



RÈGLEMENT LOCAL  
DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RLPi

BORDEAUX MÉTROPOLE

**Complément n°2  
au dossier de concertation  
relatif à l'élaboration  
du RLPi**





# SOMMAIRE

---

## 1/ Débat sur les orientations du RLPi

Délibération du Conseil de Bordeaux Métropole du 10 juillet 2015  
et son annexe

## 2/ Réunion publique du 10 décembre 2015

Diaporama et compte-rendu





# 1/ Débat sur les orientations du RLPi

Délibération du Conseil de Bordeaux Métropole du 10 juillet 2015  
et son annexe



## **BORDEAUX METROPOLE**

### **----- EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL DE BORDEAUX METROPOLE -----**

**Séance du 10 juillet 2015  
(convocation du 3 juillet 2015)**

Aujourd'hui Vendredi Dix Juillet Deux Mil Quinze à 09 Heures 30 le Conseil de Bordeaux Métropole s'est réuni, dans la salle de ses séances sous la présidence de Monsieur Alain JUPPE, Président de BORDEAUX METROPOLE.

#### **ETAIENT PRESENTS :**

M. JUPPE Alain, M. ANZIANI Alain, M. CAZABONNE Alain, M. DUPRAT Christophe, M. REIFFERS Josy, Mme BOST Christine, M. LABARDIN Michel, M. BOBET Patrick, M. DAVID Alain, M. RAYNAL Franck, M. MANGON Jacques, M. MAMERE Noël, Mme JACQUET Anne-Lise, Mme MELLIER Claude, Mme VERSEPUY Agnès, Mme TERRAZA Brigitte, M. TOUZEAU Jean, Mme WALRYCK Anne, M. ALCALA Dominique, M. COLES Max, Mme DE FRANÇOIS Béatrice, Mme FERREIRA Véronique, M. HERITIE Michel, M. PUYOBRAU Jean-Jacques, M. SUBRENAT Kévin, M. TURBY Alain, M. TURON Jean-Pierre, M. VERNEJOUL Michel, Mme ZAMBON Josiane, Mme AJON Emmanuelle, M. AOUIZERATE Erick, Mme BEAULIEU Léna, Mme BERNARD Maribel, Mme BLEIN Odile, M. BONNIN Jean-Jacques, Mme BOUDINEAU Isabelle, Mme BREZILLON Anne, M. BRUGERE Nicolas, Mme CALMELS Virginie, Mme CASSOU-SCHOTTE Sylvie, M. CAZABONNE Didier, Mme CAZALET Anne-Marie, Mme CHABBAT Chantal, M. CHAUSSET Gérard, Mme CHAZAL Solène, Mme COLLET Brigitte, M. COLOMBIER Jacques, Mme CUNY Emmanuelle, M. DAVID Yohan, Mme DELATTRE Nathalie, Mme DELAUNAY Michèle, M. DELAUX Stéphan, M. DELLU Arnaud, M. DUBOS Gérard, Mme FAORO Michèle, M. FETOUH Marik, M. FEUGAS Jean-Claude, Mme FORZY-RAFFARD Florence, M. FRAILE MARTIN Philippe, Mme FRONZES Magali, M. GARRIGUES Guillaume, M. GUICHARD Max, M. HURMIC Pierre, Mme IRIART Dominique, M. JUNCA Bernard, Mme LACUEY Conchita, Mme LAPLACE Frédérique, M. LE ROUX Bernard, Mme LEMAIRE Anne-Marie, Mme MACERON-CAZENAVE Emilie, M. MARTIN Eric, M. MILLET Thierry, M. NJIKAM MOULIOM Pierre De Gaétan, M. PADIE Jacques, Mme PIAZZA Arielle, M. RAUTUREAU Benoît, Mme RECALDE Marie, M. ROBERT Fabien, M. ROSSIGNOL PUECH Clément, Mme ROUX-LABAT Karine, M. SILVESTRE Alain, Mme TOURNEPICHE Anne-Marie, M. TOURNERIE Serge, Mme TOUTON Elizabeth, M. TRIJOULET Thierry, Mme VILLANOVE Marie-Hélène.

#### **EXCUSES AYANT DONNE PROCURATION :**

M. REIFFERS Josy à Mme TOUTON Elisabeth jusqu'à 11 h 20  
M. RAYNAL Franck à M. MARTIN Eric à partir de 10 h 50  
M. MAMERE Noel à M. ROSSIGNOL-PUECH Clément à partir de 12 h 30  
M. PUJOL Patrick à M. CAZABONNE Alain  
Mme VERSEPUY Agnès à M. LABARDIN Michel à partir de 12h30  
M. DUCHENE Michel à Mme WALRYCK Anne  
Mme KISS Andréa à Mme FERREIRA Véronique  
M. AOUIZERATE Erick à M. BOBET Patrick à partir de 13h  
M. TURBY Alain à M. SUBRENAT Kevin à partir de 10h40  
Mme AJON Emmanuelle à Mme DELAUNAY Michèle à partir de 13h10  
M. BONNIN Jean-Jacques à Mme CHABBAT Chantal de 9h45 à 10h45  
M. BOURROUILH-PAREGE Guillaume à Mme TERRAZA Brigitte  
M. BOUTEYRE Jacques à M. MANGON Jacques  
Mme BOUTHEAU Marie-Christine à M. CHAUSSET Gérard  
Mme CALMELS Virginie à M. BRUGERE Nicolas à partir de 12h20  
Mme CAZALET Anne-Marie à M. CAZABONNE Didier jusqu'à 10h  
Mme COLLET Brigitte à Mme DELATTRE Nathalie à partir de 13h15  
M. DAVID Jean-Louis à Mme CUNY Emmanuelle  
Mme DELATTRE Nathalie à M. DAVID Yohan jusqu'à 10h10

M. DELAUX Stéphan à Mme FRONZES Magali à partir de 12h50  
Mme DESSERTINE Laurence à M. ALCALA Dominique  
M. FELTESSE Vincent à M. TURON Jean-Pierre  
M. FLORIAN Nicolas à M. DUPRAT Christophe  
M. HICKEL Daniel à Mme ROUX-LABAT Karine  
Mme JARDINE Martine à M. DELLU Arnaud  
Mme LACUEY Conchita à M. PUYOBRAU Jean-Jacques à partir de 13h10  
M. LAMAISSON Serge à M. VERNEJOUL Michel  
Mme LAPLACE Frédérique à M. FETOUH Marik à partir de 11h  
Mme LEMAIRE Anne-Marie à Mme PIAZZA Arielle à partir de 12h50  
M. LOTHAISSON Pierre à Mme BERNARD Maribel  
Mme LOUNICI Zeineb à Mme IRIART Dominique  
Mme PEYRE Christine à M. MILLET Thierry  
M. POIGNONEC Michel à M. JUNCA Bernard  
Mme POUSTYNNIKOFF Dominique à M. GARRIGUES Guillaume  
Mme RECALDE Marie à M. ANZIANI Alain à partir de 11h  
M. ROBERT Fabien à M. RAUTUREAU Benoît à partir de 12h50  
Mme THIEBAULT Gladys à Mme MACERON-CAZENAVE Emilie  
Mme TOUTON Elisabeth à Mme VILLANOVE Marie-Hélène à partir de 12 h 20

#### **EXCUSES :**

**LA SEANCE EST OUVERTE**

|                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Elaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Bordeaux Métropole - Débat sur les orientations</b></p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Monsieur MANGON présente le rapport suivant,

Mesdames, Messieurs

Ce rapport sert de support au débat qui doit se tenir en Conseil de Bordeaux Métropole sur les orientations du projet de RLPi (règlement local de publicité intercommunal) de Bordeaux Métropole en application des articles L581-14-1 du code de l'environnement, L123-9 et L123-18 du code de l'urbanisme.

Un règlement local de publicité (RLP) édicte des prescriptions à l'égard des publicités, enseignes et pré enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale, et dans une certaine mesure la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

Depuis la loi engagement national pour l'environnement (ENE) de 2010, l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) compétent en matière de plan local d'urbanisme (PLU) est compétent pour élaborer un RLP intercommunal sur son territoire. Ainsi la Communauté urbaine de Bordeaux, devenue Bordeaux Métropole, a décidé par délibération en date du 22 mars 2013 d'engager cette élaboration. Les 22 RLP communaux existants continuent à s'appliquer jusqu'à l'approbation du RLPi.

Un diagnostic a été réalisé sur le territoire de la Métropole dont une synthèse est présentée ci-après :

- L'analyse des 22 RLP communaux en vigueur a démontré que de très bonnes mesures individuelles avaient été prescrites mais que l'ensemble restait très hétérogène.
- Le bilan des entretiens avec chaque commune a fait apparaître un certain nombre de souhaits communs pour ce futur RLPi à savoir : préserver les acquis des RLP existants, prendre en compte l'utilité du mobilier urbain et de la micro signalétique, prendre en compte les espaces de nature, assurer la protection des centres-villes, diminuer certains formats, encadrer la densité et la qualité du matériel, contrôler la publicité numérique et maîtriser les enseignes temporaires.
- Les conclusions du diagnostic terrain ont fait apparaître :
  - . sur les 2243 dispositifs publicitaires recensés sur les pénétrantes de Bordeaux Métropole une disparité des matériels, peu de dispositifs en infraction, une forte proportion de



panneaux de 8m<sup>2</sup>, un nombre important de panneaux de 2m<sup>2</sup> sur le domaine privé, et une bonne qualité du matériel.

. sur les 2134 photos d'enseignes une difficile prise en compte de leur environnement avec un grand nombre d'infractions à la réglementation nationale dans les centres commerciaux notamment.

Ces conclusions ont donc permis de définir les 12 orientations suivantes pour le futur RLPi :

- Pour la publicité
  - o 1/ Interdire la publicité dans certains lieux
  - o 2/ Harmoniser les règles dans les lieux identifiés
  - o 3/ Adapter les formats des dispositifs aux lieux environnants
  - o 4/ Dédensifier la publicité
  - o 5/ Veiller à la qualité et à l'esthétique des dispositifs
  - o 6/ Adopter une règle d'extinction nocturne
  - o 7/ Traiter le cas particulier de l'emprise de l'aéroport de Mérignac
- Pour les enseignes
  - o 1/ Adapter les enseignes à leur contexte
  - o 2/ Appliquer la réglementation nationale dans les zones commerciales
  - o 3/ Instituer des préconisations esthétiques
  - o 4/ Interdire les enseignes sur clôtures
  - o 5/ Réglementer les enseignes temporaires

Un document complémentaire, ci-annexé, détaille et explicite les différentes orientations proposées.

La procédure d'élaboration du RLPi est identique à celle du PLU, qui prévoit la tenue d'un débat sur les orientations dans les Conseils municipaux des communes membres et en Conseil métropolitain.

Les Conseils municipaux des 28 communes membres de notre EPCI ont débattu sur les orientations du RLPi entre les mois de décembre 2014 et février 2015. Les principaux points sur lesquels ont porté ces débats sont les suivants :

- Constat des bons résultats de l'application des règlements locaux de publicité communaux qui ont permis de faire diminuer le nombre de panneaux publicitaires et ainsi améliorer le cadre de vie,
- Souhait que le RLPi soit autant et parfois plus contraignant que les RLP communaux,
- Ne pas gêner l'activité des commerçants et artisans locaux, une attention particulière est à porter aux enseignes sur les clôtures notamment,
- Trouver un équilibre entre publicité, environnement, cadre de vie et activité économique,
- Le développement des panneaux numériques à contenir,
- Interrogations de certaines communes sur les conséquences du RLPi sur les recettes communales,
- Demande de mise à disposition de panneaux pour l'affichage d'expression libre,
- Veiller à sécuriser juridiquement la procédure d'élaboration du RLPi et son contenu, face aux probables recours.

On peut d'ores et déjà préciser que :

- Concernant l'affichage d'expression libre, le code de l'environnement prévoit, hors du champ du RLPi, dans son article L581-13 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.

- Concernant les recettes communales liées à la publicité, celles-ci proviennent essentiellement de la mise en place de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE). Il est important de préciser que la TLPE est hors du champ d'intervention du RLPi. La TLPE est régie par le code général des collectivités territoriales (CGCT) et est instaurée par les communes sur le territoire de Bordeaux Métropole, et le RLPi est régi par le code de l'environnement et le code de l'urbanisme et est élaboré par Bordeaux Métropole.

Il ressort des débats communaux que les orientations du RLPi présentées sont accueillies favorablement.

Il convient maintenant que ce débat ait lieu au sein du Conseil de Bordeaux Métropole.

Ceci étant exposé, il vous est demandé, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir débattre sur les orientations présentées ci-dessus.

Les conclusions, mises aux voix, sont adoptées débat effectué.

Fait et délibéré au siège de Bordeaux Métropole le 10 juillet 2015,

Pour expédition conforme,  
par délégation,  
Le Vice-Président,

**REÇU EN PRÉFECTURE LE  
22 JUILLET 2015**

**PUBLIÉ LE : 22 JUILLET 2015**

M. JACQUES MANGON

## Débat sur les orientations Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

Conseil de Métropole du 10 juillet 2015



### ***Pour mémoire voici une synthèse des conclusions du diagnostic :***

- L'analyse des 22 RLP en vigueur a démontré que de très bonnes mesures individuelles avaient été prescrites mais que l'ensemble restait très hétérogène.
- Le bilan des entretiens avec chaque commune a fait apparaître un certain nombre de souhaits communs pour ce futur RLPi à savoir : préserver les acquis des RLP existants, prendre en compte l'utilité du mobilier urbain et de la microsignalétique, prendre en compte les espaces de nature, assurer la protection des centres-villes, diminuer certains formats, encadrer la densité et la qualité du matériel, contrôler la publicité numérique et maîtriser les enseignes temporaires.
- Les conclusions du diagnostic terrain ont fait apparaître :
  - . sur les 2243 dispositifs publicitaires recensés sur les pénétrantes de la cub une disparité des matériels, peu de dispositifs en infraction, une forte proportion de panneaux de 8m<sup>2</sup>, un nombre important de panneaux de 2m<sup>2</sup> sur le domaine privé, et une bonne qualité du matériel.
  - . sur les 2134 photos d'enseignes une difficile prise en compte de leur environnement avec un grand nombre d'infractions à la réglementation nationale dans les centres commerciaux notamment.



Ces éléments ont permis à Bordeaux Métropole de définir en partenariat avec les communes les orientations pour le futur RLPI.

Les conseils municipaux des 28 communes membres de notre EPCI ont débattu sur les orientations du RLPI entre les mois de décembre 2014 et février 2015.

Les orientations du RLPI présentées ont été accueillies favorablement, des points particuliers ont été relevés lors de ces débats ils permettront d'alimenter la suite du travail sur le RLPI.

Il convient maintenant que ce débat ait lieu au sein du conseil de Bordeaux Métropole. Les diapositives suivantes présentent ces orientations.



## LES ORIENTATIONS POUR LA PUBLICITE ET LES PREENSEIGNES



## *N°1 : interdiction dans des lieux identifiés*

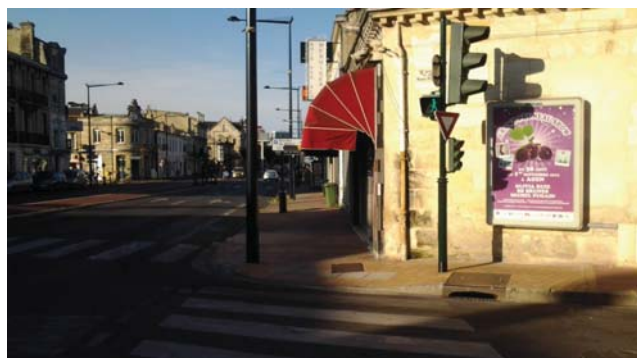
Afin de préserver et de mettre en valeur la richesse patrimoniale du territoire de la Cub, outre les lieux et immeubles déjà protégés au titre de l'article L. 581-4 du Code de l'environnement, la publicité sera interdite dans les espaces de nature identifiés au PLU.



## *N°2 : harmonisation des règles sur lieux identifiés*

Les règles concernant l'implantation des dispositifs publicitaires seront harmonisées assurant une cohérence sur l'ensemble du territoire de la Cub :

- dans les lieux présentant un patrimoine bâti remarquable (ZPPAP/AVAP, PSMV, abords des monuments historiques inscrits ou classés)
- ou ayant fait l'objet d'un traitement paysager notable (lignes du tramway, ronds-points, certaines entrées de ville),
- ou encore sur les voies structurantes de l'agglomération celles-ci ayant pour caractéristique de traverser plusieurs communes. Une continuité voire une progression doit y être instaurée.



### *N°3 : adaptation des formats publicitaires aux lieux environnants*

Les formats publicitaires seront modulés en fonction des lieux environnants en veillant, notamment, lorsque la publicité est scellée au sol :

- à ce qu'elle ne dépasse pas le bâti environnant ;
- ne soit pas à une hauteur excessive par rapport aux voies qui la borde ;
- et en évitant, lorsqu'elle est murale, qu'elle ne masque les éléments de composition du bâti.



### *N°4 : suppression des doublons (et plus)*

Afin d'avoir une meilleure perception de la publicité dans le cadre, les doublons (et plus) seront proscrits, la règle nationale de densité ainsi que le régime de la publicité lumineuse numérique seront renforcés. Enfin, une interdiction sur les clôtures sera envisagée.



## *N°5 : amélioration de l'aspect des dispositifs*

L'aspect esthétique des dispositifs publicitaires sera amélioré en supprimant, notamment, passerelles et accessoires.



## *N°6 : adoption de la règle nationale d'extinction nocturne amélioration de l'aspect des dispositifs*

Afin d'assurer une harmonie de réglementation sur la totalité du territoire de la Cub et d'en garantir une meilleure application





# LES ORIENTATIONS POUR LES ENSEIGNES



## *N°1 : Adapter les enseignes à leur contexte*

Les enseignes de centre-ville devront être adaptées à leur contexte et, lorsque ce dernier présente des qualités architecturales remarquables (ZPPAUP/AVAP, secteur sauvegardé, abords des monuments historiques classés ou inscrits), seront intégrées aux façades des immeubles ;





### *N°3 : Instituer des préconisations esthétiques*

Des préconisations esthétiques seront adoptées conduisant notamment, et lorsqu'il y a lieu, à ce que les enseignes scellées au sol soient transformées en totem.



### *N°4 : Interdire les enseignes sur clôtures*

### *N°5 : Réglementer les enseignes temporaires*

La durée, les formats, le nombre et les procédés des enseignes temporaires seront réglementés.



## N°2 : Appliquer la réglementation nationale dans les zones commerciales

La réforme de 2012 a considérablement durci les règles applicables aux enseignes : limitation de leur surface par rapport à la surface de la façade, limitation de leur surface lorsqu'elles sont en toiture, restriction de leur nombre lorsqu'elles sont scellées au sol à une par voie bordant l'établissement. L'application du RNP constituerait une étape importante et déjà satisfaisante pour le cadre de vie. La simple mise en conformité des enseignes avec le RNP apporterait déjà un changement significatif dans les zones commerciales.



Débat sur les orientations  
Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

Conseil de Métropole du 10 juillet 2015





## 2/ Réunion publique du 10 décembre 2015

Diaporama et compte-rendu



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

# RLPi

## BORDEAUX MÉTROPOLE

2<sup>ème</sup> réunion publique  
pour l'élaboration du  
RLPi

10 décembre 2015



## Les objectifs du code de l'environnement

Réglementer la publicité, les préenseignes et les enseignes dans un but de protection du cadre de vie et des paysages tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées.



Pour mémoire le RLPi intervient sur les conditions d'implantation et le format des dispositifs de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, mais ne peut pas intervenir sur le contenu du message publicitaire des dispositifs.



# Le diagnostic

## *L'analyse des 22 RLP en vigueur*

## *Le bilan des entretiens => souhaits communs pour ce futur RLPi*

## *Les conclusions du diagnostic terrain*

- 2243 dispositifs publicitaires ont été recensés sur les pénétrantes de la cub :  
=> disparité des matériels, peu de dispositifs en infraction, une forte proportion de panneaux de 8m<sup>2</sup>, un nombre important de panneaux de 2m<sup>2</sup> sur le domaine privé, et une bonne qualité du matériel.
- 2134 photos d'enseignes : une majorité des installations ne tiennent pas compte de leur environnement et beaucoup sont en infraction.



# Les orientations

## Débattues dans les communes puis en conseil de Métropole le 10 juillet 2015

### *Pour les publicités*

- N°1 : interdire la publicité dans certains lieux (en complément de la réglementation nationale)
- N°2 : harmoniser les règles dans les lieux identifiés
- N°3 : adapter les formats des dispositifs aux lieux environnants
- N°4 : dédensifier la publicité
- N°5 : veiller à la qualité et à l'esthétique des dispositifs
- N°6 : adopter une règle d'extinction nocturne
- N°7 : traiter le cas particulier de l'emprise de l'aéroport de Mérignac



# Les orientations

Débattues dans les communes puis en conseil de Métropole le 10 juillet 2015

## *Pour les enseignes*

- N°1 : adapter les enseignes à leur contexte
- N°2 : appliquer la réglementation nationale dans les zones commerciales
- N°3 : instituer des préconisations esthétiques
- N°4 : interdire les enseignes sur clôtures
- N°5 : réglementer les enseignes temporaires



## Les acteurs du projet

### *Un projet métropolitain qui se construit avec*

- **Les 28 communes**
- **Les partenaires** : *personnes publiques associées (Etat, CCI, CMA,...), associations agréées de protection de l'environnement, représentants des professionnels de la publicité et des enseignes, ....*
- **Les habitants**



# La concertation « grand public » : rappel

- Ouverture registre papier et dématérialisé en 2013
- 1<sup>ère</sup> réunion publique : 24 novembre 2014 
  - ▶ *Priorité au paysage urbain en préservant la nature du territoire et les qualités de ces paysages.*
  - ▶ *Prendre en compte la composition des façades pour les enseignes murales*
  - ▶ *Diminuer le nombre de publicité au sol et murales, ainsi que les surfaces autorisées 12m<sup>2</sup>*
  - ▶ *Limiter de manière importante les supports publicitaires dans les jardins privés.*
  - ▶ *Règlement clair et compréhensible par tout le monde.*
- Questionnaire en ligne sur le site internet de BM : du 1<sup>er</sup> octobre au 23 octobre 2015
- Restitution des résultats du questionnaire avec mise en perspective par rapport au projet lors de cette 2<sup>ème</sup> réunion publique

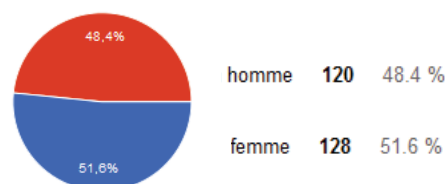


## Zoom sur les résultats de l'enquête « Le RLPi de Bordeaux Métropole, donnez votre avis! »

### 251 réponses au questionnaire

#### Profil des personnes ayant répondu

- Une légère majorité de femmes,
- Majoritairement des personnes appartenant à la classe d'âge des **20-40 ans**, suivis des 40-60 ans.
- Une forte majorité d'habitants mais quelques commerçants, professionnels de l'affichage et associations.



|                 |     |        |
|-----------------|-----|--------|
| Moins de 20 ans | 1   | 0.4 %  |
| 20 - 40 ans     | 106 | 42.6 % |
| 40 - 60 ans     | 102 | 41 %   |
| 60 ans et plus  | 41  | 16.5 % |

|                                                  |     |       |
|--------------------------------------------------|-----|-------|
| Un habitant                                      | 235 | 94 %  |
| Un commerçant                                    | 6   | 2.4 % |
| Un professionnel de l'affichage                  | 1   | 0.4 % |
| Une association de protection de l'environnement | 2   | 0.8 % |
| Autre                                            | 12  | 4.8 % |



## Les résultats du questionnaire



### Dans les espaces de nature

- Souhait d'interdire de manière majoritaire les enseignes murales, temporaires et la publicité scellée au sol de 12m<sup>2</sup> avec accessoires.
- Volonté de limiter le nombre des dispositifs de microsignalétique.

#### Enseignes murales

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes murales dans les espaces de nature ?

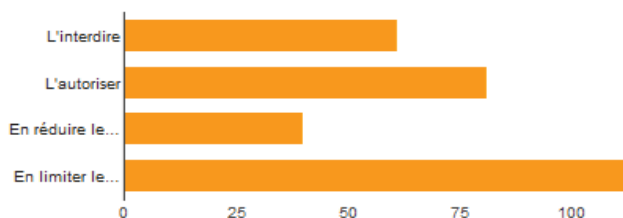


|                      |     |        |
|----------------------|-----|--------|
| Les interdire        | 125 | 50,2 % |
| Les autoriser        | 32  | 12,9 % |
| En réduire le format | 80  | 32,1 % |
| En limiter le nombre | 77  | 30,9 % |

45,5 % interdire  
27,3 % autoriser  
9,1 % réduire  
18,2 % limiter

#### Microsignalétique sur mobilier urbain

Comment le RLPi doit-il réglementer la microsignalétique sur mobilier urbain dans les espaces de nature ?

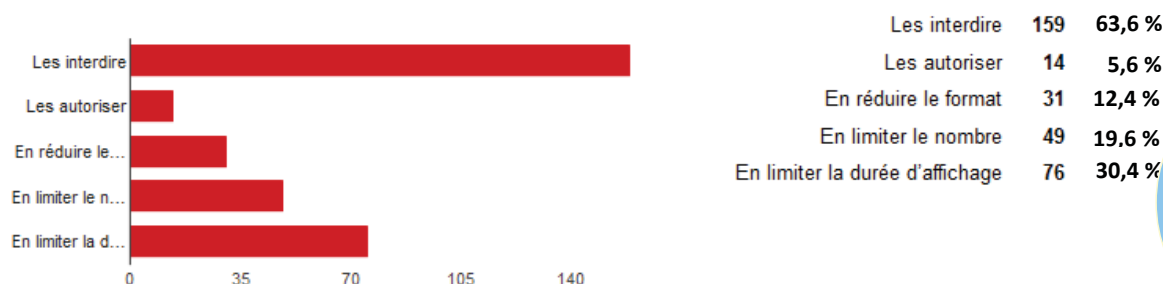


|                      |     |        |
|----------------------|-----|--------|
| L'interdire          | 61  | 24,6 % |
| L'autoriser          | 81  | 32,7 % |
| En réduire le format | 40  | 16,1 % |
| En limiter le nombre | 112 | 45,2 % |

36,4 % interdire  
9,1 % autoriser  
9,1 % réduire  
45,5 % limiter

## Enseignes temporaires

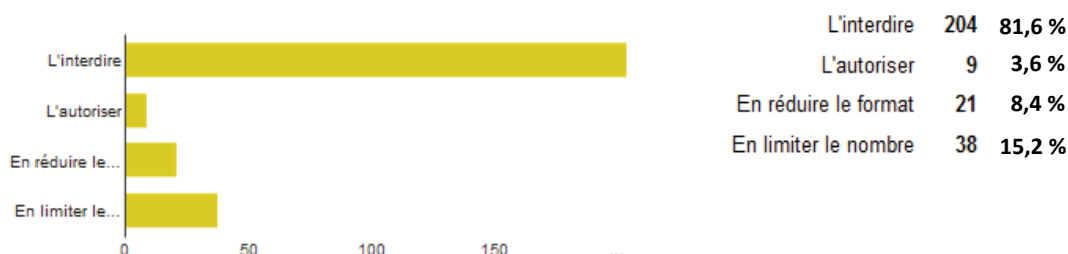
Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes temporaires dans les espaces de nature ?



36,4 % interdire  
9,1 % autoriser  
9,1 % réduire  
18,2 % nombre  
36,4 % durée

## Publicité scellée au sol 12m² avec accessoires

Comment le RLPi doit-il réglementer la publicité scellée au sol de 12m² avec accessoires dans les espaces de nature ?



80 % interdire  
20 % autoriser  
0 % réduire  
0 % limiter

## Le projet en cours d'ajustement

### *Dans les espaces de nature*

La publicité serait interdite.

Les enseignes murales seraient admises dans des formats réduits.

Les enseignes scellées au sol seraient admises si enseignes murales impossible



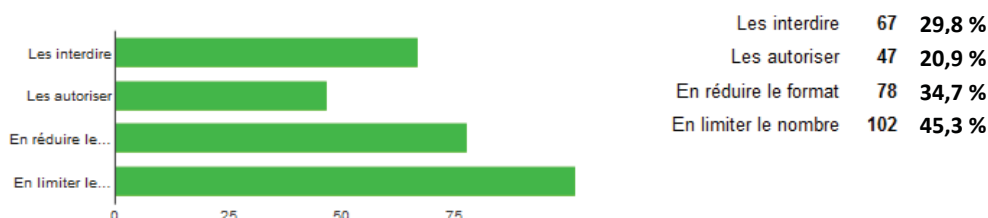
# Dans les zones d'activités et/ou commerciales

Souhait majoritaire :

- de limiter le nombre des enseignes scellées au sol de 12 m<sup>2</sup> de type totem et drapeau
- d'autoriser les enseignes murales.
- interdire ou limiter la durée d'affichage des enseignes temporaires

## Enseignes scellées au sol 12 m<sup>2</sup>

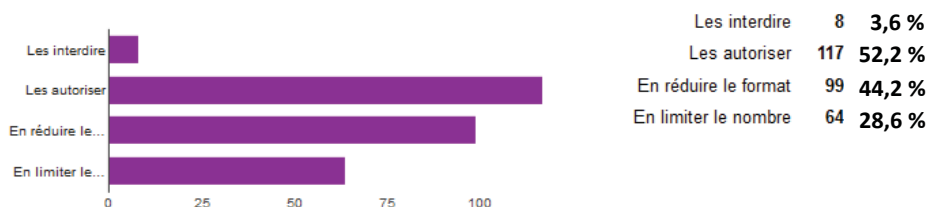
Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes scellées au sol de 12 m<sup>2</sup> dans les zones d'activités et/ou commerciales ?



20 % interdire  
0 % autoriser  
30 % réduire  
50 % limiter

## Enseignes murales

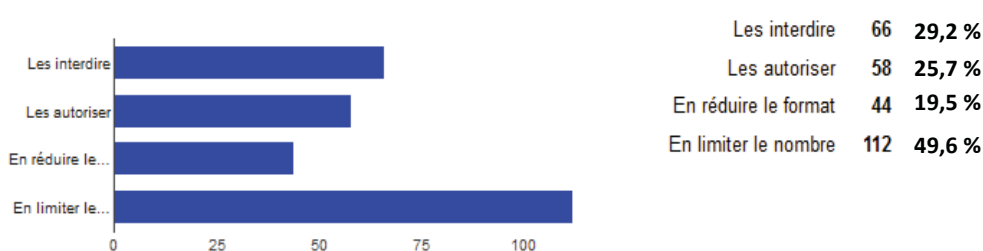
Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes murales dans les zones d'activités et/ou commerciales ?



0 % interdire  
45,5 % autoriser  
36,4 % réduire  
18,2 % limiter

## Enseignes scellées au sol (drapeaux, totems...)

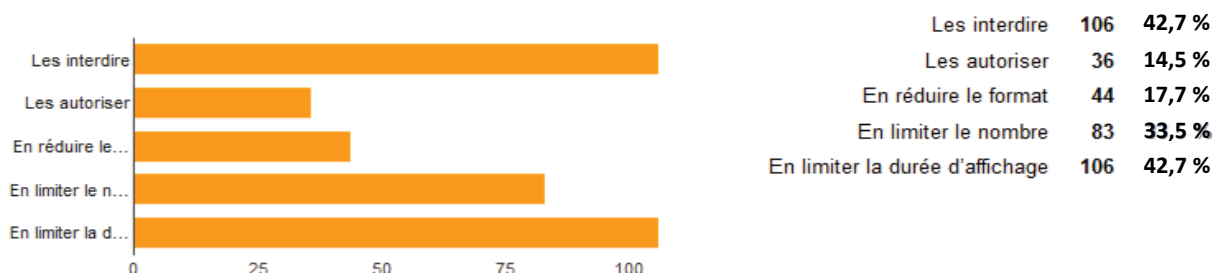
Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes scellées au sol (drapeaux, totems...) dans les zones d'activités et/ou commerciales ?



0 % interdire  
18 % autoriser  
9 % réduire  
73 % limiter

## Enseignes temporaires

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes temporaires dans les zones d'activités et/ou commerciales ?



# Le projet en cours d'ajustement

## Dans les zones d'activités et/ou commerciales

Les enseignes scellées au sol, y compris les totems ou les drapeaux, seraient limitées à 1 par établissement et leur surface à 8 m<sup>2</sup>.

Les enseignes murales se conformeraient à la règle nationale.

Les enseignes temporaires seraient limitées dans le temps et à 1 par établissement.

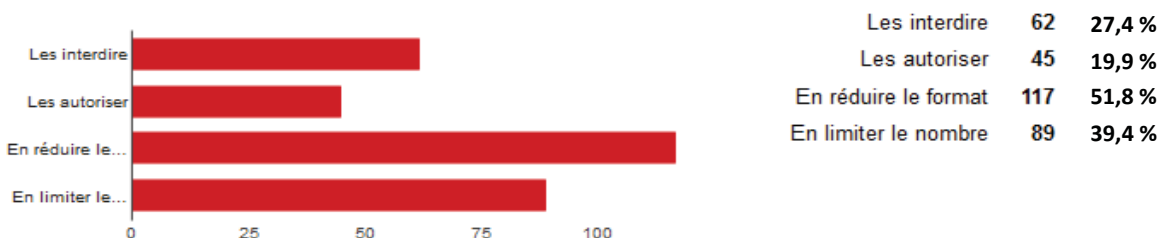


## Les voies structurantes

- Souhait de réduire le format des enseignes murales et scellées au sol
- Souhait d'interdire les publicités scellées au sol de 12 m<sup>2</sup>, enseignes temporaires et scellées au sol type drapeaux

### Enseignes murales et scellées au sol

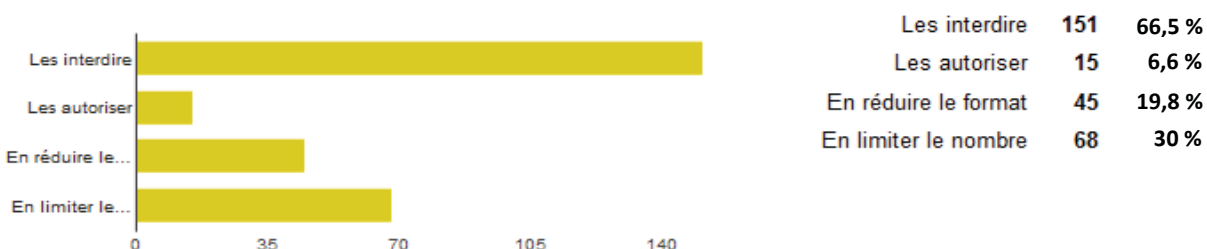
Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes murales et scellées au sol sur les voies structurantes ?



### Publicités scellées au sol 12m<sup>2</sup>

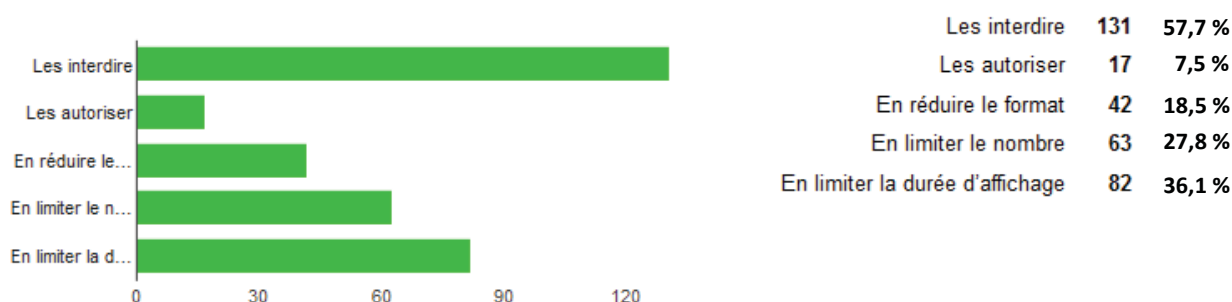
6

Comment le RLPi doit-il réglementer les publicités scellées au sol de 12 m<sup>2</sup> sur les voies structurantes ?



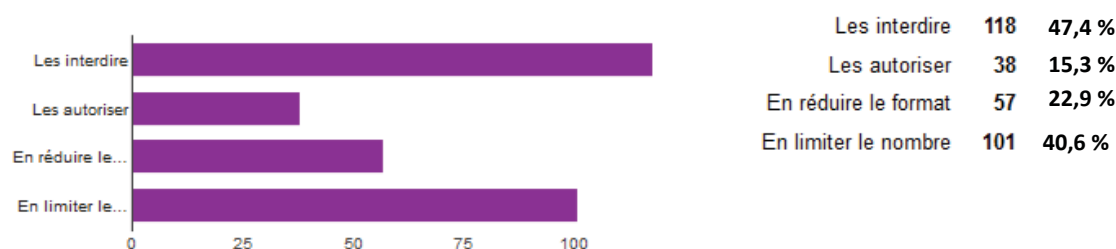
## Enseignes temporaires

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes temporaires sur les voies structurantes ?



## Enseignes scellées au sol type drapeaux

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes scellées au sol type drapeaux sur les voies structurantes ?



## Le projet en cours d'ajustement

### *Les voies structurantes*

La publicité serait limitée à 8 m<sup>2</sup> avec une règle de densité pour en limiter le nombre.

Les enseignes scellées au sol seraient admises dans des formats inférieurs à ceux définis par le code de l'environnement.

Les enseignes temporaires seraient limitées dans le temps et à 1 par établissement.



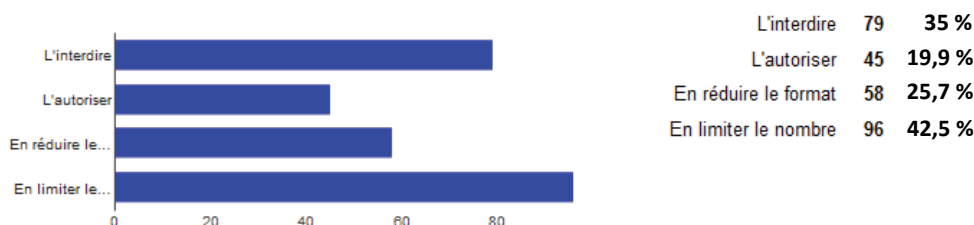
# Le patrimoine bâti remarquable

Souhait majoritaire de :

- Limiter le nombre de dispositifs publicitaires sur mobilier urbain de 2m<sup>2</sup>
- D'interdire les publicités scellées au sol de 12m<sup>2</sup> et enseignes temporaires

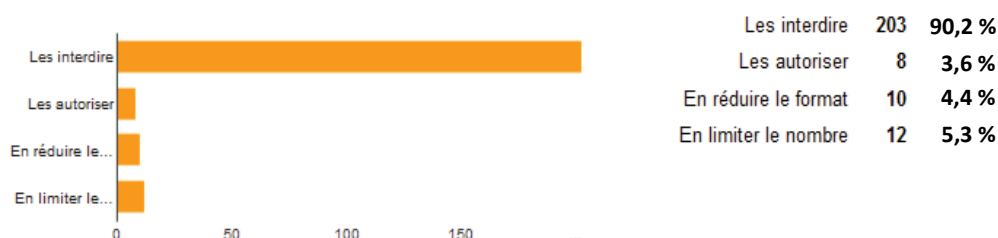
## Microsignalétique sur mobilier urbain

Comment le RLPi doit-il réglementer la microsignalétique sur mobilier urbain dans les zones recensées « patrimoine bâti remarquable » ?



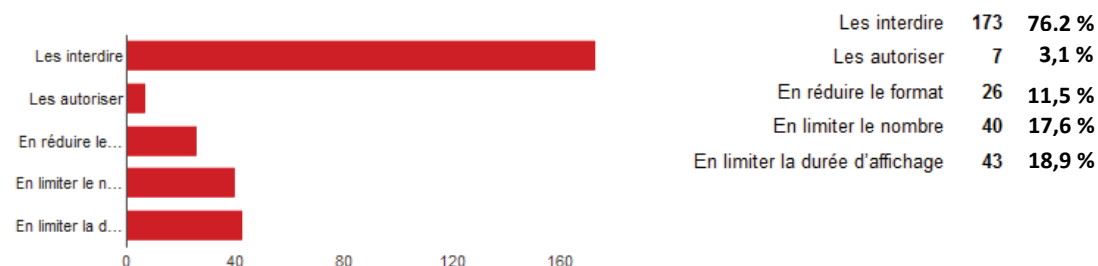
## Publicités scellées au sol 12m<sup>2</sup>

Comment le RLPi doit-il réglementer les publicités scellées au sol de 12 m<sup>2</sup> dans les zones recensées « patrimoine bâti remarquable » ?



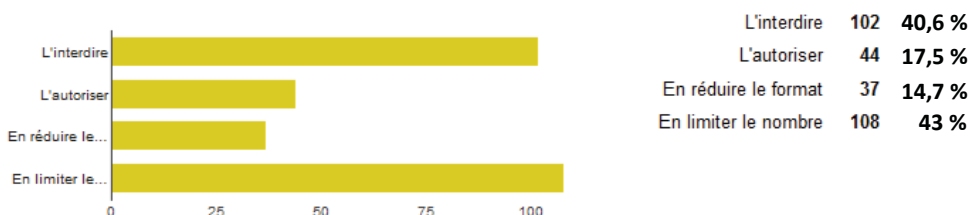
## Enseignes temporaires

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes temporaires dans les zones recensées « patrimoine bâti remarquable » ?



## Publicité sur mobilier urbain 2m<sup>2</sup>

Comment le RLPi doit-il réglementer la publicité sur mobilier urbain de 2m<sup>2</sup> dans les zones recensées « patrimoine bâti remarquable » ?





# Le projet en cours d'ajustement

## Le patrimoine bâti remarquable

La micro signalétique ne serait pas interdite.

La publicité scellée au sol serait interdite.

La publicité sur mobilier urbain serait admise jusqu'à 2m<sup>2</sup> maximum

Les enseignes temporaires seraient limitées dans le temps à 1 et par établissement.

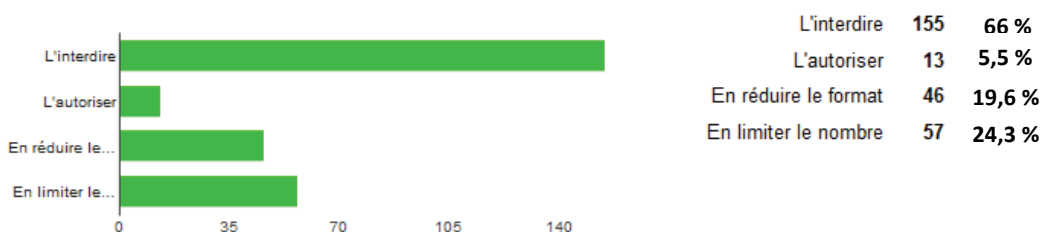


## Lignes de tramway

La majorité des personnes ayant répondu au questionnaire ne souhaite aucun dispositif de publicité (mural 8m<sup>2</sup>, 2m<sup>2</sup> et scellé au sol 8m<sup>2</sup>) et d'enseignes temporaires aux abords des lignes de tramway.

### Publicité murale 8 m<sup>2</sup>

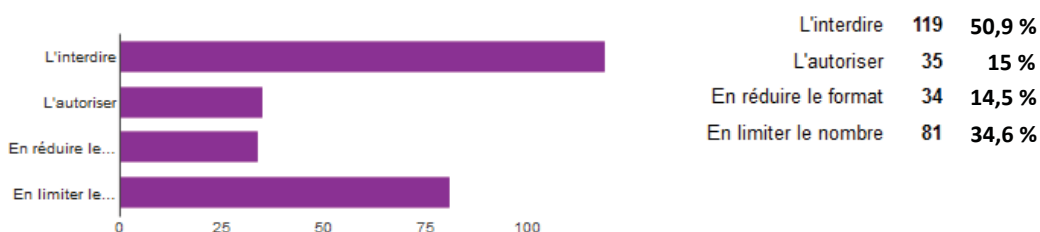
Comment le RLPi doit-il réglementer la publicité murale de 8 m<sup>2</sup> sur les lignes de tramway ?



70 % interdire  
10 % autoriser  
10 % réduire  
10 % limiter

### Publicité murale 2 m<sup>2</sup>

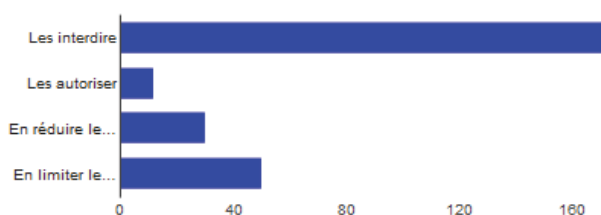
Comment le RLPi doit-il réglementer la publicité murale de 2 m<sup>2</sup> sur les lignes de tramway ?



20 % interdire  
10 % autoriser  
10 % réduire  
50 % limiter

## Publicités scellées au sol 8 m<sup>2</sup>

Comment le RLPi doit-il réglementer les publicités scellées au sol de 8 m<sup>2</sup> sur les lignes de tramway ?



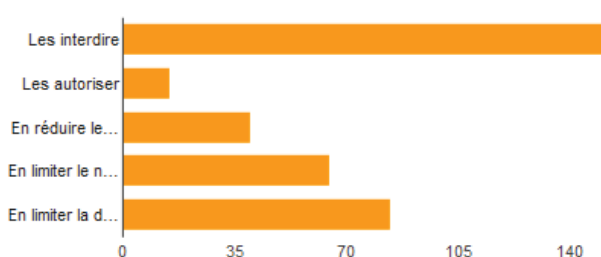
|                      |     |        |
|----------------------|-----|--------|
| Les interdire        | 172 | 73,5 % |
| Les autoriser        | 12  | 5,1 %  |
| En réduire le format | 30  | 12,8 % |
| En limiter le nombre | 50  | 21,4 % |

12m<sup>2</sup>

60 % interdire  
10 % autoriser  
0 % réduire  
30 % limiter

## Enseignes temporaires

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes temporaires sur les lignes de tramway ?



|                                 |     |        |
|---------------------------------|-----|--------|
| Les interdire                   | 152 | 60,8 % |
| Les autoriser                   | 15  | 6 %    |
| En réduire le format            | 40  | 16 %   |
| En limiter le nombre            | 65  | 26 %   |
| En limiter la durée d'affichage | 84  | 33,6 % |

20 % interdire  
0 % autoriser  
0 % réduire  
20 % nombre  
60 % durée

## Le projet en cours d'ajustement

### Lignes de tramway

La publicité murale ou scellée au sol serait admise mais limitée à 2m<sup>2</sup> maximum

La publicité sur mobilier urbain serait admise mais limitée à 2m<sup>2</sup> maximum

Les enseignes temporaires seraient limitées dans le temps à et 1 par établissement.





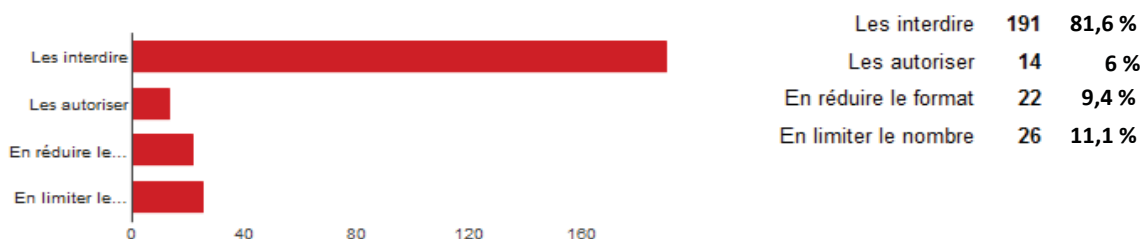
# Les zones résidentielles

Souhait majoritaire :

- D'interdire les enseignes sur clôture et temporaires
- De limiter le nombre des dispositifs de microsignalétique et de préenseignes

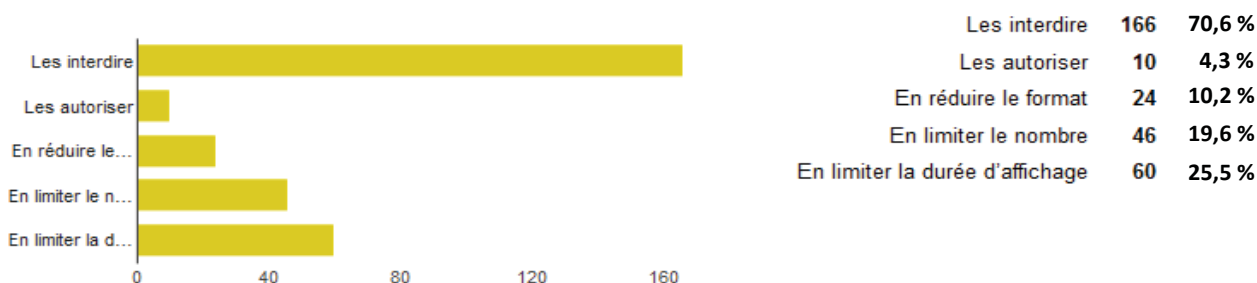
## Enseignes sur clôture

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes sur clôture dans les zones résidentielles ?



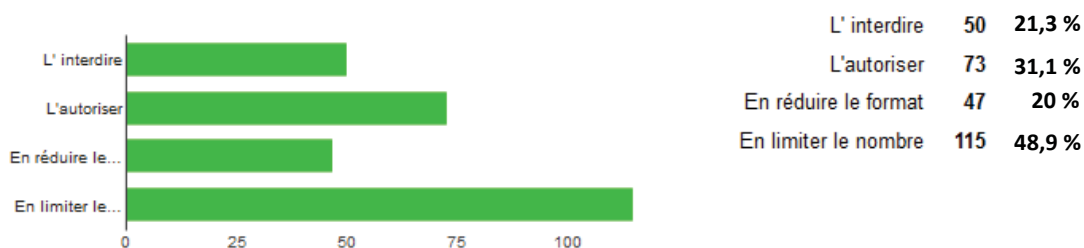
## Enseignes temporaires

Comment le RLPi doit-il réglementer les enseignes temporaires dans les zones résidentielles ?



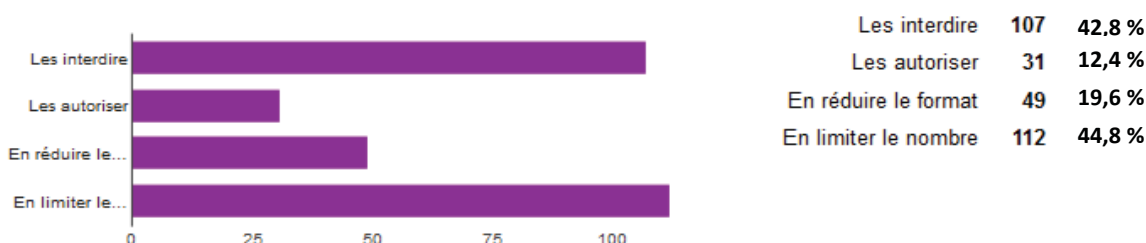
## Microsignalétique sur mobilier urbain

Comment le RLPi doit-il réglementer la microsignalétique sur mobilier urbain dans les zones résidentielles ?



## Préenseignes sur mobilier urbain

Comment le RLPi doit-il réglementer les préenseignes sur mobilier urbain dans les zones résidentielles ?



# Le projet en cours d'ajustement

## *Les zones résidentielles*

Les enseignes de surface  $> 1 \text{ m}^2$  seraient interdites sur clôture.

Les enseignes temporaires seraient limitées dans le temps à 1 et par établissement.

La micro signalétique et les préenseignes sur le mobilier urbain seraient limitées à  $2 \text{ m}^2$



## Echanges avec la salle



## Pour continuer à s'informer et à contribuer...

- **Des moyens d'information** : site internet de Bordeaux Métropole ([www.participation.bordeaux-metropole.fr](http://www.participation.bordeaux-metropole.fr)) et dossier accompagnement le registre à Bordeaux Métropole et dans les 28 mairies.
- **Des moyens de contribution** : registres papier et dématérialisé via le site internet de la participation et lors des réunions publiques.







## 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<sup>er</sup> 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](http://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 2m<sup>2</sup> 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 Exterior 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 Exterior 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<sup>er</sup> 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.