



**PRÉFET  
DE L'YONNE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Service de l'Animation des Politiques Publiques  
Interministérielles et de l'Environnement  
Bureau de l'Environnement**

**COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE,  
DES PAYSAGES ET DES SITES  
FORMATION « de la publicité »**

Consultation dématérialisée

Auxerre, le **04 JUIL. 2022**

Les membres de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) dans sa formation dite « de la publicité » ont été consultés, par voie électronique, du 14 au 30 juin 2022 à 16 heures sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du Grand Sénonais.

**S'est abstenu (1 voix) :**

- Monsieur Denis MOURLAM, de l'association de défense de l'environnement et de la nature de l'Yonne.

Il souligne qu'il aurait été pertinent que :

- le PLUiH soit d'abord adopté pour débattre de ce projet de règlement,
- les associations soient consultées lors de son élaboration. Il se positionne également contre les écrans lumineux dans les villes.

**Ont rendu un avis favorable au projet (4 voix) :**

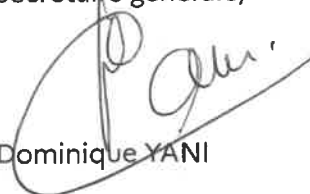
- Monsieur le Directeur départemental des territoires (DDT), qui précise que le document comporte quelques erreurs qui ne remettent pas en cause la légitimité de cet outil. Elles seront explicitées dans l'avis que rendra prochainement la DDT au titre des Personnes Publiques Associées (PPA),
- Monsieur le Chef de l'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine de l'Yonne, qui précise également que ses observations seront énumérées dans l'avis qu'il rendra au titre des PPA,
- Monsieur Jean-Luc LIVERNEAUX, maire de Gurgy,
- Monsieur Jean-Louis GAUJARD, maire de Villiers-Louis.

**Ont rendu un avis défavorable au projet (4 voix) :**

- Madame Catherine SCHMITT, de l'association Yonne Nature Environnement,
- Monsieur Hervé COUILLARD, de la société MPE-Avenir,
- Monsieur Christophe SIMONIN, de la société PUBLIMAT
- Madame Pamela PLANÇON, de la société IDEA Publicité.

Les observations formulées à l'appui de ces quatre avis défavorables sont annexées au présent compte-rendu.

Pour le Préfet et par délégation,  
La Sous-préfète,  
Secrétaire générale,



Dominique YANI

Madame

Ce sera un avis négatif pour Yonne Nature Environnement car ce règlement se base sur un document d'urbanisme à revoir ( réserves de l'Etat), que le règlement est trop permissif dans les secteurs protégés et qu'il permet la publicité numérique et lumineuse alors qu'il faudrait en réduire l'usage

Nous développerons lors de la consultation publique qui semble annoncée pour la fin de l'été  
Il n'y aucune urgence à délibérer en mode dematerialise d'autant que cette commission ne se réunit jamais.

Bien cordialement  
Catherine Schmitt



Bonjour,

Ce sera un avis négatif pour moi.

En ces temps compliqués, il est indispensable de préserver la visibilité de nos commerces, associations, et lieux touristiques.

Le RNP règlemente déjà la pose d'enseigne, les dimensions, l'implantation .....

Et la seule mise en place, ou mise en conformité de ce plan, permettra de réduire le "pollution visuelle", en démontant les dispositifs interdits.....

Sans pour autant desservir les commerces ayant des enseignes à ce jour autorisées.

Je pense que durcir ce règlement ne devrait être envisagé seulement qu'à partir de ce moment là, et surtout avec une solution concrète de remplacement.

Pour exemple : La ville d'Avallon a dû démonter l'ensemble de ses pré-enseignes, avec "la promesse" d'une mise en place d'une signalétique harmonieuse pour tous ses commerces. A ce jour, rien n'a été mis en place. Les commerces sont invisibles, dès lors que la rocade est empruntée.

Bonne réception

Paméla Plançon  
IDEA Publicité





29 JUIN 2022

ARRIVÉE

**Communication  
Extérieure**

Afrique du Sud  
Allemagne  
Angola  
Arabie Saoudite  
Australie  
Autriche  
Azerbaïdjan  
Bahreïn  
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  
Nigéria  
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

Préfecture de l'Yonne  
Place de la Préfecture – CS 80119  
89019 AUXERRE CEDEX

HEILLECOURT, le 28 juin 2022

**OBJET : CDNPS PUBLICITE – RLPi SENS**

Vos réf. : dossier suivi par [christine.stanley@yonne.gouv.fr](mailto:christine.stanley@yonne.gouv.fr)  
Nos réf. : HC/NR/Ext.2806/22  
**LR+AR – n° 1A 181 384 9740 1**

Madame, Monsieur,

Suite étude attentive du projet de RLPi tel qu'arrêté par la Communauté d'agglomération du Grand Sénonais le 24 mars dernier, nous relevons un certain nombre de points justifiant la formulation d'un avis défavorable de notre part.

Vous trouverez donc ci-après l'ensemble de nos observations.

- **Remarque préliminaire :** nous ne partageons pas la conclusion introduite dans le bilan de la concertation. En effet, nous regrettons l'absence d'organisation par la Communauté d'agglomération de réunions et/ou échanges avec les professionnels depuis mai 2021.

**« 4. CONCLUSION**

*Il apparaît au regard de ce bilan que les modalités de concertation définies par la délibération de prescription du RLPi du 20 décembre 2018 ont été mises en oeuvre tout au long de l'élaboration du projet de RLPi.*

*L'ensemble des remarques qui ont pu être faites au cours des réunions publiques ou par courrier/courriel ont été étudiées au cours du processus d'élaboration du projet et les principaux enjeux mis en avant par différents biais ont été intégrés à la réflexion des élus et pris en compte.*

*Si aucune doléance n'a été reçue par courrier, les réunions publiques ont offert permis le débat sur la place de la publicité sur le territoire du Grand Sénonais. Ainsi, d'une manière générale, les différents outils de concertations mis en place ont permis à la fois de partager de manière pédagogique les avancées du projet de RLPi avec le public et de porter à la connaissance des élus les préoccupations des habitants et des acteurs locaux.*





*Le bilan de cette concertation est donc positif. Il est destiné à être entériné par délibération du conseil communautaire du 16 mars 2022, dans le cadre de l'arrêt de projet de RLPi »*

- **Dispositions générales** : il est fait un renvoi erroné vers la loi du 29 décembre 1979. Cette loi ayant été abrogée, l'ensemble de la réglementation nationale de publicité est aujourd'hui régi par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « Loi Grenelle II » et depuis codifiée.

En outre, il est rappelé que **l'ensemble des dispositifs lumineux ne sont pas soumis au régime de l'autorisation préalable**. En effet, les dispositifs publicitaires lumineux éclairés par projection ou transparence demeurent soumis au régime déclaratif. Il conviendra d'insérer une précision à ce sujet dans le futur projet de règlement.

Par ailleurs, s'agissant des critères retenus pour se prononcer suite à une demande d'autorisation préalable, nous préconisons de reprendre les dispositions prévues à l'article R.581-15 du Code de l'environnement.

- **ART. DG2 : Plan**

*« En ce qui concerne la délimitation des zones, le plan de zonage du présent RLPi a valeur réglementaire. Il est lié au plan de zonage du PLUi-H. En cas d'évolution du zonage du PLUi-H, la délimitation des zones du présent règlement sera définie en fonction du nouveau zonage du PLUi-H et les documents graphiques du présent RLPi seront alors caducs. Notamment, s'agissant des zones à urbaniser délimitées au sein du PLUi-H et qui se situent hors agglomération : dès lors qu'une zone à urbaniser est ouverte à l'urbanisation elle devra être intégrée à la zone du RLPi correspondante et sera donc soumise aux prescriptions qui s'y appliquent ».*

Le plan de zonage du RLPi ne peut être lié au plan de zonage du PLUi-H. Au cas où le plan de zonage du RLPi devrait être amené à évoluer, une révision du RLPi serait obligatoirement requise.

En outre, nous préconisons de ne pas figer, à date, les zones hors agglomération au sein du plan de zonage du RLPi. Celles-ci demeurant placés sous couvert de l'article L.581-7 du Code de l'environnement (publicité interdite hors agglomération).

- **Délimitation des zones** : Nous souhaitons souligner ici la difficile appréhension des termes.

*« Délimitation des zones*

*Quand sur le plan, l'emprise d'une rue formant la limite entre deux zones est figurée dans une zone déterminée, les règles propres à cette zone s'appliquent sur une profondeur de 20 m de part et d'autre de la rue, sur les parcelles non bâties, les bâtiments, les clôtures\* et les installations de chantier, ainsi que sur les bâtiments ou clôtures en retour sur les voies débouchant dans ladite rue, et ce même si leur emprise est figurée sur la zone adjacente ».*

- **ART. DG5 : Qualité des dispositifs** : nous ne comprenons pas le renvoi opéré vers les dispositifs gonflables au sein du paragraphe sur la pérennité des aspects initiaux.
- **ART. DG7 : Entretien des dispositifs** : nous souhaitons rappeler ici que les passerelles sont un accessoire indispensable du dispositif publicitaire et ce, en vue d'assurer la



sécurité des agents d'affichage. Nous ne pouvons les proscrire pour cause de « laideur ».

« **Pour leur laideur**, les pollutions ou le danger qu'ils engendrent, les accessoires suivants sont interdits :

*passerelles fixes, jambes de force, gouttières à colle. Les passerelles amovibles ou repliables sont admises. Toutefois, elles ne pourront être maintenues (amovibles) ou déployées (repliables) en l'absence du personnel chargé des opérations d'affichage ou d'entretien. Tous les éléments composant le dispositif installé devront être parfaitement adaptés, ne pas présenter d'angles saillants, ni dépasser le cadre du mobilier ».*

- **ART. DG8 : Lieux d'interdiction de la publicité** : présence d'une interdiction de publicité « devant les bâtiments protégés ou éléments particuliers protégés » : demande de précision sur les bâtiments et éléments ainsi visés.

- **Lexique** :

*« Publicités de grand format : les publicités de grand format présentent une surface, hors tout\* maximum de 9,5 m<sup>2</sup> et ne peuvent s'élever à plus de 7,5 m du sol. Leur surface utile\* (affichable) est limitée à 8 m<sup>2</sup>, seul format commun aux entreprises d'affichage et de mobilier urbain\* publicitaire, sans pouvoir être inférieure à 7 m<sup>2</sup>.*

*Les publicités de grand format sont réalisées dans la proportion : largeur / hauteur = 4 / 3 = 1,333 (à 5% près).*

*Publicités de petit format : les publicités de petit format présentent une surface, hors tout\* inférieure ou égale à 3 m<sup>2</sup>. Leur surface utile\* (affichable) est limitée à 2 m<sup>2</sup>.*

*Les publicités de petit format sont réalisées dans la proportion : largeur / hauteur = 1,2 / 1,8 = 0,666 (à 5% près) ».*

Conformément au standard des dispositifs publicitaires employés à date par la profession, nous préconisons de prévoir une surface hors tout maximale de 10,50m<sup>2</sup> et ce, conformément à ce qu'indiqué au sein de la fiche ministérielle relative aux modalités de calcul des formats des publicités. Par ailleurs, il serait souhaitable de supprimer la règle de proportionnalité entre hauteur et largeur, inadaptée aux standards de matériels déployés par la profession au plan national. Enfin, nous nous interrogeons sur la qualification des dispositifs d'affichage 4m<sup>2</sup>.

**Publicité lumineuse** : publicité lumineuse à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet (exemple : néons sur les toits, écrans vidéo). La publicité lumineuse se décline en 3 catégories :

- publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence ;
- publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence (néons) ;
- publicités numériques (écrans numériques composés de diodes, leds, téléviseurs géants etc et présentant des images fixes, images animées ou vidéos).

Il y a lieu de tenir compte des nouvelles technologies d'éclairage par transparence (type LED notamment).

Sur le format, nous proposons de reprendre la notion de surface utile vis-à-vis du mobilier urbain (surface d'affiche hors encadrement) et ce, conformément à la fiche ministérielle précitée et au lexique du RLPi.

- **Art. 2.4 : implantation des dispositifs lumineux** : afin de ne pas fragiliser les implantations de mobilier urbain, nous vous conseillons de reprendre l'article R.581-



42 alinéa 4 vis-à-vis du mobilier urbain, ces implantations demeurant sous l'entier contrôle de la collectivité.

• **ART. 2.4 : Implantation des dispositifs lumineux**

• Les publicités lumineuses, éclairées ou bruyantes sont interdites à moins de 10 mètres d'une baie de maison d'habitation située sur un fonds voisin.

- **Article 2.5 :** nous comprenons que la collectivité souhaite le maintien des dispositions prévues à l'article R.581-35 du Code de l'environnement.

« ART. 2.5 : Règles d'extinction

*Les publicités et enseignes lumineuses doivent être éteintes en journée ».*

- **Article 2.6 :** nous nous interrogeons sur la présence d'une coquille rédactionnelle.

« ART. 2.6 : Principe de densité sur le domaine privé

Secteur A

- **Un seul dispositif de publicité murale ou scellée au sol** est autorisé sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public **est inférieur ou égal à 100 mètres linéaires**.
- **Les publicités scellées au sol sont interdites** sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public **est inférieur ou égal à 20 mètres linéaires ».**
- **Nous comprenons que le mobilier urbain publicitaire n'est pas soumis aux règles de densité et de covisibilité prévues sur le domaine public (pour exemple, articles 2.7 et 2.8 du RLPi), ce dernier n'étant pas soumis à la règle de densité prévue par les textes. Il conviendra donc de préciser ce point au RLPi, le mobilier urbain demeurant notamment sous contrôle de la collectivité concernée via contrat public (emplacements, design, ...).**

*En effet, il importe de rappeler que l'implantation du mobilier urbain sur domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de supports publicitaires, d'être entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité via contrat public.*

*Dans ce contexte, toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLPi demeure surabondante, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine, autorisant ou non l'implantation du mobilier urbain publicitaire sur son territoire, et ce même si le RLPi l'autorise au départ.*

*Ce dernier étant déjà très réglementé et contrôlé, l'ajout de contraintes supplémentaires dans le cadre du futur RLPi ne seraient alors que superflues, voire inadaptées aux besoins futurs des collectivités, ces derniers restant encadrés dans le cadre des contrats de mobiliers urbains.*

*Nous préconisons donc de maintenir le mobilier urbain publicitaire sous le régime prévu par la réglementation nationale.*

- **Nous préconisons de ne pas soumettre le mobilier urbain aux dispositions prévues à l'égard des publicités scellées au sol, le mobilier urbain demeurant sous l'entier**



*contrôle de la collectivité concernée via contrat (emplacements, design, coloris, orientations...)*

- **Installation de publicités sur bâtiment d'habitation : cette distinction n'existe plus dans la réglementation nationale.**

• **ART. 2.11 : Dispositions relatives aux pignons et façades**

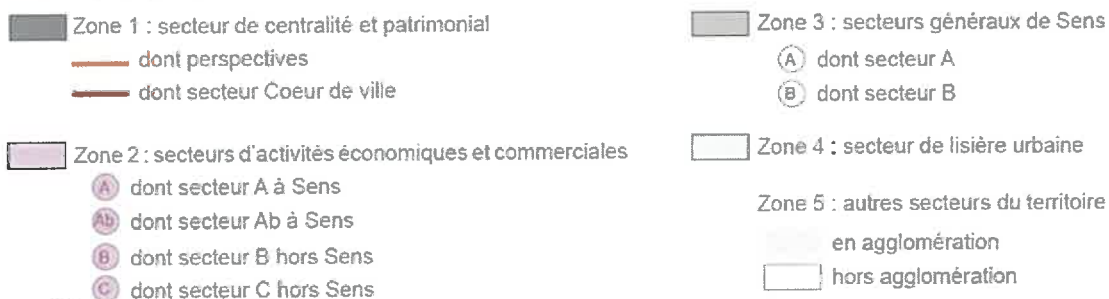
- Les publicités sont admises sur les pignons ou façades, aux conditions suivantes :

• **Bâtiments d'habitation**

Si ces pignons et façades ne comportent aucune baie d'une surface unitaire supérieure à 0.50 m<sup>2</sup> ; Dans le but de protéger les constructions traditionnelles de petite taille, pour le présent règlement, un bâtiment d'habitation se définit par sa destination initiale (en relation avec son apparence) quel que soit son usage actuel.

- **Zonage et dispositions propres à chaque zone très complexes, voire incompréhensibles (exemple en zone 2 où il existe de fortes contradictions entre ce qui est interdit et autorisé)**

*Plan de répartition des zones à l'échelle intercommunale.*



Restant à votre entière disposition, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, en l'expression de nos salutations distinguées.

Hervé COUILLARD  
 Directeur Régional





Après étude du RLPI de la Communauté d'Agglomération du Grand Sénonais, nous émettons un avis défavorable à ce projet.

Ci-jointes nos observations réalisées en collaboration avec notre syndicat SNPE.

Nous restons à votre disposition,

Bien cordialement.

**Jean-Christophe SIMONIN**

ligne gsm : 06 75 38 87 86 / courriel : [jc.simonin@publimat3.fr](mailto:jc.simonin@publimat3.fr)

**PUBLIMAT 3** Solutions d’Affichage  
VOTRE AFFICHEUR LOCAL

Pensez à l'environnement, n'imprimez ce message que si nécessaire.

Ce message et toutes les pièces jointes (y compris le "message") sont confidentiels et destinés à l'attention exclusive de ses destinataires. Son contenu ne représente en aucun cas un engagement de notre part. Toute publication, utilisation ou diffusion, même partielle, doit être autorisée préalablement par l'expéditeur. Tout message électronique est susceptible d'altération. Nous déclinons toute responsabilité au titre de ce message s'il a été altéré, déformé ou faussé. Si vous n'êtes pas destinataire de ce message, merci d'en aviser immédiatement l'expéditeur.





## RLPI DU GRAND SENONAI

### OBSERVATIONS SNPE

#### CDNPS

Les entreprises adhérentes du Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) ont pris connaissance avec une très grande inquiétude des grandes orientations du projet de règlement intercommunal de la publicité de l'Agglomération du Grand Sénonais.

Ce RLPI ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes de l'Agglomération et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux.

L'application cumulée de règles d'implantation inadaptées ont pour conséquence une interdiction déguisée de la publicité, notamment en ZP2 et ZP3, et une perte de patrimoine de l'ordre de 90 %, ce que nous ne pouvons accepter.

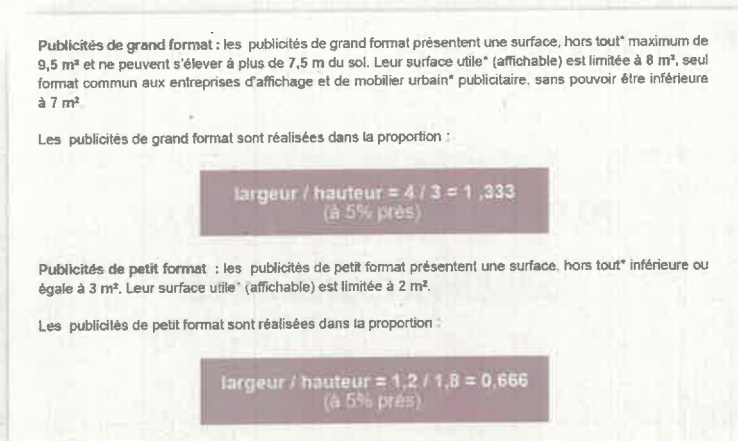
Ce projet est également porteur d'erreurs de droit et d'appréciation qui doivent être purgées afin qu'elles n'entachent pas d'illégalité le règlement lors de son application :

- **Limitation du format des dispositifs publicitaires à 9,50m<sup>2</sup>, encadrement compris.** (Cf. Article DG-9 – lexique : définition de la surface hors tout des publicités)
- **Règle d'interdistance et de covisibilité entre supports scellés au sol engendrant une discrimination entre les publicités et les enseignes scellées au sol et entre les publicités scellées au sol et les mobiliers urbains publicitaires.** (Cf. Articles 2.8, 3.4 et 5.6 –Principe de covisibilité entre supports)

Il est regrettable qu'aucune étude d'impact préalable n'ait été présentée afin d'éclairer les choix qui auraient été les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et d'évaluer les conséquences qui peuvent être raisonnablement attendues pour chacune des parties concernées.

## FORMAT DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Le projet de règlement limite la surface de la publicité à 9,50 m<sup>2</sup> hors tout.



La surface « hors-tout » correspond à la surface de l'ensemble du dispositif publicitaire comportant à la fois le message (sur la surface utile) et son encadrement.

Tel que le règlement est rédigé, les trappes de fonctionnement dans lesquelles sont insérés le moteur et le rouleau comportant les affiches sont incluses dans cette surface.

La trappe de fonctionnement des dispositifs publicitaires déroulants est visuellement intégrée dans l'encadrement et présente une surface de 1m<sup>2</sup>.

Les surfaces cumulées de l'encadrement et de la trappe de fonctionnement excèdent 9,50m<sup>2</sup>.

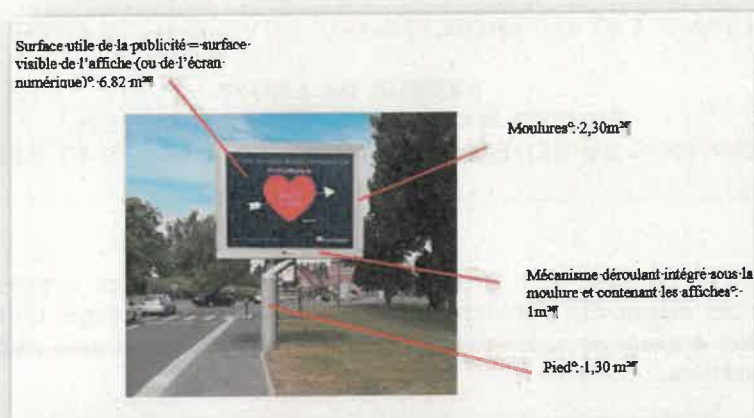
### **Rappel des formats standards actuels des dispositifs publicitaires**

#### **(Moulures et trappe de fonctionnement comprises)**

Les formats des dispositifs publicitaires ont été standardisés depuis trente-cinq ans.

- **Dispositifs publicitaires de 2m<sup>2</sup> :**
  - Format moyen de la publicité : 1,97 m<sup>2</sup> ;
  - Format moyen du dispositif encadrement compris : 3 m<sup>2</sup>.
- **Dispositifs publicitaires de 4m<sup>2</sup> :**
  - Format moyen de la publicité : 3,96 m<sup>2</sup> ;
  - Format moyen du dispositif encadrement compris : 4,7 m<sup>2</sup>.
- **Dispositifs publicitaires de 8m<sup>2</sup> :**
  - Format moyen de la publicité : 6,92 m<sup>2</sup> ;
  - Format moyen du dispositif encadrement compris : 10,50 m<sup>2</sup>.

Vous trouverez ci-dessous les côtes d'un dispositif publicitaire « standard » et « déroulant » dit de 8m<sup>2</sup> qui présentent une surface encadrement et trappe de fonctionnement compris de 10,50m<sup>2</sup> mais présentant bien une surface d'affiche de 8m<sup>2</sup> maximum.



Un projet de décret portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités et des enseignes est en cours d'élaboration par le Ministère de la Transition Écologique et a fait l'objet d'une consultation publique en décembre 2021. Il sera adopté prochainement.

Ce projet de décret clarifie tout d'abord les modalités de calcul de la surface unitaire des publicités afin de lever toute ambiguïté d'interprétation du droit, en intégrant dans le code de l'environnement la jurisprudence « Oxial » de 2016 du Conseil d'État, selon laquelle cette surface s'apprécie en prenant en compte l'encadrement et tout dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité.

**Sont ainsi exclues du calcul du format les accessoires de fonctionnement (rampes d'éclairage, trappe de fonctionnement réceptionnant les affiches) et les pieds.**

Le RLPI ne respectent pas ces futures dispositions en ce qu'il intègre dans la surface des dispositifs publicitaires leurs éléments de fonctionnement et par conséquent les trappes de fonctionnement dans lesquelles sont insérés le moteur et le rouleau comportant les affiches.

La Cour administrative d'appel de Nancy a pourtant considéré que « Pour calculer cette surface unitaire, il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier (cf. Conseil d'Etat, 20 octobre 2016, n°395494). En revanche, il n'y a pas lieu de prendre en compte les éléments auxquels est accroché ou fixé le panneau constituant le dispositif publicitaire, dès lors que leur principal objet est de soutenir celui-ci et non de recevoir la publicité. » (CAA de Nancy, 1ère chambre, 18 mai 2017, n° 16NC00986)

Le principal objet de la trappe de fonctionnement des dispositifs publicitaires déroulant est de contenir les rouleaux de défilement des affiches et non de recevoir de la publicité.

### **Proposition SNPE**

**Préciser que la surface hors tout maximale des dispositifs publicitaires est de 10,50m<sup>2</sup>**



## ARTICLES 2.8, 3.4 et 5.6

### INTERDISTANCE ET INTERDICTION DE COVISIBILITE ENTRE SUPPORTS

#### ERREUR DE DROIT ERREUR MANIFESTE D'APPRECIATION DISCRIMINATION AU BENEFICE DU MOBILIER URBAIN ET DES ENSEIGNES

Le projet de RLPI contient une erreur de droit en ce que ses articles 2.8, 3.4 et 5.6 assujettissent les dispositifs publicitaires scellés au sol à une règle d'interdistance de 60 mètres avec les enseignes scellées au sol et les mobiliers urbains publicitaires dès lors qu'ils sont covisibles.

#### • ART. 3.4 : Principe de covisibilité

- Lorsque les dispositifs muraux ou scellés au sol (sur le domaine privé et sur le domaine public) sont situés dans le même champ de visibilité, ils devront respecter entre eux une distance minimum de 60 mètres. Ils ne pourront être implantés à moins de 60 m d'une enseigne scellée au sol préexistante.

### UNE REGLE D'INTERDISTANCE ILLEGALE

Le nouvel article R.581-25 du code de l'environnement édicte désormais une règle de densité des publicités fondée sur le linéaire de façade des unités foncières.

Dans son rapport, qui a inspiré la réforme du code de l'environnement, dans sa partie relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, le Sénateur Ambroise Dupont a rappelé que « *la règle d'interdistance est d'une part complexe à appliquer et à contrôler sur le terrain, et d'autre part contestable au regard des principes de concurrence car elle peut aboutir à un abus de position dominante en mettant en place un gel des emplacements disponibles et en subordonnant la légalité d'un dispositif aux implantations déjà existantes* ».

S'appuyant sur l'avis rendu par le Conseil d'Etat le 22 novembre 2000 (L&P c/ commune de Bayonne), le Sénateur Ambroise Dupont a ainsi estimé que la liberté du commerce et de l'industrie, ainsi que les règles de concurrence, plaident en faveur d'une règle de densité « *en termes de nombre de dispositifs en fonction du linéaire de façade* ». (Rapport du Sénateur Ambroise Dupont à Madame Chantal Jouanno, Secrétaire d'Etat à l'Ecologie, et Monsieur Hubert Falco, Secrétaire d'Etat à l'Aménagement du Territoire – Juin 2009)

C'est précisément sur les bases de ce rapport que le nouvel article R.581-25 du code de l'environnement a été rédigé.

En outre, aux termes de l'article L.581-14, le règlement local de publicité « *définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* ».

Un règlement local de publicité n'est pas habilité par le pouvoir législatif à édicter des règles non expressément établies par le règlement national. Ce que confirme l'article R.581-74 du code de l'environnement en précisant que le règlement local de publicité comprend les prescriptions « *adaptant* » les dispositions dudit code.

Si un règlement local de publicité ne peut désormais comporter que des dispositions plus restrictives que celle du règlement national, il ne peut toutefois instituer une nouvelle règle de densité qui ne serait pas au cas d'espèce fondée sur un linéaire de façade des unités foncières dans le strict respect de l'article R.581-25 du code de l'environnement (cf. *Par analogie zone ND - CE - 18 janvier 1993 - Lioté - req. n° 94 430 et TA de Pau - 16 mai 2002 - Bayonne Publicité - req. n° 99 1464*).

**UNE DISCRIMINATION ILLEGALE AU BENEFICE DES ENSEIGNES SCHELLES AU SOL ET DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE**

**UNE INTERDICTION DEGUISEE DE LA PUBLICITE SCHELLEE AU SOL**

Les axes inscrits notamment en ZP2 et en ZP3 sont à forte dominante tertiaire et la plupart des unités foncières sur lesquelles sont implantées des publicités scellées au sol disposent déjà d'une enseigne scellée au sol.

Au droit de ces unités foncières sont également implantés des mobiliers urbains publicitaires.

L'interdiction du cumul de ces supports a pour effet de rendre illégale la quasi-totalité des publicités scellées au sol implantées dans des zones où elles ont pourtant toute leur légitimité.

Cette interdiction de cumul entre supports covisibles procède non seulement d'une erreur de droit mais également d'une erreur manifeste d'appréciation en ce qu'elle emporte, à elle seule, l'interdiction quasi générale et absolue de la publicité scellée au sol dans les zones où elle s'applique.

Elle engendre également une inégalité de traitement entre ces supports et un risque de discrimination dans son application.

L'article L.581-18 du code de l'environnement prévoit que :

*« Le règlement local de publicité mentionné à l'article L. 581-14 peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat. »*

Cette possibilité de réglementer les enseignes ne constitue pas une obligation d'autant plus que l'édiction d'un RLP a pour effet immédiat de soumettre l'installation des enseignes à autorisation préalables même si le RLP ne comporte aucune prescription applicable aux enseignes. (*CE - 10 février 1995 - UPE - req. n° 143 663*).

Le juge administratif estime que les enseignes scellées au sol portent atteinte au cadre de vie dans des conditions identiques à celle d'un dispositif publicitaire scellé au sol. (*TA Versailles - 30 janvier 1996 - Préfet des Yvelines - req. n° 93 6490*).

Au cas de l'espèce, le juge administratif a ainsi estimé qu'un RLP qui interdit les dispositifs publicitaires et non les enseignes introduisait une discrimination illégale entre ces deux supports.

Le droit à bénéficier d'une enseigne scellée ne peut ainsi avoir pour conséquence une interdiction d'un dispositif publicitaire scellé au sol.

Ces observations et conséquences s'appliquent également pour les mobiliers urbains publicitaires.

Les juridictions administratives critiquent désormais régulièrement la discrimination dont profite le mobilier urbain publicitaire au regard des objectifs de protection du cadre urbain et de l'environnement (CAA – 30 janvier 2003 – Commune de Fréjus – req. n° 99MA00568)

Le Conseil d'Etat a dans un avis de principe rappelé qu'un RLP ne peut avoir pour conséquence de créer une position dominante sur un marché pertinent et qu'il appartient à ce règlement de ne pas porter aux règles de concurrence des atteintes non justifiées au regard des objectifs de droit de l'affichage. (CE Sect. Avis 22 novembre 2000 soc. L&P Publicité, AJDA 2001, p.198, note M-C Rouault)

*1/ Dès lors que l'exercice de pouvoirs de police administrative est susceptible d'affecter des activités de production, de distribution ou de services, la circonstance que les mesures de police ont pour objectif la protection de l'ordre public ou, dans certains cas, la sauvegarde des intérêts spécifiques que l'administration a pour mission de protéger ou de garantir n'exonère pas l'autorité investie de ces pouvoirs de police de l'obligation de prendre en compte également la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence. Il appartient au juge de l'excès de pouvoir d'apprécier la légalité de ces mesures de police administrative en recherchant si elles ont été prises compte tenu de l'ensemble de ces objectifs et de ces règles et si elles en ont fait, en les combinant, une exacte application.*

*2/ La réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte peut, en vertu de l'article 10 de la loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, "déterminer dans quelles conditions et sur quels emplacements la publicité est seulement admise" et "interdire la publicité ou des catégories de publicité définies en fonction des procédés et dispositifs utilisés". Tout en ayant pour objectif la protection du cadre de vie, elle est susceptible d'affecter l'activité économique de l'affichage. Dès lors un maire, lorsqu'il réglemente cette activité dans une zone de publicité restreinte, doit prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence, dans les conditions mentionnées ci-dessus.*

*3/ Si la réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte ne peut légalement avoir par elle-même pour objet de créer une position dominante sur un marché pertinent, elle peut avoir un tel effet, notamment par la limitation du nombre des emplacements d'affichage. Toutefois la création d'une position dominante par l'effet de la réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte n'est incompatible avec le respect des dispositions relatives à la concurrence que si cette réglementation conduit nécessairement à l'exploitation de la position dominante de manière abusive. Il résulte de ce qui précède qu'il appartient au maire, lorsqu'il réglemente la publicité sur le territoire de sa commune, de veiller à ce que les mesures de police prises par lui ne portent aux règles de concurrence que les atteintes justifiées au regard des objectifs de la réglementation de l'affichage.*



Au titre de l'article L.581-1 du code de l'environnement, un règlement local de publicité se doit de concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression rappelée par l'article L.581-1 du code de l'environnement et d'autre part, la protection du cadre de vie.

Si un régime strict d'interdiction est particulièrement justifié dans les sites les plus sensibles des communes de l'agglomération, un régime excessivement contraignant notamment dans les secteurs commerciaux et le long des principaux axes de communication de la commune de Sens est en revanche disproportionné.

Les articles 2.8, 3.4 et 5.6 du RLPi sont à cet égard non conformes à l'avis rendu par le Conseil d'Etat, qui a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.

#### **Proposition SNPE**

**Retrait des articles 2.8, 3.4 et 5.6**

