



# L'affichage publicitaire extérieur

---

26 mai 2016

DDT 72 – Service Urbanisme et Aménagement



# SOMMAIRE

Pages

● 1) Les enjeux	3
● 2) Les différents acteurs	9
● 3) Les réglementations concernées	11
● 4) Définitions et champ d'application	14
● 5) L'autorité compétente	26
● 6) Règlement National de Publicité et Règlement Local	31
● 7) Cas particuliers	45
● 8) Les outils	72





# 1) Les enjeux



- Constat d'une multiplication des messages publicitaires
- Banalisation du paysage





Multiplication de préenseignes le long des principaux axes routiers

# Concilier 2 grands principes :

protection du cadre de vie,  
prévention des nuisances  
lumineuses,  
réduction des consommations  
énergétiques

respect de libertés fondamentales :

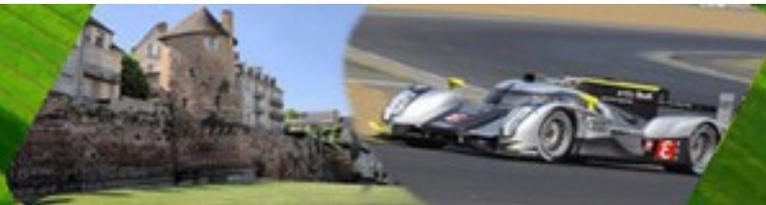
- liberté d'expression
- liberté du commerce et de l'industrie



# Evolution de la réglementation de la publicité

## *La réforme du « Grenelle »*

- **Loi du 12 juillet 2010** portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle 2 : articles L581-1 à L581-45 du code de l'environnement
- **Décret du 30 janvier 2012** relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes articles R581-1 à R581-88 du code de l'environnement
- **Décret du 1er août 2012** portant modification du code de l'environnement dans sa rédaction issue du décret du 30 janvier 2012
- **Décret du 9 juillet 2013** portant diverses modifications des dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes



# Les 3 objectifs ayant guidé la réforme

- **limitation de l'affichage publicitaire :**
  - principaux enjeux :**
    - réduction de la pollution visuelle,
    - mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel,
    - économie d'énergie,...
- **répartition des compétences entre communes et État :**
  - clarification des procédures
- **prise en compte de nouveaux supports de publicité :**
  - création d'un régime d'autorisation pour les bâches
  - innovation technologique (écrans numériques, etc.)





## 2) Les différents acteurs



**Etat** : protection du cadre de vie et des paysages

**Citoyens** : sensibilité accrue pour leur cadre de vie

**Communes** : protection du cadre de vie mais aussi perception de redevances et taxes

(ex. concessions de mobilier urbain à Paris : 6 Millions €/an)



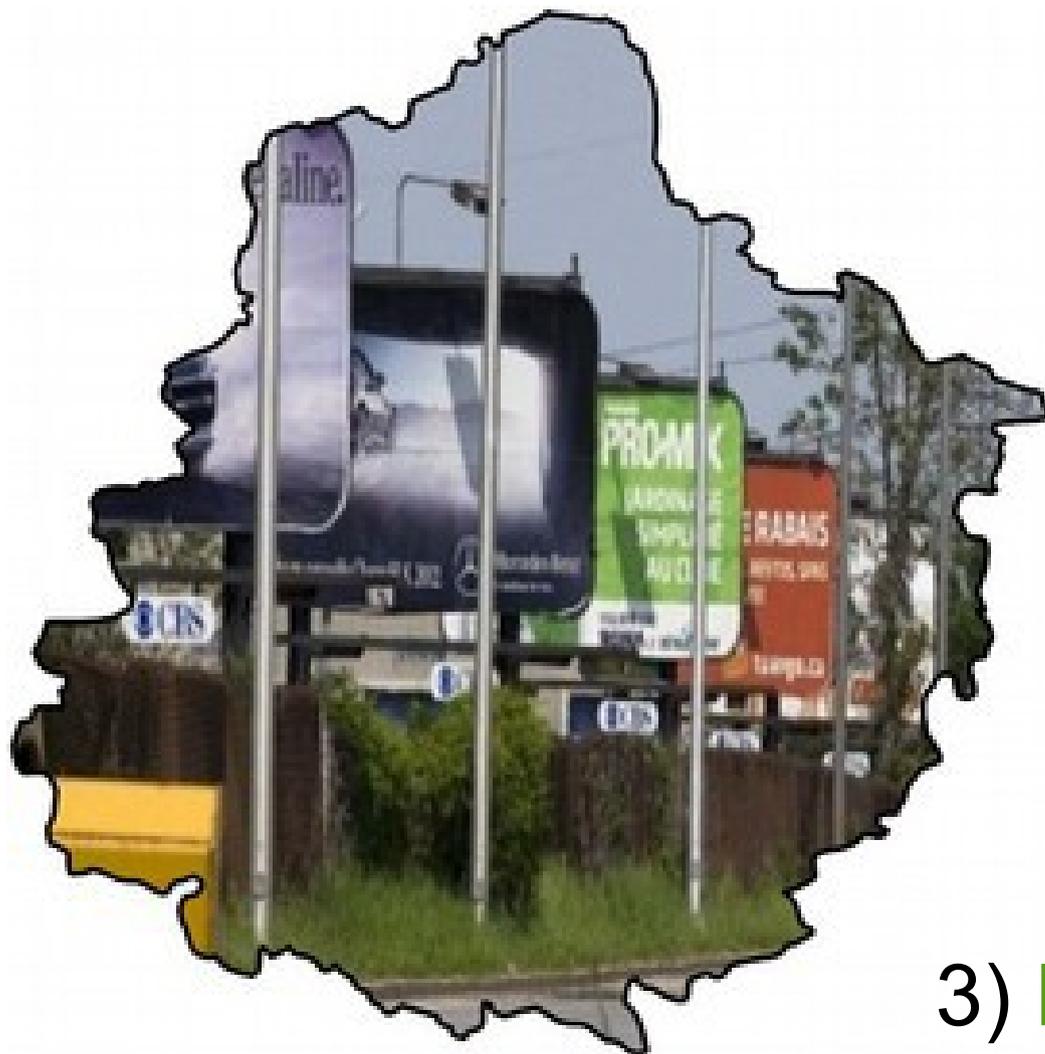
**Annonceurs** : besoin de communiquer pour vendre, (50 000 annonceurs locaux en 2012)

**Afficheurs** : chiffre d'affaires de 1,056 Milliards € en 2003 (soit 11,2% du marché publicitaire des grands médias)

1,171 Milliards € en 2012 (+ 11 % / 2003, +47 % / 2011 pour la publicité numérique) 15 000 salariés en 2012

**Particuliers** : location d'emplacements





### 3) Les réglementations concernées par la publicité



# Codes qui interviennent dans l'affichage

**Code de l'environnement** : protection du cadre de vie

**Code de la route** : notion d'agglomération, sécurité routière

**Code de l'urbanisme** : route à grande circulation / entrée de ville, procédure RLP (modifiée par la loi ALUR)

**Code du patrimoine** : protection des monuments et sites historiques

**Code électoral** : affichage en période électorale

**Code général des collectivités territoriales** :  
Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE)



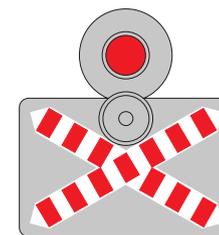
# Application du code de la route :

publicité interdite si :

- réduit la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires,
- éblouit les usagers des voies publiques,
- sollicite l'attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière.

(art. R. 418-4)

→ renforcement de la sécurité aux abords des passages à niveau



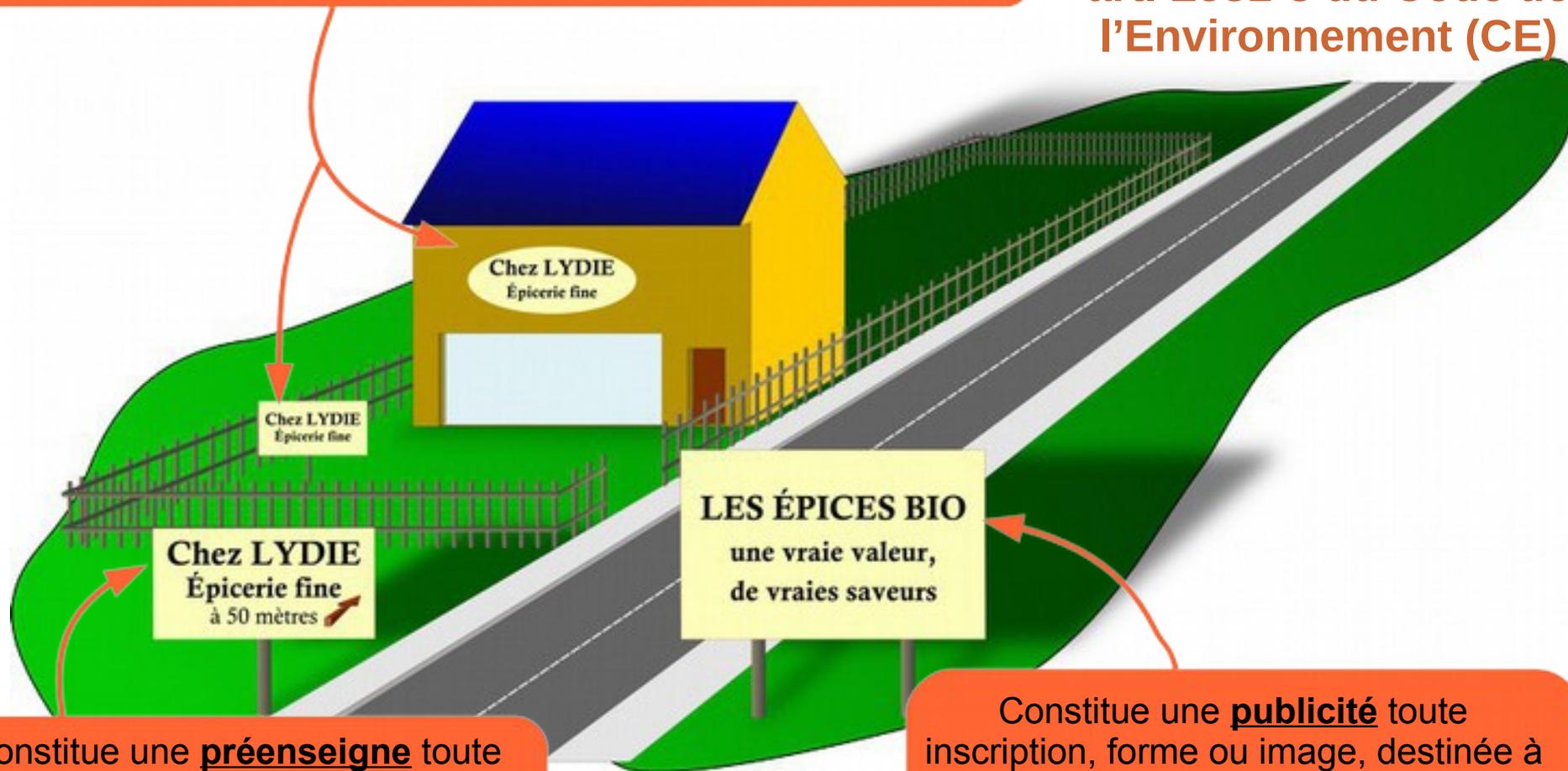


## 4) Définitions et Champ d'application



Constitue une **enseigne** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

art. L581-3 du Code de l'Environnement (CE)



Constitue une **préenseigne** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée

Constitue une **publicité** toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images



# enseignes



# enseignes



# préenseignes



# préenseignes

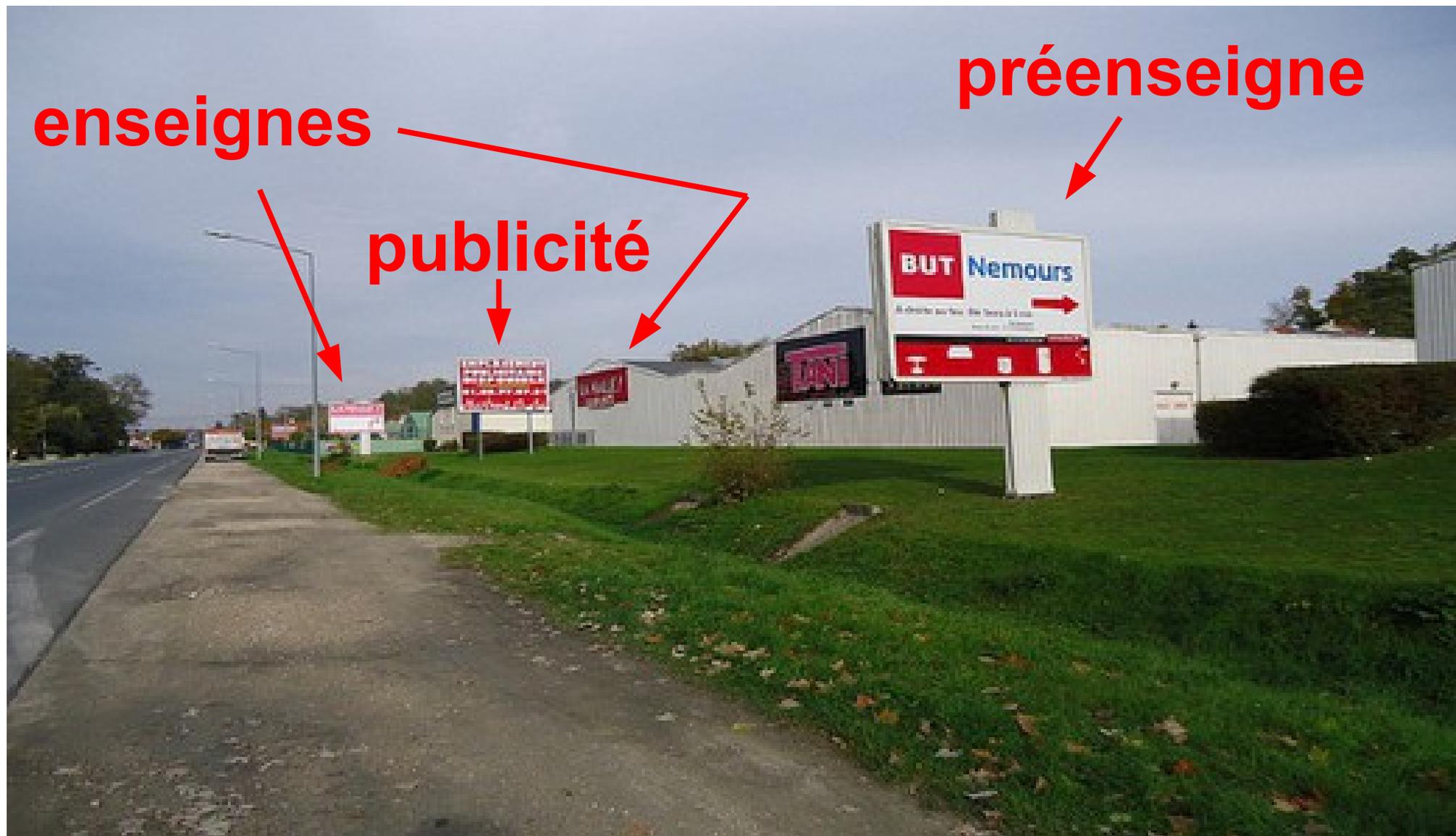


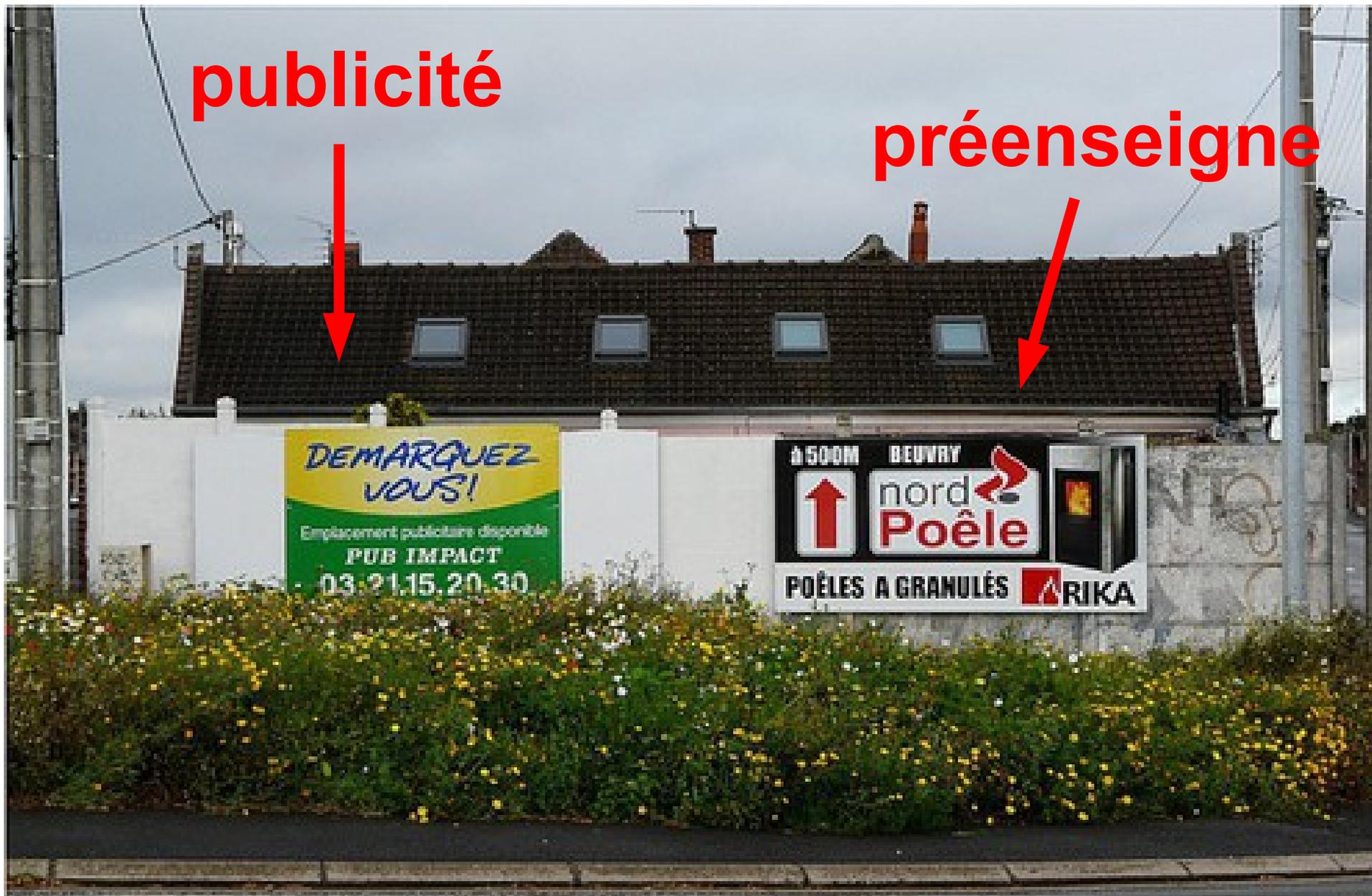
# publicités



# publicités







**préenseignes**

**publicités**



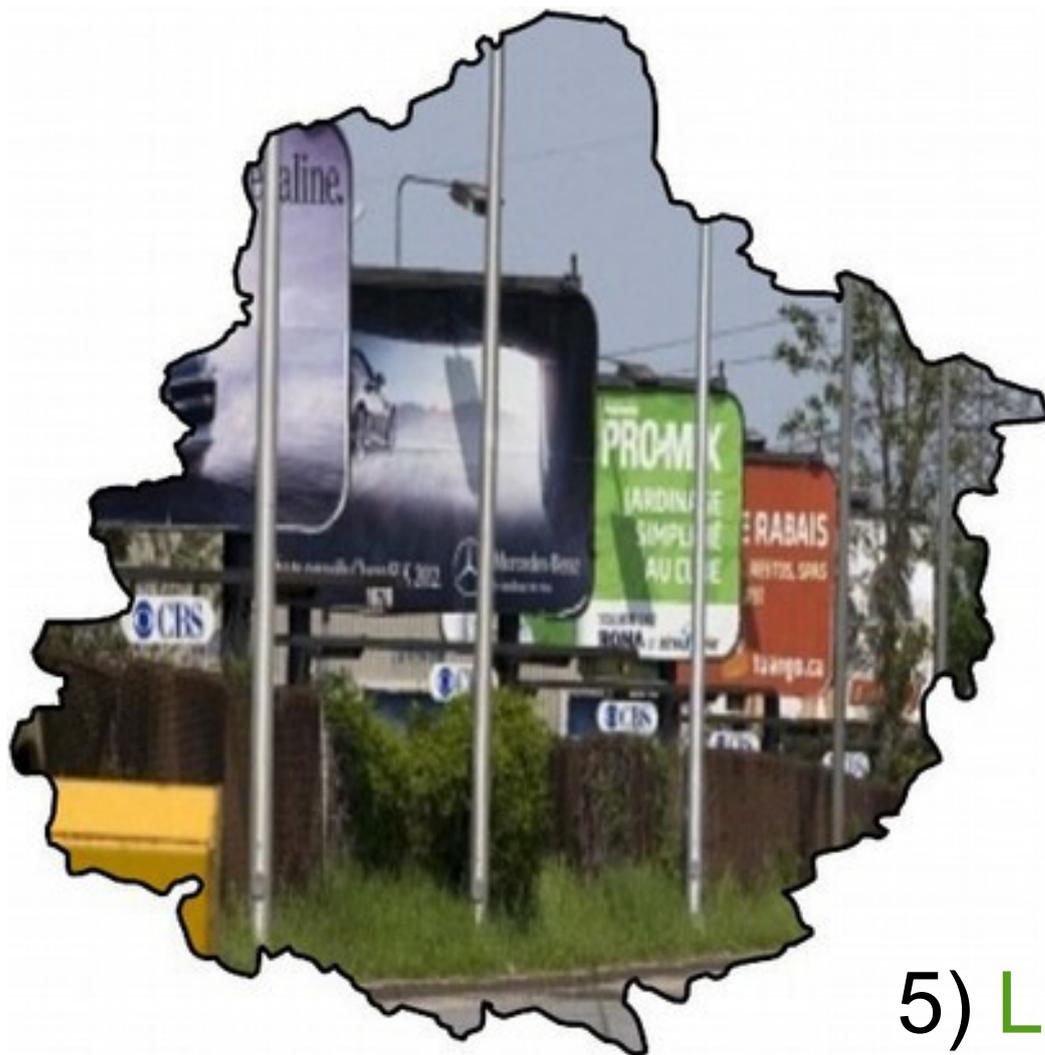
## Champ d'application

Dispositifs visibles de toute voie ouverte à la circulation publique (toutes les voies sont concernées: autoroutes, routes, chemins, réseaux ferrés, remontées mécaniques....)

Publicité extérieure → ne s'applique pas dans le métro, à l'intérieur d'un centre commercial, dans une gare fermée ou sur les vitrines à l'intérieur des magasins par exemple

**art. L581-2 et R581-1  
du Code de l'Environnement (CE)**





## 5) L'autorité compétente





« Les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par **le préfet**.

Toutefois, s'il existe un règlement local de publicité, ces compétences sont exercées par **le maire** au nom de la commune »



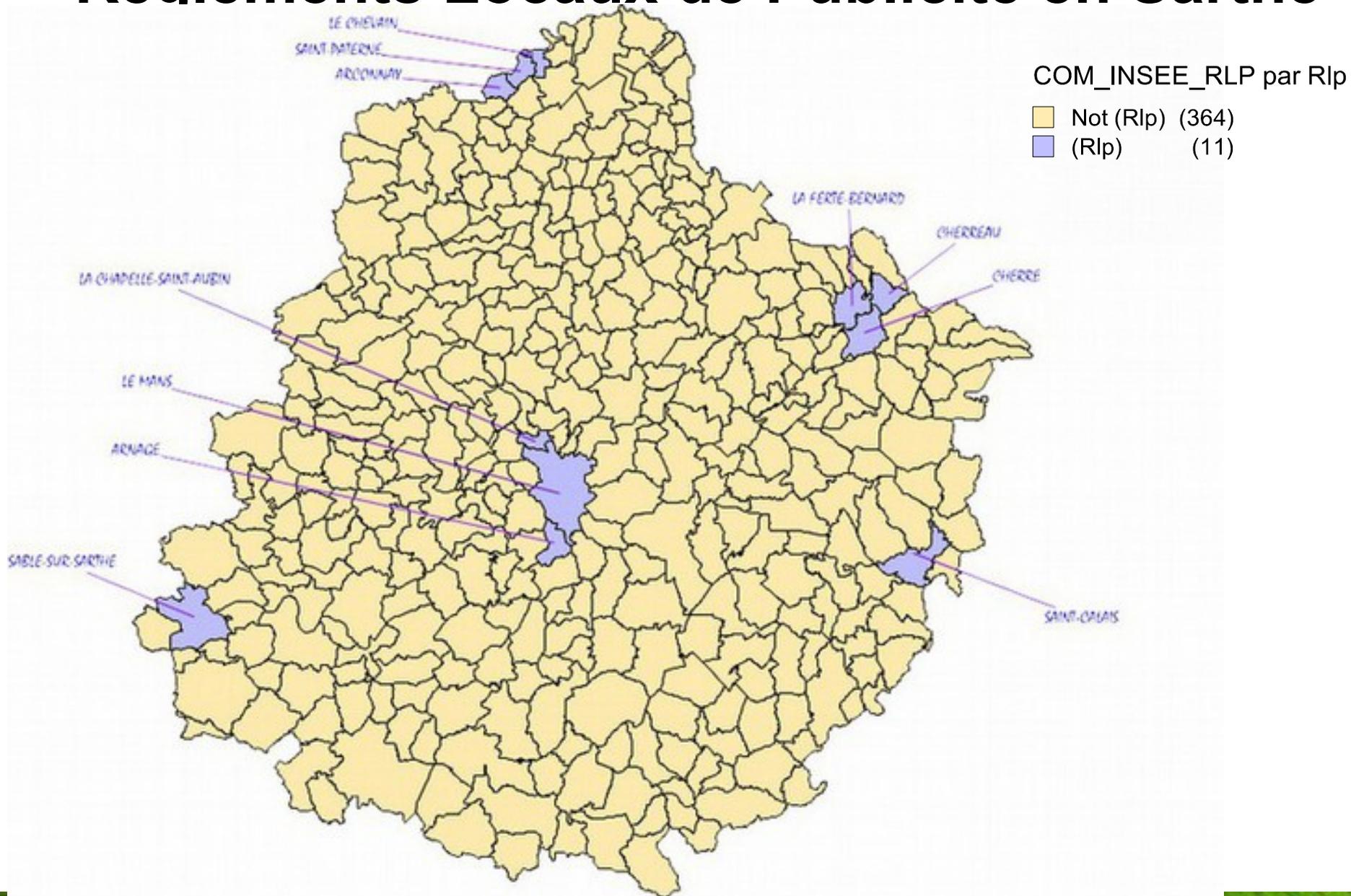
## Exceptions

- les **bâches** supportant de la publicité (installation)
  - les **dispositifs de dimensions exceptionnelles**
- toujours soumises à autorisation du **maire**

art. L. 581-14-2 et L. 581-9  
du Code de l'Environnement (CE)



# Règlements Locaux de Publicité en Sarthe



# Formalités administratives préalables

## DEUX RÉGIMES ADMINISTRATIFS

### LA DÉCLARATION PRÉALABLE

concerne l'installation, le remplacement ou la modification d'un dispositif supportant :

- PUBLICITÉ non lumineuse
- PRÉENSEIGNE > 1m de haut x 1,50 m de large  
(en deça : pas de formalité)

*formalité à accomplir par le demandeur  
auprès du Préfet (DDT) ou du Maire si RLP*

*à partir du document CERFA N°14799*



# LA DEMANDE D'AUTORISATION PRÉALABLE

concerne l'installation, le remplacement ou la modification d'un dispositif supportant :

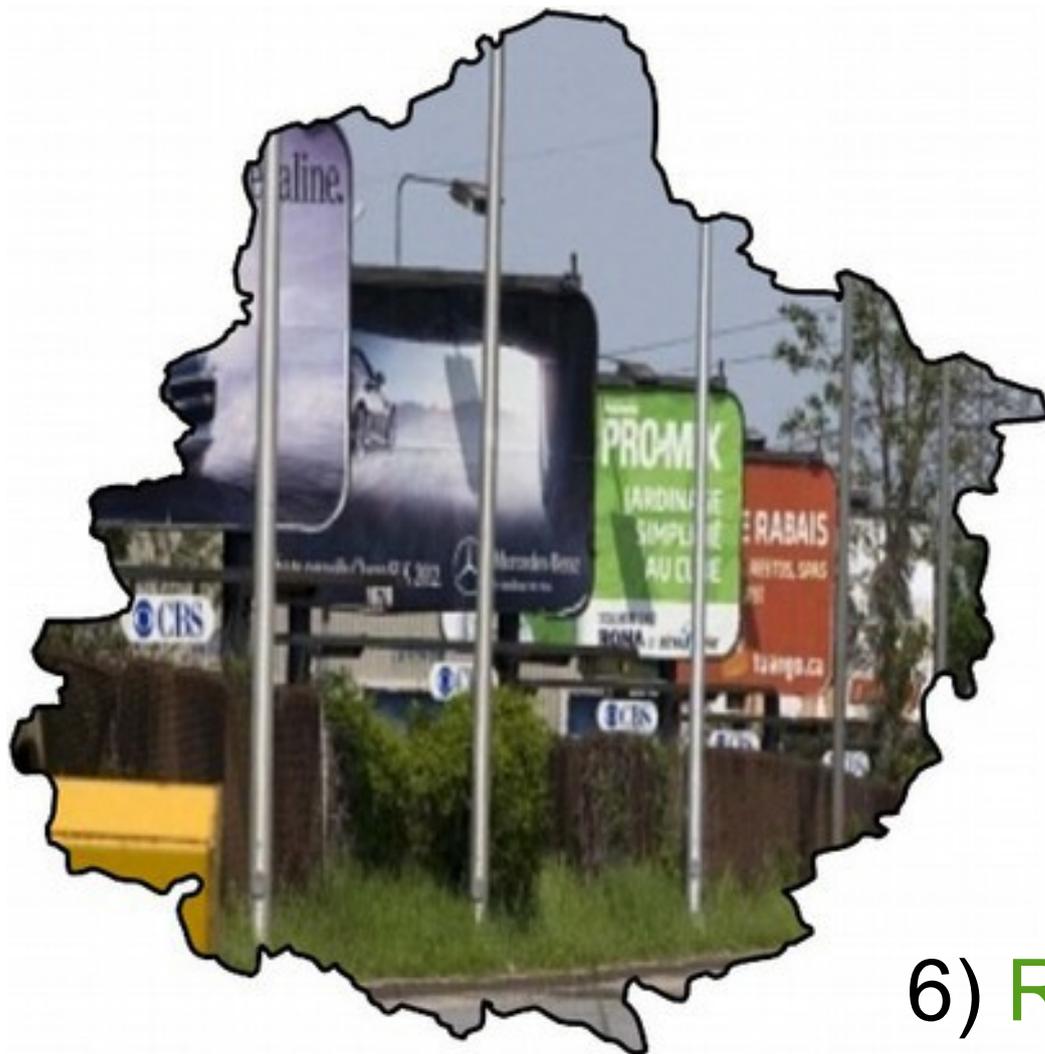
- ENSEIGNE située dans des lieux protégés au titre du code de l'environnement
- PUBLICITÉ LUMINEUSE (hors affichages éclairés par projection ou par transparence)
- MOBILIER URBAIN avec de la PUBLICITÉ LUMINEUSE (hors affichages éclairés par projection ou par transparence)
- BÂCHE (installation)
- DISPOSITIF de DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES

*Formalité à accomplir par le demandeur  
auprès du Préfet (DDT) ou du Maire si RLP*

*à partir du document CERFA N°14798*

***rappel:** pour les bâches + dispositifs de grandes dimensions: toujours le Maire*





## 6) Règlement National et Règlement Local de Publicité



# Le Règlement National de Publicité (RNP)



# L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ou affichage libre

le maire doit **déterminer** par arrêté et faire **aménager** un ou plusieurs **emplacements** destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

art. L. 581-13 du CE



# Affichage libre

surface minimale réservée :

- commune < 2000 habitants → **4 m<sup>2</sup>**
- 2000 hab. < commune < 10 000 hab. → 4 m<sup>2</sup> + 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2000 habitants au delà de 2 000 hab.
- 10 000 hab. < commune → 12 m<sup>2</sup> + 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 hab. au delà de 10 000 hab.

*exemple : pour une commune de 4 300 habitants :  
minimum 8 m<sup>2</sup> à prévoir pour l'affichage libre*

Aucun point de l'agglomération situé à plus de 1 km d'un emplacement

**R. 581-2 et R. 581-3 du CE**



# Publicités et préenseignes

## Interdiction sur :

- les plantations
- les poteaux électriques
- les poteaux de télécommunication
- les installations d'éclairage public
- les équipements de circulation routière, ferroviaire, fluviale...
- les murs de cimetière et de jardin public
- les clôtures non aveugles
- les murs de bâtiment non aveugles (ouvertures  $< 0,50 \text{ m}^2$ )



**art. R. 581-22 du CE**



# Publicités et préenseignes

## Les lieux d'interdiction :

- les réserves naturelles
- les secteurs sauvegardés
- les parcs naturels régionaux
- les sites inscrits et les sites classés
- sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire et à moins de 100 m et dans leur champ de visibilité
- les ZPPAUP et AVAP
- les zones Natura 2000
- dans les cœurs et l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- sur les monuments naturels



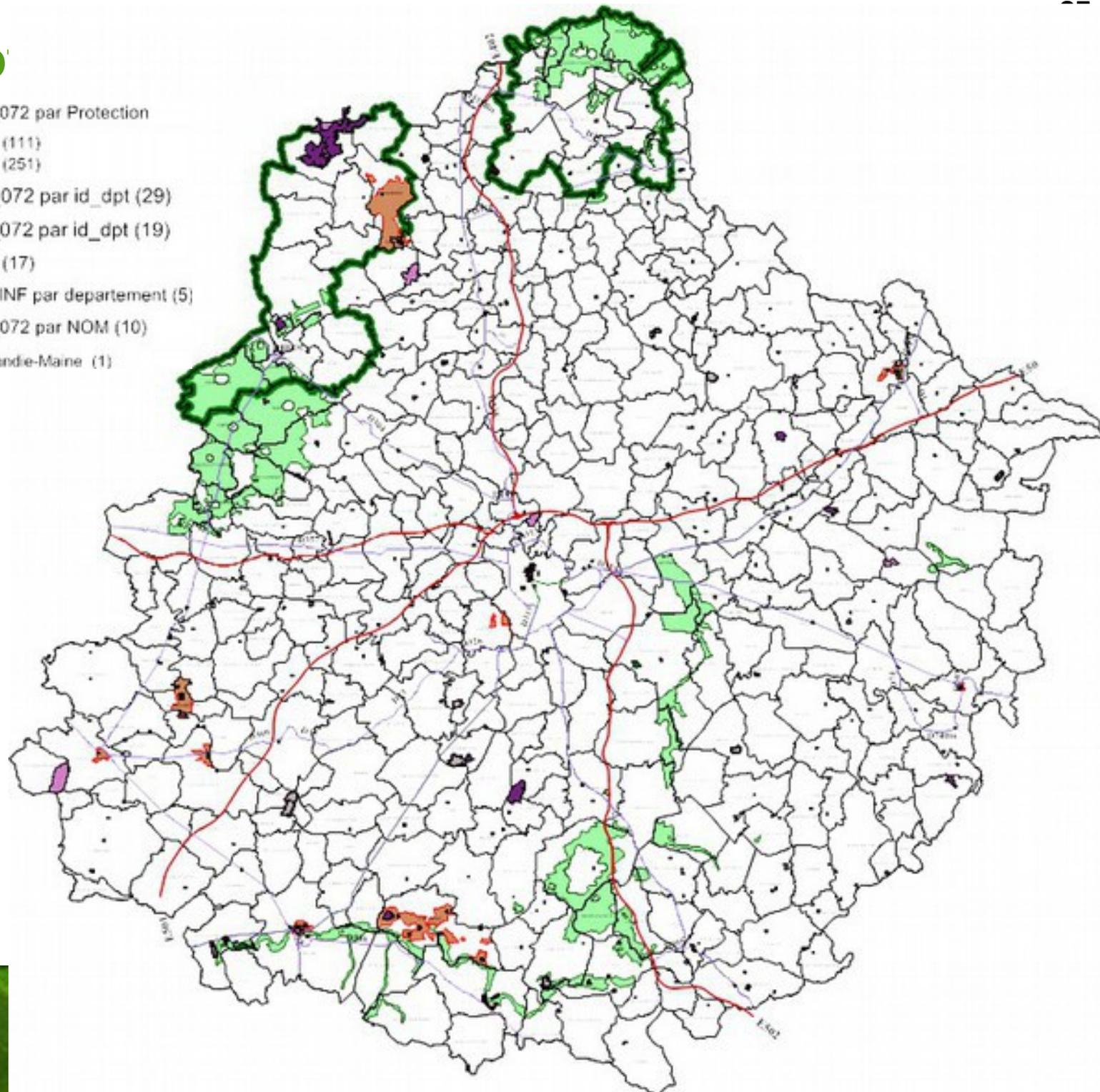
**art. L. 581-4 et L. 581-8 du CE**



# Sites pro'

N\_MONUMENT\_HISTO\_S\_072 par Protection

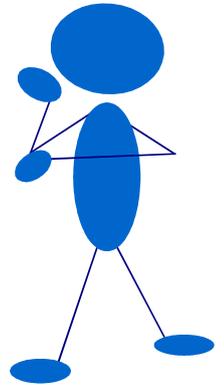
- Classé (111)
- Inscrit (251)
- N\_SITE\_INSCRIT\_S\_072 par id\_dpt (29)
- N\_SITE\_CLASSE\_S\_072 par id\_dpt (19)
- N\_PPAUP\_ZINF\_S\_072 (17)
- N\_RES\_NATURELLE\_ZINF par departement (5)
- N\_N2000\_SIC\_ZINF\_S\_072 par NOM (10)
- Parc naturel régional Normandie-Maine (1)



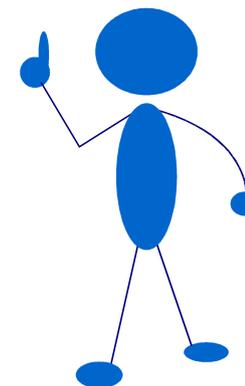
# Publicités, préenseignes et enseignes

Des règles découlant des **critères** suivants :

- en ou hors agglomération
- agglomération de + ou – 10 000 habitants
- nature du dispositif (enseigne, préenseigne, pub)
- type de support (sur mur, clôture, au sol, en toiture,...)
- distance par rapport à la limite de propriété,  
à une baie d'habitation,...
- lumineux ou non, type d'éclairage, numérique



aboutissant à des **restrictions** :



- interdictions 
- limitations :
  - surface
  - dimensions
  - nombre
  - luminosité
  - ...



# Le Règlement Local de Publicité (RLP)

Ou

# Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)



# Règlement Local de Publicité

## Intérêt :

- Être acteur sur son territoire (cadre de vie, nuisances)
- Possibilité d'introduire publicité hors aggro (Ccial), PNR...
- Adapter la réglementation aux spécificités locales
- Protéger les secteurs d'intérêt patrimonial
- Homogénéiser les dispositifs
- Attribuer la compétence d'instruction et de police au Maire



*Sauf cas particulier le RLP est plus restrictif que le RNP*

## Champ d'application :

- Couvre tout le territoire mais peut être prescriptif sur une (ou des) partie(s) seulement



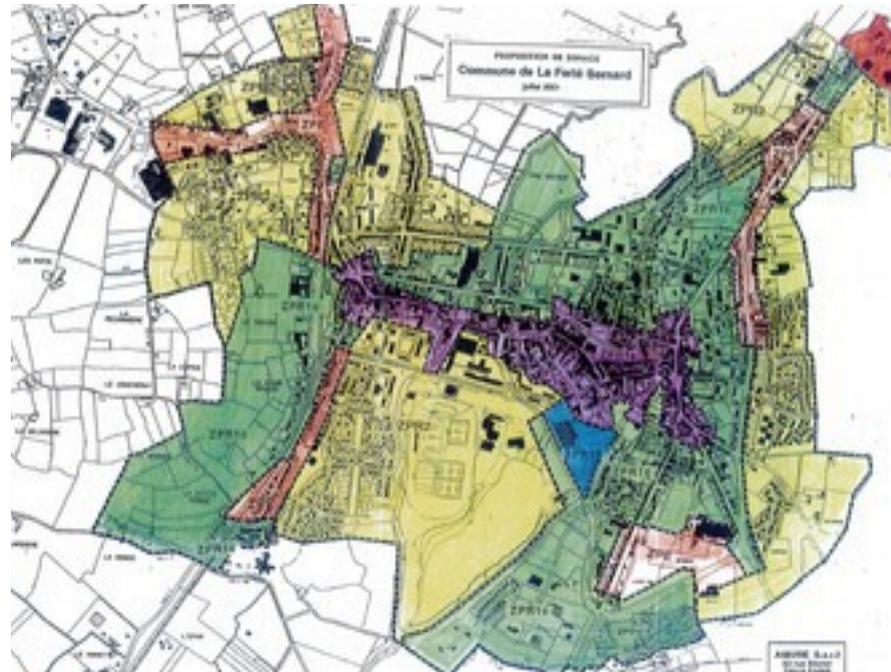
# Procédure d'élaboration du RLP(i) :

- **Diagnostic du territoire : analyser les trames viaire, foncière et bâtie, la publicité existante, caractériser les paysages selon leur sensibilité, ...**
- **Fixer des objectifs**
- **Délibération prescrivant le RLP**
- **Porter À Connaissance**
- **Réglementer les caractéristiques des supports, l'implantation et l'intégration**
- **Organiser la concertation publique**
- **Définir le projet de RLP (délibération)**
- **Enquête publique**
- **Approbation du RLP (délibération)**



# Contenu d'un RLP(i)

- Rapport de présentation
- Partie réglementaire
- Annexes : zones et limites d'agglomération





Les RLP en vigueur actuellement en Sarthe deviendront caduques le **14 juillet 2020**

➔ À défaut de révision du RLP, retour aux règles nationales, sous l'autorité du Préfet, à partir du 14 juillet 2020



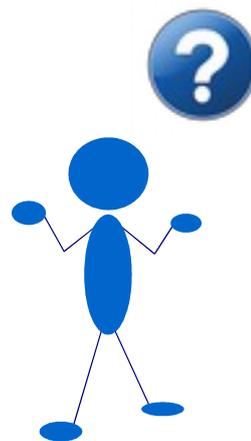


## 7) Cas particuliers

- les préenseignes dérogatoires
- les enseignes et préenseignes temporaires
- le mobilier urbain



# Les préenseignes dérogatoires



# Préenseignes dérogatoires

## Principes

- les préenseignes sont interdites hors agglomération
- les dispositifs scellés au sol sont interdits dans les agglomérations de – de 10 000 habitants

*Pour mémoire: Dérogation possible jusqu'au 13 juillet 2015*

Pour signaler les activités :

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

**art. L. 581-19 du CE**



# Préenseignes dérogatoires

## Limites :

- activités ciblées
- dimensions (maxi 1 m de haut x 1,50 m de large)
- distance
- nombre

art. R. 581-66 et 67 du CE



14 JUILLET 2015  
changement important



# préenseignes dérogatoires

## Interdites depuis le 14 juillet 2015



Activité particulièrement utiles pour les personnes en déplacement



Activité en retrait de la voie publique



Monuments historiques



# préenseignes dérogatoires admisses à partir du 14 juillet 2015



Activité particulièrement  
utiles pour les personnes  
en déplacement



Activité en retrait de la voie  
publique



Monuments historiques



Produits du terroir





jusqu'au 13 juillet 2015



Depuis le 14 juillet 2015



à partir du 14 juillet 2015

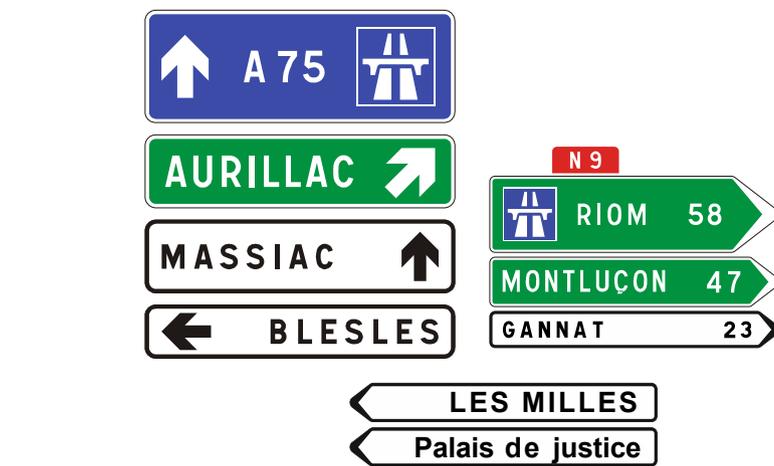
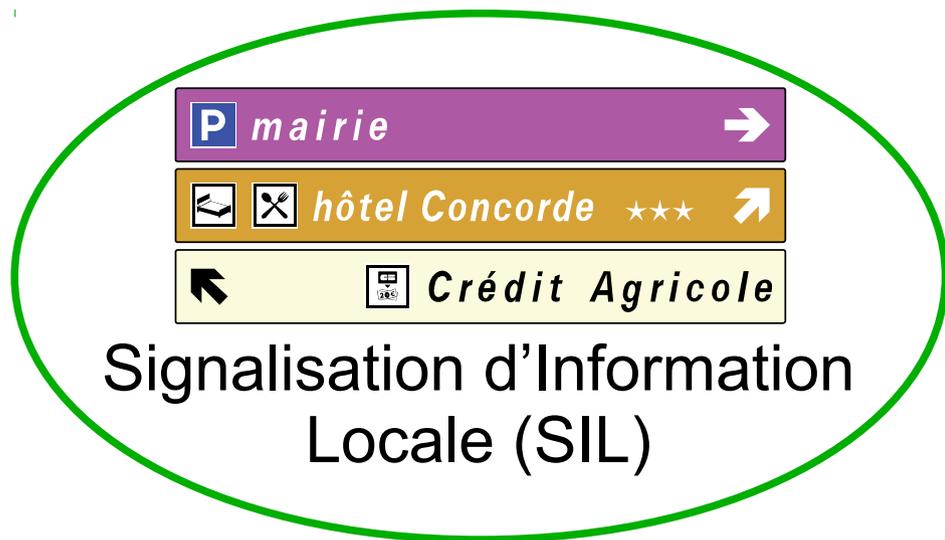
*quelle alternative*



« Les activités autres que celles mentionnées aux quatrième et cinquième alinéas du présent article ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les **règlements relatifs à la circulation routière.** »

article L. 581-19 du CE





Signalisation directionnelle



Signalisation d'indication de services



# ➔ la Signalisation d'Information Locale



# Signalisation d'information locale : guide technique

RÉFÉRENCES

Certu



Texte réglementaire :  
arrêté interministériel sur la signalisation  
routière du 24 novembre 1967 modifié

2 catégories de panneaux :

- présignalisation (panneaux Dc 43)
- signalisation de position (panneaux Dc 29)





L'usage de la SIL est du ressort du gestionnaire de voirie  
(hors code de l'environnement)

## Projet de concertation avec différents services :

- Conseil Départemental (informé par courrier en juin 2014)
- pôle tourisme du Pays du Mans
- PNR (voir guide de bonnes pratiques)
- certaines communes
- ...

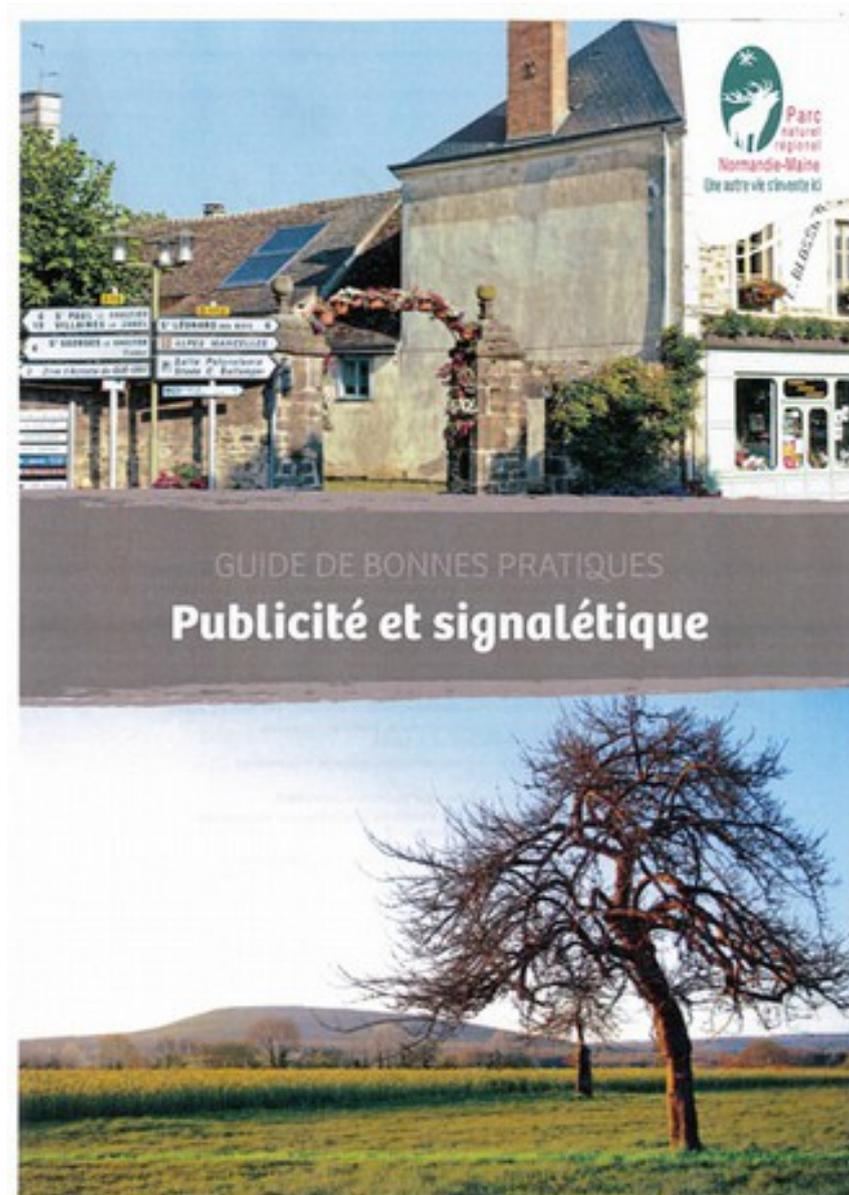


*cadrer, harmoniser l'usage de la SIL  
au niveau départemental*

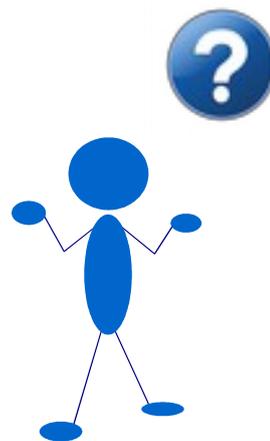


# Parc Naturel Régional Normandie-Maine :

## guide de bonnes pratiques (2015)



# Enseignes et préenseignes temporaires



## temporaire =

qui signalent des :

- manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique
- opérations exceptionnelles



*de durée < 3 mois*

- travaux publics
- opérations immobilières
- location / vente de fond de commerce (enseigne)



*enseigne ou  
préenseigne  
installée pour  
+ de 3 mois*

**articles L. 581-20, R. 581-68 à R. 581-71 du CE**



## exemple : opération immobilière

Signalée sur support scellé au sol ou posé sur le sol



surface maxi : 12 m<sup>2</sup>



préenseigne temporaire

- hors agglomération ou en agglo de moins de 10 000 habitant **si** :
- dimensions maxi:  $h \leq 1 \text{ m}$  ,  $l \leq 1,50 \text{ m}$
  - nombre maxi : 4



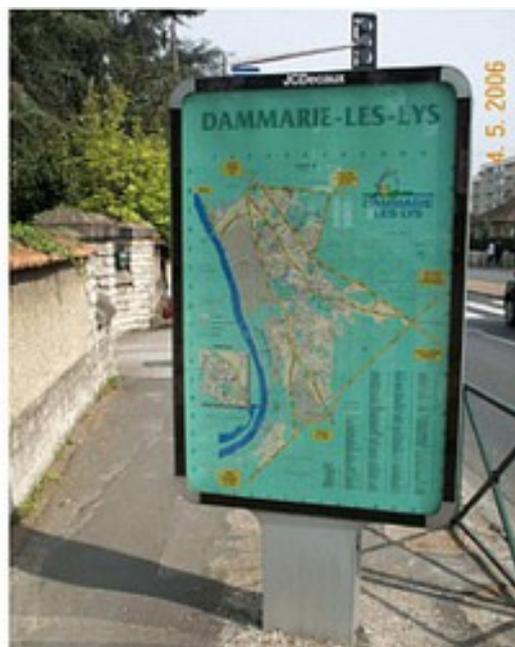
# Le mobilier urbain



# Le mobilier urbain

Le mobilier urbain désigne toute installation implantée sur la voie publique à des fins de signalisation ou à des fins de commodités pour les usagers de la voirie

*(définition issu d'un avis du conseil d'État le 14 octobre 1980)*



# Le mobilier urbain comme support publicitaire

Certains mobiliers urbains peuvent à **titre accessoire** supporter de la publicité :

- abri destiné au public
- colonne et mat porte affiche
- kiosque à journaux ou à usage commercial
- mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

**article R. 581-42 à R. 581-47 du CE**



## abris destinés au public

surface de publicité  
proportionnelle à la  
surface abritée au sol  
(par tranche de 2 m<sup>2</sup>)



## mât porte-affiche



- maxi 2 faces, dos à dos
- surface maxi unitaire 2 m<sup>2</sup>
- réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives

## colonne porte-affiche

réservé à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles



## kiosque à journaux

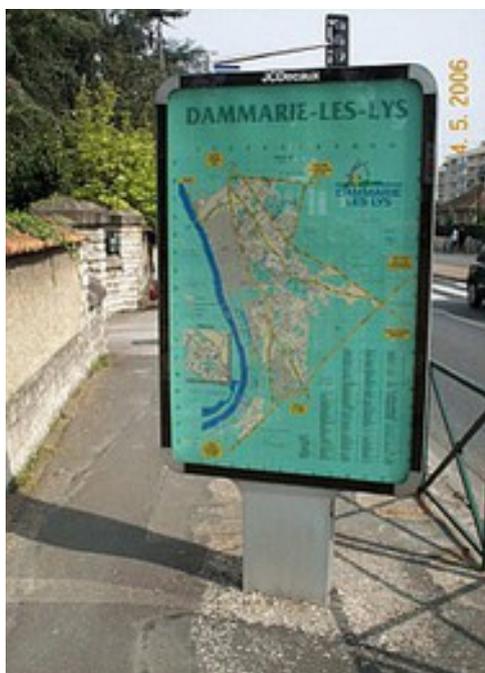


surface unitaire maxi : 2 m<sup>2</sup>  
surface totale maxi : 6 m<sup>2</sup>



## meubles urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres d'art

- surface de publicité  $\leq$  surface des informations ou œuvres
- certaines règles concernant la publicité s'appliquent à partir d'un certain format





## Conventions signées avec les publicitaires

(règle des 50 % applicable  
**par dispositif** et non sur le  
total des emplacements sur  
la commune)



recto



verso



recto



verso



## Cas particulier : journal électronique d'information (JEI)



Dans la mesure où ils sont utilisés pour diffuser des informations pratiques et d'intérêt général (permanence sociale, ouverture d'une enquête publique, campagne de vaccination, etc) et ne comportent pas de publicité, ils ne sont pas soumis au code de l'environnement





## 8) Les outils



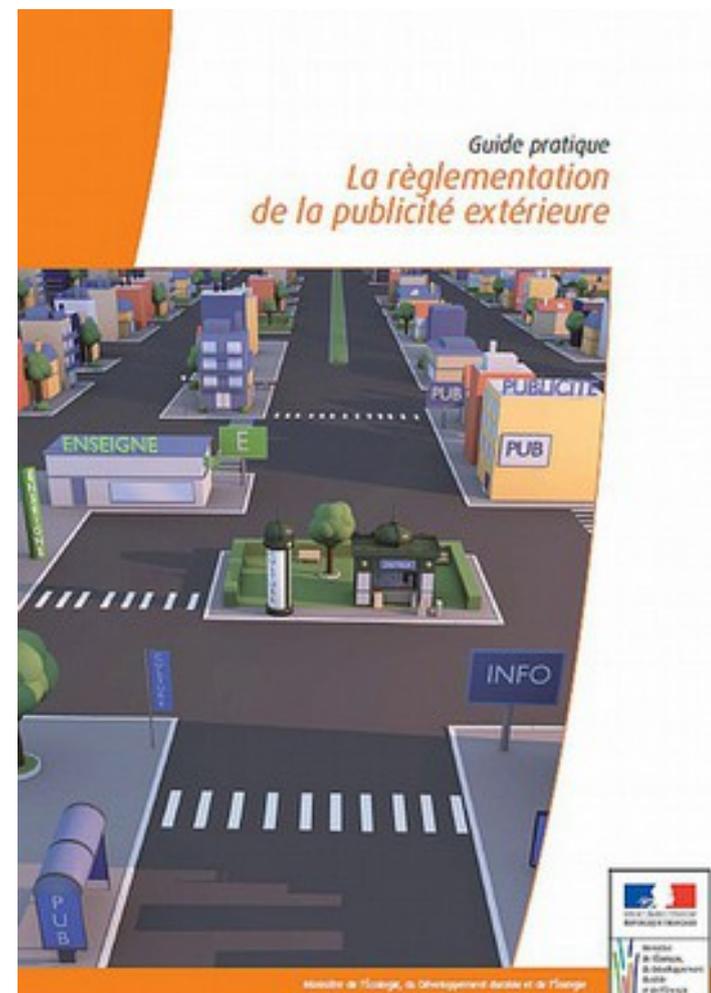
# Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure

Sur le site internet du Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie

Lien :

[http://www.developpement-durable.gouv.fr/Prescriptions-relatives-aux.html?var\\_mode=calcul](http://www.developpement-durable.gouv.fr/Prescriptions-relatives-aux.html?var_mode=calcul)

(transmis par courriel le 16 ou 19 mai 2014)



## Le cas des pré-enseignes dérogatoires

### Avant la réforme

Certaines pré-enseignes sont autorisées hors agglomération : hôtels, stations essence, restaurants, garages...

### Avec la réforme

**A partir du 13 juillet 2015,** seule la signalisation des trois types d'activités suivantes est autorisée hors agglomération :

- ✓ la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales dont c'est l'activité principale,
- ✓ les activités culturelles,
- ✓ les monuments historiques, classés ou inscrits,

Une signalisation d'information locale (S.I.L.) pourra être mise en place pour répondre aux besoins de signalisations directionnelles, compte-tenu de la suppression des pré-enseignes dérogatoires. La S.I.L. est du ressort de la collectivité gestionnaire de la voirie.



Exemple d'un panneau de Signalisation d'Information Locale

### Contacts :

44

Direction départementale des territoires et de la mer,  
Service eau, environnement.  
Secrétariat : **02.40.67.28.02**  
Réfèrent publicité : **02.40.67.25.96**

49

Direction départementale des territoires,  
Service eau, environnement, forêt.

Secrétariat : **02.41.86.64.84**  
Réfèrents publicité : **02.41.86.64.88 / 02.41.86.66.64**

53

Direction départementale des territoires,  
Service aménagement et urbanisme,  
Division prévention des risques.

Secrétariat : **02.43.67.88.59**  
Réfèrent publicité : **02.43.67.87.56**

72

Direction départementale des territoires,  
Service urbanisme et aménagement  
unité urbanisme durable.

Secrétariat : **02.72.16.40.71**  
Réfèrent publicité : **02.72.16.40.73**

85

Direction départementale des territoires et de la mer,  
Service eau, risques et nature,  
Division nature et biodiversité.

Secrétariat : **02.51.44.33.11**  
Réfèrent publicité : **02.51.44.33.17**

Contact à la direction régionale de l'environnement,  
de l'aménagement et du logement :

**srnp.dreal-pays-loire@developpement-durable.gouv.fr**

Pour en savoir plus sur la réglementation de la publicité extérieure, consultez le site internet de la DREAL :

**<http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr>**

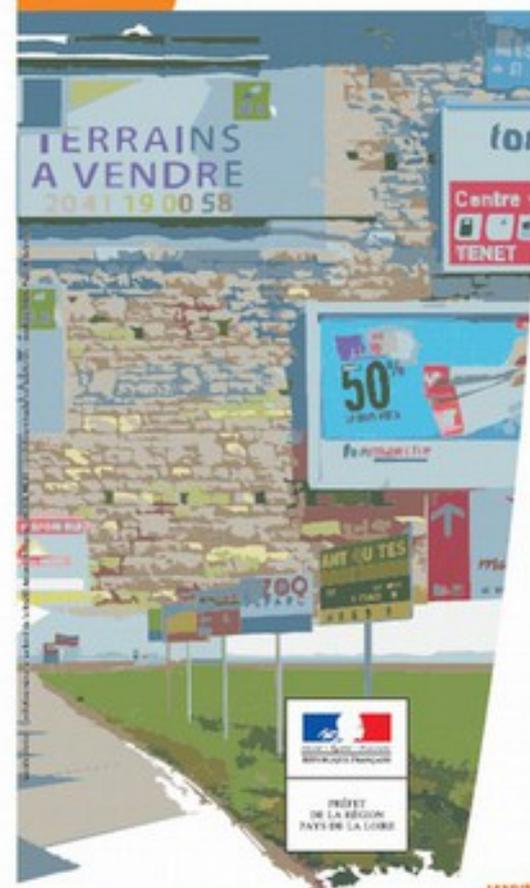
(rubrique sites et paysages, réglementation de l'affichage publicitaire)



# DREAL

Pays de la Loire

Une nouvelle réglementation pour l'affichage publicitaire



JANVIER 2015

[www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr](http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr)

Conception : DREAL Pays de la Loire © Copyright - DREAL - service ressources naturelles et paysages / mission communication - Janvier 2015

DREAL Pays de la Loire - 5, rue Françoise Giroud - CS 16326 - 44263 NANTES Cedex 2



# Votre contact en DDT :

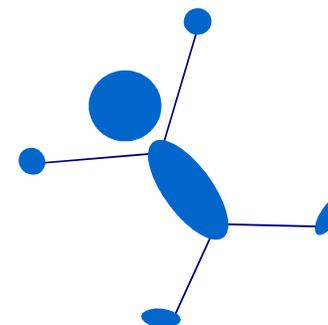
**Lydie GALLIOT**

Service Urbanisme et Aménagement  
Unité Urbanisme Durable

[lydie.galliot@sarthe.gouv.fr](mailto:lydie.galliot@sarthe.gouv.fr)

**02.72.16.40.73 ou 02.72.16.40.71**





-----  
MERCI de votre attention  
-----

