

# JCDecaux

*Monsieur René JEANNE*

**Président de la Commission d'Enquête  
TOULOUSE METROPOLE**

Enquête publique portant sur le RLPi

Domaine de la Planification et de la Programmation

6, rue René Leduc

BP 35821

**31505 - TOULOUSE Cedex 5**

Lettre RAR N° 1A 137 949 5221 9 - anticipée par mail à [enquete.publique-RLPi@toulouse-metropole.fr](mailto:enquete.publique-RLPi@toulouse-metropole.fr)

Toulouse, le 4 juin 2018

N/Réf. : TP/SCD - 8700/18

**Objet** : Enquête publique portant sur l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal de Toulouse

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) initiée par Toulouse Métropole.

A ce titre, nous avons pris connaissance des orientations que la Ville souhaite donner à ce futur RLPi lors de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites du 13 décembre dernier à laquelle nous étions présents, ainsi qu'à la lecture du projet de règlement soumis à enquête publique.

Nous souhaitons porter à votre connaissance les observations suivantes.

Il importe de rappeler que 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**).

En effet, conformément aux articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement, il existe cinq types de mobiliers urbains pouvant, à titre accessoire, supporter de la publicité, à savoir : les abris-voyageurs, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, les colonnes et mâts porte-affiches ainsi que les mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires.

A ce titre, dans un modèle d'optimisation budgétaire, il est à noter que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

Cette spécificité explique que la réglementation relative à la publicité extérieure traite le mobilier urbain de manière distincte des « dispositifs publicitaires classiques ».

JCDecaux France

Siège Social : 17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79

Dir. Rég. Midi Pyrénées : 111, chemin de Virebent - 31000 Toulouse - France

Tél. : +33 (0)5 34 25 53 63 - Fax : +33 (0)5 34 25 53 69

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

Société par Actions Simplifiée au capital de 7 022 549.69 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

## Communication Extérieure

Afrique du Sud  
Algérie  
Allemagne  
Angola  
Arabie Saoudite  
Argentine  
Australie  
Autriche  
Azerbaïdjan  
Belgique  
Botswana  
Brésil  
Bulgarie  
Cameroun  
Canada  
Chili  
Chine  
Colombie  
Corée  
Costa Rica  
Croatie  
Danemark  
Emirats Arabes Unis  
Espagne  
Estonie  
Etats-Unis  
Finlande  
**France**  
Guatemala  
Hongrie  
Inde  
Irlande  
Islande  
Israël  
Italie  
Japon  
Kazakhstan  
Lesotho  
Lettonie  
Lituanie  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Maurice  
Mexique  
Mongolie  
Mozambique  
Namibie  
Norvège  
Oman  
Ouganda  
Ouzbékistan  
Panama  
Pays-Bas  
Pérou  
Pologne  
Portugal  
Qatar  
République Dominicaine  
République Tchèque  
Royaume-Uni  
Russie  
Salvador  
Singapour  
Slovaquie  
Slovénie  
Suède  
Suisse  
Swaziland  
Tanzanie  
Thaïlande  
Turquie  
Ukraine  
Uruguay  
Zambie  
Zimbabwe

Aussi, et à titre liminaire, sur la forme, nous relevons que le projet de règlement a pris soin de traiter le mobilier urbain comme une thématique distincte des dispositifs publicitaires classiques par la présence d'un article spécifique intitulé « *publicité supportée par le mobilier urbain* » dans chaque zone du RLPi, ce que nous pouvons qu'approuver.

Néanmoins, nous notons que certaines dispositions portant sur le mobilier urbain figurent tout de même dans les parties relatives à la « publicité » dite classique et notamment certaines relatives à l'implantation et au format des mobiliers urbains (pour exemple, cf. Partie B Section 1 du chapitre Préliminaire relatif aux « Dispositions visant à garantir la qualité des dispositifs »).

Sur ce point, il est à rappeler que, comme définie au sein du lexique annexé au RLPi, la publicité se définit comme « *toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images* ».

L'article R.581-42 du Code de l'environnement définit quant à lui le mobilier urbain comme ne pouvant qu'« *à titre accessoire, eu égard à sa fonction, [...] supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou transparence [...]*» et rappelle alors clairement la distinction à faire valoir entre ces deux types de dispositifs opérée au sein du Code de l'environnement.

Aussi, par souci de lisibilité et sécurité juridique, et afin de respecter la volonté de la Métropole de ne pas soumettre la publicité sur mobilier urbain aux dispositions concernant les dispositifs publicitaires classiques, comme c'est le cas au titre de la réglementation nationale contenue dans le Code de l'environnement, nous préconisons que toute disposition portant sur le mobilier urbain soit traitée dans un article spécifique et ce, notamment au sein de la section 1 relative aux « *Prescriptions communes à l'ensemble des zones* ».

En complément, il nous paraît indispensable d'insérer au sein du futur règlement l'article préliminaire suivant :

*« La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi ».*

Enfin et pour les mêmes raisons que susmentionnées, il conviendrait de faire préciser au lexique que la définition de « dispositif publicitaire » ne concerne pas le mobilier urbain et d'y insérer la définition suivante :

*« Mobilier urbain : mobilier support de publicité à titre accessoire eu égard à sa fonction conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement ».*

Sur le fond, nous relevons que certaines règles risquent de limiter les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire métropolitain, ce qui aurait pour conséquence immédiate de compromettre le financement du mobilier urbain par la publicité. En effet, il est important de garder à l'esprit que parce que le mobilier urbain supporte de la publicité à titre accessoire, il permet de financer des services offerts à la Ville. A titre d'exemple, nous pouvons évoquer le service des vélos en libre-service Toulousain dont l'existence repose sur les possibilités d'insérer de la publicité sur un ensemble de mobiliers urbains prévu au marché.

Aussi, restreindre dans le cadre du RLPi les possibilités d'apposer de la publicité sur mobilier urbain risque d'impacter ces services pourtant essentiels aux yeux des usagers. C'est la raison pour laquelle nous vous proposons d'insérer un certain

nombre d'adaptations textuelles à l'égard du mobilier urbain au sein du projet de règlement et ce, sans remettre en cause l'équilibre du projet de règlement.

En premier lieu, nous relevons que le projet de règlement prévoit des règles relatives au format des publicités, et notamment dans son article P.15, lequel est rédigé comme suit :

« Article P.15

*Dans les communes de l'unité urbaine de Toulouse, les surfaces publicitaires maximales fixées par le présent règlement s'appliquent à l'affiche ou à l'écran si la publicité est numérique. L'encadrement, pied exclu, ne peut dépasser 10 cm.*

*Dans les communes hors unité urbaine de Toulouse, les surfaces publicitaires maximales fixées par le présent règlement s'appliquent encadrement compris. »*

De fait, dans un RLPi, toute limitation applicable au mobilier urbain nous paraît surabondante, celui-ci implanté sur le domaine public présentant l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlé et maîtrisé par la (ou les) collectivité(s) concernée(s)** *via* un marché public qui fixe en amont son nombre, son design, son format et ses emplacements.

En effet, la particularité de l'équilibre financier du marché de mobilier urbain, dont les investissements et les charges d'entretien sont financés par la publicité, conforte notre proposition d'exclure le mobilier urbain de ces règles.

Aussi, afin de préserver les possibilités d'implantation du mobilier urbain publicitaire et de garantir l'équilibre économique des contrats en cours, il conviendrait de faire modifier l'article P.15 comme suit :

*« Dans les communes de l'unité urbaine de Toulouse, les surfaces publicitaires maximales fixées par le présent règlement s'appliquent à l'affiche ou à l'écran si la publicité est numérique. L'encadrement, pied exclu, ne peut dépasser 20cm, y compris à l'égard du mobilier urbain. Dans les communes hors unité urbaine de Toulouse, les surfaces publicitaires maximales fixées par le présent règlement s'appliquent encadrement compris, hors mobilier urbain ».*

En deuxième lieu, nous relevons qu'en zone 1 dite « *Espaces de nature* », la publicité supportée par le mobilier urbain est interdite par application de l'article 1.5 du projet de règlement.

Or, cette zone est définie au sein du rapport de présentation comme rassemblant :

- Les espaces situés en agglomération mais ne comportant pas pour autant des immeubles bâtis rapprochés au sens du code de la route (bases de loisirs, jardins et parcs publics, équipements sportifs et de loisirs faiblement construits → ces lieux n'étant « *pas des espaces naturels stricto sensu* » mais étant considérés comme des espaces de nature à protéger
- Les abords des cours d'eau
- Les espaces boisés classés (EBC)
- Les espaces verts protégés
- Les zones naturelles et zones agricoles identifiées au PLUi-H
- Les sites naturels inscrits ou classés en agglomération.

Sur ce point, il nous semble indispensable de mentionner ici le caractère disproportionné de la définition de la zone 1.

En effet, cette zone s'étend au-delà des « zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme » et des « espaces boisés classés » mentionnés à l'article R.581-30 du Code de l'environnement et dans lesquels le législateur a expressément prévu d'y proscrire toute implantation de dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ainsi que le mobilier urbain dans la mesure où la zone se situe en agglomération.

Or, en proscrivant l'implantation du mobilier urbain publicitaire dans les « espaces verts protégés » et dans les sites naturels inscrits en agglomération, cette zone s'inscrit dans une démarche démesurée qui remet en cause bon nombre d'emplacements actuels de mobiliers urbains pourtant vecteurs d'informations institutionnelles.

Pour rappel, les « espaces verts protégés » sont définis au sein du PLUi-H comme « un ensemble végétal à protéger, à mettre en valeur ou à requalifier, pour son rôle dans le maintien des équilibres écologiques, ou son rôle d'îlot de fraîcheur, ou bien pour sa qualité végétale et paysagère ».

## **1.2 - Les Espaces Verts Protégés (EVP) au titre des articles L. 151-19, L151-23, R. 151-41-3 du code de l'urbanisme**

Il s'agit d'ensemble végétal à protéger, à mettre en valeur ou à requalifier, pour son rôle dans le maintien des équilibres écologiques, ou son rôle d'îlot de fraîcheur, ou bien pour sa qualité végétale et paysagère.

Règles applicables dans les EVP

Seules les constructions et aménagements suivants d'impact modéré sont autorisés : abris de jardins de moins de 9m<sup>2</sup> de surface de plancher, piscines dans la limite de 10 % de l'EVP, agrès sportifs ou jeux d'enfants, bancs, panneaux de signalisation, allées piétonnes et/ou cyclables, voies d'accès, aménagements liés à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite, kiosques, éléments décoratifs, emmarchements de taille limitée, petits bassins, franchissement d'un cours d'eau à usage exclusif piétons/cycles, petits équipements (de moins de 9m<sup>2</sup> de surface de plancher) indispensables à l'agrément du public, les travaux ou ouvrages techniques nécessaires au fonctionnement des réseaux d'intérêt public et les éventuels déblais et remblais visant à améliorer et à mettre en valeur le caractère paysager d'un EVP.

Les constructions et aménagements autorisés ci-dessus devront être éloignés des végétaux majeurs et ne devront pas impacter l'unité générale de l'EVP au sens où la conservation de la végétation doit être manifeste et majeure. Il sera recherché de façon privilégiée le traitement perméable du sol.

Il est d'ailleurs à noter que l'implantation de « petits équipements de moins de 9m<sup>2</sup> de surface de plancher indispensables à l'agrément du public » n'a pas prévue d'y être proscrire (cf. article 1.2 relatif aux espaces verts protégés présent en page 59 du règlement du PLUi-H). Aussi, nous ne comprenons pas l'interdiction générale d'apposer de la publicité sur mobilier urbain insérée au RLPi dans ces espaces.

Pire, nous avons déjà alerté la ville de Balma, par courrier en date du 21 novembre 2017, sur les conséquences de l'application de cette disposition à l'égard des abris-voyageurs actuellement implantés sur son territoire. En effet, certains emplacements seront impactés par cette mesure et devront être déposés par application du futur RLPi. Or, la cohérence du réseau de transports urbains risque ainsi d'être remise en cause.

Par ailleurs, nous avons d'ores et déjà sensibilisé la Ville de Toulouse sur l'impact de cette disposition à l'égard des emplacements actuels d'abris-voyageurs, de stations de vélo en libre-service et d'autres mobiliers urbains (y compris colonnes) sis Route d'Albi, Route de Castres, Allée Paul Sabatier et Allée des Demoiselles pour lesquels la zone dite « *espaces verts protégés* » ne concerne que des plantations d'arbres.

Comme indiqué précédemment, restreindre les possibilités d'implantation de mobiliers urbains, pourtant vecteurs de la communication municipale, nous paraît surabondant, la Ville conservant l'entière maîtrise de l'implantation de son mobilier urbain via son marché public. C'est la raison pour laquelle nous préconisons ce jour de lever toute interdiction de publicité apposée sur mobilier urbain dans les « *espaces verts protégés* » définis au PLUi-H ainsi que dans les sites naturels inscrits (conformément à la possibilité offerte par l'article L.581-8 I du Code de l'environnement), cette démarche visant à préserver la possibilité pour la collectivité de se doter à sa convenance de mobiliers urbains à l'avenir.

En revanche, à propos des espaces boisés classés, par application de l'article R.581-30 du Code de l'environnement, opposable au mobilier urbain par renvoi de l'article R.581-42 du même code, aucune levée de l'interdiction de publicité scellée au sol n'est possible à l'égard du mobilier urbain.

Aussi, un certain nombre d'emplacements actuels d'abris-voyageurs étant impactés par cette mesure (notamment Route de Castres à Toulouse), il conviendrait de solliciter les services de la collectivité concernée afin de faire réviser le PLUi-H sur ce point.

En conclusion, nous proposons de modifier l'article 1.5 du projet de règlement comme suit :

« Article 1.5

Publicité supportée par le mobilier urbain

*La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite à l'exception de celle implantée dans les « espaces verts protégés » et dans les sites naturels inscrits compris en zone 1 du RLPi. L'ensemble des espaces et sites concernés sont définis au sein d'une liste annexée au présent règlement ».*

En troisième lieu, nous relevons à l'article 2R.6 applicable en zone 2R « Site patrimonial remarquable de Toulouse » (SPR) que « *la publicité numérique est interdite y compris lorsqu'elle est supportée par du mobilier urbain* ».

Cette interdiction totale dans un SPR nous semble disproportionnée dès lors que la réglementation nationale n'a pas posé une interdiction de principe du numérique dans ces secteurs.

Elle ne nous semble par ailleurs pas répondre aux objectifs recherchés par le RLPi de Toulouse, dès lors que la publicité non numérique y est-elle autorisée.

En effet, la publicité numérique sur mobilier urbain présente l'avantage d'être complètement maîtrisée par les collectivités dans le cadre des procédures de mise en concurrence : nombre, surface, emplacement...

Par ailleurs, l'installation de publicité numérique est par ailleurs soumise à autorisation préalable, au cas par cas, « compte tenu notamment du cadre de vie ».

C'est la raison pour laquelle il nous semble inutile de limiter aujourd'hui les possibilités d'implantation de ce type de technologie et donc de restreindre les nouveaux services innovants qui pourraient se développer dans les années à venir sur des axes privilégiés de la Métropole.

Dans ces conditions, nous vous proposons d'ouvrir certains axes à la publicité sur mobilier urbain qui nous semblent être compatibles avec les exigences de protection d'un site patrimonial remarquable.

## Proposition de modification textuelle de l'article 2R.6

*« La publicité numérique est interdite sauf lorsqu'elle est supportée par du mobilier urbain dans les secteurs suivants :*

- Square Charles de Gaulle*
- Place Esquirol*
- Rue du Languedoc*
- Rue de Metz*
- boulevards de ceinture du centre-ville de Toulouse compris en zone 2R».*

Par ailleurs, nous relevons que l'article 6.6 du projet de règlement relatif à la publicité numérique proscrie l'implantation de ce type de publicité sur le territoire de la commune de Colomiers.

Or, pour les mêmes raisons que susmentionnées, il nous paraît indispensable de faire préciser que cet article ne s'applique pas au mobilier urbain numérique et donc d'insérer la mention suivante au projet :

« Article 6.6

Publicité numérique

*La surface de la publicité numérique est limitée à 8m<sup>2</sup>. Toutefois, sur le territoire de la commune de Colomiers, elle est interdite à l'exception de celle apposée sur mobilier urbain ».*

En complément et toujours à l'égard de la zone 2R, nous notons que l'article 2R.5 du projet prévoit une règle d'interdistance à l'égard des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques. En effet, ces derniers « doivent être espacés de 50m les uns des autres lorsqu'ils sont implantés du même côté d'une voie publique y compris lorsque cette dernière est coupée par une autre voie publique ».

Or, sur ce point et parce que leur implantation demeure sous l'entière maîtrise de la Commune dans le cadre de son marché public de mobiliers urbains, il nous paraît inutile de prévoir une telle règle, laquelle peut, à terme, contraindre la Ville dans ses choix d'emplacements.

Par ailleurs, il est à noter que dans le site patrimonial remarquable de Toulouse, l'avis de l'ABF sera *in fine* requis préalablement à toute implantation de mobiliers urbains dans le cadre de la déclaration préalable prévue par l'article R.421-25 du Code de l'urbanisme combiné à l'article R.423-54 du même code.

Enfin, à toutes fins utiles, nous notons que l'article P.21 du projet de règlement prévoit une extinction des mobiliers urbains supportant de la publicité lumineuse « lorsqu'un arrêté municipal détermine les heures d'extinction nocturne de l'éclairage public ».

Or, sur ce point, nous préconisons de reprendre l'esprit de la règle nationale prévue à l'article R.581-35 du Code de l'environnement, et d'insérer au sein de l'article P.21 du RLPi les dispositions suivantes :

*« La publicité lumineuse, est éteinte entre 23 h et 7 h du matin, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes. »*

En effet, cette proposition va dans le sens de l'arrêt du Conseil d'Etat du 4 décembre 2013 (req. N° 357839) qui a considéré que :

*« L'éclairage du mobilier urbain au cours de la nuit permet à ces dispositifs 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 ».*

Par ailleurs, il est nécessaire de garder à l'esprit que l'éclairage demeure indispensable dans le cadre du fonctionnement des stations de vélos en libre-service.

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.

Patrick TREGOU

  
Directeur régional