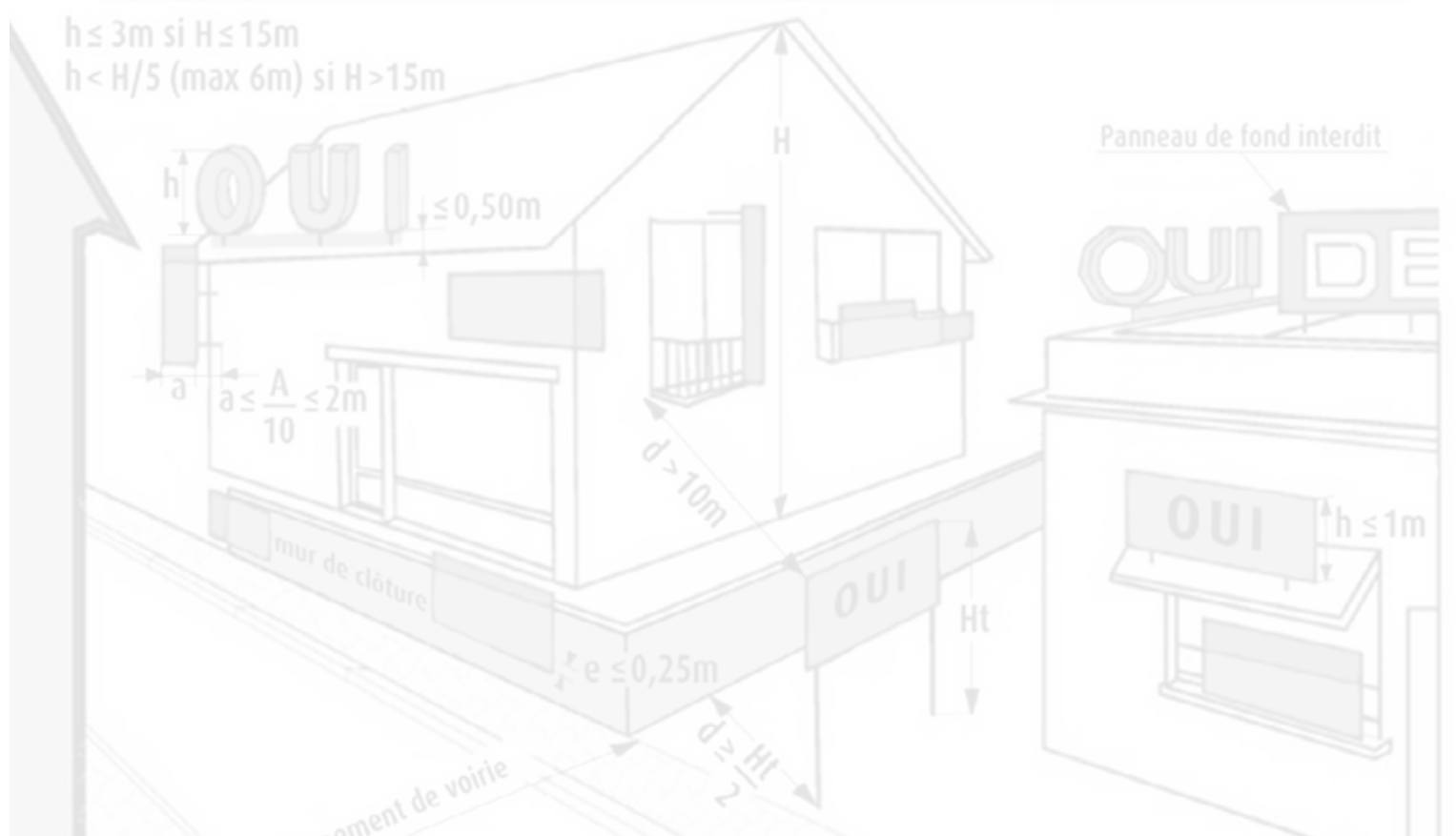




# PUBLICITÉS URBAINES ENSEIGNES - PRÉ-ENSEIGNES



« Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, conformément aux lois en vigueur. »

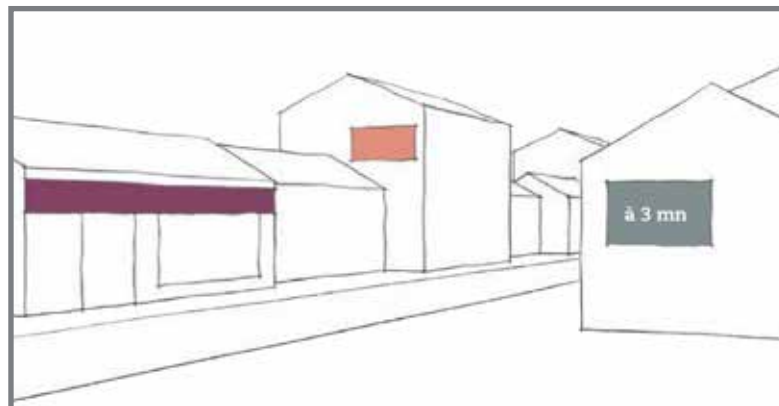
**Article L581-1 du Code de l'Environnement.**

L'intérêt grandissant de la population pour la qualité des paysages, la préservation du patrimoine culturel et des villages de caractère, avec en parallèle un sentiment de nuisance visuelle du cadre de vie ont amené le législateur à réformer l'affichage publicitaire en France.

## GÉNÉRALITÉS

La loi N°2010-788 du 12.07.2010 dite « Grenelle II » portant un engagement national pour l'environnement a instauré une réforme législative qui vise à concilier la liberté d'affichage et la protection de l'environnement et des paysages.

Le décret du 30.01.2012, entré en vigueur le 01.07.2012, a modifié le règlement national de publicité (RNP), en limitant les formats et la densité des affichages, mais également en clarifiant la répartition des compétences entre État et communes.



Enseigne - Publicité - Pré-enseigne

La réglementation nationale (RNP) distingue et fixe des règles respectives pour trois types de dispositifs : la **publicité**, l'**enseigne** et la **pré-enseigne** lorsqu'ils sont visibles depuis la voie publique ou privée ouverte à la circulation publique. (Art. L.581-2 et L.581-1 du CE).

Localement, les communes ou communautés de communes peuvent également instaurer un Règlement Local de Publicité (RLP). Il doit être élaboré conformément aux procédures des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU).

**L'autorité en matière de police de la publicité est : le Préfet pour les communes sans RLP, le Maire dans les communes dotées d'une RLP.**

## DÉFINITIONS

**Unité urbaine** : le code de l'environnement fait référence à la notion d'unité urbaine à laquelle s'appliquent des seuils de population. L'unité urbaine est une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu.

Les dispositions pour l'implantation des publicités sont modifiées selon que l'agglomération appartient ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

**Agglomération** : un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération. L'agglomération se définit comme « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » (panneaux d'entrée et de sortie de ville).

### ► LA PUBLICITÉ ◀

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. » Article L.581-3 du Code de l'Environnement (CE).

**Bénéficiaires** : toutes les activités. / **Localisation** : Art. L.581-7 du CE.

**Interdit** : hors agglomération et dans les secteurs sensibles (sites classés, parcs naturels, zones de protections des sites, à proximité des monuments historiques classés ou inscrits, sites Natura 2000,...).

**Autorisé** : en agglomération (sous conditions), dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places.

**Critère de population** : le chiffre de population retenu en matière de publicité est celui de l'agglomération au sens des règlements relatifs à la circulation (espace compris entre les panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération) et non celui de la commune.

#### Types de supports :

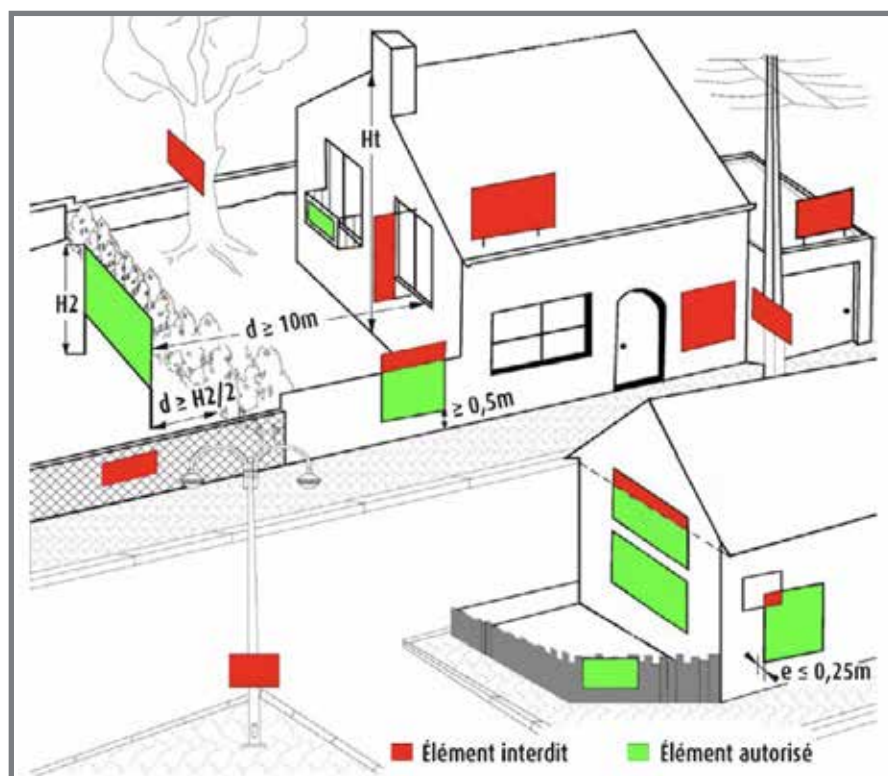
Autorisés	Interdits
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supports scellés au sol (agglomérations &gt;10 000 hab.)</li> <li>- Palissades de chantier</li> <li>- Commerces « fermés »</li> <li>- Mobilier urbain (sous conditions)</li> <li>- Murs et clôtures aveugles</li> <li>- Bâches (sous conditions)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Panneaux de signalisation routière</li> <li>- Poteaux électriques, téléphoniques, candélabres</li> <li>- Monuments naturels et historiques</li> <li>- Plantations</li> <li>- Murs non 'aveugles'</li> <li>- Murs de cimetières et jardins publics</li> <li>- En dépassement des limites du mur support</li> <li>- Toitures et terrasses (sauf lumineux en lettres prédécoupées agglomération &gt; 10 000 hab.)</li> </ul>

**Nombre maximum** : pas de limitation mais soumis à des règles de densité le long des voies ouvertes à la circulation.

**Dimensions maximum :**

Taille de l'agglomération	Dispositifs muraux	Scellés au sol	Publicité lumineuse
< 10 000 habitants	4 m <sup>2</sup> / H < 6 m	Interdit	Interdit
> 10 000 habitants	12 m <sup>2</sup> / H < 7,5 m	12 m <sup>2</sup> / H < 6 m	8 m <sup>2</sup> / H < 6 m

**Exemples d'implantations :** implantation hors domaine public (sauf mobilier urbain avec autorisation). Autorisation écrite du propriétaire nécessaire.



**Publicité lumineuse :** à l'exception des affiches éclairées par projection ou par transparence, elle n'est autorisée que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants avec des conditions d'implantation et de dimensions.

Les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 1h et 6h. Elles doivent respecter des normes techniques (seuils maximaux de luminance et d'efficacité lumineuse).

**▶ LA PRÉ-ENSEIGNE ◀**

« Constitue une pré-enseigne, toute inscription, forme ou image, indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. » Article L.581-3 du CE.

Les pré-enseignes sont soumises aux mêmes règles que celles qui régissent la publicité.

**Règlementation dérogatoire** (hors agglomération et sur domaine privé) :

il peut être dérogé à la règle générale pour signaler certaines activités listées ci-après :

Types d'établissement	Nombres maxi par établissement
Hôtels, restaurants, garages et stations-services	Interdit
Monuments historiques classés ou inscrits et ouverts à la visite	4 (dont 2 peuvent être dans le périmètre de protection)
Activités s'exerçant en retrait de la voie publique	Interdit
Activités liées aux services publics d'urgence	Interdit
Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	2 (*)
Activités culturelles	2 (*)

(\*) Interdit dans les périmètres des monuments historiques, des sites classés, des parcs naturels, ... (Art. L 581-4 et L581-8 du CE).

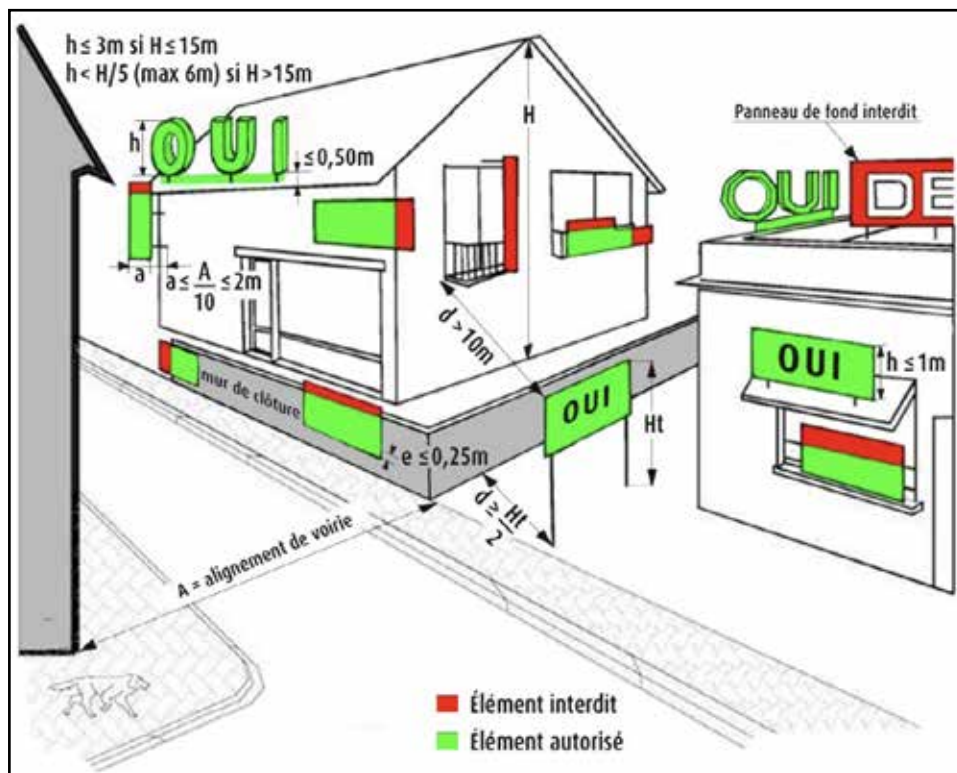
Les autres activités antérieurement admises (hôtels, restaurants, garages, ...) doivent désormais être indiquées par une Signalétique d'Information Locale (SIL), mise en oeuvre par les gestionnaires de voirie.

**Règles à respecter :**

- scellées au sol ou installées directement au sol,
- implantées à moins de 5 km de l'activité signalée ou de l'entrée de l'agglomération (sauf pour les monuments classés : 10 km),
- dimensions inférieures à 1 m en hauteur et 1,5 m en largeur,
- implantées à 5 m minimum du bord de chaussée.

**► L'ENSEIGNE ◀**

« Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (au sens du code civil) et relative à une activité qui s'y exerce. » Article L.581-3 du CE.



**Bénéficiaires** : toutes les activités.

**Localisation** : pas de secteurs d'interdiction et les dispositions sont les mêmes partout. Cependant elles sont soumises à autorisation dans les zones où la publicité est interdite et dans les communes dotées d'un règlement local de publicité (RLP).

**Exemples d'implantations** : l'enseigne doit être installée sur le bâtiment ou le terrain sur lequel se déroule l'activité.

### Enseignes sur mur ou bâtiment :

#### ► sur mur :

- ne doivent pas dépasser les limites du mur,
- pas de saillie de plus de 25 cm par rapport au mur.

#### ► Sur auvent, marquise ou balcon :

- limitées à 1 m en hauteur,
- ne pas dépasser les limites du support,
- pas de saillie de plus de 25 cm par rapport au support.

#### ► Installée perpendiculairement au mur ou en drapeau :

- saillie inférieure à 1/10 de la largeur de la voie publique,
- saillies de 2 m maximum,
- Interdit devant les fenêtres ou balcons.

#### ► Sur toiture (si l'activité occupe plus de la moitié du bâtiment) :

- en lettres découpées sans panneau de fond,
- hauteur 3 m maximum, si hauteur de façade inférieure ou égale à 15 m,
- 1/5 de la hauteur, si hauteur de façade > 15 m (6 m maximum). Si l'activité occupe moins de la moitié du bâtiment mêmes règles que la publicité sur toiture dans le lieu considéré.

#### ► Surface maximum cumulée (par établissement) :

- 15% de la surface de la façade si celle-ci est supérieure ou égale à 50 m<sup>2</sup>,
- 25% de la surface de la façade si celle-ci est < à 50 m<sup>2</sup>,
- Surface cumulée des enseignes sur toiture: 60 m<sup>2</sup> maximum.

### Enseignes scellées au sol :

Situation	Surface maximum	Hauteur maximum
Hors agglomération	6 m <sup>2</sup>	6,5 m si largeur > 1 m 8 m si largeur < 1 m
Agglomération < 10 000 habitants		
Agglomération > 10 000 habitants	12 m <sup>2</sup>	

**Nombre maximum** : sur mur, pas de limitation. Scellée au sol, 1 seul dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'activité (sans limitation pour les enseignes < 1 m<sup>2</sup>).

**Enseigne lumineuse** : les enseignes doivent être éteintes entre **1h et 6h** lorsque l'activité signalée a cessé, sauf :

- si l'activité cesse ou commence entre minuit et 7h, les enseignes peuvent être éteintes 1h après la cessation et allumés 1h avant la reprise,
- lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Les enseignes clignotantes sont interdites excepté pour les pharmacies et autres services d'urgence. Les enseignes à faisceau à rayonnement laser sont toujours soumises à autorisation.

### ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES TEMPORAIRES

Les enseignes et pré-enseignes temporaires concernent :

- les manifestations exceptionnelles culturelles ou touristiques,
- les opérations exceptionnelles de moins de 3 mois,
- les opérations immobilières, de travaux publics, de location ou de vente de plus de 3 mois.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération (soumises à des conditions de dimension et d'implantation).

### PROCÉDURE ET OBLIGATIONS

Il convient de se renseigner au préalable pour savoir si la commune ou le groupement de communes dispose d'un règlement local de publicité (RLP) ou d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi), qui dans ce cas prévaudrait sur la législation nationale. Ce document peut-être demandé en mairie.

Le maire pour les communes dotées d'un RLP ou le préfet pour les communes sans RLP instruisent les demandes d'autorisations préalables et vérifient la conformité des déclarations préalables (formulaire en téléchargement sur [www.service-public.fr](http://www.service-public.fr)).

### LES SANCTIONS

- Les dispositifs sans déclarations ou non conformes à la déclaration sont passibles d'une astreinte ou d'une amende prononcée par le Préfet au bénéfice de la commune (Art. L.581-26 et L.581-28 du CE) ;

- Les dispositifs illégaux sont passibles d'une astreinte journalière par dispositif maintenu prononcée par le Préfet au bénéfice de la commune (Art. L.581-30 du CE) ;
- Dans certains cas les dispositifs illégaux peuvent être déposés d'office par l'autorité de police compétente (Art. L.581-29 du CE). Le juge pénal peut condamner l'afficheur ou l'annonceur aux peines suivantes : une amende de 7500€ par dispositif en infraction, la suppression ou la mise en conformité des dispositifs (1 mois), une astreinte pénale de 15€ à 150€, la remise en état des lieux avec délai d'exécution.

### LE CAS DE NICE

Le RLPi Intercommunal (Métropole de Nice) permettra d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements actuels, dans un souci de simplification et d'intégration de la publicité dans l'approche plus globale de l'aménagement de la ville, est désormais calquée sur celle du plan local d'urbanisme métropolitain (PLUm).

Ainsi, par la délibération n°23.1 du 22 mars 2019, le conseil métropolitain de Nice Côte d'Azur a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) qui couvrira le territoire des 49 communes membres de la Métropole. Une concertation publique, visant à associer les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées, est mise en oeuvre et à consulter sur le site :

<https://www.nicecotedazur.org/habitat-urbanisme/règlement-local-de-publicité-métropolitain>

### LIENS UTILES

Textes officiels de références :

- Articles L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88 du Code de l'Environnement
- Articles R.418-1 à R.418-9 du Code de la Route

<https://www.legifrance.gouv.fr>

<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/R24287>

<https://www.nicecotedazur.org/habitat-urbanisme/règlement-local-de-publicité-métropolitain>

<https://www.nice.fr/fr/particuliers/reglementation-et-contrôle-des-espaces-publics>

<https://paysagesdefrance.org>

Novembre 2019 CAUE06 - Publicités Urbaines - Enseignes - Pré-enseignes - Texte : Karolina Osobka Lyonnet