

Communication
Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Bahrein
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée du Sud
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
Koweït
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Nicaragua
Nigéria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouzbékistan
Panama
Paraguay
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 le Commissaire-Enquêteur
Règlement Local de Publicité
Mairie de VAUVERT
2 place de la Libération et du 8 Mai 45
30600 VAUVERT

Montpellier, le 27 juin 2025

Lettre recommandée avec accusé de réception et courriel anticipé à
registre-enquete@vauvert.com

Objet : Enquête publique sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité de Vauvert

A l'attention de Monsieur Jean-Pierre DELORME, commissaire-enquêteur

Monsieur le commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du RLP de la commune de Vauvert. Partenaire des collectivités, nous souhaiterions vous faire part de quelques observations sur les futures règles relatives au mobilier urbain.

Traité de manière spécifique par les textes (sous-section dédiée à l'« utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire » au sein du Code de l'environnement), le **mobilier urbain n'est pas un « dispositif publicitaire »** (c'est-à-dire, un dispositif principalement, voire exclusivement, dédié à de la publicité commerciale).

Support de publicité qu'« à titre accessoire » (article R.581-42 du Code de l'environnement), le mobilier urbain a pour fonction principale de répondre aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et d'apporter des services aux usagers (*abris voyageurs et service public des transports – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, mobiliers d'informations et service public de l'information – Conseil d'Etat 10 juillet 1996 « Coisne », requête n°140606*).

Cette spécificité a d'ailleurs été rappelée par les juges qui considèrent que « le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la

publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° 19NC02575, plus récemment TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Rennes, 13 avril 2023, requête n°2003094).

Le mobilier urbain ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens. Ce sont les recettes publicitaires du mobilier urbain qui permettent de financer le modèle (installation, entretien, maintenance des mobiliers urbains tout au long du contrat) et les services qui lui sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques...), le tout participant à l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains.

En outre, contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** :

- par **contrat public** qui définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation ;
- au titre des **autorisations d'occupation du domaine public** afférentes qui permettent à la collectivité concernée de valider au cas par cas les implantations ;
- par le biais des **formulaire d'autorisations préalables de publicité** prévus par le Code de l'environnement pour les implantations de mobiliers urbains numériques (CERFA n°14798*01) ;
- dans les périmètres protégés (notamment sites patrimoniaux remarquable et abords des monuments historiques) à l'appui des **déclarations préalables de travaux** prévues par le Code de l'urbanisme (CERFA n° 13404*10) qui sollicitent l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Dans ce contexte, le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, **toute restriction à son égard au sein d'un RLP demeure alors surabondante**. En effet, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine conserve à tout moment la possibilité de refuser une implantation sur son territoire, et ce même si le RLP l'autorise au départ. Il est donc important de ne pas figer au futur RLP des dispositions qui limiteraient les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire, celles-ci pouvant avoir pour conséquence immédiate de réduire le financement du mobilier urbain par la publicité et donc, de restreindre les services pouvant être offerts aux usagers.

Sur la forme, nous approuvons la démarche de la collectivité visant à prévoir au sein du futur RLP des dispositions propres à la « *publicité sur mobilier urbain* » au sein de chaque zone et ce, comme le prévoit le Code de l'environnement (sous-section dédiée au mobilier urbain).

Dans ce cadre, ce traitement spécifique du mobilier urbain pourrait être davantage explicité au RLP par l'insertion d'un article préliminaire pouvant être rédigé comme suit :

« La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seules dispositions visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres articles contenus dans le RLP ».

Sur le fond, nous regrettons que la commune n'ait pas, à ce stade, **réintroduit la possibilité d'apposer de la publicité sur mobilier urbain en ZPR0** (hors éléments de patrimoine de Gallician identifiés par le PLU et zones N et EBC demeurant proscrites) via l'article 9 du projet de RLP. En effet, cette zone recense notamment le périmètre délimité des abords (PDA) à l'intérieur duquel la publicité peut dûment être réintroduite conformément à l'article L.581-8 I du Code de l'environnement, ainsi que certaines entrées de villes et intersections importantes pour relayer efficacement les campagnes de communication de la commune supportées par le mobilier urbain.

Or, il est à rappeler que la collectivité conserve l'entière maîtrise des implantations de mobiliers urbains publicitaires dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix. Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire fait en effet l'objet d'une étude au cas par cas et d'un aval préalable des services avant toute installation. Qui plus est, dans les périmètres protégés (PDA notamment), l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France est requis. Ainsi, la collectivité, comme l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en périmètres protégés, peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée, même lorsque ce dernier serait autorisé par le biais du RLP.

Dans ce contexte, nous préconisons d'opérer au sein du futur RLP une **levée générale de l'interdiction relative de publicité dans le PDA vis-à-vis du mobilier urbain et de réintroduire la possibilité d'apposer de la publicité sur mobilier urbain en ZPR0**.

Par ailleurs, nous relevons la présence, à l'article 10.3 du RLP opposable en ZPR1, d'une interdiction de la publicité lumineuse et notamment de celle éclairée par projection ou transparence.

Sur ce point, nous comprenons, d'une part, que cette interdiction n'est pas opposable au mobilier urbain publicitaire, lequel est traité en amont au sein de l'article 10.2 du RL, d'autant que ce dernier est équipé, au plan national et de façon standardisée, d'une technologie d'éclairage par transparence.

D'une part, nous tenions à rappeler que le dernier alinéa de l'article R.581-34 I du code de l'environnement précise que la publicité éclairée par projection ou transparence, bien que qualifiable de publicité lumineuse, **répond au régime de la publicité non lumineuse** au sens de la réglementation publicitaire.

Aussi et afin d'assurer la bonne lisibilité et compréhension du futur RLP, nous préconisons de faire préciser ces points au sein du paragraphe « *publicité lumineuse* » inséré à l'article 10.3 du RLP.

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.

Julien MARTIN
Directeur régional Occitanie

