

L'affichage publicitaire en copropriété

Il n'est pas rare qu'un syndic soit confronté à des demandes ou à des litiges relatifs aux enseignes et publicités sur les façades des immeubles. La réglementation sur ce point est complexe ; un résumé des principaux éléments à connaître est utile pour éviter des erreurs aux conséquences parfois importantes.

ENSEIGNE OU PUBLICITÉ ?

En premier lieu, il est nécessaire de faire la différence entre l'enseigne et la publicité. L'article L 581-3 du code de l'environnement définit l'enseigne comme « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » alors que « constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, ... ».

L'ENSEIGNE

Le droit pour un commerçant ou tout autre professionnel de pouvoir signaler sa présence à l'endroit où il exploite son commerce constitue le droit à l'enseigne. C'est un des attributs du fonds de commerce, au même titre que la clientèle ou l'achalandage. Cela concerne l'enseigne à proprement dite d'une activité commerciale, mais aussi la plaque de la profession libérale ou la préenseigne. Ce droit est néanmoins encadré par la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement - articles 36 à 50 - et par le règlement local de publicité applicable dans certaines communes. Une autorisation administrative préalable est souvent nécessaire (immeubles historiques par exemple).

A ces limitations s'ajoute aussi l'obligation de respecter le règlement de copropriété dont certaines clauses peuvent contraindre à soumettre l'acceptation de l'enseigne à une décision de l'assemblée ou interdire certaines configurations d'enseignes. A contrario, les clauses du règlement de copropriété ne pourraient interdire complètement l'enseigne ou imposer des contraintes que la destination de l'immeuble ne justifie pas. Le syndic qui a pour mission de faire respecter le règlement de copropriété doit agir s'il y a manifestement infraction à ces clauses.

En cas de cessation ou de changement d'activité, l'enseigne doit être démontée par la personne qui exerçait l'activité signalée dans les 3 mois.

Un régime spécifique est prévu pour les enseignes temporaires. Cela concerne avant tout les manifestations culturelles et touristiques et les opérations de courte durée. Elles sont normalement d'une durée inférieure à 3 mois, mais pour la location et la vente d'un fonds de commerce et à l'occasion d'opérations immobilières, ces affichages peuvent rester en place plus de trois mois.



LE CAS DU PANNEAU D'AGENCE IMMOBILIÈRE

Et qu'en est-il d'un panneau d'agence immobilière « à vendre » ou « à louer » ? Pour l'annonce de la vente ou de la location, il s'agit d'une enseigne temporaire, le bien est à vendre ou à louer au lieu de l'annonce, mais elle devrait être enlevée une semaine après au plus tard...

Plus délicat, le panneau « vendu » ou équivalent s'attache à une publicité (*Rép. min., n°59340, JOAN 19 juillet 2005*). Or le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale plus contraignante issue du décret du 30 janvier 2012 (*règlement national de la publicité - RNP*) applicable à l'ensemble du territoire national et un règlement local de publicité intercommunal (*RLPi*) ou un règlement local qui peut compléter les dispositions nationales. Pour un développement plus important, chacun pourra télécharger avec profit le guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure mis en ligne par le ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie qui résume en 246 pages cette réglementation...

Si l'on peut voir le panneau « vendu » comme le prolongement (espéré) de l'enseigne « à vendre », il n'en sera pas de même du panneau de l'entreprise qui a vendu une fenêtre ou une alarme à un des copropriétaires et qui s'autorise en conséquence la pose d'un panneau jusqu'à ce que les intempéries le fassent disparaître...

Fiche pratique



LA PUBLICITÉ

Dans ce cadre de la publicité extérieure, le syndic de copropriété sera plus particulièrement intéressé par deux situations qu'il est susceptible de rencontrer :

1 - LE PANNEAU PUBLICITAIRE : En plus d'un emplacement commercialement favorable, il faudra répondre à une réglementation devenue très restrictive nécessitant une configuration bien particulière telle qu'un mur aveugle conforme aux règles de prospects imposées. Si malgré les multiples contraintes un afficheur fait une proposition de contrat au syndicat des copropriétaires le syndic devra porter à l'ordre du jour d'une assemblée générale l'acceptation de l'offre. Les contrats de longue durée étant désormais interdits, il s'agit d'un acte de gestion qui se décide à la majorité de l'article 24. Attention toutefois que l'installation du panneau ne porte pas atteinte à la destination de l'immeuble ce qui imposerait l'accord unanime des copropriétaires.

2 - LA BÂCHE (OU TOILE) PUBLICITAIRE : il s'agit de bâches de chantier installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation d'un chantier sur la copropriété. Ces bâches, sur 50% maximum de la surface totale, peuvent être le support d'une publicité et être source d'un revenu locatif important si la situation de l'immeuble est exceptionnelle. Ces bâches sont soumises à autorisation du maire (ou Bâtiments de France) et à une réglementation très restrictive : communes de plus de 10000 habitants, non visibles des voies rapides et autoroutes, etc. C'est le locataire (afficheur) qui se chargera des démarches administratives et qui saura rapidement définir les possibilités et contraintes. La décision de louer l'emplacement se décidera en assemblée générale à la majorité de l'article 24.

Il faut noter que certaines communes ou EPCI ont institué une taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE). C'est normalement l'afficheur qui prend en charge cette taxe de même que l'entretien obligatoire du panneau.

Enfin, cette fiche peut être l'occasion de rappeler que les produits du syndicat (locations de loge, de panneaux publicitaires, antenne GSM, etc.) doivent faire l'objet d'une déclaration fiscale annuelle par chacun des copropriétaires sur la base d'une attestation transmise par le syndic.

On pourra se référer à un article très complet du Journal Informations Rapides de la copropriété de mai 2015 signé de Guilhem GIL, Maître de conférence à Aix Marseille Université

Fiche pratique rédigée par Mathieu GILBERT, Consultant-Formateur en copropriété