

# Préconisations\* de Paysages de France pour l'élaboration d'un règlement local de la publicité



Document N° 3

Communes de moins de 50 000  
habitants avec protection  
particulière (PNR, ZPPAUP...)

*« Les paysages font partie  
du patrimoine commun  
de la nation »*

(Loi du 2 février 1995)

\* **Attention** : les surfaces, nombres, hauteurs préconisés dans ces tableaux sont des maximums. Tout dépassement doit être considéré comme incompatible avec le minimum requis en matière de protection du paysage, du cadre de vie et de l'environnement. Les interdictions mentionnées font également partie de ce minimum requis.

Association agréée dans le cadre national au titre des articles L.141-1 et suivants du Code de l'environnement  
5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble Tél. : 04 76 03 23 75 Tcp. : 04 69 96 30 77  
[www.paysagesdefrance.org](http://www.paysagesdefrance.org) - [contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)  
[facebook.com/PaysagesdeFrance](https://facebook.com/PaysagesdeFrance) - [twitter.com/PaysagesdeFranc](https://twitter.com/PaysagesdeFranc)

## Principes généraux

L'association Paysages de France considère que 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

Le niveau de protection doit être plus restrictif que la réglementation nationale. Paysages de France est défavorable à la réintroduction de la publicité dans les lieux où par définition elle est interdite (article L. 581-8).

### 2- Respecter le principe d'équité entre habitants

Le niveau de protection du cadre de vie doit être le même pour tous les habitants.

### 3- Mettre au point un règlement simple, lisible, facile à mettre en œuvre et à faire respecter

Le nombre de zones doit être limité à trois au maximum.

- ZPR 1 : zone à dominante d'habitations en agglomération
- ZPR 2 : zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération
- ZPR 3 : zone hors agglomération (pour mémoire, publicité interdite en règle générale)

Possibilité de créer dans les centres-ville historiques une zone totalement interdite de publicité.

## Dispositions générales communes à toutes les zones

Ne sont pas autorisées :

- les publicités et les enseignes numériques ;
- les publicités déroulantes ;
- les publicités et enseignes avec couleurs fluorescentes ;

Extinction des dispositifs lumineux :

- entre 22 heures et 6 heures pour les publicités et le mobilier urbain ;
- 1 heure après la fin de l'activité pour les enseignes ;

## Rappel sur les zones protégées

L'article L. 581-8 dresse une liste des lieux interdits de publicité à l'intérieur des agglomérations. Cette interdiction est dite « relative » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP.

Paysages de France considère que l'intention du législateur était de préserver des zones sensibles de la publicité et qu'il n'est pas justifié de déroger à cette interdiction par le biais d'un RLP.

Extrait de l'article L 581- 8 :

*« I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :*

*1° Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;*

*2° Dans les secteurs sauvegardés ;*

*3° Dans les parcs naturels régionaux ;*

*4° Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;*

*5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;*

*6° Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ;*

*7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*

*8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1. »*

PUBLICITÉ ET PRENSEIGNES		
	Zone à dominante d'habitations en agglomération	Zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération
Publicité et préenseignes sur mur ou clôture	Interdites	
Palissades de chantier sur domaine public	1 dispositif par tranche de 50 mètres de linéaire de façade ; surface maximale de 4 m <sup>2</sup> (note 1)	
Préenseignes scellées au sol	Microsignalétique relevant du Code de la route portant le nom de signalisation d'information locale (SIL) : barrettes directionnelles regroupées scellées au sol	
Microaffichage	Interdit	

Note 1 : interdiction dans les lieux cités aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8

MOBILIER URBAIN		
	Zone à dominante d'habitations en agglomération	Zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération
Abri pour voyageurs	Interdit	
Panneau scellé au sol	Interdit	

## ENSEIGNES

	Zone à dominante d'habitations en agglomération	Zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération	Zone hors agglomération
Dispositifs interdits	Banderoles, structures gonflables, chevalets, mâts porte-drapeaux, ballons captifs		
Installation interdite	Sur les arbres, les clôtures non aveugles		
Enseignes à plat sur façade principale de bâtiment	Surface : 25% de la surface de la façade commerciale avec un maximum de 2 m <sup>2</sup> pour les surfaces de façade inférieures à 50 m <sup>2</sup> et au-delà 15 % de la surface commerciale avec un maximum de 4 m <sup>2</sup> . Règle applicable pour les bâtiments de bureaux, industriels et commerciaux		
Enseignes sur clôture aveugle	Interdites		
Enseignes perpendiculaires	Saillie maximale de 0,8 m et hauteur maximale de 1 m		
Enseignes sur toiture	Interdites		
Enseignes scellées au sol	Interdites	Uniquement pour les bâtiments non visibles de la voie publique Surface maximale de 2 m <sup>2</sup> hauteur maximale de 2 m.	Interdites
Enseignes scellées au sol de moins de 1 m <sup>2</sup>	Interdites	Interdites	Interdites
Enseignes lumineuses à plat sur bâtiment	Numériques, ou défilantes interdites ; surface maximale de 1 m <sup>2</sup> par façade		
Enseignes lumineuses scellées au sol	Interdites		
Enseignes temporaires	Les règles définies pour les enseignes permanentes s'appliquent pour les enseignes temporaires		