

La surface maximale autorisée des publicités extérieures est réduite



© 2023 Les Echos Publishing

Depuis le 2 novembre dernier, la surface des publicités extérieures dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants est limitée à 10,50 m², contre 12 m² jusqu'alors. Les pouvoirs publics entendent ainsi réduire l'impact des panneaux publicitaires dans l'espace public tout en maintenant la possibilité pour les commerçants de faire de la publicité.

Plus précisément, la surface maximale des publicités (non lumineuses) et des enseignes apposées sur un mur ou sur une clôture, scellées au sol ou installées directement sur le sol, est ramenée de 12 m² à 10,50 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans celles de moins de 10 000 habitants mais appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise d'un aéroport ou d'une gare ferroviaire ou routière.

À l'inverse, dans les autres agglomérations, la surface maximale des publicités (non lumineuses) sur les murs ou sur les clôtures passe de 4 m² à 4,70 m².

Précision : ces surfaces prennent en compte le panneau tout entier, c'est-à-dire encadrement compris, et non pas seulement l'affiche qu'il supporte. Toutefois, pour les publicités

supportées par le mobilier urbain, seule la surface de l'affiche ou de l'écran est à prendre en compte.

Important : les publicités et enseignes déjà en place avant le 2 novembre 2023 peuvent être maintenues jusqu'au 2 novembre 2027. Les professionnels du secteur disposent donc d'un délai de 4 ans pour procéder à leur mise en conformité à ces nouvelles règles.

[Décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023, JO du 1er novembre](#)

© 2023 Les Echos Publishing