

Pourquoi un guide
«publicités, enseignes,
préenseignes :
mémento de la réglementation
nationale » ?

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Une démarche ancienne

Premiers constats - 2003-2004

Approche du sujet par les Contrats environnement littoraux
(subvention du conseil départemental) :

En contrepartie du financement de leur programme d'actions, les communes s'engagent à mettre en conformité l'affichage publicitaire

➔ assistance du CAUE sur certaines communes : développement d'une expertise

➔ constatations :

- plus de 60 % des dispositifs répertoriés sont illégaux selon le RNP
- une méconnaissance des outils réglementaires par les communes
- quelques communes déjà fortement impliquées sur ce sujet.
- quelques démarches d'inventaires intercommunaux et de RLP.

Un premier guide en 2005

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le contexte vendéen

Des tailles de communes restreintes : sur 282 communes

➔ 8 communes de plus de 10 000 habitants

(88 communes de 2 000 à 10 000 habitants; 186 communes de moins de 2000 habitants)

➔ pas d'unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Des territoires contrastés

➔ un large foncier agricole et naturel

➔ parc naturel du Marais Poitevin (labellisation retrouvée en 2014)

➔ plus de 160 communes ont un ou plusieurs MH classés ou inscrits

➔ des ZPPAUP-AVAP et des sites classés

➔ un littoral attractif

➔ des entrées de villes peu qualitatives sur les grandes communes

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le contexte vendéen

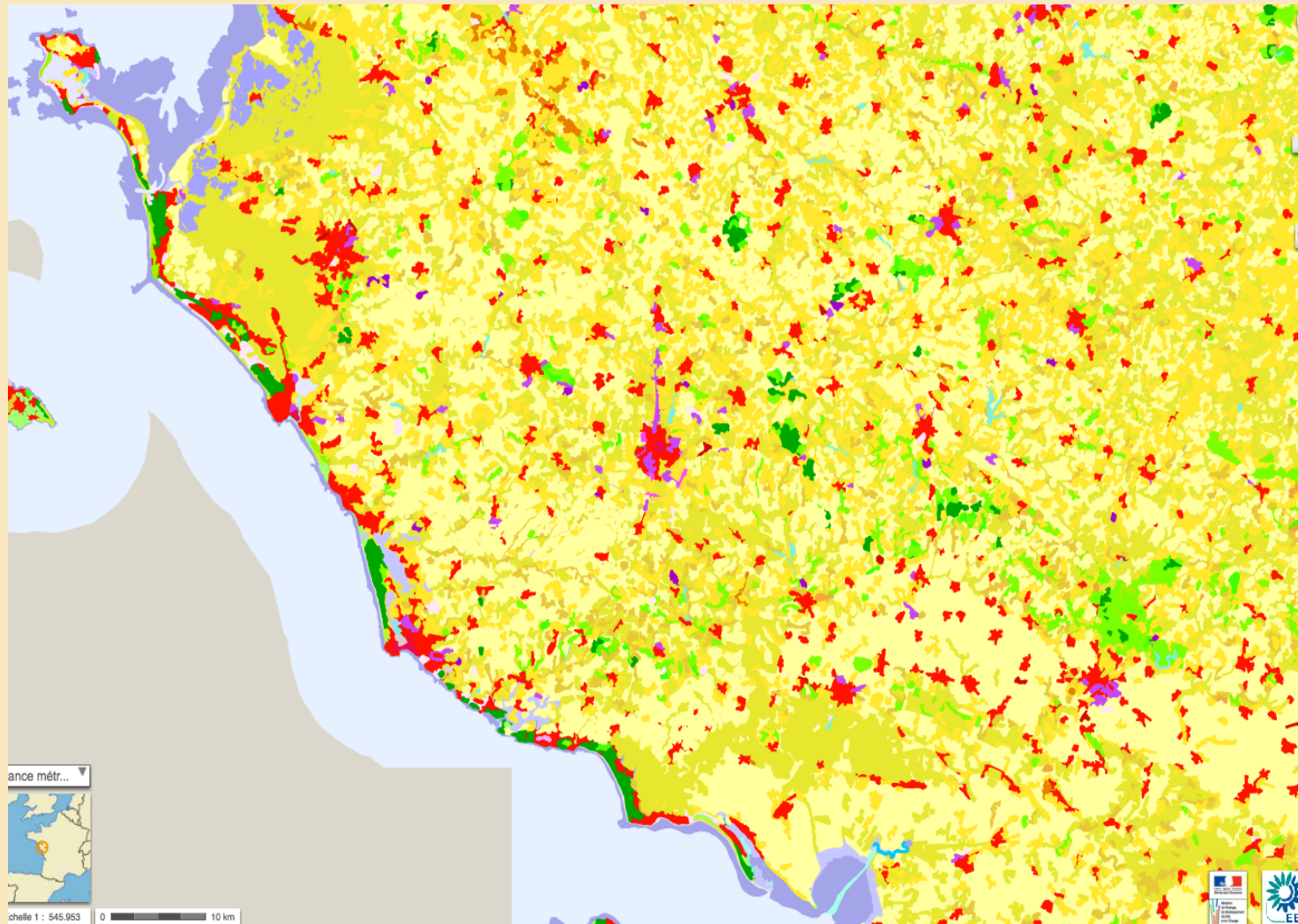
Les 8 communes vendéennes de plus de 10 000 hab.



Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le contexte vendéen

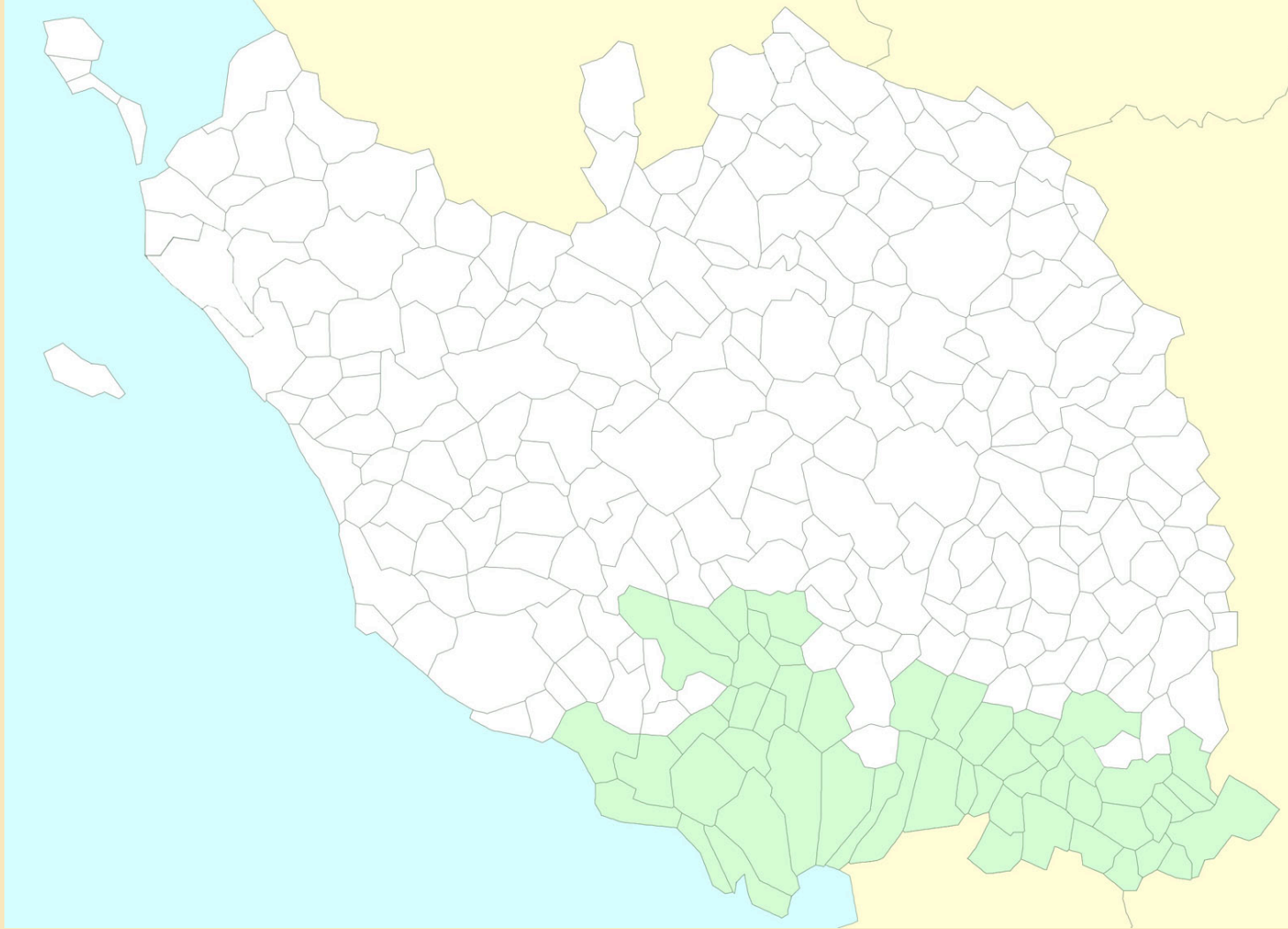
Occupation des sols selon Corine land cover 2006



Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le contexte vendéen

Communes vendéennes adhérente au Parc naturel du Marais Poitevin.



Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le contexte vendéen

Vue d'une entrée de ville en Vendée



Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes» ?

Le contexte vendéen

La Roche-sur-Yon



Panneaux publicitaires : deux mois pour démonter

On adore qu'elles nous guident, on les déteste le reste du temps. Le 13 juillet, de nombreuses publicités et pré-enseignes devront être démontées. La Ville dispose cette fois-ci d'un argument de poids : l'amende.

Pourquoi ? Comment ?

Pollution visuelle : où en est-on ?
Si le centre-ville s'en sort bien, les entrées n'ont guère changé. Route de Nantes, au Bourg-sous-la-Roche... on trouve toujours quantité de panneaux annonçant la direction d'un cuisiniste, d'un hôtel... Les services municipaux ont répertorié 306 panneaux publicitaires et pré-enseignes, ainsi que 44 pré-enseignes dérogoatoires. Vous savez, ces petits panneaux qui « fleurissent » dans les champs...

Qu'est-ce qui changera au 15 juillet ?

Les publicités et pré-enseignes non conformes devront être démontées avant le 13 juillet, comme le prévoit le décret d'application de la loi Grenelle 2, en date du 12 juillet 2012. « C'est une décision nationale », rappelle l'adjointe au Développement durable, énergies et déplacements, Anne-Aubin Sicard.
En 2011, l'ancienne majorité avait adopté un règlement local de publicité qui va dans le même sens. Mais, sans contrainte financière, les souhaits de réduire l'impact de la publicité sur le paysage urbain n'avaient guère eu d'effet. La loi arrive donc à point nommé.

Pourquoi ça devrait marcher ?

Parce qu'à partir du 13 juillet, les contrevenants devront payer des amendes. « 750 € par dispositif et 203 € par jour de retard », indiquent les services de la mairie, visiblement prêts à arperner les grands axes.
Responsable du Service hygiène santé, Mahmoud Salle insiste : « Les annonceurs ont été prévenus par courrier en mars, mais ce n'était pas une surprise : nous travaillons depuis plus de deux ans avec les publicitaires et avec les associations environnementales. Nous avons eu le temps de faire plusieurs allers-retours pour cibler les contraintes



En haut : sur ce montage-photo, une simulation de la profusion de panneaux qui se retrouvent régulièrement sur l'axe de la route de Nantes. En bas : une simulation de la configuration une fois les panneaux non conformes démontés.

particulières. »
Si la peur d'être touché au portefeuille fonctionne bien, les entrées de ville devraient changer : les 44 pré-enseignes sont toutes appelées à disparaître, 130 panneaux publicitaires et pré-enseignes devraient être démontés (soit 43 % des 306 panneaux).

Qui est concerné ?
Les annonceurs devront s'entendre : dans de nombreux endroits, un seul pourra garder un emplacement qu'ils se partageaient à quatre, cinq...
« C'est la chasse aux baux privés

et aux concessions de la mairie », confie un annonceur. Il espère que « la rareté et la meilleure visibilité aideront à vendre moins, mais plus cher ». Ce qui inquiète évidemment les enseignes : « Certains prix ont déjà commencé à gonfler », assure un responsable.
Contactées par téléphone, plusieurs directions se montrent vraiment peu contrariées de la réduction des surfaces de communication. « Les forêts de panneaux ont fini par rendre nos publicités illisibles », expliquent-elles. « J'ai anticipé en réservant ailleurs », confie un respon-

sable.
En prévision de la date butoir, les consignes des chaînes poussent depuis plusieurs mois à diversifier les supports de communication.
En 2007, lors de la première mouture du règlement local de publicité, la réaction de certains commerçants traduisait au contraire un fort attachement : certains n'avaient pas hésité à faire des recours.
Un hôtelier souligne : « À l'heure des sites internet et du GPS, ce ne sont pas mes pré-enseignes qui poussent les gens chez moi. »
Claire HAUBRY.

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Quel moyen pour accompagner les communes ?

Principal frein à la maîtrise de l'affichage publicitaire

➔ Méconnaissance de la réglementation et de son application.

Conclusion du CAUE par rapport au contexte

➔ A quelques rares exceptions, l'application du RNP est adaptée pour une démarche efficace.

➔ RLP reste complexe et coûteux pour de nombreuses communes pour un résultat mal proportionné à leurs problèmes.

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Quel moyen pour accompagner les communes ?

Un guide sur le réglementation nationale

➔ « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »

Un accompagnement au cas pas cas

➔ Réunion d'accompagnement du guide à l'échelle intercommunale.

➔ Réponses aux questions spécifiques.

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »

Un guide simple, court et illustré

➔ ne traite pas de l'ensemble de l'information

Seulement la partie RNP

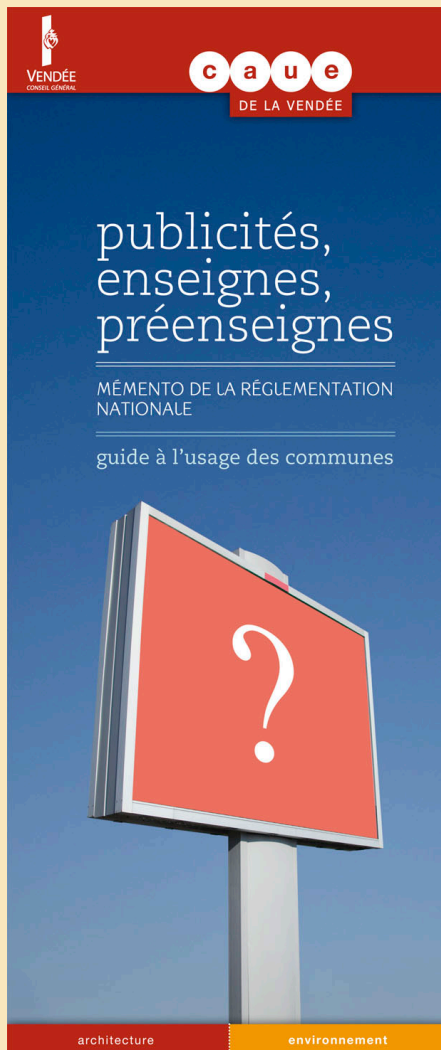
Renvoi sur le guide du ministère pour plus de précisions

➔ format « de terrain »

➔ chapitrage classique

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »

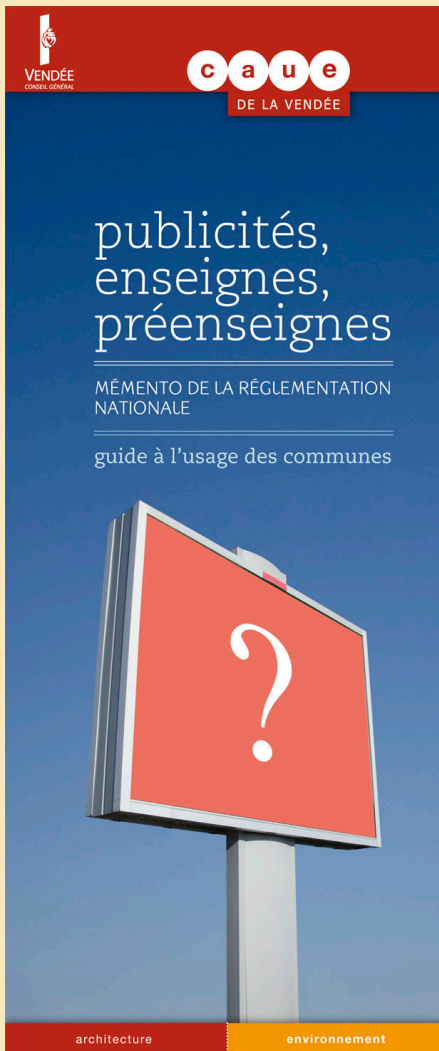


sommaire

GÉNÉRALITÉS	09	les enseignes	60
Qu'est-ce que la réglementation nationale ?	10	DISPOSITIONS COMMUNES AUX ENSEIGNES	61
Les autres codes et règles concernant l'affichage publicitaire	11	LES ENSEIGNES SUR FAÇADES	62
Publicité, enseigne, préenseigne : définitions	13	LES ENSEIGNES SUR TOITURE OU TERRASSES EN TENANT LIEU	66
Agglomération et seuils du nombre d'habitants	14	LES ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL OU INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL	68
Entrée en vigueur	17	LES ENSEIGNES LUMINEUSES	72
Mesure des surfaces et hauteurs	18	LES ENSEIGNES TEMPORAIRES	73
LA RÉGLEMENTATION NATIONALE	21	les préenseignes	76
la publicité	22	DISPOSITIONS COMMUNES AUX PRÉENSEIGNES	77
DISPOSITIONS COMMUNES À TOUTES LES PUBLICITÉS	23	LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES	79
INTERDICTIONS COMMUNES À TOUTES LES PUBLICITÉS	24	LES PRÉENSEIGNES TEMPORAIRES	82
LA RÈGLE DE DENSITÉ	28	ET AUSSI...	85
LA PUBLICITÉ NON LUMINEUSE	30	L'AFFICHAGE D'OPINION	86
LA PUBLICITÉ LUMINEUSE	43	DÉCLARATIONS ET AUTORISATIONS PRÉALABLES	87
LA PUBLICITÉ SUR MOBILIER URBAIN	48	POUVOIR DE POLICE ET CONSTAT D'INFRACTION	88
LES BÂCHES COMPORTANT DE LA PUBLICITÉ	53	POUR ALLER PLUS LOIN	89
LES DISPOSITIFS DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES	55	ADRESSES UTILES	91
LE MICRO-AFFICHAGE SUR VITRINE COMMERCIALE	56		
LA PUBLICITÉ SUR VÉHICULES TERRESTRES	58		
LA PUBLICITÉ SUR VOIES NAVIGABLES	59		

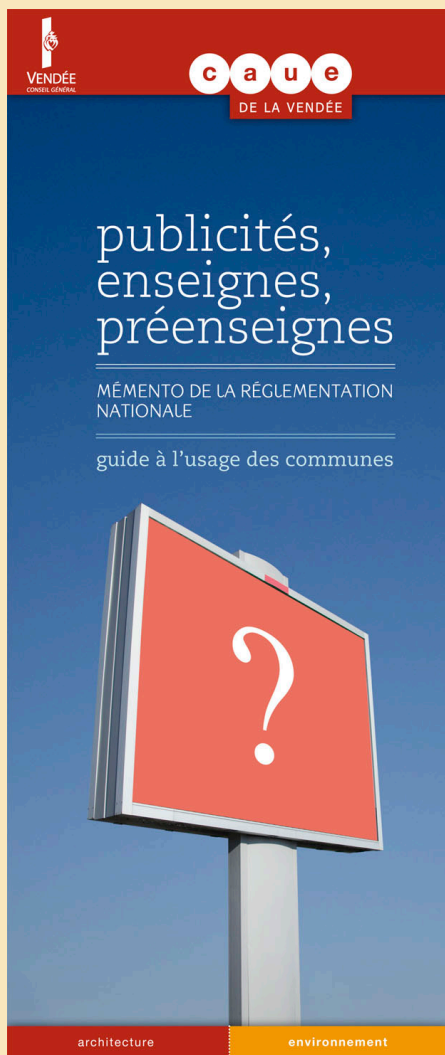
Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



agglomération et seuils du nombre d'habitants

Le code de l'environnement fait référence à l'agglomération, d'une part pour interdire la publicité hors agglomération, d'autre part pour déterminer les possibilités de publicité en fonction du nombre d'habitants. À ces seuils, s'ajoute la notion d'unité urbaine.

la réglementation identifie 4 cas :

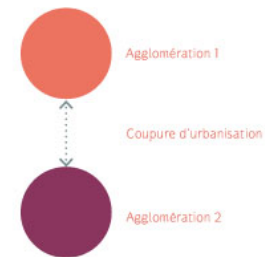
- hors agglomération,
- agglomération de moins de 10000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100000 habitants,
- agglomération de moins de 10000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100000 habitants,
- agglomération de plus de 10000 habitants.

Les deux derniers cas sont le plus souvent soumis au même régime. Certains articles ne font pas référence à l'unité urbaine, auquel cas seule la taille de l'agglomération sert de référence.

agglomération

La notion d'agglomération fait référence à la **continuité du bâti**. Elle devrait en principe coïncider avec les panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération. Lorsque ce n'est pas le cas, la constatation de la continuité ou non du bâti prévaut.

Une même commune peut comporter plusieurs agglomérations. Ainsi, une commune de plus de 10000 habitants peut être composée de plusieurs agglomérations de moins de 10000 habitants. Auquel cas, la réglementation à appliquer est celle des agglomérations de moins de 10000 habitants, à moins qu'elle fasse partie d'une unité urbaine de plus de 100000 habitants.



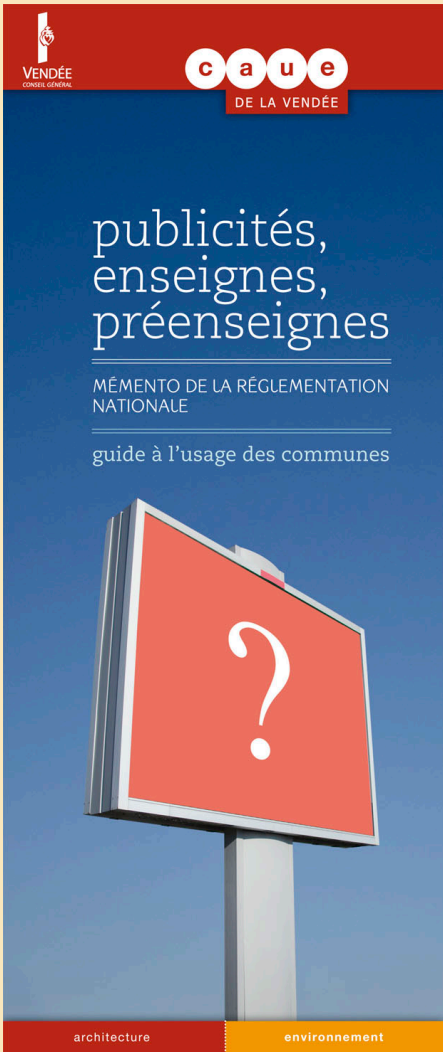
Notion d'agglomération et hors agglomération. Une même commune peut comporter plusieurs agglomérations.



Le panneau d'entrée d'agglomération correspond généralement au début réel de l'agglomération. La commune doit veiller à cette concordance. En cas de décalage, la réalité physique de la continuité des immeubles prévaut.

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



interdictions communes à toutes les publicités

la publicité est interdite hors agglomération Art. L581-7

Deux cas sont dérogatoires: la proximité immédiate des établissements des centres commerciaux si le RLP le prévoit et l'emprise des aéroports et gares ferroviaires.

la publicité est interdite : Art. R581-22

- sur les plantations,
- sur les poteaux de transport et de distribution électrique et sur les poteaux de télécommunication,
- sur les installations d'éclairage public,
- sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne.

interdictions dites "absolues" Art. L581-4

Ces interdictions ne peuvent pas être assouplies, même dans le cadre d'un RLP. La publicité est interdite:

- sur les arbres,
- 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 des parcs nationaux et les réserves naturelles,
- par arrêté municipal ou préfectoral, sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

interdictions dites "relatives" Art. L581-8

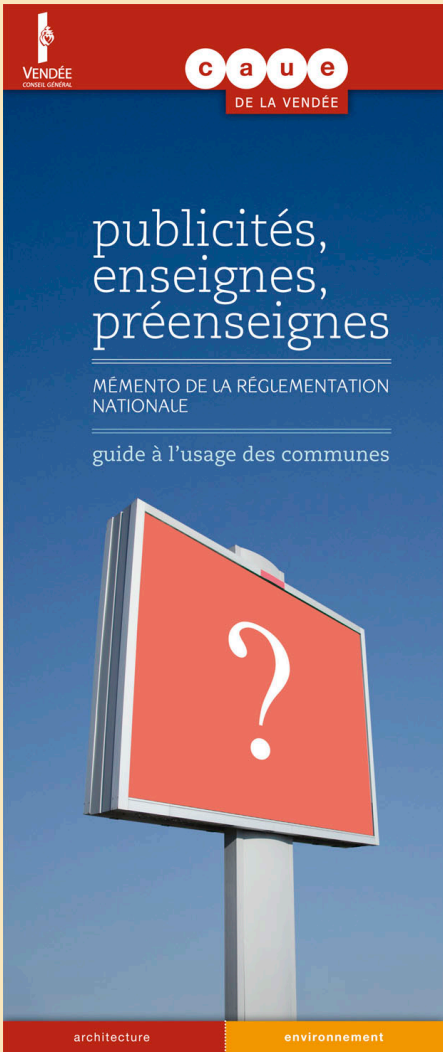
Ces interdictions peuvent être levées dans le cadre d'un RLP. La publicité est interdite:

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés,
- dans les secteurs sauvegardés,
- dans les parcs naturels régionaux,
- à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des monuments classés ou inscrits parmi les monuments historiques ainsi que des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque désignés par arrêté municipal ou préfectoral,
- dans les Aires de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) et dans les Zones de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP),
- dans l'aire d'adhésion des Parcs Nationaux,
- dans les zones dites "Natura 2000".

Note bene: les zones soumises à interdiction relative et absolue sont une référence récurrente dans la réglementation nationale. Pour simplifier le propos, elles seront mentionnées dans la suite de ce guide comme "zones d'interdiction absolue" et "zones d'interdiction relative".

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



la publicité non lumineuse > publicité scellée au sol ou installée sur le sol

surface et hauteur

Art. R581-32

La taille des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée. Leur surface ne peut excéder 12 m² et leur hauteur doit être inférieure à 6 m² (exception dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel dépasse les 3 millions de personnes).



La mesure de la surface d'une publicité se fait support compris. Si cette affiche seule mesure 4 m par 3 m alors, avec son cadre, elle dépasse la surface légale.

recul par rapport aux baies d'habitations voisines

Art. R581-33

La règle de recul permet de protéger le voisinage de l'impact visuel d'une publicité scellée au sol. Ainsi une publicité scellée au sol doit être implantée à au moins dix mètres de toute baie d'immeuble d'habitation situé sur un fond voisin lorsqu'elle est en avant du plan du mur de cette baie. Si elle se trouve en arrière de ce plan, aucun recul n'est demandé, l'impact visuel n'étant pas direct.

Fond voisin : parcelle mitoyenne à celle où se trouve le dispositif.



secteur d'installation interdite aux publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol

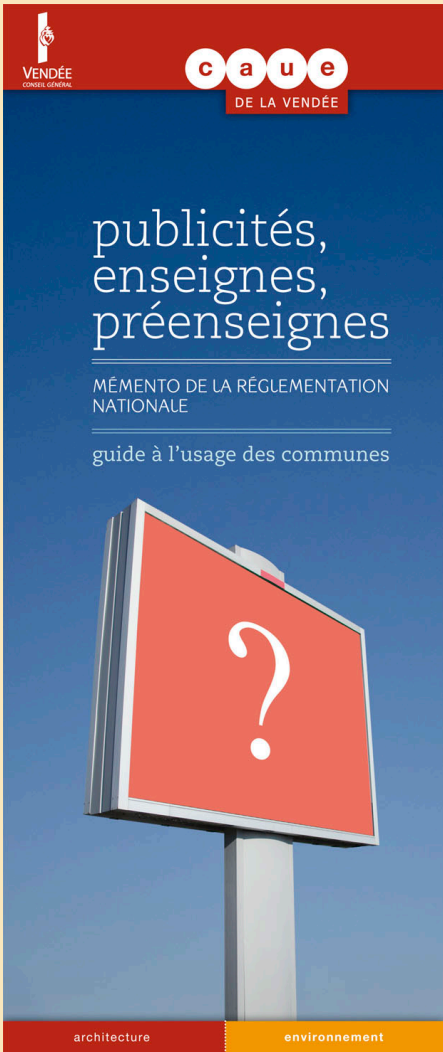
Schéma du recul obligatoire par rapport à une baie sur fond voisin.

38

39

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



dispositions communes aux enseignes

entretien Art. R581-58

Les enseignes doivent être constituées de matériaux durables. Elles doivent être entretenues et maintenues en bon état de propreté et de fonctionnement par la personne exerçant l'activité qu'elles signalent.

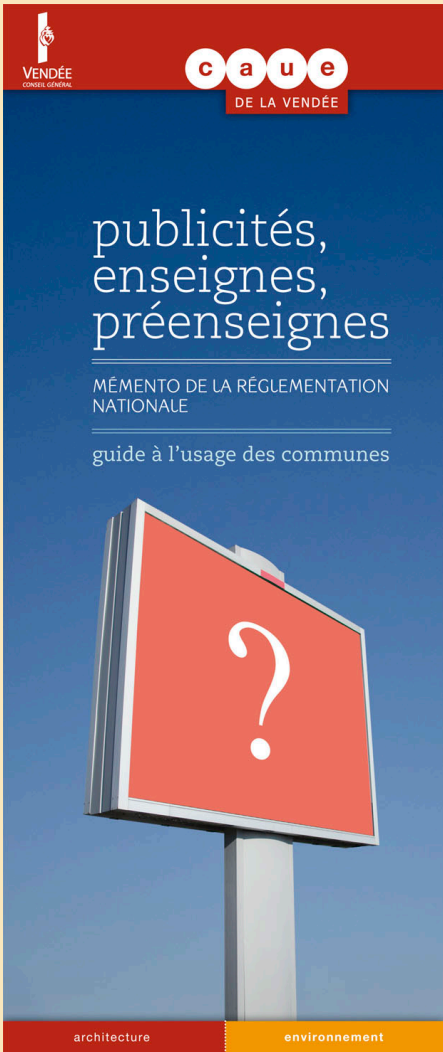
Si l'activité cesse, la personne l'exerçant doit remettre les lieux en état dans un délai de trois mois après arrêt de l'activité. Seule exception : les enseignes présentant un intérêt artistique, historique ou pittoresque.



Un exemple de traitement de qualité d'une façade intégrant les éléments d'enseigne.

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

surface Art. R581-65

La surface unitaire maximale d'une enseigne scellée au sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations > 10000 habitants.

hauteur Art. R581-65

Les enseignes scellées au sol ne peuvent excéder:

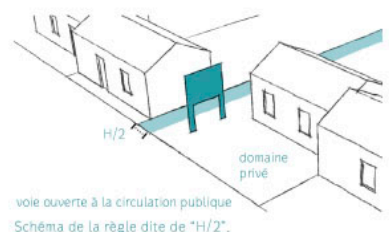
- pour les enseignes de 1 m ou plus de large : 6,50 m de hauteur,
- pour les enseignes de moins de 1 m de large : 8 m de hauteur.

recul Art. R581-64

Les enseignes de plus de 1 m² doivent être implantées à au moins dix mètres d'une baie d'immeuble situé sur un fond voisin lorsqu'elles sont en avant du plan du mur de cette baie.
Fond voisin: parcelle mitoyenne à celle où se trouve le dispositif.

prospect Art. R581-64

Les enseignes de plus de 1 m² doivent respecter la règle dite de "H/2". Elles doivent être implantées à une distance minimum correspondant à la moitié de leur hauteur par rapport à toute limite séparative, hors limites avec les voies ouvertes à la circulation publique. Néanmoins, elles peuvent être accolées dos à dos sur la limite séparative lorsqu'elles signalent deux activités exercées sur des fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



nombre Art. R581-64

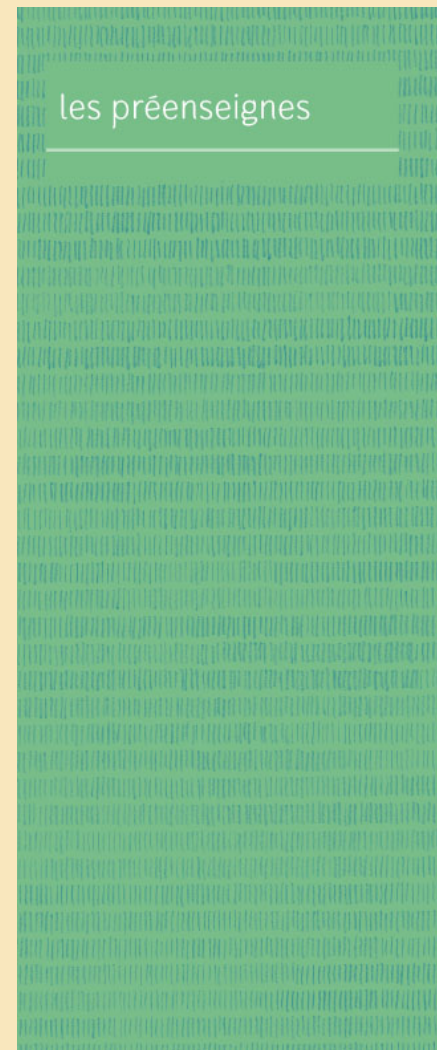
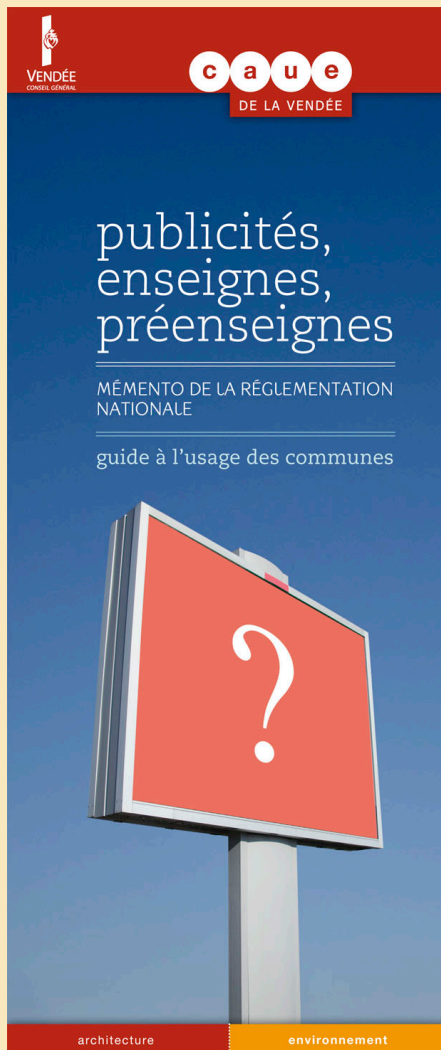
Les enseignes de plus de 1 m² sont limitées à un seul dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



Un totem est une enseigne scellée au sol de moins de 6,50 m de haut et de plus de 1 m de large respectant la législation.

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



dispositions communes aux préenseignes

Art. L581-19

Les préenseignes sont soumises aux règles applicables à la publicité.

Néanmoins, deux cas font exception :

- les préenseignes dérogatoires.
- les préenseignes temporaires.

Attention : les préenseignes sont soumises à l'obligation d'autorisation écrite du propriétaire du lieu où elles sont affichées (Art. L581-24). Les préenseignes dérogatoires et les préenseignes temporaires ne dérogent pas à cette règle.

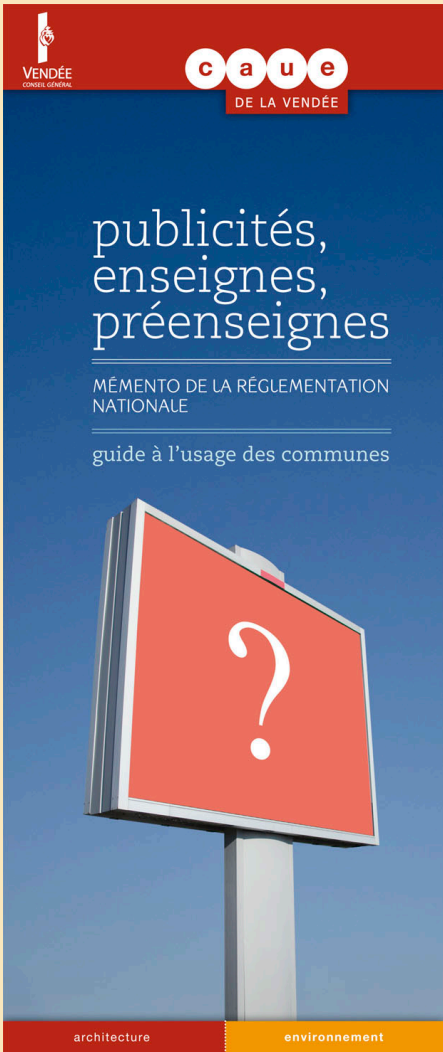
Remarque : La Signalisation d'Information Locale (SIL) est du ressort de la signalétique routière et n'est donc pas une préenseigne. Son usage est intéressant pour limiter les préenseignes dans la mesure où elle est utilisée de façon pertinente et raisonnée sans prolifération excessive. La SIL répond à des normes précises.



Exemple d'utilisation de la Signalisation d'Information Locale

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



les préenseignes temporaires

Art. L581-20

- Les préenseignes temporaires concernent :
- les manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois,
 - les préenseignes pour plus de trois mois concernant travaux publics ou opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et ventes et les locations ou ventes de fonds de commerce, qui peuvent bénéficier de préenseignes installées pour plus de 3 mois.

durée
Art. R581-69

Les préenseignes temporaires ne peuvent être installées que 3 semaines maximum avant le début de la manifestation et doivent être retirées 1 semaine maximum après la fin de la manifestation.

implantation
Art. R581-70 et Art. R581-71

Dans les agglomérations de plus de 10000 habitants et dans les agglomérations de moins de 10000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100000 habitants, les règles appliquées aux préenseignes temporaires sont les mêmes que pour la publicité.

Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être posées ou scellées au sol si leurs dimensions n'excèdent pas 1 m en hauteur et 1,50 m en largeur. Leur nombre est alors limité à 4 préenseignes par opération.



Cette préenseigne temporaire est illégale car fixée sur un poteau de télécommunication.

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



l'affichage d'opinion

Les articles **L581-13** et **R581-2** définissent les obligations des communes en termes de mise à disposition d'emplacements aménagés réservés à l'affichage d'opinion.

Ces emplacements peuvent accueillir l'affichage d'opinion et les publicités des associations à but non lucratif. Leur utilisation est libre, aucun accord ou contrôle préalable ne pouvant être donné ou exercé. Par contre, toute autre forme d'affichage sur ces emplacements est illégale tant qu'il ne bénéficie pas de l'autorisation écrite du propriétaire.

Leur superficie est déterminée selon le nombre d'habitants de la commune (et non pas de l'agglomération) :

- pour les communes de moins de 2000 habitants: 4 m²,
- pour les communes entre 2000 et 10000 habitants: 4 m², plus 2 m² par tranche de 2000 habitants, au-delà de 2000 habitants,
- pour les communes de plus de 10000 habitants: 12 m², plus 5 m² par tranche supplémentaire de 10000 habitants au-delà de 10000 habitants.

Ces affichages doivent être répartis afin que tout point de l'agglomération soit à moins de 1 km de l'un d'eux.

déclarations et autorisations préalables

La création, la modification ou le renouvellement des dispositifs publicitaires sont soumis à **déclaration préalable**, sauf lorsqu'ils sont soumis à **autorisation préalable**.

Les dispositifs soumis à **autorisation préalable** sont :

- les bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou par rétro éclairage,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires,
- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les zones d'interdiction absolues et relatives (voir pages 24-25) ou installées dans un périmètre d'un Règlement Local de Publicité,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les zones d'interdictions absolues et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou posée directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les zones d'interdictions relatives,
- les enseignes à faisceau laser.

Par défaut, les autres publicités et préenseignes sont soumises à **déclaration préalable**, à l'exception des préenseignes dont les dimensions sont inférieures à 1 m de hauteur et 1,50 m de largeur.

Les enseignes, hormis celles soumises à autorisation préalable, ne relèvent pas du régime de déclaration préalable exigée pour les publicités et préenseignes.

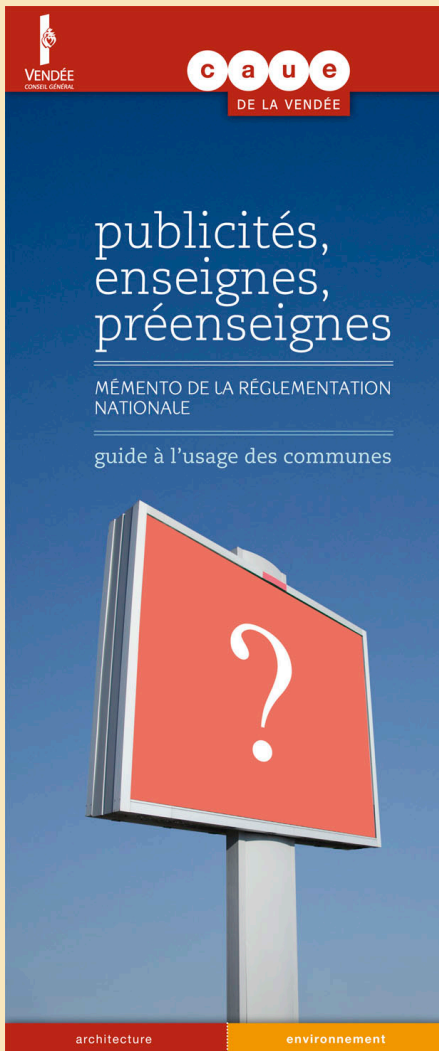
Ces procédures sont encadrées par la loi. Les formulaires Cerfa n° 14799*01 (déclaration) et n° 14798*01 (autorisation) les concernant sont disponibles en ligne :

www.service-public.fr



Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Le guide « Publicités, enseignes, préenseignes, mémento de la réglementation nationale »



pouvoir de police et constat d'infraction

Le pouvoir de police est de la compétence du préfet par défaut. Ce pouvoir de police revient au maire en cas de Règlement Local de Publicité.

Le constat d'infraction peut être établi par :

- les officiers de police judiciaire,
- les agents de police judiciaire mentionnés aux articles 20 et 21 du code de procédure pénale,
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux monuments historiques,
- les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux dispositions du code de la voirie routière,
- les fonctionnaires et agents publics habilités à constater les infractions au code de l'urbanisme,
- les fonctionnaires et les agents des services de l'État et de ses établissements publics, commissionnés à cet effet et assermentés,
- les agents habilités par les collectivités locales à constater les infractions au code de la route en matière d'arrêt et de stationnement des véhicules automobiles en vertu de l'article L.24 du code de la route,
- les agents des collectivités territoriales assermentés et commissionnés à cet effet par l'autorité compétente en matière de police,
- les agents des services de l'État chargés des forêts et aux agents de l'Office national des forêts commissionnés à raison de leurs compétences en matière forestière et assermentés à cet effet,
- aux agents des réserves naturelles mentionnés à l'article L.332-20 du code de l'environnement sur le territoire de la réserve dans laquelle ils sont affectés,
- aux gardes du littoral mentionnés à l'article L.332-10-1 ayant compétences sur l'ensemble du domaine relevant du Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres dans le département de leur résidence administrative.

Cette liste des agents habilités à constater les infractions en matière de droit de l'affichage montre qu'une procédure peut être déclenchée au niveau local, communal et intercommunal, même si le pouvoir de police relève de la compétence du préfet.

pour aller plus loin

La liste suivante propose quelques documents accessibles en ligne pour approfondir l'approche sur la réglementation de la publicité extérieure.

Ces documents ont contribué à la création de ce guide.

- Guide pratique la réglementation de la publicité extérieure, Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie, www.developpement-durable.gouv.fr
- Code de l'Environnement et Code de la Route, www.legifrance.gouv.fr

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Et ensuite...

Un accompagnement spécifique aux territoires

- ➔ réunions intercommunales
- ➔ réponse aux questions diverses
- ➔ association aux démarches qualitatives

Une veille constante

- ➔ sur les évolutions réglementaires
- ➔ sur les démarches innovantes

Point d'incertitude

- ➔ articulation avec les communes nouvelles ?

Pourquoi un guide «publicités, enseignes, préenseignes » ?

Merci de votre attention

CAUE de la Vendée

45 Bd des Etats Unis CS 40 685

85017 La Roche sur Yon cedex

02 51 37 44 95

caue85@caue85.com

www.caue85.com

Intervenante : Vinciane BEAUPAIN



DE LA VENDEE