



Compte-rendu de la réunion publique du 10 décembre 2015

1. Contexte de la réunion publique

Une quinzaine de personnes s'est réunie à Bordeaux Métropole le 10 décembre 2015 pour le dernier rassemblement au niveau métropolitain dans le cadre de la concertation « grand public » pour l'élaboration du RLPi. Il s'agissait d'informer les citoyens sur l'avancement de la démarche d'élaboration et d'échanger autour du projet.

Après un discours introductif de Jacques Mangon, Vice-président de Bordeaux Métropole en charge de l'urbanisme réglementaire, les services de Bordeaux Métropole et le prestataire en charge de l'élaboration du RLPi, Cadre&Cité, ont fait une présentation sur la base d'un diaporama. Cette présentation a repris les résultats du questionnaire mis en ligne sur les sites internet de Bordeaux Métropole du 1^{er} au 23 octobre 2015 avec mise en perspective par rapport au projet de RLPi en cours d'élaboration. Egalement, un rappel du contexte de l'élaboration du RLPi, des éléments de diagnostic et des orientations a été fait en préambule.

2. Présentation

La présentation de Bordeaux Métropole accompagne le compte-rendu. Les documents sont également disponibles sur la page du site www.participation.bordeaux-metropole.fr.

3. Echanges

Les échanges ont eu lieu après la présentation, ceux-ci ont été riches car plusieurs points de vue se sont exprimés :

- Un habitant s'est exprimé à plusieurs reprises pour une restriction très forte de la publicité sur le territoire.
- Un journaliste a posé des questions pour mieux comprendre les différents aspects de cette réglementation sur le territoire et s'est positionné en faveur d'une restriction très forte de la publicité sur le territoire.
- Des professionnels de la publicité ont réagi fortement face à un projet de RLPi qui leur semble beaucoup trop restrictif.
- Un habitant qui percevait des recettes liées à la publicité et qui n'en perçoit plus aujourd'hui car le dispositif qu'il accueillait sur sa maison a été interdit, a exprimé son mécontentement.

Vous retrouverez en suivant la teneur des échanges.

La règle de densité : Réglementer le nombre de panneaux

Un habitant souhaite savoir comment fonctionne la règle précisant que la publicité d'un format maximum de 2m² est autorisée aux abords des lignes de tramway.

Cadre et Cité, précise qu'en complément du format une règle de densité est prévue afin de limiter le nombre de dispositifs. Elle reste à finaliser il s'agit de trouver la bonne distance.

La prise en compte des avis exprimés pour la construction du projet

Un journaliste souhaite savoir pourquoi l'avis exprimé par les habitants dans le questionnaire n'est pas toujours suivi pour établir le projet de RLPi il prend l'exemple de la publicité sur mobilier urbain autorisée dans des secteurs en présence de bâti remarquable alors que les habitants qui ont répondu au questionnaire souhaitaient l'interdire.

Il évoque également le nombre trop important de panneaux sur les quais de Bordeaux qui créent une pollution visuelle certaine en ces lieux. Il souligne l'importance d'alléger le paysage en supprimant certains dispositifs.

La DDTM et Cadre et Cité soulèvent la règle de densité qui va s'appliquer aussi dans ces secteurs pour réduire le nombre de dispositifs.

Jacques Mangon rappelle que les résultats du questionnaire sont pris en compte dans le cadre de la concertation pour réaliser le futur RLPi, mais que Bordeaux Métropole doit aussi prendre en compte les situations différentes des 28 communes, les avis des partenaires institutionnels et professionnels.

En effet la Métropole va devoir faire des choix et ne peut garantir que tous les avis exprimés seront suivis. L'intention de Bordeaux Métropole est bien de limiter la pollution visuelle de ces dispositifs en travaillant sur des règles conditionnant le nombre de dispositifs (règle de densité) et le format des dispositifs. L'interdiction absolue n'est pas une solution. Il faut également adapter les règles au contexte selon les types de lieux (espaces de nature, zones commerciales, zones de protections patrimoniales, ...) et alors la restriction sera plus ou moins importante.

L'interdiction totale de la publicité évoquée

Un habitant prend pour modèle exemplaire l'interdiction totale de publicité sur le secteur sauvegardé sur Bordeaux qui aurait été décidée par son maire ou encore l'exemple de Grenoble ville dans laquelle toute publicité a été interdite explique-t-il.

Les services de Bordeaux Métropole précisent qu'aujourd'hui la publicité n'est pas totalement interdite sur le secteur sauvegardé de Bordeaux elle est seulement limitée à la publicité sur mobilier urbain, mobilier géré par les collectivités publiques. Cette règle est reprise dans le projet de RLPi car il est bien évident que les secteurs à fort enjeux patrimoniaux doivent être particulièrement préservés.

Un représentant de la société JC. Decaux ajoute que sur les quais à Bordeaux il n'y pas de publicité seule de l'information est apposée sur ces dispositifs conformément au contrat liant la Ville à la société Decaux.

Cadre et Cité rappelle que l'interdiction absolue de publicité n'est pas légale, le juge à l'occasion d'un recours veille à ce qu'il y ait un équilibre entre la protection du cadre de vie et la liberté d'expression.

Le prestataire reprend l'exemple cité plus haut pour préciser que sur Grenoble la publicité n'est pas interdite de manière absolue, ceci n'étant pas légal, la Ville n'a dans les faits pas reconduit un contrat de mobilier urbain qui la liait à un professionnel de la publicité.

Bordeaux Métropole précise que le projet de RLPi tel que travaillé aujourd'hui est très restrictif.

La perte de recettes liées à une restriction très importante de la publicité

- La société Exterion Media confirme que le projet est très strict évoquant une perte de 80% de son patrimoine publicitaire sur le territoire si ce projet est appliqué. Cette société comprend la nécessité de réaliser des efforts sur la densité, la qualité et le format des dispositifs mais alerte fortement la collectivité sur le projet de RLPi qui va entraîner la disparition de leur activité.

Jacques Mangon spécifie que le règlement doit être intercommunal qu'il est donc nécessaire d'unifier les 22 règlements communaux existants, que l'objectif est bien de diminuer la présence publicitaire dans des conditions qui affectent le moins possible les recettes publicitaires l'objectif n'est pas de sinistrer ce secteur économique. A noter que le RLPi supprimant un certain nombre de dispositifs publicitaires va certainement entraîner l'augmentation tarifaire des dispositifs qui resteront en place ce qui peut compenser la perte liée à la diminution du nombre et du format des dispositifs.

La société Decaux précise que les dispositifs qui resteront en place seront certainement dispersés ne permettant pas d'offrir aux annonceurs des espaces publicitaires suffisamment rapprochés pour être efficaces, ce qui ne permettrait donc pas d'augmenter les tarifs de ces dispositifs.

La société Clearchannel prend en ce sens l'exemple de Toulouse territoire sur lequel la société a perdu récemment plus de 30% de son patrimoine publicitaire sans pouvoir relever le niveau de prix. La société ajoute qu'il est essentiel pour maintenir la commercialité de ces dispositifs de maintenir un certain nombre de dispositifs sur les axes majeurs tels que les boulevards, sinon les annonceurs n'utiliseront plus ce moyen de communication et ce secteur économique disparaîtra.

- Le journaliste présent demande si la publicité apporte des recettes aux communes et à Bordeaux Métropole.

Jacques Mangon répond que pour une commune comme Saint-Médard-en-Jalles d'environ 30 000 habitants la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) apporte entre 80 000€ et 100 000€ de recettes par an.

Cadre et Cité ajoute que toutes les communes n'ont pas instauré la TLPE c'est un choix de leur part et pour l'instaurer elles doivent délibérer en conseil municipal.

La société Exterion Media précise qu'elle verse aujourd'hui 150 000€ de TLPE sur l'ensemble des 28 communes et 800 000€ par an aux bailleurs privés (habitants ou entreprises qui accueillent sur leur propriété des dispositifs publicitaires).

- Un habitant souhaite exprimer son mécontentement par rapport à la récente application du RLP communal de Pessac. En effet sa maison accueillant un dispositif publicitaire déroulant percevait de la société Decaux 1200€ par an. L'application du RLP communal de Pessac entraîne la disparition de ce matériel et donc du revenu supplémentaire que cet habitant percevait.

Les prochaines étapes pour le futur RLPi

Les participants posent plusieurs questions quant à la suite du projet.

Jacques Mangon et les services de Bordeaux Métropole rappellent rapidement les étapes du projet à venir :

- Le diaporama et le compte-rendu de cette réunion seront disponibles sur le site internet de la participation (<http://participation.bordeaux-metropole.fr/>) et dans les dossiers de concertation papier situés dans les 28 communes et à Bordeaux Métropole en début d'année 2016.
- Courant du 1^{er} semestre 2016 le projet de RLPi devrait être arrêté en conseil de Métropole ainsi que la concertation légale.
Jusqu'à cet arrêt du projet, les habitants et les professionnels peuvent continuer à contribuer au projet sur le site internet de la participation ou dans les registres papier situés dans les 28 mairies et à Bordeaux Métropole.
- Ensuite les personnes publiques associées (les 28 communes, l'Etat, la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, ...) auront 3 mois pour rendre un avis sur le dossier.
- Puis, après saisine du tribunal administratif, une commission d'enquête sera désignée et l'enquête publique pourra alors être organisée.
- Lors de l'enquête publique, qui devrait se dérouler sur une période d'un mois, les habitants et les professionnels pourront s'exprimer sur le projet arrêté s'ils le souhaitent, soit en formulant leurs observations sur un registre d'enquête, soit en s'entretenant avec un commissaire enquêteur lors des permanences qui seront prévues à cet effet.
- Le projet de RLPi, éventuellement modifié à la marge pour tenir compte des avis des personnes publiques associées, des observations du public et des conclusions de la commission d'enquête, peut enfin être approuvé en conseil de Métropole.
- Dès approbation en conseil de métropole du RLPi celui-ci sera applicable aux nouvelles demandes d'implantation de dispositifs publicitaires ou d'enseignes.
Les dispositifs publicitaires existants au jour de l'approbation du RLPi auront 2 ans pour se mettre en conformité avec ce nouveau règlement. Ce délai est porté à 6 ans pour les enseignes existantes au jour de l'approbation du RLPi.