

# UNE NOUVELLE REGLEMENTATION POUR L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour  
l’environnement et décret du 30 janvier 2012 relatif à  
la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes

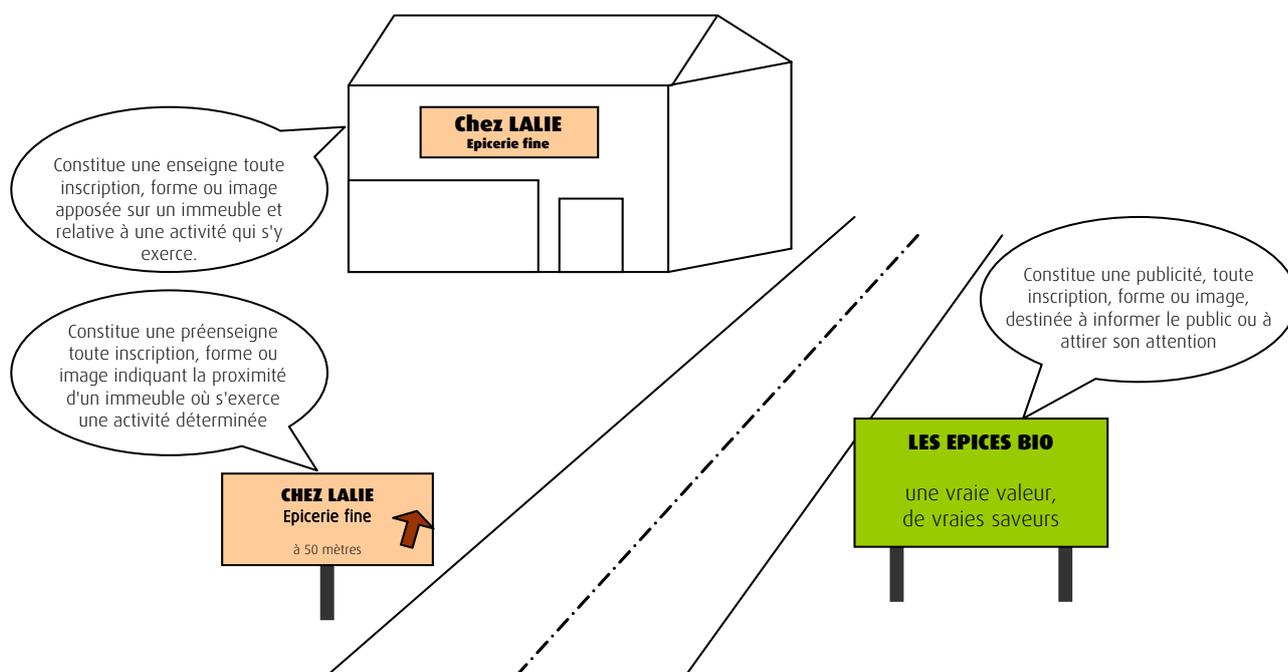
Août 2012



1. LES DÉFINITIONS.....	3
2. UNE NOUVELLE RÉPARTITION DES COMPÉTENCES.....	4
3. DÉLAIS D'APPLICATION DE LA NOUVELLE RÉGLEMENTATION.....	5
4. LA PROCÉDURE DE RLP SE MODERNISE.....	7
5. LA RÈGLE DE DENSITÉ.....	9
6. DE NOUVEAUX FORMATS POUR LA PUBLICITÉ.....	11
7. L'OBLIGATION D'EXTINCTION NOCTURNE.....	12
8. LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE.....	14
9. LES BÂCHES.....	16
10. LA PUBLICITÉ DANS L'EMPRISE DES AÉROPORTS ET DES GARES FERROVIAIRES.....	18
11. LA PUBLICITÉ DANS LES PARCS NATURELS RÉGIONAUX.....	20
12. LA PUBLICITÉ DANS LES SITES INSCRITS OU CLASSÉS.....	22

## 1. LES DÉFINITIONS

- 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, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
- Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
- Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



## 2. UNE NOUVELLE RÉPARTITION DES COMPÉTENCES

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une nouvelle répartition des compétences d'instruction et de police de l'affichage publicitaire.

Cette répartition dépend désormais de la présence ou non d'un RLP sur les communes ou le territoire des EPCI.

Communes couvertes par un RLP	Communes non couvertes par un RLP
- L'instruction appartient au maire	- L'instruction appartient au préfet de département
- Le pouvoir de police appartient au maire sur tout le territoire communal	- Le pouvoir de police appartient au préfet de département
- Le maire agit en son nom propre	- Le préfet de département agit au nom de l'État
- 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 par la commune.	

**Attention** : au regard de la législation actuelle, un EPCI n'est pas compétent en matière d'instruction et de police de la publicité ni pour agir en son nom propre.

### 3. DÉLAIS D'APPLICATION DE LA NOUVELLE RÉGLEMENTATION

14 juillet 2010

Le maire dispose de l'autorité en matière de police de la publicité dès lors que sa commune est couverte par un RLP.

1er juillet 2012

**Hors RLP** : Les nouveaux dispositifs apposés sur des zones sans RLP doivent être conformes au décret. Les nouvelles règles nationales s'appliquent dans toute la France aux nouveaux dispositifs (extinction des enseignes lumineuses, extinction des publicités lumineuses dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, régime d'autorisation des bâches).

Dans les aéroports situés hors agglomération non couverts par un RLP, le régime national prévu dans le décret s'applique aux nouveaux dispositifs qui y sont apposés.

**En RLP** : Les RLP restent valables, tant qu'ils ne sont pas modifiés, jusqu'au 14 juillet 2020. Par voie de conséquence, les nouveaux dispositifs sont soumis aux dispositions du RLP existant, en tant qu'il les concerne. Quant aux nouveaux dispositifs pour lesquels le RLP est silencieux, ils sont soumis aux nouvelles dispositions réglementaires nationales.

**Élaboration des RLP** : Les nouveaux RLP élaborés sont conformes à la nouvelle réglementation. Ceux élaborés dans des unités urbaines de plus de 800 000 habitants prévoient des modalités et zones d'extinction pour les publicités lumineuses.

13 juillet 2015

Les préenseignes dérogatoires doivent être conformes à la nouvelle réglementation nationale : interdiction des préenseignes signalant des activités spécialement utiles aux personnes en déplacement, interdiction de celles signalant des services de secours, interdiction de celles signalant des activités en retrait de la voie publique. Les préenseignes dérogatoires conformes aux règles antérieures sont également concernées.

1er juillet 2018

**Hors RLP** : Les dispositifs apposés avant le 1er juillet 2012 et qui étaient conformes à l'ancienne réglementation, doivent être conformes à la nouvelle réglementation nationale.

**En RLP** : Les dispositifs apposés avant le 1er juillet 2012, qui étaient conformes à l'ancienne réglementation, et qui n'étaient pas évoqués dans le RLP qui couvre la zone où ils sont apposés, doivent être conformes à la nouvelle réglementation nationale.

Les nouvelles règles d'extinctions s'appliquent à toutes les enseignes, et à toutes les publicités lumineuses apposées dans une unité urbaine de moins de 800 000 habitants.

14 juillet 2020

Les RLP élaborés avant le 13 juillet 2010 qui n'ont pas encore été révisés ou modifiés depuis le 13 juillet 2010, deviendront automatiquement caducs.

## Tableau récapitulatif

	1er juillet 2012	13 juillet 2015	1er juillet 2018	14 juillet 2020	14 juillet 2026
	<b>Entrée en vigueur de :</b>				
<b>Anciens RLP</b>	Nouveaux dispositifs pas explicitement encadrés par le RLP		Tous les dispositifs pas explicitement encadrés par le RLP - toutes les nouvelles règles pas évoquées dans le RLP	Tous les nouveaux dispositifs	Tous les dispositifs
<b>Hors RLP</b>	Nouveaux dispositifs	Nouvelles préenseignes dérogatoires	Tous les dispositifs		
<b>Nouveaux RLP</b>	Tous les dispositifs à N + 6 (N = date de publication du RLP)				

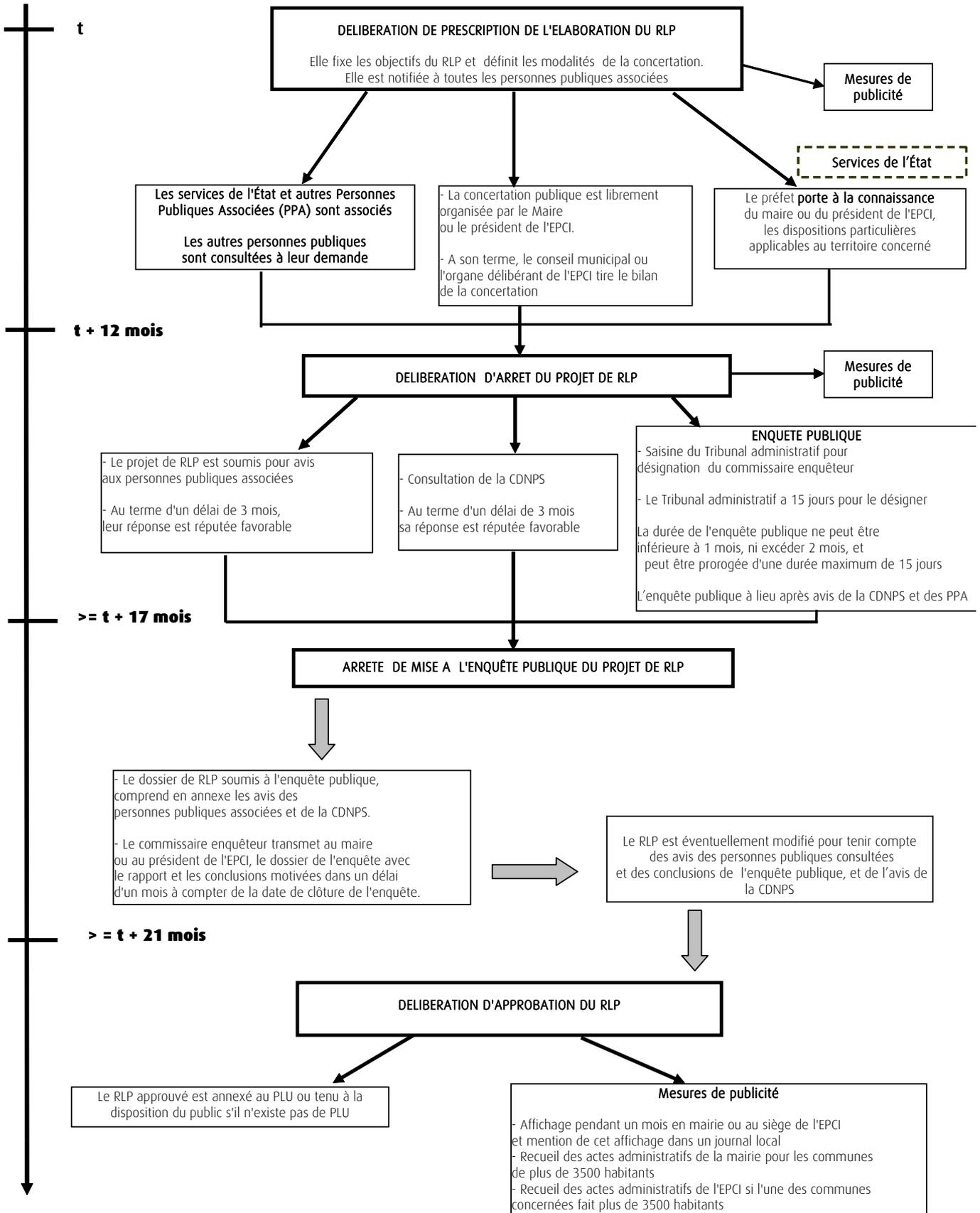
## 4. LA PROCÉDURE DE RLP SE MODERNISE

La loi du 12 juillet 2010 instaure une réglementation nouvelle pour l'élaboration des documents de planification de l'affichage publicitaire dans les communes. Dorénavant les règles d'élaboration du règlement local de publicité (RLP) devront être conformes à celles fixées pour le PLU et l'ensemble de la procédure sera menée à l'initiative du maire ou du président de l'EPCI compétent en matière de PLU.

- Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.
- Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, il définit les orientations de la commune ou de l'EPCI en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- La partie réglementaire comprend notamment les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L. 581-9 et, dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction des publicités selon les zones qu'il identifie.
- Les prescriptions du RLP peuvent être générales à l'ensemble du territoire communal ou intercommunal ou être spécifiques selon un zonage qu'il définit.
- Les documents graphiques font apparaître les zonages identifiés par le RLP et sont annexés à ce dernier.
- Les limites d'agglomération fixées par le maire figurent également dans un document graphique annexé avec les arrêtés municipaux correspondants.

Voir schéma ci-après pour le déroulement de la procédure.

## Délais indicatifs



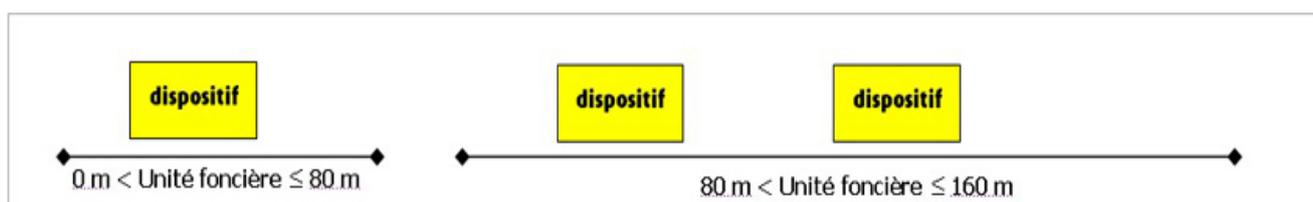
## 5. LA RÈGLE DE DENSITÉ

La réglementation nouvelle fixe une règle de densité qui s'applique aux dispositifs publicitaires suivants : publicité lumineuse et non lumineuse murale, scellée ou installée directement sur le sol. La règle ne s'applique pas à ces dispositifs s'ils sont installés sur toiture ou palissade.

### SUR LE DOMAINE PRIVÉ

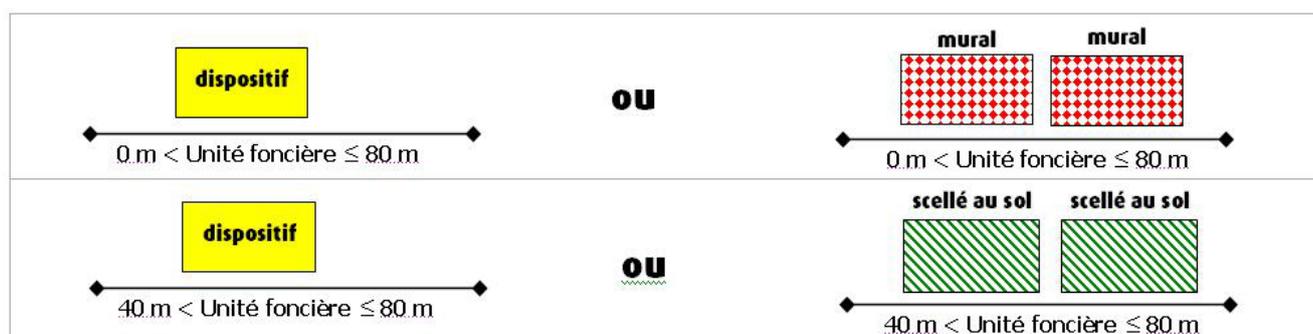
#### Le principe

Sur une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif qu'il soit mural ou scellé au sol.

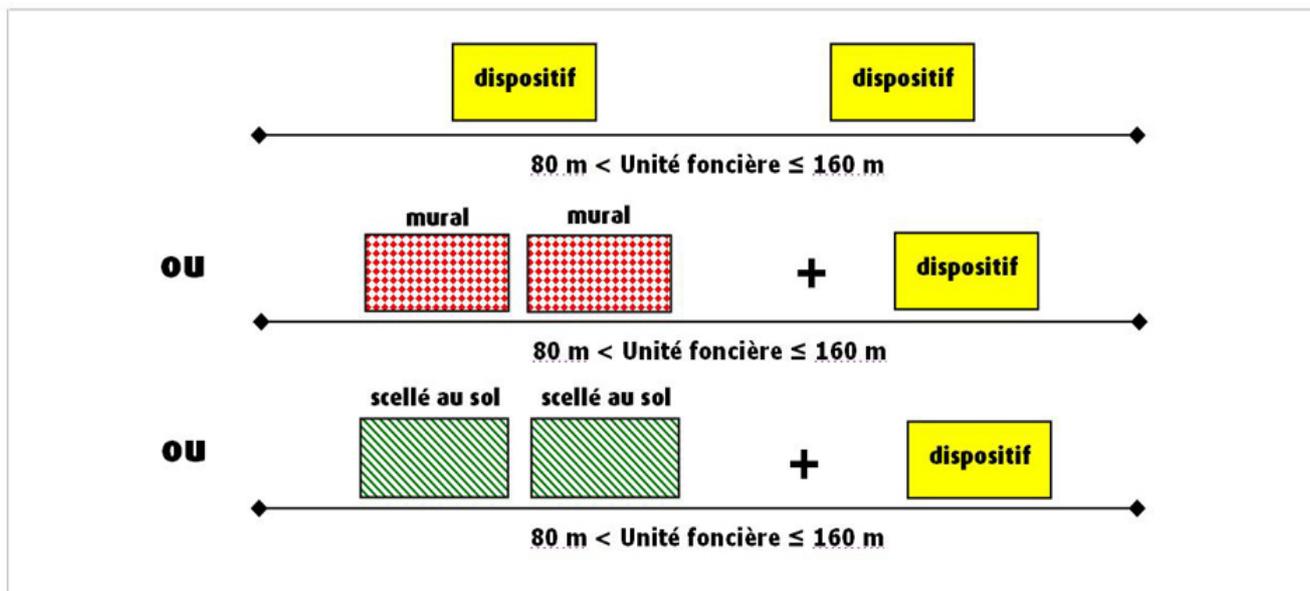


#### L'alternative

Il peut être installé deux dispositifs muraux sur toute unité foncière ou deux dispositifs scellés au sol sur les unités foncières supérieures à 40 mètres.

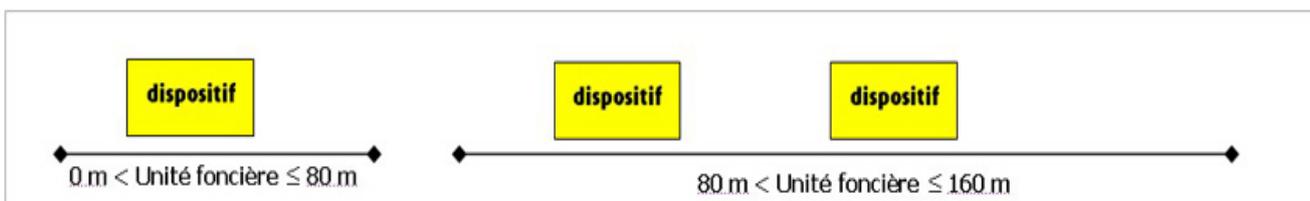


Cependant sur les unités foncières de plus de 80 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres. Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.



### SUR LE DOMAINE PUBLIC

Le long des unités foncières dont la longueur est inférieure à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif sur le domaine public. Lorsque l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 80 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres. Ces dispositifs seront librement installés sur le domaine public, le long de l'unité foncière.



## 6. DE NOUVEAUX FORMATS POUR LA PUBLICITE

Avec la réforme, le seuil des 2000 habitants disparaît. C'est dorénavant le seuil de 10 000 habitants appartenant ou non à une unité urbaine de 100 000 habitants, qui sera le critère de détermination des dispositifs publicitaires autorisés et de leur surface.

La taille des dispositifs publicitaires diminue, celle de la publicité lumineuse est réglementée ainsi que celle des dispositifs numériques.

La surface des dispositifs publicitaires installés sur les emprises des aéroports et des gares ferroviaires est elle aussi réglementée.

	Dispositifs muraux ou sur clôtures			
	Non lumineux	Éclairée par projection ou transparence	Numérique	Autre lumineuse (notamment sur toiture)
<b>Agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants)</b>	4 m <sup>2</sup> Ou 8 m <sup>2</sup> (par arrêté préfectoral, pour les publicités en bordure de routes à grandes circulation définies dans les conditions prévues au L110-3 du code de la route)		Interdite	Interdite
<b>Agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants</b>	12 m <sup>2</sup>		8 m <sup>2</sup> ou 2,1 m <sup>2</sup> (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m <sup>2</sup>
<b>Agglomérations de plus de 10 000 habitants</b>	12 m <sup>2</sup>		8 m <sup>2</sup> ou 2,1 m <sup>2</sup> (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m <sup>2</sup>

	Dispositifs scellés au sol			
	Non lumineux	Éclairée par projection ou transparence	Numérique	Autre lumineuse (notamment sur toiture)
<b>Agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants)</b>	Interdits		Interdits	Interdits
<b>Agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants</b>	12 m <sup>2</sup>		8 m <sup>2</sup> ou 2,1 m <sup>2</sup> (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m <sup>2</sup>
<b>Agglomérations de plus de 10 000 habitants</b>	12 m <sup>2</sup>		8 m <sup>2</sup> ou 2,1 m <sup>2</sup> (si non respect du seuil fixé par arrêté ministériel)	8 m <sup>2</sup>

## 7. L'OBLIGATION D'EXTINCTION NOCTURNE

La nouvelle réglementation introduit la règle de l'extinction nocturne pour les publicités, préenseignes et enseignes lumineuses.

### LA PUBLICITÉ ET LES PRÉENSEIGNES LUMINEUSES

#### Le principe

- Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités et préenseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures.
- Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont définies par le règlement local de publicité.

→ Les communes n'ayant pas de RLP et appartenant à des unités urbaines de plus de 800 000 habitants ne sont pas de fait soumises à la règle d'extinction. Il appartient donc au RLP de définir les modalités et les zones d'extinction des dispositifs sur le territoire communal si la commune souhaite voir s'appliquer des mesures d'extinction.

→ Les modalités d'extinction et les plages d'extinction définies sur les zones du RLP sont libres, elles peuvent être plus souples que la plage de 1 heure – 6 heures définies dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

- Lors d'événements exceptionnels, les obligations et modalités d'extinction sont définies par arrêté municipal ou préfectoral.

#### Les dérogations

Ne sont pas soumis à la règle d'extinction :

- les dispositifs éclairés par projection ou par transparence supportés par le mobilier urbain ;
- les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports ;
- les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes ;
- les publicités numériques de surface exceptionnelle, de 50 m<sup>2</sup> maximum, s'élevant jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol, installées sur l'emprise des aéroports au flux annuel de passagers de plus de trois millions de personnes.

### LES ENSEIGNES LUMINEUSES

Les enseignes sont soumises à l'obligation d'extinction dans les conditions suivantes :

- elles sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé ;
- lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, elles sont éteintes au plus tard 1 heure après la cessation de l'activité et peuvent être rallumées au plus tôt 1 heure avant la reprise de cette dernière.

Il peut être dérogé à ces mesures lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

## AUTRES DISPOSITIFS LUMINEUX SOUMIS A L'OBLIGATION D'EXTINCTION NOCTURNE

Les dispositifs suivants doivent être éteints entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de ceux installés dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, pour lesquels ce sont les règlements locaux de publicité qui définiront les zones d'extinction et les types de dispositif impactés :

- le mobilier urbain sauf quand il supporte de la publicité numérique à images fixes ;
- les bâches et les dispositifs de dimensions exceptionnelles ;
- les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

Ainsi, les dispositifs installés dans des communes appartenant à des unités urbaines de plus de 800 000 habitants n'ayant pas de RLP ne sont pas soumis à l'extinction. Il appartient donc au RLP de définir les modalités et les zones d'extinction de ces dispositifs sur le territoire communal.

## 8. LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE

### Définition

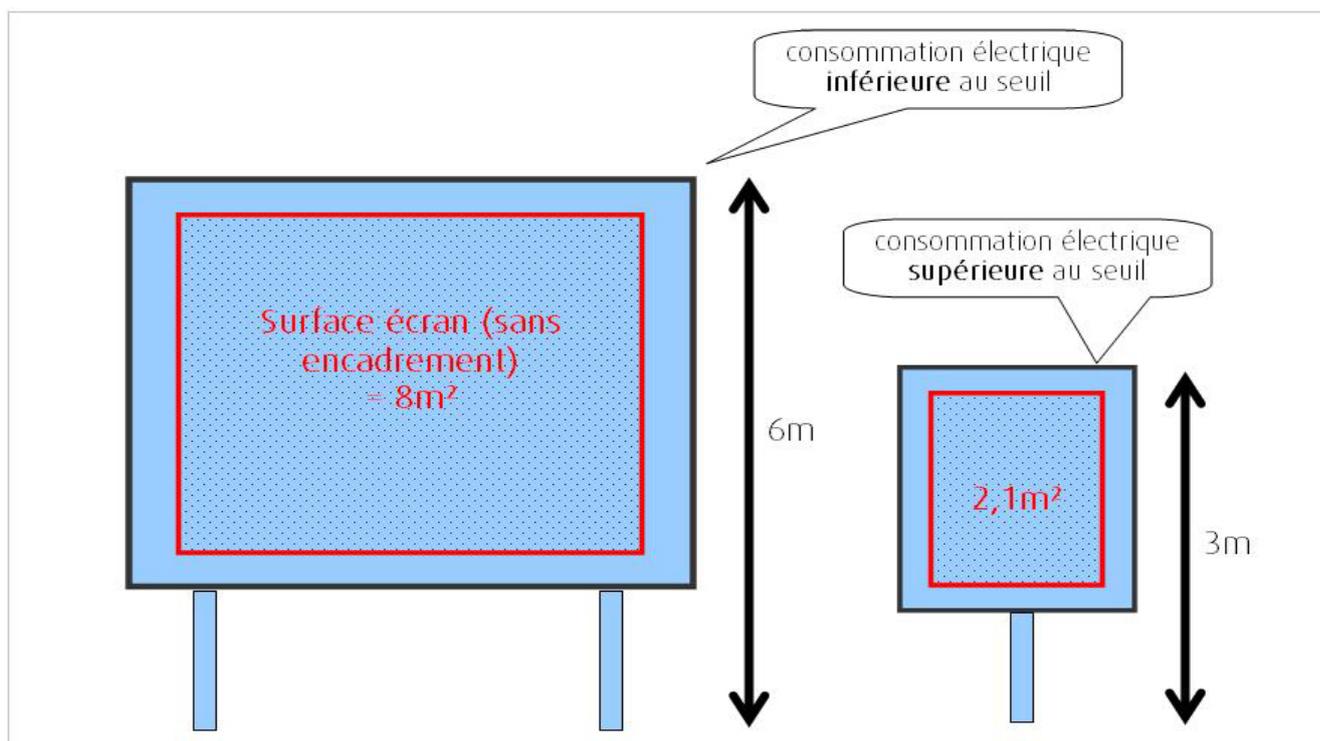
La publicité numérique est une sous-catégorie des publicités lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. La publicité numérique peut être de trois sortes :

- images animées : il existe une animation sur l'image (apparition d'un slogan, ou d'un prix, forme en évolution, tremblement d'un pictogramme, etc.) ;
- images fixes (défilement d'images fixes) ;
- vidéos.

### Principes généraux

La publicité numérique est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à  $8\text{ m}^2$  ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Dans certains cas, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel, la surface maximale est réduite à  $2,1\text{ m}^2$  maximum et ne peut s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.



La publicité numérique est soumise aux règles d'extinction applicables à la publicité lumineuse. Aussi, dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les modalités d'extinction sont définies par le RLP.

Enfin, afin d'éviter les éblouissements, les dispositifs publicitaires numériques sont équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante.

## Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique

Le mobilier urbain peut supporter de la publicité numérique dès lors que la publicité sur mobilier urbain est autorisée, sauf dans les cas suivants :

- hors agglomération ;
- dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
- au sein des parcs naturels régionaux, dans les zones Natura 2000 (ZSC et ZPS), au sein des aires d'adhésion des parcs nationaux (même dans le cas d'un RLP) ;
- si les images publicitaires qu'il supporte sont visibles d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation ou d'une voie publique située hors agglomération.

Tout comme le mobilier urbain supportant de la publicité classique, celui supportant de la publicité numérique, est normalement destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques, et ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et oeuvres.

Enfin, dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, le mobilier urbain supportant de la publicité numérique à images non fixes est soumis à la règle d'extinction applicable à la publicité lumineuse.

## 9. LES BÂCHES

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement crée un régime d'autorisation municipale pour les bâches.

### Deux types de bâches

- Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

**Remarque :** Les bâches de chantier apposées sur des monuments historiques ne sont pas soumises à ce régime mais réglementées à l'article L .621-29-8 du code du patrimoine.

### Une réglementation commune aux deux types de bâches

Les bâches ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Dans les autres agglomérations, les bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route, qui fixe à 40 mètres la distance à respecter par-rapport aux autoroutes et routes express situées en agglomération.

### Une réglementation particulière pour chaque type de bâche

Les bâches de chantier	Les bâches publicitaires
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 0,50 m par rapport à l'échafaudage support.  L'affichage publicitaire prend fin avec la fin d'utilisation des échafaudages pour les travaux.  La publicité apposée sur une bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de la bâche sauf si les travaux doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label «haute performance énergétique rénovation" dit «BBC rénovation", auquel cas, le maire peut autoriser un affichage publicitaire d'une superficie supérieure à ce plafond.	Les bâches publicitaires peuvent être installées sur murs aveugles ou comportant uniquement des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m <sup>2</sup> .  La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par-rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,50 m, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.  Les bâches publicitaires ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie.  La distance entre deux bâches publicitaires doit être d'au moins 100 mètres

## Autres dispositions particulières

En agglomération, les bâches sont interdites :

- Sur les monuments naturels, les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public ;
- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- dans les zones d'interdiction absolue citées à l'article L. 581-4 du code de l'environnement ;
- dans les zones d'interdiction relative citées à l'article L. 581-8 du code de l'environnement, sauf si un RLP existe et les autorise explicitement.

Les bâches supportant de la publicité numérique sont soumises aux dispositions de surface applicables à la publicité numérique.

Les bâches supportant de la publicité lumineuse doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, pour lesquelles ce sont les règlements locaux de publicité qui définiront les zones d'extinction et les types de dispositif impactés. Les bâches sont par ailleurs soumises à l'obligation de luminance maximale fixé par arrêté ministériel.

## 10. LA PUBLICITÉ DANS L'EMPRISE DES AÉROPORTS ET DES GARES FERROVIAIRES

La loi du 12 juillet 2010 dans son article L. 581-7 introduit la publicité hors agglomération dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires, et le décret du 30 janvier 2012 en précise les conditions d'installation.

### LA PUBLICITÉ NON-LUMINEUSE

#### Dispositifs apposés sur mur ou clôture

Ils ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 12 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol.

#### Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol

Ils ne peuvent avoir une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Toutefois, sur l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions de personnes ces dispositifs peuvent s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol, et avoir une surface d'une limite maximale de 50 m<sup>2</sup>.

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits sur l'emprise des aéroports et des gares, si les affiches qu'ils supportent :

- ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ;
- ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.

### LA PUBLICITÉ LUMINEUSE ET NUMÉRIQUE

#### Formats

La publicité éclairée par projection ou par transparence est soumise aux règles de format et de hauteur s'appliquant aux publicités non lumineuses, exceptions comprises.

La publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Une exception à ce format est autorisée sur l'emprise d'un aéroport dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes : les dispositifs publicitaires numériques peuvent avoir une surface unitaire maximale égale à 50 m<sup>2</sup> et s'élever jusqu'à 10 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les autres publicités lumineuses apposées sur un mur, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Tous ces dispositifs de publicité lumineuse respectent des normes techniques (seuils maximaux de luminance et efficacité lumineuse des sources utilisées) fixées par arrêté ministériel. De même, les dispositifs publicitaires numériques sont équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante, afin d'éviter les éblouissements.

## **Extinction**

Sur l'emprise des aéroports, les dispositifs de publicité lumineuse implantés ne sont pas soumis à la règle d'extinction lumineuse.

Sur les emprises de gares ferroviaires situées dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses installées sont soumises à l'obligation d'extinction entre 1 heure et 6 heures. Par contre, sur ces emprises situées dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, elles ne sont pas soumises aux mesures d'extinction : les obligations et modalités d'extinction seront définies par le RLP.

## 11. LA PUBLICITÉ DANS LES PARCS NATURELS RÉGIONAUX

### LA PUBLICITÉ

#### **Le principe**

Dans un parc naturel régional, la publicité est interdite hors agglomération au titre des dispositions de l'article L. 581-7 (droit commun), et en agglomération au titre des dispositions du 3° de l'article L. 581-8.

#### **La dérogation**

La publicité peut être réintroduite par un règlement local de publicité (RLP) définissant une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. Cette réglementation s'applique sur le territoire du PNR indépendamment du contenu de la charte dès lors que celle-ci ne prévoit pas de dispositions spécifiques encadrant les règlements locaux de publicité.

En effet, la loi du 12 juillet 2010 qui définit la procédure de RLP a introduit, à l'article L. 581-14 du code de l'environnement, l'obligation pour le RLP de se conformer aux orientations et mesures de la charte d'un parc naturel régional. Cette charte définit les orientations de protection, de mise en valeur et de développement du parc, ainsi que les mesures permettant de les mettre en oeuvre.

Ainsi la charte peut comporter des orientations relatives à la publicité avec lesquelles le RLP devra être compatible et énoncer des règles visant à encadrer les règlements locaux de publicité dont les communes ou EPCI désireux de réintroduire la publicité hors agglomération sur leur territoire souhaiteraient se doter. Dans ce cas, les règles édictées par la charte devront être plus restrictives que le règlement national de publicité.

Les communes ou les EPCI adhérant à la charte du PNR sont donc dans l'obligation de respecter ces règles en matière de réglementation de la publicité si elles décident d'élaborer un RLP.

En outre, le gestionnaire du parc, syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc naturel régional, est associé et consulté à sa demande lors de l'élaboration du RLP conformément à l'article L. 123-8 alinéa 1<sup>er</sup> du code de l'urbanisme.

### LES AUTRES DISPOSITIFS

- Les enseignes sont soumises à autorisation en PNR (L. 581-18) ;
- Le mobilier urbain ne peut supporter de la publicité numérique en PNR ;
- Les véhicules terrestres utilisés ou équipés à des fins publicitaires, ne peuvent pas circuler en PNR ;
- Les bâtiments motorisés supportant de la publicité sur les eaux intérieures, ne peuvent stationner ou séjourner dans un PNR ou sur les plans d'eau ou parties de plan d'eau situés à moins de 100 mètres de ce PNR.

## LE CAS PARTICULIER DES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

**Jusqu'au 13 juillet 2015**, les préenseignes dérogatoires sont autorisées en PNR et hors agglomération dans les conditions de l'article L. 581-19 al. 3 issu de la loi du 29 décembre 1979.

Une préenseigne dérogatoire peut aussi être autorisée en agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et uniquement au bénéfice des activités s'exerçant en retrait de la voie publique et des activités liées à des services d'urgence (décret du 24 février 1982).

**A compter du 13 juillet 2015**, les préenseignes dérogatoires pourront toujours être installées en PNR hors agglomération mais ne concerneront plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Elles ne seront par ailleurs plus autorisées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. (décret du 30 janvier 2012).

Les préenseignes dérogatoires devront par ailleurs être harmonisées et répondre à des prescriptions éventuellement fixées par le gestionnaire de la voirie.

## 12. LA PUBLICITÉ DANS LES SITES INSCRITS OU CLASSÉS

### LA PUBLICITÉ

#### Dans les sites classés

La loi interdit toute publicité que ce soit hors ou en agglomération.

#### Dans les sites inscrits et dans les zones de protection

La loi interdit la publicité en agglomération.

En agglomération, la publicité est également interdite dans les conditions définies à l'article L. 581-8 mais il peut être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un RLP.

S'il n'est pas dérogé à cette interdiction par RLP, le maire peut cependant autoriser l'affichage d'opinion et la publicité des associations, sur des emplacements sur palissades de chantier et sur des emplacements qu'il détermine à condition que leur surface ne dépasse pas 2 m<sup>2</sup> (L. 581-8-II, R. 581-4).

### LES ENSEIGNES

Les enseignes sont soumises à autorisation en site inscrit et dans les zones de protection, et en site classé après accord du préfet de région (R. 581-16 II).

Les enseignes temporaires sont aussi soumises à autorisation en site inscrit ainsi que dans les zones de protection lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées sur le sol et lorsqu'elles sont installées en site classé où dans certains cas, l'autorisation est délivrée après avis de l'ABF (R. 581-17).

### LE CAS PARTICULIER DES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

#### Dans les sites classés

*Jusqu'au 13 juillet 2015*, les préenseignes dérogatoires sont interdites hors agglomération.

En agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, une préenseigne peut être installée au bénéfice des activités s'exerçant en retrait de la voie publique et des activités liées à des services d'urgence (décret du 24 février 1982).

*A compter du 13 juillet 2015*, les préenseignes dérogatoires seront interdites en site classé (décret du 30 janvier 2012).

#### Dans les sites inscrits et dans les zones de protection

*Jusqu'au 13 juillet 2015*, les préenseignes dérogatoires sont autorisées hors agglomération dans les conditions de l'article L. 581-19 al. 3 issu de la loi du 29 décembre 1979, et en agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, une préenseigne peut être installée au bénéfice des activités s'exerçant en retrait de la voie publique et des activités liées à des services d'urgence (décret du 24 février 1982).

*A compter du 13 juillet 2015*, les préenseignes dérogatoires pourront être installées hors agglomération mais ne concerneront plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (décret du 30 janvier 2012).

Elles ne seront par ailleurs plus autorisées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Les préenseignes dérogatoires devront en outre être harmonisées et répondre à des prescriptions éventuellement fixées par le gestionnaire de la voirie.

### AUTRES DISPOSITIFS

- Les véhicules terrestres utilisés ou équipés à des fins publicitaires, ne peuvent pas circuler dans les sites et les zones de protection.
- Les bâtiments motorisés supportant de la publicité sur les eaux intérieures, ne peuvent stationner ou séjourner dans ces lieux ou sur les plans d'eau ou parties de plan d'eau situés à moins de 100 mètres de ces lieux.

**Ministère de l'Écologie, du Développement  
durable, et de l'Énergie**

Direction générale de l'Aménagement,  
du Logement et de la Nature  
Sous-direction de la qualité du cadre de vie  
Bureau des paysages et de la publicité  
Arche Sud - 92055 La Défense cedex  
Tél. : 01 40 81 33 89

