

Affichage urbain

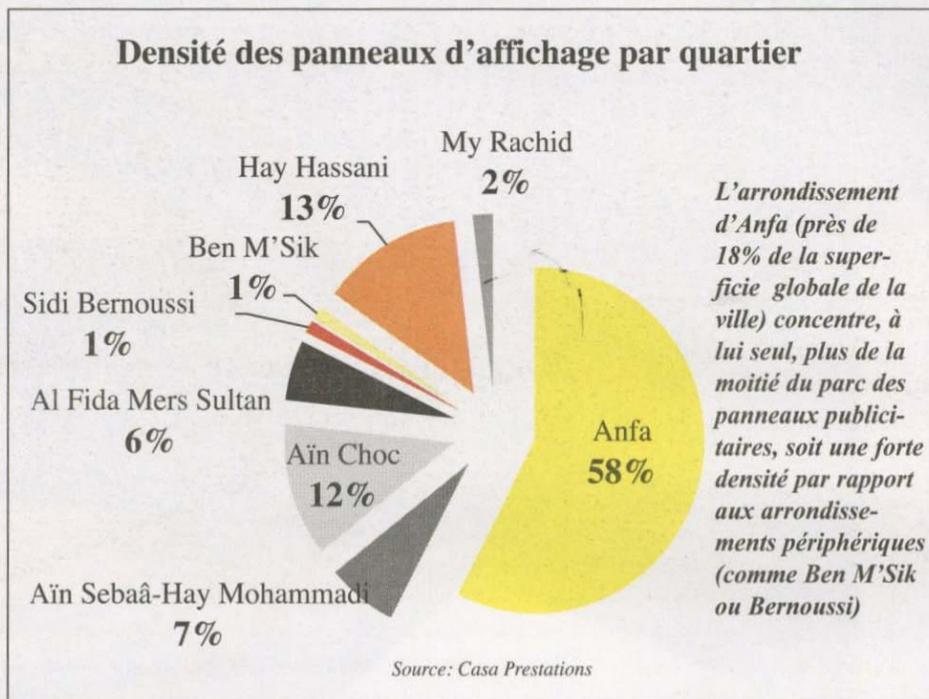
# Comment Casablanca veut en finir avec l'anarchie

- 3 documents de référence pour les panneaux et enseignes publicitaires

- Règles de base, zones d'implantation, sanctions...

- Obligation d'identifier chaque panneau

DE l'ordre dans la jungle des panneaux publicitaires? La mairie de Casablanca s'attaque au dossier épineux de l'affichage sauvage. Les élus de Casablanca ont validé récemment trois documents censés instaurer les règles de base en matière d'affichage urbain: une charte, un nouveau cahier des charges et un sché-



nouvelles règles du marché. Ils ont en effet un délai de 5 ans afin de se conformer au nouveau cahier des charges.

La charte commence par définir les types d'affichage urbain sur différents supports dont notamment les panneaux, le mobilier urbain, les devantures d'immeubles, les palissades et les clôtures de chantiers, les échafaudages, les véhicules mobiles (bus, tram, voitures...), les enseignes commerciales...

La charte définit également les périmètres de publicité réglementée en les classifiant par zone (A, B, C, D...). La zone A comprend, à titre d'exemple, les arrondissements d'Anfa, Maârif, Sidi Belyout, Mers Sultan, Roches Noires... Sur ces territoires, seuls les panneaux de taille moyenne ou petites sont autorisés, tout en respectant une distance minimale d'au moins 100 m entre 2 panneaux de taille moyenne et 50 m entre 2 panneaux de taille plus petite. La publicité sur le mobilier urbain est autorisée sur ces périmètres. En revanche, pour la pub sur les façades, elle doit respecter une distance de 400 m au moins entre deux affiches

ma directeur du mobilier urbain d'affichage. Le nouveau cahier des charges énumère les conditions auxquelles doivent se plier les opérateurs. Il s'agit de documents de référence visant à répertorier les types de panneaux et d'enseignes

### Zones interdites

LA charte de l'affichage urbain définit une liste de zones ou de lieux où l'affichage sera strictement interdit. Il s'agit notamment des monuments historiques, des sites classés, les lieux de culte (mosquée, synagogue ou église), les bâtiments classés patrimoine national, les constructions relevant du patrimoine architectural, les jardins et espaces verts ainsi qu'aux abords d'administrations et établissements publics, écoles et universités... □

publicitaires existants, tout en définissant les bases réglementaires et les zones d'implantation.

«Il faut mettre un terme à l'anarchie et à la pollution visuelle occasionnées par les panneaux d'affichage», a déclaré récemment Abdelaziz El Omari, président du Conseil de la ville. Selon le maire, la ville dispose aujourd'hui, suite à une étude (pilotee par Casa Prestations), d'une base de données numérique sur le parc des panneaux d'affichage (nombre, emplacement, coordonnées GPS, nature, redevances...).

Objectif: améliorer l'environnement urbain en utilisant des panneaux qui respectent les spécificités et les espaces verts de la ville, tout en incluant les panneaux publicitaires dans la politique durable de la ville (en limitant la pollution visuelle et en respectant le patrimoine de la ville), selon cette charte, dont L'Economiste détient une copie. Les opérateurs du secteur ont largement le temps de s'aligner aux

similaires et 200 m avec les autres types d'affichage urbain. Quant aux publicités sur les échafaudages, elles ne devraient pas dépasser 40% de la superficie du support.

S'agissant des panneaux publicitaires (lumineux, traditionnels ou digitaux), chaque unité doit obligatoirement arborer un numéro de série avec le nom de l'entreprise, le n° d'autorisation d'exploitation ainsi que toutes les informations requises pour l'identifier.

Le contrôle de la conformité de l'affichage urbain sera effectué par la police administrative. La brigade dédiée à l'affichage urbain sera composée d'agents assermentés qui devront rédiger les PV et prendre les mesures ou les sanctions prévues par la loi. Tout contrevenant devra s'acquitter d'une somme qui équivaut à 3 fois le montant à payer pour l'exploitation annuelle du panneau. □

Aziza EL AFFAS

## Affichage urbain

## Un gisement de plus de 230 millions de DH en 2023!



• Des dysfonctionnements à la pelle

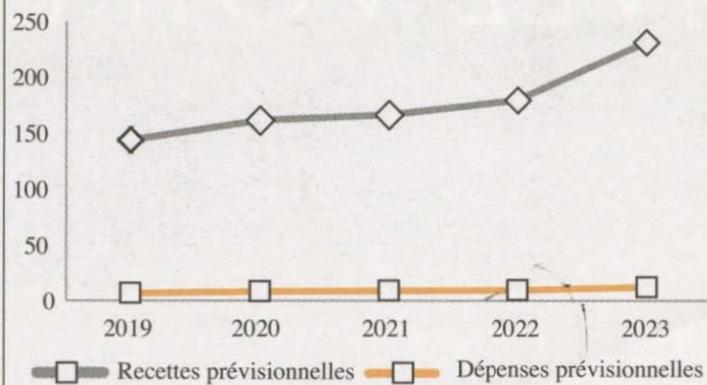
• Une facture énergétique salée payée par la commune!

• La gestion du parc sera confiée à une SDL

**P**ROLIFÉRATION anarchique, pollution visuelle, perturbation du trafic, gaspillage de l'énergie... Les dysfonctionnements du secteur d'affichage publicitaire sont connus de tous. Des panneaux ou enseignes publicitaires qui cachent les feux de signalisation à ceux perchés sur les arbres, sur les monuments historiques ou les devantures d'immeubles... en passant par les affiches abandonnées, anonymes, provisoires (qui deviennent permanentes)... Le schéma directeur de l'affichage urbain liste en détail les anomalies observées sur

Recettes et dépenses prévisionnelles (2019-2023)

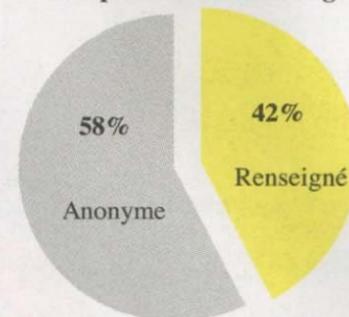
(En millions de DH)



Source: Casa Prestations

Les dépenses prévisionnelles de la mise en place du suivi et du contrôle du parc de mobilier urbain d'affichage (notamment par la police administrative) sont estimées à un peu plus de 12 millions de DH en 2023, contre des recettes prévisionnelles de l'ordre de 231 millions de DH pour la même année

Etat des lieux du parc des panneaux d'affichage



Source: Casa Prestations

Une aberration de plus! Sur le territoire de l'arrondissement du Maârif, plus de la moitié du parc est anonyme. La commune (ou la SDL qui se verra confier la gestion de ce secteur) devra obliger les opérateurs à arborer le n° de série avec le nom de l'entreprise, le n° d'autorisation d'exploitation ainsi que toutes les informations requises pour l'identifier

ce marché (suite à une étude sur le terrain). Côté juridique, la situation est chaotique, à en croire les auteurs de ce document. L'administration (ou la commune plus précisément) ne respecte même pas le droit de la concurrence. En principe, ces autorisations doivent être accordées sur appels d'offres. Or, la pratique dominante est que les mar-

chés sont octroyés de gré à gré. Pis encore, les cahiers des charges et les conventions ne sont même pas soumis à l'approbation du Conseil de la ville, ni au visa de l'autorité compétente. De même, le contrôle est quasiment absent et le nombre de panneaux exploités est imprécis.

Autre anomalie et non des moindres, les redevances fixées par la commune pour l'occupation du domaine public restent dérisoires, au vu du chiffre d'affaires réalisé par les opérateurs du secteur. Voilà donc un gisement inexploité d'amélioration des recettes de la ville! Or la commune peine à améliorer ses revenus avec un budget annuel qui ne dépasse pas les 3,5 milliards

à recouvrer auprès des exploitants s'élève à plus de 144 millions de DH, estiment les auteurs de l'étude. Des recettes appelées à augmenter au fil des ans, selon les scénarios retenus dans le schéma directeur de l'affichage urbain. Les auteurs préconisent une augmentation graduelle des redevances (à partir de l'année prochaine), tout en réduisant le parc existant. Le suivi des opérations pourrait être confié à la SDL Casa Prestations.

## Scenarii de gestion du parc

**L**ES auteurs du schéma directeur de l'affichage urbain proposent plusieurs options pour la gestion du parc du mobilier urbain d'affichage. Et c'est aux décideurs de la ville de choisir la formule adéquate. Parmi ces scénarios, on peut citer :

- Une gestion assurée entièrement par une SDL: De la délivrance des autorisations au recouvrement des redevances, en passant par le recensement, le contrôle...
- La création d'une business-unit dédiée dans le cadre de la SDL
- Une gestion directe par les services de la commune en assurant l'exécution des résultats de l'étude et le schéma directeur
- Une gestion par les services de la commune en ayant recours à des cabinets conseil pour l'exécution. □

de DH (au mieux), à peine de quoi couvrir la masse salariale (un tiers) et les dépenses obligatoires (propreté, éclairage public...). D'autant plus qu'elle s'est endettée auprès de la Banque mondiale pour financer le plan de développement du Grand-Casablanca.

Et ce n'est pas tout. Les opérateurs ne s'acquittent même pas de ces redevances (aussi insignifiantes qu'elles soient!). «Toutes les entreprises exploitantes ne sont pratiquement pas à jour de leurs paiements», est-il indiqué dans le schéma directeur de l'affichage urbain, élaboré par le cabinet de consulting «White House», et commandité par la SDL Casa Prestations. Le montant des recettes prévisionnelles des redevances

Selon ce scénario, l'année prochaine, les recettes de l'affichage publicitaire (toutes catégories confondues) passeront à plus de 161 millions de DH, puis à 166 millions (2021), 179 millions (2022) et plus de 231 millions de DH en 2023.

Outre ces recettes financières, la commune veut aussi rationaliser les ressources en matière de consommation d'énergie. En effet, un seul panneau publicitaire utilise en moyenne 16 projecteurs, d'où l'énorme facture électrique qui en découle. D'autant plus que certains panneaux sont raccordés au réseau public (8% sur le territoire du Maârif à titre d'exemple). □

Aziza ELAFFAS