

# la publicité

(Art. L581-4 à L581-9 et R581-22 à R581-57 du Code de l'Environnement)

**Toute inscription, forme ou image, qui n'est ni une enseigne ni une préenseigne, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.**

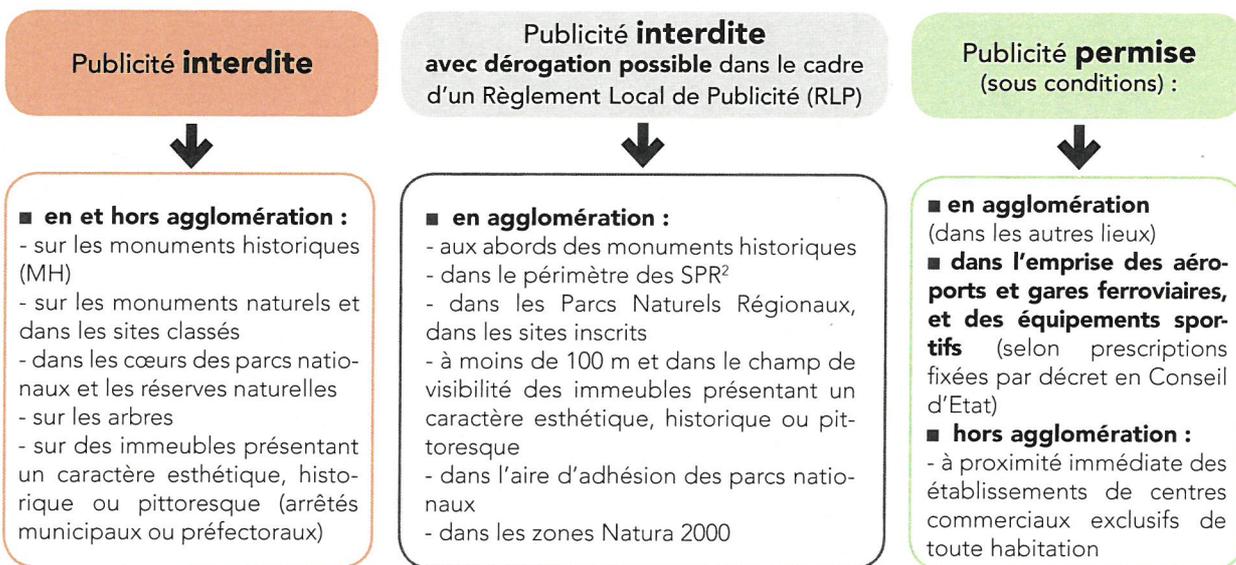


édition 2018

La publicité est interdite hors agglomération<sup>1</sup> et dans les secteurs préservés. Elle est permise dans l'emprise des gares et des aéroports, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places, dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité (RLP) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

En agglomération, son implantation est soumise à conditions (taille de l'agglomération, format, densité...).

## localisation



## dispositifs - types de supports



<sup>1</sup> Agglomération : espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art. R110-2 du Code de la Route)

NB : le Conseil d'Etat fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée (ou de sortie) et leur positionnement par rapport au bâti.

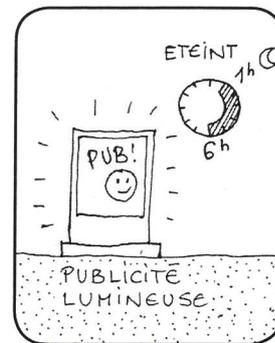
<sup>2</sup> SPR : Sites Patrimoniaux Remarquables

## dispositifs particuliers pouvant supporter de la publicité

■ **les dispositifs lumineux (écrans numériques, tubes néons, lettres découpées...)**, autorisés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et à l'intérieur de l'emprise des gares ferroviaires situées hors agglomération, sous réserves de conditions (notamment d'extinction) et interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, situées en dehors des unités urbaines<sup>1</sup> de plus de 100 000 habitants.

■ **les bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles**, autorisés (sous conditions) dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et interdits en agglomération de moins de 10 000 habitants.

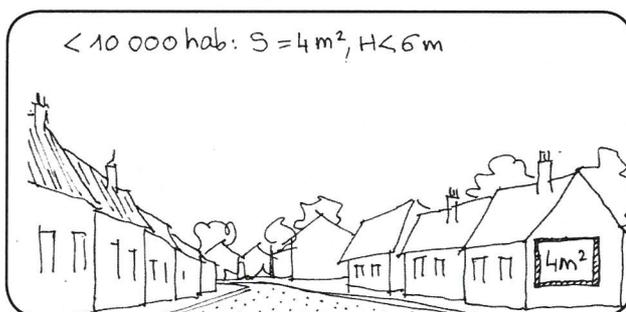
■ **les dispositifs de petits formats (ou micro-affichage)** ( $< 1 \text{ m}^2$ ) admis sur les devantures commerciales (surface maximale cumulée :  $2 \text{ m}^2$ ).



## les principales conditions d'installation de la publicité

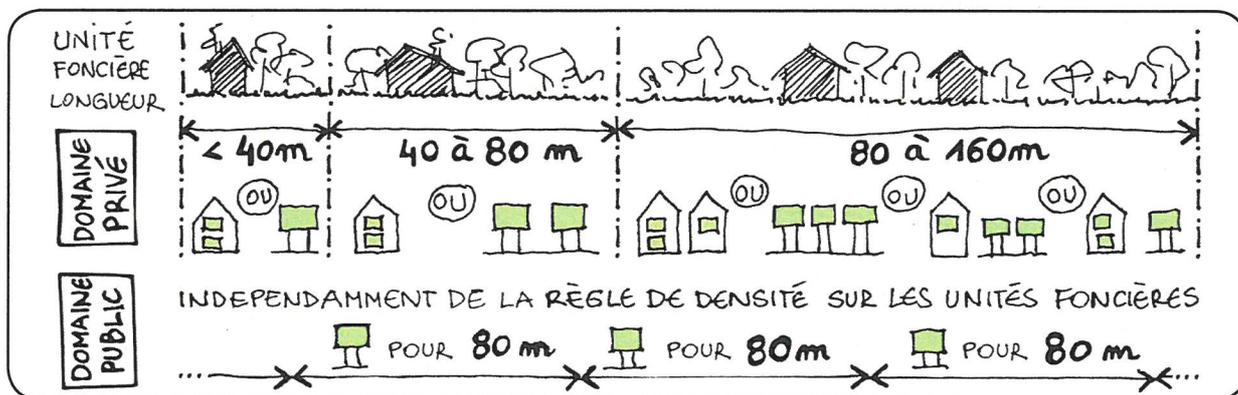
### Surface et hauteur maximales autorisées

Taille de l'agglomération	Dispositifs muraux	Scellés au sol	Publicité lumineuse
< 10 000 habitants	$S = 4 \text{ m}^2$ $H = 6 \text{ m}$	Interdit	Interdit
< 10 000 habitants dans unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou > 10 000 habitants	$S = 12 \text{ m}^2$ $H = 7,5 \text{ m}$	$S = 12 \text{ m}^2$ $H = 6 \text{ m}$	$S = 8 \text{ m}^2$ $H = 6 \text{ m}$ ( $50 \text{ m}^2$ et $10 \text{ m}$ dans emprise d'aéroports si flux annuel de passagers > 3 millions)
Hors agglomération : emprise aéroports et gares ferroviaires			



### Règles de densité

Les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique. Cette règle s'applique de façon distincte selon que l'on se trouve sur le domaine privé ou public, et quel que soit le format des publicités concernées. (Article R581-25 du Code de l'Environnement).



<sup>1</sup> Unité urbaine : terme statistique défini par l'INSEE désignant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre les constructions) qui compte au moins 2000 habitants.