



MINISTÈRE  
DE LA TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE  
ET DE LA COHÉSION  
DES TERRITOIRES

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# PUBLICITÉ EXTÉRIEURE



## Guide pratique



Janvier 2024

Janvier 2024

Document édité par la Direction générale de l'aménagement, du logement  
et de la nature | 1 place Carpeaux 92055 La Défense

Conception-réalisation : La boîte à verbe

Rédaction : Bureau des paysages et de la publicité (DGALN/DHUP/QV2)

# Éditorial



La protection du cadre de vie, enjeu fondamental pour l'attractivité des territoires et pour 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. Elle 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 enfin de participer aux nécessaires efforts en matière de sobriété énergétique.

Le guide relatif à la réglementation de la publicité extérieure a été mis à jour à la suite de la décentralisation de la police de la publicité au 1<sup>er</sup> janvier 2024. Il tient compte également des dernières évolutions réglementaires, dont l'objectif est de limiter l'impact de la publicité extérieure sur le cadre de vie avec des panneaux plus petits et moins nombreux, et sur la biodiversité s'agissant plus particulièrement des panneaux numériques et de leurs nuisances lumineuses.

Ce guide s'adresse à titre principal aux communes et aux établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre qui exercent désormais la compétence de police de la publicité, même si certaines communes, couvertes par un règlement local de publicité, détenaient déjà cette compétence. Cette compétence décentralisée doit permettre aux élus, proches du terrain et à l'écoute de leurs administrés, d'œuvrer en faveur d'un cadre de vie plus qualitatif et tenant compte des spécificités de leur territoire. Cet objectif s'inscrit dans la poursuite de la Convention citoyenne pour le climat et de la loi Climat et Résilience puisqu'il s'agit de répondre aux aspirations de plus en plus fortes des citoyens visant à limiter les incitations à la surconsommation et à mieux réguler l'impact des publicités sur le cadre de vie.

Ce guide actualisé, clair, exhaustif s'appuie sur de nombreuses illustrations. Il permettra, j'en suis sûr, d'atteindre cet objectif et de faire de nos territoires des lieux attractifs, en respectant la qualité paysagère et la biodiversité auxquelles les citoyens sont si sensibles.

Pédagogique et pratique, il constitue un outil indispensable pour comprendre et mettre en œuvre au quotidien la politique publique de la publicité extérieure.

**Damien Botteghi**

Directeur de l'habitat, de l'urbanisme et des paysages

# Sommaire

<b>I. NOTIONS DE BASE ET ÉLÉMENTS DE CADRAGE</b> .....	<b>8</b>
1.1 Protection du cadre de vie et liberté d'expression .....	9
1.2 Publicité extérieure et autres considérations .....	9
1.3 Les différents dispositifs visés par la réglementation .....	10
1.3.1 La publicité .....	10
1.3.2 Les enseignes .....	12
1.3.3 Les préenseignes .....	13
1.4 Les dispositifs ne relevant pas de la réglementation de la publicité extérieure .....	14
1.5 Voies ouvertes à la circulation publique .....	14
1.6 Règlement national de la publicité (RNP) et règlement local de publicité (RLP).....	15
1.7 La notion d'agglomération .....	16
1.8 Les dispositifs lumineux.....	20
1.9 Le mobilier urbain supportant de la publicité .....	20
1.10 Autorisations et déclarations préalables .....	22
<b>II. L'EXERCICE DES COMPÉTENCES EN MATIÈRE DE POLICE DE LA PUBLICITÉ</b> .....	<b>24</b>
2.1 Réception et instruction des demandes d'autorisation préalable et des déclarations préalables .....	26
2.2 Modalités de transfert de la compétence de la police de la publicité au président de l'EPCI.....	26
<b>III. LA RÉPARTITION DES COMPÉTENCES EN MATIÈRE D'ÉLABORATION D'UN RLP</b> ...28	
<b>IV. LE RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ (RNP)</b> .....	<b>30</b>
4.1 Les publicités.....	31
4.1.1 Les dispositions communes aux publicités .....	31
1 : L'autorisation écrite du propriétaire .....	31
2 : L'identité du dispositif .....	32
3 : L'entretien du dispositif .....	32
4 : Les interdictions.....	32

4.1.2 Les dispositions propres à chaque type de publicité.....	35
1 : La publicité non lumineuse .....	35
La publicité murale.....	35
La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	38
2 : La publicité lumineuse .....	44
La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence.....	44
La publicité lumineuse numérique .....	46
Les autres lumineux .....	49
3 : La publicité sur mobilier urbain*.....	55
4 : Les bâches comportant de la publicité.....	61
5 : Les dispositifs de dimensions exceptionnelles.....	64
6 : L’affichage de petit format (micro-affichage).....	65
7 : L’affichage d’opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.....	66
8 : La publicité sur les véhicules terrestres, sur l’eau ou dans les airs.....	67
8-1 : La publicité sur véhicules terrestres.....	67
8-2 : La publicité sur les eaux intérieures.....	69
8-3 : La publicité dans les airs .....	70
8-4 : La publicité en mer .....	70
4.1.3 La règle de densité .....	72
1 : Règles applicables sur les unités foncières* .....	72
2 : Règles applicables sur le domaine public.....	74
<b>4.2 Les enseignes .....</b>	<b>75</b>
4.2.1 Les dispositions communes aux enseignes.....	75
4.2.2 Les dispositions propres à chaque type d’enseigne .....	76
1 : L’enseigne en façade .....	76
2 : L’enseigne sur toiture.....	79
3 : L’enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	81
4 : L’enseigne lumineuse .....	82
5 : L’enseigne temporaire .....	84
6 : L’enseigne à faisceau de rayonnement laser .....	86
<b>4.3 Les préenseignes .....</b>	<b>86</b>
4.3.1 Les préenseignes* dérogatoires .....	86
4.3.2 Les préenseignes temporaires .....	88

## **V. LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP).....90**

<b>5.1 La mise en place d’un RLP .....</b>	<b>91</b>
5.1.1 Les objectifs d’un RLP.....	91
5.1.2 Les moyens mis en œuvre.....	93
<b>5.2 Le contenu du RLP.....</b>	<b>95</b>
5.2.1 Le rapport de présentation .....	95
5.2.2 Le règlement .....	96
5.2.3 Les annexes.....	100
<b>5.3 La procédure d’élaboration du RLP.....</b>	<b>102</b>
5.3.1 Autorité compétente et périmètre.....	102
5.3.2 La compatibilité du RLP avec les orientations des chartes .....	105
5.3.3 Les étapes de la procédure .....	105
5.3.4 L’opposabilité du RLP .....	116

<b>5.4 L'évolution du RLP</b> .....	<b>116</b>
5.4.1 La révision du RLP .....	116
5.4.2 La révision dite « allégée » .....	117
5.4.3 La modification du RLP .....	118

## **VI. LE RÉGIME DES AUTORISATIONS ET DÉCLARATIONS PRÉALABLES** ..... **120**

<b>6.1 L'autorisation préalable</b> .....	<b>121</b>
6.1.1 Le champ d'application de l'autorisation préalable .....	121
6.1.2 L'instruction .....	122
6.1.3 La décision .....	125
1 : La décision d'acceptation .....	126
2 : La décision de refus.....	127
<b>6.2 La déclaration préalable</b> .....	<b>131</b>
6.2.1 Le champ d'application de la déclaration préalable.....	131
6.2.2 Le dossier de déclaration préalable .....	131

## **VII. LES PROCÉDURES DE SANCTIONS**..... **134**

<b>7.1 Le constat d'infraction*</b> .....	<b>135</b>
<b>7.2 La sanction administrative : l'amende administrative</b> .....	<b>140</b>
<b>7.3 Les mesures de police administrative</b> .....	<b>142</b>
7.3.1 L'arrêté de mise en demeure .....	142
1 : Le contenu de l'arrêté de mise en demeure .....	142
2 : Les suites de l'arrêté de mise en demeure.....	146
7.3.2 La suppression immédiate d'office .....	149
<b>7.4 Les sanctions pénales</b> .....	<b>150</b>

## **VIII. ANNEXES** ..... **154**

<b>Fiches mémentos</b> .....	<b>157</b>
Modalités de transfert des prérogatives de police de la publicité au président de l'EPCI .....	157
Cas particulier des réglementations spéciales dites « RLP de première génération » ou « RLP 1G » .....	159
Règles applicables aux publicités situées à l'intérieur de l'emprise des gares ferroviaires et routières et des aéroports .....	161
La publicité extérieure dans le cadre des Jeux olympiques et paralympiques de 2024.....	165
Coordonnées des services compétents en directions de la sécurité de l'aviation civile interrégionales pour les enseignes à faisceau de rayonnement laser .....	171
Liste des aéroports dont le flux des passagers annuels est supérieur à trois millions de passagers .....	173
Les amendes forfaitaires (contraventions).....	174
Codes NATINF (nature des infractions).....	176
Trame de l'agent verbalisateur : les principales questions à se poser .....	177

## **Arrêtés et dispositions complémentaires..... 178**

Arrêté du 2 avril 2012 pris pour l'application des articles R. 581-62 et R. 581-63 du code de l'environnement ....	178
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.....	179
Arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires.....	180
Articles du code de la route en lien avec la publicité.....	182

## **Documents types..... 185**

### **Élaboration/révision d'un RLP/RLPi ..... 185**

Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/la révision d'un RLP.....	185
Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/la révision d'un RLP intercommunal.....	187

### **Les procédures et sanctions prises suite à la constatation d'une infraction ..... 190**

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).....	190
Lettre de transmission du procès-verbal au procureur de la République.....	191
Procédure contradictoire préalable à l'arrêté de mise en demeure (L. 581-27 ou L. 581-28).....	192
Arrête de mise en demeure à la réglementation de la publicité, des enseignes et des preenseignes (art. L. 581-1 et s., R. 581-1 et s. du code de l'environnement).....	193
Lettre d'information au procureur de la République.....	195
Arrêté de mise en recouvrement de l'astreinte administrative au bénéfice de la commune.....	196
Lettre de demande de pièces complémentaires.....	198
Lettre de procédure contradictoire préalable à l'amende administrative.....	199
Arrêté prononçant l'amende administrative.....	200
Lettre d'information au propriétaire d'un terrain avant suppression immédiate d'office d'une publicité irrégulière.....	202

### **Arrêtés divers ..... 203**

Arrêté de dérogation à l'obligation d'extinction nocturne.....	203
Arrêté portant interdiction de la publicité sur un immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque en application de l'article L. 581-4 du code de l'environnement.....	204
Arrêté déterminant des emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.....	206

## **SIGLES ET ABRÉVIATIONS ..... 208**

## **LEXIQUE..... 209**



1

Notions de base  
et  
éléments de cadrage



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

**1. Contenu du message publicitaire.** 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 publicités\*, des enseignes\* et des préenseignes\* dans un objectif de protection du cadre de vie. 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 (délict 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.



Les dispositions du code de l'environnement portant interdiction de la publicité relative à la commercialisation ou faisant la promotion des énergies fossiles (Art. L. 229-61 et suivants), issues de l'article 7 de la loi Climat et Résilience, ne sont pas abordées dans ce guide. Le contrôle de leur respect ne relève pas de la compétence de l'autorité de police de la publicité extérieure.

## 1.2 Publicité extérieure et autres considérations

**2. Considérations liées à la sécurité routière.** La poursuite de préoccupations étrangères à la protection de l'environnement est a priori interdite dans le cadre de la réglementation de la publicité extérieure. Mais il existe des liens avec le code de la route notamment lorsque l'installation de certains 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 pour des motifs de sécurité de la circulation routière (Art. R. 418-1 et s. du code de la route). Elles ne sont pas étudiées dans ce guide.



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 commet une illégalité pour détournement de procédure.

**3. Considérations fiscales.** 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 1<sup>er</sup> mars ;
- la déclaration préalable du code de l'environnement permet à l'autorité de police 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° 23, 236](#)).

**4. Considérations urbanistiques.** 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 suit la même procédure que celle du plan local d'urbanisme (PLU)\* prévue par le code de l'urbanisme (cf. [chapitre 5](#)).

## 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

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

Le même article précise que les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images, sont assimilés à une publicité<sup>1</sup>. D'autres éléments tels que les passerelles métalliques destinées à assurer la sécurité des agents chargés de coller les affiches publicitaires sur les dispositifs ou les rampes d'éclairages concourent au fonctionnement global du dispositif même s'ils ne sont pas destinés à recevoir des inscriptions, formes ou images et ne sont donc pas assimilés à la publicité elle-même.

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\*.

<sup>1</sup> La jurisprudence « Oxial » du Conseil d'État (CE, 2<sup>ème</sup> et 7<sup>ème</sup> chambres réunies, 20/10/2016, n° 395494 et CE, 2<sup>ème</sup> et 7<sup>ème</sup> chambres réunies, 08/11/2017, n° 408801), reprise par l'article R. 581-24-1, applique cette disposition en matière de modalités de calcul de la surface des publicités. Le Conseil d'État, dans ces arrêts, considère en effet que pour calculer la surface unitaire d'une publicité, il convient de prendre en compte non pas la seule surface de la publicité apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

Selon qu'ils utilisent ou non une source lumineuse :

- publicité non lumineuse ;
- publicité supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- publicité lumineuse\* autre que supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- publicité numérique (sous-catégorie de la publicité lumineuse autre que supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence).

Selon leur taille :

- dispositifs\* de petit format dits de « micro-affichage » ;
- dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.

Selon leur mobilité :

- publicité sur véhicule terrestre équipé ou utilisé à des fins essentiellement publicitaires\* ;
- publicité sur bâtiments navigables motorisés ;
- publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef.

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.

#### **Remarque**

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, à propos de faisceaux lumineux émis par une discothèque à partir de quatre projecteurs à lampes, qu'il s'agissait d'un dispositif destiné à attirer l'attention du public en raison notamment de ses dimensions, de son emplacement et de son intensité lumineuse permettant qu'il soit vu à une grande distance, et qu'à ce titre, il constituait une publicité au sens de l'article L. 581-3 alors même que le nom de la discothèque n'apparaissait pas (CAA Lyon, 6<sup>e</sup> chambre, 08/02/2005, SA CELOGEN MACUMBA, n° 01LY01809).

Le législateur a habilité le pouvoir réglementaire à adopter des règles pour la publicité par voie aérienne ou sur l'eau.

Concernant la publicité par voie aérienne, l'article L. 581-15 prévoit l'interdiction de la publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef. Cette interdiction, introduite par la loi Climat et Résilience de 2021, est en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2022.

Concernant la publicité sur l'eau, la publicité sur les eaux intérieures est régie par les articles R. 581-49 à R. 581-52, et la publicité en mer, par les articles R. 581-52-1 à R. 581-52-4.

### 1.3.2 Les enseignes

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



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.



La juridiction administrative a précisé la notion d'immeuble au sens de l'article L. 581-3.

Le Conseil d'État a ainsi jugé, s'agissant d'un panneau installé sur la toiture d'un bâtiment de type bungalow, que le fait que l'activité signalée ne s'exerce pas exclusivement dans l'immeuble mais sur l'ensemble de la parcelle n'a pas d'incidence sur la qualification du dispositif en tant qu'enseigne (CE, 2<sup>e</sup> - 7<sup>e</sup> chambres réunies, 01/04/2019, *La ferme enchantée*, n° 416919).

Le Conseil d'État a également précisé que « *S'agissant d'un dispositif scellé au sol ou installé sur le sol, sa distance par rapport à l'entrée du local où s'exerce l'activité est sans incidence sur la qualification d'enseigne, dès lors que ce dispositif est situé sur le terrain même où s'exerce cette activité et est relatif à cette dernière. Par suite, en estimant que les dispositifs signalant l'activité de la SARL Espace Rénovation implantés sur le terrain du local commercial ne pouvaient être qualifiés d'enseignes, au motif qu'ils n'étaient pas installés à proximité immédiate de l'entrée de ce local mais en périphérie de ce terrain, la cour administrative d'appel a commis une erreur de droit (...).* » (CE, 2<sup>e</sup> - 7<sup>e</sup> chambres réunies, 28/02/2020, *SARL Espace Rénovation*, n° 419302).



Il a également été jugé, à propos des totems d'affichage des prix de carburants, que la circonstance que l'article 2 de l'arrêté du 8 juillet 1988 impose l'affichage des prix du carburant sur les totems de stations-services ne dispense pas ces dispositifs d'être qualifiés d'enseignes et de respecter les règles du code de l'environnement applicables en la matière (CAA Lyon, 4<sup>e</sup> chambre, 11/02/2021, *société TD-Thevenin et Ducrot Distribution*, n° 19LY01525).

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 concernant :

- 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.

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, 2<sup>ème</sup> – 6<sup>e</sup> sous-sections réunies, 13/11/1992, *Compagnie Gan Incendies-Accidents*, 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 c/préfet de l'Isère*, n° 2413 et 2982).

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

**7. Définition.** 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.

Par ailleurs, l'article L. 581-19 précise que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. À ce titre, il a été jugé que le fait d'assimiler « le dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité » à de la publicité, constitue une règle applicable également à une préenseigne et que lorsqu'un dispositif supportant une préenseigne est implanté en méconnaissance des dispositions qui régissent la publicité, la mise en demeure doit englober, outre la préenseigne, ce dispositif (CAA Nancy, 1<sup>ère</sup> chambre, 29/12/2021, *Ministère de la Transition écologique c/ Société Espace Image*, n° 19NC02552).

**8. Cas particulier des préenseignes dérogatoires.** 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 (cf. points [n° 133](#) et s.).



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 (C) ; enseignes à plat, perpendiculaire (E), en toiture et scellée au sol (E).

## 1.4 Les dispositifs ne relevant pas de la réglementation de la publicité extérieure

**9. Signalisation d'information locale.** 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 micro-signalétique 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, seule la SIL peut être utilisée pour signaler hors agglomération les activités non autorisées à utiliser des préenseignes dérogatoires (stations-services, restaurants, hôtels, etc.).



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

**10. Dispositifs publicitaires non concernés.** 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

**11. Champ d'application de la réglementation.** 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, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du code de l'environnement et, le cas échéant, le RLP dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

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 grandes randonnées, les pistes de ski et les télésièges ainsi que les voies ferrées, les quais à ciel ouvert des gares ferroviaires ou les parkings.

**12. Exception.** 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 souterrains du métro ou des gares ferroviaires que la jurisprudence assimile à des locaux (Cass., chambre commerciale, 30/06/1987, *société Métrobus publicité*, n° 86-11335), les galeries marchandes ou les parkings souterrains, l'article L. 581-2 les exclut du champ de la réglementation.



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, 2<sup>e</sup> – 7<sup>e</sup> sous-sections réunies 28/10/2009, *Ministre de l'Écologie, de l'Énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire c/ Sté Zara*, 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.

Néanmoins, par dérogation à l'article L. 581-2, la commune ou l'EPCI a depuis la loi Climat et Résilience de 2021 la possibilité de fixer dans son RLP des prescriptions en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses pour les publicités lumineuses\* et enseignes lumineuses\* situées à l'intérieur des vitrines ou des baies\* d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité lorsque celles-ci sont destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (Art. L. 581-14-4).

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

**13. Principe général.** Reprenant les principes qui gouvernent le droit de l'urbanisme, le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale – 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 RLP intercommunal ou un RLP communal peut être institué par certains EPCI ou, à défaut, les communes. Il comportera des règles plus restrictives que celles du RNP (cf. [chapitre 5](#)). Lorsque les dispositions spécifiques du RLP ne portent que sur certains aspects de la réglementation et que, pour le reste de la réglementation, le RLP 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 : si un RLP ne comporte aucune disposition relative à la densité, celle du RNP s'applique. En revanche, si un RLP 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.



Les RLP dont les procédures d'élaboration étaient en cours le 13 juillet 2010 (la date de publication de la loi ENE) selon le régime en vigueur avant cette date et qui ont été approuvés dans un délai d'un an à compter de cette même date demeurent applicables (article 39 de la loi ENE) jusqu'à leur prochaine révision ou l'adoption d'un RLP intercommunal.

## 1.7 La notion d'agglomération

**14. Définition.** 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). 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).

**15. Notion géographique de l'agglomération.** 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, section, 02/03/1990, *Sté Publi-system*, 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.

Ainsi, les dispositifs publicitaires implantés dans un environnement rural et qui ne sont pas situés dans des zones où seraient groupés des immeubles\* bâtis rapprochés, sont considérés comme installés hors agglomération (CE, 2<sup>ème</sup> chambre, 08/02/2018, *SARL AFUR*, n° 411758).

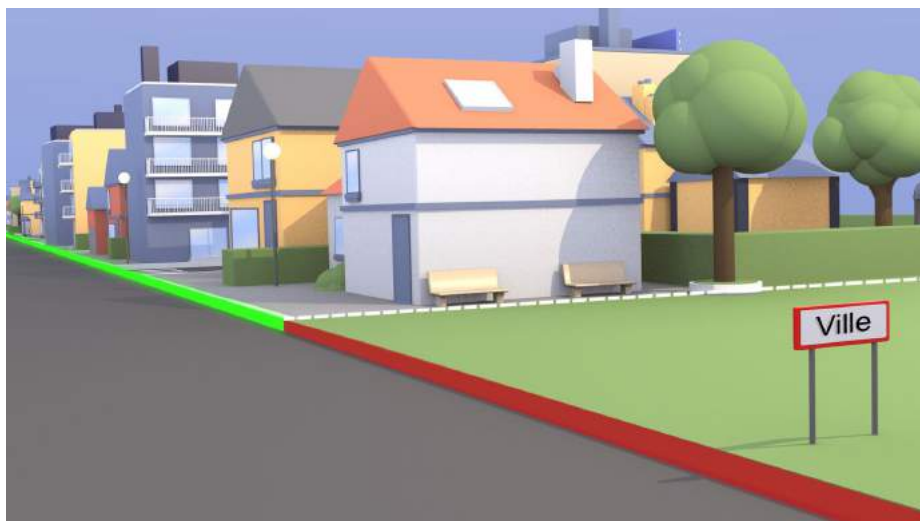
### À noter

L'adoption d'un RLP 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, 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 (cf. [point n° 170](#)).





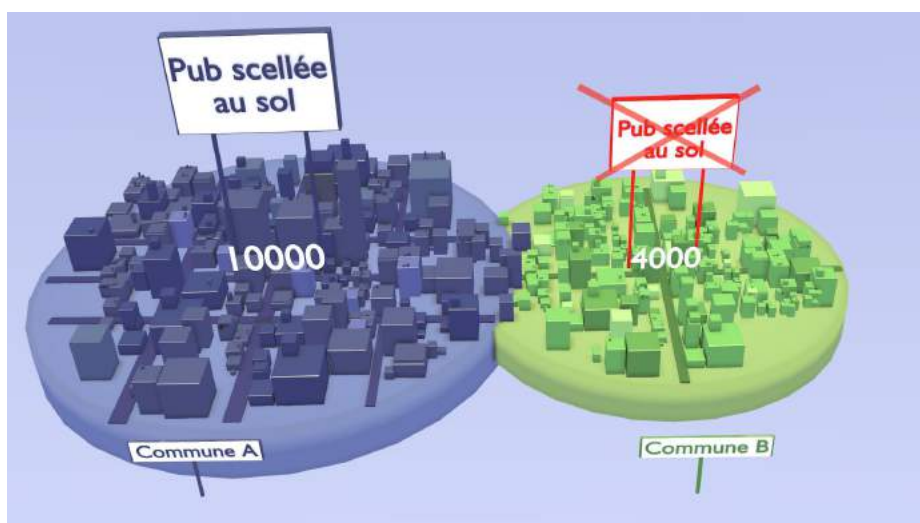
*Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).*



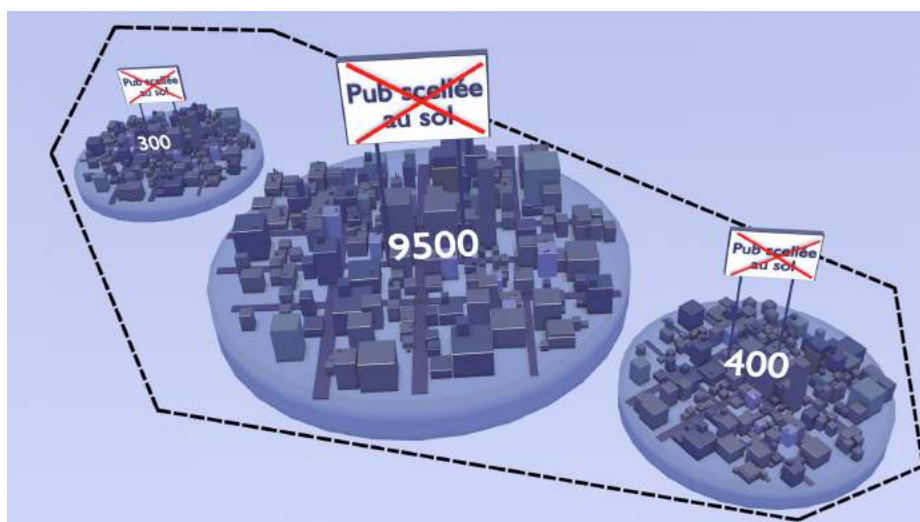
*Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).*

**16. Notion démographique de l'agglomération.** 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, 2<sup>ème</sup> – 7<sup>e</sup> sous-sections réunies, 26/11/2012, *Ministre de l'Écologie, du Développement durable et du Logement c/ Sté Avenir*, 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.



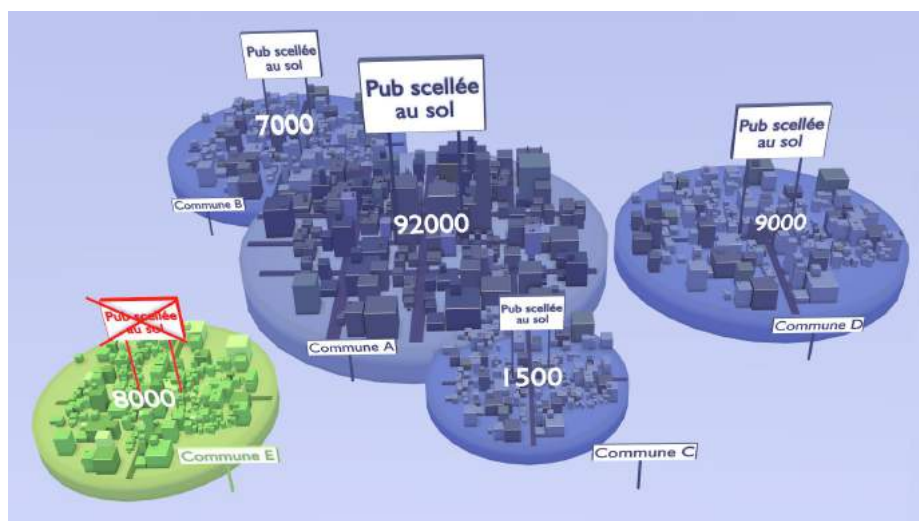
Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans 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.

**17. Unité urbaine.** Le code de l'environnement fait également référence à la notion d'unité urbaine\* à laquelle s'appliquent des seuils de population (seuil de 100 000 habitants).

L'INSEE définit l'unité urbaine\* 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 2 000 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.



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.

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.

**18. Liste des unités urbaines.** 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 100 000 habitants. Ces informations sont disponibles sur le site de [l'INSEE](https://www.insee.fr)



La notion d'unité urbaine est indépendante de celle d'établissement public de coopération intercommunale (EPCI). 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.

## 1.8 Les dispositifs lumineux

**19. Définition.** 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 les nuisances lumineuses, ces dispositifs sont soumis à des règles particulières. La publicité lumineuse\* (autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence) est soumise, d'une part, à un régime d'autorisation préalable qui ne s'applique pas à la publicité non lumineuse (Art. L. 581-9 - cf. point n° 221, chapitre 6) et, d'autre part, à une obligation d'extinction nocturne dans des conditions détaillées dans ce guide (Art. R.581-35 - cf. points n° 61 et s.). Les publicités lumineuses et enseignes lumineuses doivent respecter des prescriptions techniques en matière d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses fixées par arrêté ministériel en cours d'élaboration (Art. R. 581-34 et R. 581-59).

Les publicités lumineuses et les publicités scellées au sol sont celles qui sont les plus visibles et ont dès lors le plus d'impact sur le cadre de vie. C'est pourquoi ces deux catégories de publicités sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants. Il s'agit des publicités numériques et des publicités éclairées par projection ou transparence quand elles sont scellées au sol\*.

**20. Typologie.** 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 ;
- 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 ».

## 1.9 Le mobilier urbain supportant de la publicité

**21. Définition.** 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.

**22. Typologie.** Sont concernés les cinq types de mobilier urbain suivant (Art. R. 581-42 et s.) :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes\* porte-affiches (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 m<sup>2</sup> (communément appelé sucette) et un de 8 m<sup>2</sup>.



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.



Il a été jugé que des panneaux de mobiliers urbains comportant des indications sur les activités de commerces de proximité sur leur face orientée vers les véhicules, et des photographies représentant des éléments du patrimoine culturel et naturel de la commune sur leur face moins visible, n'étaient pas conformes à l'article R. 581-42 car ils donnaient à voir, à titre principal, des indications constitutives d'une préenseigne\* et, à titre accessoire, des informations non publicitaires à caractère local (CAA Douai, 26/10/2021, Association Paysages de France, n° 20DA01370).

## 1.10 Autorisations et déclarations préalables



Pour des questions de commodité, seule la mention « le maire » est utilisée dans ce chapitre, et plus généralement dans le guide, pour désigner l'autorité compétente en matière de police de la publicité en application de l'article L. 581-3-1. Toutefois, lorsque cette compétence a été transférée au président de l'EPCI en application du A du I de l'article L. 5211-9-2 du CGCT, ce dernier est substitué aux maires concernés dans toutes les actes relevant des pouvoirs transférés (Art. L. 5211-9-2, II du CGCT). Cette dénomination commune est matérialisée par une \* à chaque occurrence du mot maire.

**23. Principes généraux.** 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 le \*maire après instruction. Celle-ci a pour objet de veiller à ce que le dispositif respecte les règles de format, 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.

L'objet de la **déclaration préalable** est d'informer le \*maire qu'un dispositif publicitaire va être implanté, modifié ou remplacé dans les conditions indiquées par le document Cerfa n°14799\*1. Autrement dit, le \*maire 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, il est opportun que le \*maire 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, le \*maire peut l'avertir mais ne peut pas lui adresser un refus d'installer. S'il venait à procéder de la sorte, le \*maire ferait entrer, illégalement, le dispositif en question dans le champ du régime de l'autorisation préalable.



Lorsque les publicités lumineuses\* et enseignes lumineuses\* situées à l'intérieur des vitrines ou des baies\* d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité sont soumises à des prescriptions fixées par le RLP, il n'est pas possible de soumettre l'installation de ces dispositifs à autorisation préalable ou déclaration préalable (Art. L. 581-14-4) (cf. points n° [146](#), [163](#), [217](#)).

**24. Autres législations.** 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° 3), 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 soit :

- 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

# L'exercice des compétences en matière de police de la publicité



**25. Avant le 1<sup>er</sup> janvier 2024**, les compétences en matière de police de la publicité étaient partagées entre le préfet de département et le maire selon que la commune était ou non couverte par un RLP : elles relevaient du préfet sauf lorsque la commune était couverte par un RLP, qu'il soit communal ou intercommunal, auquel cas elles étaient exercées par le maire au nom de la commune. En outre, en cas de carence du maire, c'est-à-dire à défaut pour le maire de faire usage de ses pouvoirs de police dans le délai d'un mois suivant la demande qui lui était adressée par le préfet, ce dernier y pourvoyait en lieu et place du maire.

Les règles applicables en matière de publicité extérieure, lesquelles sont édictées en application de l'article L. 581-2, qu'elles soient issues des règles nationales posées par le code de l'environnement ou des règles posées localement par un RLP, répondent à un objectif de protection du cadre de vie. L'implantation de dispositifs (publicités, enseignes et préenseignes) ne respectant pas ces règles crée des nuisances sur le cadre de vie des habitants et visiteurs des communes sur le territoire desquelles ils sont implantés et relève donc d'un enjeu principalement local.

C'est pourquoi, pour renforcer le rôle dévolu aux élus locaux dans la protection du cadre de vie de leurs administrés, la loi Climat et Résilience (article 17) a prévu la décentralisation de la police de la publicité et la suppression du pouvoir de substitution du préfet en cas de carence du maire à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024.

**26. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024**, les maires sont donc compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire que leur commune soit ou non couverte par un RLP communal ou intercommunal.



Pour des questions de commodité, seule la mention « le maire » est utilisée dans ce chapitre, et plus généralement dans le guide, pour désigner l'autorité compétente en matière de police de la publicité en application de l'article L. 581-3-1. Toutefois, lorsque cette compétence a été transférée au président de l'EPCI en application du A du I de l'article L. 5211-9-2 du CGCT, ce dernier est substitué aux maires concernés dans toutes les actes relevant des pouvoirs transférés (Art. L. 5211-9-2, II du CGCT). Cette dénomination commune est matérialisée par une \* à chaque occurrence du mot maire.

**27. Cas particuliers :** la compétence du préfet est maintenue dans certaines situations.

La compétence du préfet en matière de protection des immeubles\* présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et en matière d'emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est maintenue :

- Compétence du \*maire ou, à défaut, du préfet pour prendre un arrêté interdisant toute publicité sur les immeubles\* présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (Art. L. 581-4) ;
- Si le \*maire ne prend pas l'arrêté relatif à la création d'un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure du \*maire restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires (Art. L. 581-13).

## 2.1 Réception et Instruction des demandes d'autorisation préalable et des déclarations préalables

**28. Compétence d'instruction.** La réception des déclarations préalables et des demandes d'autorisation préalable ainsi que l'instruction de ces demandes font partie des prérogatives en matière de police de la publicité et ont donc été décentralisées. Un guichet unique a été mis en place auprès du maire de la commune où est envisagée l'implantation du dispositif pour le dépôt des déclarations préalables et demandes d'autorisation préalable (Art. R. 581-8 et R. 581-9), à l'image de ce qui existe en matière d'urbanisme. Ce dispositif de guichet unique répond à un objectif de simplification pour les demandeurs afin de leur garantir un service de proximité. En effet, au sein d'un EPCI le service compétent peut être très éloigné de la mairie de la commune dans laquelle l'implantation du dispositif est envisagée. Il appartient ensuite au maire de transférer la déclaration ou la demande sous une semaine à l'autorité compétente quand elle diffère (Art. R. 581-8-1 et R. 581-9-1).

L'instruction relève quant à elle de la compétence du \*maire de la commune sur le territoire de laquelle il est envisagé d'implanter une publicité, une enseigne ou une préenseigne, sous réserve des modalités de transfert de compétence prévues ci-dessous (cf. paragraphe 2.2).

## 2.2 Modalités de transfert de la compétence de la police de la publicité au président de l'EPCI

**29. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, la compétence en matière de police appartient au maire agissant au nom de la commune, avec dans certains cas un transfert au président de l'EPCI.**

Afin de permettre l'exercice du pouvoir de police de la publicité sur le territoire à l'échelle intercommunale, la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 (article 17) a prévu le transfert automatique des pouvoirs de police de la publicité, ce qui comprend l'instruction des déclarations et autorisations préalables, au président de l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre dans les conditions et selon les modalités fixées par l'article L. 5211-9-2 du code général des collectivités territoriales (CGCT).

Le transfert automatique des pouvoirs de police de la publicité du maire au président de l'EPCI à fiscalité propre concerne les EPCI compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU)\* ou de RLP, quelle que soit la taille de la commune.

Les maires disposent toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert dans des conditions exposées au III de l'article L. 5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la loi Climat et Résilience.

### **30. Plusieurs situations peuvent être identifiées :**

- **Dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP à l'EPCI à fiscalité propre,** un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police au président de l'EPCI. Le ou les maires doivent notifier leur opposition au président de l'EPCI (III de l'article L. 5211-9-2 CGCT) ;
- **Dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI,** le maire peut s'opposer à la reconduction du transfert ou au transfert de ce pouvoir. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article L. 5211-9-2 CGCT) ;
- **Lorsque l'EPCI-FP est déjà compétent au 1<sup>er</sup> janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP, le ou les maires peuvent s'opposer au transfert avant le 1<sup>er</sup> juillet 2024.** Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article 17 de la loi Climat et Résilience).

Quant au président de l'EPCI, il a la possibilité de renoncer au transfert à condition qu'un ou plusieurs maires des communes concernées se soient opposés au transfert comme exposé ci-dessus. La renonciation au transfert doit intervenir au plus tard un mois après la fin de la période pendant laquelle les maires peuvent s'opposer au transfert. Le président de l'EPCI doit notifier sa renonciation à chacun des maires concernés.

Lorsque l'EPCI-FP est déjà compétent au 1<sup>er</sup> janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP, compte tenu du délai de six mois prévu pour permettre aux maires de s'opposer au transfert et du délai d'un mois prévu pour permettre au président de l'EPCI de renoncer au transfert si une ou plusieurs communes ont fait usage de leur droit d'opposition, le transfert entre le maire de la commune et le président de l'EPCI prendra effet :

- **soit le 1<sup>er</sup> juillet 2024**, si aucun maire ne s'oppose au transfert ;
- **soit le 1<sup>er</sup> août 2024**, si un ou plusieurs maires s'opposent au transfert. Le président de l'EPCI dispose en effet d'un mois pour renoncer au transfert. S'il ne le fait pas, le transfert de la police de la publicité au président est effectif (dans ce cas de figure, le transfert ne concernera que les communes qui ne se sont pas opposées).

Par ailleurs, si un ou plusieurs maires s'opposent au transfert et que le président de l'EPCI renonce au transfert avant le 1<sup>er</sup> août 2024, les maires conserveront la responsabilité d'exercer la police de la publicité **au-delà du 1<sup>er</sup> août 2024**.

#### **Point d'attention**

L'article L. 5211-9-2 du CGCT (tel que modifié par les articles 17 de la loi Climat et Résilience et 250 de la loi de finances pour 2024) ne prévoit le transfert automatique des prérogatives de police de la publicité au président de l'EPCI que pour les EPCI à fiscalité propre compétents en matière de PLU ou de RLP. Dans les EPCI-FP qui ne détiennent ni la compétence PLU ni la compétence RLP, ces prérogatives incombent aux maires (quelle que soit la taille de la commune) sans transfert possible au président de l'EPCI.

Les décisions prises par les exécutifs locaux sont soumises à l'article L. 2131-1 du CGCT, elles doivent faire l'objet d'une mesure de publicité et être transmises au préfet au titre du contrôle de légalité (III de l'article L. 5211-9-2 CGCT).

**31. Concernant la métropole de Lyon,** à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, la compétence de la police de la publicité est exercée par le président du conseil de la métropole (article L. 3642-2 CGCT modifié par le a) du 2<sup>o</sup> de l'article 17 de la loi Climat et Résilience).

**32. Concernant la métropole du Grand Paris,** les établissements publics territoriaux (EPT) étant compétents en matière de PLU (II de l'article L. 5219-5 CGCT), le transfert automatique des pouvoirs de police de la publicité aura donc lieu entre les maires et les présidents des EPT et non entre les maires et le président de la métropole (en application du VI de l'article L. 5219-5 CGCT).

**33. Concernant les autres métropoles,** et notamment la métropole d'Aix-Marseille-Provence, le régime du transfert des pouvoirs de police de la publicité est identique au régime de droit commun.



# 3

La répartition  
des compétences  
en matière  
d'élaboration d'un RLP

**34. Compétence de principe des EPCI** (cf. point n° 174). Le principe est d'établir un RLP intercommunal lorsque les communes sont membres d'un EPCI à compétence PLU ou de la métropole de Lyon (Art. L. 581-14). Ce principe, qui lie la compétence RLP à celle PLU, s'applique, indépendamment de la mise en œuvre ou non par l'EPCI de sa compétence en matière de PLU ou de RLP. Autrement dit, il n'existe pas dans ce cas de compétence subsidiaire de la commune : l'absence d'élaboration par un EPCI d'un PLU voire d'un RLP ne permet pas à la commune de récupérer la compétence pour élaborer un RLP communal.

En outre, lorsque l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU, il peut malgré tout élaborer un RLP intercommunal 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 (Art. L. 581-14-3). Ce n'est qu'après transfert de compétence que l'EPCI pourra élaborer un RLP intercommunal.

**Bon à savoir**

Les EPCI à fiscalité propre tels que les communautés urbaines et les métropoles sont compétents de plein droit en matière de PLU. La loi ALUR du 24 mars 2014 a rendu obligatoire le transfert de cette compétence aux communautés d'agglomération et aux communautés de communes sauf opposition d'une minorité de communes membres ou minorité de blocage (si 25 % des conseils municipaux, représentant au moins 20 % de la population s'y opposent).

**35. Compétence par défaut des communes.** 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.



# 4

## Le règlement national de publicité (RNP)

La réglementation relative à la publicité extérieure figure au Titre VIII « Protection du cadre de vie » du Livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances » du code de l'environnement. Elle comprend des dispositions législatives (articles L.581-1 et suivants) et des dispositions réglementaires (articles R. 581-1 et suivants). Cette partie réglementaire est également appelée « règlement national de publicité ».

## 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\* (cf. points n° 133 et s.).

### 4.1.1 Les dispositions communes aux publicités

#### 1 : L'autorisation écrite du propriétaire

**36. Obligation.** 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. Tout manquement correspond à ce qui est communément appelé de l'« affichage sauvage » et expose le contrevenant notamment à l'amende administrative prononcée par le \*maire, prévue par l'article L. 581-26 (cf. [Chapitre 7](#)).



Pour des questions de commodité, seule la mention « le maire » est utilisée dans ce chapitre, et plus généralement dans le guide, pour désigner l'autorité compétente en matière de police de la publicité en application de l'article L. 581-3-1. Toutefois, lorsque cette compétence a été transférée au président de l'EPCI en application du A du I de l'article L. 5211-9-2 du CGCT, ce dernier est substitué aux maires concernés dans toutes les actes relevant des pouvoirs transférés (Art. L. 5211-9-2, II CGCT). Cette dénomination commune est matérialisée par une \* à chaque occurrence du mot maire.



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 préalable délivrée par l'autorité compétente en matière de police pour certaines publicités 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.

## 2 : L'identité du dispositif

**37. Obligation.** Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer (Art. L. 581-5). Les publicités sont souvent installées par des sociétés spécialisées. Ces dernières doivent nécessairement indiquer leurs coordonnées sur le dispositif au risque d'être passibles de l'amende administrative (Art. L. 581-26) ou de la suppression immédiate d'office (Art. L. 581-29). Les sociétés apposent alors leur « buteau\* », fixé sur la moulure\* ou sur le pied du panneau, qui indique la raison sociale ou la dénomination commerciale de l'entreprise (cf. points n° [245](#), [271](#)).

**38. Annonceur\*.** 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 (Art. L. 581-27).

## 3 : L'entretien du dispositif

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

## 4 : Les interdictions

**40. Cas général.** La publicité est interdite hors agglomération (Art. L. 581-7 – cf. n° points n° [15](#) et s.). 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 ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux\* et les réserves naturelles ;
- sur les arbres. 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° 20.9103)

### Bon à savoir

La liste des édifices classés ou inscrits au titre des monuments historiques est disponible via l'atlas des patrimoines du ministère de la culture (<http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/>).

Pour savoir si une zone fait l'objet d'une protection au titre des sites classés, il convient de consulter le système d'information sur les sites et territoires d'exception (SITE) du ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires via le lien <https://site.din.developpement-durable.gouv.fr>

### Bon à savoir

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



**41. Cas particulier.** Le II de l'article L. 581-4 offre au maire (ou, à défaut, au préfet sur demande ou après avis du conseil municipal) la possibilité d'interdire par arrêté la publicité sur les immeubles\* présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (cf. [modèle d'arrêté figurant au chapitre 8](#)). Cette procédure nécessite 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 (III de l'article L. 581-4).

#### À noter

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 et suivants, notamment à l'article R. 341-21.

**42. Dérogations à l'interdiction hors agglomération.** L'article L. 581-7 prévoit trois dérogations au principe de l'interdiction de la publicité hors agglomération. La publicité est ainsi admise :

- à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux\* ;
- à l'intérieur de l'emprise\* des aéroports, des gares ferroviaires et des gares routières ;
- à l'intérieur de l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places.

S'agissant du premier cas, c'est uniquement par la voie d'un RLP que peut être réintroduite de la publicité (cf. [points n° 144, 211](#)). Il faut noter que cette possibilité ne peut s'exercer qu'à proximité immédiate des centres commerciaux\* « exclusifs de toute habitation ». Sont donc exclus les secteurs industriels, les centres artisanaux et les groupements d'habitations.

#### Bon à savoir

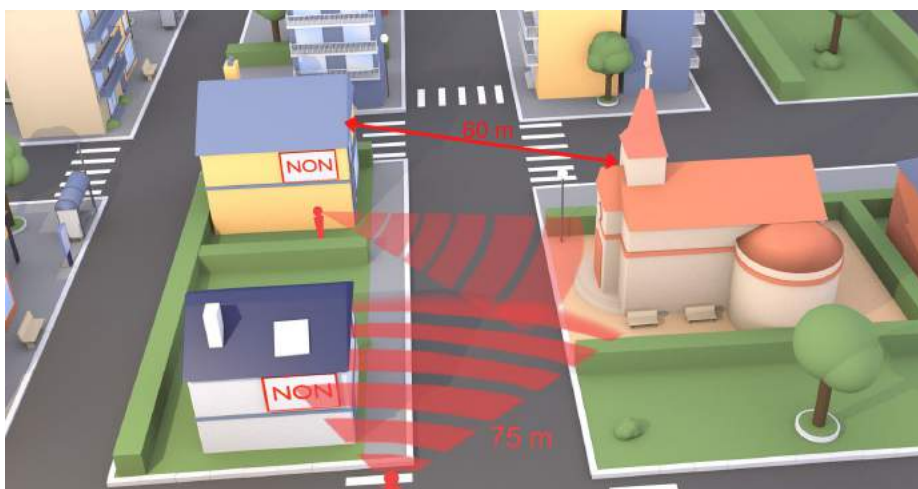
Un hôtel n'est pas considéré comme une habitation (Art. R. 151-28 code de l'urbanisme).

S'agissant du deuxième cas, la publicité y est admise par la réglementation nationale (donc sans que l'adoption d'un RLP ne soit nécessaire). La publicité y est soumise à un régime spécifique (cf. [fiche mémo « la publicité dans l'emprise\\* des aéroports, des gares ferroviaires ou des gares routières » Chapitre 8](#)).

Il en est de même pour ce qui concerne le troisième cas, la publicité étant admise par la réglementation nationale (donc sans que l'adoption d'un RLP ne soit nécessaire) dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places (cf. [fiche mémo « Règles applicables aux publicités situées sur l'emprise des équipements sportifs » au Chapitre 8](#)).

**43. Autres interdictions à l'intérieur des agglomérations.** 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. Ainsi, la publicité située en agglomération est interdite :

- aux abords des monuments historiques. Cette notion d'abords est précisée à l'article L. 621-30 du code du patrimoine : la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble\*, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de 500 mètres de celui-ci ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (SRP) ;
- dans les parcs naturels régionaux (PNR)\* ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité\* 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 ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux\* ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 du code de l'environnement (Zones Natura 2000).



Les deux 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.

#### **Article L. 414-1 du code de l'environnement**

##### **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'État ;
- 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

### 1 : La publicité non lumineuse

#### LA PUBLICITÉ MURALE

**44. Définition.** 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, arche\*, colonne\*. Elle s'oppose à la publicité scellée au sol\* ou installée directement sur le sol.

**45. Interdictions.** 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 cependant possible de déroger à cette disposition lorsqu'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque (Art. R. 581-29).

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.

#### Bon à savoir

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

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°). Sont ainsi visés les bâtiments à usage d'habitation mais également les commerces, les bâtiments de bureaux ainsi que les bâtiments à usage mixte (exemple : commerce et habitation).

Dans le cas où le panneau publicitaire est installé sur le mur d'un bâtiment, lui-même jouxtant un bâtiment voisin, seul le mur du bâtiment sur lequel est apposé le dispositif et qui ne comportait en l'espèce qu'un fenestron d'une surface inférieure à 0,50 m<sup>2</sup>, doit être pris en considération pour l'application de l'article R. 581-22, 2° (CAA Lyon, 4<sup>e</sup> chambre, 20/02/2020, société Art Vision, n° 18LY04290).

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 (micro-affichage\*) intégrés à des devantures\* commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie\* (cf. points n° 96 et s.).

La publicité est également interdite « sur les clôtures\* qui ne sont pas aveugles\* » (Art. R. 581-22, 3°). Les clôtures aveugles\* comprennent par exemple les murs maçonnés (pierres, moellons, ciment...), 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\*.

Enfin, la publicité est interdite sur les murs de cimetière et de jardin public (Art. R. 581-22, 4°).

**46. Règles de surface et de hauteur.** La surface et la hauteur maximum des publicités varient en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle elles sont implantées. Ces règles sont définies par l'article R. 581-26 pour la publicité non lumineuse murale. Cet article définit également des seuils spécifiques à l'intérieur de l'emprise\* des aéroports, gares ferroviaires et routières, et dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places ainsi que le régime applicable aux routes à grande circulation (RGC) traversant les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Lieux d'implantation	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4,70 m <sup>2</sup>	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	10,50 m <sup>2</sup>	7,5 m
Emprise* des aéroports et des gares ferroviaires et routières	10,50 m <sup>2</sup>	7,5 m
Emprise* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places	Limitée à 20% de la surface totale du mur	10 m avec possibilité de dérogation
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	4,70 m <sup>2</sup> , voire 8 m <sup>2</sup>	6 m

Concernant la dérogation à la hauteur maximale autorisée pour les publicités installées sur l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, elle peut être accordée compte tenu notamment de la durée d'installation de la publicité, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports\*, de son insertion architecturale et paysagère, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière (Art. R. 581-26, III). La demande de dérogation est instruite selon les modalités prévues à l'article R. 581-21-1.

#### À noter

Si des règles spécifiques existent pour les équipements sportifs, que ceux-ci soient situés en agglomération ou en dehors d'une agglomération, il convient de noter que, hors agglomération, les équipements concernés sont ceux pouvant accueillir au moins 15 000 places (Art. L. 581-7) alors qu'en agglomération, il s'agit de ceux pouvant accueillir au moins 15 000 places **assises** (Art. L. 581-10).

La dérogation est accordée :

- soit par l'autorité compétente en matière de police de la publicité pour les dispositifs publicitaires installés sur l'emprise\* des équipements sportifs situés hors agglomération (Art. L. 581-7 et R. 581-26, III, a) ;
- soit par le conseil municipal ou l'assemblée délibérante de l'EPCI ou le conseil de la métropole de Lyon pour les dispositifs publicitaires installés sur l'emprise\* des équipements sportifs situés en agglomération (Art. L. 581-10 et R. 581-26, III, b) (cf. point n° 226 + [fiche relative aux « Règles applicables aux publicités situées sur l'emprise des équipements sportifs »](#) figurant au chapitre 8).

**À noter**

Concernant la traversée d'une agglomération de moins de 10 000 habitants par une route à grande circulation (RGC), les conditions d'implantation sont les suivantes :

**La règle** : la surface de la publicité est limitée à 4,70 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants) (Art. R.581-26, II, al. 1<sup>er</sup>).

**L'exception** : le second alinéa du II de l'article R. 581-26 permet, dans ces agglomérations, de porter cette surface à 8 m<sup>2</sup> 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 4,70 m<sup>2</sup>.

Le Conseil d'État a considéré que la dérogation prévue au second alinéa du II de l'article R. 581-26 n'est pas applicable de plein droit en l'absence d'arrêté préfectoral. L'intervention de l'arrêté préfectoral est nécessaire pour que soit applicable la possibilité de déroger, en bordure des routes à grande circulation, aux règles de surface et de hauteur fixées au premier alinéa du II de l'article R. 581-26. Cet arrêté peut exclure du champ de la dérogation certaines parties de ces routes sur lesquelles les règles de surface et de hauteur fixées au premier alinéa du II de l'article R. 581-26 demeurent applicables (CE, 2<sup>ème</sup> – 7<sup>e</sup> chambres réunies, 12/10/2016, *Société Publimat 3 Diffusion*, n° 396433).

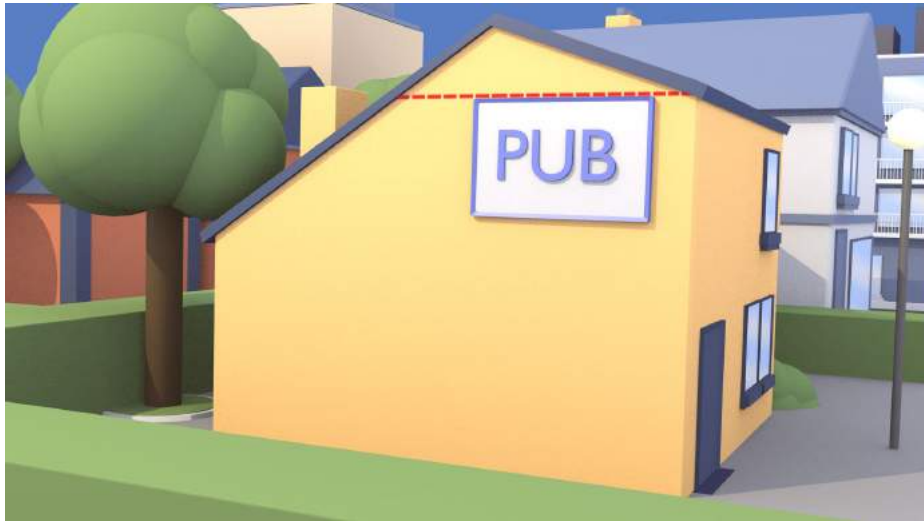
**47. Règles d'implantation.** Une publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol (Art. R. 581-27, al. 1<sup>er</sup>). Lorsque la surface du sol est en pente, aucun point de la publicité ne peut se trouver à moins de 0,50 mètre du sol. Le calcul d'une hauteur moyenne 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, al. 2).

Une publicité non lumineuse ne peut dépasser, le cas échéant, les limites de l'égout du toit (Art. R. 581-27, al. 2). Cette disposition 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 non lumineuse 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.

Les publicités murales sont par ailleurs soumises à une règle de densité (cf. point n° [108](#) et plus généralement [paragraphe 4.1.3](#) ci-après).



*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.*

**48. Cas de l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières.** Dans l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières situées en ou hors agglomération, le format et la hauteur maximum des publicités murales ou sur clôtures\* suivent le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants : 10,5 mètres carrés et 7,50 mètres (Art. R. 581-26).

### LA PUBLICITÉ SCÉLÉE AU SOL OU INSTALLÉE DIRECTEMENT SUR LE SOL

**49. Définition.** 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 (par exemple des chevalets\*). Elle est régie par les articles R. 581-30 à R. 581-33.

*Nota bene :* Par commodité de lecture, la seule expression « publicité scellée au sol » est employée dans ce chapitre et inclut les dispositifs installés directement sur le sol.

#### À noter

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.

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

- dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L. 113-1 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.

Ces zones correspondent aux zones naturelles et forestières du PLU (Art. R. 151-24 du code de l'urbanisme).

**À noter**

Si la commune est dotée d'un PLU, 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 ou forestière 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.

Comme pour les publicités murales, le seuil de 10 000 habitants composant l'agglomération communale et l'unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants constituent l'un des critères qui déterminent les règles applicables : les publicités non lumineuses scellées au sol\* sont interdites 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, al. 1).

**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, 2<sup>e</sup> et 7<sup>e</sup> sous-sections réunies, 26/11/2012, *Ministre de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement*, 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, 2 / 6 SSR, 29/03/1993, *Sté Dauphin OTA*, n° 143774).

Dans les autres agglomérations, les publicités non lumineuses 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, al. 2). Le sens de cette disposition a été précisé par le Conseil d'État qui a considéré que, compte tenu de l'objectif de cette disposition, le terme hors agglomération ne s'applique qu'aux déviations ou voies publiques et non pas aux autoroutes, aux bretelles de raccordement ou aux routes express (CE, 2<sup>e</sup> et 1<sup>ère</sup> sous-sections réunies, 12/12/2003, *Sté Trihept*, 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 située hors agglomération ;
- il peut être visible d'une déviation ou voie publique si celle-ci est en agglomération.

**À noter**

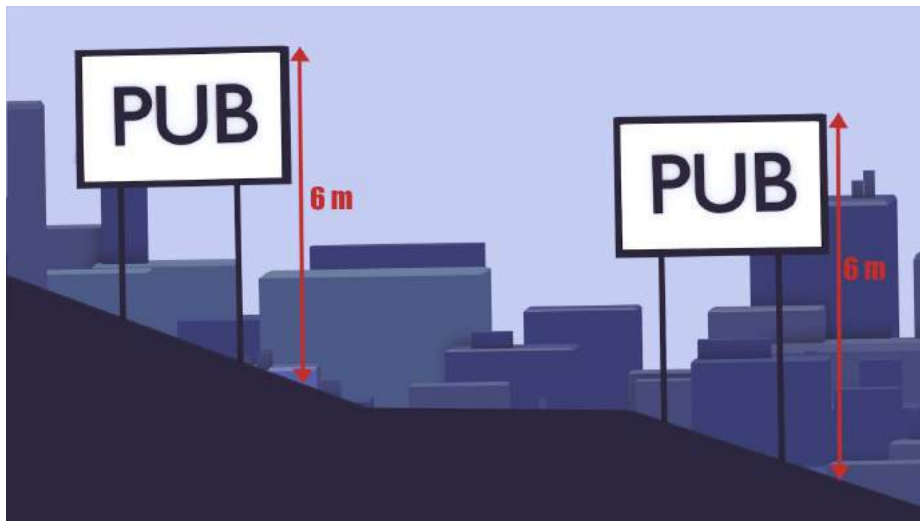
La visibilité de l'affiche s'apprécie au cas par cas. Elle nécessite donc un déplacement sur le terrain. Comme l'article R. 581-31 fait référence à « l'affiche » et non au « dispositif », ce n'est pas la distance entre le dispositif et la voie qui est le critère pertinent mais la visibilité de l'affiche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

**51. Règles d'implantation.** 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, la surface\* des publicités non lumineuses scellées au sol\* ne peut excéder 10,5 mètres carrés et leur hauteur est limitée à 6 mètres (Art. R. 581-32).

Les autres dispositions de l'article R. 581-32, relatives à l'installation de publicités scellées au sol\* dans l'emprise\* des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes et dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, que ces équipements sportifs soient situés en agglomération ou en dehors d'une agglomération, sont exposées au ci-dessous (cf. notamment point n° 56).

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 6 mètres de haut. Aussi, lorsqu'il est implanté sur un sol en pente (dans un talus ou en contrebas d'une route), une moyenne entre le point le plus haut et le point le plus bas ne respecterait pas la règle.

Dans l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières situées hors agglomération, le format et la hauteur maximum des publicités scellées au sol\* suivent le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants : 10,5 m<sup>2</sup> et 6 m (cf. point n° 55). La publicité dans les aéroports et gares ferroviaires et routières situés en agglomération suit les règles de l'agglomération dont les aéroports et les gares font partie. Ainsi, les publicités scellées au sol\* dans l'emprise\* d'une gare ferroviaire d'une agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants sont interdites. Toutefois, sur l'emprise\* des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes (cf. [liste des aéroports figurant au chapitre 8](#)), les dispositifs\* publicitaires non lumineux scellés au sol\* peuvent s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol et avoir une surface unitaire\* d'une limite maximale de 50 m<sup>2</sup>. (Art. R. 581-32).

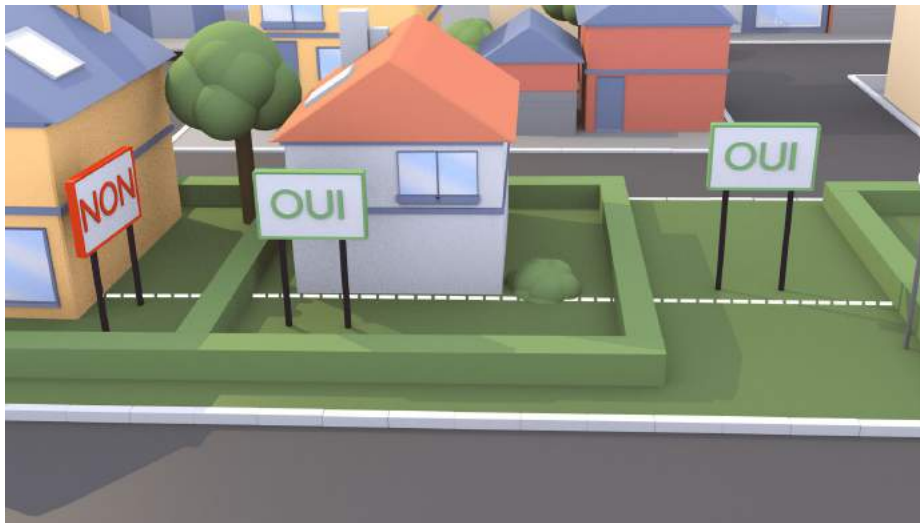


Aucun des points des dispositifs publicitaires ne peut s'élever à plus de 6 m par rapport au sol naturel.



**52. Règle de recul.** Une publicité non lumineuse scellée au sol\* ne peut être placée « 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\* » (Art. R. 581-33, al. 1). 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 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\*.



*Les trois 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 et, par rapport à la maison de gauche, en retrait du plan du mur où est située la baie de cette maison. En revanche, celui de gauche est illégal.*

#### À noter

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.

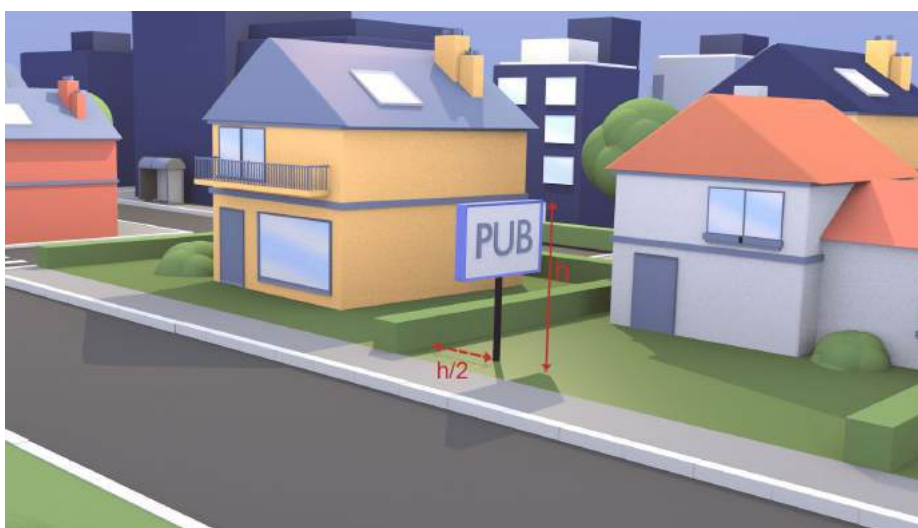
Le fonds « voisin » doit être considéré comme l'unité foncière\* contiguë à celle où est implanté le dispositif. La règle ne trouve pas à s'appliquer si une autre unité foncière\* ou une voie sépare les deux fonds.

**53. Règle de prospect.** L'implantation d'un dispositif publicitaire 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, al. 2). 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.



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 1<sup>er</sup> alinéa de l'article R. 581-33 et cet alinéa n'étant pas non plus évoqué par l'article R. 581-42.



*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.*

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

**54. Règle de densité.** Les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière\* bordant la voie ouverte à la circulation publique (Art. R. 581-25). La règle de 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 (cf. [paragraphe 4.1.3.](#)).

#### À noter

La règle de densité s'applique à tous les dispositifs\* publicitaires décrits à la sous-section 2 « Dispositifs publicitaires » de la section 2 « Publicité » du code de l'environnement. La publicité supportée par le mobilier urbain\* étant abordée dans une autre sous-section, elle ne doit pas être prise en compte pour la vérification de la règle de densité.

**55. Règles dans l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières.** Admise par l'article L. 581-7, la publicité dans l'emprise\* des aéroports, des gares ferroviaires et des gares routières situés hors agglomération est limitée à 10,5 mètres carrés et 6 mètres de haut (Art. R. 581-32). Toutefois, le second alinéa de l'article R. 581-32 précise que, pour les aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes (cf. [liste des aéroports](#) figurant au chapitre 8), le format maximum est fixé à 50 m<sup>2</sup> et la hauteur maximum à 10 m.

**56. Règles dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places :** dans l'emprise\* de ces équipements sportifs, qu'ils soient situés dans ou en dehors d'une agglomération, la publicité scellée\* au sol est limitée à 50 m<sup>2</sup> et 10 m de haut (Art. R. 581-32).

#### *Rappel*

Si des règles spécifiques existent pour les équipements sportifs que ceux-ci soient situés en agglomération ou en dehors d'une agglomération, il convient de noter que, hors agglomération, les équipements concernés sont ceux ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places (Art. L. 581-7) alors qu'en agglomération, il s'agit de ceux pouvant accueillir au moins 15 000 places **assises** (Art. L. 581-10).

#### Surface et hauteur des publicités scellées au sol non lumineuses

Lieux d'implantation	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	Interdites	Interdites
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	10,5 m <sup>2</sup>	6 m
Emprise* des aéroports et gares ferroviaires et routières hors agglomération	10,5 m <sup>2</sup>	6 m
Emprise* des aéroports dont le flux annuel est supérieur à trois millions de personnes	50 m <sup>2</sup>	10 m
Emprise* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places et situés dans ou en dehors d'une agglomération	50 m <sup>2</sup>	10 m

Les publicités non lumineuses scellées au sol\* dans l'emprise\* des aéroports et des gares sont soumises à la règle de densité.

Dans l'emprise\* des aéroports, des gares ferroviaires et routières ainsi que des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, que ceux-ci soient situés dans ou en dehors d'une agglomération, ces publicités sont interdites, en application de l'article R. 581-31, si les affiches qu'elles 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 et routières ainsi que des équipements sportifs concernés.

Proches de l'esprit du 2<sup>e</sup> alinéa du même article, ces règles, propres aux publicités scellées au sol\* dans l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières ainsi que des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, s'en distinguent par le fait que l'interdiction n'est pas absolue :

- seuls les dispositifs dont les affiches sont exclusivement visibles à partir des autoroutes, bretelles et route express sont interdits. Ils sont admis si les affiches qu'ils supportent sont également visibles d'une autre voie ouverte à la circulation publique ;
- les dispositifs visibles d'une déviation ou voie publique sont interdits si les affiches qu'ils supportent 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 ou des équipements sportifs concernés.

## 2 : La publicité lumineuse

**57. Typologie.** La famille des publicités lumineuses\* comporte les trois catégories suivantes :

- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité lumineuse\* autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Ces trois catégories de publicité sont soumises à une règle commune d'extinction nocturne, sauf exceptions prévues à l'article R. 581-35 et à des règles qui leur sont propres (cf. [points n° 61, 69, 75](#) et [tableau récapitulatif des horaires d'extinction des publicités lumineuses](#)).

### Rappel

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

**58. Définition.** 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 : caisson lumineux, panneaux vitrines.

**59. Règles d'implantation.** Les publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont soumises aux dispositions des articles R. 581-26 à R. 581-33 relatives à la publicité non lumineuse (Art. R. 581-34, dernier al.) : format et hauteur, règles d'implantation sur les murs, règles des dispositifs scellés au sol. Elles sont également soumises à la règle de densité (cf. [paragraphe 4.1.3.](#)). Ces dispositions sont explicitées au [chapitre 4-1-2 § 1, ci-dessus, intitulé « La publicité non lumineuse »](#).

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

Nature des dispositifs	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 (Art. R. 581-26 II)	4,70 m <sup>2</sup> (*)	6 m
Dispositifs muraux 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 ou dans l'emprise* d'un aéroport ou d'une gare ferroviaire ou routière (Art. R. 581-26 I)	10,5 m <sup>2</sup>	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 (Art. R. 581-31)	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 ou dans l'emprise* d'un aéroport ou d'une gare ferroviaire ou routière hors agglomération (Art. R. 581-32)	10,5 m <sup>2</sup>	6 m
Dispositifs scellés au sol* dans l'emprise* des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes (Art. R. 581-32 al. 2).	50 m <sup>2</sup>	10 m
Dispositifs muraux et scellés au sol dans l'emprise* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération (Art. R. 581-32 dernier al. et R. 581-34 II)	50 m <sup>2</sup> (**)	10 m (***)

(\*) Il est possible de déroger à la surface unitaire maximale de 4,70 m<sup>2</sup> pour atteindre 8 m<sup>2</sup> lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation telles qu'elles sont définies à l'article L. 110-3 du code de la route et à l'exception des parties de ces voies qui sont précisées par un arrêté préfectoral pris après avis de la CDNPS, dans sa formation dite « de la publicité » et des maires des communes (Art. R. 581-26 al. 3).

(\*\*) La surface unitaire de ces publicités quand elles sont murales ne doit pas être supérieure à 20 % de la surface totale du mur (Art. R. 581-26 III).

(\*\*\*) Il est possible de déroger à la hauteur maximale de 10 mètres pour les dispositifs muraux dans l'emprise des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération, compte tenu notamment de la durée d'installation de la publicité, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale et paysagère, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière (Art. R. 581-34 II). La dérogation est délivrée :

- par le \*maire de la commune concernée, en tant qu'autorité compétente en matière de police de la publicité, pour les équipements sportifs situés hors agglomération ;
- par le conseil municipal, l'assemblée délibérante de l'EPCI ou le conseil de la métropole de Lyon pour les équipements sportifs situés en agglomération (cf. point n° 226).

#### À noter

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence n'est pas soumise à autorisation préalable mais à déclaration préalable (Art. L. 581-6 et L. 581-9 al. 3).

**60. Règle de luminance.** 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 en termes de luminance moyenne à ne pas dépasser (Art. R. 581-34). Cet arrêté est en cours d'élaboration.

**61. Extinction nocturne.** En application de l'article R. 581-35, les publicités éclairées par projection ou transparence, comme les autres publicités lumineuses, sont éteintes entre une heure et six heures du matin, à l'exception :

- de celles qui sont supportées par le mobilier urbain\* affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services de transport, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes ;
- de celles qui sont installées dans l'emprise\* des aéroports ;
- de celles qui sont installées dans l'emprise\* des marchés d'intérêt national.

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

#### À noter

Le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives aux règles d'extinction des publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses a harmonisé les règles d'extinction nocturne des publicités lumineuses et a limité les exceptions à cette obligation d'extinction.

Les publicités lumineuses doivent désormais être éteintes sur tout le territoire entre 1 heure et 6 heures du matin (à l'exception de celles installées sur l'emprise\* des aéroports et de celles supportées par le mobilier urbain\* affecté aux services de transport durant les heures de fonctionnement de ces services et à condition, pour les publicités numériques, que leurs images soient fixes), alors qu'auparavant les grandes unités urbaines\* de plus de 800 000 habitants devaient élaborer un RLP si elles souhaitaient poser des règles d'extinction et que toutes les catégories de mobilier urbain\* bénéficiaient de cette exemption.

Les communes et EPCI conservent toutefois la possibilité de fixer des règles d'extinction plus strictes via leur RLP.

Ce décret a également renforcé les sanctions applicables en cas de non-respect de l'obligation d'extinction nocturne des publicités lumineuses. Cette infraction est désormais punie de l'amende prévue pour les contraventions de la 5<sup>e</sup> classe (Art. R. 581-87-1), alors qu'auparavant le code de l'environnement prévoyait une contravention de 4<sup>e</sup> classe.

Le décret n° 2023-1409 du 29 décembre 2023 portant modification de diverses dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes, aux préenseignes et aux paysages a étendu l'exception à l'obligation d'extinction aux publicités lumineuses installées sur l'emprise des marchés d'intérêt national.

## LA PUBLICITÉ LUMINEUSE NUMÉRIQUE

**62. Définition.** La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds, etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo. La publicité lumineuse numérique est une forme particulière de publicité lumineuse\* qui fait partie de la catégorie plus large des publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence.

**63. Régime.** Faisant partie de la catégorie des publicités lumineuses autres que celles qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence, la publicité numérique est soumise à autorisation préalable, délivrée pour une durée maximale de huit ans (Art. L. 581-9 et R. 581-15). Elle répond en outre 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 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants (Art. R. 581-34) à l'exception de celles installées dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération (Art. R. 581-34 II).

#### **64. Publicité numérique murale.**

Comme les publicités lumineuses non numériques, les publicités numériques installées sur un support\* ne peuvent, en application de l'article R. 581-36 :

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

Les interdictions de recouvrir tout ou partie d'une baie\* et d'apposer de la publicité numérique sur une clôture\* ne sont pas applicables aux publicités numériques installées sur l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places (R. 581-36 dernier al.).

La publicité numérique doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte (Art. 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.

**65. Publicité numérique scellée au sol.** 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, à savoir :

- interdiction dans les espaces boisés classés et zones à protéger figurant sur un PLU situés en agglomération ;
- interdiction 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 ;
- dans l'emprise\* des aéroports, des gares ferroviaires et routières ainsi que des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération, interdiction si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles :
  - que d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute ou route express ;
  - que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières ainsi que des équipements sportifs concernés.
- interdiction à moins de dix mètres des baies\* et respect du H/2.

Des précisions sont apportées pour les publicités numériques supportées par le mobilier urbain\* à l'article R. 581-42 (cf. points n° [66](#), [79](#) et s.).

**66. Publicité numérique supportée par le mobilier urbain.** Les publicités numériques sont interdites sur le mobilier urbain\*, en application de l'article R. 581-42, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ainsi que dans les espaces définis aux 3°, 7° et 8° de l'article L. 581-8 (il s'agit des parcs naturels régionaux\*, de l'aire d'adhésion des parcs nationaux\* ainsi que des zones spéciales de conservation et des zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1). Pour les autres agglomérations, les conditions de leur présence sur le mobilier urbain\* sont étudiées ci-après (cf. point n° [79](#) et s.).

**67. Formats.** 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 (Art. R. 581-41).

L'autorité compétente peut accorder une autorisation d'une durée inférieure à la durée maximale de huit ans (Art. R. 581-15, dernier al.).

La surface maximale unitaire\* des publicités numériques est portée à cinquante mètres carrés et leur hauteur maximale à dix mètres dans l'emprise\* des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes (cf. [liste des aéroports figurant au Chapitre 8](#)) (Art. R. 581-41, I) et dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération (Art. R. 581-41, II). Dans l'emprise\* de ces équipements sportifs, et pour les dispositifs apposés sur un mur, une façade ou une clôture\*, il est possible d'obtenir une dérogation à la hauteur maximale de dix mètres dans les conditions précisées à l'article R. 581-41. Le dispositif respecte les normes techniques fixées par arrêté ministériel (Art. R. 581-34, III).

Dans l'emprise\* des autres aéroports et des autres équipements sportifs et dans celle des gares ferroviaires et routières, la surface\* maximale de la publicité numérique demeure fixée à huit mètres carrés et sa hauteur maximale à six mètres.

#### Surface et hauteur des publicités numériques

Nature des dispositifs	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R. 581-34, I)	Interdits	Interdits
Dispositifs 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 (Art. R. 581-41)	8 m <sup>2</sup>	6 m
Dispositifs dans l'emprise* des aéroports dont le flux annuel de passagers est inférieur ou égal à trois millions de personnes et des gares ferroviaires et routières hors agglomération (Art. R. 581-41 et Art. R. 581-34, I)	8 m <sup>2</sup>	6 m
Dispositifs dans l'emprise* des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes (Article R. 581-41, I)	50 m <sup>2</sup>	10 m
Dispositifs dans l'emprise* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou 15 000 places en dehors d'une agglomération (Art. R. 581-41)	50 m <sup>2</sup>	10 m avec possibilité de dérogation pour les dispositifs muraux

**68. Règle de densité.** Les publicités lumineuses numériques sont soumises à la règle de densité applicable aux publicités non lumineuses (cf. [paragraphe 4.1.3](#)).



## 69. Extinction nocturne et adaptation à la luminosité ambiante.

### Rappel

Les publicités numériques, comme les autres lumineuses, respectent des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils en termes de luminance moyenne à ne pas dépasser.

### Règles des publicités numériques communes avec les autres lumineuses :

Les publicités numériques doivent être éteintes entre une heure et six heures du matin, à l'exception de celles qui sont installées sur l'emprise\* des aéroports et sur l'emprise\* des marchés d'intérêt national et de celles supportées par le mobilier urbain\* affecté aux services de transport durant les heures de fonctionnement desdits services. Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (Art. R.581-35) ([cf. modèle d'arrêté figurant au Chapitre 8](#)).

### Règles propres à la publicité numérique :

Les publicités numériques sur le mobilier urbain\* affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services ne sont pas soumises à la règle de l'extinction nocturne, à condition que leurs images soient fixes (Art. R. 581-35). 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 (Art. R. 581-41, III). Logiquement, l'intensité des dispositifs est plus élevée lorsque l'ambiance est très lumineuse (journée très ensoleillée) et diminue lorsque la luminosité faiblit.

## LES AUTRES LUMINEUX

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

### À noter

Ces dispositifs lumineux sont soumis à autorisation préalable, délivrée pour une durée maximale de huit ans (Art. L. 581-9 et R. 581-15).

**71. Interdictions applicables aux autres lumineux muraux.** Ces publicités lumineuses sont interdites 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. 581-34) 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 pas :

- 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\*.

Les interdictions de recouvrir tout ou partie d'une baie\* et d'apposer de la publicité lumineuse\* sur une clôture\* ne sont pas applicables aux publicités lumineuses installées sur l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération (Art. R. 581-36, dernier al.).

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 les supporte (Art. R. 581-37).

**72. Interdictions applicables aux autres lumineux scellés au sol.** 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 PLU ;
- interdiction dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants ;
- interdiction en cas de visibilité d'une autoroute, bretelle, etc. ;
- interdiction à moins de 10 mètres des baies\* et respect du H/2.

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. [tableau récapitulatif ci-après relatif aux formats et hauteurs maximales pour les trois catégories de publicités lumineuses](#)).

**73. Règles d'implantation.** Les surface\* et hauteur maximales des autres lumineux se démarquent des non lumineux sur trois points :

- les règles sont identiques qu'ils soient installés sur support\* ou qu'ils 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\* (cf. [point n° 26](#)).

Ainsi, apposés sur un mur, scellés au sol\* ou installés directement sur le sol, ces autres lumineux 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, ainsi que dans l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières 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 (Art. R. 581-34).

Dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération, les autres lumineux, apposés sur un mur, scellés au sol\* ou installés directement sur le sol, peuvent s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol et leur surface unitaire\* est limitée à 50 m<sup>2</sup>. Pour les dispositifs muraux, une dérogation à la hauteur maximale de 10 m peut être obtenue, compte tenu notamment de la durée d'installation de la publicité, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports\*, de son insertion architecturale et paysagère, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences sur la sécurité routière.

La dérogation est délivrée :

- par le \*maire de la commune concernée, en tant qu'autorité compétente en matière de police de la publicité, pour les équipements sportifs situés hors agglomération ;
- par le conseil municipal, l'assemblée délibérante de l'EPCI ou le conseil de la métropole de Lyon pour les équipements sportifs situés en agglomération (cf. [point n° 226](#)).

## Surface et hauteur des autres lumineux

Nature des dispositifs	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux et 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 (Art. R. 581-34, I)	Interdits	Interdits
Dispositifs muraux et 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 ainsi que dans l'emprise* des aéroports et gares ferroviaires et routières situés hors agglomération (Art. R. 581-34, I)	8 m <sup>2</sup>	6 m
Dispositifs muraux dans l'emprise* d'un équipement sportif ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération (Art. R. 581-34, II)	50 m <sup>2</sup>	10 m avec possibilité de dérogation
Dispositifs scellés au sol dans l'emprise* d'un équipement sportif ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises en agglomération ou de 15 000 places en dehors d'une agglomération (Art. R. 581-34, II)	50 m <sup>2</sup>	10 m

**74. Règle de densité des autres lumineux.** À l'exception des dispositifs en toiture, les autres lumineux sont soumis à la règle de densité applicable aux publicités non lumineuses (cf. [paragraphe 4.1.3.](#)).

**75. Extinction nocturne.** L'obligation d'extinction nocturne prévue à l'article R. 581-35 s'applique également à ces dispositifs : les autres lumineux doivent être éteints entre une heure et six heures du matin, à l'exception de ceux qui sont installés sur l'emprise\* des aéroports ou sur l'emprise\* des marchés d'intérêt national.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (cf. [modèle d'arrêté figurant au chapitre 8](#)).

**Rappel**

Les autres lumineux ne peuvent pas être supportés par le mobilier urbain\*.

**Rappel**

Les autres lumineux respectent des normes techniques fixées par arrêté ministériel portant notamment sur les seuils en termes de luminance moyenne à ne pas dépasser.

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

	Agglo de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une UU de plus de 100 000 habitants	Agglo de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à une UU de PLUS de 100 000 habitants	Emprise* des gares ferroviaires et routières et des aéroports situés hors agglo	Emprise* des équipements sportifs d'au moins 15 000 places assises en agglo ou d'au moins 15 000 places en dehors d'une agglo
Publicité murale supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	4,70 m <sup>2</sup> (*) et 6 m de haut	10,5 m <sup>2</sup> et 7,5 m de haut	10,5 m <sup>2</sup> et 7,5 m de haut	50 m <sup>2</sup> et dans la limite de 20% de la surface totale du mur et 10 m (**)
Publicité scellée au sol* supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Interdite	10,5 m <sup>2</sup> et 6 m de haut	10,5 m <sup>2</sup> et 6 m de haut (***)	50 m <sup>2</sup> et 10 m
Publicité lumineuse murale ou scellée au sol, non numérique et autre que supportant des affiches éclairées par projection ou transparence (« autres lumineux ») sur mur ou scellée au sol	Interdite	8 m <sup>2</sup> et 6 m de haut	8 m <sup>2</sup> et 6 m de haut	50 m <sup>2</sup> et 10 m (**)
Publicité lumineuse non numérique et autre que supportant des affiches éclairées par projection ou transparence (« autres lumineux ») sur la façade d'un immeuble d'une hauteur ≤ 20 m	Interdite	1/6 de la hauteur de la façade et au maximum 2 m	1/6 de la hauteur de la façade et au maximum 2 m	1/6 de la hauteur de la façade et au maximum 2 m
Publicité lumineuse non numérique et autre que supportant des affiches éclairées par projection ou transparence (« autres lumineux ») sur la façade d'un immeuble d'une hauteur > 20 m	Interdite	1/10 de la hauteur de la façade et au maximum 6 m	1/10 de la hauteur de la façade et au maximum 6 m	1/10 de la hauteur de la façade et au maximum 6 m
Publicité numérique	Interdite	8 m <sup>2</sup> et 6 m de haut	50 m <sup>2</sup> et 10 m de haut sur l'emprise des aéroports si le nombre de passagers > 3 millions/an Gares et autres aéroports : 8 m <sup>2</sup> et 6 m de haut	50 m <sup>2</sup> et 10 m (**)

(\*) Cette surface peut être portée à 8 m<sup>2</sup> lorsque la publicité est en bordure d'une route à grande circulation aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la CDNPS et des maires des communes traversées (art. R. 581-26).

(\*\*) possibilité de déroger à la hauteur maximale de 10 mètres pour les dispositifs muraux.

(\*\*\*) Pour les aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes, les publicités scellées au sol supportant des affiches éclairées par projection ou transparence peuvent s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol et avoir une surface unitaire maximale de 50 m<sup>2</sup>.

Tableau récapitulatif des horaires et normes d'extinction des publicités lumineuses

Nature des dispositifs	Agglo de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une UU de plus de 100 000 habitants	Agglo de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à une UU de plus de 100 000 habitants	Emprise* des aéroports et des marchés d'intérêt national
Publicité éclairée par projection ou transparence (y compris lorsqu'elle est supportée par le mobilier urbain* non affecté aux services de transport)	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'obligation d'extinction
Publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain* affecté aux services de transport	Interdite	Extinction en dehors des heures de fonctionnement des services de transport	Pas d'obligation d'extinction
Publicité lumineuse non numérique et autre que supportant des affiches éclairées par projection ou transparence (« autres lumineux »)	Interdite	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'obligation d'extinction
Publicité lumineuse non-numérique et autre que supportant des affiches éclairées par projection ou transparence (« autres lumineux ») supportée par le mobilier urbain*	Interdite		

## Cas particulier de la publicité numérique

Nature du dispositif	Agglo de moins de 10 000 habitants	Agglo de plus de 10 000 habitants	Emprise* des gares situées hors agglo	Emprise* des aéroports et des marchés d'intérêt national
Publicité numérique	Interdite	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'obligation d'extinction
Publicité numérique à images fixes supportée par le mobilier urbain* affecté aux services de transport	Interdite	Extinction en dehors des heures de fonctionnement des services de transport	Extinction en dehors des heures de fonctionnement desdits services	Pas d'obligation d'extinction
Publicité numérique supportée par tout autre type de mobilier urbain* et publicité numérique non fixe supportée par le mobilier urbain* affecté aux services de transport	Interdite	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'obligation d'extinction

**76. La publicité lumineuse sur toiture ou terrasse\* en tenant lieu.**

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 niveau du sol. Une publicité lumineuse 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 hauteur de la façade de l'immeuble\* est inférieure ou égale à 20 mètres, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/6<sup>e</sup> de la hauteur de la façade et, dans tous les cas, deux mètres ;
- lorsque la hauteur de la façade de l'immeuble\* est supérieure à 20 mètres, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/10<sup>e</sup> de la hauteur de la façade et, dans tous les cas, six mètres.

**À noter**

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

L'article R. 581-39 précise les caractéristiques esthétiques des publicités lumineuses en toiture. Elles ne peuvent être réalisées 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.



*Une publicité lumineuse en toiture doit être composée de lettres découpées sans fixations visibles.*

*Bandeau\* technique de 0,50 m maximum*

### 3 : La publicité sur mobilier urbain\*

**77. Définition.** 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. Aux termes de l'article R. 581-42, le mobilier urbain\* ne peut supporter de la publicité qu'à titre accessoire par rapport à sa fonction.

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 (CE, 7<sup>e</sup> - 2<sup>e</sup> chambres réunies, 30/11/2018, *société Philippe Vediaud Publicité*, n° 414384). 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, Assemblée, 04/11/2005, *Sté JCDecaux*, n° 247298 et 247299), des conventions de délégation de service public, voire de simples contrats d'occupation du domaine public (CE, 7<sup>e</sup> - 2<sup>e</sup> sous-sections réunies, 15/05/2013, *Ville de Paris*, n° 364593).

La jurisprudence administrative considère qu'une commune membre d'une communauté urbaine, laquelle est seule gestionnaire du domaine public routier, peut passer un contrat de marché de mobiliers urbains\* répondant à ses propres besoins. La circonstance que l'implantation des mobiliers urbains sur le domaine public routier nécessitait la délivrance d'une permission de voirie par la communauté urbaine, en tant que gestionnaire du domaine public routier, ne retire pas à la commune cette compétence pour passer un tel contrat public (CE, 7<sup>e</sup> - 2<sup>e</sup> chambres réunies, 30/11/2018, *société Philippe Vediaud Publicité*, n° 414384).

#### Bon à savoir

Le mobilier urbain\* n'ayant pas pour objet principal de recevoir de la publicité, le calcul de la surface unitaire des publicités apposées sur des mobiliers urbains prend en compte uniquement la surface de l'affiche ou de l'écran. Cette spécificité est rappelée à l'article R. 581-42-1.

**78. Typologie.** Les catégories de mobilier urbain\* pouvant accueillir des publicités sont au nombre de cinq :

- les abris destinés au public (Art. R. 581-43) ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial (Art. R. 581-44) ;
- les colonnes\* porte-affiches (Art. R. 581-45) ;
- les mâts porte-affiche (Art. R. 581-46) ;
- les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (Art. R. 581-47).

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

#### Bon à savoir

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.



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 mat 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 m<sup>2</sup> (communément appelé sucette) et un de 8 m<sup>2</sup>.

### 79. Les interdictions.

**Cas général.** L'article R. 581-42 précise les règles générales applicables à tous les types de mobilier urbain\* supportant de la publicité. Ainsi, le mobilier urbain peut, sous certaines conditions, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. La publicité numérique sur mobilier urbain\* n'est autorisée que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Elle est, en outre, interdite dans les espaces définis aux 3<sup>o</sup>, 7<sup>o</sup> et 8<sup>o</sup> de l'article L. 581-8 (c'est-à-dire, respectivement, dans les parcs naturels régionaux\*, dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux\* ainsi que dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1). Quant aux autres dispositifs publicitaires lumineux, ils ne peuvent pas être installés sur le mobilier urbain\*.

Le mobilier urbain\* supportant de la publicité ne peut pas 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 (interdiction absolue) et L. 581-8 (interdiction relative).

#### À noter

Si le RLP le prévoit, le mobilier urbain\* peut supporter de la publicité dans les lieux énumérés à l'article L. 581-8 (hors publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les espaces définis aux 3<sup>o</sup>, 7<sup>o</sup> et 8<sup>o</sup> de l'article L. 581-8, cf. Art. R. 581-42).

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, alinéas 2 à 5 ( interdiction si la publicité est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération ; interdiction dans l'emprise\* des aéroports, des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs de grande capacité situés en ou en dehors d'une agglomération 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 ou ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise\* des aéroports et des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs concernés) ;

- R. 581-34 (règles générales liées à la publicité lumineuse\* : limitation à 8 m<sup>2</sup> et 6 m de haut lorsque le dispositif se situe dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants mais appartenant à une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise\* d'un aéroport ou d'une gare ferroviaire ou routière située hors agglomération, respect des normes de luminance et interdiction des dispositifs de publicité lumineuse scellés au sol\* supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence dans les agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants) ;
- R. 581-35 (extinction entre 1 heure et 6 heures du matin, à l'exception des publicités installées sur l'emprise\* des aéroports et des marchés d'intérêt national et de celles supportées par le mobilier urbain\* affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes) ;
- R. 581-41 (surface\* de la publicité numérique limitée à 8 m<sup>2</sup> et hauteur limitée à 6 m au-dessus du niveau du sol, surface spécifique dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel dépasse trois millions de personnes et dans l'emprise\* des équipements sportifs de grande capacité, gradation de la luminosité).

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 10 000 habitants (Art. R. 581-42). Il n'est donc pas admis dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants y compris quand elles font partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 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 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 (Art. R. 581-42). La distance se mesure de la partie inférieure de la baie\* jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.



*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.*

**80. Les abris destinés au public.** 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 pas 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 2 m<sup>2</sup> et la surface totale de la publicité admise est liée à la surface abritée au sol : 2 m<sup>2</sup> si la surface abritée est inférieure à 4,5 m<sup>2</sup>, plus 2 m<sup>2</sup> par tranche entière de 4,5 m<sup>2</sup>. Dans un abri standard couvrant une surface légèrement supérieure à 4,5 m<sup>2</sup>, deux publicités de surface unitaire de 2 m<sup>2</sup> 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).

**81. Les kiosques.** 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 alors des enseignes ([cf. régime des enseignes](#)).

La surface unitaire\* des publicités est limitée à 2 m<sup>2</sup>. Le total des publicités ne peut excéder 6 m<sup>2</sup>, sans que celui-ci soit lié à une surface au sol ou à 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).

#### À noter

Les prescriptions ci-dessus ne concernent que les publicités supportées par les kiosques. La surface occupée par les enseignes supportées par le kiosque ne doit pas être prise en compte.

**82. Les colonnes\* porte-affiches.** Mobilier traditionnel des centres-villes - Paris particulièrement - depuis la fin du XIX<sup>e</sup> 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).

**83. Les mâts porte-affiches.** Composés au maximum de deux panneaux situés dos-à-dos dont la surface unitaire maximale est de 2 m<sup>2</sup>, 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.

**84. Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.** Cette cinquième catégorie dite parfois « mobilier urbain\* d'information » regroupe des mobiliers aux formes et dimensions diverses. À l'origine planimètres (supportant le plan de la ville), dénommé dans le langage courant « sucettes », voire « raquettes », il a évolué au fil du temps vers des formats plus grands : 8 m<sup>2</sup> voire quelquefois plus. Ce type de mobilier urbain\* peut, par exemple, prendre la forme d'un pied unique en forme de mât sur lequel est apposée 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 commerciale 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 comprenant la publicité 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 aux publicités commerciales pendant d'autres.

La jurisprudence administrative considère qu'eu égard à son orientation et à son implantation sur la face la plus visible du mobilier urbain\*, une publicité contrevient aux dispositions de l'article R. 581-42 en ce qu'elle donne principalement à voir aux usagers de la voie publique, des indications constitutives de préenseignes (dont le régime suit celui de la publicité en vertu de l'article L. 581-19) et, à titre accessoire, des informations non publicitaires à caractère local, installées sur la face la moins visible (CAA Douai, 1<sup>ère</sup> chambre, 26/10/2021, *Association Paysages de France*, n° 20DA01370).

Lorsque ce mobilier urbain\* supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 m<sup>2</sup> et qu'il s'élève à plus de 3 m au-dessus du sol (ces deux conditions étant cumulatives), la publicité est soumise aux dispositions des articles R. 581-31 alinéas 2 à 5, R. 581-34, R. 581-35 et R. 581-41 au même titre que les autres mobiliers urbains\* (en application du 3<sup>e</sup> alinéa de l'article R. 581-42) ainsi également qu'aux dispositions :

- du premier alinéa de l'article R. 581-31 (interdiction dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants) ;
- de l'article R. 581-32 (surface unitaire de 10,5 m<sup>2</sup> maximum et hauteur de 6 m, portées à 50 m<sup>2</sup> et 10 m dans l'emprise\* des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes et dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places) ;
- du 1<sup>er</sup> alinéa de l'article R. 581-33 (recul de 10 mètres des baies\* du fonds voisin).

#### Surface maximale de la publicité non lumineuse sur mobilier urbain

Nature du mobilier urbain	Agglo de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une UU de plus de 100 000 habitants	Agglo de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une UU de plus de 100 000 habitants	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	2 m <sup>2</sup> unitaire et 2 m <sup>2</sup> + 2 m <sup>2</sup> par tranche entière de 4,5 m <sup>2</sup> de surface abritée au sol		
Kiosques	2 m <sup>2</sup> unitaire 6 m <sup>2</sup> total		
Colonne* porte-affiches	Pas de surface maximale à respecter		
Mâts porte-affiches	2 m <sup>2</sup> recto, 2 m <sup>2</sup> verso		
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires	Interdit si la surface unitaire de la publicité est supérieure à 2 m <sup>2</sup> et si le MU s'élève à plus de 3 m au-dessus du sol. Dans les autres cas (c'est-à-dire lorsque la surface unitaire de la publicité est inférieure ou égale à 2 m <sup>2</sup> ou lorsque le MU s'élève à 3 m ou moins au-dessus du sol), la surface totale des publicités ne doit pas dépasser celle des informations non publicitaires	10,5 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>

**Surface maximale de la publicité éclairée par projection ou par transparence sur mobilier urbain (\*)**

Nature du mobilier urbain	Agglo de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une UU de plus de 100 000 habitants	Agglo de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une UU de plus de 100 000 habitants	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m <sup>2</sup> unitaire et 2 m <sup>2</sup> + 2 m <sup>2</sup> par tranche entière de 4,5 m <sup>2</sup> de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m <sup>2</sup> unitaire 6 m <sup>2</sup> total	
Colonne* porte-affiches	Interdit	8 m <sup>2</sup>	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m <sup>2</sup> recto, 2 m <sup>2</sup> verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires	Interdit	10,5 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>

(\*) La publicité éclairée par projection ou transparence sur mobilier urbain\* ne doit pas s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (Art. R. 581-34)

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

Nature du mobilier urbain	Agglo de moins de 10 000 habitants (y compris faisant partie d'une UU de plus de 100 000 habitants)	Agglo de plus de 10 000 habitants	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions et emprise* des équipements sportifs d'au moins 15 000 places
Abris destinés au public	Interdit	2 m <sup>2</sup> unitaire 2 m <sup>2</sup> + 2 m <sup>2</sup> par tranche entière de 4,5 m <sup>2</sup> de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m <sup>2</sup> unitaire 6 m <sup>2</sup> total	
Colonne* porte-affiches	Interdit	2 m <sup>2</sup>	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m <sup>2</sup> recto, 2 m <sup>2</sup> verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires	Interdit	8 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>

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

**85. Extinction nocturne et adaptation à la luminosité ambiante.** La publicité supportée par le mobilier urbain\* doit être éteinte entre 1 heure et 6 heures du matin. Toutefois, cette obligation d'extinction nocturne ne s'applique pas s'il s'agit de mobiliers urbains\* implantés dans l'emprise\* des aéroports ou sur l'emprise\* des marchés d'intérêt national. Elle n'est pas non plus applicable à la publicité supportée par le mobilier urbain\* affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

#### 4 : Les bâches comportant de la publicité

**86. Définition.** Les bâches comportant de la publicité sont définies par l'article R. 581-53 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, mais dans celles du code du patrimoine. 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'État. »

**87. Régime.** Toutes les bâches sont soumises à autorisation du \*maire (Art. L. 581-9, al. 2). L'autorisation se fait par arrêté municipal et est délivrée au cas par cas. Elle 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 (Art. R. 581-6, dernier al.).

Dans la pratique, la première installation comportant un premier visuel\* est incluse dans la demande d'autorisation adressée au \*maire. Si l'exploitant désire modifier le message ou modifier la bâche, il devra adresser au \*maire une déclaration préalable. Le remplacement ou la modification du visuel\* ne permettent en effet pas de changer les caractéristiques techniques d'origine, notamment les dimensions de la bâche ou la surface de la publicité. Il est utile de le préciser dans l'autorisation initiale.

**88. Durée de vie.** 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 (Art. R. 581-54). Cette dernière disposition vise bien entendu à prévenir tout 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).

**89. Les interdictions communes aux deux types de bâches.** Les bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Le texte de l'article R. 581-53 ne faisant pas référence aux unités urbaines de plus de 100 000 habitants, les bâches ne peuvent donc être autorisées que dans les communes dont l'agglomération est au moins égale à 10 000 habitants.

Dans les agglomérations où elles sont autorisées, 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 (Art. R. 581-53).

#### À noter

Les bâches sont également interdites dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route :

- en agglomération, interdiction d'installer une publicité, une préenseigne\* ou une enseigne visible d'une autoroute ou d'une route express sur une largeur de 40 mètres de part et d'autre de celle-ci ;
- hors agglomération, interdiction d'installer une publicité, une préenseigne ou une enseigne visible d'une autoroute ou d'une route express sur une largeur de 200 mètres de part et d'autre de celle-ci.

Par ailleurs et comme rappelé au III de l'article R. 581-53, 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 ne comportent que 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 (Art. R. 581-23).

L'interdiction d'installer une bâche publicitaire\* sur les murs d'un bâtiment ou des clôtures non aveugles\* n'est pas applicable aux publicités installées sur l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, situés en agglomération ou hors agglomération (Art. R. 581-23, II).

#### Bon à savoir

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'État ou est située dans une commune ou partie de commune où le conseil municipal a décidé d'instaurer le permis de démolir.

De plus, toujours en application de l'article R. 581-53, les publicités sur bâches ne peuvent pas 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 (Art. R. 581-27 et R. 581-30) :

- 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. 113-1 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\* ;
- dans les zones d'interdiction absolue énumérées à l'article L. 581-4 ;
- dans les zones d'interdiction relative énumérées à l'article L. 581-8.

Le RLP peut apporter des dérogations dans les zones d'interdiction relative énumérées à l'article L. 581-8. Une attention particulière doit alors 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 peut préciser, par exemple en arrêtant les surfaces maximales, les procédés utilisés, des normes de respect de l'architecture ou des perspectives.

L'article R. 581-53, qui énumère la liste des dispositions applicables aux bâches, fait également référence à l'article R. 581-33 relatif aux dispositifs\* publicitaires scellés au sol\* ou installés directement sur le sol. Même si les bâches ne peuvent être scellées au sol, les principes de protection du voisinage édictés par l'article R. 581-33 sont pris en compte lors de l'instruction de la demande d'autorisation : la bâche ne doit pas être placée à moins de 10 mètres d'une baie\* d'un immeuble\* situé sur un fonds voisin et l'implantation du dispositif\* ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

**90. Les règles d'implantation des bâches de chantier.** Les bâches\* de chantier\* sont nécessairement fixées sur un échafaudage. En application de l'article R. 581-53, la bâche ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit (Art. R. 581-27). Elles ne peuvent constituer une saillie\* supérieure à 0,50 mètre par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation des travaux (Art. R. 581-54). 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), le \*maire peut autoriser une surface publicitaire supérieure à ce plafond (Art. R. 581-54 dernier al.).

#### À noter

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

**91. Les règles d'implantation des bâches publicitaires.** Comme l'article R. 581-55 précise que « les bâches publicitaires\* peuvent être installées sur les seuls murs aveugles\* (...) », il faut en conclure que les bâches scellées au sol sont interdites. Elles sont également interdites sur les murs 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 (Art. R. 581-55). 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 (Art. R. 581-27).

Aucune surface maximale n'est prévue par le code de l'environnement. En revanche, la distance entre deux bâches publicitaires\* est d'au moins 100 mètres (Art. R. 581-55, dernier al.).

**92. Les publicités lumineuses sur bâche.** Comme prévu au II de l'article R. 581-53, les publicités lumineuses sur bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans les autres agglomérations, elles sont soumises aux 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 et de l'article R. 581-33 présentées ci-dessus ainsi qu'aux règles de surface, de luminance, d'extinction des publicités lumineuses (qu'elles soient numériques ou non) :

- extinction entre 1 heure et 6 heures du matin, à l'exception de celles installées sur l'emprise\* des aéroports ainsi que sur l'emprise\* des marchés d'intérêt national (Art. R. 581-35) ;
- normes de luminance fixées par arrêté ministériel (Art. R. 581-34) ;
- surface maximale de la publicité numérique de 8 m<sup>2</sup>, hauteur maximale de 6 m au-dessus du niveau du sol et obligation d'être équipée d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (Art. R. 581-41).

En application des dispositions croisées des articles R. 581-53 et R. 581-36, la publicité lumineuse sur bâche ne peut pas :

- 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\*.

Les interdictions sur une baie\* ou sur une clôture\* ne sont pas applicables aux bâches\* installées dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, situés en agglomération ou hors agglomération.

## 5 : Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

**93. Régime d'autorisation préalable.** L'article L. 581-9 permet l'installation de dispositifs\* de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des manifestations temporaires. Ils font l'objet d'une autorisation par arrêté municipal, 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 pas être délivrée.

**94. Durée.** 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 cette manifestation (Art. R. 581-56).

**95. Règles d'implantation.** Les dispositifs\* de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (Art. R. 581-56). Dans les agglomérations où ils sont admis, ils 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. 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 50 m<sup>2</sup>. Dans ce cas, et comme toute autre publicité numérique, 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 deux exceptions près : le 2° 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 (Art. R. 581-56, dernier al.). Quant aux publicités numériques de dimensions exceptionnelles, seul le dernier alinéa de l'article R. 581-41, qui impose que ces dispositifs soient équipés de système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante, leur est applicable.



## 6 : L'affichage de petit format (micro-affichage)

**96. Le contexte.** En application du III de l'article L. 581-8, l'affichage de petit format, souvent dénommé « micro-affichage\* », est admis sur les devantures\* commerciales (et non sur les murs des commerces), à la condition de ne pas recouvrir la baie\* en totalité. Les interdictions prévues à l'article L. 581-4 (interdictions absolues) et au I de l'article L. 581-8 (interdictions relatives) s'appliquent au micro-affichage\* (celles issues du I de l'article L. 581-8 peuvent être levées par le RLP). Les règles d'implantation de ce type d'affichage sont précisées à l'article R. 581-57.



Les dispositifs\* apposés sur les vitrines des commerces, c'est-à-dire à l'extérieur de la vitrine, (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\*. Pour rappel, les dispositifs\* apposés à l'intérieur des vitrines des commerces ne sont pas soumis au règlement national de la publicité. Cependant, lorsqu'il s'agit de dispositifs\* lumineux, certaines prescriptions peuvent leur être imposées via les RLP (cf. points n° [146](#), [163](#), [217](#)).

**97. Les règles d'implantation.** Les dispositifs\* de petit format sont intégrés à la devanture\* commerciale\* et non à la seule baie\*. Ils peuvent donc être apposés sur tous les éléments composant la devanture\* : vitrine, porte d'entrée, piliers d'encadrement de part et d'autre des ouvertures\*. Le RLP peut adopter des prescriptions permettant d'apporter une protection aux éléments d'architecture remarquables (piédroits\* 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 1 m<sup>2</sup> ;
- leur surface cumulée ne peut recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture\* commerciale et dans la limite de 2 m<sup>2</sup>.

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 et 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 peuvent réglementer ce point.

### À noter

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

## 7 : L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

**98. Définition.** En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'« affichage libre » (Art. L. 581-13). 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.

### À noter

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

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

- 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m<sup>2</sup> plus 2 m<sup>2</sup> supplémentaires par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m<sup>2</sup> plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.

### À noter

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

### À noter

Les communes peuvent déterminer des surfaces supérieures à ces minimas.

La surface unitaire de chaque emplacement n'est pas limitée. En pratique, les panneaux d'affichage libre ont souvent une surface de 2 voire 4 m<sup>2</sup>.

**100. Emplacements.** En application de l'article L. 581-13, les emplacements sont déterminés par arrêté municipal ([cf. modèle figurant au chapitre 8](#)). 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). Cela signifie que, quel que soit l'endroit où l'on se situe en agglomération, il doit exister, dans un rayon d'un kilomètre, un emplacement dédié à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

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 (Art. L. 581-16). Dans les lieux d'interdiction relative de publicité (Art. L. 581-8, I) et en l'absence de RLP dérogeant à ces interdictions, la surface de chaque emplacement sur une palissade\* de chantier\* ne peut dépasser 2 m<sup>2</sup> (Art. L. 581-8 II et 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, al. 3).

**101.Sanctions :** Lorsque le \*maire ou le préfet n'a pas déterminé et fait aménager les emplacements dédiés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, les personnes qui ont apposé ou fait apposer l'affichage d'opinion ou la publicité associative ne sont pas soumises aux sanctions administratives et pénales (Art. L. 581-42).

En revanche, lorsque ces emplacements existent et que l'affichage d'opinion ou la publicité relative aux activités des associations est implanté en dehors de ces emplacements, l'affichage ou la publicité est alors pleinement soumis à la réglementation de l'affichage publicitaire et, le cas échéant, à la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE).

## 8 : La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs

En application de l'article L. 581-15, la publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs peut être réglementée, subordonnée à autorisation ou interdite, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État. Cet article interdit par ailleurs la publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef.

Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables à la publicité relative à l'activité exercée par le propriétaire ou l'utilisateur d'un véhicule, sous réserve que ce véhicule ne soit pas utilisé ou équipé à des fins essentiellement publicitaires\*. À titre d'illustration, le fait pour un traiteur à domicile d'apposer de la publicité pour son activité sur le véhicule qui sert à son activité de traiteur n'est pas soumis aux dispositions de l'article L. 581-15.

Le fait de ne pas respecter les interdictions édictées en application de l'article L. 581-15 est puni d'une amende administrative (Art. L. 581-26), voire d'une amende pénale (Art. L. 581-34).

### 8-1 : La publicité sur véhicules terrestres

**102. Définition.** Sont concernés les véhicules terrestres « 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'utilisateur du véhicule, sous réserve que ce véhicule ne soit pas utilisé à des fins essentiellement publicitaires » (Art. L. 581-15). La publicité sur les véhicules de transport en commun, 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.*

**103. Régime.** « 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 les publicités ou les préenseignes qu'ils supportent 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. Dans les autres lieux, ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou 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.

L'autorité compétente en matière de police de la circulation, peut, à titre exceptionnel, accorder des dérogations aux interdictions ci-dessus, à l'occasion de manifestations particulières (Art. R. 581-48). Ces dérogations peuvent porter sur le stationnement, les surfaces et les lieux de circulation.

L'article R. 581-25 précise également que la publicité lumineuse\* est interdite sur les véhicules terrestres. En l'absence de précision, ce sont donc les trois catégories de publicité lumineuse qui sont interdites : publicité éclairée par projection ou transparence, publicité numérique et autres dispositifs\* qui n'entrent pas dans les deux catégories précédentes. L'autorité de police de la circulation ne peut pas accorder de dérogation à cette interdiction de la publicité lumineuse sur les véhicules terrestres à l'occasion de manifestations particulières.

#### À noter

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

## 8-2 : La publicité sur les eaux intérieures

**104. Régime.** Les eaux intérieures sont définies à l'article L. 4000-1 du code des transports. Elles sont constituées :

- des cours d'eau, estuaires et canaux, en amont du premier obstacle à la navigation des navires, fixé pour chaque cours d'eau en application de l'article L. 5000-1 du code des transports ;
- des lacs et des plans d'eau.

La publicité n'est admise que sur les bateaux au sens de l'article L. 4000-3 du code des transports et à condition que ces bateaux ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires (Art. R. 581-50).

Les bateaux tels qu'ils sont définis à l'article L. 4000-3 du code des transports comprennent toutes les constructions flottantes destinées principalement à la navigation intérieure. Ils s'opposent aux engins flottants (*i.e.* toute construction flottante portant des installations destinées aux travaux sur les eaux intérieures), aux établissements flottants (toute construction flottante qui n'est pas normalement destinée à être déplacée) ou encore aux matériels flottants (toute construction ou objet flottant apte à naviguer, autre qu'un bateau, un engin flottant ou un établissement flottant) sur lesquels la publicité n'est pas admise.

Les seuls dispositifs\* publicitaires admis sont constitués de panneaux plats (Art. R. 581-51). Chaque dispositif\* ne peut excéder :

- cinq mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bateau ;
- 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.

De plus, la surface totale des publicités apposées ou installées sur un bateau ne peut excéder huit mètres carrés. Les dispositifs\* publicitaires ne peuvent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou transparence.

Les bateaux supportant de la publicité ne peuvent stationner ou séjourner dans les lieux mentionnés aux 2° et 3° de l'article L. 581-4 (monuments naturels, sites classés, cœurs des parcs nationaux\* et réserves naturelles) ni dans ceux mentionnés à l'article L. 581-8 (lieux dits d'interdiction relative situés en agglomération). Il en est de même des plans d'eau ou parties de plans d'eau situés à moins de 100 mètres de ces lieux (Art. R. 581-52).

Il leur est également interdit de stationner ou de 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.

Enfin, ils ne peuvent circuler à moins de 300 mètres les uns des autres, ni circuler à vitesse anormalement réduite.

**Article L. 4000-3 code des transports :** « Pour l'application de la présente partie, sont respectivement dénommés :

1° Bateau : toute construction flottante destinée principalement à la navigation intérieure ;

2° Engin flottant : toute construction flottante portant des installations destinées aux travaux sur les eaux intérieures ;

3° Établissement flottant : toute construction flottante qui n'est pas normalement destinée à être déplacée ;

4° Matériel flottant : toute construction ou objet flottant apte à naviguer, autre qu'un bateau, un engin flottant ou un établissement flottant. »

### 8-3 : La publicité dans les airs

**105. Régime.** La publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef est interdite (Art. L. 581-15). Il s'agit ainsi d'interdire les avions publicitaires fréquents sur certaines côtes en période estivale.

Cette interdiction avait été proposée par la Convention citoyenne pour le climat afin de limiter l'exposition à la publicité non choisie ainsi que les impacts environnementaux de ces activités. Elle a été introduite dans le code de l'environnement par l'article 20 de la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite loi Climat et Résilience). Elle est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2022.

Le non-respect de cette interdiction pourra être puni d'une amende administrative prononcée à l'encontre de la personne qui est à l'origine de la diffusion de cette banderole (Art. L. 581-26), voire d'une amende pénale (Art. L. 581-34).

### 8-4 : La publicité en mer

**106. Régime.** De même que la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 interdit, depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2022, la publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef et punit la violation de cette interdiction par une amende administrative de 1 500 €, le décret n° 2023-1056 du 17 novembre 2023 fixe des prescriptions particulières concernant la publicité en mer, applicables à compter du 1<sup>er</sup> mars 2024. Avant cette date, la publicité en mer n'était soumise à aucune règle, contrairement à la publicité sur les eaux intérieures qui, elle, est réglementée depuis 1989 (décret n° 89-422 du 27 juin 1989 - cf. point n° 104).

En proposant l'interdiction des avions publicitaires, la Convention citoyenne pour le climat a mis en lumière le sujet de la publicité non choisie imposée aux estivants fréquentant les plages et la nécessité de combler le vide juridique existant jusqu'alors s'agissant de la mer, espace naturel par excellence.

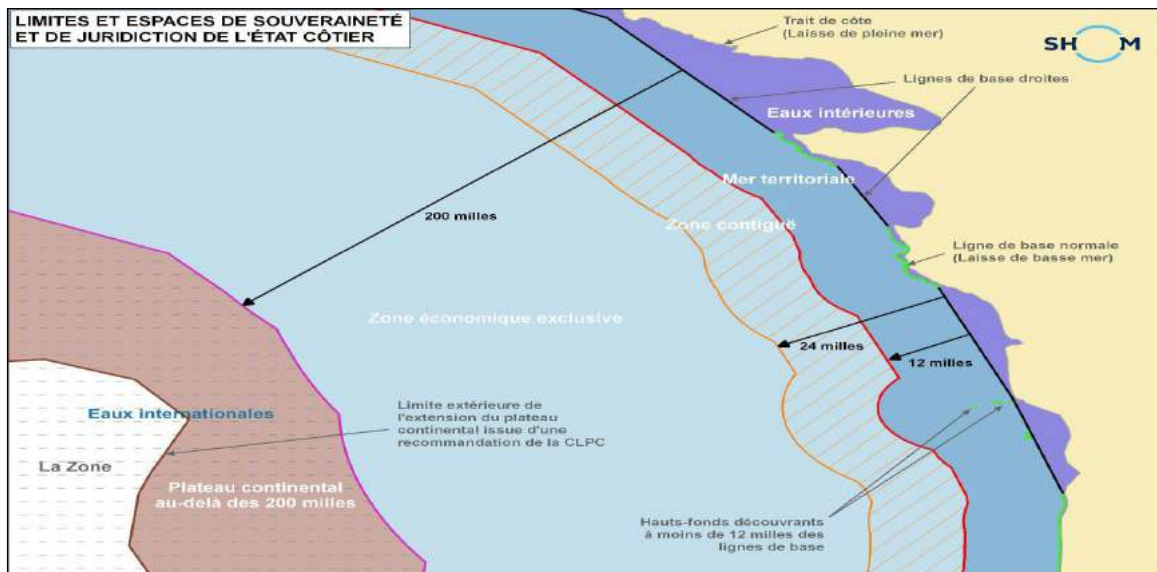
À compter du 1<sup>er</sup> mars 2024, la publicité lumineuse est interdite en mer territoriale et sur les eaux intérieures maritimes françaises (Art. R. 581-52-2), quel que soit le type de publicité lumineuse concerné et quelle que soit la surface de cette publicité.

#### À noter

La mer territoriale est définie à l'article 5 de l'ordonnance n° 2016-1687 du 8 décembre 2016 relative aux espaces maritimes relevant de la souveraineté ou de la juridiction de la République Française qui prévoit que : « *L'espace maritime pouvant s'étendre jusqu'à une distance de 12 miles marins au-delà des lignes de base définies à l'article 2 constitue la mer territoriale.* »

Les eaux intérieures maritimes françaises sont définies à l'article 4 de l'ordonnance du 8 décembre 2016 précitée et correspondent aux eaux situées en deçà des lignes de base de la mer territoriale.

Les lignes de base permettent donc de délimiter la frontière entre les eaux maritimes intérieures et les eaux territoriales. Elles sont déterminées « *par la laisse de basse mer le long de la côte, ou par des lignes de base droites, ou par des lignes de fermeture de baie, historique ou non* » (Art. 2 ordonnance n° 2016-1687 du 8 décembre 2016).



La publicité non lumineuse est elle aussi soumise à des règles particulières en mer et sur les eaux intérieures maritimes françaises à compter du 1<sup>er</sup> mars 2024. Elle n'est admise que sur les navires au sens de l'article L. 5000-2 du code des transports, et à condition que ces navires ne soient ni équipés, ni exploités à des fins essentiellement publicitaires. De plus, la surface totale des publicités non lumineuses apposées ou installées sur un navire ne peut excéder 4 mètres carrés. Cette disposition ne s'applique pas aux marquages apposés sur la coque, les éléments de structure, la voile ou les marchandises (notamment les conteneurs) des navires mentionnant leur marque, leur exploitant ou leur parraineur ainsi qu'à la publicité faite, à l'occasion des navigations liées à des événements nautiques, au profit des parraineurs desdits événements.

Des dérogations à ces interdictions (publicité lumineuse et publicité non lumineuse) peuvent en outre être accordées, à titre exceptionnel, par l'autorité de police à l'occasion de manifestations particulières (à l'image de ce qui existe déjà en matière de publicité sur les véhicules terrestres).

Le non-respect de ces interdictions pourra être puni d'une amende administrative (Art. L. 581-26), voire d'une amende pénale (Art. L. 581-34).

#### **Bon à savoir**

Le contrôle du respect de ces dispositions ne relève pas du droit commun de la réglementation de la publicité extérieure. C'est le préfet maritime, autorité de police de droit commun en mer, qui est chargé de faire respecter ces dispositions. Cette compétence du préfet maritime sera mentionnée en annexe de l'arrêté du 22 mars 2007 établissant la liste des missions en mer incombant à l'État dans les zones maritimes de la Manche-mer du Nord, de l'Atlantique, de la Méditerranée, des Antilles, de Guyane, du sud de l'océan indien et dans les eaux bordant les Terres australes et antarctiques, arrêté modificatif en cours d'élaboration.

### 4.1.3 La règle de densité

**107. Principe.** Les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière\* bordant la voie ouverte à la circulation publique (Art. R. 581-25).

La règle de la densité s'applique 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, aussi petit soit-il.

#### À savoir

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

La règle s'applique à toutes les publicités et préenseignes (en application du premier alinéa de l'article L. 581-19), à l'exception :

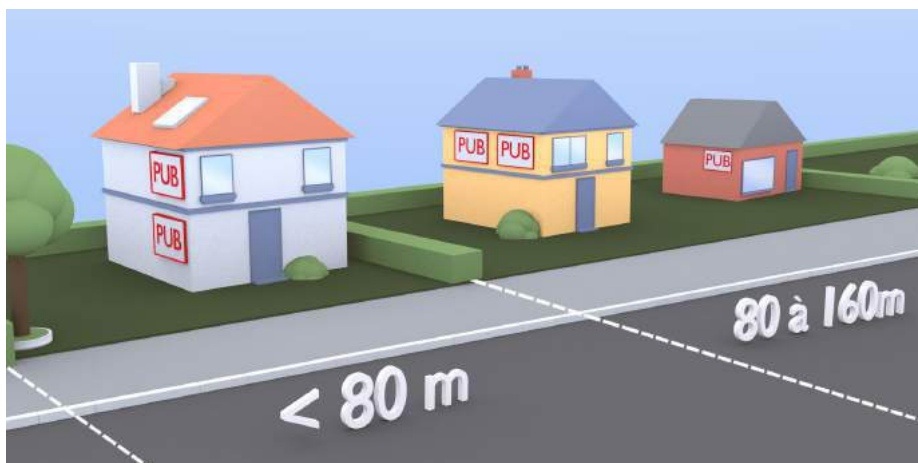
- des publicités apposées sur une palissade\* ou sur une toiture ;
- des publicités supportées par le mobilier urbain\* ;
- des bâches\* et dispositifs\* de dimensions exceptionnelles comportant de la publicité ;
- de l'affichage de petit format (micro-affichage\*) ;
- des préenseignes dérogatoires.

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\*.

## 1 : Règles applicables sur les unités foncières\*

### UNITÉS FONCIÈRES\* D'UNE LONGUEUR INFÉRIEURE OU ÉGALE À 80 MÈTRES

**108. Dispositifs\* muraux.** Lorsque l'unité foncière\* ne comporte aucun dispositif\* publicitaire scellé au sol\*, deux dispositifs\* publicitaires muraux peuvent être installés sur un support\*, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière\* présente plusieurs murs-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.



**109. Dispositifs scellés au sol.** Lorsque l'unité foncière\* ne comporte pas de dispositifs\* publicitaires muraux, un seul dispositif\* scellé au sol\* peut être installé dans l'unité foncière\* lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 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 40 mètres.

#### À noter

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.*

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

**110. Nombre.** Un dispositif supplémentaire (mural ou scellé au sol\*) peut être installé par tranche entamée de 80 mètres au-delà de la première.

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

- 80 mètres à 160 mètres, trois dispositifs\* maximum peuvent être installés ;
- 160 à 240 mètres, quatre dispositifs maximum peuvent être installés ;
- 240 à 300 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.

Pour ces unités foncières\*, il n'est pas demandé à ce que les dispositifs\* publicitaires muraux soient alignés horizontalement ou verticalement.

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.

## 2 : Règles applicables sur le domaine public

**111. Principe.** 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 80 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.

## 4.2 Les enseignes

### 4.2.1 Les dispositions communes aux enseignes

#### **Bon à savoir**

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, ou sur le territoire couvert par un RLP ou encore s'il s'agit d'enseignes à faisceau de rayonnement laser (Art. L. 581-18).

**Dans les autres cas, elles ne sont soumises à aucune formalité préalable spécifique.**

#### **Bon à savoir**

Les enseignes situées à l'intérieur d'un local ne sont pas soumises aux prescriptions contenues dans le code de l'environnement, sauf si l'utilisation de ce local est principalement celle d'un support de publicité (Art. L. 581-2). Cependant, une dérogation à ce principe figure à l'article L. 581-14-4 qui précise que le RLP peut prévoir des prescriptions en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses qui devront être respectées par les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies\* d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (cf. points n° [146](#), [163](#), [217](#) du chapitre 5 – Le RLP).

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

Le 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 signalée.

**113. La suppression au terme de l'activité.** L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité. 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

### 1 : L'enseigne en façade

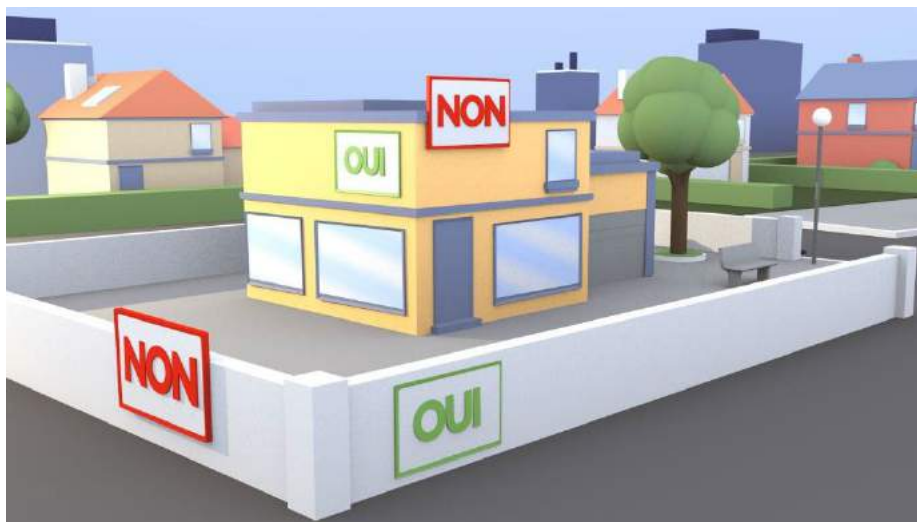
**114. Définition.** L'enseigne en façade porte quelquefois le nom d'enseigne en bandeau ou en applique. Plus généralement, constitue une telle enseigne toute inscription, forme ou image peinte directement sur le mur, peinte ou adhésivée sur un panneau lui-même fixé sur le mur, voire le caisson (lumineux ou non) posé à plat sur le mur, ainsi que les lettres, signes, images, formes découpés et fixés sur le mur sans support. Les enseignes perpendiculaires, dénommées « en potence » lorsqu'elles sont constituées d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne, sont également des enseignes en façade.

#### Conseil

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

**115. Règles d'implantation de l'enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.** Les enseignes murales ne doivent pas dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R. 581-60). Elles ne peuvent notamment pas 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 pas 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 pas, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. Cette disposition est identique à celle de l'article R. 581-27 relatif aux publicités murales et 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).

#### **116. Règles d'implantation des enseignes à plat sur les balcons, balconnets\*, auvents\*, marquises\*, baies\*.**

Alors que la publicité est interdite sur toutes les formes de balcons, balconnets\*, auvents\* etc. les enseignes sont admises, sous certaines conditions (Art. R. 581-60, al. 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.

**117. Règles d'implantation des enseignes perpendiculaires.** 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).

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, al. 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 saillie\* de l'enseigne ne pourra excéder deux mètres.

Le RLP peut fixer une règle plus restrictive, ou rappeler celle du règlement de voirie. Le RLP peut en outre imposer une hauteur minimum et/ou une hauteur maximum, exprimées en mètres ou en regard de l'architecture du bâtiment. Il peut être utile 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 et du règlement de voirie est à vérifier.

**118. Surface maximum des enseignes sur façade.** Les enseignes apposées sur une façade commerciale doivent respecter une surface cumulée maximale. La règle se fonde sur un rapport entre la surface cumulée des enseignes 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 ;
- cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade de l'établissement est inférieure à cinquante mètres carrés.

#### **Exemples :**

La façade commerciale d'un bâtiment abritant l'activité A mesure 25 mètres de large et 4 mètres de haut, soit 100 mètres carrés. La surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder 15 mètres carrés.

La surface de la devanture\* commerciale de l'activité B mesure 8 mètres de large et 4 mètres de haut, soit 32 mètres carrés. La surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder 8 mètres carrés.

**À noter**

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

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

**119. Façades commerciales.** 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 cumulée.

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.

## 2 : L'enseigne sur toiture

**120. Règles d'implantation.** 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 pas 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.

**À noter**

Le Conseil d'État a considéré qu'est qualifié d'enseigne (et non de publicité), un dispositif signalant une activité de loisirs de plein air, installé en toiture d'un bungalow situé sur la parcelle de l'activité et affecté à l'organisation de cette activité même si celle-ci ne s'exerce pas exclusivement dans cet immeuble\*, mais dans l'ensemble de la parcelle (CE, 2<sup>e</sup> - 7<sup>e</sup> chambres réunies, 01/04/2019, *La Ferme Enchantée*, n° 416919).



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

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



Enseigne peinte sur un toit, assimilée à une enseigne 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, les conditions d'installation de l'enseigne répondent aux prescriptions des articles R. 581-38 et R. 581-39 (cf. point n° 76).



**121. Dimensions et surface maximum.** 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. 581-62).

Enfin, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés (Art. R. 581-62) (voir encadré ci-dessous « surface des enseignes »).

#### À noter

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 limitative est fixée par arrêté du 2 avril 2012 (cet arrêté figure au chapitre 8).

#### Règles applicables aux enseignes installées en toiture

Enseignes en toiture si les activités signalées s'exercent dans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si les activités signalées s'exercent dans 50 % ou moins du bâtiment
Hauteur de façade ≤ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi (Art. R. 581-38)
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 (Art. R. 581-38)
Surface* cumulée limitée à 60 m <sup>2</sup> pour un même établissement	Surface* cumulée limitée à 60 m <sup>2</sup> pour un même établissement

### 3 : L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

**122. Définition.** 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 dispositifs qui y sont installés sont considérés comme des enseignes.

#### À noter

Le Conseil d'État considère que la distance de l'enseigne scellée au sol par rapport à l'entrée du local où s'exerce l'activité est sans incidence sur la qualification d'enseigne, dès lors que le dispositif est situé sur le terrain même où s'exerce cette activité et est relatif à cette dernière. La circonstance que l'enseigne ne soit pas installée à proximité immédiate de l'entrée du local mais en périphérie du terrain ne remet donc pas en cause sa qualification (CE, 2<sup>e</sup> – 7<sup>e</sup> chambres réunies, 28/02/2020, SARL Espace Rénovation, N° 419302).

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, ainsi qu'objets variés tels que piscines, voitures, ballons, etc.

**123. Règles d'implantation.** « 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, al. 1).

Cette règle, comparable à celle du 1<sup>er</sup> alinéa de l'article R. 581-33 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, al. 2). Dans une rédaction quelque peu différente, la règle du H/2 est la même que pour les publicités (Art. R.581-33, al. 2), 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.

**124. Surface et hauteur.** 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 10,5 mètres carrés dans les agglomérations de plus de dix mille habitants (Art. R. 581-65). L'appartenance à une unité urbaine\* n'est pas prise en compte.

#### Quelle surface retenir ?

Le calcul de la surface unitaire\* des enseignes scellées au sol\* ou installées directement sur le sol s'apprécie en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir l'enseigne (Art. R. 581-65-1).

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 (Art. R. 581-65).

**125. Densité.** 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 al.).

## 4 : L'enseigne lumineuse

**126. Définition.** Le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses\*. Éclairées par projection ou transparence, numériques ou autres, elles sont toutes soumises aux mêmes règles.

**127. Extinction nocturne.** « 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.



Les dispositions qui régissent les enseignes lumineuses\* présentées dans 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.).



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.

Il peut être dérogé à cette obligation d’extinction lors d’événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral ([cf. modèle figurant au Chapitre 8](#)).

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



Le non-respect des règles d’extinction nocturne des enseignes lumineuses\* est puni d’une amende prévue pour les contraventions de la 5e classe. Cette sanction est prévue à l’article R. 581-87-1 (issu du décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du code de l’environnement relatives aux règles d’extinction des publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses\*).

## 5 : L’enseigne temporaire

**128. Définition.** Les enseignes temporaires\* sont partagées en deux catégories, en fonction de la durée et de la nature des événements qu’elles signalent (Art. L. 581-20 et R. 581-68) :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu’elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu’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.

**Par contre, 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.

**129. Durée.** Les enseignes temporaires\* peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération (Art. R. 581-69). Le RLP 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.

**130. Règles d'implantation.** En application de l'article R. 581-70, les règles d'implantation des enseignes temporaires\* sont également régies par les dispositions suivantes :

- 2<sup>e</sup> 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 1<sup>er</sup> alinéa de l'article R. 581-58 ne s'applique pas. Puisque temporaires, ces enseignes n'ont pas l'obligation d'être constituées de matériaux durables\* ;
- 2<sup>e</sup> alinéa de l'article R. 581-59 relatif aux normes techniques portant sur la luminance ;
- 3<sup>e</sup> à 5<sup>e</sup> alinéas de l'article R. 581-59 : les enseignes temporaires\* sont soumises aux mêmes obligations d'extinction nocturne que les enseignes permanentes ;
- 1<sup>er</sup> 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 » ;
- 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> alinéas 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 » (cf. commentaires au point n° 117) ;

#### À noter

Le 3<sup>e</sup> 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. Toutefois, il est alors indispensable de recueillir l'accord du ou des propriétaires intéressés :

- s'il s'agit d'une partie privative, l'accord du copropriétaire concerné ;
- si c'est une partie commune spéciale, celui des copropriétaires concernés ;
- s'il s'agit d'une partie commune, l'accord du syndicat des copropriétaires, réuni en assemblée générale.

- dernier alinéa de l'article R. 581-62 : « la surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés » ;
- article R. 581-64 relatif aux enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol : respect de la distance aux baies\*, du « H/2 » et de la limitation en nombre à une enseigne le long de chaque voie bordant l'établissement.

Aucune limitation de surface unitaire ou cumulée n'est imposée aux enseignes temporaires\*, à l'exception des enseignes en toiture comme indiqué plus haut ou des enseignes « immobilières » scellées au sol. En effet concernant cette dernière catégorie, leur surface unitaire\* maximale est limitée à 10,5 mètres carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol (Art. R. 581-70). Il s'agit des enseignes temporaires\* mentionnées au 2<sup>o</sup> de l'article R. 581-68, signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier.

Quelle que soit la catégorie d'enseigne temporaire\*, un RLP pourra prévoir des prescriptions plus restrictives les concernant (durée d'implantation, surface maximale, etc.). Il n'est par contre pas possible d'édicter via un RLP une interdiction d'installer des enseignes temporaires\*.

## 6 : L'enseigne à faisceau de rayonnement laser

**131. Définition.** Soumise à autorisation préalable du \*maire (Art. L. 581-18 dernier al. - 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.

**132. Règles applicables.** Soumises aux mêmes règles que les autres enseignes lumineuses\*, notamment à la règle de l'extinction nocturne, le code de l'environnement ne contient pas de prescription spécifique concernant ces enseignes. L'installation d'une telle enseigne nécessite cependant l'obtention au préalable d'une autorisation après avis du service de l'État en charge de l'aviation civile (Art. R. 581-18, dernier al. – *Les coordonnées des services compétents à consulter figurent au chapitre 8*).

### À noter

Les risques liés à l'utilisation des faisceaux laser sont évalués selon la norme NF EN 60825-1 « *sécurité des appareils laser, classification des matériels, prescription et guide de l'utilisateur* ». Tous les produits laser vendus en Europe sont classés dans une des sept classes de risque définies dans cette norme. Les classes 1, 2 et 3R sont les moins dangereuses.

## 4.3 Les préenseignes

**133. Principe.** Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19) à deux exceptions :

- les préenseignes dites « dérogatoires » ;
- les préenseignes temporaires\*.

L'autorisation écrite du propriétaire est obligatoire pour toute implantation de préenseigne\* (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, et quel que soit le format de la préenseigne.

### 4.3.1 Les préenseignes\* dérogatoires

**134. Contexte.** Si par principe les préenseignes\* sont interdites hors agglomération, il est néanmoins admis que certaines activités puissent y être signalées par des préenseignes dites dérogatoires. Il s'agit d'un régime dérogatoire qui accorde à certaines activités, listées à l'article L. 581-19, la possibilité d'installer hors agglomération et en nombre limité des dispositifs de petit format.

### À noter

Depuis le 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol\* ne peuvent plus être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants. Elles ne peuvent être installées que hors agglomération.

**135. Activités bénéficiaires.** Depuis la loi portant engagement national pour l'environnement (ENE) du 12 juillet 2010, seules peuvent être signalées hors agglomération par des préenseignes dérogatoires les activités listées à l'article L. 581-19, à savoir :

- 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.

#### À noter

Les activités autres que celles listées à l'article L. 581-19 ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière. Ainsi, à titre d'illustration, la signalisation d'information locale (SIL) permet de guider l'usager de la route vers les services et équipements susceptibles de l'intéresser (cf. point n° 9).

#### À noter

Les activités culturelles\* ne recouvrent pas les établissements culturels tels que par exemple les commerces spécialisés dans la distribution de biens culturels, à l'exception des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite. La commercialisation de biens culturels ne peut pas être regardée comme une activité culturelle au sens de l'article L. 581-19 (Art. R. 581-67).

#### À noter

Les produits du terroir\* correspondent soit à des produits alimentaires, soit à des produits non alimentaires notamment issus d'activités artisanales. Ces produits doivent répondre aux critères posés par l'instruction du Gouvernement du 25 mars 2014.

**136. Format et hauteur.** En application de l'article R. 581-66, les préenseignes dérogatoires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur ; elles ne sont en conséquence jamais soumises à déclaration préalable (Art. R. 581-6).

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 des actes administratifs de cette collectivité ou intégrées au RLP (cf. point n° 161).

À défaut, les prescriptions d'harmonisation établies par l'arrêté ministériel du 23 mars 2015 doivent être respectées (cf. [arrêté figurant au chapitre 8](#)). Cet arrêté précise notamment que :

- les préenseignes dérogatoires ne doivent pas pouvoir être confondues avec les dispositifs de signalisation routière existants ;
- toute indication de localité mentionnée sur une préenseigne dérogatoire ne peut pas être complétée par une flèche ou par une distance kilométrique ;
- les préenseignes dérogatoires ne peuvent pas comporter de signes du type idéogrammes ou logotypes utilisés dans le cadre de la signalisation routière ;

- leur hauteur, panneau inclus, ne peut excéder 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol ;
- deux préenseignes dérogatoires au maximum peuvent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mât ;
- seuls les mâts mono-pied sont autorisés, leur largeur ne pouvant excéder 15 cm.

Une collectivité gestionnaire de voirie qui choisit d'édicter des prescriptions d'harmonisation des préenseigne\* dérogatoires n'est pas tenue d'appliquer des prescriptions plus strictes que celles prévues par l'arrêté du 23 mars 2015.

**137. Nombre.** Le nombre maximum de préenseignes\* est de quatre pour les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (deux d'entre elles peuvent être installées à moins de 100 mètres ou dans la zone de protection de ce monument) (Art. R. 581-67).

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\*.

**138. Règles d'implantation.** Les préenseignes dérogatoires ne peuvent pas 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 (Art. R. 581-66).

#### Régime des préenseignes dérogatoires

Activités bénéficiaires	Nombre	Distance
Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	4	10 km
Fabrication ou vente produits du terroir*	2	5 km
Activité culturelle	2	5 km

#### À noter

Il n'est pas possible via un RLP d'édicter des prescriptions relatives aux préenseignes dérogatoires, ni de les interdire (cf. point n° 161).

### 4.3.2 Les préenseignes temporaires

**139. Définition.** Les préenseignes temporaires\* sont réparties selon les deux mêmes catégories que les enseignes temporaires (Art. R. 581-68) :

- 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.



**140. Durée.** 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 (Art. R. 581-69).

**141. Règles d'implantation.** Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux publicités et notamment sont soumises à déclaration préalable lorsque leur hauteur dépasse 1 mètre et leur largeur 1,5 mètre (Art. R. 581-6).

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et hors agglomération, des préenseignes temporaires\* scellées au sol ou installées directement sur le sol peuvent être implantées sous réserve de respecter les deux conditions ci-dessous :

- leurs dimensions ne doivent pas excéder 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur (elles ne sont en conséquence pas soumises à déclaration préalable en application de l'article R. 581-6) ;
- leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation (Art. R. 581-71).

Comme pour les enseignes temporaires\*, il peut être opportun d'adapter le régime des préenseignes temporaires\* dans les RLP en adaptant les règles qui leur sont applicables (nombre, format et/ou durée). Il n'est toutefois pas possible d'édicter des règles via le RLP pour les préenseignes temporaires\* installées hors agglomération (Art. L. 581-14, al. 1).



5

Le règlement local  
de publicité (RLP)

## 5.1 La mise en place d'un RLP

### 5.1.1 Les objectifs d'un RLP

**142. Adaptation aux caractéristiques du territoire intercommunal ou communal.** L'élaboration d'un RLP, qu'il soit communal ou intercommunal, permet aux collectivités (intercommunalités et communes) d'adapter la réglementation nationale en matière de publicité\*, d'enseignes\* et de préenseignes\* issue du code de l'environnement aux enjeux locaux et à la réalité de leur territoire. Il s'agit là d'un enjeu fondamental en termes d'attractivité des territoires afin de trouver un équilibre entre des objectifs de préservation des paysages et du cadre de vie et des objectifs de développement économique des territoires. Le RLP offre la possibilité aux collectivités d'être acteurs de leurs paysages et du cadre de vie de leurs concitoyens tout en soutenant l'économie locale.

Le RLP définit une ou plusieurs zones où s'appliquent des règles plus restrictives que les prescriptions de la réglementation nationale en adaptant la réglementation à chaque partie du territoire dans un objectif de protection du cadre de vie. Il s'agira d'apporter une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager ou naturel qu'il convient de protéger, même lorsque le territoire ne présente pas de caractère remarquable.

Dans cette recherche d'équilibre entre protection du cadre de vie et développement économique des territoires, le RLP permet également d'introduire des assouplissements sur des points précis prévus par le code de l'environnement. C'est en effet uniquement par le biais d'un RLP qu'il est possible de déroger à la règle nationale d'interdiction de publicité dans certains secteurs dont le caractère présente un intérêt de protection, et permettre, de façon maîtrisée, la réintroduction de la publicité, par exemple en dérogeant à l'interdiction de publicité aux abords des monuments historiques (Art. L. 581-8).

**143. Valorisation des entrées de ville.** En matière d'entrée de ville, un compromis entre développement économique local et préservation du cadre de vie doit être recherché. Dans ce cadre, le RLP peut constituer un outil de reconquête des entrées de ville en définissant un traitement spécifique de ces zones, pour mieux y maîtriser l'implantation de publicités\*, d'enseignes\* et de préenseignes\*. L'enjeu est ici de garantir une image de marque de qualité tout en développant l'économie et en valorisant les entreprises locales.

**144. Gestion des zones d'activités et des centres commerciaux.** Il peut aussi s'agir d'intégrer de la publicité dans les zones d'activité et de centres commerciaux\*. Par exemple, lorsqu'une zone d'activité artisanale, économique et/ou commerciale est déjà implantée en agglomération sur une commune de taille modeste les publicités ou les enseignes méritent d'être soumises 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.

Par ailleurs, s'agissant des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation qui sont situés hors agglomération, où la publicité est en principe interdite (Art. L. 581-7), le RLP peut y autoriser la publicité par l'institution de périmètres\* à proximité immédiate de ces établissements.

**145. Contrôle de l'implantation des enseignes.** Il peut aussi s'agir de contrôler la qualité des enseignes et leur impact sur l'environnement dans lequel elles s'implantent. En particulier, dans les lieux qui ne bénéficient d'aucune protection réglementaire particulière mais qui présentent un caractère esthétique ou historique, le RLP peut imposer des prescriptions visant à l'harmonisation des enseignes afin que celles-ci soient soumises à des règles adaptées à la protection des lieux. Il peut par exemple

limiter le nombre d'enseignes par façades, prévoir des règles afin qu'elles soient mieux positionnées ou encore fixer des conditions liées à l'éclairage, en fonction des types d'enseignes et des lieux où elles s'implantent. Il peut également réglementer les enseignes qui ne sont soumises à aucune restriction dans le code de l'environnement, comme les enseignes sur clôtures\*. Dès lors que l'EPCI ou la commune est doté d'un RLP, les enseignes sont soumises, sur l'ensemble du territoire, à autorisation préalable (Art. L. 581-18 – cf. point n° 222). Le RLP constitue ainsi un outil efficace pour contrôler en amont l'installation des enseignes.

**146. Fixation de prescriptions applicables aux publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines des commerces et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.** Face au développement important d'enseignes lumineuses\* et de publicités lumineuses\*, notamment sous forme d'écrans numériques, disposées dans les vitrines des commerces pour être visibles depuis l'extérieur, la loi Climat et Résilience de 2021 a permis de réglementer les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies\* d'un commerce, par dérogation à l'article L. 581-2 (Art. L. 581-14-4 - cf. points 12, 96, 163, 217, 220).

**147. Réintroduction de la publicité.** Le RLP 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 doivent respecter le RNP et sont instituées conformément aux orientations et aux objectifs définis dans le rapport de présentation du RLP. La réintroduction de la publicité dans des lieux ou territoires remarquables doit être réfléchiée et motivée et constituer une mesure d'exception.

Par exemple, la publicité peut être réintroduite dans une agglomération de plus de 10 000 habitants incluse dans un PNR\*, dans des secteurs déterminés et limités. La réintroduction de la publicité doit se faire avec discernement, et dans des formats aussi réduits et harmonieux que possible. Elle ne doit pas conduire à polluer visuellement et banaliser les espaces concernés, au risque de nuire à l'image du label du PNR. Quels que soient les motifs pour lesquels un RLP 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).

#### À noter

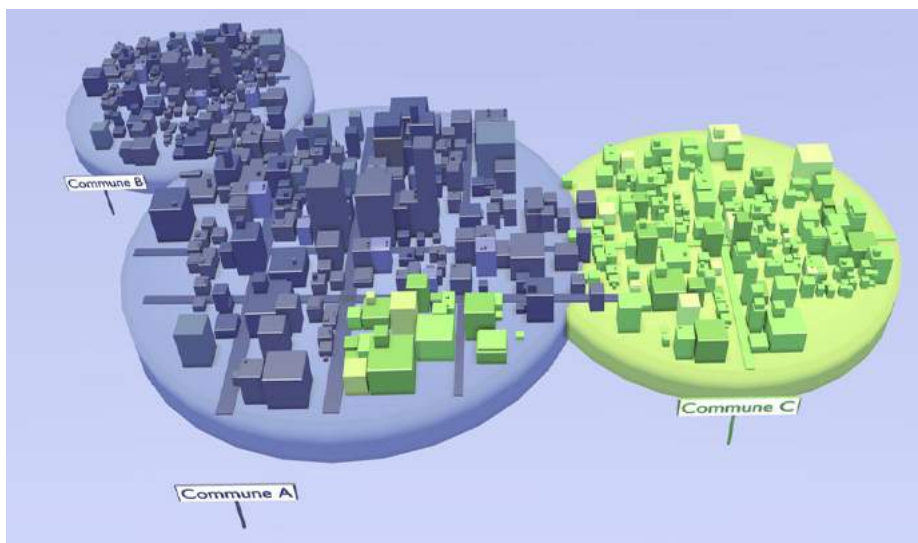
Afin d'encadrer la réintroduction de la publicité dans les PNR, les chartes de PNR doivent prévoir des orientations en matière de publicité. Dans le cas contraire, la publicité ne peut pas être réintroduite (Art. L. 581-14, al. 6). Cette condition s'applique uniquement aux chartes et projets de charte dont l'enquête publique préalable à l'approbation de la charte initiale ou révisée a été ouverte après le 9 août 2016 (date de publication de la loi n° 2016-1087 du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages). Les RLP doivent alors être abrogés ou mis en compatibilité avec la charte, dans un délai de trois ans à compter de la date de publication du décret approuvant la charte initiale ou révisée (Art. L. 581-14, dernier al.).

**148. Définition de zones dans lesquelles l'occupant ou le propriétaire d'un local commercial doit veiller à l'aspect extérieur de ce local.** Le RLP peut également définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants (Art. L. 581-14, al. 3). La définition de ces secteurs est recommandée car elle constitue le seul moyen d'exiger le retrait d'une enseigne obsolète lorsque l'activité a disparu et que le responsable de la société n'est plus identifiable. En effet, le propriétaire de l'immeuble\* ne peut sans ces dispositions être mis en demeure de faire retirer les enseignes devenues sans objet.

### 5.1.2 Les moyens mis en œuvre

**149. Pouvoir d'appréciation.** Afin de mettre en œuvre les objectifs assignés au RLP, l'EPCI ou la commune dispose de moyens juridiques considérables et d'un large pouvoir de réglementation de l'affichage, qui leur permettent notamment d'interdire dans certaines zones toute publicité ou certaines catégories de publicité en fonction des procédés ou des dispositifs utilisés (CAA Nancy, 3<sup>e</sup> chambre, 19/10/2021, Société Oxial, 19NC02575). Il résulte en effet de l'article L. 581-14 que lorsqu'un RLP est institué, c'est en vue d'adapter le RNP - publicité et/ou enseignes - en prévoyant des dispositions qui sont plus restrictives. Les moyens pour y parvenir vont dépendre des objectifs que se sont fixés les auteurs du RLP.

Lorsque les dispositions spécifiques du RLP ne portent que sur certains aspects de la réglementation et que, pour le reste de la réglementation, le RLP ne prévoit pas de prescriptions particulières, ce sont alors les règles du RNP qui s'appliquent : dans ce cas, le RNP vaut RLP.



*Le RLP intercommunal 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).*

**150. Réduire les formats.** Il s'agit par exemple de réduire les formats résultant du RNP jugés trop prégnants dans le cadre de vie ou, dans le cadre d'un RLP intercommunal, 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 (ce qui est par exemple le cas pour un EPCI situé dans une unité urbaine\* de moins de 100 000 habitants, comportant une commune dont la population est supérieure à 10 000 habitants et d'autres communes avec une population inférieure à ce seuil, au sein duquel la publicité murale a un format unitaire maximum de 10,50 m<sup>2</sup> dans la première, limitée à 4,70 m<sup>2</sup> dans les autres, cf. Art. R. 581-26. De la même manière, si une voie publique traverse l'ensemble du territoire d'un EPCI, il peut être intéressant d'équilibrer les règles de formats ou de densité le long de cette voie.

**151. Interdire certains dispositifs.** Il peut aussi s'agir d'interdire certains types de dispositifs comme, par exemple les enseignes sur toiture dans des lieux où leur impact serait dommageable pour la préservation du cadre de vie.

**152. Prévoir une règle de densité spécifique.** Bien que le RNP institue une règle de densité (cf. points n° 13, 54, 107), celle-ci peut être jugée insuffisante compte tenu des caractéristiques du territoire ou de la volonté des rédacteurs du RLP. Dans ce cas, le RLP 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 différent justifiant des règles de densité différentes.

**153. Prévoir des prescriptions esthétiques.** 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 peut alors comporter des dispositions spécifiques visant à renforcer leur intégration dans l'environnement. Les exemples sont nombreux, notamment :

- interdire la visibilité depuis la voie ouverte à la circulation publique des éléments nécessaires à l'exploitation du panneau (échelles, passerelles...), sauf lors du changement d'affiche, et imposer que ces éléments soient amovibles et repliables ;
- interdire l'usage des spots et préférer le recours aux rampes ou au rétro-éclairage ;
- imposer dans les lieux de protection patrimoniale 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 ;
- suggérer que l'ensemble des éléments précités (pieds, cadres...) soient peints de teinte unie.

**154. Préciser les termes.** Le RLP peut apporter des précisions utiles. Par exemple, il peut distinguer le format hors tout\*, c'est-à-dire le format qui englobe les moulures\*. Le RLP peut ainsi traiter de manière distincte la surface de l'affiche ou de l'écran publicitaire et celle du panneau, dès lors que le format retenu n'excède pas celui prescrit par le code de l'environnement encadrement\* compris.

En l'absence de précision dans le RLP sur les modalités de calcul des formats des publicités, la notion de surface unitaire\* ne pourra s'entendre que comme englobant l'affiche ou l'écran et son encadrement\*,

dans la lignée des arrêts du Conseil d'État « OXIAL » (cf. point n° 5) et le calcul de la surface unitaire\* des publicités s'appréciera en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité (Art. R. 581-24-1), à l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain\*, pour laquelle le calcul de la surface s'appréciera, en prenant en compte uniquement la surface de l'affiche ou de l'écran (Art. R. 581-42-1).

Pour ce qui concerne les enseignes scellées au sol\* ou installées directement sur le sol, le calcul de la surface unitaire s'appréciera en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir l'enseigne (Art. R. 581-65-1).

**155. Durcir les obligations d'extinction nocturne.** Dans un souci de lutte contre la pollution lumineuse et de sobriété énergétique, les collectivités peuvent fixer via leur RLP des règles d'extinction nocturne plus strictes que celles issues de la réglementation nationale, que cela soit pour les publicités lumineuses (Art. R. 581-35) ou pour les enseignes lumineuses\* (Art. R. 581-59). Les horaires d'extinction sont laissés à l'appréciation des auteurs du RLP qui peuvent déterminer des plages d'extinction différentes selon des zones qu'il identifie ou selon la période de l'année.

#### À noter

Le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives aux règles d'extinction des publicités et aux enseignes lumineuses\* prévoit une harmonisation des règles applicables en matière d'extinction nocturne des publicités lumineuses, que la commune soit ou non couverte par un RLP et quelle que soit la taille de l'unité urbaine à laquelle elle appartient, ainsi qu'une limitation des exceptions à l'obligation d'extinction nocturne. Les publicités lumineuses doivent désormais être éteintes sur tout le territoire entre 1 heure et 6 heures du matin (à l'exception de celles installées sur l'emprise\* des aéroports ainsi que celles installées sur le mobilier urbain\* affecté aux services de transport durant les heures de fonctionnement de ces services, à condition pour les publicités numériques que leurs images soient fixes), alors que jusqu'à présent les unités urbaines de plus de 800 000 habitants devaient élaborer un RLP si elles souhaitaient prescrire des règles d'extinction et que toutes les catégories de mobilier urbain\* bénéficiaient de cette exemption. Les communes et EPCI conservent toutefois la possibilité de fixer des règles d'extinction plus strictes via leur RLP.

Le décret n° 2023-1409 du 29 décembre 2023 portant modification de diverses dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes, aux préenseignes et aux paysages a étendu cette exception aux publicités installées sur l'emprise\* des marchés d'intérêt national.

## 5.2 Le contenu du RLP

Les RLP sont, au minimum, composés d'un rapport de présentation, d'un règlement et d'annexes (Art. R. 581-72).

### 5.2.1 Le rapport de présentation

**156. Contenu.** 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 les orientations et les objectifs de l'EPCI ou de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation ;
- 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). Si un RLP existe déjà, il est important d'en faire un bilan pour voir si ses règles étaient adaptées, si elles étaient facilement applicables, quels sont les points positifs du RLP qui ont permis de démontrer son intérêt et quels sont ses manquements. 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 d'activités, établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, etc.). Il conviendra ici de s'appuyer sur l'expertise des services déconcentrés de l'État (DDT(M), DREAL, DEAL) 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 en termes d'implantation publicitaire et d'adaptation à l'environnement.

## 5.2.2 Le règlement

### I – Les principes généraux

**157. Conciliation et lisibilité.** Quelles que soient les dispositions du RLP, 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 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.

**158. Zonage.** Sur la base des orientations et objectifs précisés par le rapport de présentation, les dispositions du RLP peuvent être générales lorsqu'elles s'appliquent sur l'ensemble du territoire concerné. Par exemple, le RLP 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 peut aussi prévoir des dispositions spécifiques applicables à la publicité et aux enseignes\*, dans les zones qu'il institue, différentes et adaptées aux espaces concernés. Ces zones, sans dénomination particulière, peuvent être indifféremment instituées en agglomération ou hors agglomération. Cela permet d'instituer des prescriptions particulières applicables aux enseignes lorsque les activités signalées sont situées hors agglomération (Art. L. 581-18).

**159. Emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises situés en agglomération.** Le RLP peut prévoir des dispositions plus restrictives que le RNP dans l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises et situés en agglomération (Art. L. 581-10).

#### À noter

L'article L. 581-10 prévoit la possibilité de déroger aux règles en matière d'emplacement, de surface et de hauteur pour les dispositifs publicitaires installés sur l'emprise\* de ces équipements sportifs ([cf. fiche figurant au chapitre 8](#)). Ces règles sont fixées aux articles R. 581-26, R. 581-32, R. 581-34 et R. 581-41. L'installation de ces dispositifs dérogatoires est par ailleurs soumise à l'autorisation du conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'EPCI (Art. L. 581-10 – [cf. point n° 226](#)).



**160. Périmètres.** Par principe, la publicité est interdite hors agglomération. Toutefois, certains centres commerciaux\*, exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, peuvent nécessiter l'implantation de publicités aux abords immédiats de leurs établissements. Le RLP peut alors déterminer des périmètres\* à l'intérieur desquels la publicité est possible selon des prescriptions qu'il définit en prenant en compte « le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret » (Art. L. 581-7).



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 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.

**À noter :**

Aucune disposition particulière n'étant prévue en matière de densité, les périmètres\* sont soumis à la règle nationale de densité.

Les règles d'implantation de la publicité dans les périmètres\* sont librement établies sous réserve de ne pas dépasser les hauteurs et les formats applicables dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (Art. R. 581-77).

**À noter**

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).

**161. Prescriptions concernant les préenseignes dérogatoires.** 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 (Art. R. 581-66). Ces prescriptions peuvent être, dans l'esprit de la signalisation d'information locale, l'application de formats, de hauteurs ou des codes couleurs identiques. Hormis ce cas particulier, le RLP, en tant que tel, ne peut prévoir de prescriptions relatives aux préenseignes dérogatoires.

**À noter**

En l'absence de prescriptions des gestionnaires de voirie relatives à l'harmonisation des préenseignes\* dérogatoires, les dispositions de l'arrêté du 23 mars 2015 sont applicables (Art. R. 581-66 - L'arrêté fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires figure au chapitre 8).

**162. Prescriptions concernant les enseignes temporaires.** Le RLP peut également prévoir des règles plus restrictives que celles du RNP en matière d'enseignes temporaires\* en application combinée du I de l'article L. 581-20 et du deuxième alinéa de l'article L. 581-18.

Ainsi, un RLP qui prévoit une durée d'implantation des enseignes temporaires\* plus restrictive que celles du RNP n'a pas été jugé illégal (CAA Nancy, 1<sup>ère</sup> chambre, 25/07/2014, *Commune de Thionville*, n° 13NC02131).

**163. Prescriptions concernant les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un commerce.** Depuis la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, le RLP peut, par dérogation à l'article L. 581-2, réglementer les publicités lumineuses\* et les enseignes lumineuses\* situées à l'intérieur des vitrines ou des baies\* d'un local à usage commercial et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (Art. L. 581-14-4).

Les locaux concernés ne doivent pas être principalement utilisés comme un support de publicité<sup>2</sup>.

Pouvoir réglementer ces dispositifs est une dérogation au principe posé par l'article L. 581-2. C'est pourquoi le législateur a posé des règles strictes pour l'application de cette nouvelle disposition.

Ainsi, les catégories de prescriptions qui peuvent être retenues par les maires ou les présidents d'EPCI via leurs RLP pour les publicités lumineuses\* et enseignes lumineuses\* situées à l'intérieur des vitrines des commerces sont limitativement énumérées. Il peut s'agir de fixer des horaires d'extinction et des prescriptions en termes de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses. Il n'est par contre pas possible de définir des prescriptions concernant d'autres aspects que ceux prévus par la loi (par exemple, en matière de hauteur ou de densité), ni d'interdire ces publicités et enseignes lumineuses\*.

#### **Bon à savoir**

Les dispositions du code de l'environnement en matière de publicité extérieure s'appliquent aux publicités et enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, à l'exclusion de celles situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité (art. L. 581-2).

Face au développement important d'enseigne et de publicités, notamment sous forme d'écrans numériques, disposés dans les vitrines des commerces mais visibles depuis l'extérieur, plusieurs collectivités souhaitent pouvoir se doter d'un outil permettant d'encadrer et de limiter les enseignes\* et publicités, notamment numériques, disposées à l'intérieur des vitrines de commerce, visibles de la rue et entraînant une pollution visuelle et lumineuse. En effet, cette absence d'outil conduisait à un contournement de la réglementation en matière de publicité extérieure, en laissant tout loisir aux commerces de présenter librement des surfaces d'affichage, souvent lumineuses, d'une surface parfois conséquente.

L'encadrement via le RLP des publicités lumineuses et enseignes lumineuses\* situées à l'intérieur des vitrines d'un commerce lorsqu'elles sont destinées à être visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique, introduit à l'article L. 581-14-4 par la loi Climat et Résilience, permet une meilleure régulation de la pression publicitaire et une meilleure adaptation des politiques publiques aux spécificités locales.

<sup>2</sup> Les publicités, enseignes\* et pré-enseignes situées dans les locaux dont l'utilisation est principalement celle d'un support de publicité sont soumises aux mêmes dispositions que celles applicables aux publicités, enseignes\* et pré-enseignes extérieures à des locaux (Art. L. 581-2) ; un RLP peut dès lors les réglementer uniquement de manière plus stricte que les prescriptions du règlement national (Art. L. 581-14).

Par ailleurs, l'installation de tels dispositifs\* ne peut donner lieu ni à déclaration préalable ni à autorisation préalable. Les dispositifs lumineux devront donc respecter les prescriptions du RLP et seront contrôlés *a posteriori*.

Pour garantir le respect des prescriptions qui seront prévues via les RLP pour ces dispositifs, il est également précisé que les sanctions administratives et pénales énumérées à la section 6 du chapitre « Dispositions en matière de sanctions administratives et pénales » du code de l'environnement sont applicables en cas de non-respect de ces prescriptions (cf. [chapitre 7](#) – Les procédures de sanctions).

## II - Les mesures interdites par la jurisprudence

**164. Principes.** À l'occasion de recours introduits par des sociétés d'affichage contre les prescriptions plus restrictives contenues dans les RLP, les juridictions administratives ont eu l'occasion de donner de nombreuses indications sur ce qui pouvait être admis mais surtout sur ce qui ne pouvait figurer dans ces RLP.

**165. Institution de mesures d'interdiction générale et absolue.** Au nom du principe de la liberté d'expression rappelé à l'article L. 581-1, le règlement du RLP ne peut pas instituer des mesures qui ont pour effet d'interdire, de manière générale et absolue, la publicité sur l'ensemble du territoire. Toutefois, le RLP peut identifier des zones 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 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.

Il a ainsi été jugé que les règles du RLP doivent être édictées sans porter une atteinte excessive à la liberté du commerce et de l'industrie et à la concurrence, ainsi qu'à la liberté de l'affichage et de la publicité (CAA Lyon, 3<sup>e</sup> chambre, 03/11/2021, *Union pour la publicité extérieure*, n° 19LY04622).

Le RLP peut cependant interdire la publicité lumineuse\* dans toutes les agglomérations de moins de 10 000 habitants du territoire intercommunal, cette interdiction n'étant pas de nature à porter une atteinte disproportionnée à la liberté de commerce et de l'industrie ou à la liberté de communication (CAA Bordeaux, 5<sup>e</sup> chambre, 04/12/2018, *Société Cocktail Développement*, n° 16BX03856).

**166. Institution de prescriptions trop strictes.** Les prescriptions contenues dans un RLP sont applicables aux publicités et enseignes à installer, mais également à celles déjà en place. En effet, les dispositions des articles L. 581-43 et R. 581-88 imposent la mise en conformité des publicités et enseignes implantées avant l'entrée en vigueur du RLP, dans un délai respectivement de 2 ans et 6 ans à compter de l'entrée en vigueur du RLP (cf. [point n° 208](#)). Par conséquent, pour ce qui concerne les enseignes par exemple, il apparaît nécessaire de faire une lecture des futures règles prévues par le RLP au regard des enseignes existantes et de s'interroger sur les conséquences que peuvent avoir de telles règles sur les dispositifs déjà en place. En effet, des prescriptions très précises en matière de couleurs ou de dimensions par exemple pourraient conduire à imposer la mise en conformité de très nombreuses enseignes qui pourtant ne posent pas de problème particulier et ne portent pas atteinte au cadre de vie, et mettre les commerçants en difficulté.

**167. Atteinte au principe d'égalité.** Le RLP 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 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'admettre la publicité sur mobilier urbain\* dans des zones où toute autre forme de publicité est interdite (par exemple, CAA Marseille, 7<sup>e</sup> chambre, 31/01/2008, *Sté Giraudy Viacom Outdoor*, n° 05MA01990).

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

- le RLP qui interdit la publicité sur le mobilier urbain\* en dehors des dispositifs pour lesquels la commune a signé un contrat ;
- Le RLP qui fixe des règles distinctes de celles de la publicité pour les préenseignes non dérogatoires (CE, 2<sup>ème</sup> – 7<sup>e</sup> sous-sections réunies, 30/03/2009, *Sté LC Com*, n° 305913).

**168. Institution d'un régime d'autorisation préalable autre que celui prévu par le législateur.** 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 ne peut pas soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère (*cf. point n° 220*). Ainsi a été jugé illégal le RLP qui a soumis à autorisation préalable toute forme de publicité (CAA Marseille, 21 /02/2008, *SNPE*, n° 06MA00444).

**169. Mesures guidées par des préoccupations autres que celles liées au cadre de vie.** La finalité de la réglementation relative à la publicité extérieure est la protection du cadre de vie. Par conséquent, le RLP ne peut pas, par exemple, interdire certains dispositifs numériques sur le fondement de considérations de sécurité routière, laquelle relève de l'exercice des pouvoirs de police générale de la circulation, dès lors qu'elles constituent le but déterminant des mesures d'interdiction (CAA Bordeaux, 5<sup>e</sup> chambre, 04/12/2018, *Société Cocktail Développement*, n° 16BX03856).

### 5.2.3 Les annexes

**170. Contenu.** Les annexes du RLP 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 sont générales et qu'il ne comporte par conséquent ni zone, ni périmètre\*, les documents graphiques propres au RLP ne sont pas nécessaires (Art. R. 581-78).

#### I - Les documents graphiques

**171. Objet des documents graphiques.** 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 dispositions particulières ont été instituées (Art. R. 581-78, al. 1<sup>er</sup>). 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

**172. Objet des annexes.** Le RLP comporte en annexe l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération (cf. *point n° 15*) ou, s'il s'agit d'un RLP intercommunal, 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, al. 2). Cette obligation s'explique par la volonté de s'assurer que 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. 411-2 du code de la route. L'adoption d'un RLP va ainsi conduire parallèlement à l'adoption de l'arrêté fixant les limites de l'agglomération (cf. *point n° 170*).

Comme évoqué précédemment (cf. *point n° 15*), 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, 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. Mais quelles que soient les limites d'agglomération fixées par le maire, c'est la réalité géographique de l'agglomération qui importe en matière de publicité. Il a ainsi été jugé que des dispositifs publicitaires implantés dans un environnement rural et qui ne sont pas situés dans des zones où seraient groupés des immeubles\* bâtis rapprochés sont installés hors agglomération (CE, 19/04/2000, SARL AFFIPUB, n° 168166).

## 5.3 - La procédure d'élaboration du RLP

**173. Contexte.** Les RLP sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux dispositions qui régissent l'élaboration, la révision ou la modification des PLU (Art. L. 581-14-1), à savoir les articles L. 153-1 et suivants du code de l'urbanisme (cf. *trames des délibérations prescrivant l'élaboration/révision, soit d'un RLP soit d'un RLP intercommunal* au chapitre 8). Par ailleurs, la loi « Engagement et Proximité » du 27 décembre 2019 a rendu applicables aux RLP, par dérogation à la règle selon laquelle le RLP intercommunal couvre l'intégralité du territoire de l'EPCI, les aménagements prévus pour les PLU par le code de l'urbanisme décrits ci-après en matière de périmètre et d'autorité compétente, ainsi que celles relatives aux EPCI à fiscalité propre de grande taille (cf. ci-après).

Avant la loi « Engagement et proximité » de 2019, le code de l'environnement, bien que prévoyant que la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur le modèle de celle du PLU, imposait la règle suivant laquelle toute élaboration ou évolution d'un RLP initiée par un EPCI devait se faire sur la totalité du territoire de l'EPCI sans dérogation possible (Art. L. 581-14, al. 1). En parallèle, le code de l'urbanisme prévoyait un certain nombre d'aménagements permettant de déroger à la règle selon laquelle le PLU couvre l'intégralité du territoire intercommunal.

La règle ainsi posée par le code de l'environnement empêchait l'élaboration de RLP sur une partie seulement du territoire intercommunal et fragilisait juridiquement les procédures de RLP déjà initiées par des EPCI qui pensaient de bonne foi pouvoir bénéficier des mesures dérogatoires applicables au PLU.

Or, les assouplissements applicables pour les PLU se justifiaient également pour les RLP qui sont élaborés et révisés selon une procédure « miroir » à celle des PLU et par les mêmes collectivités, au regard des problèmes de gouvernance, des situations de blocage ou encore de la difficulté à prendre en compte les attentes des communes au sein d'un projet de territoire trop vaste.

Dans ce contexte, la loi « Engagement et Proximité » du 27 décembre 2019 a permis de rendre applicables aux RLP intercommunaux, les aménagements prévus en matière de périmètre pour les PLU par le code de l'urbanisme, permettant ainsi, dans certains cas, de déroger à la règle prévue à l'article L. 581-14 selon laquelle le RLP couvre l'intégralité du territoire de l'EPCI.

### 5.3.1 Autorité compétente et périmètre

#### I – Le principe général

**174. Autorité compétente.** L'initiative de l'élaboration d'un RLP appartient à l'EPCI compétent en matière de PLU, à la métropole de Lyon ou, à défaut, à la commune (Art. L. 581-14).

L'EPCI qui ne dispose pas de la compétence en matière de PLU peut néanmoins élaborer un RLP dans les mêmes conditions que ceux disposant de cette compétence dès lors que les communes membres délibèrent en vue de lui transférer leur compétence RLP dans les conditions requises par l'article L. 5211-17 du code général des collectivités territoriales. L'article L. 581-14-3 précise ainsi que les dispositions applicables en matière de RLP sont les mêmes que l'EPCI détienne sa compétence RLP parce qu'il est compétent en matière de PLU ou qu'elle lui ait été transférée par les communes en application du code général des collectivités territoriales sans qu'il ne soit compétent en matière de PLU.

**À noter**

Lorsque l'EPCI élabore son RLP intercommunal, il doit le faire en collaboration avec les communes membres. Il arrête les modalités de cette collaboration après avoir réuni une conférence intercommunale rassemblant, à l'initiative de son président, l'ensemble des maires des communes membres (Art. L. 153-8 code de l'urbanisme).

**175. Périmètre.** Le RLP couvre l'ensemble du territoire de l'EPCI s'il s'agit d'un RLP intercommunal ou de la commune s'agissant d'un RLP communal (Art. L. 581-14, al. 1).

## II – Les dérogations au principe général introduites par la loi « Engagement et proximité » du 27 décembre 2019

**176. Aménagements introduits par la loi « Engagement et proximité ».** Les différents aménagements présentés ci-dessous découlent du 1<sup>er</sup> alinéa de l'article L. 581-14-1 qui dispose que, par dérogation au principe selon lequel le RLP couvre l'ensemble du territoire intercommunal ou communal (Art. L. 581-14, al. 1), « les dispositions du titre V du livre Ier du code de l'urbanisme relatives au périmètre du plan local d'urbanisme et à l'autorité compétente en la matière ainsi que les dispositions du même titre V relatives aux établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre de grande taille sont applicables aux règlements locaux de publicité. La métropole d'Aix-Marseille-Provence peut élaborer un ou plusieurs règlements locaux de publicité sur le périmètre prévu au second alinéa de l'article L. 134-12 du même code ».

**À noter**

Une application rétroactive de ces aménagements a été introduite au III de l'article 22 de la loi « Engagement et proximité », non codifiée. Elle est applicable aux procédures d'élaboration et de révision de RLP initiées avant le 28 décembre 2019 (date de publication de la loi) dans les EPCI à fiscalité propre concernés par une création, une fusion ou une modification de périmètre, dans ceux devenus compétents en matière de PLU en application de l'article 136 de la loi ALUR du 24 mars 2014, ainsi que dans les établissements publics territoriaux de la métropole du Grand Paris et de la métropole d'Aix-Marseille-Provence.

**177. Achèvement d'une procédure d'élaboration ou d'évolution de RLP en cours.** Un EPCI compétent en matière de PLU peut achever toute procédure d'élaboration ou d'évolution d'un RLP engagée avant la date de sa création, y compris lorsqu'elle est issue d'une fusion ou du transfert de cette compétence. (Art. L. 153-9, al. 1 code de l'urbanisme).

**À noter**

Lorsque la procédure a été engagée par une commune, celle-ci doit donner son accord. L'EPCI se substitue de plein droit à la commune ou à l'ancien EPCI dans les actes et délibérations afférents à la procédure engagée antérieurement.

**178. Maintien des RLP préexistants à la création d'un EPCI.** Lors de la création de l'EPCI compétent en matière de PLU, y compris dans le cas d'une fusion ou d'une modification de périmètre de l'EPCI compétent, ou lors du transfert de la compétence en matière de PLU, les dispositions des RLP exécutoires restent applicables (Art. L. 153-6 code de l'urbanisme).

**179. Extension ou fusion de procédure de RLP intercommunal après évolution du périmètre de l'EPCI.**

En cas de création d'un EPCI compétent en matière de PLU, y compris lorsque cette création est issue d'une fusion, d'une modification de périmètre d'un EPCI compétent ou du transfert de cette compétence à un tel établissement, le nouvel EPCI peut étendre à la totalité de son territoire une procédure d'élaboration ou de révision d'un RLP intercommunal engagée avant la date du transfert de cette compétence, de la modification de son périmètre ou de sa création ou fusionner des procédures de RLP intercommunal engagées antérieurement (Art. L. 153-9, al. 2 et 3 code de l'urbanisme).

**À noter**

Cette dérogation n'est ouverte que si le projet de RLP intercommunal n'a pas été arrêté.

**180. Achèvement d'une procédure d'élaboration ou d'évolution d'un RLP par une commune nouvelle.**

La commune nouvelle compétente en matière de PLU peut décider d'achever toute procédure d'élaboration ou d'évolution d'un RLP applicable sur le territoire des anciennes communes, qui aurait été engagée avant la date de création de la commune nouvelle. La commune nouvelle se substitue de plein droit aux anciennes communes dans tous les actes et délibérations afférents aux procédures engagées avant la date de sa création (Art. L. 153-10 code de l'urbanisme)

**181. Dérogation pour l'élaboration de RLP infracommunautaires par les EPCI dits de « grande taille ».**

Un EPCI à fiscalité propre compétent en matière de PLU et regroupant au moins cinquante communes peut être autorisé à élaborer plusieurs RLP infracommunautaires. Chacun de ces RLP est applicable sur plusieurs communes ou sur une commune nouvelle ; l'ensemble doit couvrir l'intégralité du territoire de l'EPCI (Art. L. 154-1 code de l'urbanisme).

Ce dispositif dérogatoire est soumis à l'obtention d'une décision favorable du préfet de département (Art. L. 154-2 code de l'urbanisme).

**À noter**

Cette dérogation n'est pas applicable dans les métropoles, y compris la métropole de Lyon, en application de l'article L. 154-1 du code de l'urbanisme.

**182. Cas particulier applicable à la métropole d'Aix-Marseille-Provence.** En application des articles L. 134-11 et L. 132-12 du code de l'urbanisme, la métropole d'Aix-Marseille-Provence relève de dispositions particulières lui permettant d'élaborer plusieurs RLP intercommunaux.



**183. Dérogation pour la révision d'un RLP en cas de fusion d'EPCI dont certains seulement détenaient la compétence PLU.** Une communauté de communes ou d'agglomération créée par fusion entre un ou plusieurs EPCI compétents en matière de PLU et un ou plusieurs EPCI ne détenant pas cette compétence, peut procéder à la révision d'un RLP existant, sans être obligée d'engager l'élaboration d'un RLP couvrant l'ensemble du périmètre intercommunal (Art. L. 153-3 code de l'urbanisme).

#### À noter

Cette dérogation est applicable pendant une période de cinq ans à compter de la création de la nouvelle communauté de communes ou d'agglomération issue de la fusion entre EPCI compétent(s) et EPCI non compétent(s) en matière de PLU (Art. L. 153-3 code de l'urbanisme).

### 5.3.2 La compatibilité du RLP avec les orientations des chartes

**184. Compatibilité.** Les dispositions du RLP doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicables à l'aire d'adhésion d'un parc national\* mentionnées au 2° du I de l'article L. 331-3 (Art. L. 581-14, al. 5).

Sur le territoire d'un parc naturel régional\* (PNR), le RLP peut autoriser la publicité dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc (*cf. point n° 147*). La condition tenant à la présence dans la charte d'orientations ou mesures relatives à la publicité et à l'avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc s'applique uniquement aux chartes et projets de charte dont l'enquête publique préalable à l'approbation de la charte initiale ou révisée a été ouverte après le 9 août 2016 (date de publication de la loi n° 2016-1087 du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages). Les dispositions du RLP doivent être compatibles avec la charte. Si tel n'est pas le cas, les RLP doivent être abrogés ou mis en compatibilité avec la charte dans un délai de trois ans à compter de la date de publication du décret approuvant la charte initiale ou révisée (Art. L. 581-14, al. 6, 7 et 8).

### 5.3.3 Les étapes de la procédure

#### I - La délibération prescrivant le RLP

**185. Contenu de la délibération.** 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. Conformément à l'article L. 153-11 du code de l'urbanisme, cette délibération comporte deux volets : le premier porte sur les objectifs poursuivis, le second sur les modalités de la concertation (*cf. modèles de délibération figurant au chapitre 8*).

**186. Objectifs poursuivis.** Une formulation type et générale des objectifs poursuivis ne peut suffire. Pour exemple, la formule suivante seule est à proscrire : « les objectifs du RLP 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.

**187. Modalité de la concertation.** La délibération doit indiquer les modalités de la concertation selon les indications de l'article L. 103-3 du code de l'urbanisme. La concertation doit intégrer, 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 associations locales de protection de l'environnement, les enseignants et les sociétés d'affichage.

Les modalités de concertation doivent, pendant une durée suffisante au regard de l'importance 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 (Art. L. 103-4 code de l'urbanisme). La concertation pourra notamment revêtir la forme suivante :

- mise à disposition du public, au siège de l'EPCI ou en mairie, du dossier mis à jour à chaque étape de l'élaboration du RLP, 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, permettant au public de formuler ses observations ;
- organisation d'une réunion publique ;
- publication d'articles dans le journal municipal.

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.

**188. Contenu de la délibération prescrivant des RLP infracommunautaires par les EPCI dits « de grande taille ».** Conformément à l'article L. 154-2 du code de l'urbanisme, lorsque l'EPCI à fiscalité propre décide de faire usage de la dérogation prévue à l'article L. 154-1 de ce code (cf. point n° 181) et d'élaborer plusieurs RLP infracommunautaires, la délibération précise :

- le périmètre de chaque RLP infracommunautaire ;
- Le calendrier prévisionnel des différentes procédures.

#### À noter

Cette délibération est notifiée au préfet de département qui dispose d'un délai de deux mois pour donner son accord, dans le respect des critères mentionnés à l'article L. 154-1 du code de l'urbanisme.

**189. Contenu de la délibération visant à étendre ou à fusionner la procédure de RLP intercommunal après évolution du périmètre de l'EPCI** (cf. point n° 179). En application du II de l'article L. 153-9 du code de l'urbanisme, cette délibération précise :

- les modifications apportées aux objectifs définis dans la délibération initiale, s'il y a lieu ;
- les modalités de concertation complémentaires prévues.

**190. Notification de la délibération.** Conformément à l'articles L. 132-7 du code de l'urbanisme, la délibération est notifiée au préfet, au président du conseil régional, au président du conseil départemental, le cas échéant, au président de l'EPCI, aux organismes de gestion des parcs naturels régionaux et des parcs nationaux, aux chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie, chambre de métiers et chambre d'agriculture).

**191. Publicité de la délibération.** Conformément à l'article R.153-21 du code de l'urbanisme, la délibération prescrivant le RLP fait l'objet de mesures de publicité. 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 RLP intercommunal, ou en mairie s'il s'agit d'un RLP communal. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.

Ces formalités de publicité mentionnent le(s) lieu(x) où le dossier peut être consulté.

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

#### À noter

La délibération fait également l'objet d'une mention insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.

## II - L'élaboration du projet de RLP

Le président de l'EPCI compétent ou le maire conduit la procédure d'élaboration du RLP (Art. R. 153-1 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.

## III - Le « porter à connaissance » (PAC)

**192. Contenu du porter à connaissance.** Dès notification de la délibération prescrivant l'élaboration ou la révision du RLP, le préfet doit porter à la connaissance du président de l'EPCI ou du maire l'ensemble des dispositions législatives et réglementaires applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement (Art. L. 132-2, R. 132-1 et R. 132-2 code de l'urbanisme). Il s'agit de présenter les règles applicables en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes (cf. [chapitre 4](#)) ainsi que celles concernant la procédure d'élaboration du RLP telle que décrite au présent chapitre. Celles-ci sont accompagnées de l'ensemble des informations qui sont susceptibles de conditionner le contenu même du RLP. Sans prétendre à l'exhaustivité, il est possible de citer :

- les données INSEE concernant la population de la commune ou de l'EPCI concerné et, le cas échéant, s'ils font partie d'une unité urbaine\* de plus de 100 000 habitants ;
- la liste des monuments classés ou inscrits parmi les monuments historiques, la délimitation du périmètre de protection au titre des abords, la liste des sites patrimoniaux remarquables, des monuments naturels, des sites classés et inscrits, des sites Natura 2000 (zones spéciales de conservation et zones de protection spéciale), 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 ;
- la liste des biens inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO ;
- la carte des autoroutes dont la localisation peut avoir des incidences sur la rédaction du projet de règlement ;
- la carte des voies express.

Le porter à connaissance est obligatoire, mais tout retard ou omission dans la transmission de ces informations est sans effet sur la procédure de RLP engagée par le président de l'EPCI ou le maire (Art. L. 132-2, dernier al. code de l'urbanisme).

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 RLP.

À l'occasion du porter à connaissance, le préfet indique quels services de l'État il souhaite voir associés à l'élaboration du RLP au premier rang desquels figurent les services déconcentrés de l'État dans le département ou la région : DDT(M), ABF, D(R)EAL, etc. (Art. L. 132-5 code de l'urbanisme).

#### IV - L'association des personnes publiques et les consultations

**193. Personnes publiques associées (PPA).** Conformément à l'article L. 132-7 du code de l'urbanisme, sont associées à l'élaboration du RLP, les personnes publiques susceptibles d'être intéressées par le projet de RLP, auxquelles la délibération prescrivant l'élaboration du RLP a été notifiée. Ce sont principalement :

- l'État ;
- le président du conseil régional ;
- le président du conseil départemental ;
- les organismes de gestion des parcs naturels régionaux et des parcs nationaux ;
- les chambres consulaires (chambre de commerce et d'industrie, chambre d'agriculture, chambre de métiers et de l'artisanat).

Bien que certaines des PPA énumérées à l'article L. 132-7 du code de l'urbanisme 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 (Art. L. 132-11 code de l'urbanisme). 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. Elle ne doit pas se limiter à une consultation juste avant l'arrêt du projet.

**194. Consultations à la demande.** L'article L. 132-13 du code de l'urbanisme prévoit que sont consultés à leur demande :

- les présidents des EPCI voisins compétents en matière de PLU ;
- les maires des communes voisines ;
- le président de l'EPCI à fiscalité propre dont la commune en charge de l'élaboration du règlement est membre, lorsque cet EPCI n'est pas compétent en matière de PLU ;
- les associations locales d'usagers agréées dans les conditions définies par décret en Conseil d'État ;
- les associations de protection de l'environnement agréées dans les conditions de l'article L. 141-1 du code de l'environnement.

#### À noter

La consultation des associations s'effectue dans les conditions fixées par l'article L. 311-9 du code des relations entre le public et l'administration c'est-à-dire par consultation gratuite sur place, sauf si la préservation du document ne le permet pas, 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, par courrier électronique et sans frais lorsque le document est disponible sous forme électronique ou encore par publication des informations en ligne.

**195. Consultations à l'initiative du président de l'EPCI ou du maire.** S'il le souhaite, le président de l'EPCI ou le maire peut recueillir l'avis de toute personne, organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes\* et préenseignes\*, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des États limitrophes (Art. L. 581-14-1).

## V - La délibération arrêtant le projet de RLP

**196. Contenu et publicité de la délibération.** Lorsque le projet de RLP est finalisé, il est arrêté par délibération du conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'EPCI. La délibération peut simultanément tirer le bilan de la concertation. Elle est affichée pendant un mois au siège de l'EPCI et dans les mairies des communes membres concernées ou en mairie (Art. R.153- 3 code de l'urbanisme).

**197. Avis.** Le projet de RLP est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi qu'aux personnes ayant demandé à être associées ou à être consultées. Si le projet de RLP est intercommunal, il est également soumis pour avis aux communes membres de l'EPCI.

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. À défaut, ces avis sont réputés favorables (Art. R. 153-4 code de l'urbanisme). Outre ces avis prévus par le code de l'urbanisme, l'article L. 581-14-1 y ajoute la consultation de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites\* (CDNPS) ; son avis est également réputé favorable passé un délai de trois mois. Le projet de RLP est ensuite soumis à enquête publique.

### À noter

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

### À noter

En cas d'avis défavorable de l'une des communes membres de l'EPCI sur les parties du règlement qui la concernent, l'organe délibérant de l'EPCI délibère à nouveau. Lorsque le projet de RLP est modifié pour tenir compte de cet avis et que la commune consultée sur cette modification émet un avis favorable ou n'émet pas d'avis dans un délai de deux mois, l'organe délibérant de l'EPCI arrête le projet modifié à la majorité des suffrages exprimés. Dans tous les autres cas, le projet de RLP est arrêté à la majorité des deux tiers de ses membres (Art. L. 153-15 code de l'urbanisme).

**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 (Art. R. 341-16). Présidée par le préfet ou son représentant, elle se réunit en six formations spécialisées dont une dite « de la publicité ». Elle est alors composée, à parts égales, de membres répartis en quatre collèges (Art. R. 341-17) :

- un collège de représentants des services de l'État, 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. En matière de publicité, ce sont 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 sont invités à siéger à la séance au cours de laquelle le projet est examiné et a, sur celui-ci, voix délibérative (Art. R. 341-21).

L'avis de la CDNPS est pris au vu du rapport d'un service de l'État. Dans la plupart des cas, il s'agira de la DDT(M) ou de l'ABF.

**VI - L'enquête publique**

**198. Définition.** 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. 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.

Le projet de RLP arrêté est soumis à enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre I<sup>er</sup> du code de l'environnement par le président de l'EPCI ou le maire (Art. L. 153-19 du code de l'urbanisme).

**À noter**

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une enquête publique unique (Art. L. 581-14-1).

**199. Durée de l'enquête publique.** La durée de l'enquête publique est fixée par l'EPCI ou le maire, en tant qu'autorité compétente chargée d'ouvrir l'enquête et de l'organiser. Elle ne peut être inférieure à quinze jours mais le commissaire enquêteur ou le président de la commission d'enquête peut décider de la prolonger pour une durée maximale de quinze jours, notamment pour permettre l'organisation d'une réunion publique. Cette décision est portée à la connaissance du public, au plus tard à la date prévue initialement pour la fin de l'enquête, dans les conditions prévues au I de l'article L. 123-10 (Art. L.123-9).

**200. Accès au dossier d'enquête par le public.** Le dossier mis à disposition du public pendant cette durée est consultable au siège de l'EPCI ou de la mairie. Il est également disponible depuis leur site internet ou depuis le site internet de la préfecture si l'EPCI ou la commune ne dispose pas d'un tel site (Art. R. 123-9).

L'article R. 123-10 exige que « les jours et heures, ouvrables ou non, où le public pourra consulter gratuitement l'exemplaire du dossier et présenter ses observations et propositions soient 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 minimum 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. Lorsqu'un registre dématérialisé est mis en place, il est accessible sur internet durant toute la durée de l'enquête. » Un dossier d'enquête publique est disponible en support papier au minimum au siège de l'enquête publique (Art. R. 123-9).

#### À noter

Quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête, le public doit en être informé par un avis qui contient les informations prévues aux articles L. 123-10 et R. 123-11 et qui est publié :

- dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans le département concerné ;
- sur le site internet de l'autorité compétente pour ouvrir et organiser l'enquête (EPCI ou mairie) et par voie d'affichage dans ses locaux ou diffusé par voie de publication locale (journaux électroniques d'information par exemple) (Art. L. 123-10 et R. 123-11). Si l'autorité compétente ne dispose pas d'un site internet, cet avis est publié, à sa demande, sur le site internet des services de la préfecture. Dans ce cas, elle transmet l'avis par voie électronique au préfet au moins un mois avant le début de la participation, qui le met en ligne au moins quinze jours avant le début de la participation.

Cet avis est également rappelé, dans les huit premiers jours de l'enquête dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans le département concerné (Art. R. 123-11).

**201. Contenu du dossier d'enquête.** En application des articles R. 123-8 du code de l'environnement et R. 153-8 du code de l'urbanisme, le dossier d'enquête comprend :

- 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 ;
- les différents avis des personnes publiques associées recueillis dans le cadre de la procédure sur le projet de RLP et celui de la CDNPS ;
- éventuellement tout ou partie des pièces portées à la connaissance de l'EPCI compétent ou de la commune par le préfet ;
- le bilan de la procédure de concertation.

**202. Registre d'enquête.** Le commissaire enquêteur ou un membre de la commission d'enquête tient un registre d'enquête établi sur feuillets non mobiles, coté et paraphé par lui, ou un registre dématérialisé si celui-ci est mis en place, dans lequel le public pourra consigner ses observations et propositions. Ces observations et propositions peuvent également être adressées par voie postale ou par voie électronique au commissaire enquêteur ou au président de la commission d'enquête. 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. Les observations et propositions écrites du public ainsi que celles transmises par voie postale, sont consultables au siège de l'enquête. Celles transmises par voie électronique sont consultables sur le registre dématérialisé ou, s'il n'est pas mis en place, sur le site internet de l'autorité compétente pour ouvrir et organiser l'enquête (EPCI ou mairie) ou sur le site internet de la préfecture, dans les meilleurs délais (Art. R. 123-13).

#### À noter

Les observations et propositions du public sont communicables aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête (Art. R. 123-13).

**203. Réunions publiques.** S'il l'estime nécessaire, le commissaire enquêteur ou le président de la commission d'enquête 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).

**204. Rapport du commissaire enquêteur.** Au terme de l'enquête, le commissaire enquêteur ou la commission d'enquête 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 produites durant l'enquête et, le cas échéant, les observations du responsable du projet en réponse aux observations du public. Le commissaire enquêteur ou la commission d'enquête consigne, dans une présentation séparée, ses conclusions motivées, en précisant si elles sont favorables, favorables sous réserves ou défavorables au projet. Il transmet au président de l'EPCI ou au maire l'exemplaire du dossier de l'enquête déposé au siège de l'enquête, accompagné du ou des registres et pièces annexées, avec le rapport et les conclusions motivées. Il transmet simultanément une copie du rapport et des conclusions motivées au président du tribunal administratif (Art. R. 123-19).

#### Conseil

Il convient de veiller à la motivation des conclusions du commissaire enquêteur ou de la commission d'enquête. Un avis non motivé ou insuffisamment motivé peut être une cause d'irrégularité de l'enquête publique et par conséquent du RLP (Art. R. 123-20).

**205. Suites de l'enquête.** 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 d'enquête publique (avis des PPA et de la CDNPS), des observations du public ou des conclusions du commissaire enquêteur ou de la commission d'enquête (Art. L. 153-21 code de l'urbanisme). 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 consultation des PPA et de la CDNPS doit être réalisée et une nouvelle enquête publique doit également être organisée (CE, 5<sup>e</sup> – 3<sup>e</sup> sous-sections réunies, 30/12/1998, *commune de l'Île Rousse*, n° 171740).



## VII - La délibération approuvant le RLP

**206. Publicité de la délibération.** Le RLP est définitivement approuvé par délibération de l'organe délibérant de l'EPCI ou, à défaut, par le conseil municipal (Art. L. 153-21 code de l'urbanisme).

La délibération d'approbation du RLP est publiée sous forme électronique sur le site internet de la commune, en application du III de l'article L. 2131-1 du code général des collectivités territoriales (CGCT). Cette publication est effectuée dans les conditions définies à l'article R. 2131-1 du CGCT, pendant au moins deux mois.

Dans les communes de moins de 3 500 habitants, il peut être dérogé au principe de publication par voie électronique et la délibération d'approbation du RLP peut être publiée :

- soit par affichage ;
- soit par publication sur papier, tenue à la disposition du public en mairie de manière permanente et gratuite (Art. R. 2131-1 CGCT) ;
- soit sous forme électronique sur le site internet de la commune pendant au moins deux mois et dans les conditions prévues à l'article R. 2131-1 du CGCT.

Le conseil municipal choisit le mode de publicité applicable dans la commune. En l'absence de délibération du conseil municipal actant du mode de publicité, la publication est effectuée sous forme électronique.<sup>3</sup>

### À noter

L'ordonnance n° 2021-1310 du 7 octobre 2021 et son décret d'application n° 2021-1311 du même jour ont modifié les règles de publicité, d'entrée en vigueur et de conservation des actes pris par les collectivités territoriales et leurs groupements. L'ordonnance modifie notamment le code général des collectivités territoriales (CGCT), à savoir, les articles L. 2131-1 et R. 2131-1 (publication des actes et caractère exécutoire) et les articles L. 2131-2 et R. 2131-2-A (modalités de transmission au préfet dans le cadre du contrôle de légalité) ainsi que le code de l'urbanisme, à savoir l'article L. 153-23, et abroge l'article L. 153-24 de ce même code.

Cette ordonnance vise à renforcer la publication des actes des collectivités territoriales par voie électronique tout en instaurant un régime dérogatoire pour les petites communes (de moins de 3 500 habitants) et à simplifier les conditions d'entrée en vigueur desdits actes. Le décret précise ses conditions d'application et supprime la publication au recueil des actes administratifs en abrogeant les articles R. 2121-10 et R. 5211-41 du CGCT. Les nouvelles dispositions législatives et réglementaires du CGCT régissant la publicité des actes et leur entrée en vigueur sont applicables à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2022, celles du code de l'urbanisme, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2023.

Avant l'ordonnance précitée du 7 octobre 2021, les règles de publicité et d'entrée en vigueur du RLP étaient calquées sur celles du PLU. Or, par dérogation à l'article L. 2131-1 du CGCT, l'ordonnance du 7 octobre 2021 a introduit un dispositif spécifique de publication des PLU sur le portail national de l'urbanisme (GPU), lequel n'a pas vocation à donner accès au RLP qui n'est pas un document d'urbanisme, et n'est pas adapté pour accueillir des documents autres que les documents d'urbanisme.

Par conséquent, les mesures de publicité et d'entrée en vigueur de la délibération approuvant le RLP doivent respecter le principe général visé aux articles L. 2131-1 et R. 2131-1 du CGCT (Art. R. 581-79).

<sup>3</sup> Cette ordonnance a été prise en application de l'article 78 de la loi « Engagement et proximité » du 27 décembre 2019.

**207. Modalités d'entrée en vigueur du RLP.** Le RLP n'entre en vigueur qu'à compter de la réalisation des formalités de publicité prévues à l'article L. 2131-1 du CGCT (cf. point n° 206) et de sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité (article L. 2131-2 CGCT). Cette transmission est effectuée par voie électronique pour les communes de plus de 50 000 habitants dans les conditions prévues à l'article R. 2131-2-A du CGCT.

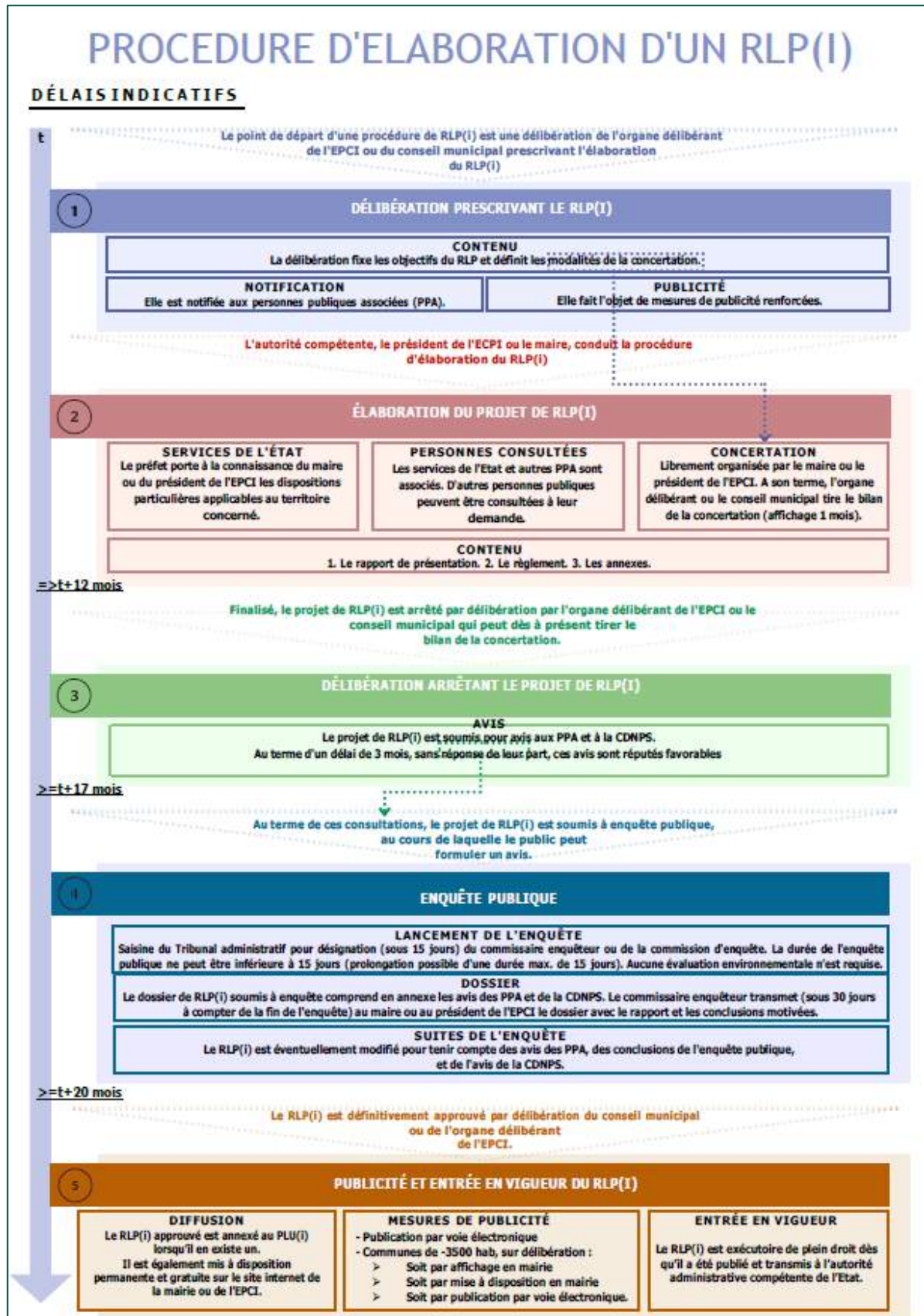
Le RLP est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu (Art. L. 581-14-1). Lorsqu'il a été publié sous forme électronique, il est mis à la disposition du public sur le site internet de la commune et lorsqu'il a été publié sur papier, il est tenu à la disposition du public en mairie (Art. R. 2131-1 CGCT).

#### **À noter**

Les règles en matière de transmission au préfet au titre du contrôle de légalité ont également été complétées par l'ordonnance et le décret précités du 7 octobre 2021 qui ont modifié les articles L. 2131-2 et R. 2131-2-A du CGCT. Pour les communes de plus de 50 000 habitants, la transmission par voie électronique est obligatoire et elle est facultative pour celles de moins de 50 000 habitants. Le décret définit les modalités de transmission et les caractéristiques du dispositif de télétransmission.

## SCHÉMA DE L'ÉLABORATION/RÉVISION DE DROIT COMMUN DU RLP(i)

(Art. L. 153-11 à L. 153-22 code de l'urbanisme, Art. L. 2131-1 et L. 2131-2 CGCT et Art. L. 581-14-1 code de l'environnement)



### 5.3.4 L'opposabilité du RLP

**208. Opposabilité du RLP qui varie.** L'opposabilité du RLP 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.

#### 209. Principes.

1<sup>ère</sup> hypothèse. Le dispositif est une publicité\*, une préenseigne\* ou une enseigne\* implantée après la date d'entrée en vigueur du RLP. Il doit se conformer intégralement aux prescriptions du RLP sous peine de sanctions administratives et/ou pénales (cf. [Chapitre 7](#)).

2<sup>e</sup> hypothèse. Le dispositif est une publicité ou une préenseigne implantée avant la date d'entrée en vigueur du RLP. Il dispose d'un délai de deux ans pour se conformer aux prescriptions de ce RLP sous réserve d'être conforme à la réglementation antérieure à celle qui vient d'entrer en vigueur (qu'elle soit issue du RNP ou, le cas échéant, d'un précédent RLP).

3<sup>e</sup> hypothèse. Le dispositif est une enseigne implantée avant la date d'entrée en vigueur du RLP. Il dispose d'un délai de 6 ans pour se conformer aux prescriptions de ce RLP sous réserve, comme dans la 2<sup>e</sup> hypothèse, d'être conforme à la réglementation antérieure à celle qui vient d'entrer en vigueur.

4<sup>e</sup> hypothèse. Le dispositif est une publicité lumineuse\* ou une enseigne lumineuse\* située à l'intérieur d'une vitrine ou d'une baie\* d'un local commercial et installée avant la date d'entrée en vigueur d'un RLP qui prévoit des prescriptions en la matière. Il dispose d'un délai de deux ans pour se conformer aux prescriptions de ce RLP, sous réserve d'être conforme à la réglementation antérieurement applicable.

## 5.4 L'évolution du RLP

**210. Motifs d'évolution du RLP.** Comme tout document de planification spatiale, le RLP est amené à évoluer. Cette évolution peut avoir des origines multiples, ces exemples n'étant pas exhaustifs :

- les objectifs poursuivis par le RLP 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 ont été modifiées (création d'un parc national\*, d'un parc naturel régional\*, inscription d'un site, etc.).

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

### 5.4.1 La révision du RLP

**211. Hypothèses de révision.** Les articles L. 153-31 à L. 153-35, R. 153-11 et R. 153-12 du code de l'urbanisme définissent la procédure de révision. En matière de RLP, la révision s'impose 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 » (Art. L. 153-34 code de l'urbanisme). 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 périmètre\*s à proximité de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (Art. L. 581-7) ;
- 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).

**212. Procédure de révision.** La procédure de révision est identique à la procédure d'élaboration du RLP (Art. L. 153-33 code de l'urbanisme) telle qu'illustrée dans le schéma ci-dessus.

## 5.4.2 La révision dite « allégée »

**213. Cas où une révision allégée peut être envisagée.** L'article L. 153-34 du code de l'urbanisme dresse une liste limitative de cas où une révision dite allégée peut être mise en œuvre, à condition qu'il ne soit pas porté atteinte aux orientations définies par le plan d'aménagement et de développement durables. En matière de RLP, la révision allégée peut être envisagée « *lorsqu'elle a uniquement pour objet de réduire une protection édictée en raison des risques de nuisance, de la qualité des sites, des paysages ou des milieux naturels* » (cf. Art. L. 153-34, 2° code urbanisme) et à condition qu'il ne soit pas porté atteinte aux orientations générales du RLP.

**214. Consultation de la CDNPS.** Comme pour les autres procédures de RLP, l'article L. 581-14-1 impose que le projet de révision allégée soit soumis à l'avis de la CDNPS, avant d'être soumis à enquête publique. Son avis est réputé favorable passé un délai de trois mois à compter de sa saisine.

### À noter

La dénomination « révision allégée » n'apparaît pas dans le code de l'urbanisme. La révision dite « allégée » implique l'organisation d'une réunion d'examen conjoint de l'État, de l'EPCI compétent ou de la commune et des PPA avant l'enquête publique. Il n'y a donc pas les étapes de réalisation du porter à connaissance en phase d'association ni de consultation des personnes publiques à leur demande. Le projet de RLP n'est pas non plus soumis pour avis dans un délai de trois mois aux personnes publiques associées (à l'exception de l'avis de la CDNPS, comme indiqué ci-dessus) puisque c'est la réunion d'examen conjoint qui se substitue à cette étape. Cette réunion est organisée avant l'enquête publique et donne lieu à un procès-verbal qui doit être joint au dossier d'enquête.

**215. Procédure de révision allégée.** La procédure de révision « allégée » est décrite à l'article R. 153-12 du code de l'urbanisme, à savoir :

- initiative du maire ou du président de l'EPCI compétent ;
- saisine de l'organe délibérant de l'EPCI ou du conseil municipal qui délibère sur les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation conformément à l'article L. 103-3 ;
- délibération arrêtant le projet de révision du RLP qui peut simultanément tirer le bilan de la concertation organisée en application de l'article L. 103-6 ;
- examen conjoint des personnes publiques associées, à l'initiative du président de l'établissement public ou du maire ;
- enquête publique organisée par le président de l'établissement public ou par le maire sur le projet de révision arrêté, accompagnée du procès-verbal de la réunion d'examen conjoint.

**216. Approbation du projet de révision allégée.** À l'issue de l'enquête publique, le projet de RLP, 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. L'acte approuvant la révision allégée devient exécutoire dès qu'il a été publié et transmis au préfet au titre du contrôle de légalité (Articles L. 2131-1 et L. 2131-2 CGCT).

### 5.4.3 La modification du RLP

**217. Hypothèses de modification.** Selon l'article L. 153-36 du code de l'urbanisme, la procédure de modification s'applique lorsque la procédure de révision ne s'impose pas. En matière de RLP, cela pourra notamment être le cas :

- pour corriger une erreur matérielle ;
- pour apporter d'infimes changements aux dispositions du règlement et/ou du zonage ;
- pour prévoir des règles plus restrictives ;
- pour ajouter des prescriptions relatives aux publicités lumineuses et enseignes lumineuses\* situées à l'intérieur des vitrines des commerces en application de l'article L. 581-14-4 (cf. points n° [146](#) et [163](#)).

**218. Procédure de modification.** La procédure de modification est engagée à l'initiative du président de l'EPCI ou du maire qui établit le projet de modification (Art. L. 153-37 code de l'urbanisme). Ce dernier est notifié au préfet, aux personnes publiques associées ainsi qu'aux maires des communes concernées par la modification (Art. L. 153-40 code de l'urbanisme). En revanche, dans le cadre d'une modification de RLP la saisine de la CDNPS n'est pas prévue, celle-ci devant se prononcer sur le projet arrêté (Art. 581-14-1, 3<sup>e</sup> alinéa). Or, la modification de RLP ne fait pas l'objet de la procédure d'arrêt de projet.

#### À noter

La procédure de modification simplifiée n'est pas applicable au RLP (Art. L. 581-14-1).

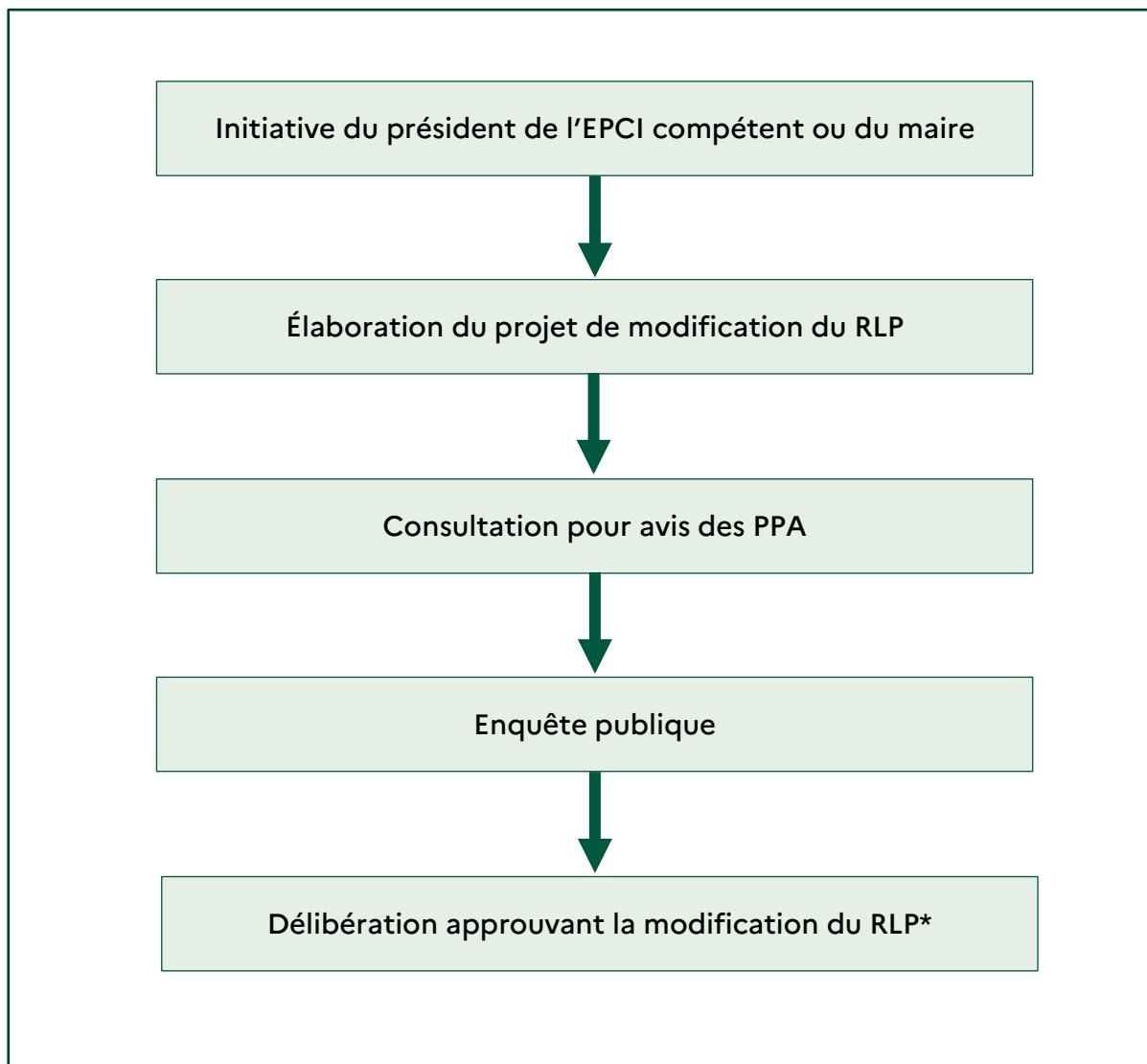
**219. Approbation du projet de modification.** À l'issue de l'enquête publique, le projet de RLP éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire-enquêteur, est approuvé par délibération de l'organe délibérant de l'EPCI ou du conseil municipal. L'acte approuvant la modification devient exécutoire dès qu'il a été publié et transmis au préfet au titre du contrôle de légalité (Articles L. 2131-1 et L. 2131-2 CGCT).

#### À noter

La modification du RLP est soumise à enquête publique en application de l'article L. 581-14-1 qui dispose que le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément à la procédure d'élaboration, de révision ou de modification du PLU. En effet, compte tenu du renvoi aux procédures en vigueur en matière de PLU par l'article L. 581-14-1 pour la modification d'un RLP, et dans la mesure où la modification d'un PLU (art. L. 153-41 et s. code de l'urbanisme) est soumise à enquête publique, le RLP modifié est également soumis à enquête publique.

**SCHÉMA DE MODIFICATION DU RLP**

(Art. L. 153-37, L. 153-40, L. 153-43 et L. 153-44 code de l'urbanisme  
et Art. L. 581-14-1 code de l'environnement)



\* Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par les articles L. 2131-1 et R. 2131-1 du CGCT. Les dispositions de ces articles sont également applicables pour déterminer le caractère exécutoire du RLP modifié.



# 6

## Le régime des autorisations et déclarations préalables



**220. Contexte.** Si l'installation, le remplacement et la modification des dispositifs\* publicitaires et des préenseignes sont en principe soumis à déclaration préalable (Art. L. 581-6), les dispositifs identifiés comme susceptibles de porter une atteinte particulière au cadre de vie sont eux soumis à autorisation préalable (Art. L. 581-9). Les deux procédures ne peuvent pas se superposer. En ce qui concerne les enseignes, il n'existe pas de déclaration préalable. Hormis les cas d'autorisation, les enseignes ne sont donc soumises à aucune formalité préalablement à leur installation ([cf. fiche sur le régime d'autorisation et de déclaration figurant au chapitre 8](#)).

#### À noter

Des prescriptions techniques peuvent être prévues via les RLP à l'encontre des publicités lumineuses et enseignes lumineuses\* situées à l'intérieur des vitrines des commerces et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (Art. L. 581-14-4 – [cf. points n° 146, 163 et 217](#)). En revanche, il n'est pas possible de prévoir via le RLP l'obligation de déposer une déclaration préalable ou une demande d'autorisation préalable à l'encontre de ces dispositifs.

De même, le RLP ne peut soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère ([cf. point n° 168](#)). Ainsi, a été jugé illégal un RLP qui a soumis à autorisation préalable toute forme de publicité (CAA Marseille, 21 /02/2008, *SNPE*, n° 06MA00444).

## 6.1 L'autorisation préalable

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

**221. Publicités soumises à autorisation préalable.** 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 ([cf. points n° 86 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\* ([cf. points n° 57, 62 et s. et 70 et s.](#)) ;
- des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires ([cf. point n° 93 et s.](#)).

Par ailleurs, l'article L. 581-10 prévoit que des dispositifs publicitaires, lumineux ou non, implantés sur l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises et situés en agglomération peuvent déroger aux prescriptions fixées en application du premier alinéa de l'article L. 581-9 en matière d'emplacement, de surface et de hauteur ([cf. fiche figurant au chapitre 8](#)). L'implantation de ces dispositifs dérogatoires est alors soumise à autorisation préalable du conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'EPCI compétent ou du conseil de la métropole de Lyon selon les modalités prévues à l'article R. 581-21-1 ([cf. point n° 226](#)).

**222. Enseignes soumises à autorisation préalable.** 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 ;
- des enseignes installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- des enseignes temporaires\* installées sur un immeuble\* ou dans les lieux visés à l'article L. 581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, de celles 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 (Art. L. 581-18 – [cf. points n° 131, 132](#)).

## 6.1.2 L'instruction

### 223. Modalités de dépôt du dossier.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024, date d'entrée en vigueur de la décentralisation de la police de la publicité, le dépôt des déclarations préalables et des demandes d'autorisation préalable se fait systématiquement auprès de la mairie du lieu d'implantation du dispositif.

### 224. Contenu du dossier.

#### **Nota bene**

De nouveaux CERFA seront prochainement proposés. Dans l'attente de la finalisation de ces nouveaux CERFA, il convient d'utiliser les formulaires existants.

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 CERFA 14798\*1 téléchargeable à l'adresse suivante : <http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/R24287.xhtml>.

Les demandes formulées sur tout autre document ne sont donc pas recevables. Dans ce cas, 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 approprié.

Outre les renseignements figurant dans le formulaire, le pétitionnaire doit adresser un certain nombre de documents complémentaires dont la liste, exhaustive, figure dans le bordereau de pièces exigibles 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.

**225. Services instructeurs compétents.** La demande est adressée au maire de la commune où est envisagée l'implantation du dispositif (guichet unique). Lorsque les compétences en matière de police de la publicité ont été transférées au président de l'EPCI, le maire réceptionne la demande puis l'adresse dans la semaine qui suit le dépôt au président de l'EPCI qui procédera à son instruction (Art. R. 581-9-2).

**226. Cas particulier :** L'implantation sur l'emprise\* des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises et situés en agglomération de dispositifs publicitaires dérogeant aux prescriptions en matière d'emplacement, de surface et de hauteur doit donner lieu à l'obtention préalable d'une autorisation délivrée, selon les cas, soit par le conseil municipal, soit par l'assemblée délibérante de l'EPCI compétent, soit par le conseil de la métropole de Lyon. Le contenu de la demande d'autorisation préalable et les conditions de délivrance sont précisés à l'article R. 581-21-1 (cf. points n° [46](#), [73](#), [159](#), [221](#)).

#### **À noter**

Lorsque les pouvoirs de police de la publicité ont été transférés au président de l'EPCI, le service instructeur de la demande d'autorisation préalable est désigné par l'EPCI. Le maire doit dans tous les cas être en mesure d'assurer la réception des demandes et leur transmission à l'EPCI (cf. point n° [227](#)).

**À noter**

Pour les publicités et préenseignes, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif ou le matériel.

Pour les enseignes\*, la demande d'autorisation est présentée par la personne ou l'entreprise qui exerce l'activité signalée.

Le dépôt de la demande d'autorisation préalable peut être réalisé :

- soit sous format papier : dans ce cas, la demande 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, au maire de la commune où est envisagée l'implantation du dispositif ou du matériel ;
- soit par voie électronique auprès du maire de la commune où est envisagée l'implantation du dispositif ou du matériel (Art. R. 581-9).

**227. Enregistrement du dossier.**

Lorsque les compétences en matière de police de la publicité ont été transférées au président de l'EPCI, le maire transmet la demande à ce dernier dans la semaine qui suit le dépôt (Art. R. 581-9-1).

**Si la demande est déposée sous format papier**, le service instructeur dispose d'un délai d'un mois pour vérifier la complétude du dossier déposé.

- soit le dossier déposé est complet : dans ce cas, le service instructeur adresse au pétitionnaire 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 ;
- soit le dossier est incomplet ([cf. modèle de lettre de demande de pièces complémentaires figurant au chapitre 8](#)) : le service instructeur adresse au pétitionnaire un courrier notifié par envoi recommandé avec demande d'avis de réception postal qui indique 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 et 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).

Lorsque le dossier est complété dans le délai imparti, le service instructeur lui adresse le récépissé.

**Si la demande est déposée par voie électronique**, le pétitionnaire reçoit un accusé de réception électronique et, lorsque celui-ci n'est pas instantané, un accusé d'enregistrement électronique (Art. L. 112-11 CRPA).

Lorsque l'accusé de réception électronique n'est pas instantané, il doit être envoyé au plus tard dans un délai de dix jours ouvrés à compter de la réception de l'envoi de l'intéressé (Art. R. 112-11-2 CRPA). Aussi, en cas de dépôt d'une demande d'autorisation préalable dématérialisée, si la compétence « police de la publicité » a été transférée au président de l'EPCI, il est recommandé à la mairie qui a reçu la demande de la transmettre au service instructeur dans un délai de trois jours ouvrés.

Le récépissé ou accusé de réception électronique comprend les informations suivantes :

- le numéro d'enregistrement ;
- la date de réception de la demande et la date à laquelle, à défaut d'une décision expresse, celle-ci sera réputée acceptée ou rejetée ;
- la désignation, l'adresse postale et, le cas échéant, électronique, ainsi que le numéro de téléphone du service chargé du dossier ;

Comme la demande est susceptible de donner lieu à une décision implicite d'acceptation, le récépissé mentionne la possibilité offerte au demandeur de se voir délivrer l'attestation prévue à l'article L.232-3 CRPA.

#### 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 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 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. Le délai commence à courir à **compter de la date indiquée dans le récépissé** et non à la date de réception dudit récépissé.

**228. Consultations.** 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, en application de l'article R. 581-11, lorsque la demande d'implantation de la publicité lumineuse concerne un lieu situé aux abords d'un monument historique tels que définis à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ou un lieu situé dans le périmètre d'un des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code 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 :

Lieu d'implantation de la publicité en toiture ou terrasse en tenant lieu	ABF
Immeuble protégé au titre des abords	Accord
Périmètre d'un site patrimonial remarquable (SPR)	Accord

#### À noter

Lorsque le projet d'installation nécessite l'accord de l'ABF, celui-ci émet un avis conforme. Par conséquent, en cas d'avis défavorable de sa part, l'autorité compétente est tenue de refuser l'autorisation sur le fondement de son avis défavorable. En revanche, l'autorité compétente n'est pas liée par un avis favorable de l'ABF et peut refuser l'autorisation sur le fondement du non-respect du RNP ou du RLP par exemple.

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 commission départementale de la nature, des paysages et des sites\* (CDNPS) est requise (Art. L. 581-9, al. 2).

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 l'article R. 581-16 et synthétisées dans ce tableau :

Lieu d'implantation de l'enseigne permanente	ABF	Préfet de région
Monument historique classé ou inscrit	Accord	
Immeuble protégé au titre des abords	Accord	
Site patrimonial remarquable (SPR)	Accord	
Monument naturel, site classé, cœur de parc national*, réserves naturelles, arbre		Accord

Lorsque la demande porte sur l'implantation d'une enseigne à faisceau de rayonnement laser (cf. points n° 131, 132), un avis du service de l'État en charge de l'aviation civile est requis (Art. R. 581-18). Si l'enseigne laser est implantée dans un des lieux visés par le précédent tableau, l'avis du service de l'État 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 interrégionales de la sécurité de l'aviation civile (DSAC/IR).

(Lien pour connaître les coordonnées de ces directions interrégionales : [https://annuaire.service-public.fr/gouvernement/service-a-competence-nationale\\_171162](https://annuaire.service-public.fr/gouvernement/service-a-competence-nationale_171162)) (cf. fiche de coordonnées des services au chapitre 8).

Lorsque la demande porte sur l'implantation d'une enseigne temporaire\* (cf. point n° 128), les règles de consultation sont précisées par l'article R. 581-17. Ainsi, 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.

**229. Transmission du dossier.** 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 la réception d'un dossier complet. En revanche, lorsque la CDNPS doit être consultée, le dossier de demande doit lui être transmis pour avis au plus tard quatre jours après la réception, par l'autorité compétente d'un dossier complet (Art. R. 581-12).

### 6.1.3 La décision

**230. Principes.** 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, qu'elles figurent dans le code de l'environnement ou, le cas échéant, dans le 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, par exemple si le projet d'installation ne respecte pas les dispositions du code de l'environnement ou du RLP.

**À noter**

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 (Art. R. 581-12).

**1 : La décision d'acceptation**

**231. Forme de la décision.** 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 demande d'avis de réception ou par voie électronique 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 (Art. R. 581-13).

**232. Régime du retrait de la décision d'acceptation.** L'autorisation créant des droits au profit de son détenteur, les conditions de son retrait sont étroitement encadrées.

Qu'elle soit expresse ou tacite, la décision d'acceptation ne peut être retirée qu'à la condition qu'elle soit illégale et que le retrait intervienne dans un délai de quatre mois à compter de sa signature (Art. L. 242-1 CRPA).



Conformément aux dispositions de l'article L. 122-1 du CRPA, le pétitionnaire doit, avant toute prise de décision, avoir été mis 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. La décision de retrait doit être motivée (Art. L. 211-2, 4°, CRPA)

**Bon à savoir**

Le point de départ du délai de quatre mois n'est pas la date de la notification de la décision au pétitionnaire mais la date à laquelle la décision est intervenue.

**À noter**

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

**233. Durée de l'autorisation.** 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'installation, à savoir trois semaines au plus tôt avant le début de la manifestation ou de l'opération, et une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou 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.



Pour être exécutoire, l'autorisation doit être adressée par le service instructeur au préfet au titre du contrôle de légalité.

## 2 : La décision de refus

**234. Forme de la décision.** 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.

**235. Motivation du refus.** 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 confirmée par le Conseil d'État (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).

L'autorité de police peut également 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).

**Article R. 418-4 du code de la route :**

*« 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 rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'Intérieur. »*

**À noter**

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.

Il n'en est pas de même pour les bâches publicitaires\*. Pour ces bâches, en application du dernier alinéa de l'article R. 581-20, la date et le numéro de l'arrêté municipal accordant l'autorisation ainsi que l'indication des surfaces d'affichage publicitaire autorisé doivent être mentionnées sur la bâche de manière visible de la voie publique, et ce pendant toute la durée de son utilisation.



## ÉTAPES DE L'INSTRUCTION AVEC CONSULTATIONS

(Art. R. 581-10 et Art. R. 581-12)

### Dépôt du dossier à la mairie du lieu d'implantation

Si dépôt par voie électronique, le pétitionnaire reçoit un accusé d'enregistrement électronique

Le maire de la commune est l'autorité compétente en matière de police de la publicité	La compétence a été transférée au président de l'EPCI
	Le maire transmet à l'EPCI dans un délai de 8 jours maxi

Vérification de la complétude du dossier par le service instructeur (soit mairie soit EPCI) :

- soit le dossier est déposé sous format papier : délai d'un mois pour vérifier la complétude ;
- soit le dossier est déposé par voie électronique : délai de 10 jours à compter de la réception par le service instructeur pour vérifier la complétude.

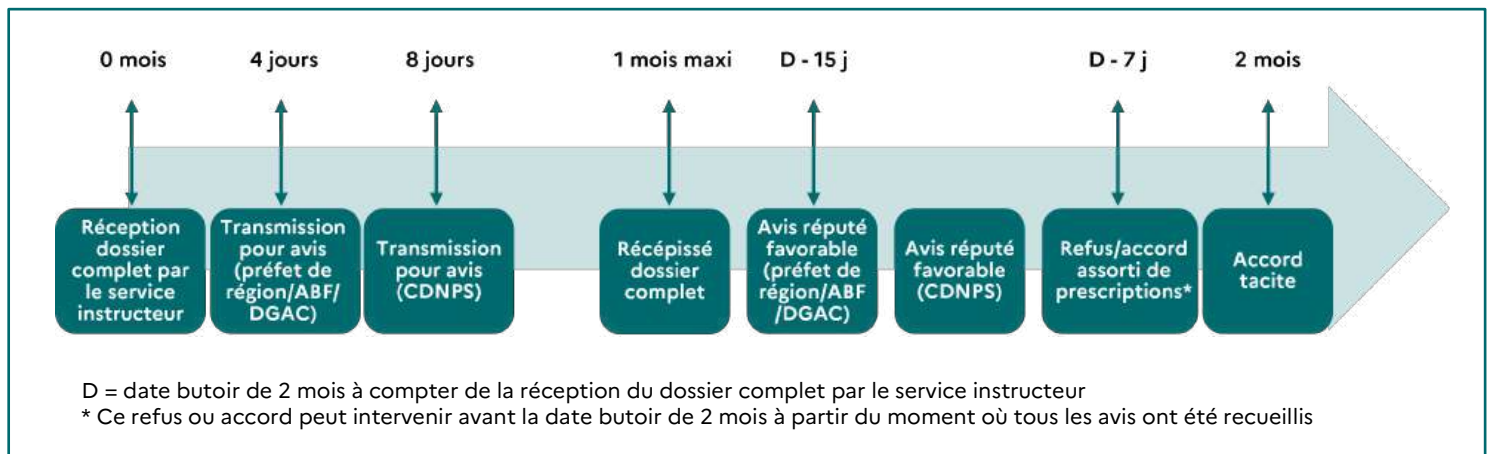
<b>Le dossier est complet</b>	<b>Le dossier est incomplet</b>
-------------------------------	---------------------------------

Délivrance d'un récépissé dans le mois suivant la réception de la demande avec mention de la date à laquelle, en l'absence de décision expresse, une autorisation tacite sera acquise	Demande de pièces complémentaires : <ul style="list-style-type: none"> <li>• soit dans le mois qui suit le dépôt si le dossier a été déposé sous format papier ;</li> <li>• soit dans un délai de 10 jours à compter de la réception par le service instructeur si le dossier a été déposé par voie électronique</li> </ul>
---	---

<b>Dossier complet :</b> Délai d'instruction du dossier : 2 mois maxi
--

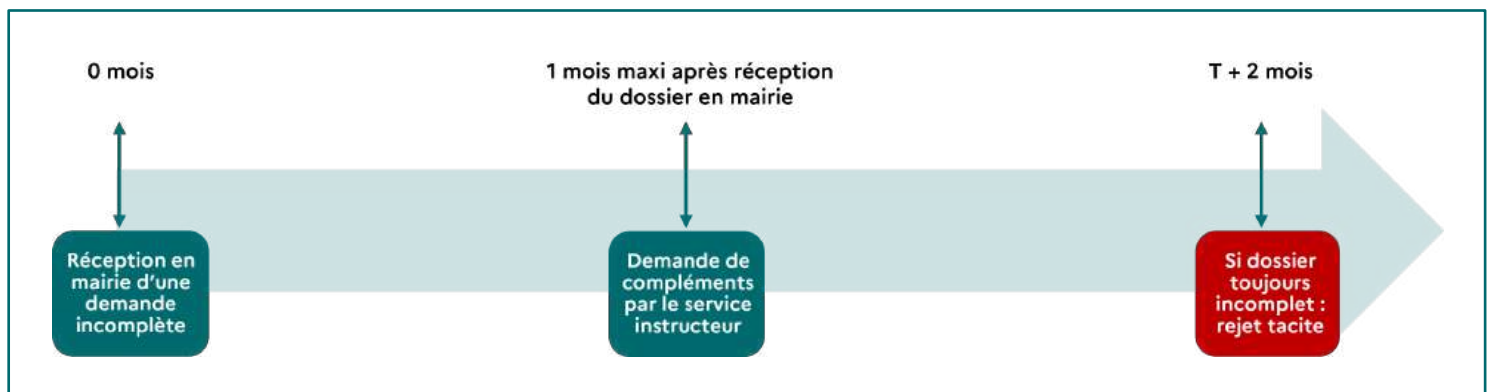
Si l'avis d'un autre service doit être sollicité :
--

<b>Avis de l'ABF ou du préfet de région</b>	<b>Avis de la CDNPS</b>
Transmission du dossier dans un délai de 8 jours	Transmission du dossier dans un délai de 4 jours
Avis réputé favorable si pas de réponse 15 jours avant la fin du délai de 2 mois	Avis réputé favorable si pas de réponse 8 jours avant la fin du délai de 2 mois



### 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

**236. Les hypothèses de déclaration préalable.** Lorsque la publicité n'est pas soumise à autorisation préalable, le dispositif qui la supporte doit faire l'objet d'une déclaration préalable à l'occasion de son installation, de sa modification ou de son remplacement (*cf. fiche sur le régime des autorisations et déclarations figurant au chapitre 8*). L'installation s'entend de l'implantation de tout nouveau dispositif. Le remplacement s'entend de la dépose d'une installation existante suivie du montage d'une installation nouvelle. La modification s'entend de toute transformation affectant l'aspect extérieur, l'orientation, les dimensions ou les caractéristiques d'une installation.

#### À noter

Si l'installation des bâches de chantier\* accueillant de la publicité ou des autres bâches publicitaires\* est soumise à autorisation préalable (Art. R. 581-19 – *cf. points n° 86 et s., n° 221*), la modification ou le remplacement de la publicité installée sur ce support\* sont soumis à déclaration préalable (Art. R. 581-6).

Les préenseignes étant soumises au régime de la publicité (*cf. point n° 7*), 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 (Art. R. 581-6) ; ce qui est notamment le cas, par principe, des préenseignes\* dérogatoires (Art. R. 581-66).

#### À noter

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, autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence, à autorisation préalable.

### 6.2.2 Le dossier de déclaration préalable

#### Nota bene

De nouveaux CERFA seront prochainement proposés. Dans l'attente de la finalisation de ces nouveaux CERFA, il convient d'utiliser les formulaires existants.

**237. Le formulaire CERFA.** L'arrêté du 31 août 2012 a fixé le modèle de formulaire de déclaration préalable. Il s'agit du n° CERFA 14799\*1 qui 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.



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).

**238. Autorité compétente.** La déclaration doit être déposée contre décharge ou adressée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou par voie électronique à la mairie du lieu d'implantation du dispositif.

Quand la déclaration est adressée en lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou déposée contre décharge à la mairie du lieu d'implantation du dispositif, elle doit être établie en deux exemplaires.

Lorsque les compétences en matière de police de la publicité ont été transférées au président de l'EPCI, le maire lui transmet la déclaration dans la semaine qui suit le dépôt (Art. R. 581-8-1).

**239. Suite de la transmission du dossier.** Contrairement à la demande d'autorisation préalable, il n'y a pas d'instruction de la déclaration préalable, ni de décision expresse ou tacite en résultant. Dès réception de la déclaration, le déclarant peut procéder, sous sa responsabilité, à la réalisation du projet déclaré (Art. R. 581-8, dernier al.). 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 (*un exemple de courrier figure au Chapitre 8*). 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 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.

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 cinq jours à compter de la date de réception dudit arrêté.



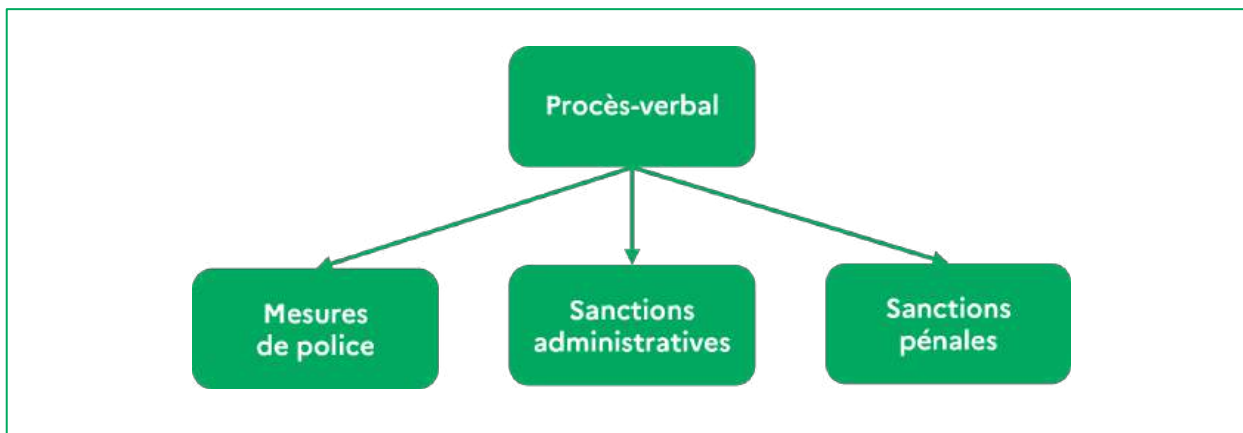
# PUBLICITE



7

Les procédures  
de sanctions

Le respect du code de l'environnement et, le cas échéant, du RLP est garanti par des mesures de police, 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).



Pour des questions de commodité, seule la mention « le maire » est utilisée dans ce chapitre, et plus généralement dans le guide, pour désigner l'autorité compétente en matière de police de la publicité en application de l'article L. 581-3-1. Toutefois, lorsque cette compétence a été transférée au président de l'EPCI en application du A du I de l'article L. 5211-9-2 du CGCT, ce dernier est substitué aux maires concernés dans tous les actes relevant des pouvoirs transférés (Art. L. 5211-9-2, II CGCT). Cette dénomination commune est matérialisée par une \* à chaque occurrence du mot maire.

## 7.1 Le constat d'infraction\*

**240. Objet du procès-verbal.** 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 (*une trame de l'agent verbalisateur, comportant les principales questions à se poser est proposée au chapitre 8*). 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.

### Remarque

Si la déclaration préalable fait apparaître que le dispositif publicitaire déclaré n'est pas conforme à la réglementation, la procédure de mise en demeure est déclenchée sans qu'il soit nécessaire au préalable de rédiger un procès-verbal (Art. L. 581-28). Dans ce cas, le déclarant dispose d'un délai de cinq jours à compter de la date de réception de l'arrêté de mise en demeure pour se mettre en conformité.

**241. Liste des agents verbalisateurs.** 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, aux monuments naturels ainsi qu'aux sites inscrits et classés ;
- 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'État et de ses établissements publics, commissionnés au titre de la réglementation de la publicité extérieure 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. 130-4 du code de la route ;
- des agents des collectivités territoriales assermentés et commissionnés au titre de la réglementation de la publicité extérieure par l'autorité compétente en matière de police ;
- des agents des services de l'État chargés des forêts et des agents de l'Office national des forêts commissionnés à raison de leurs compétences en matière forestière et assermentés à cet effet ;
- des 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 ;
- des gardes du littoral mentionnés à l'article L. 322-10-1 du code de l'environnement 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.

#### À noter

Les catégories d'agents et fonctionnaires habilités à constater une infraction à la réglementation, énumérées à l'article L. 581-40, sont également habilités à mener des actions de police judiciaire en vertu de l'article L. 172-4. Il s'agit des actions prévues aux articles L. 172-5 à L. 172-17, telles que la réalisation d'auditions, la communication de documents, l'accès aux logiciels des entreprises.

**242. Contenu du procès-verbal.** 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\* » (*un modèle type de procès-verbal figure au chapitre 8*). D'une part, il doit viser les éléments de droit suivants :

- les textes législatifs et/ou réglementaires qui ont été méconnus ;
- le cas échéant, les articles du RLP qui ont été méconnus ;
- le code NATINF\* (lorsqu'il s'agit d'une infraction\* pénale).

#### À noter

La base de données NATINF\* (NATure d'INfraction) est une nomenclature créée et gérée par le ministère de la justice (direction des affaires criminelles et des grâces). Cette base recense la plupart des infractions\* pénales en vigueur ou abrogées.

Lien pour accéder aux codes NATINF\* relatifs à l'affichage publicitaire :

<https://natinf.srj.justice.ader.gouv.fr/>



En outre, des informations relatives à l'agent verbalisateur doivent y figurer, à savoir :

- son identité : nom et prénom ;
- sa qualité (grade) ainsi que le nom du service auquel il est rattaché et son adresse professionnelle ;
- sa signature (à défaut de signature, le procès-verbal est considéré comme non avénu et perd sa force probante).

Le procès-verbal doit également préciser l'identification du contrevenant :

S'il s'agit d'une personne physique :	S'il s'agit d'une personne morale :
Civilité	Raison sociale (nom de la personne morale)
Nom	Nom et Prénom du représentant de la personne morale
Prénom	N° SIREN
Adresse complète...	Adresse complète
	+
	Nom du bénéficiaire (pour le compte duquel le dispositif a été installé)
	Adresse complète du bénéficiaire

#### À noter

Les informations concernant la raison sociale et l'adresse du siège de la personne morale ainsi que l'identité de son ou ses représentants permettent d'éviter toute difficulté ultérieure.

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

- la date et l'heure auxquelles il constate l'infraction\* et la date à laquelle il clôture le procès-verbal ;
- la nature du dispositif (publicité, enseigne ou préenseigne) ;
- 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) ;
- la nature et les faits constitutifs de l'infraction\*, qu'ils soient négatifs ou positifs ;
- le recueil des déclarations et des auditions réalisées le cas échéant.

Sont joints au procès-verbal, l'accord manuscrit éventuel de la personne chez laquelle une visite a été effectuée ainsi que toutes pièces utiles telles que la référence cadastrale, le plan-masse, le plan de situation/localisation, les photographies datées et tout document susceptible d'éclairer l'autorité judiciaire sur la situation réelle des faits.

**Bon à savoir**

En droit pénal, constitue un acte positif, le fait d'exécuter une action interdite par la loi. Par exemple, il peut s'agir de l'action d'apposer un dispositif de publicité hors agglomération. A *contrario*, constitue un acte négatif, le fait d'omettre de faire une action rendue obligatoire par la loi. Par exemple, le fait de ne pas demander une autorisation préalable lorsque la loi l'oblige.

**À noter**

« Clôturer un procès-verbal » consiste, pour l'agent verbalisateur, à mettre fin à la rédaction du procès-verbal et à s'interdire d'y apporter des modifications. Cela se matérialise par l'apposition de la mention « fait et clôturé le XX/XX/XX » sur le PV.

**Remarque**

Si le procès-verbal comporte plusieurs feuillets, l'agent doit les parapher et les numéroter dans un souci d'authentification et afin d'éviter toute contestation ultérieure.

Les ratures et ajouts doivent être approuvés. À défaut, ils seraient réputés non écrits.

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.

**243. Communication du procès-verbal.** Le procès-verbal est ensuite adressé, dans les cinq jours qui suivent sa clôture, au procureur de la République (*un modèle de courrier figure au chapitre 8*). Une copie est également adressée dans ce même délai à l'autorité compétente en matière de police (Art. L. 172-16).

Sauf instruction contraire du procureur de la République, une copie du procès-verbal de constatation de l'infraction\* est également transmise au contrevenant dans un délai de cinq jours au moins et de dix jours au plus suivant la transmission du procès-verbal au procureur (Art. L. 172-16 et R. 172-9). 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 n'auraient pas été destinataires d'une copie doivent s'adresser au procureur de la République.

**244. Délai durant lequel peut être dressé un procès-verbal de constat d'infraction\***

Une procédure de mise en demeure (ou toute autre procédure) peut être mise en œuvre même si le procès-verbal est dressé plusieurs années après l'implantation irrégulière d'un dispositif publicitaire. En revanche, lorsqu'en application de l'article L. 581-32 la demande émane soit d'une association agréée de protection de l'environnement, soit du propriétaire de l'immeuble\* sur lequel a été apposée, sans son accord, la publicité ou préenseigne\*, l'autorité compétente est tenue d'agir immédiatement. Dans ce cas, avant de prendre éventuellement un arrêté de mise en demeure, elle doit envoyer un agent assermenté sur le lieu signalé par l'association ou le propriétaire des lieux afin de constater si une infraction\* a effectivement été commise et, dans l'affirmative, dresser un procès-verbal.

### Particularité de la publicité aérienne

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2022, la publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef est interdite en application de l'article L. 581-15 modifié par la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 (cf. point n° 105). Pour procéder au constat en vue de l'établissement du procès-verbal d'infraction\*, le moyen le plus efficace pour effectuer le relevé d'infraction\* est la prise de photos.

Il est ensuite nécessaire d'identifier la personne ayant commis l'infraction\* en relevant l'immatriculation de l'aéronef tractant la publicité aérienne. En effet, les aéronefs ont l'obligation d'être immatriculés (Art. L. 6111-1 code des transports) hormis ceux faisant l'objet des dérogations prévues aux II et III de l'article L. 6111-1 du code des transports et à l'article R. 121-1 du code de l'aviation civile. En ce qui concerne la publicité aérienne, font l'objet de contrôles les publicités tractées par des aéronefs dont l'immatriculation est obligatoire ainsi que celles tractées par des ULM soumis à identification. Ces aéronefs et ULM sont immatriculés ou identifiés de la façon suivante :

**Pour les aéronefs immatriculés :** le format de l'immatriculation se compose de F- suivi de 4 lettres comme suit « F-XXXX » (exemple « F-ABCD ») (immatriculation selon les règles de l'organisation de l'aviation civile internationale (OACI)). Cette immatriculation permet d'accéder au propriétaire, au constructeur, au modèle de l'aéronef et à l'aérodrome d'attache. Ces informations sont disponibles en renseignant l'immatriculation sur le registre d'accès public de l'aviation civile :

[https://immat.aviation-civile.gouv.fr/immat/servlet/aeronef\\_liste.html](https://immat.aviation-civile.gouv.fr/immat/servlet/aeronef_liste.html)

**Pour les ULM identifiés :** le format de l'identification se compose de 2 chiffres (n° du département de première attache) suivis de 2 ou 3 lettres (exemple : « 46AB » ou « 46ABC »). Pour accéder aux informations rattachées au numéro d'identification, il convient d'adresser une demande à la direction générale de l'aviation civile (DGAC) via courriel à l'adresse de la Fonction ULM [ulm@aviation-civile.gouv.fr](mailto:ulm@aviation-civile.gouv.fr)

### Particularité de la publicité en mer

En mer territoriale et dans les eaux intérieures maritimes françaises, la publicité lumineuse est interdite. La publicité non lumineuse, quant à elle, n'est possible que sur les navires, et à condition qu'ils ne soient pas équipés ni exploités à des fins essentiellement publicitaires, et sa surface totale est limitée à 4 m<sup>2</sup> par navire (Art. R. 581-52-2 et R. 581-52-3 - cf. point n° 106). Contrairement aux autres infractions\* à la réglementation de la publicité extérieure qui relèvent du \*maire en tant qu'autorité compétente en matière de police de la publicité, l'autorité compétente pour constater des infractions\* aux dispositions portant sur la publicité en mer est le préfet maritime s'agissant d'interdiction en mer territoriale et sur les eaux intérieures maritimes françaises (voir notamment l'arrêté du 22 mars 2007 établissant la liste des missions en mer incombant à l'État dans les zones maritimes de la Manche-mer du Nord, de l'Atlantique, de la Méditerranée, des Antilles, de Guyane, du sud de l'océan Indien et dans les eaux bordant les Terres australes et antarctiques en cours de modification).

## 7.2 La sanction administrative : l'amende administrative

**245. Infractions\* concernées.** L'article L. 581-26 a institué une amende administrative lorsque la publicité :

- soumise à déclaration préalable en application de l'article L. 581-6 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'autorisation écrite 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) ;
- est diffusée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef (Art. L. 581-15) ;
- ne respecte pas les interdictions applicables aux publicités sur véhicules terrestres, en eaux intérieures ainsi qu'en mer territoriale et sur les eaux intérieures maritimes françaises (Art. R. 581-48 à R. 581-52-1, pris en application de l'article L. 581-15).

### Bon à savoir

Une déclaration qui ne comporte pas la liste des pièces exigibles figurant à l'article R. 581-7 est assimilée à une absence de déclaration.



Une amende administrative 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\*.

**246. Procédure.** Les conditions de mise en œuvre de l'amende administrative sont très précises. Un procès-verbal doit au préalable être établi et doit explicitement indiquer les infractions\* générant un des cas d'amende tels que prévus par l'article L. 581-26. Il est ensuite adressé au procureur de la République et au \*maire. Une copie du PV doit être adressée par le \*maire au contrevenant (Art. L. 581-26).

**247. Pas de possibilité d'invoquer le droit à l'erreur.** Le droit à l'erreur que peuvent invoquer les administrés dans certaines matières tel que prévu à l'article L. 123-1 du code des relations entre le public et l'administration ne s'applique pas dans le cas des sanctions prononcées en cas de méconnaissance des règles préservant directement l'environnement.

**248. Compétence liée du \*maire.** Lorsque le \*maire a connaissance de l'infraction\*, il dresse ou fait dresser un PV de constat et prononce l'amende (*un modèle d'arrêté prononçant l'amende figure au chapitre 8*). On dit alors qu'il est en situation de compétence liée. À ce titre, il a l'obligation de prononcer l'amende administrative. Il ne dispose en effet pas de pouvoir d'appréciation.

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 (*un modèle de lettre de procédure contradictoire figure au chapitre 8*). Si, après cet échange contradictoire, la violation des textes est établie, le \*maire 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. Fixée à un montant maximal de 1 500 euros,

l'amende est prononcée autant de fois qu'il y a d'infractions\* distinctes constatées, pour chaque dispositif, y compris sur le même dispositif et même si l'infraction\* a cessé après qu'un procès-verbal a été dressé.

**249. Principe du cumul ou du non-cumul des infractions\*.** L'amende administrative prévue à l'article L. 581-26 du code de l'environnement pourra s'appliquer autant de fois qu'il y aura un manquement.

#### À noter

En matière de cumul de sanctions administratives, le Conseil Constitutionnel considère qu'aucune exigence constitutionnelle n'impose que des sanctions administratives prononcées pour des manquements distincts soient soumises à une règle de non-cumul (Décision 2021-984 QPC - 25 mars 2022 - *Société Eurelec trading*) (pour ce qui concerne le cumul des sanctions administratives et pénales, se reporter à l'encadré figurant sous le paragraphe 7.4 ci-après).

**250. Modulation de l'amende, proportionnalité et individualisation de la sanction.** Le montant de 1 500 € est un montant maximum. En effet, le principe d'individualisation des peines et de modulation des sanctions administratives est une règle reconnue et consacrée tant par la jurisprudence administrative que constitutionnelle.

Le Conseil constitutionnel a ainsi eu l'occasion de rappeler que le principe d'individualisation des peines, garanti par l'article 8 de la Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen, s'appliquait en matière de sanction administrative ce qui implique que l'autorité prononçant la sanction administrative fixe le montant de celle-ci, dans la limite du maximum déterminé par les dispositions contestées, et en proportionnant cette sanction à la gravité des faits reprochés (Décision n° 2015-489 QPC du 14 octobre 2015 considérants 20 et 21).

Le Conseil d'État a également reconnu l'application de ce principe en affirmant que « le principe d'individualisation des peines [...], s'il ne saurait interdire de fixer des règles assurant une répression effective des infractions\*, implique qu'une sanction administrative ayant le caractère d'une punition ne puisse être appliquée que si l'autorité compétente la prononce expressément en tenant compte des circonstances propres à chaque espèce » (CE, 21 octobre 2013, n° 367107 ; CE, 16 mai 2016, n° 388322).

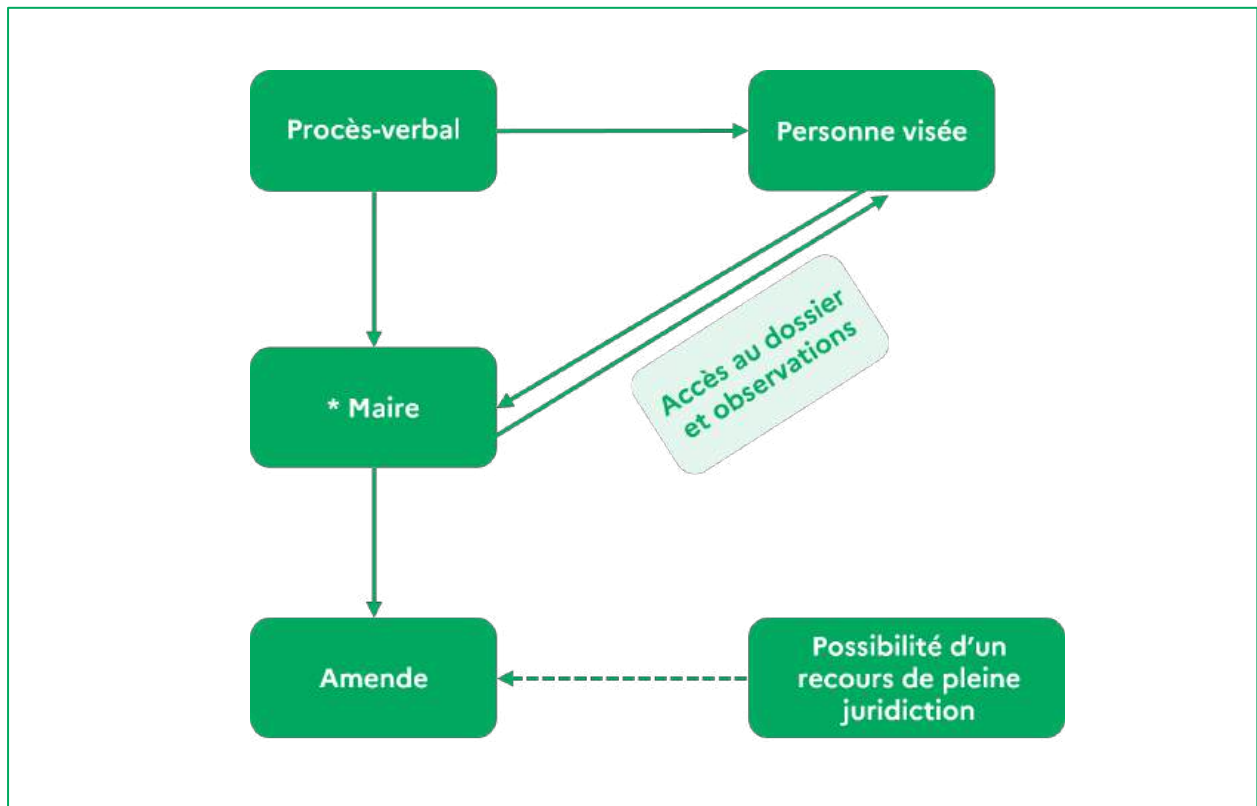
**251. Liquidation.** L'amende est recouvrée au bénéfice de la commune sur le territoire de laquelle l'infraction\* a été constatée. Il incombe au \*maire de liquider le produit de l'amende et de dresser l'état nécessaire à son recouvrement.

#### Bon à savoir

En cas de contentieux, l'amende administrative fait l'objet d'un recours dit « de pleine juridiction ». Outre qu'il 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 a un pouvoir d'annulation, de modification ou de substitution de sa décision à celle de l'autorité administrative. De plus, le juge statue selon la législation en vigueur à la date du prononcé de sa décision à l'inverse du recours pour excès de pouvoir qui prend en compte la législation applicable au jour de la décision litigieuse.

## DÉROULEMENT DE LA PROCÉDURE DE L'AMENDE ADMINISTRATIVE

(Art. L. 581-26)



## 7.3 Les mesures de police administrative

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 suppression immédiate d'office.

### 7.3.1 L'arrêté de mise en demeure

#### 1 : Le contenu de l'arrêté de mise en demeure

**252. Objectif de l'arrêté de mise en demeure.** 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 (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), le \*maire prend un arrêté de mise en demeure ([un modèle figure au chapitre 8](#)). Il est alors en situation de compétence liée et ne dispose pas du pouvoir de refuser de le faire (cf. points n° [254](#), [256](#)).

Dans le premier cas (Art. L. 581-27), le \*maire ordonne, dans un délai de cinq jours à compter de la notification de l'arrêté par lettre recommandée avec accusé de réception, soit la suppression, soit la mise en conformité du dispositif avec ces dispositions, ainsi que, le cas échéant, la remise en état des lieux.

Dans le second cas (Art. L.581-28), le \*maire enjoint dans un délai de cinq jours à compter de la date de réception de l'arrêté de mise en demeure, de déposer ou mettre en conformité le dispositif en cause.

#### À noter

Lorsqu'une publicité doit être enlevée à la suite de 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. Ainsi, le juge administratif a considéré qu'en procédant au seul retrait de l'affichage et en maintenant les supports publicitaires en place, le contrevenant ne satisfait pas à l'obligation qui lui a été faite de retirer les dispositifs irréguliers (CAA Bordeaux, 5 juillet 2005, SA GIRAUDY, n° 00BX0191).

**253. Autorité compétente.** Peu importe si la commune est ou non couverte par un RLP, l'autorité de police compétente pour prendre l'arrêté de mise en demeure est le \*maire.

**254. Nature de la compétence et procédure contradictoire.** 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 des dispositions combinées des articles L. 121-1 et L. 211-2 du code des relations entre le public et l'administration (CRPA).

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, si l'autorité de police se trouve en situation de compétence liée (CAA Lyon 3<sup>e</sup> chambre, 30/06/2021, *Société Athik Aubière*, n° 19LY01618). 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 (voir pour illustrations CAA de Bordeaux, 5<sup>e</sup> chambre, 20/11/2018, *Société Afficion LCartel*, n° 16BX02519 ; CAA de Marseille, 5<sup>e</sup> chambre, 18/01/2021, *SARL Espace Rénovation*, n° 20MA01037).

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.

**255. Illustrations de la compétence liée.** 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, Section, 03/02/1999, *Montaignac*, n° 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 - si 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 (compétence liée) de celles nécessitant une telle appréciation (pas de compétence liée).

Des situations objectives telles que la violation des règles de hauteur, de surface, de distance, etc. prescrites par la réglementation applicable ne nécessitent pas une appréciation des faits de l'espèce.

En revanche, dans de rares cas, des situations sujettes à discussion appellent une appréciation des faits de l'espèce. Par exemple, l'appréciation du caractère aggloméré du lieu d'implantation du dispositif peut s'avérer discutable et donc nécessiter une appréciation des faits de l'espèce. Dans ce cas, en application des articles L. 122-1 et L. 211-2 du CRPA, l'arrêté de mise en demeure ne pourra intervenir qu'après que la personne intéressée a été mise à même de présenter ses observations écrites et, le cas échéant, sur sa demande, des observations orales. Cette personne pourra se faire assister par un conseil ou représenter par un mandataire de son choix.

**256. Cas particulier.** L'article L. 581-32 impose au \*maire 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 (cf. point n° 244) ;
- 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 (cf. points n° 36 et 133).

#### 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 (Art. L. 141-1). Celui-ci est accordé pour une durée de cinq ans renouvelable soit par le préfet, après avis du DREAL, des chefs des services déconcentrés intéressés et du procureur de la République de la cour d'appel du siège de l'association, lorsque l'agrément est sollicité dans un cadre départemental ou régional, soit par le ministre chargé de l'environnement après instruction du préfet lorsque l'agrément est sollicité dans un cadre national (Art. R. 141-9 et Art. R. 141-13).

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, naît une décision implicite de rejet susceptible d'engager la responsabilité de la commune pour carence dans l'exercice du pouvoir de police si l'infraction\* est réelle. Pour éviter une telle situation, 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.



Cette disposition ne s'applique pas aux enseignes\*.

#### Remarque

Lorsque la demande émane du propriétaire, le \*maire peut, parallèlement à l'arrêté de mise en demeure, prononcer l'amende administrative prévue à l'article L. 581-26.



**257. Motivation de l'arrêté de mise en demeure.** En tant que 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 ou les dispositifs dont l'enlèvement ou la mise en conformité est prescrit ainsi que leur nombre et de déterminer l'emplacement exact où il(s) est/sont installé(s). 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*).

#### Remarque

Pour une bonne information des contrevenants et une transparence de l'action de police, il est conseillé de préciser qu'à défaut de se conformer à l'arrêté de mise en demeure une astreinte sera prononcée par jour et par dispositif en infraction\* tant que celui-ci ne sera pas enlevé ou mis en conformité, de même que l'exécution d'office de la décision administrative aux frais du contrevenant.

**258. Notification de l'arrêté de mise en demeure.** L'alinéa 2 de l'article L. 581-27 prévoit que l'arrêté de mise en demeure est notifié, à la personne qui a apposé, fait apposer ou maintenu après mise en demeure la publicité, l'enseigne ou la préenseigne irrégulière. Cette notification prend la forme d'une lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal. 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).

#### Bon à savoir

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 cinq jours. En cas de contestation, l'autorité de police doit apporter la preuve de l'existence et de la date de la notification. Qu'elle soit refusée ou non réclamée dans le délai imparti par La Poste pour retirer un courrier, la lettre recommandée est présumée reçue et régulièrement notifiée à son destinataire à la date de la première présentation et produit ses effets légaux à compter de cette date.

**259. Information.** Le \*maire doit adresser une copie de l'arrêté de mise en demeure au procureur de la République et il doit le tenir immédiatement informé des suites qui ont été données à la procédure (Art. L. 581-33 - *Un modèle de lettre d'information figure au Chapitre 8*).

## 2 : Les suites de l'arrêté de mise en demeure

### L'ASTREINTE

**260. Montant de l'astreinte.** À l'expiration du délai de cinq jours dont le point de départ se situe au jour 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\* (Art. L. 581-30 - *Un modèle d'arrêté de mise en recouvrement de l'astreinte figure chapitre 8*). 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.

#### À noter

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 à un emplacement publicitaire prohibé en exécution d'un contrat conclu entre l'exploitant de cet emplacement et la personne pour le compte de qui ils ont été réalisés (Art. L. 581-30 – cf. point n° 98 et s.).

#### 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 (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/001763852>)

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

$$\frac{200 \times \text{indice de janvier de l'année } n}{\text{indice de janvier 2012 (97.68)}}$$

Pour l'année 2023, le montant de l'astreinte est de 233,13 €.



Le délai de cinq 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.

**261. Charge de la preuve.** 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\*.

**262. Recouvrement de l'astreinte.** Que l'arrêté de mise en demeure ait été pris par le président de l'EPCI ou par le maire, l'astreinte est recouvrée au bénéfice de la commune sur le territoire de laquelle l'infraction\* a été constatée (Art. L. 581-30 al. 3), 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.

**263. Remise ou reversement partiel.** Si le contrevenant établit qu'en raison de circonstances indépendantes de sa volonté il n'a pu observer le délai de cinq jours pour l'exécution totale de ses obligations, le \*maire peut consentir une remise ou un reversement partiel du produit de l'astreinte, lorsque les travaux prescrits par l'arrêté ont été exécutés (Art. L. 581-30, dernier al.).

#### **Important**

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**

**264. Modalités de mise en œuvre.** Parallèlement à l'astreinte, l'article L.581-31 prévoit que le \*maire 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 cinq jours fixé par cet arrêté. 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. Au moins huit jours avant la date de commencement des travaux, le \*maire doit notifier au propriétaire ou au locataire de l'immeuble\* où est installé le dispositif litigieux, l'exécution des travaux de remise en état (*un modèle de lettre d'information du propriétaire figure au chapitre 8*). Les coûts de l'exécution d'office comprennent les frais de personnel, la distance kilométrique d'intervention, l'amortissement des matériels, la location de véhicule au besoin, etc.

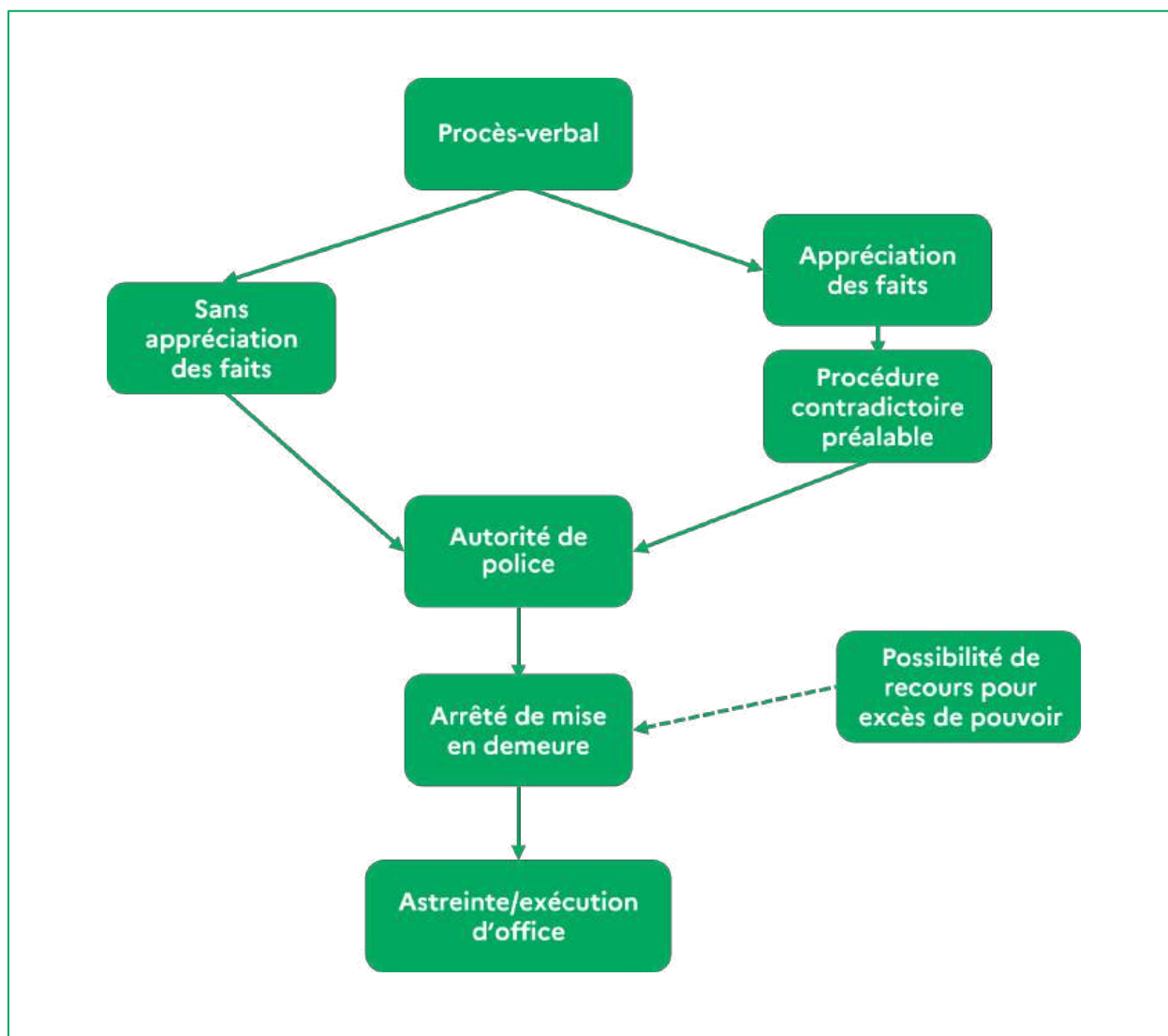
#### **Remarque**

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.

**265. Combinaison avec l'astreinte.** Théoriquement, il semble difficile de recouvrer l'astreinte et, en même temps, de procéder à l'exécution d'office. En pratique, 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 de procéder à l'exécution des travaux.

**LA PROCÉDURE DE MISE EN DEMEURE**

(Art. L. 581-27)

**À noter**

Le fait de faire obstacle à l'accomplissement des contrôles ou à l'exercice des fonctions des agents chargés de missions de contrôle administratif ou de recherche et de constatation des infractions\* est puni de six mois d'emprisonnement et de 15 000 € (Art. L. 173-4).

### 7.3.2 La suppression immédiate d'office

**266. Infractions\* concernées.** L'article L. 581-29 institue une procédure de suppression immédiate 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° 264). Mise en œuvre par le \*maire, la suppression immédiate d'office est une mesure de police administrative facultative. Elle ne s'applique qu'aux seules infractions\* définies par l'article L. 581-29, à savoir :

- 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 en application des dispositions de l'article L. 581-8.

**267. Exigence d'un procès-verbal.** L'article L. 581-40, qui établit la liste des agents habilités à constater 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\*. Le juge administratif a statué 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, n° 08NT02733 et 08NT02734). Cependant, compte-tenu de la finalité répressive de cette procédure, et dans la mesure où l'infraction est constituée, il est vivement recommandé de constater l'infraction\* par voie de procès-verbal, avant d'ordonner la suppression du dispositif publicitaire en infraction.

De plus, le juge administratif opère bien la différence de régime entre la procédure de l'article L. 581-27 et celle de l'article L. 581-29, il n'y a donc pas lieu d'élaborer un arrêté de mise en demeure préalable à la suppression d'office (CAA de Marseille, 7<sup>e</sup> chambre - formation à 3, 03/11/2016, n° 15MA01721).

S'il s'agit d'une infraction\* soumise à l'amende administrative, celle-ci est applicable, même si le panneau a été enlevé.

**268. Information.** 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. L'article L. 581-29 prévoit que seul le propriétaire de l'immeuble\* sur lequel le dispositif a été implanté sans son accord doit être averti de la réalisation des travaux, sauf si bien sûr la suppression intervient à sa demande (un modèle de lettre d'information du propriétaire 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 (cf. points n° 24, 77).

**269. Frais de suppression.** Les frais de la suppression et du stockage du matériel démonté sont supportés par la personne qui a apposé ou fait apposer la publicité. Si elle n'est pas connue, ces frais sont supportés par la personne pour le compte de laquelle la publicité a été réalisée.

#### **Bon à savoir**

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. Ces mesures doivent préalablement avoir fait l'objet d'une notification à l'intéressé ainsi de lui laisser la possibilité de présenter ses observations dans un délai imparti.

#### **Répartition des outils à la disposition du \*maire, selon qu'il est en situation de compétence liée ou non**

Outils pour lesquels le *maire est en situation de compétence liée (Obligation de faire, pas de pouvoir d'appréciation sur la situation)	Outil pour lequel le *maire dispose un pouvoir d'appréciation, et peut ainsi décider de ne pas faire
Arrêté de mise en demeure – L. 581-27 Liquidation de l'astreinte administrative – L. 581-30 Exécution d'office de l'arrêté de mise en demeure – L. 581-31 Amende administrative – L. 581-26	Suppression immédiate – L. 581-29

## 7.4 Les sanctions pénales

**270. Principe.** Au côté des mesures de police et des sanctions administratives, est prévu un régime de sanctions 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.

#### **À noter**

Il est possible de cumuler les peines sous réserve d'une limitation, entre sanctions administratives et pénales. En effet, le Conseil constitutionnel a eu l'occasion de rappeler que « Le principe de nécessité des délits et des peines ne fait pas obstacle à ce que les mêmes faits commis par une même personne puissent faire l'objet de poursuites différentes aux fins de sanctions de nature différente en application de corps de règles distincts. Si l'éventualité que deux procédures soient engagées peut conduire à un cumul de sanctions, le principe de proportionnalité implique qu'en tout état de cause le montant global des sanctions éventuellement prononcées ne dépasse pas le montant le plus élevé de l'une des sanctions encourues. » (Décision n° 2019-783 QPC du 17 mai 2019).

Ainsi, une amende administrative et une amende pénale peuvent se cumuler dès lors que le montant global des sanctions prononcées ne dépasse pas le montant le plus élevé de l'une des sanctions encourues.

**271. Les infractions\* passibles d'amendes délictuelles.** Conformément à l'article L. 581-34, constitue un délit puni d'une amende 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 (lieux d'interdiction absolue de publicité) ;
  - L. 581-7 (interdiction de la publicité hors agglomération) ;
  - L. 581-8 (lieux d'interdiction relative de publicité) ;
  - L. 581-15 (règles applicables à la publicité sur les véhicules, sur l'eau et dans les airs) ;
  - L. 581-18 (enseignes\*) ;
  - L. 581-19 (préenseignes\*).
- 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 un délit, puni 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.

En application de l'article L. 581-35, est également punie par cette amende délictuelle la personne pour le compte de laquelle la publicité est réalisée, lorsque la publicité ou le dispositif\* publicitaire ne comporte pas les mentions prévues à l'article L. 581-5 (nom, adresse ou dénomination sociale de la personne qui l'a apposé ou fait apposer) ou lorsque celles-ci sont inexactes ou incomplètes. Toutefois, dans le cas d'une publicité de caractère électoral, le \*maire met en demeure la personne pour le compte de laquelle la publicité est réalisée de la supprimer et de remettre en état les lieux dans un délai de deux jours francs. Si cette mise en demeure est suivie d'effet, cette personne n'est pas passible de l'amende délictuelle.

**272. Les infractions\* contraventionnelles.** Des amendes contraventionnelles sont également prévues aux articles R. 581-85 à R. 581-87-1.

Ainsi est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 2<sup>ème</sup> 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 3<sup>e</sup> classe le fait d'apposer ou de faire apposer une publicité sans avoir obtenu l'autorisation écrite 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 non lumineuse sur un mur sans avoir préalablement supprimé les publicités anciennes existant au même endroit (Art. R. 581-86).

En application de l'article R. 581-87, est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 4<sup>e</sup> 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 ou à des périodes 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 III de l'article R. 581-34 (régime de la publicité lumineuse) ;
  - des articles R. 581-36, R. 581-40 et du III de l'article R. 581-41 (régime de la publicité numérique) ;
  - des articles R. 581-42 à R. 581-46 (régime de la publicité sur le mobilier urbain\*) ;
  - du 2<sup>ème</sup> alinéa de l'article R. 581-54 (régime des bâches\* de chantier\* accueillant de la publicité) ;
  - du 3<sup>e</sup> 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 dernier alinéa du I et du 1<sup>er</sup> alinéa du II de l'article R. 581-34 (régime de la publicité murale et de la publicité scellée au sol) ;
  - les articles R. 581-36 à R. 581-39 (régime de la publicité lumineuse) ;
  - le I et le 1<sup>er</sup> alinéa du II 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 1<sup>er</sup> et 3<sup>e</sup> alinéas de l'article R. 581-54, de l'article R. 581-55 (régime des bâches\* accueillant de la publicité) ;
  - le 4<sup>e</sup> 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 dernier alinéa de l'article L. 581-44 ou sans avoir observé les conditions posées par cette autorisation ;
- sans avoir observé les prescriptions de l'article L. 581-5 (identification de la personne qui a apposé ou fait apposer la publicité).

En application de l'article R. 581-87-1, est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 5<sup>e</sup> classe le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure, une publicité ou une enseigne lumineuse\* sans observer les prescriptions de l'article R. 581-35 (extinction nocturne des publicités lumineuses) et des 3<sup>e</sup> à 5<sup>e</sup> alinéas de l'article R. 581-59 (extinction nocturne des enseignes lumineuses\*).

#### Forfaitisation des contraventions :

Afin de permettre des poursuites simplifiées et de renforcer l'efficacité des sanctions, le décret n° 2023-1021 du 3 novembre 2023 a modifié l'article R. 48-1 du code de procédure pénale afin de forfaitiser les différentes contraventions prévues aux articles R. 581-85 à R. 581-87-1 (pour plus de précisions sur la forfaitisation des contraventions, [cf. fiche dédiée au chapitre 8](#)).

**273. Pouvoirs du procureur de la République.** 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 quand bien même une amende administrative a été prononcée, un arrêté de mise en demeure notifié ou le panneau enlevé. S'agissant des amendes pouvant faire l'objet d'une forfaitisation, l'initiative de la mesure de forfaitisation relève de l'agent verbalisateur, sous le contrôle de sa hiérarchie, dans le cadre, le cas échéant, des directives ou instructions données par le procureur de la République.

**274. Délai de prescription des infractions\* en matière d'affichage publicitaire.** Le délai de prescription de l'action publique ne court qu'à compter du jour de la suppression ou de la mise en conformité de la publicité, de l'enseigne\* ou de la préenseigne\* irrégulière (Art. L. 581-38). Il est donc légalement possible de constater un panneau en infraction\* installé depuis de nombreuses années.

#### Important

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. Il y a en effet une indépendance des deux volets administratif et pénal.



**275. Office du tribunal de police et du tribunal correctionnel.** Si le procureur de la République décide de poursuivre, la juridiction pénale territorialement compétente, c'est-à-dire celle du lieu où les infractions\* ont été constatées, prononcera autant d'amendes qu'il y a de dispositifs en infraction\*. Il s'agit du tribunal de police pour les contraventions (amende ne pouvant pas excéder 3 000 euros), et du tribunal correctionnel pour les délits (amendes supérieures ou égales à 3 750 euros). 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.

**276. Astreinte pénale.** 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 (Art. L. 581-36).



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.



8

Annexes

# Les annexes

## Fiches mémentos

- Modalités de transfert des prérogatives de police de la publicité au président de l'EPCI
- Cas particulier des réglementations spéciales dites « RLP de première génération » ou « RLP 1G »
- Règles applicables aux publicités situées à l'intérieur de l'emprise des gares ferroviaires et routières et des aéroports
- Règles applicables aux publicités situées sur l'emprise des équipements sportifs
- Publicité, enseignes et préenseignes : autorisations préalables et déclarations préalables
- La publicité extérieure dans le cadre des jeux Olympiques et Paralympiques de 2024
- Coordonnées des services compétents en directions de la sécurité de l'aviation civile interrégionales pour les enseignes à faisceau de rayonnement laser
- Liste des aéroports dont le flux des passagers annuels est supérieur à trois millions de passagers
- Les amendes forfaitaires (contraventions)
- Codes NATINF (nature des infractions)
- Trame de l'agent verbalisateur : Les principales questions à se poser

## Arrêtés et dispositions complémentaires

- 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
- Arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires
- Articles du code de la route en lien avec la publicité

## Documents types

La partie « Documents types » propose des exemples de rédaction de pièces de procédures et d'actes administratifs obligatoires. Ces exemples doivent être complétés et adaptés aux cas d'espèce, notamment au regard de l'autorité compétente en matière de police de la publicité extérieure (maire/président de l'EPCI) et de la présence ou de l'absence d'un PLU ou RLP intercommunal applicable sur le territoire de la commune.

### Élaboration/révision d'un RLP/RLPi :

- ▀ Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/ la révision d'un RLP
- ▀ Trame du contenu de la délibération prescrivant l'élaboration/ la révision d'un RLP intercommunal

### Les procédures et sanctions prises suite à la constatation d'une infraction :

- ▀ Procès-verbal de constat d'infraction à la réglementation de la publicité, des enseignes et des préenseignes
- ▀ Lettre de transmission du procès-verbal au procureur de la République
- ▀ Procédure contradictoire préalable à l'arrêté de mise en demeure
- ▀ Arrêté de mise en demeure
- ▀ Lettre d'information au Procureur de la République
- ▀ Arrêté de mise en recouvrement de l'astreinte administrative au bénéfice de la commune
- ▀ Lettre de demande de pièces complémentaires
- ▀ Lettre de procédure contradictoire préalable à l'amende administrative
- ▀ Arrêté prononçant l'amende administrative
- ▀ Lettre d'information au propriétaire d'un terrain avant suppression immédiate d'office d'une publicité irrégulière

### Arrêtés divers :

- ▀ 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
- ▀ Arrêté déterminant des emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

## Informations complémentaires

- ▀ Sigles et abréviations
- ▀ Lexique

## Fiches mémentos

### MODALITÉS DE TRANSFERT DES PRÉROGATIVES DE POLICE DE LA PUBLICITÉ AU PRÉSIDENT DE L'EPCI

Afin de permettre l'exercice du pouvoir de police de la publicité sur le territoire à l'échelle intercommunale, **les prérogatives de police de la publicité sont transférées automatiquement** du maire au président de l'Établissement public de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre dans les conditions et selon les modalités fixées par l'article L. 5211-9-2 du code général des collectivités territoriales (CGCT).

**Le transfert automatique des prérogatives de police de la publicité** du maire au président de l'EPCI à fiscalité propre, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, concerne toutes les communes membres des EPCI compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) ou de RLP, quelle que soit la taille de la commune.

Les maires disposent toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert dans des conditions exposées au III de l'article L. 5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la loi Climat et Résilience. Plusieurs situations peuvent être identifiées :

- **Dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP** à l'EPCI à fiscalité propre, un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police au président de l'EPCI. Le ou les maires doivent notifier leur opposition au président de l'EPCI (III de l'article L. 5211-9-2 CGCT) ;
- **Dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI**, le maire peut s'opposer à la reconduction du transfert ou au transfert de ce pouvoir. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article L. 5211-9-2 CGCT).

**Quant au président de l'EPCI**, il a la possibilité de renoncer au transfert à condition qu'un ou plusieurs maires des communes concernées se soient opposés au transfert comme exposé ci-dessus. La renonciation au transfert doit intervenir au plus tard un mois après la fin de la période pendant laquelle les maires peuvent s'opposer au transfert. Le président de l'EPCI doit notifier sa renonciation à chacun des maires concernés.

**Le III de l'article 17 de la loi Climat et Résilience a également introduit une disposition transitoire s'appliquant au moment de l'entrée en vigueur de cet article en prévoyant que les maires peuvent s'opposer à ce transfert dans les six mois suivants le 1<sup>er</sup> janvier 2024, mais uniquement lorsque l'EPCI-FP est déjà compétent au 1<sup>er</sup> janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP.**

**Extrait du III de l'article 17 de la loi Climat et Résilience :**

« Pour l'application du 1° du II du présent article, lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre est déjà compétent en matière de plan local d'urbanisme ou de règlement local de publicité à la date d'entrée en vigueur du présent article, un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police de la publicité au président de cet établissement, dans un délai de six mois à compter de la date d'entrée en vigueur du présent article, et le président de cet établissement peut, jusqu'à l'expiration d'un délai d'un mois à compter de la fin de la période pendant laquelle les maires étaient susceptibles de faire valoir leur opposition, renoncer à ce que les pouvoirs de police spéciale des maires des communes membres lui soient transférés de plein droit, dans les conditions prévues au III de l'article L. 5211-9-2 du code général des collectivités territoriales. »

Compte tenu de ce délai et du délai supplémentaire d'un mois pour permettre au président de l'EPCI de renoncer au transfert (à la condition qu'un ou plusieurs maires aient fait usage de leur droit d'opposition), le transfert entre le maire de la commune et le président de l'EPCI prendra effet :

- **Soit le 1<sup>er</sup> juillet 2024**, si aucun maire ne s'oppose au transfert ;
- **Soit le 1<sup>er</sup> août 2024**, si un ou plusieurs maires s'opposent au transfert. Le président de l'EPCI dispose en effet d'un mois pour renoncer au transfert. S'il ne le fait pas, le transfert de la police de la publicité au président de l'EPCI est effectif (dans ce cas de figure, le transfert ne concernera que les **communes qui ne se sont pas opposées**).

Par ailleurs, si un ou plusieurs maires s'opposent au transfert et que le président de l'EPCI renonce au transfert avant le 1<sup>er</sup> août 2024, les maires conserveront la responsabilité d'exercer la police de la publicité au-delà du 1<sup>er</sup> août 2024.

**Point d'attention**

L'article L. 5211-9-2 du CGCT (tel que modifié par les articles 17 de la loi Climat et Résilience et 250 de la loi de finances pour 2024) ne prévoit le transfert automatique des prérogatives de police de la publicité au président de l'EPCI que pour les EPCI à fiscalité propre compétents en matière de PLU ou de RLP. Dans les EPCI-FP qui ne détiennent ni la compétence PLU ni la compétence RLP, ces prérogatives incombent aux maires (quelle que soit la taille de la commune) sans transfert possible au président de l'EPCI.

Les décisions prises par les exécutifs locaux sont soumises à l'article L. 2131-1 du CGCT, elles doivent faire l'objet d'une mesure de publicité et être transmises au préfet au titre du contrôle de légalité (III de l'article L. 5211-9-2 du CGCT).

**Concernant la métropole de Lyon**, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, la compétence de la police de la publicité sera exercée par le président du conseil de la métropole (article L. 3642-2 CGCT modifié par le a) du 2° du II de l'article 17 de la loi Climat et Résilience).

**Concernant la métropole du Grand Paris**, les établissements publics territoriaux (EPT) étant compétents en matière de PLU (II de l'article L. 5219-5 du CGCT), le transfert automatique des pouvoirs de police de la publicité aura donc lieu entre les maires et les présidents des EPT et non entre les maires et le président de la métropole (en application du VI de l'article L. 5219-5 du CGCT).

**Concernant les autres métropoles**, et notamment la métropole d'Aix-Marseille-Provence, le régime du transfert des pouvoirs de police de la publicité est identique au régime de droit commun.

## CAS PARTICULIER DES RÈGLEMENTATIONS SPÉCIALES DITES « RLP DE PREMIÈRE GÉNÉRATION » OU « RLP 1G »

Les règlements locaux de 1ère génération (RLP 1G) sont des réglementations spéciales qui étaient en vigueur à la date de publication de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010<sup>4</sup> (Art. L. 581-14-3).

### 1 - Echéances de caducité des RLP 1G

La date limite de validité des RLP 1G, prévue initialement au 13 juillet 2020 par la loi Grenelle II, a fait l'objet de plusieurs prolongations.

Le délai de validité des RLP 1G, prévu initialement jusqu'au 13 juillet 2020, puis jusqu'au 13 janvier 2021, a été prolongé jusqu'au 13 juillet 2022, à la condition qu'un RLP intercommunal ait été prescrit avant le 14 janvier 2021 (Art. L. 581-14-3).

Ainsi, depuis le 14 juillet 2022, les RLP 1G qui étaient encore en vigueur du fait de la prescription de l'élaboration d'un RLP intercommunal, sont devenus caducs lorsque l'élaboration du RLP intercommunal n'a pas abouti avant cette date.

En l'absence de prescription d'un RLP intercommunal au plus tard le 13 janvier 2021, les RLP 1G sont devenus caducs le 14 janvier 2021.

### 2 - Retour à l'application du RNP

Les deux échéances de caducité des RLP 1G, soit le 14 janvier 2021 (en l'absence de prescription d'un RLP intercommunal) et le 14 juillet 2022 (lorsque l'élaboration d'un RLP intercommunal avait été prescrite) ont entraîné le retour à l'application du RNP.

1ère échéance : Depuis le 14 janvier 2021, les règles contenues dans le RNP s'appliquent sur le territoire des communes couvertes par un RLP 1G devenu caduc du fait de l'absence de prescription d'un RLP intercommunal avant cette date.

2ème échéance : Depuis le 14 juillet 2022, les règles contenues dans le RNP s'appliquent sur le territoire des communes précédemment couvertes par un RLP 1G devenu caduc lorsque l'élaboration d'un RLP intercommunal avait été prescrite avant le 14 janvier 2021.

En revanche, dès lors que la commune sera couverte par un nouveau RLP, qu'il soit communal ou intercommunal, les prescriptions de ce RLP s'appliqueront, même si celle-ci a auparavant été couverte par un RLP 1G devenu caduc.

#### **A noter**

En application de l'article 39 de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi « Grenelle II » ou loi ENE), les règles de caducité précitées ne sont pas applicables aux RLP adoptés entre le 13 juillet 2010 et le 13 juillet 2011. Ces RLP ne sont pas frappés de caducité. Ils demeurent applicables jusqu'à leur modification ou leur révision.

Les publicités, enseignes et pré-enseignes installées après ces dates doivent donc respecter les dispositions du code de l'environnement en matière d'affichage extérieur, c'est-à-dire celles du RNP. Ainsi, notamment, les interdictions de publicité dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8 s'appliquent intégralement, sans dérogation possible. De même, les adaptations aux dispositions du RNP, qui étaient apportées par le RLP 1G, ne sont plus applicables.

<sup>4</sup> Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE)

### 3 - Délai de mise en conformité des dispositifs existants avec le RNP

La loi « Engagement et Proximité » du 27 décembre 2019 a instauré un délai de deux ans pour permettre aux professionnels, une fois les RLP de 1<sup>ère</sup> génération devenus caducs, de mettre en conformité avec la réglementation nationale leurs publicités, enseignes et préenseignes. Ainsi, dans l'hypothèse d'un RLP 1G devenu caduc le 14 juillet 2022, les publicités, enseignes et préenseignes installées antérieurement à la caducité du RLP 1G peuvent être maintenues au plus tard jusqu'au **14 juillet 2024**, à la condition de respecter les prescriptions du RLP 1G précédemment applicables (Art. L. 581-43).

### 4 - Modification du régime applicable aux enseignes suite au retour à l'application du RNP

En application des dispositions de l'article L. 581-18, l'installation d'une enseigne est systématiquement soumise à autorisation sur le territoire des communes couvertes par un RLP (cf. chapitre 6).

Par conséquent, en cas de caducité d'un RLP 1G et donc de retour à l'application du RNP, l'installation des enseignes n'est plus systématiquement soumise à autorisation préalable. Seules les enseignes installées sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 demeureront alors soumises à autorisation préalable (Art. L. 581-18). Les autres enseignes pourront être installées sans formalité préalable.



## RÈGLES APPLICABLES AUX PUBLICITÉS SITUÉES À L'INTÉRIEUR DE L'EMPRISE DES GARES FERROVIAIRES ET ROUTIÈRES ET DES AÉROPORTS

### 1. Règles communes aux emprises des gares ferroviaires et routières et des aéroports

**Rappel :** La réglementation relative à la publicité extérieure s'applique aux seules publicités visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et installées à l'extérieur d'un local (Art. L. 581-2).

Exemple : les publicités installées à l'intérieur des bâtiments voyageurs des gares, même si elles sont visibles de l'extérieur ne sont pas soumises aux prescriptions du code de l'environnement.

Sur l'emprise des gares ferroviaires et routières et des aéroports situés en ou en dehors d'une agglomération, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 10,5 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol (Art. R. 581-26 al. 1).

Sur l'emprise des gares ferroviaires et routières et des aéroports hors agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 10,5 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m 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 et routières (Art. R. 581.31 al. 3).

Sur l'emprise des gares ferroviaires et routières et des aéroports hors agglomération, la publicité lumineuse (y compris numérique), autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, apposée sur un mur, scellé au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m 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 dernier alinéa).

### 2 - Règles propres à l'emprise des gares ferroviaires et routières

Dans l'emprise des gares ferroviaires et routières, la publicité lumineuse est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures du matin (Art. R.581-35). Seule la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition pour ce qui concerne les publicités numériques qu'elles soient à images fixes, n'est pas soumise à cette obligation d'extinction nocturne.

Ainsi, dans une gare routière, la publicité lumineuse supportée par un abri pour voyageurs peut rester allumée pendant les heures de fonctionnement des services de transport desservant cet arrêt, à condition s'il s'agit d'une publicité numérique que ses images soient fixes.

#### **Rappel**

L'article L. 581-2 exclut expressément du périmètre de la réglementation sur l'affichage publicitaire les publicités, enseignes et préenseignes situées à l'intérieur d'un local (sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité). Ainsi, 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 souterrains du métro ou des gares ferroviaires, les galeries marchandes ou les parkings souterrains, elles ne sont pas soumises à l'obligation d'extinction nocturne prévue à l'article R.581-35.

### 3 - Règles propres à l'emprise des aéroports

La publicité lumineuse n'est pas soumise à la règle d'extinction nocturne entre 1h et 6h. Il en est de même pour la publicité lumineuse supportée par du mobilier urbain installé dans l'emprise de l'aéroport (Art. R. 581-35).

La déclaration préalable à 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 l'emprise de l'aéroport (Art. R. 581-14).

### 4 - 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 unitaire maximale de 50 m<sup>2</sup> et peuvent s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol (Art. R. 581-32 al. 2).

La publicité numérique peut avoir une surface unitaire maximale de 50 m<sup>2</sup> et peut s'élever jusqu'à 10 m 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).

## Règles applicables aux publicités situées sur l'emprise des équipements sportifs

Type d'équipement	Type de publicité	Surface unitaire autorisée	Hauteur autorisée	Dérogations de hauteur	Autorité compétente pour délivrer les dérogations	Procédure de la demande de dérogation	Interdiction(s)/ Exceptions spécifique(s)
Equipements sportifs d'au moins <b>15 000 places</b> (assises ou non) situés hors agglomération – Prévus à l'article L.581-7 & Equipements sportifs d'au moins <b>15 000 places assises</b> situés en agglomération – Prévus à l'article L.581-10.	Publicité <b>non lumineuse</b> murale ou sur clôture (art. R.581-26 III)	Limitée à 20% de la surface totale du mur ou de la clôture	Limite maximale de 10 m au-dessus du niveau du sol	Dérogation possible sous conditions mentionnées à l'art. R. 581-26, III.	Pour les équipements sportifs situés hors agglomération : Autorisation accordée par le maire au nom de la commune, ou par le président de l'EPCI en cas du transfert de compétence de la police de la publicité prévu à l'article L.581-3-1.  Pour les équipements sportifs situés en agglomération : Autorisation accordée par le conseil municipal ou l'assemblée délibérante de l'EPCI ou le conseil de la métropole de Lyon	Pour les équipements sportifs situés hors agglomération : procédure prévue à l'article R.581-26, III, a.  Pour les équipements sportifs situés en agglomération : procédure prévue à l'art. R.581-26, III, b. La demande de dérogation est instruite selon les modalités prévues à l'art. R.581-21-1.	Pas de dérogation possible
	Publicité <b>non lumineuse</b> scellée au sol ou installée directement sur le sol (art. R. 581-32)	Limite maximale de 50 m <sup>2</sup>	Limite maximale de 10 m au-dessus du niveau du sol	Pas de dérogation possible		Pas de dérogation possible	Interdictions mentionnées à l'art. R. 581-31 al. 2 et al. 3
	Publicité <b>lumineuse</b> supportant des affiches éclairées par projection ou transparence & « <b>Autres lumineux</b> » (sauf numériques – voir ci-après) (Art. R.581-34 II)	Limite maximale de 50 m <sup>2</sup>	Limite maximale de 10 m au-dessus du niveau du sol	Dérogation possible pour les dispositifs apposés sur un mur, une façade ou une clôture, sous conditions mentionnées à l'art. R.581-34 al. 4.		Pour les équipements sportifs situés hors agglomération : procédure prévue à l'art. R.581-34, al. 4 a.  Pour les équipements sportifs situés en agglomération : procédure prévue à l'article R.581-34, al. 4 b. La demande de dérogation est instruite selon les modalités prévues à l'art. R.581-21-1.	Pour toute la publicité lumineuse : Exception à l'interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie ou d'apposer de la publicité lumineuse sur une clôture (art. R.581-36 II).
	Cas particulier de la <b>publicité lumineuse</b> située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (Art. R.581-38)	X	1 <sup>er</sup> cas : <b>Hauteur de la façade de l'immeuble ≤ 20 m</b> = 1/6 de cette hauteur avec un maximum de 2 m  2 <sup>e</sup> cas : <b>Hauteur de la façade de l'immeuble &gt; 20 m</b> = 1/10 de cette hauteur avec un maximum de 6 m	X		Pour les dispositifs publicitaires lumineux scellés au sol : Interdictions mentionnées aux art. R.581-30, R.581-31 et R.581-33 (en vertu de l'art. R.581-40).	
	Publicité <b>numérique</b> (Art. R.581-41 al.3)	Limite maximale de 50 m <sup>2</sup>	Limite maximale de 10 m au-dessus du niveau du sol	Dérogation possible pour les dispositifs apposés sur un mur, une façade ou une clôture, compte tenu des éléments mentionnés à l'art. R. 581-41 al. 3.		Pour les équipements sportifs situés hors agglomération : procédure prévue à l'art. R.581-41 al. 3 a.  Pour les équipements sportifs situés en agglomération : procédure prévue à l'art. R.581-41 al. 3 b. La demande de dérogation est instruite selon les modalités prévues à l'art. R.581-21-1.	Pour toute la publicité lumineuse : Le dispositif doit respecter les normes techniques fixées par arrêté ministériel (Art. R.581-34, al. 7).
Equipements sportifs de moins de 15 000 places et situés hors agglomération	Publicité interdite (Art. L.581-7)						
Equipements sportifs de moins de 15 000 places assises et situés en agglomération	Soumis au régime de droit commun de la publicité.						

## Publicité, enseignes et préenseignes : AUTORISATIONS PRÉALABLES ET DÉCLARATIONS PRÉALABLES

NATURE DE DISPOSITIF		Enseigne permanente	Enseigne Temporaire Sauf scellée au sol	Enseigne temporaire scellée au sol	Enseigne à faisceau de rayonnement laser	Préenseigne inférieure à 1 m X 1,50 m	Publicité autre que cas traités ci-après — Autre préenseigne	Dispositif publicitaire de dimensions exceptionnelles Durée précisée dans l'autorisation	Installation bâche de chantier Durée du chantier maxi	Installation bâche publicitaire 8 ans maxi	Remplacement ou modification de bâche	Publicité non lumineuse sur l'emprise d'une gare ferroviaire	Publicité non lumineuse sur l'emprise d'un aéroport	Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence 8 ans maxi	Mobilier urbain destiné à recevoir de la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ou 8 ans maxi	
LIEU D'IMPLANTATION		Aucune formalité			Autorisation préalable Après avis DGAC	Aucune formalité	Déclaration préalable	Autorisation préalable Après avis CDNPS	Autorisation préalable		Déclaration préalable	Déclaration préalable	Déclaration préalable Assortie de l'accord du gestionnaire de l'aéroport et du respect des règles de sécurité applicables sur l'emprise	Autorisation préalable		
En dehors des immeubles et des lieux mentionnés aux articles L581-4 et L581-8 (traités ci-dessous)		Autorisation préalable Uniquement s'il existe un RLP sinon aucune formalité	Aucune formalité			Autorisation préalable Après avis DGAC	Aucune formalité	Déclaration préalable	Autorisation préalable Après avis CDNPS	Autorisation préalable		Déclaration préalable	Déclaration préalable	Déclaration préalable Assortie de l'accord du gestionnaire de l'aéroport et du respect des règles de sécurité applicables sur l'emprise	Autorisation préalable	
En ou hors agglomération	Sur immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques	Autorisation préalable Après accord ABF	Autorisation préalable	Autorisation préalable	Autorisation préalable Après avis DGAC et accord ABF	Interdit										
	Sur immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque ayant fait l'objet d'un arrêté d'interdiction de publicité	Autorisation préalable	Avis ABF requis si enseigne installée pour plus de 3 mois relative à des travaux publics ou des opérations immobilières et location ou vente de fonds de commerce	Avis ABF requis si enseigne installée pour plus de 3 mois relative à des travaux publics ou des opérations immobilières et location ou vente de fonds de commerce	Autorisation préalable Après avis DGAC											
	Site classé ou monument naturel	Autorisation préalable Après accord préfet de région			Autorisation préalable Après avis DGAC et accord préfet de région											
	Cœur de parc national ou réserve naturelle															
	Sur un arbre															
En agglomération uniquement	Parc naturel régional	Autorisation préalable	Aucune formalité	Autorisation préalable	Autorisation préalable Après avis DGAC	Aucune formalité Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon préenseigne interdite	Déclaration préalable Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite	Autorisation préalable Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite Après avis CDNPS	Autorisation préalable Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite	Déclaration préalable Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite	Déclaration préalable Assortie de l'accord du gestionnaire de l'aéroport et du respect des règles de sécurité applicables sur l'emprise Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite	Autorisation préalable Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite	Autorisation préalable Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite	Autorisation préalable Si un RLP prévoit que la publicité peut être installée dans ces lieux sinon publicité interdite		
	Site inscrit															
	À moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité d'un immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque ayant fait l'objet d'un arrêté d'interdiction de publicité															
	Aire d'adhésion d'un parc national															
	Zone spéciale de conservation ou Zone de protection spéciale (sites Natura 2000)															
	Abords de monument historique (500 m avec covisibilité si non délimités)	Autorisation préalable Après accord ABF			Autorisation préalable Après avis DGAC et accord ABF											
Site patrimonial remarquable																

Légende : Autorisations avec consultation Déclarations

Rappel : la publicité est interdite hors agglomération et, en tous lieux, 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 mètre carré ; sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; sur les murs de cimetière et de jardin public.

## LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE DANS LE CADRE DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2024

Les articles 4 et 5 de la loi n° 2018-202 du 26 mars 2018 relative à l'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 (loi JOP 2024) modifiés par l'article 21 de la loi n° 2023-380 du 19 mai 2023 relative aux jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 et portant diverses autres dispositions préparent l'organisation à Paris des Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) de 2024 afin de respecter les dispositions contenues dans le contrat de ville-hôte conclu entre la Ville de Paris, le Comité national olympique et sportif français (CNOSF) et le Comité international olympique (CIO).

Ils comportent des dispositions dérogeant temporairement et dans certains cas aux règles de droit commun en matière d'affichage publicitaire contenues dans le code de l'environnement et dans les règlements locaux de publicité (RLP).

Le décret n° 2018-510 du 26 juin 2018 pris pour l'application de ces articles 4 et 5 ainsi que trois arrêtés ministériels du 26 septembre 2018, du 25 avril 2019 et du 14 septembre 2021 ont complété le dispositif.

Ces dérogations ne sont pas pérennes et n'ont pas été codifiées. Elles sont toutes circonscrites dans leur objet, dans le temps et dans l'espace.

### I - Dispositions relatives au pavoisement JOP 20245 (article 4 modifié de la loi JOP 2024)

L'installation du pavoisement avec les emblèmes des jeux Olympiques et Paralympiques bénéficie de dispositions dérogeant temporairement et dans certains cas aux règles de droit commun en matière d'affichage publicitaire.

#### 1 - Quels sont les dispositifs concernés ?

- **Jusqu'au 15<sup>e</sup> jour suivant la date de la cérémonie de clôture des jeux Paralympiques de 2024**, les dispositifs publicitaires soumis à déclaration préalable qui comportent **exclusivement les emblèmes et symboles Olympiques et Paralympiques** et qui sont **installés sur le site d'une opération ou d'un évènement liés à la promotion, à la préparation, à l'organisation ou au déroulement des jeux** ;
- **Entre le quinzième jour précédant le passage de la flamme et le septième jour suivant celui-ci**, les dispositifs publicitaires soumis à déclaration préalable qui **comportent les emblèmes et symboles Olympiques et Paralympiques associés aux logos de partenaires de marketing olympique** (i.e. les sponsors) et qui sont **installés sur le territoire des communes accueillant les étapes des relais de la flamme olympique et de la flamme paralympique ou des communes traversées par ces relais**.
- Ne peuvent bénéficier de ces dérogations que les **dispositifs publicitaires soumis à déclaration préalable au titre de l'article L. 581-6**. En revanche, les dispositifs publicitaires soumis à autorisation préalable en application de l'article L. 581-9, à savoir les dispositifs lumineux autres que ceux supportant des affiches éclairées par projection ou transparence (c'est-à-dire principalement le pavoisement numérique) ou encore les bâches ne sont pas concernés par ces dérogations.

<sup>5</sup> Voir en fin de document, les éléments constitutifs du pavoisement au sens des articles L. 141-5 et L. 141-7 du code du sport, à savoir les emblèmes et symboles Olympiques et Paralympiques

## 2 - De quelles dérogations bénéficient-ils ?

Ces dispositifs ne sont pas soumis :

- aux interdictions de publicité prévues par les I et II de l'article L. 581-4 (interdictions absolues de publicité), par l'article L. 581-7 (interdiction de publicité en dehors des agglomérations) et par le I de l'article L. 581-8 (interdictions relatives de publicité pouvant être levées dans le cadre d'un RLP) ;
- aux interdictions de publicité prévues par l'article L. 581-15 (publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs) ;
- aux prescriptions réglementaires prévues par le code de l'environnement en matière de densité, surface, hauteur, etc. ;
- aux règles plus restrictives contenues dans un RLP.

## 3 - Quelle est la procédure applicable ?

L'installation, le remplacement ou la modification du pavoisement JOP est soumis à **déclaration préalable** auprès de l'autorité compétente en matière de police de la publicité, à savoir, soit le maire de la commune où est envisagée l'installation du dispositif, soit le président de l'EPCI si cette police lui a été transférée.

L'autorité compétente **peut s'opposer** à l'installation, au remplacement ou à la **modification dans un délai d'un mois** à compter de la date de réception de la déclaration préalable. Elle peut aussi, dans ce même délai, **le subordonner au respect de conditions** destinées à optimiser l'insertion architecturale et paysagère des dispositifs, à réduire leur impact sur le cadre de vie environnant, à garantir la sécurité des personnes et l'intégrité des sites et bâtiments ou à prévenir d'éventuelles incidences sur la sécurité routière.

La déclaration est assortie de l'autorisation du Comité d'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques d'utiliser un ou des emblèmes Olympiques et Paralympiques.

Les modalités et le contenu de la déclaration préalable au pavoisement avec les emblèmes des Jeux sont précisés par le décret du 26 juin 2018 ; le contenu du formulaire de déclaration préalable du pavoisement est fixé par arrêté ministériel du 26 septembre 2018, accessible sur Légifrance via le lien suivant :

[https://www.legifrance.gouv.fr/download/file/pEB3cSoim08Yannh0otXiq38cKGNtdip-H2yghvSZQU=/JOE\\_TEXTE](https://www.legifrance.gouv.fr/download/file/pEB3cSoim08Yannh0otXiq38cKGNtdip-H2yghvSZQU=/JOE_TEXTE)

## II - Dispositions applicables aux enseignes et préenseignes qui comportent les emblèmes des jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 (II de l'article 4 modifié de la loi JOP 2024)

**Jusqu'au quinzième jour suivant la date de cérémonie de clôture des jeux Paralympiques de 2024**, les enseignes et préenseignes comportant les emblèmes des jeux et situées sur ou à proximité des sites d'une opération ou d'un évènement liés à la promotion, à la préparation, à l'organisation ou au déroulement des jeux Olympiques et des jeux Paralympiques sont implantées conformément aux dispositions réglementaires en vigueur relatives aux enseignes temporaires et aux préenseignes temporaires (prévues aux articles L. 581-20, R. 581-17 et R. 581-69 à R. 581-71 (cf. chapitre 4 – Le règlement national de publicité).

L'installation de ces enseignes et préenseignes est circonscrite dans l'espace (sur ou à proximité des sites et à l'occasion des opérations et évènements) et dans le temps (elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation qu'elles signalent et doivent être retirées au plus tard une

semaine après la fin de la manifestation). Leur installation, remplacement ou modification est soumis aux règles applicables aux enseignes temporaires et aux préenseignes temporaires.

La loi précise que les personnes qui apposent ces enseignes et préenseignes veillent, en particulier par la surface, les caractéristiques des supports et les procédés utilisés, à optimiser l'insertion architecturale et paysagère, à réduire l'impact sur le cadre de vie environnant, à garantir la sécurité des personnes et l'intégrité des sites et bâtiments et à prévenir d'éventuelles incidences sur la sécurité routière de ces enseignes et préenseignes.

### III - Dispositions concernant la publicité des partenaires de marketing olympique sur les sites liés à l'organisation et au déroulement des jeux (article 5 modifié de la loi JOP)

#### 1 - Quels sont les dispositifs concernés ?

**Du trentième jour précédant celui de la cérémonie d'ouverture des jeux Olympiques de 2024 au quinzième jour suivant la date de la cérémonie de clôture des jeux Paralympiques de 2024**, la publicité faite au profit des partenaires de marketing olympique (c'est-à-dire des sponsors) peut être autorisée, par dérogation aux interdictions d'affichage, **dans un périmètre de 500 mètres de distance autour de chaque site lié à l'organisation et au déroulement des jeux Olympiques et Paralympiques identifié par arrêté** conjoint des ministres chargés de l'environnement et des sports.

#### 2 - De quelles dérogations bénéficient-ils ?

Dans un périmètre de 500 mètres autour de ces sites et pendant cette période, **il est dérogé pour les seules publicités faites au bénéfice des sponsors des jeux aux interdictions d'affichage :**

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques (1° du I de l'art. L. 581-4), **lorsque ces immeubles accueillent des compétitions ;**
- sur les monuments naturels et dans les sites classés prévus au 2° du I de l'article L. 581-4 ;
- sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (II de l'art. L. 581-4) ;
- aux abords des monuments historiques, dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables, dans les sites inscrits (1°, 2°, 4° du I de l'art. L. 581-8) ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (5° du I de l'art. L. 581-8) ;
- prévues par les RLP.

Les partenaires de marketing olympique bénéficiaires des autorisations d'affichage doivent veiller, en particulier par la surface, les caractéristiques des supports et les procédés utilisés par leurs publicités, à optimiser l'insertion architecturale et paysagère, à réduire l'impact sur le cadre de vie environnant, à garantir la sécurité des personnes et l'intégrité des sites et bâtiments et à prévenir d'éventuelles incidences sur la sécurité routière de ces publicités.

#### 3 - Quelle est la procédure applicable ?

Pour pouvoir bénéficier des dérogations prévues à l'article 5 de la loi JOP 2024, la publicité faite au profit des sponsors est subordonnée à **autorisation préalable**. L'autorité compétente pour délivrer cette autorisation dépend du lieu d'implantation de la publicité.

### a) Demande d'autorisation sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques accueillant des compétitions

L'article 6 du décret du 26 juin 2018 précité précise les conditions dans lesquelles sont déposées, instruites et délivrées les demandes d'autorisation d'affichage sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques accueillant des compétitions par les partenaires de marketing olympique.

L'autorité compétente pour délivrer l'autorisation est le préfet de région ou, en cas d'évocation du dossier, le ministre chargé de la culture. La décision est prise après consultation du préfet de département.

Les demandes d'autorisation sont adressées à la direction régionale des affaires culturelles (DRAC) sur la base du formulaire annexé à l'arrêté du ministre de la culture du 14 septembre 2021, accessible sur Légifrance, via le lien suivant :

[https://www.legifrance.gouv.fr/download/file/ENVUuW0DBQhxs9tvZdj6FiRtmPcKmvLkwxoFKsc5r-c=/JOE\\_TEXTE](https://www.legifrance.gouv.fr/download/file/ENVUuW0DBQhxs9tvZdj6FiRtmPcKmvLkwxoFKsc5r-c=/JOE_TEXTE)

### b) Demande d'autorisation dans les autres cas

La publicité faite au profit des partenaires de marketing olympique est subordonnée à autorisation préalable délivrée par l'autorité compétente en matière de police de la publicité, à savoir, soit le maire de la commune où est envisagée l'installation du dispositif, soit le président de l'EPCI si cette police lui a été transférée.

La demande d'autorisation préalable est présentée conformément aux dispositions des 1<sup>er</sup>, 3<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> alinéas de l'article R. 581-9 et des articles R. 581-10 et R. 581-13.

Outre les informations et pièces prévues à l'article R.581-10, le dossier de demande d'autorisation préalable doit également comprendre l'avis du Comité d'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques sur la conformité de la publicité avec ses accords commerciaux.

Le contenu du formulaire de demande d'autorisation préalable publicité sponsors JOP est fixé par arrêté ministériel du 25 avril 2019, accessible sur Légifrance via le lien suivant :

[https://www.legifrance.gouv.fr/download/file/bZMxjhqY5xxDBg7\\_WMIPJK3PzXyh2U2x\\_naRfEud\\_Wg=/JOE\\_TEXTE](https://www.legifrance.gouv.fr/download/file/bZMxjhqY5xxDBg7_WMIPJK3PzXyh2U2x_naRfEud_Wg=/JOE_TEXTE)

## IV - Dispositions concernant la publicité des partenaires de marketing olympique sur le parcours des relais<sup>6</sup> de la flamme olympique et de la flamme paralympique (II de l'article 5 modifié de la loi JOP 2024)

### 1 - Quels sont les dispositifs concernés ?

Les publicités des sponsors installées à l'occasion du passage des relais de la flamme olympique et de la flamme paralympique bénéficient de dispositions particulières. Les publicités concernées sont celles faites au profit des partenaires de marketing olympique installées, **entre le septième jour précédant le passage de la flamme et le septième jour suivant celui-ci, dans une bande de 100 mètres de part et d'autre du tracé et dans un périmètre de 200 mètres autour des sites de départ et d'arrivée de la flamme à chacune de ses étapes.** Les affichages publicitaires des partenaires de marketing olympique sur le parcours du relais de la flamme olympique et paralympique peuvent être installés par dérogation aux interdictions d'affichage.

---

<sup>6</sup> Le tracé et les calendriers du parcours du relais de la flamme olympique et paralympique sont définis dans chaque département ou collectivité d'outre-mer par arrêté du représentant de l'État, et, en Ile-de-France, par arrêté du préfet de police.



## 2 - De quelles dérogations bénéficient-ils ?

Dans ce périmètre et pendant cette période, la publicité faite au profit des partenaires de marketing olympique sur le parcours du relais de la flamme olympique et sur celui du relais de la flamme paralympique peuvent bénéficier des mêmes dérogations aux interdictions d'affichage que celles prévues au paragraphe III ci-dessus pour la publicité des partenaires de marketing olympique sur les sites liés à l'organisation et au déroulement des jeux.

De surcroît, la publicité sur les véhicules terrestres est autorisée, par dérogation à l'article L. 581-15.

## 3 - Quelle est la procédure applicable ?

Dans la mesure où l'installation de ces publicités à l'occasion du passage des relais des flammes est particulièrement circonscrite dans le temps (7 jours avant le passage de la flamme et 7 jours après), aucune formalité (demande d'autorisation préalable ou déclaration préalable) n'est exigée.

Les affichages prévus font l'objet, entre le comité d'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 et le ou les partenaires de marketing olympique bénéficiaires, d'un contrat qui garantit que ces derniers ont veillé, en particulier par la surface, les caractéristiques des supports et les procédés utilisés par leurs publicités, à optimiser l'insertion architecturale et paysagère, à réduire l'impact sur le cadre de vie environnant, à garantir la sécurité des personnes et l'intégrité des sites et bâtiments et à prévenir d'éventuelles incidences sur la sécurité routière de ces publicités. Le comité d'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 en informe les maires des communes des sites de départ et d'arrivée de la flamme et les préfets dans les départements traversés par le relais. Cette information précise la nature des dispositifs publicitaires, leur localisation et leur durée d'implantation.

## V - Dispositions concernant l'installation à Paris d'un compte à rebours par un partenaire de marketing olympique (III de l'article 5 modifié de la loi JOP)

**Jusqu'au quinzième jour suivant la date de clôture des jeux Paralympiques**, peut être autorisée à Paris, par arrêté municipal l'installation d'un dispositif de compte à rebours réalisé par un partenaire de marketing olympique et comportant le nom et le logo de ce partenaire.

Ce dispositif n'est pas soumis aux prescriptions figurant aux deux premiers alinéas de l'article L. 581-9 (densité, surface, hauteur...), ni aux règles d'interdiction d'affichage prévues :

- sur les immeubles naturels et dans les sites classés prévues au 2° du I de l'article L. 581-4 du code de l'environnement ;
- aux abords des monuments historiques ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque ;
- par le RLP, sans que puissent lui être opposées les interdictions mentionnées aux 2°, 4° et 5° du I du présent article ni les règles édictées en application des deux premiers alinéas de l'article L. 581-9 du code de l'environnement.

## Liste des emblèmes et symboles Olympiques et Paralympiques constituant le pavoisement au sens des articles L. 141-5 et L. 141-7 du code du sport

### En application de l'article L. 141-5 du code du sport :

- les emblèmes, le drapeau, la devise et le symbole olympiques ;
- le logo, la mascotte, le slogan et les affiches des jeux Olympiques ;
- le millésime des éditions des jeux Olympiques « ville + année », ;
- les termes « jeux Olympiques », « olympisme » et « olympiade » et le signe « JO » ;
- les termes « olympique, « olympien » et « olympienne ».

### En application de l'article L. 1416-7 du code du sport :

- les emblèmes, le drapeau, la devise et le symbole paralympiques ;
- le logo, la mascotte, le slogan et les affiches des jeux Paralympiques ;
- le millésime des éditions des jeux Paralympiques « ville + année » ;
- les termes « jeux Paralympiques », « paralympique », « paralympiade », « paralympisme », « paralympien » et « paralympienne » ;
- le signe « JP ».

## COORDONNÉES DES SERVICES COMPÉTENTS EN DIRECTIONS DE LA SÉCURITÉ DE L'AVIATION CIVILE INTERRÉGIONALES POUR LES ENSEIGNES À FAISCEAU DE RAYONNEMENT LASER

### DSAC Antilles-Guyane

*A l'attention du chef de division Aviation Générale et formation aéronautique*

[dsac-ag-division-agfa-bf@aviation-civile.gouv.fr](mailto:dsac-ag-division-agfa-bf@aviation-civile.gouv.fr) / +596 (0) 6 96 11 13 16

**Direction de la sécurité de l'Aviation civile Antilles Guyane**

**Division Aviation générale et formation aéronautique**

**Pôle Aéronautique Etatique -Bâtiment AIRMESS**

**Aéroport Martinique Aimé Césaire - 97232 LAMENTIN**

### DSAC Centre-Est

[ag.dsac-ce@aviation-civile.gouv.fr](mailto:ag.dsac-ce@aviation-civile.gouv.fr)

**Direction de la Sécurité de l'Aviation Civile Centre-Est**

**Aérodrome de Lyon St-Exupéry**

**BP 601**

**69125 AEROPORT DE LYON ST-EXUPERY**

### DSAC Nord

*A l'attention du chef de la division Navigation aérienne*

[dsac-n.espace-bf@aviation-civile.gouv.fr](mailto:dsac-n.espace-bf@aviation-civile.gouv.fr) / 01.69.57.75.64

**Direction de la Sécurité de l'Aviation Civile Nord**

**Division Navigation aérienne**

**9 rue de Champagne 91200 ATHIS-MONS**

### DSAC Nord-Est

*A l'attention du chef de la Subdivision navigation aérienne*

[dsac-ne-espaces-aeriens-bf@aviation-civile.gouv.fr](mailto:dsac-ne-espaces-aeriens-bf@aviation-civile.gouv.fr) / 03 88 59 94 32

**Direction de la Sécurité de l'Aviation Civile Nord-Est**

**Subdivision Navigation Aérienne**

**Aéroport de Strasbourg Entzheim,**

**CS 60 003 Entzheim 67836 TANNERIES Cedex**

### DSAC Ouest

[bf.courrier.dsaco@aviation-civile.gouv.fr](mailto:bf.courrier.dsaco@aviation-civile.gouv.fr)

**Direction de la Sécurité de l'Aviation Civile Ouest**

**Aéroport Brest Bretagne**

**CS 20301 Guipavas 29806 BREST CEDEX 9**

**DSAC Océan Indien**

A l'attention du chef de la Division Aviation Générale et personnels navigants

[ag.dsac-oi@aviation-civile.gouv.fr](mailto:ag.dsac-oi@aviation-civile.gouv.fr) ou 02.62.72.87.30

**Direction de la Sécurité de l'Aviation civile**

**Division Aviation Générale et personnels navigants**

**Aérodrome de la Réunion Roland Garros**

**CS 93003**

**97743 SAINT DENIS CEDEX**

**DSAC Sud**

A l'attention du chef de la Subdivision navigation aérienne

[pierre-henri.louze@aviation-civile.gouv.fr](mailto:pierre-henri.louze@aviation-civile.gouv.fr) ou 05 67 22 91 16

**Direction de la Sécurité de l'Aviation Civile Sud**

**Division Aéroport et navigation aérienne**

**Subdivision Navigation Aérienne**

**BP 60 100**

**Aérodrome de Toulouse-Blagnac**

**31 703 BLAGNAC Cedex**

**DSAC Sud-Est**

A l'attention du chef de la subdivision Régulation Navigation Aérienne (RDD/RNA)

[dsac-se-dsr-rna@aviation-civile.gouv.fr](mailto:dsac-se-dsr-rna@aviation-civile.gouv.fr) / 04 42 33 76 21

**Direction de la Sécurité de l'Aviation Civile Sud-Est**

**1 rue Vincent Auriol**

**13617 AIX-EN-PROVENCE CEDEX 1**

**DSAC Sud-Ouest**

A l'attention du chef de département SNIA Sud-Ouest

[snia-ds-bordeaux-bf@aviation-civile.gouv.fr](mailto:snia-ds-bordeaux-bf@aviation-civile.gouv.fr)

05 57 92 81 51 ou 05 57 92 81 50

**Direction générale de l'aviation civile**

**Service National d'Ingénierie Aéroportuaire**

**Aéroport Bordeaux -Bloc technique TS185002**

**33688 MERIGNAC CEDEX**

## **LISTE DES AÉROPORTS DONT LE FLUX DES PASSAGERS ANNUELS EST SUPÉRIEUR À TROIS MILLIONS DE PASSAGERS**

(Source : union des aéroports français – statistiques : mars 2023)

- Bâle-Mulhouse
- Beauvais-Tillé
- Bordeaux
- Lyon-Saint-Exupéry
- Marseille-Provence
- Nantes-Atlantique
- Nice-Côte d'Azur
- Paris-Charles de Gaulle
- Paris-Orly
- Toulouse-Blagnac

## LES AMENDES FORFAITAIRES (CONTRAVENTIONS)

Le décret n° 2023-1021 du 3 novembre 2023<sup>7</sup> a modifié l'[article R. 48-1 du code de procédure pénale](#) relatif aux contraventions punies par amende forfaitaire afin de prévoir la forfaitisation des contraventions de 2e à 5e classes prises en répression du non-respect des prescriptions du code de l'environnement en matière de publicité, enseignes et préenseignes (Art. R. 581-85 à R. 581-87-1 code de l'environnement).

**Définition.** L'amende forfaitaire est une sanction pénale prononcée en dehors d'un procès, par un avis de contravention. La sanction consiste à verser une somme d'argent au Trésor public. Le montant de l'amende forfaitaire est fixé par le code de procédure pénale en fonction de la gravité de l'infraction. Il est toujours moins important que le montant d'une amende classique.

**Inapplicabilité des règles de la récidive.** Le paiement de l'amende forfaitaire n'est pas assimilé à une première condamnation. Par conséquent, la procédure est exclusive des règles de la récidive ([article 529 alinéa 1 du code de procédure pénale](#)).

**Mise en œuvre.** Lorsqu'une infraction est constatée, un formulaire comprenant un avis de contravention et une carte de paiement est remis au contrevenant, soit sur place par l'agent verbalisateur, soit envoyé ultérieurement, dans les conditions prévues par l'[article R. 49-1 du code de procédure pénale](#). Le procès-verbal peut notamment être réalisé au moyen d'un appareil sécurisé permettant le recours à une signature manuscrite conservée sous forme numérique. La procédure de l'amende forfaitaire est inapplicable si plusieurs infractions, dont l'une au moins ne peut donner lieu à une amende forfaitaire, ont été constatées simultanément ou lorsque la loi prévoit que la récidive de la contravention constitue un délit ([article 529 alinéa 2 du code de procédure pénale](#)).

**Modalités de paiement.** Le paiement peut être effectué immédiatement en présence de l'agent verbalisateur, en espèce ou paiement dématérialisé, dans les conditions de l'[article R. 49-2 du code de procédure pénale](#) (agent équipé d'un carnet de quittances à souches, ou d'un dispositif permettant d'adresser au contrevenant une quittance dématérialisée). La contravention peut aussi être payée en différé. Le formulaire de contravention comprend alors trois volets : la carte de paiement, l'avis de contravention, et le procès-verbal de contravention. Ce dernier est conservé par le service auquel appartient l'agent verbalisateur.

**Montants.** Le montant de l'amende forfaitaire varie en fonction de la classe de la contravention ainsi que du moment choisi par le contrevenant pour s'acquitter du paiement. Les montants de l'amende forfaitaire non majorée sont fixés à l'article R. 49 du code de procédure pénale. A noter que le montant des amendes forfaitaires est quintuplé pour les personnes morales ([article 530-3 du code de procédure pénale](#)).

**Amende majorée.** Lorsque le montant de l'amende forfaitaire n'est pas réglé entre les mains de l'agent verbalisateur, le contrevenant doit s'en acquitter dans un délai de 45 jours suivant la constatation de l'infraction ou, si l'avis est ultérieurement envoyé à l'intéressé, dans les 45 jours qui suivent cet envoi ([article 529-1 du code de procédure pénale](#)). À défaut de paiement ou de former une requête en exonération dans ce délai, l'amende forfaitaire est alors majorée et recouvrée par le Trésor public sur le fondement d'un titre rendu exécutoire par le ministère public ([article 529-2 alinéa 2 du code de procédure pénale](#)). Les montants de l'amende forfaitaire majorée sont fixés à l'article R. 49-7 du code de procédure pénale.

<sup>7</sup> Décret n° 2023-1021 du 3 novembre 2023 relatif aux régimes de sanctions pénales en matière de protection du cadre de vie et de sécurité d'alimentation en électricité.

**Minoration des amendes forfaitaires pour les contraventions de 5<sup>e</sup> classe.** L'[article 529-2-1 du code de procédure pénale](#) prévoit des cas dans lesquels l'amende forfaitaire prononcée contre une contravention de 5<sup>e</sup> classe peut être minorée :

- Si le contrevenant s'acquitte du montant de l'amende forfaitaire minorée entre les mains de l'agent verbalisateur au moment de la constatation de l'infraction ;
- Si le contrevenant s'acquitte du montant de l'amende forfaitaire minorée dans un délai de 15 jours à compter de la constatation de l'infraction ou, si l'avis de contravention est ultérieurement envoyé à l'intéressé, dans un délai de 15 jours à compter de cet envoi.

L'amende forfaitaire minorée prononcée contre les contraventions de 5<sup>e</sup> classe est de 150 euros ([article R. 49-6-2 du code de procédure pénale](#)).

Classe (amende encourue)	Application pour la publicité	Amende forfaitaire	Amende forfaitaire majorée	Amende forfaitaire minorée
2 <sup>e</sup> classe	Article R. 581-85 du code de l'environnement	Personne physique : 35 € Personne morale : 175 €	Personne physique : 75 € Personne morale : 375 €	X
3 <sup>e</sup> classe	Article R. 581-86 du code de l'environnement	Personne physique : 68 € Personne morale : 340 €	Personne physique : 180 € Personne morale : 900 €	X
4 <sup>e</sup> classe	Article R. 581-87 du code de l'environnement	Personne physique : 135 € Personne morale : 675 €	Personne physique : 375 € Personne morale : 1875 €	X
5 <sup>e</sup> classe	Article R. 581-87-1 du code de l'environnement	Personne physique : 200 € Personne morale : 1000 €	Personne physique : 450 € Personne morale : 2250 €	Personne physique : 150 € Personne morale : 750 €

**Effets du paiement.** Le paiement de l'amende forfaitaire entraîne l'extinction de l'action publique. Aucune poursuite pour ces faits ne peut donc ensuite intervenir (voir en ce sens, l'[article R. 48-1 du code de procédure pénale](#)).

**Caractère facultatif.** Aucune disposition légale n'interdit au ministère public d'exercer l'action publique dans les conditions du droit commun ([Cour de cassation, crim. 12 mars 2002 – D. 2002. 1531](#)).

**Contestation - requête en exonération.** Dans les 45 jours qui suivent la constatation de l'infraction ou l'envoi de l'avis de contravention, le contrevenant peut formuler une requête tendant à son exonération du paiement de l'amende forfaitaire. La requête doit être adressée au service figurant sur l'avis de contravention, qui la transmet au ministère public ([article 529-2 alinéa 1er du code de procédure pénale](#)).

**Conséquences de la contestation.** La contestation a pour conséquence d'annuler le titre exécutoire de l'amende contestée. L'officier du ministère public doit alors choisir entre :

- Renoncer aux poursuites et classer sans suite la procédure ;
- Renvoyer le prévenu devant la juridiction compétente (tribunal de police) ;
- Recourir à la procédure d'ordonnance pénale.

Condamnation par une juridiction. En cas de condamnation, le juge ne peut prononcer une amende d'un montant inférieur à celui de l'amende forfaitaire prévue pour la contravention contestée, ni inférieur au montant de l'amende forfaitaire majorée dans les cas où le contrevenant ne s'est pas acquitté de l'amende initiale dans les délais et les conditions requis. Le juge est donc tenu de respecter une peine d'amende plancher ([article 530-1 alinéa 2 du code de procédure pénale](#)).

## CODES NATINF (NATURE DES INFRACTIONS)

NATINF est la nomenclature des natures d'infraction (NATure d'INFraction). Cette nomenclature est définie par le ministère de la Justice. Elle est utilisée par l'ensemble des services judiciaires et des administrations pour enregistrer une procédure, assurer le suivi statistique, etc.

**Le lien vers la liste des codes NATINF des infractions à la réglementation en matière de publicité extérieure sera ajouté dans une prochaine mise à jour.**

La liste se décompose en deux tableaux :

- Un tableau pour les publicités et préenseignes
- Un tableau pour les enseignes



## 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 - Le dispositif se situe-t-il à l'intérieur d'un local ? Ce local est-il principalement utilisé comme un support de publicité ?

Si ce dispositif est situé à l'intérieur d'un local qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité, est-il situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial ? Si oui, ce dispositif constitue-t-il une publicité lumineuse ou une enseigne lumineuse règlementée par un RLP ?

### 3 - 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/sur façade/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 ?

# Arrêtés et dispositions complémentaires

## 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](http://www.service-public.fr) et sur le site internet du ministère chargé de l'environnement [www.developpement-durable.gouv.fr](http://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.

## ARRÊTÉ DU 23 MARS 2015 FIXANT CERTAINES PRESCRIPTIONS D'HARMONISATION DES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

La ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie,

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-19 et L. 581-20 ;

Vu le code de la route, notamment ses articles R. 418-2, R. 418-4 et R. 418-6 ;

Vu la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, notamment son article 42 ;

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 13 et 17 applicables au 13 juillet 2015 ;

Vu l'arrêté du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et des autoroutes, Arrête :

### Article 1

Les dispositions du présent arrêté sont applicables en l'absence de prescriptions des gestionnaires de voirie relatives à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, signalant les activités suivantes :

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

### Article 2

En référence à l'article R. 418-2-II du code de la route, les préenseignes dérogatoires ne doivent pouvoir être confondues avec les dispositifs de signalisation routière existants établis par ce dernier.

Elles doivent notamment se distinguer des dispositifs de signalisation routière, par leurs couleurs, leurs formes, leurs dimensions, leur contenu et leur emplacement.

En référence à l'article R. 418-2-I du code de la route, toute indication de localité mentionnée sur une préenseigne dérogatoire ne peut être complétée par une flèche ou par une distance kilométrique.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent pas non plus comporter de signes du type idéogrammes ou logotypes utilisés dans le cadre de la signalisation routière.

Ainsi et conformément à l'article R. 418-4 du code de la route, les préenseignes dérogatoires ne doivent pas être « 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 ».

En outre, les préenseignes dérogatoires visibles des routes nationales, départementales et communales n'ayant pas le caractère de routes express peuvent être installées à une distance inférieure à celle de 20 mètres, ceci en référence au premier alinéa de l'article R. 418-6 du code de la route, sous réserve d'être implantées en dehors du domaine public et d'être situées à cinq mètres au moins du bord de la chaussée.

**Article 3**

La hauteur des préenseignes dérogatoires panneau inclus ne peut excéder une hauteur de 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol.

Deux préenseignes dérogatoires au maximum peuvent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mât.

Seuls les mâts mono-pieds sont autorisés, leur largeur ne pouvant excéder 15 cm.

**Article 4**

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être réalisées autrement que par des panneaux plats de forme rectangulaire.

**Article 5**

Les préenseignes dérogatoires doivent être tenues en bon état de fonctionnement et d'entretien par les personnes ou les entreprises qui les exploitent. Elles doivent par ailleurs être constituées de matériaux durables.

**Article 6**

Conformément à l'article 42 de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et à l'article 17 du décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes, le présent arrêté entrera en vigueur le 13 juillet 2015.

**Article 7**

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 rétro réfléchissants 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.



# DOCUMENTS TYPES

## Elaboration/révision d'un RLP/RLPi :

### TRAME DU CONTENU DE LA DÉLIBÉRATION PRESCRIVANT L'ÉLABORATION/LA RÉVISION D'UN RLP

Commune de...

DELIBERATION DU CONSEIL MUNICIPAL

Séance du...

**Objet : Élaboration/révision du RLP**

**Vu** le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-14 à L. 581-14-4,

**Vu** le code de l'urbanisme, notamment ses articles L. 153-11 à L. 153-13,

**Considérant** qu'en application de l'article L. 581-14 du code de l'environnement, il appartient à l'EPCI compétent en matière de PLU, ou à défaut à la commune, d'élaborer/ de réviser un RLP ;

**Considérant** que la commune de XXX n'est pas membre d'un EPCI ayant compétence en matière de PLU ;

**Considérant** que l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement dispose que « le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des PLU définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme » ;

**Considérant** qu'en application de l'article L. 153-11 du code de l'urbanisme, l'élaboration du PLU doit s'accompagner de précisions sur les objectifs poursuivis et les modalités de concertation :

#### I- Objectifs poursuivis (voir Chapitre RLP)

Le contexte actuel relatif à la réglementation de l'affichage publicitaire du territoire de la ville de...étant le suivant : ...

Les objectifs du futur RLP de la commune de... tendront à protéger et préserver la qualité du cadre de vie comme suit :

- Objectif n°1 : ...
- Objectif n°2 : ...
- ...

#### REMARQUE

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du RLP doivent être précis, explicites et adaptés au contexte local. Lignes directrices :

- Identifier les problématiques et enjeux spécifiques rencontrés dans chaque secteur concerné par le RLP (rue commerçante, centre-ville, zone résidentielle, porte des zones urbanisées...);
- En déduire les objectifs visés dans chaque secteur (préservation de certains espaces, harmonisation des situations locales, diminution de la pollution lumineuse, réintroduction de la publicité ...).

## II- Modalités de concertation (voir chapitre RLP)

Une concertation du public sera mise en œuvre, conformément à l'article L. 103-2 du code de l'urbanisme, durant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP. La concertation intègre les habitants, les associations locales et toutes autres personnes concernées telles que les enseignants, professionnels et organisations professionnelles du secteur de l'affichage publicitaire.

Les modalités de concertation répondent aux objectifs fixés à l'article L. 103-4 du code de l'urbanisme. Elles revêtiront la forme suivante :

- XXX
- XXX
- ...

### REMARQUE

La concertation peut par exemple revêtir la forme suivante :

- Mise à disposition du public, au siège de l'EPCI ou en mairie, du dossier mis à jour à chaque étape de l'élaboration du RLP, 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 la commune, du dossier et de l'état de son avancement et permettant au public de formuler ses observations ;
- Organisation d'une réunion publique ;
- Publication d'articles dans le journal municipal.

### Ceci exposé et après en avoir délibéré, le Conseil Municipal :

#### Décide :

De prescrire l'élaboration/la révision d'un RLP au regard des objectifs précités et articulés notamment autour de la protection de la qualité du cadre de vie ;

De valider les modalités de concertation du public telles que précédemment définies ;

De charger Mme/M. le Maire de la conduite de la procédure.

#### Procède :

A la notification de la présente délibération aux personnes associées à l'élaboration du RLP et mentionnées aux articles L. 132-7 et L. 132-9 du code de l'urbanisme.

A l'affichage de la présente délibération pendant un mois en mairie, ainsi qu'à sa publication en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département, conformément aux dispositions prévues à l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme.

La présente délibération produira 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.

## TRAME DU CONTENU DE LA DÉLIBÉRATION PRESCRIVANT L'ÉLABORATION/LA RÉVISION D'UN RLP INTERCOMMUNAL

(Nom de l'EPCI)

DELIBERATION DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE

Séance du...

**Objet : Élaboration/révision du RLP intercommunal**

**Vu** le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-14 à L. 581-14-4,

**Vu** le code de l'urbanisme, notamment ses articles L. 153-11 à L. 153-13,

**Si l'EPCI est compétent en matière de PLU, ajouter :**

**Vu** les délibérations concordantes n° ... prise en séance du... transférant à l'EPCI de ...la compétence en matière d'élaboration du plan local d'urbanisme sur l'ensemble du territoire intercommunal ;

**Considérant** qu'en application de l'article L. 581-14 du code de l'environnement, il appartient à l'EPCI compétent en matière de PLU d'élaborer/ de réviser un RLP sur l'ensemble du territoire intercommunal ;

OU

**Si l'EPCI n'est pas compétent en matière de PLU mais détient la compétence en matière de RLP, ajouter :**

**Vu** les délibérations concordantes n°... prise en séance du... transférant à (*nom de l'EPCI*) la compétence en matière d'élaboration du règlement local de publicité sur le territoire des communes de... ;

**Considérant** que l'EPCI de ... est compétent en matière de règlement local de la publicité sur l'ensemble du territoire intercommunal ;

---

Considérant que l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement dispose que « le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des PLU définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme » ;

Considérant qu'en application de l'article L. 153-11 du code de l'urbanisme, l'élaboration du PLU doit s'accompagner de précisions sur les objectifs poursuivis et les modalités de concertation :

**I- Objectifs poursuivis (voir Chapitre RLP)**

Le contexte actuel relatif à la réglementation de l'affichage publicitaire du territoire de l'EPCI de...étant le suivant : ...

Les objectifs du futur RLP intercommunal de l'EPCI de... tendront à protéger et préserver la qualité du cadre de vie comme suit :

- Objectif n°1 : ...
- Objectif n°2 : ...
- ...

**REMARQUE**

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du RLP doivent être précis, explicites et adaptés au contexte local. Lignes directrices :

- Identifier les problématiques et enjeux spécifiques rencontrées dans chaque commune et secteur concerné par le RLP intercommunal (rue commerçante, centre-ville, zone résidentielle, porte des zones urbanisées, ...);
- En déduire les objectifs visés dans chaque commune et secteur (préservation de certains espaces, harmonisation des situations locales, diminution de la pollution lumineuse, réintroduction de la publicité ...).

**II- Modalités de concertation (voir chapitre RLP)**

Une concertation du public sera mise en œuvre, conformément à l'article L. 103-2 du code de l'urbanisme, durant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP intercommunal. La concertation intègre les habitants, les associations locales et tout autre personnes concernées telles que les enseignants, professionnels et organisations professionnelles du secteur de l'affichage publicitaire.

Les modalités de concertation répondent aux objectifs fixés à l'article L. 103-4 du code de l'urbanisme. Elles revêtiront la forme suivante :

- XXX
- XXX
- ...

**REMARQUE**

La concertation peut par exemple revêtir la forme suivante :

- Mise à disposition du public, au siège de l'EPCI ou en mairie, du dossier mis à jour à chaque étape de l'élaboration du RLP, 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 et des communes membres, du dossier et de l'état de son avancement et permettant au public de formuler ses observations ;
- Organisation d'une réunion publique ;
- Publication d'articles dans le journal municipal.

**Ceci exposé et après en avoir délibéré, le Conseil Communautaire :****Décide :**

De prescrire l'élaboration d'un RLP intercommunal... *(sur l'intégralité du territoire intercommunal/ spécifiquement dans les zones désignées au I de la présente délibération)*, au regard des objectifs précités et articulés notamment autour de la protection de la qualité du cadre de vie ;

De valider les modalités de concertation du public telles que précédemment définies ;

De charger Mme la présidente/M. le président de l'EPCI...de la conduite de la procédure.

**Procède :**

A la notification de la présente délibération aux personnes associées à l'élaboration du RLP et mentionnées à l'article L. 132-7 du code de l'urbanisme ;

A l'affichage de la présente délibération durant un mois au siège de l'EPCI et dans toutes les mairies des communes membres ;

A la publication de la présente délibération, en caractères apparents, dans un journal diffusé dans le département, conformément aux dispositions prévues à l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme.

La présente délibération produira 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.

## Les procédures et sanctions prises suite à la constatation d'une infraction :

### 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)

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 (e) et assermenté(e) le [date d'assermentation] me suis rendu (e) le [date de constat de l'infraction] à [heure], sur le territoire de la commune de [ville du dispositif - code postal]

#### CERTIFIE AVOIR CONSTATÉ

L'existence d'un dispositif en infraction avec la réglementation susvisée, se présentant sous la forme d'une [préciser la nature du dispositif] au sens de l'article L. 581-3 du code de l'environnement,

situé...[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..., en ou hors agglomération [à préciser]

Le dispositif visé est... [décrire le dispositif : scellé au sol/mural/lumineux/bâche/autres...]

Le dispositif est apposé par la Société... [préciser la raison sociale du mis en cause, son numéro SIREN, son adresse, code postal, ville], au bénéfice de la Société [préciser]

Le dispositif est implanté... [décrire la situation litigieuse] et comporte les mentions [décrire]

Le dispositif est implanté en infraction avec les dispositions du code de l'environnement suivantes : ... [citer les articles concernés] dans la mesure où il [décrire la nature de l'infraction – Exemple : « dans la mesure où il présente une hauteur de 4 m au lieu des 3,50 m exigés »)

(Si RLP/ RLPi) Le dispositif est implanté en infraction avec les dispositions du règlement local de publicité suivantes : [citer les articles concernés] dans la mesure où [décrire la nature de l'infraction]

(Si infraction pénale) NATINF n° [code NATINF] : Nature de l'infraction [type d'infraction]

En foi de quoi, j'ai dressé le présent procès-verbal de constatation d'infraction, qui sera transmis au Procureur de la République et dont une copie sera adressée à l'autorité compétente en matière de police, conformément à 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 et clos à..., le [date de clôture du PV]

Signature de l'agent

## LETTRE DE TRANSMISSION DU PROCÈS-VERBAL AU PROCUREUR DE LA RÉPUBLIQUE

L'autorité compétente en matière de police de la publicité

à

Mme/M. le procureur de la République

Le jj/mm/aaaa

**Vu** le code de l'environnement, notamment ses articles L.581-1, L. 581-3-1 et suivants ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L.5211-9-2 ;

Mme/M. le procureur de la République,

Veillez 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

Nom, prénom, qualité du signataire (*Maire / Présidente ou Président de l'EPCI*)

Signature

## PROCÉDURE CONTRADICTOIRE PRÉALABLE À L'ARRÊTÉ DE MISE EN DEMEURE

(L.581-27 ou L. 581-28)

**REMARQUE** : La procédure contradictoire préalable à l'arrêté de mise en demeure est uniquement requise lorsque l'appréciation des faits de l'espèce s'avère nécessaire. Dans les autres cas, l'arrêté de mise en demeure peut être pris directement. (Voir point 254 du guide sur l'arrêté de mise en demeure et la procédure contradictoire)

L'autorité compétente en matière de police de la publicité  
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 à la suite de la constatation de l'implantation illégale d'une publicité/une enseigne/une préenseigne

**Vu** le code de l'environnement notamment ses articles L. 581-3-1, L.581-27 [ou L.581-28] et L.581-30 ;

**Vu** le code de l'environnement notamment ses articles R. 581- ... ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L. 5211-9-2 ;

**Vu** l'article... du règlement local de publicité de... ;

**Vu** le procès-verbal n°... dressé le... ;

Madame, Monsieur,

Mme/M. ..., agent(e) assermenté(e) 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 irrégulière 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 quinze jours suivant la réception de la présente, à me faire part de toute observation que vous jugerez utile.

Nom, prénom, qualité du signataire (Maire / Présidente ou Président de l'EPCI)

Signature

Pièce jointe :

- Photographie du dispositif en infraction.



## ARRÊTÉ DE MISE EN DEMEURE

### À LA RÉGLEMENTATION DE LA PUBLICITÉ, DES ENSEIGNES ET DES PREENSEIGNES

(ART. L.581-1 ET S., R.581-1 ET S. DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT)

L'autorité compétente en matière de police de la publicité

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

**Vu** le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-3-1, L.581-27 et L.581-33 ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L. 5211-9-2 ;

**Vu le procès-verbal** en date du jj/mm/aaaa établi par Mme/M... (*nom et prénom*), agent(e) habilité(e) à verbaliser, 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 est implanté...** (*décrire la situation litigieuse*)

**Considérant que le dispositif visé est par conséquent en infraction avec les articles** [*préciser les articles méconnus*] du code de l'environnement ou du règlement local de publicité

#### ARRÊTE

**Article 1<sup>er</sup> :**

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 cinq jours à compter de la notification du présent arrêté 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... par lettre recommandée avec demande d'avis de réception postal conformément aux dispositions de l'article R. 581-82 du code de l'environnement.

Copie du présent arrêté est adressée au procureur de la République près le Tribunal de Grande Instance de ... conformément aux dispositions de l'articles L.581-33 du code de l'environnement.

Fait à ..., le jj/mm/aaaa

Nom, prénom, qualité du signataire (*Maire / Présidente ou Président de l'EPCI*)

Signature

**Voies et délais de recours**

La présente décision peut faire l'objet d'un recours gracieux, dans un délai de deux mois à compter de sa notification.

Elle peut également faire l'objet d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif :

- soit directement, en l'absence de recours préalable, dans un délai de deux mois à compter de la plus tardive des mesures de publication ou de notification de ladite décision ;
- soit à l'issue d'un recours préalable, dans un délai de deux mois :
  - à compter de la date de notification de la réponse obtenue de l'administration OU
  - au terme d'un silence gardé par celle-ci pendant deux mois à compter de la réception de la demande.

Le tribunal administratif peut être saisi, dans les mêmes délais, par l'application Télérecours citoyen accessible sur le site [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr) (Mention à ajouter lorsque la décision est destinée à un particulier ou à une personne de droit privé).

**L. 581-30** : A l'expiration du délai de cinq jours dont le point de départ se situe au jour de la notification de l'arrêté, la personne à laquelle il a été notifié sera redevable de l'astreinte de ...€ (*indiquer montant de l'astreinte*) par jour et par publicité, enseigne ou préenseigne maintenue.

## LETTRE D'INFORMATION AU PROCUREUR DE LA RÉPUBLIQUE

L'autorité compétente en matière de police de la publicité

à

Mme/M. le procureur de la République

**Vu** le code de l'environnement notamment ses articles L.581-3-1, L.581-27 et L.581-33 ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L.5211-9-2 ;

**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 cinq jours suivant sa notification.

Nom, prénom, qualité du signataire (*Maire / Présidente ou Président de l'EPCI*)

Signature

Pièce jointe :

- Arrêté de mise en demeure

## ARRÊTÉ DE MISE EN RECOUVREMENT DE L'ASTREINTE ADMINISTRATIVE AU BÉNÉFICE DE LA COMMUNE

L'autorité compétente en matière de police de la publicité

à

Mme/M. représentant légal de la société

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Le Maire/Le (la) Président (e) de L'EPCI,

**Vu** le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-3-1, L.581-27 à L.581-33 ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L.5211-9-2 ;

**Vu** le règlement local de publicité (intercommunal) en date du jj/mm/aaaa ;

**Vu** l'arrêté de mise en demeure n°... ;

**Vu** le procès-verbal de constatation d'infraction dressé le jj/mm/aaaa par M./Mme agent(e) assermenté(e), à l'encontre de la société... (*adresse*), pour violation des dispositions de l'article... du code de l'environnement/règlement local de publicité.

**Vu** l'arrêté en date du jj/mm/aaa mettant en demeure ladite société de se mettre en conformité ou de supprimer le dispositif en infraction, dans un délai de cinq 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 susvisé.

### 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 Maire ou Madame la Présidente de l'EPCI de...../Monsieur le Président de l'EPCI de... est chargé de l'exécution du présent arrêté.

Fait à... le jj/mm/aaaa

Nom, prénom, qualité du signataire (*Maire/Présidente ou Président de l'EPCI*)

Signature

**Voies et délais de recours**

La présente décision peut faire l'objet d'un recours gracieux, dans un délai de deux mois à compter de sa publication ou de sa notification.

Elle peut également faire l'objet d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif :

- soit directement, en l'absence de recours préalable, dans un délai de deux mois à compter de la plus tardive des mesures de publication ou de notification de ladite décision ;
- soit à l'issue d'un recours préalable, dans un délai de deux mois :
  - à compter de la date de notification de la réponse obtenue de l'administration OU
  - au terme d'un silence gardé par celle-ci pendant deux mois à compter de la réception de la demande.

Le tribunal administratif peut être saisi, dans les mêmes délais, par l'application Télérecours citoyen accessible sur le site [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr) (Mention à ajouter lorsque la décision est destinée à un particulier ou à une personne de droit privé).

## LETTRE DE DEMANDE DE PIÈCES COMPLÉMENTAIRES

L'autorité compétente en matière de police de la publicité  
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/d'une préenseigne 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.

Nom, prénom, qualité du signataire (Maire / Présidente ou Président de l'EPCI)

Signature

## LETTRÉ DE PROCÉDURE CONTRADICTOIRE PRÉALABLE À L'AMENDE ADMINISTRATIVE

..., le jj/mm/aaaa

L'autorité compétente en matière de police de la publicité

à

Mme/M. représentant légal de la société...

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

Objet : Demande d'observations à la suite de la constatation d'une infraction à l'article [L.581-4/L.581-5/L. 581-15/L.581-24] du code de l'environnement

**Vu** le procès-verbal n°... ;

**Vu** l'article [L.581-4/L.581-5/L. 581-15/L.581-24] du code de l'environnement ;

**Vu** les articles L.581-3-1 et L.581-26 du code de l'environnement ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L. 5211-9-2 ;

Madame/Monsieur,

Un(e) agent(e) assermenté(e) a été amené(e) à dresser, le jj/mm/aaaa, un procès-verbal (en pièce jointe) constatant la présence d'une publicité / d'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 l'établissement 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.

Nom, prénom, qualité du signataire (*Maire/Présidente ou Président de l'EPCI*)

Signature

Pièce jointe :

- Procès-verbal

## ARRÊTÉ PRONONÇANT L'AMENDE ADMINISTRATIVE

Lettre Recommandée avec demande d'accusé de réception

**Vu** le code de l'environnement, notamment ses articles L.581-3-1, [L.581-4/L.581-5/L. 581-15/L.581-24] et L.581-26 ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L. 5211-9-2 ;

**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 ;

**Considérant** que Mme/M. représentant légal de la Société... a installé un dispositif publicitaire sis... sur le territoire de la commune de... sans respecter la déclaration préalable n° / sans avoir déposé une déclaration préalable/ en méconnaissance des dispositions de l'article [L. 581-6, L.581-4/L.581-5/L. 581-15/L.581-24] du code de l'environnement ;

**Considérant** que, selon les dispositions de l'article L.581-26 du code de l'environnement, ces infractions sont punies d'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 de [à préciser selon le cas : maire ou président de l'EPCI] 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 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...

Fait à ..., le jj/mm/aaa

Nom, prénom, qualité du signataire (Maire / Présidente ou Président de l'EPCI)

Signature



**Voies et délais de recours**

La présente décision peut faire l'objet d'un recours gracieux, dans un délai de deux mois à compter de sa notification.

Elle peut également faire l'objet d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif :

- soit directement, en l'absence de recours préalable, dans un délai de deux mois à compter de la plus tardive des mesures de publication ou de notification de ladite décision ;
- soit à l'issue d'un recours préalable, dans un délai de deux mois :
  - à compter de la date de notification de la réponse obtenue de l'administration OU
  - au terme d'un silence gardé par celle-ci pendant deux mois à compter de la réception de la demande.

Le tribunal administratif peut être saisi, dans les mêmes délais, par l'application Télérecours citoyen accessible sur le site [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr) (Mention à ajouter lorsque la décision est destinée à un particulier ou à une personne de droit privé).

## LETTRÉ D'INFORMATION AU PROPRIÉTAIRE D'UN TERRAIN

### AVANT SUPPRESSION IMMÉDIATE D'OFFICE D'UNE PUBLICITÉ IRRÉGULIÈRE

L'autorité compétente en matière de police de la publicité

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.581-3-1 et [L.581-4/L.581-5/L.581-24 et L.581-29];

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L.5211-9-2 ;

**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 .../référéncée au cadastre section.... n°..., méconnaît 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 manifestes 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.

Je reste Restant à votre disposition pour toute information complémentaire que vous jugeriez utile.

Je vous prie d'agrée, Madame/Monsieur, mes sincères salutations.

Nom, prénom, qualité du signataire (*Maire / Présidente ou Président de l'EPCI*)

Signature

Copie au propriétaire/exploitant du dispositif

## Arrêtés divers :

**ARRÊTÉ DE DÉROGATION À L'OBLIGATION  
D'EXTINCTION NOCTURNE**

**REMARQUE :** Cet arrêté peut également être pris par le préfet (articles R. 581-35 alinéa 2 et R. 581-59 alinéa 5 du code de l'environnement).

**Vu** le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-1 et suivants, R. 581-35 et R. 581-59 ;

**Vu** la demande de la société... ;

**Considérant** la présence sur la commune de *(description de l'événement exceptionnel)* pendant la période du jj/mm/aaaa au jj/mm/aaaa ;

**ARRÊTE****Article 1 :**

Les publicités, enseignes et préenseignes bénéficient d'une dérogation à l'obligation d'extinction nocturne prévue aux articles R. 581-35 et 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 Maire, la présidente de l'EPCI/le président de l'EPCI, est chargé(e) de l'application du présent arrêté.

**Article 3 :**

Le présent arrêté est notifié à la société...

**Article 4 :**

Copie du présent arrêté est adressée au préfet.

A..., le...

Nom, prénom, qualité du signataire *(Maire / Présidente ou Président de l'EPCI)*

**ARRÊTÉ PORTANT INTERDICTION  
DE LA PUBLICITÉ SUR UN IMMEUBLE  
PRÉSENTANT UN CARACTÈRE ESTHÉTIQUE,  
HISTORIQUE OU PITTORESQUE**

**EN APPLICATION DE L'ARTICLE L. 581-4  
DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT**

**REMARQUE** : En cas de carence du maire ou du Président de l'EPCI, cet arrêté peut être pris par le préfet dans les conditions prévues au II de l'article L. 581-4 du code de l'environnement.

**Vu** le Code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-3-1, L.581-4-II et L.581-8-I, 5°;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L. 5211-9-2 ;

**Vu** la délibération du conseil municipal/du conseil communautaire en date du (jj/mm/aaaa) demandant l'interdiction de toute publicité sur le(s) immeuble(s) suivant(s) : ... ;

OU

**Vu** l'avis du Conseil municipal/du conseil communautaire en date du ...(*à viser lorsque la demande n'émane pas du conseil municipal ou communautaire*)

**Vu** l'avis 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 en application du II de l'article L.581-4 du code de l'environnement, ainsi qu'à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité de ces immeubles, en application du 5° du I de l'article L.581-8 dudit code ;

**ARRÊTE**

**Article 1 :**

Toute publicité est interdite sur les immeubles suivants ainsi qu'à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité de ceux-ci :

**Article 2 :**

Le présent arrêté est publié sur le site internet de la commune/ de l'EPCI.

Le présent arrêté sera par ailleurs inscrit au bureau des hypothèques de...

Il sera également notifié à Mme/M. ... (*propriétaire de l'immeuble*)

**Article 3 :**

Copie du présent arrêté est adressée, chacun pour ce qui le concerne :

- Au maire (lorsque l'arrêté est pris par le président de l'EPCI dans le cadre du transfert de compétence de la police de la publicité) ;
- Au préfet.

A..., le...

Nom, prénom, qualité du signataire (Maire/Présidente ou Président de l'EPCI)

**Voies et délais de recours**

La présente décision peut faire l'objet d'un recours gracieux, dans un délai de deux mois à compter de sa publication ou de sa notification.

Elle peut également faire l'objet d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif :

- soit directement, en l'absence de recours préalable, dans un délai de deux mois à compter de la plus tardive des mesures de publication ou de notification de ladite décision ;
- soit à l'issue d'un recours préalable, dans un délai de deux mois :
  - à compter de la date de notification de la réponse obtenue de l'administration OU
  - au terme d'un silence gardé par celle-ci pendant deux mois à compter de la réception de la demande.

Le tribunal administratif peut être saisi, dans les mêmes délais, par l'application Télérecours citoyen accessible sur le site [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr) (Mention à ajouter lorsque la décision est destinée à un particulier ou à une personne de droit privé).

## ARRÊTÉ DÉTERMINANT DES EMPLACEMENTS DESTINÉS À L’AFFICHAGE D’OPINION ET À LA PUBLICITÉ RELATIVE AUX ACTIVITÉS DES ASSOCIATIONS SANS BUT LUCRATIF

**REMARQUE** : Cet arrêté peut également être pris par le préfet en cas de carence de l’autorité compétente en matière de police de la publicité dans les conditions prévues au dernier alinéa de l’article L. 581-13 du code de l’environnement.

**Vu** le code de l’environnement, notamment ses articles L. 581-3-1, L. 581-8, L. 581-13, L. 581-30, L. 581-42 et R. 581-2 à R. 581-5 ;

**Vu** le code général des collectivités territoriales, notamment son article L. 5211-9-2 ;

**Considérant** qu’il appartient au maire/président de l’EPCI de déterminer par arrêté et de faire aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l’affichage d’opinion ainsi qu’à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ;

**Considérant** qu’il appartient au maire/président de l’EPCI d’assurer la liberté d’opinion et de répondre aux besoins des associations, en réservant à l’affichage d’opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif une surface minimale de XXXX mètres carrés (*reprenre le 1<sup>o</sup>, 2<sup>o</sup> ou 3<sup>o</sup> de l’article R. 581-2 en fonction du nombre d’habitants de la commune*).

**Considérant** que l’implantation de ces panneaux doit être portée à la connaissance de la population ;

### ARRÊTE

**Article 1** : L’affichage d’opinion, d’expression libre et la publicité sur la commune de... sont règlementés selon les articles ci-après.

**Article 2** : Aucune redevance ou taxe n’est perçue à l’occasion de cette publicité ou de cet affichage ;

**Article 3** (et suivants) : (*Définition des modalités d’utilisations des panneaux prévus à cet effet*) ;

**Avant-dernier article** : Madame/ Monsieur le maire, Madame la présidente de l’EPCI/Monsieur le président de l’EPCI est chargé de l’exécution du présent arrêté ;

**Dernier article** : Copie du présent arrêté est transmise au préfet du département de...ainsi qu’au maire de la commune de...(dans le cas où l’arrêté est pris par l’EPCI dans le cadre du transfert de compétence de la police de la publicité).

Fait à ..., le jj/mm/aaa

Nom, prénom, qualité du signataire (*Maire/Présidente ou Président de l’EPCI*)

**Voies et délais de recours**

La présente décision peut faire l'objet d'un recours gracieux, dans un délai de deux mois à compter de la plus tardive des mesures de publication ou de notification de ladite décision.

Elle peut également faire l'objet d'un recours contentieux auprès du tribunal administratif :

- soit directement, en l'absence de recours préalable, dans un délai de deux mois à compter de la plus tardive des mesures de publication ou de notification de ladite décision ;
- soit à l'issue d'un recours préalable, dans un délai de deux mois :
  - à compter de la date de notification de la réponse obtenue de l'administration OU
  - au terme d'un silence gardé par celle-ci pendant deux mois à compter de la réception de la demande.

Le tribunal administratif peut être saisi, dans les mêmes délais, par l'application Télérecours citoyen accessible sur le site [www.telerecours.fr](http://www.telerecours.fr) (Mention à ajouter lorsque la décision est destinée à un particulier ou à une personne de droit privé).

# SIGLES ET ABRÉVIATIONS

**ABF** : Architecte des bâtiments de France

**BBC** : Bâtiment basse consommation

**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

**CAUE** : Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement

**CE** : Conseil d'État

**CGCT** : Code général des collectivités territoriales

**CRPA** : Code des relations entre le public et l'administration

**DGAC** : Direction générale de l'Aviation civile

**DSAC/IR** : Direction interrégionale de la sécurité de l'aviation civile

**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

**EBC** : Espace boisé classé

**EPCI** : Établissement public de coopération intercommunale

**EPT** : Établissement public territorial

**GPU** : Géoportail de l'Urbanisme

**MU** : Mobilier urbain

**NATINF** : NATure d'INFraction (nomenclature)

**INSEE** : Institut national de la statistique et des études économiques

**JEI** : Journal électronique d'information\*

**Loi « Climat et Résilience »** : Loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

**Loi ENE** : Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

**PAC** : Porter à connaissance

**PLU** : Plan local d'urbanisme

**PNR** : Parc naturel régional

**PPA** : Personnes publiques associées

**RGC** : Route à grande circulation

**RLP** : Règlement local de publicité

**RLPi** : Règlement local de publicité intercommunal

**RNP** : Règlement national de publicité

**SIL** : Signalisation d'information locale

**SITE** : Système d'Information sur les sites et Territoires d'Exception

**SPR** : Site patrimonial remarquable

**TA** : Tribunal administratif

**TLPE** : Taxe locale sur la publicité extérieure



# LEXIQUE

**Afficheur :**

Terme désignant une société d'affichage ou un employé qui met en place les affiches sur les dispositifs.

**Alignement :**

Limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines.

**Amende forfaitaire :**

Voir annexe : Les amendes forfaitaires (contraventions).

**Annonceur :**

Entité en faveur de qui est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme politique, film, etc.)

**Arche (publicité murale) :**

Voûte arquée qui s'appuie sur les culées ou les piles d'un pont.

**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 m<sup>2</sup>.

**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.

**Centre commercial :**

Ensemble d'au moins 20 magasins et services totalisant une surface commerciale utile minimale de 5 000 m<sup>2</sup>, conçu, réalisé et géré comme une seule entité.

**Cerfa :**

Formulaire homologué permettant à un usager d'accomplir une démarche administrative.

**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.

**Colonne (publicité murale) :**

Support vertical d'un édifice, ordinairement cylindrique.

**Commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS) :**

Instance collégiale départementale composée de représentants des services de l'État, 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.

**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.

**Encadrement :**

Partie du dispositif publicitaire qui entoure l'affiche. On parle également de « cadre » ou de « moulure ».

**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 :**

Élément 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.

**Infraction :**

En droit pénal, action ou omission interdite par la loi et punie d'une peine également fixée par cette dernière, à titre principal ou accessoire. Une infraction à la réglementation de la publicité extérieure peut constituer une contravention ou un délit.

**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 m<sup>2</sup>, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

**Mobilier urbain :**

Tout objet installé dans l'espace public pour permettre aux citoyens de profiter de ces espaces. Exemples : barrières, bancs, abris de bus, éclairage public, ...etc.

**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.

**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'État et les collectivités territoriales, pour une durée de 12 ans, à l'issue de laquelle la charte est révisée.

**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.

**Piédroit :**

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).

**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) 1<sup>ère</sup> génération (RLP1G) :**

Se dit d'un RLP(i) publié avant 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.





Mise en page : [www.laboiteaverbe.fr](http://www.laboiteaverbe.fr)



**MINISTÈRE  
DE LA TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE  
ET DE LA COHÉSION  
DES TERRITOIRES**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*