



**Paysages de France**

Le paysage, ça vous regarde !

Élaboration  
d'un RLP(i)  
compatible avec  
une protection acceptable  
de l'environnement

## MESURES MINIMALES À PRENDRE

DANS LES AGGLOMÉRATIONS COMMUNALES DE PLUS DE  
10 000 HABITANTS (OU DE MOINS DE 10 000 HABITANTS FAISANT  
PARTIE D'UNE UNITÉ URBAINE DE PLUS DE 100 000 HABITANTS\*)



---

\* Le Code de l'environnement distingue deux catégories d'agglomérations dans lesquelles, en l'absence de RLP ou RLP(i), s'appliquent des règles très différentes : d'une part celles de moins de 10 000 habitants (IMPORTANT : le calcul du nombre d'habitants se faisant au niveau de chaque commune), d'autre part celles de plus de 10 000 habitants ou comptant moins de 10 000 habitants mais faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

ATTENTION : la notion d'unité urbaine ne désigne pas une collectivité territoriale telle qu'une communauté de communes, une communauté d'agglomération ou une métropole. Il s'agit d'une notion propre à l'INSEE, mais à laquelle se réfère le Code de l'environnement.

---

## 1 - Publicités et préenseignes

- Publicité scellée au sol 7
- Publicité sur bâtiment et clôture 8
- Publicité numérique 9
- Publicité lumineuse sur toiture 10
- Bâches de chantier 11
- Bâches publicitaires 12

## 2 - Mobilier urbain

- Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires 13
- Abris destinés au public 14

## 3 - Enseignes

- Enseignes apposées sur façade 15
- Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu
- Enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol 16  
17
- Enseignes de 1 m<sup>2</sup> ou moins scellées au sol ou installées directement sur le sol 18
- Enseignes sur clôtures
- Enseignes temporaires de moins de 3 mois 19  
(manifestations ou opérations exceptionnelles) 20
- Enseignes temporaires de plus de 3 mois 21  
(travaux ou opérations liées à l'immobilier)
- Enseignes lumineuses 22



# Principes

L'affichage publicitaire est régi par les dispositions du titre VIII « *Protection du cadre de vie* », du Livre V du Code de l'environnement traitant de la « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ».

Or, à l'évidence, les maires, les présidents d'intercommunalité et les membres de leurs conseils n'ont pas pour objectif de polluer l'espace public, mais bien de dépolluer le territoire où vivent ceux qui les ont élus tout en l'embellissant et en valorisant l'image de ce dernier.

L'association Paysages de France considère que, pour atteindre cet objectif, la démarche d'élaboration d'un règlement local de publicité doit être fondée sur trois grands principes :

1.

Améliorer la qualité  
du paysage urbain  
et du cadre de vie

L'article L.581-8 du Code de l'environnement dresse une liste des lieux interdits à la publicité en agglomération (exemple : sites patrimoniaux remarquables, abords des monuments historiques, parcs naturels régionaux, etc.) tout en prévoyant également la possibilité de déroger à cette interdiction dans le cadre d'un RLP(i).

Il n'en demeure pas moins que c'est le principe de l'interdiction *a priori* de toute forme de publicité qui a été posé par le législateur. Cette possibilité de déroger ne doit donc être mise en œuvre qu'à titre exceptionnel et avec le plus grand discernement.

Pour Paysages de France, la mise en place d'un RLP(i) dans de tels lieux doit permettre de prendre des mesures en matière d'enseignes, afin que ces dernières ne soient pas une cause de pollution mais une source d'embellissement plutôt que de déroger à l'interdiction de la publicité en y autorisant l'installation de panneaux.

## 2.

Établir un règlement simple, lisible, facile à mettre en œuvre et à faire respecter

Les différents articles doivent simplement indiquer les dispositions qui dérogent au règlement national, quels sont les dispositifs admis et selon quelles conditions. Il n'est pas souhaitable de recopier les dispositions du règlement national qui ne font qu'alourdir le document.

## 3.

limiter à 3 le nombre de zones (voire 4 au maximum)

- ZP1 : zone à dominante d'habitations en agglomération
- ZP2 : zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération
- ZP3 : zone hors agglomération (pour réglementer les enseignes, la publicité y étant interdite en règle générale)

**IMPORTANT** : en agglomération, il est également recommandé de créer une zone totalement interdite de publicité qui peut alors inclure les lieux visés à l'article L581-8 (s'il en existe), ainsi que les autres secteurs identifiés comme particulièrement sensibles (centre historique élargi, entrées de ville, etc.)

Dans les documents qui suivent :



Règlement National de la Publicité



Commentaire



Avis de Paysages de France

# 1 - Publicités et préenseignes

## 1.1 - Publicité scellée au sol

RNP

- Surface maximale : 12 m<sup>2</sup>
- Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m



- Domaine privé : Le RNP autorise (à condition qu'il n'y ait pas de panneau mural) :

- sur une unité foncière de 0 à 40 m de long : un panneau scellé au sol (double face) de 12 m<sup>2</sup> maximum
- sur une unité foncière de 40 à 80 m de long, 2 panneaux scellés au sol (double face) de 12 m<sup>2</sup> maximum

- Domaine public : le long d'une unité foncière de 0 à 80 m, le RNP autorise un seul dispositif publicitaire (double face).

L'Académicien Michel Serres considère de tels dispositifs comme autant de « coups de poing atroces » et le communiqué du ministère de l'Écologie du 17 juin 2008 évoquait leur « effet dévastateur ».

(Voir aussi publicité sur mobilier urbain page 13)



PdF

Exclure ce type de dispositif.

- S'il devait être autorisé dans une zone commerciale, la surface ne devrait pas dépasser 2 m<sup>2</sup>.
- Interdiction des publicités lumineuses

## 1.2 - Publicité sur bâtiments et clôtures

RNP

- Surface maximale : 12 m<sup>2</sup>
- Hauteur maximale au-dessus du sol : 7,5 m



Le RNP autorise (à condition qu'il n'y ait pas de panneau scellé au sol) :

- sur une unité foncière de 0 à 40 m de long : un panneau publicitaire de 12 m<sup>2</sup> maximum sur mur "aveugle" (c.-à-d. ne comportant pas d'ouverture(s) d'au moins 0,50 m<sup>2</sup>)
- sur une unité foncière de 40 à 80 m de long, 2 panneaux muraux de 12 m<sup>2</sup> maximum sur mur "aveugle" s'ils sont alignés horizontalement ou verticalement.

Attention ! Le RNP ne limite pas le nombre de panneaux sur les clôtures aveugles autres que les murs.



PdF

- Limiter à un seul panneau de 4 m<sup>2</sup> maximum sur mur de façade sans aucune ouverture.
- Interdire les panneaux sur toutes les clôtures aveugles (murs compris)
- Interdire toute publicité lumineuse, y compris dans les vitrines.



## 1.3 - Publicité numérique



RNP

- Surface maximale : 8 m<sup>2</sup>
- Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m

Peut être installée sur un mur ou scellée au sol.



Les effets nocifs de ce type de dispositif sont multiples :

- Agression visuelle (images mobiles, diffusion d'éclairs lumineux)
- Modification radicale de l'ambiance paysagère des lieux
- Pollution lumineuse
- Danger pour les usagers des voies publiques (piétons, cyclistes, automobilistes)
- Consommation énergétique importante



PdF

Exclure la publicité numérique, y compris dans les vitrines.

Si elle devait être autorisée, ne l'admettre que dans des secteurs très restreints (comme les zones commerciales), à condition que les images soient fixes et que la surface n'excède pas 1 m<sup>2</sup>.

## 1.4 - Publicité lumineuse sur toiture

RNP

Lettres ou signes découpés avec une hauteur qui ne peut excéder :

- $1/6$  de la hauteur de la façade du bâtiment avec un maximum de 2 m lorsque la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 20 m
- $1/10$  de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 m lorsque cette hauteur est supérieure à 20 m



De tels dispositifs, visibles de très loin, et qui plus est, énergivores, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.



Exclure ce type de dispositif.

## 1.5 - Bâches de chantier

RNP

Bâches comportant de la publicité installées sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

- Surface maximale : 50 % de la surface totale de la bâche.
- Autorisées uniquement dans les agglomérations communales de plus de 10 000 habitants.



De tels dispositifs, visibles de très loin, systématiquement éclairés par des projecteurs surpuissants, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.



Limiter à 12 m<sup>2</sup> la surface dédiée à la publicité.

## 1.6 - Bâches publicitaires

### RNP

- La surface de la bâche publicitaire est limitée par la surface du mur qui la supporte.
- Autorisées uniquement dans les agglomérations communales de plus de 10 000 habitants.
- Sur façades aveugles ou comportant des ouvertures inférieures à 0,5 m<sup>2</sup>.



De tels dispositifs, visibles de très loin, systématiquement éclairés par des projecteurs surpuissants, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.

PdF

Exclure ce type de dispositif.

# 2 - Mobilier urbain

## 2.1 - Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires

RNP

Ce mobilier peut supporter à titre accessoire une publicité d'une surface maximale de 12 m<sup>2</sup> et une hauteur maximale de 6 m.

Il peut, uniquement dans les agglomérations communales de plus de 10 000 habitants\*, recevoir de la publicité numérique.

(\* hors parcs naturels régionaux et zones NATURA 2000 notamment)



Ces dispositifs publicitaires sont installés sur les trottoirs.

Les autoriser autrement que de façon très limitée reviendrait pour les élus :

- à polluer l'espace public,
- à « donner le mauvais exemple ».

PdF

Exclure ce type de dispositif.

S'il devait être autorisé :

- Limiter la surface à 2 m<sup>2</sup>, la hauteur à 2,2 m et le nombre total de dispositifs.
- Proscrire le numérique

## 2.2 - Abris destinés au public

RNP

Ce mobilier peut supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m<sup>2</sup>. Dans la pratique il est généralement équipé d'une publicité de 2 m<sup>2</sup> coté abri et une autre de 2 m<sup>2</sup> coté extérieur.

Il peut, uniquement dans les agglomérations communales de plus de 10 000 habitants\*, recevoir de la publicité numérique.

(\* hors parcs naturels régionaux et zones NATURA 2000 notamment)



Outre le fait qu'un abri destiné au public n'a pas pour vocation première à supporter de la publicité, ce type de publicité a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Cette forme de publicité est particulièrement intrusive car elle est systématiquement éclairée et peut le rester même en dehors des heures d'extinction imposées par le RNP aux publicités et enseignes. Enfin, les afficheurs multiplient les pressions auprès des élus pour que ce mobilier puisse supporter de la publicité numérique.



PdF

Ne pas autoriser la publicité sur les abris destinés au public.

Si elle devait être autorisée :

- la limiter à une surface maximale cumulée de 2 m<sup>2</sup>,
- proscrire le numérique ainsi que l'éclairage des publicités,
- Si un éclairage était autorisé, imposer des horaires d'extinction.

# 3 - Enseignes

## 3.1 - Enseignes apposées sur façade



RNP

La surface cumulée des enseignes ne doit pas excéder 15 % de la surface de la « façade commerciale ».

Elle est portée à 25 % lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.



Le RNP autorise donc :

- l'installation d'enseignes pouvant atteindre sur certains bâtiments, notamment ceux installées dans les zones commerciales, des surfaces considérables (règle de pourcentage) ;
- l'installation d'enseignes numériques, extrêmement agressives.



En complément des dispositions du RNP :

- Fixer une surface maximale cumulée des enseignes :
  - de 6 m<sup>2</sup> pour chacune des façades du bâtiment supérieure à 50 m<sup>2</sup> ;
  - de 4 m<sup>2</sup> pour chacune des façades inférieure à 50 m<sup>2</sup>.
- Proscrire les enseignes numériques.

## 3.2 - Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu



RNP

Lettres ou signes découpés avec une hauteur qui ne peut excéder :

- 3 m de hauteur lorsque la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 m ;
- 1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m lorsque cette hauteur est supérieure à 15 m.



- Ces enseignes impactent très fortement le paysage du fait de leur hauteur par rapport à celle de la plupart des bâtiments.
- Elles « ferment » le paysage.
- Elles ont une fonction essentiellement publicitaire et donc nuisent à un exercice équilibré de la concurrence.

PdF

Exclure ce type de dispositif.

S'il devait être autorisé dans une zone commerciale, la surface ne devrait pas dépasser 8 m<sup>2</sup> et sa hauteur 1 m.



### 3.3 - Enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol

RNP

- Un dispositif par voie bordant l'activité
- Surface unitaire maximale :
  - 6 m<sup>2</sup> dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants, y compris lorsqu'elles font partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ;
  - 12 m<sup>2</sup> dans les autres agglomérations communales
- Hauteur : 6,5 m lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large ou 8 m lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



- Ces enseignes ont le même impact sur le paysage que les panneaux publicitaires du même type. Il est donc indispensable de ne les autoriser qu'à titre exceptionnel et, dans cette hypothèse, d'en limiter la surface.
- Ces enseignes peuvent également être numériques. Leur effet est alors redoutable !



PdF

- Exclure ce type de dispositif sauf pour les bâtiments dont aucune enseigne sur façade ne serait visible depuis une voie ouverte à la circulation publique :
  - Surface maximale 2 m<sup>2</sup>
  - Hauteur maximale : 2 m
- Proscrire les enseignes numériques

### 3.4 - Enseignes de 1 m<sup>2</sup> ou moins scellées au sol ou installées directement sur le sol



RNP

Le nombre d'enseignes au sol de 1 m<sup>2</sup> ou moins n'est pas limité.



Cette lacune conduit à des débordements bien connus et permet de contourner les règles applicables aux enseignes au sol de plus de 1 m<sup>2</sup>.

PdF

Limiter le nombre d'enseignes :  
un dispositif par établissement.

## 3.5 - Enseignes sur clôtures

RNP

Possibles sur clôtures aveugles ou non aveugles.

- Ni limitées en surface
- Ni limitées en nombre



- Cette lacune de la réglementation a souvent des effets désastreux, l'ensemble de la clôture pouvant servir de support à toutes sortes de messages aux slogans agressifs et aux couleurs criardes, sur banderoles et panneaux ;
- Cette lacune permet également de contourner la règle de densité limitant à un dispositif (par voie bordant l'activité) le nombre des enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol de plus de 1 m<sup>2</sup>
- Ces enseignes peuvent également être numériques. Leur effet est alors redoutable !



PdF

- Limiter à un dispositif par tranche de 50 mètres de linéaire de façade. Surface maximale : 2 m<sup>2</sup>
- Proscrire les enseignes numériques.

## 3.6 - Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles)

RNP

- Ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte.
- Si elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne sont limitées ni en surface ni en hauteur.
- Peuvent être installées sur toiture (60 m<sup>2</sup> maximum) et être numériques.



Les lacunes réglementaires dans ce domaine sont très importantes. On peut ainsi trouver des formats géants incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement, du cadre de vie et du paysage. De plus, la succession de quatre opérations dites « exceptionnelles » sur l'année permet de transformer ces enseignes temporaires en un affichage permanent.

Cette disposition permet en outre de contourner l'interdiction des bâches publicitaires dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

En outre, même lorsqu'il s'agit de banderoles plus ou moins grandes, ce type de dispositif résiste mal au temps : les bâches se décrochent, se déchirent, sont fixées avec des ficelles...

PdF

Appliquer aux enseignes temporaires les dispositions recommandées pour les enseignes permanentes.



## 3.7 - Enseignes temporaires de plus de 3 mois (travaux ou opérations liées à l'immobilier)



- Ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte.
- Peuvent être installées sur toiture (60 m<sup>2</sup> maximum).
- Surface limitée à 12 m<sup>2</sup> si scellées au sol. Par contre leur hauteur n'est pas limitée.



Ces enseignes dites "temporaires" restent dans les faits souvent en place bien au-delà de la durée des opérations qu'elles signalent, devenant ainsi pratiquement des panneaux publicitaires.



Appliquer aux enseignes temporaires les dispositions recommandées pour les enseignes permanentes.



## 3.8 - Enseignes lumineuses

RNP

- Extinction de 1 h à 6 h du matin si l'activité a cessé.
- Si activité de nuit, allumage possible une heure avant et après les horaires d'ouverture
- Interdiction des enseignes clignotantes (sauf pharmacies et services d'urgence).
- Un RLP peut réglementer les enseignes lumineuses dans les vitrines.



Une enseigne signalant par définition une activité, la laisser allumée hors période d'ouverture modifie sa destination : elle devient de fait une publicité.



PdF

Enseignes (intérieures ou extérieures) :

- Proscrire les enseignes numériques.
- Éteindre les enseignes de la fermeture à l'ouverture de l'établissement.





**Association Paysages de France**

5, place Bir-Hakeim  
38000 Grenoble

Tél. : 06 32 04 49 19

[contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)

[www.paysagesdefrance.org](http://www.paysagesdefrance.org)

