

**PARTICIPATION DU PUBLIC ORGANISÉE DU 17 JUILLET AU 10 AOÛT 2023 SUR LE PROJET DE  
DÉCRET PORTANT MODIFICATION DE DIVERSES DISPOSITONS DU CODE DE  
L'ENVIRONNEMENT RELATIVES A LA PUBLICITÉ, AUX ENSEIGNES, AUX PRÉENSEIGNES ET  
AUX PAYSAGES  
(TREL2303931D)**

**MOTIFS DE LA DECISION**

L'article 17 de la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets décentralise la police de la publicité à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024. A compter de cette date, les compétences en matière de police de la publicité seront assurées par les maires, que leur commune soit ou non couverte par un RLP, et le pouvoir de substitution du préfet sera supprimé. De plus, afin de permettre l'exercice des pouvoirs de police de la publicité à l'échelle intercommunale, le législateur a prévu le transfert automatique de ces prérogatives du maire au président de l'EPCI à fiscalité propre dans les conditions et selon les modalités fixées par l'article L. 5211-9-2 du CGCT dans sa version applicable au 1<sup>er</sup> janvier 2024.

Le projet de décret prévoit la mise en cohérence de la partie réglementaire du code de l'environnement avec la future décentralisation de la police de la publicité au 1<sup>er</sup> janvier 2024. A ce titre, il modifie, au sein des articles réglementaires du code, la référence à l'autorité compétente en matière de police de la publicité. Il met par ailleurs en place un guichet unique auprès du maire pour le dépôt des déclarations préalables et demandes d'autorisation préalable, à l'image de ce qui existe en matière d'urbanisme, dans un objectif de simplification pour les demandeurs et afin de leur garantir un service de proximité. Enfin, il renvoie à l'application des règles du code des relations entre le public et l'administration relatives à la saisine par voie électronique, dans un objectif pédagogique.

Ces dispositions n'ont pas fait l'objet de commentaires particuliers dans le cadre de la consultation du public et sont nécessaires à la finalisation du cadre juridique encadrant la décentralisation de la police de la publicité prévue par le législateur au 1<sup>er</sup> janvier 2024.

Par ailleurs, le projet de décret actualise ou corrige certaines dispositions réglementaires du code de l'environnement en matière de publicité et, accessoirement, de paysage (abrogation de dispositions obsolètes, correction de coquilles, actualisation de références, etc.). Ces modifications vont dans le sens d'une clarification de la norme. Les principaux apports du projet de décret sont les suivants :

- Il modifie les articles R. 581-42 et R. 581-47 afin, d'une part, de lever l'interdiction systématique de publicité sur mobilier urbain (MU) dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et, d'autre part, de mieux préciser dans quelles conditions la publicité sur le MU destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques peut être autorisée dans ces agglomérations. Les critiques portées à cette modification dans le cadre de la consultation publique reposaient pour la majorité d'entre elles sur une affirmation erronée selon laquelle le projet de décret permettrait d'installer de la publicité numérique dans ces petites agglomérations. La correction de cette coquille est réclamée par de nombreux élus afin de clarifier la réglementation applicable ;

- Il abroge, dans un objectif de protection du cadre de vie et de sobriété énergétique, une disposition offrant la possibilité aux publicités numériques qui ne dépassent pas 2,1 m<sup>2</sup> et 3 m de haut de s'affranchir des normes techniques qui seront fixées par un arrêté ministériel en cours de préparation prévu par les articles R. 581-34 et R. 581-59 du code de l'environnement ;
- Il prévoit une exception à l'obligation d'extinction nocturne des publicités lumineuses situées sur l'emprise des marchés d'intérêt national, à l'image de l'exemption dont bénéficient actuellement les publicités installées dans l'emprise des aéroports. Cette dérogation est justifiée par le caractère très spécifique des activités de ces marchés qui s'exercent la nuit