

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Bahreïn
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Eswatini
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Madagascar
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Nicaragua
Nigeria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouganda
Ouzbékistan
Panama
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Russie
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Monsieur le Président de la commission d'enquête

Elaboration du RLPI de Tours Métropole Val de Loire
60 avenue Marcel Dassault

37206 TOURS CEDEX 3

Tours, le 21 avril 2022
AG/FLC

Lettre recommandée avec accusé de réception n°1A1622356065 8 et envoi par courriel à :
enquetepublique-rlpi@tours-metropole.fr

Objet : Enquête publique portant sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Tours Métropole Val de Loire

A l'attention de M. ROUSSEAU, président de la commission d'enquête

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Tours Métropole Val de Loire.

Le règlement local de publicité ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant un document voué à perdurer dans le temps, nous souhaitons ce jour vous faire part de quelques observations sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

Le Code de l'environnement prévoit cinq types de mobiliers urbains susceptibles de recevoir de la publicité à titre accessoire (articles R.581-43 à R.581-47), à savoir :

- les abris destinés au public,
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial,
- les colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel,
- les mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives,
- les mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (**service public des transports** pour les abris-voyageurs – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, **service public de l'information** pour les mobiliers d'information locale - CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606) et les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains permettent de financer les services rendus.

Supports de publicité « à titre accessoire eu égard à [leur] fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), ils ne peuvent donc être assimilés à un dispositif publicitaire « dont le principal objet » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement). Cette spécificité explique d'ailleurs le traitement distinct du mobilier urbain au sein du Code de l'environnement (sous-section spécifique « utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire »), de même qu'au sein du présent projet de RLPi (dispositions propres aux « publicités et préenseignes sur mobilier urbain »).

En outre, il importe de rappeler que l'implantation du mobilier urbain sur domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de supports publicitaires, d'être **entièrement contrôlée et maîtrisée, par la collectivité contractuellement**. Ces implantations ainsi maîtrisées permettent de garantir un équilibre entre la viabilité commerciale des mobiliers publicitaires (impérative pour le financement des services offerts aux usagers) et la force de couverture du réseau d'information municipale. Ce réseau étant par ailleurs consolidé par des mobiliers 100% non publicitaires, lesquels également financés par les recettes commerciales.

Ainsi, toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLPi est un risque de rupture de cet équilibre et grève par ailleurs les possibilités données aux collectivités de disposer d'une ressource financière fondamentale pour le financement de services aux citoyens.

Observations principales sur les axes du projet actuel :

- Publicités numériques en SPR :

Le projet de RLPi arrêté prévoit, dans son article 2 « Possibilités d'installation de publicités ou de préenseignes dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, en toutes zones » de **proscrire sur mobilier urbain « la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence »**, c'est-à-dire **la publicité numérique, dans les Sites patrimoniaux remarquables**.

Or, étant placé au service de la communication des villes, le mobilier urbain numérique offre une nouvelle expérience et devient le vecteur d'une **prise de parole contextualisée, réactive, diffusée en temps réel**. Accessible à tous les annonceurs, notamment pour les commerces de proximité, le mobilier urbain numérique est particulièrement efficace pour **valoriser l'économie locale**.

Les villes disposant de la **pleine et entière compétence** pour décider de l'implantation de mobiliers urbains numériques sur leurs territoires (régime strict de l'autorisation préalable – article R581-15 du Code de l'environnement) et **l'Architecte des Bâtiments de France pouvant refuser toute implantation jugée inadaptée en SPR**, nous préconisons de maintenir, au sein du futur RLPi, le choix pour les villes de déployer ou non à l'avenir une telle technologie de mobilier urbain en SPR.

Ajustement proposé :

« Article 2 : Possibilités d'installation de publicités ou de préenseignes dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, en toutes zones

Outre les dispositifs mentionnés au paragraphe 1.1. de l'article 1er ci-avant, seules sont admises dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, les publicités et préenseignes désignées ci-après et sous les conditions suivantes :

sur mobilier urbain dans les conditions définies par les articles R. 581-42 à R. 581-47 du code de l'environnement et

- pour le mobilier urbain mentionné à l'article R. 581-47 du même code :
 - de type mono-pied ;
 - de surface unitaire maximale de 2m² ;
 - la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence n'étant admise ~~qu'en dehors des Sites Patrimoniaux Remarquables,~~ **que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants** »

- Extinction nocturne :

D'autre part, le projet de RLPi arrêté prévoit dans son article 1.2 une **extinction nocturne des publicités lumineuses entre 23 heures et 7 heures**, alors opposable à l'ensemble des mobiliers urbains « à l'exception de celles apposées sur les abris voyageurs auxquelles aucune obligation d'extinction nocturne n'est imposée ».

Nous souhaitons rappeler que dans son article R.581-35, le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse à l'ensemble des mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence et des mobiliers numériques.

En outre, les juges ont pu établir que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations » (Conseil d'Etat, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

Ajustement proposé

« 1.2 Extinction nocturne

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, y compris celles situées dans les vitrines et baies des locaux à usage commercial ~~ainsi que à l'exception de~~ celles supportées par le mobilier urbain, ~~à l'exception de et notamment~~ celles apposées sur les abris voyageurs auxquelles aucune obligation d'extinction nocturne n'est imposée. »

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente et espérant que ces observations participent à l'élaboration du présent Règlement.

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Président de la commission d'enquête, nos salutations distinguées.

Antoine GUITTON
Directeur Régional

