



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PREFECTURE DE LA HAUTE-SAVOIE

DIRECTION DES RELATIONS
AVEC LES COLLECTIVITÉS LOCALES
BUREAU DE L'ENVIRONNEMENT ET DU TOURISME

Annecy, le mardi 28 septembre 2004

RÉF. : CL

AFFAIRE SUIVIE PAR Mlle LIGIBEL

Tél : 04.50.33.60.93

Fax : 04.50.33.64.75

Mél : collectivites-locales@haute-savoie.pref.gouv.fr

LE PRÉFET DE LA HAUTE-SAVOIE

à

Mmes et MM les Maires du Département

En communication à :

MM les Sous-Préfets d'arrondissement

M. le Directeur Départemental de l'Équipement

M. l'Architecte des Bâtiments de France

Monsieur le Directeur Régional de l'Environnement

CIRCULAIRE N°2004/78

Cette circulaire peut être consultée sur le site
Internet : www.haute-savoie.pref.gouv.fr
à la rubrique "circulaires préfectorales"

OBJET : Réglementation de l'affichage publicitaire

La présente circulaire a pour objet de rappeler les procédures de sanction constatant l'existence de dispositifs publicitaires en infraction et de présenter la procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité.

La réglementation applicable en matière de publicité extérieure est établie par le Code de l'Environnement (articles L. 581-1 et suivants) et des décrets d'application, à savoir :

- Décret n° 80-923 du 21 novembre 1980 relatif à la publicité et aux préenseignes, modifié par le décret n° 96-946 du 24 octobre 1996,
- Décret n° 82-211 du 24 février 1982 relatif aux enseignes,
- Décret n° 82-1044 du 7 décembre 1982 relatif aux mises en demeure et à l'astreinte administrative,
- Décret n° 82-764 du 6 septembre 1982 relatif aux véhicules publicitaires
- Décret n° 89-422 du 27 juin 1989 relatif à la publicité sur les eaux intérieures,
- Décret n° 82-220 du 25 février 1982 relatif à l'affichage d'opinion,
- Et enfin le décret n° 80-924 du 21 novembre 1980 relatif aux zones de réglementation spéciale (adoption de règlements locaux de publicité).

Cette circulaire n'ayant pas pour objet de rappeler l'ensemble des règles applicables à l'affichage publicitaire, seules les procédures de sanction des dispositifs en infraction ainsi que la procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité seront ici développées.

Le maire est l'acteur privilégié pour la mise en œuvre de la réglementation applicable en matière de publicité extérieure. Son champ d'intervention s'étend sur l'ensemble du territoire de la commune ; il ne se limite donc pas à la seule agglomération.

I. LES PROCEDURES DE SANCTION

Si les obligations du maire sont nombreuses en matière d'affichage (autorisation des enseignes, contrôle des déclarations préalables...), sa charge la plus importante est sans doute de protéger l'environnement en veillant à ce que les dispositifs implantés sur sa commune respectent la réglementation.

Pour ce faire, le Code de l'Environnement met à sa disposition (ainsi qu'à la disposition du préfet dont les pouvoirs sont concurrents de ceux du maire en matière de publicité) principalement deux procédures administratives d'une redoutable efficacité.

La première de ces procédures concerne les infractions aux articles L. 581-4, L. 581-5 et L. 581-24 du Code de l'Environnement (c'est-à-dire implantation dans un secteur d'interdiction absolue de la publicité, absence des mentions obligatoires et défaut d'autorisation écrite du propriétaire) et permet la suppression immédiate du dispositif (vois schéma ci-après).

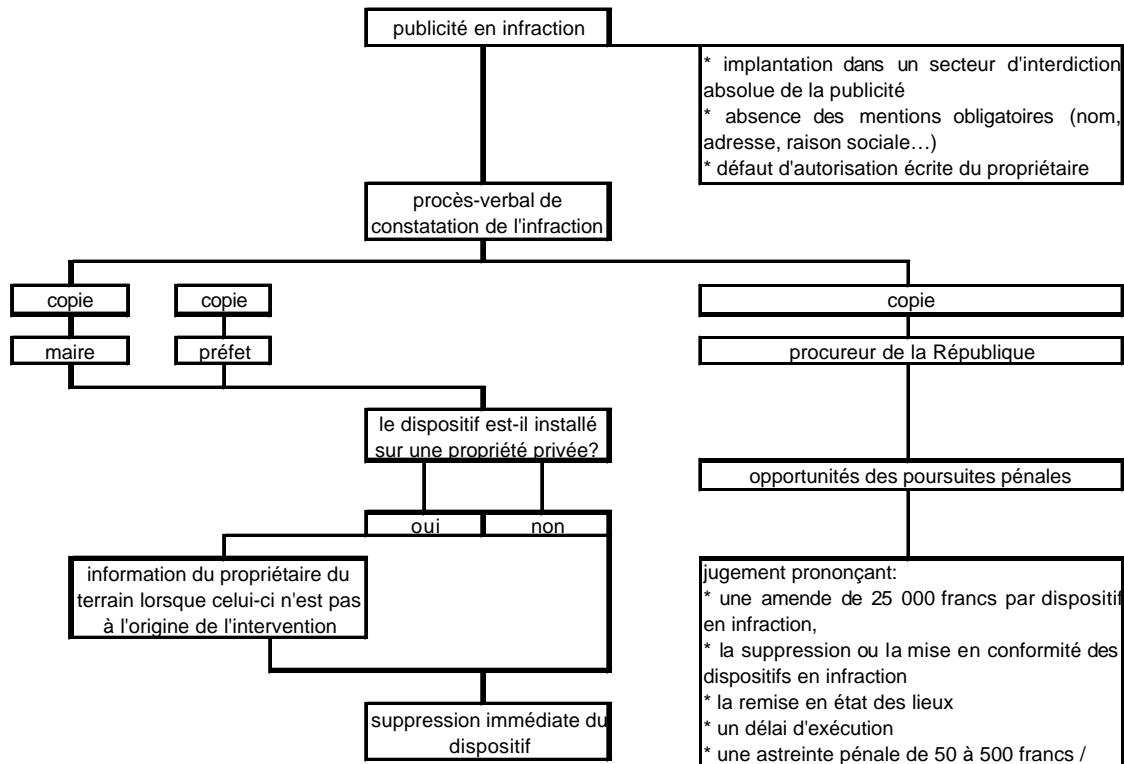
La seconde procédure concerne toutes les autres infractions que celles citées ci-dessus (articles L. 581-27 et suivants du Code de l'Environnement). Vous trouverez également ci-après un schéma récapitulatif de cette procédure. Elle consiste à mettre en demeure le contrevenant de régulariser ou de supprimer son dispositif sous peine d'astreinte. L'astreinte étant suffisamment dissuasive (85,80 € par jour et par dispositif, montant réévalué tous les ans), peu de panneaux en infraction résistent à une mise en demeure.

Il est à noter que toute infraction doit être constatée par procès-verbal. Le Code de l'Environnement n'a pas prévu de procédure particulière d'assermentation des agents habilités à dresser procès-verbal en matière de publicité. Ceux-ci la détiennent au titre d'une autre législation. Ainsi sont habilités :

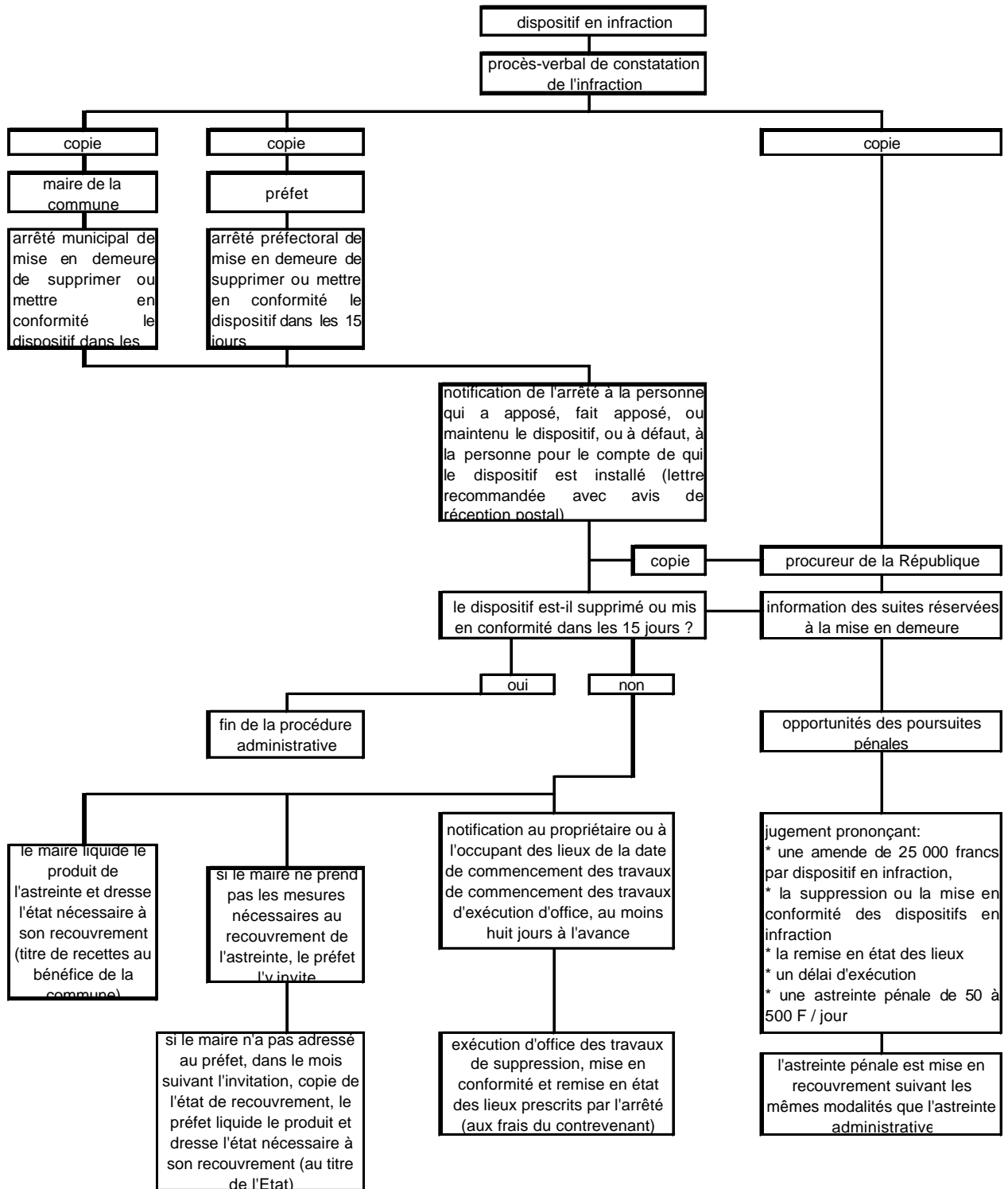
- les officiers et agents de police judiciaire
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux lois du 31 décembre 1913 sur les monuments historiques et du 2 mai 1930 relative à la protection des monuments naturels et des sites
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux dispositions relatives à la conservation du domaine public routier
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions au code de l'urbanisme
- les agents habilités 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.24 dudit code.

A noter enfin que dès la constatation d'un dispositif en infraction, le maire ou le préfet **est tenu** de prendre un arrêté ordonnant la mise en conformité ou la suppression de celui-ci et le cas échéant, la remise en état des lieux.

PROCEDURE DE SANCTION SUPPRESSION IMMEDIATE



PROCEDURE DE SANCTION
Existence d'un dispositif en infraction



II. LA PROCEDURE D'ELABORATION DES REGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITE

La procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité relève de l'article L. 581-14 du Code de l'Environnement ainsi que du décret n° 80-924 du 21 novembre 1980.

Cette procédure permet d'adapter, sur le territoire de la commune, les règles applicables à l'affichage publicitaire, si le régime de la publicité tel qu'il résulte de la réglementation nationale ne convient pas aux caractéristiques de cette même commune.

Vous trouverez ci-après un schéma récapitulatif des étapes de cette procédure.

Cependant, il faut noter que l'élaboration d'un règlement local de publicité doit être impérativement précédé d'un **travail de diagnostic** des panneaux existants d'une part (en faisant la part des panneaux légaux et de ceux en infraction par rapport à la réglementation nationale) et des possibilités d'affichage restantes d'autre part.

Souvent, le simple fait de faire appliquer strictement la réglementation nationale suffit à régler les situations problématiques (voir le chapitre I sur les procédures de sanction). Mais ce n'est pas toujours le cas, et un règlement peut alors permettre de mieux protéger le cadre de vie de la population ou à l'inverse de permettre de la publicité là où la réglementation nationale l'interdit (ex : dans les zones commerciales hors agglomération).

Le Code de l'Environnement offre également une possibilité trop peu utilisée par les maires à savoir protéger les immeubles remarquables (au point de vue pittoresque, esthétique ou historique – article L. 581-4 II du Code de l'Environnement) par simple arrêté municipal pris après avis de la commission départementale des sites, perspectives et paysages. Cette protection n'a d'effet que sur le droit à l'affichage et ne comporte aucune des autres contraintes liées à un monument classé ou inscrit.

En conclusion, si les règlements locaux de publicité sont des outils utiles à la protection du cadre de vie, il convient de bien mesurer les conséquences que l'élaboration de l'un d'eux implique (notamment au niveau des risques accrus de contentieux) et de ne pas négliger la phase préalable de diagnostic.

Le cas échéant, mes services sont à votre disposition pour vous apporter tous les renseignements complémentaires dont vous auriez besoin au cours de cette phase de préparation.

signé:

Jean-François CARENCO

PROCEDURE D'ELABORATION DE ZONES DE PUBLICITE REGLEMENTEE DANS UNE COMMUNE

