

Observation de la réglementation de la publicité à Bordeaux															OHSJ : Observation hors sujet NEUT : Neutre	
Code Commune			Catégories			Thématique			Zonage			Type Observation			OHSJ : Observation hors sujet NEUT : Neutre	
AMBA : Ambres CENO : Cenon PARE : Parenpuyre AMBIE : Ambie EYSI : Eysines PEIS : Peisey ART : Artigues FLOI : Floirac STAU : St Aubin de M BASS : Bassens GRAD : Gradignan STLO : St Louis Montf BEGI : Begles LEFO : Le Fouilloux STME : St Médard en J. BLAN : Blanquefort LEHA : Le Haillan STVI : St Vincent de P. BORD : Bordeaux LETH : Le Taillan TALE : Talence BOUL : Bouiac LORM : Lormont VILL : Villeneuve d'Or. BRUG : Bruges MART : Martignas BM : Bord Métropole CARB : Carbon B MERI : Merignac Site BM	A : Association C : Commerce D : Divers E : Entreprise P : Particulier	Type Publicité Pré-enseigne Enseigne Tous types	Interdiction publicité espace public Interdiction publicité certains lieux Diminution densité et format Maintien activités économiques Contenu messages publicitaires Typologie des lieux Procédure RLPi Remarque générale	1 : Espace nature 2 : Intérêt patrimonial 2A : Intérêt patrimonial sauvegardé 2B : Intérêt patrimonial UNESCO 3 : Abords tramway 4 : Résidentiel 4A : Résidentiel petites communes 4B : Résidentiel communes urbaines 5 : Axes structurants 6 : Zones d'activités 7 : Empreinte aéroport 0 : Toutes zones	CRGL : Contestation règlement CPR : Procédure RLPi CQUS : Contestation qualité des supports CMUB : Contestation mobilier urbain CTYP : Typologie des lieux INTS : Interdiction dans secteur sauvegardé INTP : Interdiction dans domaine public IDFO : Diminution Format IDDI : Diminution densité QFAV : Favorable au projet INFO : Demande information proj DFAV : Demande favorable au projet DFIN : Demande information financière DMAE : Maintien activités économiques											

N° ordre	Commune	N° observation registre	N° courrier	Catégories	Date	Nom et adresse du pétitionnaire	Nbre de personnes présentes	Thématique	Type	Zonage	Type d'observation 1	Type d'observation 2	Type d'observation 3	Nature de l'observation	Commentaire C E	Réponse Bordeaux Métropole
1	BORD	1		E	03/04/2017	Thierry BERLANDA responsable des relations institutionnelles de la société INSERT	1	Interdiction publicité certains lieux	Enseigne	2	CMUB	CRGL	CPR	Fait la demande suivante : ne conteste pas le projet de RLPi , mais demande pour ce qui concerne les zones 2A et 2B de Bordeaux, la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires de petits formats de 0,5 m ² par devanture commerciale. Or le RLPi dans ses articles P.2a.2.6 et P.2b.2.6 l'interdit. Il faut remarquer que sa demande est en accord avec l'article L.581-8 alinéa 3 et l'article R.581-57 du code de l'environnement qui permettent jusqu'à 2 m ² par devanture. Il appuie cette demande au motif que l'article L.581.14 de la loi dispose que le RLPi ne peut réglementer les dispositifs décrits aux articles L.581.8 et R.581.5.7, alors que la Métropole s'autorise pour le mobilier urbain une surface de 2 m ² en zone 2A (page 167 du Rapport de Présentation) et 8m ² en zone 2 B (page 168 du RP).	Remarque juridique intéressante, à prendre en compte. La commission demande à Bordeaux Métropole d'y apporter une réponse.	Cf mémoire
2	BORD		1	E	03/04/2017	Thierry BERLANDA		Interdiction publicité certains lieux	Enseigne	2				Remise des 3 feuilles Legifrance sur les articles L 581-14, L 581-8 et R 581-57.		Cf réponse observation n°1
3	Site BM	1		P	03/04/2017	je landais		Diminution densité et format	Tous types	0	IDFO	IDDS		Moins il y aura de panneaux publicitaires de grandes tailles, moins il y aura de pollution visuelle. Ok pour les enseignes sur frontons mais sans éclairages.	Pris en compte.	Effectivement le projet de RLPi réduit les possibilités offertes par le RNP afin de préserver le paysage métropolitain. Par exemple les 12m ² ne pourraient plus être installés sur le territoire métropolitain.
4	Site BM	2		P	03/04/2017	Se respecter		Diminution densité et format	Tous types	0	CPR	OHSJ		1) Dans les zones commerciales, et leurs abords, des indications publicitaires directionnelles me paraissent souhaitables. 2) Pour les chevalets publicitaires ou autres signalétiques devant certains commerces en retrait de rue, je trouve aussi souhaitable de les conserver. 3) Pour les enseignes temporaires, garder les signalétiques. 4) Les manifestations temporaires par banderoles sont elles touchées par votre projet ? Il est impératif de les conserver. 5) Eviter l'anarchie c'est bien mais tout réglementer c'est pire ! 6) Ouvrons avec bon sens et ayons confiance en l'autre. Et Préserverons notre liberté d'expression. 7) Dans les quartiers, il manque de supports dédiés pour la communication d'événements plus confidentiels comme des activités ou ateliers spécifiques, portes ouvertes, fête, vide garage... = Un vecteur d'incitation visuelle à la créativité individuelle. 8) La réglementation sur les supports c'est bien, mais le vrai problème est tout de même le contenu de la publicité et l'impact qu'elle a sur les plus jeunes, en particulier pour la nourriture. A quand les réglementations limitant la publicité pour la viande !	1) Voir le rapport de présentation traitant des préenseignes. 2) Pris en compte. 3) Pris en compte. 4) Hors enquête. 5) Sans objet. 6) Sans objet. 7) Hors cadre de l'enquête RLPi, responsabilité de la commune. 8) Hors enquête.	1) Les préenseignes sont réglementées comme les publicités ainsi s'il est question des zones commerciales il faut regarder le règlement de la zone 6 qui permet à des préenseignes d'être implantées dans des limites de format et de densité bien entendu. 2) Effectivement les chevalets sont autorisés dans toutes les zones sauf dans la zone 1. 3) et 4) Les enseignes temporaires sont autorisées sous réserve d'une durée précisée dans l'article E6. Elles observent également les règles de la zone où elles se situent. Pour mémoire les enseignes temporaires signalent : - des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois - pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce. 5) et 6) Le projet de RLPi définit un équilibre entre une interdiction générale de la publicité et une réglementation trop souple ne profitant pas au respect de nos paysages. 7) Effectivement cela n'entre pas dans le champ de compétence du RLPi, il s'agit de l'article R.581-2 du Code de l'environnement. 8) En effet, le RLPi ne peut pas réglementer le contenu publicitaire.
5	Site BM	3		P	04/04/2017	Raphyfrenchy		Diminution densité et format	Publicité	0	IDFO	IDDS		Je suis pour le fait de réduire les espaces publicitaires.	Pris en compte.	Le projet de RLPi réduit les possibilités offertes par le RNP. Par exemple les 12m ² ne pourraient plus être installés sur le territoire métropolitain.
6	Site BM	4		P	04/04/2017	Raphyfrenchy		Diminution densité et format	Publicité	0	IDFO	IDDS		Je suis pour le fait de réduire les espaces publicitaires.	Observation déjà traitée au n°5 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 5
7	Site BM	5		P	07/04/2017	Nad33		Diminution densité et format	Tous types	0	IDFO	IDDS		1) Il faut vraiment limiter au maximum les grands panneaux publicitaires, réelle source de pollution visuelle. 2) Les préenseignes peuvent être utiles, mais doivent être de taille modeste. 3) Les enseignes présentes sur les commerces ne sont pas gênantes à condition qu'elles ne soient pas éclairées, en particulier durant toute la nuit. Car cela occasionne une pollution visuelle importante mais également un gâchis énergétique. 4) Enfin, il faudrait prohiber les écrans publicitaires, qui nuisent aux paysages, consomment de l'électricité, et sont sources de distraction au volant.	1) Voir rapport de présentation. 2) Voir rapport de présentation. 3) Voir rapport de présentation. 4) Pris en compte.	1) Le projet de RLPi réduit les possibilités offertes par le RNP. Par exemple les 12m ² ne pourraient plus être installés sur le territoire métropolitain. 2) Les préenseignes répondent aux mêmes règles que la publicité qui est encadrée selon les zones. 3) L'article E9 du règlement des enseignes du projet de RLPi impose leur extinction entre 1h et 6h du matin sauf celles exerçant une activité pendant cette période. 4) Les publicités et enseignes numériques sont fortement limitées. La publicité numérique est interdite en zones 1, 2 et 4a. Et dans les autres zones sa surface est limitée à 2m ² ou au maximum à 6m ² . Les enseignes numériques sont quant à elles interdites en zones 1, 2 et 4a. Et dans les autres zones leur surface est limitée à 2m ² ou au maximum à 6m ² .
8	Site BM	6		P	08/04/2017	majo		Diminution densité et format	Publicité	0	CTYP	IDFO		1) Refuser tout affichage publicitaire sur les clôtures ou grillage (ne l'accepter que sur un mur aveugle et à condition qu'il y ait un petit format). 2) Le maire doit pouvoir les faire enlever immédiatement et sans aucune dérogation du type si c'est un commerçant ou une association. Résultat s'est l'anarchie. 3) Pas de publicité non plus aux abords des ronds points. Aucun grand panneau publicitaire : fixe ou déroulant aux abords des feux et des carrefours (réglementé aussi par le code de la route mais pas respecté sur la commune). Aucune publicité aux abords de tous les espaces verts qu'ils soient public ou privé. Garder tous les espaces verts en zones protégées c'est impératif : qu'ils soient public ou privé ou étant sur des lotissements.	1) Pris en compte dans le RLPi. 2) Pouvoir de police du maire. 3) Pris en compte dans le RLPi.	1) Effectivement l'article P8 du règlement de publicité du projet de RLPi interdit la publicité sur les murs de clôtures ainsi que sur les clôtures qu'elles soient aveugles ou non. 2) Comme précisé par la commission d'enquête il s'agit du pouvoir de police du maire. 3) Les dispositifs publicitaires muraux et scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits aux abords des ronds-points dans un rayon de 50m à compter du bord extérieur de la chaussée en zones 3, 4a et 4b. Les dispositifs publicitaires supérieurs à 2m ² qu'ils soient muraux, scellés au sol ou directement posés sur le sol sont interdits aux abords des ronds-points dans un rayon de 50m à compter du bord extérieur de la chaussée en zones 5 et 6. Toute publicité est interdite hors agglomération et en zone 1, celle-ci regroupant les espaces de nature situés en agglomération. Les espaces de nature sont donc protégés par le projet de RLPi.
9	Site BM	7		P	11/04/2017	camilou78		Diminution densité et format	Publicité	0	IDFO	IDDS		Limiter le nombre de panneaux publicitaire par m2 et limiter leur taille! cela provoque une pollution visuelle trop importante dans notre ville	Pris en compte dans le RLPi.	Le projet de RLPi limite effectivement des dispositifs et leur nombre.
10	Site BM	8		P	11/04/2017	camilou78		Diminution densité et format	Publicité	0	IDFO	IDDS		1) A noter, je suis surpris que vous parlez de liberté d'expression dans votre texte de présentation pour justifier la présence de panneaux publicitaires. Il me semble qu'il ne faut pas confondre les panneaux qui servent à la communication des citoyens (information sur les événements de la ville, les élections...etc.) et les panneaux publicitaire à proprement parler. Les premiers me semblent indispensables à conserver, les seconds me paraissent superflus. 2) De plus, il ne s'agit pas de liberté d'expression lorsque l'on parle de publicité commerciale! il y a bien d'autres moyens à l'heure actuelle pour les commerçants de vendre leurs produits. 3) Par ailleurs, les villes qui ont fait le choix (en France ou en Europe) de supprimer les enseignes publicitaires n'ont pas vu leur chiffre économique s'effondrer ni tous les commerçants quitter la ville. Il s'agit d'une question de choix politique.	1) Les affichages de communication aux citoyens n'entrent pas dans le périmètre du RLPi. 2) Pris en compte. 3) Actuellement aucune étude ne confirme cette affirmation.	1) et 2) Le premier enjeu du RLPi est bien la réduction de la pollution visuelle générée par les dispositifs publicitaires. Bordeaux Métropole doit également respecter l'article L.581-1 du Code de l'environnement qui stipule que "Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, ...". 3) En France aucun collectivité peut interdire de manière générale et absolue les dispositifs publicitaires et d'enseignes sur son territoire. Les collectivités peuvent travers des RLP réduire l'impact de ces dispositifs sur nos paysages ce que le projet de RLPi s'est attaché à faire en réduisant leur nombre, leur format,... Indépendamment du RLPi, comme à Grenoble, les collectivités peuvent aussi exclure de leur contrat de mobilier urbain l'affichage publicitaire mais évidemment l'impact budgétaire pour la collectivité sera important.
11	Site BM	9		P	11/04/2017	JUJU		Maintien activités économiques	Publicité	0	DMAE			La publicité permet aux commerces locaux de s'annoncer et d'être plus visible. Elle permet même à certains de survivre. Aussi, n'oublions pas qu'il y a des entreprises derrière chaque dispositif qui localement font vivre des familles. Ces mêmes dispositifs sont taxés via la taxe locale sur la publicité et les enseignes, rapportant plusieurs milliers d'euros aux villes chaque année. Question : Comment seront compensées ces pertes ?	Le compromis entre la publicité nécessaire au développement économique, et la lutte contre les nuisances visuelles est l'objet même des enjeux du RLPi. Le dossier mis à l'enquête n'aborde l'aspect financier de la publicité.	Comme précisé par la commission d'enquête, le projet de RLPi s'est attaché à déterminer le juste équilibre entre la nécessaire réduction de la pollution visuelle générée par les dispositifs publicitaires et l'exercice par les acteurs économiques de leur activité. La réglementation du code de l'environnement sur laquelle s'appuie le projet de RLPi est indépendante du code général des collectivités territoriales régissant la taxe locale sur la publicité extérieure.
12	Site BM	10		P	11/04/2017	Milouche		Interdiction publicité certains lieux	Publicité		IDDS	CMUB		1) Panneauage : Panneaux directionnels et d'information suffisants, arrêtons la publicité à outrance. 2) Supports de communication : le tram n'est pas un outil de pub pour les banques ou autres, il doit rester sur l'événementiel, Merci.	1) La commission prend note. 2) La publicité sur les moyens de transport n'entre pas dans le cadre du RLPi.	1) Le projet de RLPi limite la publicité mais ne peut l'interdire de manière générale et absolue. 2) Comme précisé par la commission d'enquête, le RLPi ne peut réglementer la publicité sur les véhicules terrestres.

Code Commune	AMBA : Ambres	CENO : Cenon	PARE : Parenpuyre
AMBÉ : Ambès	EYSE : Eysines	PIESS : Pessac	
ART : Artigues	FLOI : Floirac	STAU : St Aubin de M	
BASS : Bassens	GRAD : Gradignan	STLO : St Louis Montf	
BRCL : Brégançon	EDFO : Edfo	STME : St Médard en J.	
BLAN : Blanquefort	LEHA : Le Haillan	STVI : St Vincent de P.	
BORD : Bordeaux	LETH : Le Taillan	TALE : Talence	
BOUL : Bouiac	LORM : Lormont	VILL : Villenave d'Or.	
BRUG : Bruges	MART : Martignas	BM : Bord Métropole	
CARB : Carbon B	MERI : Mérignac	SITE : Site BM	

Catégories		Thématique		Zonage		Type Observation		OHSJ : Observation hors sujet NEUT : Neutre	
A : Association		Interdiction publicité espace public		1 : Espaces nature		CRGL : Contestation règlement			
C : Commerce		Interdiction publicité certains lieux		2 : Intérêt patrimonial		CPRO : Procédure RLPi			
D : Divers		Diminution densité et format		2A : Intérêt patrimonial sauvegardé		CQUS : Contestation qualité des supports			
E : Entreprise		Maintien activités économiques		2B : Intérêt patrimonial UNESCO		CMUB : Contestation mobilier urbain			
P : Particulier		Contenu messages publicitaires		3 : Abords tramway		CTYP : Typologie des lieux			
		Typologie des lieux		4 : Résidentiel		INTS : Interdiction dans secteur sauvegardé			
		Procédure RLPi		4A : Résidentiel petites communes		INTP : Interdiction dans domaine public			
		Remarque générale		4B : Résidentiel communes urbaines		IDFO : Diminution Format			
				5 : Axes structurants		IDD : Diminution densité			
				6 : Zones d'activités		OFAV : Favorable au projet			
				7 : Entreprise aéroport		INFO : Demande information proj			
				0 : Toutes zones		DFAV : Défavorable au projet			
						DFIN : Demande information financière			
						DMAE : Maintien activités économiques			

N° ordre	Commune	N° observation registre	N° courrier	Date	Nom et adresse du pétitionnaire	Nbre de personnes présentes	Thématique	Type	Zonage	Type d'observation 1	Type d'observation 2	Type d'observation 3	Nature de l'observation	Commentaire C E	Réponse Bordeaux Métropole
13	Site BM	11	P	13/04/2017	chanthy		Diminution densité et format	Publicité	0	IDFO	IDDS		1) L'idée de modifier les panneaux 4x3 n'est pas nouvelle. Des communes s'y sont déjà essayées. Résultat : prolifération des petits panneaux déroulants dans les carrefours et sur les trottoirs (merci pour les poussettes, fauteuils roulants, ...) 2) Un carrefour à Pessac (place du marché) a eu la chance de voir supprimé les hortensias pour cause de mauvaise visibilité, mais le panneau qui les remplace au beau milieu du carrefour, lui, ne gène pas!!!!...Etonnant, non....Panneau Clear Channel n° 210. Cordialement et merci à la reine publicité.	1) Affirmation non justifiée. 2) Le RLPi est contraignant pour la publicité au niveau des carrefours. La commission s'est rendue sur place (photo à l'appui) et, est défavorable au maintien de ce panneau publicitaire.	1) En dehors de la réduction du format des dispositifs publicitaires, le projet de RLPi prescrit des règles de densité pour limiter le nombre des dispositifs. 2) Le projet de RLPi réglemente de manière stricte la publicité autour des ronds-points. La commune de Pessac précise que ce dispositif est actuellement conforme au RLP en vigueur sur la commune. La commune devra analyser cette implantation avec le RLPi lorsque celui-ci sera approuvé.
14	Site BM	12	P	15/04/2017	Blain		Diminution densité et format	Tous types	0	IDFO	IDDS	CRGL	1) Ce projet de RLPi sera trop complexe à mettre en oeuvre (7 zones !) Une simplification de zonage serait plus compréhensible. 2) Autre critique : ce document privilège le cœur historique de Bordeaux au détriment des entrées de villes et des zones périurbaines. Hors, c'est précisément dans ces espaces intermédiaires entre ville et campagne (les entrées de ville à la française) que des règles rigoureuses devraient être prises pour recalibrer l'aspect de ces espaces anarchiques. 3) Dans le détail du projet soumis à concertation, on relève les points suivants : Articles E-5-2-2 et E-6-2-2 : les enseignes scellées au sol de 8m2 entretiennent la confusion fréquente entre publicité et enseigne puisqu'il s'agit la plupart du temps d'un panneau identique à celui des pub scellées au sol de 8m2 (seul le visuel est différent). 4) A privilégier les enseignes scellées au sol de forme "totem" avec des limites de hauteur. 5) Articles E-9 : une formulation plus simple serait "les enseignes sont allumées au plus tôt une heure avant le début de l'activité et éteintes au plus tard une heure après la fin de l'activité de l'établissement" 6) Articles E-5-2-4 et E-6-2-4 : le format de 6m2 pour des enseignes numériques est tout à fait excessif. 7) Article P-5-2-3, P-6-2-3 : les publicités scellées au sol de 8m2 n'apportent aucune avancée visuelle (seul un œil exercé sait discriminer dans la rue, un panneau de 12m2 d'un de 8m2). 8) Articles P-6-2-4, P-7-2-4, P-2b-2-4, P-4b-2-4, P-5-2-4 : les mobiliers urbain de 8m2 constituent un contre exemple sur la voie publique, ce format a été abandonné par la ville de Paris au profit du 2m2 mieux adapté aux piétons et moins intrusif. 9) Article P-14 : pourquoi donc les mobiliers urbains et eux seuls seraient exemptés des règles d'extinction nocturne ? 10) Article E-5-2-4 et E-6-2-4 : les publicités numériques ont un impact très dommageable sur l'environnement (à plus forte raison si elles font 6m2 !). De plus, elles sont accidentogènes et énergivores ! à interdire absolument ! 11) Article P-7-2-3 : des publicités scellées au sol de 50m2 ? pourquoi pas de 100m2 ? 12) Article P-7-2-5 : des écrans vidéo de 50m2 ? c'est une coquille on espère à corriger.	1) le zonage du RLPi a fait l'objet d'une étude très approfondie. 2) Seul le centre historique de Bordeaux est classé au patrimoine mondial de l'UNESCO qui entraîne un classement en zone 2b. La majorité des zones d'activités sont situées en zone péri-urbaine avec un règlement adapté. 3) Dans le RLPi, les dispositions sont les mêmes pour les publicités et pré-enseignes (présentes en majorité en bordure de voie), alors que les enseignes sont situées en façade 4) La commission prend note. 5) Formulation très contraignante compte tenu de la diversité des activités des commerces. 6) Avis non motivé, mais pris en compte. 7) Avis personnel. 8) Avis personnel, affirmation sur la politique d'affichage de la ville de Paris à vérifier. 9) Choix du RLPi à argumenter par Bordeaux Métropole. 10) Avis personnel, affirmation à démontrer. 11) Dispositif réservé à une seule zone spécifique du site aéroportuaire de Bordeaux Mérignac 12) Choix du RLPi idem point 11) ci-dessus.	1) Pour compléter le commentaire de la commission d'enquête rappelons que le projet de RLPi harmonise les 22 RLP actuellement en vigueur sur la métropole et inscrit des prescriptions sur 6 communes qui n'en disposaient pas. Le résultat du travail mené permet donc clairement de simplifier la réglementation sur la métropole avec seulement 7 zones identifiées. 2) Le projet de RLPi impose des mesures très contraignantes pour l'implantation des dispositifs publicitaires contextualisées selon les situations rencontrées identifiées au travers des 7 types de zones. 3) Les publicités et les enseignes peuvent être scellées au sol ou directement posées sur le sol mais leur objet est bien différent. Leur définition est inscrite à l'article L.581-3 du Code de l'environnement. 4) Les enseignes scellées au sol sont bien limitées en hauteur de 4,5m à 6,5m selon les zones. 5) Etudier une meilleure formulation de l'article E9 si cela s'avère pertinent 6) Ce format réduit déjà les possibilités offertes par le Code de l'environnement et n'est prescrit que dans deux zones. 7) La différence est notable, 4m² d'écart se perçoit dans l'espace. A l'appui de nombreuses photos dans le rapport de présentation peuvent en témoigner (Pg 93 à 95). 8) La Ville de Paris est une commune très dense avec un tissu constitué très resserré sur l'ensemble de son territoire et dispose d'un contrat de mobilier urbain. Bordeaux Métropole ainsi que 24 communes disposent d'un contrat de mobilier urbain sur le périmètre de la métropole, des contrats bien entendu différents avec des durées variées. De plus Bordeaux Métropole constituée de ses 28 communes présente des tissus très hétérogènes du plus dense au très peu dense avec des espaces de nature très importants mais également des zones d'activités monofonctionnelles assez vastes ce qui n'est pas le cas à Paris. Ainsi Bordeaux Métropole propose effectivement une limitation du 2m² dans tous les secteurs disposant d'un intérêt patrimonial fort. 9) Le mobilier urbain est encadré par les collectivités en nombre, état, et format, et dispose de l'affichage des informations municipales nécessaires aux habitants. 10) Rappelons que les dispositifs numériques sont interdits en zones 1, 2a, 2b, et 4a. Pour les autres zones les formats sont limités plus strictement que le RNP. 11) et 12) Le Code de l'environnement prévoit cette possibilité pour les aéroports de cette envergure. Le RLPi limite fortement cette possibilité au sein de l'emprise de l'aéroport ce que celui-ci conteste d'ailleurs.
15	Site BM	13	P	18/04/2017	JeanFrancois		Diminution densité et format	Tous types	0	IDFO	IDDS	CTYP	Le niveau de protection du cadre de vie doit être le même pour tous les habitants. Le nombre de zones doit être limité à trois au maximum. • ZPR 1 : Zone à dominante d'habitations en agglomération • ZPR 2 : Zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération • ZPR 3 : Zone hors agglomération (pour mémoire publicité en règle générale interdite) Ne sont pas autorisées : • Les publicités et les enseignes numériques • Les publicités déroulantes • Les publicités et enseignes avec couleurs fluorescentes Extinction des dispositifs lumineux : • Entre 22 heures et 6 heures pour les publicités et le mobilier urbain • 1 heure après la fin de l'activité pour les enseignes	Le nombre de zones proposées à 7 est issu d'une large concertation, qui s'appuie sur le PLU 3.1 Bordeaux Métropole approuve et correspond au mieux à la typologie des lieux. La généralisation des interdictions demandées nous paraissent ni justifiées, ni argumentées. Sagissant de la remarque "couleur fluorescente", le contenu du message n'entre pas dans le cadre du RLPi. Les horaires d'extinction des dispositifs lumineux prévus entre 1h00 et 6h00 du matin dans le RLPi semblent raisonnables, et compatibles avec une politique d'économie d'énergie et de diminution de nuisance visuelle.	Pour compléter le commentaire de la commission d'enquête, le projet de RLPi harmonise les 22 RLP actuellement en vigueur sur la métropole et inscrit des prescriptions sur 6 communes qui n'en disposaient pas. Le résultat du travail mené permet donc clairement de simplifier la réglementation sur la métropole avec seulement 7 zones identifiées. Rappelons qu'un règlement local de publicité adapte localement les règles générales de publicité extérieure édictée par le Code de l'environnement disposer d'une même réglementation sur l'ensemble du territoire serait inadapté aux différents contextes rencontrés.
16	Site BM	14	P	19/04/2017	ursa		Maintien activités économiques	Publicité	0	DMAE	CRGL		Mon panneau ne gène pas et représente un complément non négligeable à ma petite retraite.	La situation du dispositif publicitaire étant en zone 2, et la taille du panneau dépassant la toiture, la commission est défavorable à ce dispositif. L'aspect financier du particulier lié à cette implantation a été noté par la commission.	Cette observation a fait l'objet d'une remarque mieux renseignée sur le registre de Floirac. Le panneau se situe au 2 rue Jean Larrey à Floirac et appartient à Mme Bethencourt Monique. Comme précisé par la commission d'enquête cette parcelle se situe en zone 2a. En effet ce secteur a été identifié par le PLU comme un secteur d'intérêt patrimonial (zone UP26 au PLU3.1). Il s'agit de la Cité Maupéou, cité-jardin implantée sur 6 hectares, qui est une compositrice discrète de l'identité sociale et paysagère de la commune. Le principe de composition des îlots y est organisé perpendiculairement à la rue Léo Lagrange. Les îlots sont desservis par des voies apaisées et partagées et un système de ruelles en impasse permet d'optimiser l'accès à certaines parcelles. Le PLU3.1 entend préserver et mettre en valeur le parti d'origine en termes de composition, d'architecture et de paysage et notamment préserver le paysage de la rue et le principe de jardin, de devant, ... Ainsi il est tout à fait cohérent de protéger cette zone au titre de RLPi et de l'inscrire en zone 2a. Cette zone interdit la publicité sauf sur mobilier urbain. Le professionnel de la publicité qui a installé ce panneau sur la parcelle de Mme Bethencourt devra certainement enlever ce panneau dans les 2 ans après l'approbation du RLPi.
17	Site BM	15	P	19/04/2017	ursa		Maintien activités économiques	Publicité	0	DMAE	CRGL		Mon panneau ne gène pas et représente un complément non négligeable à ma petite retraite. Selon moi, il n'y a aucune raison de le retirer.	Observation déjà traitée au n° 16 de la colonne "N° ordre".	Cf réponse observation 16
18	BM	1	P	21/04/2017	Serge DEMONS - 37 rue Wustenberg Bordeaux	1			NEUT	NEUT	NEUT		Il aimeraient connaître l'impact sur la circulation automobile pour aller de la place Saint Seurin à la traversée de Saint Médard en Jalles (BHNS)	Hors enquête publique RLPi.	Effectivement cette observation ne concerne pas le RLPi
19	Site BM	16	P	21/04/2017	gary		Maintien activités économiques	Publicité	0	DMAE	CRGL		Une aberration qui de restreindre autant les choses alors que l'affichage SAUVAGE ! des élections présidentielles bat son plein et que personne ne dit rien. Le contribuable sera la victime collatérale de cette décision car moins de panneaux donc moins de TLPE donc + d'impôts locaux!! l'affichage est un des derniers médias locaux permettant aux commerçants locaux de faire du commerce LOCAL.	Préoccupation qui n'entre pas dans le cadre de l'enquête.	Effectivement cette observation ne concerne pas le projet de RLPi
20	Site BM	17	P	21/04/2017	gary		Maintien activités économiques	Publicité	0	DMAE	CRGL		une aberration qui de restreindre autant les choses alors que l'affichage SAUVAGE ! des élections présidentielles bat son plein et que personne ne dit rien. Le contribuable sera la victime collatérale de cette décision car moins de panneaux donc moins de TLPE donc + d'impôts locaux!! l'affichage est un des derniers médias locaux permettant aux commerçants locaux de faire du commerce LOCAL.	Observation déjà traitée au n°16 de la colonne "Observation registre".	Cf réponse observation 20
21	VILL	1	P	22/04/2017	Frédéric MONTEL 3 rue Camille Saint SAENS Villeneuve d'Ornon	1	Remarque générale	Tous types	0	INFO			Est venu se renseigner sur le dossier. Est satisfait des réponses apportées par le C E.	Sans commentaire.	C'est bien noté

Code Commune	AMBA : Ambres	CENO : Cenon	PARE : Parenpuyre
AMBÉ : Ambés	EYSE : Eysines	PIESS : Peiss	
ART : Artigues	FLOI : Floirac	STAU : St Aubin de M	
BASS : Bassens	GRAD : Gradignan	STLO : St Louis Montf	
BLAN : Blanquefort	LEHA : Le Haillan	STVI : St Vincent de P.	
BORD : Bordeaux	LETH : Le Taillan	TALE : Talence	
BOUL : Bouiac	LORM : Lormont	VILL : Villeneuve d'Or.	
BRUG : Bruges	MART : Martignas	BM : Bord Métropole	
CARB : Carbon B	MERI : Mérignac	SITE : Site BM	

Catégories	A : Association	1 : Espaces nature	OHSJ : Observation hors sujet
C : Commerce	2 : Intérêt patrimonial	NEUT : Neutre	
D : Divers	2A : Intérêt patrimonial sauvegardé		
E : Entreprise	2B : Intérêt patrimonial UNESCO		
P : Particulier	3 : Abords tramway		

Type	Publicité	4 : Résidentiel	CRGL : Contestation règlement
Pré-enseigne	5 : Axes structurants	4A : Résidentiel petites communes	CPRD : Procédure RPLi
Enseigne	6 : Zones d'activités	4B : Résidentiel communes urbaines	CQUS : Contestation qualité des supports
Tous types	7 : Empreise aéroport	INTS : Interdiction dans secteur sauvegardé	CMUB : Contestation mobilier urbain
	0 : Toutes zones	INTP : Interdiction dans domaine public	CTYP : Typologie des lieux

Thématische	Diminution densité et format	IDFO : Diminution Format	DFAV : Diminution densité
Interdiction publicité espace public	2 : Intérêt patrimonial	IDPA : Diminution Publicité	OFAV : Favorable au projet
Interdiction publicité certains lieux	2A : Intérêt patrimonial sauvegardé	INFO : Demande information proj	DFAV : Infavorable au projet
Maintien activités économiques	2B : Intérêt patrimonial UNESCO	DFIN : Demande information financière	DFIN : Demande information financière
Contenu messages publicitaires	3 : Abords tramway	DMAE : Maintien activités économiques	DMAE : Maintien activités économiques

N° ordre	Commune	N° observation registre	N° courrier	Date	Nom et adresse du pétitionnaire	Nbre de personnes présentes	Thématische	Type	Zonage	Type d'observation 1	Type d'observation 2	Type d'observation 3	Nature de l'observation	Commentaire C E	Réponse Bordeaux Métropole	
22	Site BM	18	P	24/04/2017	yves		Maintien activités économiques	Tous types	0	DMAE	IDDS		Règlementer est une nécessité si c'est organisé dans le dialogue, l'écoute et le respect afin de servir harmonieusement l'intérêt commun. Hors ce projet de règlement ne semble servir l'intérêt que de ceux qui le rédigé puisque sa finalité est d'interdire dans la presque quasi totalité du territoire, toute forme de publicité. Sauf celle supportée par le mobilier urbain organisé sous la seule compétence des communes. Un paradoxe pour des centaines de propriétaires privés qui perdront le bénéfice de ce complément de revenu que les collectivités ne compenseront pas. Les erreurs des règlements locaux se suivent et se ressemblent car ils tolèrent de la publicité sur un infime espace sans aucune organisation géographique et provoque de la concentration pour mieux la stigmatiser lors du prochain règlement. Pourquoi limiter à 5 axes dits "structurants" sur des portions hachées la publicité quand la métropole en compte 10 fois plus ? Pourquoi privilégier un format de publicité à une taille si réduite qu'elle en perdrait automatiquement sa vocation celle de faire la promotion du commerce local ? Les axes de reflexions doivent aussi se porter sur la prolifération des enseignes qui trop souvent échappent par manque de contrôle à la vigilance des autorités dont l'impact visuel est bien supérieur à celui de la publicité.		Le dialogue et le respect de l'intérêt ont largement été pris en compte pendant la phase de concertation, qui a duré 3 ans, et qui a notamment recueilli l'avis favorable des 28 communes. En ce qui concerne le revenu des propriétaires privés, celui n'est pas supprimé, mais encadré par la nouvelle réglementation. Le projet de RLPI prend en compte l'aspect géographique et le cadre de vie du territoire. La définition des axes structurants résulte d'une large concertation. En l'absence d'argumentation, la commission ne peut se prononcer. La surface des panneaux d'affichage retenus (8 et 6 m2) nous semblent un bon compromis. Le pouvoir de police de la municipalité est de faire respecter la réglementation.	Comme précisé par la commission d'enquête ce projet de RLPI a fait l'objet d'une large concertation menée sur trois ans (2013-2016) au moyen : . du site internet de la participation, . dans chaque mairie et à Bordeaux Métropole par le biais du dossier de concertation et de registres permettant aux habitants de s'exprimer, . lors de deux réunions publiques (en 2014 et en 2015), . ainsi que d'un questionnaire mis en ligne en 2015. Le projet de RLPI propose un équilibre ainsi il réduit fortement le nombre et les formats des dispositifs publicitaires mais il ne les interdit pas de manière générale et absolue. La zone 5 n'est pas la seule zone accueillant de la publicité, la zone 3, la zone 4b, la zone 6 également dans des formats limités et en nombre réduit. Pour mémoire le projet de RLPI propose un règlement exclusivement dédié aux enseignes pour effectivement encadrer de manière cohérente ces dispositifs sur le territoire métropolitain.
23	Site BM	19	P	24/04/2017	maribel		Remarque générale	Tous types	0	CRGL			Je demande ardemment un assouplissement du projet trop restrictif à mon point de vue.	Bordeaux Métropole a retenu ce projet qui semble un bon compromis, alors que l'ensemble des communes souhaitaient un règlement plus restrictif.	Efectivement, le projet de RLPI a essayé de préserver un équilibre réglementaire afin de protéger le paysage métropolitain d'une profusion de dispositifs publicitaires et d'enseignes mais en laissant aux professionnels la possibilité d'exercer leur activité.	
24	STME	1	P	24/04/2017	Indivision LUC/PINEAU 12 rue François Peychaud 33160 St Médard en Jalles	1	Maintien activités économiques	Publicité	4B	DMAE			1) Madame LUC est propriétaire d'une parcelle située à l'angle de l'avenue de Berlincan et de l'avenue du Haillan. Un panneau publicitaire (format max 12 m2) est implanté à proximité de l'angle et hors zone 4b. Quelle est la contrainte liée à cette implantation et souhaitez conserver ce panneau publicitaire. 2) Madame LUC est également propriétaire d'une autre parcelle située à l'angle de l'avenue Montaigne et de la rue Becquerel sur laquelle est implanté un panneau publicitaire de 8 m2. La parcelle est située en zone 4b. Quelle est la contrainte liée à cette zone	1) et 2) Réponses demandées à Bordeaux Métropole.	1) Après avoir contacté la commune de Saint-Médard-en-Jalles il semble que ce panneau soit en zone 4b du projet de RLPI et soit un panneau scellé au sol de 12m ² . Il serait interdit par ce projet de règlement. En effet dans cette zone les dispositifs scellés au sol ne peuvent être supérieurs à 2m ² . 2) Egaleamnt après avoir contacté la commune de Saint-Médard-en-Jalles le deuxième panneau concerné serait un dispositif mural de 8m ² apposé sur un mur aveugle en zone 4b du futur RLPI. Sous réserve de la règle de densité dans cette zone, qui s'apprécie au regard d'autres panneaux situés à proximité, si ce panneau n'est pas situé à moins de 50m d'un rond-point le projet de RLPI ne l'interdirait pas.	
25	BM	1	E	25/04/2017	Sté Aéroport De Bordeaux Mérignac Cedex 40 - 33700 Mérignac		Maintien activités économiques	Publicité	7	DMAE	CRGL	CTYP	La société ADBM demande l'application pleine et entière de la Loi du 12 juillet 2010 et demande les modifications suivantes : 1) Article P.7.1.1 : Intégrer l'intégralité de l'emprise de la concession aéroportuaire dans le plan de délimitation de la zone 7 du dossier RLPI qui est erroné, 2) Article P.7.2.2 : demande d'implanter des dispositifs muraux de 12m ² maximum et d'une hauteur maximale de 7,5 m au lieu de 8m ² dans le RLPI, 3) Article P.7.2.3 : demande la suppression de la distinction prévue dans le RLPI des publicités scellées au sol ou implantées directement sur le sol de 8m ² sur les parkings et de 50m ² sur les voies d'accès. Mais que les publicités puissent s'élever à 10m au dessus du sol et d'une surface limite de 50m ² , 4) Article P.7.2.5 : Autoriser la publicité lumineuse et numérique sur les parkings et voies d'accès, et avoir la possibilité d'installer des dispositifs de 50m ² maximum et d'une hauteur maximale de 10m. Suppression de la distinction prévue dans le RLPI pour les publicités de 8 m ² sur les parkings et 50 m ² sur les voies d'accès, 5) Article P.7.2.7 : Autoriser l'implantation des bâches supportant de la publicité sur l'emprise de l'aéroport même si les publicités sont visibles depuis une voie publique. Suppression de la limitation de surface des bâches implantées sur les murs aveugles. Autoriser les dispositifs spécifiques comme des "bouteilles" déjà présentes sur l'emprise de l'aéroport. 6) Article P.7.3 : Autoriser l'éclairage par des spots des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles 7) Autoriser les publicités supérieures à 2m ² le long du tramway à l'entrée de la zone aéroportuaire	Courrier adressé au président de la commission. La commission de demande à Bordeaux Métropole un mémoire de réponse séparé. 1) Plan de l'emprise aéroportuaire annexée au courrier. La commission demande à Bordeaux Métropole et à la Sté ADBM de se rapprocher et mettre en conformité avec le PLU3.1 2) Il semble que la limitation à 8m ² relève plus d'un souci de cohérence globale du RLPI que d'une prise en compte de la spécificité de l'aéroport. 3) et 4) Les remarques de la Sté ADBM sont recevables, la commission demande à Bordeaux Métropole de préciser son argumentation. 5) La commission est défavorable à l'implantation de bâches visibles depuis la voie publique hors agglomération (ref. RNP). Pour la non limitation de surface sur les murs aveugles, la commission se prononce contre, au motif que la réglementation a pour objectif d'éviter les abus. La commission est favorable à l'ajout d'un article supplémentaire réglementant les dispositifs spécifiques ("bouteilles",etc..) 6) La commission est favorable à l'éclairage par spots strictement dans la zone 7. 7) La commission pense qu'il est important de garder une cohérence sur la totalité de l'emprise du Tram.	Cf mémoire	
26	Site BM	20	P	25/04/2017	Frantz		Maintien activités économiques	Publicité	0	DFAV	DMAE		1) Ne soyons pas dupe, ce projet de RLPI est de la poudre au yeux, c'est l'arbre qui masque la forêt. Question : Combien va coûter cette mascarade ? 2) L'audit réalisé et le temps passé par les élus à faire toutes ces réunions...Pendant que les ressources de la métropole sont mobilisées sur ce faux problème, elles ne sont pas sur de vrais sujets. 3) L'inexorable augmentation des taxes foncières et d'habituation. Celles ci seront évidemment majorées suite à la perte des taxes collectées via les opérateurs publicitaire - L'appauvrissement du service public dans l'enseignement (haisse des repas dans les cantines scolaire, haisse des frais liés au périscolaire,...) - L'insalubrité des infrastructures à l'images des quelques piscines municipales encore existantes - Les problèmes de transport et la saturation des axes routiers intérieurs et extérieurs de la métropole... - Les problèmes d'accès au logement, avec plus de 33000 demandeurs de logements sociaux sur la Métropole... - Le financement du Stade Matmut et la dette que cela représente pour nous tous. 4) Bref la liste des vrais sujets est longue comme le bras mais allez y, préoccupez vous des quelques pancartes publicitaires qui participent à l'économie de la collectivité... #comment scier la branche sur laquelle on est assis.	Remarques qui n'engagent que l'intéressé et qui sont hors du champ de l'enquête.	Pas de commentaires	
27	Site BM	21	P	26/04/2017	bbs		Maintien activités économiques	Publicité	6	DMAE	CRGL		Le problème est l'équilibre entre le cadre de vie et les intérêts économiques, sans redevances de loyer des panneaux, pas de revenu à injecter dans l'économie locale !! de plus, la commune de Mérignac devrait se poser les bonnes questions : un panneau propre en bien moins polluant que des rues de ZI non entretenues depuis des années par des services de la voirie inexistant dans les Zones D'activité comme celle du Phare par exemple !!	L'équilibre entre respect du cadre de vie et intérêts économiques font partie des enjeux du RLPI.	Effectivement le projet de RLPI a essayé de préserver un équilibre réglementaire afin de protéger le paysage métropolitain d'une profusion de dispositifs publicitaires et d'enseignes mais en laissant aux professionnels la possibilité d'exercer leur activité.	
28	GRAD	1	1	P	26/04/2017	Pierre MOLINIER 72 cours du général de Gaulle Gradignan	1	Interdiction publicité certains lieux	4B	CRGL	CTYP		M Molinier conteste le zonage 4B du 303 cours du Général de Gaulle au 143 cours du Général de Gaulle, au motif que le rétrécissement de la chaussée n'est pas un argument valable, et que la zone n'est pas résidentielle et demande son classement en zone 5, axe structurant.	Le cas particulier du centre ville de Gradignan est évoqué page 173 du RP. Il est à noter cependant que Gradignan est la seule municipalité où un axe structurant traversant une zone 4B est interrompu pour reprendre ensuite. La raison évoquée par Bordeaux Métropole, à savoir réduction de l'emprise de la RD1010 au centre ville, mérite d'être plus largement argumentée. Une réponse sous forme de mémoire est demandée par la commission à Bordeaux Métropole.	Cf mémoire	
29	FLOI	1		26/04/2017	Madame Monique BETANCOURT 2 rue	1	Maintien activités	Publicité	2A	DMAE			Enquête publique panneau publicitaire - mon panneau cache le mur de ma voisine décrépi et sans entretien et ne gène en rien la circulation	Les dispositifs publicitaires muraux sont interdits dans la zone 2a - Article P.2a.2.2 et P2a.2.3.	Cf réponse observation 16	

Code Commune	AMBA : Ambres CENO : Cenon PARE : Parenpuyre	AMBÉ : Ambés EYSI : Eysines PESS : Pessac	ART : Artigues FLOI : Floirac STAU : St Aubin de M	BASS : Bassens GRAD : Gradignan STLO : St Louis Montf	BEGI : Begles EEDO : Le Bouscat STME : St Médard en J.	BLAN : Blanquefort LEHA : Le Haillan STVI : St Vincent de P.	BORD : Bordeaux LETH : Le Taillan TALE : Talence	BOUL : Bouiac LORM : Lormont VILL : Villeneuve d'Or.	BRUG : Bruges MART : Martignas BM : Bord Métropole	CARB : Carbon B MERI : Mérignac Site BM					
Catégories	A : Association C : Commerce D : Divers E : Entreprise P : Particulier	Thématique Interdiction publicité espace public Interdiction publicité certains lieux Diminution densité et format Maintien activités économiques Contenu messages publicitaires Typologie des lieux Procédure RLPi Remarque générale	Zonage	1 : Espaces nature 2 : Intérêt patrimonial 2A : Intérêt patrimonial sauvegardé 2B : Intérêt patrimonial UNESCO 3 : Abords tramway 4 : Résidentiel 4A : Résidentiel petites communes 4B : Résidentiel communes urbaines 5 : Axes structurants 6 : Zones d'activités 7 : Entreprise aéroport 0 : Toutes zones	Type Observation	CRGL : Contestation règlement CPL : Procédure RPLi CQUS : Contestation qualité des supports CMUB : Contestation mobilier urbain CTYP : Typologie des lieux INTS : Interdiction dans secteur sauvegardé INTP : Interdiction dans domaine public IDFO : Diminution Format IDDS : Diminution densité QFAV : Favorable au projet INFO : Demande information proj DFAV : Demande favorable au projet DFIN : Demande information financière DMAE : Maintien activités économiques	OHSJ : Observation hors sujet NEUT : Neutre								
Type	Publicité Pré-enseigne Enseigne Tous types														
N° ordre	Commune	N° observation registre	N° courrier	Date	Nom et adresse du pétitionnaire	Nbre de personnes présentes	Thématique	Type	Zonage	Type d'observation 1	Type d'observation 2	Type d'observation 3	Nature de l'observation	Commentaire C E	Réponse Bordeaux Métropole

30	BM		2	E	27/04/2017	Sté Aéroport De Bordeaux Mérignac Cedex 40 - 33700 Mérignac		Maintien activités économiques	Publicité	7	DMAE	CRGL	CTYP	<p>La société ADBM demande l'application pleine et entière de la Loi du 12 juillet 2010 et demande les modifications suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> Article P.7.1.1 : Intégrer l'intégralité de l'emprise de la concession aéroportuaire dans le plan de délimitation de la zone 7 du dossier RLPi qui est erroné, Article P.7.2.2 : demande d'implanter des dispositifs muraux de 12m2 maximum et d'une hauteur maximale de 7,5 m au lieu de 8m2 dans le RLPi, Article P.7.2.3 : demande la suppression de la distinction prévue dans le RLPi des publicités scellées au sol ou implantées directement sur le sol de 8m2 sur les parkings et de 50m2 sur les voies d'accès. Mais que les publicités puissent s'élever à 10m au dessus du sol et d'une surface limite de 50m2, Article P.7.2.5 : Autoriser la publicité lumineuse et numérique sur les parkings et voies d'accès, et avoir la possibilité d'installer des dispositifs de 50m2 maximum et d'une hauteur maximale de 10m. Suppression de la distinction prévue dans le RLPi pour les publicités de 8 m2 sur les parkings et 50 m2 sur les voies d'accès, Article P.7.2.7 : Autoriser l'implantation des bâches supportant de la publicité sur l'emprise de l'aéroport même si les publicités sont visibles depuis une voie publique. Suppression de la limitation de surface des bâches implantées sur les murs aveugles. Autoriser les dispositifs spécifiques comme des "bouteilles" déjà présentes sur l'emprise de l'aéroport. Article P.7.3 : Autoriser l'éclairage par des spots des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles Autoriser les publicités supérieures à 2m2 le long du tramway à l'entrée de la zone aéroportuaire 	<p>Copie du courrier adressé par la Sté ADBM, à M. MANGRON de Bordeaux Métropole. Pour les points 1 à 7) voir remarques traitées au n° 25 de la colonne "n° ordre".</p>	Cf réponse observation 25
31	LORM	1		P	28/04/2017	Madame Corine HERNANDEZ - Résidence LA FERTE, 4 rue Albert Camus 33310 Lormont	1	Maintien activités économiques	Tous types	0	DMAE	CRGL		<p>1) Enseigne lumineuse : coupure de nuit trop courte. 2) Zonage : pourquoi de telle différence de traitement entre les zones ? Les citoyens ne sont-ils pas égaux entre eux ?</p>	<p>1) Les horaires d'extinction des dispositifs lumineux prévus entre 1h00 et 6h00 du matin dans le RLPi semblent raisonnables, et compatibles avec une politique d'économie d'énergie et de diminution de nuisance visuelle. 2) Le choix du zonage est issu d'une large concertation et de la recherche d'un équilibre préservant les intérêts de chacun.</p>	<p>1) Aujourd'hui aucune règle d'extinction nocturne ne s'applique évaluons déjà la mise en place d'une telle mesure afin de savoir si elle est suffisante ou non. 2) Le RLPi est globalement plus restrictif que le code de l'environnement et pour cela il doit justifier de la cohérence des règles qu'il met en place en fonction des lieux sur lesquels il s'applique. C'est bien le cas dans ce projet : les règles de protection du bâti ne sont pas les mêmes en zones d'activités et en zone patrimoniale et bien le même principe s'applique dans le RLPi pour justement constituer un équilibre réglementaire et non un règlement arbitraire et non justifiable.</p>
32	Site BM	22		P	30/04/2017	Dani33		Interdiction publicité espace public	Publicité	0	INTP	IDDS		<p>Ma famille est contre la publicité sur panneaux dans les villes de la métropole car il s'agit d'une pollution visuelle qui détourne très souvent l'attention des conducteurs, ce qui va à l'encontre de l'usage de la voiture et nos paysages sont complètement dégradés alors que les communes essayent au maximum de mettre en évidence ce patrimoine qui fait parti de notre culture. Merci Respectueuses salutations DM.</p>	<p>La commission prend note.</p>	<p>L'enjeu du RLPi est bien de réduire la pollution visuelle engendrée par la publicité extérieure afin de préserver nos paysages.</p>
33	Site BM	23		P	02/05/2017	gabmar		Maintien activités économiques	Tous types	0	DMAE	CRGL		<p>1) Ce projet de règlement conduit unilatéralement ne profite qu'à ceux qui l'ont rédigé. Bannir les annonceurs des boulevards bordelais et de tous les axes péénétrants de la ville ne permet plus à ces professionnels de mener un business structuré et valorisant pour l'immense diversité de commerces présents sur ce support. 2) La cartographie proposée est par ailleurs mal évaluée car de nombreuses zones bâties ne bénéficient pas d'un zonage propre. Ainsi, la finalité sera d'une part la captation majoritaire des revenus issus de la publicité par les mairies, et d'autre part une hausse des impôts locaux découlant du manque à gagner des communes via la clé importante de la taxe sur la publicité. 3) Une refonte de ce règlement est nécessaire pour que tous les acteurs concernés soient entendus, y compris les riverains et les commerçants !</p>	<p>1) La commission estime que la concertation a bien été conduite, l'aspect financier ne peut pas être à lui seul, un motif de remise en cause du RLPi. 2) Le choix du zonage a fait l'objet d'une concertation étendue à toutes les parties prenantes. 3) voir point 2) ci-dessus.</p>	<p>En accord avec les commentaires de la commission d'enquête, rien à ajouter.</p>
34	BM		3	E	03/05/2017	Stéphane DOTTELONDE - Président Sté UPE 47 rue de Liège 75008 PARIS		Maintien activités économiques	Tous types	0	DMAE	CRGL	DFAV	<p>Tel qu'il est rédigé, le projet de RLPi ne permet pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Je regrette qu'aucune de nos propositions n'aient jamais été examinées lors des réunions de concertation, et qu'aucune étude d'impact n'ait été présentée afin d'éclairer les choix qui auraient été les plus pertinents. Notamment la limitation du format des dispositifs scellés au sol à 2m2, qui entraînerait dans l'immense majorité des cas, la suppression pure et simple de la publicité. Propositions d'aménagements réglementaires suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> Réintégrer 9 axes de fort traffic (Bordeaux, Cenon, Eysines, Lormont, Mérignac, Pessac) de la zone 4B en zone 5. Réintégrer 5 axes de fort traffic (Le Bouscat, Bordeaux, Mérignac) en zone 6. Demande que les emprises du tram situées dans les zones 6 et 7 ne soient plus en zone 3, mais correspondent au zonage de ces zones traversées (6 ou 7). Demande que la règle de recul des façades des dispositifs de publicité (article P.11 du règlement) soit modifiée et reprenne strictement les dispositions du RNP (article R.581-33 du code de l'environnement). Précise que, suite à la parution des dispositions de la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016, l'interdiction de la publicité autour des bâtiments historiques est passée de 100 à 500m. Demande qu'une dérogation conservant cette limite de 100m soit précisée dans les dispositions communes du RLPi. Autoriser les publicités de petit format intégrées dans les devantures commerciales des zones 2A et 2B. 	<p>1) et 2) Propositions à étudier par Bordeaux-Métropole. 3) Proposition contraire à l'esprit même du RLPi. 4) Proposition à étudier par Bordeaux Métropole. L'implantation perpendiculaire à la baie paraît aussi pénalisante que la proposition retenue par le RPLi. 5) Disposition déjà prise en compte, en partie par le RLPi.</p> <p>Question de la commission : dans les photos annexes au courrier apparaissent des publicités installées sur la gauche des voies à double sens de circulation. Ces dispositions sont-elles conformes avec les dispositions réglementaires du Code de la route.</p> <p>A noter que le contenu de ce courrier a été adressé à M. MANGON de Bordeaux Métropole le 6 avril 2017, ainsi qu'à 28 communes.</p> <p>La commission d'enquête demande à Bordeaux Métropole de répondre au courrier sous forme de mémoire.</p>	<p>Cf mémoire</p>
35	EYSI	1		P	03/05/2017	Madame Monique DUMONT	1							Visite de Madame BAPPEL qui a consulté le dossier, mais pas d'observation.	Pas de commentaire.	Aucun commentaire également
36	EYSI	1			03/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
37	STVI	1			03/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
38	VILL	1			03/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
39	CENO	1			03/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
40	MART	1			03/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
41	MERI	1			03/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
42	BOUL	1			03/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34

Code Commune	AMBA : Ambres CENO : Cenon PARE : Parenpuyre	Catégories	A : Association C : Commerce D : Divers E : Entreprise P : Particulier	Thématique	Interdiction publicité espace public Interdiction publicité certains lieux Diminution densité et format Maintien activités économiques Contenu messages publicitaires Typologie des lieux Procédure RLPi Remarque générale	Zonage	1 : Espaces nature 2 : Intérêt patrimonial 2A : Intérêt patrimonial sauvegardé 2B : Intérêt patrimonial UNESCO 3 : Absors tramway 4 : Résidentiel 4A : Résidentiel petites communes 4B : Résidentiel communes urbaines 5 : Axes structurants 6 : Zones d'activités 7 : Entreprise aéroport 0 : Toutes zones	Type Observation	OHSJ : Observation hors sujet NEUT : Neutre
---------------------	--	-------------------	--	-------------------	---	---------------	--	-------------------------	--

N° ordre	Commune	N° observation registre	N° courrier	Date	Nom et adresse du pétitionnaire	Nbre de personnes présentes	Thématique	Type	Zonage	Type d'observation 1	Type d'observation 2	Type d'observation 3	Nature de l'observation	Commentaire C E	Réponse Bordeaux Métropole
43	TALE	1		04/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
44	BEGL	1		04/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE								Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34
45	Site BM	24	P	04/05/2017	Alain Mask		Maintien activités économiques	Publicité	0	DMAE	CRGL		Bonjour, je vous demande de bien vouloir assouplir le projet du nouveau règlement local de publicité intercommunal en tenant compte du fait que nombre de petits propriétaires particuliers, artisans, commerçants ou associations n'ont pu accéder à la propriété en souscrivant un crédit, avec des charges, taxes et impôts à payer, que grâce à la petite aide qui leur était proposée dès le départ avec la location d'un emplacement publicitaire sur le mur d'un bâtiment ou sur un coin de terrain suffisamment visible pour intéresser une société d'affichage. La plupart du temps, les panneaux existants ont été soigneusement étudiés par les services de l'urbanisme et des collectivités territoriales et ne gênent en rien l'environnement, ne sont pas polluant et ne présentent aucun risque; les restrictions de leurs surfaces et la diminution de leur nombre a déjà occasionné un sérieux manque à gagner pour les publicitaires qui ont alors répercuté le problème sur les petits propriétaires; une nouvelle restriction dans la réglementation, si elle devait être décidée, aurait probablement des conséquences graves dans l'emploi avec des suppressions budgétaires, des pertes de postes de travail, des mises au chômage ou en retraite anticipée, de possibles délocalisations. Voilà l'appel que je fais, réaliste et non pas utopique, merci d'en tenir compte Monsieur le maire de Bordeaux, messieurs et mesdemoiselles les élus locaux, messieurs et mesdemoiselles les décideurs des différentes administrations compétentes, très cordialement.	Considération personnelle hors champ du RLPi. Aucune proposition émise.	Comme le précise la commission d'enquête aucune proposition précise n'est émise. Le projet de RLPi s'est attaché à déterminer le juste équilibre entre la nécessaire réduction de la pollution visuelle générée par les dispositifs publicitaires et d'enseignes et l'exercice par les acteurs économiques de leur activité
46	Site BM	25	A	04/05/2017	RAP Bordeaux		Interdiction publicité espace public	Tous types	0	CRGL	DFAV	DMAE	L'association Résistance à l'Agression Publicitaire souhaite réagir pour l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité intercommunal qui prendra fin le 5 mai 2017. 1) La liberté de non-réception n'est pas encore respectée : Pour mettre mettre en œuvre cette liberté, il faut réduire la taille des publicités au format de 50cm x 70cm et les placer dans des panneaux de 2m ² . 2) L'hostilité vis-à-vis de la publicité : un sondage paru dans Sud-Ouest web le 15/02/2016, à la question « Pensez-vous que la profusion de panneaux publicitaires engendre une pollution visuelle ? », les sondés ont répondu « oui » à 92,7% (pour 1268 participants). De même selon un autre sondage paru dans Sud-Ouest web, le 27/11/2014, à la question « Seriez-vous favorable à l'adoption d'une décision à la grenobloise, à savoir supprimer la publicité affichée dans le centre-ville de Bordeaux », les sondés « oui » à 85 % (pour 1500 votants). Avec la dernière version du RLPi, pourriez-vous partager au public, le pourcentage de diminution des panneaux en nombre et en surface afin que les citoyens puissent constater les améliorations promises par Bordeaux Métropole ? 3) Un manque d'effort sur les extinctions nocturnes : En conclusion, nous encourageons vivement la métropole à être aussi ambitieuse que la ville de Libourne dont le Règlement Local de Publicité (également conçu par Cadre&Cité) est plus restrictif car les enseignes lumineuses (dont les enseignes numériques) y seront éteintes entre 23 heures et 7 heures 4) Un RLPi qui discriminera les citoyens : Le RLPi est découvert par de nombreuses zones. Ces différentes zones ont un traitement inégal concernant le niveau de protection de leur cadre de vie vis-à-vis de la publicité. Nous voulons une égalité de traitement entre les différents habitants de la métropole 5) Les cleantags (street marketing) : une future menace : ajout d'un article interdisant les cleantags dans le RLPi 6) La Taxe Locale de Publicité Extérieure rapporte peu : La diminution de la TLPE suite à une forte diminution des panneaux ne sera donc pas vraiment impactante. 7) Une présentation fastidieuse du RLPi : En conséquence, l'association Paysages de France demande un réexamen complet dudit projet. ».	1) Le principe de la publicité est notamment qu'elle soit vue par le plus grand nombre. 2) La phase de concertation du public avec 2 réunions publiques et la mise à disposition d'un site informatique destiné à recevoir des commentaires, n'a pas suscité un grand intérêt du public. La commission transmet la question concernant les statistiques de diminution de surface à Bordeaux Métropole. 3) Le choix des horaires est conforme au résultat des délibérations des conseils municipaux des 28 communes. 4) La commission estime qu'il n'y a pas une discrimination de citoyens, mais une prise en compte des contraintes différentes d'urbanisme et d'environnement, en cohérence avec le PLU3.1. 5) L'état de propreté des trottoirs n'entre pas en compte dans le cadre de l'enquête. 6) Le RLPi s'attache prioritairement à l'impact visuel sur l'environnement, et non pas à l'aspect financier. 7) La commission estime, au contraire, que la concertation a été bien menée, et que dossier semble clair et facile de lecture. De plus, des photos-montages présents dans le dossier permettent au public de se rendre compte de l'effet obtenu.	Cf mémoire
47	BM	4	A	04/05/2017	Paysages de France - 5 Place Bir-Hakeim 38000 Grenoble		Interdiction publicité espace public	Tous types	0	CRGL	DFAV	INTS	L'association Paysages de France présente ses observations sur le projet de RLPi suivantes : 1) Dispositions gravement entachées d'ilégalité : supprimer la précision "surface hors tout". Supprimer les bâches publicitaires dans les communes de moins de 10000 habitants. 2) Remplacer les articles P.1.2.1 à P.1.2.7 par un seul article unique P.1.2 - interdiction de toute publicité dans cette zone. 3) Revenir sur la dérogation applicable en zone 2A, et regrouper les zones 2A et 2B en une seule - zone 2. 4) Abandon de la notion "surface utile". 5) Fonder les zones 3,4 et 5 en une seule nouvelle zone 3- publicité de 4m ² maximum sur façade. Publicité numérique interdite. Une seule face des abris pour voyageurs réservée à la publicité. 6) Interdiction de la publicité, y compris sur mobilier urbain dans les zones d'activités. 7) Zone 7 : interdiction de la publicité sauf sur mobilier urbain. Publicité numérique autorisée de 2m ² aux entrées halls d'accueil et application des règles de la nouvelle zone 3 définie en 5) ci-dessus. 8) Réduire à 5 le nombre de zones. 9) Les règles de la nouvelle zone 3 s'appliquent aux équipements sportifs. Publicité lumineuse sur toiture interdite. 10) Interdiction des enseignes scellées au sol ou posées, sauf lorsque le bâtiment n'est pas visible depuis la voie publique. 11) La surface cumulée des enseignes sur chacune des façades ne peut excéder 6 m ² quelle que soit la surface de façade. 12) Interdiction de toute enseigne numérique. 13) Interdiction des enseignes sur toiture ou terrasse pour toutes les zones. 14) Limiter le nombre des enseignes de 1m ² ou moins.	1) La commission est favorable à la suppression de la distinction surface utile et surface hors tout, conformément à la décision du Conseil d'Etat du 20 octobre 2016, et sa politique concernant les bâches publicitaires. 2) Remarque pertinente à prendre en compte. 3) La commission constate le peu de différence entre les zones 2A et 2B pour la publicité et les préenseignes, et propose une seule zone avec les règles applicables de la zone 2A. 4) voir 1) ci-avant. 5) La commission demande à Bordeaux Métropole de développer son argumentation. 6) Les zones d'activités semblent les mieux adaptées pour les dispositifs publicitaires. 7) La zone 7 est une zone particulière couvrant l'emprise aéroportuaire et fait déjà l'objet d'une demande particulière de la Sté ADBM reçue par courrier du 25/04/2017. 8) La commission demande à Bordeaux Métropole d'étudier le regroupement des zones 2A, 2B, 4A et 4B en zones 2 et 4 au motif du peu de différence entre les sous-zones. 9) Précision à apporter par Bordeaux Métropole. 10) La commission fait remarquer que si le bâtiment n'est pas visible depuis la voie publique, l'enseigne devient une préenseigne. 11) La commission pense que les calculs proposés par les paragraphes E.3.2.3, E.4a.2.3, 4b.2.3, E.5.2.3 et E.6.2.3 sur la surface des enseignes 15% de la surface du bâtiment peuvent entraîner des surfaces d'enseignes véritablement excessives. 12) et 13) Remarque trop restrictive et insuffisamment argumentée. 14) Remarque pertinente à étudier par Bordeaux Métropole. La commission demande à Bx Métropole une réponse sous forme de mémoire.	Cf mémoire
48	BORD	2		04/05/2017	Monsieur Daniel MARIE-ANNE 23 rue des Ormeaux Pessac	1	Remarque générale	Tous types	0	OHSJ		Monsieur le maire, c'est un très grand plaisir de voir le dossier d'enquête publique ici, car immeuble Laure Galet près de votre mairie, je n'ai pu voir le dossier, de plus j'ai essayé de le voir sur le site Bordeaux Métropole urbanisme à Pessac. Je suis un ancien vice-président de la fédération de quartier de Pessac ayant en avril 1999 rendu un courrier contre la publicité interne de l'agglomération. Je suis Daniel Marie-Anne un ancien militaire S/officier de l'armée de l'air et ayant travaillé à Mont-de-Marsan. A ma connaissance sur le Net, il sera en vigueur le 1er janvier 2018.	Pas de commentaire.	Pas de commentaire également	
49	FLOI	1		04/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE							Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies - Voir 34)	Voir commentaires de la commission n°34 de la colonne "N° ordre"	Cf réponse observation 34	

Code Commune	AMBA : Ambres CENO : Cenon PARE : Parenpuyre	AMBÉ : Ambés EYSI : Eysines PEIS : Peissé	ART : Artigues FLOI : Floirac STAU : St Aubin de M	BASS : Bassens GRAD : Gradignan STLO : St Louis Montf	BEGI : Begles EEDO : Eauze STME : St Médard en J.	BLAN : Blanquefort LEHA : Le Haillan STVI : St Vincent de P.	BORD : Bordeaux LETH : Le Taillan TALE : Talence	BOUL : Bouiac LORM : Lormont VILL : Villeneuve d'Or.	BRUG : Bruges MART : Martignas BM : Bord Métropole	CARB : Carbon B MERI : Mérignac Site BM					
Catégories	A : Association C : Commerce D : Divers E : Entreprise P : Particulier	Thématique Interdiction publicité espace public Interdiction publicité certains lieux Diminution densité et format Maintien activités économiques Contenu messages publicitaires Typologie des lieux Procédure RLPi Remarque générale	Zonage	1 : Espaces nature 2 : Intérêt patrimonial 2A : Intérêt patrimonial sauvegardé 2B : Intérêt patrimonial UNESCO 3 : Absord tramway 4 : Résidentiel 4A : Résidentiel petites communes 4B : Résidentiel communes urbaines 5 : Axes structurants 6 : Zones d'activités 7 : Empreinte aéroport 0 : Toutes zones	Type Observation	CRGL : Contestation règlement CPRO : Procédure RLPi CQUS : Contestation qualité des supports CMUB : Contestation mobilier urbain CTYP : Typologie des lieux INTS : Interdiction dans secteur sauvegardé INTP : Interdiction dans domaine public IDFO : Diminution Format IDDS : Diminution densité QFAV : Favorable au projet INFO : Demande information proj DFAV : Défavorable au projet DFIN : Demande information financière DMAE : Maintien activités économiques	OHSJ : Observation hors sujet NEUT : Neutre								
Type	Publicité Pré-enseigne Enseigne Tous types														
N° ordre	Commune	N° observation registre	N° courrier	Date	Nom et adresse du pétitionnaire	Nbre de personnes présentes	Thématique	Type	Zonage	Type d'observation 1	Type d'observation 2	Type d'observation 3	Nature de l'observation	Commentaire C E	Réponse Bordeaux Métropole

50	BORD	3	2	05/05/2017	Monsieur Bernard BONNEAU 4 rue du Béarn Pessac	1							Mr Bonneau remet un courrier (n° 2) de Paysages de France de 19 pages et remet un courrier de RAP (n°3) voir ci-dessous	Pour les commentaires des remarques de "Paysages de France" voir n°47 de la colonne "N° ordre" et pour les remarques de RAP voir n° 46 de la colonne "N° ordre".	Cf réponse observation 47	
51	BORD	3	A	05/05/2017	Courrier remis par Monsieur BONNEAU - RAP Résistance - Association résistance à l'agression publicitaire - "La Teinturerie" 24 rue de la chine 75020 Paris		Interdiction publicité espace public	Tous types	0	CRGL	DFAV	INTS	L'association Résistance à l'Agression Publicitaire souhaite réagir pour l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité intercommunal qui prendra fin le 5 mai 2017. 1) La liberté de non-réception n'est pas encore respectée : Pour mettre en œuvre cette liberté, il faut réduire la taille des publicités au format de 50cm x 70cm et les placer dans des panneaux de 2m² 2) L'hostilité vis-à-vis de la publicité : un sondage paru dans Sud-Ouest web le 15/02/2016, à la question « Pensez-vous que la profusion de panneaux publicitaires engendre une pollution visuelle ? », les sondés ont répondu « oui » à 92,7% (pour 1268 participants). De même selon un autre sondage paru dans Sud-Ouest web, le 27/11/2014, à la question « Seriez-vous favorable à l'adoption d'une décision à la grenobloise, à savoir supprimer la publicité affichée dans le centre-ville de Bordeaux », les sondés « oui » à 85 % (pour 1500 votants). Avec la dernière version du RLPi, pourriez-vous partager public, le pourcentage de diminution des panneaux en nombre et en surface afin que les citoyens puissent constater les améliorations promises par Bordeaux Métropole ? 3) Un manque d'effort sur les extinctions nocturnes : En conclusion, nous encourageons vivement la métropole à être aussi ambitieuse que la ville de Libourne dont le Règlement Local de Publicité (également conçu par Cadre&Cité) est plus restrictif car les enseignes lumineuses (dont les enseignes numériques) y seront éteintes entre 23 heures et 7 heures 4) Un RLPi qui discriminerait les citoyens : Le RLPi est découpé en de nombreuses zones. Ces différentes zones ont un traitement inégal concernant le niveau de protection de leur cadre de vie vis-à-vis de la publicité. Nous voulons une égalité de traitement entre les différents habitants de la métropole 5) Les cleantags (street marketing) : une future menace : ajout d'un article interdisant les cleantags dans le RLPi 6) La Taxe Locale de Publicité Extérieure rapporte peu : La diminution de la TLPE suite à une forte diminution des panneaux ne sera donc pas vraiment impactante. 7) Une présentation fastidieuse du RLPi : En conséquence, l'association Paysages de France demande un réexamen complet dudit projet. »	L'association Résistance à l'Agression Publicitaire souhaite réagir pour l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité intercommunal qui prendra fin le 5 mai 2017. 1) La liberté de non-réception n'est pas encore respectée : Pour mettre en œuvre cette liberté, il faut réduire la taille des publicités au format de 50cm x 70cm et les placer dans des panneaux de 2m² 2) L'hostilité vis-à-vis de la publicité : un sondage paru dans Sud-Ouest web le 15/02/2016, à la question « Pensez-vous que la profusion de panneaux publicitaires engendre une pollution visuelle ? », les sondés ont répondu « oui » à 92,7% (pour 1268 participants). De même selon un autre sondage paru dans Sud-Ouest web, le 27/11/2014, à la question « Seriez-vous favorable à l'adoption d'une décision à la grenobloise, à savoir supprimer la publicité affichée dans le centre-ville de Bordeaux », les sondés « oui » à 85 % (pour 1500 votants). Avec la dernière version du RLPi, pourriez-vous partager public, le pourcentage de diminution des panneaux en nombre et en surface afin que les citoyens puissent constater les améliorations promises par Bordeaux Métropole ? 3) Un manque d'effort sur les extinctions nocturnes : En conclusion, nous encourageons vivement la métropole à être aussi ambitieuse que la ville de Libourne dont le Règlement Local de Publicité (également conçu par Cadre&Cité) est plus restrictif car les enseignes lumineuses (dont les enseignes numériques) y seront éteintes entre 23 heures et 7 heures 4) Un RLPi qui discriminerait les citoyens : Le RLPi est découpé en de nombreuses zones. Ces différentes zones ont un traitement inégal concernant le niveau de protection de leur cadre de vie vis-à-vis de la publicité. Nous voulons une égalité de traitement entre les différents habitants de la métropole 5) Les cleantags (street marketing) : une future menace : ajout d'un article interdisant les cleantags dans le RLPi 6) La Taxe Locale de Publicité Extérieure rapporte peu : La diminution de la TLPE suite à une forte diminution des panneaux ne sera donc pas vraiment impactante. 7) Une présentation fastidieuse du RLPi : En conséquence, l'association Paysages de France demande un réexamen complet dudit projet. »	les propositions de l'association ont également été publiées sur le site Web de Bordeaux Métropole le 4/05/17 - voir n° 46 de la colonne "N° ordre" les commentaires de la commission.	Cf réponse observation 46
52	BORD	4	P	05/05/2017	Madame Françoise VISSUZAINNE Place du Parlement Bordeaux	1	Diminution densité et format	Tous types	4	IDFO	IDDS		Certains panneaux publicitaires cours d'Albret sont trop grands et gênent la vue. Aux arrêts de bus et d'autocar, il y a peu d'informations pratiques sur ces moyens de transport, et trop de publicité. Certains panneaux lumineux (vidéo, déroulant, qui s'éteignent) rue Sainte Catherine sont dérangeants. Pour les commerces alimentaires, quartier Bastide, la publicité à hauteur des yeux avec photos de nourriture est trop agressive. Enfin les panneaux des commerçants mis sur les trottoirs gênent les piétons.	Le RLPi ne traite pas du contenu du message publicitaire. Les informations pratiques sur les transports n'entrent pas dans l'objet du RLPi. Le format et la densité sont définis dans le règlement du RLPi, la mise en œuvre sur le domaine public et le respect de la réglementation est de la responsabilité de police des communes.	Rien à ajouter au commentaire de la commission d'enquête	
53	BORD	5		05/05/2017	Madame Nadège POUBLANC	1							Madame Nadège POUBLANC représentante de Monsieur PAULETTA de la Sté OXIAL remet au commissaire enquêteur un courrier de 7 pages	Pour les commentaires de la commission voir n°54 de la colonne "N° ordre".	Cf réponse observation 54	
54	BORD	4	E	05/05/2017	Société OXIAL - 22 rue de la Scarpe 62161 Louez-les-Duizans		Maintien activités économiques	Tous types	0	DMAE	CRGL	CMUB	Le projet de RLPi tel qu'il est rédigé équivaut à la mort programmée de notre entreprise sur le bordelais avec perte de l'intégralité de notre parc sous 2 ans, puis une incapacité à nous développer sur le territoire. 1) Définir des règles moins contraignantes sur la densité des publicités numériques. Le numérique est 20 fois moins polluant que l'affichage traditionnel d'après le bilan carbone réalisé par le cabinet d'Antoine WAECHTER. 2) Modifier la règle de l'article P11 interdisant les dispositifs scellés au sol d'un format supérieur à 8m2 installé à moins de 10m d'une façade non aveugle. 3) Autoriser la publicité numérique sur le mobilier urbain pour les zones 1, 2a, 2b et 4a 4) Modifier la limitation des formats publicitaires des zones 3 et 4b. Les zonages des axes du tram et les zones résidentielles doivent être affinés en fonction des réalités économiques et empiriques de chaque axe. 5) Assouplir la règle de densité en ZPRS de la façon suivante : linéaire inférieur à 40m, possibilité d'installer un dispositif mural ou scellé au sol/ au delà de 40m, possibilité d'installer 2 dispositifs maximum mural et/ou scellé au sol. 6) Augmenter la surface maximale autorisée en numériques de 6 à 7 m2 pour les zones 5 et 6 7) Supprimer l'interdiction du numérique pour la zone 6 hors unité urbaine de Bordeaux. Nous considérons que l'unité urbaine de Bordeaux intègre les communes de la première couronne comme Bégles, Lormont, Cenon, Mérignac... 8) modifier l'interdiction de la publicité à moins de 50m des rond-points, la réduire à 5m à partir du bord extérieur des rond-points et l'appliquer également au mobilier urbain	La préoccupation première du RLPi est la lutte contre les nuisances visuelles en limitant l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie. 1) L'augmentation de la densité des publicités numériques est contraire à l'objectif visé ci-dessus. 2) Il semblerait qu'il y ait une erreur de lecture (8 m2) dans l'article P.11, alors que dans le dossier d'enquête le format indiqué est de 2m2. 3) Contre à l'esprit du règlement. 4) Demande non suffisamment argumentée. 5) La commission demande à Bordeaux Métropole d'évaluer l'impact de cette demande sur le RLPi 6) La commission demande à Bordeaux Métropole si une mesure dérogatoire sur les dispositifs existants peut être envisagée pour des raisons économiques. 7) La notion d'unité urbaine a une définition très précise dans la réglementation. 8) La commission demande l'avis de Bordeaux Métropole sur ce point. La commission demande à Bordeaux Métropole une réponse écrite sous forme de mémoire.	Cf mémoire	
55	BM	2	P	05/05/2017	MM. David ELEBAUT et Gabriel MARGOTO	2	Maintien activités économiques	Tous types	0	CQUS	DMAE	CTYP	MM. ELEBAUT et MARGOTO représentants de la société GIRAUDY & EXTERIOR MEDIA font part des observations suivantes : 1) Article P5 : autoriser les spots d'éclairage sur la zone ZPR7, article P7 - mieux définir le terme préenseigne temporaire, article P11 - autoriser les panneaux portatifs à moins de 10m des façades ayant des ouvertures pour local commercial et industriel - article P15 - conserver le droit du choix de la couleur des panneaux. 2) Zone 2b : pourquoi différencier le domaine public et le domaine privé ? réintroduire 9 axes structurants et autoriser un format de 8m2 sur les murs aveugles et accepter un format de 2m2 sur les dispositifs portatifs si le linéaire de façade est égal ou supérieur à 40m 3) Zone 3 : ne pas impacter les zones actuelles autorisées qui viendraient dans le futur accueillir le tramway. (ex: avenue de la Somme à Mérignac classée en ZPR6 et qui deviendrait ZPR3) 4) Zone 4b : autoriser les portatifs en 4m2 et non en 2m2 5) Zone 5 : intégrer les boulevards et rues listées en 2 en zone 5, conserver une unité sur certains axes qui sont morcelés (Ex: route de Toulouse qui traverse plusieurs communes) 6) Zone 6 : réintégrer 5 axes en zone 6 7) Zone 7 : vu en direct entre aéroport et commission d'enquête - les pertes estimées sont de 66% du grand format sur Bordeaux et 61% du grand format sur l'agglomération Le RLPi est empreint d'un paradoxe, bannir des centres urbains la publicité extérieure et faire perdre aux sociétés d'affichage 70% de leur parc, alors qu'il permet, 70 dispositifs de la société DECAUX de subsister dans le cadre de son contrat avec la ville de Bordeaux.	1) Article P5 : demande déjà formulée par Sté ADBM. Article P7 : la définition semble suffisante / Article P11 : il n'est pas souhaitable de multiplier les dérogations par type d'activité (absence d'argumentation) / Article P15 : le choix des couleurs n'entre pas dans le RLPi. 2) La demande va à l'encontre de l'esprit même des enjeux du RLPi. 3) Importance de conserver une cohérence sur la totalité de la zone tramway, il est judicieux pour la Sté de publicité d'anticiper les futurs changements de zone. 4) Cette limitation semble justifiée dans une zone résidentielle. 5) Le nombre d'axes structurants semble suffisant. Concernant l'interruption sur le cours du Général de Gaulle à Gradignan, une demande d'argumentation a été demandée par la commission à Bordeaux Métropole (cf remarque à observation de M. Pierre Moulinier) 6) Le nombre d'axes structurants semble suffisant et a reçu l'approbation des 28 communes. 7) Déjà traité dans les demandes de la Sté ADBM. Le RLPi n'a pas pour vocation de gérer la répartition des contrats publicitaires.	Cf mémoire	

Code Commune	AMBA : Ambres	CENO : Cenon	PARE : Parenpuyre
AMBE : Ambès	EYSE : Eysines	PIESS : Peiss	
ART : Artigues	FLOI : Floirac	STAU : St Aubin de M	
BASS : Bassens	GRAD : Gradignan	STLO : St Louis Montf	
BLGI : Blaignef	LEDO : Le Dordogne	STME : St Médard en J.	
BLAN : Blanquefort	LEHA : Le Haillan	STVI : St Vincent de P.	
BORD : Bordeaux	LETH : Le Taillan	TALE : Talence	
BOUL : Bouiac	LORM : Lormont	VILL : Villeneuve d'Or.	
BRUG : Bruges	MART : Martignas	BM : Bord Métropole	
CARB : Carbon B	MERI : Mérignac	Site BM	

Catégories	Thématique	Zonage	Type Observation	OHSJ : Observation hors sujet NEUT : Neutre
A : Association	Interdiction publicité espace public	1 : Espaces nature	CRGL : Contestation règlement	
C : Commerce	Interdiction publicité certains lieux	2 : Intérêt patrimonial	CPRO : Procédure RLPi	
D : Divers	Diminution densité et format	2A : Intérêt patrimonial sauvegardé	CQUS : Contestation qualité des supports	
E : Entreprise	Maintien activités économiques	2B : Intérêt patrimonial UNESCO	CMUB : Contestation mobilier urbain	
P : Particulier	Contenu messages publicitaires	3 : Abords tramway	CTYP : Typologie des lieux	
	Typologie des lieux	4 : Résidentiel	INTS : Interdiction dans secteur sauvegardé	
	Procédure RLPi	4A : Résidentiel petites communes	INTP : Interdiction dans domaine public	
	Remarque générale	4B : Résidentiel communes urbaines	IDFO : Diminution Format	
		5 : Axes structurants	IDD : Diminution densité	
		6 : Zones d'activités	OFAV : Favorable au projet	
		7 : Empreise aéroport	INFO : Demande information proj	
		0 : Toutes zones	DFAV : Désfavorable au projet	
			DFIN : Demande financement financière	
			DMAE : Maintien activités économiques	

N° ordre	Commune	N° observation registre	N° courrier	Date	Nom et adresse du pétitionnaire	Nbre de personnes présentes	Thématique	Type	Zonage	Type d'observation 1	Type d'observation 2	Type d'observation 3	Nature de l'observation	Commentaire C E	Réponse Bordeaux Métropole		
56	BM		5	05/05/2017	Monsieur Pierre MOLINIER								Courrier déjà transmis au commissaire enquêteur enregistré sur le registre de Gradignan et transmis 2 fois par Lettre recommandée avec AR à Bordeaux Métropole.		Cf réponse observation 28		
57	Site BM	27	P	05/05/2017	Nadege		Maintien activités économiques	Tous types	0	DMAE	CQUS		Bonjour, Il est dommageable que le projet de RLPi entraîne de facto la disparition des "petits acteurs" de la publicité extérieure bordelaise. Je tiens à souligner que ces petits acteurs travaillent principalement avec le tissu économique, social, culturel, ... local. Les grandes majors de l'affichage actuellement concessionnaires du domaine public et le long du tram commercialisent leurs supports essentiellement auprès des grandes marques et annonceurs nationaux. Enfin concernant le numérique, il est dommageable que Bordeaux Métropole s'interdise préventivement le développement de ce mode de communication préventivement. Nous sommes en 2017, que l'on le veuille ou non, à l'ère de l'image. Le numérique constitue un énorme progrès et permet surtout de dédensifier très fortement les entrées de ville.		La commission note, que lors de la définition du projet, le RLPi n'a pas fait de distinction entre petits acteurs et grands annonceurs. La diversité de la composition du groupe de travail garantit la neutralité des orientations retenues. Remarque déjà prise en compte.		Rien à ajouter au commentaire de la commission d'enquête
58	Site BM	28	P	05/05/2017	eltargrim		Interdiction publicité certains lieux	Publicité	3	IDFO	IDDS	DFIN	Je souhaite attirer l'attention sur la prolifération de publicités sur le tramway. Celui-ci ne doit pas être un support publicitaire. Le gain financier minime ne contrebalance pas à mon sens la pollution visuelle engendrée et la perte en terme d'image et de représentation pour la Métropole.		La publicité sur les moyens de transport ne fait pas partie du projet de RLPi.	Effectivement la publicité sur véhicules terrestres n'entre pas dans le champ d'intervention du RLPi.	
59	Site BM	29	P	05/05/2017	vope		Interdiction publicité espace public	Tous types	0	IDFO	IDDS		Bonjour, Je vous prie de prendre en compte les mesures suivantes : - Les enseignes sur toiture doivent être interdites (voir article 7.2 du RLP de Pessac en vigueur) ; - Les mâtis supportant des drapeaux ou oriflammes doivent être interdits (voir article 7.3 du RLP de Pessac en vigueur) ; - Concernant les enseignes scellées au sol l'intégralité de l'article 7.3 du RLP de Pessac en vigueur doit être repris dans le RLPi ; - Les publicités scellées au sol (quelle soit la surface utile) doivent être interdites dans les angles de rue et sur les pans coupés de parcelles ; - Interdire les enseignes clignotantes pour les établissements ne proposant pas de service d'urgence, conformément au RNP (interdiction pour le Crédit Agricole qui en abuse, kebabs, pizzerias, signalisation de distributeurs automatiques de billets, opticiens, ...) ; - La règle de densité définie dans le RLP de Pessac, à l'article 9 doit être repris : un dispositif publicitaire ne doit pas être implanté à moins de 40 mètres d'un autre, qu'ils soient situés sur le domaine public ou privé.		Un des enjeux du RLPi est d'harmoniser la réglementation locale (RLP Pessac) sur les territoires en tenant compte des spécificités des 22 RLP communau	Comme précisé par la commission d'enquête l'un des enjeux du RLPi était bien d'harmoniser la réglementation de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire métropolitain et non reprendre toutes les dispositions des 22 RLP en vigueur. - Les enseignes sur toiture sont interdites en zones 1, 2a, 2b, 3, 4a et 4b. Elles sont seulement autorisées en zones 5 et 6 de manière encadrée. - Ces dispositifs sont considérés comme de la publicité ou enseigne scellée au sol celles-ci sont bien encadrées par le projet de RLPi interdit dans certaines zones (pour les publicités) et autorisées dans d'autres mais de manière limitée (pour les publicités et les enseignes). Leur réglementation est contextualisée en fonction des situations urbaines rencontrées. - Les enseignes clignotantes sont déjà interdites par le code de l'environnement article R581-9 sauf bien sûr pour les pharmacies ou tout autre service d'urgence. Le RLPi n'a donc pas à préciser ce point. - Concernant la règle de densité le code de l'environnement ayant été modifié la règle ne peut plus s'écrire comme elle l'est dans le RLP de Pessac et d'autres sur la métropole. Le projet de RLPi est donc reparti de la nouvelle règle inscrite dans le code de l'environnement pour l'adapter localement.	
60	Site BM	30	P	05/05/2017	vope		Interdiction publicité certains lieux	Publicité	3	IDDS	IDFO		Bonjour, Je vous prie de prendre en compte les mesures suivantes : - Au cas où la SIL (signalétique d'information locale) serait considérée comme micro-signalétique sur mobilier urbain, celle-ci devra être mieux réglementée dans le RLPi : nombre de plaques maximum, densité sur voie publique, pas de micro-signalétique au niveau des ronds-points et des intersections ; - Diminuer la densité et la surface utile des publicités dans les zones 30 (voir article 8 du RLP de Mérignac).		La SIL n'est pas prise en compte dans la réglementation du RLPi. Le RLPi ne prend pas en compte la réglementation routière pour l'élaboration de ses règles.	La microsignalétique en tant que telle n'est pas réglementée par le code de l'environnement il était donc délicat de la réglementer dans le projet de RLPi (cf Pg 189 du rapport de présentation). Un point sur la SIL est fait en Pg 42 et 43 du projet de RLPi.	
61	BLAN	1	09/05/2017	Société UPE - Stéphane DOTTELONDE									Courrier du 2/05/17de 4 pages et 2 annexes et 31 illustrations adressé par UPE en copie aux mairies. Courrier reçu hors délai		Cf réponse à l'observation 34		