

Affichage dans la rue : DECRET D'APPLICATION

Décret n° 82-220 du 25 février 1982 portant application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes en ce qui concerne la surface minimale et les emplacements de l'affichage d'opinion et des associations sans but lucratif

Journal Officiel du 25 février 1982

Le Premier ministre,

Sur le rapport du ministre d'État, ministre de l'intérieur et de la décentralisation, et du ministre de l'urbanisme et du logement,

Vu de code des communes ;

Vu la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, notamment ses articles 6, 7, 10 et 12 ;

Le Conseil d'État (section de l'intérieur) entendu,

Décète :

Article 1er

La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions de l'alinéa 2 de l'article 12 de la loi du 29 décembre 1979, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

4 mètres carrés pour les communes de moins de 2 000 habitants ;

4 mètres carrés plus 2 mètres carrés par 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;

12 mètres carrés plus 5 mètres carrés pour 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes

Article 2

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

Lorsqu'ils sont situés dans une zone de publicité restreinte, ces emplacements doivent être conformes aux prescriptions définies par l'acte instituant cette zone et applicable à la publicité. Leur surface totale ne peut toutefois pas être inférieure à 2 mètres carrés.

Article 3

Dans le cas où la publicité est interdite, en application des paragraphes I et II de l'article 7 de la loi du 29 décembre 1979 et où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser deux mètres carrés.

Article 4

Le ministre d'État, ministre de l'intérieur et de la décentralisation, et le ministre de l'urbanisme et du logement sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal Officiel de la République française.

Fait à Paris, le 25 février 1982

Pierre Mauroy

Par le Premier ministre :

Le ministre de l'urbanisme et du logement, Roger Quilliot

Le ministre d'État, ministre de l'intérieur et de la décentralisation,

Gaston Defferre

L'utilisation d'encre noire sur fond blanc pour les tracts, affiches, etc... est réservée à l'administration.

Donc, si on veut faire une diffusion de tracts dans la rue, ou afficher, il faut au minimum :

- ne pas utiliser le noir sur fond blanc, par exemple en imprimant sur papier de couleur ;
- préciser sur le tract « Ne pas jeter sur la voie publique » ;
- préciser le nom de l'imprimeur (ou « IPNS » pour « Imprimé par nos soins »).

Il semblerait que le texte officiel régit cette interdiction d'utiliser du noir sur fond blanc est la loi du 29 juillet 1881 sur la [liberté de la presse](#), et plus particulièrement son article 15 qui dit :

« Dans chaque commune, le maire , désignera, par arrêté, les lieux exclusivement destinés à recevoir les affiches des lois et autres actes de l'autorité publique .

Il est interdit d'y placarder des affiches particulières.

Les affiches des actes émanés de l'autorité seront seules imprimées sur papier blanc. Toutefois, est licite l'usage du papier blanc pour l'impression d'affiches publicitaires lorsque celles-ci sont recouvertes de caractères ou d'illustrations de couleur et lorsque toute confusion , soit dans le texte, soit dans la présentation matérielle, est impossible avec les affiches administratives.

Toute contravention aux dispositions du présent article sera punie des peines portées en l'article 2 .»

Conseils donnés par une Préfecture : création d'une affiche, dans le cadre d'une association.

Vecteur de communication incontournable d'une association, l'affiche reste une valeur sûre de communication. Encore faut-il respecter quelques règles.

Les techniques décrites ci-dessous sont des points clés qui concernent l'annonce d'une manifestation associative.

Quels sont les éléments à trouver dans une affiche :

- QUI : quelle est la personne qui communique : ville, association, entreprise...
- QUOI : quel est l'objet de l'affiche : annonce de la manifestation, de l'ouverture d'un club...
- QUAND : à quelle date et à quelle heure aura lieu la manifestation OU : à quel endroit se situe la manifestation
- COMMENT : les renseignements pratiques comme un numéro de téléphone ou une adresse permettant d'obtenir plus de renseignements ou pour réserver ou s'inscrire.
- A QUI : à quel public est destinée la manifestation
- POURQUOI : les objectifs ou l'objectif de cette manifestation

Le texte :

Il faut réussir à hiérarchiser les informations. L'oeil doit pouvoir lire en premier lieu les éléments forts et déterminants : le quoi, le quand, le où... ces éléments permettent au lecteur de savoir si oui ou non en fonction de son intérêt, il va poursuivre la lecture. Pour mettre en relief les éléments de lecture clés, vous disposez, en terme de photocomposition, de trois techniques de mise en valeur : le type de caractère ; la police le corps des caractères ; la taille la graisse des caractères : la grosseur

Le visuel :

Il sert à véhiculer/renforcer l'idée de base.

Son rôle est variable : soit il est destiné à renforcer l'attention du lecteur pour lui faire lire l'annonce, soit il sert à montrer le produit, soit il sert à faciliter une explication. Cependant il faut

faire attention à l'interprétation que peut faire le public de votre visuel. Celui ci doit être relativement parlant et lié au produit ou à son environnement. Il faut se méfier des visuels « beaux » ou « attractifs » qui certes attirent l'œil mais vampirisent le reste du message, à son détriment. (Le lecteur retient le visuel mais est incapable de l'associer avec votre produit ou votre manifestation ce qui est contraire à l'objectif visé).

Le format :

Différents formats d'affichage existent : le 4X3 (les grandes affiches sur les murs), les formats pour les abribus, etc...

Le plus souvent vous aurez affaire avec les formats classiques comme le 60X80.

Attention : les commerçants refusent de plus en plus régulièrement ce format car il cache la vitrine et ne permet qu'un nombre restreint d'affichages.

Préférez pour un affichage en magasin un format A3 (42 x29.7), plus apprécié, maniable et surtout... pouvant selon votre équipement être imprimé par vos soins !

Les sponsors :

S'ils existent, ils sont par tradition situés en bas de l'affiche ou éventuellement sur le côté droit de l'affiche. Il faut veiller cependant à ce que leur place et leur visuel ne captivent pas plus l'attention du lecteur que la manifestation elle-même. Le sponsor principal (financièrement ou institutionnellement) est généralement situé en bas à droite de l'affiche, puisque l'oeil termine sa lecture à cet endroit.

quelques éléments de réglementation

Il est obligatoire de voir figurer sur le côté de l'affiche le nom de la structure qui a fait l'impression, que ce soit un professionnel ou votre structure.

La mention IPNS (imprimé par nos soins) est plus souvent réservée aux prospectus.

L'impression noire sur fond blanc est strictement réservée aux annonces officielles de l'Administration.

http://www.pas-de-calais.pref.gouv.fr/espace_associations/pratique_fiche.php?id_fiche=141

(Dernière modification : 05 janvier 2004)