

POLICE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE : principes généraux et évolutions induites par la loi Climat et résilience



La loi Climat et résilience se veut la transcription législative des mesures issues de la convention citoyenne pour le climat. Elle vise à répondre aux besoins d'évolutions de notre société face aux enjeux du dérèglement climatique. Après une 1^{ère} adoption à l'Assemblée nationale le 4 mai 2021, ce projet de loi a finalement été adopté le 22 août 2021. Il sera complété au travers de la publication des décrets d'application. Articulée en huit titres, la loi s'attache dans son titre II à faire évoluer les pratiques en matière de consommation selon une large palette d'approches, telles que la création d'un Eco-Score sur les produits et services de consommation courante, la vente en vrac, l'interdiction de la publicité non adressée (tracs et prospectus), etc. Elle intègre également des évolutions en matière de réglementation locale de la publicité extérieure en termes de décentralisation et d'adaptation de la loi au progrès technologiques et aux usages.



Rappel succinct de la réglementation de la publicité extérieure

La publicité extérieure est régie par les dispositions de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et du décret d'application portant réglementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et pré-enseignes du 31 janvier 2012.

Cette réglementation relève du Code de l'environnement et **définit les modalités d'implantations et de formats des dispositifs de publicité, enseignes et pré-enseignes, en vue de préserver le cadre de vie d'un point de vue esthétique et patrimonial, de lutter contre les pollutions visuelles et de réduire les consommations énergétiques et ce, dans le respect des libertés d'expression, du commerce et de l'industrie.**

De quoi parle-t-on ? (Article L583-1 du Code de l'environnement)

L'installation de dispositifs de publicité, enseignes et pré-enseignes repose sur la notion d'immeuble, laquelle désigne tant un bâtiment que le terrain d'implantation.

- **Publicité** : « à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, désigne toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir ces inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités » ;
- **Enseigne** : « toute inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » ;
- **Pré-enseigne** : « toute inscription, forme ou image, indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ».



Source : Commune d'Étiolles, révision du RLP, 2020
<https://www.etiolles.fr/actualite/revision-du-reglement-local-de-publicite-rlp/>

Le Règlement national



Par défaut, cet encadrement de la publicité extérieure relève d'une compétence de l'Etat, au travers du Règlement national de publicité (RNP) fondé sur les dispositions du décret du 30 janvier 2012.

Ainsi la publicité est interdite :

- en dehors des agglomérations, au sens de l'article R110-2 du Code de la route, entendues comme les « espaces sur lesquels sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui les traverse ou qui les borde. » ;
- sur les immeubles classés au titre des monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;

- dans les zones centrales des parcs naturels et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.

Le Règlement local



Un règlement local de publicité (RLP, ou RLPI pour le règlement intercommunal) permet à la collectivité de s'approprier les questions relatives aux dispositifs de publicité, enseignes et pré-enseignes sur son territoire et de **moduler géographiquement** les effets de cette réglementation au travers d'un zonage spécifique. A noter que **les dispositions d'un règlement local seront nécessairement plus restrictives que celles émanant du Règlement national**. Par ailleurs, si un RLP/RLPI ne réglemente pas l'ensemble des items constitutifs du RNP, ce sont alors les règles de ce dernier qui s'appliquent.



Les évolutions induites par la loi Climat et résilience

Décentralisation du pouvoir de police (article 17)



Cette loi achève le mouvement de décentralisation de la compétence de police de la publicité extérieure en transférant systématiquement cette compétence aux maires, que leurs communes soient ou non couvertes par un RLP.

La capacité de substitution du préfet en cas de carence du maire est également supprimée.

Délégation à l'EPCI (article 17)



La compétence en matière d'élaboration, de révision ou de modification est « attachée » à la compétence urbanisme. Aussi, depuis la loi ALUR¹, nombre d'EPCI sont désormais compétents en matière d'urbanisme, et par voie de fait, de RLP. Aussi, la possibilité donnée aux maires de déléguer leur pouvoir de police de la publicité extérieure au président de leur EPCI de rattachement s'en trouve renforcée.

Dans les communes de moins de 3 500 habitants, ce pouvoir de police est systématiquement transféré au président de l'EPCI d'appartenance, que celui-ci soit, ou non, compétent en matière de publicité extérieure.

L'examen du projet de loi en commission de l'Assemblée nationale a introduit la possibilité pour l'EPCI de réunir une conférence des maires en vue d'assurer la cohérence de l'exercice de la police de publicité, selon les modalités de l'article L5211-11-3 du Code général des collectivités territoriales.

L'entrée en vigueur de cet article 17 est prévue pour le 1er janvier 2024, sous réserve de l'instauration en loi de finances d'un dispositif de compensation des charges résultant de l'exercice de ce pouvoir pour les collectivités concernées.

Réglementation de la publicité et des enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines commerciales (article 18)



La loi introduit la possibilité, dans le cadre d'un RLP, de réglementer les publicités et enseignes à l'intérieur des vitrines commerciales dès lors que celles-ci sont visibles de la voie publique. Cette disposition trouve ses fondements dans le développement des écrans numériques et vise à permettre la régulation locale de ces dispositifs selon des critères de plage horaire d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

Un décret d'harmonisation des règles, d'encadrement des seuils de luminance et d'efficacité énergétique des publicités et enseignes lumineuses serait par ailleurs en préparation.



Photo : Aucame

¹ Loi pour l'accès au logement et un urbanisme rénové, mars 2014

Sources :

► Les codes en vigueur :

www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006074220/LEGISCTA000006159329/#LEGISCTA000006159329

► Le projet de loi initial :

www.banquedesterritoires.fr/reduction-des-dechets-regulation-de-la-publicite-ce-que-contient-le-projet-de-loi-climat

► Les délibérations à l'Assemblée nationale :

www.banquedesterritoires.fr/climat-et-resilience-lencadrement-de-la-publicite-au-coeur-de-la-premiere-semaine-de-debats

► Les amendements du Sénat :

www.banquedesterritoires.fr/climat-et-resilience-apres-une-semaine-de-debats-au-senat-le-consensus-semble-difficile-atteindre

www.senat.fr/tableau-historique/pil20-551.html

► Version promulguée de la loi en date du 22 août 2021.

www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000043956924