



Compte-rendu de la réunion publique du 24 novembre 2014

1. Contexte de la réunion publique

Une vingtaine de personnes s'est réunie à Bordeaux Métropole le 24 novembre 2014 pour prendre connaissance du contexte d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), des éléments de diagnostic et des orientations et discuter de la structure réglementaire en cours de travail avec les communes membres de l'EPCI.

Après un discours introductif de M. Rigaudy, directeur de l'urbanisme à Bordeaux Métropole et de M. Mangon, vice-président de Bordeaux Métropole en charge de l'urbanisme réglementaire, Maylis Bedora, chef de projet RLPi de Bordeaux Métropole et le prestataire en charge de l'élaboration du RLPi, Cadre&Cité ont présenté, sur la base d'un diaporama, la démarche d'élaboration du RLPi, les éléments de diagnostic et d'orientations et les principes réglementaires en cours d'écriture.

Audrey Darmian de Francom animait les débats.

2. Introduction

M. Rigaudy, directeur de l'urbanisme de Bordeaux Métropole, remercie les participants pour leur présence à la réunion publique qui sera le seul rassemblement métropolitain dans le cadre de la concertation avec le public durant la procédure d'élaboration du RLPi.

Il s'agit d'informer les citoyens sur l'avancement de la démarche d'élaboration qui est en cours, de recueillir les avis, notamment sur le projet des principes réglementaires en cours d'écriture.

M. Rigaudy, précise que la réunion va se dérouler en trois parties :

- une présentation par Cadre&Cité et les services métropolitains,
- un échange autour de propositions d'implantations de dispositifs de publicité en fonction de différents lieux, par un système de sondage en direct (boîtier de vote),
- un échange collectif par table sur une proposition de principes réglementaires.

M. Mangon, vice président de Bordeaux Métropole précise que l'idée est de progresser dans la limitation de la publicité, mais dans un certain cadre qui puisse être assumé sur le terrain. « En effet, Bordeaux Métropole est constitué de 28 communes qui ont des niveaux d'avancement de la réglementation publicitaire assez variables. Ce que nous souhaitons, c'est de permettre à ceux qui sont le plus avancés dans cette limitation de continuer à progresser et faire franchir des caps significatifs à ceux qui sont les moins avancés. C'est la raison pour laquelle nous avons cherché à encadrer le dispositif. Ainsi, notre idée a été de créer des règlements qui n'amènent pas les entreprises publicitaires à nous contourner mais qui leur donnent la possibilité d'insérer leurs démarches dans un cadre maîtrisé ». Pour M. Mangon, l'idée n'est pas l'interdiction, la prohibition, car toutes les prohibitions sont un jour dépassées, mais la volonté c'est l'encadrement, la pédagogie et l'avancée par étapes vers une limitation raisonnable mais relativement volontariste de la publicité. M. Mangon, précise que la volonté ce soir, de Bordeaux Métropole est de donner la parole au public dans un format qui facilite les échanges en permettant de traduire concrètement les avis des participants sur les différentes propositions et que l'on en tire des arguments pour améliorer le projet avant que celui-ci ne soit soumis au vote du conseil de la Métropole. M. Mangon précise « nous sommes à l'écoute de toutes vos suggestions ».

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

3. Travail par table et débat avec la salle

A la suite de la présentation de l'avancement du projet de RLPi, un échange autour de propositions d'implantations de dispositifs de publicité en fonction de différents lieux, par un système de sondage en direct (boîtier de vote) puis un échange collectif par table sur une proposition de principes réglementaires étaient proposés aux participants.

➤ Résultats du sondage :

La consigne : Il s'agissait de mettre en relation les types de lieux (qui sont des grandes typologies d'espaces que l'on peut retrouver et qui caractérisent tous les milieux que l'on peut rencontrer sur le territoire de Bordeaux Métropole) avec des prescriptions (interdire, autoriser...) aussi bien pour la publicité que pour les enseignes.

Trois grands types de lieux ont pu être travaillés avec les habitants : les espaces de nature, les zones d'activités et/ou commerciales, et enfin les lignes de tramway.

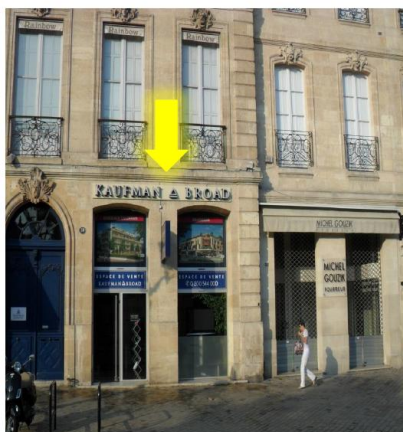
1/ Dans les espaces de nature : un choix de prescriptions réglementaires est proposé au public concernant l'implantation de certains dispositifs d'enseignes ou de publicité.

- Enseignes murales :

Résultats :

Votez !

Enseignes murales : faut-il les ... ?



1. interdire 45,5%
2. autoriser 27,3%
3. réduire le format 9,1%
4. limiter le nombre 18,2%
5. limiter la durée d'affichage 0,0%

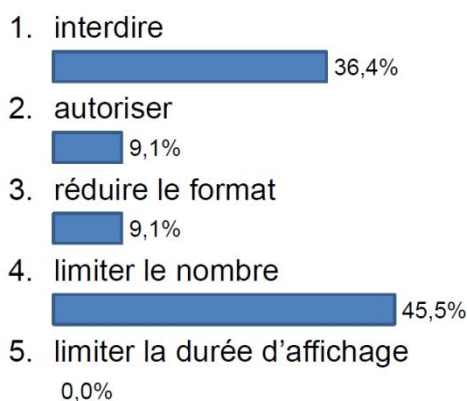
[Cadre&Cité](#) précise que dans les espaces remarquables de nature, il est à supposer que le nombre d'enseignes sera très faible mais on ne pourra pas interdire les commerçants de mettre une enseigne, c'est un droit de signaler l'exercice de son activité. En revanche, il est possible d'en limiter le nombre pour une même activité et d'en réduire le format. Il est ainsi, envisagé dans les espaces de nature de limiter le nombre d'enseigne, d'interdire leur localisation sur le toit du commerce par exemple le RLPi pourrait prescrire que le nom de l'enseigne soit en lettres découpées sur le bâtiment, avec une dimension réduite.

- Micro signalétique sur mobilier urbain

Votez !

Microsignalétique sur mobilier urbain : faut-il ... ?

Résultats :



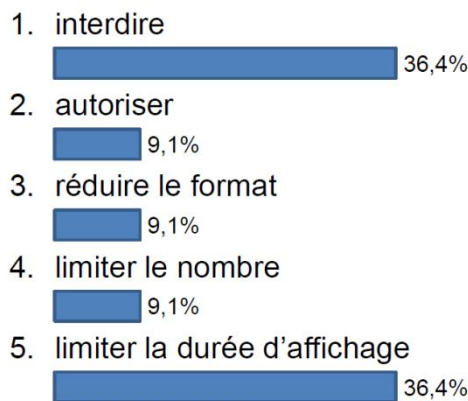
[Cadre&Cité](#) ajoute qu'il s'agit de signalétique d'ordre commerciale. La réflexion en cours, aurait tendance à interdire la micro signalétique sur mobilier urbain dans les espaces de nature.

- Enseignes temporaires :

Votez !

Enseignes temporaires : faut-il les ... ?

Résultats :



[Cadre&Cité](#) indique que ces catégories de dispositifs sont à eux seuls pourvoyeurs d'une importante agression visuelle. De nombreux commerces font des opérations de ce type (banderoles...) en imaginant attirer le public en apposant 5 banderoles « promotion » plutôt qu'une seule. Il est donc envisagé de limiter la durée d'affichage notamment. Il faut garder à l'esprit que la finalité c'est de pouvoir faire appliquer ce règlement et bien que le règlement soit intercommunale, ce sont les communes qui ont la responsabilité de faire appliquer ce règlement sur leur territoire (pouvoir de police du Maire).

- Publicité scellée au sol 12 m² avec accessoires :

Résultats :

Votez !

Publicité scellée au sol 12m² avec accessoires : faut-il ... ?



1. interdire
80%
2. autoriser
20%
3. réduire le format
0%
4. limiter le nombre
0%
5. limiter la durée d'affichage
0%

[Cadre&Cité](#) confirme qu'il est effectivement envisagé d'interdire les publicités scellées au sol de 12 m² avec accessoires dans les zones de nature.

2/ Dans les zones d'activités et/ou commerciales : un choix de prescriptions règlementaires est proposé au public concernant l'implantation de certains dispositifs d'enseignes ou de publicité.

- Enseignes scellées au sol 12 m²

Votez !

Résultats : **Enseignes scellées au sol 12 m² : faut-il les ... ?**



1. interdire
20%
2. autoriser
0%
3. réduire le format
30%
4. limiter le nombre
50%
5. limiter la durée d'affichage
0%



[Cadre&Cité](#) précise que le nombre est limité par la loi, par le code de l'environnement. Mais comme il a été précisé lors de la présentation en matière d'enseignes, le code de l'environnement n'est pas très bien respecté. L'enseigne scellée au sol, est souvent utilisée par des magasins implantés en retrait de la route et ainsi, qui implantent les enseignes scellées au sol au bord de la route de peur de ne pas être suffisamment visible. Depuis 2012, le code de l'environnement prévoit que qu'une seule enseigne scellée au sol par axe bordant l'établissement est autorisée, celle-ci pouvant prendre différentes formes (totems, drapeaux...). Il est envisagé d'en limiter réduire le format.

- Enseignes murales :

Votez !

Résultats :

Enseignes murales : faut-il les ... ?



1. interdire
0,0%
2. autoriser
45,5%
3. réduire le format
36,4%
4. limiter le nombre
18,2%
5. limiter la durée d'affichage
0,0%



[Cadre&Cité](#) précise que les enseignes murales doivent être autorisées, il faut bien que les magasins se signalent. Dans le sens des réflexions en cours, il a été rappelé que la loi était très restrictive depuis 2012, la surface des enseignes qu'un magasin appose sur sa façade ne doit pas dépasser 15% de la surface de la façade, ce qui est faible. A priori la règle nationale suffirait mais il faut la faire respecter.

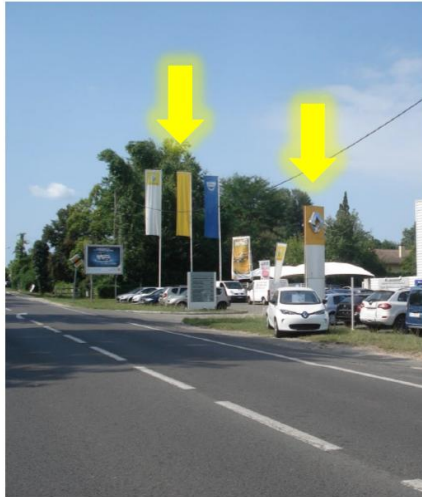
En réponse à la question d'un habitant, concernant ce que risque (amende ? montant ?) un propriétaire de magasin s'il ne respecte pas cette réglementation pour les enseignes, Cadre&Cité, précise que le code de l'Environnement prévoit des sanctions. Le Maire peut envoyer une mise en demeure au commerce de mettre en conformité l'enseigne (supprimer ou diminuer) sous 15 jours. Si le propriétaire ne le fait pas et que le dispositif est toujours en place au-delà des 15 jours, le Maire peut établir et recouvrir une astreinte administrative journalière de 203,11 euros/jours et par dispositif.

- Enseignes scellées au sol (drapeaux, totems) :

Résultats :

Votez !

Enseignes scellées au sol (drapeaux, totems...) : faut-il... ?



1. interdire
0%
2. autoriser
18%
3. réduire le format
9%
4. limiter le nombre
73%
5. limiter la durée d'affichage
0%



[Cadre&Cité](#) rappelle, comme évoqué précédemment, qu'il faut respecter le Code de l'Environnement qui limite (un dispositif par axe bordant l'établissement) le nombre des enseignes scellées au sol dans les zones d'activités et/ou commerciales.

3/ Lignes de tramway : un choix de prescriptions règlementaires est proposé au public concernant l'implantation de certains dispositifs d'enseignes ou de publicité.

- Publicité murale 8m²

Résultats :

Votez !

Publicité murale 8 m² : faut-il les ... ?



1. interdire
70%
2. autoriser
10%
3. réduire le format
10%
4. limiter le nombre
10%
5. limiter la durée d'affichage
0%



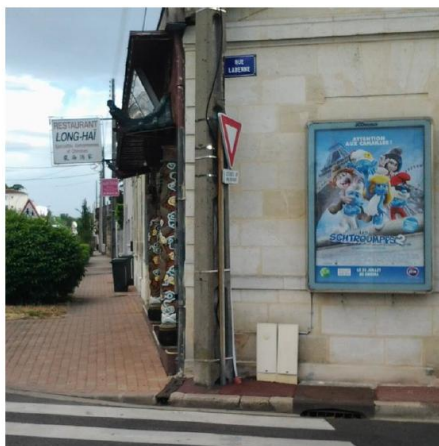
Cadre&Cité : La photo est assez parlante, ce type de dispositif est illégal, il dépasse notamment du bâti. Globalement, les voies du tramway qui représentent beaucoup de kilomètres dans l'agglomération, ont fait l'objet de nombreux aménagements et il est probable que nous envisagions d'interdire les dispositifs de grand format (ex 8m²/12m²).

- Publicité murale 2m²

Résultats :

Votez !

Publicité murale 2 m² : faut-il les ... ?



1. interdire 20%
2. autoriser 10%
3. réduire le format 10%
4. limiter le nombre 50%
5. limiter la durée d'affichage 10%



[Cadre&Cité](#) explique qu'il y a deux manières de limiter le nombre des panneaux publicitaires. Limiter le nombre de panneaux que l'on trouve sur un même endroit (même mur ou terrain par exemple) Globalement, il est envisagé de proposer que dans tous les cas, les panneaux publicitaires soient isolés, c'est-à-dire un seul panneau à la fois (par exemple, 1 sur un mur et non deux côte à côte). Ensuite, pour limiter cette publicité dans le linéaire, il y a une règle de densité imposée par la loi, que l'on peut renforcer localement, ce que nous proposerons sûrement. L'ambition globale, dans les deux cas est de limiter le nombre de publicités murales, en effet, la multiplicité des publicités côte à côte représente une réelle pollution visuelle.

- Publicités scellées au sol 12m²

Résultats :

Votez !

Publicités scellées au sol 12m² : faut-il ... ?



- interdire 60%
- autoriser 10%
- réduire le format 0%
- limiter le nombre 30%
- limiter la durée d'affichage 0%



[Cadre&Cité](#) indique qu'il est effectivement envisagé de les interdire, pour privilégier des formats plus réduits et d'en limiter le nombre.

- Enseignes temporaires :

Résultats :

Votez !

Enseignes temporaires : faut-il ?



- interdire 20%
- autoriser 0%
- réduire le format 0%
- limiter le nombre 20%
- limiter la durée d'affichage 60%



[Cadre&Cité](#) précise que les enseignes temporaires sont liées à des offres commerciales, immobilières, donc le principe à privilégier est bien d'en limiter la durée d'affichage et d'en limiter le nombre.

➤ Retour des fiches de contributions collectives

Il y a eu quelques retours sur les fiches de contributions collectives. Voici ce qui en ressort :

La majorité des participants souhaite que la priorité soit faite au paysage urbain. Ils souhaitent que Bordeaux Métropole se donnent les moyens de préserver la nature du territoire et les qualités de ces paysages.

Concernant les enseignes murales, les participants souhaitent que la réglementation prenne bien en compte la composition des façades des bâtiments.

Les participants souhaitent que le règlement permette de diminuer le nombre de publicité au sol et murales, ainsi que les surfaces autorisées (format 12m² à proscrire, favoriser les formats : 2m² ou 6m²). Egalement, de limiter de manière importante les supports publicitaires dans les jardins privés.

De manière générale, ils souhaitent que le règlement du RLPi soit clair et compréhensible par tout le monde. Les participants auraient souhaité aborder le sujet de l'affichage libre.

Pour mémoire en ce qui concerne l'affichage d'expression libre le Code de l'Environnement prévoit, hors du champ du RLPi, dans son article L. 581-13 qu'il revient au maire de déterminer par arrêté un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.