

N° 339

# SÉNAT

SECONDE SESSION ORDINAIRE DE 1977-1978

Annexe au procès-verbal de la séance du 27 avril 1978.

## PROJET DE LOI

*réglementant la publicité extérieure et les enseignes,*

PRÉSENTÉ

AU NOM DE M. RAYMOND BARRE,  
Premier Ministre,

PAR M. MICHEL D'ORNANO,  
Ministre de l'Environnement et du Cadre de vie.

(Renvoyé à la Commission des Affaires culturelles sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

### EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

L'affichage, et plus généralement la publicité extérieure, porte souvent par ses excès des atteintes fâcheuses au paysage rural ou urbain. Si celles-ci ne sont pas irrémédiables, elles n'en altèrent pas moins gravement par leur multiplicité la physionomie de notre pays.

Le développement économique conjugué avec l'accroissement considérable de la circulation automobile a créé, il est vrai, des conditions particulièrement favorables à une extension de l'affichage publicitaire. Très rapidement ce phénomène a rencontré l'hostilité des protecteurs de la nature et des défenseurs du patrimoine architectural.

Les dommages causés au cadre de vie par l'affichage professionnel et par l'affichage sauvage sont devenus au cours des dernières années, pour les élus, les associations de sauvegarde et les particuliers un motif d'intervention de plus en plus fréquent auprès des pouvoirs publics.

Depuis le début du siècle, ceux-ci se sont efforcés par des mesures législatives et réglementaires diverses ainsi que par des dispositions fiscales fortement dissuasives de remédier à cet état de choses. La réglementation qui a eu à l'origine un caractère fragmentaire et visait surtout à préserver les monuments historiques et les sites les plus dignes d'intérêt repose depuis plus de trente ans sur la loi du 12 avril 1943, véritable charte de protection esthétique de l'environnement contre l'affichage abusif et aussi contre l'installation d'enseignes trop importantes ou inesthétiques.

Si cette loi a permis dans des conditions relativement satisfaisantes d'assurer la protection des édifices et des sites les plus précieux, elle est loin dans les autres cas d'avoir atteint l'objectif que s'étaient fixé ses auteurs.

La portée de ce texte a été sensiblement réduite en raison de son champ d'application limité à l'affichage commercial apposé sur des immeubles, du caractère trop libéral de son régime de droit commun, de son impuissance devant l'affichage sauvage et de l'insuffisance notoire des dispositions pénales. La rigidité excessive de la loi sur certains points, son inadaptation à l'évolution des techniques publicitaires, l'imprécision de certaines dispositions et l'absence de définition des dispositifs réglementés sont, d'autre part, la source de nombreuses difficultés d'application donnant lieu à un contentieux de plus en plus paralysant.

Enfin, dans une matière pouvant affecter lourdement le cadre de vie des habitants de la commune, le maire ne détient, sauf sur le domaine public, aucune compétence particulière.

Ces inconvénients et ces lacunes ont rendu nécessaire une refonte complète de la législation actuellement en vigueur.

Le présent projet s'appuie sur des études confiées à des architectes, menées à l'initiative du Ministère de la Culture et de l'Environnement, sur les travaux d'un groupe d'études interministériel

auquel ont participé les représentants de la profession ainsi que sur les résultats d'enquêtes effectuées auprès des autorités préfectorales chargées d'appliquer la réglementation de l'espèce. Il s'inspire tout particulièrement des vœux renouvelés des élus locaux et s'efforce de répondre aux préoccupations des parlementaires telles qu'elles apparaissent dans les questions adressées au Gouvernement et dans la proposition de loi n° 2582 du 22 octobre 1976 déposée sur le bureau de l'Assemblée Nationale et les propositions de loi n° 377 du 16 juin 1977 et n° 12 du 13 octobre 1977 déposées sur le bureau du Sénat.

Le texte proposé tient compte de la place occupée dans la vie moderne par la publicité extérieure. Celle-ci constitue, en effet, un phénomène difficilement séparable du développement industriel et commercial et de l'urbanisation. Elle est un élément non négligeable de l'activité économique puisque sa part dans l'ensemble des dépenses publicitaires, tous médias réunis (presse, radio-télévision, cinéma, publicité à domicile...), atteint un peu plus de huit pour cent du total de ces dépenses. Elle apporte enfin à côté des enseignes proprement dites une participation intéressante à l'animation de la vie citadine, notamment quand il s'agit de publicité lumineuse, dès lors que sont prises les précautions nécessaires pour que son développement ne nuise pas à la qualité de l'environnement.

En revanche, on a estimé que la publicité était à proscrire des espaces naturels et qu'elle n'avait pas non plus sa place en rase campagne. D'autre part, s'il est légitime que sa présence s'affirme dans les zones industrielles ainsi que dans les secteurs urbains à caractère commercial et sans intérêt esthétique, elle doit cependant être limitée dans les quartiers d'habitation et les quartiers anciens même commerçants. Pareillement, elle doit être réduite au minimum nécessaire à l'information de leurs habitants, dans les petites agglomérations rurales qui sont particulièrement sensibles aux atteintes de la publicité abusive. Dans tous les cas où elle est autorisée, il importe en outre que la publicité s'insère harmonieusement dans l'environnement et le cadre architectural même si celui-ci n'est pas d'une qualité remarquable.

Aussi le présent texte prévoit-il un certain nombre de dispositions susceptibles de favoriser une évolution dans ce sens et de remédier progressivement à la multiplication anarchique de dispositifs publicitaires de toutes dimensions qui trop souvent défigurent les façades et les toits des immeubles et des habitations particulières ainsi que les entrées d'agglomération.

Il vise également à créer les moyens efficaces de lutte contre la véritable pollution que constitue l'affichage sauvage, surtout en milieu urbain.

Diverses dispositions de la réglementation en projet ont pour objet, enfin, d'empêcher à l'avenir les abus observés parfois dans les relations contractuelles entre parties intéressées et d'éviter certains troubles de jouissance entre voisins.

\*  
\* \*

La présente loi s'applique aux seules publicités et enseignes visibles des voies de communication ouvertes à la circulation au sens le plus large, telles que routes, autoroutes, voies ferrées, rues, chemins, sentiers.

La nouvelle réglementation est fondée sur les principes ci-après :

— extension du champ d'application de la loi à toute forme de publicité extérieure, quels que soient le message transmis et la qualité de son auteur, comme c'est déjà le cas pour la réglementation de la publicité en vue de la sécurité de la circulation routière.

En effet l'atteinte portée à un paysage naturel, rural ou urbain par un panneau d'affichage est indépendante de la nature de l'information ou du message qu'il transmet ;

— octroi au maire et au conseil municipal de pouvoirs importants contrairement au régime actuel qui confère l'essentiel des pouvoirs au préfet.

Ainsi que le précisera le décret, l'autorité administrative à laquelle le projet de loi fait référence sera essentiellement le maire pour la délivrance des autorisations individuelles d'installation, cependant que le pouvoir de réglementation au niveau local sera, comme en matière d'urbanisme, exercé conjointement par le maire et le préfet, le conseil municipal étant consulté en tout état de cause ;

— interdiction ou régime très restrictif de la publicité dans les lieux sensibles et à l'extérieur des agglomérations.

De même que dans la réglementation en vigueur, toute publicité sera interdite dans les lieux les plus précieux énumérés à l'article 3 du projet de loi.

Dans les lieux moins sensibles mentionnés à l'article 9, la publicité ne pourra être introduite que dans des conditions très restrictives et sous le contrôle de la Commission départementale des sites. Les sites inscrits étendus pourront toutefois bénéficier en milieu urbain d'un allègement de ces dispositions.

En dehors des agglomérations, la publicité ne pourra être autorisée qu'à titre exceptionnel, par exemple dans des lieux dont le caractère rural aura déjà été fortement altéré par l'installation d'un établissement industriel ou commercial ;

— réglementation souple de la publicité dans les agglomérations en fonction du caractère propre des lieux et des vœux des habitants.

Il s'agit d'abord ici du régime de droit commun instauré par l'article 7 du projet et applicable à la publicité réalisée à l'intérieur des agglomérations, mais en dehors des lieux sensibles. Etant donné l'inégalité de l'incidence sur l'environnement des différentes catégories de dispositifs publicitaires, les prescriptions seront diversifiées en fonction de ces catégories : panneaux muraux, panneaux sur béquilles, dispositifs de publicité lumineuse, publicité sur mobilier urbain.

Différentes prescriptions, relatives notamment à l'espacement et aux dimensions des dispositifs permettront d'éviter la surcharge publicitaire et de réaliser une intégration harmonieuse de la publicité dans le cadre urbain.

Toutefois les autorités locales auront la possibilité de modifier en vue d'une protection particulière du caractère des lieux, le régime de droit commun dans un sens plus restrictif, à l'intérieur de zones dites « d'affichage restreint ». Parallèlement le régime de droit commun pourra être allégé dans des zones dites « d'affichage élargi » établies à l'intérieur de secteurs industriels ou de grande animation commerciale ;

— réglementation souple des enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes.

Dans ce cas aussi les prescriptions qui seront définies, tiendront compte de la diversité des dispositifs concernés et du caractère des lieux où ils sont installés ainsi que des nécessités d'adaptation aux circonstances locales. L'enseigne simple ne sera jamais interdite au titre de ces dispositions, même dans des lieux très sensibles. En effet dès lors qu'une activité a été autorisée à s'exercer dans un tel lieu, on ne saurait lui interdire de se signaler ;

— protection des particuliers contre les troubles de voisinage liés à l'installation de panneaux publicitaires.

Des espacements seront définis en application de l'article 7 du projet de loi. En effet, les règles actuelles de mitoyenneté fixent les distances minimales d'une limite mitoyenne auxquelles des plantations doivent être situées, mais aucune règle semblable n'existe pour les panneaux publicitaires sur béquilles qui souvent consti-

tuent, en raison de leur surface importante, une gêne visuelle et une atteinte autrement grave à l'environnement immédiat du propriétaire du fonds voisin ;

— protection du domaine public et de l'environnement contre la multiplicité des éléments de mobilier urbain publicitaire.

L'installation de mobilier urbain publicitaire dans une ville peut porter atteinte au domaine public et à l'environnement non seulement en raison de l'aspect inesthétique ou des dimensions trop importantes des éléments de ce mobilier ou bien encore des masques désagréables que ces derniers constituent dans le paysage urbain, mais en raison aussi de la multiplication excessive de ces éléments, qui peut modifier fâcheusement l'aspect et le caractère de la ville.

Pour limiter ce risque, il est prévu que le programme général d'implantation de mobilier urbain publicitaire qui figure dans les contrats de concession sera soumis à la commission départementale des sites ;

— installation dans chaque commune de plus de 2 000 habitants de panneaux réservés à l'affichage libre d'opinion ou d'information.

Une telle mesure doit permettre aux opinions de s'exprimer en toute liberté, et en toute gratuité, sans que leur expression soit l'origine d'une pollution de l'environnement urbain contre laquelle s'élèvent depuis longtemps aussi bien le public que ses représentants élus.

Ces panneaux recevront également le petit affichage informatif tel que l'annonce des spectacles et des manifestations diverses ;

— renforcement important du dispositif répressif.

Le contrôle de l'application de la réglementation sera assuré, contrairement à la situation actuelle, par de nombreuses catégories d'agents des collectivités locales et de l'Etat, qui seront habilités à constater les infractions. De plus, par analogie avec les mesures intervenues en matière d'urbanisme et de protection de la nature, les associations agréées pourront se porter partie civile lorsqu'il s'agira d'infractions dans les lieux sensibles.

Afin de conférer aux amendes prononcées un caractère suffisamment dissuasif au regard des profits qu'apportent aux contrevenants, les publicités illicites, les amendes seront proportionnelles au nombre de publicités et au nombre de jours pendant lesquelles celles-ci seront restées en infraction.

Il est prévu en outre que les bénéficiaires d'une publicité réalisée à un emplacement non autorisé seront punis des mêmes peines que l'auteur de l'infraction lorsque celui-ci n'aura pu être identifié.

Enfin comme dans la législation en vigueur actuellement, le ministre chargé des monuments et des sites ainsi que le préfet conservent la possibilité de faire procéder à l'enlèvement d'office du dispositif en infraction dès la constatation de celle-ci. Le projet de loi confère en outre le même pouvoir au maire.

Le présent projet de loi se caractérise en définitive par la création de moyens de lutte efficaces contre l'affichage sauvage et l'affichage professionnel abusif, le maire recevant des pouvoirs particuliers pour mettre ces moyens en œuvre, de manière à assurer dans les conditions souhaitées par les habitants de la commune, la protection de leur environnement contre une forme d'atteinte qu'ils ressentent de plus en plus péniblement.

Telles sont les mesures que le Gouvernement soumet à l'approbation du Parlement, dans le cadre de l'action menée en divers domaines pour la protection du patrimoine architectural, des paysages, et plus généralement du cadre de vie.

## PROJET DE LOI

Le Premier Ministre,

Sur le rapport du Ministre de l'Environnement et du Cadre de vie,

Vu l'article 39 de la Constitution,

Décète :

Le présent projet de loi délibéré en Conseil des Ministres après avis du Conseil d'Etat, sera présenté au Sénat par le Ministre de l'Environnement et du Cadre de vie qui est chargé d'en exposer les motifs et d'en soutenir la discussion.

### Article premier.

La présente loi fixe, afin d'assurer la protection du cadre de vie, les règles applicables à la publicité extérieure, aux enseignes, aux enseignes publicitaires et aux préenseignes dès lors que celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation.

Elle ne fait pas obstacle à l'application des lois et règlements pris pour la protection d'autres intérêts publics. Elle s'impose aux personnes publiques et privées.

## CHAPITRE PREMIER

### Dispositions applicables à la publicité extérieure.

#### Section 1. — Dispositions générales.

#### Art. 2.

Les dispositions du présent chapitre s'appliquent aux inscriptions ou images, lumineuses ou non, destinées à informer le public ou à attirer son attention ainsi qu'aux dispositifs spécialement prévus pour recevoir ces inscriptions ou images, quels que soient la nature des indications données, le procédé utilisé pour les réaliser et la qualité de leur auteur. Elles ne concernent pas les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes mentionnées au chapitre II ci-dessous.

**Art. 3.**

Toute publicité est interdite :

1° sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;

2° sur les immeubles qui, bien que non classés ni inscrits, présentent un caractère esthétique, historique ou pittoresque et figurent sur une liste arrêtée par l'autorité administrative après avis de la Commission départementale compétente en matière de sites ;

3° sur les monuments naturels et dans les sites classés ;

4° dans les parcs nationaux et les réserves naturelles.

**Art. 4.**

Toute publicité, tout dispositif publicitaire doit mentionner le nom et l'adresse de la personne ou bien la dénomination ou la raison sociale de l'entreprise qui les a apposés ou installés.

*Section 2. — Publicité en dehors des agglomérations.*

**Art. 5.**

En dehors des agglomérations, la publicité ne peut être autorisée qu'à titre exceptionnel, à l'intérieur de périmètres dits « d'affichage autorisé ». Ces périmètres ne peuvent être institués qu'à proximité d'établissements commerciaux ou industriels ou de groupements d'habitation.

Le terme « agglomération » est pris dans le sens retenu en matière de circulation routière.

**Art. 6.**

La délimitation des périmètres d'affichage autorisé et les prescriptions qui s'y appliquent sont arrêtées par l'autorité administrative sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la Commission départementale compétente en matière de sites.

*Section 3. — Publicité à l'intérieur des agglomérations.*

**Art. 7.**

A l'intérieur des agglomérations, et sous réserve des dispositions des articles 8 et 9 ci-dessous, la publicité est permise si elle satisfait à des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. Celui-ci précise notamment, en fonction des procédés et des dispositifs utilisés, les emplacements où la publicité peut être réalisée

sur les bâtiments et sur les clôtures, les conditions d'implantation des portatifs ou d'utilisation de certains éléments de mobilier urbain comme supports publicitaires ainsi que les prescriptions relatives à la hauteur au-dessus du sol de la publicité, à sa surface unitaire ou à sa surface totale sur un même support. Elle détermine également les conditions d'entretien des dispositifs et de leur emplacement.

L'installation des dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence est soumise à autorisation.

#### Art. 8.

Dans tout ou partie d'une agglomération, il peut être institué des zones de réglementation spéciale de la publicité. Ces zones peuvent être soit des zones dites « d'affichage restreint », soit des zones dites « d'affichage élargi ».

A l'intérieur des zones d'affichage restreint, l'autorité administrative peut interdire certaines catégories de dispositifs publicitaires, subordonner l'apposition de la publicité à autorisation, déterminer les conditions et les emplacements auxquels cette publicité est exclusivement autorisée ou la soumettre à des conditions particulières ayant pour effet d'aggraver les prescriptions fixées en application de l'article 7.

A l'intérieur des zones d'affichage élargi, l'autorité administrative détermine les dispositions ayant pour effet d'alléger les prescriptions fixées en application de l'article 7.

#### Art. 9.

Dans les sites inscrits à l'inventaire, dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou inscrits ou autour des monuments historiques classés, dans les secteurs sauvegardés, à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au 1<sup>o</sup> et 2<sup>o</sup> de l'article 3, dans les zones périphériques délimitées autour des parcs nationaux et dans les parcs naturels régionaux, la publicité ne peut, à l'intérieur des agglomérations, être autorisée que par l'institution d'une zone d'affichage restreint.

Toutefois dans les sites inscrits à l'inventaire, elle peut être autorisée par application du régime défini à l'article 7, ou à titre exceptionnel par l'institution d'une zone d'affichage élargi.

Art. 10.

La délimitation des zones de réglementation spéciale mentionnées à l'article 8 et les prescriptions qui s'y appliquent, ainsi que les mesures prévues à l'article 9, sont arrêtées par l'autorité administrative sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la Commission départementale compétente en matière de sites.

Art. 11.

Dans chaque commune de plus de 2 000 habitants, un arrêté du maire détermine, sur le domaine public ou privé communal, des emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à l'annonce des manifestations culturelles, politiques, syndicales ou sportives, sans qu'une redevance puisse être perçue à l'occasion de cet affichage ou de ces annonces.

Section 4. — *Dispositions particulières applicables à certains modes d'exercice de la publicité.*

Art. 12

La publicité apposée sur les véhicules terrestres, sur les navires et autres bâtiments de mer ainsi que sur les bateaux, la publicité à la surface de l'eau par quelque procédé que ce soit ainsi que la publicité dans les airs, peuvent être interdites ou soumises à autorisation.

CHAPITRE II

**Dispositions applicables aux enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes.**

Art. 13.

L'enseigne est l'indication par quelque procédé visuel que ce soit, d'une activité s'exerçant dans tout ou partie de l'immeuble sur lequel elle est apposée. Elle ne peut comporter d'autres mentions que celles d'un nom, d'une profession, d'une dénomination ou d'une raison sociale et de la marque qui y est attachée.

L'enseigne publicitaire désigne toute annonce complémentaire de l'enseigne, qu'elle soit portée sur un dispositif distinct de celle-ci, mais installé sur le même immeuble ou qu'elle figure sur l'enseigne elle-même ; dans ce dernier cas, l'enseigne ainsi complétée est elle-même considérée comme une enseigne publicitaire.

Art. 14.

L'installation d'une enseigne ou celle d'une enseigne publicitaire doit satisfaire à des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. Ce décret détermine, en fonction des procédés utilisés, des activités et des lieux où celles-ci s'exercent, les prescriptions générales relatives à l'installation, aux caractéristiques et à l'entretien des enseignes et des enseignes publicitaires, ainsi que les conditions dans lesquelles ces prescriptions peuvent être adaptées par l'autorité administrative, aux circonstances locales.

Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles 3 et 9 ainsi que dans les zones d'affichage restreint, l'installation d'une enseigne ou d'une enseigne publicitaire est soumise à autorisation, l'installation d'une enseigne publicitaire peut être interdite.

Art. 15.

La préenseigne désigne le dispositif signalant par quelque procédé que ce soit la proximité de l'immeuble où s'exerce une activité déterminée. Son installation est soumise aux autorisations qui régissent la publicité dans les lieux considérés.

Toutefois des dérogations aux interdictions ou aux prescriptions définies par les dispositions mentionnées au précédent alinéa peuvent être accordées pour l'installation de préenseignes signalant, en dehors des agglomérations, des activités qui présentent une utilité particulière pour les personnes en déplacement ou les touristes et, dans les agglomérations, des activités liées à des services d'urgence ou s'exerçant en retrait de la voie publique.

### CHAPITRE III

#### Dispositions communes.

Art. 16.

Les autorisations prévues aux chapitres I et II ci-dessus sont délivrées au nom de l'Etat.

Art. 17.

Nul ne peut faire de publicité ni installer une préenseigne sur un immeuble, bâti ou non, sans l'autorisation écrite du propriétaire.

Le contrat de iouage d'emplacement se fait par écrit. Il est conclu pour une période qui ne peut excéder six ans à compter de sa signature. Il peut être renouvelé par tacite reconduction par périodes d'une durée maximum de trois ans, sauf dénonciation par l'une des parties trois mois au moins avant son expiration.

Le contrat doit prévoir que dans les trois mois qui suivront son expiration, l'emplacement loué sera remis par le preneur dans son état antérieur.

A défaut de paiement du loyer, le contrat sera résilié de plein droit au bénéfice du bailleur après mise en demeure de payer, restée sans effet durant un mois.

Le contrat doit comporter la reproduction des quatre alinéas précédents.

Les dispositions du présent article sont d'ordre public.

#### Art. 18.

Les conventions de concession de publicité signées par les collectivités publiques sont conclues pour une période qui ne peut excéder douze ans à compter de leur signature. Elles ne peuvent être renouvelées que par périodes d'une durée maximum de six ans et qu'après accord écrit des deux parties.

### CHAPITRE IV

#### Constatation, poursuite et répression des infractions.

#### Art. 19.

Sera puni d'une amende de 200 F à 5 000 F, qui sera portée au double en cas de récidive, celui qui aura fait de la publicité ou qui aura installé ou fait installer soit un dispositif publicitaire, soit une enseigne, une enseigne publicitaire ou une préenseigne :

1° dans des lieux, sur des emplacements ou selon des procédés interdits en application des articles 3, 5, 9, 12, 14 et 15 ;

2° sans avoir obtenu les autorisations préalables prévues au chapitre premier et II ou sans avoir observé les conditions posées par ces autorisations ;

3° sans avoir observé dans les zones d'affichage restreint les dispositions particulières y régissant la publicité.

Sera puni des mêmes peines celui qui aura laissé se poursuivre une publicité ou qui aura laissé subsister soit un dispositif publicitaire, soit une enseigne, une enseigne publicitaire ou une préenseigne, au-delà des délais de mise en conformité, qu'il était tenu d'observer en application de l'article 29 ci-dessous.

**Art. 20.**

Sera puni des mêmes peines que l'auteur de l'infraction, celui pour le compte duquel la publicité est réalisée, lorsque la publicité ou le dispositif publicitaire ne comporte pas les mentions visées à l'article 4 ou lorsque celles-ci sont inexactes ou incomplètes.

**Art. 21.**

L'amende sera appliquée autant de fois qu'il y a de publicité, de dispositifs publicitaires, d'enseignes, d'enseignes publicitaires ou de préenseignes en infraction.

L'amende sera en outre appliquée autant de fois qu'il y a de jours pendant lesquels la publicité aura été faite en infraction.

**Art. 22.**

En cas de condamnation, le tribunal ordonne, soit la suppression, dans un délai qui ne peut excéder un mois et sous astreinte de 50 F à 500 F par jour de retard, des publicités, dispositifs publicitaires, enseignes, enseignes publicitaires ou préenseignes qui constituent l'infraction, soit leur mise en conformité dans le même délai et sous les mêmes conditions, avec les prescriptions auxquelles ils contreviennent ; il ordonne le cas échéant la remise en état des lieux. Il peut déclarer sa décision exécutoire par provision.

**Art. 23.**

L'astreinte ne peut être révisée par le tribunal que si le redevable établit qu'il n'a pu observer le délai imposé pour l'exécution totale de ses obligations qu'en raison de circonstances indépendantes de sa volonté. Elle est recouvrée dans les conditions prévues par les dispositions relatives au recouvrement des produits communaux, au bénéfice de la commune sur le territoire de laquelle l'infraction a été commise ; à défaut par le maire de liquider le produit de l'astreinte, de dresser l'état nécessaire au recouvrement et de le faire parvenir au préfet dans le mois qui suit l'invitation qui lui en est faite par ce fonctionnaire, la créance est liquidée, l'état est établi et recouvré au profit de l'Etat.

**Art. 24.**

La prescription de l'action publique ne court qu'à partir du jour où les publicités, les dispositifs publicitaires, les enseignes, les enseignes publicitaires ou les préenseignes en infraction sont supprimés ou mis en conformité avec les dispositions auxquelles il est contrevenu.

**Art. 25.**

Les dispositions des cinq articles précédents sont applicables aux contraventions aux dispositions réglementaires prises pour l'application de la loi. Les dispositions relatives à la complicité s'appliquent à ces contraventions.

**Art. 26.**

Les associations exerçant leur activité dans le domaine de la protection de la nature et de l'environnement ou dans celui de l'amélioration du cadre de vie et les associations locales d'usagers, remplissant les conditions fixées à l'article 40 de la loi n° 76-629 du 10 juillet 1976 sur la protection de la nature ou aux articles L. 121-8 et L. 160-1 du Code de l'urbanisme, peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile en ce qui concerne les faits constituant une infraction visée à l'article 19 ci-dessus et portant un préjudice direct ou indirect aux intérêts collectifs qu'elles ont pour objet de défendre.

**Art. 27.**

Sont habilités à constater les infractions aux dispositions de la présente loi et à celles des textes réglementaires pris pour son application, outre les officiers et agents de police judiciaire mentionnés aux articles 16 et 20 du Code de procédure pénale :

— les agents de police judiciaire mentionnés à l'article 21 de ce code ;

— les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux lois du 31 décembre 1913 sur les monuments historiques et du 2 mai 1930 relative à la protection des monuments naturels et des sites ;

— les fonctionnaires et agents habilités à constater les infractions aux dispositions de l'ordonnance n° 58-1351 du 27 décembre 1958 relative à la conservation du domaine public routier ;

— les fonctionnaires et agents de l'Etat et des collectivités publiques habilités à constater les infractions au Code de l'urbanisme ;

— les ingénieurs des ponts et chaussées, les ingénieurs des travaux publics de l'Etat et les agents des services des ports maritimes, commissionnés à cet effet.

**Art. 28.**

L'autorité administrative peut ordonner dès la constatation d'une infraction aux dispositions de la présente loi ou aux textes réglementaires pris pour son application, la suppression des publi-

cités, dispositifs publicitaires, enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui auront été apposés ou maintenus en violation des mêmes dispositions.

Cette suppression et la remise en état des lieux sont effectuées d'office en quelque lieu qu'il soit, si elles ne l'ont pas été par les intéressés qui sont alors tenus solidairement au remboursement des frais. Par intéressés, il faut entendre suivant le cas, soit les responsables de la mise en place du dispositif, soit le propriétaire de celui-ci ou de l'emplacement où il se trouve, soit ceux pour le compte de qui la publicité a été réalisée.

## CHAPITRE V

### Dispositions transitoires et finales.

#### Art. 29.

Les publicités, les dispositifs publicitaires, les enseignes, les enseignes publicitaires et les préenseignes qui ont été mis en place avant l'entrée en vigueur de la présente loi et qui ne sont pas conformes aux prescriptions de cette loi ou à celles des dispositions réglementaires prises pour son application peuvent sous réserve qu'ils ne contreviennent pas à la réglementation antérieure, être maintenus à titre provisoire pendant la durée des contrats de louage d'emplacement en cours, sans toutefois pouvoir dépasser un délai de deux ans à compter de cette entrée en vigueur.

Les dispositions de l'alinéa précédent s'appliquent aux publicités, aux dispositifs publicitaires, aux enseignes, aux enseignes publicitaires et aux préenseignes qui ont été mis en place avant l'entrée en vigueur des dispositions réglementaires prises pour l'application des articles 3-2°, 5, 8 et 9 de la présente loi et qui ne sont pas conformes aux prescriptions de celles-ci ou qui ont été mis en place sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles 3 et 9, avant l'entrée en vigueur du décret ou de l'arrêté plaçant ces immeubles ou ces lieux dans le champ d'application de ces derniers articles.

Les publicités, les dispositifs publicitaires, les enseignes, les enseignes publicitaires et les préenseignes qui sont soumis à autorisation en vertu de la présente loi et qui ont été installés selon le cas, avant son entrée en vigueur ou avant celle des dispositions

réglementaires prises pour son application, pourront être maintenus, si l'autorité administrative n'en a pas ordonné la suppression ou la modification dans un délai de deux ans à compter de cette entrée en vigueur. La décision de suppression ou de modification ne pourra avoir effet qu'à l'expiration de ce délai.

**Art. 30.**

Les contrats de louage d'emplacement qui ont été conclus avant l'entrée en vigueur de la présente loi pour une durée supérieure à six ans peuvent aller jusqu'à leur terme si celui-ci tombe avant l'expiration du délai de deux ans mentionné à l'article 29 (premier alinéa). Dans le cas contraire, ils sont résiliés de plein droit à la fin de la sixième année suivant leur signature.

Les conventions de concession de publicité qui ont été conclues par une collectivité publique avant l'entrée en vigueur de la présente loi pour une durée supérieure à douze ans peuvent aller jusqu'à leur terme si celui-ci tombe avant l'expiration du délai de deux ans mentionné à l'article 29 (premier alinéa). Dans le cas contraire, elles sont résiliées de plein droit à la fin de la douzième année suivant leur signature.

**Art. 31.**

Les modalités d'application de la présente loi seront définies par décret en Conseil d'Etat.

**Art. 32.**

Est abrogée la loi modifiée n° 217 du 12 avril 1943.

La présente loi entrera en vigueur à une date fixée par décret et au plus tard six mois après la publication de la présente loi.

Fait à Paris, le 25 avril 1978.

*Signé :* RAYMOND BARRE.

Par le Premier Ministre :

Le Ministre de l'Environnement et du Cadre de vie,

*Signé :* MICHEL D'ORNANO.