

Les acteurs de la réglementation publicitaire

Fiche
n° 9

Qui fait quoi en matière de publicité ?

Rappelons que les procédures (contrôle ou réglementation locale) relèvent toujours de l'Etat, cette compétence n'étant pas décentralisée.

Le maire

Le maire est sans conteste l'acteur prédominant en matière d'affichage publicitaire. Il dispose d'un pouvoir d'initiative, d'un pouvoir réglementaire et d'un pouvoir de police spéciale importants.

Le maire peut réglementer les dispositifs

- En dressant la liste des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque de manière à les protéger (Art. L. 581-4-II.).
> Cf. guide "CH. I - section 2 - La réglementation locale, A. Les arrêtés d'adaptation locale"
- En prenant des arrêtés d'adaptation locale pour les enseignes : dans les petites communes traversées par une voie à grande circulation, il peut également inciter le préfet à prendre un tel arrêté pour réduire les dimensions des panneaux placés en bordure de ces voies.
> Cf. guide "CH. I - section 2 - La réglementation locale, A. Les arrêtés d'adaptation locale"
- En décidant de la mise en place d'un règlement local de publicité.
> Cf. fiche n°7 "Le règlement local de publicité"

Le maire agit au nom de l'Etat et fait respecter la réglementation par un contrôle a priori et a posteriori dans sa commune

Contrôle a priori

- Par le biais de la déclaration préalable : le maire est informé des déclarations préalables à l'installation, au remplacement et à la modification d'un dispositif publicitaire ou d'une préenseigne implantée sur une propriété privée ou sur le domaine public. Si le dispositif déclaré n'est pas conforme à la réglementation, il peut mettre en œuvre la procédure de sanction : procès-verbal, arrêté de mise en demeure, astreinte administrative et enfin exécution d'office.
> Cf. fiche n°8 "La déclaration préalable"
> Cf. guide "CH. II - section 2 - Les sanctions"
- Il délivre des autorisations pour les enseignes implantées sur les immeubles et dans les lieux d'interdiction absolue et relative de la publicité ainsi que dans les zones de publicité restreinte. L'avis de l'Architecte des

Bâtiments de France est requis dans certains cas. L'autorisation concerne également les dispositifs de publicité lumineuse.

- > Cf. fiche n°4 "Les enseignes"
- > Cf. fiche n°5 "La publicité lumineuse"

Contrôle a posteriori

Il doit sanctionner les infractions par un constat d'infraction¹, suivi d'un arrêté de mise en demeure, assorti d'une astreinte et le cas échéant d'une exécution d'office.

Dans les cas les plus graves (absence de déclaration préalable, infraction aux interdictions relatives et absolues, absence d'autorisation écrite du propriétaire de l'immeuble), il fait procéder directement à une exécution d'office, décision assortie d'une amende administrative.

- > Cf. guide "Ch. II - section 2 - Les sanctions"

Le préfet

S'il apparaît en retrait par rapport aux pouvoirs du maire, le préfet est pourtant titulaire d'importantes prérogatives en matière d'affichage publicitaire.

■ En matière de réglementation locale, le préfet joue un rôle décisif à plusieurs titres :

- Il peut prendre l'initiative de l'élaboration d'un règlement local de publicité ;
 - Il prend l'arrêté qui fixe la composition du groupe de travail chargé d'élaborer le règlement local de publicité ;
 - Il participe au groupe de travail (membre de droit) ;
 - Il se substitue au maire en tant que président de ce groupe de travail si la Commission Départementale des Sites a émis un avis défavorable au projet de règlement ;
 - Si le conseil municipal s'oppose au projet présenté par le préfet, c'est le préfet qui tranche et fixe la délimitation des zones et les prescriptions correspondantes.
- > Cf. fiche n°7 "Le règlement local de publicité"

■ En matière de police de la publicité, le préfet conserve une compétence lui permettant de se substituer au maire car il dispose de pouvoirs concurrents :

- en matière de contrôle : il recueille la déclaration préalable ;
- en matière de sanctions : il peut dresser le constat d'infraction, prendre l'arrêté de mise en demeure, ordonner le recouvrement de l'astreinte et faire procéder à la dépose d'office.

■ La circulaire du Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement du 5 avril 2001 et le Décret du 10 mai 1982 relatif aux pouvoirs des préfets confèrent compétence exclusive au préfet pour créer et animer des pôles spécialisés dans la publicité (rattachés au bureau de l'environnement) dont le rôle est de structurer, coordonner et évaluer les actions menées dans ce domaine dans chaque département : prévention, répression, règlements locaux de publicité.

¹ D'autres agents de l'administration peuvent procéder à ce constat d'infraction : agents de police, de gendarmerie, de la DDE, du Service Départemental de l'Architecture.

Les autres acteurs

■ Le Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine (SDAP)

L'Architecte des Bâtiments de France donne un avis simple ou conforme concernant les autorisations :

- de dispositifs de publicité lumineuse installés sur toiture ou terrasse ;
- d'enseignes dans les secteurs "sensibles" : secteurs d'interdiction absolue et relative, zones de publicité restreinte.

L'ABF est habilité à dresser des procès-verbaux de constats d'infraction.

Le SDAP participe au groupe de travail de la commune chargé d'élaborer le règlement local de publicité.

■ La Direction Départementale de l'Équipement (DDE)

La DDE participe au groupe de travail de la commune chargé d'élaborer le règlement local de publicité.

Le directeur départemental de l'équipement donne un avis sur les autorisations relatives aux publicités lumineuses.

Les agents de la DDE sont habilités à dresser des procès-verbaux de constats d'infraction.

① La DDE est également titulaire de prérogatives importantes pour les questions de publicité relevant de la sécurité routière (Décret du 11 février 1976).

> Cf. guide "Introduction"

■ La DIREN

La DIREN participe au groupe de travail de la commune chargé d'élaborer le règlement local de publicité.

■ La gendarmerie

Les gendarmes dressent des procès-verbaux de constat d'infraction à la réglementation publicitaire.