

## Contribution à la révision du Règlement Local de Publicité Enquête publique – Février 2021



**Remarque préliminaire :**

En qualité de titulaire du contrat de mobiliers urbains sparnacien, nous tenons à alerter la commission d'enquête sur les risques liés à l'intégration de contraintes à l'égard du mobilier urbain publicitaire au sein du futur RLP.

En effet, il est à rappeler que la **collectivité maîtrise l'installation du mobilier urbain sur son domaine public.**

- Type de mobiliers (**format, technologie, design, couleur, nombre**)
  - **Emplacements** définis
  - **Conditions d'exploitation**
- } sont définis dans le cadre du contrat public.

En outre, les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains permettent de financer notamment l'information municipale.

→ Un 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.

→ **Principe : dans l'hypothèse de RLP favorable de principe à une exploitation publicitaire sur mobilier urbain, l'autorité compétente dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation via contrat.**



**I- Sur le régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relative de publicité**

**II- Sur les contraintes d'implantation**

**III- Sur le format du mobilier urbain publicitaire**

**IV. Sur le régime du mobilier urbain numérique**

**V. Remarques complémentaires**

### I . Sur le régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relatives de publicité

Article L.581-8 I du Code de l'environnement → Possibilité de réintroduire la publicité apposée sur mobilier urbain dans les zones suivantes :

- **Abords de monuments historiques** mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine (périmètre délimité des abords (PDA) ou à défaut, périmètre de 500m en covisibilité du monument historique depuis loi LCAP\*)
  - **Sites patrimoniaux remarquables (SPR)** mentionnés à l'article L.631-1 du Code du patrimoine (N.B.: secteurs sauvegardés / ZPPAUP / AVAP sont désormais qualifiés de SPR)
  - **Parcs naturels régionaux**
  - **Sites inscrits**
- **À moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4**
  - Aire d'adhésion des parcs nationaux
  - **Zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1** (zones Natura 2000 notamment)



\* Depuis la loi LCAP de 2016, le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux **abords des monuments historiques** est porté de **100 à 500m**

Nouvelle interdiction relative qui est entrée en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2020 (pour les villes sans RLP) et au 13 juillet 2020 pour les communes dotées d'un RLP.



**A noter :** L'avis de l'ABF sera requis lors de toute implantation de mobilier urbain dans les SPR et en abords de monuments historiques (articles R.421-25 et R. 423-54 du Code de l'urbanisme).

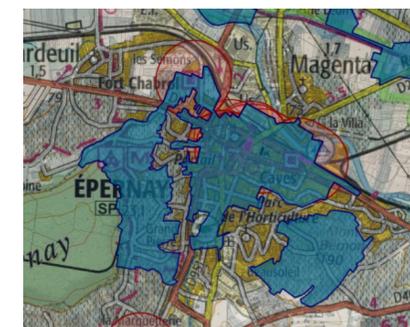
En outre, l'inscription d'un périmètre au label UNESCO n'emporte aucune conséquence réglementaire du point de vue de la publicité.

Tel que rédigé, le présent projet procède à la levée de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain (hors numérique) applicable dans le **Site patrimonial Remarquable d'Epernay** (article L1.T2.2.2 du projet de RLP).

Néanmoins, il ne traite pas des périmètres des abords de monuments historiques (tracés rouge ci-contre dépassant du SPR) **dans lesquels du mobilier urbain publicitaire est pourtant aujourd'hui implanté.**

Il est à rappeler que chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert, en surplus de **l'aval des services de la collectivité compétente**, l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés (SPR + abords de monuments historiques).

**Attention :** en périmètre SPR et abords monuments historiques = présence de mobiliers urbains



Extrait Atlas des patrimoines – commune d'Epernay

**Notre recommandation :**

- Insérer au « *Titre I : Règles générales, communes à toutes les zones du secteur A (secteur aggloméré)* » une disposition portant **levée générale et expresse** de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain. Cette dernière peut alors être rédigée comme suit :

*« Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire, le mobilier urbain publicitaire est autorisé dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L.581-8 I du code de l'environnement ».*

- A défaut :**
- potentielle **remise en cause d'implantations de mobiliers urbains** d'ores et déjà implantées dans ces secteurs
  - risque de **rupture du service délivré par les mobiliers urbains aux usagers**
  - Les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains risquent de **ne plus pouvoir financer l'information municipale**

A noter : certains emplacements sont impératifs (exemple des abris-voyageurs dont les emplacements sont liés aux tracés des réseaux des transports urbains).

## II- Sur les contraintes d'implantation

Contrairement aux dispositifs 100 % publicitaire, la personne publique en qualité de gestionnaire ou propriétaire, **autorise ou non** l'implantation d'un mobilier urbain publicitaire sur son domaine, et ce même si le RLP l'autorise au départ.

Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert **l'aval des services de la collectivité compétente** (+ décision concertée avec l'opérateur) + le cas échéant, l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés.

***Il est donc inutile que la commune restreigne au sein du RLP les implantations de mobiliers urbains alors qu'elle en a l'entière maîtrise.***

**Nous relevons la présence de règles relatives à l'implantation des « dispositifs » et « publicités scellées au sol » et notamment dans les carrefours, dans les entrées de ville et « à moins de 5 mètres au droit d'une façade ou d'un pignon non-aveugle d'un bâtiment d'habitation ».**

### Article L1.T1.A.1 : Aménagements paysagers des carrefours

Les **dispositifs** scellés au sol (publicités, enseignes, préenseignes) sont interdits à moins de 50 mètres du bord extérieur (fil d'eau) de la chaussée des ronds-points scandant les voies suivantes :

- Allée de Cumières ; Avenue du Maréchal Joffre ;
- Avenue Jean Jaurès ;
- Rue Edouard Vaillant ;
- Avenue James et Gabriel Lecomte ; rue Dom Perignon ; Avenue du 8 mai 1945 ;
- Rue du Colonel Tiffoinet ; Avenue Beethoven.

### Article L1.T1.A.2 : Entrées de ville

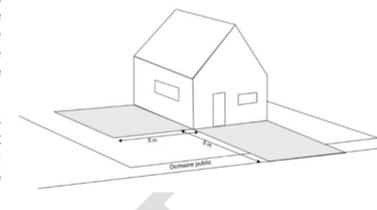
Aucune publicité **scellée au sol** ne peut être installée à moins de 100 mètres d'une plaque d'entrée ou de sortie d'agglomération, sur les axes (cf. plan de zonage annexé) :

- rue Edouard Vaillant ;
- avenue James et Gabriel Lecomte ;
- avenue du 8 mai 1945 ;
- avenue de Champagne ;
- rue des Gravières (D951) ;
- avenue Jean Jaurès.

### Article L1.T2.3.2 : Publicités non-lumineuses et publicités éclairées par projection ou transparence

Un **dispositif scellé au sol** supportant une publicité d'une surface supérieure à 2 m<sup>2</sup> ne peut être placé à moins de **5 mètres** au droit d'une façade ou d'un pignon non-aveugle d'un bâtiment d'habitation.

Les publicités sont interdites sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est inférieur ou égal à 15 mètres linéaires.



Or, comme indiqué préalablement, car « sous contrôle » et n'étant pas un « *dispositif publicitaire* » au sens de l'article L.581-3 du Code de l'environnement, **nous comprenons que le mobilier urbain n'est pas concerné par ces règles.**

**Notre recommandation :**

→ **En vue de parfaire la bonne compréhension du futur RLP, préciser** que les articles L1.T1.A.1 « *Aménagements paysagers des carrefours* », L1.T1.A.2 « *Entrées de ville* » et L1.T2.3.2 « *Publicités non-lumineuses et publicités éclairées par projection ou transparence* » prévus au projet de RLP **ne s'appliquent pas au mobilier urbain support de publicité à titre accessoire** et ce, conformément aux définitions légales insérées en page 5 du projet de règlement.

**Dispositif publicitaire**

Support dont le principal objet est de recevoir de la publicité.

**Mobilier urbain**

Mobilier supportant à titre accessoire de la publicité, sous réserve des dispositions prévues par la réglementation nationale.

Lesdits articles pourraient alors être modifiés comme suit :

- « Article L1.T1.A.1 : *Aménagements paysagers des carrefours*  
*Les dispositifs publicitaires scellés au sol (publicités, enseignes, préenseignes) sont interdits à moins de 50 mètres du bord extérieur (fil d'eau) de la chaussée des ronds-points scandant les voies suivantes : [...]*»
- « Article L1.T1.A.2 : *Entrées de ville*  
~~Aucune publicité scellée au sol~~ **Aucun dispositif publicitaire scellé au sol ne peut être installée à moins de 100 mètres d'une plaque d'entrée ou de sortie d'agglomération, sur les axes (cf. plan de zonage annexé) : [...]**»
- « Article L1.T2.3.2 : *Publicités non-lumineuses et publicités éclairées par projection ou transparence*  
*Un dispositif publicitaire scellé au sol supportant une publicité d'une surface supérieure à 2 m<sup>2</sup> ne peut être placé à moins de 5 mètres au droit d'une façade ou d'un pignon non-aveugle d'un bâtiment d'habitation. [...]*»

### III- Sur le format du mobilier urbain publicitaire

L'article L1.T1.B.4 « *surface des publicités, murales et scellées au sol* » inséré au sein des « *REGLES GENERALES, COMMUNES A TOUTES LES ZONES DU SECTEUR A* » précise que la **surface utile** d'une publicité doit être obligatoirement comprise **entre 1m<sup>2</sup> et 8m<sup>2</sup>** par face et établit également une **surface totale maximale de 11m<sup>2</sup>** par face.

#### Article L1.T1.B.4 : Surface des publicités, murales et scellées au sol

A l'exception des dispositifs de jalonnement installés sur le domaine public, la **surface utile** d'une publicité ne peut être inférieure à 1 m<sup>2</sup>.

La **surface utile** d'une publicité ne peut excéder 8 m<sup>2</sup> par face, la surface totale, ne pouvant excéder 11 m<sup>2</sup> par face.

#### Surface utile

Surface obtenue en multipliant la hauteur et la largeur visibles de l'affiche ou de l'écran, hors encadrement.

#### Surface totale

Il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la **publicité lumineuse** apposée **sur le dispositif publicitaire**, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier. En revanche, il n'y a pas lieu de prendre en compte les éléments auxquels est accroché ou fixé le panneau constituant le dispositif publicitaire, dès lors que leur principal objet est de soutenir celui-ci et non de recevoir la publicité. S'agissant du pied dudit dispositif, si son principal objet est de soutenir le panneau, le pied devra être exclu du calcul de la surface ; à l'inverse, si le pied a pour principal objet de recevoir la publicité, il devra alors être pris en compte dans le calcul de la surface.

En zone 4, « *les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol d'une surface utile supérieure à 2 m<sup>2</sup> sont interdits* » mais les publicités admises sur mobilier urbain (article L1.T2.4.2 du RLP).

En outre, la rédaction actuelle de l'article L1.T2.2.2 du projet de RLP suscite une certaine confusion, une surface utile maximum de **2m<sup>2</sup> et de 3m<sup>2</sup> surface totale** étant établie en zone 2.

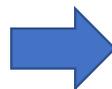
#### Article L1.T2.2.2 : Publicités non-lumineuses, ou éclairées par projection ou transparence

Les publicités sont admises sur le mobilier urbain.

**En dehors du mobilier urbain**, la surface utile maximum est de 2 m<sup>2</sup>, la surface totale du dispositif, hors pied, ne pouvant excéder 3 m<sup>2</sup> par face.

La publicité de petit format est admise dans les conditions de l'article C.3 du présent règlement.

Toute autre forme de publicité est interdite.



Zone 2, sont uniquement autorisés :

- Mobilier urbain
- Publicité de petit format

Aussi, nous ne comprenons alors pas vers quels dispositifs sont dirigées les contraintes de surface visées à l'alinéa 3 de l'article L1.T2.2.2, celles-ci semblant s'appliquer « *en dehors du mobilier urbain* ».

### Notre recommandation :

- **Autoriser le mobilier urbain en toutes zones et ce, sans contraintes liées au format desdits mobiliers, ces dernières étant régies par contrat**

→ **Préciser que les limitations éventuelles de format établies au RLP vis-à-vis du mobilier urbain ne visent que la surface de l'affiche ou de l'écran publicitaire, hors encadrement, toute référence à la « surface totale » ne concernant que les « dispositifs publicitaires » (conformément à la « Fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités » publiée par le Ministère de la transition écologique et solidaire – novembre 2019 disponible sous le lien suivant : <https://www.ecologie.gouv.fr/reglementation-publicite-enseignes-et-preenseignes> )**

- **Modifier en conséquence les dispositions suivantes du projet de RLP afin de parfaire la bonne compréhension du règlement :**

- « Article L1.T1.B.4 : Surface des publicités, murales et scellées au sol  
A l'exception des dispositifs de jalonnement installés sur le domaine public, la surface utile d'une publicité ne peut être inférieure à 1 m<sup>2</sup>.  
La surface utile d'une publicité ne peut excéder 8 m<sup>2</sup> par face.  
La surface totale d'un dispositif publicitaire, ne ~~pouvant~~ peut excéder 11 m<sup>2</sup> par face »

=> Démarche conforme à la volonté de la Ville qui a bien précisé vouloir établir une surface totale uniquement vis-à-vis des « dispositifs publicitaires » (≠ mobilier urbain accessoirement publicitaire)

- « Article L1.T2.4.2 : : Publicités non-lumineuses, ou éclairées par projection ou transparence  
Les dispositifs **publicitaires** scellés au sol ou installés directement sur le sol d'une surface utile supérieure à 2 m<sup>2</sup> sont interdits. Les dispositifs muraux se conforment aux règles de densité de l'article L1.T1.C.1.  
Les publicités sont admises sur le mobilier urbain ».

#### Surface totale

Il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier. En revanche, il n'y a pas lieu de prendre en compte les éléments auxquels est accroché ou fixé le panneau constituant le dispositif publicitaire, dès lors que leur principal objet est de soutenir celui-ci et non de recevoir la publicité. S'agissant du pied dudit dispositif, si son principal objet est de soutenir le panneau, le pied devra être exclu du calcul de la surface ; à l'inverse, si le pied a pour principal objet de recevoir la publicité, il devra alors être pris en compte dans le calcul de la surface.

**Objectif : Préservation du libre choix de la collectivité concernée de déterminer à l'avenir le mobilier urbain publicitaire qu'elle souhaitera voir déployer sur son territoire dans le cadre de son contrat de mobiliers urbains.**

## IV. Sur le régime du mobilier urbain numérique

La commune souhaite autoriser la publicité numérique apposée sur mobilier urbain en toutes zones du RLP « *dans les conditions fixées par le Code de l’environnement* » (CHAPITRE L1.T1.E : LE MOBILIER URBAIN SOUMIS A PUBLICITE inséré au sein des « REGLES GENERALES, COMMUNES A TOUTES LES ZONES DU SECTEUR A » du projet de RLP). Elle précise par ailleurs à l’article L1.T1.G qu’ « *en dehors du mobilier urbain, les publicités numériques sont interdites* ».

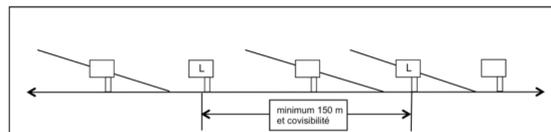
Or, elle souhaite proscrire l’implantation de publicité lumineuse (autre qu’éclairée par projection ou transparence) en zones 1, 2 et 4 du projet de RLP, sans préciser le régime particulier du mobilier urbain numérique (articles L1.T2.1.3, L1.T2.2.3 et L1.T2.4.3 du RLP).

De plus, au sein des « REGLES GENERALES, COMMUNES A TOUTES LES ZONES DU SECTEUR A », il est prévu un article L1.T1.F.1 qui prévoit que toute nouvelle publicité lumineuse (autre que la publicité éclairée par projection ou transparence) se doit de respecter 150m d’interdistance et ne doit pas se trouver en covisibilité d’une autre publicité lumineuse.

### CHAPITRE L1.T1.F : LES PUBLICITES LUMINEUSES

#### Article L1.T1.F.1 : Publicités lumineuses, autres que les publicités éclairées par projection ou transparence

Elles sont soumises à autorisation. Celle-ci est accordée ou refusée par le Maire selon la procédure prévue par le Code de l’environnement. Elles respectent les règles de densité propres à chaque zone. De plus, aucune nouvelle publicité lumineuse ne peut être installée à moins de 150 mètres d’une autre publicité lumineuse.



La commune d’Epernay s’est récemment dotée de mobiliers urbains numériques dans le cadre de son contrat de mobiliers urbains.

Placés au service de la communication de la collectivité, ils permettent de délivrer une **information contextualisée** (en temps réel, au bon endroit et au bon moment) et d’accompagner les collectivités dans leur transformation numérique et permettent de dynamiser le marché.

Pour rappel, les collectivités disposent de la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains numériques sur leur territoire.

Ces derniers sont en effet sous le régime strict de l'autorisation préalable → autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant ». En outre, la collectivité et l'Architecte des Bâtiments de France (en SPR et dans les abords de monuments historiques) peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain.

#### **Notre recommandation :**

Afin que la collectivité puisse maintenir les emplacements existants et, le cas échéant, à venir, de mobiliers urbains numériques, **nous préconisons :**

- **De modifier les articles L1.T2.1.3, L1.T2.2.3 et L1.T2.4.3 du RLP en insérant dans leur intitulé la mention « hors mobilier urbain » :**
- **De modifier l'article L1.T1.F.1 du RLP, les règles de densité n'étant pas opposables au mobilier urbain publicitaire conformément aux articles R.581-42 et R.581-25 du Code de l'environnement :**

*« Article E.1 : Publicités lumineuses, autres que les publicités éclairées par projection ou transparence*

*Elles sont soumises à autorisation. Celle-ci est accordée ou refusée par le maire selon la procédure prévue par le Code de l'environnement. **A l'exception de celles apposées sur mobiliers urbains publicitaires**, elles respectent les règles de densité propres à chaque zone **et ne peuvent** être installées à moins de 150 mètres et en covisibilité d'une **autre** publicité lumineuse ».*

## V. Remarques complémentaires

Nous profitons de la présente pour alerter la commission d'enquête sur la présence de coquilles rédactionnelles au sein du projet de RLP.

- Le projet de RLP prévoit des contraintes en matière de matériels (CHAPITRE L1.T1.B). Or, comme précédemment indiqué, les caractéristiques propres au mobilier urbain (design, coloris, format, accessoires...) demeurent régies par le contrat public de mobiliers urbains. En outre, l'ensemble des obligations en matière d'entretien/maintenance des mobiliers urbains demeure inscrites au cahier des charges dudit contrat.

=> Nous préconisons donc de **faire préciser au RLP que les dispositions du chapitre L1.T1.B ne sont pas opposables au mobilier urbain publicitaire.**

- Le terme de « *panneaux* » n'étant pas défini, ni employé au sein du projet, nous préconisons de modifier l'article L1.T2.1.2 du RLP en remplaçant cette mention par le terme « dispositifs »

**Article L1.T2.1.2 : Publicités non-lumineuses, ou éclairées par projection ou transparence**

Elles sont interdites dans les espaces boisés classés et dans le secteur Paysager du SPR. Dans le reste de la zone, la publicité sera admise uniquement sur le mobilier urbain.

Les **panneaux** publicitaires ne peuvent pas s'implanter dans les éléments paysagers remarquables listés au PLU et au SPR.

Le mobilier urbain demeure autorisé, sous réserve de l'application des articles R.581-30 et L.581-7 du Code de l'environnement.

- Le renvoi opéré vers l'article E.1 au sein de l'article L1.T2.3.3 du RLP semble erroné, il y a lieu de renvoyer vers les articles L1.T1.E et L1.T1.G en la matière.

**Article L1.T2.3.3 : Publicités lumineuses, autres que les publicités éclairées par projection ou transparence**

Les dispositions du Code de l'environnement et de l'article **E.1** du présent règlement sont applicables.

- L'article L1.T1.G comporte enfin une faute de frappe.