

SÉNAT

SECONDE SESSION ORDINAIRE DE 1977-1978

Annexe au procès-verbal de la séance du 16 juin 1978.

AVIS

PRÉSENTÉ

*au nom de la Commission des Lois constitutionnelles, de Législation,
du Suffrage universel, du Règlement et d'Administration générale (1) sur le projet de loi réglementant la publicité extérieure
et les enseignes,*

Par M. Guy PETIT,

Sénateur.

(1) Cette commission est composée de : MM. Léon Jozeau-Marigné, président ; Marcel Champeix, Baudouin de Hauteclocque, Louis Virapoulé, Yves Estève, vice-présidents ; Charles Lederman, Pierre Salvi, Charles de Cuttoli, secrétaires ; Armand Bastit Saint-Martin, Roger Boleau, Philippe de Bourgoing, Pierre Carous, Lionel Cherrier, Félix Ciocolini, Etienne Dailly, Georges Tayan, Henri Fréville, Jean Geoffroy, François Giacobbi, Michel Giraud, Jean-Marie Girault, Paul Girod, Pierre Jourdan, Jacques Larché, Pierre Marclhacy, Jean Nayrou, Jean Ooghe, Guy Petit, Hubert Peyou, Paul Pillet, Mlle Irma Rapuzzi, MM. Roger Romani, Marcel Rosette, Marcel Rudloff, Pierre Schiélé, Edgar Tailhades, Jacques Thyraud, Lionel de Tinguy.

Voir les numéros :

Sénat : 339, 448 (1977-1978).

SOMMAIRE

	Pages.
EXPOSE GENERAL	5
Introduction	5
<i>Historique</i>	5
<i>Portée de la réforme</i>	6
A. — La réglementation actuelle	7
1. — <i>La protection de l'esthétique</i>	7
a) <i>La loi du 12 avril 1943 relative à la publicité par panneaux-reclame, par affiches et enseignes</i>	7
b) <i>Les textes fiscaux</i>	8
2. — <i>La protection d'autres intérêts publics</i>	8
B. — Les insuffisances de la législation	10
1. — <i>Les imprécisions de la loi du 12 avril 1943</i>	10
a) <i>Une réglementation trop libérale et incomplète</i>	10
b) <i>Des possibilités d'adaptation locale et d'incrimination insuffisantes</i>	11
2. — <i>Les lacunes des textes fiscaux</i>	12
a) <i>Les exonérations</i>	12
b) <i>La conciliation des dispositions répressives et fiscales</i>	12
C. — Analyse du projet de loi et modifications à envisager	14
1. — <i>Analyse du projet de loi</i>	14
a) <i>La réglementation de l'affichage</i>	14
b) <i>La répression de l'affichage irrégulier</i>	15
2. — <i>Modifications envisagées par la Commission des Lois</i>	16
— <i>Renforcement du pouvoir des élus locaux</i>	16
— <i>Efficacité et souplesse des sanctions</i>	16
Examen des articles	17
Article premier (définition du but de la loi)	17
Art. 2 (champ d'application de la loi)	17
Art. 3 (lieux et emplacements où la publicité est prohibée)	18

Art. 4 (identification de l'afficheur).....	18
Art. 5 (publicité en dehors des agglomérations).....	18
Art. 6 (périmètres d'affichage autorisé).....	19
Art. 7 (régime de droit commun de la publicité en agglomération).....	19
Art. 8 (zones de réglementation spéciale de la publicité).....	20
Art. 9 (régime applicable dans certains lieux sensibles).....	20
Art. 10 (élaboration des zones de réglementation spéciale).....	21
Art. 10 bis nouveau (affichage commercial de grande dimension).....	21
Art. 11 (emplacements réservés à l'affichage informatif ou d'opinion)...	21
Art. 12 (publicité sur véhicules, dans l'air ou sur l'eau).....	22
Art. 12 bis nouveau (publicité sur les palissades de chantiers).....	22
Art. 13 (définition des enseignes et enseignes publicitaires).....	22
Art. 14 (régime applicable aux enseignes et enseignes publicitaires)...	23
Art. 15 (régime applicable aux préenseignes).....	23
Art. 16 (responsabilité de l'Etat en matière d'affichage).....	24
Art. 16 bis nouveau (publicité des règles concernant l'affichage).....	24
Art. 16 ter nouveau (commission départementale compétente en matière de sites)	24
Art. 17 (contrats d'affichage)	24
Art. 18 (conventions de concession de publicité).....	25
Art. 19 (répression des délits d'affichage irrégulier).....	25
Art. 20 (complicité de l'annonceur).....	27
Art. 21 (calcul des amendes).....	28
Art. 22 et 23 (système d'astreintes).....	29
Art. 24 (prescription de l'action publique).....	30
Art. 25 (contraventions d'affichage irrégulier).....	30
Art. 26 (rôle des associations de défense de l'environnement).....	31
Art. 27 (constatation des infractions).....	32
Art. 28 (enlèvement d'office des affiches en infraction).....	32
Art. 29 et 30 (dispositions transitoires).....	32
Art. 31 et 32 (modalités d'application et entrée en vigueur de la loi)...	33
Tableau comparatif	35
Amendements présentés par la commission	57

Mesdames, Messieurs,

L'affichage peut être conçu comme un moyen d'expression, d'information et de persuasion. Son objet peut être soit commercial, soit informatif ou de propagande. Le droit actuel consacre cette dualité puisque ce sont deux textes différents qui réglementent l'affichage publicitaire (*loi du 12 avril 1943* relative à la publicité par panneaux-réclame, par affiches et enseignes) et l'affichage politique (*loi du 29 juillet 1881* sur la liberté de la presse).

Historique.

Les premières lois qui sont intervenues pour réprimer les abus de l'affichage n'étaient censées faire aucune distinction selon le message contenu dans les affiches. De manière significative, c'est à l'époque où apparurent les premières lois sur l'urbanisme que naquit cette législation fondée sur la protection de l'esthétique. Trois textes doivent être cités :

— la loi du 27 janvier 1902 donna tout d'abord aux maires et aux préfets le « droit d'interdire l'affichage, même en temps d'élections, sur les édifices et monuments ayant un caractère artistique » :

— puis, la loi du 20 avril 1910 interdit rigoureusement l'affichage sur tous les monuments et sites classés. Elle confirma par ailleurs les pouvoirs du préfet d'interdire l'affichage dans un périmètre délimité autour des lieux classés, après avis de la Commission des sites et monuments naturels. En fait, ce texte visait avant tout l'affichage publicitaire comme en témoigne l'exposé des motifs dans lequel on peut lire : « La publicité a entrepris de spéculer sur la beauté du pays. »

— Fut enfin publié le décret-loi du 30 octobre 1935 qui apparaît comme le premier texte à portée générale sur l'affichage publicitaire. Depassant le strict objectif de protection des sites inscrits ou classés, il conféra de larges pouvoirs aux préfets pour interdire ou réglementer l'affichage publicitaire dans tout ou partie du territoire de chaque commune. Les préfets étaient assistés dans leur tâche de la section permanente de la Commission départementale des monuments naturels et des sites à laquelle participaient des représentants des entreprises de publicité.

Portée de la réforme proposée par le projet.

La loi du 12 avril 1943, qui constitue encore à l'heure actuelle la « charte » de l'affichage publicitaire, a en fait repris les dispositions des textes antérieurs.

Malgré des objectifs ambitieux, cette loi n'a pas donné les résultats escomptés. Incomplète et mal appliquée, elle s'est montrée incapable d'éviter l'affichage intempestif, même dans des zones où le caractère des paysages aurait justifié une protection absolue.

Le présent texte a pour objet de remédier aux inconvénients de cette loi, en lui substituant une réglementation plus claire et plus précise, permettant de lutter contre toutes les formes d'affichage abusif.

A. — LA REGLEMENTATION ACTUELLE

1. — La protection de l'esthétique.

a) LA LOI DU 12 AVRIL 1943 RELATIVE A LA PUBLICITE PAR PANNEAUX-RECLAME, PAR AFFICHES ET ENSEIGNES

La loi du 12 avril 1943 — interprétée par la jurisprudence comme ne s'appliquant qu'à l'affichage publicitaire — a mis en place *une réglementation rigoureuse de l'affichage, aussi bien en dehors qu'à l'intérieur des agglomérations :*

— **hors agglomération :** toute publicité est en principe interdite, à l'exception des affiches d'une certaine dimension collées ou apposées à une certaine hauteur sur les murs ou clôtures ;

— **dans les agglomérations :** il est interdit de faire aucune publicité sur les toitures, devant les fenêtres, ou d'installer sur les murs et palissades des dispositifs publicitaires ayant pour effet d'en augmenter les dimensions. Il est également interdit d'établir ou d'agencer des constructions destinées à servir principalement à la publicité, à l'exception de celles établies par les municipalités avec l'approbation préfectorale.

Dans les emplacements où la publicité est admise, les affiches ne doivent ni affecter une forme irrégulière, ni excéder une surface supérieure à 16 mètres carrés ou dépasser la hauteur de 6 mètres au-dessus du sol ;

— *certaines immeubles font l'objet d'une interdiction totale de la publicité*, tels les monuments et sites classés ou inscrits et leurs périmètres de protection.

La loi de 1943 confirme en outre *les pouvoirs du préfet d'interdire ou de réglementer l'affichage dans les communes du département.*

A côté des peines d'amende, elle institue *une procédure d'action directe* permettant au ministre compétent ou au préfet d'ordonner, *dès la constatation d'une infraction*, la suppression immédiate des affiches ou des dispositifs publicitaires.

La loi contient enfin certaines dispositions relatives aux *conditions des contrats passés entre les afficheurs et les propriétaires* des immeubles utilisés comme support. Ces dispositions sont inspirées par la volonté d'assurer la protection des particuliers contre les abus éventuels des entreprises de publicité.

b) LES TEXTES FISCAUX

La réglementation de l'affichage est, depuis l'origine, complétée par des textes à caractère fiscal.

C'est ainsi qu'aujourd'hui :

- en vertu de *deux ordonnances des 5 et 7 janvier 1959*, les communes ont la faculté d'établir une taxe de taux très modéré sur la publicité (*articles L. 233-15 et suivants du Code des communes*) ;
- la *loi de finances pour 1960* est venue ajouter à la taxe communale une redevance ou droit de timbre. Cette taxation a été mise au point par les lois de finances pour 1965 et 1966, codifiées à l'*article 944 du Code général des impôts*. Son produit est attribué pour les trois cinquièmes aux communes et pour les deux cinquièmes à l'Etat. Elle frappe les affiches sur portatifs spéciaux visibles d'une voie publique. Son tarif, de 2 000 F par mètre carré, est doublé en ce qui concerne les affiches visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement ou d'une déviation. En sont toutefois exonérées :
 - les affiches qui sont seulement visibles des voies situées à l'intérieur d'agglomérations de plus de 10 000 habitants,
 - les affiches d'une surface n'excédant pas 1,50 mètre carré et qui constituent la présignalisation des hôtels, restaurants et garages,
 - enfin, les affiches touristiques, artistiques, sportives et culturelles sans but commercial.

2. — La protection d'autres intérêts publics.

De très nombreux textes relatifs à l'affichage ont pour objet la protection d'autres intérêts publics que l'esthétique. La plupart d'entre eux concerne le contenu du « message » transmis et non le support ou dispositif publicitaire.

Il s'agit des textes destinés à protéger notamment :

- *la santé publique* :
 - réglementation de la publicité des boissons (*articles L. 17 et suivants du Code des débits de boissons*),
 - réglementation de la publicité des médicaments ou méthodes de traitement médical (*articles L. 282, L. 293, L. 551 à L. 556, et L. 647 du Code de la santé publique*) ;

— *la moralité publique* :

- répression de l'affichage contraire à la décence (article R. 38, 9° et 10°, du Code pénal),
- protection de la jeunesse (article 14 de la loi du 16 juillet 1949 sur les publicités destinées à la jeunesse),
- répression de la publicité mensongère (article 44 de la loi du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat) ;

— *l'information officielle* :

- réglementation de l'affichage officiel (articles 15 et 17 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse),
- réglementation de l'affichage électoral (article L. 51 du Code électoral).

D'autres textes concernent tout autant le support que le contenu même du message. Il s'agit essentiellement des textes pris en matière de sécurité routière. Le décret du 11 février 1976 « relatif à la publicité et aux enseignes visibles des voies ouvertes à la circulation » complète ainsi la réglementation de l'affichage publicitaire, mais dans un but exclusif de sécurité de la circulation publique.

2. — LES INSUFFISANCES DE LA LEGISLATION

1. — Les imprécisions de la loi du 12 avril 1943.

Bien que le texte ne le spécifie pas expressément, la jurisprudence a interprété le mot de « publicité » employé dans l'intitulé de la loi du 12 avril 1943 comme limitant son champ d'application à *l'affichage commercial*.

De manière générale, les imprécisions de cette loi en ont favorisé une application par trop laxiste qui n'a pas permis d'éviter certains excès.

c) UNE RÉGLEMENTATION TROP LIBÉRALE ET INCOMPLÈTE

Malgré l'affirmation d'interdictions de principe, hors agglomération comme à l'intérieur des agglomérations, *la loi du 12 avril 1943 s'est, en réalité, avérée trop libérale.*

Assortie de nombreuses exceptions, elle a en effet permis l'installation d'affiches en des lieux qui auraient mérité d'être protégés. C'est ainsi, en particulier, qu'elle autorise hors agglomération la publicité sur les murs ou les palissades de clôtures et sur les bâtiments, sans tenir compte du préjudice qu'une telle publicité peut porter à certains espaces naturels. A l'intérieur des agglomérations, l'affichage est autorisé non seulement sur les murs et palissades, mais même sur les façades dès lors que le dispositif publicitaire n'empiète pas sur les ouvertures et ne s'élève pas à plus de 6 mètres au-dessus du sol. En outre, les *panneaux portatifs*, qui ne justifient pas l'obtention d'un permis de construire, sont laissés en dehors de toute réglementation.

La loi est par ailleurs inadaptée aux conditions modernes de la publicité.

Elle ignore la publicité sur véhicules, sur bateaux le long des côtes, dans les airs... pourtant de plus en plus répandue.

Elle ne comporte aucune disposition spécifique sur la publicité lumineuse (par néon) et bien entendu ne mentionne pas la publicité sur mobilier urbain qui connaît une extension considérable depuis une dizaine d'années.

**b) DES POSSIBILITÉS D'ADAPTATION LOCALE
ET D'INCRIMINATION INSUFFISANTES**

En réservant au Ministre chargé des Beaux-Arts et au préfet le soin d'exercer les poursuites, la loi de 1943 a singulièrement limité les possibilités de répression de l'affichage irrégulier. En effet, les préfets, malgré diverses instructions ministérielles, ne semblent pas avoir porté toute l'attention requise à la protection de l'esthétique. Les possibilités d'incrimination sont d'autant plus restreintes que, en l'absence de disposition particulière, seuls les officiers et les agents de police judiciaire de première catégorie ont compétence pour procéder à la constatation des infractions.

En outre, le caractère pénal de la loi, postulant la preuve d'une faute personnelle, ne permet de sanctionner ni l'annonceur bénéficiaire de l'affichage, ni l'entreprise de publicité, mais seulement le colleur de l'affiche.

Il faut souligner enfin que les maires sont totalement démunis pour lutter contre l'affichage irrégulier dans leur commune. La loi réserve exclusivement aux préfets la police de l'affichage.

En matière de police du cinéma par exemple qui relève de l'autorité ministérielle, le Conseil d'Etat a reconnu aux maires la possibilité de prendre des arrêtés justifiés par les circonstances locales, pour aggraver la réglementation nationale. C'est ainsi qu'un maire peut, dans le cadre de ses pouvoirs de police générale, interdire un film ayant pourtant reçu le visa de censure (Conseil d'Etat, 18 décembre 1959, films Lutétia).

Il en va différemment dans le domaine de l'affichage où le maire se voit dénier toute possibilité de réglementation. Un arrêt de la Cour de cassation, rendu en cette matière le 5 juillet 1961, affirme nettement que « lorsque le législateur accorde un pouvoir de police spéciale à une autorité donnée autre que le maire, ce dernier ne tient plus de ses attributions de police générale... le droit d'intervenir dans la matière nouvellement réglementée ». Il résulte de cette jurisprudence que, contrairement à l'immoralité des films, les atteintes à l'esthétique ne sont pas considérées par les tribunaux comme susceptibles d'engendrer des troubles locaux, au sens de la loi municipale de 1884 (article L. 131-2 du Code des communes).

Dans le cadre de la loi de 1943, le maire a pour seule possibilité de relever lui-même ou de faire relever les infractions par des officiers ou agents de police judiciaire, à l'exclusion des agents de sa police municipale. Il n'est même pas habilité à adresser les procès-verbaux directement au parquet, puisque les poursuites ne peuvent être engagées qu'à la demande du préfet ou du ministre.

2. — Les lacunes des textes fiscaux.

Les textes fiscaux, dont le but était de compléter la législation de 1943, n'ont pas plus que cette dernière empêché la dégradation de certains espaces naturels.

a) LES EXONÉRATIONS

D'après les déclarations du Ministre des Finances lors du débat sur la loi de finances pour 1965(1), l'institution d'un droit de timbre sur les affiches avait pour objet de « porter remède à la mutilation et à la défiguration du paysage français ». Or, cet objectif n'a pu être atteint, en raison de la double exception faite en faveur de certaines présignalisations et surtout de certaines catégories de portatifs exonérés de toute taxation.

b) LA CONCILIATION DES DISPOSITIONS RÉPRESSIVES ET FISCALES

La taxation de certaines formes de publicité a amené à poser le problème de la compatibilité des dispositions d'ordre fiscal et des dispositions pénales de la loi de 1943. Dans une circulaire en date du 16 janvier 1960 adressée aux préfets à la suite de l'institution du droit de timbre sur les affiches, le Ministre des Affaires culturelles affirmait que la taxation « ne saurait faire obstacle à l'application des prescriptions d'ordre public édictées par la loi de 1943 ».

Mais des tribunaux retinrent l'interprétation opposée. Dans un arrêt du 20 mars 1961, la cour d'appel de Paris a jugé que le paiement des droits fiscaux privait de fondement légal toute poursuite exercée en application de la loi de 1943. En 1962, la Cour de cassation adopta une position plus nuancée en décidant qu'une loi fiscale ne saurait en aucun point contredire la loi de 1943 (Cass. Crim., 17 mai 1962).

*
* *

Les insuffisances, voire les incohérences, de la réglementation de l'affichage ont incité les autorités administratives à utiliser des biais juridiques pour limiter les excès les plus criants. C'est ainsi

(1) *Journal officiel, Débats Sénat*, du 16 octobre 1964, page 3338.

que les préfets sont fréquemment tentés de se fonder sur les textes relatifs à la *sécurité routière* pour réglementer la publicité aux abords des voies publiques.

Les maires, quant à eux, ont principalement recours aux *règlements de voirie* pour parvenir à faire supprimer certains panneaux apposés sur un mur ou une clôture, en saillie sur la voie publique. La jurisprudence révèle à cet égard une évolution en faveur d'un élargissement des pouvoirs de gestion du domaine public exercés par les maires. Dans plusieurs de ses décisions (1), le Conseil d'Etat admet la légalité des concessions exclusives d'affichage accordées par des communes sur des palissades privées, mais implantées sur le domaine public.

L'utilisation de moyens détournés pour réglementer l'affichage n'est toutefois pas satisfaisante. Elle souligne les insuffisances de la loi de 1943 et des textes fiscaux destinés à la compléter.

C'est dans ces conditions que le présent projet tend à doter les autorités administratives d'armes à la fois plus efficaces et plus souples qui permettent de discipliner l'affichage, sans remettre en cause le développement des activités des entreprises de publicité.

(1) Notamment : Conseil d'Etat, 18 janvier 1956, Société L'Affichage marseillais.

C. — ANALYSE DU PROJET DE LOI ET MODIFICATIONS A ENVISAGER

1. -- Analyse du projet de loi.

Les dispositions du projet peuvent être rangées dans deux catégories essentielles :

— les unes (articles premier à 18) concernent la réglementation de l'affichage ;

— les autres (articles 19 à 28) organisent la répression de l'affichage irrégulier.

Enfin, des dispositions transitoires et finales prévoient la mise en œuvre progressive de la réforme.

a) LA RÉGLEMENTATION DE L’AFFICHAGE

Dans un article liminaire, le projet définit le *but de la réglementation de l'affichage* qui est « la **protection du cadre de vie** ». Ainsi le texte s'inscrit-il en droite ligne des nombreuses mesures législatives prises en matière d'environnement (cf. notamment la loi du 10 juillet 1976 sur la protection de la nature).

Le *champ d'application du projet* est beaucoup plus large que la loi du 12 avril 1943 qui ne concernait que les affiches commerciales. Il s'applique en effet de la même manière, quel que soit le contenu de l'information ou de la publicité, aux affiches commerciales, politiques, touristiques, etc. Des dispositions particulières sont prévues pour la réglementation des enseignes, préenseignes et enseignes publicitaires.

A noter que la loi ne concerne que la *publicité extérieure*, c'est-à-dire celle qui est visible des voies, privées ou publiques, ouvertes à la circulation.

Très large dans son domaine d'application, le texte a l'avantage de tenir compte des problèmes que posent les formes modernes de publicité, en particulier les inscriptions lumineuses et les portatifs spéciaux.

Comme dans la loi de 1943, le projet distingue, en fonction de critères géographiques, trois réglementations nationales de la publicité :

— il prévoit à l'article 3 l'**interdiction de toute publicité** sur certains immeubles ou dans certains espaces faisant l'objet d'une

protection particulière (immeubles et sites classés, monuments historiques inscrits à l'inventaire, monuments naturels, parcs nationaux et réserves naturelles et enfin immeubles ni classés ni inscrits qui présentent un intérêt particulier) ;

— en dehors des agglomérations, l'article 5 précise que la publicité ne pourra être autorisée qu'à titre exceptionnel à l'intérieur de périmètres dits « d'affichage autorisé » ;

— à l'intérieur des agglomérations, d'après l'article 7 du projet, c'est la liberté d'affichage qui sera la règle, et l'interdiction l'exception. Toutefois, des réglementations au plan national (fixées par décret en Conseil d'Etat) et au plan local (déterminées par arrêtés préfectoraux) permettront d'adapter la publicité à la diversité des formes de l'affichage ainsi qu'aux nécessités locales.

C'est ainsi que les préfets seraient compétents, après concertation avec les élus de chaque commune, pour aggraver ou atténuer la réglementation nationale de l'affichage, en délimitant dans certains secteurs des zones d'affichage restreint ou élargi.

Afin que cette réglementation plus rigoureuse de la publicité ne limite pas les possibilités d'expression des opinions ou d'annonce des différentes manifestations locales, l'article 11 du projet impose aux maires des communes de plus de 2 000 habitants de réserver des *emplacements gratuits pour l'affichage d'opinions et l'annonce des manifestations au plan local.*

b) LA RÉPRESSION DE L'AFFICHAGE IRRÉGULIER

La plupart des dispositions pénales du projet sont directement inspirées de la loi du 31 décembre 1976 portant réforme de l'urbanisme (codifiée aux articles L. 480-1 et suivants du Code de l'urbanisme). Le projet comporte également certaines innovations dont l'objet est de renforcer le caractère dissuasif des sanctions.

Il reprend enfin certaines des dispositions de la loi du 12 avril 1943.

Dispositions reprises de la loi du 12 avril 1943.

L'article 28 du projet, reprenant en les adaptant les dispositions de l'article 16 de la loi du 12 avril 1943, institue *une procédure d'action directe* qui permet à l'autorité administrative, avant tout engagement de poursuites, d'ordonner la suppression d'office des panneaux et affiches en infraction.

Dispositions inspirées du Code de l'urbanisme.

Reprenant les dispositions insérées à l'article L. 480-7 du Code de l'urbanisme, le projet (articles 22 et 23) permet également au tribunal d'assortir sa condamnation d'*astreintes*. La menace de se voir condamner, outre à l'amende, à une astreinte de 50 à 500 F par jour devrait inciter les afficheurs à effectuer dans les meilleurs délais la remise en état des lieux.

Dispositicns de caractère novateur.

Le projet contient également diverses dispositions de caractère plus novateur dont le but est de renforcer le *caractère dissuasif des sanctions* pénales :

1° L'article 21 dispose que l'amende pour affichage irrégulier sera appliquée non seulement autant de fois qu'il y a de publicité, mais même autant de fois qu'il y a de jours pendant lesquels celle-ci aura été faite en infraction ;

2° Au lieu de faire partir la prescription de l'action publique au jour de la commission de l'infraction, l'article 24 fixe pour point de départ de cette prescription le jour où les affiches auront été supprimées ou mises en conformité avec les dispositions auxquelles elles auront contrevenu.

2. — Modifications envisagées par la Commission des Lois.

La Commission des Lois comme celle des Affaires économiques n'a été saisie que pour avis du présent projet, la Commission des Affaires culturelles en étant saisie au fond.

Toutefois, il est significatif de constater qu'un certain consensus s'est dégagé des réflexions des trois commissions qui sont tombées d'accord sur les principes suivants :

— *donner aux élus locaux*, en particulier aux maires, *un maximum de pouvoirs* pour maîtriser la diffusion de la publicité par affichage dans les communes ;

— *trouver, en matière de sanctions, un système* qui soit suffisamment efficace, tout en étant *équitable* pour les contrevenants ;

C'est autour de ces deux idées essentielles que votre Commission des Lois s'est attachée à proposer un certain nombre de modifications au présent texte.

Elle a également donné un accord de principe à *une réforme de la fiscalité* qui permette aux communes de bénéficier de ressources plus substantielles provenant de la publicité réalisée sur leur territoire.

EXAMEN DES ARTICLES

Article premier.

Définition du but de la loi.

L'alinéa premier de cet article définit le but de la loi : assurer la « protection du cadre de vie ». S'inscrivant en droite ligne des lois récentes en matière d'environnement, ce texte tend à protéger aussi bien le patrimoine architectural que les paysages et autres espaces naturels. Il s'applique à toute publicité visible d'une voie — publique ou privée — ouverte à la circulation.

L'alinéa 2 de cet article précise que la loi, fondée sur la protection de l'esthétique, ne fait pas obstacle à l'application des autres textes sur l'affichage relatifs à la protection d'autres intérêts publics (la santé publique, la décence, etc.). Il indique en outre que la loi s'impose tant aux personnes publiques qu'aux personnes privées. Ce second alinéa qui pourrait être inséré dans toute loi, paraît superfétatoire. Votre commission vous propose donc de le supprimer.

Article 2.

Champ d'application de la loi.

L'article 2 définit le champ d'application de la loi en précisant ce qu'il faut entendre par « *publicité extérieure* ». En effet, l'un des reproches adressés à la loi du 12 avril 1943 tenait à l'absence de définition du terme de publicité. En l'absence d'une telle définition, les tribunaux en avaient restreint le champ d'application à l'affichage commercial. **Le présent texte concernera toute forme d'affichage, quel que soit le message qu'il a pour objet de transmettre.**

Il s'appliquera également à la *publicité lumineuse* ainsi qu'aux dispositifs spécialement aménagés pour recevoir la publicité. La loi de 1943 ignorait totalement ces formes modernes de publicité, qui pouvaient ainsi se développer sans aucune restriction ou possibilité de contrôle.

L'article 2 précise enfin qu'une réglementation particulière s'appliquera aux enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes.

Cette extension du champ d'application de la réglementation de l'affichage dans un but d'esthétique paraît devoir être approuvée. L'atteinte que peut porter la publicité au patrimoine architectural ou naturel est en effet indépendante de la nature de l'information ou du message transmis. Votre commission vous demande donc d'adopter cet article sans modification.

Article 3.

Lieux et emplacements où la publicité est prohibée.

Cet article, reprenant certaines des dispositions de l'article 5 de la loi de 1943, détermine les **lieux et emplacements où la publicité est prohibée de manière absolue**. Il s'agit des lieux et des édifices les plus précieux (monuments et sites classés) auxquels ont été ajoutés les parcs nationaux et les réserves naturelles qui n'existaient pas en 1943.

Afin que les dispositions de cet article soient parfaitement claires et précises, votre commission *estime nécessaire de bien distinguer les cas où la publicité sera interdite en application de législations particulières et les cas où, par décision spéciale, l'autorité administrative (le Ministre chargé de l'Environnement ou le préfet) pourra interdire la publicité sur les immeubles présentant un intérêt particulier du point de vue esthétique, historique ou pittoresque, bien que non classés ni inscrits*. Votre commission vous propose donc de mentionner dans un alinéa final, clairement distinct des précédents, ce système d'interdiction spécifique.

Article 4.

Identification de l'afficheur.

Cet article, qui reprend en les précisant les dispositions de l'alinéa 2 de l'article 8 de la loi de 1943, a pour but de permettre **d'identifier la personne ou l'entreprise d'affichage qui a posé ou installé la publicité**. Cette disposition ne peut être qu'approuvée en tant qu'elle facilitera la lutte contre l'affichage sauvage.

Article 5.

Publicité en dehors des agglomérations.

Cet article souligne le **caractère exceptionnel de la publicité en dehors des agglomérations**. Il prévoit que celle-ci ne pourra être instituée qu'à l'intérieur de **périmètres dits « d'affichage autorisé »** spécialement délimités à cet effet, à proximité d'établissements commerciaux ou industriels ou de groupements d'habitations.

Pour bien marquer le caractère exceptionnel de la publicité hors agglomération, il est préférable de spécifier que la publicité peut y être non pas permise, mais à la rigueur admise.

Pour éviter toute contestation, il paraît par ailleurs nécessaire de préciser que les périmètres d'affichage autorisé ne pourront être institués dans un rayon supérieur à 800 mètres du point le plus proche des établissements ou groupements considérés.

Enfin, pour la commodité des administrés il semble opportun de définir dans la loi elle-même le terme d'agglomération en se fondant sur l'article R. premier du Code de la route.

Article 6.

Périmètres d'affichage autorisé.

L'article 6 du projet indique que la **délimitation des périmètres d'affichage autorisé** ainsi que 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.

D'après l'exposé des motifs du projet, la réglementation locale de l'affichage, dans le cadre notamment de ces périmètres, serait élaborée conjointement par le maire et le préfet, comme cela est le cas en matière d'urbanisme pour les plans d'occupation des sols.

Si telle est l'intention du texte, il est préférable de le préciser dans la loi elle-même, plutôt que de renvoyer au décret le soin de définir la procédure d'élaboration des périmètres d'affichage autorisé.

Il convient donc de modifier l'article 6 en prévoyant expressément que *ces périmètres seront élaborés conjointement par les services de l'Etat et les communes intéressées* dans des formes analogues à celles prévues pour l'élaboration des plans d'occupation des sols (à l'article L. 123-3 du Code de l'urbanisme).

Article 7.

Régime de droit commun de la publicité en agglomération.

L'article 7 détermine les conditions dans lesquelles seront fixées par décret en Conseil d'Etat les **prescriptions de droit commun applicables à la publicité à l'intérieur des agglomérations.**

Le présent projet reprend ainsi la distinction opérée dans la loi de 1943 entre la publicité *hors agglomération* qui ne peut être qu'exceptionnelle, et la publicité *dans les agglomérations* qui est seulement réglementée.

Il est précisé dans cet article que *ces prescriptions devront varier selon les procédés et les dispositifs publicitaires utilisés* (la loi de 1943 avait fixé les mêmes prescriptions pour toute forme de publicité, ce qui a abouti à certaines situations regrettables).

De façon utile, il est également prévu que *ces prescriptions concerneront les conditions d'entretien des dispositifs et de leur remplacement.*

Enfin, le dernier alinéa de l'article 7 *soumet les dispositifs de publicité lumineuse* (en particulier par néon) *à autorisation préalable.*

Outre l'adoption de certaines modifications d'ordre rédactionnel, votre commission vous propose :

— d'exclure expressément toute possibilité de publicité sur toiture, la publicité ne devant être admise que *sur les murs des bâtiments* ;

— de clairement poser en principe la *compétence du maire* pour délivrer les autorisations individuelles dans le cadre du présent texte, et notamment de cet article.

Article 8.

Zones de réglementation spéciale de la publicité.

Par dérogation au régime de droit commun prévu à l'article 7, l'article 8 permet de soumettre la publicité dans tout ou partie d'une agglomération, à une réglementation spéciale, soit plus souple à l'intérieur de **zones d'affichage élargi**, soit au contraire plus restrictive à l'intérieur de **zones d'affichage restreint**. Il est en effet indispensable de pouvoir adapter la réglementation de l'affichage aux conditions locales. Une telle adaptation incombe au premier chef aux élus, car ils sont les mieux à même d'apprécier les mesures de nature à mettre en valeur le caractère original, le « cachet », de leur ville ou de leur village.

C'est la raison pour laquelle votre commission vous propose une nouvelle rédaction de l'article 8 attribuant aux autorités municipales (conseil municipal et maire) entière compétence pour élaborer les zones de réglementation spéciale de la publicité.

Article 9.

Régime applicable dans certains lieux sensibles.

Le premier alinéa de cet article fixe le régime de la publicité applicable à l'intérieur des agglomérations, dans des lieux qui, sans être aussi précieux que ceux prévus à l'article 3, méritent de faire l'objet d'une protection particulière. Il s'agit notamment des zones de protection délimitées autour des sites et monuments classés.

Le deuxième alinéa de l'article 9 prévoit une possibilité d'assouplissement de la réglementation de la publicité dans les sites inscrits à l'inventaire. En effet, dans la période récente, ont été inscrits à l'inventaire des sites des quartiers de très grande étendue et de forte animation commerciale ; il en est ainsi des trois quarts de la superficie de Paris.

Tout en approuvant les dispositions de l'article 9, il paraît nécessaire d'en *modifier la rédaction* afin en particulier que la réglementation applicable dans les sites inscrits à l'inventaire et dans les zones de protection délimitées autour de ces sites apparaisse de manière parfaitement claire.

Article 10.

Elaboration des zones de réglementation spéciale.

L'article 10 relatif à l'**élaboration conjointe des zones d'affichage restreint ou élargi** n'a plus lieu d'être, compte tenu de la position adoptée par la commission à l'article 8. Celle-ci vous demande donc de voter la suppression de l'article 10.

Article 10 bis (nouveau).

Affichage commercial de grande dimension.

L'**affichage commercial de grande dimension** est un véritable fléau lorsqu'il s'étale en plein cœur de nos villages ou dans des quartiers pittoresques de nos villes. C'est pourquoi il convient de soumettre dans les agglomérations ce type d'affichage à la surveillance étroite du maire.

Tel est l'objet de l'article 10 bis (nouveau) que votre commission vous demande d'adopter

Article 11.

Emplacements réservés à l'affichage informatif ou d'opinion.

Cet article impose aux maires des communes de plus de 2 000 habitants de réserver gratuitement des **emplacements destinés à l'affichage d'opinions** ainsi qu'à l'**annonce des diverses manifestations locales ou politiques**. En effet, sans une telle disposition, l'extension du champ d'application du présent texte à toutes les formes d'affichage, même politique ou purement informatif, risquerait de restreindre de manière excessive les moyens d'expression de ceux qui n'ont pas les possibilités financières d'avoir recours aux entreprises d'affichage.

On doit signaler qu'une telle mesure est déjà appliquée dans certaines villes (à Montpellier, par exemple).

Pour que soit respecté le *principe d'égalité* des administrés à l'intérieur de chaque commune, *il convient d'étendre le champ d'application de l'article 11, dans toutes les communes*. Toutefois, pour des raisons d'ordre matériel (1), les communes de moins de 500 habitants devraient pouvoir, à titre tout à fait exceptionnel, se dispenser de panneaux d'affichage réservés.

Article 12.

Publicité sur véhicules, dans l'air ou sur l'eau.

Cet article permet de **réglementer, voire d'interdire, la publicité sur véhicules, dans l'air ou sur l'eau**. Il comble ainsi une lacune de la loi de 1943 qui, en l'absence de disposition expresse, a été interprétée par la jurisprudence comme ne visant que la publicité réalisée sur des immeubles, bâtis ou non bâtis.

La réglementation des types très particuliers de publicité prévus à l'article 12 nécessite l'intervention d'un décret en Conseil d'Etat, auquel, selon votre commission, il convient de faire référence.

Article 12 bis (nouveau).

Publicité sur les palissades de chantiers.

En contrepartie des sujétions imposées aux communes par les **chantiers de travaux, cet article tend à permettre aux communes d'utiliser pour la publicité les palissades de ces chantiers, non seulement lorsqu'elles débordent sur le domaine public communal, mais également lorsqu'elles sont à l'alignement**.

Article 13.

Définition des enseignes et enseignes publicitaires.

Cet article définit les termes « enseigne » et « enseigne publicitaire ». L'absence de définition de ces termes par la loi de 1943 avait donné lieu à un abondant contentieux.

L'article 13 est donc de nature à faciliter l'application du présent texte.

(1) Modicité des ressources, configuration géographique de la commune.

Article 14.

Régime applicable aux enseignes et enseignes publicitaires.

Comme le fait l'article 7 pour la publicité, *le premier alinéa de cet article* détermine les conditions dans lesquelles seront fixées les **prescriptions de droit commun applicables aux enseignes et enseignes publicitaires**, et prévoit des possibilités d'adaptation locale de cette réglementation par l'autorité administrative.

Le deuxième alinéa tend à soumettre à autorisation préalable toute installation d'une enseigne ou d'une enseigne publicitaire dans les lieux sensibles (mentionnés aux articles 3 et 9) ou dans les zones d'affichage restreint. Il permet même d'y interdire toute enseigne publicitaire.

Pour confirmer les pouvoirs du maire dans le cadre du présent texte, votre commission nous demande de préciser qu'il incombera à cette autorité de délivrer les autorisations nécessaires. Elle vous propose également certaines modifications d'ordre rédactionnel.

Article 15.

Régime applicable aux préenseignes.

Cet article définit le terme de « **préenseigne** » et précise la réglementation qui s'y applique. Le principe retenu à *l'alinéa premier* est de soumettre les préenseignes aux mêmes dispositions que celles applicables à la publicité dans les lieux considérés.

L'alinéa 2 mentionne toutefois que *des dérogations* pourront être accordées pour l'installation de préenseignes présentant un intérêt particulier, *soit hors agglomération* (hôtels, restaurants, garages), *soit à l'intérieur des agglomérations* (pharmacies, ateliers d'artisan en retrait de la voie).

Pour les raisons de principe précédemment évoquées, votre commission estime nécessaire de conférer expressément *au maire* compétence pour délivrer les autorisations prévues au présent article. Elle vous propose également de remplacer au premier alinéa le mot « autorisations » résultant d'une erreur typographique dans le projet par le mot « dispositions », et d'adopter quelques modifications d'ordre purement rédactionnel.

Article 16.

Responsabilité de l'Etat en matière d'affichage.

Cet article précise que **les autorisations prévues par le présent texte seront délivrées, comme le permis de construire, au nom de l'Etat.** Quelque désir qu'aient les élus d'exercer les pouvoirs les plus étendus en matière d'affichage, une telle solution paraît réaliste. En l'état actuel des finances locales, il serait en effet hasardeux de faire supporter aux communes la charge du contentieux qui résultera de l'application de la loi.

Article 16 bis (nouveau).

Publicité des règles concernant l'affichage.

Plus précise et mieux adaptée aux différentes formes de publicité, la réglementation de l'affichage deviendra plus complexe. Il est donc nécessaire que **le public puisse en prendre connaissance** dans les meilleures conditions, dans les mairies. Tel est l'objet de l'article 16 bis nouveau.

Article 16 ter (nouveau).

Commission départementale compétente en matière de sites.

A l'heure actuelle, la **Commission départementale des sites** n'est complétée, lorsqu'elle est consultée en matière d'affichage, que par deux représentants des professions publicitaires ayant voix consultative. Les maires des communes intéressées n'y ont également que voix consultative.

Pour éviter autant que possible un contentieux qui nuirait à l'application de la loi, il convient de renforcer la **représentation des publicitaires et des collectivités locales intéressées** en leur donnant voix délibérative. Tel est l'objet de l'article 16 ter (nouveau).

Article 17.

Contrats d'affichage.

Cet article précise, dans un souci de protection des intérêts des particuliers, **les conditions auxquelles sont soumis les contrats d'affichage :**

— *l'autorisation écrite du propriétaire* est exigée, même lorsque la publicité a un caractère temporaire (ce qui n'est pas le cas dans la loi de 1943). Par contre, n'est plus requise l'autorisation des autres ayants droit ;

— la *durée maximum du contrat est fixée à six ans*, pour éviter les abus actuellement constatés ;

— le preneur se voit infliger une obligation de *remise en état des lieux, en fin de contrat* ;

— le *contrat pourra enfin être résilié d'office* à défaut de paiement dans le mois.

Pour que le cocontractant ait une connaissance précise de ses droits, les quatre premiers alinéas ci-dessus devront être reproduits dans le contrat.

Enfin, le dernier alinéa de l'article prévoit que ses dispositions sont d'ordre public, si bien que si l'une d'entre elles n'est pas respectée le contrat sera nul de plein droit, sans qu'un recours judiciaire soit nécessaire.

Il convient d'approuver les dispositions protectrices de cet article, en y ajoutant au troisième alinéa une disposition supplémentaire qui impose expressément aux sociétés d'affichage une obligation d'entretien des emplacements loués.

Article 18.

Conventions de concession de publicité.

L'article 18 fixe à *douze ans* (au lieu de six ans pour les particuliers) la **durée maximum des conventions de concession de publicité** signées par les collectivités publiques.

Cet article tient compte des critiques de la Cour des Comptes qui, dans son rapport de 1973, avait déploré la durée trop longue de certaines conventions concernant notamment la publicité sur mobilier urbain.

Cet article doit être adopté sans modification.

Article 19.

Répression des délits d'affichage irrégulier.

I. — *L'article 19 érige en délit puni d'une seule peine d'amende* (portée au double en cas de récidive) **l'affichage irrégulier dans les secteurs sensibles à savoir :**

— dans les lieux et emplacements ou selon des procédés interdits en application des articles 3 (immeubles et sites classés, monuments naturels, parcs nationaux, etc.), 5 (périmètres d'affichage autorisé hors agglomérations), 9 (zones d'affichage restreint dans les zones de protection des sites et monuments classés), 12 (publicité

sur véhicules, sur l'eau ou dans les airs), 14 (prescriptions s'appliquant aux enseignes et enseignes publicitaires) et 15 (dispositions relatives aux préenseignes) ;

— dans les zones d'affichage restreint mentionnées à l'article 8 (qui peuvent être instituées à l'intérieur des agglomérations).

Est également constitué en **délit l'affichage effectué sans autorisation préalable** lorsque celle-ci est exigée en application de la loi ; *une autorisation est en effet obligatoirement exigée dans les cas suivants :*

— installation de dispositifs de publicité lumineuse (art. 7, alinéa 2) ;

— installation d'une enseigne ou d'une enseigne publicitaire sur les monuments et sites classés et autres emplacements mentionnés à l'article 3, dans les zones de protection des monuments et sites classés prévus à l'article 9 et dans les zones d'affichage restreint (article 14, alinéa 2).

La publicité peut également être soumise à autorisation dans les zones d'affichage restreint (article 8, alinéa premier).

II. — *En vertu du dernier alinéa de l'article 19, sera également puni de peines correctionnelles celui qui aura omis de se mettre en conformité avec les prescriptions de la loi dans le délai prévu pour son application progressive.*

*
*

L'article 19 appelle plusieurs observations :

1° Si le taux de l'amende (de 200 à 5 000 F) est faible, cela s'explique par les dispositions de l'article 21 qui prévoit des *amendes cumulatives appliquées par ailleurs autant de fois qu'il y a de jours pendant lesquels la publicité aura été faite en infraction*. On examinera à l'article 21 les problèmes que pose une telle disposition. Compte tenu de ces problèmes, *il semble préférable d'augmenter le taux de l'amende en le fixant de 1 000 F à 20 000 F* (le taux actuel étant de 20 000 F) *et de supprimer tout système d'amende journalière ;*

2° On doit se féliciter de ce que *la loi prévoit expressément d'incriminer l'afficheur* qui, en vertu de l'article 4, devra mentionner son nom ou sa raison sociale sur la publicité. (En effet, en l'absence de disposition expresse de la loi du 12 avril 1943, seul le collecteur d'affiches, personnellement responsable de l'affichage irrégulier, peut actuellement être réprimé.) En pratique, lorsqu'il

s'agira d'une société, les poursuites devront être diligentées à l'encontre des dirigeants responsables ayant qualité pour engager cette dernière ;

3° Le dernier alinéa de l'article 19 a pour but de *contraindre les afficheurs à se mettre progressivement en conformité avec les dispositions de la nouvelle loi*. Sans prévoir une véritable rétro-activité, seraient ainsi conférés à cette loi certains effets juridiques à l'égard de l'affichage effectué avant son entrée en vigueur. Compte tenu de l'application défectueuse de la loi de 1943, une telle disposition est indispensable pour remédier aux excès les plus criants.

La suppression du système d'amendes journalières prévu à l'alinéa 2 de l'article 21 impose de compléter le présent article de manière à *maintenir le caractère dissuasif des sanctions*.

Votre commission vous suggère, dans ce but, d'insérer un nouvel alinéa à l'article 19 pour instaurer un *système de « mitigation »* (1).

Selon un tel système, l'amende serait réduite de moitié au cas où le contrevenant aurait fait cesser l'infraction après injonction.

Pour éviter que certaines entreprises n'aient malgré tout « intérêt » à commettre des infractions, il est apparu indispensable de prévoir que *le montant de l'amende ne pourra, en aucun cas, être inférieur à celui des recettes procurées par la publicité irrégulière*.

Article 20.

Complicité de l'annonceur.

L'article 20 prévoit de **punir l'annonceur des mêmes peines que l'afficheur**, lorsque celui-ci aura omis de mentionner ou aura incorrectement inscrit son nom ou sa raison sociale sur l'affiche ou la publicité. L'annonceur se verrait ainsi infliger une *sorte de devoir de contrôle* à l'égard des entreprises d'affichage auxquelles il fait appel.

Cette disposition est trop rigoureuse. Selon votre commission, il suffit d'appliquer à l'annonceur les règles classiques de la complicité, tout en prévoyant une incrimination particulière pour absence de mention ou mention inexacte ou incomplète de l'afficheur. Telle est l'objet de la nouvelle rédaction qui vous est proposée de l'article 20.

(1) Ce système est notamment prévu aux articles 138 (contrefaçon de monnaie) et 355 (rapt d'enfant) du Code pénal.

Article 21.

Calcul des amendes.

L'article 21 est une disposition relativement novatrice. *En son alinéa 1*, il a pour objet — dans un but de dissuasion — de faire échec au principe du non-cumul des peines en matière correctionnelle (principe affirmé par l'article 5 du Code pénal). A cet effet, il prévoit que l'amende correctionnelle sera appliquée autant de fois qu'il y aura de publicité en infraction.

En son alinéa 2, il prévoit de multiplier le taux de l'amende par le nombre de jours durant lesquels la publicité aura été faite en infraction.

..

Si le premier alinéa de l'article 21 paraît devoir être approuvé, en revanche l'alinéa 2 suscite d'importantes réserves :

1° *Le système prévu à l'alinéa 1 présente un double avantage :*

— tout d'abord, il s'inscrit dans l'évolution de notre droit pénal qui tend à proportionner les peines d'amende à l'importance de l'infraction du point de vue économique. C'est ainsi par exemple, qu'en application de la loi du 27 décembre 1973, le taux des amendes infligées en matière de publicité mensongère est égal à 50 % du produit de cette publicité ;

— cette disposition est également justifiée du point de vue de l'équité. En effet il serait anormal que le cumul s'applique aux contraventions, alors que ne pourrait être infligée qu'une seule amende au cas où l'afficheur aurait commis plusieurs délits d'affichage irrégulier.

2° *Les dispositions de l'alinéa 2 sont, par contre, plus contestables :*

— d'une part, elles risquent de porter l'amende à un taux exorbitant ;

— d'autre part, elles ont pour inconvénient de faire supporter aux afficheurs les conséquences de la carence des services de constatations. En effet, plus tard l'infraction aura été constatée, plus l'amende serait élevée.

Certes, le système de l'amende cumulative journalière n'est pas sans précédent. Il existe dans la législation du travail. Il vient

également d'être mis en place par un décret n° 77-759 du 7 juillet 1977, codifié aux articles R. 443-1 et suivants du Code de l'urbanisme, relatif au stationnement des caravanes. En vertu de l'article R. 443-14 de ce Code, l'amende pour stationnement irrégulier de caravanes, fixée à un taux faible (jusqu'à 1 000 F), est appliquée autant de fois qu'il y a de caravanes et de journées de stationnement irrégulier.

La transposition de ce système ne se justifie toutefois pas dans le cas de l'affichage irrégulier : le stationnement irrégulier de caravanes est très « voyant » et apparaît la plupart du temps délibérément intentionnel. Compte tenu de l'extrême complexité de la réglementation l'afficheur en infraction, quant à lui, peut éventuellement être de bonne foi.

C'est pour l'ensemble de ces raisons qu'il convient de supprimer l'alinéa 2 de l'article 21. Une telle suppression n'atténuera pas le caractère dissuasif des sanctions dès lors que seront sensiblement augmentés le taux des amendes, comme cela est notamment prévu par votre commission à l'article 19.

Article 22.

Institution d'un système d'astreintes.

L'article 22 est calqué sur l'article L. 480-7 du Code de l'urbanisme qui permet au tribunal d'impartir au bénéficiaire de travaux irréguliers ou d'une utilisation irrégulière du sol un délai pour l'exécution de l'ordre de démolition, de mise en conformité ou de réaffectation, et d'assortir sa décision d'une *astreinte* de 50 à 500 F par jour de retard (cf. également l'article L. 316-4 relatif aux lotissements).

L'astreinte qui intervient après jugement est une mesure particulièrement efficace pour mettre fin à la dégradation des paysages par un certain type d'affichage intempestif.

A noter que contrairement aux amendes qui ne sont pas applicables (sous réserve des dispositions transitoires sur la mise en application progressive de la réforme) aux infractions commises antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi, les dispositions relatives aux astreintes sont d'application immédiate (Cass. Crim. 18 juin 1969).

Article 23.

Régime des astreintes.

Cet article est également inspiré du Code de l'urbanisme (article L. 480-7, dernier alinéa, et L. 480-8 du Code de l'urbanisme). Il prévoit deux catégories de dispositions :

1° L'une, en faveur du condamné, lui permet d'obtenir une **diminution du montant de l'astreinte**, lorsque des raisons techniques, par exemple, l'auront empêché d'exécuter la décision du tribunal dans les délais impartis :

2° L'autre, à l'avantage de la commune du lieu de l'infraction, permet **d'affecter au budget communal le produit de l'astreinte acquittée par l'afficheur** (l'amende restant quant à elle recouvrée au bénéfice de l'Etat).

Cet article doit être adopté moyennant un simple amendement d'ordre rédactionnel.

Article 24.

Prescription de l'action publique.

Cet article tend à fixer le **point de départ de la prescription de l'action publique**, non pas au jour où l'infraction aura été commise, mais au jour où celle-ci aura cessé.

En d'autres termes, pour faire échec à une jurisprudence de la Cour de cassation (cf. notamment Cass. Crim. 16 décembre 1964, Bloch et société Bendix Philbix), il s'agit de *transformer l'affichage irrégulier, d'infraction instantanée en infraction à caractère continu*.

Une telle solution (appliquée en matière d'usure ou d'usage de faux par exemple) ne paraît pas adaptée au cas de l'affichage irrégulier. Pourquoi, dans ces conditions, ne serait-elle pas appliquée aux constructions irrégulières ou sans permis ? Il convient de revenir au droit commun, pour bien marquer que c'est aux services de constatations (qui en vertu de l'article 27 du projet seront plus étoffés) qu'il incombe d'être assez diligents pour constater à temps les infractions.

Article 25.

Contraventions d'affichage irrégulier.

Cet article prévoit la création par le pouvoir réglementaire de plusieurs catégories de **contraventions pour affichage irrégulier**.

Dans un but d'équité, il prévoit que *les règles de la complicité s'appliqueront de la même manière qu'aux délits prévus à l'article 19*. A noter que l'extension des règles de complicité aux contraventions n'est pas sans précédent (1).

Cet article doit être adopté sans modification.

Article 26.

Rôle des associations de défense de l'environnement.

L'un des reproches majeurs adressés à la loi de 1943 réside dans l'insuffisance des possibilités d'incrimination. L'action publique en effet ne peut être mise en mouvement que par le Ministre chargé de l'environnement ou par les préfets. Or, les préfets, il faut le reconnaître, se sont, jusqu'à présent, montrés peu soucieux de faire respecter la réglementation sur l'affichage.

Il est donc utile d'autoriser les associations de défense de l'environnement à se constituer partie civile contre un afficheur en infraction. Le droit de se porter partie civile est maintenant reconnu aux associations par de nombreux textes comme le Code de l'urbanisme, la loi du 10 juillet 1976 sur la protection de la nature, la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat, etc.

Les associations autorisées par la présente loi à intenter l'action civile devront présenter les mêmes garanties que les associations mentionnées dans le Code de l'urbanisme et dans la loi du 10 juillet 1976, à savoir :

- soit être reconnues d'utilité publique ;
- soit être régulièrement déclarées depuis au moins trois ans et bénéficier d'un agrément délivré par l'Administration.

Alors que l'article 26 limite leurs possibilités d'intervention en matière de délits, il paraît logique de reconnaître leur action recevable également en matière de contravention. Tel est l'objet de l'amendement que votre commission vous demande d'adopter à l'article 26.

(1) Celles-ci s'appliquent notamment aux contraventions suivantes :

- rixes, voies de fait ou violences légères (art. R. 38, 1°, du Code pénal) ;
- coups et blessures volontaires de faible gravité (art. R. 40, 1°, du Code pénal) ;
- bruits et tapages nocturnes (art. R. 34, 8°, du Code pénal).

Article 27.

Constatation des infractions.

Cet article accroît, de manière opportune, le nombre des agents habilités à constater les infractions d'affichage irrégulier. En l'absence de disposition expresse dans la loi de 1943, seuls les officiers de police judiciaire et les agents de police judiciaire peuvent actuellement procéder à de telles constatations, ce qui est tout à fait insuffisant.

Article 28.

Enlèvement d'office des affiches en infraction.

Cet article, qui reprend les dispositions de l'article 16 de la loi de 1943, est très utile car il donne à l'Administration le droit de faire enlever d'office les affiches en infraction. Toutefois, il est nécessaire :

1° De spécifier que ce droit appartiendra aux maires ou aux préfets ;

2° D'imposer à l'Administration d'avertir à l'avance le propriétaire de l'emplacement ;

3° D'exclure toute possibilité de mettre à la charge du propriétaire le remboursement des frais d'enlèvement d'office avancés par l'Administration.

Moyennant ces modifications, il convient d'adopter l'article 28.

Article 29.

Application progressive de la loi.

L'article 29 prévoit une application progressive de la loi et des dispositions réglementaires prises pour son application. Si les afficheurs n'ont pas régularisé leur situation à l'expiration d'un délai de deux ans, ils seront passibles, selon le présent article, des peines prévues à l'article 19 du projet.

Une telle disposition doit être approuvée car elle est seule en mesure de remédier à la dégradation de certains sites et paysages. Toutefois, le délai de deux ans paraît trop court. Il devrait être porté à trois ans pour permettre aux sociétés d'affichage de réorienter leur activité en fonction des prescriptions nouvelles qui leur seront imposées.

Article 30.

Application de la réforme aux contrats en cours.

Cet article oblige les particuliers et les collectivités publiques à résilier éventuellement les **contrats et conventions d'affichage** qu'ils ont passés dans un certain délai pour tenir compte de la durée nouvelle des contrats fixée par la loi.

Cet article peut apparaître comme le corollaire du précédent. Toutefois, il constitue une ingérence du législateur dans des rapports de droit privé.

C'est pourquoi votre commission a estimé indispensable d'en limiter la portée. Elle a pensé qu'il convenait de ne viser que les cas dans lesquels certains afficheurs auraient mis à profit les délais de mise en application du présent texte pour conclure des contrats d'une durée excessive. C'est uniquement pour déjouer de telles manœuvres que votre commission vous propose d'adopter une nouvelle rédaction de l'article 30 *limitant aux contrats conclus depuis moins d'un an avant la promulgation de la loi* l'application des dispositions nouvelles concernant la durée des contrats.

Article 31.

Modalités d'application de la loi.

L'article 31 renvoie au *décret en Conseil d'Etat* le soin de préciser les **modalités d'application de la loi**. Il doit être adopté sans modification.

Article 32.

Entrée en vigueur de la loi.

L'article 32 comporte deux alinéas :

- le premier tend à abroger la loi du 12 avril 1943 ;
- le second précise que la loi entrera en vigueur au plus tard six mois après sa publication.

Cet article doit être adopté sans modification.

*
*
*

Sous réserve de ces commentaires et des amendements qu'elle vous propose dans le tableau comparatif ci-après, votre Commission des Lois vous demande d'adopter le présent projet de loi.

TABLEAU COMPARATIF

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des lois (saisie pour avis).
<p>Loi n° 217 du 12 avril 1943 relative à la publicité par panneaux-réclame, par affiches et aux enseignes.</p>	<p align="center">Article premier.</p> <p>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.</p> <p align="center">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.</p> <p align="center">CHAPITRE PREMIER</p> <p align="center">Dispositions applicables à la publicité extérieure.</p> <p align="center">Section 1. — <i>Dispositions générales.</i></p> <p align="center">Art. 2.</p> <p>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.</p>	<p align="center">Article premier.</p> <p>La présente loi...</p> <p>...aux enseignes publicitaires et aux préenseignes, dès lors que celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.</p> <p align="center">Alinéa sans modification.</p> <p align="center">CHAPITRE PREMIER</p> <p align="center">Dispositions applicables à la publicité extérieure.</p> <p align="center">Section 1. — <i>Dispositions générales.</i></p> <p align="center">Art. 2.</p> <p align="center">Sans modification.</p>	<p align="center">Article premier.</p> <p align="center">Alinéa sans modification.</p> <p align="center">Alinéa supprimé.</p> <p align="center">CHAPITRE PREMIER</p> <p align="center">Dispositions applicables à la publicité extérieure.</p> <p align="center">Section 1. — <i>Dispositions générales.</i></p> <p align="center">Art. 2.</p> <p align="center">Sans modification.</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
Art. 5.	Art. 3.	Art. 3.	Art. 3.
Toute publicité est interdite :	Toute publicité est interdite :	Alinéa sans modification.	Alinéa sans modification.
1° sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques en vertu de la loi du 31 décembre 1913-23 juillet 1927 ;	1° sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;	1° sans modification ;	1° sans modification ;
2° sur les monuments naturels et dans les sites classés, inscrits ou protégés par application de la loi du 2 mai 1930 ;	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 ;	2° sans modification ;	2° sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
3° sur les édifices et monuments qui, bien que non classés ou inscrits, présentent un caractère artistique, esthétique ou pittoresque, ainsi que dans les sites urbains, les ensembles architecturaux et les perspectives monumentales ou autres ;	3° sur les monuments naturels et dans les sites classés ;	3° sans modification ;	3° dans les parcs nationaux et les réserves naturelles.
4° sur les parties d'immeubles bâtis ou non qui sont situées à une distance de moins de 100 mètres des monuments historiques ou naturels classés, des sites classés ou protégés, des édifices ou sites urbains énumérés au paragraphe précédent et qui se trouvent dans un même champ de vision que ces monuments ou sites ;	4° dans les parcs nationaux et les réserves naturelles.	4° sans modification ;	Le Ministre chargé de l'Environnement ou le préfet peut également, après avis de la Commission départementale compétente en matière de sites, interdire toute publicité sur des immeubles qui, bien que non classés ni inscrits, présentent un caractère esthétique, historique ou pittoresque.
5° sur les parties d'immeubles bâtis ou non qui sont situées à une distance de moins de 100 mètres des monuments et des sites simplement inscrits à l'inventaire des monuments historiques ou des sites et qui se trouvent dans un même champ de vision que ces		5° dans tout ou partie d'une agglomération, par délibération du conseil municipal, sous réserve des dispositions de l'article 2.	

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p>monuments ou sites lorsque ces derniers figurent sur une liste spéciale établie dans chaque département par la commission des monuments naturels et des sites et approuvée par le préfet.</p>			
<p>Des arrêtés préfectoraux établiront, par département, la liste des édifices, monuments, sites et ensembles sur lesquels et autour desquels l'affichage est interdit en application des 3° et 4° du présent article.</p>			
		<p align="center">Art. 3 bis (nouveau).</p>	<p align="center">Cf. article 16 ter (nouveau).</p>
		<p>Lorsqu'elle est consultée en application de la présente loi, à l'exception des dispositions de l'article 3 ci-dessus, la Commission départementale compétente en matière de sites est complétée par des représentants des professions et des collectivités locales intéressées.</p>	
<p align="center">Art. 8 (alinéa 2).</p>	<p align="center">Art. 4.</p>	<p align="center">Art. 4.</p>	<p align="center">Art. 4.</p>
<p>Toute publicité de même nature doit mentionner en caractères lisibles le nom de l'entreprise d'affichage qui l'effectue, ainsi que les dates de début et d'expiration du contrat.</p>	<p>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.</p>	<p>Toute publicité... ... qui les a apposés ou installés. Toutefois, cette obligation ne s'applique pas aux publicités visées à l'article 12, ainsi qu'à la publicité faite sur mobilier urbain.</p>	<p>Sans modification.</p>
	<p align="center">Section 2. — Publicité en dehors des agglomérations.</p>	<p align="center">Section 2. — Publicité en dehors des agglomérations.</p>	<p align="center">Section 2. — Publicité en dehors des agglomérations.</p>
	<p align="center">Art. 5.</p>	<p align="center">Art. 5.</p>	<p align="center">Art. 5.</p>
<p align="center">Article premier.</p>	<p>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</p>	<p>En dehors des agglomérations, la publicité ne peut être admise qu'à titre exceptionnel... ... qu'à proximité d'établissements commerciaux ou</p>	<p>En dehors des agglomérations, la publicité ne peut être admise qu'à titre exceptionnel... ... qu'à proximité d'établissements commerciaux ou</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p>murs ou palissades de clôture, à une hauteur ne dépassant pas 3 mètres au-dessus du niveau du sol et sans que la dimension de chaque affiche puisse excéder 3 mètres carrés, et à l'exception des affiches ne dépassant pas 1,50 mètre carré de superficie et constituant la présignalisation des hôtels, restaurants, garages et postes de distribution des carburants.</p>	<p>industriels ou de groupements d'habitation.</p> <p>Le terme « agglomération » est pris dans le sens retenu en matière de circulation routière.</p>	<p>industriels ou dans des lieux dits importants.</p> <p>Alinéa sans modification.</p> <p>La taxe prévue à l'article 944 du Code général des impôts est supprimée.</p>	<p>industriels ou de groupements d'habitation, et au maximum dans un rayon de 800 mètres.</p> <p>Le terme « agglomération », au sens de la présente loi, désigne un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, l'entrée et la sortie de cet espace étant signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. En aucun cas, un lieu dit ne peut être considéré comme une agglomération.</p>
<p align="center">Art. 6.</p>	<p align="center">Art 6.</p>	<p align="center">Art. 6.</p>	<p align="center">Art. 6.</p>
<p>Aux emplacements et lieux où elle n'est pas prohibée par la présente loi, la publicité par affiches, panneaux-réclame, peintures ou dispositifs quelconques peut être interdite ou réglementée par le préfet sur tout ou partie du territoire de chaque commune.</p> <p>Les mesures d'interdiction ou de réglementation concernant le territoire de plusieurs départements seront édictées par décrets, sur le rapport du Secrétaire d'Etat chargé des Beaux-Arts.</p>	<p>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.</p>	<p>Les périmètres d'affichage autorisés sont élaborés conjointement par les services de l'Etat et les communes intéressées ou, lorsqu'ils existent, les établissements publics groupant les dites communes et ayant compétence en matière d'urbanisme.</p> <p>Ils sont publiés par arrêté préfectoral après avis des conseils municipaux intéressés et de la Commission départementale compétente en matière de sites.</p> <p>Ces avis sont réputés favorables s'ils n'interviennent pas dans un délai de trois mois.</p> <p>Les périmètres d'affichage autorisés peuvent être modifiés dans les conditions prévues pour leur élaboration.</p>	<p>Les périmètres d'affichage autorisé sont élaborés conjointement par les services de l'Etat et les communes intéressées ou, lorsqu'ils existent, les établissements publics groupant les dites communes et ayant compétence en matière d'urbanisme.</p> <p>Ils sont publiés par arrêté préfectoral après avis des conseils municipaux intéressés ou des organes compétents des établissements publics susvisés ainsi que de la Commission départementale compétente en matière de sites. Ces avis sont réputés favorables s'ils n'interviennent pas dans le délai de trois mois. En cas d'avis défavorable du conseil municipal ou de l'organe compétent de l'un des établissements publics susvisés, les périmètres d'affichage autorisé sont publiés par arrêté ministériel.</p> <p>Ces périmètres peuvent être modifiés dans les conditions prévues pour leur élaboration.</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
Art. 3.	Art. 7.	Art. 7.	Art. 7.
<p><i>Dans les agglomérations, il est interdit :</i></p> <p>1° de faire aucune publicité sur les toitures et au-dessus de la ligne de base de celles-ci ;</p> <p>2° d'établir aucune publicité devant les fenêtres, baies ou devantures des immeubles bâtis ;</p> <p>3° d'installer aucun dispositif sur un mur ou une palissade pour en augmenter les dimensions en vue de la publicité ;</p> <p>4° d'établir ou d'agencer aucune construction quelconque pour servir principalement à la publicité, à l'exception de celles établies par les municipalités avec l'approbation préfectorale.</p>	<p>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.</p> <p>L'installation des dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence est soumise à autorisation.</p>	<p>Section 3. — <i>Publicité à l'intérieur des agglomérations.</i></p> <p>A l'intérieur des agglomérations...</p> <p>... la publicité est admise si elle satisfait...</p> <p>... en Conseil d'Etat. Ce décret précise...</p> <p>... sur les bâtiments et sur les clôtures, les conditions d'implantation et d'espacement des portatifs ou...</p> <p>... leur emplacement.</p> <p>L'installation des dispositifs...</p> <p>... soumise à autorisation du maire.</p>	<p>Section 3. — <i>Publicité à l'intérieur des agglomérations.</i></p> <p>A l'intérieur des agglomérations...</p> <p>... la publicité est admise si elle satisfait...</p> <p>... en Conseil d'Etat. Ce décret précise...</p> <p>... sur les murs des bâtiments et sur les clôtures, les conditions d'implantation des portatifs ou d'utilisation...</p> <p>... supports publicitaires. Il détermine également la hauteur au-dessus du sol de la publicité, sa surface unitaire ou sa surface totale sur un même support, et fixe les conditions d'entretien des dispositifs et de leur emplacement.</p> <p>L'installation des dispositifs...</p> <p>... soumise à autorisation du maire.</p>
Cf. également l'article 7 de la loi du 12 avril 1943.	Art. 8.	Art. 8.	Art. 8.
<p>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 ».</p> <p>A l'intérieur des zones d'affichage restreint, l'autorité administrative peut interdire certaines catégories de dispositifs publici-</p>	<p>Dans tout ou partie d'une agglomération, le conseil municipal peut, par délibération, délimiter des zones de réglementation spéciale de la publicité dénommées « zones d'affichage restreint » ou « zones d'affichage élargi ».</p> <p>A l'intérieur des zones d'affichage restreint, le maire peut interdire certaines catégories de dispositifs...</p>	<p>Dans tout ou partie d'une agglomération, le conseil municipal peut délimiter des zones de réglementation spéciale de la publicité dénommées « zones d'affichage restreint » ou « zones d'affichage élargi ».</p> <p>A l'intérieur des zones d'affichage restreint, le maire peut interdire certaines catégories de dispositifs...</p>	

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p align="center">—</p> <p align="center">Art. 7.</p> <p>Dans les stations classées en vertu de la loi du 3 avril 1942, dans les villes d'art et dans les localités de caractère artistique ou pittoresque dont la liste sera établie par arrêté concerté entre le Secrétaire d'Etat chargé des <i>Beaux-Arts</i> et le Secrétaire d'Etat à l'intérieur, le préfet établira des zones d'affichage restreint.</p> <p>Dans ces zones, seule sera autorisée, dans les conditions et aux emplacements déterminés par l'arrêté préfectoral, l'apposition de panneaux-réclame, peintures ou affiches qui auront au maximum une surface de 4 mètres carrés et qui ne pourront ni dépasser une hauteur de 3 mètres au-dessus du niveau du sol, ni être placés ailleurs que sur des murs ou palissades de clôture.</p>	<p>taires, 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.</p> <p>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.</p> <p align="center">Art. 9.</p> <p>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 aux 1° et 2 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.</p> <p>Toutefois dans les sites inscrits à l'inventaire, elle peut être autorisée par appli-</p>	<p align="center">—</p> <p align="center">Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).</p> <p align="center">—</p> <p align="center">... fixées en application de l'article 7.</p> <p>A l'intérieur des zones d'affichage élargi, le préfet, sur demande ou après avis du maire, détermine...</p> <p align="center">... de l'article 7.</p> <p><i>Dans ces zones, tout intéressé pourra obtenir du maire, dans le délai d'un mois, la délivrance d'un certificat précisant les prescriptions applicables.</i></p> <p align="center">Art. 9.</p> <p><i>Dans les zones de protection délimitées autour des sites et autour des monuments historiques classés...</i></p> <p align="center">... être admise que par l'institution d'une zone d'affichage restreint.</p> <p align="center">Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).</p> <p align="center">—</p> <p align="center">... fixées en application de l'article 7.</p> <p><i>Dans les sites inscrits à l'inventaire et dans les zones de protection délimitées au-</i></p>	<p align="center">—</p> <p align="center">Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).</p> <p align="center">—</p> <p align="center">... fixées en application de l'article 7.</p> <p>A l'intérieur des zones d'affichage élargi, le maire peut soumettre la publicité à des conditions particulières ayant pour effet d'alléger tout ou partie des prescriptions fixées en application de l'article 7.</p> <p align="center">Art. 9.</p> <p><i>Dans les zones de protection délimitées autour des sites ou des monuments historiques classés, dans les secteurs sauvegardés, à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au 1° et au dernier alinéa 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 admise que par l'institution d'une zone d'affichage restreint.</i></p> <p align="center">Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).</p> <p align="center">—</p> <p align="center">... fixées en application de l'article 7.</p> <p>A l'intérieur des zones d'affichage élargi, le maire peut soumettre la publicité à des conditions particulières ayant pour effet d'alléger tout ou partie des prescriptions fixées en application de l'article 7.</p> <p align="center">Art. 9.</p> <p><i>Dans les sites inscrits à l'inventaire, ou dans les zones de protection délimi-</i></p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p align="center">Art. 6.</p> <p>Aux emplacements et lieux où elle n'est pas prohibée par la présente loi, la publicité par affiches, panneaux-réclame, peintures ou dispositifs quelconques peut être interdite ou réglementée par le préfet sur tout ou partie du territoire de chaque commune.</p> <p>Les mesures d'interdiction ou de réglementation concernant le territoire de plusieurs départements seront édictées par décrets, sur rapport du Secrétaire d'Etat chargé des Beaux-Arts.</p>	<p align="center">Art. 10.</p> <p>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.</p>	<p align="center">Art. 10. <i>Supprimé.</i></p>	<p align="center">Art. 10. <i>Supprimé.</i></p> <p align="center">Art. 10 bis (nouveau).</p> <p><i>L'affichage commercial de grande dimension est interdit dans toute agglomération hors des zones ou des emplacements déterminés par arrêté du maire après avis du conseil municipal.</i></p> <p><i>Un décret en Conseil d'Etat précise les modalités d'application du présent article.</i></p>
<p align="center">Art. 11.</p> <p>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</p>	<p align="center">Art. 11.</p> <p>Dans chaque commune, 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</p>	<p align="center">Art. 11.</p> <p><i>Sous réserve des dispositions de la présente loi, un arrêté du maire détermine, sur le domaine public ou privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à l'annonce des</i></p>	<p align="center">Art. 11.</p> <p>Dans chaque commune, 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, poli-</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
	culturelles, politiques, syndicales ou sportives, sans qu'une redevance puisse être perçue à l'occasion de cet affichage ou de ces annonces.	manifestations culturelles, politiques, syndicales ou sportives. <i>Aucune</i> redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de ces annonces.	tiques, syndicales ou sportives. <i>Aucune</i> redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de ces annonces.
		<i>Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions générales dans lesquelles ces emplacements seront déterminés, en vue de permettre la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations locales.</i>	<i>Dans les communes de moins de 500 habitants, le maire peut exceptionnellement se dispenser de prendre l'arrêté mentionné à l'alinéa ci-dessus.</i>
	Section 4	Section 4	Section 4
	<i>Dispositions particulières applicables à certains modes d'exercice de la publicité.</i>	<i>Dispositions particulières applicables à certains modes d'exercice de la publicité.</i>	<i>Dispositions particulières applicables à certains modes d'exercice de la publicité.</i>
	Art. 12.	Art. 12.	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 aïls, peuvent être interdites ou soumises à autorisation.	La publicité... ... peuvent être interdites ou subordonnées à autorisation ou soumises à des prescriptions générales édictées par l'autorité administrative.	La publicité... ... peuvent être interdites ou subordonnées à autorisation, ou encore soumises à des prescriptions générales, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.
		Art. 12 bis (nouveau).	Art. 12 bis (nouveau).
		<i>Les communes disposent du droit d'utiliser à leur profit, comme support de publicité commerciale ou d'affichage libre prévu à l'article 11, les palissades de chantier lorsqu'elles débordent sur le domaine public. Elles disposent du même droit sur les palissades qui sont à l'alignement, lorsque le maître de l'ouvrage ne s'y est pas opposé avant le commencement des travaux.</i>	<i>Les communes disposent du droit d'utiliser à leur profit, comme support de publicité commerciale ou d'affichage libre prévu à l'article 11, les palissades de chantier lorsqu'elles débordent sur le domaine public communal ou lorsqu'elles sont à l'alignement.</i>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
	CHAPITRE II	CHAPITRE II	CHAPITRE II
	Dispositions applicables aux enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes.	Dispositions applicables aux enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes.	Dispositions applicables aux enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes.
	Art. 13.	Art. 13.	Art. 13.
	<p>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.</p> <p>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.</p>	Sans modification.	Sans modification.
Art. 9.	Art. 14.		Art. 14.
<p>La forme, les dimensions, le nombre, l'emplacement et le caractère des dispositifs constituant de simples enseignes seront réglementés par le préfet.</p> <p>Aucune enseigne ne peut être apposée sur un immeuble classé ou inscrit à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques et dans les sites classés, inscrits ou protégés, sans l'autorisation du Secrétaire d'Etat chargé des Beaux-Arts.</p> <p>Doivent être soumis à l'approbation préfectorale les projets d'enseignes des-</p>	<p>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,</p>	<p>L'installation... ...d'Etat. Ce décret détermine, en fonction des procédés utilisés, des activités et des lieux où elles s'exercent, les caractéristiques ainsi que les conditions d'installation et d'entretien des enseignes et des enseignes publicitaires. Il fixe également les conditions dans lesquelles ces prescriptions peuvent être adaptées aux circonstances locales.</p>	<p>L'installation d'une enseigne ou 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 elles s'exercent, les caractéristiques ainsi que les conditions d'installation et d'entretien des enseignes et des enseignes publicitaires. Il fixe également les conditions dans lesquelles ces prescriptions peuvent être adaptées aux circonstances locales.</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p>tinées à être apposées sur les édifices ou monuments de caractère artistique, esthétique ou pittoresque et sur les immeubles compris dans des sites urbains, des ensembles architecturaux ou des perspectives figurant sur les listes prévues à l'article 5, ainsi que sur les immeubles situés dans les zones d'affichage restreint créées par application de l'article 7.</p>	<p>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.</p>	<p>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 y être interdite.</p>	<p>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 du maire. L'installation d'une enseigne publicitaire peut y être interdite.</p>
	<p>Art. 15.</p>	<p>Art. 15.</p>	<p>Art. 15.</p>
	<p>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.</p>	<p>La préenseigne... ... Son installation est soumise aux dispositions... ... considérés. Toutefois des dérogations...</p>	<p>La préenseigne... ... Son installation est soumise aux dispositions... ... considérés. Toutefois des dérogations...</p>
	<p>Toutefois des dérogations aux interdictions ou aux prescriptions définies par les dispositions mentionnées au précédent alinéa peuvent être accordées pour l'installation des 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.</p>	<p>... au précédent alinéa peuvent être accordées par le maire pour l'installation... ... des activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement et, dans les agglomérations... ... en retrait de la voie publique.</p>	<p>... au précédent alinéa peuvent être accordées par le maire pour l'installation... ... des activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement et, dans les agglomérations... ... en retrait de la voie publique.</p>
	<p>CHAPITRE III</p>	<p>CHAPITRE III</p>	<p>CHAPITRE III</p>
	<p>Dispositions communes.</p>	<p>Dispositions communes.</p>	<p>Dispositions communes.</p>
	<p>Art. 16.</p>	<p>Art. 16.</p>	<p>Art. 16.</p>
	<p>Les autorisations prévues aux chapitres I^{er} et II ci-dessus sont délivrées au nom de l'Etat.</p>	<p>Sans modification.</p>	<p>Sans modification.</p>
		<p>Art. 16 bis (nouveau).</p>	<p>Art. 16 bis (nouveau).</p>
		<p>Dans chaque mairie, les textes et documents relatifs aux prescriptions qui régis-</p>	<p>Les textes et documents relatifs aux prescriptions qui régissent l'affichage</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
		sent l'affichage dans la commune seront tenus à la disposition du public.	dans la commune sont tenus en mairie à la disposition du public.
Art. 8.	Art. 17.	Art. 17.	Art. 17.
Nul ne peut faire de publicité sur un immeuble, bâti ou non, sans l'autorisation du propriétaire et, s'il y a lieu, des autres ayants droit. S'il s'agit d'une publicité d'un caractère durable, l'autorisation doit faire l'objet d'un accord écrit fixant la durée et les conditions du contrat.	Nul ne peut faire de publicité ni installer une enseigne sur un immeuble, bâti ou non, sans l'autorisation écrite du propriétaire.	Alinéa sans modification.	Alinéa sans modification.
Toute publicité de même nature doit mentionner en caractères lisibles le nom de l'entreprise d'affichage qui l'effectue, ainsi que les dates de début et d'expiration du contrat.	Le contrat de louage 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... de sa signature. Il ne peut être renouvelé que par périodes d'une durée maximum de trois ans et qu'après accord écrit des deux parties.	Alinéa sans modification.
Le contrat doit prévoir que, dans les trois mois qui suivront son expiration, l'emplacement loué sera remis par l'afficheur dans l'état antérieur. La même obligation incombe à l'afficheur même en l'absence d'une telle clause ou de tout contrat. Faute d'exécution de ce travail, celui-ci pourra être fait d'office par les soins de l'administration aux frais du propriétaire de l'immeuble, sauf recours de ce dernier contre son cocontractant.	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.	Le contrat doit prévoir...	Le contrat doit prévoir...
		...son état antérieur. En outre, il doit comporter une clause aux termes de laquelle l'emplacement loué devra être maintenu en bon état d'entretien. Faute d'exécution de cette obligation, le bailleur pourra obtenir à son choix du juge des référés, soit l'exécution des travaux nécessaires, soit la résolution du contrat et la remise des lieux en bon état aux frais du preneur.	...son état antérieur. En outre, il doit comporter une clause aux termes de laquelle l'emplacement loué devra être maintenu en permanence en bon état d'entretien. Faute d'exécution de cette obligation, le bailleur pourra obtenir à son choix du juge des référés, soit l'exécution des travaux nécessaires, soit la résolution du contrat et la remise des lieux en bon état aux frais du preneur.

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
	<p>A défaut de paiement de loyer, le contrat sera résilié de plein droit au bénéfice du bailleur après mise en demeure de payer restée sans effet durant un mois.</p> <p>Le contrat doit comporter la reproduction des quatre alinéas précédents.</p> <p>Les dispositions du présent article sont d'ordre public.</p>	<p>Alinéa sans modification.</p> <p>Alinéa sans modification.</p> <p>Alinéa sans modification.</p>	<p>Alinéa sans modification.</p> <p>Alinéa sans modification.</p> <p>Alinéa sans modification.</p>
	<p style="text-align: center;">Art. 18.</p> <p>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.</p>	<p style="text-align: center;">Art. 18.</p> <p>Alinéa sans modification.</p>	<p style="text-align: center;">Art. 18.</p> <p>Sans modification.</p>
		<p><i>La durée d'une convention peut être toutefois fixée à quinze ans à condition que la concession fasse l'objet d'un appel à la concurrence, que la publicité soit l'accessoire d'une mission de service public et que la convention soit approuvée par le préfet.</i></p>	
		<p style="text-align: center;">Art. 19 (nouveau).</p> <p><i>La publicité faite en contravention des dispositions de la présente loi et des textes réglementaires pris pour son application est considérée comme une infraction continue.</i></p>	
	<p style="text-align: center;">CHAPITRE IV</p> <p style="text-align: center;">Constatation, poursuite et répression des infractions.</p>	<p style="text-align: center;">CHAPITRE IV</p> <p style="text-align: center;">Constatation, poursuite et répression des infractions.</p>	<p style="text-align: center;">CHAPITRE IV</p> <p style="text-align: center;">Constatation, poursuite et répression des infractions.</p>
<p style="text-align: center;">Art. 15.</p> <p>Toute infraction aux dispositions de la présente loi ou des décrets et arrêtés</p>	<p style="text-align: center;">Art. 19.</p> <p>Sera puni d'une amende de 200 F à 5 000 F, qui sera portée au double en</p>	<p style="text-align: center;">Art. 19.</p> <p>Sans modification.</p>	<p style="text-align: center;">Art. 19.</p> <p>Sera puni d'une amende de 2 000 F à 20 000 F, qui sera portée au double.</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p>pris en application de celle-ci sera punie d'une amende de 300 F à 15 000 F (1). En cas de récidive, l'amende pourra être portée à 150 000 F.</p>	<p>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 :</p>		
<p>Les poursuites sont exercées à la diligence du Secrétaire d'Etat chargé des Beaux-Arts ou du préfet.</p>	<p>1° Dans des lieux, sur des emplacements ou selon des procédés interdits en application des articles 3, 5, 9, 12, 14 et 15 ;</p>		<p>... ou une préenseigne : 1° Sans modification ;</p>
<p>(1) Le taux des amendes correctionnelles a été augmenté en application de la loi n° 77-1468 du 30 décembre 1977 instaurant la gratuité des actes de justice devant les juridictions civiles et administratives.</p>	<p>2° Sans avoir obtenu les autorisations préalables prévues aux chapitres premier et II ou sans avoir observé les conditions posées par ces autorisations ;</p>		<p>2° Sans modification ;</p>
<p>Au lieu de 15 000 F, lire par conséquent à l'alinéa premier de l'article 13 : 20 000 F.</p>	<p>3° Sans avoir observé dans les zones d'affichage restreint les dispositions particulières y régissant la publicité.</p>		<p>3° Sans modification.</p>
	<p>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.</p>		<p>Le montant de l'amende encourue sera réduit de moitié à l'égard de ceux qui justifieront avoir fait cesser l'infraction dans le délai d'un mois à partir du jour où ils auront eu connaissance du procès-verbal la constatant. L'amende sera majorée à concurrence du montant des recettes, pour le cas où ces dernières seraient supérieures au maximum prévu au premier alinéa.</p>
	<p>Art. 20. Sera puni des mêmes peines que l'auteur de l'infraction, celui pour le compte duquel la publicité réalisée, lorsque la publi-</p>	<p>Art. 20. Sans modification.</p>	<p>Sera puni... ... de mise en conformité, qu'il sera tenu d'observer... ... 29 ci-dessous.</p>

Texte en vigueur.

Texte du projet de loi.

Propositions
de la Commission
des Affaires culturelles
(saisie au fond).

Propositions
de la Commission des Lois
(saisie pour avis).

cité ou le dispositif publicitaire ne comporte pas les mentions visées à l'article 4 ou lorsque celles-ci sont inexactes ou incomplètes.

cité aura été réalisée en infraction à l'article 4.

Celui qui aura commis une infraction à l'article 4 sera puni d'une amende de 200 F   2 500 F.

Art. 21.

L'amende sera appliquée autant de fois qu'il y a de publicité, de dispositifs publicitaires, 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. 21.

Alinéa sans modification.

L'amende...

... pendant lesquels de la publicité aura été faite en infraction, si cette publicité n'a pas cessé huit jours après la notification du procès-verbal.

Toutefois, les dispositions de l'alinéa précédent ne s'appliquent pas à l'affichage d'opinion, ni à l'annonce des manifestations définies à l'article 11, dès lors que le maire n'aura pas déterminé le ou les emplacements prévus au même article.

Art. 21 bis (nouveau).

Le produit des amendes visées aux articles 19, 20 et 21 est partagé pour moitié entre l'Etat et la commune intéressée.

Art. 21.

Alinéa sans modification.

Alinéa supprimé.

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   500 F par jour de retard, des publicités, dispositifs publicitaires, enseignes, enseignes publicitaires ou préenseignes qui constituent l'infraction, soit leur mise en conformité

Art. 22.

Sans modification.

Art. 22.

Sans modification.

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
—	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.	Art. 23.
	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. 23. Sans modification.	L'astreinte...
	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 supprimées ou mis en conformité avec les dispositions auxquelles il est contrevenu.	Art. 24. Sans modification.	... la créance est liquidée et recouvrée au profit de l'Etat. Art. 24. La prescription de l'action publique court à partir du jour où l'infraction a été commise.
	Art. 25. Les dispositions des cinq articles précédents sont applicables aux contraventions aux dispositions régle-	Art. 25. Sans modification.	Art. 25. Sans modification.

Texte en vigueur.

Texte du projet de loi.

Propositions
de la Commission
des Affaires culturelles
(saisie au fond).

Propositions
de la Commission des Lois
(saisie pour avis).

mentaires 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 ;

Art. 26.

Les associations...

...en ce qui concerne les faits constituant une infraction aux dispositions de la présente loi et à celles des textes réglementaires pris pour son application et portant un préjudice...
... de défendre.

Art. 27.

Sans modification.

Art. 26.

Les associations...

...en ce qui concerne les faits constituant une infraction aux dispositions de la présente loi ou des textes réglementaires pris pour son application et portant un préjudice...
... de défendre.

Art. 27.

Sans modification.

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
Art. 16.	Art. 28.	Art. 23.	Art. 23.
<p>Le Secrétaire d'Etat chargé des Beaux-Arts ou le préfet peut, en outre, ordonner, dès la constatation d'une infraction, la suppression immédiate des panneaux-réclame, affiches, peintures ou enseignes qui auront été apposés ou maintenus en violation des prescriptions de la présente loi ou des décrets et arrêtés pris pour son application.</p>	<p>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 publicités, dispositifs publicitaires, enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui auront été apposés ou maintenus en violation des mêmes dispositions.</p>	<p>Le Ministre chargé des Sites, le préfet ou le maire peuvent ordonner...</p>	<p>Le Préfet ou le maire peut ordonner...</p>
<p>Ils pourront également ordonner l'enlèvement de tous dispositifs spécialement installés pour recevoir ou porter des inscriptions ainsi que la suppression de toute construction établie ou agencée pour servir principalement à la publicité, en violation des dispositions de l'article 3, paragraphe 4.</p>	<p>Cette suppression et la remise en état des lieux sont effectuées d'office en quelque lieu que ce 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 se trouve, soit ceux pour le compte de qui la publicité a été réalisée.</p>	<p>... des mêmes dispositions. Alinéa sans modification.</p>	<p>... des mêmes dispositions. Cette suppression et la remise en état des lieux sont effectuées d'office en quelque lieu que ce soit, si elles ne l'ont pas été par les intéressés, à condition que le propriétaire du lieu en ait été averti au moins huit jours à l'avance. Les intéressés sont tenus solidairement au remboursement des frais. Par intéressés, il faut entendre, soit les responsables de la mise en place du dispositif, soit ceux pour le compte de qui la publicité a été réalisée.</p>
<p>Ces suppressions et la remise en état des lieux seront effectuées d'office par l'administration, si elles ne le sont pas par les intéressés, lesquels seront tenus solidairement au remboursement des frais.</p>			

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p align="center">—</p>	<p align="center">—</p>	<p align="center">—</p>	<p align="center">—</p>
<p align="center">Art. 12.</p>	<p align="center">CHAPITRE V</p>	<p align="center">CHAPITRE V</p>	
<p>Les arrêtés préfectoraux ou les décrets pris par application des articles 6, 7 et 9 de la présente loi fixeront la durée pendant laquelle les panneaux, affiches, peintures ou enseignes non conformes à leurs prescriptions pourront être maintenus à titre provisoire. Cette durée ne pourra, en ce qui concerne les panneaux-réclame, les affiches et les peintures, excéder ni celle des contrats en cours, ni une durée maximum d'un an à compter de la publication de ces arrêtés ou décrets.</p>	<p>Dispositions transitoires et finales.</p>	<p>Dispositions transitoires et finales.</p>	
<p align="center">Art. 17.</p>	<p align="center">Art. 29.</p>	<p align="center">Art. 29.</p>	<p align="center">Art. 29.</p>
<p>A titre transitoire, les panneaux-réclame, affiches, peintures et autres dispositifs de publicité qui ont été apposés avant la publication de la présente loi, même en vertu de contrats régulièrement passés et qui ne répondent pas aux prescriptions de cette loi, pourront être maintenus pour une durée n'excédant ni celle des contrats en cours, ni un délai maximum d'un an à compter de la publication de la présente loi ou de la publication des listes prévues à l'article 5.</p>	<p>Les publicités, les dispositifs publicitaires, les enseignes, les enseignes publicitaires et les pré-enseignes 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 celle 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.</p>	<p>Les publicités...</p> <p align="right">... un délai de trois ans à compter de cette entrée en vigueur.</p>	<p>Les publicités...</p> <p align="right">... un délai de trois ans à compter de cette entrée en vigueur.</p>
<p>Devront être supprimées ou transformées dans un délai de deux ans, par les soins du propriétaire du terrain sur lequel elles sont édifiées, toutes constructions établies ou agencées, avant la publication de la présente loi, pour servir principalement à la publicité et interdites par les dispositions de l'article 3, paragraphe 4.</p>	<p>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.</p>	<p>Les dispositions de l'alinéa précédent s'appliquent également aux publicités...</p> <p align="right">... ces derniers articles.</p>	<p>Les dispositions...</p> <p align="right">... l'application des articles 3, dernier alinéa, 5, 8 et 9...</p> <p align="right">... ces derniers articles.</p>
<p>Les panneaux-réclames, affiches, peintures, construc-</p>	<p>Les publicités, les dispositifs publicitaires, les enseignes, les enseignes publicitaires et les préenseignes</p>	<p>Alinéa sans modification.</p>	<p>Les publicités...</p>

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
<p>tions, dispositifs ou installations quelconques d'affichage qui subsisteraient à l'expiration des délais accordés pour leur maintien provisoire seront supprimés dans les conditions prévues à l'article précédent.</p>	<p>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.</p>		<p>... ou la modification dans un délai de trois ans... ... de ce délai.</p>
<p>Cf. art. 12 et 17 ci-dessus.</p>	<p align="center">Art. 30.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p align="center">Art. 30.</p> <p>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 sont résiliés de plein droit à la fin de la sixième année suivant leur signature, si leur terme tombe après l'expiration du délai de trois ans mentionné à l'article 29, premier alinéa.</p> <p>Les conventions 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, sont résiliées de plein droit à la fin de la douzième année suivant leur signature, si leur terme tombe après l'expiration du délai de trois ans mentionné à l'article 29, premier alinéa.</p> <p align="center">La date de résiliation est retardée de trois ans pour les conventions conclues dans les conditions définies à l'article 18, second alinéa.</p>	<p align="center">Art. 30.</p> <p><i>Les contrats de louage d'emplacement et les conventions de concession de publicité qui ont été conclus depuis moins d'un an avant la promulgation de la présente loi sont résiliés de plein droit à l'expiration du délai prévu suivant le cas, soit à l'article 17, alinéas 2, soit à l'article 18.</i></p> <p><i>Alinéa supprimé.</i></p>

Texte en vigueur.

Texte du projet de loi.

Propositions
de la Commission
des Affaires culturelles
(saisie au fond).

Propositions
de la Commission des Lois
(saisie pour avis).

Art. 30 bis (nouveau).

Les communes peuvent établir, dans les limites de leur territoire, une taxe sur toute location, concession ou vente d'espace publicitaire sur une façade, un pignon d'immeuble, une clôture extérieure. Cette taxe peut également être appliquée aux affiches et panneaux publicitaires de toute nature, visibles d'une voie ouverte à la communication et établis au moyen de portatifs spéciaux installés sur des terrains ou sur des constructions édifiées à cet effet, à l'exception du mobilier urbain.

Art. 30 ter (nouveau).

La taxe prévue à l'article 30 bis est instituée par délibération du conseil municipal dans les limites d'un plafond de 8 % du prix hors taxe payé par l'utilisateur de l'espace publicitaire à l'agent ou à l'entreprise de publicité qui en a la concession, ou, le cas échéant, directement au propriétaire, si la location ou la vente de l'espace publicitaire a été faite sans intermédiaire.

Sont exemptés du paiement de cette taxe les organismes publics et les associations à but non lucratif.

Art. 30 quater (nouveau).

Les installations publicitaires taxées par application de l'article 30 bis sont exonérées de la taxe générale sur la publicité prévue à l'article L. 233-15 du Code des communes, lorsque celle-ci a été établie par la commune.

Texte en vigueur.	Texte du projet de loi.	Propositions de la Commission des Affaires culturelles (saisie au fond).	Propositions de la Commission des Lois (saisie pour avis).
—	Art. 31. Les modalités d'application de la présente loi seront définies par décret en Conseil d'Etat.	Art. 31. Sans modification.	Art. 31. Sans modification.
		Art. 31 bis (nouveau). I. — <i>Le Code électoral est complété par l'article 51 bis ci-après :</i> <i>« Quinze jours avant l'ouverture de la campagne électorale, il est interdit d'apposer ou de laisser subsister toute publicité visible d'une voie ouverte à la circulation, et relative à l'élection même, sur des panneaux ou dispositifs faisant l'objet d'un contrat de louage ou d'une concession de publicité. »</i> II. — <i>Le dernier alinéa de l'article L. 90 du Code électoral est complété par les mots :</i> <i>« ou de l'article 51 bis. »</i> III. — <i>A l'article L. 52 du Code électoral, les mots :</i> <i>« de l'article précédent »</i> <i>sont remplacés par les mots :</i> <i>« des deux articles précédents ».</i>	
	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.	Art. 32. Sans modification.	Art. 32. Sans modification.

AMENDEMENTS PRESENTES PAR LA COMMISSION

Article premier.

Amendement : Supprimer le deuxième alinéa de cet article.

Art. 3.

Amendement : Remplacer les trois derniers alinéas par les dispositions suivantes :

2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;

3° Dans les parcs nationaux et les réserves naturelles.

Le Ministre chargé de l'Environnement ou le préfet peut également, après avis de la Commission départementale compétente en matière de sites, interdire toute publicité sur des immeubles qui, bien que non classés ni inscrits, présentent un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

Art. 5.

Amendement : Au début du premier alinéa, remplacer les mots :

... la publicité ne peut être autorisée...

par les mots :

... la publicité ne peut être admise...

Amendement : Compléter *in fine* le premier alinéa par les mots :

..., et au maximum dans un rayon de 800 mètres.

Amendement : Rédiger comme suit le dernier alinéa de cet article :

Le terme « agglomération », au sens de la présente loi, désigne un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, l'entrée et la sortie de cet espace étant signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. En aucun cas, un lieu-dit ne peut être considéré comme une agglomération.

Art. 6.

Amendement : Rédiger comme suit cet article :

Les périmètres d'affichage autorisés sont élaborés conjointement par les services de l'Etat et les communes intéressées ou, lorsqu'ils existent, les établissements publics groupant lesdites communes et ayant compétence en matière d'urbanisme.

Ils sont publiés par arrêté préfectoral après avis des conseils municipaux intéressés ou des organes compétents des établissements publics susvisés ainsi que de la Commission départementale compétente en matière de sites. Ces avis sont réputés favorables s'ils n'interviennent pas dans le délai de trois mois. En cas d'avis défavorable du conseil municipal ou de l'organe compétent de l'un des établissements publics susvisés, les périmètres d'affichage autorisés sont publiés par arrêté ministériel.

Ces périmètres peuvent être modifiés dans les conditions prévues pour leur élaboration.

Art. 7.

Amendement : Dans la première phrase du premier alinéa de cet article, remplacer les mots :

... la publicité est permise...

par les mots :

... la publicité est admise.

Amendement : Au début de la deuxième phrase du premier alinéa, remplacer les mots :

Celui-ci précise notamment...

par les mots :

Ce décret précise notamment...

Amendement : Dans la deuxième phrase du premier alinéa, remplacer les mots :

... sur les bâtiments...

par les mots :

... sur les murs des bâtiments...

Amendement : Après les mots :

... comme supports publicitaires.

rédiger comme suit la fin du premier alinéa :

Il détermine également la hauteur au-dessus du sol de la publicité, sa surface unitaire ou sa surface totale sur un même support, et fixe les conditions d'entretien des dispositifs et de leur emplacement.

Amendement : Compléter *in fine* le second alinéa par les mots :

... du maire.

Art. 8.

Amendement : Rédiger comme suit le premier alinéa de cet article :

Dans tout ou partie d'une agglomération, le Conseil municipal peut délimiter des zones de réglementation spéciale de la publicité dénommées « zones d'affichage restreint » ou « zones d'affichage élargi ».

Amendement : Rédiger comme suit le début du deuxième alinéa de cet article :

A l'intérieur des zones d'affichage restreint, le maire peut interdire certaines catégories de dispositifs... *(le reste sans changement)*.

Amendement : Rédiger comme suit le dernier alinéa de cet article :

A l'intérieur des zones d'affichage élargi, le maire peut soumettre la publicité à des conditions particulières ayant pour effet d'alléger tout ou partie des prescriptions fixées en application de l'article 7.

Art. 9.

Amendement : Rédiger comme suit le début du premier alinéa de cet article :

Dans les zones de protection délimitées autour des sites ou des monuments historiques classés, dans les secteurs sauvegardés, à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité... *(le reste sans changement)*.

Amendement : Au premier alinéa de cet article, remplacer les mots :

...dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés aux 1^{er} et 2^e de l'article 3.

par les mots :

...dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au 1^{er} et au dernier alinéa de l'article 3,

Amendement : A la fin du premier alinéa, remplacer les mots :

...la publicité ne peut, à l'intérieur des agglomérations, être autorisée...

par les mots :

...la publicité ne peut, à l'intérieur des agglomérations, être admise...

Amendement : Rédiger comme suit le second alinéa de cet article :

Dans les sites inscrits à l'inventaire, ou dans les zones de protection délimitées autour de ces sites, la publicité peut être autorisée, soit par application du régime défini à l'article 7, soit par l'institution d'une zone d'affichage restreint, soit même d'une zone d'affichage élargi.

Art. 10.

Amendement : Supprimer cet article.

Article additionnel après l'article 10.

Amendement : Après l'article 10, ajouter un article ainsi rédigé :

L'affichage commercial de grande dimension est interdit dans toute agglomération hors des zones ou des emplacements déterminés par arrêté du maire après avis du conseil municipal.

Un décret en Conseil d'Etat précise les modalités d'application du présent article.

Art. 11.

Amendement : Au début de cet article, remplacer les mots :
Dans chaque commune de plus de 2 000 habitants.

par les mots :

Dans chaque commune,

Amendement : A la fin de cet article, remplacer les mots :

..., sans qu'une redevance puisse être perçue à l'occasion de cet affichage ou de ces annonces.

par la phrase suivante :

Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de ces annonces.

Amendement : Compléter cet article *in fine* par un alinéa nouveau ainsi rédigé :

Dans les communes de moins de 500 habitants, le maire peut exceptionnellement se dispenser de prendre l'arrêté mentionné à l'alinéa ci-dessus.

Art. 12.

Amendement : A la fin de cet article, remplacer les mots :

... ou soumises à autorisation.

par les mots :

... ou subordonnées à autorisation, ou encore soumises à des prescriptions générales, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.

Article additionnel après l'article 12.

Amendement : Insérer après l'article 12 un article additionnel ainsi rédigé :

Les communes disposent du droit d'utiliser à leur profit, comme support de publicité commerciale ou d'affichage libre prévu à l'article 11, les palissades de chantier lorsqu'elles débordent sur le domaine public communal ou lorsqu'elles sont à l'alignement.

Art. 14.

Amendement : Remplacer la deuxième phrase du premier alinéa par les dispositions suivantes :

Ce décret détermine, en fonction des procédés utilisés, des activités et des lieux où elles s'exercent, les caractéristiques ainsi que les conditions d'installation et d'entretien des enseignes et des enseignes publicitaires. Il fixe également les conditions dans lesquelles ces prescriptions peuvent être adaptées aux circonstances locales.

Amendement : Rédiger comme suit le deuxième alinéa de cet article :

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 du maire. L'installation d'une enseigne publicitaire peut y être interdite.

Art. 15.

Amendement : Dans la deuxième phrase du premier alinéa de cet article, remplacer le mot :

... autorisations...

par le mot :

... dispositions...

Amendement : Insérer au deuxième alinéa de cet article, après les mots :

... peuvent être accordées...

les mots :

... par le maire...

Amendement : Au deuxième alinéa de cet article, remplacer les mots :

... Qui présentent une utilité particulière pour les personnes en déplacement ou les touristes...

par les mots :

... particulièrement utiles pour les personnes en déplacement...

Article additionnel après l'article 16.

Amendement : Après l'article 16, insérer un article additionnel ainsi rédigé :

Les textes et documents relatifs aux prescriptions qui régissent l'affichage dans la commune sont tenus en mairie à la disposition du public.

Article additionnel après l'article 16.

Amendement : Après l'article 16, insérer un article additionnel ainsi rédigé :

Lorsqu'elle est consultée en application de la présente loi, la commission départementale compétente en matière de sites est complétée, à concurrence du quart de ses membres, par des représentants des professions et des collectivités locales intéressées.

Art. 17.

Amendement : Compléter *in fine* le troisième alinéa de cet article par les dispositions suivantes :

En outre, il doit comporter une clause aux termes de laquelle l'emplacement loué devra être maintenu en permanence en bon état d'entretien. Faute d'exécution de cette obligation, le bailleur pourra obtenir à son choix du juge des référés, soit l'exécution des travaux nécessaires, soit la résolution du contrat et la remise des lieux en bon état aux frais du preneur.

Art. 19.

Amendement : Rédiger comme suit le début du premier alinéa de cet article :

Sera puni d'une amende de 1 000 F à 20 000 F, qui sera portée... (*le reste de l'alinéa sans changement*).

Amendement : Entre le quatrième et le cinquième alinéa de cet article, insérer un nouvel alinéa ainsi rédigé :

Le montant de l'amende encourue sera réduit de moitié à l'égard de ceux qui justifieront avoir fait cesser l'infraction dans le délai d'un mois à partir du jour où ils auront eu connaissance du procès-verbal la constatant. L'amende sera majorée à concurrence du montant des recettes, pour le cas où ces dernières seraient supérieures au maximum prévu au premier alinéa.

Amendement : A la fin du dernier alinéa de cet article, remplacer les mots :

qu'il était tenu d'observer...

par les mots :

qu'il sera tenu d'observer...

Art. 20.

Amendement : Rédiger comme suit cet article :

Pourra être puni des mêmes peines que l'auteur de l'infraction, si sa complicité est établie, celui pour le compte de qui la publicité aura été réalisée en infraction à l'article 4.

Celui qui aura commis une infraction à l'article 4 sera puni d'une amende de 200 F à 2 500 F.

Art. 21.

Amendement : Supprimer le deuxième alinéa de cet article.

Art. 23.

Amendement : A la fin de cet article, remplacer les mots :

... la créance est liquidée, l'état est établi et recouvré au profit de l'Etat.

par les mots :

... la créance est liquidée et recouvrée au profit de l'Etat.

Art. 24.

Amendement : Rédiger comme suit cet article :

La prescription de l'action publique court à partir du jour où l'infraction a été commise.

Art. 26.

Amendement : A partir des mots :

... peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile...

rédiger comme suit la fin de cet article :

... en ce qui concerne les faits constituant une infraction aux dispositions de la présente loi ou des textes réglementaires pris pour son application et portant un préjudice direct ou indirect aux intérêts collectifs qu'elles ont pour objet de défendre.

Art. 28.

Amendement : Au début de premier alinéa de cet article, remplacer les mots :

L'autorité administrative peut ordonner...

par les mots :

Le préfet ou le maire peut ordonner...

Amendement : Rédiger comme suit le deuxième alinéa de cet article par les dispositions suivantes :

Cette suppression et la remise en état des lieux sont effectuées d'office en quelque lieu que ce soit, si elles ne l'ont pas été par les intéressés, à condition que le propriétaire du lieu en ait été averti au moins huit jours à l'avance. Les intéressés sont tenus solidairement au remboursement des frais. Par intéressés, il faut entendre, soit les responsables de la mise en place du dispositif, soit ceux pour le compte de qui la publicité a été réalisée.

Art. 29.

Amendement : A la fin du premier alinéa, remplacer les mots :

... un délai de deux ans...

par les mots :

... un délai de trois ans...

Amendement : Au deuxième alinéa de cet article, remplacer les mots :

... pour l'application des articles 3-2°, 5, 8 et 9..

par les mots :

... pour l'application des articles 3-2°, 5, 8 et 9..

Amendement : A la fin du troisième alinéa de cet article, remplacer les mots :

... dans un délai de deux ans..

par les mots :

... dans un délai de trois ans..

Art. 30.

Amendement : Rédiger comme suit cet article :

Les contrats de louage d'emplacement et les conventions de concession de publicité qui ont été conclus depuis moins d'un an avant la promulgation de la présente loi sont résiliés de plein droit à l'expiration du délai prévu suivant le cas, soit à l'article 17, alinéa 2, soit à l'article 18.