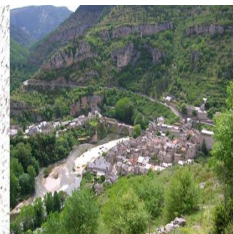


# Publicité, enseignes et pré-enseignes

*Le cadre juridique (code de  
l'environnement)*

Réunion d'information du Conseil  
Départemental – octobre 2015

---



# *Une législation ancienne rénovée par la loi «Grenelle II»*

Loi du 27 janvier 1902 : protection du patrimoine historique, artistique et culturel

Loi du 29 décembre 1979 : protection du cadre de vie

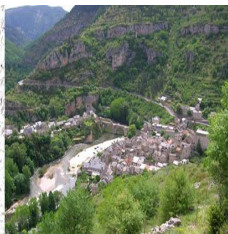
Loi du 12 juillet 2010 : enjeux environnementaux

- Une limitation et un encadrement de l'affichage publicitaire avec pour enjeux une réduction de la pollution visuelle, la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel, les économies d'énergie
- Une meilleure répartition des compétences entre communes et État en matière d'instruction et de police de l'affichage publicitaire
- La diversification et le développement de nouveaux supports de publicité avec la création d'un régime d'autorisation pour les bâches, l'innovation technologique (écrans numériques apposés sur le mobilier urbain)



# Définitions

- **Enseignes** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce
- **Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention
- **Pré-enseignes** : toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée



# ENSEIGNES

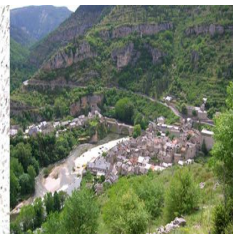
Le principe : aucune interdiction mais soumises à autorisation dans certains secteurs à enjeux

## 1/ Dans les secteurs où la 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 dans les réserves naturelles

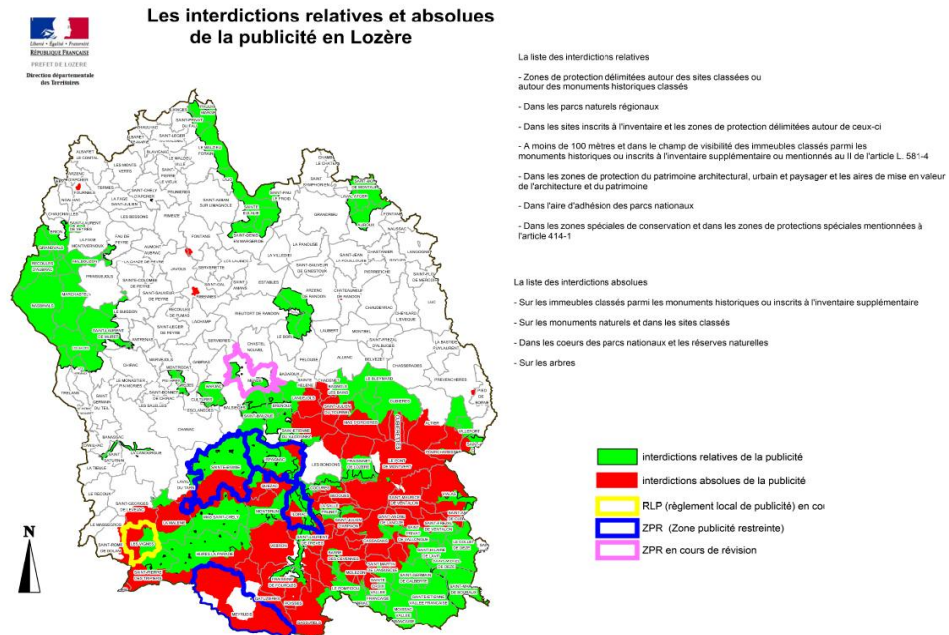
## 2/ En présence d'un RLP (règlement local de publicité)

Des conditions d'implantation : types de dispositifs, supports, dimensions



# PUBLICITE

Le principe : interdiction hors agglomération et dans les secteurs à enjeux (interdictions absolues ou relatives)



Des conditions d'implantation : nombre d'habitant (seuil des 10 000 habitants), types de dispositifs, supports, dimensions, règles de densité



# PRE-ENSEIGNES

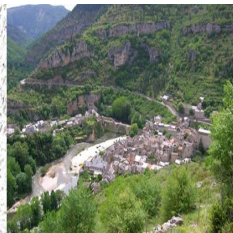
Le principe : des règles identiques à celles de la publicité

Une exception : les pré-enseignes dérogatoires autorisées hors agglomération

- Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales
- Les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographiques, enseignement, expositions d'art, etc.)
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite
- Les pré-enseignes installées à titre temporaire pour les opérations et manifestations exceptionnelles

***A compter du 13/07/15 : interdiction des pré-enseignes dérogatoires pour :***

- Les activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement (garages, stations-services, restaurants, hôtels)
- Les activités liées à des services publics ou d'urgence
- Les activités s'exerçant en retrait de la voie publique



# *Deux outils pouvant être mobilisés par les élus*

## Le RLP (code de l'environnement)

- Pour réintroduire la publicité en secteur d'interdiction relative
- Pour adapter le règlement national de publicité (RNP) aux enjeux du territoire intercommunal ou communal,  
=> transfert de compétence

## La SIL (code de la route)

- Pour signaler les services et équipements d'intérêt local utiles aux personnes en déplacement
- Pour pallier à la disparition de certaines pré-enseignes au 13/07/15  
=> signalisation distincte de la signalisation directionnelle



# Dispositions particulières du code de la route

Les dispositifs de publicité ne doivent pas :

- être implantés sur le domaine public routier ;
- gêner la perception de la signalisation routière ;
- présenter de danger pour la circulation ;
- pouvoir être confondu avec les signaux réglementaires.

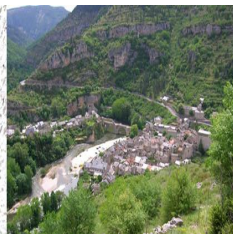
Les dispositifs visibles depuis la voirie sont interdits :

Hors agglomération :

- Sur une largeur de 20 mètres de part et d'autre des routes nationales, chemins départementaux et voies communales
- Sur une largeur de 200 mètres de part et d'autre des autoroutes et voies express

En agglomération :

- Sur une largeur de 40 mètres de part et d'autre des autoroutes et voies express





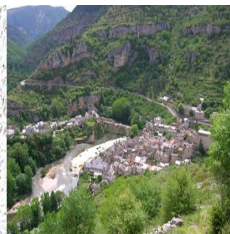
# Communication et actions de l'État

## Structuration de la filière au sein de la DDT :

- Une unité référente au sein du Service Aménagement de la DDT : l'unité Urbanisme et Territoires
- Des agents de terrain dans les pôles territoriaux : les correspondants « Aménagement » des pôles de Mende, de Marvejols et de Florac

## Communication auprès des élus :

- Courrier du 2 juin 2015 à l'attention des maires et présidents de communautés de communes
- Forum de l'aménagement du 1<sup>er</sup> juillet 2015
- site Internet des services de l'État en Lozère



# *Pour aller plus loin*

Site internet des services de l'État en Lozère

<http://www.lozere.gouv.fr/>

Site internet de l'administration française

<http://www.service-public.fr> (rubrique réglementation du commerce)

Guide pratique « La réglementation de la publicité extérieure », Ministère de l'écologie

<http://www.developpement-durable.gouv.fr> (rubrique Bâtiment et ville durable)

Guide technique « Signalisation d'information locale », CERTU

<http://www.territoires-ville.cerema.fr>

