

4

Le règlement national de publicité (RNP)

4.1 Les publicités

4.1.1 Les dispositions communes aux publicités

- I. L'autorisation écrite du propriétaire
- II. L'identité du dispositif
- III. L'entretien du dispositif
- IV. Les interdictions

4.1.2 Les dispositions propres à chaque type de publicité

I. La publicité non lumineuse

- La publicité murale
- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

II. La publicité lumineuse

- La publicité éclairée par projection ou transparence
- La publicité numérique
- Les autres lumineux

III. La publicité sur mobilier urbain

IV. Les bâches comportant de la publicité

V. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

VI. L'affichage de petit format (ou micro-affichage)

VII. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

VIII. La publicité sur véhicule terrestre

IX. La publicité sur les voies navigables

4.1.3 La règle de densité

I. Règles applicables sur les unités foncières

- Unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres
- Unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres

II. Règles applicables sur le domaine public

4.2 Les enseignes

4.2.1 Les dispositions communes aux enseignes

4.2.2 Les dispositions propres à chaque type d'enseigne

I. L'enseigne en façade

II. L'enseigne sur toiture

III. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

IV. L'enseigne lumineuse

V. L'enseigne temporaire

VI. L'enseigne à faisceau de rayonnement laser

4.3 Les préenseignes

4.3.1 Les préenseignes dérogatoires

- I. Les préenseignes dérogatoires avant le 13 juillet 2015
- II. Les préenseignes dérogatoires après le 13 juillet 2015

4.3.2 Les préenseignes temporaires



- les publicités, enseignes ou préenseignes qui étaient illégales avant le 1^{er} juillet 2012 ne disposent d'aucun délai pour se mettre en conformité ou être supprimées, elles sont en infraction ;
- lorsqu'il existe un RLP(i) 1G, ses prescriptions s'appliquent jusqu'à sa révision ou sa modification. Dans le cas contraire, passé le 13 juillet 2020, il est frappé de caducité (cf. point n° 155) ;
- pour les préenseignes dérogatoires, la date du 13 juillet 2015 a été fixée par l'article 42 de la loi du 12 juillet 2010 (cf. point n° 131).



Les délais de mise en conformité prévus par l'article L.581-43 ne concernent pas les préenseignes dérogatoires qui, elles, demeurent régies par l'article L.581-19 dans sa rédaction applicable au 13 juillet 2015.

Date d'entrée en vigueur du nouveau RNP **33**

Par principe, les règles issues du décret 2012-118 du 30 janvier 2012 dites RNP, sont applicables depuis le 1^{er} juillet 2012. Deux hypothèses doivent cependant être distinguées selon qu'il existe ou non un RLP(i) :

- s'il existe un RLP(i), ce sont les règles de celui-ci qui s'appliquent, jusqu'à ce qu'il soit modifié ou révisé et, en tout état de cause, s'il s'agit d'un RLP(i) 1G, au plus tard jusqu'au 13 juillet 2020. Toutefois, lorsque le RLP(i) est silencieux sur certaines dispositions, ce sont donc les règles nationales qui s'appliquent aux publicités, enseignes et préenseignes installées, modifiées ou remplacées à compter du 1^{er} juillet 2012. Par exemple, si le RLP(i) ne prévoit pas de règle locale de densité, c'est la règle nationale de densité issue du RNP qui s'applique ;
- s'il n'existe pas de RLP(i), les publicités, enseignes et préenseignes installées, modifiées ou remplacées depuis le 1^{er} juillet 2012 doivent être conformes au RNP.

Date de mise en conformité des dispositifs existants **34**

L'article 67 de la loi 2012-387 du 22 mars 2012 a modifié l'article L.581-43 en portant à six ans le délai dont disposent les publicités, enseignes et préenseignes installées antérieurement au 1^{er} juillet 2012 et respectant la réglementation alors en vigueur pour se conformer aux nouvelles dispositions du RNP. Toutefois, cet article 67 a prévu qu'un décret puisse réduire ce délai à une durée qui ne peut être inférieure à deux ans pour les publicités et les préenseignes, à l'exclusion des enseignes qui bénéficient toujours du délai de six ans pour être mises en conformité. Il s'agit du décret n°2013-606 du 9 juillet 2013 publié le 11 juillet 2013 dont les dispositions concernant la mise en oeuvre de la loi du 22 mars 2012 ont été codifiées à l'article R.581-88.

En conséquence, les dates auxquelles les dispositifs existant antérieurement au 1^{er} juillet 2012 doivent être conformes aux nouvelles dispositions réglementaires issues du décret du 30 janvier 2012 modifié sont les suivantes :

Publicités et préenseignes	13/07/2015
Enseignes	01/07/2018

4.1 Les publicités

Dans la mesure où l'article L.581-19 dispose que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, les développements qui suivent s'appliquent tant à la publicité qu'aux préenseignes. Un régime particulier s'applique toutefois pour les préenseignes dites dérogatoires et les préenseignes temporaires (sur leur régime, cf. points n° 130 et s.).

4.1.1 Les dispositions communes aux publicités

I. L'autorisation écrite du propriétaire

Obligation **35**

L'autorisation écrite du propriétaire est obligatoire pour toute implantation de publicité (Art. L.581-24). Cette règle ne souffre aucune dérogation, quel que soit le propriétaire, qu'il s'agisse d'une propriété privée ou du domaine public, quel que soit le

format de la publicité ou de la préenseigne dérogatoire. Tout manquement correspond à ce qui est communément appelé « affichage sauvage » et expose notamment à l'amende administrative prononcée par le préfet, prévue par l'article L.581-26 (pour une étude détaillée de la procédure, se reporter au Chapitre 7).

II. L'identité du dispositif

Obligation 36

Publicités et préenseignes dérogatoires sont souvent installées par des sociétés spécialisées. Celles-ci doivent nécessairement indiquer leurs coordonnées sur le dispositif (Art. L.581-5) au risque d'être passibles de l'amende administrative (Art. L.581-26) ou de la suppression d'office (Art. L.581-29). Les sociétés apposent leur « buteau* », fixé sur la moulure* ou sur le pied du panneau, qui indique la raison sociale ou la dénomination commerciale de l'entreprise.

Annonceur 37

Lorsque la société qui a apposé la publicité n'est pas identifiable, c'est à la société dans l'intérêt de laquelle est réalisée la publicité, c'est-à-dire l'annonceur*, que sont adressés les éventuels courriers et arrêtés.

III. L'entretien du dispositif

Obligation d'entretien 38

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-24). Affiches durablement décollées, dispositifs d'affichage incomplets ou devenus dangereux, éclairages ou écrans défectueux se trouvent donc en infraction.

IV. Les interdictions

Cas général 39

La publicité est interdite hors agglomération (sur la notion d'agglomération, cf. points n° 15 et s.) (Art. L.581-7). L'article L.581-4 édicte également une série d'interdictions, dites absolues puisqu'elles ne permettent aucune dérogation. La publicité est ainsi interdite :

- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres. L'élagage mutilant les arbres ou les haies à seule fin de dégager la visibilité de dispositifs scellés au sol ou d'en permettre l'installation est assimilé à une implantation sur les arbres (CE/14/02/2001, *Sté Centrale d'espaces publicitaires*, req. n°209103).

Le « cœur » des parcs nationaux désigne la zone de protection la plus stricte (dite auparavant « zone centrale ») à la différence de « l'aire d'adhésion » comprenant le territoire des communes qui ont vocation à signer la charte du parc en raison notamment de leur continuité géographique ou de leur solidarité écologique avec le cœur (Art. L.331-1).

Cas particulier 40

Le II de l'article L.581-4 offre au maire (ou au préfet sur demande ou après avis du conseil municipal) la possibilité de protéger par arrêté (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8) les immeubles* présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque et sur lesquels la publicité est interdite. Cette procédure ne nécessite que l'avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS), réputé acquis passé un délai de deux mois à compter de sa saisine.



L'autorisation du propriétaire, document écrit contractuel, appelé contrat de louage d'emplacement par l'article L.581-25, qui lie le propriétaire et l'exploitant de la publicité, ne doit pas être confondue avec l'autorisation délivrée par l'autorité compétente en matière de police pour certains dispositifs publicitaires ou enseignes. Ainsi, une société d'affichage qui aura obtenu dans un premier temps l'autorisation écrite (un bail le plus souvent) d'un propriétaire pour installer une publicité numérique adressera ensuite à l'autorité compétente une demande d'autorisation en utilisant le formulaire Cerfa 14798*1.



La liste des édifices classés ou inscrits au titre des monuments historiques est disponible sur la base « Mérimée » du site internet du ministère de la culture (<http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/>). La liste des sites classés est accessible sur les sites internet des différentes DREAL, DEAL et DRIEE.



Lorsqu'elle est consultée en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes, la CDNPS se réunit dans sa formation dite de la publicité dans les conditions énoncées aux articles R.341-16 à R.341-25.

Dérogations à l'interdiction hors agglomération 41

L'article L.581-7 prévoit deux dérogations au principe de l'interdiction de la publicité hors agglomération. La publicité est ainsi admise :

- à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux ;
- dans l'emprise* des aéroports et gares ferroviaires.

S'agissant du premier cas, c'est par la voie d'un RLP(i) que peut être réintroduite de la publicité. Il faut noter que cette possibilité ne peut s'exercer qu'à proximité des centres commerciaux* « *exclusifs de toute habitation* ». Aussi, à la différence des zones de publicité autorisée (ZPA) propres à la précédente législation, sont donc exclus les secteurs industriels, les centres artisanaux et les groupements d'habitation. S'agissant du second cas, la publicité y est admise par la réglementation nationale (donc sans que l'adoption d'un RLP(i) ne soit nécessaire). La publicité y est soumise à un régime spécifique (cf. fiche mémo « la publicité dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires » au Chapitre 8).



Un hôtel n'est pas considéré comme une habitation (Art. R.123-9 du code de l'urbanisme).

Autres interdictions 42

L'article L.581-8-I dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites « relatives » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP(i).

Ainsi, la publicité se trouve-t-elle interdite en agglomération :

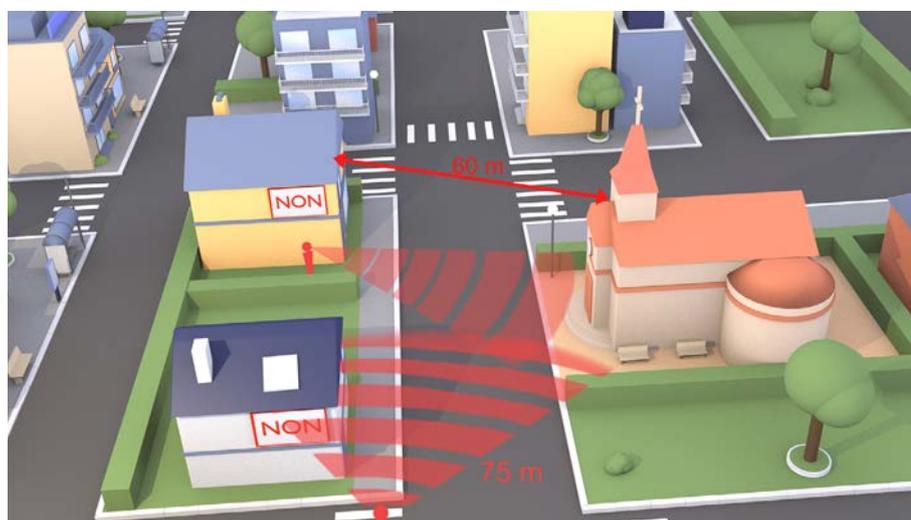
- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- dans les secteurs sauvegardés ;
- dans les parcs naturels régionaux (PNR) ;
- à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité* des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques ainsi que des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS.



La référence aux abords des 100 mètres, y compris lorsque l'édifice est implanté sur une commune voisine, et dans le champ de visibilité est propre au code de l'environnement. Ils doivent être distingués du régime de protection des abords propre au code du patrimoine qui est de 500 mètres (Art. L.621-30 du code du patrimoine).



Le règlement des ZPPAUP ou des AVAP ne peut pas comporter de prescriptions relatives à la publicité, aux préenseignes ou aux enseignes. En effet, c'est le code de l'environnement qui régit les enseignes, alors qu'une ZPPAUP ou une AVAP est établie conformément aux dispositions du code du patrimoine. En revanche, le règlement de l'AVAP peut prévoir des préconisations esthétiques qui seront utiles pour motiver un refus d'implantation d'un dispositif soumis au régime d'autorisation préalable.



Les 2 publicités murales sont en covisibilité avec l'église classée. La première (en bas) est dans le même champ de vision : un observateur peut voir en même temps la publicité et l'église. La seconde (en haut) est visible de l'église et réciproquement.

- dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux (cet ajout résulte de la loi du 14 avril 2006 réformant le régime des parcs nationaux).

La loi ENE a ajouté à cette liste :

- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 (Zones Natura 2000).

Article L.414-1

I.-Les zones spéciales de conservation sont des sites marins et terrestres à protéger comprenant :

- *soit des habitats naturels menacés de disparition ou réduits à de faibles dimensions ou offrant des exemples remarquables des caractéristiques propres aux régions alpine, atlantique, continentale et méditerranéenne ; soit des habitats abritant des espèces de faune ou de flore sauvages rares ou vulnérables ou menacées de disparition ;*
- *soit des espèces de faune ou de flore sauvages dignes d'une attention particulière en raison de la spécificité de leur habitat ou des effets de leur exploitation sur leur état de conservation ;*

II.-Les zones de protection spéciale sont :

- *soit des sites marins et terrestres particulièrement appropriés à la survie et à la reproduction des espèces d'oiseaux sauvages figurant sur une liste arrêtée dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat ;*
- *soit des sites marins et terrestres qui servent d'aires de reproduction, de mue, d'hivernage ou de zones de relais, au cours de leur migration, à des espèces d'oiseaux autres que celles figurant sur la liste susmentionnée.*

4.1.2 Les dispositions propres à chaque type de publicité

I. La publicité non lumineuse

La publicité murale

Définition 43

Sous le vocable « publicité murale » sont regroupées toutes les publicités installées sur un support construit préalablement à cette installation et destiné à un autre usage que de supporter une publicité : mur de tout bâtiment, mur de clôture*, clôture ou palissade* de tout type. Elle s'oppose à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.

Interdictions 44

La publicité est interdite « *sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (...)* » (Art. R.581-22-1°). Il faut notamment entendre par « équipements publics » les ouvrages suivants : piles de pont, murs de soutènement et parapets.

La publicité est également interdite « *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 (...)* » (Art. R.581-22-2°). Le décret du 30 janvier 2012 a apporté à cette règle qui existait déjà dans l'ancienne réglementation (ancien Art. R.581-8) une modification importante et une précision. La modification est l'extension de la règle à tous les bâtiments alors qu'elle ne concernait jusque-là que les bâtiments d'habitation, ce qui générait de nombreuses difficultés pour les bâtiments détournés de leur usage initial (immeuble d'habitation devenu immeuble de bureaux, pavillon à usage professionnel d'un artisan) ou pour les usages mixtes (commerce et habitation) dont un complexe calcul des surfaces affectées à l'un ou à l'autre pouvait déterminer la règle à appliquer. Le décret entérine par ailleurs l'usage qui avait fixé à 0,50 m² la surface qualifiée dans le texte précédent « d'ouverture réduite ».



Tout percement, dont les portes pleines, doit être considéré comme une ouverture*. La jurisprudence a, en revanche, exclu les ouvertures obturées par des briques de verre qui ne constituent donc pas une ouverture.

La publicité ne peut recouvrir tout ou partie d'une baie* (Art. L.581-8-III). Cette interdiction qui s'applique à tous les types de bâtiments comporte deux exceptions :

- lorsqu'il s'agit de la devanture* d'un établissement commercial temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire ;
- pour les dispositifs* de petit format intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie (sur le micro-affichage, cf. points n° 96 et s.).

La publicité est enfin interdite « sur les clôtures qui ne sont pas aveugles » (Art. R.581-22). Distinction doit être faite entre les murs de clôture maçonnes (pierres, moellons, ciment...), dont le régime s'apparente, par assimilation, aux murs des bâtiments et les clôtures, aveugles ou non. Les clôtures aveugles comprennent par exemple les palissades en bois, métal, plastique voire en matériaux d'origine végétale alors que les clôtures non-aveugles désignent les grilles et grillages. Une clôture constituée d'un muret surmonté d'une grille ou d'un grillage n'est donc pas aveugle.

Règles de surface et de hauteur 45

La surface et la hauteur maximum des publicités sont liées au nombre d'habitants de l'agglomération et définies par l'article R.581-26. L'article définit également les normes spécifiques à l'intérieur de l'emprise des aéroports et gares ferroviaires, ainsi que le régime applicable aux routes à grande circulation (RGC) traversant les agglomérations de moins de dix mille habitants.

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4 m ²	6 m
Agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou agglomération de plus de 10 000 habitants	12 m ²	7,5 m
Emprise des aéroports et gares ferroviaires	12 m ²	7,5 m
Bordure des routes à grande circulation traversant les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	4 m ² voire 8 m ²	6 m

À noter

La traversée d'une agglomération de moins de 10 000 habitants par une route à grande circulation (RGC)

La règle : La surface de la publicité est limitée à 4 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants).

L'exception : L'article R.581-26 permet de porter cette surface à 8 m² lorsque la publicité est implantée en bordure d'une RGC aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la CDNPS et du maire de la commune traversée. L'arrêté préfectoral pourra désigner les parties de cette voie où la surface demeurera à 4 m².

On aura remarqué que règle et exception étaient inversées dans la réglementation antérieure au 1^{er} juillet 2012.

Quatre changements applicables depuis le 1^{er} juillet 2012 :

- la notion d'emprise des aéroports et des gares ferroviaires ;
- la suppression du seuil des agglomérations inférieures à deux mille habitants ;
- l'apparition du format de huit mètres carrés dans la réglementation nationale ;
- l'inversion de la règle relative à la traversée des agglomérations de moins de dix mille habitants hors unité urbaine de plus de cent mille habitants par une route à grande circulation (Voir encadré ci-dessus).

Règles d'implantation 46

Une publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol (Art. R.581-27, alinéa 1^{er}). Lorsque la surface du sol est en pente, aucun point de la publicité ne peut se trouver à moins de 0,50 mètre du sol. Le calcul d'une hauteur moyenne n'est donc pas conforme à l'esprit de la loi.

Elle ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse* en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte (Art. R.581-27, alinéa 2). Dans l'ancienne réglementation, une exception était faite pour les publicités sur clôtures aveugles sur lesquelles les publicités pouvaient dépasser d'un tiers de leur hauteur (ancien Art. R.581-9). C'était un cas fréquent sur les palissades de chantier. Cette exception n'existe plus dans la nouvelle réglementation issue du décret du 30 janvier 2012. Cela signifie que les publicités murales dépassant la clôture aveugle sur laquelle elles sont installées antérieures au 1^{er} juillet 2012 devront se conformer à la nouvelle réglementation au plus tard le 13 juillet 2015 (Art. R.581-88-III).



Une publicité ne peut dépasser, le cas échéant, les limites de l'éégout du toit. Cette nouveauté apportée par le décret du 30 janvier 2012 trouve souvent à s'appliquer sur les murs pignons*, pour lesquels le point le plus haut du dispositif doit se trouver en dessous de la ligne horizontale imaginaire prolongeant l'éégout du toit.

Une publicité ne peut constituer par rapport au mur une saillie supérieure à 0,25 m (Art. R.581-28). Ce surplomb nécessite l'accord écrit du propriétaire, que le surplomb concerne le domaine public ou une parcelle privée.

Depuis le 1^{er} juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité (cf. points n° 104 et s.).

Cas de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires 47

Dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires situées hors agglomération, le format et la hauteur des publicités suivent le régime des agglomérations de plus de dix mille habitants : douze mètres carrés et six mètres. Les gares ferroviaires en agglomération ainsi que les aéroports en agglomération (certainement très rares) ne sont pas concernés. Ainsi, les publicités dans l'emprise de la gare ferroviaire d'une agglomération de moins de dix mille habitants doivent respecter les prescriptions applicables aux dispositifs implantés dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, soit quatre mètres carrés de surface maximale et six mètres de hauteur maximale.

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol**Définition** 48

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol s'oppose à la publicité murale puisqu'elle n'est pas installée sur un support qui existait préalablement. Elle est généralement fixée sur un ou plusieurs pieds spécialement conçus et plantés dans le sol à cet effet, plus rarement posée directement sur le sol (cf. les chevalets). Elle est régie par les articles R.581-30 à R.581-33.

La publicité doit se situer en dessous de la limite de l'éégout du toit. Lorsque deux lignes d'éégout situées de part et d'autre du pignon sont à des hauteurs différentes, la plus proche du dispositif peut être retenue.



Les chevalets installés sur le domaine public devant les commerces entrent dans cette catégorie. Ils ne sauraient être regardés comme des enseignes, puisqu'ils ne sont pas apposés sur l'immeuble où s'exerce l'activité.



Par commodité de lecture, la seule expression « publicité scellée au sol » est employée dans ce Chapitre.

Interdictions 49



Si la commune est dotée d'un PLU ou d'un POS, il convient de veiller à ce que ce soit bien pour un motif de protection des sites, des milieux naturels et des paysages que la zone naturelle dans laquelle la publicité scellée au sol est interdite a été instituée. En effet, ces zones peuvent également être instituées pour d'autres motifs tels les risques que pourraient encourir les constructions ou l'existence d'une exploitation forestière. Dans ces dernières hypothèses, l'interdiction édictée par l'article R.581-30 ne s'applique pas.



Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune même si celle-ci jouxte une autre commune et que l'ensemble, en raison d'un bâti dense continu, constitue une agglomération unique au sens géographique du terme (CE, 26/11/2012, *Ministre de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement*, req. n°352916). En l'absence d'authentification, par décret, du chiffre de la population de l'agglomération, tel qu'il résulterait d'un recensement général, il appartient au maire de le déterminer (CE, avis, 29/03/1993, *Sté Dauphin OTA*, req. n°143774).



La visibilité de l'affiche s'apprécie au cas par cas. Elle nécessite donc un déplacement sur le terrain. Comme l'article R.581-31 fait référence à « l'affiche » et non au « dispositif », ce n'est pas la distance entre le dispositif et la voie qui est le critère pertinent mais la visibilité de l'affiche qu'il supporte depuis les voies considérées.

Outre les interdictions générales des articles L.581-4, L.581-7 ou L.581-8, les publicités scellées au sol sont également interdites en agglomération (Art. R.581-30) :

- dans les espaces boisés classés (EBC) 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 PLU ou sur un POS.

Ces zones correspondent aux zones naturelles du PLU (Art. R.123-8 du code de l'urbanisme) ou des POS (Art. R.123-18 du code de l'urbanisme dans sa rédaction antérieure à la loi SRU) encore en vigueur.

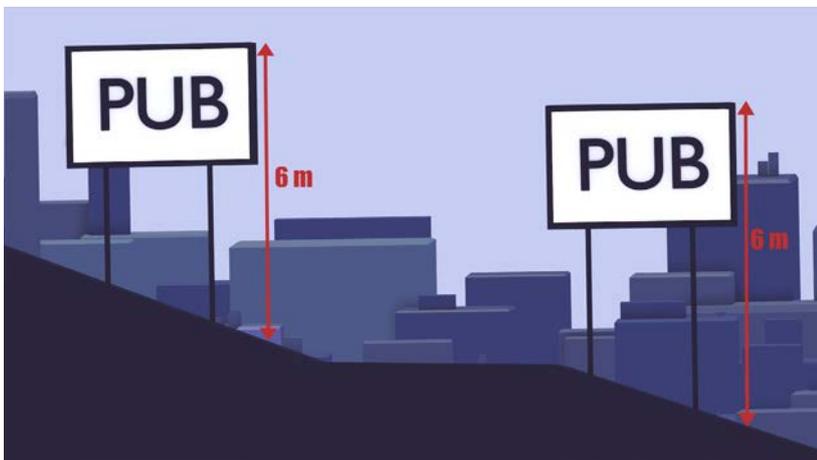
Comme pour les publicités murales, le seuil de dix mille habitants composant l'agglomération communale et l'unité urbaine de plus de cent mille habitants constituent les critères qui déterminent les règles applicables : Les publicités scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Les publicités scellées au sol sont interdites « si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération » (Art. R.581-31, alinéa 2). Le sens de cette disposition a été précisé par le Conseil d'Etat pour lequel le terme hors agglomération ne s'applique qu'aux déviations ou voies publiques (CE, 12/12/2003, *Sté Trihept*, req. n°253906). Ainsi, le dispositif étant, lui, par principe installé en agglomération :

- il ne peut jamais être visible d'une autoroute, bretelle, route express, que celles-ci soient en ou hors agglomération ;
- il ne peut pas être visible d'une déviation ou voie publique hors agglomération ;
- il peut être visible d'une déviation ou voie publique si celle-ci est en agglomération.

Règles d'implantation 50

La surface des publicités scellées au sol ne peut excéder douze mètres carrés et leur hauteur est limitée à six mètres. La hauteur se mesure par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau et ne peut être mesurée d'un autre lieu (par exemple de la chaussée de la route voisine). Aucun point du dispositif publicitaire ne doit dépasser six mètres de haut. Aussi, lorsqu'il est implanté sur un sol en pente (dans un talus ou en contrebas d'une route), une moyenne entre le point le plus haut et le point le plus bas ne saurait être calculée.



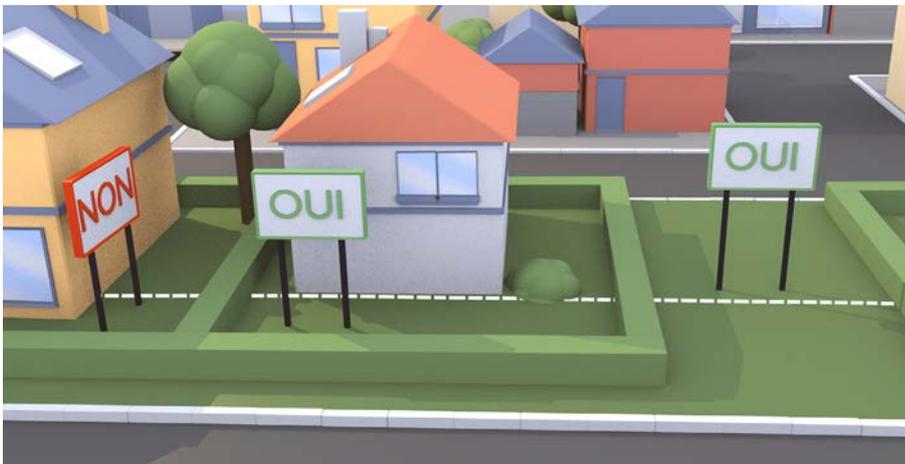
Aucun des points des dispositifs publicitaires ne peut s'élever à plus de 6 m par rapport au sol naturel.

Règle de recul 51

Une publicité scellée au sol ne peut être placée « à moins de dix mètres en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie » (Art. R.581-33, 1^{er} alinéa). Cette prescription ne concerne pas les immeubles ayant un autre usage que l'habitation ni le fonds où est implanté le dispositif. Le propriétaire de l'immeuble peut donc laisser installer un panneau publicitaire devant sa ou ses fenêtres ; seul le RLP(i) pourra éventuellement interdire cette pratique.

Un dispositif publicitaire peut être installé à moins de dix mètres des baies s'il est en retrait du plan du mur contenant cette baie. En effet, dans ce cas, il ne porte pas atteinte à la vue dont les occupants du bâtiment jouissent à partir de leur baie.

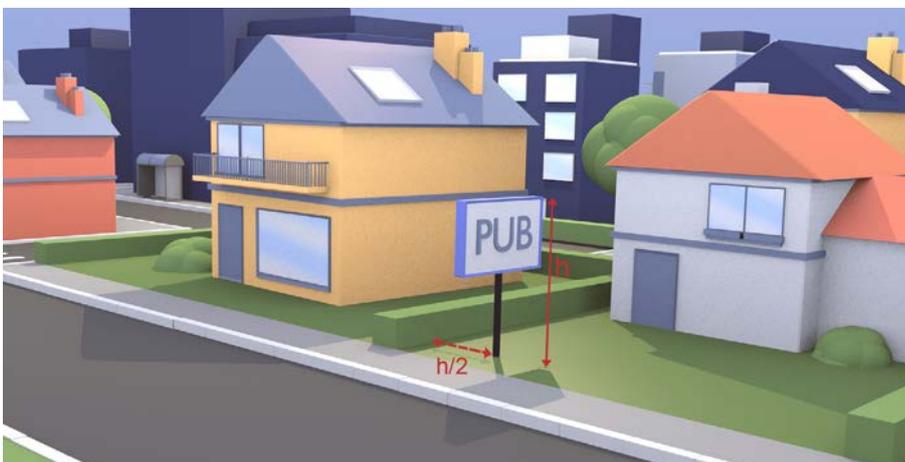
Le fonds « voisin » doit être considéré comme l'unité foncière* contiguë à celle où est implanté le dispositif. La règle ne trouve pas à s'appliquer si une autre unité foncière ou une voie sépare les deux fonds.

**Règle de prospect 52**

L'implantation d'un dispositif scellé au sol « ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété » (Art. R.581-33, 2^{ème} alinéa). Par exemple, si le dispositif culmine à six mètres, une distance de trois mètres minimum est à respecter par rapport à la limite de propriété.

Cette règle, dite de prospect, connue sous le nom de « H/2 » s'applique à un dispositif publicitaire installé sur une unité foncière ou sur le domaine public par rapport à l'unité foncière riveraine. En revanche, elle ne s'applique pas lorsque le dispositif publicitaire est installé sur une unité foncière par rapport aux voies ouvertes à la circulation publique.

Les deux règles de l'article R.581-33 ne sauraient être transgressées quand bien même le propriétaire du fonds voisin donnerait son accord.



Le texte de l'article R.581-33 emploie le terme de « baie », à la différence de l'article R.581-22 qui emploie celui d'« ouverture ». L'article R.581-22, commun à toutes les publicités, protège le patrimoine architectural alors que l'article R.581-33, applicable aux publicités scellées au sol, a pour objectif de protéger le voisinage.

Ci-contre, les 3 dispositifs publicitaires sont installés à moins de 10 m des baies de la maison centrale. Celui de droite est admis car implanté sur un fonds voisin MAIS en retrait du plan du mur où est située la baie (pointillé blanc). Celui du centre est admis car situé sur le fonds propre. En revanche, celui de gauche est illégal.



La règle du H/2 ne s'applique pas à la publicité installée sur mobilier urbain, l'article R.581-47 disposant que le mobilier urbain doit être conforme au seul 1^{er} alinéa de l'article R.581-33.

Ci-contre, le dispositif publicitaire doit être installé au minimum à la moitié de sa hauteur par rapport au fonds voisin, mais peut être à l'aplomb d'une voie ouverte à la circulation publique.

Règle de densité 53

Depuis le 1^{er} juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité (cf. points n° 104 et s.).

Règles dans l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires 54

Admise par l'article L.581-7, la publicité dans l'emprise des aéroports et des gares situés hors agglomération est limitée à douze mètres carrés et six mètres de haut. Toutefois, le second alinéa de l'article R.581-32 introduit une notion nouvelle : les aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à trois millions (cf. liste au Chapitre 8). Sur l'emprise de ceux-ci, format maximum et hauteur maximum sont supérieurs ainsi que le montre le tableau suivant :

Surface et hauteur des publicités scellées au sol

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m ²	6 m
Emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération	12 m ²	6 m
Emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m ²	10 m

Les publicités scellées au sol dans l'emprise des aéroports et des gares sont soumises à la règle de densité et sont interdites dans l'emprise des gares ferroviaires situées à l'intérieur des agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Elles sont interdites si les affiches qu'elles 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 gares des aéroports et des gares ferroviaires (Art. R.581-31, 3^{ème} alinéa).

Proches dans l'esprit du 2^{ème} alinéa du même article, ces règles, propres aux publicités scellées au sol dans l'emprise des aéroports et des gares, s'en distinguent par le fait que l'interdiction n'est pas absolue :

- seuls les dispositifs exclusivement visibles à partir des autoroutes, bretelles et route express sont interdits. Ils sont admis s'ils sont également visibles d'un autre lieu ;
- les dispositifs visibles d'une déviation ou voie publique sont interdits s'ils ne sont visibles que d'une voie publique située à la fois hors agglomération et hors de l'emprise de la gare ou de l'aéroport.

II. La publicité lumineuse**Typologie** 55

La famille des publicités lumineuses comporte les trois catégories suivantes :

- la publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ;
- la publicité numérique, sous-catégorie de la précédente.

Ces trois catégories de publicité sont soumises à une règle commune, l'extinction nocturne, et à des règles qui leur sont propres.



Les dispositions communes à toutes les publicités (Cf. Chapitre 4) s'appliquent aux publicités lumineuses. La règle de densité s'applique aux publicités lumineuses, à l'exception de celles qui sont installées en toiture ou supportées par le mobilier urbain.

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence

Définition 56

La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons : caisson lumineux, panneaux vitrines.

Règles d'implantation 57

Les publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence se voient appliquer toutes les dispositions des articles R.581-26 à R.581-33 relatives à la publicité non-lumineuse : format et hauteur, règles d'implantation sur les murs, règles des dispositifs scellés au sol et sont également soumises à la règle de densité (cf. points n 104 et s.).



La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence n'est pas soumise à autorisation préalable mais à déclaration préalable (Art. L.581-9, 3^{ème} al.).

Surface et hauteur des publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence.

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4 m ²	6 m
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans l'emprise d'un aéroport ou d'une gare ferroviaire	12 m ²	7,5 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou dans une agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m ²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est inférieur à 3 millions de personnes et des gares ferroviaires hors agglomération	12 m ²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m ²	10 m

Règle de luminance 58

Les publicités éclairées par projection ou transparence, comme les autres publicités lumineuses, respectent des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance. Cet arrêté est en cours d'élaboration.

Unités urbaines de moins de 800 000 habitants 59

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, les publicités éclairées par projection ou transparence sont éteintes entre une heure et six heures, à l'exception :

- de celles qui sont supportées par le mobilier urbain ;
- de celles qui sont installées dans l'emprise des aéroports.

Unités urbaines de plus de 800 000 habitants 60

Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le RLP(i). Les horaires d'extinction sont laissés à l'appréciation des auteurs du RLP(i) qui peuvent les différencier en fonction des zones qu'ils auront instituées. Si les communes membres de l'unité urbaine ne sont pas couvertes par un RLP(i), les publicités éclairées par projection ou transparence ne sont soumises à aucune obligation d'extinction nocturne.

Il peut être dérogé à cette extinction lors d'évènements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8).

La publicité lumineuse numérique

Définition 61

La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaître un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo. La publicité lumineuse numérique, absente nommément des textes réglementaires avant 2012, est une forme particulière de publicité lumineuse.

Régime 62

En tant que publicité lumineuse, la publicité numérique est soumise à autorisation, délivrée pour une durée maximale de huit ans. Elle répond en revanche à des règles propres en matière de format, de consommation électrique, de luminosité et de présence sur le mobilier urbain. Comme les publicités lumineuses non-numériques, les publicités numériques sur support ou scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Publicité numérique sur support 63

Comme les publicités lumineuses non numériques, les publicités numériques installées sur un support ne peuvent :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

La publicité numérique doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte (R.581-37), sans qu'il soit précisé de saillie* maximum, à la différence des publicités non-lumineuses. La hauteur minimum de 0,50 mètre par rapport au sol n'est pas évoquée.

L'article R.581-40 soumet les dispositifs publicitaires numériques scellés au sol aux dispositions des articles R.581-30, R.581-31 et R.581-33.

- interdiction dans les espaces boisés classés et zones à protéger figurant sur un POS ou un PLU situés en agglomération (cf. point n° 49) ;
- interdiction en cas de visibilité d'une autoroute, bretelle, etc. (cf. point n° 49) ;
- interdiction à moins de dix mètres des baies et respect du h/2 (cf. point n° 51).

Des précisions sont apportées pour les publicités numériques supportées sur le mobilier urbain par l'article R.581-42 (cf. points n° 65 et 78).

Publicité numérique sur une toiture ou terrasse en tenant lieu 64

Formellement, la publicité numérique située sur une toiture ou une terrasse n'est pas interdite, mais elle l'est en réalité par la limitation de la hauteur (cf. points n° 66 et 73).

Publicité numérique supportée par le mobilier urbain 65

Alors que les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont toujours interdites sur le mobilier urbain, les publicités numériques ne sont systématiquement interdites sur le mobilier urbain que dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Pour les autres agglomérations, les conditions de leur présence sur le mobilier urbain sont étudiées au point n° 78

Formats 66

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à huit mètres carrés ni s'élever à plus de six mètres au-dessus du niveau du sol. L'article R.581-41 ajoute une prescription propre à la publicité numérique, « *Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 mètres carrés ni s'élever à plus de trois mètres au-dessus du niveau du sol* ».

Dans l'attente de l'arrêté ministériel, l'autorité compétente peut accorder une autorisation d'une durée inférieure à la durée maximale de 8 ans.

La surface maximale unitaire des publicités numériques est portée à cinquante mètres carrés et la hauteur à dix mètres sur l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes (La liste figure au Chapitre 8). Le dispositif respecte les normes techniques fixées par arrêté ministériel (4^{ème} alinéa de l'article R.581-34).

Dans l'emprise des autres aéroports et dans celle des gares ferroviaires, la surface de la publicité numérique demeure fixée à huit mètres carrés et la hauteur à six mètres sous les mêmes réserves de consommation électrique.

Surface et hauteur des publicités numériques

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m ² ou 2,1 m ²	6 m ou 3 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m ² ou 2,1 m ²	6 m ou 3 m
Dispositifs dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est inférieur à 3 millions de personnes et des gares ferroviaires hors agglomération	8 m ² ou 2,1 m ²	6 m ou 3 m
Dispositifs dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel est supérieur à 3 millions de personnes.	50 m ²	10 m

Règle de densité 67

Les publicités lumineuses numériques sont soumises à la règle de densité applicable aux publicités non-lumineuses (cf. points n° 104 et s.).

Extinction nocturne et adaptation à la luminosité ambiante 68

Règles des publicités numériques communes avec les autres lumineux :

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, les publicités numériques doivent être éteintes entre une heure et six heures, à l'exception de celles qui sont installées sur l'emprise des aéroports. Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le RLP(i). Par suite, si les communes situées dans ces unités urbaines ne sont pas couvertes par un RLP(i), les publicités numériques ne sont soumises à aucune obligation d'extinction. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8).

Règles propres à la publicité numérique :

Les publicités numériques sur le mobilier urbain ne sont pas soumises à la règle de l'extinction nocturne, à condition que leurs images soient fixes. Afin d'éviter les éblouissements, tous les dispositifs publicitaires numériques doivent être équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante. Logiquement, l'intensité des dispositifs est plus élevée lorsque l'ambiance est très lumineuse, (journée très ensoleillée) et diminue lorsque la luminosité faiblit.



Les publicités numériques, comme les autres lumineux, respectent des normes techniques fixées par un arrêté ministériel en attente de publication, portant notamment sur les seuils maximaux de luminosité.



Ces dispositifs lumineux sont soumis à autorisation, délivrée pour une durée maximale de 8 ans.

Les autres lumineux

Définition 69

Cette catégorie de dispositifs lumineux est principalement constituée par les néons, souvent installés sur les toitures. Ils sont quelquefois muraux, plus rarement scellés au sol.

Interdictions applicables aux dispositifs lumineux sur support 70

Ces publicités lumineuses sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants et ne sont jamais admises sur le mobilier urbain (Art. R.581-42). En outre, l'article R.581-36 édicte quatre interdictions opposables aux publicités lumineuses installées sur un support. C'est ainsi qu'elles ne peuvent :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui les supporte ;
- être apposées sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposées sur une clôture.

Ces dispositions rappellent les interdictions applicables aux dispositifs muraux non lumineux, mais elles s'en distinguent sur plusieurs points :

- la hauteur minimum de 0,50 mètre par rapport au sol n'est pas imposée ;
- la saillie maximum de 0,25 mètre n'est pas imposée ;
- surtout, la publicité située sur une toiture ou une terrasse peut être autorisée, alors qu'elle est interdite pour la publicité non-lumineuse.

Enfin, les autres lumineux doivent être situés dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte (Art. R.581-37).

Interdictions applicables aux dispositifs lumineux scellés au sol 71

L'article R.581-40 soumet ces dispositifs lumineux scellés au sol aux dispositions des articles R.581-30, R.581-31 et R.581-33. Les interdictions pour les publicités lumineuses scellées au sol sont donc les mêmes que celles des publicités non-lumineuses scellées au sol :

- interdiction dans les espaces boisés classés et zones à protéger figurant sur un POS ou un PLU (cf. point n° 49) ;
- interdiction dans les agglomérations de moins de dix mille habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de cent mille habitants ;
- interdiction en cas de visibilité d'une autoroute, bretelle etc. (cf. point n° 49) ;
- interdiction à moins de 10 mètres des baies et respect du h/2 (cf. point n° 51).

Seul l'article R.581-32 relatif aux surfaces et hauteurs maximales ne s'applique pas aux publicités lumineuses scellées au sol car les publicités lumineuses ont leurs propres règles de surface et de hauteur (cf. point n° 72).

Règles d'implantation 72

Les surface et hauteur maximales des autres lumineux se démarquent des non-lumineuses sur trois points :

- les règles sont identiques que ces dispositifs lumineux soient installés sur support ou soient scellés au sol ;
- dans l'emprise des gares et aéroport, ils n'ont pas de statut particulier ;
- des règles existent lorsqu'ils sont situés sur toiture ou terrasse.

Ainsi, apposés sur un mur, scellés au sol ou installés directement sur le sol, ces dispositifs lumineux sont interdits dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants. Dans les autres agglomérations, ainsi que dans l'emprise des aéroports et gares ferroviaires situés hors agglomération, ils peuvent être autorisés mais leur surface unitaire est limitée à huit mètres carrés et leur hauteur à six mètres au-dessus du niveau du sol.

Surface et hauteur des autres lumineux

	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs muraux dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m ²	6 m
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Dispositifs scellés au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	8 m ²	6 m

Surface, hauteur et caractéristiques des autres lumineux sur toiture ou terrasse en tenant lieu 73

Par exception à toutes les autres formes de publicités, l'article R.581-38 fixe la hauteur propre du dispositif et non sa hauteur maximale par rapport au sol. Une publicité lumineuse non-numérique peut donc être installée sur la toiture ou la terrasse de tout bâtiment, quelle que soit la hauteur de celui-ci. La hauteur de la publicité est en rapport avec la hauteur de la façade de l'immeuble selon la règle suivante :

- lorsque la façade de l'immeuble est inférieure ou égale à vingt mètres de hauteur, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/6^{ème} de la hauteur de la façade et, dans tous les cas, deux mètres ;
- lorsque la façade de l'immeuble est supérieure à vingt mètres, la publicité lumineuse ne peut excéder 1/10^{ème} de la hauteur de la façade et dans la limite de six mètres.

L'article R.581-39 précise les caractéristiques esthétiques des autres lumineux en toiture. Ils ne peuvent être réalisés qu'au moyen de lettres et signes découpés. Tout panneau de fond, quand bien même il serait partiel, est donc exclu. Les logos* comportant un fond ne peuvent être autorisés. Les fixations de ces lettres et signes découpés doivent être dissimulées. Aucune structure ne doit être visible, ni individuelle, ni collective (barres métalliques reliant les lettres les unes aux autres par exemple). Seul un bandeau technique peut dissimuler les supports de base, ce bandeau n'excédant pas 0,50 mètre de haut.



Le code de l'environnement précise terrasse « tenant lieu » de toiture. Aucun autre type de terrasse ne peut donc accueillir un autre lumineux.



Une publicité lumineuse en toiture doit être composée de lettres découpées sans fixations visibles. Bandeau technique de 0,50 m maximum.



Les autres lumineux ne peuvent être supportés par le mobilier urbain.

Les autres lumineux respectent des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance. Cet arrêté ministériel est cours d'élaboration.

Règle de densité des autres lumineux 74

A l'exception des dispositifs en toiture, les autres lumineux sont soumis à la règle de densité applicable aux publicités non-lumineuses (cf. points n° 104 et s.).

Extinction nocturne 75

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, les autres lumineux doivent être éteints entre une heure et six heures, à l'exception de ceux qui sont installés sur l'emprise des aéroports.

Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le RLP(i) selon les zones qu'il identifie. Par suite, si les communes situées dans ces unités urbaines ne sont pas couvertes par un RLP(i), les autres lumineux ne sont soumis à aucune obligation d'extinction. Il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle d'arrêté figure au Chapitre 8)

Tableau récapitulatif des formats et hauteurs pour les trois catégories de publicités lumineuses

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou appartenant à une uu de + de 100 000 h	Emprise des gares et des aéroports situés hors agglo
Publicité murale supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	4 m ² et 6 m de haut	12 m ² et 7,5 m de haut	12 m ² et 7,5 m de haut
Publicité scellée au sol supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Interdite	12 m ² et 6 m de haut	12 m ² et 6 m de haut
Publicité en toiture supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité lumineuse non-numérique sur mur ou scellée au sol	Interdite	8 m ² et 6 m de haut	8 m ² et 6 m de haut
Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur ≤ 20 m	Interdite	1/6 de la hauteur de la façade et 2 m maximum	1/6 de la hauteur de la façade et 2 m maximum
Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur > 20 m	Interdite	1/10 de la hauteur de la façade et 6 m maximum	1/10 de la hauteur de la façade et 6 m maximum
Publicité numérique	Interdite	8 m ² et 6 m de haut si respect des normes de consommation électrique. Sinon : 2, 1 m ² et 3 m de haut	50 m ² et 10 m de haut sur l'emprise des aéroports si nbre de passagers sup. à 3 M/an Gares et autres aéroports : 8 m ² et 6 m de haut si respect des normes de consommation électrique. Sinon : 2, 1 m ² et 3 m de haut

Tableau récapitulatif des horaires et normes d'extinction des publicités lumineuses dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants

	Agglo de moins de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de plus de 100 000 h	Agglo de plus de 10 000 h ou appartenant à une uu de plus de 100 000 h	Emprise des gares et aéroports situés hors agglo
Publicité éclairée par projection ou transparence	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'extinction
Publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain	interdit	Pas d'extinction	Pas d'extinction
Publicité lumineuse non-numérique	interdit	Extinction de 1 h à 6 h	Pas d'extinction
Publicité lumineuse non-numérique supportée par le mobilier urbain	interdit		

Cas particulier de la publicité numérique

	Agglo de moins de 10 000 h	Agglo de plus de 10 000 h	Emprise des gares et aéroports situés hors agglo
Publicité numérique	interdit	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h
Publicité numérique fixe supportée par le mobilier urbain	interdit	Pas d'extinction	Pas d'extinction
Publicité numérique non fixe supportée par le mobilier urbain	interdit	Extinction de 1 h à 6 h	Extinction de 1 h à 6 h

III. La publicité sur mobilier urbain

Définition 76

Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indications du nom des rues, etc.). Les articles R.581-42 à R.581-47 définissent la liste exhaustive des mobiliers pouvant supporter de la publicité ainsi que les conditions dans lesquelles celle-ci peut être installée, éclairée et exploitée.

Comme les autres publicités, la publicité supportée par le mobilier urbain ne peut être installée sans l'autorisation écrite du propriétaire (ou du gestionnaire) de la dépendance du domaine public. Elle est constituée par le contrat signé entre la collectivité et le prestataire. En fonction de leurs clauses, les contrats de mobilier urbain sont des marchés publics (CE, ass., 04/11/2005, *Sté J.-C. Decaux*, req. n°247298 et 247299), des conventions de délégation de service public voire de simples contrats d'occupation du domaine public (CE, 15/05/2013, *Ville de Paris*, req. n°364596).

Typologie 77

Les catégories de mobilier urbain pouvant accueillir des publicités sont au nombre de cinq :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques ;
- les colonnes porte-affiches ;
- les mâts porte-affiche ;
- les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires.

La publicité est donc interdite sur toute autre forme de mobilier urbain : bancs, poubelles, toilettes, récupérateurs de verres ou autres matériaux, horloges...



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².



Dans la mesure où les journaux électroniques d'information (JEI*) utilisés par les collectivités locales pour diffuser des informations pratiques et d'intérêt général (permanence sociale, ouverture d'une enquête publique, campagne de vaccination, etc.) ne comportent pas de publicité, ils ne sont pas soumis au code de l'environnement.



L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.



Si le RLP(i) le prévoit, le mobilier urbain peut supporter de la publicité dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 sous réserve que l'agglomération fasse partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou compte au moins 10 000 habitants.

Les interdictions 78

Cas général. L'article R.581-42 précise les règles générales applicables à tous les types de mobilier urbain supportant de la publicité. Ainsi, il ne peut supporter de publicité lumineuse non-numérique. Surtout, cet article renvoyant au R.581-31, lorsqu'il est installé dans une agglomération de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité. En outre, le mobilier urbain supportant de la publicité ne peut être installé dans les lieux interdits aux autres publicités : la publicité sur mobilier urbain est donc interdite hors agglomération, ainsi que dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8.

La publicité sur mobilier urbain respecte également les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles :

- R.581-30 (interdiction en agglomération dans les espaces boisés classés et les zones à protéger en raison de leur qualité) ;
- R.581-31 (deuxième alinéa : visibilité des autoroutes) ;
- R.581-34 (règles générales liées à la publicité lumineuse : limitation à huit mètres carrés et six mètres de haut, respect des normes de luminance) ;
- R.581-35 (dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, extinction entre une heure et six heures des publicités numériques à image animée ou vidéo, soumission aux règles du RLP(i) dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants) ;
- R.581-41 (surface de la publicité numérique liée à la consommation électrique, format spécifique des gares et aéroports, gradation de la luminosité) (cf. points n° 66 et 68).

Dans les agglomérations de plus de dix mille habitants ou faisant partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants, lorsque le mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à deux mètres carrés et qu'elle s'élève à trois mètres au-dessus du sol, ces deux conditions étant cumulatives, elle doit être conforme aux dispositions :

- de l'article R.581-32 (surface de douze mètres carrés maximum et hauteur de six mètres, portées à cinquante mètres carrés et dix mètres dans l'emprise des aéroports dont le flux annuel de passagers dépasse trois millions de personnes) ;
- du 1^{er} alinéa de l'article R.581-33 (recul de dix mètres des baies du fonds voisin).

La publicité apposée sur le mobilier urbain est dispensée du respect de la règle du H/2.

Cas particulier du mobilier urbain accueillant de la publicité numérique. Le mobilier urbain peut supporter de la publicité numérique lorsqu'il est installé dans les agglomérations dont la population est supérieure ou égale à dix mille habitants. Il n'est donc pas admis dans les agglomérations de moins de dix mille habitants alors même qu'elles font partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants.

Le mobilier urbain supportant une publicité numérique répond à une règle propre en ce qui concerne la distance à respecter par rapport aux baies situées sur un fonds

voisin. Il ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci (Art. R.581-42). La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique. Dans les autres cas, il est placé conformément aux prescriptions du RLP(i).



L'implantation du mobilier urbain de gauche supportant de la publicité numérique est irrégulière car il est situé à moins de 10 m de la baie d'un fonds voisin, visible de la baie et parallèle à celle-ci.

Les abris destinés au public **79**

Il s'agit essentiellement des abris destinés aux utilisateurs des transports en commun. Les abris de certaines lignes de bus sont installés hors agglomération : ils ne peuvent donc recevoir de publicité. Il n'y a pour les abris aucune obligation d'affichage en faveur de la collectivité et le « caisson » est le plus souvent publicitaire des deux côtés.

La surface unitaire des publicités ne peut excéder deux mètres carrés et la surface totale de la publicité admise est liée à la surface abritée au sol : deux mètres carrés si la surface abritée est inférieure à quatre mètres carrés cinquante, plus deux mètres carrés par tranche entière de quatre mètres carrés cinquante. Dans un abri standard couvrant une surface légèrement supérieure à quatre mètres carrés cinquante, deux publicités de surface unitaire de deux mètres carrés chacune sont admises, ce qui correspond au classique caisson double-face. Enfin, tout dispositif surajouté sur le toit de l'abri est interdit (Art. R.581-43).

Les kiosques **80**

Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités. Dans la plupart des cas, les kiosques à journaux supportent les affiches des « unes » des publications en vente. Ce sont donc des enseignes (cf. régime des enseignes).

La surface unitaire des publicités est limitée à deux mètres carrés. Le total des publicités ne peut excéder six mètres carrés, sans que celui-ci soit lié à une surface au sol ou une surface des faces du kiosque. Enfin, comme pour les abris, tout dispositif surajouté sur le toit du kiosque est interdit (Art. R.581-44).

Les colonnes porte-affiches **81**

Mobilier traditionnel des centres-villes - Paris particulièrement - depuis la fin du XIX^{ème} siècle, dont le plus célèbre était la colonne « Morris », la colonne porte-affiches ne peut recevoir d'autres informations que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (cinéma, théâtre, spectacle, concert, etc.). Aucune surface maximum n'est indiquée par le code de l'environnement (Art. R.581-45).

Les mâts porte-affiches **82**

Composé au maximum de deux panneaux situés dos-à-dos dont la surface unitaire maximale est de deux mètres carrés, les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46). Ce sont les clauses du contrat établi entre l'opérateur et la collectivité qui définissent les mâts porte-affiches.

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques **83**

Cette cinquième catégorie dite parfois « mobilier urbain d'information » regroupe des mobiliers aux formes et dimensions diverses. A l'origine planimètres (supportant le plan de la ville), dénommés dans le langage courant « sucettes », voire « raquettes », il a évolué au fil du temps vers des formats plus grands : huit mètres carrés, quelquefois douze mètres carrés. Ce type de mobilier urbain peut prendre la forme d'un pied unique en forme de mât sur lequel est apposé une information non publicitaire à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Dans tous les cas, il a pour caractéristique de ne pouvoir accueillir une surface de publicité excédant la surface totale des informations ou œuvres artistiques (Art. R.581-47). Il est en général « double-face ». Lorsque la face réservée à la collectivité est fixe et que la face commerciale est mobile (déroulante³, trivision), la parité est considérée comme respectée. D'autre part, l'information non publicitaire doit être visible à tout moment. Les pratiques de « temps partagé » ne sont pas admises. Par exemple : mobilier réservé en totalité aux informations non publicitaires pendant certaines périodes, puis uniquement commerciales pendant d'autres.

Surface de la publicité sur mobilier urbain

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + de 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou de - de 10 000 h faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m ² unitaire et 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m ² unitaire 6 m ² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	interdit	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m ² recto, 2 m ² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	Interdit	12 m ²	50 m ²



L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants). Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction aux nouvelles demandes d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain dans ces agglomérations.

Cas particulier de la surface de la publicité numérique sur mobilier urbain

	Agglo de - de 10 000 h y compris faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Agglo de plus de 10 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m ² unitaire 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m ² unitaire 6 m ² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	2 m ²	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m ² recto, 2 m ² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires	Interdit	8 m ²	50 m ²

Densité 84

Le mobilier urbain supportant de la publicité n'est pas soumis à la règle de densité.

Extinction nocturne et adaptation à la luminosité ambiante 85

Dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, et lorsque le mobilier urbain supporte de la publicité éclairée par projection ou transparence ou de la publicité numérique fixe, la règle nationale de l'extinction nocturne ne s'applique pas. Dans les unités urbaines de plus de huit cent mille habitants, la publicité éclairée par projection ou transparence ou la publicité numérique fixe supportée par le mobilier urbain est soumise à l'obligation d'extinction nocturne dans les conditions fixées par le RLP(i) et dans les zones qu'il définit. En l'absence de RLP(i), elle n'est pas soumise à cette obligation.

IV. Les bâches comportant de la publicité

Définition 86

Depuis le décret du 30 janvier 2012, les bâches comportant de la publicité, dont le statut manquait de précision auparavant, ont été définies et classées en deux catégories :

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

Bon à savoir

La publicité sur les bâches de chantier installées sur les monuments historiques (immeubles classés ou inscrits) n'entre pas dans le cadre des dispositions du code de l'environnement. Elles ne sont soumises qu'à l'accord de l'autorité administrative chargée des monuments historiques, généralement l'architecte des Bâtiments de France.

Article L.621-29-8 du code du patrimoine

Par dérogation à l'article L.581-2 du code de l'environnement, dans le cadre de l'instruction des demandes d'autorisation de travaux sur les immeubles classés ou des demandes d'accord de travaux sur les immeubles inscrits, l'autorité administrative chargée des monuments historiques peut autoriser l'installation de bâches d'échafaudage comportant un espace dédié à l'affichage.

Les recettes perçues par le propriétaire du monument pour cet affichage sont affectées par le maître d'ouvrage au financement des travaux.

Les modalités d'application du présent article sont fixées par décret en Conseil d'Etat.

Régime 87

Toutes les bâches sont soumises à autorisation, mais à la différence du principe général (cf. point n° 28), l'autorisation d'installer une bâche comportant de la publicité incombe au maire dans tous les cas et jamais au préfet même dans les communes non dotées d'un RLP(i). L'autorisation est délivrée au cas par cas et ne peut donc revêtir la forme d'une autorisation générale et/ou permanente. Rappelons que le maire ne peut se prononcer sur le contenu du message publicitaire. En revanche, le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité fait l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police (au maire si la commune est dotée d'un RLP(i) ou au préfet en l'absence de RLP(i)).

Dans la pratique, la première installation comportant un premier visuel* est incluse dans la demande d'autorisation adressée au maire quelle que soit l'autorité compétente en matière de police, mais si l'exploitant désire modifier le message ou modifier la bâche, il devra adresser une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police. Le remplacement ou la modification du visuel ne permettent pas de changer les caractéristiques techniques d'origine, notamment les dimensions de la bâche ou la surface de la publicité. Il n'est pas inutile de le préciser dans l'autorisation initiale.

Durée de vie 88

La durée de vie de la bâche de chantier est liée à la durée d'installation de l'échafaudage. Elle ne peut donc excéder l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux. Cette dernière disposition vise bien entendu à prévenir toute sorte de détournement consistant à faire durer artificiellement un échafaudage alors que les travaux sont terminés. L'autorisation d'installer une bâche publicitaire est délivrée quant à elle pour une durée maximale de huit ans (Art. R.581-20).

Les interdictions communes aux deux bâches 89

Les bâches sont interdites dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Le texte de l'article R.581-53 ne faisant pas référence aux unités urbaines de plus de cent mille habitants, les bâches ne peuvent donc être autorisées que dans les communes dont l'agglomération excède dix mille habitants. 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. Les bâches sont également interdites dans les cas prévus par l'article R.418-7 du code de la route. Cette référence au code de la route permet de fixer précisément la distance minimum à respecter : quarante mètres en agglomération, deux cents mètres hors agglomération.



Selon l'article L.421-3 du code de l'urbanisme, les démolitions de constructions existantes doivent être précédées de la délivrance d'un permis de démolir lorsque la construction relève d'une protection particulière définie par décret en Conseil d'Etat ou est située dans une commune ou partie de commune où le conseil municipal a décidé d'instaurer le permis de démolir.



L'article R.581-53 qui énumère la liste des interdictions fait référence à l'article R.581-33 relatif aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol. Ce dernier ne trouvera pas directement à s'appliquer, puisque les bâches ne peuvent être scellées au sol. Toutefois les principes de protection du voisinage édictés par l'article R.581-33 pourront être pris en compte lors de l'instruction de la demande d'autorisation.



Compte-tenu de leur caractère temporaire, aucune règle de densité n'est imposée aux bâches de chantier.

Par ailleurs, en application des dispositions générales applicables à toutes les publicités (articles R.581-22 à R.581-24), les bâches sont interdites :

- sur 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 saufs quand ces murs sont aveugles ou qu'ils comportent des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré. Il s'ensuit que les bâches publicitaires même micro-perforées sur la façade d'un immeuble comportant des baies sont interdites, quand bien même elles ne gêneraient pas le confort des occupants de l'immeuble. En revanche, les bâches de chantier peuvent être apposées sur un échafaudage qui est lui-même placé devant une façade comportant des baies ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public ;

L'ensemble de ces interdictions ne s'applique pas aux bâtiments ou partie de bâtiments dont la démolition est entreprise ou qui ont fait l'objet d'un permis de démolir.

De plus, les bâches publicitaires ne peuvent être apposées sans que les publicités anciennes aient été supprimées sauf si elles présentent un intérêt artistique, historique ou pittoresque (Art. R.581-29). Elles sont également interdites :

- à moins de 0,50 mètre du sol ;
- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- 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 énumérées à l'article L.581-4 du code de l'environnement ;
- dans les zones d'interdiction relative énumérées à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

Le RLP(i) peut apporter des dérogations dans les zones d'interdiction relative. Une attention particulière doit être portée à la clarté de la liste des lieux où les bâches sont susceptibles d'être autorisées, ainsi qu'à leurs conditions d'exploitation, que le RLP(i) peut préciser, par exemple en arrêtant les surfaces maximum, les procédés utilisés, des normes de respect de l'architecture ou des perspectives...

Les règles d'implantation des bâches de chantier 90

Les bâches de chantier sont nécessairement fixées sur un échafaudage. La bâche ne doit pas dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit. Elles ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,50 mètres par rapport à celui-ci. La surface occupée par la publicité sur la bâche ne peut excéder 50 % de la surface totale de celle-ci. Toutefois, lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « haute performance énergétique rénovation » dit « BBC rénovation » (Bâtiment Basse Consommation), l'autorité compétente en matière de police (le préfet en absence de RLP(i)) peut autoriser une surface publicitaire supérieure à ce plafond.

Les règles d'implantation des bâches publicitaires 91

Comme l'article R.581-55 précise que « les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles (...) », il faut en conclure que les bâches scellées au sol sont interdites. Elles sont également interdites sur les murs comportant des ouvertures d'une surface unitaire supérieure à 0,50 mètre carré et ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. Elles doivent être apposées sur le mur ou dans un plan parallèle à celui-ci et ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,50 mètre par rapport au mur, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elles ne soient pas en saillie par rapport à ceux-ci. Comme

les bâches de chantier, elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit.

Aucune surface maximale n'est prévue par le code de l'environnement. En revanche, la distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins cent mètres.

Les publicités lumineuses sur bâche 92

Elles sont soumises aux règles de surface, de luminance, d'extinction des publicités lumineuses (qu'elles soient numériques ou non) :

- extinction de une heure à six heures dans les unités urbaines de moins de huit cent mille habitants, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports ;
- modalités d'extinction fixées par le RLP(i) dans les unités urbaines supérieures à huit cent mille habitants ;
- normes de luminance fixées par un arrêté ministériel (Art. R.581-34) ;
- surface de la publicité numérique (si elle est possible sur une bâche) liée à la consommation : 2,1 ou 8 mètres carrés ; équipement d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (Art. R.581-41).

V. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Régime d'autorisation préalable 93

L'article L.581-9 permet l'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des manifestations temporaires. Elles font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites* (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

Durée 94

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après la manifestation.

Règles d'implantation 95

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Il n'est pas fixé de surface maximale, qu'ils soient apposés sur un mur support ou scellés au sol sauf pour ceux supportant de la publicité numérique dont la surface unitaire ne peut être supérieure à cinquante mètres carrés. Dans ce cas, et comme toutes autres publicités numériques, les dispositifs de dimensions exceptionnelles doivent être équipés d'un système de gradation de la luminosité.

Ils sont soumis aux mêmes interdictions que les bâches (cf. point n° 89) à une exception : le 2^{ème} alinéa de l'article R.581-27 qui prévoit que la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit, ne leur est pas applicable.

VI. L'affichage de petit format (micro-affichage)

Le contexte 96

Dans sa version antérieure à la loi ENE, le code de l'environnement interdisait à la publicité de recouvrir une baie. L'interdiction n'était levée que dans deux cas :

- lorsqu'il s'agissait de « devantures des établissements temporairement fermés pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire ou de liquidation » ;
- lorsque le RLP(i) l'avait prévu.

Depuis la loi ENE, le code de l'environnement admet la présence sur les devantures* commerciales de l'affichage de petit format, souvent dénommé « micro-affichage », sans qu'un RLP(i) ne soit nécessaire. Le décret du 30 janvier 2012 fixe les règles d'implantation de ce type d'affichage.



Les dispositifs apposés sur les vitrines des commerces (notamment distributeurs de presse) relatifs à l'activité qui s'y exerce sont des enseignes. Par conséquent, elles ne sont pas soumises au régime du micro-affichage. Les dispositifs apposés à l'intérieur des vitrines n'entrent pas dans le champ d'application du code de l'environnement (cf. point n° 13).

Les règles d'implantation 97

Les dispositifs de petit format sont intégrés à la devanture commerciale* et non à la seule baie. Ils peuvent donc être apposés sur tous les éléments composant la devanture : vitrine, porte d'entrée, piliers d'encadrement de part et d'autre des ouvertures. Le RLP(i) peut adopter des prescriptions permettant d'apporter une protection aux éléments d'architecture remarquables (piedroits* en pierre, etc.)

L'affichage de petit format n'est pas soumis à la règle de densité. Il suit deux règles propres de surface et de pourcentage maximum, qui encadrent l'implantation de ces dispositifs :

- la surface unitaire des dispositifs de petit format est inférieure à un mètre carré ;
- leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de deux mètres carrés.

De plus, l'article R.581-57 soumet l'affichage de petit format à la plupart des dispositions applicables aux autres publicités, dont on retiendra essentiellement les articles :

- R.581-27 imposant un minimum de 0,50 mètre par rapport au niveau du sol, interdisant la publicité sur toiture, terrasse et interdisant de dépasser les limites de l'égout du toit ;
- R.581-34 à R.581-37, relatifs aux publicités lumineuses. L'affichage de petit format, s'il est lumineux, est donc soumis aux règles d'extinction nocturne.

Il est noté l'absence de renvoi à l'article R.581-28, n'imposant donc pas que le dispositif soit parallèle au support et ne fixant aucune limite à la saillie par rapport à celui-ci. L'affichage de petit format peut être perpendiculaire à la devanture. Les RLP(i) peuvent régler sur ce point.



Comme toute autre forme de publicité, l'affichage de petit format est soumis à déclaration préalable.

VII. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

Définition 98

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'« affichage libre » (Art. L.581-16). Il est constaté que ces emplacements réservés sont parfois utilisés par les publicités commerciales, en faveur des spectacles par exemple. De tels abus peuvent être sanctionnés pour méconnaissance de l'article L.581-24 puisque l'autorisation du propriétaire de l'emplacement n'a pas été sollicitée. Dans ce cas, c'est l'annonceur qui fera l'objet de sanctions.

Obligation de surface 99

La surface minimum attribuée dans chaque commune à l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est fixée par l'article R.581-2 :

- quatre mètres carrés pour les communes de moins de deux mille habitants ;
- quatre mètres carrés plus deux mètres carrés supplémentaires par tranche de deux mille habitants au-delà de deux mille habitants, pour les communes de deux à dix mille habitants ;
- douze mètres carrés plus cinq mètres carrés par tranche de dix mille habitants au-delà de dix mille habitants pour les autres communes.

Exemples :

- pour une commune de 6 500 habitants : 4 m² + 2 m² pour la tranche 2 000 à 4 000 + 2 m² pour la tranche 4 000 à 6 000, + 2 m² pour la tranche au-delà de 6 000 habitants, soit un total de 10 m² ;
- pour une commune de 85 000 habitants : 12 m² + 8 fois 5 m², soit un total de 52 m².

La surface unitaire de chaque emplacement n'est pas limitée. En pratique, les panneaux d'affichage libre ont souvent une surface de deux voire quatre mètres carrés.



Aucune redevance ou taxe ne peut être perçue sur ces affichages.



En l'absence de précision, et afin de favoriser la liberté d'expression, seront prises en compte les tranches « entamées » et non les tranches entières.



Les communes peuvent déterminer des surfaces supérieures à ces minima.

Emplacements 100

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Ils peuvent être situés sur le domaine public, en surplomb de celui-ci ou bien encore sur le domaine privé communal. Les emplacements 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 (Art. R.581-3).

Les communes ont le droit d'utiliser comme support d'affichage libre les palissades de chantier lorsque leur installation a donné lieu à autorisation de voirie. Dans les sites d'interdiction relative (Art. L.581-8-I) et en absence de RLP(i) dérogeant à ces interdictions, la surface de chaque emplacement sur une palissade de chantier ne peut dépasser deux mètres carrés (Art. R.581-4).

Si le maire n'a pas pris d'arrêté fixant les emplacements ou s'il n'a pas adapté les surfaces minimales d'affichage libre aux évolutions de la population communale, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L'arrêté préfectoral cesse de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements (Art. L.581-13, 3^{ème} alinéa).

VIII. La publicité sur véhicules terrestres**Définition** 101

Sont concernés les véhicules « utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des préenseignes » (Art. R.581-48). Il s'agit donc des véhicules supportant des messages publicitaires qui circulent ou stationnent et n'ont d'autre utilité que de supporter ces messages. Ainsi, outre les véhicules roulant, les véhicules stationnant en permanence, dans un rond-point ou dans des lieux de fort trafic par exemple, et ne constituant en fait que des préenseignes en faveur d'une activité commerciale sont également concernés.

En revanche, le code de l'environnement n'est pas applicable à « la publicité relative à une activité exercée par le propriétaire ou l'utilisateur du véhicule, sous réserve que ce véhicule ne soit pas utilisé à des fins essentiellement publicitaires » (Art. L.581-15). La publicité sur les véhicules de transport en commun, sur les taxis, sur les véhicules des artisans ou sur les véhicules particuliers n'entre pas dans le champ d'application du code de l'environnement. Il en est de même des véhicules de livraison, de déménagement, etc.



Le camion de livraison et l'autobus ne sont pas utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support publicitaire. En revanche, le véhicule de droite n'a d'autre vocation que de supporter de la publicité, il est donc soumis aux dispositions du code de l'environnement.

Régime 102

« La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder douze mètres carrés » (Art. R.581-48). Par conséquent, les véhicules équipés de deux affiches de huit ou douze mètres carrés de chaque côté sont illégaux.

Les véhicules ne peuvent stationner ou séjourner en des lieux où celles-ci sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Le conducteur doit donc ranger son véhicule dans un lieu fermé, pour un arrêt en cours ou en fin de journée.

Ils ne peuvent pas circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L.581-4 et L.581-8, ni circuler en convoi de plusieurs véhicules, ni à vitesse anormalement réduite. Les tribunaux considèrent que le convoi est constitué si un

véhicule emprunte volontairement le même itinéraire qu'un ou plusieurs autres véhicules publicitaires de la même entreprise alors même que les véhicules sont noyés dans le flot de la circulation.

La publicité lumineuse est interdite sur les véhicules terrestres. En l'absence de précision, ce sont donc les trois formes de publicité lumineuse qui sont interdites : publicité éclairée par projection ou transparence, publicité lumineuse non-numérique, publicité numérique.

L'autorité compétente en matière de police peut, à titre exceptionnel, accorder des dérogations aux interdictions ci-dessus, à l'occasion de manifestations particulières. Ces dérogations peuvent porter sur le stationnement, les surfaces et les lieux de circulation.



La circulation de ces véhicules n'est pas interdite hors agglomération.

IX. La publicité sur les voies navigables

Régime 103

La publicité n'est admise que sur les bâtiments motorisés et à condition que ces bâtiments ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires (Art. R.581-50).

Les « bâtiments motorisés » s'entendent au sens du b de l'article 1.01 du règlement général de police de la navigation intérieure.

Article 1.01. « b) du règlement général de police de la navigation intérieure : « Le terme « bâtiment motorisé » désigne tout bâtiment utilisant ses propres moyens mécaniques de propulsion, à l'exception des bâtiments dont le moteur n'est employé que pour effectuer de petits déplacements (par exemple, dans les ports ou aux lieux de chargement et de déchargement) ou pour augmenter leur manœuvrabilité lorsqu'ils sont remorqués. »

Les seuls dispositifs publicitaires admis sont constitués de panneaux plats. Chaque dispositif ne peut excéder :

- cinq mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bâtiment ;
- 0,75 mètre dans le sens vertical, sans pouvoir s'élever à plus d'un mètre au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou, à défaut de plat-bord, du point le plus bas du bordé fixe.

La surface totale des publicités apposées ou installées sur un bâtiment ne peut excéder huit mètres carrés. Les dispositifs publicitaires ne peuvent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou transparence.

4.1.3 La règle de densité

Principe 104

Depuis le 1^{er} juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique (Art. R.581-25).

La règle de la densité s'applique quel que soit le format des publicités concernées. En conséquence, dès lors que le nombre maximum de dispositifs possibles est atteint sur l'unité foncière, aucun autre dispositif ne pourra être installé, si petit soit-il.

La règle s'applique à toutes les publicités, à l'exception :

- des publicités apposées sur une palissade ou sur une toiture ;
- des publicités supportées par le mobilier urbain ;
- des bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles comportant de la publicité ;
- de l'affichage de petit format (micro-affichage) ;
- des préenseignes dérogatoires.



L'unité foncière est constituée d'une parcelle ou de plusieurs parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire



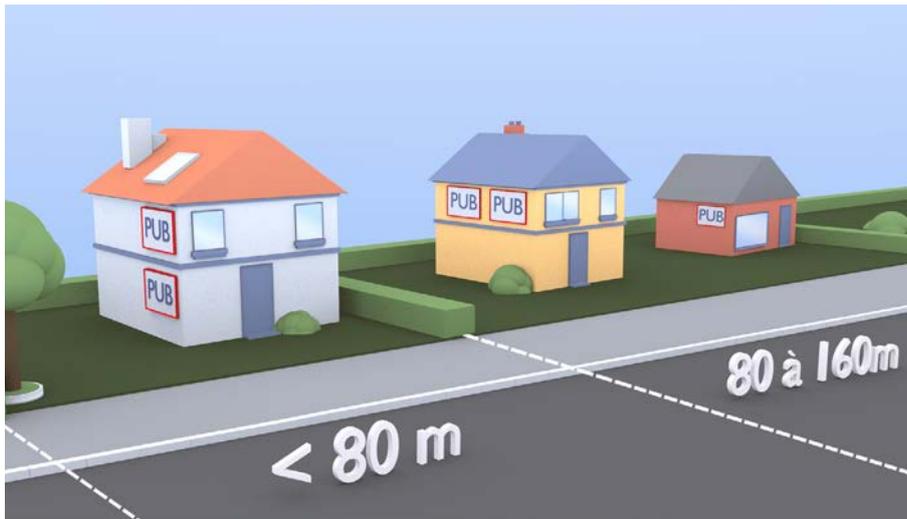
Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte. C'est sur cette base qu'est déterminé le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur l'unité foncière.

I. Règles applicables sur les unités foncières

Unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres

Dispositifs muraux 105

Lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...)



Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Dispositifs scellés au sol 106

Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif scellé au sol peut être installé dans l'unité foncière lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à quarante mètres. Sous la même réserve que précédemment, deux dispositifs scellés au sol peuvent être installés lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie est supérieure à quarante mètres.



Les dispositifs scellés au sol double-face sont considérés comme un seul dispositif dès lors que les deux faces sont de même dimension, rigoureusement dos-à-dos, sans séparation visible.



Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres

Nombre 107

Un dispositif supplémentaire (mural ou scellé au sol) peut être installé par tranche entamée de quatre-vingts mètres au-delà de la première.

Ainsi, sur une unité foncière dont la longueur du plus long côté bordant la voie publique est de :

- quatre-vingts mètres à cent soixante mètres, trois dispositifs maximum peuvent être installés ;
- cent soixante à deux-cent-quarante mètres, quatre dispositifs maximum peuvent être installés ;
- deux-cent-quarante à trois cents mètres, cinq dispositifs maximum peuvent être installés ;
- etc.

Les dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière (sous réserve de respecter les autres règles du RNP : H/2, etc.), aucune règle d'inter-distance n'est imposée.

L'autorité de police recevant une déclaration préalable envisageant la pose d'un dispositif supplémentaire sur une unité foncière dont le quota est déjà atteint peut signaler au pétitionnaire l'irrégularité du projet.

II. Règles applicables sur le domaine public

Principe 108

Le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur le domaine public est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante.

Un dispositif par tranche de quatre-vingts mètres peut être installé au droit de l'unité foncière. Les dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, aucune règle d'inter-distance n'est imposée.



Un dispositif par tranche de 80 m sur le domaine public et ce, indépendamment de la règle de densité appliquée sur les unités foncières.

Que faire lorsque le nombre de dispositifs publicitaires installés sur une même unité foncière est trop important ?

Lorsque les dispositifs publicitaires, installés sur une même unité foncière, sont exploités par une unique société d'affichage, il lui revient de se mettre en conformité en choisissant les dispositifs à déposer.

Si les exploitants sont différents, il n'appartient pas à l'autorité de police de choisir les dispositifs publicitaires qui subsisteront et ceux qui devront disparaître. Elle mettra en demeure l'ensemble des exploitants.

Quiz : Régime de la publicité

1	La publicité est-elle admise dans les parties non-agglomérées d'une unité urbaine ?	Non, l'unité urbaine, au sens de l'INSEE, n'étant pas une agglomération au sens géographique du terme, elle peut donc comporter des espaces ne comportant pas d'immeubles bâtis rapprochés dans lesquels la publicité est interdite (Art. L.581-7).
2	Une publicité peut-elle être installée sur le pignon d'un immeuble en cours de démolition comportant une ouverture dont la surface unitaire est supérieure à 0,50 m ² ?	Oui par combinaison des articles R.581-22 et R.581-23.
3	Dans une agglomération de 15 000 habitants non couverte par un RLP, une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur de 65 m peut-elle recevoir à la fois une publicité scellée au sol et une publicité murale ?	Non, le nombre de dispositifs publicitaires sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est au plus égale à 80 m est limité à un sauf s'il s'agit de deux dispositifs muraux ou de deux dispositifs scellés au sol (Art. R.581-25-1).
4	Une publicité non lumineuse peut-elle être installée sur une clôture aveugle ?	Oui. En revanche, si la clôture n'est pas aveugle, la publicité est interdite (Art. R.581-22-3°).
5	Une publicité lumineuse peut-elle être installée sur une clôture non aveugle ?	Non, la publicité lumineuse est interdite sur une clôture qu'elle soit aveugle ou non (Art. R.581-36-4°).
6	Une publicité scellée au sol dont la surface unitaire est inférieure à 4 m ² peut-elle être implantée dans une agglomération de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ?	Non, la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol 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 (Art. R.581-31).
7	Une publicité scellée au sol peut-elle être installée sur une unité foncière lorsqu'elle se situe à moins de 10 m en avant du plan du mur contenant la fenêtre d'un immeuble d'habitation implanté sur cette même unité foncière ?	Oui, la règle des 10 m ne se calcule que par rapport à une baie située sur un fonds voisin (Art. R.581-33).
8	Le mobilier urbain peut-il supporter de la publicité numérique dans une agglomération de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ?	Non, l'appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants est inopérante (Art. R.581-42 alinéa 2).
9	Une publicité lumineuse est-elle soumise à extinction nocturne lorsqu'elle est implantée dans une commune comprise dans une unité urbaine de plus de 800 000 habitants et qui ne comporte pas de RLP ?	Non car c'est le RLP qui fixe les règles d'extinction nocturne dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants (Art. R.581-35 alinéa 2).
10	Un véhicule publicitaire peut-il comporter sur chacun de ses flancs un dispositif publicitaire de 12 m ² ?	Non, la limitation concerne une surface totale de 12 m ² et non une surface unitaire de 12 m ² (Art. R.581-48 alinéa 3).

4.2 Les enseignes



Les enseignes ne sont jamais soumises à déclaration préalable. Elles sont soumises à autorisation lorsque leur installation s'effectue dans un lieu visé aux articles L.581-4 ou L.581-8, sur le territoire couvert par un RLP ou s'il s'agit d'enseignes à faisceau de rayonnement laser.

4.2.1 Les dispositions communes aux enseignes

L'obligation d'entretien 109

L'enseigne doit être constituée de matériaux durables*, ce qui exclut toute utilisation de papier ou de carton. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-58).

Le code de l'environnement procure ici un moyen à l'autorité de police de lutter contre les dispositifs durablement en mauvais état qui dégradent l'image de l'activité à laquelle ils sont attachés, et plus encore, des lieux où ils sont implantés. Les enseignes partiellement détruites ou effacées, les drapeaux déchirés, les éclairages défectueux, les enseignes scellées au sol déséquilibrées sont en infraction. Le maintien en bon état est de la responsabilité et à la charge de la personne privée ou morale exerçant l'activité concernée.

La suppression au terme de l'activité 110

L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité. Il appartient donc à l'entreprise qui quitte les lieux de démonter ses enseignes et de remettre les lieux en état. Cette disposition pose une difficulté pratique lorsque l'ex-occupant n'est pas identifiable, n'est pas solvable ou a disparu. La collectivité, à l'issue de recherches infructueuses, n'aura d'autres ressources que de faire déposer les enseignes à ses frais, avec l'accord écrit préalable du propriétaire. Une dérogation à la suppression est prévue pour les enseignes présentant un caractère historique, artistique ou pittoresque (Art. R.581-58).

4.2.2 Les dispositions propres à chaque type d'enseigne

I. L'enseigne en façade



Les enseignes composées de lettres et signes découpés sont généralement plus respectueuses de l'architecture, puisqu'elles la masquent moins. Elles seront conseillées, et peuvent être imposées par les RLP(i), par exemple sur les murs en pierre apparentes ou comprenant de nombreux éléments de modénature*.

Définition 111

L'enseigne en façade porte quelquefois le nom d'enseigne en bandeau* ou en applique. Plus généralement, constitue une telle enseigne toute inscription, forme ou image peinte directement sur le mur, peinte ou adhésivée sur un panneau lumineux fixé sur le mur, voire le caisson (lumineux ou non) posé à plat sur le mur, ainsi que les lettres, signes, images, formes découpés et fixés sur le mur sans support.

Règles d'implantation de l'enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur 112

Les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R.581-60). Elles ne peuvent notamment être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture. Soit l'enseigne est fixée sur le mur et ne doit pas en dépasser les limites, soit elle est en toiture et respecte les règles propres à cette catégorie.

Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

Les enseignes ne peuvent dépasser les limites des murs sur lesquels elles sont apposées.



Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne peuvent constituer par rapport au mur une saillie de plus de 0,25 mètre (Art. R.581-60). L'épaisseur des lettres-boîtiers ou des caissons doit être calculée afin de ne pas dépasser la norme fixée par la loi, qui est mesurée par rapport au nu* du mur, à l'endroit où est installée l'enseigne.

Aucun point d'un bandeau appliqué sur un mur ne pourra être distant de plus de 0,25 mètre du mur, quelle que soit l'irrégularité du plan du mur qui la supporte. Elle pourra déroger à un rigoureux parallélisme sous la réserve du respect de la saillie de 0,25 mètre.

Ces enseignes ne peuvent, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. Cette disposition apparue avec le décret du 30 janvier 2012 est identique à celle de l'article R.581-27 relatif aux publicités murales. Elle ne trouve pas à s'appliquer sur la majorité des bâtiments à usage commercial ou industriel dotés de toits-terrasse. En revanche, elle concerne les enseignes apposées sur les pignons des bâtiments à toit en pente.

Comme pour les publicités, sur un pignon dont les lignes d'égout sont de hauteur différente, la ligne la plus proche de l'enseigne peut être retenue (cf. illustration point n° 46)

Règles d'implantation des enseignes à plat sur les balcons, balconnets*, auvents*, marquises*, baies **113**

Alors que la publicité est interdite sur toutes les formes de balcons, balconnets, auvents etc. les enseignes sont admises, sous conditions (Art. R.581-60, alinéa 2) :

- les enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre ;
- elles peuvent être installées devant un balconnet* ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps* ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- elles peuvent être installées sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport à lui.

Règles d'implantation des enseignes perpendiculaires **114**

Dites aussi en drapeau, dénommées « en potence » lorsqu'elles sont constituées d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne, les enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte et ne doivent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon (Art. R.581-61, alinéa 1).

Elles ne doivent pas constituer une saillie par rapport au mur supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements* de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres (Art. R.581-61, alinéa 2). La saillie est calculée par rapport au mur et non au domaine public. Même si l'immeuble est situé en retrait de la voie publique, la saillie de l'enseigne ne pourra excéder deux mètres.

Le RLP(i) peut fixer une règle plus restrictive, ou rappeler celle du règlement de voirie. Le RLP(i) peut en outre imposer une hauteur minimum et/ou une hauteur maximum, exprimées en mètres ou en regard de l'architecture du bâtiment. Il n'est sans doute pas inutile de fixer une règle de recul par rapport au bord du trottoir, afin d'éviter que les enseignes ne soient accrochées par les véhicules de passage. Quelles que soient les mesures adoptées, la cohérence du RLP(i) et du règlement de voirie est à vérifier.

Surface maximum des enseignes sur façade **115**

Le décret du 30 janvier 2012 impose aux enseignes apposées sur une façade commerciale une surface maximum qui n'existait pas précédemment. La règle se fonde sur un rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale (Art. R.581-63) :

- les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade ;
- la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés.



Les enseignes perpendiculaires entrent dans le calcul de la surface des enseignes apposées sur une façade. Le recto et le verso se cumulent.

Exemples :

La façade commerciale* d'un bâtiment abritant l'activité A mesure vingt-cinq mètres de large et quatre mètres de haut, soit cent mètres carrés. La surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder quinze mètres carrés.

La surface de la devanture commerciale de l'activité B mesure huit mètres de large et quatre mètres de haut, soit trente-deux mètres carrés. La surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder huit mètres carrés.

A retenir !

Le calcul de la surface des enseignes.

Lorsque les inscriptions, formes ou images sont apposées sur un panneau de fond, c'est la surface du panneau qui doit être prise en compte. A plat, sur un mur ou perpendiculaire à celui-ci, la surface totale du fond est décomptée, quand bien même le logo ou la marque n'occuperait qu'une faible surface dudit fond.

Le calcul est identique si le fond est peint directement sur le mur. En effet, dans le respect de l'esprit de la protection du cadre de vie, il faut considérer la surface utile* et non la surface utilisée : c'est bien le panneau

qui constitue un élément supplémentaire dans le paysage, altérant perspective ou architecture.

En absence de fond (ni panneau, ni peinture) est prise en compte la surface du rectangle dans lequel s'inscrit l'inscription, forme ou image. Le calcul ne saurait être fait lettre par lettre : le rectangle fictif englobe la totalité de l'inscription. Cette forme de calcul s'appliquera donc exclusivement aux enseignes en toiture et aux enseignes constituées de lettres, signes, formes logos ou images découpés et apposés directement sur le mur support.



La surface des enseignes doit être considérée pour chacune selon le pointillé.

La façade à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne. La surface de référence inclut les baies commerciales. Le calcul de la surface commerciale est aisé dans la majorité des cas : les bâtiments commerciaux situés dans les centres commerciaux, les bâtiments industriels sont fréquemment parallélépipédiques. La devanture d'un commerce de centre-ville est ordinairement facile à identifier. Lorsque l'architecture de la façade est complexe, il est conseillé de prendre en compte la plus grande largeur et la hauteur maximum du bâtiment (projection à plat).

Dans tous les cas, il convient de déduire de la surface commerciale la surface des auvents et des marquises et de ne pas prendre en compte dans la surface cumulée des enseignes les publicités murales ou les dispositifs de micro-affichage (Art. R.581-63).

Sur chaque façade, la surface cumulée des enseignes (en vert) est comparée à la surface totale de la façade (hauteur x largeur), baies comprises. Les publicités et le micro-affichage (en rouge) n'entrent pas en compte dans le calcul de la surface des enseignes.



Façades commerciales 116

En principe, les façades latérales ou arrière d'un bâtiment commercial ne sont pas considérées comme des façades commerciales. Mais, si elles sont utilisées pour accueillir des enseignes, elles sont assimilées à des façades commerciales. Dans ce cas, il convient de leur appliquer la règle de surface.

Lorsque plusieurs activités occupent un même bâtiment, le cumul de toutes les enseignes, toutes activités confondues, doit respecter les pourcentages qui viennent d'être indiqués. Il appartient alors aux établissements de s'accorder sur la mise en place des enseignes.

II. L'enseigne sur toiture

Règles d'implantation 117

Les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou terrasses en tenant lieu des bâtiments où s'exerce une activité, lorsque l'activité concernée est exercée dans plus de la moitié du bâtiment considéré (surface de plancher). Elles doivent alors être « réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut » (Art. R.581-62). Si la formulation est légèrement différente, les prescriptions sont identiques à celles des publicités lumineuses sur toiture (Art. R.581-39). Pour autant, les enseignes en toiture ne sont pas nécessairement lumineuses.

Les enseignes peintes ou apposées directement sur la surface d'un toit suivent les règles des enseignes en toiture.

Lorsque l'activité signalée s'exerce dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment, l'enseigne en toiture n'est pas interdite, mais son installation est régie par les règles applicables aux dispositifs publicitaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu. En conséquence, ses conditions d'installation répondent aux prescriptions des articles R.581-38 et R.581-39 (cf. point n° 73).



Une enseigne en toiture (comme une publicité) doit être composée de lettres découpées sans fixations visibles. Bandeau technique de 0,50 m maximum.



Enseigne peinte sur un toit assimilée à une enseigne en toiture.

Dimensions et surface maximum 118

Lorsqu'elles signalent des activités exercées dans plus de la moitié du bâtiment, la hauteur des enseignes en toiture ne peut excéder trois mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à quinze mètres. Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à quinze mètres, les enseignes n'excéderont pas le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de six mètres (Art. R.581-63).

Enfin, depuis le 1^{er} juillet 2012, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder soixante mètres carrés (voir encadré « surface des enseignes »).

Enseignes en toiture si l'activité d ans + de 50 % du bâtiment	Enseignes en toiture si l'activité dans - de 50 % du bâtiment
Enseignes en toiture	Publicité lumineuse en toiture
Hauteur de façade ≤ à 15 m : 3 m maxi	Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m maxi
Hauteur de façade > 15 m : 1/5 de la hauteur et 6 m maxi	Hauteur de façade > 20 m : 1/10 de la hauteur et 6 m maxi
Surface cumulée limitée à 60 m ²	surface cumulée limitée à 60 m ²



Une dérogation à la surface cumulée maximum de 60 mètres carrés bénéficie aux activités culturelles* et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du 2 avril 2012 (voir Chapitre 8).

III. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

Définition 119

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées sur l'immeuble* où s'exerce l'activité, en l'occurrence sur l'unité foncière où s'exerce l'activité. Toute inscription, forme ou image installée sur un autre lieu est une préenseigne ou une publicité. Les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées comme des enseignes.

Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol peuvent revêtir les formes les plus diverses : panneaux de toutes formes reposant sur un ou plusieurs pieds, drapeaux en tissu ou en matériaux rigides, totems, kakemonos, mâts de toute section, ainsi qu'objets variés tels que piscines, voitures, ballons etc.

Règles d'implantation 120

« Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie » (Art. R.581-64, 1^{er} alinéa).

Cette règle, comparable à celle de l'article R.581-33, 1^{er} alinéa relatif aux publicités, s'en distingue toutefois sur deux points :

- elle ne s'applique qu'aux dispositifs d'une superficie supérieure à un mètre carré ;
- elle s'applique à tous les immeubles alors que la règle pour les publicités s'applique aux seuls immeubles d'habitation.

« Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété » (Art. R.581-64, 2^{ème} alinéa). Dans une rédaction quelque peu différente, la règle du H/2 est la même que pour les publicités (Art. R.581-33, second alinéa) mais le texte offre aux enseignes une possibilité qui n'existe pas pour les publicités puisqu'elles peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur des fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Surface et hauteur 121

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de six mètres carrés dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Elle est portée à douze mètres carrés dans les agglomérations de plus de dix mille habitants. L'appartenance à une unité urbaine n'est pas prise en compte.

Quelle surface retenir ?

- 1) Panneaux, totems. La surface à prendre en compte est celle du panneau de fond.
- 2) Mâts : La seule surface à prendre en compte est celle de la surface du drapeau ou kakemono.
- 3) Formes diverses : La surface à prendre en compte est celle du rectangle dans lequel s'inscrit la forme.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- six mètres cinquante de haut lorsqu'elles font un mètre ou plus de large ;
- huit mètres de haut lorsqu'elles font moins d'un mètre de large.

Densité 122

Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa).

IV. L'enseigne lumineuse**Définition 123**

Le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses. Éclairées par projection ou transparence, numériques ou non, elles sont toutes soumises aux mêmes règles. C'est ainsi qu'elles satisfont à des normes techniques fixées par un arrêté ministériel à venir, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimées en lumens par watt (Art. R.581-59).

Extinction nocturne 124

« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et sept heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité » (Art. R.581-59). Ainsi, ces règles sont adaptées aux établissements fermant très tard ou ouvrant très tôt ainsi qu'à ceux qui restent ouverts toute la nuit comme les hôtels, discothèques, pharmacies ou autres établissements de garde.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral (un modèle figure au Chapitre 8).

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence*.



Jusqu'à 1 heure, toutes les enseignes peuvent être éclairées.



3 heures, la discothèque est en activité, son enseigne peut être éclairée. Si l'établissement ferme à 4 heures, l'enseigne peut rester allumée jusqu'à 5 heures.



5 h 30, la boulangerie va ouvrir à 6 h 30, son enseigne peut être allumée.



Les dispositions qui régissent les enseignes lumineuses – qui font l'objet de ce guide – ne doivent pas être confondues avec celles qui régissent l'éclairage de l'intérieur des bâtiments sur lesquels ces enseignes sont installées (Art. L.583-1 et s. et R.583-1 et s.).

V. L'enseigne temporaire

Définition 125

Les enseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elle signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Les « opérations exceptionnelles » appartenant à la première catégorie permettent en pratique l'annonce de toute opération de promotion commerciale du type : Soldes, foire à..., semaine de..., promotion sur...

Les enseignes temporaires, pas plus que les enseignes permanentes, ne sont soumises à déclaration. Les enseignes temporaires sont soumises à autorisation dans les cas suivants (Art. R.581-17) :

- lorsqu'elles sont installées sur un immeuble ou dans un lieu mentionné à l'article L.581-4 ;
- lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol dans un lieu mentionné à l'article L.581-8.

Durée 126

Les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Le RLP(i) peut réduire ces durées, afin de prévenir une présence continue d'enseignes temporaires liée à une succession d'opérations commerciales tout au long de l'année.

Règles d'implantation 127

Les règles d'implantation des enseignes temporaires sont établies par les dispositions suivantes :

- 2^{ème} alinéa de l'article R.581-58 : « elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ». Le bon état de propreté est d'autant plus à surveiller que le 1^{er} alinéa de l'article R.581-8 ne s'applique pas. Puisque temporaires, ces enseignes n'ont pas l'obligation d'être constituées de matériaux durables ;
- 2^{ème} alinéa de l'article R.581-59 relatif aux normes techniques portant sur la luminance. Elles ne sont en revanche pas soumises à la règle d'extinction nocturne des enseignes lumineuses permanentes ;
- 5^{ème} alinéa de l'article R.581-59 : « les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence » ;
- 1^{er} alinéa de l'article R.581-60 : « les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à ce mur, une saillie de plus de 0,25 mètre, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit » ;
- 1^{er} et 2^{ème} alinéa de l'article R.581-61 : « les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (...). Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres » (Voir les commentaires sur cet article au point n° 114).
- dernier alinéa de l'article R.581-62 : « la surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder soixante mètres carrés ». La hauteur des lettres et signes découpés d'une enseigne temporaire en toiture n'est donc pas limitée. Il est supposé que les enseignes temporaires en toiture seront extrêmement rares, compte-tenu des coûts d'installation.



Le 3^{ème} alinéa de l'article R.581-61 n'étant pas cité, il n'est pas interdit d'apposer une enseigne temporaire devant une fenêtre ou un balcon.

- article R.581-64 relatif, en ce qui concerne les enseignes scellées au sol, au respect de la distance aux baies, au « H/2 » et à la limitation en nombre à une enseigne le long de chaque voie bordant l'établissement.

Par ailleurs, la surface unitaire maximale des enseignes mentionnées au 2° de l'article R.581-68, signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier, est limitée à douze mètres carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol. Aucune limitation de surface unitaire ou cumulée n'est imposée, à l'exception des enseignes en toiture comme indiqué plus haut ou des enseignes « immobilières » scellées au sol. Un RLP(i) pourra prévoir des prescriptions plus restrictives les concernant.

VI. L'enseigne à faisceau de rayonnement laser

Définition 128

Soumise à autorisation préalable de l'autorité compétente en matière de police (cf. Chapitre 6), l'enseigne à faisceau de rayonnement laser est une forme d'enseigne lumineuse constituée d'un ou plusieurs rayons dirigés vers le ciel et destinée à être perçue à grande distance. Tout système qui utilise une source de rayonnement autre que le laser n'est pas concerné.

Règles applicables 129

Soumise aux mêmes règles que l'enseigne lumineuse, notamment à la règle de l'extinction nocturne, l'enseigne à faisceau de rayonnement laser n'est régie par aucune disposition particulière.

Quizz : Régime des enseignes

1	Les enseignes scellées au sol ou directement installées sur le sol sont-elles soumises à une règle de densité ?	Oui, mais uniquement lorsqu'elles font plus de 1 m ² . Dans ce cas, elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée (Art. R.581-64 alinéa 3).
2	Une enseigne scellée au sol peut-elle avoir une surface unitaire de 9 m ² dans une agglomération de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ?	Non, la surface maximum est de 6 m ² , l'appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants étant inopérante (Art. R.581-65-1).
3	Les enseignes lumineuses sont-elles soumises à obligation d'extinction nocturne ?	Oui, dès lors que l'activité signalée a cessé et ce, quel que soit leur lieu d'implantation (Art. R.581-59 alinéa 3).
4	L'enseigne d'une clinique vétérinaire peut-elle être clignotante ?	Oui, si elle assure un service d'urgence (Art. R.581-59).
5	Une grande surface commerciale vendant des biens culturels peut-elle comporter des enseignes en toiture dont la surface cumulée est supérieure à 60 m ² ?	Non, une telle grande surface ne figure pas dans la liste des établissements culturels fixée par l'arrêté du 2 avril 2012 (Art. R.581-62 alinéa 5).
6	Une unité foncière, dont le côté bordant une voie ouverte à la circulation publique mesure 50 m, peut-elle accueillir une enseigne scellée au sol de plus de 1 m ² alors que sont déjà implantés deux dispositifs publicitaires scellés au sol ?	Oui, car les enseignes scellées au sol sont soumises à la règle de densité de l'article R.581-64 (cf. réponse n°1) et non à celle de l'article R.581-25 qui ne s'applique qu'à la publicité.
7	Les enseignes apposées sur les murs latéraux d'une surface unitaire de 60 m ² d'un commerce sont-ils soumis à la règle des 15% de surface cumulée ?	Oui, dès lors qu'ils accueillent des enseignes ces murs sont assimilés à des façades commerciales (Art. R.581-63 alinéa 1).
8	Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'une surface de 40 m ² peuvent-elles avoir une surface de 15m ² ?	Non, dans ce cas, leur surface maximale ne peut dépasser 25 % de la surface de la façade commerciale soit 10 m ² (Art. R.581-63 alinéa 2).

4.3 Les préenseignes

Principe 130

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19) à deux exceptions près :

- les préenseignes dites « dérogatoires » ;
- les préenseignes temporaires.

4.3.1 Les préenseignes dérogatoires

Contexte 131

Lors de la préparation de la loi de 1979, un principe fondamental est arrêté : La publicité extérieure, phénomène urbain, est admise en agglomération et interdite hors agglomération. S'est alors posée la question d'une présignalisation, hors agglomération, des activités apportant un service aux personnes en déplacement : hôtels, restaurants, garages, stations-services, ainsi que de la présignalisation des monuments historiques ouverts à la visite, de la vente de produits locaux ou encore des services publics ou d'urgence et des activités s'exerçant en retrait de la voie publique. Un régime dérogatoire fut donc créé, accordant à ces activités la possibilité d'installer hors agglomération et en nombre limité des dispositifs de petit format, dénommés « préenseignes », terme créé pour l'occasion. L'adjectif « dérogatoire », apporté par l'usage, a été consacré par le décret du 30 janvier 2012.

L'installation de ce type de préenseigne - uniquement scellée au sol ou posée sur le sol - hors agglomération fut également admise dans les agglomérations de moins de dix mille habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de cent mille habitants où toute autre forme de publicité scellée au sol ou posée au sol est interdite.

La multiplication des préenseignes dérogatoires, leur installation anarchique à l'entrée des villes et l'impossibilité pour les RLP1G de les régler ont conduit la loi ENE à réviser totalement leur statut tout en leur accordant un délai de cinq ans à compter de l'entrée en vigueur de la loi - soit le 13 juillet 2015 - pour se conformer à la nouvelle réglementation ; de sorte qu'il convient de distinguer le régime des préenseignes dérogatoires avant ou après le 13 juillet 2015.

I. Le régime des préenseignes dérogatoires avant le 13 juillet 2015

Activités bénéficiaires 132

L'installation de préenseignes scellées au sol peut déroger à l'interdiction hors agglomération ou dans les agglomérations de moins de dix mille habitants lorsqu'elles signalent :

- les activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement ;
- les activités liées à des services publics ou d'urgence ;
- les activités s'exerçant en retrait de la voie publique ;
- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir* par des entreprises locales.

Les activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement sont notamment les garages, stations-services, restaurants et hôtels. Les tribunaux ont précisé que la signalisation des supermarchés et hypermarchés, distribuant de l'essence ou possédant une cafétéria était admis dès lors que figure le pictogramme « essence » ou « cafétéria » sur le dispositif et ce, quelle que soit sa taille.

Format et hauteur 133

Leurs dimensions ne peuvent excéder un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur.

Dans le but d'homogénéiser leur aspect visuel, la loi de 1979 n'avait pas fixé une surface mais des dimensions hauteur/largeur. Par suite, un dispositif excédant l'une des deux dimensions fixées par la loi est illégal, par exemple, les préenseignes installées dans le sens vertical : un mètre cinquante en hauteur et un mètre en largeur.

Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes.

Nombre 134

Le nombre maximum de préenseignes est de quatre dans les cas suivants :

- activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement ;
- monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite, deux d'entre elles pouvant être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument.

Le nombre maximum de préenseignes est de deux dans les cas suivants :

- activités liées à des services publics ou d'urgence*, une de ces préenseignes pouvant alors être installée dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 lorsque ces activités y sont situées ;
- activités s'exerçant en retrait de la voie publique ;
- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales.

Il ne s'agit pas d'un nombre maximum de préenseignes par commune, mais d'un nombre total par activité toutes communes confondues ; ce qui nécessite une coordination des différentes autorités de police pour assurer le respect de cette disposition.

Règles d'implantation 135

Comme toute autre forme de publicité et de préenseigne, les préenseignes dérogatoires doivent être installées avec l'autorisation écrite du propriétaire. Hors agglomération, il est nécessaire de vérifier la propriété du foncier et l'accord du propriétaire, notamment lorsque l'implantation se fait sur le domaine public.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être implantées à plus de cinq kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent (dix kilomètres pour les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite). Les deux conditions sont alternatives et non cumulatives.



Les termes de « fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales » excluent les commerces de distribution se prévalant de la vente, dans l'un quelconque de leurs rayons, de produits régionaux. Il s'agit des fonds dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local*, ce qui justifie l'implantation des préenseignes dans l'espace rural.



Installées dans une agglomération de plus de 10 000 habitants (ou de moins de 10 000 habitants mais faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants) ou murales dans toutes les agglomérations, les préenseignes perdent leur statut « dérogatoire » et sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité, même si elles sont au format 1 mètre x 1,5 mètre. Par conséquent, elles n'entrent pas dans le décompte des préenseignes dérogatoires.



La distance à prendre en compte est la distance routière. La distance de 5 kilomètres est à mesurer par rapport à l'entrée de l'agglomération de la commune où est exercée l'activité. Elle ne saurait être mesurée par rapport à l'entrée de l'EPCI de la commune membre.

II. Le régime des préenseignes dérogatoires après le 13 juillet 2015

Activités bénéficiaires 136

Les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes 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 ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20. (cf. point n° 140).

Nouveauté de la loi ENE, les activités culturelles* ne recouvrent pas les établissements culturels, à l'exception des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite. La commercialisation de biens culturels ne peut être regardée comme une activité culturelle.



Les préenseignes dérogatoires signalant des activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement ne sont plus autorisées à compter du 13 juillet 2015 et devront être déposées au plus tard à cette date. Ces activités ne peuvent être signalées que dans les conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière.

Format et hauteur 137

Leurs dimensions ne peuvent excéder un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur. Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes.

La collectivité gestionnaire de la voirie peut, le cas échéant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil des actes administratifs de cette collectivité ou intégrées au RLP(i).

A défaut, les prescriptions d'harmonisation seront établies par un arrêté ministériel à venir.

Nombre 138

Le nombre maximum de préenseignes est de quatre pour les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (deux d'entre elles pouvant être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument).

Le nombre maximum de préenseignes est de deux pour les activités culturelles et pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.

Règles d'implantation 139



A partir du 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol ne peuvent plus être implantées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être installées qu'hors agglomération.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être implantées à plus de cinq kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Cette distance est portée à dix kilomètres pour les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

REGIME DES PREENSEIGNES DEROGATOIRES

	Nombre		Distance	
	Jusqu'au 12/07/2015	A compter du 13/07/2015	Jusqu'au 12/07/2015	A compter du 13/07/2015
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	4	0	5 km	Sans objet
Service public ou d'urgence	2	0	5 km	Sans objet
Activité en retrait de la voie	2	0	5 km	Sans objet
Monuments historiques	4	4	10 km	10 km
Vente produits du terroir	2	2	5 km	5 km
Activité culturelle	Sans objet	2	Sans objet	5 km

4.3.2 Les préenseignes temporaires

Définition 140

Les préenseignes temporaires sont réparties selon les deux mêmes catégories que les enseignes temporaires :

- les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elle signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Durée 141

Les préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Règles d'implantation 142

Dans les agglomérations de plus de dix mille habitants et dans les agglomérations de moins de dix mille habitants appartenant à une unité urbaine de plus de cent mille habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités et notamment sont soumises à déclaration préalable lorsque leur hauteur dépasse un mètre et leur largeur un mètre cinquante (Art. R.581-6).

Dans les autres agglomérations et hors agglomération, elles peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.

Comme pour les enseignes temporaires, il peut être opportun d'adapter le régime des préenseignes temporaires dans les RLP(i) en adaptant les règles qui leur sont applicables (nombre, format et/ou durée).