



# PRÉFET DE LOIR-ET-CHER

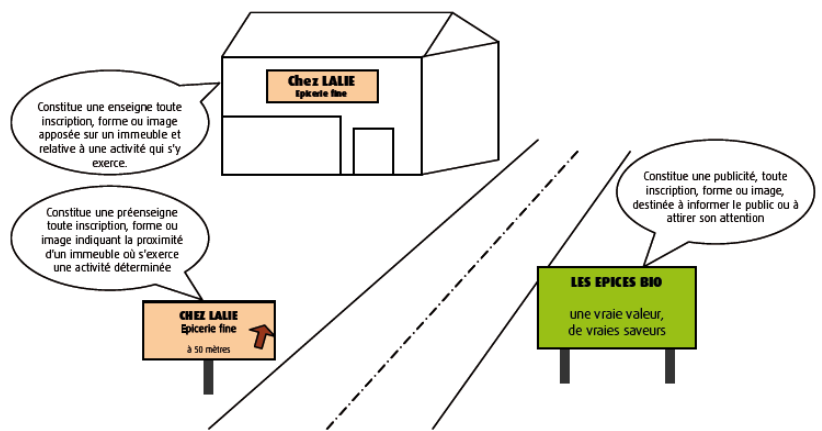
Liberté  
Égalité  
Fraternité

## 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**.

**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 m<sup>2</sup>. 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 ( $d > H/2$ ).*

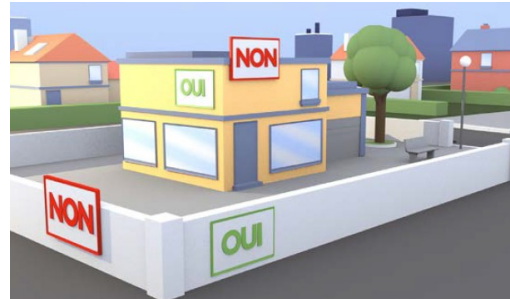
Pour ce qui concerne **les pré-enseignes et publicités murales** dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, leur surface maximale est de 4,70 m<sup>2</sup>.

#### **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**.



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

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 m<sup>2</sup> (communément appelé sucette) et un de 8 m<sup>2</sup>.

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.*