

## **Maîtriser l'impact publicitaire : Qu'en dit la loi ?**

**Les dispositions du code de l'environnement applicables à l'affichage extérieur, aux enseignes et aux pré-enseignes visent à permettre la liberté de l'affichage tout en assurant la protection du cadre de vie et des paysages. Le but de la réglementation nationale est de faire respecter notamment les dimensions, les hauteurs et les emplacements des dispositifs publicitaires dans les agglomérations où la publicité est admise. La publicité est interdite hors agglomération sauf pour les pré-enseignes dérogatoires. L'application de cette réglementation doit aussi tenir compte des protections naturelles (parcs, réserves naturelles...), des zones protégées (sites classés, inscrits...), des protections culturelles (monuments historiques) et de l'urbanisme (PLU, ZPPAUP...). \***

**Les élus locaux ont la possibilité d'adapter la réglementation nationale au contexte local par l'instauration d'un règlement local de publicité ([décret n° 80-924 du 21 novembre 1980](#)).**

**Le maire peut ainsi prendre l'initiative de la création d'un règlement local de publicité (RLP) pour établir des règles plus restrictives que la réglementation nationale (densité, taille) et protéger certains secteurs où la publicité est très prégnante (entrées de ville, centre historique).**

**En collaboration avec le préfet, le maire crée un groupe de travail composé des services municipaux et des services déconcentrés de l'Etat. Ce groupe peut être complété par les professionnels de l'affichage, des enseignants et des peintres en lettres ainsi que des associations protectrices en matière de paysages.**

### **Les différents zonages en agglomération et hors agglomération**

**Un règlement local de publicité peut créer trois types de zones de publicité.**

**En agglomération : la zone de publicité restreinte (ZPR) peut servir soit à durcir la réglementation nationale (dimension, densité) soit à réintroduire la publicité partiellement dans les lieux où elle fait l'objet d'une interdiction de principe (article L.581-8). La ZPR permet aussi de soumettre les enseignes à autorisation du maire.**

**La zone de publicité élargie (ZPE) peut être adoptée pour réintroduire plus de la publicité, avec des normes moins restrictives que le règlement national, y compris dans des lieux faisant l'objet d'une**

interdiction de principe (article L.581-8), lorsque la publicité est particulièrement utile à l'animation des lieux considérés. Dans ce dernier cas, la ZPE sera instituée par arrêté ministériel.

Hors agglomération : la zone de publicité autorisée (ZPA) ne peut être instituée qu'hors agglomération, à proximité des groupements d'habitation, des centres industriels artisanaux ou commerciaux. Les prescriptions applicables peuvent être plus ou moins restrictives que le règlement national. En créant une ZPA dans une zone " d'entrée de ville " situé hors agglomération, le maire peut y créer une réglementation précise qui permettra de définir des règles qualitatives et quantitatives pour contrôler la publicité.

### **Organisation administrative**

Le maire est un des acteurs importants de la réglementation de la publicité extérieure. Il a l'initiative des règlements locaux de publicité pour adapter la réglementation nationale aux circonstances locales. Il est destinataire des déclarations préalables (comme les préfets). Il délivre les autorisations pour la publicité lumineuse, pour les enseignes dans les ZPR et dans les lieux protégés. Le maire prend les arrêtés de mise en demeure à l'encontre des dispositifs en infraction.

Pour l'aider dans ses démarches, il peut s'appuyer sur les agents des services de l'Etat comme la préfecture, la DREAL, la DDEA, le SDAP, la gendarmerie... etc, habilités à constater les infractions au code de l'environnement en matière de publicité (article L.581-40) et à participer aux groupes de travail. Afin de mieux mobiliser les services, [une circulaire](#) du ministère de l'écologie et du développement durable en date du 5 avril 2001 a demandé à chaque préfet de département d'organiser un pôle de compétence regroupant l'ensemble des services déconcentrés pour définir au niveau local une politique efficace en matière d'affichage publicitaire, établir des priorités et coordonner des actions. Dans le même esprit, la circulaire du 23 juin 2008 a demandé à chaque préfet d'identifier au moins un agent sur le sujet dans chaque département.

### **Actualités**

Le Conseil national du paysage a été réinstallé le 20 novembre 2008 par la Secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie et le Secrétaire d'Etat chargé de l'aménagement du territoire. Les trois ateliers thématiques qui en sont issus, dont un sur la publicité et les entrées de ville, se sont tenus durant le premier trimestre 2009. Ces réunions ont suscité de riches échanges entre les différents membres (associations, experts, syndicats, professionnels,...), qui ont apporté un grand nombre de contributions.

Le compte rendu de la séance du 21 juillet 2009 fait état des résultats de

**cet atelier.**

**Dans le même temps, une mission parlementaire sur les évolutions nécessaires de la législation relative à la publicité extérieure a été confiée au sénateur Ambroise Dupont en janvier 2009 et menée en parallèle des ateliers du Conseil National du Paysage. Le 17 juin 2009, le sénateur Ambroise Dupont a remis à Chantal Jouanno, secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie, et à Hubert FALCO, secrétaire d'Etat chargé de l'aménagement du territoire, le [rapport relatif à la publicité, enseignes et pré-enseignes](#).**

### **5 ans pour en finir avec les pré-enseignes dérogatoires**

**Les propositions ont été reprises pour l'essentiel dans le projet de loi portant engagement national pour l'environnement, dit loi " Grenelle 2 ". Ce projet de loi a été voté à l'unanimité par le Sénat le 8 octobre 2009, a été adopté par l'assemblée Nationale en Juillet 2010 et publiée au JO du 13 Juillet page 12905 texte 1.**

**\* Ces règles sont énoncées dans [le code de l'environnement au Livre V : Prévention des pollutions, des risques et des nuisances - Titre VIII : Protection du cadre de vie - Chapitre 1er : Publicité, enseignes et préenseignes](#), qui a intégré à droit constant la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979.**

**Les principaux décrets d'application sont le n° [80-923](#) du 21 novembre 1980 qui vaut règlement national de publicité et le décret n° [82-211](#) du 24 février 1982 qui vaut règlement national des enseignes.**