
TR: REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) DE FREJUS

De : Quesne Patrice <patrice.quesne@jcdecaux.com>
Objet : TR: REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) DE FREJUS
À : rlpfrejus@ville-frejus.fr

mar., 22 sept. 2020 15:16
📎 2 pièces jointes

De : Lussiez Maryline <Maryline.Lussiez@jcdecaux.com>
Envoyé : lundi 21 septembre 2020 15:32
À : rlpfrejus@ville-frejus.fr
Objet : TR: REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) DE FREJUS
Importance : Haute

Monsieur le Commissaire -enquêteur,

Dans le cadre de l'enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de Fréjus, vous trouverez en pièce jointe, notre courrier ainsi qu'un document de synthèse formulant quelques propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du projet de texte.

Envoi de l'original ce jour en recommandé avec accusé de réception n° **2C 104 825 7092 2**.

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

Antoine MOULIN
JCDecaux France
Directeur Régional Sud P.A.C.A.

Les informations jointes sont confidentielles et ne doivent être communiquées qu'à la(les) personne(s) indiquée(s) ci-dessus. Si vous n'êtes pas le(s) destinataire(s) de ce message, sachez que toute utilisation, copie ou communication de ce message peut entraîner des poursuites. Si vous avez reçu ce message par erreur, nous vous remercions d'en informer l'expéditeur immédiatement en répondant à son message et de le supprimer de votre ordinateur.

— **contribution MU EP 21.9.2020.pptx**
1 Mo

— **Révision RLP Fréjus .pdf**
494 ko

JCDecaux

Communication
Extérieure

Mairie de Fréjus
Place Formigé
CS70108
83608 FREJUS CEDEX

Cagnes Sur Mer, le 21 septembre 2020

Lettre recommandée avec accusé de réception n°2C 104 825 7092 2 et envoi par courriel à : rlp@ville-frejus.fr

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

A l'attention de M. Albert PENET, 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 Fréjus.

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

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

D'une part, il entérinera la volonté de la loi Grenelle II de doter la commune d'un règlement cohérent, tout en garantissant les spécificités propres à son territoire.

D'autre part, la Commune entend traiter les nouveaux dispositifs issus de la loi Grenelle II. Pour le mobilier urbain, il s'agit de la publicité numérique.

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 concernée via un contrat public, il est indispensable de ne pas limiter au sein du RLP les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur le territoire.

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 communal et qui ne peuvent à date 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. Ces derniers sont repris, pour plus de clarté, dans un document de synthèse ci-joint et dont les préconisations ont pour objectif de faire du futur RLP de Fréjus un règlement durable, lisible et limitant tout risque d'incertitude juridique liée à son application à venir.

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



JCDecaux France
Siège Social : 17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
Dir. Rég. Côte d'Azur : 7 Avenue du Mercantour - CS 80056 - 06801 Cagnes-sur-Mer - France
Tél. : +33 (0)4 93 32 61 61 - Fax : +33 (0)4 93 32 89 66
www.jcdecaux.com

Société par Actions Simplifiée au capital de 7 022 546,69 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

Afrique du Sud
Algérie
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Azərbaycan
Bahreïn
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Islande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Lesotho
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
Russie
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Swaziland
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

**Contribution à la révision du Règlement Local de Publicité
Enquête publique – Septembre 2020**



**Remarque préliminaire :**

Partenaire contractuel de la Commune de Fréjus, 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, la remise en cause d'emplacements et/ou des conditions d'exploitation du mobilier urbain par le futur RLP serait particulièrement préjudiciable à l'équilibre économique dudit contrat et risquerait par ailleurs de perturber la cohérence du réseau de communication dont bénéficie la commune ce jour dans le cadre de sa communication institutionnelle. En outre, les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains pourraient, selon les circonstances, ne plus pouvoir financer l'information municipale et les abris-voyageurs.

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** ;
- conditions d'exploitation.

Ces caractéristiques sont en effet déterminées par contrat public.

→ 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.

→ **A noter : malgré un 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.**

Une spécificité qui se doit d'être garantie au sein du RLP



Le mobilier urbain ne supportant de la publicité qu'« à titre accessoire eu égard à [sa] fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), il bénéficie d'un régime juridique propre.

→ Le Code de l'environnement traite en effet de l'« *utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire* » dans une **sous-section distincte de celle des « dispositifs publicitaires »**.

→ La plus grande clarté dans la rédaction du RLP permet de **sécuriser l'exploitation publicitaire actuelle et à venir des mobiliers urbains** sur le territoire.

Notre recommandation :

- Maintenir l'actuel article 6 du projet de RLP qui tient compte de la spécificité du mobilier urbain
- Amender la définition du « Mobilier urbain » insérée au lexique du projet de RLP comme suit :

« *Le mobilier urbain comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité **à titre accessoire** 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* ».
- Modifier la syntaxe de l'article 4 du projet de RLP, cette dernière pouvant susciter une certaine confusion, le mobilier urbain supportant de la publicité à titre accessoire ne pouvant en effet être assimilé à un « dispositif publicitaire » à visée exclusivement publicitaire :

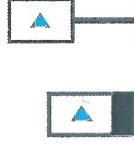
Article 4 Dispositions générales

Les dispositifs publicitaires, **excepté** la publicité apposée sur mobilier urbain, les enseignes et les préenseignes doivent avoir une intégration paysagère respectueuse de l'environnement :

- Les encadrements des dispositifs publicitaires et préenseignes, **excepté** la publicité apposée sur mobilier urbain, doivent être réalisés en couleur neutres et teintes discrètes. Les teintes de gris (RAL 7000) et marron (RAL 8000) seront privilégiées. Les couleurs fluorescentes sont interdites.

⇒ **Écrire plutôt :**

« **A l'exception de celles apposées sur mobilier urbain, les publicités, les enseignes et préenseignes doivent avoir une intégration paysagère respectueuse de l'environnement** »



II. Sur les contraintes d'exploitation du mobilier urbain numérique

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 en effet l'aval des services de la collectivité (= autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant » (article R.581-15 alinéa 2 du Code de l'environnement)).

Il est également à noter qu'en périmètres protégés (notamment Sites patrimoniaux remarquables et abords de monuments historiques), l'Architecte des Bâtiments de France sera également amené à se prononcer sur toute implantation de mobilier urbain.

⇒ ***Il est donc inutile que la commune contraigne à date ses choix alors qu'elle en dispose de l'entière maîtrise.***


La commune de Fréjus s'est récemment dotée de mobiliers urbains numériques dans le cadre de son contrat de mobiliers urbains.

Ainsi, 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.

Notre recommandation :

- Afin que la collectivité puisse maintenir les emplacements existants et/ou à venir de mobiliers urbains numériques, **nous préconisons d'autoriser, en toutes zones (hors noyaux historique identifié dans le projet : » secteur 1 du site patrimonial remarquable ») ce type de mobilier et de le soumettre aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement.**
En conséquence, il conviendra de modifier l'article 10 du projet et de faire préciser l'article 21 en ce sens.

- Il est à rappeler que l'application du régime de la publicité est conditionnée par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée et que le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune (CE, 26/11/2012, Ministre de l'écologie, du développement durable et du logement c/ Sté Avenir, req. n°352916), nous préconisons donc de **réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain numérique en ZP3** dite « agglomération secondaire » ce dernier y demeurant autorisé (la commune de Fréjus recense 52 672 habitants, chiffres INSEE 2017).



4 mobiliers urbains numériques
2m² en AVAP
(hors secteur 1)

III . Sur l’extinction de la publicité lumineuse apposée sur mobilier urbain

Les publicités lumineuses supportées par les abris destinés au public sont éteintes entre 1 heure et 6 heures toute l'année.

Les publicités lumineuses, à l'exception de celles apposées sur les abris destinés au public, sont éteintes :

- entre 23 heures et 7 heures du 15 octobre au 14 mai ;
- entre minuit et 6 heures du 15 mai au 14 octobre.

Le projet de RLP prévoit une extinction des publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain (hors abris) entre 23 heures et 7 heures en « basse saison » et entre minuit et 6 heures en « haute saison ».

Or, 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).

Notre recommandation :

- Tenir compte du régime prévu par la Réglementation nationale à l’égard du mobilier urbain publicitaire (article R.581-35 du Code de l’environnement)
- A défaut, placer l’ensemble des cinq types de mobiliers urbains sous le même régime d’extinction (extinction 1h-6h toute l’année)