

**JURIDIQUE** Analyse



**ROMAIN GRANJON,**  
avocat associé,  
cabinet Adamas



**CLÉMENT NOURRISSON,**  
avocat,  
cabinet Adamas

**Restrictions**

Le règlement local de publicité (RLP) doit définir des zones dans lesquelles un encadrement plus restrictif que la réglementation nationale s'appliquera en matière de publicité.

**Assouplissements**

Le RLP peut introduire des assouplissements à des interdictions légales de publicité, notamment aux abords des monuments historiques, dans les sites patrimoniaux.

**Enseignes**

Le règlement local de publicité réglemente l'installation des enseignes sur le territoire, et peut, par exemple, imposer des prescriptions qualitatives objectives.

offrent de nombreuses possibilités pour une protection optimale de l'environnement et du cadre de vie.

**LES RÈGLES APPLICABLES AUX PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES**

Les mêmes règles s'appliquent aux publicités et aux préenseignes (code de l'environnement, art. L.581-19). Le RLP peut apporter des restrictions plus importantes aux publicités et préenseignes que celles prévues par le RNP, mais il assouplit également, dans certains cas, des interdictions de publicité prévues par le RNP.

**RESTRICTIONS**

Définir des zones dans lesquelles s'appliquera une réglementation plus restrictive que le RNP en matière de publicités et préenseignes est l'objet principal du RLP (C. env., art. L.581-14.).

Ces restrictions permettent de préserver au mieux, et selon les orientations définies par la collectivité, des secteurs dont la valeur du patrimoine naturel ou bâti est importante et, également, de protéger des secteurs résidentiels où la valeur du patrimoine naturel ou bâti peut être moins importante, mais dans lesquels la protection du cadre de vie revêt un sens particulier pour les habitants, en particulier sur des sujets comme les publicités lumineuses.

Les collectivités locales peuvent faire appel à une grande palette d'outils pour restreindre et encadrer les possibilités d'implanter des publicités et des préenseignes et, notamment, agir sur les types de dispositifs existants (muraux, sur clôture, scellés au sol ou installés directement sur le sol, placés sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, sur bâches, sur

meubles urbains, etc.), les caractéristiques lumineuses (non lumineux, éclairés par projection ou transparence, lumineux, numérique, etc.), la densité des dispositifs (nombre de dispositifs autorisés par unité foncière, interdistance entre dispositifs sur une même unité foncière, seuils de déclenchement pour l'installation de certains dispositifs, etc.), la taille des dispositifs (sup-

**Affichage publicitaire**

**Les possibilités offertes par l'élaboration d'un règlement local de publicité**

La réglementation de l'affichage extérieur, prévue par le code de l'environnement, tend à protéger l'environnement et le cadre de vie en limitant ou en encadrant les possibilités d'implantation des publicités, enseignes et préenseignes, tout en tenant compte des libertés fondamentales d'expression et du commerce et de l'industrie.

Cette réglementation, qui a été profondément remaniée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite loi « Grenelle 2 », et ses décrets d'application (décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013), permet aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme, à la métropole de Lyon ou, à défaut, aux communes, d'élaborer sur leur territoire un règlement local de publicité (RLP) dont l'objet est d'adapter la réglementation nationale relative aux publicités, enseignes et préenseignes (RNP) aux spé-

cificités locales des différents territoires. L'article 36 de la loi de 2010 a prévu que les RLP qui avaient été adoptés avant le 13 juillet 2010, appelés « RLP ante-Grenelle », deviendront caducs le 14 juillet 2020. Il est donc important pour les territoires couverts par des RLP ante-Grenelle d'élaborer un nouveau règlement local de publicité avant le 14 juillet 2020.

A défaut, le règlement local de publicité disparaîtra de l'ordonnancement juridique et seule la RNP s'appliquera, notamment concernant les tailles des dispositifs (12 mètres carrés pour les dispositifs publicitaires non lumineux et 8 mètres carrés pour les dispositifs publicitaires lumineux et numériques) ou les facultés d'implantation sur les territoires communaux concernés.

L'élaboration d'un nouveau RLP ou la « grenellisation » d'un ancien RLP



Les règlements locaux de publicité « ante-Grenelle » adoptés avant le 13 juillet 2010 seront caducs le 14 juillet 2020, sauf prolongation de ce délai. Deux propositions de loi ont été déposées en ce sens les 16 novembre 2018 et 11 avril 2019.



pression des « 4 x 3 », traitement différencié des dispositifs classiques et lumineux, etc.), la hauteur, la largeur et les proportions des dispositifs, les règles de retrait et recul des dispositifs par rapport aux fonds voisins, aux baies d'habitation, les règles particulières applicables au mobilier urbain supportant de la publicité, etc.

En plus de ces différentes restrictions, le RLP doit obligatoirement prévoir les modalités d'extinction des publicités lumineuses dans les unités urbaines de plus de 100 000 habitants (C. env., art. R.581-34 et R.581-75.). Dans ce cas, le RLP pourrait être plus ou moins strict que le RNP, qui prévoit une extinction des publicités lumineuses entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de certains types de publicités lumineuses comme celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain.

#### ASSOUPLISSEMENTS

Même si l'assouplissement des interdictions légales prévues par le RNP ne plaide pas pour une meilleure protection de l'environnement et du cadre de vie, l'introduction d'assouplissements se révèle être un outil intéressant dans le cadre d'une gestion rationalisée et adaptée aux circonstances locales de l'affichage extérieur sur le territoire d'une collectivité locale.

Deux catégories d'assouplissement peuvent être mises en œuvre dans le cadre de l'élaboration d'un RLP.

#### En agglomération

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite dans un certain nombre de secteurs dont la valeur patrimoniale, naturelle ou architecturale, est importante. C'est le cas aux abords des monuments historiques, dans les périmètres des sites patrimoniaux remarquables, dans les parcs naturels régionaux, dans les sites inscrits, etc. (C. env., art. L.581-8 I). Dans ces secteurs, la publicité peut être totalement ou partiellement réintroduite dans le cadre d'un RLP.

Cette faculté de réintroduction est intéressante car elle permet aux collectivités locales d'autoriser l'implantation de mobiliers urbains supportant de la publicité dans ces secteurs. Les collectivités ont en effet souvent conclu un contrat de mobilier

#### RÉFÉRENCES

- Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement.
- Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.
- Décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013 portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

urbain, antérieurement à l'élaboration du RLP, dans lequel elles se sont engagées sur un nombre de façades publicitaires et, parfois, sur leurs implantations.

Dans ces secteurs sensibles, il convient sans doute d'éviter de réintroduire des publicités lumineuses ou des dispositifs publicitaires de taille trop importante.

#### Hors agglomération

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération, les publicités et préenseignes sont interdites (C. env., art. L.581-7).

Toutefois, dans le cadre d'un RLP, la publicité peut être totalement ou partiellement réintroduite à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation. Le RLP doit alors délimiter un ou plusieurs périmètres dans lesquels la publicité est réintroduite (C. env., art. R.581-77).

Cette faculté de réintroduction de la publicité hors agglomération est souvent utilisée par les collectivités locales dont le territoire accueille une ou plusieurs zones économiques et commerciales situées hors agglomération, dont la qualité architecturale et paysagère est faible.

#### LES RÈGLES APPLICABLES AUX ENSEIGNES

Le RLP peut prévoir de limiter et encadrer les enseignes plus strictement que le RNP (C. env., art. L.581-18).

Même si ce n'est qu'une faculté, les RLP prévoient généralement des prescriptions applicables aux enseignes, dès lors que ces instructions facilitent la vie des services instructeurs des collectivités locales. En effet, les enseignes doivent faire l'objet d'une demande d'autorisation préalable à leur installation.

Si la collectivité locale décide de prévoir des prescriptions pour les enseignes, elle devra le faire sur l'ensemble de son territoire, y compris sur les parties non agglomérées, s'il est possible d'installer des enseignes hors agglomération, contrairement aux publicités et préenseignes.

Comme pour les publicités et les préenseignes, les collectivités locales disposent d'une importante palette d'outils pour restreindre et encadrer les possibilités d'implanter des enseignes.

Elles ont notamment la faculté d'agir sur les types de dispositifs existants (muraux parallèles ou perpendiculaires, sur clôture, scellés au sol ou installés directement sur le sol, positionnés sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, etc.), les caractéristiques lumineuses (non lumineux, lumineux, numérique, etc.), la densité des dispositifs (nombre de dispositifs autorisés par activité, pourcentage d'occupation de la façade commerciale, etc.), la taille des dispositifs, la hauteur, la largeur et les proportions des dispositifs, la qualité des dispositifs (lettres découpées, typographie, gamme chromatique, encadrement, piétement, saillie, etc.), la mutualisation des enseignes (totem), les règles d'extinction des enseignes, etc.

Dans le cadre de l'élaboration d'un RLP, les rédacteurs doivent s'attacher à mettre en balance la sévérité des prescriptions avec la défense des intérêts des commerçants, en particulier du petit commerce de proximité. ●