

AFFAIRE No 51 - CHOIX D'UNE MESURE DE TAXATION DE LA PUBLICITE - FIXA-
TION DES TARIFS

LE MAIRE DONNE LECTURE DU RAPPORT.

Mesdames, Messieurs et Chers Collègues,

Conformément au Code des Communes, le Conseil Municipal, s'il décide d'instituer une mesure de taxation de la publicité, a la faculté de choisir entre deux options :

- ou créer la taxe sur la publicité,
- ou instituer la taxe sur les emplacements publicitaires fixes.

Ces deux taxes sont alternatives, l'institution de l'une d'entre elles étant exclusive de l'application de l'autre.

Nota : Une troisième mesure de taxation, la taxe sur la publicité sur les véhicules, qui peut être cumulée avec l'une des deux taxes sus-visées, a d'emblée été écartée, le phénomène de véhicules recevant de la publicité étant actuellement très limité dans les faits.

Dans un rapport présenté en annexe, il est dressé un tableau comparatif des deux taxes, notamment quant aux conditions et produit financier liés à leur recouvrement.

Je vous rappelle que le principe de cette taxation avait déjà été annoncé lors de votre décision de mise en place d'une réglementation spéciale de la publicité sur le territoire de la Commune de Saint-Denis.

Je vous demande donc, au vu du rapport précité, de vous prononcer sur la création éventuelle de l'une de ces deux taxes et, dans l'affirmative, d'en fixer les tarifs.

Je mets cette affaire aux voix.

MONSIEUR HOARAU MARCEL DONNE LECTURE DE L'AVIS DES COMMISSIONS.**Commissions des Affaires Générales, du Cadre de Vie et des Affaires Economiques**

Les Commissions proposent au Conseil Municipal l'adoption de la taxe sur les emplacements publicitaires fixes.

Elles rejettent la taxe sur la publicité qui présente, a contrario, les inconvénients suivants :

- son assiette est limitée, compte tenu notamment des nombreuses dérogations au principe de taxation posées par les textes ;
- la rotation des affiches étant fréquente, les moyens de contrôle et de perception de la taxe apparaissent lourds à mettre en oeuvre et à maîtriser sur le terrain.

Les Commissions notent à l'attention du Conseil que, en créant une taxation de la publicité, le but premier poursuivi n'est pas tant de recouvrer de nouvelles recettes communales, en définitive faibles, mais d'assurer un moyen de contrôle supplémentaire sur l'application de la publicité sur le territoire de la Commune, en accord avec la réglementation spéciale à venir.

Les Commissions précisent que l'institution de la taxe nécessite qu'un agent communal soit chargé à la fois des missions de contrôle sur le terrain et de l'instruction des dossiers au bureau.

Les Commissions proposent de fixer les tarifs maxima prévus par la loi pour chaque catégorie d'emplacement considéré et d'adopter le principe d'une mesure d'indexation annuelle automatique de ces tarifs.

M. ANNETTE : Je suppose que cette taxation concerne l'affichage commercial.

LE MAIRE : Vous avez certainement remarqué qu'il y a de plus en plus de publicité en ville, faite par diverses sociétés. Le phénomène n'est pas encore vraiment agressif ; mais, cela risque de devenir abrutissant puisque chacun essaie de faire toujours mieux. Nous allons faire en sorte d'avoir un moyen de contrôle pour limiter ce phénomène à un niveau supportable. La proposition qui vous est faite n'a pas pour but de percevoir des recettes supplémentaires, mais d'endiguer l'évolution excessive de la publicité en ville.

M. ANNETTE : Ne pourrait-on pas augmenter le nombre des panneaux d'affichage pour les associations -ce, en dehors de ceux prévus pour l'affichage commercial- ? Au cas contraire, l'affichage sauvage a tendance à se développer.

Il y a une certaine tolérance à l'égard de quelques-uns et pas envers d'autres. Il serait mieux, je pense, de codifier les choses.

LE MAIRE : Elles le sont déjà partiellement, dans la mesure où, notamment, il n'est pas permis d'afficher sur les murs des Rues de Paris et de la Victoire.

M. ANNETTE : D'accord. Et ailleurs ?...

.../...

LE MAIRE : Quelle que soit l'affiche, qu'elle concerne telle ou telle autre personne, l'équipe chargée du nettoyage l'enlève sans distinction.

M. ANNETTE : Oui, dans ces deux rues...

LE MAIRE : Dans les autres rues de la ville, le nettoyage est fait périodiquement.

M. ANNETTE : Oui, et sélectivement.

LE MAIRE : De fait, les affiches restent assez longtemps sur les murs.

M. ANNETTE : N'est-il pas possible d'envisager l'installation de panneaux ?

LE MAIRE : Si. Il y a d'ailleurs quelques emplacements qui s'imposent d'eux-mêmes. On pourrait y implanter des panneaux pour un affichage renouvelable tous les huit jours, par exemple.

M. ANNETTE : Si de tels panneaux existaient, tout le monde pourrait afficher librement.

M. SANTONI : Ici, il est question de la taxation de la publicité. Vous abordez le point de sa réglementation dont l'étude est actuellement en cours.

M. ANNETTE : Ce faisant, je parle bien sûr des associations.

M. MANES : Vous avez procédé à un affichage conséquent en ville. Vos affiches n'ont pas été enlevées. On les a quand même laissées quelques jours.

M. ANNETTE : Très peu.

LE MAIRE : Je mets cette affaire aux voix.

LA PROPOSITION DES COMMISSIONS,
à savoir, taxe sur les emplacements publicitaires fixes,
EST ADOPTEE A L'UNANIMITE.

RECU A LA PREFECTURE DE LA REUNION

Le 02 ~~juin~~ ^{juillet} 1986
Article 3 de la loi n° 82-213 du 2
mars 1982 relative aux droits et
libertés des Communes, des Départe-
ments et des Régions

RAPPORT D'OPTIONS POUR LE CHOIX
D'UNE MESURE DE TAXATION DE LA PUBLICITE

I - LA TAXE SUR LA PUBLICITE (articles L. 233-15 à R. 233.38 du Code des Communes)

INSTITUTION

Par délibération du Conseil Municipal, le Maire fixant par arrêté la date d'application de la taxe.

ASSIETTE

La taxe frappe essentiellement les affiches sur papier, peintes, de manière générale les affiches qui se trouvent dans un lieu public, les réclames et enseignes lumineuses.

EXONERATIONS

Les textes établissent une longue liste d'affiches dispensées de paiement de la taxe. Exemples les plus significatifs :

- affiches et panneaux publicitaires de spectacles,
- affiches électorales,
- affiches de haute portée sociale (Croix-Rouge Française, prévention contre les maladies et grands fléaux sociaux, etc...).

TARIFS (confère tableau joint)

Variables selon la catégorie, les mètres carrés ou fractions de mètres carrés utilisés, le nombre d'annonces distinctes contenues dans une même affiche.

Les villes de plus de 100 000 habitants ont également la faculté de tripler ou quadrupler les tarifs des affiches de 4e et 5e catégories.

Ces tarifs sont relevés, chaque année, dans la même proportion que la limite inférieure de la 7e tranche du barème de l'impôt sur le revenu.

LA TAXE SUR LA PUBLICITE

Tarifs (en Francs) - Base 1985 (*)

Catégorie d'affiches	Par m ² ou fraction de m ²	Par m ² ou fraction de m ² au-delà de 50 m ²	Comportant plus de cinq annonces distinctes (tarif double)
<i>1^{re} catégorie :</i> « Affiches sur papier ordinaire imprimées ou manuscrites »	3,00		6,00
<i>2^e catégorie :</i> — « Affiches ayant subi une préparation quelconque en vue d'en assurer la durée »	9,00		18,00
— « Affiches sur papier ordinaire, imprimées ou manuscrites qui sont apposées soit dans un lieu couvert public », soit dans une « voiture servant au transport du public »	6,00		12,00
<i>3^e catégorie :</i> « Affiches peintes » et toutes affiches autres que celles sur papier, qui sont inscrites dans un lieu public. — par période quinquennale	11,00	22,00	22,00 44,00
<i>4^e catégorie :</i> — « Affiches, réclames et enseignes lumineuses constituées par la réunion de lettres ou de signes installés spécialement sur une charpente ou sur un support quelconque pour rendre une annonce visible tant la nuit que le jour ». — « Affiches sur papier, affiches peintes et enseignes éclairées la nuit au moyen d'un dispositif ». — « Affiches éclairées, apposées sur les éléments de mobilier urbain ».			22,00 44,00
— par an	11,00	22,00	44,00
— par mois (sur demande des assujettis)	3,00	6,00	6,00 12,00
<i>5^e catégorie :</i> « Affiches, réclames et enseignes lumineuses obtenues soit au moyen de projections intermittentes ou successives sur un transparent ou sur un écran, soit au moyen de combinaisons de points lumineux susceptibles de former successivement les différentes lettres de l'alphabet dans le même espace, soit au moyen de tout procédé analogue ». — par mois	11,00	22,00	
Villes de plus de 100 000 habitants			46,00
<i>4^e catégorie :</i> — par an	23,00	46,00	92,00
— par mois (sur demande)	6,00	12,00	12,00 24,00
<i>5^e catégorie :</i> — par an	17,00	34,00	

(*) Pour les villes de plus de 100 000 habitants, possibilité de tripler ou de quadrupler les tarifs pour la 4^e et la 5^e catégories.

RECOUVREMENT

Soit par apposition de timbres, lorsque la nature de l'affiche le permet ; soit par voie de déclaration, dans le cas contraire.

Les frais d'impression des timbres sont à la charge de la Commune.

Le recouvrement est opéré par les soins de l'administration municipale et peut être poursuivi solidairement contre ceux dans l'intérêt desquels l'affiche a été apposée, l'imprimeur, l'afficheur ou l'entrepreneur.

La municipalité peut instituer une régie de recettes pour la vente de timbres, ou la perception des taxes recouvrées par voie de déclaration.

SANCTIONS

Lacération ou destruction de l'affiche (réclame ou enseigne peinte ou sur papier) sur ordre de l'autorité municipale et aux frais des contrevenants. Pour la publicité lumineuse, les sources d'éclairage peuvent être coupées.

Amende contraventionnelle.

Recours aux agents de la force publique pour assurer le contrôle de la taxe et pour constater les contraventions.

PRODUIT (estimation A.U.R.)

- Constat actuel

Pour les seules affiches posées par les entreprises de publicité, compte tenu de la vitesse de rotation des affiches, le produit annuel est estimé à 80 000 Francs.

- Marge supplémentaire de recettes

Les enseignes lumineuses n'ont pas été prises en compte, leur nombre étant difficile à évaluer en l'absence d'un répertoire complet de l'existant. Par ailleurs, toutes les catégories d'affiches n'ont pas été recensées.

- Prévisions à court terme

L'assiette dépend du nombre supplémentaire et de la rotation prévisible des affiches. Là encore, les prévisions ne peuvent être correctement cernées.

II - LA TAXE SUR LES EMBLEMES PUBLICITAIRES FIXES (articles L. 233-81 à R. 233-114 du Code des Communes)

INSTITUTION

Par délibération du Conseil Municipal prise avant le 1er juillet de l'année précédant celle de l'imposition.

ASSIETTE

Emplacements publicitaires fixes (toutes formes d'affichage publicitaire) visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, au sens de la loi du 29 décembre 1979 sur la publicité (*), les enseignes et pré-enseignes.

(*) Il s'agit des voies publiques ou privées qui peuvent être empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

EXONERATIONS

- Emplacements dépendant des concessions municipales d'affichage, ainsi que les abris-bus et autres bâtiments de mobilier urbain.
- Informations ou annonces d'intérêt général ou local.

TARIFS

La loi fixe, selon la nature de l'emplacement, un tarif maxima appliqué par mètre carré ou fraction de mètre carré dans les limites suivantes :

Emplacements non éclairés	57 F/m ²
Emplacements supportant de la publicité phosphorescente ou fluorescente	85 F/m ²
Dispositifs lumineux extérieurs	114 F/m ²
Caissons publicitaires supportant des affiches éclairés par transparence	170 F/m ²

Si le Conseil Municipal adopte des tarifs inférieurs, il doit respecter les rapports respectifs existant entre ces tarifs maxima.

Les tarifs de la taxe sont relevés, chaque année, dans la même proportion que la limite inférieure de la 7e tranche du barème de l'impôt sur le revenu.

RECOUVREMENT

La taxe est due par l'exploitant de l'emplacement au 1er janvier

de l'année d'imposition ou, à défaut, par le propriétaire à cette même date.

La taxe est recouvrée par les soins de l'administration municipale sur la base d'une déclaration annuelle souscrite par le redevable et déposée à la Mairie avant le 1er mars de l'année d'imposition. A défaut, après mise en demeure de trente jours, le Maire établit d'office, suivant les éléments en sa possession, l'assiette et le montant de la taxe.

La perception de la taxe communale sur un emplacement publicitaire fixe exclut la perception par la Commune, au titre de cet emplacement, de tout droit de voirie ou de redevance d'occupation du domaine public.

SANCTIONS

Sont les mêmes que celles prévues pour la taxe sur la publicité.

PRODUIT (estimation A.U.R.)

- Constat actuel

La superficie globale des panneaux publicitaires est estimée à 1 455 m², soit un produit annuel à recouvrer d'environ 83 000 Francs, auquel il convient d'ajouter une marge supplémentaire de recettes.

- Marge supplémentaire de recettes

Compte tenu de la difficulté d'approche du nombre réel des préenseignes et des murs peints, ces derniers n'ont pas été englobés dans l'estimation.

D'autre part, l'estimation n'a été faite que par application du tarif le plus bas (57 Francs), sans tenir compte des autres catégories d'emplacements (tarifs plus élevés).

- Prévisions à court terme

A terme (5 ans), cette superficie va passer à 1 650 m² du fait de la pose supplémentaire -prévue par les entreprises publicitaires- de panneaux, impliquant une augmentation du produit de 11 000 Francs.

A elle seule, l'exploitation du domaine communal pour l'affichage publicitaire pourrait couvrir une superficie de 1 820 m², soit un produit de 104 000 Francs (exploitation prévue dans le cadre général de la réglementation sur la publicité).

Dans un avenir proche, le produit pourrait ainsi plus que doubler.