

## 14 - Taxe locale sur la publicité extérieure - Tarifs au 1<sup>er</sup> janvier 2012

**M. FOUSSERET, Maire, Rapporteur :** La taxe locale sur la publicité extérieure s'applique aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes tels que définis et réglementés par les articles L 581-1 et suivants du Code de l'Environnement.

Les articles L 2333-6 à L 2333-16 du Code Général des Collectivités Territoriales permettent d'imposer trois catégories de supports, fixes et visibles de toute voie ouverte à la circulation :

- Les **dispositifs publicitaires**, à savoir tout support susceptible de contenir une publicité, c'est-à-dire, «à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention» (article L 581-3 du Code de l'Environnement) ;

- Les **enseignes**, définies comme «toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce» (même article) ;

- Les **préenseignes**, c'est-à-dire «toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée» (même article).

Le Conseil Municipal doit décider avant le 1<sup>er</sup> juillet 2011 des tarifs, exonérations et réfections applicables à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012.

### 1 - Les tarifs

L'évolution progressive du **tarif de référence de droit commun au m<sup>2</sup>** jusqu'au «tarif cible» de 20 € en 2013, rappelée ci-dessous, reste en vigueur. **Il sera de 19 € pour l'année 2012.**

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 et s.
15 €	16 €	17 €	18 €	19 €	20 €	Tarif N-1 + inflation N+1

Il sert de tarif de base à la taxation de tous les dispositifs, telle que décrite ci-après.

### Evolution du tarif annuel au m<sup>2</sup> de 2009 à 2013 (sans exonération, ni réfaction, ni minoration)

Dispositifs	2009	2010	2011	2012	2013	Observations
<b>Enseignes (par face)</b>						
Σ superficies a ≤ 7 m <sup>2</sup>	16 €	17 €	18 €	19 €	20 € (a)	
7 m <sup>2</sup> < Σ superficies ≤ 12 m <sup>2</sup>	16 €	17 €	18 €	19 €	20 €	
12 m <sup>2</sup> < Σ superficies ≤ 50 m <sup>2</sup>	20 €	25 €	30 €	35 €	40 €	Tarif (a) x 2
Σ superficies > 50 m <sup>2</sup>	28 €	41 €	54 €	67 €	80 €	Tarif (a) x 4
<b>Préenseignes et autres dispositifs publicitaires (par face et par affiche)</b>						
≤ 50 m <sup>2</sup> non numériques	16 €	17 €	18 €	19 €	20 € (b)	
> 50 m <sup>2</sup> non numériques	20 €	25 €	30 €	35 €	40 € (c)	Tarif (b) x 2
≤ 50 m <sup>2</sup> numériques <sup>b</sup>	24 €	33 €	42 €	51 €	60 €	Tarif (b) x 3
> 50 m <sup>2</sup> numériques	36 €	57 €	78 €	99 €	120 €	Tarif (c) x 3

a « Σ superficies » = somme des superficies de chacune des enseignes apposées sur un même immeuble, dépendances comprises, au profit d'une même activité

<sup>b</sup> recourant à des techniques du type diodes électroluminescentes, écrans cathodiques ou à plasma... et permettant d'afficher ou de modifier à volonté textes et images

### **Minorations de tarifs**

Le Conseil Municipal **peut** en décider, chaque année, de manière différenciée selon les catégories de supports (pas de minoration accordée en 2011).

Aucun tarif minimal n'est prévu mais le tarif minoré ne peut être nul.

La minoration s'applique au «tarif cible» 2013 (20 €) qui reste ensuite augmenté selon le type (numérique ou pas) et la somme des superficies du (des) support(s), la progressivité des tarifs d'ici 2013 devant être modifiée.

### **2 - Les exonérations et réfections**

Les dispositifs exclusivement dédiés à l'affichage non commercial ou concernant les spectacles sont exonérés de plein droit.

Exonérations (100 %) et réfections (50 %) peuvent être modifiées chaque année.

#### **• Dispositifs publicitaires apposés sur mobilier urbain**

Les dispositifs installés avant le 1<sup>er</sup> janvier 2009 sont légalement exonérés : c'est le cas à Besançon où le contrat correspondant a été conclu début 2007.

Ceux installés après le 1<sup>er</sup> janvier 2009 : exonération ou réfaction possibles (non accordées en 2011).

#### **• Dispositifs publicitaires hors enseignes, préenseignes et mobilier urbain**

Aucune exonération ni réfaction possibles.

#### **• Préenseignes**

Exonération ou réfaction peuvent être accordées aux préenseignes d'une superficie inférieure ou égale à 1,5 m<sup>2</sup> ou à celles dont la superficie est supérieure à 1,5 m<sup>2</sup> ou à ces deux catégories (solution adoptée en 2011).

#### **• Enseignes**

Lorsque la somme des superficies est :

- **inférieure ou égale à 7 m<sup>2</sup>** : exonération de droit mais le Conseil Municipal peut la supprimer ou la remplacer par une réfaction (ce qu'il n'a pas fait de 2009 à 2011)
- **inférieure ou égale à 12 m<sup>2</sup>** : exonération ou réfaction possibles si non scellées au sol (accordée en 2011)
- **supérieure à 12 m<sup>2</sup> et inférieure ou égale à 20 m<sup>2</sup>** : pas d'exonération, seule la réfaction est possible, sans précision du scellement au sol (non accordée en 2011)
- **supérieure à 20 m<sup>2</sup>** : aucune exonération ni réfaction possibles.

## Propositions

Il est proposé au Conseil Municipal de reconduire, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012, le régime applicable en 2011, à savoir :

- conserver le «tarif cible» 2013 de 20 €, sans minoration de tarif
- maintenir l'exonération de droit des enseignes dont la somme des superficies est inférieure ou égale à 7 m<sup>2</sup>
- exonérer les enseignes dont la somme des superficies est inférieure ou égale à 12 m<sup>2</sup>
- ne pas accorder de réfaction aux enseignes dont la somme des superficies est supérieure à 12 m<sup>2</sup> et inférieure à 20 m<sup>2</sup>
- exonérer l'ensemble des préenseignes que leur superficie soit inférieure, égale ou supérieure à 1,5 m<sup>2</sup>
- n'accorder ni exonération, ni réfaction aux dispositifs apposés sur mobilier urbain hors ceux légalement exonérés.

**«M. Nicolas GUILLEMET :** Au grand Besançon nous travaillons depuis quelques années sur le règlement local de publicité et donc comme tous les ans nous examinons au Conseil Municipal les exonérations et réflexions de la taxe locale de publicité. La publicité c'est l'action de promotion d'un produit en exerçant sur le public une influence, une action psychologique afin de créer des besoins, des envies. La philosophe Simone WEIL y voyait une menace directe à la liberté d'opinion et une insulte à l'intelligence. Elle critiquait dès 1930 l'association de la publicité d'un produit avec une valeur. Aujourd'hui presque 80 ans après, nous assistons à une invasion de l'espace public d'un message politique fort, celui de la société de consommation incitant au gaspillage. La publicité c'est une triple pollution, une pollution visuelle avec un impact sur le paysage, une pollution induite avec le gaspillage et l'augmentation des déchets, une pollution mentale car son impact éducatif est extrêmement fort. Elle manipule les consciences les plus fragiles, celles de nos enfants. C'est un vrai risque également pour notre démocratie forçant à la pensée unique et soumettant les médias aux annonceurs, mettant en cause leur indépendance. Les affichages publicitaires sont multiples. Le rapport propose ni exonération, ni réfaction pour le mobilier urbain et l'ensemble des dispositifs publicitaires, hors enseignes et pré-enseignes et nous y sommes favorables. Par contre si le Groupe Vert comprend l'exonération de la taxe de publicité sur les enseignes de moins de 12 m<sup>2</sup> reconnaissant l'utilité et l'intérêt économique de ces enseignes, nous ne souhaitons pas l'exonération sur les pré-enseignes qui sont utilisées comme de véritables affichages publicitaires. Nous allons donc nous abstenir sur ce rapport.

**M. Jean-Marie GIRERD :** Je ne partage pas l'avis de mon Collègue. Je considère que la publicité bien sûr ne doit pas être quelque chose de trop...

**M. LE MAIRE :** ...de trop invasif !

**M. Jean-Marie GIRERD :** Oui, cela doit être maîtrisé mais c'est un élément qu'ont nos entreprises, nos collectivités pour pouvoir faire connaître leurs produits, leurs prestations. Bien sûr il ne faut pas que ce soit la liberté du renard dans le poulailler mais il ne faut pas non plus que ce soit l'interdiction. A titre de rappel, je dirai que toutes les démocraties populaires, quand elles ont retrouvé la liberté dans les années 90, ont relancé des démarches dans lesquelles il y avait le droit de faire de la publicité pour les produits et les prestations, donc je vais voter pour ce rapport.

**M. LE MAIRE :** Je crois que nous avons ici une position assez équilibrée. Effectivement, un gros travail a été fait au niveau de l'Agglo sur la publicité qui a été quand même canalisée et réduite. Je me souviens qu'il y a une vingtaine d'années ce n'était pas du tout cela, donc c'est un équilibre qui me paraît assez intéressant».

Après en avoir délibéré et sur avis favorable unanime (1 abstention) de la Commission n° 1, le Conseil Municipal, à l'unanimité des suffrages exprimés [11 abstentions : 10 du groupe Europe Ecologie Les Verts (Mme PRESSE, M. CYPRIANI, Mme HINCELIN, Mme TISSIER, Mme THIEBAUT, Mme MOUNTASSIR, M. ALAUZET, M. DEVESA, M. GUILLEMET, Mme YASSIR COUVAL), 1 du groupe Alternatifs (Mme CRABBÉ-DIAWARA)] décide d'adopter les propositions du Rapporteur.

*Récépissé préfectoral du 27 juin 2011.*