

Monsieur le Commissaire-enquêteur
Mairie de Saint-Jean-d'Angély
1, place de l'Hôtel de Ville
17400 Saint-Jean-d'Angély

Paris, le 2 décembre 2022

À l'attention de Monsieur Dominique BERTIN

*Objet : révision du règlement local de publicité
Enquête publique*

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec un grand intérêt du projet de règlement local de publicité (RLP) de la commune de Saint-Jean-d'Angély arrêté en séance du Conseil municipal le 30 juin 2022 et soumis actuellement à enquête publique.

Toutefois, afin de mieux concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre. Cette obligation de conciliation est imposée en effet par le code de l'environnement.

Vous trouverez à cet effet, formulées ci-dessous, nos différentes propositions. Celles-ci demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

1. Dispositions générales

- Champ d'application

Le projet de règlement dispose, en son article 2 « *Champ d'application* », que :

« Constitue le dispositif, l'ensemble formé par l'affiche ou le message ainsi que tout ce qui permet son installation ou sa mise en valeur : socle, structure, cadre, moulure, élément de décor... »

La fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités publiée en octobre 2019 sur le site Internet du ministère de la Transition écologique et solidaire (<https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalit%C3%A9%20calcul-format-publicit%C3%A9.pdf>) a pour objectif de tirer les conséquences pratiques des deux décisions rendues en 2016 et en 2017 par le Conseil d'État sur les modalités de calcul des surfaces maximales des publicités, définies par le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes et codifiées dans le code de l'environnement.

Ainsi, les éléments accessoires (pieds, rampes d'éclairage, trappes de fonctionnement, moulures, encadrement...) qui n'ont pas principal objet de recevoir la publicité ne doivent pas être pris en compte dans le calcul de la surface, conformément à l'article L581-3 qui dispose que :

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ».

Pour toutes ces raisons, nous préconisons de modifier cette disposition et d'y exclure expressément les éléments accessoires.

- **Déclaration préalable**

L'article 4 « Conditions d'installation » du projet de règlement énonce que :

L'installation, voire le remplacement ou la modification d'un dispositif publicitaire doit se soumettre aux dispositions prévues par le Code de l'environnement. Ainsi, suivant le type, la nature et éventuellement la superficie du dispositif concerné peuvent être exigées :

- Une déclaration préalable (Cerfa n° 14799) ; celle-ci concerne l'installation, le remplacement ou la modification des publicités, quelles que soient leurs dimensions, et des préenseignes, dès lors que leurs dimensions excèdent 1.5 m de large ou 1 m de haut.
- Une autorisation préalable (Cerfa n° 14798) ; celle-ci concerne l'installation des publicités numériques et des enseignes.

L'article 4 du projet de règlement reproduit ci-dessus utilise le terme de « publicités » pour viser l'installation, le remplacement ou la modification d'un dispositif publicitaire.

Afin d'éviter tout risque juridique, nous préconisons de remplacer le terme « publicités » par celui de « dispositif publicitaire ».

2. Affichage de petit format intégré aux devantures commerciales

Le projet de règlement prévoit, en ZPR1 et ZPR2, les règles suivantes s'agissant de l'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales :

Dans cette zone sont possibles :

1. L'affichage de petit format (*microaffichage publicitaire*), aux conditions suivantes :
 - Surface d'affichage limitée à 0.5 m² ;
 - Densité limitée à un dispositif par établissement.

L'affichage de petit format est un mode de publicité réglementé par le règlement national de publicité (RNP) contenu dans le code de l'environnement. L'article L581-8 prévoit que : « La publicité ne peut recouvrir tout ou partie d'une baie. Toutefois, sous réserve de l'application de l'article L. 581-4 et du présent article, cette interdiction est levée pour les dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie ou lorsqu'il s'agit de la devanture d'un établissement temporairement fermé pour réfection ou à la suite d'une procédure de règlement judiciaire, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat. »

Ainsi, le régime juridique de l'affichage de petit format est directement précisé par le RNP. Ce dernier prévoit notamment (article R581-57) que « Les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581-8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces

cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés. »

De plus, la Cour administrative d'appel de Bordeaux a jugé que, en dehors des zones d'interdiction visées à l'article L581-4 et au I de l'article L581-8 du code de l'environnement, un RLP ne peut définir « *des zones dans lesquelles s'appliquent, s'agissant de la publicité sur les baies, des exceptions à l'interdiction plus restrictives que celles prévues par le règlement national de publicité* » (voir en ce sens, CAA Bordeaux, 26 avril 2021, N° 19BX01464 et TA Toulouse, 2 juillet 2021, N°1905615).

Sous réserve des interdictions prévues par l'article L581-4 et au I de l'article L581-8 du code de l'environnement, un RLP ne peut pas restreindre les conditions d'implantation de l'affichage de petit format, sans risquer une censure certaine par les juridictions administratives.

Pour toutes ces raisons, nous demandons d'appliquer les dispositions du règlement national de publicité s'agissant de l'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales.

3. Enseignes lumineuses et enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines

Le projet de règlement prévoit, s'agissant des enseignes lumineuses et des enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines, les règles suivantes :

6/ Enseigne numérique / lumineuses dans la devanture

Les enseignes numériques d'une surface supérieure à 0.15 m² sont limitées en nombre à une par établissement, et en surface à 0.5 m².

Les enseignes lumineuses dont la surface est inférieure à 0.15 m² sont limitées en nombre, de manière à ce que l'occultation totale de la baie, toutes enseignes prises en compte, n'excède pas 30%.

L'article L581-14-4 du code de l'environnement, issu de la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dispose que :

« Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

La section 6 du présent chapitre est applicable en cas de non-respect des prescriptions posées par le règlement local de publicité en application du présent article. »

Cet article permet à un RLP de réglementer, **selon quatre items**, les enseignes lumineuses et les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Les RLP ne doivent pas fragiliser davantage l'activité commerciale des villes. Dès lors, l'article L581-14-4 du code de l'environnement implique que les RLP puissent établir, le cas échéant, des prescriptions **mesurées et adaptées** à l'univers particulier que représentent les vitrines des commerces.

Cet univers spécifique est composé de dispositifs lumineux dont les formats sont particulièrement diversifiés. Ces dispositifs sont de différentes tailles car ils répondent à des objectifs différents : annonces immobilières, information horaires, informations produits, supports publicitaires et respectent un format standard ou non.



Une réglementation trop contraignante ne fera qu'accroître, pour les commerçants, le sentiment de contraintes administratives alors que la crise sanitaire a considérablement impacté l'activité des commerces, notamment pendant les périodes de confinement¹.

Or, les mesures prévues sont particulièrement inadaptées et peuvent être très préjudiciables pour certaines activités. En effet, les valeurs retenues ne correspondent absolument pas à la diversité des enseignes lumineuses et des enseignes numériques et s'apparentent, au contraire, à des interdictions déguisées.

Pour toutes ces raisons, nous suggérons de fixer une surface cumulée à 2 m² de l'/ des enseignes(s) lumineuses(s) et de l'/ des enseigne(s) numérique(s) implantée(s) derrière une vitrine ou baie. Cette proposition permet en effet d'appréhender ces univers diversifiés.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE

¹ Selon l'INSEE, « En mars 2020, le volume des ventes de l'ensemble du commerce chute (-18,4 % après -0,8 % en février). », note publiée le 29 mai 2020.