

L'État transfère les ennuis

Depuis le 1^{er} janvier 2024, les maires ou les présidents d'intercommunalités sont en charge de la police de la publicité. Un transfert qui fait reposer sur les élus locaux une nouvelle charge sans les moyens de la faire appliquer.



Jean-Marie Delalande,
vice-président de Paysages de France
*« Il nous sera plus difficile
d'attaquer un maire qui n'a pas
toujours les moyens de faire
appliquer la loi. »*

L'affichage publicitaire relève d'un cadre juridique complexe codifié par de multiples articles du code de l'environnement. Objectif ? Protéger le cadre de vie en interdisant la publicité dans certains secteurs ou en limitant ou en contraignant les supports. Pour renforcer la qualité paysagère du territoire, ces dispositions nationales peuvent aussi être précisées dans un règlement local de publicité (RLP).

Réduire les incitations à la consommation

Mais, en 2020, la Convention citoyenne pour le climat avait également souhaité réguler la publicité afin de réduire les incitations à la surconsommation. La loi Climat et résilience du 22 août 2021 a alors traduit cette orientation au travers de plusieurs nouvelles dispositions. Trois d'entre elles apportent des modifications substantielles : la décentralisation de la police de la publicité, désormais confiée non plus aux préfets mais aux maires ou présidents d'EPIC ; la possibilité, via un RLP, d'imposer des prescriptions aux publicités et enseignes lumineuses situées dans les vitrines des commerces ; et enfin l'interdiction de la publicité aérienne.

Limitation de surface

Dans le prolongement, une avalanche de décrets est venue, cet automne, apporter des précisions en matière de dimension ou d'éclairage. Ainsi, un décret du 30 octobre 2023 a ramené à 10,5 m², au lieu de 12 m², la surface des publicités non lumineuses dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou dans les communes faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Les enseignes mises en place avant le 2 novembre 2023 disposent d'un délai de quatre ans pour se mettre en conformité. En revanche, dans

les agglomérations de moins de 10 000 habitants, la surface unitaire maximale de la publicité non lumineuse murale est portée à 4,7 m², contre 4 m² jusqu'à présent. Un autre décret du 3 novembre 2023 crée une amende de 1500 euros pour sanctionner la méconnaissance de l'obligation d'extinction des publicités lumineuses prévue par l'article 143-6-2 du code de l'énergie, ainsi que le non-respect des prescriptions techniques prévues à l'article L. 583-2 du code de l'environnement. Enfin, un décret du 29 décembre 2023 met en cohérence certaines dispositions réglementaires avec la décentralisation de la police de la publicité.

Un transfert de police en trompe-l'œil

La loi Climat et résilience atteindra-t-elle ainsi ses objectifs ? L'association Paysages de France en doute : « On est bien loin des attendus de la Convention citoyenne. C'est une loi faite pour les grands afficheurs. La limitation de la surface, par exemple, ne les pénalisera pas, car elle correspond déjà à leurs standards », regrette son vice-président, Jean-Marie Delalande. Le transfert de la compétence aux maires est aussi perçu comme un trompe-l'œil : « C'est une vieille

2,5 millions

C'est le montant prévisionnel des compensations financières pour le transfert de police aux maires et EPIC. Il est basé sur le nombre d'équivalents temps plein des agents en charge de cette question au sein des services de l'État. Ramené aux 35 000 communes et intercommunalités, cela ne fera que quelques euros, bien loin du coût réel d'exercice de la compétence. Cette compensation pourra être ajustée en 2025. Mais cela ne sera qu'un ajustement, inutile donc d'espérer bien plus.

Yves Attou

maire de Saint-Christophe-sur-Roc

(Deux-Sèvres, 575 habitants)

« *En milieu rural, les maires et présidents préféreraient que la police de la publicité reste du ressort de l'État.* »

demande des afficheurs. Il s'agit plutôt d'un désengagement de l'État qui n'aura plus à répondre aux demandes des associations environnementales. Cela ne nous posait pas de problème d'attaquer les préfets – nous avons fait condamner l'État plus d'une centaine de fois –, ce sera plus difficile de mettre en cause un maire qui n'a pas toujours les moyens techniques et financiers de faire appliquer la loi. »

Un manque de moyens

Dans les faits, pour les collectivités qui disposaient déjà d'un RLP, la loi ne change pas grand-chose, si ce n'est la possibilité d'infliger des amendes administratives. Pour les autres, tout dépend du tissu économique local. Ce que confirme Jean-Louis Chabaud, maire de Barrême (Alpes-de-Haute-Provence, 405 habitants) : « *Chez nous la publicité concerne surtout les petits artisans locaux. C'est là où il y a des zones*

Condamné pour ne pas avoir fait usage de son pouvoir de police

Le juge administratif, sur requête de France Nature Environnement, vient de condamner le maire d'Ibos (Hautes-Pyrénées, 2 919 habitants) à 7 500 euros d'amende et à l'obligation, dans un délai de 15 jours, de demander la suppression ou la mise en conformité d'un pylône publicitaire qu'il avait illégalement autorisé. Le refus qu'il a opposé en 2015 à la demande des associations de faire usage de ses pouvoirs de police pour interdire le dispositif est ainsi entaché d'illégalité (cour administrative d'appel de Bordeaux, 7 novembre 2023, n° 20BX04093).

commerciales qu'il faut faire attention. » Yves Attou, maire de Saint-Christophe-sur-Roc (Deux-Sèvres, 575 habitants), relaie les craintes des élus locaux : « *En milieu rural, les maires et présidents ne sont pas d'accord avec ce transfert. Ils préféreraient que cela reste du ressort de l'État qui détient déjà les compétences et les moyens. Les maires de petites communes ne feront pas ou très peu de police de la publicité, car il n'y aura aucun agent pour le faire.* » Pour le juriste Jean-Philippe Strebler, spécialiste des questions d'affichage, le risque principal est en effet de ne pas être en capacité de traiter administrativement les demandes d'autorisation : « *Le maire a deux mois pour donner son autorisation, sinon il y a accord tacite. Or, si le dispositif n'est pas conforme, cela peut engager la responsabilité financière de l'autorité qui aura délivré illégalement l'autorisation.* »

Sur un sujet où les contentieux sont fréquents, on comprend que les maires ne soient pas enthousiastes. Pourtant, alors que la loi prévoyait que, dans les 15 000 communes membres d'intercommunalités non compétentes en matière de PLU, la police de la publicité soit transférée de plein droit aux présidents d'EPCI, la loi de finances 2024 – qui plus est à la demande de l'Association des maires de France ! – vient d'annuler ce transfert. Aux maires donc d'assumer les tracas. **UDM**

Marius Benedetti

À LIRE sur www.journaldesmaires.com

▶ « **Le transfert de la police de la publicité le 1^{er} janvier 2024** »

fiche juridique **code 140470**

