



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Panneaux publicitaires

Question écrite n° 42278

Texte de la question

M. Denis Jacquat demande à Mme le ministre de l'environnement de bien vouloir lui préciser les conditions dans lesquelles des panneaux publicitaires peuvent être autorisés aux abords des monuments historiques. Dans l'hypothèse où certaines distances seraient à respecter, il souhaiterait également qu'elle lui indique si cette distance doit être mesurée à partir du pourtour du monument ou à partir du centre.

Texte de la réponse

Madame le ministre de l'environnement a pris connaissance avec intérêt de la question posée par l'honorable parlementaire concernant la réglementation relative à l'implantation des panneaux publicitaires aux abords des monuments historiques. Les abords des monuments historiques figurent au nombre des lieux interdits à la publicité par la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes. En effet, cette loi pose en son article 7-II-2/ un principe d'interdiction de toute publicité à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits sur l'inventaire supplémentaire. Il convient de préciser que le champ de visibilité d'un immeuble comprend tout point quel qu'il soit, visible de l'immeuble considéré ou visible en même temps que lui. Par ailleurs, les deux conditions posées par l'article 7-II-2/ sont cumulatives. Toutefois, le législateur a estimé qu'il pouvait être dérogé à cette interdiction de principe par l'institution des zones de publicité. Elles sont établies conformément à la procédure définie par l'article 13 de la loi et précisée par le décret n° 80-924 du 21 novembre 1980 fixant la procédure d'institution de ces zones. La publicité peut être ainsi réintroduite dans les lieux où elle est par principe interdite, soit dans le cadre de zones de publicité restreinte, ou de secteurs soumis au régime général. Enfin, elle peut l'être également à titre exceptionnel, dans le cadre de zones de publicité élargie lorsqu'elle constitue un élément déterminant de l'animation des lieux. Ainsi, à la demande d'un conseil municipal ou du préfet, il revient au groupe de travail prévu par l'article 13 précité, comportant un nombre égal des élus communaux, d'une part, et des représentants des services de l'État, d'autre part, de définir les zones de réglementation spéciale qui permettront de déroger à l'interdiction relative posée par l'article 7-II-2/ précité.

Données clés

Auteur : [M. Jacquat Denis](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 42278

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : environnement

Ministère attributaire : environnement

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 19 août 1996, page 4481

Réponse publiée le : 16 décembre 1996, page 6628