

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Bahreïn
Belgique
Bolivie
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Cote d'Ivoire
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Émirats Arabes Unis
Équateur
Espagne
Estonie
Eswatini
États-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Hongrie
Inde
Indonésie
Italie
Japon
Kazakhstan
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
Salvador
Singapour
Soudan
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Monsieur le Commissaire enquêteur

Bureau 217 du Centre Administratif « les Grands Bureaux »
45 rue Edouard Vaillant
62800 Liévin

Marc en Baroeul, le 25 octobre 2022

Lettre recommandée avec accusé de réception n° 1A 181 555 9067 3 et adressé par courriel à plu@lievin.fr

Objet : Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Commune de Liévin.

A l'attention de Monsieur Jean-Marc DUMORTIER, Commissaire enquêteur

Monsieur le Commissaire enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Commune de Liévin.

Le RLP 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 et points de vigilance sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

Le futur RLP de la Commune de Liévin est à nos yeux un vrai tournant et a de grandes ambitions auxquelles nous adhérons totalement.

Au préalable, il importe de rappeler que 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 que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

Qui plus est, parce que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** via un contrat public, il convient de ne pas limiter au sein du futur RLP les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur le territoire.

JCDecaux France
17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France
Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79 - www.jcdecaux.fr

Société par Actions Simplifiée au capital de 8 241 689,67 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

A défaut, toute limitation aurait pour conséquence immédiate de compromettre le financement du mobilier urbain par la publicité et ainsi de restreindre les moyens de communication et les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir sur le territoire et qui ne peuvent à ce jour être identifiés.

Souhaitant apporter notre contribution, nous vous formulons ci-après quelques propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du projet de texte. Pour plus de clarté, nos propositions sont reprises dans un document de synthèse ci-joint et dont les préconisations ont pour objectif de faire du futur RLP de la Commune de Liévin un règlement durable, lisible et limitant tout risque d'incertitude juridique liée à son application.

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

Nous vous adressons, Monsieur le Commissaire enquêteur, nos respectueuses salutations

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Lionnel Evrard".

Lionnel EVRARD
Directeur régional

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



Remarques liminaires :

Il importe de rappeler, que contrairement aux autres dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** :

- dans le cadre du contrat public qui en définit le **nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et l'implantation** ;
- au titre des autorisations d'occupation du domaine public qui permettent à la collectivité de **valider les implantations, emplacement par emplacement** ;
- dans les **périmètres protégés** (sites patrimoniaux remarquables, abords des monuments historiques, les sites classés ou en instance de classement et les réserves naturelles) via les déclarations préalables du Code de l'urbanisme (DPCU) après avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

Le Règlement Local de Publicité (RLP), document local de référence en matière de publicité extérieure, doit à ce titre permettre l'évolutivité des besoins de la collectivité ainsi que de ses objectifs dans le cadre, notamment, de la gestion de son parc de mobiliers urbains.

Ainsi, restreindre au sein d'un RLP les conditions d'exploitation du mobilier urbain risquerait :

- de remettre en cause l'implantation de mobiliers urbains déjà en place sur le territoire ;
- de rompre les services d'information et de communication qui leur sont rattachés ;
- de remettre en cause l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobilier urbains, **les recettes publicitaires concourant au financement d'un service public continu et proche des usagers.**

- I. Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire**
- II. Sur le régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relatives de publicité**
- III. Sur les conditions d'exploitation publicitaire du mobilier urbain**
- IV. Sur la publicité numérique sur mobilier urbain**

Notre proposition :**→ Compte tenu de la spécificité du mobilier urbain et afin de garantir la lisibilité et la sécurité juridique du futur RLP :**

- Préciser dans le lexique du RLP la définition de « **mobilier urbain** » :
 - « **Le mobilier urbain** comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir à **titre accessoire de la publicité en agglomération**. Il s'agit des abris destinés au public, 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 et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local. »

→ **Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement.**

II. 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 (périètre délimité des abords (PDA) ou à défaut, périmètre de 500m en visibilité 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

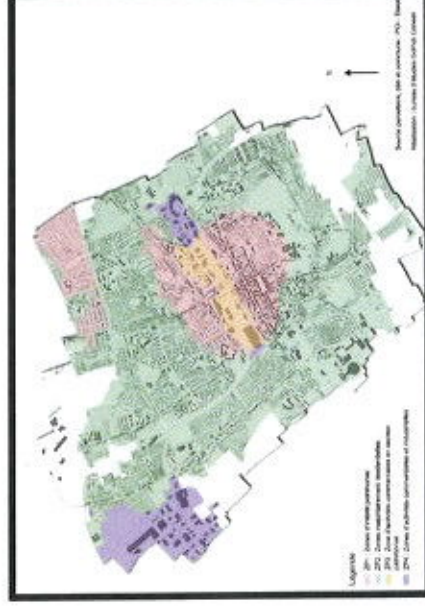


* Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016, le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques est porté de 100 à 500m

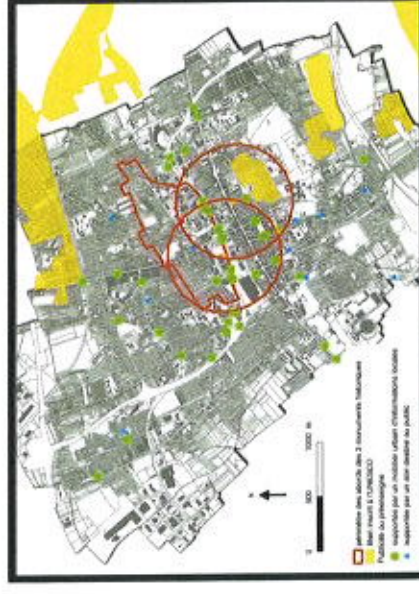
→ Implantation mobilier urbain = accord de la ville (après concertation avec l'opérateur) + accord des ABF en périmètres protégés

Constat terrain :

- Trois abords de monuments historiques ;
- Sites inscrits.



Plan de zonage « publicité » de la commune de Liévin



Interdictions relatives de publicités existantes sur le territoire de la commune de Liévin

Le RLP de Liévin identifie les zones d'interdictions relatives de publicités **uniquement en ZP1 et ZP3** et autorise en conséquence expressément le mobilier urbain dans ces zones. Cela démontre la volonté de la collectivité de pouvoir bénéficier de mobiliers urbains financés par la publicité sur l'ensemble du territoire où le mobilier urbain est autorisé.

Par dérogation à l'article L581-8 du code de l'environnement, les publicités ou préenseignes supportées à titre accessoire par des abris destinés au public, des mâts et colonnes porte-affiches ou des kiosques à journaux ou à usage commercial ainsi que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques seront autorisés dans les parties agglomérées des périmètres de protection des abords des monuments historiques concernant le territoire de Liévin.

Alinéa 1 des articles 6 et 16 du règlement du RLP

Et ce, en cohérence avec le fait que :

- ✓ la Ville maîtrise les installations de mobilier urbain sur son domaine public : type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre du **contrat public**
- ✓ la Ville et l'ABF (en SPR et dans les abords de monuments historiques notamment) autorise au cas par cas toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée et ce même lorsque ce dernier fait l'objet d'une levée expresse de l'interdiction relative dans le cadre du RLP.

Notre proposition :

- **Autoriser au sein du RLP, de manière expresse et en toutes zones, la publicité sur mobilier urbain :**

« *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 ;
- **Perte d'espaces de communication de la Ville ;**
- **Perte d'une source de financement** participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

III. Sur les conditions d'exploitation publicitaire du mobilier urbain

En ZP1, ZP2 et ZP3, tel que rédigé, la surface unitaire de publicité autorisée sur mobilier urbain d'information est limitée à **2m²** et sa hauteur à **3 mètres**.

Les publicités ou présentoirs supportées à titre accessoire par du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques ne pourront avoir une surface unitaire excédant 2 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Extraits des articles 6, 12 et 16 du règlement du RLP

Le format étant entièrement maîtrisé par les contrats de mobiliers urbains, nous proposons de maintenir la réglementation nationale sur les formats afin que la collectivité puisse choisir **le format de communication le plus adapté au regard du cadre environnant**.

Notre proposition :

- Maintenir les règles de format visées par le Code de l'environnement pour le mobilier urbain en toutes zones où la publicité sur mobilier urbain est autorisée.

Afin de :

- Préserver la possibilité pour la collectivité de communiquer sur mobilier urbain d'information de grand format (8m² affiche – 6 mètres de hauteur) en ZP1, ZP2 et ZP3.

Objectifs :

- Préserver le libre choix de la collectivité de déterminer le mobilier urbain publicitaire qu'elle souhaitera voir déployer sur son territoire dans le cadre de son contrat de mobiliers urbains ;
- Assurer la bonne lisibilité et visibilité de la communication institutionnelle sur le territoire ;
- Limiter les impacts économiques sur l'équilibre économique du marché de mobiliers urbains actuel, et éventuelles contributions financières de la collectivité.

IV. Sur la publicité numérique sur mobilier urbain

Nous relevons au projet la présence d'une **règle interdisant la publicité numérique sur mobilier urbain en ZP1, ZP2 et ZP3**.

Or, placé au service de la communication de la Commune, le mobilier urbain supportant de la publicité numérique offre une nouvelle expérience 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 supportant de la publicité numérique est particulièrement efficace pour **valoriser l'économie locale**.

En plus de l'entier contrôle par la collectivité, la Commune dispose par ailleurs de la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains supportant de la publicité numérique sur son territoire, au titre des autorisations préalables délivrées par le maire au cas par cas et compte tenu du « *cadre de vie environnant* » (article R. 581-15 du Code de l'environnement).

Enfin, la Collectivité et l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) peuvent, notamment dans les SPR et les abords de monuments historiques, refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée, même lorsque ce dernier est autorisé par le biais de son RLP/RLPi.

Il est ainsi essentiel de **maintenir le libre choix pour la Commune, de déployer ou non, de la publicité numérique sur mobilier urbain sur son territoire**.

Notre proposition :

- **Autoriser en toutes zones, la publicité numérique sur mobilier urbain, conformément aux dispositions prévues par les articles R. 581-42 à 47 du Code de l'environnement et dont les conditions d'exploitation seront, en tout état de cause, entièrement régies par contrat.**