

CIRCULAIRE : Décentralisation de la police de la publicité extérieure à compter du 01/01/2024

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 & Résilience) prévoit, dans son article 17, la décentralisation de la police de la publicité à compter du 1er janvier 2024.

A partir de cette date, les maires seront donc compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire, que la commune soit ou non couverte par un règlement local de publicité (RLP).

Vous trouverez ci-dessous la réglementation actuellement en vigueur portant sur la publicité extérieure. En complément vous trouverez sur le site du Ministère de l'Écologie le guide pratique ayant vocation à constituer l'outil de référence pédagogique en matière de réglementation de l'affichage publicitaire.

1- Le cadre réglementaire

Les prescriptions relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes sont codifiées aux articles L581-1 et suivants, ainsi qu'aux articles R581-1 et suivants du Code de l'environnement. Ces règles visent les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés. Elles s'appliquent aux dispositifs extérieurs visibles d'une voie ouverte à la circulation publique¹.

Ces dispositions sont issues de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi ENE) et du décret du 30 janvier 2012 portant réglementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et des pré-enseignes entré en vigueur le 1er juillet 2012, qui ont profondément réformé le régime en vigueur afin d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles.

Le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 – **communément appelée règlement national de la publicité (RNP)** – applicable à l'ensemble du territoire national (métropolitain et ultra-marin). Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité intercommunal (RLP) ou un règlement local de publicité (RLP) peut être institué par certains EPCI ou, à défaut, les communes.

2. L'application des règles juridiques

Les publicités, enseignes et pré-enseignes, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'environnement et, le cas échéant, le règlement local de publicité.

¹La 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).

a) Le règlement local de publicité (RLP)

Le RLP est un outil permettant aux collectivités (intercommunalités et communes), d'adapter la réglementation nationale issue du Code de l'environnement applicable en matière de publicité, enseigne et pré-enseigne. 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, en fonction de ses spécificités et des enjeux en matière de cadre de vie.

En l'absence de RLP, ce sont les règles nationales qui s'appliquent.

Pour les communes situées dans l'aire d'adhésion d'un parc naturel régional, les dispositions du RPL doivent être compatibles avec la charte du parc ou avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable applicables dans les communes situées dans l'aire d'adhésion.

b) La répartition des compétences

Le règlement local de publicité (RLP) est pris à l'initiative du maire compétent en matière de Plan local d'urbanisme.

- L'instruction :

L'instruction relève de la compétence de l'État lorsque la publicité, l'enseigne ou la pré-enseigne doit être implantée sur le territoire d'une commune où il n'existe pas de RLP. Lorsque la publicité, l'enseigne ou la pré-enseigne doit être installée sur un territoire couvert par un RLP, la compétence d'instruction appartient au Maire de la commune.

- Le pouvoir de police :

Actuellement, l'existence d'un règlement local de publicité sur le territoire communal ou intercommunal détermine l'autorité compétente en matière de police de la publicité :

- seuls les préfets de département sont compétents lorsque la commune n'est pas couverte par un RLP (exception pour les autorisations concernant les bâches et dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires dont la compétence appartient au maire) ;
- lorsque la commune est couverte par un RLP, cette compétence est dévolue aux maires, au nom de la commune.

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

A compter du 1^{er} janvier 2024, les maires seront compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire que leur commune soit ou non couverte par un RLP.

c) Les obligations communes aux publicités

- 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 (propriété privée ou domaine public).
- Publicités et pré-enseignes dérogatoires sont souvent installées par des sociétés spécialisées et doivent nécessairement indiquer leurs coordonnées sur le dispositif au risque d'être passibles de l'amende administrative (Art L581-26) ou de la suppression d'office.
- Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-24).

d) Les interdictions

L'article L.581-4 du Code de l'environnement édicte une série d'interdictions, dites **absolues** puisqu'elles ne permettent aucune dérogation. La publicité est ainsi interdite :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l’inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et dans les réserves naturelles ;
- sur les arbres. (CE/14/02/2001, Sté Centrale d’espaces publicitaires, req. N°209103)

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

3. Focus sur la réglementation des publicités, enseignes et pré-enseignes dans le Parc naturel Régional de Corse (PNRC)

a) La publicité

La publicité (y compris sur véhicule terrestre) est interdite sur l’ensemble du territoire du parc naturel régional. Cette interdiction est relative, car il est possible d’y déroger par règlement local de publicité (RLP).

Une commune ne pourra réintroduire, le cas échéant, de la publicité en agglomération ou hors agglomération à proximité des établissements commerciaux exclusifs de toute habitation, avec des prescriptions plus restrictives que la règle nationale et compatibles avec les orientations et mesures de la Charte du PNR, qu’en se dotant d’un règlement local de publicité et que si la Charte du parc le prévoit expressément.

Les agglomérations des communes couvertes par le PNRC étant inférieures à 10 000 habitants, en Corse, les dispositions contenues dans le RLP seront plus restrictives que la réglementation nationale de la publicité.

b) Les pré-enseignes

Les préenseignes sont soumises aux mêmes règles que la publicité. Les pré-enseignes dérogatoires hors agglomération concernent les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles, les monuments historiques ouverts à la visite, et à titre temporaire les opérations ou manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique de moins de 3 mois et les travaux publics/opérations immobilières de plus de 3 mois.

c) Les enseignes

Les enseignes sont libres mais respectent les dispositions du code de l’environnement. Elles sont notamment constituées par des matériaux durables, maintenues en bon état de propreté, d’entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par la personne exerçant l’activité qu’elle signale.

Le PNRC peut jouer un rôle d’accompagnement, de formation et d’information auprès des collectivités dans la gestion de la publicité extérieure.