



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Respect de la législation sur l'affichage publicitaire illégal

Question écrite n° 35701

Texte de la question

M. Hervé Pellois appelle l'attention de Mme la ministre de la transition écologique sur le respect de la législation concernant l'affichage publicitaire illégal. Les dispositions du titre VIII (« Protection du cadre de vie ») du livre V (« Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ») du code de l'environnement fixant les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes sont loin d'être respectées, cela malgré un renforcement des sanctions administratives en cas de non-respect de ces dernières, une première fois en 1995, avec la loi n° 95-101 du 2 février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement, dite loi Barnier, et une seconde fois en 2010, avec la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement. Récemment, le délai donné aux contrevenants mis en demeure par l'autorité compétente en matière de police pour se mettre en règle qui était, depuis 1995, de 15 jours, a été ramené à 5 jours par la loi n° 2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement local et à la proximité de l'action publique. Il se trouve que, malgré ces renforcements successifs, le nombre d'infractions demeure considérable. Cette situation conduit certaines associations, malgré la douleur et le coût de telles démarches, à saisir les tribunaux administratifs. C'est ainsi que l'association Paysages de France qui, depuis près de trente ans, s'efforce d'obtenir que les textes régissant la publicité extérieure, les enseignes et les préenseignes soient respectés, a été conduite à saisir pas moins de 28 tribunaux administratifs différents pour faire appliquer la loi. Néanmoins, depuis quelques années, le ministère de la transition écologique interjette appel des décisions ayant donné raison à l'association. Aussi, il souhaiterait connaître les raisons qui poussent le Gouvernement à faire annuler les décisions prises sur le fondement du code de l'environnement.

Texte de la réponse

Les dispositions du code de l'environnement en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes, ont confié la compétence en matière de police de la publicité extérieure au préfet ou, lorsque la commune est couverte par un règlement local de publicité, au maire au nom de la commune. Le code de l'environnement prévoit également que, dans ce dernier cas, le préfet se substitue au maire en cas de carence de ce dernier pour mettre en œuvre les mesures de police de la publicité. Les services de l'État dans les départements interviennent pour le compte du préfet et sont chargés du contrôle des infractions et de la mise en œuvre de la procédure de police de la publicité. Pour lutter contre l'affichage publicitaire illégal, l'autorité compétente en matière de police dispose d'un dispositif complet et dissuasif lui permettant de sanctionner les infractions au code de l'environnement. Le respect des dispositions du code de l'environnement en matière d'affichage publicitaire est ainsi garanti par des mesures de police et des sanctions administratives telles que l'amende administrative ou la suppression d'office, ainsi que par des sanctions pénales. En outre, l'État agit dans le cadre de sa politique de contrôles en matière de publicité en adoptant dans chaque département des plans de contrôle adaptés localement afin de mettre fin à ces infractions qui portent atteinte au cadre de vie et à la qualité paysagère. Le rôle des associations agréées de défense de l'environnement, par leur engagement sur le terrain en faveur de la protection du cadre de vie et du respect de la réglementation de la publicité extérieure, est donc complémentaire aux actions menées par l'État et est largement reconnu. Par ailleurs, les appels formés par le Ministère de la transition écologique à l'encontre

de certaines décisions de justice ne sont pas dirigés contre ces associations, mais bien contre les décisions rendues par les juridictions administratives qui, par leur interprétation des dispositions législatives et réglementaires, ont une incidence directe sur la politique nationale menée en matière de publicité et sur l'action des services de l'État. Ces appels contribuent ainsi à asseoir une position jurisprudentielle afin de mettre fin aux interprétations divergentes d'un territoire à l'autre, et de préciser, selon le dispositif concerné, la nature et l'étendue de la compétence liée des autorités en matière de police de la publicité. Enfin, dans le cadre du projet de loi portant sur les propositions de la Convention Citoyenne pour le Climat, le Gouvernement souhaite renforcer les pouvoirs des maires en matière de police de la publicité afin de leur permettre de mener localement des actions adaptées à leur territoire, notamment en termes de qualité de l'espace public et du cadre de vie.

Données clés

Auteur : [M. Hervé Pellois](#)

Circonscription : Morbihan (1^{re} circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 35701

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : [Transition écologique](#)

Ministère attributaire : [Transition écologique](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [19 janvier 2021](#), page 481

Réponse publiée au JO le : [26 janvier 2021](#), page 794