

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
Nigéria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouganda
Ouzbékistan
Panama
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Monsieur Pierre CAMARDA
Commissaire-enquêteur
Projet de RLPi de Thoré Montagne Noire
13 avenue de la Ribaute
81240 ALBINE

Toulouse, le 5 mars 2025

N/Réf. : TP/CB – 9121/25

Objet : Enquête publique portant sur l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal de la Communauté de communes Thoré Montagne Noire

Lettre recommandée avec accusé de réception n°1A 185 532 0208 6 anticipée par courriel à : plui@cc-thoremontagneoire.fr

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) initiée par la Communauté de communes Thoré Montagne Noire.

Dans un modèle d'optimisation budgétaire, les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

Le mobilier urbain participe ainsi directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (abris-voyageurs : service public des transports – *article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs* ; mobiliers d'information locale : service public de l'information - *CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606*).

Cette spécificité explique que la réglementation relative à la publicité extérieure traite le mobilier urbain de manière distincte des « dispositifs publicitaires classiques ».

En effet, parce que le mobilier urbain ne supporte de la publicité « qu'à titre accessoire », il ne peut être assimilé aux dispositifs publicitaires dont le principal objet est de recevoir toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, conformément à l'article L.581-3 du Code de l'environnement.

C'est la raison pour laquelle le Code de l'environnement traite du mobilier urbain publicitaire dans une sous-section différente de celle relative à la publicité dite « classique » (articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement).

Implanté sur le domaine public, la collectivité a l'avantage de maîtriser le format, le design, et les conditions d'exploitation publicitaire des mobiliers urbains dans le cadre de son contrat.

Ainsi, tout déploiement est opéré après aval préalable de la collectivité dans le cadre du contrat public de mobiliers urbains signé après mise en concurrence préalable puisque l'implantation de mobiliers urbains est soumise à la concurrence.

Dès lors, une limitation des possibilités d'exploitation publicitaire sur mobilier urbain, dans un RLP, document ayant vocation à perdurer dans le temps, serait de nature à limiter les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir et qui ne peuvent à date être identifiés.

À la lecture du projet de règlement arrêté le 16 septembre 2024, nous souhaiterions porter à votre connaissance les problématiques concernant le mobilier urbain.

Sur le fond, nous relevons que certaines règles auraient pour conséquence de limiter les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire intercommunal, ce qui aurait pour conséquence immédiate de limiter le financement du mobilier urbain par la publicité.

1. Sur la réintroduction de la publicité en zone PM1

En premier lieu, nous relevons la volonté de la communauté de Communes Thoré Montagne Noire de réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain publicitaire en zones PM1. L'article propre à la « *Publicité sur mobilier urbain* » précise en effet que « *la publicité supportée par le mobilier urbain est admise, elle se conforme aux prescriptions fixées par le code de l'environnement* ».

Dans la poursuite de cette démarche et parce que la communauté de communes est entièrement incluse dans le parc naturel régional du Haut-Languedoc, il est impératif de procéder à une levée expresse de l'interdiction relative de publicité s'y appliquant vis-à-vis du mobilier urbain conformément à la possibilité offerte par l'article L.581-8 I du Code de l'environnement. Dans ce cadre, nous proposons d'amender cet article comme suit : « *La publicité supportée par le mobilier urbain est admise dans l'ensemble des lieux couverts par l'article L.581-8 I du Code de l'environnement, elle se conforme aux prescriptions fixées par le code de l'environnement (articles R.581-42 à R.581-47)* ».

Assurément, seuls cinq types de mobiliers peuvent être le support de publicité « à titre accessoire » conformément aux articles R.581-42 à -47 du Code de l'environnement (abris-voyageurs, kiosques à journaux ou à usage commercial, colonnes et mâts porte-affiches, mobiliers d'informations).

La collectivité conservant l'entière maîtrise des implantations dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix (étude et implantation au cas par cas), nous ne pouvons qu'encourager la Communauté de communes Thoré Montagne noire à réintroduire la possibilité d'apposer du mobilier urbain publicitaire sur l'ensemble de son territoire.

2. Sur la spécificité des abris-voyageurs en zone PM

En deuxième lieu, et à toutes fins utiles, nous relevons la présence d'une coquille rédactionnelle en page 45 du rapport de présentation.

Effectivement, il y est souligné que les deux communes incluses en secteur PM « *ont la possibilité d'apposer sur une seule face du mobilier urbain de la publicité* ».

Or, par application de **l'article R.581-43 du code de l'environnement**, les abris-voyageurs supportent par nature deux faces publicitaires eu égard à la surface abritée au sol par le toit de l'abri. Article R.581-43 du Code de l'environnement :

« Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite ».

Nous vous proposons ainsi de rectifier cette erreur de la façon suivante : « ***Ce secteur ne concerne que deux communes qui ont la possibilité d'apposer du mobilier urbain publicitaire dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement*** ».

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.

Le Directeur Régional

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patrick TREGOU'. The signature is written over the printed name.
Patrick TREGOU