

Mairie de Menton
Monsieur le commissaire-enquêteur
17 Rue de la République
06500 Menton



21 OCT. 2021

Cagnes sur Mer, le 20 octobre 2021

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Algérie
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Bahrein
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
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
Nigeria
Norvège
Nouvelle-Zélande
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
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

Lettre recommandée avec accusé de réception n°1A 149 304 5633 2 et envoi par courriel à : enquetepublique@ville-menton.fr

Objet : Observations RLP pour le commissaire enquêteur

A l'attention de Monsieur Léonard LOMBARDO, commissaire enquêteur

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de Menton.

Le règlement local de publicité ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant un document voué à perdurer dans le temps, nous souhaitons ce jour vous faire part de quelques observations et points de vigilance sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

Le futur RLP Mentonnais est à nos yeux un vrai tournant et a de grandes ambitions auxquelles nous adhérons totalement.

D'une part, il entérinera la volonté de la loi Grenelle II de doter la commune d'un règlement cohérent, tout en garantissant les spécificités propres à son territoire.

D'autre part, la Commune entend traiter les nouveaux dispositifs issus de la loi Grenelle II. Pour le mobilier urbain, il s'agit de la publicité numérique.

Au préalable, 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) et que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

Qui plus est, parce que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité concernée** via un contrat public, il est indispensable de ne pas limiter au sein du RLP les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur le territoire.

A défaut, toute limitation aurait pour conséquence immédiate de compromettre le financement du mobilier urbain par la publicité et ainsi de restreindre les moyens de communication et les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir sur le territoire communal et qui ne peuvent à date être identifiés.

Souhaitant apporter notre contribution, nous vous formulons ci-après quelques propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du projet de texte. Ces derniers sont repris, pour plus de clarté, dans un document de synthèse ci-joint et dont les préconisations ont pour objectif de faire du futur RLP de Menton un règlement durable, lisible et limitant tout risque d'incertitude juridique liée à son application à venir.

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.

Antoine MOULIN
Directeur régional Sud PACA

JCDecaux France
17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France
Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79 - www.jcdecaux.com

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

Contribution à la révision du Règlement Local de Publicité

Enquête publique – Octobre 2021



**Remarque préliminaire :**

Partenaire des collectivités, nous tenons à alerter la commission d'enquête sur les risques liés à l'intégration de contraintes à l'égard du mobilier urbain publicitaire au sein du futur RLP.

En effet, la **collectivité maîtrise, dans le cadre de son contrat public, l'installation du mobilier urbain sur le domaine public :**

- type de mobiliers (**format, technologie, design, couleur, nombre**) ;
- **emplacements** ;
- **conditions d'exploitation**.

Il est à rappeler que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains permettent de financer notamment l'information municipale, l'information culturelle et/ou les abris-voyageurs et donc de délivrer **un service aux usagers**.

→ Un RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux besoins de la collectivité, ces derniers pouvant évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées.

→ **Principe : dans l'hypothèse d'un RLP favorable de principe à une exploitation publicitaire sur mobilier urbain, l'autorité compétente dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation *via* contrat.**

Sur la spécificité du mobilier urbain

Préambule

Prévu aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, **5 types de mobilier urbain** sont susceptibles de supporter de la publicité :

- *Abris-voyageurs*
- *Kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial*
- *Colonnes porte-affiches*
- *Mâts porte affiches*
- *Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

✦ La fonction première du mobilier urbain reste la **communication de la collectivité** ainsi que les **services apportés aux usagers** :

- **Abris-voyageurs** = *service public des transports* (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)
- **Mobiliers d'information** = *service public de l'information* (CE 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606)



Modèle économique : Les **droits d'exploitation publicitaire** sur les mobiliers urbains **financent les services rendus**.



Une spécificité qui se doit d'être garantie au sein du RLP

Le mobilier urbain ne supportant de la publicité qu'« à titre accessoire eu égard à [sa] fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), il bénéficie d'un régime juridique propre.

- Le Code de l'environnement traite en effet de l'« *utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire* » dans une **sous-section distincte de celle des « dispositifs publicitaires »**.
- La plus grande clarté dans la rédaction du RLP permettra de sécuriser l'exploitation publicitaire actuelle et à venir des mobiliers urbains sur le territoire.

Notre recommandation :

- Ajouter à l'« **ARTICLE 1.2 – PORTEE DU REGLEMENT** » une disposition pouvant être rédigé comme suit :

« *La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP* ».

- **Objectifs** : *lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement*.
- **Conséquences** : tout article du RLP non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.

Le mobilier urbain supporte à titre accessoire des « publicités » telles que définies à l'article L.581-3 du Code de l'environnement, à savoir « toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention ».

Aussi, il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire « dont le principal objet » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Dispositif publicitaire :

Terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Extrait du lexique du RLP – page 36 du règlement

Pour rappel, la collectivité maîtrise l'installation du mobilier urbain sur son domaine public :

- type de mobiliers (format, design, couleur, nombre) ;
- emplacements définis dans le cadre du contrat public.

Toute restriction au sein du RLP = **contrainte** supplémentaire à respecter au regard de l'équilibre économique du contrat dont les charges sont financées par les recettes publicitaires du titulaire.

Notre recommandation :

Nous comprenons que la Commune a souhaité maintenir les possibilités d'exploitation du mobilier urbain publicitaire en toutes zones du RLP et n'a alors précisé, au sein de chaque zone du règlement, que les dispositions souhaitées plus strictes que celles prévues par la réglementation nationale. En effet, il est prévu qu'« en l'absence de dispositions particulières contenues dans le présent règlement, [...] la réglementation nationale issue du Code de l'environnement s'applique dans son intégralité » (article 1.2 3° du RLP).

Ainsi, le nouveau RLP restreint certaines règles nationales ou les adapte en fonction des caractéristiques locales de Menton. Pour ce faire, il définit sur certains secteurs sensibles du territoire de Menton, des règles générales plus strictes que le règlement national. D'un point de vue général, lorsque les dispositions spécifiques du RLP ne prévoit pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du RNP qui s'appliquent.

Page 116 du rapport de présentation (partie justification des choix)

Dans cette optique, conformément à la volonté de la commune et en vue de parfaire la bonne compréhension du RLP, nous préconisons d'insérer au sein du « **TITRE I DISPOSITIONS GENERALES** » une disposition générale complémentaire autorisant expressément le mobilier urbain en toutes zones.

Cette dernière pourrait alors être rédigée comme suit :

« La publicité sur mobilier urbain est autorisée dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, sous réserve des dispositions prévues au sein de chaque zone du présent RLP ».

I- Sur le format et la hauteur du mobilier urbain

II- Sur les contraintes d'implantation et/ou d'esthétique des mobiliers urbains

- 1. Les contraintes d'implantation**
- 2. Les contraintes esthétiques et de luminosité**

III. Sur le mobilier urbain numérique

IV. Sur l'extinction des publicités lumineuses apposées sur mobilier urbain

V. Remarques complémentaires

I . Sur le format et la hauteur du mobilier urbain

Le projet de RLP entend contraindre, au sein de chaque zone, la « *surface unitaire* » de la publicité ou la préenseigne non lumineuse supportée par le **mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques**. Cette dernière est alors limitée à **2m² ou 8m² selon les zones**. Il est également prévu une hauteur maximale de **3 ou 6 mètres** respectivement.

En outre, il est prévue une limitation de la « *surface unitaire* » de la publicité numérique sur mobilier urbain à **2m² et 2,5 mètres** de hauteur, là où elle est autorisée.

Le lexique annexé au présent règlement précise à ce titre les définitions suivantes :

Surface utile :

Surface visible de la publicité ou de l'enseigne (affiche, écran).

Surface unitaire d'affichage :

Surface comprenant la surface utile. Les éléments techniques (moulure, mécanisme déroulant, pied) ne sont pas pris en compte.

Nous relevons également au sein des dispositions relatives à la publicité lumineuse au sein de chaque zone la formulation suivante :

La **surface unitaire d'affichage** des dispositifs apposés sur mobilier urbain ne doit pas excéder 8 m².

Extrait article 2.26 du règlement

Là encore, nous souhaitons rappeler que la collectivité **maîtrise les installations de mobilier urbain sur son domaine public** : type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre de son **contrat public**.

Notre recommandation :

- *Autoriser le mobilier urbain en toutes zones et ce, sans contraintes liées au format ou à la hauteur desdits mobiliers, ces dernières étant régies par contrat*
- *A défaut, préciser que les limitations de format ne concernent que le mobilier urbain d'informations et maintenir sous le régime de la réglementation nationale les autres types de mobiliers urbains (colonnes, kiosques notamment)*
- *Préciser que les limitations éventuelles de format établies au RLP vis-à-vis du mobilier urbain ne visent que la « **surface unitaire d'affichage** » définie au lexique et ce conformément à la « Fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités » publiée par le Ministère de la transition écologique et solidaire – novembre 2019 disponible sous le lien suivant : <https://www.ecologie.gouv.fr/reglementation-publicite-enseignes-et-preenseignes>)*

L'ensemble des dispositions relatives au format autorisé par zone vis-à-vis du mobilier urbain pourrait alors être amendé comme suit (exemple en zone ZPR4) :

« ARTICLE 2.25 : PUBLICITE NON LUMINEUSE SUPPORTEE PAR LE MOBILIER URBAIN

*La publicité ou la préenseigne non lumineuse supportée par le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface unitaire **d'affichage** excédant 8 m² et la hauteur ne peut s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol naturel ».*

« ARTICLE 2.26 : PUBLICITE LUMINEUSE

La publicité lumineuse est interdite exceptée celle apposée sur mobilier urbain.

La publicité par laser est interdite. La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est interdite à l'exception de celle supportée par le mobilier urbain.

*La surface unitaire d'affichage des ~~dispositifs~~ **publicités/préenseignes pouvant être apposées** sur mobilier urbain ne doit pas excéder 8 m².*

*La publicité numérique scellée au sol ou installée directement sur le sol et sur mobilier urbain **d'informations** ne peut avoir une surface unitaire **d'affichage** supérieure à 2 m² et une hauteur supérieure à 2 m 50.*

Les publicités lumineuses sont éteintes entre minuit et 6 heures ».

→ **Objectif : Préservation du libre choix de la collectivité de déterminer à l'avenir le mobilier urbain publicitaire qu'elle souhaitera voir déployer sur son territoire dans le cadre de son contrat de mobiliers urbains.**

→ **N.B. : pour rappel, car support de la publicité à titre accessoire, le mobilier urbain publicitaire ne peut être assimilé à un « dispositif publicitaire » à vocation exclusivement publicitaire. Il conviendra donc de veiller à ne pas employer les termes de « dispositifs apposés sur mobilier urbain » afin de garantir la bonne lisibilité du futur RLP.**

II- Sur les contraintes d'implantation et/ou d'esthétique des mobiliers urbains

1. Les contraintes d'implantation

Les collectivités **maîtrisent les installations de mobilier urbain sur leur domaine public** : type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre de leur *contrat public*.

→ **Il est donc inutile que le RLP prévoit des restrictions en matière d'implantation des mobiliers urbains publicitaires**

Les caractéristiques propres au mobilier urbain et requises par la collectivité doivent pouvoir être **adaptées aux besoins**, le cas échéant **actualisés, dans le cadre contractuel**. Cette démarche permet notamment de bénéficier des **design, technologies en cours** lors du lancement de l'appel d'offres.

→ Qui plus est, il est à noter que l'implantation de mobiliers urbains numériques demeure sous le **régime strict de l'autorisation préalable** → *autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant »*.

Contrairement aux dispositifs 100 % publicitaire, les personnes publiques en qualité de gestionnaire ou propriétaire, **autorisent ou non** l'implantation d'un mobilier urbain publicitaire, **et ce même si le RLP l'autorise**.

Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert en effet **l'aval des services de la collectivité compétente** (+décision concertée avec l'opérateur) + le cas échéant, l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés.

A noter : certains emplacements sont impératifs. Exemple des abris-voyageurs dont les emplacements sont liés aux tracés des réseaux des transports urbains.

Il est prévu au projet de RLP une **interdiction de toute publicité** :

- o Sur la totalité des façades des immeubles et des terrains situés :
 - Place Ardoïno ;
 - Rue Honorine ;
 - Littoral : Promenade du Soleil, Porte de France, Promenade Reine Astrid ;
 - Avenue Aristide Briand ;
 - Avenue du Général de Gaulle, avenue de la Madone, Avenue Carnot, avenue Félix Faure, rue Pasteur ;
 - Avenue Blasco Ibanez ;
 - Avenue Boyer ;
 - Avenue de Verdun ;
 - Boulevard de Garavan ;
 - Cours du Centenaire, cours Georges V ;
 - Rue du Louvre ;
 - Avenue Florette ;
 - Rue Paul Morillot.

Extrait de l' « ARTICLE 2.1 : INTERDICTIONS » du RLP

Notre recommandation :

- **Exclure le mobilier urbain de l'application de l'article 2.1 du RLP susvisé, du mobilier urbain publicitaire étant d'ores et déjà présent dans ces zones et ce dernier demeurant « sous contrôle » de la collectivité**
- **Préciser en outre que les contraintes liées à la densité, prévues au sein de chaque zone du RLP, ne concernent pas le mobilier urbain publicitaire et ce, conformément aux dispositions combinées des articles R.581-42 et R.581-25 du Code de l'environnement et aux mentions ci-contre insérées au rapport de présentation :**

La règle de densité

La règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire.

Les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique (article R581-25 du CE). Cette règle est applicable à tous les dispositifs publicitaires (sur mur ou clôture, scellés au sol ou installés sur le sol) à l'exception :

- des publicités apposées sur une palissade ou sur une toiture ;
- des publicités supportées par le mobilier urbain ;
- des bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles comportant de la publicité ;
- de l'affichage de petit format (micro-affichage) ;
- des préenseignes dérogatoires.

Page 31 du rapport de présentation

2. Les contraintes esthétiques et de luminosité

ARTICLE 1.4 – CONSIDERATION ESTHETIQUES

Toute publicité, enseigne et préenseigne ainsi que le dispositif les supportant, doivent être maintenus en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement afin de garantir l'esthétique et la pérennité de leur aspect initial et la conservation dans le temps de la qualité des fixations, des structures, des pièces et des mécanismes qui les composent.

La suppression des anciennes publicités est obligatoire lors d'une nouvelle apposition de publicité excepté lorsqu'elles présentent un intérêt historique, artistique, pittoresque ou patrimonial. Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent être monopieds.

L'entretien concerne l'ensemble du support, y compris les éléments non exploités (pieds, structure).

Les résidus de grattage sont strictement interdits.

ARTICLE 2.12 : PUBLICITE **NON LUMINEUSE** SUPPORTEE PAR LE MOBILIER URBAIN

La publicité ou la préenseigne non lumineuse supportée par le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ne peut avoir une surface unitaire excédant 2 m² et la hauteur ne peut s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol naturel.

Le projet de RLP précise un certain nombre de « *considérations esthétiques* » à l'article 1.4 du règlement et ce, **sans précision de leur opposabilité vis-à-vis du mobilier urbain publicitaire.**

Là encore, parce que la collectivité maîtrise les conditions d'implantation et d'exploitation du mobilier urbain via contrat, nous préconisons **d'exclure expressément le mobilier urbain publicitaire de l'application de ces dispositions.**

En outre, le règlement prévoit d'autoriser en zone ZPR1 « *la publicité **non lumineuse** supportée par le mobilier urbain* » et n'intègre pas de dispositions vis-à-vis de la publicité lumineuse, contrairement aux zones ZPR2 à ZPR4 qui traitent des publicités lumineuses éclairées par projection ou transparence et des publicités numériques lorsqu'elles sont supportées par le mobilier urbain de manière distincte.

Pour rappel, **l'ensemble des mobiliers urbains publicitaires exploités à date sur la commune de Menton, tout comme au plan national, dispose *a minima* d'un éclairage par transparence.**

Conformément à l'article R.581-34 du Code de l'environnement (dernier alinéa), la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence, bien que qualifiable de publicité lumineuse, se voit appliquer les dispositions relatives à la publicité non lumineuse.

Il conviendra donc d'amender en ce sens la définition de la « publicité éclairée par transparence » insérée au lexique du RLP et veiller à bien réintégrer ce type de publicité lumineuse au sein de la ZPR1 afin de pouvoir y maintenir le mobilier urbain publicitaire en place et futur et ce, conformément à la volonté de la commune.

III. Sur le régime du mobilier urbain numérique

La commune souhaite proscrire la publicité numérique en zone 3 et l'autoriser en zones 2 et 4. Enfin, elle ne la mentionne pas en zone 1.

Placés au service de la communication de la collectivité, les mobiliers urbains numériques permettent de délivrer une **information contextualisée** (en temps réel, au bon endroit et au bon moment) et d'accompagner la collectivité dans sa transformation numérique. En outre, ils permettent de dynamiser le marché publicitaire. Ces mobiliers sont en effet un levier d'innovation incomparable dans notre secteur.

Ces derniers sont placés sous le **régime strict de l'autorisation préalable** → *autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant ». En outre, la collectivité et l'Architecte des Bâtiments de France (en SPR et dans les abords de monuments historiques) peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain.*

Il apparaît donc nécessaire de préserver le **choix de la collectivité** de se doter à l'avenir de ce type de mobilier urbain au sein du futur RLP.

En effet, ces outils d'innovation sont des **vecteurs efficaces de l'information institutionnelle sur le domaine public.**

Notre recommandation :

- Autoriser, **en toutes zones**, le mobilier urbain numérique et le soumettre aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement
- Insérer au sein des articles relatifs à la « *Publicité supportée par le mobilier urbain* » présents dans chaque zone une disposition comme suit :

« La publicité, non lumineuse comme numérique, est admise sur le mobilier urbain dans les conditions prévues par la réglementation nationale et sous réserve des dispositions prévues ci-après »

IV . Sur l'extinction des publicités lumineuses apposées sur mobilier urbain

Les publicités lumineuses sont éteintes entre minuit et 6 heures.

Le projet de RLP prévoit une extinction des publicités lumineuses entre minuit et 6 heures et ce, sans précision de leur opposabilité vis-à-vis du mobilier urbain.

Dans son article R.581-35, le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence, de même qu'à la **publicité apposée sur mobilier urbain numérique** dans la mesure où ses images demeurent fixes.

En outre, les juges ont pu juger que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « *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* » (CE, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

Nous préconisons de tenir compte de ces prescriptions au sein du futur RLP et de rédiger les dispositions relatives à l'extinction des publicités lumineuses comme suit :

« Les publicités lumineuses sont éteintes entre minuit et 6 heures, 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. »

V. Remarques complémentaires

Nous relevons la présence de deux mobiliers urbains publicitaires en dehors des zones de publicités restreintes définies au projet.

Il s'agit en effet de **deux mobiliers urbains d'informations** au format d'affiche de 2 et 8m² respectivement.



Le projet de RLP prévoyant qu'en dehors des zones de publicités « *toute publicité extérieure est interdite au regard de l'inscription de tout le territoire communal en site inscrit* », il conviendra donc de veiller à **réintroduire la portion de voie surlignée** en zone de publicité afin de ne pas remettre en cause les deux mobiliers supports de communication institutionnelle.

En dehors de ces zones, toute publicité extérieure est interdite au regard de l'inscription de tout le territoire communal en site inscrit « Littoral de Nice à Menton » par arrêté ministériel du 20 mars 1973. Il s'agit de la zone « blanche » figurant sur le plan de zonage.

Extrait de l' ARTICLE 1.3 – DIVISION DU TERRITOIRE EN ZONES

En complément, nous profitons de la présente pour alerter la commune sur la présence de **coquilles rédactionnelles** au sein du RLP.

Catégories de mobilier urbain pouvant accueillir des publicités	Règles applicables
<i>Abris destinés au public</i>	Surface maximale de la publicité : 2 m ² unitaire et 2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol Tout dispositif surajouté sur le toit de l'abri est interdit
<i>Kiosques</i>	Surface maximale de la publicité : 2 m ² unitaire et 6 m ² total Tout dispositif surajouté sur le toit du kiosque est interdit
<i>Colonnes porte-affiches</i>	Surface maximale de la publicité : - Interdit pour de la publicité sur mobilier urbain - 2 m ² pour de la publicité numérique sur mobilier urbain Ne peuvent recevoir d'autres informations que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (cinéma, théâtre...)
<i>Mâts porte-affiches</i>	Surface maximale de la publicité : 2 m ² recto et 2 m ² verso Utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos-à-dos

Nous ne comprenons pas l'apport des éléments surlignés de jaune dans le présent extrait du rapport de présentation vis-à-vis des colonnes porte-affiches.

Page 35 du rapport de présentation

En outre, il conviendra de veiller à ne pas parler de « *dispositifs publicitaires non lumineux supportés par le mobilier urbain* » mais bien de « *publicité ou préenseigne supportées par le mobilier urbain* » au sein du RLP. En effet, comme mentionné précédemment, le mobilier urbain ne supportant de la publicité qu'à titre accessoire, il ne peut être assimilé à un « dispositif publicitaire » exclusivement publicitaire.

Les dispositifs publicitaires non lumineux supportés par le mobilier urbain concernent divers types d'information. Ils sont autorisés avec une surface unitaire maximale de 8 m².

Les secteurs de la ZPR2 nécessitent une attention toute particulière au regard de la préservation du patrimoine et du paysage. Les dispositifs publicitaires ne doivent

127

Page 127 du rapport de présentation (partie justification des choix)

