

**Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal**  
**Enquête publique – Mars 2022**



## Remarques préliminaires :

Il est à rappeler que **les villes maîtrisent l'installation du mobilier urbain sur leur domaine public dans le cadre des marchés ou concessions de service passés avec l'opérateur de leur choix.**

- Type de mobiliers (**format, technologie, design, couleur, nombre**)
- **Emplacements**
- **Conditions d'exploitation**



sont définis dans le cadre du **contrat public** de mobiliers urbains.

En outre, les recettes publicitaires sur les mobiliers urbains permettent de financer l'ensemble des services qui leur sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, journaux électroniques...).

→ Un RLPi doit tout à la fois prescrire un cadre réglementaire pour la gestion de la publicité sur le territoire tout en garantissant aux collectivités la possibilité de disposer de mobiliers urbains accessoirement publicitaires pour les besoins de leurs administrés.

→ Pour mémoire : les villes disposent toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation de mobilier urbain publicitaire et d'en maîtriser l'exploitation *via* leur contrat.

**→ En conclusion, nous préconisons que les villes ne restreignent pas au sein du RLPi les conditions d'implantation/exploitation du mobilier urbain alors qu'elles en ont l'entière maîtrise**

Les conséquences associées à une restriction trop importante de ce type de dispositifs sont :

- potentielle **remise en cause d'implantations de mobiliers urbains**
- risque de **rupture du service délivré par les mobiliers urbains aux usagers**
- les recettes publicitaires sur les mobiliers urbains **ne financeront plus les services rendus à la Ville**

## **Sommaire de la contribution**

- I. Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire**
- II. Sur les contraintes opposables au mobilier urbain**
- III . Sur les contraintes opposables aux dispositifs publicitaires scellés au sol**
- IV . Sur le mobilier urbain numérique**
- V . Sur l'interdiction de la publicité lumineuse et éclairée dans les lieux exempts d'éclairage public**
- VI . Remarques complémentaires**
- VII. Synthèse des impacts du projet de RLPi sur le mobilier urbain**

## I . Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire

Prévu aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, **5 types de mobilier urbain** sont susceptibles de supporter de la publicité :

- *Abris-voyageurs*
- *Kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial*
- *Colonnes porte-affiches*
- *Mâts porte affiches*
- *Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

Les services apportés aux usagers par le mobilier urbain sont donc :

- **Abris-voyageurs = *service public des transports*** (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)
- **Mobiliers d'information = *service public de l'information aux citoyens*** (CE 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606)



Rappel du modèle économique : Les **droits d'exploitation publicitaire** sur les mobiliers urbains *financent les services rendus aux citoyens*.



Le mobilier urbain supporte **à titre accessoire** des « publicités » telles que définies à l'article L.581-3 du Code de l'environnement, à savoir « *toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention* ».

Aussi, il **ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire** « *dont le principal objet* » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement).

### Nos préconisations :

- **Traiter le mobilier urbain de manière spécifique au sein du futur RLPi comme le fait le Code de l'environnement dans sa sous-section dédiée.**

**Pour ce faire, il est proposé de :**

- **préciser** au sein du PREAMBULE du règlement du RLPi la **spécificité du mobilier urbain** en y insérant la mention suivante :  
« *La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi* ».

→ **Conséquence** : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.

- **préciser au glossaire** annexé au RLPi la **définition du « mobilier urbain »** par opposition à celle sur le « dispositif publicitaire »

« *Mobilier urbain publicitaire : Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité **à titre accessoire**, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement.*  
Il s'agit :

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



#### **Dispositif publicitaire :**

Dispositif **dont le principal objet** est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

→ **Objectifs : lisibilité/sécurité juridique des textes + cohérence avec le Code de l'environnement**

## II . Sur les contraintes opposables au mobilier urbain

Nous relevons au projet la présence de plusieurs règles susceptibles de remettre en cause la place du mobilier urbain sur le territoire :

### ❖ Une interdiction de « *toute forme de publicité* » en zone 1 (article P.1.2 du règlement RLPi)

=> **la zone 1 couvre des zones aujourd'hui éligibles à l'implantation de mobilier urbain publicitaire :**

- les **abords immédiats des grands parcs et espaces verts publics**
- les **abords des voies offrant des perspectives paysagères**

=> cette nouvelle mesure impacte **19 mobiliers urbains** d'ores et déjà déployés sur le territoire *via un contrat public* (11 mobiliers urbains d'information de 2m<sup>2</sup>, 1 mobilier urbain d'information de 8m<sup>2</sup> et 7 abris-voyageurs)

### ❖ Une limitation du format de publicité autorisé sur mobilier urbain à 2m<sup>2</sup> dans la plupart des zones du RLPi (sauf zones 6 et 7)

=> cette mesure impacte **26 mobiliers urbains d'informations de 8m<sup>2</sup>** (sur les 27 prévus au contrat) sur le territoire, mobiliers permettant de relayer l'information institutionnelle des collectivités auprès des usagers.

#### ZONE 1 PUBLICITE

##### Article P.1.1 : Définition

La zone 1 couvre sur toutes les communes de Grand Poitiers les sites classés, les sites inscrits au titre du paysage naturel présentant un caractère naturel affirmé, les zones définies dans le cadre du réseau européen Natura 2000, les zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF), les espaces naturels sensibles (ENS), les espaces gérés par le Conservatoire régional d'espaces naturels (CREN), les zones de protection de biotope fixées par arrêté préfectoral, les **abords immédiats des grands parcs et espaces verts publics**, les parties non urbanisées des vallées et les **abords des voies offrant des perspectives paysagères**.

##### Article P.1.2 : Publicité

Toute forme de publicité est interdite.

##### Article P.2.3 : Publicité sur mobilier urbain

Sa surface est limitée à **2 mètres carrés**.

Exemple en zone 2 du RLPi

❖ Un dispositif soumis au risque interprétatif fragilisant de nombreux mobiliers urbains en zones 2 et 4 (articles P.2.3 et P.4.4 du RLPI)

Le mobilier urbain support de publicité ne devra pas s'implanter dans les **cônes de vues** ouverts permettant de percevoir la silhouette de la ville, sa géomorphologie, ses bâtiments remarquables. Les dispositifs sont autorisés sous réserve qu'ils **ne viennent pas s'inscrire et/ou perturber la lecture des continuités paysagères arborées et/ou végétalisées présentes sur l'axe considéré**. Ils ne doivent pas conduire à la suppression ou la réduction de l'ampleur des sujets arborés ou la réduction des espaces végétalisés en pleine terre sauf nécessité de service publics (notamment abri voyageurs). La nature et les conditions d'insertion du dispositif doivent **éviter les perturbations pour l'avifaune, les chiroptères...** notamment en cas de recours à des dispositifs lumineux.

=> **Implantation de mobiliers urbains proscrite :**

- dans les « *cônes de vues ouverts permettant de percevoir la silhouette de la ville, sa géomorphologie, ses bâtiments remarquables [...]* »,
- si « *inscription et/ou perturbation de la lecture des continuités paysagères arborées et/ou végétalisées* »;
- Si « *suppression ou réduction de l'ampleur des sujets arborés ou réduction des espaces végétalisés en pleine terre* » sauf pour nécessité de service public (abri-voyageurs notamment)

**Problématique : Grande insécurité juridique liée à l'interprétation de cette clause dont la rédaction est à ce jour très large**

(contraire à l'impératif constitutionnel d'intelligibilité et de clarté de la norme : voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N° 17PA23182)

- « **Cônes de vues ouverts** » :
  - Pas de cônes de vues ouverts matérialisés sur le plan de zonage
  - Pas de définition du cône de vue (ni de son point de part, ni de son orientation, ni de la partie de l'objet en cause)
- **Les éléments visibles dans le cône de vue portant interdiction d'implantation**
  - Pas de définition de la silhouette de la ville (acception large, universelle et sans limite)
  - Pas de définition de la continuité paysagère
  - Pas de définition de l'acception géomorphologie appliquée au RLPI (la géomorphologie étant une science)
  - Pas de définition de l'ampleur d'un sujet arboré

**Risque : clause pouvant conduire à proscrire de manière générale la publicité**

=> nous recensons **23 mobiliers urbains d'information de 2m²** et **4 abris-voyageurs** en zone 4 susceptibles de se trouver dans ces cônes de vues sensibles et/ou espaces végétalisés et dont la définition est sujette à interprétation.

=> l'article P.6.2 : « *Protection des espaces sensibles* » n'est pas opposable au mobilier urbain support de publicité à titre accessoire (≠ dispositif publicitaire – voir argumentaire en amont)

### ❖ Diverses contraintes d'implantation :

- vis-à-vis des **colonnes porte-affiches**, ces dernières devant être nécessairement « **situées sur une place ou à proximité d'un établissement culturel ou sportif** » (articles P.4.4 alinéa 1er et P.5.5 du règlement) ;
- Vis-à-vis des **mobiliers urbains de surface de publicité supérieure à 2m<sup>2</sup>** :
  - **proscrits à moins de 150 mètres d'une intersection en zone 6** (article P.6.8 du RLPi)  
=> **Cette mesure impacte 11 mobiliers urbains d'informations 8m<sup>2</sup> en zone 6**
  - soumis à une **interdistance de 300 mètres entre-eux en zones 6 et 7** (articles P.6.8 et P.7.7)

#### Article P.4.4 : Publicité sur mobilier urbain

La surface du mobilier urbain est limitée à 2 mètres carrés, à l'exception des colonnes porte-affiches situées sur une place ou à proximité d'un établissement culturel ou sportif dont la surface est limitée à 12 mètres carrés.

#### Article P.6.8 : Publicité sur mobilier urbain

Tout dispositif situé à moins de 150 mètres d'une intersection est limité à une surface de 2 mètres carrés.

La surface est limitée à 8 mètres carrés. La surface des dispositifs est limitée à 10,5 mètres carrés.

Une interdistance de 300 mètres est à respecter entre deux dispositifs de surface supérieure à 2 mètres carrés, à l'exclusion des abri-voyageurs.

A Jaunay-Marigny, Chauvigny et Lusignan, la surface est limitée à 2 mètres carrés.

Exemple en zone 6 du RLPi

Pour rappel, les collectivités **maîtrisent les installations de mobilier urbain sur leur domaine public** : type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre de leur **contrat public**.

Le mobilier urbain est par ailleurs très contraint par les règles prévues dans la réglementation nationale. De plus, il ne supporte de la publicité qu'à **titre accessoire** eu égard à ses fonctions conformément aux dispositions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.



### Nos propositions :

1. Préserver la possibilité pour les villes de communiquer sur mobilier urbain en plaçant, dans un article général, **le mobilier urbain publicitaire sous le régime prévu par la réglementation nationale** (articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement) permettant de l'autoriser en toutes zones agglomérées du RLPi

⇒ en zone 1, autoriser expressément le mobilier urbain uniquement dans les lieux éligibles (abords immédiats des grands parcs et espaces verts publics, abords des voies offrant des perspectives paysagères alors non proscrits par la réglementation nationale) en amendant l'article P.1.2 du RLPi comme suit :

*« Article P.1.2 : Publicité*

***A l'exception du mobilier urbain support de publicité à titre accessoire qui demeure autorisé sous réserve des dispositions prévues par la réglementation nationale, toute forme de publicité est interdite ».***

2. **Supprimer toute limitation du format de publicité pouvant être apposé sur le mobilier urbain ;**
3. **Supprimer le dispositif** prévu à l'alinéa 2 des articles P.2.3 et P.4.4 du règlement à l'égard du mobilier urbain eu égard au risque interprétatif  
*=> A défaut, exception d'application aux abris-voyageurs et aux mobiliers urbains d'informations et matérialisation des cônes de vue ouverts*
4. **Supprimer les diverses contraintes d'implantation relevées à l'égard du mobilier urbain.**

**=> Objectif : Préservation du libre choix des villes de déterminer le mobilier urbain publicitaire qu'elles souhaitent voir déployer/maintenir sur leur territoire dans le cadre des contrats de mobiliers urbains.**

### III . Sur les contraintes opposables aux dispositifs publicitaires scellés au sol

Parce que le mobilier urbain publicitaire ne peut être assimilé à un « dispositif publicitaire » (= support exclusivement publicitaire), nous comprenons que l'ensemble des dispositions relatives à la « publicité scellée au sol » prévu au RLPi (articles P.6.6 et P.7.5 notamment) **ne sont pas opposables au mobilier urbain publicitaire**.

Article P.7.5 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La surface totale des dispositifs est limitée à 4 mètres carrés.

A Chasseneuil-du Poitou, au droit de la RD910, ils ne doivent pas être implantés dans une bande de 25 mètres à compter de l'axe de la voie.

A Jaunay-Marigny, ils sont implantés dans une bande de 20 mètres de la limite du domaine public. La hauteur maximale des dispositifs est limitée à 5,5 mètres.

A Chauvigny et Lusignan, elle est interdite.

Article P.6.6 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Tout dispositif situé à moins de 150 mètres d'une intersection est limité à une surface de 2 mètres carrés.

La surface totale des dispositifs est limitée à 4 mètres carrés.

A Chasseneuil-du Poitou, au droit de la RD910, ils ne doivent pas être implantés dans une bande de 25 mètres à compter de l'axe de la voie.

A Jaunay-Marigny, la hauteur des dispositifs est limitée à 5,5 mètres.

A Chauvigny et Lusignan, elle est interdite.

**Notre préconisation** : en vue d'assurer la bonne compréhension et lisibilité du futur RLPi, insérer la mention « *hors mobilier urbain* » dans l'intitulé des deux articles susmentionnés

## IV . Sur le mobilier urbain numérique

Nous relevons l'intention de la collectivité de **proscrire de manière générale la publicité numérique apposée sur mobilier urbain** (article P.P du RLPi).

P.P : Publicité numérique

La publicité numérique est interdite sur le mobilier urbain et dans les lieux exempts d'éclairage public.

Or, la publicité numérique sur propriété privée est autorisée en zones 6 et 7 (articles P.6.9 et P.7.8 du RLPi).

Placé au service de la communication de la collectivité, le mobilier urbain numérique offre une nouvelle expérience de la Ville et devient alors le vecteur d'une **prise de parole contextualisée, réactive, diffusée en temps réel**.

Par ailleurs, accessible à tous les annonceurs, notamment pour les commerces de proximité, le mobilier urbain numérique est particulièrement efficace pour **valoriser l'économie locale** et ce, tout particulièrement dans la période de relance économique.

=> chaque commune dispose de la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobilier urbain numérique (autorisation du maire au cas par cas et compte tenu du « *cadre de vie environnant* » - article R581-15 du Code de l'environnement), il n'apparaît donc pas nécessaire de l'interdire par principe dans l'ensemble des zones du RLPi

**Notre proposition : Supprimer l'article P.P du RLPi et autoriser le mobilier urbain numérique dans l'ensemble des zones agglomérées de plus de 10 000 habitants, conformément à l'article R.581-42 du Code de l'environnement**

## V . Sur l'interdiction de la publicité lumineuse et éclairée dans les lieux exempts d'éclairage public

Nous relevons l'intention du Grand Poitiers de proscrire la publicité lumineuse, et notamment la publicité éclairée par transparence, dans les lieux exempts d'éclairage public et ce, sans tenir compte du cas spécifique du mobilier urbain (article P.O du RLPI).

P.O : Publicité lumineuse

La publicité lumineuse et celle éclairée par projection ou transparence sont interdites dans les lieux exempts d'éclairage public.

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.

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).

**Notre proposition :**

→ **maintenir la possibilité d'éclairer les mobiliers urbains publicitaires dans les lieux exempts d'éclairage public et modifier l'article P.O en ce sens**

## VI . Remarques complémentaires

⇒ Dans la mesure où les actuelles orientations du projet de RLPi risquent de mettre en péril les actuels contrats de mobiliers urbains conclus sur le périmètre du Grand Poitiers, nous préconisons d'insérer une **disposition particulière transitoire** permettant de préserver les contrats en cours et différer leur mise en application aux futurs contrats de mobiliers urbains concernés. Cette dernière pourrait s'inspirer des règlements locaux de publicité applicables notamment à Paris ou dans la Communauté d'agglomération Bourges Plus :

- **RLP de Paris :**

- « - P3.8.2 - Dispositions particulières

- Les mobiliers d'information non publicitaire à caractère général ou local de 8 m<sup>2</sup> seront permis jusqu'au 31 décembre 2017. »*

- **RLPi CA Bourges Plus :**

- « Article 2.6 : Publicité sur mobilier urbain

- Les publicités sont admises sur le mobilier urbain. Leur surface unitaire ne peut excéder 2 mètres carrés à l'exception des dispositifs de 8 mètres carrés destinés à la communication municipale, existant à la date d'approbation du présent règlement, qui peuvent être maintenus jusqu'au 1er mars 2025 ».*

## V . Synthèse des impacts du projet de RLPi sur le contrat mobilier urbain Poitiers/Grand Poitiers en cours

		ZP1 Les espaces naturels	ZP4 Le patrimoine architectural	ZP5 Les quartiers résidentiels	ZP6 Les voies structurantes	TOTAL CONTRAT	TOTAL PERTES FINALES
-96%	Mobiliers Urbains 8 M <sup>2</sup>	1	9**	5**	11***	27	26
-31%	Mobiliers urbains 2 M <sup>2</sup>	11	23*			110	34
-8%	Abris 2 m <sup>2</sup>	7	4			140	11

\* Cause : dans cônes de vues sensibles /espaces végétalisés, interprétation très incertaine potentielle interdiction générale

\*\* Cause : limitation à 2m<sup>2</sup>

\*\*\* MAJ avec règle des 150m d'une intersection

**Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal**  
**Enquête publique – Mars 2022**

