

# COMMUNE ET PUBLICITE

## PROBLEME

Le régime juridique complexe de la publicité confère aux autorités municipales la possibilité d'encadrer cette activité économique sur le territoire communal notamment en vue de protéger le cadre de vie.

**La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et son décret d'application n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes ont réformé le régime de la publicité extérieure et modifié les dispositions du code de l'environnement. Le décret du 30 janvier 2012 entre en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2012, sauf celles de ses dispositions relatives aux préenseignes dérogatoires, qui seront applicables à compter du 13 juillet 2015 (cf. art. 17 du décret).**

## TEXTES

- Articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement.
- Articles R. 581-1 et s. du Code de l'environnement.
- Article R. 110-2 du Code de la route
- Article R. 418-4 et suivants du Code de la route

## □ DEFINITION

Est une publicité, au sens de l'article L.581-3 du Code de l'environnement, 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.

Est considérée comme une publicité, un sigle installé au sommet d'une tour n'indiquant pas une activité mais la raison sociale d'une entreprise. Eu égard à son implantation, son intensité lumineuse le rendant très visible, son objectif apparaissait publicitaire et non purement indicatif (T.A. Paris, 21 octobre 1987, "Union des Assurances de Paris").

La technique publicitaire fait appel à une gamme particulièrement diversifiée d'instruments (affiches, véhicules, mobilier urbain, publicité lumineuse...) que l'on retrouve sur le territoire communal.

## ▣ REGIME JURIDIQUE

Le principe est celui de la liberté de la publicité à l'intérieur de l'agglomération, alors qu'à l'extérieur de l'agglomération, toute publicité est interdite sauf cas limités et (ou) exceptionnels mentionnés à l'article L.581-7 du Code de l'environnement.

L'article R.110-2 du Code de la route dispose que l'agglomération constitue "un espace sur lequel 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 le traverse ou le borde". Les limites sont définies par arrêté municipal (art. R.411-2 du Code de la route), et sont matérialisées par des panneaux. Les discontinuités du tissu bâti ne peuvent être considérées comme une interruption de l'agglomération.

Le régime juridique organisé par le Code de l'environnement ne vise que les dispositifs visibles "de toute voie ouverte à la circulation publique" (voie publique ou privée, empruntée librement, à titre gratuit ou onéreux, par tout usager à pied ou circulant par tout moyen de transport individuel ou collectif (art. R.581-1 du Code de l'environnement). Sont exclus de ce régime : les vitrines de magasins, les lieux publics clos, certains types de parking (art. L.581-2 et R.581-1 du Code de l'environnement).

En revanche, ce régime s'étend aux voies ferrées, aux publicités réalisées sur les véhicules, sur l'eau ou dans les airs, à proximité des remontées mécaniques, télésièges et pistes de ski (T.A. Grenoble, 11 mai 1990, "Société Régineige" ; C.A. Chambéry, 17 septembre 1990, "SARL Aspen Média c/ SARL Régineige").

Le Code de la route quant à lui prohibe les dispositifs de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière (art. R. 418-4 du Code de la route).

## □ LA REGLEMENTATION NATIONALE

Une réglementation nationale encadre ou limite l'usage publicitaire à l'égard de certains emplacements, supports ou dispositifs.

### **Emplacements :**

Est interdite la publicité, par les articles L.581-4 et R.581-22 du Code de l'environnement :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire,
- sur les monuments naturels et dans les sites classés,
- dans les cœurs de parcs nationaux et les réserves naturelles,
- sur les arbres,
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public, les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne,
- sur les murs de bâtiments sauf lorsque ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré,
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles,
- sur les murs de cimetière et de jardin public.

Le maire, ou à défaut le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et de la commission départementale compétente en matière de sites, peut en outre interdire par arrêté toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

En vertu de l'article L.581-8 du Code de l'environnement, à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés et autour des monuments historiques classés,
- dans les secteurs sauvegardés,
- dans les parcs naturels régionaux,
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,

- dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci,
- à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque,
- dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (Z.P.P.A.U.P.) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine,
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales de Sites Natura 2000 (voir article L.414-1 du code de l'environnement).

Il n'est possible de déroger à cette interdiction **que dans le cadre d'un règlement local de publicité.**

### **Supports :**

Les articles L.581-6 et R. 581-6 du Code de l'environnement soumettent à une déclaration préalable tout dispositif ou matériel qui supporte de la publicité.

L'article L.581-9 du Code de l'environnement indique en son alinéa 3 que l'installation des dispositifs de publicité lumineuse est soumise à une autorisation préalable de l'autorité compétente, délivrée dans les conditions de l'article R.581-15 du Code de l'environnement. Il convient de distinguer publicité non lumineuse et publicité lumineuse.

### **La publicité non lumineuse :**

En agglomération, la publicité non lumineuse en principe admise, mais elle est interdite en vertu de l'article R.581-30 dans :

- les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du Code de l'urbanisme ;
- les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

La publicité non lumineuse ne peut non plus être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur du bâtiment qui la supporte, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (art. R.581-27 du Code de l'environnement).

## **La publicité lumineuse :**

En vertu des articles R.581-34 et suivants, la publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. En vertu des articles R.581-40 et R.581-30 du Code de l'environnement, les dispositifs publicitaires lumineux scellés au sol sont notamment interdits en agglomération dans :

- les espaces boisés classés en application de l'article L.130-1 du Code de l'urbanisme ;
- les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

La publicité lumineuse ne peut :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

Des restrictions sont enfin apportées à la dimension des dispositifs, leur forme, hauteur d'emplacement, distances, au mobilier urbain installé sur le domaine public, outre des obligations d'information et des interdictions pour certains produits ou services.

Les dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, les articles R.581-34 alinéa 2 et 3, R.581-36 à R.581-41 du Code de l'environnement ne sont pas applicables. En revanche, ils sont soumis aux dispositions particulières relatives à la publicité non lumineuse, c'est-à-dire aux articles R.581-26 à R.581-33 du même code.

Enfin, il existe des dispositions spécifiques à l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire (art. R.581-42 et suivants du Code de l'environnement).

## **Les restrictions liées à la taille de l'agglomération**

**Les restrictions à la publicité non lumineuse (art. R.581-31 du Code de l'environnement) :**

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (déf. INSEE ; T.A. Grenoble, 26 octobre 1990, "Sté Affichage Giraudy") les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou directement installés sur le sol sont interdits (C.E., 7 octobre 1991, ministère de l'équipement, du logement, de l'aménagement du territoire et des transports c/ Société Affichage Giraudy et Société Dauphin).

Dans les autres agglomérations, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

Par ailleurs, dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires hors agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (art. R.581-32 du Code de l'environnement).

### **Les restrictions à la publicité lumineuse :**

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, sauf lorsqu'elles font partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité lumineuse est interdite (art. R.581-34 du Code de l'environnement).

Doit être considéré comme zone d'agglomération un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, dont, en principe, les limites sont fixées par le maire, et l'entrée et la sortie signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou le borde (TA Nantes, 1<sup>er</sup> décembre 2009, sté Promovil, req n° 09605).

Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, sauf celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes. Il pourra être dérogé à cette extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (art. R.581-35).

Il faut noter l'existence de restrictions spécifiques concernant :

- la protection de la signalisation routière (art. R. 418-4 et suivants du Code de la route),
- la publicité sur les véhicules (art. R.581-48 du Code de l'environnement),
- la publicité sur les eaux intérieures (art. R.581-49 et suivants).

## ▣ L'INTERVENTION MUNICIPALE

En application de l'article L.581-6 du Code de l'environnement, l'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels qui supportent de la publicité sont en principe soumis à déclaration préalable auprès du maire et du préfet. Cette déclaration préalable doit comporter :

- lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur une propriété privée : l'identité et l'adresse du déclarant, la localisation et la superficie du terrain, la nature du dispositif ou du matériel, l'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux limites séparatives et aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins, l'indication du nombre et de la nature des dispositifs déjà installés sur le terrain, un plan de situation du terrain, un plan de masse coté et la représentation graphique du dispositif ou du matériel cotée en trois dimensions ;

- lorsque le dispositif ou le matériel est implanté sur le domaine public : l'identité et l'adresse du déclarant, l'emplacement du dispositif ou du matériel, la nature du dispositif ou du matériel ainsi que sa représentation graphique cotée en trois dimensions et l'indication de la distance de l'installation projetée par rapport aux baies des immeubles situés sur les fonds voisins.

L'apport majeur de la réforme de 2010 consiste en une large décentralisation de la police de la publicité extérieure

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, le maire est compétent pour élaborer le **règlement local de publicité**, lequel définira une ou plusieurs zones où s'appliquera une réglementation **plus restrictive** que les prescriptions du règlement national (art. L.581-14 et suivants et R.581-72

et suivants du Code de l'environnement). Ces dispositions se substitueront aux règles nationales.

Il peut aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme, à l'exception des dispositions relative à la procédure de modification simplifiée (art. L.123-13 du Code de l'urbanisme) et des dispositions transitoires de l'article L.123-19 du Code de l'urbanisme.

Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des Etats limitrophes.

Le projet de règlement arrêté par la commune doit être soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et des sites avant d'être soumis à enquête publique. Son avis sera réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par les articles L.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le règlement local une fois qu'il est approuvé, doit être annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. A défaut de tels documents, le règlement local de publicité est tenu à la disposition du public, sur le site internet de la commune par exemple s'il en existe un (art. R.581-79).

Hors agglomération, la publicité peut être autorisée par le règlement local de publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères,

en particulier relatifs à la densité fixés par l'article R.581-25 du Code de l'environnement (art. L.581-7 du même code).

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés et dans les secteurs sauvegardés.

De plus, les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicable à l'aire d'adhésion d'un parc national et avec les orientations et mesures de la charte d'un parc naturel régional.

**A noter que les réglementations spéciales qui sont en vigueur au 13 juillet 2010 restent valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans à compter de cette date. Elles sont en revanche révisées ou modifiées selon la procédure décrite ci-dessus**

**Tableau récapitulatif** Source : [http://www.developpementdurable.gouv.fr/IMG/pdf/Delais\\_application\\_nouvelle\\_reglementation.pdf](http://www.developpementdurable.gouv.fr/IMG/pdf/Delais_application_nouvelle_reglementation.pdf)

	<b>1er juillet 2012</b>	<b>13 juillet 2015</b>	<b>1er juillet 2018</b>	<b>13 juillet 2020</b>	<b>13 juillet 2026</b>
	<i>Entrée en vigueur de :</i>				
<b>Anciens RLP</b>	Nouveaux dispositifs pas explicitement encadrés par le RLP		Tous les dispositifs pas explicitement encadrés par le RLP - toutes les nouvelles règles pas évoquées dans le RLP	Tous les nouveaux dispositifs	Tous les dispositifs
<b>Hors RLP</b>	Nouveaux dispositifs	Toutes les préenseignes dérogatoires	Tous les dispositifs		
<b>Nouveaux RLP</b>	Tous les dispositifs à N + 6 (N= date de publication du RLP)				

## **▣ LA POLICE MUNICIPALE DE LA PUBLICITE**

D'après l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Néanmoins, s'il existe un règlement local de publicité, ces compétences sont exercées par le maire au nom de la commune. Dans ce dernier cas, à défaut pour le maire de prendre les mesures prévues par les textes (cf. art. L.581-27, L.581-28 et L.581-31) dans le délai d'un mois suivant la demande qui lui est adressée par le préfet, ce dernier y pourvoira en lieu et place du maire.

L'autorité de police compétente doit donc sanctionner toute publicité dès la constatation d'une irrégularité au regard des dispositions du code de l'environnement et des textes réglementaires d'application.

En cas de danger grave et immédiat, l'inaction du maire peut constituer une faute lourde. Cette compétence municipale est extensive puisqu'elle peut concerner, par exemple, les véhicules terrestres (C.E., 18 janvier 1991, "Société Multy-Promotion").

### **En cas de régime d'autorisation préalable :**

Dans certains cas, ces opérations sont soumises à autorisation préalable, notamment pour l'installation des dispositifs de publicité lumineuse, autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence. En vertu de l'article R.581-15 du Code de l'environnement, cette autorisation est accordée, compte tenu notamment du cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement. Ces dispositifs doivent respecter les prescriptions des articles R.581-34 à R.581-41 et les interdictions faites aux publicités par l'article R.418-4 du Code de la route. L'autorisation est délivrée pour une durée maximale de huit ans. En cas de refus de délivrance de cette autorisation, le maire devra motiver sa décision (art. L.581-21).

L'article R.581-9 du Code de l'environnement impose que la demande soit adressée par la personne ou l'entreprise de publicité qui exploite le dispositif ou le matériel par pli

recommandé avec demande d'avis de réception postale ou déposée contre décharge, auprès du maire. La demande d'autorisation peut également être adressée par voie électronique lorsque le maire (ou le préfet) est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle.

Dans le mois suivant la réception de la demande, le maire adressera au pétitionnaire par voie postale ou électronique, si la demande est complète, un récépissé indiquant la date à laquelle, en l'absence de décision expresse, une autorisation tacite sera acquise. Lorsqu'en revanche la demande est incomplète, le maire devra adresser un courrier par envoi recommandé avec demande d'avis de réception postale ou un courrier électronique avec demande d'accusé de réception, précisant les informations, pièces et documents manquants à produire en 3 exemplaires, dans un délai de deux mois suivant la réception de ce courrier et qu'à défaut, la demande fera l'objet d'une décision tacite de rejet. Lorsque le pétitionnaire complète son dossier dans le délai imparti, le maire lui adressera alors le récépissé prévu lorsque le dossier est complet. La date à laquelle une autorisation tacite sera acquise, est décomptée à partir de la réception des informations, pièces et documents complémentaires.

La décision du maire doit être notifiée par envoi recommandé avec demande d'avis de réception postale au plus tard deux mois après la réception d'une demande complète, ou des informations, pièces et documents qui complètent le dossier. A défaut, l'autorisation sera réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.

Le maire devra transmettre le dossier de la demande aux services ou aux autorités de l'Etat au plus tard huit jours après la réception du dossier ou des pièces complémentaires, lorsque leur avis ou accord est nécessaire. Sauf dispositions contraires, les avis de ces services et autorités sont réputés favorables s'ils n'ont pas été communiqués au maire dans les quinze jours avant l'expiration du délai de deux mois. Pour la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, la transmission du dossier devra se faire dans les quatre jours suivant la réception en mairie, et son avis sera réputé favorable (sauf dispositions contraires), s'il n'a pas été communiqué sept jours avant l'expiration du délai de deux mois (art. R.581-12 Code de l'environnement).

#### **En cas de régime de déclaration préalable :**

Les articles R.581-6 et suivants régissent la déclaration préalable. Etablie en deux exemplaires, la déclaration s'opère par pli recommandé avec demande d'avis de réception ou

par dépôt contre décharge auprès du maire (ou du préfet) du lieu où est envisagée l'implantation du dispositif ou du matériel. La déclaration préalable peut également être adressée par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique dans les conditions déjà décrites ci-dessus.

L'arrêté du 31 août 2012 fixant les modèles des formulaires CERFA de déclaration préalable et d'autorisation préalable a été publié au JO du 14 septembre 2012.

Les formulaires de déclaration préalable et d'autorisation préalable d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité, une préenseigne ou une enseigne sont disponibles sous les numéros 14799\*01 et 14798\*01.

## **▣ LES SANCTIONS APPLICABLES**

Le cumul de sanctions pénales et administratives est applicable dans l'hypothèse du non-respect des dispositions du Code de l'environnement (art. L.581-26).

### **Les sanctions administratives (art. L.581-26 et suivants) :**

En vertu de l'article L.581-26 du Code de l'environnement, est punie d'une amende d'un montant de 1500 euros la personne qui a apposé ou fait apposer un dispositif ou matériel de publicité sans déclaration préalable ou non conforme à cette déclaration. Le manquement est constaté par un procès-verbal établi par un fonctionnaire ou un agent mentionné à l'article L. 581-40. Une copie du procès-verbal est adressée à la personne visée. Le manquement ainsi relevé donne lieu à une amende prononcée par le préfet.

La personne visée a accès au dossier et est mise à même de présenter ses observations écrites, dans un délai d'un mois, sur le projet de sanction de l'administration. La décision du préfet est susceptible de faire l'objet d'un recours de pleine juridiction.

A l'expiration du délai de quinze jours à compter de la notification de l'arrêté, la personne à qui a été notifié l'arrêté est redevable d'une astreinte de 200 euros par jour et par publicité maintenue (art. L.581-30).

L'amende est recouvrée, dans les conditions prévues par les dispositions relatives aux produits communaux, au bénéfice de la commune sur le territoire de laquelle le manquement a été constaté, c'est-à-dire moyennant l'émission d'un titre exécutoire dans les conditions prévues par l'article R.2342-4 du Code général des collectivités territoriales (C.E., 18 janvier 1991, Société Multy-Promotion).

Le maire ou le préfet peut faire exécuter d'office les travaux prescrits, aux frais de la personne à qui a été notifié l'arrêté, s'il n'a pas été procédé à leur exécution dans le délai fixé.

### **Les sanctions pénales :**

Est punie d'une amende de 7500 euros et du double en cas de récidive, la personne qui aura apposé ou fait apposer après mise en demeure une publicité, soit sur des emplacements ou selon des procédés interdits, soit sans avoir obtenu ou respecté une autorisation préalable, ou sans avoir procédé à une déclaration préalable ou procédé à une déclaration inexacte ou incomplète, soit en raison de la violation d'un règlement local de publicité (art. L.581-34). La même sanction est appliquée en cas d'omission sur la publicité des mentions obligatoires que sont l'adresse, le nom, la dénomination sociale ou la raison sociale de la personne physique ou morale qui réalise la publicité. Ces sanctions seront appliquées en autant de fois qu'il y aura de publicités en infraction.

Ces sanctions impliquent néanmoins une procédure pénale et le déclenchement de l'action publique. Les autorités communales n'ont donc pas l'entière maîtrise de cette procédure à la différence des sanctions administratives.

Enfin, il convient de rappeler qu'existent des sanctions consistant en des contraventions pénales de la deuxième, troisième et quatrième classes, prévues aux articles R.581-85 et suivants du Code de l'environnement mais aussi au regard de l'article R.418-2 du code de la route (en ce sens, CE, 25 septembre 1987, "SARL Echappement Nîmes Auto").

Les tribunaux peuvent ordonner soit la suppression (dans un délai égal ou inférieur à un mois) et sous astreinte par jour de retard, des publicités constituant l'infraction, soit la mise en conformité, sous les mêmes conditions. Ils ordonnent le cas échéant la remise en état des lieux.

## **La Taxe Locale sur la Publicité Extérieure**

La taxe locale sur la publicité extérieure qui a remplacé les trois taxes sur la publicité (taxe sur les affiches, réclames et enseignes lumineuses, taxe sur les emplacements publicitaires fixes et taxe sur les véhicules publicitaires) est régie par les dispositions des articles L. 2333-6 à L. 2333-16 du CGCT.

Elle peut être instituée par délibération avant le 1<sup>er</sup> juillet de l'année précédant celle de l'imposition par une commune par un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre compétent en matière de voirie, de zone d'aménagement concerté ou de zone d'activité économique et par la Métropole de Lyon. L'article L.2333-14 du CGCT prévoit qu'elle donne lieu à une déclaration par l'exploitant du support publicitaire avant le 1<sup>er</sup> mars de l'année d'imposition pour les supports existants au premier janvier, et dans les deux mois suivant leur installation pour les supports installés postérieurement. Un formulaire de déclaration doit être mis à disposition des exploitants par la commune ou l'EPCI, sur la base d'un modèle fixé par arrêté interministériel.

Le Décret n°2013-206 du 11 mars 2013 a précisé les modalités de recouvrement de la Taxe locale sur la publicité en vigueur. Il entre en vigueur au 1<sup>er</sup> avril 2013. L'insuffisance de la déclaration ou son omission à la date prévue peut donner lieu à une procédure de rehaussement contradictoire (art. R.2333-13 du CGCT) ou à une procédure de taxation d'office des supports publicitaires (art. R.2333-14 du CGCT). Elles exposent aussi leur auteur à des contraventions de quatrième classe en vertu de l'article R.2333-15 du CGCT.

Une circulaire du 9 mars 2012 présente les nouvelles dispositions afférentes à la fiscalité locale et notamment les modifications intervenues depuis la loi de finances rectificative du 28 décembre 2011 (Circ. 9 mars 2012, NOR : COTB1204162C, ann. VI).

Lorsqu'elle perçoit la TLPE, la commune ne peut percevoir en plus un droit de voirie ou de redevance d'occupation du domaine public sur les supports publicitaires (art. L. 2333-6 du CGCT).

## □ NOTA

Dans un arrêt du 8 février 2005, la Cour administrative d'appel de Lyon a estimé que relevaient du régime juridique de la publicité, les faisceaux lumineux émis par une discothèque (CAA Lyon, 8 février 2005, n° 01LY01809).

Voir aussi la fiche relative aux « enseignes et préenseignes ».