

LE MOBILIER URBAIN

Qu'entend-on par « mobilier urbain » :

C'est une installation implantée sur le domaine public à des fins de commodité pour les usagers, tels que les poubelles, les bancs publics, les abris des services de transport en commun, les indications de noms des rues ...

Les articles R581-42 à R581-47 définissent la liste exhaustive des mobiliers pouvant supporter de la publicité ainsi que les conditions dans lesquelles celle-ci peut être installée, éclairée et exploitée.

Un avis du Conseil d'Etat du 14 octobre 1980 : « *le mobilier urbain désigne toute installation implantée sur la voie publique à des fins de signalisation ou à des fins de commodités pour les usagers de la voirie* ».

La publicité est soumise à déclaration préalable, **y compris sur le mobilier urbain.**

Le mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité :

- les abris destinés au public (aux utilisateurs des transports en commun essentiellement).

La surface unitaire des pubs ne peut excéder deux mètres carrés. La surface totale ne peut excéder $2m^2+2m^2$ par tranche entière de $4,5m^2$ de surface abritée au sol.

Tout dispositif sur toit est interdit.

- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial (les publications en vente sont des enseignes. Surface unitaire de la pub limitée à deux mètres carrés. Surface totale ne peut excéder six mètres carrés.

- les colonnes porte-affiches (par exemple les colonnes Morris) ne peuvent comporter que les annonces de manifestations culturelles ou de spectacles – pas de surface maxi)

- les mâts porte-affiches (2 panneaux situés dos-à-dos surface unitaire maxi de deux mètres carrés – ne peut comporter que les annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives)

- les mobiliers destinés à recevoir des infos non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques – parfois appelé MU d'information, ils regroupent des mobiliers aux formes et dimensions diverses. Il peut être double face : face réservée à la collectivité et une face commerciale. Huit ou parfois jusqu'à douze mètres carrés. Le plus souvent, ce sont des mobiliers style « sucettes » qui ne dépassent pas deux mètres carrés.

Il peut également comporter sur une même face, pour moitié des informations à caractère général et pour moitié de la publicité (ex : plans de ville).

La face non publicitaire doit être toujours visible (non déroulante au profit d'une publicité).

Surface unitaire deux mètres carrés. S'il dépasse ce métrage, et s'élève à plus de trois mètres au-dessus du sol, il doit se conformer à la réglementation régie par les scellés au sol ou directement installés sur le sol.

Si ce MU ne contient aucun message publicitaire, mais seulement des informations locales, d'intérêt général, il n'est donc pas soumis au code de l'environnement – article R.581-47.

Les "sucettes" font partie du mobilier urbain pouvant **supporter accessoirement** de la publicité. Celle-ci ne peut excéder la moitié de la surface de l'affichage (ce qui est souvent interprété à tort comme signifiant : « (50% de la surface est réservée à la publicité commerciale »). Leur rôle premier est d'apporter une information (plan de ville, annonce de spectacles ou d'expositions, ...) à l'usager, et à ce titre, il n'y a pas lieu de demander leur suppression. On ne peut que demander la suppression de la publicité sur ces sucettes dans les lieux où celle-ci est interdite.

Les contrats de mobilier urbain en général, présentent cependant un grand intérêt pour les communes, étant donné que le concessionnaire fournit le matériel et en assure l'entretien, en se rémunérant sur les recettes publicitaires.

D'une manière générale, les municipalités doivent s'attacher à mettre en œuvre une politique cohérente de gestion d'occupation du domaine public en matière de publicité, allant dans le sens de la protection du cadre de vie et des paysages ; **encore trop de ces dispositifs entrent en conflit avec le paysage urbain, la sécurité des usagers et la sécurité routière.**

Qu'entend-on par publicité :

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.

La publicité est interdite sur toute autre forme de MU : les bancs, les poubelles, les parcmètres ...

L'implantation du MU ne comportant pas de publicité est autorisée hors agglomération.

La publicité sur MU est interdite hors agglomération.

Correctif devant être envisagé à propos du mobilier urbain, dans un futur décret afin de clarifier la réglementation :

A ce jour, il n'est pas possible de réintroduire de la publicité sur du mobilier urbain (même si celle-ci est non lumineuse, donc interdiction générale), dans les communes de -10 000 habitants, ne faisant pas partie d'une unité urbaine de +100 000 habitants.

Cet état de fait est dû à une erreur rédactionnelle. En effet, l'article R581-42 renvoie aux conditions de l'article R581-31 qui énonce une interdiction des dispositifs publicitaires non lumineux dans les agglomérations de -10 000 habitants ne faisant pas partie d'une UU de + 100 000 habitants. Cela s'applique donc au MU.

Le décret portant sur la publicité dans l'enceinte des équipements sportifs devait corriger cette erreur, mais l'article portant sur le correctif n'a pas été gardé.

Position du guide et du projet de modification concernant le MU (à venir et donc non encore applicable).

Faire en sorte que l'article R581-42 permette la publicité dans les agglomérations de – 10 000

habitants. De plus, autoriser la publicité numérique dans les agglomérations faisant partie d'une unité urbaine de + de 100 000 habitants.

Le MU dans les communes de moins de 10 000 habitants, hors UU + 100 000 habitants, peut tout à fait être supérieur à 2 m² s'il ne dépasse pas 3m de hauteur.

Si la surface ne dépasse pas 2m², la hauteur peut dépasser 3m.

Le mobilier urbain au sein d'un Règlement Local de Publicité (Intercommunal) :

Le MU supportant de la publicité n'est pas soumis à la règle de densité.

Cela n'aurait pas grand sens, mais en revanche, rien ne semble pouvoir empêcher de soumettre la publicité qu'il supporte à densité, **au sein d'un RLP.**

Le RLP(i) peut réintroduire la publicité dans les lieux mentionnés au L 581-8, donc également sur du mobilier urbain.

La fonction principale du MU doit bien entendu être le service rendu à l'utilisateur, la publicité ne devant y être qu'accessoire.

Dans le cadre d'un RLP(i), là où les dispositions peuvent être définies, il appartient donc à celui qui en a le pouvoir, de définir des règles de réintroduction, en fonction du paysage, des objectifs de cadre de vie, environnementaux recherchés.

Il est très fréquent que les RLP(i) ne réintroduisent la publicité (en site patrimonial par exemple), que sur le MU.

Il est à noter qu'il est illégal de limiter la réintroduction du seul MU ayant passé une convention avec la commune.

« Le RLP(i) ne peut pas faire bénéficier à un seul type de dispositifs des règles clairement plus favorables que les règles auxquelles sont soumis les autres dispositifs. Ainsi, le RLP(i) ne peut pas par exemple, autoriser la publicité uniquement sur MU appartenant à la commune et en excluant tout autre support à la publicité. Ce type de règles instaure un trop grand déséquilibre entre les acteurs de la pub extérieure (CE du 8/12/1999 – Pont-à-Mousson) ».

Par rapport au permis de stationnement sur domaine public :

En vertu du principe d'indépendance des législations, dès lors que le préfet est l'autorité compétente en matière de publicité extérieure (donc quand il s'agit d'une commune sans RLP), aucun avis de sa part n'est requis dans le cas de l'instruction d'une demande de permis de stationnement.

Par ailleurs, une modification de l'article R421-25 du code de l'urbanisme est à souligner : Dans les sites patrimoniaux remarquables ou les abords des monuments historiques,

L'installation de MU est soumise à déclaration préalable au titre de l'urbanisme.