

Réglementation relative à la publicité extérieure

Références réglementaires :

Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi Grenelle 2)
Décret du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes
Code de l'Environnement - articles L581-1 à 45 et R581-1 à 88

La loi ENE du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (articles 36 à 50) et le décret portant réglementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et des pré-enseignes publié le 31 janvier 2012 ont profondément modifié la réglementation relative à la publicité extérieure en s'inscrivant dans le double objectif de protection du cadre de vie et de liberté de l'affichage.

Le présent document propose un résumé de la réglementation actuelle relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes, communément appelée règlement national de la publicité (RNP), applicable à l'ensemble du territoire national, en mettant l'accent le cas échéant sur les changements introduits par la réforme.

La loi a renforcé la capacité des collectivités territoriales à s'engager dans cette thématique. Reprenant les principes qui gouvernent le droit de l'urbanisme, des règlements locaux de publicité (RLP) ou RLP intercommunaux (RLPi), adaptés aux territoires et aux spécificités particulières du cadre environnant, et en principe plus restrictifs que le RNP, peuvent être institués par les communes ou les EPCI. Voir (§ 6).

Plusieurs liens vers des informations plus exhaustives sont signalés en fin de document.

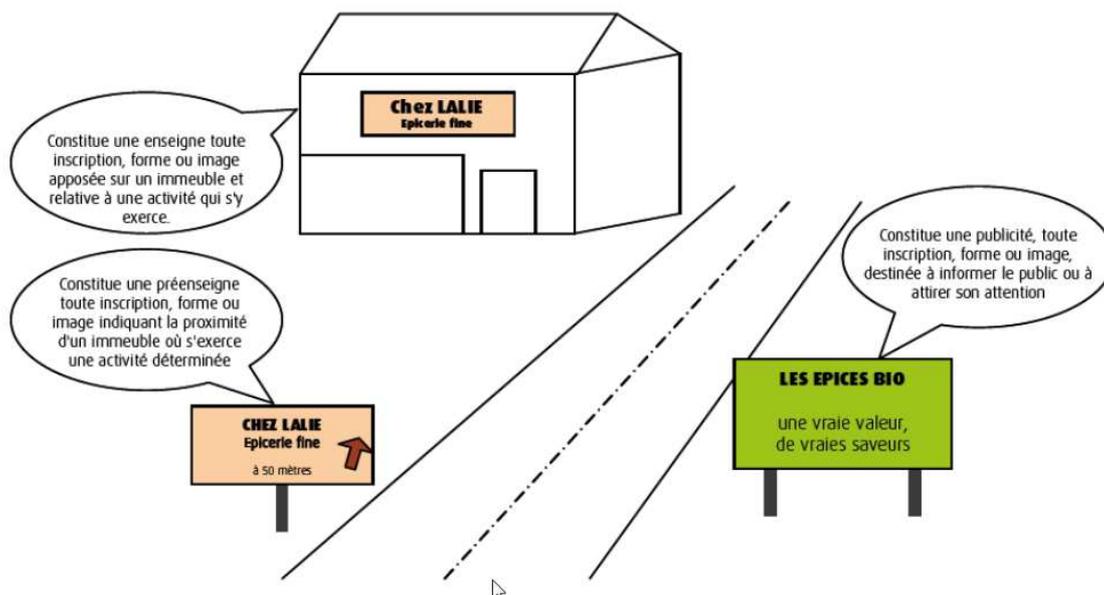
Sommaire

1. Définitions (Article L581-3 du Code de l'Environnement).....	2
2. La réglementation concernant la publicité.....	2
2.1. Les interdictions d'affichage publicitaire.....	2
2.2. La limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire.....	3
3. La réglementation concernant les pré-enseignes.....	5
3.1. Les pré-enseignes dérogatoires.....	5
3.2. Les pré-enseignes temporaires.....	6
3.3. Le format et les règles d'implantation des pré-enseignes.....	6
4. La réglementation concernant les enseignes.....	6
5. La prise en compte des nouveaux supports publicitaires.....	7
5.1. La publicité numérique.....	7
5.2. Les bâches de chantier et les bâches publicitaires.....	7
5.3. Le micro-affichage ou dispositifs de petits formats.....	7
6. Les règlements locaux de publicité (RLP).....	7
7. L'autorité compétente en matière de publicité extérieure.....	8
8. Les formalités administratives.....	8
8.1. La déclaration préalable (DP) - Cerfa 14799*01.....	8
8.2. L'autorisation préalable (AP) - Cerfa 14798*01.....	9
8.3. Les modalités de dépôt des demandes de DP ou d'AP.....	9
9. Pour en savoir plus.....	10

1. Définitions (Article L581-3 du Code de l'Environnement)

L'article L.581-3 du code de l'Environnement donne la définition des dispositifs visés par le droit de la publicité extérieure : il s'agit de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes.

- **Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention (à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes),
- **Enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble¹ et relative à une activité qui s'y exerce,
- **Pré-enseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ; les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.



2. La réglementation concernant la publicité

Le Règlement National de la Publicité comporte d'une part des mesures d'interdiction et d'autre part des mesures d'encadrement et de limitation de l'affichage publicitaire.

2.1. Les interdictions d'affichage publicitaire

2.1.a. Interdictions générales absolues (Article L581-4)

La publicité est interdite :

- sur les monuments historiques (MH) classés ou inscrits
- sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et bénéficiant d'un arrêté communal ou préfectoral d'interdiction de la publicité
- sur les monuments naturels et dans les sites classés,
- dans les coeurs de parcs nationaux et les réserves naturelles
- sur les arbres

¹ Immeuble : terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais également le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

2.1.b. Interdictions hors agglomération (article L581-7)

Toute publicité est interdite hors agglomération.

Elle peut toutefois être autorisée par Règlement Local de Publicité (RLP)² à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux.

2.1.c. Interdictions à l'intérieur des agglomérations (articles L581-8)

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- aux abords des monuments historiques (article L. 621-30 du code du patrimoine (CP))
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (article L. 631-1 du CP)
- dans les parcs naturels régionaux
- dans les sites inscrits
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité d'immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et bénéficiant d'un arrêté communal ou préfectoral d'interdiction de la publicité (article L. 581-4 du CP)
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- dans les zones Natura 2000 (article L. 414-1 du code de l'environnement)

Il ne peut être dérogé à ces interdictions que dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité (RLP).

2.1.d. Autres interdictions (Article R581-22)

La publicité est interdite :

- sur un monument naturel, les plantations, les poteaux EDF, de télécommunication, les installations d'éclairage public, les équipements publics relatifs à la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne,
- sur les murs de bâtiment sauf si ceux-ci sont aveugles ou n'ont qu'une ou plusieurs ouvertures de surface unitaire inférieure à 0,50 m²
- sur les clôtures non aveugles
- sur les murs de cimetière et de jardin public

2.2. La limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire

2.2.a. Le seuil de population

La surface et la hauteur maximum des dispositifs publicitaires sont liées au nombre d'habitants de l'agglomération. Dorénavant le seuil de 10 000 habitants est le critère de détermination des dispositifs publicitaires autorisés et de leur surface.

2.2.b. Les formats autorisés pour la publicité

Le décret de 2012 a réduit la plupart des formats et réglementé ceux de la publicité lumineuse et des dispositifs numériques.

Le tableau de la page suivante synthétise les règles de surface et de hauteur maximum selon le type de dispositif concerné.

2 Règlement local de publicité (RLP) : voir § 6 page 8

Règles de format et de hauteur des dispositifs publicitaires

Dispositifs muraux ou sur clôtures :

	<i>Non lumineux</i>	<i>Eclairé par projection ou transparence</i>	<i>Numérique</i>	<i>Autre dispositif lumineux (notamment sur toiture)</i>
Agglomération de moins de 10 000 habitants	4 m ² maximum, limité à 6 m de hauteur ³		Interdit	
Agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants Agglomération de plus de 10 000 habitants	12 m ² maximum, limité à 7,50 m de hauteur		8 m ² maximum, limité à 6 m de hauteur	8 m ² maximum, limité à 6 m de hauteur

Dispositifs scellés au sol :

	<i>Non lumineux</i>	<i>Eclairé par projection ou transparence</i>	<i>Numérique</i>	<i>Autre dispositif lumineux (notamment sur toiture)</i>
Agglomération de moins de 10 000 habitants	Interdit			
Agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants Agglomération de plus de 10 000 habitants	12 m ² maximum, limité à 6 m de hauteur		8 m ² maximum, limité à 6 m de hauteur	8 m ² maximum, limité à 6 m de hauteur

2.2.c. La règle de densité pour la publicité

Une règle de densité, introduite par la réglementation de 2012, s'applique aux dispositifs publicitaires suivants :

- publicité murale (lumineuse ou non lumineuse),
- publicité scellée ou installée directement sur le sol.

Cette règle ne s'applique pas si ces dispositifs sont installés sur toiture ou palissade.

Sur le domaine privé :

Le nombre est limité à 2 dispositifs muraux par unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure à 80m. Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche entamée de 80m.

Le nombre est limité à un dispositif scellé au sol par unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure à 40m. 2 dispositifs entre 40 et 80 m, un dispositif supplémentaire autorisé par tranche entamée de 80m.

Les dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière. Aucune règle d'inter-distance n'est imposée.

Sur le domaine public :

Un dispositif publicitaire par tranche de 80m peut être installé au droit de l'unité foncière attenante, et ce indépendamment de la règle de densité appliquée sur l'unité foncière.

Le guide national signalé en fin de document (§ 9 - pour en savoir plus) propose de nombreux schémas illustrant ces règles de densité.

³ Hauteur maximale : hauteur au-dessus du niveau du sol

2.2.d. Une obligation d'extinction nocturne

La réglementation a introduit la règle de l'extinction nocturne pour les publicités, pré-enseignes et enseignes lumineuses.

Les publicités et pré-enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures. Des dérogations existent pour les publicités supportées par le mobilier urbain⁴.

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé (adaptations horaires en cas d'activité nocturne).

3. La réglementation concernant les pré-enseignes

Rappel de la définition : constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Comme sous l'ancienne réglementation, **les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité** (art L581-19) à deux exceptions près :

- les pré-enseignes dites « dérogatoires »
- les pré-enseignes temporaires

3.1. Les pré-enseignes dérogatoires

Dans la loi de 1979, un régime dérogatoire à l'interdiction d'affichage publicitaire hors agglomération avait été introduit pour permettre la présignalisation d'activités apportant un service aux personnes en déplacement (garages, stations-service, hôtels, restaurants), la présignalisation des services publics ou d'urgence, d'un monument historique, de vente de produits du terroir, etc.

La multiplication et l'installation anarchiques de ces pré-enseignes dites « dérogatoires » en particulier aux entrées de ville a conduit à réviser totalement leur statut dans le cadre de la loi ENE de 2010.

Ainsi, depuis le 13 juillet 2015, les seules activités pouvant être signalées par des pré-enseignes dérogatoires sont :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Les pré-enseignes signalant des activités utiles pour les personnes en déplacement (hôtels, restaurants, garages, stations-services), les activités s'exerçant en retrait de la voie publique et les activités liées à des services publics ou d'urgence ne sont donc plus autorisées et doivent être déposées.

Ces pré-enseignes peuvent être remplacées par la Signalisation d'Information Locale (SIL) qui relève du code de la route et non du code de l'environnement, et qui peut être installée en ou hors agglomération. Cette micro-signalétique a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'homogénéité, de lisibilité et de visibilité. Elle répond à des normes précises notamment en termes de couleurs et

4 Mobilier urbain : le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs, abris de transport en commun, etc)

d'idéogrammes pouvant y figurer : lettrage, dimensions, activités signalées... (panneaux de type DC43 ou DC29).

Les gestionnaires de voirie (Maire, Conseil Départemental, DIR) ont la possibilité et le choix d'implanter sur leur réseau cette signalisation spécifique SIL, dans le respect des dispositions du Code de la route (arrêté du 6 décembre 2011).

3.2. Les pré-enseignes temporaires

A titre temporaire peuvent être autorisées les pré-enseignes signalant des manifestations à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois. Dans ce cas, elles ne peuvent être installées que 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent, et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après.

Peuvent être également autorisées pour plus de 3 mois les pré-enseignes signalant des travaux publics, des opérations immobilières de lotissement, construction, location-vente de fonds de commerces, etc.

3.3. Le format et les règles d'implantation des pré-enseignes

Les dimensions des pré-enseignes ne peuvent excéder 1m en hauteur et 1,5 m en largeur. Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes.

Les pré-enseignes sont limitées en nombre et en distance.

Elles ne peuvent être implantées ni en agglomération, ni à plus de 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu qu'elles signalent (distance portée à 10 kms pour les monuments historiques).

4. La réglementation concernant les enseignes

Rappel de la définition : constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Le décret de 2012 a modifié principalement le format des enseignes :

- en toiture : la surface cumulée d'enseigne par établissement ne peut excéder 60 m².
- en façade, la surface cumulée des enseignes ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale ; la surface d'enseigne peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale est inférieure à 50m².
- scellées au sol : les enseignes voient leur format passer à 12 m² maximum et sont limitées à un dispositif scellé au sol placé le long de chaque voie publique ouverte à la circulation bordant l'immeuble où est exercée l'activité.

Le guide national signalé en fin de document (§ 9 - pour en savoir plus) précise les règles d'implantation des différents types d'enseignes (enseignes perpendiculaires au mur dites « en drapeau », totems, ...) avec des schémas d'illustration.

5. La prise en compte des nouveaux supports publicitaires

Le décret de 2012 a précisé les définitions et les règles concernant les nouveaux supports de publicité.

5.1. La publicité numérique

La publicité numérique est une publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran :

- images animées: slogan, d'un prix, forme en évolution, tremblement d'un pictogramme,
- images fixes (défilement d'images fixes),
- vidéo.

Elle est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 m² ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol.

Elle est soumise à l'obligation d'extinction nocturne (cf § 2.2 d)

5.2. Les bâches de chantier et les bâches publicitaires

Les bâches de chantier supportent de la publicité installée sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux ». Les bâches publicitaires sont toutes les autres bâches comportant de la publicité.

L'une comme l'autre sont interdites à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Toutes les bâches sont soumises à autorisation. Selon un régime dérogatoire, l'autorisation d'installer une bâche incombe au maire dans tous les cas, et jamais au préfet même dans les communes non dotées d'un RLP(i).

5.3. Le micro-affichage ou dispositifs de petits formats

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales sont autorisés en agglomération s'ils ne recouvrent que partiellement la baie.

Leur surface unitaire est inférieure à 1 m². Les surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du 10ème de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².

6. Les règlements locaux de publicité (RLP)

Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, des règlements locaux de publicité communaux (RLP) ou intercommunaux (RLPi), documents de planification de l'affichage publicitaire, peuvent être institués par les communes ou les EPCI. L'échelle intercommunale apparaît comme particulièrement adaptée pour traiter des questions de publicité et notamment pour atteindre une meilleure homogénéité des pratiques à l'échelle du territoire intercommunal.

Le RLP(i) définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national (sauf dérogation). Lorsque les dispositions spécifiques du RLP(i) ne portent que sur certains aspects de la réglementation (ex : formats, densité...) ou certains secteurs (ex : secteurs à forts enjeux paysagers, entrées de ville... etc) et que, pour le reste de la réglementation, le RLP(i) ne prévoit pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du RNP qui s'appliquent par défaut (dans ce cas le RNP vaut RLP).

La loi ENE et le décret de 2012 ont renforcé la capacité des collectivités territoriales à s'engager dans la thématique de l'affichage publicitaire, en réformant la procédure d'élaboration des RLP(i). Ainsi, cette procédure est désormais similaire à la procédure d'élaboration des PLU(i). Si les deux procédures gagnent à être menées conjointement - RLP(i) élaboré dans le cadre de l'élaboration du PLU(i) - elles peuvent être menées séparément.

Des mesures transitoires ont été adoptées pour les RLP adoptés antérieurement à la loi de 2010 - RLP dits « de première génération » (publiés avant le 13/07/11). La loi exige qu'ils soient modifiés ou révisés en vue de les transformer en RLP dits de deuxième génération (2G, publiés après le 13/07/11) dans un délai de dix ans à compter de la date d'entrée en vigueur de la loi, soit le 14 juillet 2020, faute de quoi, ils seront frappés de caducité.

7. L'autorité compétente en matière de publicité extérieure

L'autorité compétente en matière de police de la publicité extérieure est le maire dans les communes disposant d'un règlement local de publicité.

<i>Communes non couvertes par un règlement local de publicité (RLP)</i>	<i>Communes couvertes par un RLP</i>
L'instruction appartient au préfet de département.	L'instruction appartient au maire.
Le pouvoir de police appartient au préfet de département.	Le pouvoir de police appartient au maire sur tout le territoire communal.
Le préfet de département agit au nom de l'Etat.	Le maire agit en son nom propre.
	Le préfet de département a un pouvoir de substitution en cas de carence du maire en matière de police.
L'instruction des demandes d'autorisation concernant les bâches et dispositifs temporaires de dimension exceptionnelle est réalisée dans tous les cas par la commune.	

8. Les formalités administratives

Les dispositifs relevant de la publicité extérieure sont soumis à deux régimes :

- la **déclaration préalable** qui permet de déclarer les **publicités** et les **pré-enseignes**.
- l'**autorisation préalable** qui permet sous conditions l'installation d'**enseignes**

8.1. La déclaration préalable (DP) - Cerfa 14799*01

La déclaration préalable (DP) relève du régime déclaratif. Son objet est d'informer l'autorité de police qu'un dispositif publicitaire va être implanté, modifié ou remplacé. Autrement dit, l'autorité de police ne peut pas s'opposer à cette installation : il n'y a donc pas d'instruction de la déclaration. Néanmoins, si, au vu des informations figurant dans la déclaration, il apparaît que le projet n'est pas conforme au code de l'environnement et, le cas échéant, au RLP(i), il est opportun que l'autorité de police attire l'attention de l'exploitant des risques qu'il encourt en matière de sanctions.

Une déclaration préalable doit être déposée pour toute installation, modification ou remplacement :

- d'un dispositif ou d'un matériel qui supporte de la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence,
- de dispositifs publicitaires muraux (murs, clôtures, bâtiments),
- de dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol,
- du mobilier urbain supportant de la publicité,
- de dispositifs publicitaires de petit format intégrés à des devantures commerciales (micro-affichage),
- de la modification ou du remplacement de la publicité sur bâche dont l'emplacement a été autorisé par arrêté municipal.

8.2. L'autorisation préalable (AP) - Cerfa 14798*01

Lorsqu'un dispositif publicitaire est soumis à autorisation préalable, son installation est subordonnée à une autorisation délivrée par l'autorité compétente en matière de police après instruction. Celle-ci a pour objet de contrôler que le dispositif respecte les règles de formats, d'implantation et de luminosité qui le concernent, et de vérifier son intégration dans l'environnement architectural et paysager, le cas échéant après consultation des services et des autorités de l'État compétentes (ABF, Préfet de région).

L'autorisation préalable (AP) est délivrée par l'autorité compétente. Son instruction est calquée sur celle des autorisations d'urbanisme.

Le délai d'instruction est de 2 mois majoré selon le lieu d'implantation du dispositif.

Un récépissé de dépôt est remis au dépositaire dans le mois suivant le dépôt. Passé le délai d'un mois à compter du dépôt, le dossier est déclaré complet.

Si dans le délai de deux mois, à compter de la demande de pièces manquantes, le dépositaire n'a pas produit ces pièces, il y a décision implicite de rejet.

A défaut de notification dans le délai de deux mois à compter du dépôt de l'AP, celle-ci est réputée accordée.

Une demande d'autorisation préalable doit être déposée pour :

- les enseignes (y compris temporaires)
 - à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation,
 - installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné aux articles L581-4 et L581-8 (monuments historiques classés ou inscrits et leurs abords, monuments naturels, sites classés et inscrits, coeurs des parcs nationaux et réserves naturelles, parcs naturels régionaux, sites patrimoniaux remarquables, zones Natura 2000, ...)
- la publicité
 - dispositif publicitaire de dimensions exceptionnelles lié à une manifestation exceptionnelle,
 - dispositif de publicité lumineuse autres que ceux supportant des affiches éclairées par projection ou transparence.

8.3. Les modalités de dépôt des demandes de DP ou d'AP

Pour les communes couvertes par un règlement local de publicité :

Les demandes d'AP ou de DP doivent être adressées en 2 exemplaires à la mairie du lieu d'implantation du dispositif

Pour les communes non couvertes par un règlement local de publicité :

Les demandes d'AP ou de DP doivent être adressées en 2 exemplaires à
Direction départementale des territoires
Service Connaissance, Aménagement des Territoires et Urbanisme
Publicité Extérieure
6 rue Roussillon - BP 1169 - 25003 Besançon Cédex

9. Pour en savoir plus

Pour tout renseignement relatif à la publicité extérieure, vous êtes invités à contacter le référent Publicité Extérieure de la DDT du Doubs :

Jean-Christophe COLIN
03 81 65 69 51
jean-christophe.colin@doubs.gouv.fr

Références utiles :

Guide pratique du ministère sur la réglementation de la publicité extérieure – 2014 :
[guide national sur la publicité extérieure – 2014](#)

Rubrique «publicité» du site Internet du ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer (MEEM) :
<http://www.developpement-durable.gouv.fr/reglementation-publicite-enseignes-et-preenseignes#e2>

Rubrique publicité sur le site service-public / professionnels :
<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/N31355>