

GUIDE D' ACTIONS POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE DANS LE VAL D'OISE





Sommaire

1 - Préambule	4
2 - Contexte législatif et historique	5
3 - Notions de base de la réglementation nationale	6
4 - Méthodologie du diagnostic territorial	13
5 - Diagnostic territorial	14
6 - Pistes d'actions	28
7 - Annexes	50
8 - Remerciements	68

La préservation de la qualité du cadre de vie est un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans cet objectif, tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie.

Ces objectifs prennent un sens tout particulier dans le département du Val d'Oise, qui se caractérise par un espace fortement urbanisé sur toute la frange méridionale en continuité de la petite couronne parisienne et des espaces préservés très ruraux plus au nord dont une vaste partie est couverte par le Parc Naturel Régional du Vexin Français et celui de l'Oise-Pays de France.

La Direction Départementale des Territoires du Val d'Oise a souhaité que le présent guide réponde à plusieurs objectifs :

- Proposer des pistes d'actions permettant de limiter le nombre d'infractions ;
- Informer les communes sur les différents moyens à leur disposition pour traiter au mieux la question de la publicité ;
- Servir de support pour faciliter la communication entre les collectivités, les entreprises et les commerçants.

Ce guide, à destination des élus, des services des collectivités et des services de l'Etat, s'appuie sur un diagnostic de la publicité extérieure dans le Val d'Oise pour proposer une série de pistes d'actions. Des liens renvoient vers différents guides élaborés par le Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie ou par la Direction Départementale des Territoires des Yvelines et permettent d'approfondir les thématiques abordées. Enfin, ce guide présente en annexe une série de fiches pédagogiques pour faciliter l'instruction des demandes d'installation de dispositifs.

Afin de faciliter sa diffusion au plus grand nombre, il est disponible en version électronique, téléchargeable sur le site de la préfecture du Val d'Oise :

<http://www.val-doise.gouv.fr/Politiques-publiques/Environnement>



La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes dont la précédente loi datait de 1979.

La préservation du cadre de vie est au cœur de la politique des paysages et la loi portant engagement national pour l'environnement traduit cet objectif.

Ainsi, cette réforme concilie l'évolution des règles relatives aux supports publicitaires extérieurs et les droits et libertés d'expression, de diffusion, d'information et d'idées.

Parallèlement à la loi du 12 juillet 2010, la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 a permis la réunification des 3 taxes sur la publicité extérieure jusque là en vigueur.

Ainsi, ces 3 taxes sont remplacées par une taxe unique dénommée **Taxe Locale sur la Publicité Extérieure** (TLPE).

Bien que le dessein de la TLPE ne soit pas lié à la préservation de la qualité du cadre de vie des territoires et des populations, elle peut être un outil au service de cet objectif.

Enfin, si la publicité extérieure est majoritairement régie par le **code de l'environnement**, certains articles du **code de l'urbanisme**, du **code du patrimoine** et le **code de la route** réglementent également ce domaine.

Ainsi, l'ensemble de ces textes constitue le **règlement national de publicité**.

Le présent *guide d'actions pour la publicité extérieure dans le Val d'Oise* a pour vocation de proposer un outil pédagogique présentant un panel d'actions possibles visant à préserver les paysages et la qualité du cadre de vie.

3



Notions de base de la réglementation nationale

3 - Notions de base de la réglementation nationale	6
3.1 Les supports visés par la réglementation de la publicité	7
3.2 Les voies ouvertes à la circulation publique	9
3.3 Publicité hors agglomération	9
3.4 Extinction de la publicité	10
3.5 Le mobilier urbain	10
3.6 Dates de mise en conformité	11



3

Notions de base de la réglementation nationale

3.1 Les supports visés par la réglementation de la publicité

Selon l'article L581-3 du code de l'environnement, les trois types de supports publicitaires visés par la réglementation de la publicité extérieure sont la publicité, les enseignes et les préenseignes.

Constitue **une enseigne**, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (terme désignant, au sens du code civil le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment) et relatif à l'activité qui s'y exerce.



Ainsi, une enseigne peut se présenter sous forme de panneau, de bandeau, d'éléments découpés, de peinture murale, etc. installée parallèlement ou perpendiculairement à la façade du bâtiment.

L'enseigne se présente également sous forme de totem, de panneau, de drapeau, etc. scellée ou installée directement au sol.

Tous les dispositifs installés sur « l'immeuble » où s'exerce l'activité signalée sont considérés comme des ENSEIGNES.

Constitue **une préenseigne**, toute inscription, forme ou image signalant la proximité géographique et/ou temporelle d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Les préenseignes EN AGGLOMERATION sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. (voir définition page suivante)



Ainsi, une préenseigne peut se présenter sous forme de panneau, de bandeau, d'éléments découpés, de peinture murale, etc. installée parallèlement ou perpendiculairement à la façade d'un bâtiment quelconque.

La préenseigne se présente également sous forme de totem, de panneau, de drapeau, bâche, etc. scellée ou installée directement au sol.

Tous les dispositifs installés ailleurs que sur le lieu où s'exerce l'activité signalée et indiquant la proximité géographique et/ou temporelle sont considérés comme des PREENSEIGNES.

3

Notions de base de la réglementation nationale

Nota : Depuis le 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires ne concernent plus que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- et à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles.



Constitue **une publicité**, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.



Ainsi, une publicité peut se présenter sous forme de panneau, de bandeau, d'éléments découpés, de peinture murale, etc. installée parallèlement ou perpendiculairement à la façade d'un bâtiment quelconque.

La publicité se présente également sous forme de totem, de panneau, de drapeau, bâche, etc. scellée ou installée directement au sol.

Tous les dispositifs installés et destinés à attirer l'attention des personnes, à l'exception des ENSEIGNES et des PREENSEIGNES sont considérés comme des PUBLICITES.



La catégorisation (enseigne, préenseigne ou publicité) d'une installation destinée à attirer l'attention du public, revient à se poser 2 questions :

- Que signale le dispositif ?
- Où le dispositif est-il implanté ?

3.2 Les voies ouvertes à la circulation publique

Selon l'article L581-2 du code de l'environnement, les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique (routière, piétonnière, fluviale, ferroviaire... gratuite ou non) sans distinction d'implantation sur le domaine public ou sur une parcelle privée, doivent se conformer aux dispositions législatives et réglementaires du code de l'environnement et le cas échéant au règlement local de publicité.

Le même article précise cependant que les dispositions du code de l'environnement et le cas échéant du règlement local de publicité, ne s'appliquent pas aux publicités, enseignes ou préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de ce dernier est principalement celle d'un support de publicité.

3.3 Publicité hors agglomération

Selon l'article L581-7 du code de l'environnement, toute publicité est interdite en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière.

Dans ce cas, la notion d'agglomération géographique intervient. Ainsi, en vertu du code de la route, l'agglomération se définit comme l'espace dans lequel sont regroupés 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 qui le borde (art R110-2 du code de la route).



Le conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non de panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (voir visuels ci-dessous).



Photo du Guide pratique la réglementation de la publicité extérieure

Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).

Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).



Photo du Guide pratique la réglementation de la publicité extérieure

3.4 Extinction des supports publicitaires lumineux

La loi portant engagement national pour l'environnement du 12 juillet 2010 établit désormais un régime d'extinction des supports publicitaires lumineux, avec une obligation d'extinction nocturne notamment.



Ainsi, les publicités lumineuses installées dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants doivent être éteintes de 1h à 6h*. Pour celles installées dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, leur extinction est régie par le règlement local en vigueur. A défaut de la réglementation nationale s'applique.

* voir les situations exceptionnelles du code de l'environnement aux articles R581-35 pour les publicités lumineuses et R581-59 pour les enseignes lumineuses.

3.5 Le mobilier urbain supportant la publicité

Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indication du nom des rues, etc.). Le code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques.



Certains types de mobiliers urbains ne supportent pas de dispositifs publicitaires. Il faut, au préalable, s'assurer qu'ils remplissent les missions d'intérêt général précisées par le code de l'environnement (art R581-42 à R581-47).

Sont concernés les cinq types de mobilier urbain suivant :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (type colonne « Morris ») ;
- les mâts porte-affiches ;
- le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.





Notions de base de la réglementation nationale

3.6 Dates de mise en conformité des supports publicitaires existants

Les enseignes installées antérieurement au 1^{er} juillet 2012 et respectant la réglementation alors en vigueur disposent de six ans pour se conformer aux nouvelles dispositions du règlement national de publicité (art L581-43 du code de l'environnement). Dans les mêmes conditions, les publicités et les préenseignes ne pouvaient être maintenues que jusqu'au 13 juillet 2015. Si elles n'ont pas été mise en conformité, elles sont en infraction (art R581-88 du code de l'environnement).

En conséquence, les dispositifs installés avant le 1^{er} juillet 2012 doivent être conformes aux nouvelles dispositions réglementaires à compter :

Publicités et préenseignes	13/07/2015
Enseignes	01/07/2018



4-5

Diagnostic

4 - Méthodologie du diagnostic territorial	13
5 - Diagnostic territorial	14
5.1 Sensibilité paysagère	14
5.2 Répartition des supports publicitaires	15
5.3 Taux d'infraction général	16
5.4 Taux d'infraction par typologie de supports	17
5.5 Catégorisation des infractions	17
5.6 Analyse spécifique d'une partie de la RD14 et de la RD928	21
5.7 Analyse spécifique SANS la RD14 et la RD928	25



Méthodologie du diagnostic territorial

La constitution du guide d'actions repose sur une phase préalable de diagnostic de la situation des supports publicitaires dans le Val d'Oise.

Le diagnostic s'est porté sur 13 axes routiers structurant le département du Val d'Oise et 12 gares ferroviaires à proximité desdits axes. Ces axes routiers totalisent 242 kilomètres, traversent 94 communes dont 24 sont dotées d'un règlement local de publicité (au moment du diagnostic) et 37 sont incluses dans un Parc Naturel Régional (PNR).

Afin d'être le plus représentatif, l'intégralité des supports publicitaires (publicités, enseignes et préenseignes) bordant les axes routiers précisés ci-dessus ont été recensés sur une bande de 50 mètres de part et d'autre de ces axes durant le mois de janvier 2015.

Les supports recensés ont ensuite permis la constitution d'une base de données, permettant de qualifier les dispositifs selon différents critères tels que la typologie du support, son installation en périmètre protégé (RLP, PNR, périmètre Monument Historique, Site Classé ou Inscrit, ZPPAUP ou AVAP, route à grande circulation), sa dimension, ou son emplacement.

À partir de cette étape de qualification des supports publicitaires, l'analyse présentée ci-après a permis de dégager des problématiques auxquelles les actions développées au chapitre 6 de ce guide cherchent à apporter des réponses.



La qualification des supports a été réalisée en considérant :

- Les préenseignes dérogatoires postérieurement au délai de mise en conformité du 13 juillet 2015,
- L'ensemble des dispositifs sans tenir compte de leur date d'installation (délai de mise en conformité) et sur la base de la réglementation en vigueur depuis la loi du 12 juillet 2010 et du décret du 30 janvier 2012.



5.1 Sensibilité paysagère

Avec près d'1,2 million d'habitants, le département du Val d'Oise se caractérise par une forte dualité paysagère : d'une part, **un espace urbanisé sur toute sa frange méridionale, d'autre part, un ensemble de buttes boisées assez rapprochées émergeant au-dessus des plateaux calcaires encore largement cultivés de la Plaine de France et du Vexin Français**. Ainsi, **le parc naturel du Vexin Français** couvre pratiquement la moitié du département, tandis que celui de **l'Oise Pays-de-France** s'étend au nord-est et marque la frontière avec la Picardie. Le département compte également **de nombreux sites inscrits et classés**.

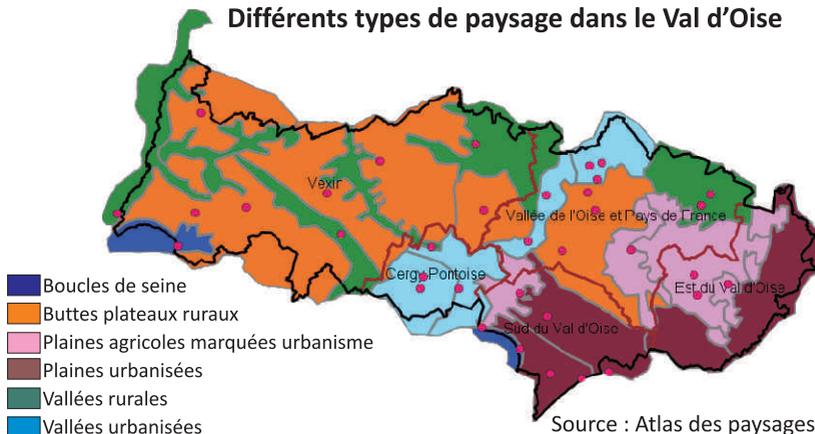
Le réseau routier est constitué de deux grands axes radiaux : l'A1 à l'est et l'A15 à l'ouest. Les routes nationales N1, N104 et N184 constituent d'importants axes que relie de nombreuses routes départementales telles que la RD301, RD316 et RD317 où se concentrent de multiples zones d'activités. Par ailleurs, la **RD14** constitue le 1er pôle commercial du Val d'Oise, le long d'un linéaire de 7 km.

L'Atlas des Paysages du Val d'Oise, réalisé sous la co-maîtrise d'ouvrage de la DDT95, de la DRIEE Ile de France et du Conseil Départemental du Val d'Oise, est basé sur un découpage en type de paysages et en entités paysagères. Il constitue une réponse à un objectif de protection et de gestion des paysages. **Des enjeux et des pistes de réflexions** sont proposés pour chaque unité paysagère.

Les fiches synthétiques présentant chaque unité paysagère sont disponibles à l'adresse suivante :

http://cartelie.application.developpement-durable.gouv.fr/cartelie/voir.do?carte=03052&service=DDT_95.

Différents types de paysage dans le Val d'Oise



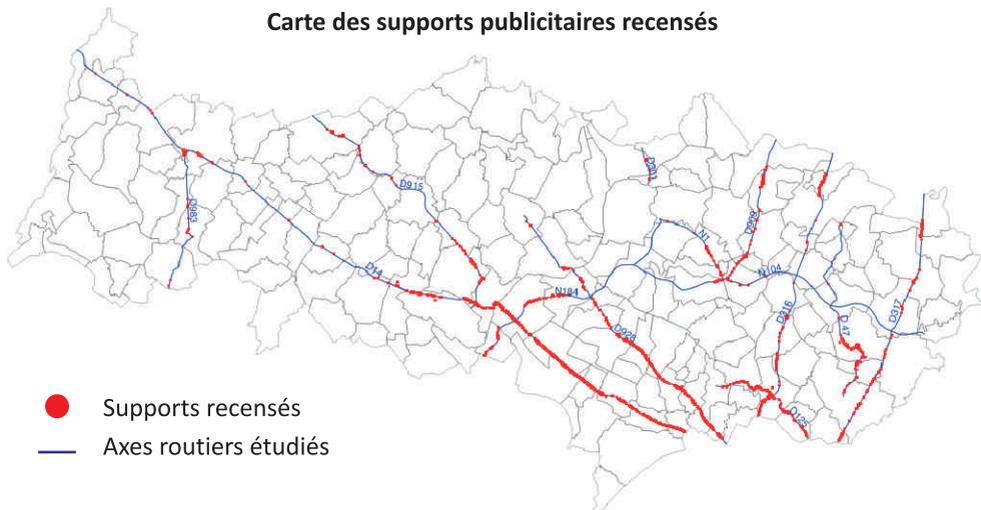
Source : Atlas des paysages du Val d'oise

Diagnostic territorial

5.2 Répartition des 7423 supports publicitaires :

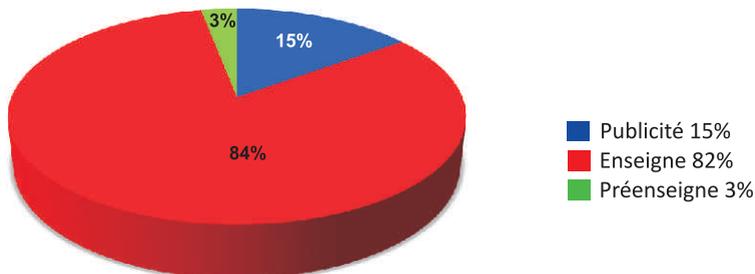
Le diagnostic territorial est basé sur le relevé de 7423 dispositifs recensés le long des axes principaux du département.

Carte des supports publicitaires recensés



La cartographie des supports publicitaires recensés fait apparaître une forte concentration desdits supports sur les RD14 et RD928.

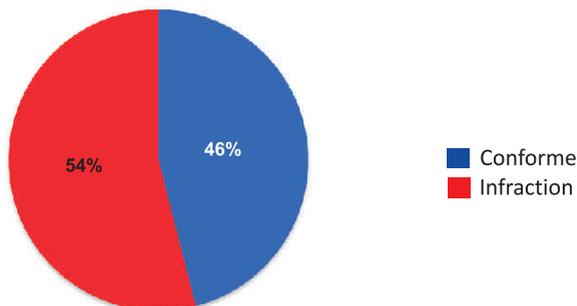
Répartition des supports publicitaires



La répartition des typologies de supports publicitaires met en évidence une majorité d'ENSEIGNES avec une représentativité de plus de huit dispositifs sur dix supports recensés.

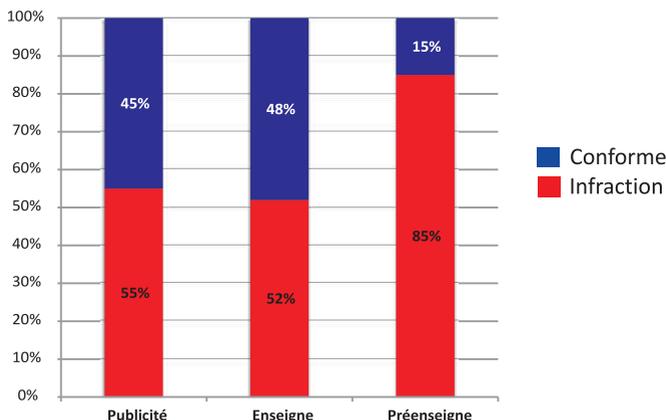
Ainsi, dans l'objectif de préservation des paysages et du cadre de vie, il conviendra de porter une attention particulière à la catégorie des ENSEIGNES.

5.3 Taux d'infraction général :



La qualification de conformité des supports recensés permet de mettre en évidence un taux d'infraction élevé puisque plus **d'un support sur deux est en infraction avec les réglementations en vigueur.**

5.4 Taux d'infraction par typologie de support :

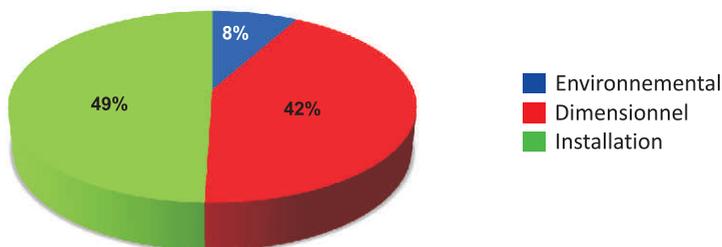


L'étude des taux d'infraction par typologie de supports publicitaires permet de constater que les taux d'infraction des PUBLICITÉS et des ENSEIGNES sont similaires au taux général d'infraction.

En revanche, le taux d'infraction des PRÉENSEIGNES est plus élevé et s'explique notamment par le fait que la phase de recensement a été effectuée avant le délai du 13 juillet 2015 de mise en conformité des PRÉENSEIGNES dérogatoires mais que les infractions ont été qualifiées en tenant compte de la réglementation en vigueur après cette date.

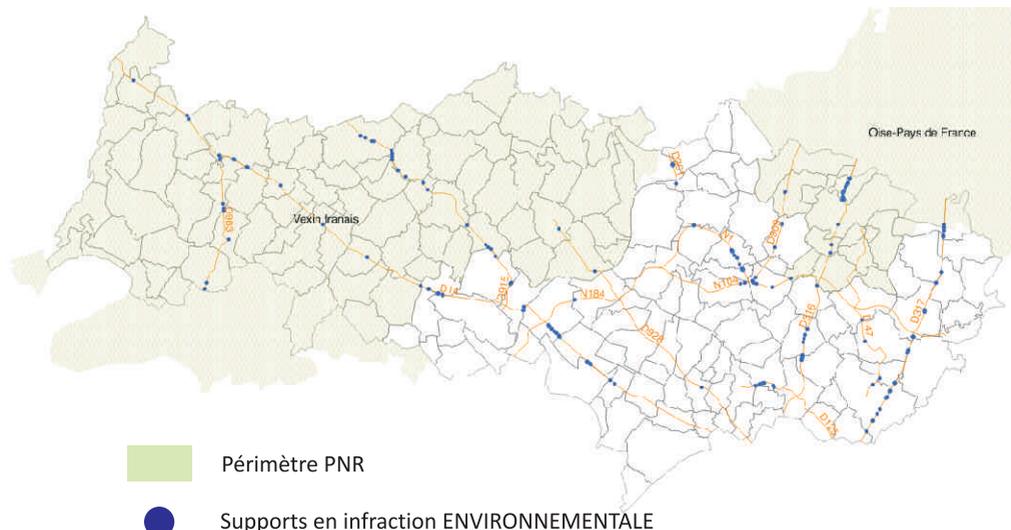
5.5 Catégorisation des infractions :

Afin d'approfondir d'avantage le diagnostic, les infractions ont été catégorisées de manière suivante :



- **Infractions « ENVIRONNEMENTALES »** : regroupent les supports en infraction par leur présence en périmètre protégé tels que les PNR, Monuments Historiques, AVAP ou ZPPAUP.

Voir les articles L581-4, L581-7, L581-8 du code de l'environnement.



** Pour des raisons de lisibilité la carte ne fait pas apparaître tous les périmètres protégés mais uniquement les périmètres des 2 parcs naturels régionaux.*

- **Infractions « DIMENSIONNELLES »** : regroupent les supports en infraction qui excèdent les dimensions fixées telles que la hauteur, la surface exploitée, le pourcentage d'une façade commerciale...

Voir les articles R581-26, R581-32, R581-34, 38, R581-41, R581-43 à R581-47, R581-62, R581-63, R581-65, R581-66, R581-70 du code de l'environnement.

- **Infractions d' « INSTALLATION »** : regroupent les supports en infraction à cause de leurs nombres trop importants, leurs emplacements inadaptés, leurs entretiens, leurs conceptions ou dès lors qu'ils concernent la sécurité routière.

Voir les articles R581-22, R581-24, R581-25, R581-27, R581-28, R581-33, R581-36 à R581-39, R581-53, R581-58, R581-60 à R581-64, R581-70 du code de l'environnement.

L'étude de la typologie des infractions met en évidence une majorité d'infraction dite d'« INSTALLATION » représentant près d'un support sur deux.

Ainsi, afin d'appréhender davantage ce type d'infraction, cette catégorie a été décomposée en différentes « sous-catégories » :

- « **EMPLACEMENT** », regroupant les infractions des supports installés à des emplacements non adéquats tels que des murs ou clôtures non aveugles, dépassant de l'égout du toit, à une distance trop proche de la limite séparative de propriété...

Voir les articles R581-22, R581-25, R581-27, R581-28, R581-33, R581-36, R581-37, R581-53, R581-60 à R581-64, R581-70 du code de l'environnement.

- « **NOMBRE** », regroupant les infractions des supports installés en nombre trop important par rapport au règlement local ou national (en vigueur) pour lequel le nombre de publicités et d'enseignes scellées au sol est limité.

Voir les articles R581-25, R581-64, R581-70, R581-71 du code de l'environnement.

- « **CONCEPTION** », regroupant les infractions des supports qui ne sont pas conçus selon les prescriptions en vigueur tel que les dispositifs de toiture devant être composés exclusivement d'éléments découpés...

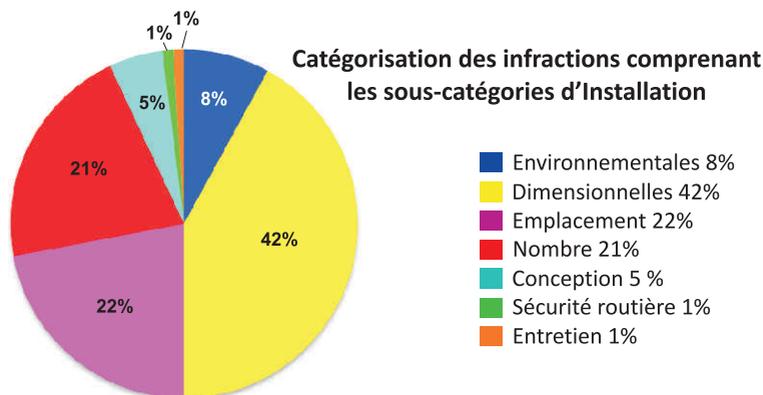
Voir les articles R581-39, R581-53, R581-62 du code de l'environnement.

- « **SÉCURITÉ ROUTIÈRE** », regroupant les infractions des supports qui sont installés sur des équipements qui concernent la sécurité routière comme les panneaux de signalisation réglementaire, les installations d'éclairage routier, les poteaux de distribution électrique...

Voir l'article R581-22 du code de l'environnement.

- « **ENTRETIEN** », regroupant les infractions des supports qui ne sont pas ou mal entretenus ou qui n'ont pas été déposés après cessation d'une activité.

Voir les articles, R581-24, R581-58 du code de l'environnement.



On constate ainsi une large majorité d'infractions « DIMENSIONNELLES » (42%) et de « NOMBRE » (21%) représentant à elles deux 63% des infractions caractérisées.



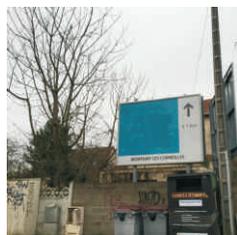
Voir fiches
pédagogiques en
annexes page 60 à 61

Les Infractions « DIMENSIONNELLES » représentant 42% des infractions qualifiées peuvent être endiguées grâce à la fiscalité (Taxe Locale sur la Publicité Extérieure « TLPE ») indexée sur la superficie des supports ;

Les autres catégories importantes d'infractions sont les infractions d'« EMBLACEMENT » (22%), « ENVIRONNEMENTALE » (8%) et de « CONCEPTION » (5%).



Voir fiches
pédagogiques en
annexes page 52 à 53
et page 56 à 57.



Les infractions d'« EMBLACEMENT » représentant 22% des infractions qualifiées et les infractions « ENVIRONNEMENTALES », de « CONCEPTION », de « SÉCURITÉ ROUTIÈRE » et d'« ENTRETIEN » représentant 15% des infractions qualifiées peuvent être elles aussi limitées dans un premier temps par le dressage de procès verbaux suivi de procédures contradictoires et le cas échéant des procédures administratives et/ou pénales (cf. actions p 39 à 44).

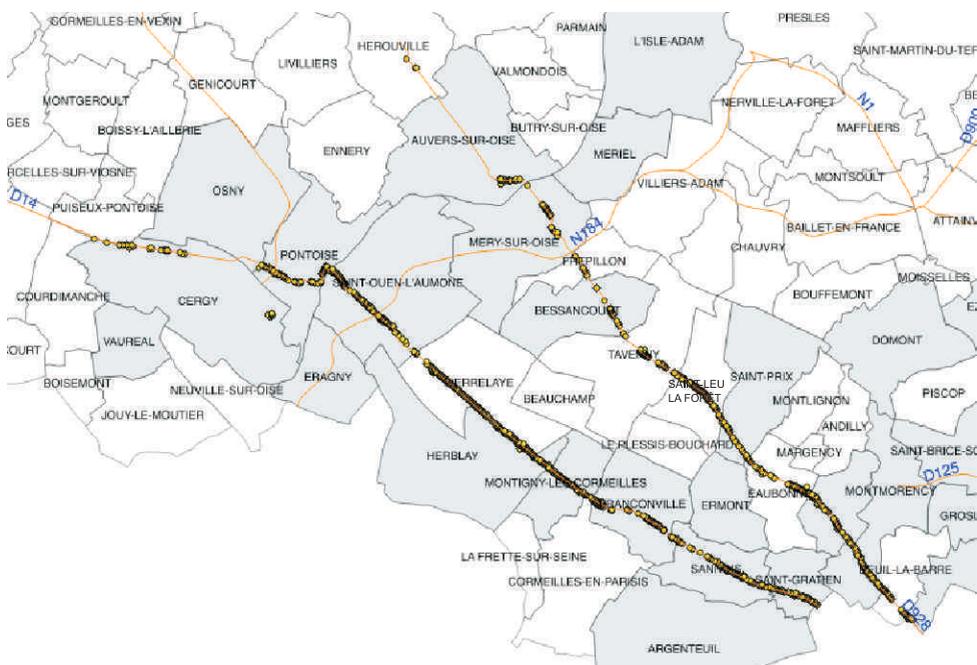
5.6 Analyse spécifique d'une partie de la RD14 et de la RD928 :

Ces 2 axes routiers font l'objet d'une analyse détaillée, car ils représentent

- 66% des supports recensés lors du diagnostic (43% pour la RD14 et 23% pour la RD928),
- 64% des infractions qualifiées (44% pour la RD14 et 20% pour la RD928).

La partie spécifiquement étudiée de la RD14 est le tronçon compris entre Cergy et Saint Gratien en raison de la proportion de dispositifs particulièrement importante sur celui-ci.

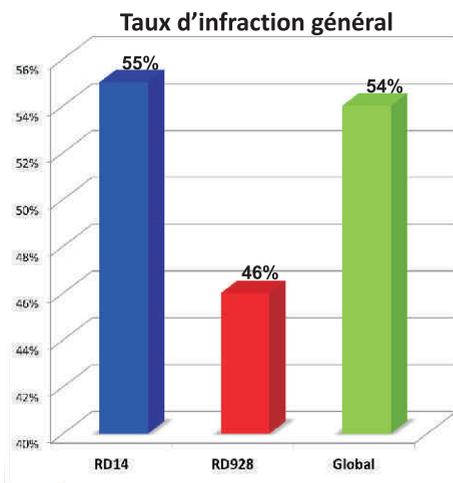
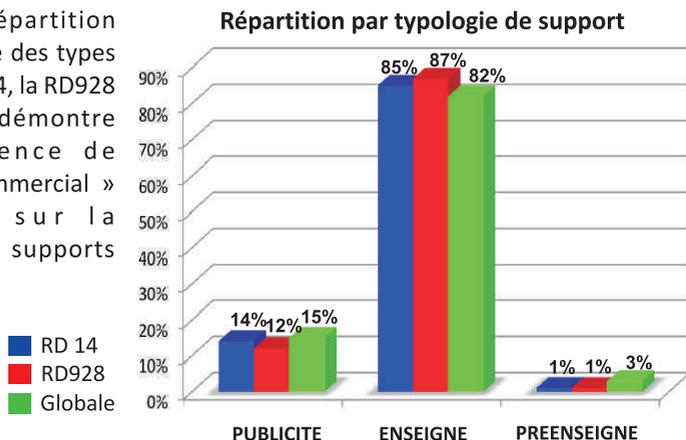
La RD928 est intégralement prise en compte.



■ Communes couvertes par un règlement local de publicité (janvier 2015)

● Supports recensés

On constate une répartition sensiblement identique des types de support pour la RD14, la RD928 et l'étude globale démontre l'absence d'influence de l'environnement « commercial » ou « urbain » sur la représentativité des supports publicitaires.



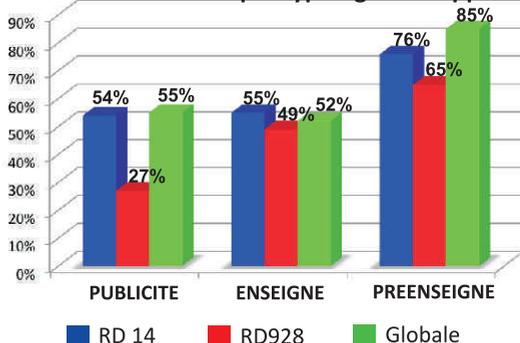
En revanche, **le taux d'infraction de la RD928 est inférieur de près de 10% par rapport à celui de la RD14** ou du taux global qui sont similaires.

Les taux d'infractions évoluent également selon la typologie des supports publicitaires.

Ainsi, par rapport au taux global, on constate **une baisse du taux d'infraction liée aux PUBLICITÉS sur la RD928 de plus de 25%** ainsi qu'une **baisse du taux d'infraction liée aux PRÉENSEIGNES de 9% par rapport à la RD14.**

En revanche, le taux d'infraction des ENSEIGNES est sensiblement identique quelque soit le périmètre étudié.

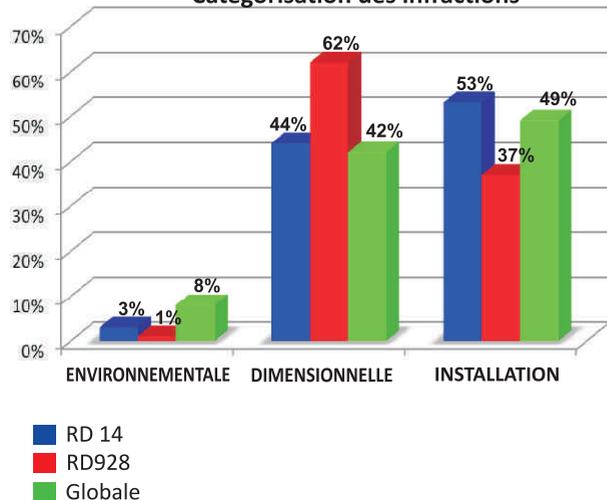
Taux d'infraction par typologie de support



Enfin, on constate également une grande disparité sur la typologie des infractions.

En effet, les environnements traversés par ces deux infrastructures sont moins touchés par les infractions « ENVIRONNEMENTALES » car moins concernés par des périmètres protégés.

Catégorisation des infractions



On constate une forte augmentation des infractions « DIMENSIONNELLES » sur la RD928 (+ 18%) par rapport à la RD14.

Ce taux est sensiblement identique entre l'étude globale et la RD14.

À contrario, le taux d'infraction d'« INSTALLATION » diminue sur la RD928 de 16% par rapport à la RD14.

L'analyse spécifique de la RD14 de Cergy à Saint Gratien et de la RD928, a mis en évidence des différences significatives entre ces 2 axes routiers. Ces derniers présentent des profils environnementaux différents qui permettent d'expliquer les écarts constatés.

En effet, la partie étudiée de la RD14 est essentiellement « commerciale » en raison de la présence de nombreuses zones d'activités alors que la RD928 présente un environnement majoritairement « urbain » composé essentiellement de commerces de proximité.

Le seul point commun entre les profils « commerciaux » et « urbains » réside dans la répartition des typologies de supports publicitaires puisque chacune des catégories ENSEIGNE, PRÉENSEIGNE et PUBLICITÉ est représentée en proportion similaire à l'étude globale.

Un profil « commercial » comme la RD14 entre Cergy et Saint Gratien, comptera plus de 50% de supports publicitaires en infraction dont la majorité sont des infractions d'INSTALLATION.

En comparaison, un profil « urbain » semblable à la RD928 comportera un taux d'infraction général moins important de l'ordre de 10%. Les infractions concernent majoritairement les enseignes et sont DIMENSIONNELLES.



Les RD14 et RD928, du fait de leur nombre important de supports et d'infractions se prêtent tout à fait à l'élaboration de règlements intercommunaux de publicité. Ceux-ci permettraient de réglementer plusieurs territoires simultanément afin d'harmoniser et de rendre plus qualitatif les supports publicitaires.

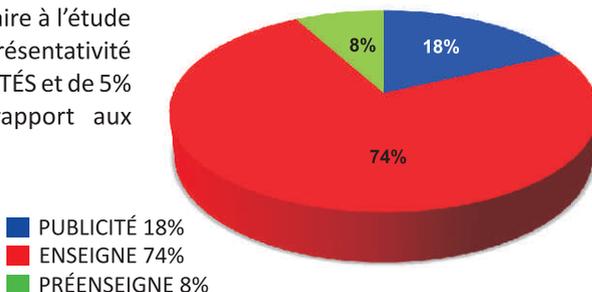
5.7 Analyse spécifique SANS les axes routiers principaux (RD14 et RD928) :

Les RD14 et RD928 rassemblent 2/3 des infractions constatées. Une analyse complémentaire a été effectuée sur le reste du territoire objet du diagnostic afin de qualifier plus précisément la situation des dispositifs sur ce périmètre.

Cette étude concerne ainsi 2492 supports publicitaires, représentant 33% du total des supports recensés.

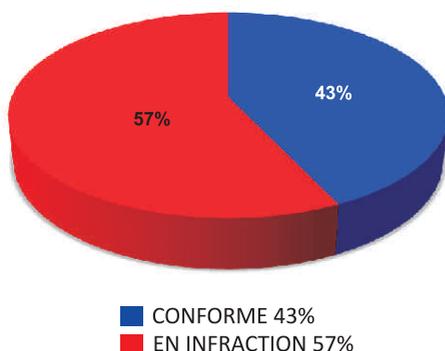
On constate une répartition similaire à l'étude globale avec néanmoins une représentativité supérieure de 3% pour les PUBLICITÉS et de 5% pour les PRÉENSEIGNES par rapport aux données de l'étude globale.

Répartition par typologie de support



Le taux d'infraction général est légèrement différent de celui de l'étude globale.

Taux d'infraction général



Ainsi, les infractions sont en hausse de 3% et représentent désormais 57% des supports recensés.

Les 2 axes les plus denses en supports publicitaires (RD14 et RD928), comportent statistiquement moins d'infraction qualifiée.

La répartition des taux d'infraction est sensiblement différente de l'étude globale.

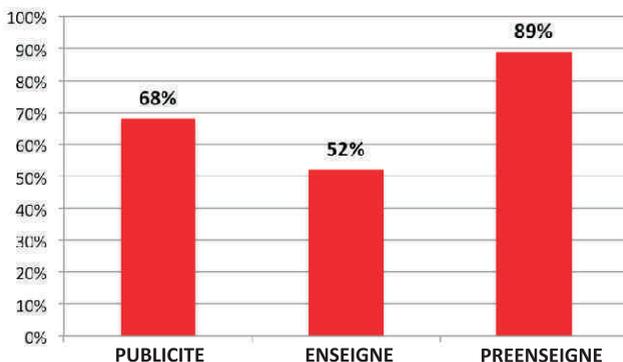
Les PUBLICITÉS sont en infraction de plus 13% représentant ainsi plus de 2/3 des publicités recensées non conformes sur ce périmètre.

Cette augmentation s'explique par l'environnement différent du périmètre étudié. En excluant les RD14 et RD928, l'étude concerne essentiellement les environnements « **urbains** » et « **ruraux** » dans lesquels les dispositions pour les PUBLICITÉS autorisées sont différentes.

Ainsi, une plus forte proportion de supports se trouve :

- dans des communes de moins de 10 000 habitants où la publicité scellée au sol est formellement interdite depuis le 13 juillet 2015 ;
- dans des communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine dont la population est supérieure à 100 000 habitants où les surfaces autorisées sont moins importantes ;
- hors agglomération où toute PUBLICITÉ est formellement interdite.

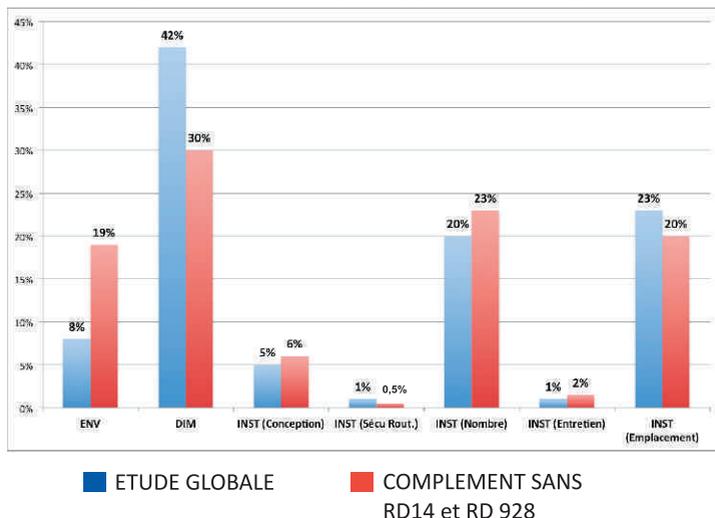
Taux d'infraction par typologie
de support



Les PRÉENSEIGNES étant très peu représentées (à hauteur de 3%) dans l'étude globale, celles-ci le sont désormais d'avantage (8%) puisque l'étude complémentaire, sans la RD14 et la RD928, couvre près de 80% des PRÉENSEIGNES recensées.

Le taux d'infraction de 89% est à relativiser car ces supports ont été recensés avant le 13 juillet 2015 et qualifiés postérieurement à ce délai de mise en conformité.

Catégorie d'infraction par rapport à l'étude globale



Enfin, la répartition des types d'infractions présente de grandes disparités pour les infractions « ENVIRONNEMENTALES » et « DIMENSIONNELLES » quand les autres sont sensiblement similaires.

En comparant l'étude globale et l'étude complémentaire sans la RD14 et la RD928, **on constate une augmentation de 11% des infractions « ENVIRONNEMENTALES » liées :**

- en agglomération, aux seuils de densité de population ;
- hors agglomération, à l'interdiction formelle de publicité.

On distingue aussi une diminution de 12% des infractions « DIMENSIONNELLES » dans ce complément d'étude qui conduit à penser que **ces infractions « DIMENSIONNELLES » sont plutôt caractéristiques des environnements « commerciaux » et très « urbains ».**

6 - Piste des actions	28
6.1 Le Règlement Local de Publicité	29
6.2 La Taxe Locale sur la Publicité Extérieure	34
6.3 Régime d'autorisation et de déclaration préalable	37
6.4 Procédures & sanctions	39
6.5 Signalisation d'Information Locale	45
6.6 Conclusion	48

Ce chapitre a vocation à proposer différentes pistes d'actions permettant la prise en compte des enjeux et des conclusions que le diagnostic territorial a fait émerger dans les pages précédentes.



6.1 Règlement Local de Publicité (RLP)

L'adoption d'un règlement local de publicité (intercommunal) permet à une commune ou à un EPCI, d'adapter la réglementation nationale à un contexte local. La définition de règles plus strictes que celles de la réglementation nationale au sein de zones déterminées, permet de protéger davantage le patrimoine architectural, paysager ou naturel local. Le règlement local de publicité est annexé au plan local d'urbanisme.



La loi du 12 juillet 2010 a instauré de nouvelles règles concernant les RLP. Pour les règlements locaux de publicité antérieurs au 13 juillet 2010, elle a prévue une période transitoire de 10 ans.

Ainsi, ces derniers ont jusqu'au 14 juillet 2020 pour être révisés ou modifiés. À défaut, ils deviendront caducs.

En outre, le règlement local de publicité permet :

- La réduction des formats pouvant être jugés trop importants par la réglementation nationale ;
- La réduction de la densité,
- La suppression d'installation de certains types de supports ;
- La prise en considération de prescriptions esthétiques ;
- La réintroduction sous certaines conditions de la publicité dans des lieux où celle-ci est interdite (art L581-8 du code de l'environnement) ;
- Le transfert du pouvoir de police de la publicité vers le Maire agissant au nom de la commune;
- Le transfert des compétences d'instruction des déclarations et autorisations préalables d'installation de supports publicitaires à la commune ou à l'EPCI.

Ces compétences offrent à la commune la possibilité de maîtriser l'installation ou la modification des dispositifs et de faire respecter les règles établies les concernant.

Quelques exemples sont présentés à la page suivante.



L'élaboration d'un règlement local de publicité doit combiner, mise en valeur et préservation du patrimoine local paysager, architectural ou naturel, développement de l'activité économique présente et future et garantie du droit et de la liberté d'expression.



Exemples de ce qu'un RLP(i) permet :



Panneaux scellés au sol sur les abords d'une route départementale.

Le RLP(i) peut définir une règle de densité pour limiter le nombre de panneaux.



Dispositif scellé au sol à l'entrée d'un centre commercial.

Le RLP(i) peut interdire l'installation de ce type de dispositifs.



6 dispositifs muraux installés parallèle façade.



Le RLP(i) peut limiter le pourcentage de surface de dispositif par rapport à celui de la façade commerciale ou limiter le nombre de dispositifs par façade.

**Le contenu d'un règlement local de publicité :**

Depuis la loi portant engagement national pour l'environnement et plus précisément le décret du 30 janvier 2012, les règlements locaux de publicité doivent au moins comprendre :

Un rapport de présentation avec à minima :

- ▶ Un diagnostic du territoire,
- ▶ La définition des objectifs et orientations du règlement en matière de publicité,
- ▶ Si des zones ont été instaurées, leurs règles propres ainsi que les explications des choix et des motifs de délimitation desdites zones.

Un règlement comprenant ou non un zonage:

- ▶ À partir des orientations et objectifs définis dans le rapport de présentation, les dispositions du règlement local de publicité peuvent être générales quand elles s'appliquent à l'ensemble du territoire concerné.
- ▶ Des règles instituées spécifiquement par zone(s) peuvent être aussi applicables à la publicité. Ces zones pourront être définies sans distinction, à l'intérieur ou à l'extérieur de l'agglomération.

Des annexes :

Ces annexes doivent comprendre un ou des documents graphiques faisant apparaître des zones identifiées par le RLP ainsi que l'arrêté municipal fixant les limites du territoire, objet du règlement local de publicité.



Au nom du principe de la liberté d'expression, le règlement ne peut pas instituer des mesures qui ont pour effet d'interdire la publicité de manière générale et absolue. Cependant, le règlement local de publicité peut identifier des zones réduites dans lesquelles la publicité est interdite.

Si les prescriptions du règlement local de publicité sont générales et que le règlement ne comporte ni zones, ni périmètres spécifiques de réintroduction de la publicité, les documents graphiques ne sont pas nécessaires.



Le règlement local de publicité comporte en annexe l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération ou, s'il s'agit d'un règlement intercommunal, les arrêtés municipaux délimitant les agglomérations des communes membres de l'EPCI. Si l'arrêté de délimitation ne correspond pas (ou plus) à la réalité physique de l'agglomération, le maire s'assurera, au travers de la réflexion sur le règlement local de publicité, de la correspondance entre la réalité physique de l'agglomération et sa réalité « formelle ». En effet, le bâti a pu progresser par l'effet de l'étalement urbain sans que les panneaux d'entrée et de sortie de ville n'aient été déplacés, ou ces mêmes panneaux ont pu être installés bien en amont ou en aval du tissu urbain.

Pour plus d'information sur la procédure et le contenu du RLP, voir le guide d'actions pour la publicité dans les paysages des Yvelines :

http://www.yvelines.gouv.fr/content/download/4968/32178/file/guidaction130319_cle13f738.pdf

L'instauration d'un RLP implique que les enseignes soient systématiquement soumises à autorisation, et ce, même dans les zones non-réglées par le RLP. Cependant, un règlement local de publicité ne peut soumettre à autorisation préalable d'autres dispositifs que ceux que la loi énumère (articles L.581-9 et L.581-18 du code de l'environnement).

De même, un règlement local de publicité ne peut pas prévoir de procédures d'instruction différentes de celles figurant dans le code de l'environnement.



L'atlas des Paysages du Val d'Oise est un ouvrage conçu pour alimenter la réflexion lors de l'élaboration des projets **en respectant, sauvegardant et valorisant l'identité paysagère du Val d'Oise**. Lors de l'élaboration d'un RLP, il est conseillé de se reporter à l'analyse qu'il fournit du paysage caractérisant la commune. Le zonage et le règlement proposés devront être réfléchis de manière à intégrer les enjeux paysagers.

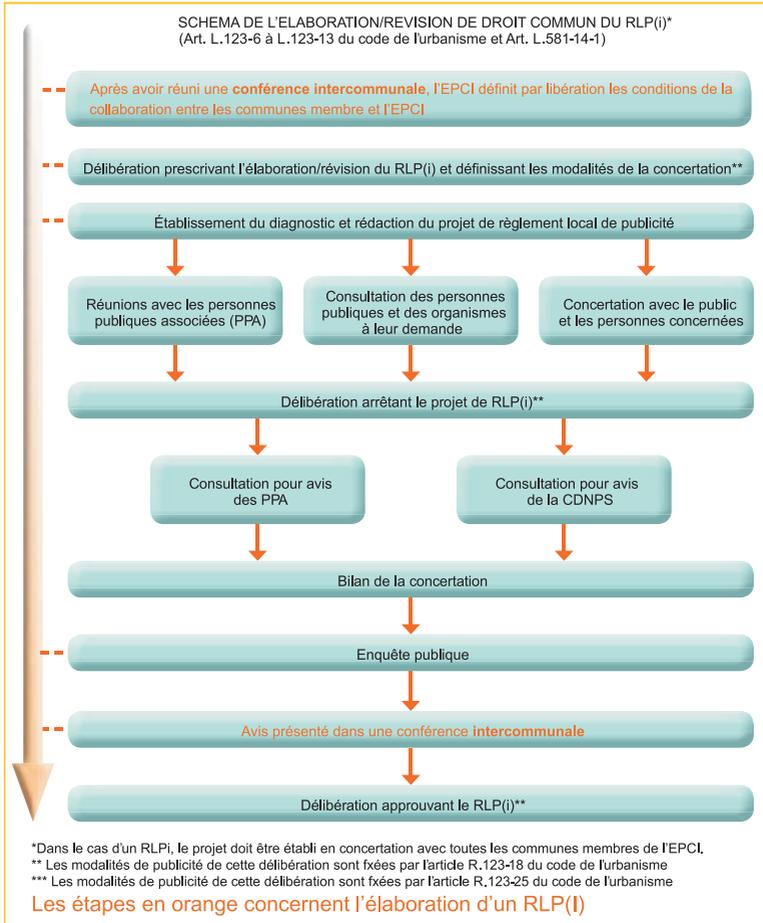
Pour les communes à l'intersection de plusieurs unités paysagères, la réflexion autour du projet de territoire devra s'attacher aux spécificités de chaque unité le recouvrant.

Les fiches synthétiques présentant chaque unité paysagère sont disponibles à l'adresse suivante :

http://cartelie.application.developpement-durable.gouv.fr/cartelie/voir.do?carte=03052&service=DDT_95



Procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité (intercommunal) :



Opposabilité d'un règlement local de publicité :

	RLP(i) entré en vigueur avant le 11/07/2013		RLP(i) entré en vigueur après le 11/07/2013	
	Implantation antérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)	Implantation postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)	Implantation antérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)	Implantation postérieure à la date d'entrée en vigueur du RLP(i)
Enseigne	Opposable 6 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement	Opposable 6 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement
Publicité	Opposable au plus tard le 13 juillet 2015	Opposable immédiatement	Opposable 2 ans après son entrée en vigueur	Opposable immédiatement



6.2 Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) :

L'article 171 de la loi de modernisation de l'économie a instauré le régime de la taxe locale sur la publicité extérieure qui est applicable depuis le 1^{er} janvier 2009.

- La TLPE est **une imposition facultative** pour les communes ou les établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre (art L2333-6 du code général des collectivités territoriales).

Elle est fixée par délibération du conseil municipal ou de l'EPCI compétent.

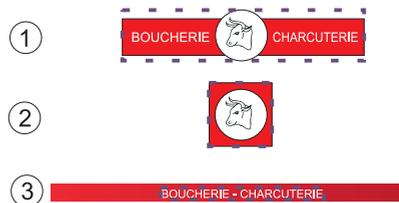
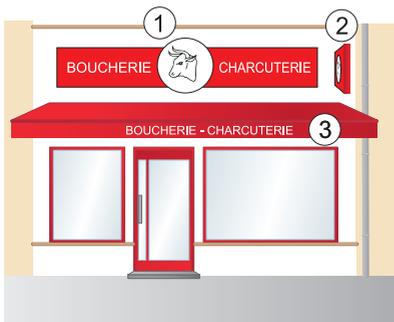
- La TLPE concerne les supports publicitaires (publicités, préenseignes et enseignes) fixes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique à l'exception de ceux situés à l'intérieur d'un local (art L2333-7 du code général des collectivités territoriales).



La délibération d'instauration ou de révision, doit être prise au plus tard le 1^{er} juillet de l'année N pour application à compter du 1^{er} janvier de l'année N+1.

- Les publicités et les préenseignes sont taxables sur la base de leurs surfaces unitaires ;
- Les enseignes sont taxables sur la base du cumul de leurs surfaces.

- Les tarifs de la TLPE s'appliquent par m² et par an selon la « surface utile » des supports taxables. Cette surface imposable est celle d'un rectangle formé par les points extrêmes de l'inscription, forme ou image, et est multipliée par le nombre de face visible (hors supports « numériques »).



- Pour l'année 2015, les tarifs maximaux établis sont fixés par arrêté ministériel. La TLPE dispose, en complément de la définition libre des tarifs dans la fourchette définie par l'arrêté, de possibilité d'exonération et de réfaction de 50 % de certaines catégories de supports publicitaires et **permet ainsi d'adapter la fiscalité à la réalité économique du territoire.**
- Pour les années suivantes, les tarifs maximaux sont relevés chaque année dans une proportion égale au taux de croissance de l'indice des prix à la consommation hors tabac, de l'année N-2.
- La TLPE est payable sur la base d'un titre de recette établi au vu d'une déclaration annuelle ou d'une déclaration complémentaire de modification ou suppression, de l'exploitant du support publicitaire. Cette déclaration complémentaire de modification ou suppression est réalisée à l'initiative du redevable.
- La TLPE est due au 1^{er} janvier de l'année d'imposition pour les supports existants déclarés avant le 1^{er} mars de la même année. Cependant, la loi a prévue une taxation au prorata temporis pour les supports créés ou supprimés en cours d'année. Ces modifications sont à déclarer via un formulaire dit de déclaration complémentaire.

La taxe locale sur la publicité extérieure permet de contribuer à la préservation du cadre de vie de la pollution visuelle en taxant l'ensemble des supports publicitaires fixes visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

Cette impôt, basé sur les surfaces publicitaires exploitées, impose aux exploitants de revoir la pertinence de leur communication en « repensant » le nombre et les surfaces des supports employés et ainsi, de réduire lesdits supports.



Bien que non prévu par le législateur, l'organe délibérant à tout intérêt à préciser dans la délibération :

- Le mode de recouvrement qu'il compte mettre en œuvre,
- Les sanctions applicables prévues par le législateur (art L2333-15 et R2333-16 du code général des collectivités territoriales).

La décision de l'assemblée délibérante reste en vigueur tant qu'une délibération contraire, prise dans les mêmes conditions, ne l'a pas modifiée ou rapportée. Ainsi, il n'est pas nécessaire de délibérer annuellement.



Redevable de la taxe locale sur la publicité extérieure :

Le redevable de la TLPE est l'exploitant du support.

Cependant, le législateur a prévu en cas de défaillance du redevable de plein droit commun, des redevables de deuxième et troisième rangs.

Le redevable de deuxième rang est le propriétaire du support.

En dernier recours, le troisième redevable est celui dans l'intérêt duquel le support est réalisé.

Les sanctions :

A défaut de déclaration des supports publicitaires dans les délais fixés ou lorsque ces déclarations ont pour effet de réduire le montant de la taxe réellement due, le redevable est puni d'une amende de la quatrième classe.

Chaque support donne lieu à une infraction distincte.

Le tribunal de police peut en outre condamner le contrevenant au paiement du quintuple des droits dont la commune ou l'EPCI à fiscalité propre a été privé.

Le montant des amendes et des condamnations prononcées est affecté à la commune ou à l'établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre.

Les communes et les EPCI à fiscalité propre sont admis à recourir aux agents de la force publique pour assurer le contrôle de la taxe et pour constater les contraventions.

6.3 Régime des autorisations et déclarations préalables :

La réglementation nationale soumet la publicité soit à l'autorisation préalable soit à la déclaration préalable en ne pouvant superposer les deux procédures.

L'autorisation préalable pour un support publicitaire permet à l'autorité compétente en matière de police d'instruire la demande et de délivrer ou non son approbation pour l'installation dudit support.

Le pétitionnaire devra présenter son autorisation préalable sur le formulaire **Cerfa n°14 798-1**.

Lien disponible pour téléchargement du cerfa n°14798-1 en pdf :

https://www.formulaires.modernisation.gouv.fr/gf/cerfa_14798.do

The image shows a screenshot of the Cerfa n°14 798-1 form, titled 'Demande d'autorisation préalable'. The form is divided into several sections: 1. 'Consignes à suivre concernant le support et pour la demande d'autorisation', 2. 'Type de déclaration préalable à déposer le dossier', 3. 'Coordonnées du déclarant', 4. 'Qualification du déclarant de ce site déclaré', and 5. 'Autres renseignements'. The form includes various checkboxes and input fields for providing details about the advertising support and the declarant's information.

L'instruction de la demande consiste à valider le respect des règles en vigueur et sa délivrance peut parfois être conditionnée à l'avis ou à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France, de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites ou du Préfet de région.

Les PUBLICITÉS et PRÉENSEIGNES soumises à autorisation préalable :

- Publicité ou pré-enseigne lumineuse autre qu'éclairée par projection ou par transparence (y compris sur mobilier urbain) ;
- Installation de bâche publicitaire ou de bâche de chantier comportant de la publicité (autorisation uniquement du maire même sans RLP) ;
- Dispositif de dimension exceptionnelle (autorisation uniquement du maire même sans RLP).

Les ENSEIGNES soumises à autorisation préalable :

- Enseigne permanente lumineuse ou non, uniquement installée dans un lieu d'interdiction absolue (L. 581-4) ou relative (L. 581-8), si la commune ne dispose pas d'un règlement local de publicité (RLP) ;
- Enseigne permanente lumineuse ou non, quelque soit son emplacement si la commune dispose d'un RLP ;
- Enseigne laser ;
- Enseigne temporaire scellée au sol si le dispositif est installé dans un lieu d'interdiction absolue (L. 581-4) ou relative (L. 581-8) ;
- Enseigne temporaire non scellée au sol si le dispositif est installé dans un lieu d'interdiction absolue (L. 581-4) ;

La **déclaration préalable** pour un support publicitaire permet d'informer l'autorité compétente en matière de police de l'installation, le remplacement ou la modification d'un support.

Cette procédure ne comporte pas de phase d'instruction, il ne peut y avoir d'opposition de la part de l'autorité de police face au projet soumis.

En revanche, lorsque la déclaration préalable fait apparaître que le support publicitaire n'est pas conforme aux réglementations en vigueur, il est opportun que l'autorité de police attire l'attention du pétitionnaire sur les risques de sanctions encourues.

Le pétitionnaire devra présenter sa déclaration préalable sur le formulaire **Cerfa n°14 799-1**.

The image shows a screenshot of the Cerfa n°14 799-1 form, titled 'Déclaration préalable de publicité extérieure'. The form is divided into several sections, including 'Informations générales', 'Description de l'installation', and 'Informations du déclarant'. It contains various fields for entering details about the advertising support and the declarant.

Lien disponible pour téléchargement du cerfa n°14799-1 en pdf :

https://www.formulaires.modernisation.gouv.fr/gf/cerfa_14799.do

Lorsque la PUBLICITÉ n'est pas soumise à autorisation préalable, le dispositif qui la supporte doit faire l'objet d'une déclaration préalable à l'occasion de son installation, de sa modification ou de son remplacement.

L'installation s'entend de l'implantation de tout nouveau dispositif.

La modification s'entend de toute transformation affectant l'aspect extérieur, l'orientation, les dimensions ou les caractéristiques d'une installation.

Le remplacement s'entend de la dépose d'une installation existante suivie du montage d'une installation nouvelle.

Les PUBLICITÉS et PRÉENSEIGNES soumises à autorisation préalable :

- Publicité non lumineuse ou lumineuse éclairée par projection ou par transparence ;
- Pré-enseigne de dimension supérieure à 1m x 1,5m non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence ;
- Remplacement ou modification de bâche publicitaire ou de bâche de chantier.



Les PRÉENSEIGNES étant soumises au régime de la PUBLICITÉ, elles doivent aussi faire l'objet d'une déclaration préalable. Cependant, si elles ont des dimensions qui n'excèdent pas un mètre en hauteur ou un mètre cinquante en largeur, elles ne sont pas soumises à la déclaration préalable.

6.4 Procédures et sanctions :

Afin de garantir le respect des règles relatives à l'affichage publicitaire, le code de l'environnement prévoit 2 types de procédure, administrative et pénale, distinctes l'une de l'autre.

Au préalable à toute procédure, l'infraction est constatée par un officier de police judiciaire ou toute personne habilitée au titre de l'article L581-40 du code de l'environnement :

- 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 lois du 31 décembre 1913 sur les monuments historiques et au titre IV du livre III du code de l'environnement ;
- Les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux dispositions du code de la voirie routière (art. L. 116-1 s.) ;
- Les fonctionnaires et agents publics habilités à constater les infractions au code de l'urbanisme ;
- Les fonctionnaires et 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 (art. L. 130-4) dudit code ;
- Les agents des collectivités territoriales assermentés et commissionnés à cet effet par l'autorité compétente en matière de police définie à l'article L. 581-14-2 du code de l'environnement ;
- Les fonctionnaires et agents mentionnés à l'article L.341-20 du code de l'environnement, commissionnés et assermentés.

Cette contestation est matérialisée par un procès-verbal.



Le procès-verbal est dressé au titre du code de l'environnement. Il doit être établi par toute personne habilitée à procéder aux constatations d'infraction. En outre, le PV doit respecter le formalisme établi.

Des modèles de procès-verbaux figurent dans le guide pratique de la publicité extérieure :
http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pratique_-_la_reglementation_de_la_publicite_exterieure-2.pdf

Le procès-verbal est ensuite transmis à l'autorité compétente en matière de police et au procureur de la République.

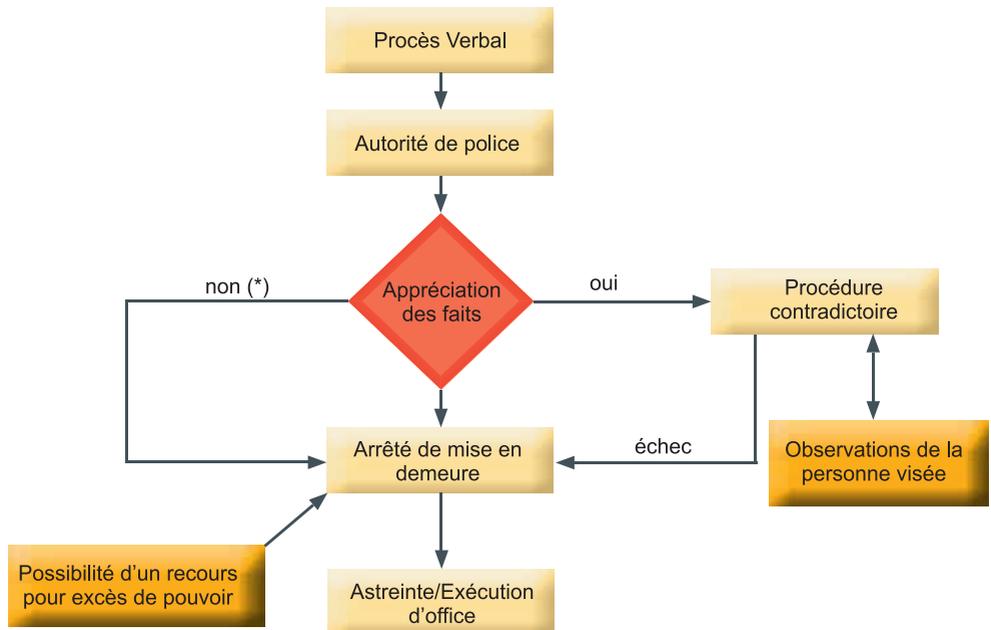
Si la commune sur laquelle l'infraction a été commise est couverte par un RLP(i), l'autorité compétente est le Maire agissant au nom de la commune. Si la commune n'est pas couverte par un RLP(i) le pouvoir de police relève de la compétence du Préfet.

La procédure administrative :

la procédure administrative classique :

Références : articles L581-27, L581-29, L581-30 et L581-31 du code de l'environnement

Cette procédure consiste à notifier au contrevenant l'arrêté de mise en demeure de déposer ou de mettre en conformité le ou les dispositifs en infraction puis, le cas échéant, à mettre en place l'astreinte administrative. Indépendamment de l'astreinte, l'autorité de police peut faire exécuter d'office les travaux dans certains cas.



* procédure contradictoire conseillée même si l'irrégularité d'un dispositif n'est pas discutable

Avant de procéder à la mise en demeure, l'autorité compétente en matière de police peut inviter le contrevenant à régulariser la situation. Cette phase amiable, ou procédure contradictoire permet au contrevenant de présenter ses observations sur les dispositifs installés. Elle est obligatoire dans le cas où l'appréciation des infractions est discutable,



La phase amiable est vivement conseillée car dans 25 % des cas, le support en infraction est mis en conformité ou supprimé avant poursuite de la procédure. L'absence de cette phase amiable n'entache pas d'illégalité l'arrêté de mise en demeure. Cependant, lorsque la procédure contradictoire est obligatoire (infractions discutables), le manquement à cette phase affecte la légalité de l'arrêté de mise en demeure

Dans tous les cas, si la procédure amiable a échoué, un arrêté de mise en demeure est notifié au contrevenant ordonnant la suppression du dispositif illégal ou sa mise en conformité dans un délai de 15 jours. Cette mise en demeure s'accompagne d'une astreinte administrative par jour de retard et par dispositif en infraction en cas d'inexécution des injonctions à l'issue du délai de 15 jours.

Le montant de l'astreinte est réévalué chaque année, conformément aux dispositions des articles L.581-30 et R. 581-83 du code de l'environnement. Il est de 202,39 € pour l'année 2015.

En cas d'absence de régularisation à l'issue du délai fixé dans l'arrêté, l'autorité de police peut faire exécuter les travaux d'office. Les frais d'exécution sont à la charge du contrevenant.

Les procédures administratives particulières :a) l'amende administrative :

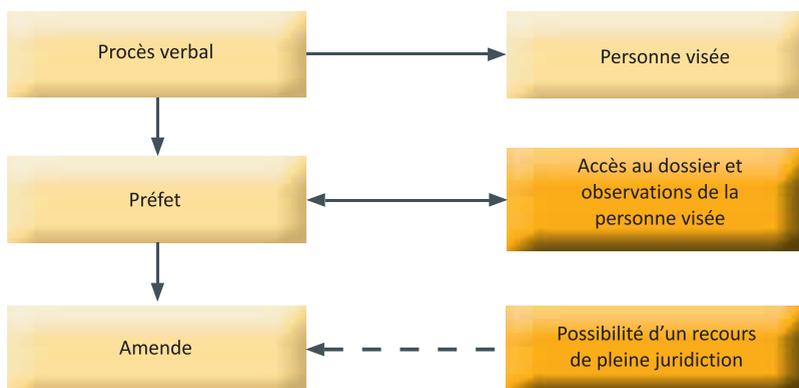
En cas d'infraction au titre de l'article L581-26, une amende de 1500 € est appliquée.

Les amendes administratives concernent les publicités lorsque celles-ci sont :

- installées sans déclaration préalable (DP) ou dans des conditions ne respectant pas cette déclaration ;
- installées dans des lieux d'interdiction absolue à la publicité ;
- exemptes des mentions indiquant les noms et adresse ou la dénomination ou la raison sociale de la personne qui l'a apposée ou fait apposer (cette disposition vaut également pour les préenseignes) ;
- installées sans l'accord du propriétaire.



Par exception, l'amende administrative n'est prononcée que par le Préfet, même si le maire détient la compétence de police en cas de présence d'un RLP.

LA PROCEDURE DE L'AMENDE ADMINISTRATIVE (L. 581-26)

b) la suppression d'office :

Conformément aux dispositions de l'article L581-29, l'autorité de police peut procéder à la suppression immédiate du dispositif aux frais du contrevenant et sans mise en demeure préalable, en cas d'installation d'une publicité :

- sur un emplacement cité à l'article L581-4 ;
- sur le domaine public dans un secteur mentionné à l'article L581-8 ;
- sans l'autorisation du propriétaire de l'immeuble ;
- ne comprenant pas les mentions obligatoires.

La procédure pénale :

Références : L581-34 et suivants, R581-85 et suivants

Bien qu'indépendantes, les différentes étapes issues des procédures administratives sont portées à la connaissance du Procureur de la République. Ce dernier juge de l'opportunité d'engager ou non des poursuites pénales.

Conformément à l'article L.581-34-I du code de l'environnement, est puni d'une amende délictuelle de 7 500 € le fait d'apposer, de faire apposer ou de maintenir après mise en demeure une publicité, une enseigne ou une préenseigne :

- Dans des lieux, sur des emplacements ou selon des procédés interdits en application des articles L.581-4, L.581-7, L.581-8, L.581-15, L.581-18 et L.581-19 du code de l'environnement ;
- Sans avoir obtenu les autorisations préalables prévues par les articles L.581-9 et L.581-18 du code de l'environnement ou sans avoir observé les conditions posées par ces autorisations ;
- Sans avoir procédé à la déclaration préalable prévue à l'article L.581-6 du code de l'environnement ou en ayant produit une fausse déclaration ;
- Sans avoir observé les dispositions particulières prévues par le RLP(i).

Constitue également une infraction pénale, punie d'une amende de 7 500 €, le fait de laisser subsister une publicité, une enseigne ou une préenseigne au-delà des délais de mise en conformité prévus à l'article L.581-43 du code de l'environnement, ainsi que le fait de s'opposer à l'exécution des travaux d'office prévus par l'article L.581-31 du même code ou le fait de faire obstacle à l'accomplissement des contrôles ou à l'exercice des fonctions des agents chargés de dresser les procès-verbaux.

6.5 La Signalisation d'Information Locale (SIL) :

La signalisation directionnelle routière « classique », dédiée pour l'essentiel au jalonnement et au repérage de lieux géographiques ou d'équipements importants, ne peut répondre seule au besoin des usagers de la route d'être informés des services et des équipements à proximité de leurs itinéraires.

Au fil des années, une « microsinalisation » indiquant ces activités s'est développée de façon anarchique le long des axes de circulation. Ces pratiques génèrent une pollution visuelle et constituent un risque pour la sécurité routière en nuisant à la lisibilité des informations essentielles aux usagers de la route.

Afin de permettre aux gestionnaires de voirie de répondre à la demande des usagers, tout en respectant les impératifs de sécurité et d'environnement, **une nouvelle catégorie de Signalisation d'Information Locale (SIL)** a été introduite. Celle-ci se distingue de la publicité et du reste de la signalisation directionnelle par **son contenu, sa composition et son implantation** en répondant à des objectifs et des contraintes précises.

	SIL	Publicité
Objectif	Guider l'utilisateur en déplacement	Informers le public ou attirer son attention
Référence réglementaire	Code de la Route Code général des collectivités territoriales (CGCT) Instruction interministérielle sur la signalisation routière (IISR) Normes	Code de l'environnement et ses décrets d'application
Pouvoir de police	Circulation et stationnement	Affichage
Domaine	Public routier	Privé et public

Source : « Signalisation d'information locale : guide technique », CERTU, 2006

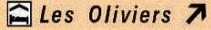


La SIL est applicable à l'intérieur et à l'extérieur des agglomérations. Elle est interdite sur autoroute et route à chaussées séparées, et leurs voies d'accès (bretelles, échangeurs...).

La conception et la mise en œuvre de la SIL doivent respecter toutes les règles de sécurité ; visibilité dans les carrefours, lisibilité de la signalisation, continuité des jalonnements...

Les panneaux de SIL sont dissociés physiquement de ceux de la signalisation directionnelle courante et se déclinent en deux catégories :

- les panneaux de présignalisation qui sont implantés en amont d'une intersection et constituent la règle générale ;



- les panneaux de signalisation de position qui sont implantés en intersection, à l'endroit où l'usager effectue sa manœuvre et qui constituent des cas dérogatoires.



Seul un maître d'ouvrage public (commune, communauté de communes ou établissement public) peut être autorisé à demander l'implantation de cette signalisation. La SIL est implantée sur le domaine public routier par les services de la voirie et avec l'autorisation du gestionnaire de la voirie concernée.

Pour plus de détails sur les règles pratiques de mise en œuvre de la SIL et des éléments de méthodologie pour élaborer un schéma directeur de signalisation d'intérêt local, vous pouvez vous reporter à l'ouvrage suivant :

« Signalisation d'information locale : guide technique », CERTU, 2006



Il est recommandé aux gestionnaires de voirie d'élaborer un schéma directeur de signalisation d'intérêt local qui privilégie une vision d'ensemble et une approche cohérente des choix, des catégories et des pôles à signaler.



Depuis le 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires ne sont autorisées que pour signaler la vente de produits du terroir, les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographiques, enseignement, expositions d'art...) et les monuments historiques ouverts à la visite.

Les préenseignes dérogatoires signalant des activités utiles pour les personnes en déplacement (garage, station-service, hôtel et restaurant), liées à un service public ou d'urgence (équipements administratifs et judiciaires, centres hospitaliers, commissariats de police, gendarmeries...), ou s'exerçant en retrait de la voie publique ne sont plus autorisées depuis le 13 juillet 2015 et doivent être déposées.

La SIL constitue une solution pour prendre le relais des préenseignes dérogatoires désormais interdites depuis le 13 juillet 2015.

Pistes d'actions

Elle représente un outil de guidage pour l'automobiliste qui recherche des services et des équipements, qui ne peuvent plus être signalés via les préenseignes dérogatoires.

La signalisation d'information locale est la seule admise pour les équipements et services suivants :

- hébergement (hôtels, gites, chambres d'hôtes, etc.),
- restauration (auberge, restaurant, table d'hôte, ferme auberge, etc.),
- services usuels (garage- station essence, distributeurs de billets, etc.),
- activités économiques, commerciales et établissements industriels s'exerçant en retrait de la voie publique.

A travers les statistiques, le diagnostic présenté dans le chapitre 4 fait apparaître d'une part, que **2/3 des infractions** recensées dans l'étude se concentrent sur deux des axes principaux qui traversent le département : **la RD14 et la RD928**, et d'autre part, que **85 % des infractions recensées sont de type « dimensionnel », de « nombre » ou d'« emplacement »**. Les actions mises en œuvre auront donc un impact plus fort si elles ciblent principalement les dispositifs présentant ce type d'infractions ou se situant sur les deux axes identifiés. **L'instauration de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) peut permettre de réduire la surface cumulée des enseignes sur un même immeuble.**

Le diagnostic démontre aussi que **l'environnement a une incidence sur le type de dispositifs installés et sur le type d'infractions commises**. **L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (intercommunal) permet d'adapter la réglementation aux spécificités locales et dans cette optique, le paysage représente un élément essentiel à prendre en compte**. **L'Atlas des paysages du Val d'Oise (voir lien en Annexes) constitue un document de référence pour alimenter la réflexion** sur l'intégration des dispositifs dans l'environnement.

Par ailleurs, l'approbation d'un RLP(i) implique un transfert des compétences de police et d'instruction des déclarations et autorisations préalables. **Ce transfert nécessite d'anticiper l'organisation interne à mettre en place pour y faire face** avec, en particulier, **l'assermentation des agents**, indispensable pour dresser les procès verbaux permettant de déclencher **les procédures de sanctions au titre du code de l'environnement**.

Néanmoins, avant toute action coercitive, **la mise en œuvre d'une procédure contradictoire est vivement recommandée (voir Chapitre 6 p.39)**, car elle permet le plus souvent, la mise en conformité des dispositifs sans avoir recours aux astreintes ou aux amendes administratives ou pénales.

La maîtrise de l'installation des dispositifs repose également sur la compétence d'instruction des autorisations et déclarations préalables. Toutefois, il est important de **veiller à postériori à la bonne conformité des installations déclarées**. **Pour les déclarations préalables, il est opportun d'informer le pétitionnaire des sanctions encourues** en cas de non-respect des règles en vigueur et de **s'assurer ensuite de leur prise en compte effective**.

La publicité extérieure demeure un sujet largement méconnu de la plupart des acteurs qui sont pourtant parfois directement concernés. Ce guide a vocation à servir de support aux collectivités pour **communiquer sur ce sujet auprès des commerçants et des entreprises notamment**. L'élaboration d'un RLP et la reprise des compétences d'instruction représentent par exemple une occasion pour les informer de la mise en place ou de l'existence d'une réglementation locale spécifique claire et lisible du territoire, qui implique notamment **le dépôt systématique d'une demande auprès de la commune pour chaque implantation ou modification de supports publicitaires**.



Le Service d'Aménagement Territorial de la DDT du Val d'Oise est à votre disposition pour vous accompagner dans la compréhension de la réglementation sur la publicité extérieure et dans la mise en œuvre des actions présentées dans ce guide.

7 - Annexes	50
Fiches pédagogiques pour l’instruction et la rédaction des PV	51
Tarif de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure	63
Liens utiles	66

Les annexes présentées dans le chapitre 7 permettent de compléter les informations fournies par les différentes pistes d’actions.

Un ensemble de fiches pédagogiques est notamment fourni afin de faciliter l’instruction des dossiers. Elles présentent les champs à renseigner impérativement pour établir un procès-verbal et instruire les demandes d’autorisations. Elles développent des cas concrets en s’appuyant sur les articles du code de l’environnement qui justifient la conformité ou l’infraction du dispositif.

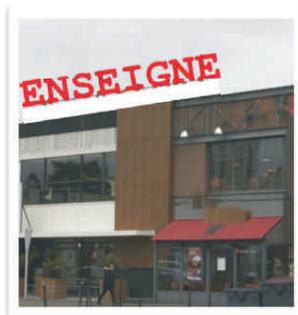
Des tableaux précisent ensuite les modalités de calcul de la TLPE. Ils sont accompagnés d’exemples d’application.

Enfin, les liens vers lesquels renvoie ce guide sont rappelés afin d’avoir une vision plus complète des productions permettant d’approfondir le sujet de la publicité extérieure.

RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - ENSEIGNE -

RELEVÉ

- ✓ **Date, heure du relevé :** hh :mm – jj/mm/aa
- ✓ **Relevé réalisé par :** nom – prénom
- ✓ **Agissant en qualité de :** qualité
- ✓ **Agissant pour le compte de :** nom
- ✓ **Domicilié à :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>
- ✓ **Bénéficiaire du dispositif relevé :** « MAGASIN Z »
- ✓ **Localisation du dispositif :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>



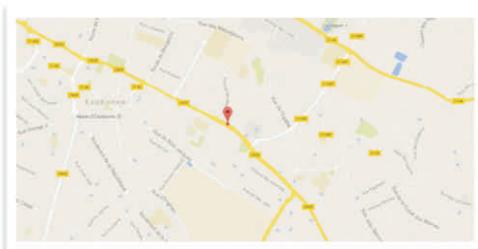
DISPOSITIF

- ✓ **Type de dispositif :** ENSEIGNE en lettres découpées, éclairage par tube haute tension rouges.

Type d'implantation : en TOITURE.

Commune de <commune> :
Comptant xx xxx habitants
Appartenant à l'unité urbaine de <UU>
comptant xxx xxx habitants
RLP : OUI depuis <année RLP>

- ✓ **Situation géographique :**
 - **Commune :** <commune>
 - **Agglomération :** OUI / NON
 - **Coordonnées GPS (WGS84, DD) :** Lat xx,xxx- Long y,yyyy



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - ENSEIGNE -

QUALIFICATION



- ✓ **Catégorie :** ENSEIGNE lumineuse
- ✓ **Dimensions :** ht 2,00 x larg 13,50 mètres
- ✓ **Hauteur du dispositif :** 2,90 mètres
- ✓ **Installation :** en TOITURE

Code de l'Environnement

Art L581-62 du code de l'environnement :

« Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées au présent article. (...) »

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpées dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autre que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50m mètres de haut. »

CONFORME aux réglementations en vigueur



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - ENSEIGNE -

RELEVÉ

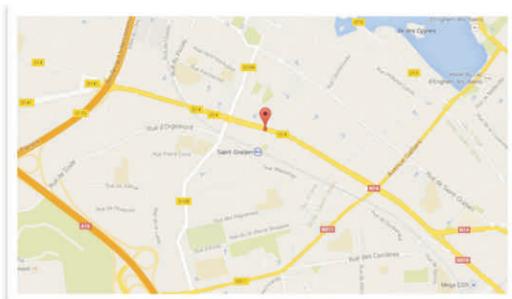
- ✓ **Date, heure du relevé :** hh :mm – jj/mm/aa
- ✓ **Relevé réalisé par :** nom – prénom
- ✓ **Agissant en qualité de :** qualité
- ✓ **Agissant pour le compte de :** nom
- ✓ **Domicilié à :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>
- ✓ **Bénéficiaire des dispositifs relevés :**
« MAGASIN X », « MAGASIN Y », « RESTAURANT Z »
- ✓ **Localisation des dispositifs :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>



DISPOSITIF

- ✓ **Type de dispositif :** ENSEIGNES
- ✓ **Type d'implantation :** Installées PARALLELES ou PERPENDICULAIRES à la façade
- ✓ **Situation géographique :**
 - **Commune :** <commune>
 - **Agglomération :** OUI / NON
 - **Coordonnées GPS (WGS84, DD) :** Lat xx,xxxx- Long y,yyyy

Commune de <commune> :
Comptant xx xxx habitants
Appartenant à l'unité urbaine de <UU>
comptant xxx xxx habitants
RLP : NON



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - ENSEIGNE -

QUALIFICATION



- ✓ **Catégorie :** ENSEIGNES
- ✓ **Installation :** PARALLELES à la façade

Code de l'Environnement

Art L581-60 du code de l'environnement :

« Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à ce mur ne doivent pas (...) le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. »



NON CONFORME aux réglementations en vigueur

RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - PREENSEIGNE -

RELEVÉ

- ✓ **Date, heure du relevé :** hh :mm – jj/mm/aa
- ✓ **Relevé réalisé par :** nom – prénom
- ✓ **Agissant en qualité de :** qualité
- ✓ **Agissant pour le compte de :** nom
- ✓ **Domicilié à :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>

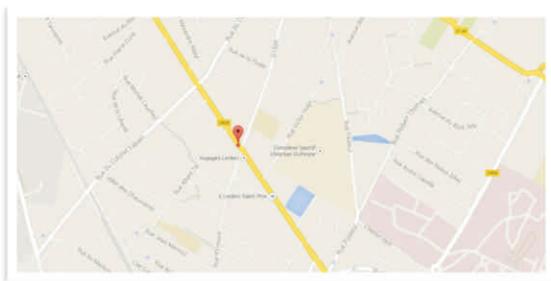
- ✓ **Bénéficiaire du dispositif relevé :** « MAGASIN Z »
- ✓ **Localisation du dispositif :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>



DISPOSITIF

- ✓ **Type de dispositif :** PREENSEIGNE lumineuse
- ✓ **Type d'implantation :** Scellée au sol.
- ✓ **Situation géographique :**
 - **Commune :** <commune>
 - **Agglomération :** OUI / NON
 - **Coordonnées GPS (WGS84, DD) :** Lat xx,xxxx- Long y,yyyy

Commune de <commune> :
Comptant xx xxx habitants
Appartenant à l'unité urbaine de <UU>
comptant xxx xxx habitants
RLP : OUI depuis <année RLP>



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - PREENSEIGNE -

QUALIFICATION



- ✓ **Catégorie** : PREENSEIGNE lumineuse
- ✓ **Dimensions** : ht 3,00 x larg 4,00 mètres
- ✓ **Hauteur du dispositif** : 6,00 mètres
- ✓ **Installation** : SCLEE AU SOL

Code de l'Environnement

Art L581-19 du code de l'environnement : « Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. »

Art R581-25 du code de l'environnement : « 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 »

Art R581-32 du code de l'environnement : « Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement au 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 R581-34 du code de l'environnement : « Les dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou transparence sont soumis aux dispositions des articles R581-26 à R581-33. »

CONFORME aux réglementations en vigueur



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE – PREENSEIGNE –

RELEVÉ

- ✓ **Date, heure du relevé :** hh :mm – jj/mm/aa
- ✓ **Relevé réalisé par :** nom – prénom
- ✓ **Agissant en qualité de :** qualité
- ✓ **Agissant pour le compte de :** nom
- ✓ **Domicilié à :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>
- ✓ **Bénéficiaire du dispositif relevé :** « MAGASIN Z »
- ✓ **Localisation du dispositif :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>



DISPOSITIF

- ✓ **Type de dispositif :** PREENSEIGNE non lumineuse
- ✓ **Type d'implantation :** SCÉLÉE AU SOL
- ✓ **Situation géographique :**
 - **Commune :** <commune>
 - **Agglomération :** OUI / NON
 - **Coordonnées GPS (WGS84, DD) :** Lat xx,xxxx- Long y,yyyy

Commune de <commune> :
Comptant xx xxx habitants
Appartenant à l'unité urbaine de <UU>
comptant xxx xxx habitants
RLP : OUI depuis <année RLP>



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - PREENSEIGNE -

QUALIFICATION



- ✓ **Catégorie :** PREENSEIGNE non lumineuse
- ✓ **Dimensions :** ht 3,00 x larg 4,00 mètres
- ✓ **Hauteur du dispositif :** 6,00 mètres
- ✓ **Installation :** SCELLÉE AU SOL

Code de la Route

Art R418-2 du code de la route :

« Dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites, lorsqu'elles en sont visibles, la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes :

1° Comportant une indication de localité, complétée soit par une flèche, soit par une distance kilométrique ; (...) »



NON CONFORME aux réglementations en vigueur

RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - PUBLICITE -

RELEVÉ

- ✓ **Date, heure du relevé :** hh :mm – jj/mm/aa
- ✓ **Relevé réalisé par :** nom – prénom
- ✓ **Agissant en qualité de :** qualité
- ✓ **Agissant pour le compte de :** nom
- ✓ **Domicilié à :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>
- ✓ **Bénéficiaire du dispositif relevé :** « MAGASIN Z »
- ✓ **Localisation du dispositif :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>



DISPOSITIF

- ✓ **Type de dispositif :** PUBLICITE lumineuse.

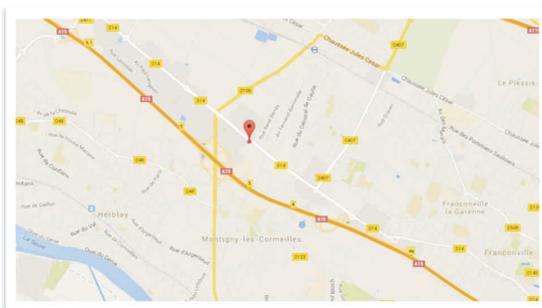
Type d'implantation : SCÉLÉE AU SOL.

- ✓ **Situation géographique :**

- **Commune :** <commune>
- **Agglomération :** OUI / NON
- **Coordonnées GPS (WGS84, DD) :** Lat xx,xxxx- Long y,yyyy

Commune de <commune> :

Comptant xx xxx habitants
Appartenant à l'unité urbaine de <UU>
comptant xxx xxx habitants
RLP : OUI depuis <année RLP>



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - PUBLICITE -

RELEVÉ

- ✓ **Date, heure du relevé :** hh :mm – jj/mm/aa
- ✓ **Relevé réalisé par :** nom – prénom
- ✓ **Agissant en qualité de :** qualité
- ✓ **Agissant pour le compte de :** nom
- ✓ **Domicilié à :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>

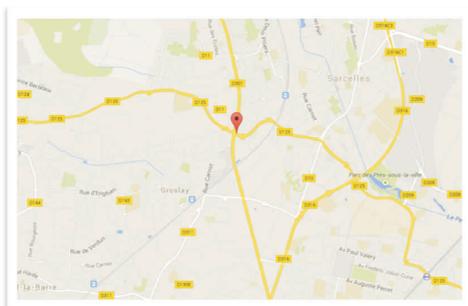


- ✓ **Bénéficiaire des dispositifs relevés :** « MAGASIN X », « MAGASIN Y », « RESTAURANT Z »
- ✓ **Localisation des dispositifs :** <adresse 1>, <adresse 2>, <CP>, <commune>

DISPOSITIF

- ✓ **Type de dispositif :** PUBLICITES
- ✓ **Type d'implantation :** SCELLEES AU SOL
- ✓ **Situation géographique :**
 - **Commune :** <commune>
 - **Agglomération :** OUI / NON
 - **Coordonnées GPS (WGS84, DD) :** Lat xx,xxxx- Long y,yyyy

Commune de <commune> :
Comptant xx xxx habitants
Appartenant à l'unité urbaine de <UU>
comptant xxx xxx habitants
RLP : NON



RELEVÉ DE DISPOSITIF PUBLICITAIRE - PUBLICITE -

QUALIFICATION



- ✓ **Catégorie :** PUBLICITES
- ✓ **Installation :** SCELLES AU SOL

Code de l'Environnement

Art L581-25 du code de l'environnement :

« 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 linéaire.

Par exception, il peut être installé deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière. »

NON CONFORME aux réglementations en vigueur





Tarification TLPE possible :

TM : Tarif Maximum – Tarif défini par délibération

Exo : Exonération

0,5 x TM : réfaction de 50% du tarif maximum ou du tarif défini par délibération

0 < Surf <= 7m ²	Exo	0,5 x TM	TM	Exo	TM	
	Exo		TM		TM	
12 < Surf <= 20m ²		0,5 x TM	2 x TM		TM	2 x TM
Surf > 50m ²			4 x TM			4 x TM

0 < Surf <= 7m ²	Exo	0,5 x TM	TM	Exo	TM	
	Exo		TM		TM	
12 < Surf <= 20m ²		0,5 x TM	2 x TM		TM	2 x TM
Surf > 50m ²			4 x TM			4 x TM

0 < Surf < 50m ²	TM				3 x TM	
*Concession municipale d'affichage *Mobiliers urbains *Kiosque à journaux	Exo	0,5 x TM	TM			

0 < Surf <= 1,5m ²	Exo	0,5 x TM	TM	Exo	1,5 x TM	3 x TM
	Exo		TM	Exo		
Surf > 50m ²	Exo	TM	2 x TM	Exo	3 x TM	6 x TM



Exemple de lecture des tarifs :

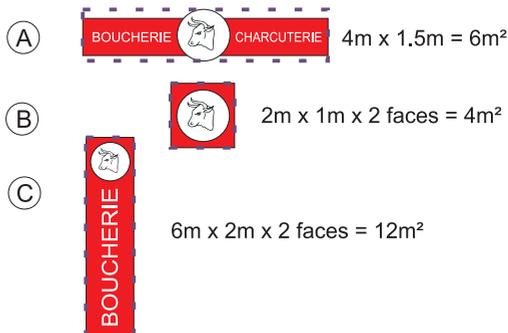
Contexte :

- La commune de « cityville » compte 25 684 habitants
- La TLPE a été instaurée par délibération de son conseil municipal le 28 juin 2011 pour une application à compter du 1er janvier 2012
- La TLPE a été instaurée en conservant l'exonération des ENSEIGNES dont la surface cumulée est inférieure à 7 m^2 , aucune autre exonération ou réaction n'a été adoptée
- Le tarif de référence des ENSEIGNES a été fixé à 8 euros / m^2 (TM)
- Le tarif de référence des PUBLICITES et PREENSEIGNES a été fixé à 15 euros / m^2 (TM)

Exemple 1, « Boucherie-Charcuterie X » :

L'établissement a déclaré :

- 1 enseigne bandeau de façade dont la surface est de 6 m^2
- 1 enseigne perpendiculaire à la façade dont les surfaces des 2 faces représente 4 m^2
- 1 totem scellé au sol dont les 2 faces représente 12 m^2



Le calcul du montant redevable au titre de la TLPE :

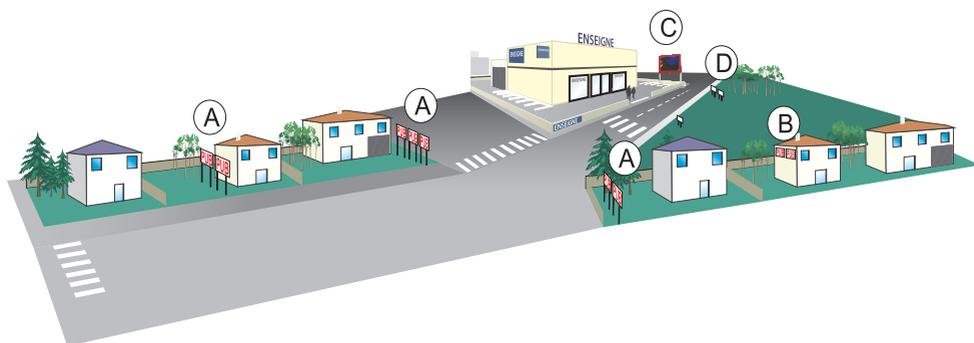
Cumul des surfaces : $6 \text{ m}^2 + 4 \text{ m}^2 + 12 \text{ m}^2 = 22 \text{ m}^2$ Calcul du montant : $22 \text{ m}^2 \times [(\text{tarif de référence } 8 \text{ euros}/\text{m}^2) \times 2] = 352,00 \text{ euros}$

La « Boucherie-Charcuterie X » sera redevable à la commune de « cityville », au titre de la TLPE pour l'année 2012 de : 352,00 euros

Exemple 2, « Ets publicités j'affiche » :

L'établissement est un exploitant d'affichage publicitaire et a déclaré :

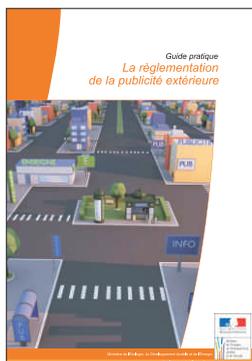
- A. 12 publicités scellées au sol, simple face, non numériques et représentant unitairement 12m²
- B. 2 publicités murales « déroulantes » composées de 3 affichages chacune et représentant unitairement 8 m²
- C. 1 publicité scellée au sol, simple face, numérique et représentant 6 m²
- D. 14 préenseignes scellées au sol, simple face, non numériques et représentant unitairement 1,5 m².



Le calcul du montant redevable au titre de la TLPE :

- A. 12 m² x 1 face x [TM 15euros/m²] x 12 dispositifs = 2160,00 euros
- B. 8 m² x 3 affiches x [TM 15euros/m²] x 2 dispositifs = 720,00 euros
- C. 6 m² x 1 face x [(TM 15euros/m²) x 3] x 1 dispositif = 270,00 euros
- D. 1,5 m² x 1 face x [TM 15euros/m²] x 14 dispositifs = 315,00euros

L'établissement « Ets publicité j'affiche » sera redevable à la commune de « cityville », au titre de la TLPE pour l'année 2012 de : 3465,00 euros



http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pratique_-_la_reglementation_de_la_publicite_exterieure-2.pdf



http://cartelie.application.developpement-durable.gouv.fr/cartelie/voir.do?carte=03052&service=DDT_95



http://www.yvelines.gouv.fr/content/download/4968/32178/file/guidaction130319_cle13f738.pdf



Demande d'autorisation préalable
de nouvelle installation
de remplacement
de modification
d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité,
une panneaux ou une enseigne

1. Identité de l'installateur ou du titulaire du dispositif

2. Coordonnées du bénéficiaire

3. Localisation et justification de ce site publicitaire

4. Descriptif

https://www.formulaires.modernisation.gouv.fr/gf/cerfa_14798.do

Déclaration préalable
de nouvelle installation
de remplacement
de modification
de la publicité ou d'un matériel supportant
de la publicité sur un site publicitaire

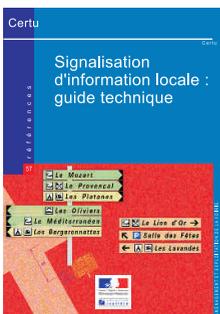
1. Identité de l'installateur ou du titulaire du dispositif

2. Coordonnées du bénéficiaire

3. Localisation de la publicité

4. Informations sur le dispositif ou le matériel (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20) (21) (22) (23) (24) (25) (26) (27) (28) (29) (30) (31) (32) (33) (34) (35) (36) (37) (38) (39) (40) (41) (42) (43) (44) (45) (46) (47) (48) (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55) (56) (57) (58) (59) (60) (61) (62) (63) (64) (65) (66) (67) (68) (69) (70) (71) (72) (73) (74) (75) (76) (77) (78) (79) (80) (81) (82) (83) (84) (85) (86) (87) (88) (89) (90) (91) (92) (93) (94) (95) (96) (97) (98) (99) (100)

https://www.formulaires.modernisation.gouv.fr/gf/cerfa_14799.do



http://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CCEQFjAAahUKEwiEnled76_HAHVGWRoKHbYcAV4&url=http%3A%2F%2Fwww.caemp.fr%2Fuploads%2Fdocuments%2Fcaue09%2FSIGNALISATI_ON_INFORMATION_LOCALE_Guide_technique_CERTU_cle55974a.pdf&ei=FrLRVY55Bsayaba5hPAF&usg=AFQjCNHzhpVbLnORBbOz6Wq9NkSO_a03Bw&sig2=hs8-Y1E9JheUyOOPfiFq9A

Remerciements

Le présent « Guide pour la publicité extérieure dans le Val d'Oise » a été élaboré par le bureau d'études **citysigns** sous le pilotage du Service d'Aménagement Territorial de la Direction Départementale des Territoires (DDT) du Val d'Oise. Il a été concerté et validé lors des différentes phases de son élaboration avec les membres du comité de pilotage, composé des représentants de la DDT, de la Direction Régionale et Interdépartementale de l'Environnement et de l'Energie (DRIEE), des deux Parcs Naturels Régionaux (PNR) du Vexin Français et de l'Oise Pays-de-France, de l'Architecte des Bâtiments de France et des Architectes et Paysagistes Conseils de la DDT.

Suite à l'analyse établie dans le diagnostic, la DDT a souhaité que **citysigns** approfondisse la réflexion à travers des entretiens afin de discerner plus précisément les pistes d'actions qui ont ensuite été détaillées dans ce guide.

Ainsi, pour leur participation aux entretiens, la DDT souhaite remercier les communes de Chaumontel, de Saint-Ouen l'Aumône, de Saint-Leu-La-Forêt, la Communauté d'Agglomération du Parisis, l'association "Val d'Oise Environnement" et le Syndicat National de l'Enseigne et de la Signalétique (SYNAFEL).



Nous contacter :

Direction Départementale des Territoires
Service d'Aménagement Territorial (SAT)

Parc Saint Christophe - Galilée 3

10 avenue de l'entreprise

BP 38503 Cergy

95891 Cergy Pontoise cedex

Tél. : 01.34.35.47.90

Fax : 01.34.35.47.99

Mél : ddt-pub@val-doise.gouv.fr