



TROUVER MA FRANCHISE

Par secteur d'activité

Par apport personnel

Par ville

RECHERCHER

ANNUAIRE

RECHERCHE RAPIDE

Recherche OK

S'INSCRIRE

A LA NEWSLETTER

CREER UNE SURVEILLANCE PAR MAIL

SUIVRE TOUTE LA FRANCHISE



Toute la franchise présente
son application mobile



[Retour à la rubrique Juridique - Législation franchise](#) | [Retour aux rubriques](#)

[Créer une surveillance par email](#)

RÉFORME DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Cette réforme devrait intéresser un bon nombre d'enseignes

2012-02-24 12:44:00

Le 1er juillet 2012, entrera en vigueur le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, pris en application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi « Grenelle 2 »).

Cette réforme qui vise à **protéger le cadre de vie** en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux, a profondément modifié le régime concernant la publicité, les enseignes et les préenseignes. Le cadre législatif et réglementaire, qui n'avait quasiment pas évolué depuis plus de 30 ans, a ainsi été modernisé afin de répondre aux attentes de la société mais aussi aux évolutions technologiques des supports publicitaires.

Ce faisant, ce sont nombreuses dispositions qui ont été modifiées, voire ajoutées. Des dispositions qui, au regard de leur importance pratique, retiendront l'attention de nombreux acteurs économiques.

C'est l'ensemble du chapitre « **Publicité, enseignes et préenseignes** » du titre VIII de la partie réglementaire du Code de l'environnement qui a été recodifié par le décret du 30 janvier 2012. Celui-ci débute désormais avec le régime des procédures de déclaration et d'autorisation préalable, laquelle est harmonisée avec celle du Code de l'urbanisme (section 1) avant de traiter successivement de la publicité (lumineuse et non lumineuse) et des dispositifs particuliers (bâches, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format) (section 2), des enseignes et préenseignes (section 3), puis du règlement local de publicité (section 4).

• L'introduction d'une règle de densité

Le décret introduit une **règle de densité à respecter** sous peine de sanctions administratives et pénale pouvant s'élever à 7500 euros.

La règle de densité s'applique aux dispositifs publicitaires installés sur le domaine privé et public, à l'exception de ceux apposés sur une palissade ou sur une toiture. Ainsi, « il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires [...] Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont la longueur est inférieure à 80 mètres linéaire » sous réserve d'exceptions (art. R.581-25).

Ainsi, le décret réduit les formats des dispositifs publicitaire muraux, en fonction de la taille des agglomérations, jusqu' à quatre mètres carrés dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Toutefois, cette surface sera portée à 8 mètres carrés lorsque le dispositif publicitaire est situé en bordure de route à grande circulation. Notons, in fine, que le format de 16 mètres carrés est définitivement supprimé (art. R.581-26).

Le décret encadre, par ailleurs, les nouvelles possibilités d'affichage sur les emprises des gares et des aéroports, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de taille ou de fonctionnement, ou à proximité des établissements de centres commerciaux hors agglomération.

En outre, de nouveaux seuils de population sont retenus pour déterminer la hauteur et la surface maximales admises des différents dispositifs publicitaires (plus ou moins de 10.000 habitants et appartenance ou non de la commune à une unité urbaine de plus de 100.000 habitants).

De la même manière, les bâches sont spécifiquement encadrées : l'affichage publicitaire apposé sur une bâche de chantier ne peut excéder 50% de la surface totale de la bâche tandis que les bâches publicitaires devront respecter une règle de densité.

S'agissant des enseignes et préenseignes, et conformément aux articles R.581-59 à R.581-63, celles-ci devront satisfaire à de nombreuses contraintes de surface (e.g. désormais, « les enseignes apposées sur une surface

commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade »).

• L'encadrement de la luminosité et de la publicité numérique

Dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100.000 habitants, les **publicités lumineuses sont en principe interdites**, à l'exception des dispositifs éclairés par projection ou transparence, sous peine de sanctions.

Le cas échéant, le décret institue une obligation d'extinction des publicités lumineuses entre 1 heure et 6 heures du matin, sauf pour les aéroports et les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, pour lesquelles les maires édicteront les règles applicables (art. R.581-35). Cette obligation s'applique aussi aux enseignes lumineuses ; ainsi, les enseignes qui indiquent par exemple des commerces, seront éteintes de 1 heure à 6 heures du matin (excepté si l'activité qu'elles signalent est ouverte pendant ce laps de temps). Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence. Notons que certaines catégories de préenseignes dérogatoires jusqu'alors admises (préenseignes signalant des services de secours, préenseignes signalant des activités en retrait de la voie publique, etc.) seront supprimées et remplacées par une signalisation routière normalisée.

Quant à la publicité numérique, celle-ci est spécifiquement encadrée. Outre les prescriptions relatives à la surface, le décret régit la consommation électrique des dispositifs publicitaires numériques et prévoit des mesures pour lutter contre l'éblouissement.

Un seuil de luminance maximale est introduit.

• Les règlements locaux de publicité

In fine, le décret crée une nouvelle génération de Règlements Locaux de Publicité (RLP), qui permet aux collectivités locales d'**adapter la réglementation communale aux règles nationales**. Les RLP ont vocation à préciser les règles en fonction du contexte urbain local et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés. Ils prescrivent notamment à l'intérieur de zones qu'ils délimitent des règles de densité et d'harmonisation pour les publicités. Ils sont désormais élaborés ou modifiés conformément à la procédure applicable pour les plans locaux d'urbanisme (PLU, art. R.581-72).

Ces RLP ne pourront dorénavant qu'être plus restrictifs que la règle nationale. Ils seront élaborés, révisés et modifiés selon les règles applicables aux plans locaux d'urbanisme.

• Calendrier de la réglementation

Le décret entre en vigueur à compter du 1er juillet 2012.

Dès lors, les nouveaux dispositifs apposés sur des zones sans Règlements Locaux de Publicité (R.L.P) devront **être conformes au décret**. Les nouvelles règles nationales s'appliqueront dans toute la France aux nouveaux dispositifs (extinction des enseignes lumineuses, régime d'autorisation des bâches, etc.). Les dispositifs non conformes disposent d'un délai de deux ans pour se mettre en conformité.

En outre, dès le 1er juillet 2012, les nouveaux Règlements Locaux de Publicité élaborés devront être conformes à la nouvelle réglementation.

A compter du 13 juillet 2015, les nouvelles préenseignes dérogatoires qui seront apposées devront être conformes à la nouvelle réglementation nationale. Tandis que les préenseignes dérogatoires apposées avant le 13 juillet 2015 et qui étaient conformes à l'ancienne réglementation, devront être conformes à la nouvelle réglementation nationale dans un délai de deux ans.

Enfin, à compter du 13 juillet 2020, les Règlements Locaux de Publicité en vigueur devront être conformes à la nouvelle réglementation (procédure PLU, plus restrictifs que la nouvelle réglementation nationale, zones et modalités d'extinction pour les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, etc.). A défaut, les R.L.P qui n'auront pas été modifiés ou révisés seront abrogés.

• Les sanctions encourues en cas de non-respect des dispositions du décret

Quant aux sanctions, rappelons :

- qu'est punie d'une amende d'un montant de 1500 euros la personne qui a apposé ou fait apposer un dispositif ou matériel sans déclaration préalable ou non conforme à cette déclaration (art. L.581-26 du Code de l'environnement) ;

- que dès la constatation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne irrégulière au regard du décret, et nonobstant la prescription de l'infraction ou son amnistie, l'autorité compétente en matière de police prend un arrêté ordonnant, dans les 15 jours, soit la suppression, soit la mise en conformité avec ces dispositions, des publicités, enseignes ou préenseignes en cause, ainsi que, le cas échéant, la remise en état des lieux (art. L.581-27) ;

- qu'à l'expiration du délai de 15 jours, la personne à qui il a été notifié, est redevable d'une astreinte de 200 euros

par jour et par publicité, enseigne ou préenseigne maintenue (art. L.581-30) ;

- qu'une amende de 7 500 euros peut être prononcée en cas de non-respect de la réglementation après mise en demeure (art. L581-34).

François-Luc SIMON
Associé-Gérant [SIMON ASSOCIÉS](#)
Docteur en droit
Membre du Collège des Experts de la FFF

PARTAGER

Tweeter

CETTE PAGE SUR

J'aime

LES COMMENTAIRES RELATIFS A CET ARTICLE

Il n'y a encore aucun commentaire pour cet article. Soyez le premier à réagir !

REAGISSEZ OU COMMENTEZ

Nom :

Prenom :

Email (non publié) :

Commentaire :

250 caractères restants

Envoyer

[Créer une surveillance par email](#)

LES DERNIERS ARTICLES DE LA RUBRIQUE :

[Retour aux rubriques](#)

L'usage du nom patronymique à titre de marque : quelques précautions à prendre

09/02/2012

Toute personne physique ou morale peut donc déposer et exploiter un nom patronymique à titre de marque...

[... lire l'article.](#)

Les clauses du contrat de franchise : exclusivité territoriale

04/02/2012

Une exclusivité qui peut être accordée ou imposée...

[... lire l'article.](#)

Les clauses du contrat de franchise : mise à disposition des signes distinctifs et encadrement de leur usage par le franchisé

25/01/2012

Déterminer ce que le franchisé doit faire ou pas, ce que le franchisé peut faire ou pas...

[... lire l'article.](#)

Clauses de non concurrence et de non réaffiliation : comment ça marche ?

19/01/2012

Ces deux clauses sont souvent associées mais dans les faits distinctes.

[... lire l'article.](#)

Fiche pratique : Le partenariat

10/01/2012

Le contrat de partenariat : une alternative aux contrats de franchise...

[... lire l'article.](#)

ORIGINAL GREEN
SPIRIT

HAPPY CAR

AQUARELLE

MAISONS FRANCE
FORET ET
ARCHITECTAS

CITYPOLITAIN

GENIUS BOOK

ZUMBA FITNESS

ALL TECH
INFORMATIQUE

TOC

EXCLUSIF
COIFFURE

FRANCESCA

VAKOM

NOS PARTENAIRES PRIVILEGES

FH CONSEIL

Avocat Franchise

Relations Presse Franchise

blog investissement immobilier

Devenir franchisé

FRANCHISE DOMICILE

Franchise Sélection

Franchise

J'entreprends et j'aime ça

Géomarketing et études de marché franchisés et franchiseurs

Blog pour entrepreneurs

RBC Franchises

Le Guide Régional de Référence du Créateur d'Entreprise
depuis 1998

Emplacement Numéro 1

EPAC INTERNATIONAL Conseil en Franchise

Cabinet Avocat Franchise SIMON ASSOCIES

Etude de marché en ligne – CREATESTS

Micro-Entreprises

Fonds de Commerce

CONTACT PROFESSIONNEL

AchatPme.com

KDOBOX

MANAGER-GO

SBSSCom Relations presse franchise

VOIR TOUTES LES FRANCHISES

▶ [liste de franchiseurs dans le **service**](#)
(213 franchises)

▶ [liste de franchiseurs dans le **commerce**](#)
(178 franchises)

▶ [liste de franchiseurs dans l'**habitat**](#)
(132 franchises)

▶ [liste de franchiseurs **master franchise**](#)
(105 franchises)

▶ [Franchiseurs en Belgique](#)

