JCDecaux

Communication Extérieure

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

Monsieur le Commissaire Enquêteur
Enquête publique sur la révision du RLP
Mairie de la Garde
Hôtel de Ville
BP 121
83 957 La Garde Cedex

Marseille, le 17 novembre 2021

Lettre recommandée avec accusé de réception n°1A 173 577 5117 2 et envoi par courriel à : mtpm.publicite@metropoletpm.fr

Objet : Enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Commune de la Garde

A l'attention de M. Arnaud D'ESCRIVAN, Commissaire enquêteur.

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Commune de la Garde.

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.

JCDecaux

Le mobilier urbain participe alors 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 RLP (article 4.3 « *Publicité apposée sur mobilier urbain* » / dispositions spécifiques au mobilier urbain au sein de chaque zone).

Après étude du projet de texte soumis ce jour à enquête publique, nous relevons la présence de plusieurs règles contraignantes vis-à-vis du mobilier urbain et notamment,

- Limitation de la surface de publicité autorisée sur mobilier urbain d'informations mentionné à l'article R 581-47 du Code de l'environnement ainsi que de sa hauteur selon zonage ;
- Extinction du mobilier urbain entre 23 heures et 6 heures (articles 11, 18 et 23 du projet de RLP).

Or, 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** *via* contrat public.

Dans ce contexte, **toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLP demeure surabondante**, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine, **autorisant ou non** l'implantation du mobilier urbain publicitaire sur son territoire, et ce même si le RLP l'autorise au départ.

Le RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits de la collectivité, ces derniers pouvant évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées. Aussi, les éventuelles contraintes formulées à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLP risquent de restreindre les moyens de communication ainsi que les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir sur le territoire communal et qui ne peuvent à date être identifiés.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, nous vous proposons de **supprimer toute contrainte de format ou de hauteur de publicité autorisé sur mobilier urbain d'information** au sein du futur RLP.

JCDecaux

A défaut et en vue d'améliorer sa lisibilité et compréhension, nous préconisons de préciser, s'agissant des règles de format de publicité autorisé sur mobilier urbain d'informations, qu'il s'agit alors de réglementer la surface de l'affiche ou de l'écran, hors encadrement, et ce, conformément à la *« Fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités »* publiée par le Ministère de la Transition écologique et solidaire à l'adresse suivante :
https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A9%20-calcul-format-publicit%C3%A9.pdf

En effet, bien que le rapport de présentation du projet de RLP rappelle cette fiche ministérielle, il ne reprend pas en son sein la distinction nécessaire à opérer vis-à-vis du mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire.

> Par ailleurs, conformément à l'arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, confirmé par un second arrêt du 8 novembre 2017[54], les surfaces maximales évoquées ci-après, pour les publicités et préenseignes, doivent s'entendre comme étant des surfaces maximales « *hors tout* », comprenant non seulement la surface d'affichage mais également l'encadrement des dispositifs publicitaires. Une fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités a fait suite à la jurisprudence du Conseil d'Etat en la matière[55].

Extrait rapport de présentation RLP de la Garde – page 114

En dernier lieu et s'agissant du régime d'extinction nocturne des mobiliers, 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 aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence, de même qu'à la publicité apposée sur mobilier urbain numérique dans la mesure où ses images demeurent fixes.

En outre, les juges ont pu juger 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* » (CE, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

Dans ce contexte, nous préconisons de tenir compte des dispositions prévues par la règlementation nationale en la matière et de modifier en conséquence les dispositions prévues aux articles 11, 18 et 23 du projet de RLP vis-à-vis du mobilier urbain.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, nos salutations distinguées.

Antoine MOULIN

Directeur Régional SUD PACA