

Service Aménagement Sud-Est

Pôle Aménagement durable

Campagne de communication à visée pédagogique, sur la réglementation relative à l'affichage publicitaire

1 – Quelques définitions

- Est considérée comme « publicité », toute forme, inscription ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.
- Est considérée comme « préenseigne », toute forme, inscription ou image destinée à informer le public d'une activité s'exerçant à proximité. Publicités et préenseignes sont régies par les mêmes règles. Ainsi, quand le terme de « publicité » est employé, il faut comprendre « publicités et préenseignes ».
Pour information, la réglementation actuelle ne prévoit pas de dérogation pour les hôtels et restaurants.
- Est considérée comme une enseigne toute inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble ou un terrain et relative à l'activité qui s'y exerce.

2/ Principales règles relatives aux publicités et préenseignes

- L'article L.581-4 précise que toute publicité est 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'article L.581-7 du code de l'environnement interdit toute publicité en dehors des agglomérations.**
- **À l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants, toute publicité scellée au sol est interdite.** Seuls sont autorisés les dispositifs d'une surface maximale de 4 m² apposés sur un mur aveugle (ne comportant aucune ouverture).
- L'article L.581-8 interdit la publicité à l'intérieur des agglomérations :
 - Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés
 - Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables
 - Dans les parcs naturels régionaux
 - Dans les sites inscrits
 - À moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits au titre des monuments historiques

- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales

3/ Principales règles relatives aux enseignes

Quel que soit le lieu, une activité a, sous conditions, le droit de se signaler. Les enseignes sont toutefois soumises à autorisation dans les lieux où la publicité est interdite et dans les communes dotées d'un règlement local de publicité.

Vous trouverez, annexée au présent document, une fiche récapitulant les principales règles relatives à la pose ou au changement d'enseigne.

Focus sur les enseignes temporaires :

Sont considérées comme des enseignes temporaires (articles R581-68 à R581-70 du CE) :

- celles installées pour moins de 3 mois signalant des manifestations culturelles ou touristiques, ou des opérations exceptionnelles,
- celles qui signalent des travaux publics, des opérations immobilières, la location ou la vente de fonds de commerce.

Les enseignes temporaires sont autorisées hors agglomération ou dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Leur implantation doit respecter un certain nombre de règles.

4/ Qu'est-ce qu'un règlement local de publicité (RLP) ?

Le RLP est un document réglementaire de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal (RLP) ou intercommunal (RLPi). Il donne à la collectivité les moyens de maîtriser l'implantation de dispositifs publicitaires sur son territoire tout en conciliant intérêts des acteurs économiques et préservation du cadre de vie. Le RLP (ou RLPi) permet des adaptations au contexte local des dispositions prévues par la loi en la matière.

Ce règlement est élaboré selon les procédures définies par le code de l'urbanisme pour les plans locaux d'urbanisme (PLU). Il est soumis à enquête publique après avis de la commission départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS).

Une fois approuvé, le RLP est annexé au PLU et le maire devient compétent pour instruire les demandes d'autorisation, les déclarations préalables et exercer la police de la publicité.

Par ailleurs, les publicités devenues illégales au regard du document nouvellement approuvé, doivent être mises en conformité dans un délai de deux ans. La régularisation des enseignes doit quant à elle, intervenir dans un délai de six ans.

5/ Que faire si vous constatez des infractions aux règles relatives à l'affichage publicitaire ?

Après avoir pris connaissance des documents proposés dans ce courrier, services techniques municipaux, élus, policiers municipaux vont peut-être constater qu'un certain nombre de dispositifs présents sur le territoire communal ne sont pas conformes à la réglementation en vigueur et doivent être mis en conformité voire déposés.

Si la commune compte un grand nombre de dispositifs illégaux et qu'elle souhaite saisir l'occasion de rectifier cette situation, il est possible de demander au conseil municipal l'autorisation de solliciter l'intervention des services préfectoraux pour lancer une opération de police de la publicité. Mes services se déplaceront alors, sous réserve de leurs disponibilités, après en avoir préalablement informé la mairie.

En cas d'infraction constatée par mes services et dressée dans un procès-verbal, les contrevenants disposeront d'un délai de 5 jours pour procéder à la dépose des panneaux illégaux. À l'expiration de ce délai qui commence à courir à compter de la notification de l'arrêté de mise en demeure, si les contrevenants n'ont pas obtempéré, ils seront redevables d'une astreinte administrative de 212,82 € par jour de retard et par dispositif (montant réévalué chaque année). Pour information, l'astreinte est recouvrée au bénéfice de la commune sur le territoire de laquelle l'infraction a été constatée dans les conditions prévues par les dispositions relatives aux produits communaux.

Par ailleurs, une copie des arrêtés de mise en demeure sera adressée au procureur de la république qui peut décider de poursuites pénales. Les contrevenants s'exposent à ce titre à une amende pénale de 7 500 €.

6/ La signalisation d'information locale (SIL)

Afin de répondre à la nécessité pour une entreprise de se faire connaître, une SIL peut être mise en place par la collectivité. La SIL, régie par le code de la route, permet aux usagers d'accéder facilement et en toute sécurité aux activités commerciales ou de services mises à leur disposition, tout en préservant les paysages environnants et en luttant contre la pollution visuelle.

Je vous invite à prendre connaissance de la fiche jointe à ce courrier.

7/ Les évolutions législatives

La loi portant « lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » du 24 août 2021 prévoit qu'à compter de 2024 les compétences en matière de police de la publicité seront exercées par le maire au nom de la commune. Dans les communes de moins de 3500 habitants, ces prérogatives seront transférées au président de l'EPCI, même s'il n'a pas la compétence en matière d'urbanisme.

8/ Vos contacts à la DDT

Vous trouverez plus d'informations sur la réglementation relative à l'affichage publicitaire sur le site des Services de l'État en Isère, à l'adresse suivante :

<https://www.isere.gouv.fr/Politiques-publiques/Paysages-et-cadre-de-vie/Reglementation-de-l-affichage-publicitaire/Paysage-et-cadre-de-vie-Publicite-exterieure>

Vous pouvez également contacter notre chargée de mission Publicité, Mme Stéphanie VIAL :

Direction départementale des territoires de l'Isère
SASE – Pôle Aménagement durable
Bureau de la Publicité
17 Bd Joseph Vallier
BP45
38 040 Grenoble Cedex 9

Tél : 04 56 59 46 40

Courriel : ddt-pub@isere.gouv.fr