



**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 COMMUNES**

**FAISANT PARTIE**

**D'UN PARC NATUREL RÉGIONAL (PNR)**





## 1 – Publicités et préenseignes

## 2 – Mobilier urbain

- **Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires** 7
- **Abris destinés au public** 8

## 3 – Enseignes

- **Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade** 9
- **Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu** 10
- **Enseignes sur auvent, marquise, sur le garde-corps d'un balcon** 11  
**Enseignes devant un balconnet ou une baie**
- **Enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées** 12  
**directement sur le sol**
- **Enseignes de 1 m<sup>2</sup> ou moins scellées au sol ou installées** 13  
**directement sur le sol**
- **Enseignes sur clôtures** 14
- **Enseignes temporaires de moins de 3 mois** 15  
**(manifestations ou opérations exceptionnelles)**
- **Enseignes temporaires de plus de 3 mois** 16  
**(travaux ou opérations liées à l'immobilier)**

# 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 volonté 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<sup>o</sup>

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<sup>o</sup>**

**Établir un règlement  
simple, lisible,  
facile à mettre  
en œuvre**

**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<sup>o</sup>**

**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)**

**Dans les documents qui suivent :**



**Règlement National de la Publicité**



**Commentaire**



**Avis de Paysages de France**

# 1 – Publicités, préenseignes



- La publicité est interdite en agglomération dans les PNR.
- Il peut être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un RLP(i), sauf pour les dispositifs scellés au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



• L'une des vocations et des ambitions des PNR est de constituer des territoires d'excellence en matière d'environnement. Il leur appartient donc naturellement de préserver paysages d'exception et cadre de vie protégés.

• Les dispositifs scellés au sol sont tellement dévastateurs pour les paysages qu'ils sont interdits dans les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants en dehors même de la notion de PNR.

*(Voir aussi publicité sur mobilier urbain page 7)*

• Tout autre dispositif publicitaire, tel que la publicité sur façade, sur clôture ou sur toiture, est incompatible avec la notion même de protection de l'environnement.



**Ne pas déroger à l'interdiction de la publicité.**

## 2 – Mobilier urbain

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



• Par défaut, ce mobilier ne peut pas supporter de la publicité au sein des parcs naturels régionaux.

• Il ne peut pas être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un RLP(i), pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



• Ces dispositifs installés sur les trottoirs empêchent le bon cheminement des piétons et des personnes à mobilité réduite.

• Autoriser la publicité sur ces dispositifs reviendrait pour les élus à polluer l'espace public.

• Le Code de l'environnement n'autorise pas leur installation dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



**Ne pas déroger à l'interdiction de la publicité, quelle que soit la taille d'agglomération.**



# 2 – Mobilier urbain

## 2.2 – Abris destinés au public



• Par défaut, ce mobilier ne peut pas supporter de la publicité au sein des parcs naturels régionaux.

• il ne peut pas être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un RLP(i), pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



• 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.



**Ne pas déroger à l'interdiction de la publicité, quelle que soit la taille d'agglomération.**



# 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, sans limite) ;

- 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.
- Limiter à une seule enseigne perpendiculaire par immeuble.

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



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.



**Exclure ce type d'enseigne.**

# 3 – Enseignes

## 3.3 – Enseignes sur auvent, marquise, sur le garde-corps d'un balcon ; Enseignes devant un balconnet ou une baie



- Enseignes sur auvent ou marquise : hauteur qui ne dépasse pas 1 mètre.
- Enseignes devant un balconnet ou une baie : elles ne doivent pas s'élever au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui.
- Enseignes sur le garde-corps d'un balcon : elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et ne constituent pas de saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



• Ces enseignes, peu qualitatives, masquent les éléments d'architecture des bâtiments sur lesquelles elles sont apposées.

• Lorsqu'elles sont apposées sur auvent ou sur marquise, elles sont similaires à des enseignes sur toiture.



**Exclure ce type d'enseigne.**

# 3 – Enseignes

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



- Un seul dispositif par voie bordant l'activité.
- Surface unitaire maximale :
  - 6 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ;
  - 12 m<sup>2</sup> dans les autres agglomérations .

▪ 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.

▪ Les drapeaux et oriflammes ne sont pas réalisés dans des

matériaux durables. Leur utilisation est donc contraire à la protection de l'environnement.

▪ Les enseignes scellées au sol 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. Dans ce cas :

- Surface maximale 2 m<sup>2</sup>
- Hauteur maximale : 2 m

▪ Proscrire les enseignes numériques, ainsi que les drapeaux et oriflammes.



# 3 – Enseignes

## 3.5 – Enseignes de 1 m<sup>2</sup> ou moins scellées au sol



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>.

▪ Ces dispositifs n'ont pas leur place dans un PNR.



Exclure ce type d'enseigne.

# 3 – Enseignes

## 3.6 – Enseignes sur clôture



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>.

▪ Ce type de dispositif n'a pas sa place dans un PNR (même Bordeaux Métropole l'a exclu sur son territoire).

▪ Ces enseignes peuvent également être numériques. Leur effet est alors redoutable !



**Exclure ce type d'enseigne.**

# 3 – Enseignes

## 3.7 – Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles)



- 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.

Ce type de dispositif résiste mal au temps : les bâches se décrochent, se déchirent, sont fixées avec des ficelles...



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



# 3 – Enseignes

## 3.8 – 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).
- Superficie 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

[contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)  
[www.paysagesdefrance.org](http://www.paysagesdefrance.org)

