



PRÉFET DE LOIR-ET-CHER

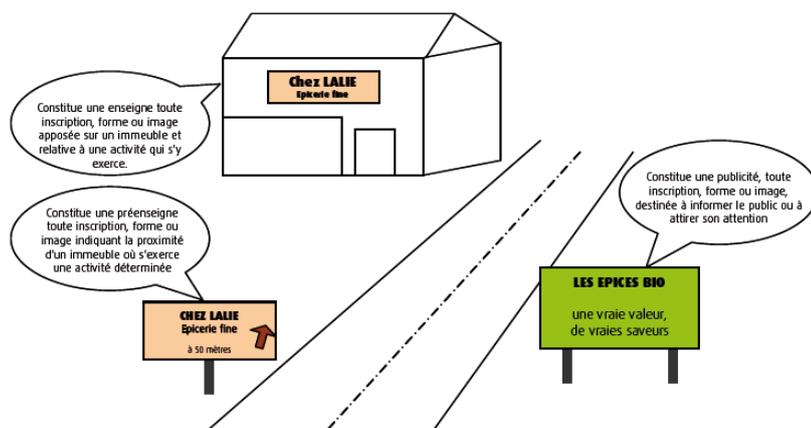
Liberté
Égalité
Fraternité

ABC de la réglementation nationale de la publicité

Les catégories de dispositifs publicitaires

Les objets publicitaires sont classés en trois grandes catégories :

- **l'enseigne**, qui recouvre toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble ou scellée au sol sur **l'unité foncière**, relative à une activité qui s'y exerce ;
- **la pré-enseigne**, correspondant à toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ;
- **la publicité**, qui est destinée à informer le public ou à attirer son attention, et qui est hors des deux précédentes définitions.



Source : notice Technique du décret n°2012 – 118, Annexe de l'Instruction du Gouvernement du 25 mars 2014

Deux types de réglementation s'appliquent à ces dispositifs : les règlements locaux de publicité (communaux ou intercommunaux) – dits RLP(i) – et le règlement national de publicité dit RNP.

Pour mémoire, certains dispositifs sont soumis à [des régimes de déclaration ou autorisation préalable](#).

Les règlements locaux de publicité

Dans les communes disposant d'un **règlement local de publicité (RLP)**, les dispositifs publicitaires sont soumis à cette réglementation, et non au règlement national de publicité. Les demandes de déclaration et d'autorisation sont alors instruites par la collectivité.

Les règlements locaux de publicité (RLP) :

Dans le Loir-et-Cher, 2 communes disposent d'un règlement de publicité : **Blois et Romorantin-Lanthenay**.

Le règlement national de publicité (RNP)

1) Des secteurs d'interdiction :

a) Hors agglomération :

La publicité est **interdite hors agglomération**, à l'exception :

- **des enseignes des activités** qui y sont implantées (sous conditions de dimensions, supports, ...)

- **des pré-enseignes** dites **dérogatoires** ;

ces pré-enseignes concernent, depuis le 13 juillet 2015, les activités suivantes :

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

Produits du terroir :

Sont concernées par cette appellation les activités artisanales de fabrication et/ou de vente de produits locaux, liées à un savoir-faire particulier, justifiant une implantation dans l'espace rural. Sont ainsi particulièrement ciblées les productions directement issues des exploitations agricoles.

b) Des zones d'interdiction :

Dans **les zones d'interdiction absolue**, instituées par le code de l'environnement (article L 581-4), **toute forme de publicité est interdite**, en et hors agglomération. Ces zones concernent :

- les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- les monuments naturels et les sites classés ;
- les arbres ;
- les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (*procédure spécifique nécessitant un arrêté du maire ou préfectoral*).

Dans **les zones d'interdiction « relative »** (article L.581-8 du code de l'environnement), où seul le règlement local de la publicité (RLP) peut éventuellement lever l'interdiction, **la publicité et les pré-enseignes sont interdites**. Ces zones concernent pour le Loir-et-Cher :

- aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine (en l'absence de périmètre délimité, à moins de cinq cents mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits au titre des monuments historiques) ;
- dans les périmètres des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code : ex-secteurs sauvegardés de Blois, Saint-Aignan et Noyers-sur-Cher, ex-ZPPAUP, ex-AVAP ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 du code de l'environnement (immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque) ;
- les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales Natura 2000.

*ex-ZPPAUP : Saint-Dyé-sur-Loire et saint-Viâtre
ex-AVAP : Cour-sur-Loire, Châteauneuf et Vendôme*

2) Des conditions d'autorisations (format, implantation, densité, nombre, ...)

Dans les secteurs où ils peuvent être autorisés, les objets publicitaires doivent respecter certaines **conditions de supports, d'implantation et de dimensions**. La réglementation étant complexe et dense, elle ne sera pas décrite précisément dans ce chapitre, mais présentée succinctement afin d'identifier les règles applicables en la matière.

a) Les enseignes :

Les enseignes sont autorisées en et hors agglomération mais doivent respecter certaines règles.

Les enseignes en façade sont soumises à des **règles d'implantation et de surface**, comme illustré sur l'image ci-contre.

Les enseignes peuvent également être installées **sur les toitures ou terrasses** mais doivent respecter des règles de **dimension, surface et aspect**.



Source : Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure, avril 2014

Les enseignes peuvent être **scellées au sol, sur l'unité foncière** qui supporte l'activité. Dans ce cas, elles sont soumises à des règles de **surface, de hauteur, de recul et de densité**.

b) La publicité et les pré-enseignes en agglomération :

Les supports des pré-enseignes et des publicités sont réglementés selon la population de l'agglomération considérée sur la même commune :

- Si l'agglomération fait **plus de 10 000 habitants**, les pré-enseignes et les publicités peuvent être installées sur des supports existants **et/ou** être scellées au sol.
- **En dessous de ce seuil**, elles ne peuvent être autorisées **que sur support existant**, par exemple murs.

Les publicités et pré-enseignes autorisées et **scellées au sol** ne peuvent excéder 10,50 m². Elles sont également soumises à des **règles de recul et de prospect**.

Règle de prospect :

L'implantation ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété ($d > H/2$).

Pour ce qui concerne **les pré-enseignes et publicités murales** dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, leur surface maximale est de 4,70 m².

Attention :

le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes, précise que le calcul de la surface unitaire des publicités s'apprécie en tenant en compte la surface du panneau tout entier, c'est-à-dire encadrement compris.

Se rajoutent à cette règle des conditions d'implantation : **hauteur par rapport au sol, limite d'égout, limites par rapport au mur**.

Qu'ils soient scellés au sol ou muraux, ces dispositifs sont également soumis à **des règles de densité**.

La publicité et les pré-enseignes peuvent également avoir comme support le **moblier urbain**, réparti en 5 catégories : les abris destinés au public, les kiosques, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires. Elle est de fait interdite sur toute autre forme de mobilier urbain : bancs, poubelles, toilettes, ...



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.

Source : Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure, avril 2014

En agglomération et Hors zones d'interdiction absolue ou relative

Possibilités d'autorisations (sous réserve des règles de format, densité, etc ...)

Autorisations, quel que soit le nombre d'habitants de l'agglomération

Enseignes
Publicités et pré-enseignes sur support existant (mur, palissade, etc ...)
Affiches lumineuses par projection ou transparence
Publicités et pré-enseignes sur mobilier urbain

Se rajoutent, pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants :

Publicités et pré-enseignes scellées au sol
Publicités et pré-enseignes numériques et autres lumineux
Publicités sur bâches

c) La publicité et les pré-enseignes hors agglomération :

Les pré-enseignes dérogatoires sont soumises à des règles de format et hauteur :

- elles ne peuvent excéder **1 m de hauteur et 1,5 m de largeur** ;
- **leur nombre est limité à 2** (nombre porté à 4 pour les monuments historiques) ;
- elles sont soumises à **des règles d'implantation**, avec une distance maximale de 5 km à respecter entre le lieu d'implantation et l'agglomération où s'exerce l'activité (distance portée à 10 km pour les monuments historiques) .

Voir plaquette « Les pré-enseignes dérogatoires hors agglomération – Les règles d'implantation et de format ».

d) Quelques cas particuliers :

- **la publicité lumineuse** (publicité et pré-enseigne), regardée au travers de **trois typologies** et selon la population de l'agglomération ;
- **les bâches** : bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » et les bâches publicitaires, autorisées selon la population de l'agglomération.

Une obligation d'extinction :

Elles doivent être éteintes entre 1h et 6h.

Les publicités sur mobilier urbain ne sont pas soumises à cette règle, dès lors que leurs images sont fixes.