



**RLP DIGNE LES BAINS**  
**ENQUÊTE PUBLIQUE**  
**OBSERVATIONS SNPE**

**Résumé des règles du projet de RLP en matière de publicité**

	Zone 1 Centre-ville	Zone 2 Grands axes et zones d'activité	Zone 3 Secteurs résidentiels
Publicité sur mur de clôture	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité non lumineuse murale	Interdite	4,60 m <sup>2</sup>	Interdite
Publicité non lumineuse scellée au sol	Interdite	4,60 m <sup>2</sup>	Interdite
Chevalets	Admis	Admis	Admis
Publicité sur mobilier urbain	Règlement national	Règlement national	Règlement national

**RAPPEL DU PRINCIPE DE LA LIBERTÉ D’AFFICHAGE**

L'article L.581-1 du code de l'environnement dispose que : « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur* »

À ce titre, un règlement local de publicité se doit de concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression 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, un régime excessivement contraignant notamment dans les secteurs commerciaux et le long des principaux axes de communication des communes nous paraît en revanche disproportionné.

Tel qu'il est rédigé aujourd'hui, le projet de règlement est à cet égard non conforme 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 (CE Sect. Avis 22 novembre 2000 soc. L&P Publicité, AJDA 2001, p.198, note M-C Rouault).

Le Conseil d'Etat considère en effet :

*« I. 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.*

*II. 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.*

## **INEGALITE DE TRAITEMENT DOMAINE PUBLIC/DOMAINE PRIVE**

Dans le silence du texte, le projet de RLP de Digne les Bains ne soumet la publicité sur mobilier urbain à aucune restriction en matière de format et de densité.

La publicité sur mobilier urbain est donc autorisée jusqu'au format de 10,50 m<sup>2</sup> dans toute la commune y compris dans les zones les plus sensibles.

La publicité sur les propriétés privées est quant à elle limitée au format 4,60 m<sup>2</sup> et dans la seule ZP2 (Axes structurants et zones d'activités).

**Le projet de RLPi engendre une inégalité de traitement domaniale entre le domaine public et les propriétés privées de la commune qui bénéficiera au mobilier urbain publicitaire.**

Aux termes de l'article L.581-3 du code de l'environnement constitue de la publicité les dispositifs dont le « principal objet » est de recevoir des inscriptions, formes ou images, destinées à informer le public ou à attirer son attention.

Les dispositions de cet article ne font pas de distinction entre des messages émanant des acteurs publics ou privés : tous constituent de la publicité à laquelle doivent également être assimilés les dispositifs dont le principal objet est de recevoir ces messages destinés à informer le public.

L'objet principal du mobilier urbain d'information est en tous point semblable à celui des dispositifs strictement publicitaires implantés sur le domaine privé puisqu'il s'agit également de délivrer un message destiné à informer le public.

Si les abris destinés au public et les kiosques à journaux ont un autre objet principal qui est d'abriter les voyageurs et de vendre de la presse, les autres catégories de mobilier urbain publicitaire ont uniquement pour objet de recevoir des inscriptions, formes ou images, qu'ils émanent de l'autorité concédante ou proviennent de la sphère économique.

Leur objet principal est bien, et uniquement, de communiquer de l'information. A la lecture de l'article L.581-3 du code de l'environnement, les mobiliers urbains d'information sont donc des dispositifs dont le principal objet est de recevoir des inscriptions, formes ou images destinés à l'information du public, qu'elles soient commerciales ou non.

Certes, au terme d'une jurisprudence constante du Conseil d'État, « *Le principe d'égalité de traitement ne s'oppose pas à ce que l'autorité investie du pouvoir réglementaire règle de façon différente des situations différentes, pourvu que la différence de traitement qui en résulte soit en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit et ne soit pas manifestement disproportionnée au regard des différences de situation susceptibles de la justifier* » (cf. p. ex. CE, 21 juin 2019, n° 420376).

Mais en l'espèce, l'argument qui consisterait à soutenir que des différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne saurait être recevable.

En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires.

### **A support identique, réglementation identique**



**Mobilier urbain publicitaire**



**Publicité scellée au sol sur domaine privé**

Le régime particulièrement restrictif réservé au domaine privé de la commune situé en ZP2 ne peut trouver sa justification dans la protection du cadre de vie au regard du régime particulièrement souple réservé aux mobiliers urbains publicitaires dans cette même zone, et procède non seulement d'une erreur manifeste d'appréciation mais également d'une erreur de droit en ce qu'elle affecte l'activité économique de l'affichage sans prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence.

Le mobilier urbain sera donc à terme le seul support publicitaire admis dans cette commune, lequel est généralement réservé aux annonceurs nationaux, au détriment donc des commerces de proximité de la commune qui n'auront pas les moyens financiers d'utiliser ce type de support et ne pourront plus se tourner vers un autre.

Le RLP de Digne les Bains est à cet égard non conforme à l'avis du 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 (*CE Sect. Avis 22 novembre 2000 soc. L&P Publicité, AJDA 2001, p.198, note M-C Rouault*).

### **Proposition SNPE**

#### **Parité de traitement domaniale**

## **FORMAT DES PUBLICITES EN ZP2**

### **Axes structurants et Zones d'activités**

#### Article 2.1 : Définition de la zone

La zone 2 est constituée :

- par certains grands axes de circulation. La zone s'étend jusqu'à 30 mètres de part et d'autre des voies, à compter du fil d'eau ;
- par les zones d'activité à vocation essentiellement commerciale.

#### **A. La publicité**

#### Article 2.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La surface des publicités n'excède pas 4,60 mètres carrés.

Leur hauteur hors-tout ne peut excéder 5 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche.

La commune de Digne les Bains dénombre plus de 10 000 habitants, et aucune considération tirée de la protection du cadre vie ne justifie la limitation en ZP2 de la publicité à un format de 4,6 m<sup>2</sup> encadrement compris, au regard du régime particulièrement souple réservé au mobilier urbain publicitaire, et qui ne permet plus en outre le maintien des dispositifs publicitaires déroulants et sous vitre, éclairés par transparence et garantissant pourtant une meilleure intégration de la publicité dans l'environnement urbain.

La limitation du format à 4,60m<sup>2</sup> moulures comprises dans toutes les zones d'activités et commerciale de la commune va bien au-delà d'une simple adaptation du règlement national aux particularités de cette zone qui ne présente pas, par ailleurs, de caractéristiques environnementales et esthétiques particulières, ni en matière de bâti, ni en matière de voirie, ni en matière paysagère.

Il est au contraire plus logique de privilégier la publicité dans les zones d'activités commerciales, là où elle prend toute sa légitimité, où se trouvent les consommateurs et où les enjeux de protection du cadre de vie sont moindres.

Cette interdiction procède non seulement d'une erreur manifeste d'appréciation mais d'une erreur de droit en ce qu'elle affecte l'activité économique de l'affichage sans prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence.

### **Proposition SNPE**

#### **Parité de traitement domaniale**

**Porter à 10,50 m<sup>2</sup>** le format des publicités en ZP2 (format de l'affiche 8 m<sup>2</sup>).

## **COULEUR DE L'ENCADREMENT DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES**

La couleur des matériels (pieds, moulures, habillage) est neutre (gris ou beige). Un aspect métallisé mat ou brillant est admis pour les moulures.

Le projet de RLPI impose que l'encadrement des dispositifs publicitaires soient de teinte neutre, grise ou beige.

La couleur de l'encadrement des dispositifs publicitaires est spécifique à chaque entreprise et permet d'en identifier la raison sociale.

Imposer exclusivement cette teinte reviendrait à privilégier les opérateurs qui commercialisent déjà leur matériel dans la couleur imposée.

Afin de ne pas imposer une gamme de couleur qui risquerait de privilégier un opérateur, nous vous produisons la gamme de couleur des dispositifs commercialisée par nos adhérents afin qu'elles soient prises en compte par votre règlement :

Type de dispositifs	RAL
Dispositifs traditionnels	Jaune : 1021 Gris : 7015, 7016 et 7022 Blanc : 9010
Dispositifs déroulants	Bleu : 5011 Gris : 7016 Blanc : 9010
Mobiliers urbains publicitaires	Gris : 7016

### **Proposition SNPE**

#### **Proposition de rédaction**

**La couleur des supports doit s'intégrer parfaitement dans l'environnement du lieu où les dispositifs sont installés et doit être sobre et neutre. Les couleurs fluorescentes sont interdites.**

## **LES PASSERELLES DE SÉCURITÉ**

Article C.4 : Caractéristiques esthétiques de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Lorsque sa surface est supérieure à 2 mètres carrés, le dispositif repose sur un pied unique vertical, dont la largeur n'excède pas 0,80 mètre.

Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles. Lorsque le dispositif est simple face, son dos est carrossé et ne doit pas présenter de séparation visible avec la face exploitée.

Les fondations en béton et les socles d'ancrage ne sont pas apparents.  
Les passerelles ou les échelles mécaniques sont interdites.

L'article C.4 interdit les passerelles de sécurités des dispositifs publicitaires scellés au sol.

Le projet de RLP devra veiller à ne pas avoir pour effet d'interdire les accessoires de publicité et notamment les passerelles qui permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail.

### **Proposition SNPE**

**Préciser que les passerelles devront être repliables dès lors qu'elles sont visibles depuis la voie publique.**