

LA POLICE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

La police de la publicité extérieure est principalement encadrée par des dispositions du Code de l'Environnement. Elle figure dans le livre consacré à la « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances », plus précisément au sein du titre dédié à la « Protection du cadre de vie ».

On comprend donc que le principal enjeu de la réglementation de la publicité extérieure réside dans un juste équilibre entre le développement de l'activité économique d'un territoire et la protection du cadre de vie de la population.

Jusqu'en 2023, l'application de la réglementation était suivie par les services de la préfecture ou par le maire si la commune avait instauré un Règlement Local de Publicité.

Depuis le 1^{er} janvier 2024, le pouvoir de police de publicité est transféré aux maires ou, sous conditions, aux présidents des Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI).

Le préfet n'interviendra donc plus sur cette compétence.

Ce dossier fait le point sur les mécanismes du transfert et les articulations existantes entre communes et EPCI.

Notions de réglementation de la publicité

L'article L 581-3 du Code de l'Environnement instaure une typologie importante pour la réglementation de la publicité extérieure :

« [...]1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;

2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;

3° Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. »

La réglementation de la publicité extérieure s'attache aux conditions d'implantation et au format des dispositifs publicitaires au sens de l'article L 581-3 du Code de l'Environnement, précité.

Concrètement, ce pouvoir de police consiste à :

- Instruire les demande d'autorisations préalables et recevoir les déclarations préalables ;
- Contrôler l'application du Règlement National de Publicité ou du Règlement Local de publicité ;
- Mettre en demeure les contrevenants de se conformer à la réglementation. Le cas échéant, des sanctions administratives peuvent être prononcées.

En revanche, le contenu du message ne relève pas de cette police. Ainsi, les atteintes aux bonnes mœurs, le respect de la loi Evin (qui interdit, par exemple, la publicité pour le tabac) ou encore les injures et la diffamation qui seraient portées par des dispositifs publicitaires ne relèvent pas du contrôle de la police de la publicité.

Transfert de la police de la publicité

Nous attirons votre vigilance sur le fait que le mécanisme de transfert prévu par la loi n° 2021-1104 dite « Climat Résilience » a été simplifié par l'article 250 de la loi de finances pour 2024 (loi n° 2023-1322 du 29 décembre 2023).

En conséquence, les publications antérieures au 30 décembre 2023 peuvent faire référence à une modalité spécifique de transfert pour les communes de moins de 3 500 habitants. Ce dispositif est désormais caduc.

Ce qu'il faut retenir au 1^{er} janvier 2024 :

- Dans les EPCI qui ne sont compétents ni en matière de Plan Local d'Urbanisme Intercommunal (PLUi) ni compétent en matière Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), le pouvoir de police sera exercé par les maires.
- Dans les EPCI qui exercent au moins l'une des compétences précitée (PLUi ou RLP), le pouvoir de police sera exercé par le président de l'intercommunalité à l'expiration du délai accordé pour s'opposer au transfert de compétence. Pendant la période intermédiaire, le pouvoir de police sera exercé par les maires.

À noter que les maires pourront s'opposer au transfert du pouvoir de police à l'intercommunalité :

- Dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP, en notifiant leur opposition au président de l'EPCI ;
- Dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI, pour s'opposer à la reconduction du transfert ou au transfert lui-même ;
- Dans un délai de six mois suivant le 1^{er} janvier 2024 si l'EPCI est déjà compétent en matière de PLU ou de RLP au 1^{er} janvier 2024.

Enfin, si au moins une commune s'oppose au transfert, le président d'EPCI peut renoncer au transfert de façon globale ou choisir d'exercer la compétence sur la partie du territoire dans laquelle les communes ont accepté le transfert.

Concrètement, si au moins une commune s'est opposée au transfert dans le délai d'opposition de six mois, le président d'EPCI dispose d'un mois à compter de la date limite d'opposition au transfert pour exercer son choix entre deux options :

1. Exercer le pouvoir de police de la publicité sur le territoire des communes qui ne se sont pas opposées au transfert. Dans ce cas, le pouvoir est exercé par le maire dans les communes qui se sont opposées au transfert ;
2. Renoncer globalement à exercer le pouvoir. Dans ce cas, le pouvoir est exercé par le maire dans toutes les communes de l'EPCI.

Ainsi, le transfert de compétence n'est effectif qu'à l'expiration du délai d'opposition ou, le cas échéant, à l'expiration du délai octroyé au président d'EPCI pour exercer son option. Pour illustration, dans le cas d'un EPCI compétent en matière de PLU ou de RLP au 1^{er} janvier 2024 :

⇒ À partir du 1^{er} janvier 2024, les maires exercent la police de la publicité sur le territoire de leur commune. Ils peuvent s'opposer au transfert au 30 juin 2024.

Le transfert de compétence au président d'EPCI s'opèrera :

- Soit le 1^{er} juillet 2024 si aucune commune ne s'est opposée au transfert
- Soit le 1^{er} août 2024 si une ou plusieurs communes se sont opposées au transfert et que le président ne renonce pas globalement au transfert.

Autorisations préalables

L'installation, le remplacement ou la modification d'un dispositif publicitaire peuvent être soumis à autorisation ou à déclaration préalable.

L'autorisation préalable est délivrée par l'autorité compétente en matière de police de la publicité (voir point précédent). Le pétitionnaire adresse sa demande d'autorisation à l'aide du formulaire [cerfa n° 14798](#).

La commune dispose d'un délai de deux mois pour accorder ou refuser l'autorisation demandée. À défaut de réponse dans le délai imparti, l'autorisation est réputée accordée. Une autorisation peut être octroyée pour une durée maximale de huit ans.

Lors de l'instruction de la demande d'autorisation, l'autorité compétente vérifie le respect des dimensions maximales, l'implantation et la luminosité du dispositif.

Pour une présentation détaillée des normes en matière d'implantation et de dimensionnement, vous pouvez consulter [le guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires](#).

À noter que la dernière version date d'avril 2014 et que le guide est en cours d'actualisation.

Lors de l'examen d'une demande d'autorisation, il convient d'être attentif et de refuser les dispositifs irréguliers. En outre, le respect des délais d'instruction permettra d'éviter les autorisations tacites. En cas de demande de retrait d'un dispositif préalablement autorisé, la commune pourrait être contrainte à indemniser le bénéficiaire de l'autorisation.

Déclaration préalable

La déclaration préalable a pour objet d'informer l'autorité compétente à l'aide du formulaire [cerfa n° 14799*01](#). Si un dispositif est déjà soumis à autorisation préalable, la déclaration ne sera pas nécessaire. La déclaration ne demande pas de réponse particulière de l'autorité.

Les préenseignes ne sont soumises à déclaration préalable que lorsque leurs dimensions excèdent un mètre de hauteur ou 1,50 mètre de largeur.

Publicité en bordure des axes routiers

Pour des raisons de sécurité routière, la publicité en bordure des voies ouvertes à la circulation publique fait l'objet de dispositions particulières figurant aux articles [R 418-1 à R 418-9](#) du Code de la Route (CR)

Ainsi, la publicité sur l'emprise des voies publiques est en principe interdite. Par dérogation, elle peut notamment être autorisée en agglomération, sur les aires de stationnement et les aires de service (article [R 418-5](#) du CR).

Par ailleurs, tous les dispositifs publicitaires susceptibles d'entretenir la confusion avec la signalétique routière sont interdits (article [R 418-2](#) du CR).

De plus, même en dehors de l'emprise de la voie publique, les dispositifs publicitaires doivent respecter une distance minimale par

rapport à la chaussée. Hors agglomération, les dispositifs visibles depuis la route doivent être installés à plus de 20 mètres de la chaussée sauf s'ils ne gênent pas la perception de la signalisation et qu'ils ne présentent aucun danger pour la sécurité routière (article [R 418-6](#) du CR).

Cette distance minimale est accrue lorsque le dispositif publicitaire est visible depuis une autoroute ou une voie expresse. Elle est portée à 40 mètres en agglomération et à 200 mètres hors agglomération article ([R 418-7](#) du CR).

À noter qu'en cas de modification de la voirie, la situation des dispositifs publicitaires désormais trop proches de la chaussée doit être régularisée dans un délai de deux ans (article [R 418-8](#) du CR).

Enfin, les dispositifs publicitaires sont également soumis à des règles de densité (hors ceux apposés sur une palissade ou une toiture). Sur ce point, l'article [R 581-25](#) du Code de l'Environnement instaure la règle du maximum d'un dispositif publicitaire pour chaque unité foncière bordant la voirie sur 80 mètres linéaires.

