

FICHE PRATIQUE

AFFICHAGE SAUVAGE ET GUERILLA MARKETING

Une pratique à risque pour les marques



LES PRINCIPES

Qu'entend-on par affichage sauvage ?

Cette notion recouvre le fait d'apposer ou de faire apposer, sans buteau et anonymement, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention apposée sur un support n'étant pas préparé ou n'ayant pas vocation à recevoir lesdites formes, inscriptions ou images, **en s'affranchissant volontairement des règles en vigueur.**

Qu'est ce qui peut être qualifiable concrètement d'affichage sauvage ?

- Les dispositions du code de l'environnement concernent l'affichage qu'il soit publicitaire ou commercial et quel qu'en soit le contenu. Par conséquent, toute pratique non-conforme aux dispositions du code de l'environnement sont susceptibles de constituer de l'affichage sauvage.
- Sont susceptibles de recevoir cette appellation dans de nombreuses situations les pratiques de guérillas marketing telles que tags sur les trottoirs, affiches sur les arbres, sur les panneaux de signalisation, ou encore sur les poteaux, sur les devantures de commerces en travaux, les palissades, les projections sur des immeubles depuis des véhicules ...

LES PRINCIPES

C'est juridiquement un procédé qui s'affranchit des règles en vigueur :

➤ Qui sont particulièrement fournies dans le code de l'environnement, ainsi notamment :

- L'article L.581-4 prévoit l'interdiction de toute publicité « sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, sur les monuments naturels et dans les sites classés, dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles, sur les arbres. » ;
- L'article L.581-5 prévoit que « toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer » ;
- L'article L.581-24 interdit d'apposer de publicité sur un immeuble sans l'autorisation écrite du propriétaire ;
- L'article L.581-8 prohibe toute publicité « à l'intérieur des agglomérations [...] aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine, dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code, dans les parcs naturels régionaux, dans les sites inscrits, à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4, dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux, dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 ».

➤ Et qui sont complétées s'il existe, par un Règlement Local de Publicité (RLP) selon les territoires :

- Qu'est-ce qu'un RLP ?

C'est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal ou intercommunal. Depuis le 1er janvier 2024, les maires sont compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire sur leur commune, qu'elle soit ou non couverte par un RLP.

- Pourquoi doit-il être consulté ?

Le RLP permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales en imposant des règles plus restrictives ou au contraire en réintroduisant des possibilités d'affichage publicitaire interdites en principe par la loi (par exemple, permettre de lever l'interdiction de l'article L.581-8 qui interdit toute publicité en agglomération aux abords des monuments historiques). Il doit être pris en compte en amont d'une opération d'affichage. Son non-respect peut faire l'objet de sanctions.

CONSEQUENCES DU NON-RESPECT DE LA REGLEMENTATION

Deux procédures administratives visant à sanctionner les publicités sur la voie publique non-respectueuse du cadre législatif et réglementaire :

- **La procédure dite de droit commun (art. L.581-27 et L.581-30 du code de l'environnement)**

Cette procédure par arrêté permet d'ordonner dans les 5 jours soit la suppression, soit la mise en conformité de la publicité. A l'expiration du délai de 5 jours à compter de la notification de l'arrêté, une astreinte de 200€ par jour et par publicité commence à courir. Elle est recouvrée par le maire.

- **La procédure de suppression immédiate (art. L.581-29 du code de l'environnement)**

Cette procédure peut être mise en œuvre par le maire.

Elle permet de constater l'infraction et la suppression immédiate de la publicité (après mise en œuvre de procédures d'information préalables en cas de publicités apposées sur une propriété privée ou sur le domaine public).

Les frais d'exécution publique (de nettoyage en pratique) sont dus par la personne qui a apposé ou fait apposer les dispositifs litigieux. Si celle-ci n'est pas identifiable, les frais sont mis à la charge de la personne pour laquelle la publicité a été réalisée, à savoir l'annonceur.

Une troisième procédure moins spécifique à l'affichage sauvage peut également être utilisée :

- **La procédure de l'article L.581-26 du code de l'environnement en l'absence de toute déclaration préalable du dispositif de publicité (prévue à l'article L.581-6)**

La sanction est une amende de 1500€ assortie d'une éventuelle astreinte (art. L.581-30) et de la sanction pénale de l'article L.581-34 (voir infra).

L'amende est prononcée par le maire (ou le président de l'Etablissement Public de Coopération Intercommunale, sous conditions), depuis le 1^{er} janvier 2024 (art. L. 581-3-1). La personne visée a accès au dossier et peut présenter ses observations écrites sur le projet de sanction, dans un délai d'un mois.

Cette amende peut éventuellement se cumuler avec les sanctions de la procédure de l'article L.581-29 (voir supra).

Des sanctions pénales peuvent également être encourues (art. L.581-34 et L.581-36 du code de l'environnement) :

- En sus des sanctions administratives, l'agence et l'annonceur peuvent être condamnés à une sanction pénale de 7500 €
- Elles peuvent être assorties de sanctions complémentaires

En cas de condamnation, le tribunal ordonne soit la suppression des publicités, soit la mise en conformité, dans un délai d'un mois et sous astreinte de 15€ à 150€ par jour de retard. Également, il peut ordonner la remise en état des lieux.

- Dans l'hypothèse où la publicité ne comporte pas les mentions visées à l'article L.581-5 du code de l'environnement (nom, adresse et dénomination sociale de la personne physique ou morale qui a apposé ou fait apposer la publicité)

L'agence et l'annonceur pour le compte duquel la publicité est réalisée peuvent être chacun condamné à payer l'amende (art. L.581-35) de 1500€ (art. L.581-26).

La procédure de suppression immédiate est applicable.

RESPONSABILITE

Qui engage sa responsabilité dans le cadre de ces pratiques ?

➤ La responsabilité de l'annonceur

Plusieurs articles du code de l'environnement visent directement l'annonceur lorsque la personne ayant apposé ou fait apposer les dispositifs litigieux n'est pas identifiable (art. L.581-27, L.581-29 et L.581-35 du code de l'environnement). En pratique, il semble de plus en plus courant que l'annonceur soit condamné à payer a minima les frais de nettoyage.

➤ Les agences/sociétés de communication qui proposent des prestations d' « affichage sauvage » peuvent voir leur responsabilité engagée.

Les sanctions administratives et pénales peuvent s'appliquer à la personne « qui a fait apposer » le dispositif litigieux.

➤ Que penser des offres de garanties mises en avant par certaines agences en cas de sanction ?

Si tant est qu'elles soient recouvrables ce qui est peu envisageable en matière de sanction pénale ou administrative, elles ne prémunissent l'annonceur :

- ni d'une condamnation ;
- ni du préjudice d'image causé par une opération d'affichage sauvage relayée par les médias ;
- ni de porter préjudice à l'image de la publicité extérieure.

DOCUMENTS A CONSULTER

Textes législatifs et réglementaires sur le site de l'Union des marques → [ici](#)

Articles L.581-1 à L.581-45 du code de l'environnement et plus spécifiquement :

- Article L. 581-14 à L.581-14-3 concernant les règlements locaux de publicité
- Article L.581-29 concernant les hypothèses d'affichage sauvage
- Article L.581-26 à L.581-30 concernant les sanctions administratives
- Articles L.581-34 et L.581-36 concernant les sanctions pénales

Réponses ministérielles

- [Question écrite avec réponse n°5587 au Ministre délégué aux collectivités territoriales \(avril 2012\)](#)
- [Question écrite avec réponse n°76014 au Ministère de l'intérieur \(septembre 2010\)](#)
- [Question écrite avec réponse n°18469 au Ministère de la justice \(mars 2004\)](#)

Autres documents

- [Note du Conseil Paritaire de la Publicité relative à l'affichage sauvage](#)
- [Exemple de sanctions par la Mairie de Paris \(mai 2024\)](#)
- [Exemple de condamnation \(octobre 2020\)](#)
- [Exemple d'actions menées par la Ville de Paris \(février 2022\)](#)