ou par le préfet est notifié par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal.
Article R.581-83 Le montant de l'astreinte administrative prévue à l'article L.581-30 est réévalué chaque année dans la proportion de la variation, par rapport à l'indice du mois de janvier 2012, de l'indice des prix à la consommation, hors tabac, de l'ensemble des ménages (série France entière), calculé par l'Institut national de la statistique et des études économiques pour le mois de janvier de l'année considérée.	**Article R.581-83** Le montant de l'astreinte administrative prévue à l'article L.581-30 est réévalué chaque année dans la proportion de la variation, par rapport à l'indice du mois de janvier 1999, de l'indice des prix à la consommation, hors tabac, de l'ensemble des ménages (série France entière), calculé par l'Institut national de la statistique et des études économiques pour le mois de janvier de l'année considérée.
Article R.581-84 L'état nécessaire au recouvrement des astreintes prononcées en application de l'article L.581-30 ou de l'article L.581-36 est, à défaut de diligence du maire, établi et recouvré au profit de l'Etat dans les conditions prévues aux articles 80 à 92 du décret n°62-1587 du 29 décembre 1962 modifié portant règlement général sur la comptabilité publique.	Article R.581-84 L'état nécessaire au recouvrement des astreintes prononcées en application de l'article L.581-30 ou de l'article L.581-36 est, à défaut de diligence du maire, établi et recouvré au profit de l'Etat dans les conditions prévues aux articles 80 à 92 du décret n°62-1587 du 29 décembre 1962 modifié portant règlement général sur la comptabilité publique.
Article R.581-85 Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 2ème classe le fait de ne pas observer les prescriptions du 2ème alinéa de l'article R.581-58.	**Article R.581-85** Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 2ème classe le fait de ne pas observer les prescriptions du 2ème alinéa de l'article R.581-55.
	Article R.581-86 Est puni l'amende prévue pour les contraventions de la 3ème classe : 1° Le fait d'apposer ou faire apposer une publicité sans avoir obtenu l'autorisation prévue à l'article L.581-24 ; 2° Le fait de ne pas observer les prescriptions du 1er alinéa de l'article R.581-13 et de l'article R.581-21.

Après le 1er juillet 2012	Avant le 1er juillet 2012
Article R.581-87 Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure, une publicité : 1° Dans les lieux, sur des supports, à des emplacements, selon des procédés, à des périodes ou des heures interdits en application des dispositions des articles R.581-22, R.581-25, R.581-30, R.581-31 et R.581-33, du 4ème alinéa de l'article R.581-34, des articles R.581-35, R.581-36 et R.581-40, du 3ème alinéa de l'article R.581-41, des articles R.581-42, R.581-43, R.581-44, R.581-45, R.581-46, du 2ème alinéa de l'article R.581-54 et du 3ème alinéa de l'article R.581-56 ; 2° Sans avoir observé les dimensions maximales ou minimales et les conditions d'emplacement ou de réalisation sur le support définies par l'article R.581-26, les articles R.581-27, R.581-28, R.581-32, du 3ème alinéa de l'article R.581-34, des articles R.581-36, R.581-37, R.581-38, R.581-39, des 1er et 2ème alinéas de l'article R.581-41, des articles R.581-43, R.581-44, R.581-46 et R.581-47, des 1er et 3ème alinéas de l'article R.581-54, de l'article R.581-55, du 4ème alinéa de l'article R.581-56 et de l'article R.581-57 ; 3° Sans avoir obtenu l'autorisation exigée en application du décret prévu par le troisième alinéa de article L.581-9 et L.581-44 ou sans avoir observé les conditions posées par cette autorisation ; 4° Sans avoir observé les prescriptions de l'article L.581-5.	**Article R.581-87** Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure, une publicité : 1° Dans les lieux, sur des supports, à des emplacements ou selon des procédés interdits en application des dispositions des articles R.581-1 et R.581-5 à R.581-36 ; 2° Sans avoir observé les dimensions maximales ou minimales et les conditions d'emplacement sur le support, définies par les articles R.581-1 et R.581-5 à R.581-36 ; 3° Sans avoir obtenu l'autorisation exigée en application des articles L.581-9 et L.581-44 ou sans avoir observé les conditions posées par cette autorisation ; 4° Sans avoir observé les prescriptions de l'article L.581-5. **Article R.581-88** Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe le fait de laisser subsister une publicité au-delà des délais imposés par l'article L.581-43 pour la mise en conformité avec les dispositions des articles R.581-1 et R.581-5 à R.581-36.

Article R.581-88

I. – Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un règlement local de publicité prévu à l'article L.581-14 qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce règlement peuvent, y compris si elles sont soumises à autorisation, être maintenues jusqu'au 13 juillet 2015 lorsque l'entrée en vigueur de ce règlement est antérieure à la date de publication du décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Lorsque l'entrée en vigueur du règlement est postérieure à la date de publication du décret précité, elles peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit règlement.

II. – Les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur d'un acte, qui, procédant au classement d'un monument, d'un site ou d'un espace mentionné par le I de l'article L.581-4, fixant les limites d'une agglomération en application de l'article R.411-2 du code de la route ou délimitant l'un des espaces énumérés par l'article L.581-8, a pour effet d'interdire la publicité dans le lieu où elles sont installées, peuvent être maintenues jusqu'au 13 juillet 2015 lorsque l'entrée en vigueur de ces acte est antérieure à la date de publication du décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Lorsque l'entrée en vigueur de l'acte est postérieure à la date de publication du décret précité, elles peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit acte.

III. – Les publicités et préenseignes mises en place avant le 1er juillet 2012 qui ne sont pas conformes aux dispositions du chapitre 1er du titre VIII du livre V du code de l'environnement issues de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 et du décret n°2012-112 du 30 janvier 2012 peuvent être maintenues jusqu'au 13 juillet 2015.

Arrêté du 2 avril 2012 pris pour l'application des articles R.581-62 et R.581-63 du code de l'environnement

Le ministre de la culture et de la communication,

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles R.581-62 et R.581-63, Arrête :

Article 1

Les établissements culturels visés aux articles R.581-62 et R.581-63 du code de l'environnement et ne relevant pas de son champ d'application sont :

1. Les établissements de spectacles cinématographiques

2. Les établissements de spectacles vivants

3. Les établissements d'enseignement et d'exposition des arts plastiques.

Article 2

Les activités culturelles visées à l'article R.581-63 du code de l'environnement et ne relevant pas de son champ d'application sont :

1. Les spectacles cinématographiques

2. Les spectacles vivants

3. L'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

Article 3

La directrice générale des médias et des industries culturelles et le directeur général de la création artistique sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Arrêté du 31 août 2012 fixant le modèle de déclaration préalable d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une préenseigne et le modèle d'autorisation préalable d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne

La ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie,

Vu le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes, pris pour l'application de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, notamment ses articles R.581-8 et R.581-9, arrête :

Article 1

Sont fixés les modèles des formulaires suivants :

- la déclaration préalable de nouvelle installation, de remplacement, de modification d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une préenseigne, enregistrée sous le n° CERFA 14799 et figurant en annexe 1 du présent arrêté ;
- la demande d'autorisation préalable de nouvelle installation, de remplacement, de modification d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne, enregistrée sous le n° CERFA 14798 et figurant en annexe 2 du présent arrêté.

Ces deux formulaires contiennent également chacun un bordereau des pièces à joindre.

Le formulaire de demande d'autorisation contient aussi un récépissé qui sera rendu au pétitionnaire suite au dépôt de sa demande.

Article 2

Les modèles de formulaires, de bordereaux de dépôt des pièces jointes et de récépissé prévus à l'article 1er peuvent être obtenus auprès des mairies ou des directions départementales des territoires et sont accessibles sur le site www.service-public.fr et sur le site internet du ministère chargé de l'environnement www.developpement-durable.gouv.fr.

Article 3

Le préfet ou le maire affecte aux déclarations préalables et aux demandes d'autorisations préalables un numéro d'enregistrement de douze caractères suivant les lettres DP ou AP. La structure du numéro d'enregistrement est la suivante :

- le numéro de code géographique INSEE du département (3 chiffres) ;
- le numéro de code géographique INSEE de la commune (3 chiffres) ;
- les 2 derniers chiffres du millésime de l'année de dépôt de la demande (2 chiffres) ;
- le numéro de dossier composé de quatre caractères utilisés pour une numérotation en continu.

Article 4

Le directeur de l'habitat, de l'urbanisme et des paysages est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Articles du code de la route en lien avec la publicité

Article R.418-1

Toute publicité lumineuse ou par appareil réfléchissant est interdite sur les véhicules.

Le fait de contrevenir, à l'aide d'un véhicule à moteur, aux dispositions du présent article est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 3ème classe.

Le fait de contrevenir, à l'aide d'un cycle, aux dispositions du présent article est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 1ère classe.

Article R.418-2

I. – Dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites, lorsqu'elles en sont visibles, la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes :

1° comportant une indication de localité, complétée soit par une flèche, soit par une distance kilométrique ;

2° comportant la reproduction d'un signal routier réglementaire ou d'un schéma de présignalisation.

II. – Dans les mêmes conditions, sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui, par leur forme, leurs couleurs, leur texte, leurs symboles, leurs dimensions ou leur emplacement peuvent être confondues avec les signaux réglementaires.

III. - Sont interdits les dispositifs et dessins publicitaires :

1° triangulaires à fond blanc ou jaune ;

2° circulaires à fond rouge, bleu ou blanc ;

3° octogonaux à fond rouge ;

4° carrés à fond blanc ou jaune, s'ils sont disposés sur pointe.

IV. – Ces dispositions s'appliquent à tout dispositif, dessin, inscription ou marquage, quels que soient la nature des indications qu'il comporte, son objet commercial ou non, le procédé utilisé pour sa réalisation et la qualité de son auteur.

Article R.418-3

Il est interdit d'apposer des placards, papillons, affiches ou marquages sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tous autres équipements 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.

Toutefois, lorsque l'autorité investie du pouvoir de police autorise une association ou un organisme sans but lucratif à implanter des signaux d'indication, le préfet peut permettre que le nom ou l'emblème du donateur figure sur le signal ou sur son support si la compréhension du signal n'en est pas rendue moins aisée. Il peut en être de même pour les installations annexes autorisées.

Article R.418-4

Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes 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. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétroréfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur.

Article R.418-5

I. – La publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes sont interdites 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.

II. – Toutefois, des dérogations peuvent être accordées par l'autorité investie du pouvoir de police :

1° en agglomération, pour les enseignes publicitaires ;

2° sur les aires de stationnement et les aires de services des routes ou autoroutes pour la publicité, les enseignes publicitaires et préenseignes non visibles de la route.

Article R.418-6

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 vingt 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.

Article R.418-7

En agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de quarante mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Toutefois, l'autorité investie du pouvoir de police peut les autoriser dans les limites et aux conditions qu'elle prescrit.

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de deux cents mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

Les dispositions du présent article ne font pas obstacle à l'installation de panneaux ayant pour objet de signaler, dans les conditions déterminées par les règlements sur la signalisation routière, la présence d'établissements répondant aux besoins des usagers.

Article R.418-8

Lorsque, par suite de modification concernant la voirie, une publicité, enseigne, enseigne publicitaire ou préenseigne cesse de satisfaire à la réglementation en vigueur, elle doit être supprimée dans un délai de deux ans à compter de la date d'ouverture au trafic de la voie avec ses nouvelles caractéristiques.

Article R.418-9

I. – Le fait de contrevenir aux dispositions des articles R.418-2 à R.418-7 est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la cinquième classe.

La récidive de cette contravention est réprimée conformément à l'article 132-11 du code pénal.

II. – En cas d'urgence, l'autorité investie du pouvoir de police peut :

1° dès la constatation de l'infraction, ordonner soit la suppression des dispositifs non conformes à la réglementation, soit leur mise en conformité et, le cas échéant, la remise en état des lieux ;

2° faute pour les intéressés de déférer à cette injonction dans le délai qui leur est imparti, faire procéder d'office, à leurs frais, dans l'intérêt de la sécurité, à la suppression du dispositif et à la remise en état des lieux. Par intéressés, il faut, suivant le cas, entendre soit les responsables de la mise en place du dispositif, soit le propriétaire de celui-ci ou de l'emplacement où il se trouve, soit ceux pour le compte de qui la publicité a été réalisée ;

3° faire masquer tout dispositif publicitaire, enseigne, enseigne publicitaire ou préenseigne non conforme aux dispositions des articles R.418-2 à R.418-8 et des arrêtés pris pour leur application et s'il s'agit de publicité lumineuse, faire procéder à l'extinction totale ou partielle du dispositif litigieux.

Trame de l'agent verbalisateur : Les principales questions à se poser

1. Le dispositif est-il visible d'une voie ouverte à la circulation publique ?

2. De quel type dispositif s'agit-il ?

- d'une publicité ?
  - si elle est implantée en agglomération :
    - ◊ quel est le nombre de sa population ?
    - ◊ quel est le type de publicité ? (lumineuse/non lumineuse/sur mobilier urbain)
    - ◊ quel est le type d'implantation ? (scellé au sol/mural)
    - ◊ le territoire de la commune est-il couvert :
      - par un RLP ?
      - par le RNP ?
  - si elle est implantée hors agglomération :
    - ◊ le territoire est-il couvert :
      - par un RLP ?
      - par le RNP ?
- d'une enseigne ?
  - quel est le type d'implantation ? (scellée au sol/mural/en toiture)
  - le territoire de la commune est-il couvert :
    - ◊ par un RLP ?
    - ◊ par le RNP ?
- d'une préenseigne ?
  - si elle est implantée hors agglomération :
    - ◊ quelle activité signale-t-elle ?
    - ◊ En existe-il d'autres signalant la même activité ?
    - ◊ quelle est sa surface ?
    - ◊ à quelle distance des limites d'agglomération ou de l'activité signalée est-elle implantée ?

Le régime de la publicité

* Lorsque la publicité lumineuse est numérique, elle n'est autorisée que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants

Le régime de l'enseigne

Liste des aéroports dont le flux de passagers annuel est supérieur a trois millions

(source : union des aéroports français – statistiques 2012)

- Bâle-Muhlouse
- Beauvais-Tillé
- Bordeaux
- Lyon-Saint-Exupéry
- Marseille-Provence
- Nantes-Atlantique
- Nice-Côte d'Azur
- Paris-Charles de Gaulle
- Paris-Orly
- Toulouse-Blagnac

Exemples de documents

PROCÈS-VERBAL DE CONSTAT D'INFRACTION

à la réglementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes
(Art. L.581-1 et s., R.581-1 et s. du code de l'environnement)

Le jj/mm/aaaa, à ... heures...

Je soussigné... *(nom, prénom, grade, agissant en qualité de, lieu d'emploi)*
habilité(e) conformément à l'article L.581-40 du code de l'environnement, légalement commissionné et assermenté.

CERTIFIE AVOIR CONSTATE

L'existence d'une publicité/enseigne/préenseigne en infraction avec la réglementation susvisée

situé(e)... *(préciser la nature de la voie : Voie rapide, RN, RD, VC, Rue)*

au P.R..., dans le sens..., du côté... sur le territoire de la commune de...

Le dispositif visé est... *(décrire le dispositif : scellé au sol/mural/lumineux/bâche/autres...)*

Le dispositif est apposé par la *Société*.../au bénéfice de la *Société*...

Le dispositif est implanté... *(décrire la situation litigieuse)*

Le dispositif implanté se trouve en infraction avec les dispositions du code de l'environnement ou du règlement local de publicité suivantes : ...

Le présent procès verbal de constatation d'infraction est transmis au maire de la commune de ..., au préfet de... et au procureur de la République près le Tribunal de Grande Instance de..., ceci conformément aux dispositions de l'article L.172-16 du code de l'environnement.

Sont annexés au présent procès-verbal tout type de documents supports *(photographies, schémas, plan de situation, extrait des textes applicables, autres...)*.

Fait à..., clos le jj/mm/aaaa
Signature de l'agent

LETTRE DE TRANSMISSION DU PROCES-VERBAL AU PROCUREUR DE LA REPUBLIQUE

L'autorité compétente en matière de police
à
Mme/M. le procureur de la République

Le jj/mm/aaaa

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L.581-1 et s.

Mme/M. le procureur de la République,

Veuillez trouver ci-joint le procès-verbal n°... par lequel Mme/M.... a constaté que la société... a implanté une publicité/une enseigne/une préenseigne en méconnaissance de l'article L.581-.../R.581-... du code de l'environnement/l'article... du RLP (NATINF n°...).

Pièces Jointes :
– Procès-verbal n°
– Photographie du dispositif en infraction

PROCÉDURE CONTRADICTOIRE PRÉALABLE À L'ARRETE DE MISE EN DEMEURE

L'autorité compétente en matière de police
à
Mme, M. le représentant légal de la société ...

Le jj/mm/aaaa

Lettre recommandée avec demande d'accusé de réception

Objet : Demande d'observations suite à la constatation de l'implantation illégale d'une publicité/une enseigne/une préenseigne

Vu le code de l'environnement notamment ses articles L.581-27 et L.581-30
Vu le code de l'environnement notamment ses articles R.581-...
Vu l'article... du règlement local de publicité de...
Vu le procès-verbal n°... dressé le...

Madame, Monsieur,

Mme/M. ..., agent assermenté a été amené(e) à constater, le jj/mm/aaaa, la présence d'une publicité/une enseigne/une préenseigne implantée par vos soins sur le terrain situé ... qui me paraît irrégulier au regard des dispositions susvisées pour le motif suivant...

En conséquence, conformément à l'article L.581-27 du code de l'environnement, vous êtes susceptible de faire l'objet d'une procédure de mise en demeure.

Au préalable, je vous invite dans les ... jours suivant la réception de la présente, à me faire part de toute observation que vous jugerez utile.

Pièce jointe :
– Photographie du dispositif en infraction.

ARRETE DE MISE EN DEMEURE

à la réglementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes (Art. L.581-1 et s., R.581-1 et s. du code de l'environnement)

LE PREFET/LE MAIRE

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L.581-27 et L.581-33 ;

Vu l'arrêté municipal n°... portant règlement local de publicité approuvé le jj/mm/aaaa *(uniquement en cas de RLP)*.

Vu le procès verbal en date du jj/mm/aaaa établi par Mme/M.... *(nom et prénom)*, agent verbalisateur habilité conformément à l'article L.581-40 du code de l'environnement.

Vu la lettre d'information préalable en date du jj/mm/aaaa adressée à la Société... *(uniquement en cas de procédure contradictoire)*.

Considérant que la Société... a installé au bénéfice de la Société..., un dispositif constituant une *publicité/une enseigne/ une préenseigne (décrire le dispositif)*.

Considérant que le dispositif se situe... *(préciser la nature de la voie : voie rapide, RN, RD, VC, Rue)*

au P.R..., **dans le sens**... **du côté**... **sur le territoire de la commune de...**

Considérant que le dispositif implanté... *(décrire la situation litigieuse)*

Considérant que le dispositif visé est par conséquent en infraction avec les articles *L.581-.../R.581-.../l'article...* du RLP

ARRETE

Article 1er :

Mme/M. le Directeur de la Société... dont le siège social est situé... est mis(e) en demeure de supprimer/de mettre en conformité le dispositif susvisé/de procéder à la remise en état des lieux dans un délai de quinze jours à compter de la notification du présent arrêté, ceci conformément aux dispositions fixées à l'article L.581-27 du code de l'environnement.

Article 2

Le présent arrêté est notifié à Mme/M. le Directeur de la société...

Ampliation du présent arrêté est transmise au maire de la commune de..., au préfet du département de ... et au procureur de la République près le Tribunal de Grande Instance de ..., ceci conformément aux dispositions des articles L.581-33 et R.581-82 du code de l'environnement.

Fait à ..., le jj/mm/aaaa

Signature

La présente décision peut faire l'objet :
– d'un recours gracieux qu'il vous appartient de m'adresser ;
– d'un recours hiérarchique auprès de ... (autorité hiérarchique de l'autorité ayant pris la décision) ;
– d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif dans un délai de deux mois à compter de sa notification.
Le recours gracieux et le recours hiérarchique peuvent être formés sans condition de délai. Mais l'exercice d'un tel recours administratif ne proroge, une seule fois, le délai de recours contentieux qu'à condition d'avoir été formé dans ce délai de recours contentieux.

LETTRE D'INFORMATION AU PROCUREUR DE LA REPUBLIQUE

L'autorité compétente en matière de police
à
Mme/M. le procureur de la République

Vu le code de l'environnement notamment ses articles L.581-27 et L.581-33
Vu le procès-verbal n°...
Vu l'arrêté de mise en demeure n°... adressé à Mme/M. représentant légal de la société...

Mme/M. le procureur de la République,

Suite à la constatation d'une infraction à l'article L.581-.../R.581-... du code de l'environnement/l'article... du RLP, un procès-verbal a été dressé à l'encontre de la société...

Je vous informe lui avoir notifié le jj/mm/aaaa un arrêté de mise en demeure au terme duquel il lui est ordonné de se mettre en conformité avec la réglementation applicable dans les quinze jours suivant sa notification.

Pièce jointe :
– Arrêté de mise en demeure

LETTRE DU PRÉFET INVITANT LE MAIRE À RECOUVRER L'ASTREINTE

Mme/M. le Préfet
à
Mme/M. le Maire

Le jj/mm/aaaa

Mme/M. le Maire,

Par arrêté n°..., dont je vous ai adressé copie, j'ai mis en demeure la Société... de déposer le dispositif publicitaire lui appartenant et implanté sur le territoire de votre commune à compter du....

Je vous informe qu'elle n'a toujours pas obtempéré à mon injonction,

Par conséquent, je vous invite à procéder au recouvrement de l'astreinte prévue par l'article L.581-30 alinéa 1er du code de l'environnement. Elle s'élève à un montant de XXX,XX euros correspondant à ... jours d'infraction.

Faute pour vous de liquider le produit de l'astreinte, de dresser l'état nécessaire à son recouvrement et de me le faire parvenir dans le mois suivant la réception de la présente, la créance sera liquidée et recouvrée au profit de l'Etat, conformément à l'article L.581-30 alinéa 3 du code de l'environnement.

LETTRE D'INFORMATION AU PROCUREUR DE LA REPUBLIQUE

L'autorité compétente en matière de police
à
Mme/M. le procureur de la République

Vu le code de l'environnement notamment ses articles L.581-27 et L.581-33
Vu le procès-verbal n°...
Vu l'arrêté de mise en demeure n°... adressé à Mme/M. représentant légal de la société...

Mme/M. le procureur de la République,

Suite à la constatation d'une infraction à l'article L.581-.../R.581-... du code de l'environnement/l'article... du RLP, un procès-verbal a été dressé à l'encontre de la société...

Je vous informe lui avoir notifié le jj/mm/aaaa un arrêté de mise en demeure au terme duquel il lui est ordonné de se mettre en conformité avec la réglementation applicable dans les quinze jours suivant sa notification.

Pièce jointe :
– Arrêté de mise en demeure

ARRETE DE MISE EN RECOUVREMENT DE L'ASTREINTE ADMINISTRATIVE

L'autorité compétente en matière de police
à
Mme/M. représentant légal de la société

Arrêté municipal/préfectoral
portant mise en recouvrement de l'astreinte au bénéfice de la commune/de l'Etat

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Le Maire/le Préfet

Vu la lettre invitant le maire à recouvrir l'astreinte,
Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L.581-27 à L.581-33
Vu le règlement local de publicité (intercommunal) en date du jj/mm/aaaa
Vu l'arrêté municipal/préfectoral n°...

Vu le procès verbal de constatation d'infraction dressé le jj/mm/aaaa par M./Mme agent assermenté, à l'encontre de la société... (*adresse*), pour violation des dispositions de l'article... du règlement local de publicité.

Vu l'arrêté municipal/préfectoral en date du jj/mm/aaaa mettant en demeure ladite société de se mettre en conformité ou de supprimer, dans un délai de quinze jours à compter de la notification dudit arrêté, réceptionné le jj/mm/aaaa, faute de quoi elle serait redevable d'une astreinte de xxx,xx euros par jour de retard ;

Considérant que le dispositif appartenant à la société... est demeuré en place XX jours au-delà du délai imparti par l'arrêté de mise en demeure sus-visé.

Arrête

Article 1 :

La société ... (*adresse*), est redevable envers la commune de... de la somme de xxx euros xxx centimes (xxxx,xx €), montant de l'astreinte correspondant à la période du jj/mm/aaaa au jj/mm/aaaa, soit xx jours de retard dans la mise en conformité de son dispositif.

Article 2 :

Madame/Monsieur le directeur départemental des finances publiques est chargé de l'exécution du présent arrêté.

Fait à... le jj/mm/aaaa

La présente décision peut faire l'objet :
– d'un recours gracieux qu'il vous appartient de m'adresser ;
– d'un recours hiérarchique auprès de ... (autorité hiérarchique de l'autorité ayant pris la décision) ;
– d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif dans un délai de deux mois à compter de sa notification.
Le recours gracieux et le recours hiérarchique peuvent être formés sans condition de délai. Mais l'exercice d'un tel recours administratif ne proroge, une seule fois, le délai de recours contentieux qu'à condition d'avoir été formé dans ce délai de recours contentieux.

LETTRE DU PREFET SUITE A LA CARENCE DU MAIRE

Mme/M. le Préfet
à Mme/M. le Maire

Le jj/mm/aaaa

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Objet : Carence dans l'exercice du pouvoir de police de l'affichage

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L.581-14-2, L.581-27 et L.581-31
Vu le code de l'environnement, notamment ses articles R.581-82 et R.581-84
Vu l'article... du RLP

Mme/M. le Maire,

J'ai été informé qu'une publicité/une enseigne/une préenseigne installée sur le territoire de votre commune et appartenant à la société... était en infraction avec l'article L.581-.../R.581-.... du code de l'environnement/article... du RLP.

Votre commune étant dotée d'un règlement local de publicité, conformément à l'article L.581-14-2 du code de l'environnement issu de la loi du 12 juillet 2010, il vous incombe en qualité d'autorité compétente en matière de police de faire cesser cette infraction.

A ce jour et à ma connaissance, ce dispositif n'a fait l'objet d'aucune mesure visant à sa dépose. Je vous invite par conséquent à prendre les mesures qui s'imposent afin de faire cesser ce trouble manifeste à l'environnement et au cadre de vie et à m'informer des suites que vous avez réservées à ma demande.

En l'absence de mise en œuvre de la procédure prévue par l'article L.581-27 du code de l'environnement, dans le délai d'un mois à compter de la réception de la présente, je serai contraint d'y pourvoir en vos lieu et place.

LETTRE DE DEMANDE D'EXERCICE DU POUVOIR DE POLICE

(MAIRE/PREFET)

Mme, M. le Maire
à
Mme/M. le Préfet

Objet : Constatation d'une infraction

Mme/M. le Préfet,

j'ai constaté sur le territoire de ma commune un dispositif publicitaire/une enseigne/une préenseigne en infraction avec l'article L.581-.../R.581-.... du code de l'environnement.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a réorganisé l'exercice du pouvoir de police de sorte que, conformément à l'article L.581-14-2 du code de l'environnement, ma commune n'étant pas dotée d'un RLP, vous êtes désormais seul compétent pour faire cesser cette illégalité en qualité d'autorité de police.

Par conséquent, je vous saurai gré de bien vouloir mettre en œuvre les pouvoirs que la loi vous confère.

Pièce jointe :
– Procès-verbal

LETTRE DE DEMANDE D'EXERCICE DU POUVOIR DE POLICE

(Art. L.581-14-2)

Mme/M. le Préfet
à
Mme/M. le Maire

Objet : Constatation d'une infraction

Mme/M. le Maire

J'ai été informé qu'un dispositif publicitaire/une enseigne/une préenseigne avait été implanté sur le territoire de votre commune en infraction avec l'article L.581-.../R.581-.../l'article ... de votre RLP (procès-verbal en copie).

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a réorganisé l'exercice du pouvoir de police de sorte que, conformément à l'article L.581-14-2 du code de l'environnement, votre commune étant doté d'un RLP, vous êtes désormais seul compétent pour faire cesser cette illégalité.

Par conséquent, je vous invite à mettre en œuvre les pouvoirs que la loi vous confère notamment l'article L.581-27 du code de l'environnement et à m'informer des suites que vous avez données à ma demande.

Faute pour vous d'y procéder dans le mois suivant la réception de la présente, j'y pourvoirai en vos lieu et place.

LETTRE DE DEMANDE AU PREFET DE PRONONCER L'AMENDE ADMINISTRATIVE

Mme/M. le Maire
à
Mme/M. le Préfet

Le jj/mm/aaaa

Objet : Mise en œuvre de l'amende administrative
(article L.581-26 du code de l'environnement)

Mme/M. le Préfet,

Par procès-verbal dressé le jj/mm/aaaa, l'agent... a constaté que le dispositif publicitaire appartenant à l'entreprise... avait été implanté sur le territoire de ma commune en violation de l'article *[L.581-6/L.581-4/L.581-5/L.581-24]* du code de l'environnement.

Je souhaiterais que cette entreprise fasse l'objet d'une amende administrative que vous êtes seul à pouvoir prononcer conformément à l'article L.581-26 du code de l'environnement.

Pièces jointes :
– procès-verbal
– photo du dispositif en infraction

LETTRE DE PROCEDURE CONTRADICTOIRE PREALABLE A L'AMENDE ADMINISTRATIVE

..., le jj/mm/aaaa

Mme/M. le préfet
à
Mme/M. représentant légal de la société...

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Objet : Demande d'observations suite à la constatation d'une infraction à l'article *[L.581-4/L.581-5/L.581-24]* du code de l'environnement

Vu le procès-verbal n°...
Vu l'article *[L.581-4/L.581-5/L.581-24]* du code de l'environnement
Vu l'article L.581-26 du code de l'environnement,

Madame/Monsieur,

Un agent assermenté a été amené à dresser, le jj/mm/aaaa, un procès-verbal (en pièce jointe) constatant la présence d'une publicité/une préenseigne implantée par vos soins sur le terrain situé ... en méconnaissance des dispositions susvisées.

Ce manquement est passible d'une amende administrative de 1500 euros.

Préalablement à la prise par mes soins de l'arrêté prononçant cette amende, et comme la loi vous y autorise, vous avez la possibilité de consulter le dossier et de présenter vos observations écrites dans un délai d'un mois à compter de la notification du présent courrier.

Restant à votre disposition pour toute information complémentaire qui vous serait utile, je vous prie d'agréer, Madame/Monsieur, mes sincères salutations.

Pièce jointe :
– Procès-verbal

ARRETE PRONONÇANT L'AMENDE ADMINISTRATIVE

Arrêté préfectoral prononçant l'amende administrative

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles *[L.581-4/L.581-5/L.581-24 et L.581-26]*
Vu la déclaration n°...
Vu le procès-verbal n°...
Vu la transmission à Mme/M. représentant légal de la Société... du procès-verbal constatant la violation de l'article L.581-26
Vu l'arrêté de délégation de signature du Préfet à Mme/M...

Considérant que Mme/M. représentant légal de la Société... a installé un dispositif publicitaire sis... sur le territoire de la commune de... en méconnaissance des dispositions de l'article *[L.581-4/L.581-5/L.581-24]* la déclaration n°/sans déclaration préalable,

Considérant par suite le dispositif publicitaire a été installé en méconnaissance des dispositions de l'article L.581-26 du code de l'environnement,

Considérant que, selon les dispositions du 2ème alinéa de l'article L.581-26 du code de l'environnement, le préfet prononce une amende administrative d'un montant maximum de 1500 euros, après mise en œuvre de la procédure contradictoire,

Considérant que le procès-verbal de constatation d'infraction a été adressé le... à Mme/M. représentant légal de la Société..., accompagné d'un courrier faisant part de l'intention préfectorale de prononcer l'amende administrative prévue par l'article L.581-26 et invitant Mme/M. représentant légal de la Société... à présenter ses observations écrites dans le délai d'un mois sur le projet de sanction,

Considérant qu'en date du jj/mm/aaaa Mme/M. représentant légal de la Société..... a présenté/n'a pas présenté d'observations en réponse au courrier susvisé dont il a accusé réception le...

Considérant que les observations ainsi présentées ne remettent pas en cause la matérialité de l'infraction,

Considérant que l'infraction ainsi relevée justifie qu'une amende de 1500 euros (autant de fois qu'il y a d'infraction et de dispositifs en infraction) soit prononcée à l'encontre de Mme/M. représentant légal de la Société...

ARRÊTE

Article 1 :

La société... sise... est redevable d'une amende de 1500 euros.

Article 2 :
L'amende sera recouvrée, dans les conditions prévues par les dispositions relatives aux produits communaux, au bénéfice de la commune de...

Article 3 :
Madame/Monsieur le directeur départemental des finances publiques est chargé de l'exécution du présent arrêté.

Fait à ..., le jj/mm/aaaa
Nom, prénom, qualité

La présente décision peut faire l'objet :
– d'un recours gracieux qu'il vous appartient de m'adresser ;
– d'un recours hiérarchique auprès de ... (autorité hiérarchique de l'autorité ayant pris la décision) ;
– d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif dans un délai de deux mois à compter de sa notification.
Le recours gracieux et le recours hiérarchique peuvent être formés sans condition de délai. Mais l'exercice d'un tel recours administratif ne proroge, une seule fois, le délai de recours contentieux qu'à condition d'avoir été formé dans ce délai de recours contentieux.

LETTRE D'INFORMATION AU PROPRIETAIRE D'UN TERRAIN AVANT DEPOSE D'OFFICE

Autorité compétente en matière de police
à
Mme/M. le propriétaire

le jj/mm/aaa

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Vu le code de l'environnement notamment ses articles *[L.581-4/L.581-5/L.581-24 et L.581-29]*
Vu le procès-verbal n°...

Madame/Monsieur,

Par procès-verbal susvisé, il a été constaté que le dispositif publicitaire apposé par la société... sur la parcelle vous appartenant sise à .../référencée au cadastre section.... n°..., méconnait les dispositions de l'article L.581-...du code de l'environnement qui prévoit que...

Conformément à l'article L.581-29 dudit code, il a été prescrit la suppression immédiate de cette publicité en raison de ses atteintes manifeste à l'environnement et au cadre de vie.

Par conséquent, je vous informe par la présente que mes services techniques se présenteront sur place le *jj/mm/aaaa* afin d'engager les travaux nécessaires à cette dépose.

Je vous invite à prendre toutes dispositions permettant l'accomplissement de cette opération.

Restant à votre disposition pour toute information complémentaire que vous jugeriez utile,

Je vous prie d'agréer, Madame/Monsieur, mes sincères salutations.

Copie au propriétaire/exploitant du dispositif

LETTRE DE SAISINE DU JUGE DES LIBERTES ET DE LA DETENTION DANS LE CADRE D'UN CONTROLE ADMINISTRATIF

[En tête de la DDT-M, de la DD(CS)PP ou de la DREAL]

M. *[NOM, Prénom],*
Chargé de contrôle à la *[DDT(M), DDPP, DREAL XXX]*

Sous couvert de l'Autorité Hiérarchique
A

M. le Président du TGI
A l'attention du Juge des Libertés et de la Détention

[Ville],* le *[jj/mm/aaaa]

RAPPEL

Important : Pour obtenir des informations sur **la procédure de visite des locaux** en cas de refus de l'occupant et plus largement sur **les procédures communes aux polices de l'environnement**, se référer à la **circulaire relative à la mise en œuvre, dans les domaines de la police de l'eau, de la nature et des sites, de l'ordonnance 2012-34 du 11 janvier 2012** portant simplification, réforme et harmonisation des dispositions de police administrative et de police judiciaire du code de l'environnement, dont la publication est prévue pour **2014**.

VU le Code de l'environnement, en particulier ses articles L.171-2 et L.XXX-XX [prévoyant la décision publique objet du contrôle]

VU le Code de Procédure Civile, en particulier ses articles 493 et suivants

VU l'arrêté ministériel ou préfectoral (les textes fondant la réglementation objet du contrôle) d'autorisation N° *XXXX* délivré le *jj/mm/aaaa* à *ZZZZZ* pour l'opération *(préciser)* sur le territoire de la commune de ...

Considérant le plan de contrôle inter-services dans le domaine de l'eau et de la nature, validé par le Préfet de département le *jj mm aaaa*

Considérant les potentielles atteintes aux intérêts protégés par l'article *L. XXX-XX* du code de l'environnement, en application de la directive européenne *XXXX*

Considérant que le contrôle a pour objet de vérifier *[préciser le domaine, thème, action voire les prescriptions administratives]*

Considérant que l'accès aux lieux *[caractéristiques à préciser au cas par cas],* accueillant l'opération a été refusé à M *[Nom, Prénom],* et qu'il y a lieu de faire application des dispositions de l'article L 171-2 du code de l'environnement

Sous couvert de l'autorité hiérarchique, en la personne de M [Nom, Prénom], chef du service environnement de la direction *[DREAL/DDT-M]*

Je, soussigné M [NOM, Prénom], déclare m'être transporté ce jour au .... pour contrôler les prescriptions administratives de l'arrêté préfectoral sus-visé, encadrant [préciser les caractéristiques de l'opération contrôlées].

J'ai été reçu par ...

Après avoir décliné mes nom et qualité et exposé l'objet de ma visite, l'accès au lieu où se déroule l'opération m'a été refusé.

J'ai l'honneur de saisir le juge des libertés et de la détention près du tribunal de grande instance de X, afin qu'il autorise cette visite par ordonnance, dans la forme prévue en application de l'article L.171-2 du code de l'environnement et des articles 493 et suivants du code de procédure civile [recopier en annexe le contenu de ces articles]

Dans cette attente, je vous prie d'agréer, Madame / Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.

Prénom, Nom
Signature

LETTRE SUITE A L'ABSENCE DE DEPOT DE DECLARATION PREALABLE

L'autorité compétente en matière de police
à
Mme/M. représentant légal de la société

Le jj/mm/aaaa

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles *[L.581-6 et L.581-26, R.581-6 à R.581-8]*
Vu le procès-verbal n°...

Mme/M. représentant légal de la société

Par procès-verbal susvisé, il a été constaté que le dispositif publicitaire vous appartenant a été implanté/fait l'objet d'un remplacement/a été modifié sur la parcelle sise à .../référencée au cadastre section.... n°...., en absence de déclaration préalable exigée par l'article L.581-6 du code de l'environnement.

Un tel manquement est passible d'une amende administrative d'un montant de 1 500 euros et d'une amende pénale de 7 500 euros.

Par conséquent, je vous remercie de bien vouloir m'adresser la copie de l'accusé de réception du courrier que vous auriez adressé à mes services ou du récépissé qui aura pu vous être délivré en cas de remise en mains propres.

Faute pour vous de remplir vos obligations, je serai contraint de prononcer/de saisir le préfet afin qu'il prononce l'amende administrative.

LETTRE SUITE A L'ABSENCE DE DEMANDE D'AUTORISATION PREALABLE

L'autorité compétente en matière de police
à
Mme/M. représentant légal de la société

Le jj/mm/aaaa

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles *[L.581-9/L.581-18, L.581-27, R.581-9 et R.581-10]*
Vu le procès-verbal n°...

Mme/M. représentant légal de la société

Par procès-verbal susvisé, il a été constaté que la publicité lumineuse/l'enseigne vous appartenant a été implantée sur l'immeuble/la parcelle sise à .../référencée au cadastre section... n°..., en absence d'autorisation préalable exigée par l'article L.581-9/L.581-18 du code de l'environnement.

Un tel manquement est passible d'une amende pénale de 7 500 euros.

Par conséquent, je vous remercie de bien vouloir m'adresser la copie de l'accusé de réception du courrier que vous auriez adressé à mes services ou du récépissé qui aura pu vous être délivré en cas de remise en mains propres.

LETTRE DE DEMANDE DE PIECES COMPLEMENTAIRES

L'autorité compétente en matière de police
à
Madame, Monsieur le représentant légal de la société

le jj/mm/aaaa

Lettre recommandée avec demande d'accusé de réception

Objet : Dossier incomplet

Madame/Monsieur,

Par courrier recommandé/courrier remis contre récépissé en date du jj/mm/aaaa, vous m'avez adressé une demande d'autorisation en vue de l'installation d'une publicité lumineuse/d'une enseigne au... (*adresse*)

Je vous informe que cette demande est incomplète. Sont manquantes les pièces/informations suivantes :
– ...
– ...

En application de l'article R.581-10 du code de l'environnement, l'instruction de votre demande ne pourra commencer qu'à réception d'un dossier complet.

Par conséquent, je vous invite à m'adresser, dans les meilleurs délais, les pièces/informations demandées. Si au terme d'un délai de deux mois à compter de la réception de la présente, vous n'avez toujours pas fourni ces pièces, votre demande d'implantation fera l'objet d'un rejet tacite.

Restant à votre disposition pour toute information qui vous serait utile, je vous prie d'agréer, Madame/Monsieur, mes sincères salutations.

ARRETE DE DEROGATION A L'OBLIGATION D'EXTINCTION NOCTURNE

ARRÊTÉ PREFECTORAL/MUNICIPAL

Vu le code de l'environnement, notamment son article R.581-35/R.581-59
Vu la demande de la société

Considérant la présence sur la commune *de l'événement exceptionnel* pendant la période du jj/mm/aaaa au jj/mm/aaaa

ARRETE

Article 1 :
Les publicités, enseignes et préenseignes bénéficieront d'une dérogation à l'obligation d'extinction nocturne prévue à l'article R.581-35/R.581-59 du code de l'environnement pendant la période du jj/mm/aaaa à une heure jusqu'au jj/mm/aaaa à six heures.

Article 2 :
Mme/M. le directeur général des services/le secrétaire général de préfecture est chargé(e) de l'application du présent arrêté.

Article 3 :
Le présent arrêté est affiché... et publié au recueil des actes administratifs du département/de la mairie.

Copie Mme/M. le préfet

ARRETE PORTANT INTERDICTION DE LA PUBLICITE SUR UN IMMEUBLE PRESENTANT UN CARACTERE ESTHETIQUE, HISTORIQUE OU PITTORESQUE EN APPLICATION DE L'ARTICLE L.581-4

ARRÊTE MUNICIPAL/PREFECTORAL

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L.581-4-II et L.581-8-I, 5°;

Vu la délibération du conseil municipal en date du (jj/mm/aaaa) demandant l'interdiction de toute publicité sur le(s) immeuble(s) suivant(s) : ...

Vu l'avis favorable de la commission départementale des sites, perspectives et paysages en date du (jj/mm/aaaa) ;

Considérant que le caractère esthétique/*historique/pittoresque* de ces immeubles justifie que toute publicité y soit interdite, ainsi que dans ses abords proches, en application de l'article L.581-8-I, 5°) du code de l'environnement ;

ARRETE

Article 1 :
Toute publicité est interdite sur les immeubles suivants :

Article 2 :
Le présent arrêté sera inscrit au bureau des hypothèques de
Il sera notifié à Mme/M. ...(*propriétaire de l'immeuble*)
Il fera l'objet d'un affichage en mairie, d'une insertion au recueil des actes administratifs de la préfecture et d'une mention insérée dans

Article 3 :
Ampliation du présent arrêté est adressée, chacun pour ce qui le concerne :
Au directeur général des services de la commune
Au préfet

A..., le...

FICHE PERMISSION DE VOIRIE

Vu le code général des collectivités territoriales,
Vu le code de la voirie routière, notamment ses articles L.113-2, L.115-1, R.115-1 et suivants,
Vu la délibération du conseil municipal/de l'EPCI gestionnaire de voirie en date du jj/mm/aaaa fixant les montants des redevances d'occupation du domaine public dues par les permissionnaires de voirie,
Vu la demande de Mme/M. représentant légal de la société...

Arrête

Article 1 : Permission de voirie
Mme/M. représentant légal de la société... est autorisé(e) à établir/occuper le domaine public routier communal/communautaire. Les ouvrages faisant l'objet du présent arrêté portant permission de voirie ainsi que leur localisation sont détaillés à l'article 3.
Cette permission de voirie est délivrée à titre personnel, précaire et révocable.

Article 2 : Cession et durée
Pour les ouvrages détaillés à l'article 3, la permission de voirie est établie à compter de la notification du présent arrêté jusqu'au jj/mm/aaaa. Elle ne peut être cédée sans accord préalable de l'autorité gestionnaire.
S'il souhaite maintenir sur le domaine public les ouvrages autorisés au titre du présent arrêté au-delà de la date d'échéance sus-citée, le permissionnaire devra, au moins trois mois avant cette date, solliciter le renouvellement de la permission de voirie qui lui a été accordée.

Article 3 : Nature des ouvrages
Le permissionnaire remet à l'autorité gestionnaire du domaine public, sous la forme du tableau figurant en annexe au présent arrêté, un descriptif détaillé des ouvrages occupant le domaine public routier et faisant l'objet de la présente permission de voirie.

Article 4 : Exploitation, entretien, responsabilité
Le permissionnaire est responsable de tous les accidents et dommages pouvant résulter de l'occupation ou de l'exploitation des ouvrages. Il sera tenu de maintenir en permanence en bon état et à ses frais exclusifs tous les ouvrages faisant l'objet de la permission de voirie. Les droits des tiers sont et demeurent réservés.

Article 5 : Travaux ultérieurs sur le domaine occupé
Lorsque les travaux réalisés dans l'intérêt du domaine occupé et conformément à sa destination nécessitent le déplacement ou la modification des ouvrages, leur déplacement ou leur modification est à la charge du permissionnaire.

Article 6 : Situation des ouvrages au terme de la permission et en cas d'abandon
Dans le cas de l'abandon des ouvrages et dans tous les cas où l'autorisation prendrait fin dans des conditions conformes à la réglementation en vigueur, les lieux seront remis en état par le permissionnaire, à ses frais, sauf avis contraire du gestionnaire du domaine public.

Article 7 : Redevance
En contrepartie de l'occupation du domaine public routier, le permissionnaire versera annuellement à la commune/EPCI une redevance dont le montant est calculé sur la base des tarifs définis par la délibération susvisée.
Ce montant sera révisé au 1er janvier de chaque année.

Fait à..., le jj/mm/aaaa

La présente décision peut faire l'objet :
– d'un recours gracieux qu'il vous appartient de m'adresser ;
– d'un recours hiérarchique auprès de ... (autorité hiérarchique de l'autorité ayant pris la décision) ;
– d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif dans un délai de deux mois à compter de sa notification.
Le recours gracieux et le recours hiérarchique peuvent être formés sans condition de délai. Mais l'exercice d'un tel recours administratif ne proroge, une seule fois, le délai de recours contentieux qu'à condition d'avoir été formé dans ce délai de recours contentieux.

TRAME DU CONTENU DE LA DELIBERATION PRESCRIVANT L'ELABORATION/ LA REVISION D'UN RLP

Objet : Elaboration/révision du RLP

Considérant que la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a modifié les dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes,...

Considérant que cette loi prévoit de nouvelles conditions et procédures pour l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité et confère à l'EPCI compétent en matière de PLU ou, à défaut, à la commune, la compétence pour élaborer un RLP,...

Considérant que la ville n'est pas membre d'un EPCI ayant compétence en matière de PLU,

Considérant que le RLP de la commune doit être établi conformément à la procédure d'élaboration des PLU,

Considérant que la ville de..., compte tenu de son évolution tant sur le plan urbanistique, que commercial et démographique, souhaite élaborer un nouveau RLP/réviser son RLP afin de mettre en œuvre une nouvelle politique environnementale en matière de publicité extérieure,

Le contexte actuel relatif à la réglementation de l'affichage publicitaire du territoire de la ville de...étant le suivant : ...

Conformément à l'article L.123-6 du code de l'urbanisme, les objectifs du règlement local de publicité de...sont les suivants : (ex : harmonisation des situations locales relatives à l'affichage publicitaire, réduction de la pression publicitaire ou réintroduction dans certains lieux, etc.) ...

Le Conseil municipal, après en avoir délibéré,

Décide :

de prescrire l'élaboration/la révision de son RLP

de fixer les modalités de la concertation de la façon suivante conformément à l'article L.300-2 du code de l'urbanisme

[Exemples de modalités qui peuvent être retenues :

- *mise à la disposition du public et des personnes concernées d'un registre permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure d'élaboration/révision du RLP ;*
- *mise à la disposition du public et des personnes concernées d'un site internet permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure d'élaboration/révision du RLP ;*
- *organisation d'une ou plusieurs réunions publiques ;*
- *...]*

de charger Mme/M. le Maire de la conduite de la procédure

Indique que, conformément à l'article L.123-8 du code de l'urbanisme, la présente délibération sera notifiée :

- au préfet ;
- aux autres personnes publiques associées mentionnées à l'article L.121-4 du code de l'urbanisme.

précise que la présente délibération fera l'objet d'un affichage en mairie durant un mois et d'une publication en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.

TRAME DU CONTENU DE LA DELIBERATION PRESCRIVANT L'ELABORATION/ LA REVISION D'UN RLP INTERCOMMUNAL

Objet : Elaboration/révision du RLP intercommunal

Considérant que la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a modifié les dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes,...

Considérant que cette loi prévoit de nouvelles conditions et procédures pour l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité et confère à l'EPCI compétent en matière de PLU ou, à défaut, à la commune, la compétence pour élaborer un RLP,...

Considérant que le RLP intercommunal de l'EPCI doit être établi conformément à la procédure d'élaboration des PLU,

Considérant la compétence de l'Etablissement public de coopération intercommunale de... pour élaborer/ réviser le Règlement local de publicité des communes relevant de son ressort territorial,

Considérant que l'Établissement public de coopération intercommunale de..., compte tenu de son évolution tant sur le plan urbanistique, que commercial et démographique, souhaite élaborer un nouveau RLP intercommunal / réviser son RLP intercommunal afin de mettre en œuvre une nouvelle politique environnementale en matière de publicité extérieure,

Le contexte actuel relatif à la réglementation de l'affichage publicitaire du territoire de l'EPCI de...étant le suivant : ...

Conformément à l'article L.123-6 du code de l'urbanisme, les objectifs du règlement local de publicité intercommunal de...sont les suivants : (ex : harmonisation des situations locales relatives à l'affichage publicitaire, réduction de la pression publicitaire ou réintroduction dans certains lieux, etc.) ...

Le Conseil communautaire, après en avoir délibéré,

Décide :

de prescrire l'élaboration/la révision de son RLP intercommunal

de fixer les modalités de la concertation de la façon suivante conformément à l'article L.300-2 du code de l'urbanisme

[Exemples de modalités qui peuvent être retenues :

- *mise à la disposition du public et des personnes concernées d'un registre permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure d'élaboration/révision du RLP intercommunal ;*
- *mise à la disposition du public et des personnes concernées d'un site internet permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure d'élaboration/révision du RLP intercommunal ;*
- *organisation d'une ou plusieurs réunions publiques ;*
- *...]*

de charger Mme/M. le Président de l'EPCI de la conduite de la procédure

Indique que, conformément à l'article L.123-8 du code de l'urbanisme, la présente délibération sera notifiée :

- au préfet ;
- aux autres personnes publiques associées mentionnées à l'article L.121-4 du code de l'urbanisme.

précise que la présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de l'EPCI et dans toutes les mairies des communes membres durant un mois et d'une publication en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.

Adresses utiles

- Liste des unités urbaines de plus de 100 000 habitants http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?ref_id=NATTEF01204
- Le fichier de la base des unités urbaines 2010 et des communes y appartenant (http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=zonages/unites_urbaines.htm)
- Liste des édifices classés ou inscrits au titre des monuments historiques : http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/
- La rubrique «publicité» du site Internet du ministère : http://www.developpement-durable.gouv.fr/Organisation-administrative.html
- Adresse où les cerfas sont téléchargeables : http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F24301.xhtml
- Adresse de la Poste permettant le suivi des recommandés : http://www.csuivi.courrier.laposte.fr
- Adresse liste des aéroports : http://www.aeroport.fr

8.4 Les formulaires

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère chargé de l'environnement

Demande d'autorisation préalable

de nouvelle installation ❑
de remplacement ❑
de modification ❑

cerfa
N° 14798*01

d'un dispositif ou d'un materiel supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne

Livre V - Titre VIII - Chapitre 1er - art. L. 581-9 et L. 581-44 , R. 581-9 à R. 581-21 du code de l'Environnement

Cadre réservé à l'administration

Date de réception	Dossier transmis à	Numéro d'autorisation
__ __/__ __/__ __	le __ __/__ __/__ __ ABF ❑ préfet de région ❑	AP - __ __ __ - __ __ __ - __ __ - __ __ __ __

Compléter la partie concernant le dispositif visé par la demande d'autorisation

Un imprimé ne peut concerner qu'un seul type de dispositif.
Lorsque plusieurs dispositifs du même type sont installés sur le même terrain, un seul imprimé peut être renseigné.
Lorsque plus de 3 enseignes sont installées pour une même activité, un second imprimé doit être renseigné.

1. Identité du déclarant projetant d'exploiter le dispositif

Vous êtes un particulier : Madame ❑ Monsieur ❑
Nom Prénom
Vous êtes une personne morale :
Dénomination Raison sociale :
N° SIRET __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ Forme juridique
Représentant de la personne morale Madame ❑ Monsieur ❑
Nom Prénom

2. Coordonnées du déclarant

Adresse : Numéro Extension Lieu-dit ou boîte postale
Voie
Code postal __ __ __ __ __ Localité
N° de téléphone __ __ __ __ __ __ __ __ __ N° de télécopie __ __ __ __ __ __ __ __ __
Adresse électronique

3. Localisation d'installation du ou des dispositifs

Département Commune
Adresse

4. Enseignes

Situation de l'activité RDC ❑ Etage(s) n°

4.1. Enseigne n°1

Support de l'enseigne projetée :
Sur toiture ❑ Scellée au sol ou installée directement sur le sol (supérieures à 1 m²) ❑
Sur façade parallèle à la façade ❑ perpendiculaire à la façade ❑
Sur clôture ❑ Sur auvent ou marquise ❑ Sur garde-corps ❑
Enseigne à faisceau de rayonnement laser ❑ Puissance de la source
Type d'enseigne
Lettres individuelles ❑ Bandeau support ❑ Enseigne double-face ❑
Autre (précisez) :

1

Enseigne lumineuse Oui ❑ Non ❑

Projection ou transparence ❑ Lettre découpées ❑ Clignotante (pharmacie et services d'urgence) ❑

Numérique ❑ Autre ❑ Précisez :

Luminance maximale : de jour cd/m² de nuit cd/m²

Efficacité lumineuse lm/W

Extinction prévue : (horaires indicatif)

Caractéristiques et dimensions

Couleur : fond lettres

Largeur __ __ , __ __m Hauteur __ __ , __ __m Epaisseur __ __ cm Surface __ __ , __ __m²

Saillie par rapport au bâtiment (à faire figurer sur le plan de masse coté - pièce AP2)

Hauteur libre au dessus du niveau du sol __ __ , __ __mètres Largeur de la rue __ __ , __ __ cm

Saillie sur la façade __ __ , __ __mètres Largeur du trottoir __ __ , __ __ cm

4.2. Enseigne n°2

Support de l'enseigne projetée :

Sur toiture ❑ Scellée au sol ou installée directement sur le sol (supérieures à 1 m²) ❑

Sur façade parallèle à la façade ❑ perpendiculaire à la façade ❑

Sur clôture ❑ Sur auvent ou marquise ❑ Sur garde-corps ❑

Enseigne à faisceau de rayonnement laser ❑ Puissance de la source

Type d'enseigne

Lettres individuelles ❑ Bandeau support ❑ Enseigne double-face ❑

Précisez :

Enseigne lumineuse Oui ❑ Non ❑

Projection ou transparence ❑ Lettre découpées ❑ Clignotante (pharmacie et services d'urgence) ❑

Numérique ❑ Autre ❑ Précisez :

Luminance maximale : de jour cd/m² de nuit cd/m²

Efficacité lumineuse lm/W

Extinction prévue : (horaires indicatif)

Caractéristiques et dimensions

Couleur : fond lettres

Largeur __ __ , __ __m Hauteur __ __ , __ __m Epaisseur __ __ cm Surface __ __ , __ __m²

Saillie par rapport au bâtiment (à faire figurer sur le plan de masse coté - pièce AP2)

Hauteur libre au dessus du niveau du sol __ __ , __ __mètres Saillie sur la façade __ __ , __ __ cm

Largeur de la rue __ __ , __ __mètres Largeur du trottoir __ __ , __ __ cm

4.3. Enseigne n°3

Support de l'enseigne projetée :

Sur toiture ❑ Scellée au sol ou installée directement sur le sol (supérieures à 1 m²) ❑

Sur façade : parallèle à la façade ❑ perpendiculaire à la façade ❑

Sur clôture ❑ Sur auvent ou marquise ❑ Sur garde-corps ❑

Enseigne à faisceau de rayonnement laser ❑ Puissance de la source

Type d'enseigne

Lettres individuelles ❑ Bandeau support ❑ Enseigne double-face ❑

Précisez :

Enseigne lumineuse Oui ❑ Non ❑

Projection ou transparence ❑ Lettre découpées ❑ Clignotante (pharmacie et services d'urgence) ❑

Numérique ❑ Autre ❑ Précisez :

Luminance maximale : de jour cd/m² de nuit cd/m²

Efficacité lumineuse lm/W

Extinction prévue : (horaires indicatif)

Caractéristiques et dimensions

Couleur : fond lettres

Largeur __ __ . __ __m Hauteur __ __ . __ __m Epaisseur __ __ cm Surface __ __ . __ __m²

Saillie par rapport au bâtiment (à faire figurer sur le plan de masse côté – pièce AP2)

Hauteur libre au dessus du niveau du sol __ __ . __ __mètres Saillie sur la façade __ __ . __ __ cm

Largeur de la rue __ __ . __ __mètres Largeur du trottoir __ __ . __ __ cm

4.4. Autres enseignes existantes pour le même établissement

Enseigne sur toiture : Nombre Surface cumulée __ __ . __ __m²

Enseigne sur façade : Nombre Surface cumulée __ __ . __ __m²

Enseigne scellées au sol ou installées directement sur le sol (supérieures à 1m²) Nombre

4.5. Surface cumulée des enseignes installées et des enseignes existantes (pour le même établissement)

Surface cumulée des enseignes sur toiture de l'établissement __ __ . __ __m² Surface cumulée des enseignes sur façade de l'établissement __ __ . __ __m² Surface de la façade commerciale __ __ . __ __m²

4.6. Cas particulier du lieu où sont localisées les enseignes

L'activité est-elle située dans une zone couverte par un RLP : Oui ❑ Non ❑

Zonage du règlement local de publicité

S'agit-il d'enseigne(s) temporaire(s) ? Oui ❑ Non ❑

Durée d'installation

Enseigne(s) apposée(s) sur un immeuble classé ou dans le champ de visibilité de cet immeuble, sur un immeuble inscrit à l'inventaire supplémentaire. (R. 581-16 II 1° du CE) Oui ❑ Non ❑

Précisez

Enseigne(s) apposée(s) sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre. (R. 581-16 II 2° du CE) Oui ❑ Non ❑

Précisez

Enseigne(s) apposée(s) dans un secteur sauvegardé (R. 581-16 II 3° du CE) Oui ❑ Non ❑

Précisez

Enseigne(s) apposée(s) dans une zone de protection du patrimoine architectural, urbain ou paysager, (ZPPAUP) ou une aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AMVAP) (R. 581-16 II 4° du CE) Oui ❑ Non ❑

Précisez

Enseigne(s) apposée(s) dans une zone de protection délimité autour d'un site classé, dans un parc naturel régional, dans un site inscrit à l'inventaire ou sa zone de protection, dans l'aire d'adhésion d'un parc national, dans une zone Natura 2000 (zone spéciale de conservation ou une zone de protection spéciale) (L. 581-8 du CE) Oui ❑ Non ❑

Précisez

5. Dispositif lumineux (à l'exclusion des concessions de mobilier urbain, des dispositifs de micro-affichage, et des dispositifs supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence)

5.1. Localisation du dispositif ou du matériel

Propriété privée ❑ Domaine public ❑

Superficie du terrain (hors domaine public) __ __ __ . __ __ m² Référence cadastrale (indicative)

Propriété privée : Longueur du côté de l'unité foncière bordant la voie publique __ __ __ . __ __ mètres **Domaine public :** Longueur du côté l'unité foncière bordant l'emplacement prévu __ __ __ . __ __ mètres

3

Distance de l'installation projetée par rapport : (uniquement dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol)

Aux limites séparatives de propriété *(hors domaine public)* ___,___ mètres aux baies des immeubles situées sur des fonds voisins ___,___ mètres

Si la commune d'installation est dotée d'un Règlement local de publicité :

Zonage du règlement local de publicité *(indicatif)*

Si l'installation a lieu hors agglomération :

Emprise d'aéroport ❑ Emprise de gare ferroviaire ❑ Périmètre d'un établissement de centre commercial délimité par le RLP ❑

5.2. Nature du dispositif ou du matériel

Dispositifs muraux

Sur mur :	Nombre		Format	
Sur clôture :	Nombre		Format	
Sur palissade :	Nombre		Format	
Autre *(précisez)*	Nombre		Format	
Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol	Nombre		Format	
Nombre de faces :	Simple-face ❑		Double-face ❑	
Dispositifs sur toiture	Nombre		Format	

Caractéristiques de la publicité lumineuse

Durée d'installation (15 ans maximum)

Lettres découpées ❑ Autre (précisez) : ❑

Numérique ❑ A images animées ❑ A images fixes ❑ Vidéo ❑

Luminance maximale : de jour cd/m² de nuit cd/m²

Luminance moyenne : de jour cd/m² de nuit cd/m²

Efficacité lumineuse : lm/W Consommation électrique *(dispositif numérique)* kWh

Extinction prévue : horaires Consommation électrique *(dispositif numérique)*

5.3. Autres dispositifs ou matériels existant sur le terrain (si installation sur une propriété privée)

Dispositifs muraux

Sur mur :	Nombre		Format	
Sur clôture :	Nombre		Format	
Sur palissade :	Nombre		Format	
Autre : *(précisez)*	Nombre		Format	
Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol	Nombre		Format	
Dispositifs sur toiture	Nombre		Format	

6. Installation de publicité lumineuse sur mobilier urbain dans le cadre d'une concession d'affichage (à l'exclusion des dispositifs supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence)

N'indiquez ici que le nombre de dispositifs concernés par la concession, précisez sur la pièce DP5 leurs nature, format, localisation, distance par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins.

Abris :	Nombre		Colonnes porte-affiches :	Nombre
Kiosques :	Nombre		Mâts porte-affiche :	Nombre
Mobilier d'information :	Nombre			

7. Dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales supportant de la publicité lumineuse (à l'exclusion des dispositifs supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence)

Surface de la devanture commerciale ___ ___ . ___ m²

La surface cumulée des dispositifs déclarés et déjà présents ne peut excéder le dixième de la surface de la devanture commerciale, dans la limite de 2 m²

Nature des dispositifs

Surface	___ . ___ m²	Nombre		Cumul	___ . ___ m²
Surface	___ . ___ m²	Nombre		Cumul	___ . ___ m²
Surface	___ . ___ m²	Nombre		Cumul	___ . ___ m²
			Surface cumulée des dispositifs déclarés		___ . ___ m²

Autres dispositifs de petit-format lumineux et non lumineux déjà installés sur la devanture concernée

Surface	___ . ___ m²	Nombre		Cumul	___ . ___ m²
Surface	___ . ___ m²	Nombre		Cumul	___ . ___ m²
Surface	___ . ___ m²	Nombre		Cumul	___ . ___ m²
			Surface cumulée des dispositifs déjà installés		___ . ___ m²

Caractéristiques de la publicité lumineuse

Durée d'installation (8 ans maximum)

Lettres découpées ❑ Autre (précisez) ❑

Numérique ❑ A images animées ❑ A images fixes ❑ Vidéo ❑

Luminance maximale	de jour	cd/m²	de nuit	cd/m²
Luminance moyenne	de jour	cd/m²	de nuit	cd/m²
Efficacité lumineuse	lm/W			

8. Bâches

8.1. Bâches de chantier

Nature des travaux (précisez)

Durée des travaux BBC rénovation ❑

Emplacement de l'échafaudage

Surface de la bâche ___ ___ , ___ m² Surface de la publicité : ___ ___ , ___ m²

Durée d'installation de la bâche (ne peut excéder l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux)

8.2. Emplacement de bâches publicitaires

Type de support

Surface de la bâche ___ ___ , ___ m²

Durée d'installation (8 ans maximum)

9. Dispositif temporaire de dimension exceptionnelle

Type de manifestation annoncée

Date de la manifestation annoncée

Surface du dispositif

Durée d'installation

5

10. Engagement du demandeur ou du mandataire

J'atteste avoir qualité pour effectuer la présente demande d'autorisation préalable.
Je certifie sur l'honneur l'exactitude des renseignements ci-dessus.

Fait à : Le. __ __ __ __ __ __ __ __

Signature du demandeur

Votre demande d'autorisation doit être établie en 3 exemplaires et doit être adressé :

- à la mairie où est envisagé le dispositif: lorsque la commune est couverte par un règlement local de publicité ou lorsqu'il s'agit d'une demande concernant un emplacement de bâche ou un dispositif de dimension exceptionnelle
- à la préfecture du département où est envisagé le dispositif: lorsque la commune n'est pas couverte par un règlement local de publicité

Si vous êtes un particulier : la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux données nominatives contenues dans ce formulaire pour les personnes physiques. Elle garantit un droit d'accès et de rectification pour ces données auprès de la mairie ou de la préfecture. Les données recueillies seront transmises au x services compétents pour l'instruction de votre demande.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère chargé de l'Environnement

Bordereau de dépôt des pièces jointes à une demande d'autorisation préalable

d'un dispositif ou d'un materiel supportant de la publicité ou une préenseigne ou une enseigne

Cette liste est exhaustive et aucune autre pièce ne peut vous être demandée.

Vous devez fournir 3 dossiers.

1. Pieces Obligatoires pour toutes les demandes

Pièce		Nombre d'exemplaires
AP1. Plan de situation du terrain (1)	❑	3
AP2. Plan de masse coté (1)	❑	3
AP3. Représentation graphique de l'enseigne cotée en trois dimensions	❑	3
AP4. Pour les nouvelles installations : accord daté du propriétaire ou du gestionnaire du terrain où est installé le dispositif	❑	3

(1) cette pièce n'est pas exigée si le matériel est implanté sur le domaine public
Pour les dispositifs de micro affichage, les pièces AP1 et AP2 concernent la devanture commerciale et non le terrain.

2. Pieces supplementaires a joindre en fonction des dispositifs

Lorsque la demande concerne une enseigne ou une enseigne laser

AP5. Mise en situation de l'enseigne	❑	3
AP6. Vue de l'immeuble concerné avec et sans l'enseigne, ou avant changement de l'enseigne	❑	3
AP7. Appréciation sur son intégration dans l'environnement	❑	3
AP8. Notice descriptive mentionnant la puissance de la source laser, les caractéristiques du ou des faisceaux et la description des effets produits	❑	3

Lorsque la demande concerne un dispositif publicitaire lumineux, l'installation de publicité lumineuse sur du mobilier urbain dans le cadre d'une concession d'affichage ou l'installation de publicité lumineuse sur du micro-affichage

AP9. Analyse du cycle de vie du dispositif	❑	3
AP10. Visibilité depuis la voie publique la plus proche	❑	3
AP11. Appréciation sur sa compatibilité avec le cadre de vie environnant, sur son insertion architecturale, sur son respect des principes de la sécurité routière, sur les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement	❑	3
AP12. Liste des dispositifs de mobilier urbain dans le cadre d'une concession d'affichage indiquant pour chaque dispositif : sa nature, son format, sa localisation, sa distance par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins et les éléments des pièces AP9, AP10 et AP11.	❑	3

Lorsque la demande concerne un emplacement de bâche

AP13. Esquisses ou photos de la bâche et de l'emplacement envisagé	❑	3
AP14. Notice sur les procédés utilisés et les caractéristiques des supports	❑	3
AP15. Appréciation de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant, et de ses incidences sur la sécurité routière	❑	3

Lorsque la demande concerne un dispositif temporaire de dimension exceptionnelle

AP16. Esquisses ou photos du dispositif, de la publicité et de l'emplacement envisagé	❑	3
AP17. Notice sur les procédés utilisés et les caractéristiques des supports	❑	3
AP18. Appréciation de son insertion architecturale, de son impact sur le cadre de vie environnant, et de ses incidences sur la sécurité routière	❑	3

7

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère chargé de l'Environnement

Notice d'information pour les demandes d'autorisations préalables d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une préenseigne ou une enseigne

1 – Dans quel cas utiliser ce formulaire ?

- **Quels dispositifs sont concernés par la demande d'autorisation préalable ?**

Sont concernés par l'autorisation préalable :

- Enseignes:
  - Installées sur le territoire d'une commune couverte par un Règlement Local de Publicité
  - Installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné au L. 581-4 du code de l'Environnement
  - Installées dans un lieu mentionné au L. 581-8 du CE
- Enseignes à faisceau laser
- Enseignes temporaires :
  - Installée sur un immeuble ou dans un lieu mentionné au L. 581-4 du CE
  - Scellées au sol ou installées sur le sol dans un lieu mentionné au L. 581-8 du CE
- Dispositifs de publicité lumineuse, autre que ceux supportant des affiches éclairées par projection ou transparence
- Mobilier urbain supportant de la publicité lumineuse,
- Emplacement de bâches
- Dispositifs de dimension exceptionnelle

2 – Informations Utiles

- **Qui doit déposer une demande d'autorisation préalable ?**

Vous devez déposer une demande dans l'une des deux situations suivantes :

- Enseignes : vous êtes la personne ou le mandataire représentant l'entreprise qui exerce l'activité signalée
- Dispositif publicitaire : vous êtes la personne ou ou le mandataire représentant l'entreprise qui projette d'exploiter le dispositif ou le matériel

3 – Modalites Pratiques

- **Comment constituer le dossier de demande d'autorisation?**

Pour que votre dossier soit complet, le formulaire doit être soigneusement rempli. Le dossier doit comporter les pièces figurant dans le bordereau de remise. Le numéro de chaque pièce figurant dans le bordereau de remise doit être reporté sur la pièce correspondante.
Si vous oubliez des pièces ou si les informations nécessaires à l'examen de votre demande ne sont pas présentes, l'instruction de votre dossier ne pourra pas débuter.

Attention : votre dossier sera examiné sur la foi des déclarations et des documents que vous fournissez. En cas de fausse déclaration, vous vous exposez à une annulation de la décision et à des sanctions pénales.

- **Où déposer le dossier?**

La demande d'autorisation préalable doit être adressée par pli recommandé avec demande d'avis de reception ou déposée contre récépissé daté :

- Soit en mairie : lorsque la commune où est envisagé le dispositif est couverte par un règlement local de publicité , ou lorsqu'il s'agit d'une demande concernant un emplacement de bâche ou un dispositif de dimension exceptionnelle
- Soit en préfecture: lorsque la commune où est envisagé le dispositif n'est pas couverte par un règlement local de publicité

- **Quand sera donnée la réponse?**

Le délai d'instruction est de 2 mois.
A défaut de notification dans ce délai, l'autorisation est réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.

4 – Informations Complementaires

Si vous avez un doute sur le régime (déclaration ou autorisation) auquel doit être soumis le dispositif, vous pouvez vous renseigner auprès de la mairie ou de la préfecture du lieu où vous souhaitez installer le dispositif.

- **Adresse du portail Internet du ministère:**
  http://www.developpement-durable.gouv.fr
- **Vous pouvez remplir un formulaire en ligne :**
  https://www.formulaires.modernisation.gouv.fr/gf/cerfa_14798.do

8

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère chargé
de l'Environnement

Récépissé de depôt d'une demande d'autorisation préalable

d'un dispositif ou d'un materiel supportant de la publicité ou une préenseigne ou une enseigne

Madame, Monsieur,

Vous avez déposé une demande d'autorisation préalable pour un ou plusieurs dispositifs ou matériels supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne.

Le délai d'instruction de votre dossier est de DEUX MOIS, suivant la réception de votre dossier, et, si vous ne recevez pas de courrier de l'administration dans ce délai, l'autorisation est réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.

Toutefois, dans le mois qui suit le dépôt de votre dossier, l'administration peut vous écrire pour vous indiquer qu'il manque une ou plusieurs pièces à votre dossier, qu'il vous convient de produire dans un délai de deux mois suivant la réception de ce courrier.
Si vous ne produisez pas les informations, pièces et documents manquants dans ce délai, votre demande fera l'objet d'une décision tacite de rejet.
Lorsque votre dossier sera complet, dans le délai imparti, vous recevrez alors le présent récépissé faisant courir le délai d'instruction.

Si vous n'avez pas reçu de décision concernant votre demande à la fin des deux mois suivant la réception du présent récépissé, votre demande est réputée accordée et vous pourrez installer votre dispositif.

Cadre réservé à l'administration

Le(s) dispositif(s) ayant fait l'objet d'une demande d'autorisation n° ..... déposée le : .... par ..... est autorisé à défaut de réponse de l'administration deux mois après cette date.	Cachet de l'administration :

9

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère chargé de l'Environnement

Déclaration préalable

de nouvelle installation ❑
de remplacement ❑
de modification ❑

cerfa
N° 14799*01

d'un dispositif ou d'un materiel supportant de la publicité ou une préenseigne

Livre V - Titre VIII - Chapitre 1er -, art. L. 581-6 et R. 581-6 à R. 581-8 du code de l'Environnement

Cadre réservé à l'administration

Date de réception __ __ / __ __ / __ __

Numéro de déclaration DP - __ __ __ - __ __ __ - __ __ - __ __ __ __

Compléter les parties concernant le dispositif visé par la déclaration

Lorsque plusieurs dispositifs sont installés sur le même terrain, un seul imprimé peut être renseigné.
Les points 1 et 2 sont à renseigner obligatoirement quelque soit le dispositif.
Les points 3, 4 et 5 sont à renseigner pour les dispositifs muraux et scellés au sol ou installés directement sur le sol
Le point 6 est à renseigner pour le mobilier urbain supportant de la publicité
Le point 7 est à renseigner pour les dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales (micro-affichage)
Le point 8 est à renseigner pour le remplacement ou la modification de bâches comportant de la publicité, dont l'emplacement a été préalablement autorisé.

1. Identité du déclarant projetant d'exploiter le dispositif

Vous êtes un particulier : Madame ❑ Monsieur ❑

Nom Prénom

Vous êtes une personne morale :

Dénomination Raison sociale :

N° SIRET __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ Forme juridique

Représentant de la personne morale Madame ❑ Monsieur ❑

Nom Prénom

2. Coordonnées du déclarant

Adresse : Numéro Extension Lieu-dit ou boîte postale

Voie

Code postal __ __ __ __ __ Localité

N° de téléphone __ __ __ __ __ __ __ __ __ __ N° de télécopie __ __ __ __ __ __ __ __ __ __

Adresse électronique

3. Localisation du dispositif ou du matériel (à l'exclusion des concessions de mobilier urbain et des dispositifs de micro-affichage)

Propriété privée ❑ Domaine public ❑

Lieu où le dispositif est installé

Adresse

Département Commune

Superficie du terrain *(hors domaine public)* __ __ __ , __ __ m² Référence cadastrale *(indicative)*

Propriété privée : Longueur du côté de l'unité foncière bordant la voie publique __ __ __ , __ __ mètres

Domaine public : Longueur du côté l'unité foncière bordant l'emplacement prévu __ __ __ , __ __ mètres

Distance de l'installation projetée par rapport : *(uniquement dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol)*

aux limites séparatives de propriété *(hors domaine public)* __ __ , __ __ mètres

aux baies des immeubles situées sur des fonds voisins __ __ , __ __ mètres

Si la commune d'installation est dotée d'un Règlement local de publicité :

Zonage du règlement local de publicité *(indicatif)*

Si l'installation a lieu hors agglomération :

Emprise d'aéroport ❑ Emprise de gare ferroviaire ❑ Périmètre d'un établissement de centre commercial délimité par le RLP ❑

1

4. Nature du dispositif ou du matériel (à l'exclusion des concessions de mobilier urbain et des dispositifs de micro-affichage)

Dispositifs muraux

Sur mur :	Nombre		Format	
Sur clôture :	Nombre		Format	
Sur palissade :	Nombre		Format	
Autre (précisez)	Nombre		Format	
Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol	Nombre		Format	

Nombre de faces : Simple-face ❑ Double-face ❑

Dispositifs sur toiture	Nombre		Format	

S'agit t'il d'un dispositif éclairé par projection ou par transparence ? Oui ❑ Non ❑

S'agit t'il d'un dispositif déroulant ? Oui ❑ Non ❑

5. Autres dispositifs ou matériels existants sur l'unité foncière (si installation sur une propriété privée) (à l'exclusion des dispositifs de micro-affichage)

Dispositifs muraux

Sur mur :	Nombre		Format	
Sur clôture :	Nombre		Format	
Sur palissade :	Nombre		Format	
Autre (précisez)	Nombre		Format	
Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol	Nombre		Format	
Dispositifs sur toiture	Nombre		Format	

6. Installation de publicité sur mobilier urbain dans le cadre d'une concession d'affichage

N'indiquez ici que le nombre de dispositifs concernés par la concession, précisez sur la pièce DP5 leurs nature, format, localisation et distance par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins.

Abris :	Nombre		Colonnes porte-affiches	Nombre
Kiosques :	Nombre		Mâts porte-affiche	Nombre
Mobilier d'information :	Nombre			

7. Dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales (micro-affichage)

Lieu où est située la devanture commerciale

Adresse

Département Commune

Surface de la devanture commerciale ___ ___ ___ , ___ m²

La surface cumulée des dispositifs déclarés et déjà présents ne peut excéder le dixième de la surface de la devanture commerciale, dans la limite de 2 m²

Nature des dispositifs

Surface	__ , __ m²	Nombre	Cumul	__ , __ m²
Surface	__ , __ m²	Nombre	Cumul	__ , __ m²
Surface	__ , __ m²	Nombre	Cumul	__ , __ m²

Surface cumulée des dispositifs déclarés __ , __ m²

Autres dispositifs de petit-format déjà installés sur la devanture concernée

Surface	__ , __ m²	Nombre	Cumul	__ , __ m²
Surface	__ , __ m²	Nombre	Cumul	__ , __ m²
Surface	__ , __ m²	Nombre	Cumul	__ , __ m²

Surface cumulée des dispositifs déjà installés __ , __ m²

2

8. Remplacement ou modification de bâche, sur un emplacement préalablement autorisé

Lieu de l'emplacement : Numéro de l'autorisation d'emplacement _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _

Adresse

Département Commune

Surface de la bâche : _ _ _ , _ _ m² Durée d'installation

9. Engagement du déclarant

J'atteste avoir qualité pour effectuer la présente déclaration.
Je certifie sur l'honneur l'exactitude des renseignements ci-dessus.

Fait à : Le. _ _ _ _ _ _ _ _

Signature du déclarant

Pour être complet votre dossier doit comporter, outre le présent formulaire dûment renseigné, les pièces figurant dans le bordereau de dépôt des pièces jointes.
Votre déclaration doit être établie en 2 exemplaires et doit être adressée :

- à la mairie où est envisagé le dispositif déclaré : lorsque la commune est couverte par un règlement local de publicité ou lorsqu'il s'agit du remplacement ou de la modification d'une bâche
- à la préfecture du département où est envisagé le dispositif déclaré : lorsque la commune n'est pas couverte par un règlement local de publicité

Si vous êtes un particulier : la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux données nominatives contenues dans ce formulaire pour les personnes physiques. Elle garantit un droit d'accès et de rectification pour ces données auprès de la mairie ou de la préfecture. Les données recueillies seront transmises aux services compétents pour le contrôle de votre déclaration.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère chargé
de l'Environnement

Bordereau de dépôt des pièces jointes à une déclaration préalable d'un dispositif ou d'un materiel supportant de la publicité ou une préenseigne

Cocher les cases correspondant aux pièces jointes à votre demande et reporter le numéro correspondant sur la pièce jointe

Cette liste est exhaustive et aucune autre pièce ne peut vous être demandée.

Vous devez fournir 2 exemplaires du dossier.

1. Pièces Obligatoires

Pièce		Nombre d'exemplaires
DP1. Plan de situation du terrain [1]	❑	2
DP2. Plan de masse coté [1]	❑	2
DP3. Représentation graphique du dispositif ou du matériel cotée en trois dimensions	❑	2
DP4. Pour les nouvelles installations : accord daté du propriétaire ou du gestionnaire du terrain où est installé le dispositif	❑	2

[1] cette pièce n'est pas exigée si le matériel est implanté sur le domaine public
Pour les dispositifs de micro affichage, les pièces DP1 et DP2 concernent la devanture commerciale et non le terrain.

2. Pièces supplémentaires a joindre en fonction des dispositifs

• Installation de publicités sur du mobilier urbain dans le cadre d'une concession d'affichage

DP5. Liste des dispositifs de mobilier urbain dans le cadre d'une concession d'affichage indiquant pour chaque dispositif : sa nature, son format, sa localisation, sa distance par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins	❑	2

• Remplacement ou modification de bâches

DP6. Appréciation de son insertion architecturale et de son impact sur le cadre de vie environnant	❑	2

4

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère chargé de l'Environnement

Notice d'information pour les déclarations préalables d'un dispositif ou d'un materiel supportant de la publicité ou une préenseigne

1. Dans quel cas utiliser ce formulaire ?

- **Quels dispositifs sont concernés par la déclaration préalable ?**

Sont concernés par la déclaration préalable :

- L'installation, le remplacement ou la modification de dispositifs publicitaires ou préenseignes non lumineux, ou de dispositifs publicitaires ou préenseignes éclairés par projection ou transparence suivants :
  - dispositifs muraux (murs, clôtures, bâtiments)
  - dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol
  - mobilier urbain supportant de la publicité
  - dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales (micro-affichage)
- Le remplacement ou la modification de bâches comportant de la publicité, dont l'emplacement a été préalablement autorisé.

Les préenseignes ne sont soumises à déclaration que lorsque leurs dimensions excèdent 1 m en hauteur ou 1,50 m en largeur.

2. Informations Utiles

- **Qui peut déposer une déclaration ?**

Vous pouvez déposer une déclaration si vous êtes la personne ou l'entreprise qui projette d'exploiter le dispositif ou le materiel.

3. Modalités Pratiques

- **Comment constituer le dossier de déclaration ?**

Pour que votre dossier soit complet, le formulaire doit être soigneusement rempli. Le dossier doit comporter les pièces figurant dans le bordereau de remise. Le numéro de chaque pièce figurant dans le bordereau de remise doit être reporté sur la pièce correspondante.

- **Où déposer la déclaration ?**

La déclaration préalable doit être adressée par pli recommandé avec demande d'avis de reception ou déposée contre recepissé daté :

- Soit en mairie : lorsque la commune où est envisagé le dispositif déclaré est couverte par un règlement local de publicité , ou lorsqu'il s'agit du remplacement ou de la modification d'une bâche
- Soit en préfecture: lorsque la commune où est envisagé le dispositif déclaré n'est pas couverte par un règlement local de publicité

Elle peut également être adressée par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique lorsque l'autorité de police est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle. Il convient donc de s'assurer auprès de l'autorité de police de la possibilité de cette transmission.

A compter de la date de réception de la déclaration par l'administration compétente, le déclarant peut procéder, sous sa responsabilité, à la réalisation du projet déclaré.

- **Quelles sanctions administratives pour absence de déclaration ou installation d'un dispositif non conforme ?**

Le contrevenant est puni d'une amende administrative de 1 500 € pour absence de déclaration préalable ou installation d'un dispositif non conforme, constatée par procès-verbal. (Art. L581-26 du Code de l'Environnement) et d'une amende pénale de 7 500 € (Art. L581-34 2° du Code de l'Environnement).

4. Informations Complémentaires

Si vous avez un doute sur le régime (déclaration ou autorisation) auquel doit être soumis le dispositif, vous pouvez vous renseigner auprès de la mairie ou de la préfecture du lieu où vous souhaitez installer le dispositif.

- **Adresse du portail internet du ministère:**
  http://www.developpement-durable.gouv.fr
- **Vous pouvez remplir un formulaire en ligne :**
  https://www.formulaires.modernisation.gouv.fr/gf/cerfa_14799.do

Sigles et abréviations

ABF : Architecte des bâtiments de France
AVAP : Aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine
CAA : Cour administrative d'appel
CADA : Commission d'accès aux documents administratifs
CDNPS : Commission départementale de la nature, des paysages et des sites
Cass. com. : Cour de Cassation, chambre commerciale
CE : Conseil d'Etat
DDT : Direction départementale des territoires
DDTM : Direction départementale des territoires et de la mer
DEAL : Direction de l'environnement, de l'aménagement et du logement
DREAL : Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement
DRIEE : Direction régionale et interdépartementale de l'environnement et de l'énergie
EBC : Espace boisé classé
EPCI : Etablissement public de coopération intercommunale
INSEE : Institut national de la statistique et des études économiques
JEI : Journal électronique d'information
Loi ENE : Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
Loi SRU : Loi du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains
PAC : Porter à connaissance
PADD : Projet d'aménagement et de développement durables
PLU : Plan local d'urbanisme
PNR : Parc naturel régional
PPA : Personnes publiques associées
POS : Plan d'occupation des sols
RGC : Route à grande circulation
RLP : Règlement local de publicité
RLPi : Règlement local de publicité intercommunal
RNP : Règlement national de publicité
SCoT : Schéma de cohérence territoriale
SIL : Signalisation d'information locale
TA : Tribunal administratif
TLPE : Taxe locale sur la publicité extérieure
ZPA : Zone de publicité autorisée
ZPE : Zone de publicité élargie
ZPPAUP : Zone de protection du patrimoine architectural urbain et paysager
ZPR : Zone de publicité restreinte

Lexique

Afficheur :
Terme désignant une société d'affichage ou un employé qui met en place les affiches sur les dispositifs.

Aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) :
Terme désignant l'aire dont l'objet est la protection, la conservation et la gestion du patrimoine architectural et/ou naturel. Instituée conjointement par l'Etat et les communes, l'AVAP est une servitude d'utilité publique s'imposant au PLU et qui a vocation à se substituer, au plus tard le 14 juillet 2015, aux zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP).

Alignement :
Limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines.

Annonceur :
Entité en faveur de qui est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme politique, film, etc.)

Auvent :
Avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries.

Aveugle :
Se dit d'un mur ou d'une façade d'un bâtiment ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5 m².

Bâche
- **de chantier** : se dit d'une bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.
- **publicitaire** : se dit d'une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

Baie :
Toute surface vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.).

Balconnet :
Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

Bandeau (de façade) :
Se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Buteau :
Terme employé par les professionnels de l'affichage désignant la plaquette ou l'autocollant apposé sur un panneau d'affichage (sur la moulure ou sur le pied en général) indiquant les coordonnées de la société exploitante.

Cadre :
Partie du dispositif publicitaire qui entoure l'affiche (dit également « moulure »).

Centre commercial :
Ensemble d'au moins 20 magasins et services totalisant une surface commerciale utile minimale de 5 000 m², conçu, réalisé et géré comme une seule entité.

Champ de visibilité :
Situation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne visible d'un monument historique (classé ou inscrit) ou visible en même temps que lui. Ces deux critères, dits de co-visibilité, sont alternatifs et non cumulatifs et relèvent de l'appréciation de l'ABF.

Chantier :
Terme définissant la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

Chevalet :
Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographe, etc.). Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation de stationnement.

Clôture :
Terme désignant toute construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Clôture aveugle :
Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.

Clôture non aveugle :
Se dit d'une clôture constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Code NATINF (code Nature Infraction) :
Outil développé par le ministère de la justice permettant d'associer un numéro à une typologie d'infraction.

Commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS) :
Instance collégiale départementale composée de représentants des services de l'Etat, d'élus

locaux, de personnes qualifiées et de représentants des afficheurs et des enseignistes. Placée sous l'autorité du préfet, la CDNPS est chargée d'émettre des avis.

Concurrent (pouvoir) :
Ce dit du pouvoir exercé parallèlement par deux autorités distinctes. Exemple : Avant la loi ENE, le maire exerçait le pouvoir de police de la publicité en même temps que le préfet.

Culturelles (activités) :
Sont qualifiées comme telles les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

Devanture :
Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Déroulant (Panneau) :
(Synonyme : scrolling) Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne, sur un axe horizontal ou vertical, un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairées par transparence.

Dispositif (publicitaire) :
Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Durable :
Terme qualifiant les matériaux tels que le bois, le plexiglas, le métal ou la toile plastifiée imputrescible.

Emprise :
Se dit de l'ensemble des éléments constitutifs d'un immeuble ou d'une dépendance du domaine public. Exemple : L'emprise d'une voie publique est constituée de l'assiette de cette voie ainsi que ses dépendances. L'emprise d'un aéroport ou d'une gare est constituée des voies, bâtiments et installations utiles au trafic aérien ou ferroviaire.

Enseigne :
Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Enseigne lumineuse :
Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...).

Enseigne temporaire :
Enseigne signalant :
- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.

Garde-corps :
Elément ou ensemble d'éléments formant une barrière de protection placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse.

Immeuble :
Terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

JEI (Journal électronique d'information) :
Mobilier urbain mis en place par une collectivité et ne relevant pas du code de l'environnement.

Logo :
Abréviation de logotype. Terme désignant le signe figuratif d'une marque de fabrique, de commerce ou de service ainsi que d'un produit ou de son conditionnement.

Marquise :
Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Micro-affichage :
Publicité d'une taille inférieure à 1 m², majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

Modénature :
Terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décorent la façade d'un bâtiment.

Moulure :
(synonyme de cadre) Encadrement d'un panneau publicitaire.

Mur de clôture :
Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Mur aveugle (ou mur pignon) :
Voir façade aveugle.

Nu (d'un mur) :
Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

Ouverture :
Tout percement pratiqué dans un mur.

Palissade :
Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité.

Périmètre :
En droit de la publicité extérieure, secteur de l'EPCI ou de la commune hors agglomération identifié par le RLP(i) où sont implantés des centres commerciaux exclusifs de toute habitation et dans lesquels la publicité est admise.

Piedroit :
Terme, synonyme de pilier, désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Pilier :
Voir piédroit

Plan local d'urbanisme (PLU) :
Depuis 2000, il s'agit du document de planification spatiale élaboré par l'EPCI compétent ou à défaut la commune où s'exprime sa stratégie d'aménagement urbain. Avant cette date, il s'intitulait plan d'occupation des sols (POS).

Parc national :
Espace terrestre ou maritime protégé en raison du caractère spécial du milieu naturel, des paysages et, le cas échéant, du patrimoine culturel qu'ils comportent. Il importe de les préserver de toute dégradation et des atteintes susceptibles d'en altérer la diversité, la composition, l'aspect et l'évolution.
L'aménagement, la gestion et la réglementation de ces espaces sont confiés à un établissement public national à caractère administratif, relevant du ministère chargé de la protection de la nature.

Parc naturel régional (PNR) :
Les parcs naturels régionaux ont vocation à préserver et à mettre en valeur des territoires dont les milieux naturels, les paysages et le patrimoine culturel présentent un intérêt particulier. Chaque parc naturel régional définit un projet de territoire concerté de développement durable, conciliant les objectifs de protection du patrimoine et de développement économique. Ce projet est formalisé à travers une charte qui engage l'ensemble des signataires, en particulier l'Etat et les collectivités territoriales, pour une durée de 12 ans, à l'issue de laquelle la charte est révisée.

Préenseigne :
Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Préenseigne temporaire :
Voir enseigne temporaire

Produits du terroir :
Expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit.

Publicitaire :
Personne ou groupe de personnes exerçant son activité dans le domaine de la publicité (le terme de publiciste ne s'emploie pas).

Publicité :
Terme désignant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Publicité lumineuse :
Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

RLP(i) 1ère génération (RLP1G) :
Se dit d'un RLP(i) publié avant le 13 juillet 2011

RLP(i) 2ème génération (RLP2G) :
Se dit d'un RLP(i) publié après le 13 juillet 2011

Saillie :
Terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.

Scellé au sol :
Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).

Secteurs sauvegardés :
Quartiers anciens et/ou historiques des centres villes soumis à des règles d'urbanisme spécifiques définies dans le cadre d'un plan de sauvegarde et de mise en valeur (art. L.313-1 et s. et R.313-1 et s. du code de l'urbanisme).

Service d'urgence :
Se dit d'un service public portant secours aux personnes (pompiers, SAMU) ou assurant la sécurité des personnes (police nationale ou gendarmerie nationale).

Support :
Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface :
- **d'un mur :** Terme désignant la face externe, apparente du mur.
- **hors-tout** : Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire comprenant l'encadrement.

- **utile** : Se dit de la surface d'un dispositif publicitaire affecté à l'affiche.

Terrasse (ou toiture-terrasse) :
Terme désignant une toiture dont la pente est inférieure à 15 %.

Unité foncière :
Terme désignant un ensemble continu de parcelles cadastrales constituant une même propriété.

Unité urbaine :
Terme statistique défini par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires :
Véhicules aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.

Visuel :
Terme désignant le contenu d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne.

ZPPAUP :
Voir AVAP

Index

A

Aéroport : 41, 45, 47, 54, 59, 66, 68, 72, 75, 78, 92, 161, 178

Affichage libre : 98, 99, 100

Agglomération
- notion démographique : 17
- notion géographique : 16

AVAP : 42, 206

Amende
- administrative : 30, 35, 36, 218, 221, 222 et s.
- pénale : 243 et s.

ABF : 178, 206, 208

Association agréée de protection de l'environnement : 180, 220, 229

Astreinte
- administrative : 233 et s.
- pénale : 248

Autorisation préalable : 20, 24, 25, 26, 93, 128, 145, 167, 200, 201 et s., 216

Autoroute : 12, 49, 54, 63, 71, 78, 89, 154

B

Baie : 44, 51, 63, 70, 71, 78, 89, 91, 96, 97, 113, 115, 120, 127

Bâtiment
- d'habitation ou non : 16, 43, 44, 51, 73, 88, 90, 105, 112, 114 et s., 229
- navigable : 6, 103

C

Cadre de vie : 1, 2, 10, 14, 143, 149, 158, 165, 200, 213

CDNPS : 40, 42, 93, 181, 186, 197, 199, 206, 207

Compétence liée : 224, 227, 228

Convoi : 102

D

Déclaration préalable : 24, 25, 87, 107, 142, 200, 214 et s., 222, 225, 227, 231, 244

Délibération : 173 et s., 178, 179, 182 et s.

Densité : 14, 16, 33, 46, 53, 54, 57, 67, 74, 84, 104 et s., 122, 137, 149, 151, 159, 162, 163, 245

E

Égalité (atteinte au principe d') : 166

Enquête publique : 184 et s., 199

Enseigne :
- à faisceau de rayonnement laser : 7, 21, 128, 129, 202, 206
- murale : 112
- scellée au sol : 119 et s.
- temporaire : 125 et s.
- en toiture : 7, 112, 117 et s.

Ensemble multicommunal : 18

Esthétique : 1, 40, 42, 49, 73, 89, 152

Exécution d'office : 237 et s., 244

Extinction nocturne : 1, 20, 55, 60, 68, 75, 85, 97, 124, 127, 129, 156

G

Groupe de travail : 5, 172

L

Liberté
- du commerce et de l'industrie : 158
- d'expression : 158, 165
- d'opinion : 98

Luminance : 58, 78, 92, 123, 127

M

Mise en demeure : 100, 217, 218, 221, 225 et s., 239, 246, 247

Mobilier urbain : 6, 22, 23, 25, 59, 62, 63, 65, 68, 70, 76 et s., 104, 166, 201, 203, 211, 215, 245

Monument historique : 42, 131, 134, 135, 136, 138, 139, 178, 206, 219

P

Palissade : 43, 44, 46, 100, 104

Parc national : 39, 42, 43, 44, 46, 100, 104, 146, 178, 194, 206

Parc naturel régional : 42, 146, 176, 178, 194

Périmètre : 144, 162, 169, 170, 178, 179, 195

Permis de démolir : 89

Porter à connaissance : 177, 178

Préenseigne
- dérogatoire : 131 et s.
- temporaire : 140 et s.

Procès-verbal : 218 et s., 223, 227, 240

Publicité
- lumineuse : 3, 6, 20, 21, 55 et s., 69 et s., 92, 95, 97, 102, 211, 213, 245
- murale : 43 et s., 49, 70, 105, 112, 149, 166, 215, 245
- numérique : 61 et s.
- scellée au sol : 6, 7, 17, 25, 39, 43, 48 et s., 62, 63, 69, 71, 72, 91, 95, 105, 106, 107, 109, 150, 152, 166, 215, 245

R

Remise en état des lieux : 237

Règlement Local de Publicité (intercommunal) (RLPi) : 3, 5, 12, 14, 15, 24, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 41, 42, 51, 60, 68, 75, 78, 85, 87, 89, 90, 92, 96, 97, 100, 114, 126, 131, 137, 142, 143 et s., 202, 204, 206, 208, 216, 220, 223, 225, 226, 239, 244

Route à grande circulation : 12, 45, 154

S

Saillie : 46, 63, 70, 90, 91, 97, 112, 113, 114, 127

Sanction
- administrative : 193, 218, 222 et s., 243
- pénale : 193, 218, 243, 247

Secteur sauvegardé : 42

Service d'urgence : 10, 124, 127, 131, 132, 134

Servitude
- de reculement : 150
- non aedificandi : 154

Site classé : 1, 39, 42, 178, 206

U

Unité
- foncière : 51, 52, 104, 105, 106, 107, 108, 119, 151, 229
- urbaine : 17, 18, 19, 45, 54, 59, 60, 62, 70, 71, 72, 75, 78, 85, 88, 92, 131, 142, 149, 150, 156, 160, 178

V

Véhicule : 6, 11, 101 et s., 114, 219

Vitesse : 102

Z

Zone naturelle : 49

ZPA : 41, 162

ZPR : 145, 159, 164

ZPPAUP : 42

LA RÉALISATION DU GUIDE

Cet ouvrage a été élaboré à l'initiative du bureau des paysages et de la publicité au sein de la direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature du ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie.

Il a été réalisé par Philippe ZAVOLI (Maître de conférences en droit public à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour) et Thierry VLIMANT (Gérant du cabinet-conseil Cadre et Cité).

La conception et la rédaction de ce guide ont été suivies par un comité de pilotage constitué d'agents des services centraux et déconcentrés du ministère, de représentants de collectivités, et de personnalités qualifiées.

Avril 2014

Ministère de l'Écologie,
du Développement durable et de l'Énergie
Direction générale de l'Aménagement,
du Logement et de la Nature
92055 La Défense cedex
Tél. : 01 40 81 21 22

Sommaire
page précédemment consultée