



**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 MOINS DE 10 000 HABITANTS (NE FAISANT PAS 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.

---

## Principes 4

### 1 - Publicités et préenseignes 6

- Publicité sur bâtiments et clôtures 6

### 2 - Mobilier urbain 7

- Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires 7
- Abris destinés au public 7

### 3 - Enseignes 8

- Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade 8
- Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu 9
- Enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol 10
- Enseignes de 1 m<sup>2</sup> ou moins scellées au sol ou installées directement sur le sol 11
- Enseignes sur clôtures 12
- Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles) 13
- Enseignes temporaires de plus de 3 mois (travaux ou opérations liées à l'immobilier) 14

# 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.

## 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.

- **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.)

## 3.

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

Dans les documents qui suivent :



Règlement National de la Publicité



Commentaire



Avis de Paysages de France

# 1 - Publicités et préenseignes

## 1.1 - Publicité sur bâtiments et clôtures

RNP

- Surface maximale : 4 m<sup>2</sup>
- Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m



Sur une unité foncière de 0 à 80 m de long, le RNP autorise un panneau publicitaire de 4 m<sup>2</sup> maximum sur mur « aveugle » (c.-à-d. ne comportant pas d'ouverture(s) de 0,50 m<sup>2</sup> ou plus).

« Par exception », le RNP autorise deux panneaux muraux, à condition qu'ils soient alignés horizontalement ou verticalement.

Or les afficheurs systématisent cette « exception » qui a pour effet de multiplier par deux la pollution...

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

PdF

- En zone commerciale uniquement.
- Un seul panneau de 4 m<sup>2</sup> maximum sur mur de façade.
- Interdiction sur toutes les clôtures aveugles (murs compris).

# 2 - Mobilier urbain

2.1 - Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires

2.2 - Abris destinés au public

RNP

IMPORTANT :

La publicité sur mobilier urbain est interdite dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

# 3 - Enseignes

## 3.1 - Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade



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



- Un dispositif par voie bordant l'activité
- Surface unitaire maximale de 6 m<sup>2</sup>
- 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.



- Une enseigne de 6 m<sup>2</sup> a autant d'impact sur le paysage qu'un panneau publicitaire 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 !



- 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 tranche de 25 m de linéaire de façade.

## 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 de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou posées directement sur le sol ;
- 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.



## Association Paysages de France

5, place Bir-Hakeim  
38000 Grenoble

Tél. : 04 76 03 23 75

Fax : 08 97 10 20 23

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

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

