

## Communication

### Extérieure

Afrique du Sud  
Allemagne  
Angola  
Arabie Saoudite  
Australie  
Autriche  
Azerbaïdjan  
Bahrein  
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  
Nigeria  
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 Patrice Lainé, Commissaire enquêteur

Enquête publique portant sur l'élaboration du règlement local de publicité  
Hôtel de Ville,  
Place François Mitterrand,  
BP 76  
60109 Creil Cedex

Gennevilliers, le 14/06/2023

Lettre recommandée avec accusé de réception n°2C 145 809 6429 4 et envoi par courriel à :  
[elaborationrlp@mairie-creil.fr](mailto:elaborationrlp@mairie-creil.fr)

### Objet : Enquête publique portant sur l'élaboration du règlement local de publicité (RLP) de la Commune de Creil

*A l'attention de Monsieur Patrice Lainé, 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 Creil.

Le règlement local de publicité a en effet pour but d'encadrer les conditions d'exploitation publicitaire des mobiliers urbains, mis à disposition dans le cadre des procédures de mise en concurrence lancées par les collectivités. Ce document étant voué à perdurer dans le temps, nous souhaitons, ce jour, vous faire part de quelques observations sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

Comme le rappelle le lexique annexé au présent projet de RLP, le Code de l'environnement prévoit cinq types de mobiliers urbains susceptibles de recevoir de la publicité à titre accessoire (articles R.581-43 à R.581-47), à savoir :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel ;
- les mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ;
- les mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

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).

Les recettes publicitaires des mobiliers urbains permettent de financer l'ensemble des services qui leur sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, affichage culturel, journaux électroniques...) et font partie de l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobiliers urbains.

Supports de publicité « à titre accessoire eu égard à [leur] fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), ils ne peuvent donc être assimilés à un dispositif publicitaire « dont le principal objet » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement). Cette spécificité explique d'ailleurs le traitement distinct du mobilier urbain au sein du Code de l'environnement (sous-section spécifique « utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire ») de même qu'au sein du présent projet de RLP (articles spécifiques relatifs aux « Publicités et préenseignes apposées sur mobilier urbain » en toutes zones). En outre, le juge administratif rappelle la spécificité du mobilier urbain en considérant que « le mobilier urbain se différencie des

JCDecaux France

Siège social : 17, rue Soyer – 92 523 Neuilly Sur Seine cedex – France – Tél. : + 33 (0)1 30 79 79 79

Dir.Rég. IDF Nord : 19 Quai du Moulin de Cage – BP 57 – 92230 Gennevilliers – France

[www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com)

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

*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 »* (CAA Nancy, 19 octobre 2021, n°19NC02575 ; TA Orléans, 28 mars 2023, n°2002787).

Contrairement aux 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 (formulaire CERFA 13404\*10) après avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Le 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.

Par ailleurs, dans l'hypothèse d'un RLP favorable à l'exploitation publicitaire sur mobilier urbain, les collectivités disposent toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation *via* leur contrat.

**Or, nous relevons dans le présent projet de RLP, soumis à enquête publique, certaines dispositions à adapter afin de répondre aux objectifs présentés en amont.**

En premier lieu, en ZP1 et ZP4, tel que rédigé, nous relevons au projet de RLP la volonté de la collectivité de limiter à 2m<sup>2</sup> la surface unitaire de **publicité sur mobilier urbain d'informations** et sa hauteur à 3 mètres.

En tout état de cause, nous comprenons que les limitations de format de la publicité sur mobilier urbain renvoient à la **surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain hors encadrement** conformément à la « *Fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités* » publiée par le Ministère de la transition écologique et solidaire en novembre 2019 <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A9%20calcul-format-publicit%C3%A9.pdf>.

Toutefois, 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**.

Nous proposons donc de **maintenir les règles de format visées par le Code de l'environnement pour le mobilier urbain d'informations en toutes zones** afin de préserver la possibilité pour la collectivité de **communiquer sur mobilier urbain d'informations de grand format** (8m<sup>2</sup> d'affiche – 6 mètres de hauteur).

En deuxième lieu, à la lecture du projet de RLP, nous relevons la volonté de la collectivité de limiter à 2m<sup>2</sup> ou 6m<sup>2</sup> la surface unitaire de la **publicité numérique sur mobilier urbain** et sa hauteur à 3 ou 6 mètres selon zonage.

Or, placé au service de la communication de la collectivité, la publicité numérique sur mobilier urbain 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, la publicité numérique sur mobilier urbain est particulièrement utile et 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 Ville et l'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**.

JCDecaux France

Siège social : 17, rue Soyer – 92 523 Neuilly Sur Seine cedex – France – Tél. : + 33 (0)1 30 79 79 79

Dir.Rég. IDF Nord : 19 Quai du Moulin de Cage – BP 57 – 92230 Gennevilliers – France

[www.jcdecaux.com](http://www.jcdecaux.com)

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



Il est ainsi essentiel de maintenir le libre choix pour la commune de Creil, de déployer ou non et à l'avenir, de la publicité numérique sur mobilier urbain sur son territoire.

Nous proposons donc d'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.**

En dernier lieu, le projet de RLP dispose qu'en toutes zones « *Les publicités / préenseignes lumineuses sont éteintes entre 22h30 et 6h, y compris de celles supportées par le mobilier urbain à l'exception des publicités / préenseignes lumineuses apposées sur des abris destinés au public* » lesquelles « *sont éteintes entre 22h30 et 5h* ».

Or, dans sa nouvelle rédaction issue du décret n°2022-1294 du 5 octobre 2022 relatif notamment aux règles d'extinction des publicités lumineuses, l'article R.581-35 du Code de l'environnement prévoit, à compter du 1<sup>er</sup> juin 2023, une règle d'extinction entre 1 heure et 6 heures pour les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain, à l'exception de celles supportées par le mobilier affecté aux services de transports et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

Il importe par ailleurs de rappeler 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* » (Conseil d'Etat, 4 décembre 2013, n°357839).

Dans ce contexte, nous proposons **d'appliquer la réglementation nationale** issue du décret n°2022-1294 du 5 octobre 2022 selon laquelle « *Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.* »

A défaut de procéder à ces aménagements, la commune risquerait de se priver de leviers de financement par les recettes publicitaires et notamment des services d'information et de communication qu'est susceptible d'offrir le mobilier urbain sur son territoire.

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.

**Thierry COURRAULT**  
Directeur Régional

