

ENQUÊTE PUBLIQUE

du lundi 3 avril au vendredi 5 mai 2017

ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL



Commission d'Enquête Publique :

Président **Gérard CHARLES**

Titulaires **Joseph PICO + Patrice ADER**

RAPPORT

Sommaire

- I – Cadre général et Réglementation	5
11) Objet de l'enquête	5
12) Présentation générale du projet	5
...121) Le projet	5
...122) Cadre juridique et réglementation applicable	14
... 123) Enjeux pour Bordeaux Métropole	17
- II - Organisation et déroulement de l'enquête :	18
21) Désignation des commissaires enquêteurs	18
22) Préparation de l'enquête	21
.... 221) Liste des questions posées suite à l'étude du dossier	21
.... 222) Compte rendu de la réunion Bordeaux Métropole	28
....223) Compte rendu de la réunion Aéroport et Chambre des Métiers	37
....224) Compte rendu de visite des lieux	43
... 225) Compte rendu de l'entretien avec Monsieur le Maire de Gradignan	49
23) Le dossier d'enquête	51
231) Composition du dossier	51
24) Déroulement de l'enquête	52
..... 241) Publicité et information du public	52
..... 242) Organisation et déroulement	64
..... 243) Permanences	71
.....244) Participation du public	73
..... 245) Le registre électronique	76
25) Difficultés rencontrées :	83
26) Clôture du dossier d'enquête	83

III –Avis des P.P.A	83
31) Communes destinataires du dossier	83
..... 311) Liste des 28 Communes	83
..... 312) Liste des communes associées	84
..... 313) Listes des services associés	84
..... 314) Liste des administration consultées	85
32) P.P.A. destinataires du dossier	85
..... 321) Avis des 28 communes de Bordeaux Métropole	85
..... 322) Avis des services de l'Etat	85
..... 323) Avis des service consultés sans réponse dans les délais impartis	87
..... 324) Personnalités consultéess nominativement	87
33) Conclusion des avis des PPA	87
IV - Analyse des observations	89
41) Procès verbal de remise des observations	88
42) Réponses de Bordeaux Métropole	103

Annexe 1 Publicité dans la presse locale

Annexe 2 Fichier Site Internet de Bordeaux Métropole

Annexe 3 Certificat d’affichage des Mairies et de BM

V) Conclusions

- I – Cadre général et Réglementation

11) Objet de l'enquête publique :

Elaboration du Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Bordeaux Métropole

Principales caractéristiques du projet de RLPi

Sur le territoire de Bordeaux Métropole, qui comporte 28 communes, on dénombre 22 règlements locaux de publicité (RLP) en vigueur. Ceux-ci permettent d'adopter ponctuellement des règles plus strictes que le règlement national de publicité (RNP) ou dans certains cas très limités d'y déroger.

Depuis la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE) du 10 juillet 2010, Bordeaux Métropole, compétente en matière de PLU, est également devenue compétente pour élaborer un règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

Pour prendre en compte les évolutions législatives et réglementaires en matière de publicité extérieure, l'élaboration d'un RLPi a été engagée par délibération du 22 mars 2013.

La commune de Martignas-sur-Jalle ayant intégré Bordeaux Métropole depuis le 1er juillet 2013, l'élaboration du RLPi porte également sur ce territoire.

12) Présentation générale du projet

121) Le projet

Les objectifs de l'élaboration du RLPi

Les objectifs poursuivis par cette procédure ont été définis en amont. Ils se déclinent de la manière suivante :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti, les entrées de ville
- Suivre autant que possible les réflexions engagées dans le cadre de la révision du PLU 3.1,

- Adopter des règles d'extinction nocturne des publicités, pré-enseignes et enseignes lumineuses,
- Harmoniser la réglementation locale sur le territoire tout en tenant compte des spécificités aux vues notamment des 22 RLP communaux existants,
- Adapter la réglementation nationale modifiée par le décret du 30 janvier 2012 aux caractéristiques du territoire et la renforcer,
- Associer les citoyens,
- Tenir compte des nouveaux procédés et nouvelles technologies en matière de publicité.

Les caractéristiques du projet de RLPi

La réalisation d'un diagnostic sur le territoire de la Métropole a été la première étape de la procédure d'élaboration du RLPi.

Ainsi,

- 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,- 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 8m2, un nombre important de panneaux de 2m2 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 permis de définir 12 orientations pour le RLPI

• **Pour la publicité**

- 1 - Interdire la publicité dans certains lieux
- 2 - Harmoniser les règles dans les lieux identifiés
- 3 - Adapter les formats des dispositifs aux lieux environnants
- 4 - Dé-densifier la publicité
- 5 - Veiller à la qualité et à l'esthétique des dispositifs
- 6 - Adopter une règle d'extinction nocturne
- 7 - Traiter le cas particulier de l'emprise de l'aéroport de Mérignac

• **Pour les enseignes**

- 1 - Adapter les enseignes à leur contexte
- 2 - Appliquer la réglementation nationale dans les zones commerciales
- 3 - Instituer des préconisations esthétiques
- 4 - Interdire les enseignes sur clôtures
- 5 - Réglementer les enseignes temporaires

L'élaboration du projet de RLPI de Bordeaux s'est également appuyée sur la concertation avec les habitants et la consultation des partenaires.

La concertation a fait ressortir les points suivants :

- l'interdiction de toute la publicité dans l'espace public
- l'interdiction de la publicité dans certains lieux ou sous des formes déterminées
- le maintien des activités économiques liées à la publicité extérieure
- la diminution de la densité de la publicité et la diminution du format publicitaire
- le contenu des messages publicitaires
- la typologie des lieux

□□ *Le bilan de la concertation apporte également des justifications sur la manière dont les remarques issues de la concertation citoyenne ont pu être prises en considération ou non dans le projet de RLPI.*

Dans le cadre des échanges avec les différents partenaires intéressés, les représentants des professionnels de l'affichage publicitaire et l'association Paysages de France (association agréée de protection de l'environnement) ont exprimé fortement leurs positions :

- Paysages de France pour un RLPI plus restrictif et une application stricte
- Les professionnels de l'affichage (UPE, SNPE) sollicitent plus de souplesse un RLPI trop restrictif menacerait la pérennité de leur activité.

Le RLPI a retenu les zones suivantes:

La zone 1 reprend les espaces de nature situés sur le territoire aggloméré de la métropole. Elle est constituée par les périmètres ou zones de préservation des espaces de nature, repérés au PLU3.1 arrêté le 10 juillet 2015, en raison de leur qualité paysagère et/ou naturelle.

Considérant les lieux visés, tous les dispositifs publicitaires y sont interdits et les enseignes doivent respecter des règles particulières d'implantation et de format.

Exemples:

Emblèmes du marais du Bec d'Ambès



Les **zones 2** représentent les secteurs d'intérêt patrimonial situés sur la métropole à savoir :

- en **zone 2a** : des secteurs d'intérêt patrimonial repérés au PLU3.1 arrêté le 10 juillet 2015, le périmètre du secteur sauvegardé de Bordeaux, l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) de Lormont, la zone de protection du patrimoine architectural urbain et paysager (ZPPAUP) de Pessac, les périmètres de 100m autour des monuments historiques.

Nous retrouvons notamment dans ces espaces :

- Les berges de Dordogne sur la commune d'Ambès et les berges de Garonne sur la commune de Saint-Louis-de-Montferrand, accrochées à leur centre-ville, nécessitent un classement en zone 2a du RLPi ; leur caractère naturel et les points de vues remarquables qu'elles offrent sur la Dordogne ou la Garonne imposent une protection particulière au titre de la publicité extérieure.



- en **zone 2b** : le secteur Unesco de Bordeaux situé rive gauche de la Garonne à l'exclusion du périmètre du secteur sauvegardé de Bordeaux. Nécessitant une protection importante, ces zones autorisent seulement la publicité sur mobilier urbain et les enseignes sont soumises à des règles spécifiques d'intégration au bâti.



La zone 3 est constituée par le tramway et ses abords ainsi que les tracés concernés par l'extension de la ligne C, de la Ligne D, et de la ligne B sur la commune de Pessac. Afin d'harmoniser le traitement de ces espaces sur le territoire métropolitain et de préserver les aménagements paysagers associés, le format maximum autorisé dans cette zone est de 2m² et une règle de densité s'y applique également.



Les zones 4 représentent les quartiers résidentiels de la métropole :

- La **zone 4a** concerne les petites communes périphériques.
- La **zone 4b** concerne les communes à dominante plus urbaine.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou directement posés sur le sol sont autorisés sous un format maximum de 2m². Les dispositifs muraux et le mobilier

urbain sont autorisés sous un format allant de 4m² à 8m² selon la zone. Une règle de densité spécifique s'applique à chacune de ces zones.



La zone 5 reprend les voies structurantes de Bordeaux Métropole



et **la zone 6** reprend les zones d'activités dont les zones commerciales en agglomération identifiées au PLU3.1 tel qu'arrêté le 10 juillet 2015.

Ces deux zones, disposant d'une règle de densité différente, autorisent des formats maximums de 8m² et de 6m² pour les dispositifs numériques (publicités et enseignes).



La zone 7, spécifique à l'emprise de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac, ne traite que de la publicité, les enseignes sont quant à elles soumises aux mêmes dispositions que celles implantées hors agglomération. Les dispositifs publicitaires ne sont autorisés qu'à l'intérieur de l'emprise sur les voies internes et les parkings afin de préserver les abords de l'aéroport.



Conclusions :

Pour l'ensemble des motifs exposés ci-avant, le projet de RLPi présenté dans le dossier d'enquête publique a été retenu car il propose des mesures favorables à la protection du cadre de vie et de l'environnement

122) Cadre juridique et réglementation applicable :

1.2.2.1) Cadre juridique général :

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite Loi ENE) a modifié le régime de la publicité extérieure. Cette modification a nécessité l'adoption de dispositions réglementaires définies dans le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, complété par les décrets n°2012-948 du 1^{er} août 2012 et n°2013-606 du 9 juillet 2013.

L'ensemble de ces dispositions constitue le règlement national de publicité (RNP) qui a profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes en vigueur, réglementation qui n'avait jusqu'alors pas évolué depuis plus de 35 ans (Loi du 29 décembre 1979).

La loi ENE a parallèlement opéré une nouvelle répartition des compétences en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) et d'exercice du pouvoir de police. Bordeaux Métropole, compétente en matière de PLU, est également devenue compétente pour élaborer un règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Bordeaux Métropole a décidé par délibération en date du 22 mars 2013, d'élaborer son règlement local de publicité intercommunal (RLPi), en collaboration avec les 28 communes membres.

Lorsqu'il existe un RLPi, la compétence en matière de police appartient au maire agissant au nom de la commune. Si le RLPi a institué des zones qui ne couvrent pas la totalité du territoire, le maire demeure l'autorité compétente en matière de police, que l'infraction soit constatée dans les zones instituées par le RLPi ou en dehors de celles-ci et où le RNP – qui vaut alors RLPi - continue de s'appliquer.

Ainsi que l'impose l'article L.581-14 du Code de l'environnement, dans les zones définies par ce RLPi, la réglementation est en principe plus restrictive que les prescriptions du règlement national de publicité, et adaptée aux caractéristiques du territoire qu'il couvre. Lorsque, sur certains aspects, le RLPi ne comporte pas de prescriptions particulières, alors ce sont les règles du règlement national de publicité (RNP) qui s'imposent.

1.2.2.2) Réglementation applicable à la création d'un RLPi

1.2.2.2.1) Procédure d'élaboration du RLPi

La procédure d'élaboration du RLPi est régie par les prescriptions législatives et réglementaires suivantes :

- Le Code de l'environnement et notamment les articles L581-14 à L581-14-3 et R581-72 à R581-80 concernant le règlement local de publicité,
- Le Code de l'urbanisme et notamment les articles L153-11 à L153-21 et R153-3 à 153-21,
- Le Code de l'environnement et notamment les articles L123-1 et suivants, et les articles R123-1 et suivants concernant la procédure d'enquête publique.

S'agissant du présent dossier, la procédure d'élaboration du RLPi se déroule selon les étapes suivantes :

- Prescription de la procédure d'élaboration par délibération du Conseil de Bordeaux Métropole en date du 22 mars 2013,
- La délibération a été notifiée au préfet, présidents du conseil régional, départemental, du Sysdau, de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- Une concertation a été organisée avec les habitants, les associations et les acteurs concernés, du 12 avril 2013 au 10 juin 2016,
- Ont été associés, les services de l'Etat, les associations locales d'utilisateurs agréées ainsi que les associations agréées pour la protection de l'environnement, toute personne ou tout organisme compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements,
- Le préfet a porté à connaissance de la métropole le cadre législatif et réglementaire à respecter, ainsi que les projets des collectivités et de l'Etat en cours d'élaboration ou existants,
- Un débat sur les orientations générales du projet de RLPi a eu lieu en Conseil de la Métropole et dans les conseils municipaux des communes membres,
- Le projet de RLPi a été arrêté par Bordeaux Métropole le 23 septembre 2016,
- Le projet a été soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites, aux communes membres,
- Une enquête publique est mise en œuvre par arrêté n° 2017-0347 pris par Bordeaux Métropole en date du 27 février 2017,
- En fin de procédure, le RLPi est approuvé par délibération du Conseil de la métropole. Le RLPi devient exécutoire dès lors qu'il a été publié et transmis à l'autorité administrative compétente. Le RLPi est annexé au PLU, il est tenu à la disposition du public,

- Les dispositifs de publicité et préenseignes existants avant la date d’approbation du RLPi auront 2 ans pour se mettre en conformité. Les enseignes implantées avant la date d’approbation du RLPi auront 6 ans pour se mettre en conformité.

1.2.2.2.2) **Réglementation applicable au RNP :**

Le champ d’application de la réglementation suppose d’identifier les dispositifs visés par la réglementation et les lieux où les règles du RNP s’appliquent.

- Les dispositifs sont les publicités, enseignes et préenseignes définis par l’article L.581-3 du code de l’environnement,
- Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent du nombre d’habitants de l’agglomération où elles sont installées et de leur lieu d’implantation. Il est nécessaire de faire la distinction entre l’unité urbaine de Bordeaux et Bordeaux Métropole, et de fixer les limites d’agglomération. Par ailleurs le RNP prévoit des dispositions particulières pour les lieux présentant certaines caractéristiques (secteur sauvegardé, sites inscrits, ZPPAUP,...), et le secteur particulier de l’aéroport de Mérignac.

La définition détaillée des éléments évoqués ci-avant fait partie du rapport de présentation du projet de RLPi.

Le RNP constitue un standard de référence à partir duquel est établi le RLPi. Le RNP est applicable aux publicités depuis le 13 juillet 2015 et aux enseignes qui, elles, ne devront s’y conformer qu’au 1^{er} juillet 2018. Ces règles sont inscrites dans le code de l’environnement.

Les principales règles fixées par le RNP concernant les publicités / pré-enseignes et enseignes sont les suivantes :

- Format et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires muraux,
- Format et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou directement posés au sol,
- Publicité numérique,
- Publicité sur le mobilier urbain,
- Règles applicables aux autres formes de publicité (bâches de chantier, micro-affichage, associations, véhicules terrestres)
- Règles de densité,
- Obligation d’extinction nocturne,
- Enseigne en toiture,

- Enseigne murale,
- Enseigne scellée au sol,
- Obligation d'extension nocturne
-

1.2.2.2.3) Règlement applicable au RLPi :

Afin de décliner la réglementation au présent projet de RLPi, sept types de zones en matière de publicité et six types de zones en matière d'enseigne ont été définies. Deux règlements écrits sont établis : un relatif aux publicités et préenseignes et un second relatif aux enseignes. Ces règlements reprennent les prescriptions réglementaires du RNP en définissant des prescriptions communes et des règles plus restrictives adaptées au contexte local.

Notamment, parmi les prescriptions communes, le RNP ne distingue pas le format utile de la publicité, c'est à dire la surface exclusivement dévolue à la publicité, du format hors tout, comprenant la structure de l'encadrement du panneau. Pour assurer une meilleure compréhension du RLPi et assurer le respect des règles de formats, les règlements pallient cette absence en instituant des formats maxima, tant utiles que hors tout, pour les dispositifs publicitaires

123) Enjeux pour Bordeaux Métropole :

Bordeaux Métropole a décidé, par délibération en date du 22 mars 2013, d'élaborer son règlement local de publicité intercommunal (RLPi), en étroite collaboration avec ses communes membres qui, pour la plupart, disposent d'un règlement communal (22 RLP communaux).

Seules les communes de Ambès, Bassens, Carbon Blanc, Martignas sur Jalle, Parempuyre et Saint Louis de Montferrand, ne possèdent pas de RLP.

L'enjeu est d'assurer un nécessaire équilibre entre le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées par le moyen de la publicité, d'enseignes et préenseignes, et la protection du cadre de vie et des paysages.

Pour répondre à cet enjeu, Bordeaux Métropole s'est fixé dans son projet de RLPi les objectifs suivants :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti :
 - périmètres protégés au titre du patrimoine tels que le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) de Bordeaux,
 - les Zones de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP) bientôt Aires de mise en Valeur de

- l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) de Lormont et de Pessac,
- les zones identifiées dans le PLU comme devant faire l'objet d'une protection du patrimoine bâti et paysager.

- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes,
- Suivre autant que possible les réflexions engagées dans le cadre de la révision du PLU 3.1,
- Adopter des règles d'extension nocturne des publicités, préenseignes et enseignes lumineuses,
- Harmoniser la réglementation locale sur le territoire tout en tenant compte des spécificités au vu notamment des 22 règlements locaux de publicité existants,
- Adapter la nouvelle réglementation nationale aux caractéristiques du territoire et la renforcer,
- Associer les citoyens,
- Tenir compte des nouveaux procédés et nouvelles technologies en matière de publicité.

- II - Organisation et déroulement de l'enquête :

21) Désignation des commissaires enquêteurs :

La commission d'enquête a été désignée le 19/12/2016 pour décision N° E16000222/33

REPUBLIQUE FRANCAISE

DECISION DU

TRIBUNAL ADMINISTRATIF DE BORDEAUX

19/12/2016

N° E16000222 /33

LE PRESIDENT DU TRIBUNAL ADMINISTRATIF

Décision désignation et provision

VU enregistrée le 13/12/16, la lettre par laquelle Monsieur le Président de BORDEAUX METROPOLE demande la désignation d'une commission d'enquête en vue de procéder à une enquête publique ayant pour objet : *élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal pour Bordeaux Métropole* ;

Vu le code de l'environnement, et notamment ses articles L. 123-1 et suivants et R.123-5 ;

Vu le code de l'urbanisme ;

Vu les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2016 ;

DECIDE

ARTICLE 1 : Il est constitué pour le projet susvisé une commission d'enquête composée ainsi qu'il suit :

Président :

Monsieur Gérard CHARLES, Officier général (2eme section), demeurant 140, allée des résiniers, SAINT JEAN D'ILLAC (33127)

Membres titulaires :

Monsieur Joseph PICO, officier de l'armée de terre à la retraite, demeurant La Roberie 479 chemin Eygadyus CAMES (33880)
Monsieur Patrice ADER, Ingénieur RTE retraité, demeurant 35 avenue Louis Barthou BORDEAUX (33200)

En cas d'empêchement de Monsieur Gérard CHARLES, la présidence de la commission sera assurée par Monsieur Joseph PICO, membre titulaire de la commission.

Membre(s) suppléant(s) :

Monsieur Christian MARCHAIS, cadre bancaire retraité, demeurant 46, avenue de Lestrille 33370 ARTIGUES-PRES-BORDEAUX

En cas d'empêchement de l'un des membres titulaires, celui-ci sera remplacé par le premier des membres suppléants.

ARTICLE 2 : BORDEAUX METROPOLE versera dans délai de 10 jours, à la Caisse des dépôts et consignations - Direction du bancaire réglementé, gestion du fonds d'indemnisation des commissaires enquêteurs, 15, quai Anatole France 75700 Paris 07 SP - compte n° 40031 00001 0000279168 T 64 une provision d'un montant de 3000 euros.

ARTICLE 3 : Pour les besoins de l'enquête publique, les membres de la commission d'enquête sont autorisés à utiliser leur véhicule, sous réserve de satisfaire aux conditions prévues en matière d'assurance, par la législation en vigueur.

ARTICLE 4 : La présente décision sera notifiée aux membres de la commission d'enquête, à Monsieur le Président de Bordeaux Métropole et à la Caisse des dépôts et consignations.

Fait à Bordeaux, le 19/12/2016

Le Président,

Jean-François DESRAMÉ

Conformément à l'article R. 123-25 du code de l'environnement, cette décision est exécutoire dès son prononcé, et peut être recouvrée contre les personnes privées ou publiques par les voies du droit commun.

Pour expédition conforme
Le Greffier,



22) Préparation de l'enquête

221) Liste des questions posées suite à l'étude du dossier

Remarques et questions après lecture du rapport
--

Préambule

Dans les dernières pages du document « Préambule », est annexée une délibération du 31 octobre 2014, décidant que la procédure d'élaboration du RPLi sera poursuivie selon les dispositions applicables antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ALUR.

Question : Quelles sont ces mesures ?

La loi ALUR a introduit dans la procédure d'élaboration du PLU, vers laquelle le code de l'environnement renvoie pour la procédure d'élaboration du RPLi, l'obligation de définir des modalités de « collaboration » avec les communes membres de l'EPCI, après la réunion, par le président de l'EPCI, d'une conférence intercommunale des maires. Ces modalités sont ensuite arrêtées par délibération de l'organe délibérant de la collectivité.

En application des mesures transitoires prévues par la loi ALUR, compte tenu que le projet d'élaboration du RPLi de Bordeaux Métropole était déjà engagé depuis juillet 2013, la collectivité a pu poursuivre la procédure selon les dispositions législatives antérieures, c'est-à-dire sans avoir à délibérer sur des modalités de collaboration avec les communes. Bien entendu, déjà avant la loi ALUR, Bordeaux Métropole avait convenu de co-construire le RPLi en étroite collaboration avec les 28 communes.

Rapport de Présentation :

Page 4

Il est dit que le marché local de la publicité est très dynamique alors que le tableau sur l'évolution des recettes publicitaires fait plutôt apparaître des baisses entre 2015 et 2014 !

Beaucoup de panneaux publicitaires (marché dynamique) n'entraînent pas de fait une augmentation de recettes. En effet plus il y a d'offres de panneaux pour les annonceurs moins le passage de l'annonce sera prohibitif. Ces chiffres ne sont pas incompatibles.

Question : pourquoi n'y a-t-il pas de paragraphe budget, finance ?

Le seul paragraphe page 4 est bien maigre.

Cela s'explique par l'indépendance des législations. Pour élaborer un RLPi nous devons suivre les orientations et dispositions précisées par le code de l'environnement et le code de l'urbanisme. Les recettes liées à la publicité (Taxe locale pour la publicité extérieure) sont régies par le code général des collectivités territoriales. Nous ne pouvons prendre pour appui ces dispositions pour élaborer un RLPi cela serait reproché à Bordeaux Métropole.

Question : combien rapporte la publicité ; % du budget des communs exemples Bordeaux

Même réponse que précédemment nous n'avons pas à faire ce lien dans le cadre du RLPi.

Page 11 GRADIGNAN a plus de 25 000 hab

Question : faut il faire un ajout pour l'indiquer ?

Dans le diagnostic du RLPi ce sont les recensements de 2013 qui ont été intégrés pour toutes les communes. De plus le dossier de RLPi a été arrêté au mois de septembre 2016, donc avant le 1^{er} janvier 2017.

La commune de Gradignan selon le recensement INSEE de 2013 dispose de 24 954 habitants et si vous vous rendez sur le site internet de la commune le chiffre de 25 359 habitants apparaît mais il est complété par des sources officielles auxquelles vous accédez en cliquant sur « accéder à l'ensemble des documents et données téléchargeables sur Gradignan issus du recensement de population » et alors vous retrouverez bien le chiffre officiel de 24 954 habitants.

Page 80 RP

Il est demandé de **fournir à la commission** :

- le compte rendu de la réunion entre l'**aéroport** et BM du 26/11/2014

Bien entendu nous le joignons à nos réponses

- le compte rendu réunion **entre CCI et CMA** élargie aux **associations de commerçants et d'artisans et aux managers commerce** du 25/09/2015

Nous vous joignons le compte-rendu de la réunion préparatoire avec la DDTM, la CCI e la CMA à ce propos, ainsi que la présentation réalisée le 25 septembre 2014 et la liste des personnes invitées. Aucun compte-rendu n'a été réalisé car il s'agissait seulement d'une réunion d'information.

Remarques :

1) Pour la **chambre des métiers et de l'artisanat** 3 préoccupations

importance de la micro signalisation pour les artisans.

importance des enseignes scellées ou posées au sol,

importance des mesures transitoires pour l'application du futur RPL

- 2) Remarque importante de l'UPE union de la publicité extérieure,
- 3) Le diagnostic effectué en juillet 2013 ne prend pas en compte l'applicabilité de certains RPL communaux en juillet 2015,
- 4) Demande de l'**association des paysages de France**, de grande sévérité à l'égard des enseignes numériques qu'elles estiment accidentogènes,

Bilan de la concertation

Page 6 :

Question : Est t il prévu de faire appel au **soutien audio** exemple France Bleue Gironde ?

Dans le cadre de l'enquête publique il n'est pas prévu d'annonce radio. Bordeaux Métropole a mis en œuvre les moyens de publicité suivants pour informer le public de cette enquête : affichage de l'arrêté d'enquête publique dans les 28 communes et à Bordeaux Métropole, affichage de l'avis d'enquête publique (affiche jaune) en plusieurs lieux des 28 communes (à la libre détermination de chaque commune à qui un lot d'affiches a été distribué) et à Bordeaux Métropole, publication d'annonces légales dans les journaux Echos Judiciaires et Sud-ouest les 17 mars et 7 avril 2017, article et mise à disposition de l'arrêté et de l'avis d'enquête publique sur le site www.bordeaux-metropole.fr et sur le site www.participation.bordeaux-metropole.fr, message sur twitter, article dans la newsletter de Bordeaux Métropole, campagne d'affichage aux arrêts de tramway du 19 avril au 5 mai 2017 (affiche de communication).

De plus il a été demandé aux 28 communes de relayer l'information par tous les moyens dont elles disposent (bulletins municipaux, panneaux numériques, site internet,...).

Page 12

Typologie des lieux 7 zones

Grandes thématiques 7

Question : peux t'on les reprendre et/ou les classer sur le site internet qui sera ouvert ? (Madame Lannes).

Les avis issus du site internet de la participation vous seront livrés sous format pdf. Nous pourrions également étudier la possibilité de les extraire sous format tableur excel ; ce sera une démarche « expérimentale » (non prévue par le site). Il conviendra de voir lors de la clôture ce qu'il est possible de faire, en fonction aussi du nombre d'avis réellement exprimés.

Dans tous les cas, l'analyse des avis et leur classement en thématique sera à faire « manuellement » : aucun outil informatique intelligent n'est disponible pour analyser le contenu-texte des avis, puis les scinder automatiquement en fonction des thématiques et des zones, pour enfin les classer automatiquement.

Page 18 il est noté : « des professionnels de la publicité ont réagi »

Question : a-t-on une idée du nombre et de leur importance (part de marché) ?

Il s'agissait de la société *exterior media* et la société *Decaux*.

Page 15

Bien que le dossier soit relativement clair dans ses présentations, pour un public qui ne s'est pas plongé dans une lecture attentive et détaillée, il est assez difficile d'avoir une vision globale des propositions et notamment les évolutions proposées entre le règlement national et le règlement local.

Pour cela, il est demandé à B M la réalisation d'un tableau synthétique et récapitulatif regroupant les mesures concernant les publicités, les pré-enseignes et les enseignes, en précisant en parallèle les mesures du règlement national, afin que les évolutions soient mieux appréciées.

Ce tableau pourrait avoir la forme de celui figurant dans le document « synthèse des observations et propositions formulées par le public dans la cadre de la concertation » p.15 du dossier « Bilan de la concertation » ?

Exemple fourni à valider et compléter fichier word

Un tableau de synthèse du règlement risque de donner une information incomplète aux citoyens (toutes les dispositions ne pourront apparaître dans le tableau) et sera donc erronée. Il en sera de même pour la comparaison avec le RNP d'autant que le RNP dispose d'un nombre bien plus important de mesures. Mais en poursuivant votre idée, nous pourrions par contre dans le dossier d'approbation y ajouter dans l'explication des choix du rapport de présentation un paragraphe précisant les éléments les plus marquants qui distinguent le RLPi du RNP si cela vous convient.

Remarques :

- Dans les résultats du questionnaire, un rappel du nombre de réponses pourrait y figurer ...

on ne peut pas changer le bilan !

- La partie échanges avec la salle est vierge

Recueil des avis :

Etat

Remarque :

- le RLPI s'appuie sur le PLU 3.1 non encore approuvé

oui il est bien prévu de mettre à jour les éléments ayant évolué entre le PLU arrêté et le PLU approuvé ce que nous ne pouvions pas faire avant puisque le PLU n'a été approuvé qu'en décembre 2016 et que le RLPi a été arrêté en septembre 2016.

- Suppression de la notion de surface utile

Nous joignons en pièce jointe une note explicative sur ce point réalisée par notre prestataire précisant l'intérêt de garder cette notion dans le RLPI.

Mais cette notion sera bien sûr supprimée lorsqu'elle est inutile ou qu'elle porte à confusion par exemple dans l'article P1 du règlement relatif à la publicité quand il est précisé « Lorsque la surface utile d'un dispositif publicitaire est limitée à 12m², sa surface hors tout ne peut excéder 15m² ».

En effet cette phrase sera supprimée car le RLPI impose un format maximum de 8m², il n'évoque jamais les 12m².

- Limite d'agglomération à actualiser exemple quartier Ginko

cela n'est pas de la compétence de Bordeaux Métropole en charge de l'élaboration du RLPI mais de chaque commune. Nous avons donc signalé cette remarque à la commune de Bordeaux qui doit examiner ce point.

Autorité environnementale

Confirmer que l'avis n'est pas nécessaire

Il est confirmé que cet avis n'est pas nécessaire. L'Etat qui est aussi l'autorité environnementale n'a pas relevé ce point dans son avis ce qui semble confirmer qu'une évaluation environnementale n'est pas requise.

Question : les espaces privés ou publics sont-ils soumis aux mêmes dispositions du RLP ou RPLi ? **Oui**

Question : l'affichage hors prescriptions, RLP ou RPLi, est-il pénalisé ?

Par qui et comment ?

Hors agglomération c'est le RNP qui s'impose pour les publicités et les pré-enseignes ; ce sont les communes qui sont compétentes et comme pour le reste du territoire elles sont responsables de l'application de ces dispositions.

Question : à quoi correspond la terminologie « Pré-enseignes dérogatoires »

Vous retrouverez des éléments d'explication Pg 41 et Pg 42 du rapport de présentation en voici un résumé :

Hors agglomération les publicités et donc les préenseignes sont interdites à l'exception de certaines préenseignes nommées "préenseignes dérogatoires".

- Avant le 13 juillet 2015 il s'agissait des préenseignes qui signalaient des activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement (stations service, hôtels, restaurants) ainsi que les activités de services publics ou d'urgence, ainsi que les activités s'exerçant en retrait de la voie publique.

- Depuis le 13 juillet 2015 peuvent continuer à se signaler au moyen de préenseignes dérogatoires, hors agglomération, les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par les entreprises locales, ainsi que les activités culturelles et les monuments historiques (classés ou inscrits) et ouverts à la visite.

Question : quelle est la différence entre :

« Dispositif publicitaire **scellé au sol ou installé directement sur le sol** ?
Document « Règlement écrit relatif aux publicités et Pré-enseignes » §3,2 page 13 lignes 8 et 9

Dans les unités foncières dont le linéaire de façade sur la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 40m et inférieur ou égal à 80m, ne peuvent être installés :

- Qu'**un seul** dispositif publicitaire mural dont voici une photo illustrative :



- Ou **deux** dispositifs scellés au sol ou installé directement sur le sol :

- Voici l'exemple d'un dispositif publicitaire scellé au sol qui est fixé/encre au sol :



- . Voici l'exemple d'un dispositif installé directement au sol qui n'est pas fixé au sol mais seulement posé sur le sol type chevalet :



**COMPTE RENDU REUNION
Bordeaux Métropole
et
Commission d'Enquête
07/02/2017**

Enquête publique :RLPi

Date : le mardi 07/02/2017

Localisation : Cité Municipale - 4 rue Claude Bonnier Bordeaux -

Participation : en pièce jointe

Après avoir souhaité la bienvenue aux participants à la réunion, Monsieur CHARLES, Président de la commission, a demandé à chacun de se présenter.

Puis il a rappelé l'ordre du jour :

- Présentation du projet de RLPi par le Chef de projet
- Présentation du site internet de la Participation de Bordeaux Métropole
- Questions diverses

Puis, il a donné les réponses aux questions posées au préalable ; à savoir :

Question 1 :

A-t-on connaissance d'une consultation similaire en France et /ou à l'étranger ?

Réponse : Nous savons que les métropoles de Lille, Toulouse et Strasbourg ont commencé une procédure d'élaboration d'un RLPi, mais celles-ci n'en sont qu'au début. Bordeaux Métropole est la première collectivité de cette taille à avoir arrêté un projet de Rlpi.

Nous n'avons pas connaissance de ce qui se fait à l'étranger en matière de publicité.

Question 2 : la liste des PPA à consulter

Réponse : Les personnes publiques associées (PPA) telles que désignées par le code de l'urbanisme sont : l'Etat, la Région, le Département, la Chambre des métiers et de l'artisanat, la Chambre du commerce et de l'industrie, la Chambre d'agriculture, le SYSDAU, les autorités organisatrices prévues à l'article L. 1231-1 du code des transports, les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de programme local de l'habitat ;

Suite à l'arrêt du projet de Rlpi, en application du code de l'urbanisme, ont également été consultés pour avis : les 28 communes membres de Bordeaux Métropole et les communes limitrophes qui en ont fait la demande.

En application du code de l'environnement la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites a également été consultée.

- I) Présentation du projet de RLPi par le Chef de projet :

Madame Maylis BEDORA, en charge du projet, a présenté ce dernier avec un support Powerpoint.

Un RLP fixe les règles applicables

- Rappel des règles fixées :

- **Une publicité** est destinée à donner une information au public ou à attirer son attention. Elle est installée dans un lieu différent de celui où s'exerce l'activité c'est ce qui permet de différencier les publicités des enseignes
- **Une enseigne** est une information relative à une activité et installée là où s'exerce l'activité
- **Une pré-enseigne** est une information signalant où se situe l'activité.

A noter que publicité et pré-enseignes ont la même réglementation.

- Les enjeux du RLPi

La loi ENE du 10 juillet 2010 indique que Bordeaux Métropole étant compétente en matière de PLU, elle est également compétente pour élaborer un RLPi

Actuellement 22 communes ont un RLP, il s'agit donc d'harmoniser les réglementations de les adapter à la nouvelle réglementation nationale (décret du 30/01/2012).

Le projet s'est construit en concertation avec les 28 communes, les PPA et les Associations, principalement "Paysage de France", ainsi qu'avec les représentants des professionnels notamment UPE et SNPE.

Madame BEDORA a rappelé les cinq objectifs :

- de concilier protection du cadre de vie et liberté d'expression
- de limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie
- d'être cohérent avec les protections édictées au PLU3.1
- d'harmoniser la réglementation locale sur le territoire en tenant compte des spécificités des 22 RLP communaux existants, dont la caducité est programmée
- d'adapter la nouvelle réglementation nationale (décret 30.01.12)

1. - Les partenaires :

Ils sont nombreux :

- Les PPA Etat, CCI, CMA, Chambre d'agriculture, Département, Région, Sysdau, l'AOT
- Les Organismes compétents en matière de paysage et d'urbanisme
- Les Associations locales d'usagers
- Les Associations agréées de protection de l'environnement
- Le Comité régional de l'habitat et de l'hébergement
- Le Comité départemental des habitations à loyers modérés
- La Commission départementale de la nature du paysage et des sites
- Les 28 communes de B M
- Les EPCI compétents et directement intéressés
- Les communes voisines
- Les communes limitrophes

2. - Les Avis

Les représentants des professionnels de l'affichage publicitaire et l'association "Paysages de France" (association agréée de protection de l'environnement) ont exprimé fortement leurs positions :

"Paysages de France" pour un RLPI plus restrictif et une application stricte

Les professionnels de l'affichage (UPE, SNPE) sollicitent plus de souplesse un RLPI trop restrictif menacerait la pérennité de leur activité

Question de Monsieur Pico comment les communes ont-elles été associées ?

Il nous a été présenté le calendrier des réunions et de la concertation qui s'est déroulée de 2013 à 2016.

- L'attente des communes est résumée :
- Préserver les acquis des RLP existants
- Prendre en compte l'utilité du mobilier urbain
- 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
- Maîtriser les enseignes temporaires.

La majorité des communes a souhaité un règlement très restrictif

3. La concertation des partenaires :

Elle a été très large avec tous les partenaires avec notamment :

L'Etat

- Partenaire indispensable de cette élaboration : subvention maximale attribuée 20 000€.
- Les services de la DDTM ont été conviés à chaque réunion collégiale avec les communes et aux réunions spécifiques avec la CCI et la CMA.
- **La CCI et la CMA** = 3 réunions spécifiques
- **L'aéroport** = 1 réunion spécifique

Les Mairies

- La concertation du grand public :
- La mise à disposition de documents et recueil des avis : Les dossiers de concertation et les registres mis à disposition dans les locaux de Bordeaux Métropole et des 28 mairies.
- - Le site internet de la participation de Bordeaux Métropole, www.participation.bordeaux-metropole.fr
- - La tenue de deux réunions publiques,
- - La mise en ligne d'un questionnaire sur le site internet de Bordeaux Métropole,
- et d'une manière globale, les différents dispositifs de concertation mis-en-place ont permis de recueillir 362 avis sur le projet de RLPi

Remarque de Monsieur Charles :

La participation aux 2 réunions publiques (15 et 20 personnes) a été extrêmement faible ; il note qu'avec aussi peu d'avis il est très hasardeux d'en tirer des conclusions.

La Métropole précise que c'est pour cela qu'un questionnaire a été établi et mis à disposition du public sur le site internet de la participation. Plus de 250 avis supplémentaires ont ainsi été recueillis.

Question de Monsieur Pico concernant :

L'entretien des enseignes, la confection des supports, la nature des matériaux et leur résistance aux intempéries.

Réponse : Cette préoccupation ne fait pas partie de l'enquête.

De manière générale le Code de l'environnement impose le bon entretien des dispositifs de publicité extérieure.

Question de Monsieur Charles ;

Quelle est la part financière de la publicité sur le budget d'une commune ?

Réponse de Monsieur Mauriet : les recettes issues de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) représentent 80 000 à 100 000 € sur un budget de 49 millions d'euros par exemple pour Saint Médard.

Le contenu du dossier

Nous est présenté le contenu du dossier comprenant :

Un rapport de présentation

Le contexte territorial et réglementaire

- *Entités paysagères, patrimoine naturel et patrimoine bâti*
- *RNP et limites RLP*

Le diagnostic et la gestion locale de la publicité extérieure

- *RLP en vigueur*
- *Entretiens avec les communes*
- *Echanges avec les partenaires*
- *Diagnostic terrain*

Les orientations et objectifs du RLPi :

7 pour la publicité et 5 pour les enseignes

L'explication des choix retenus :

Madame Bedora souligne que pour le respect des règles concernant la publicité et les pré-enseignes les conclusions semblent plutôt bonnes, par contre il y aurait davantage de différends pour les enseignes.

Un règlement

Il existe 2 règlements : publicités/pré-enseignes et enseignes.

7 catégories de zones identifiées ; l'aéroport constituant à lui seul la zone 7.

Question de Monsieur Ader :

Existe-t-il une progression dans le classement des zonages ?

Réponse : la progression va de la plus restrictive à la moins restrictive :

- La **zone 1** reprend **les espaces de nature** situés sur le territoire aggloméré de la métropole. = périmètres ou zones de préservation des espaces de nature, repérés au PLU3.1 arrêté le 10 juillet 2015, en raison de leur qualité paysagère et/ou naturelle.

- Les **zones 2** représentent les **secteurs d'intérêt patrimonial** situés sur la métropole à savoir :

- en zone 2a : des secteurs d'intérêt patrimonial repérés au PLU3.1 arrêté le 10.07.2015, PSMV, AVAP de Lormont, ZPPAUP de Pessac, les périmètres de 100m autour des monuments historiques.

- en zone 2b : le secteur Unesco de Bordeaux situé rive gauche de la Garonne à l'exclusion du périmètre du secteur sauvegardé de Bordeaux.

- La **zone 3** est constituée par le **tramway et ses abords** ainsi que les tracés concernés par le Tram Train, la Ligne D, l'extension de la ligne B sur la commune de Pessac.

- Les **zones 4** représentent les **quartiers résidentiels** de la métropole :

- La zone 4a concerne les petites communes périphériques.

- La zone 4b concerne les communes à dominante plus urbaine.

- La **zone 5** reprend les **voies structurantes** de Bordeaux Métropole

- Et la **zone 6** reprend les **zones d'activités** dont les zones commerciales en agglomération identifiées au PLU3.1 tel qu'arrêté le 10 juillet 2015.

- La **zone 7**, spécifique à l'**emprise de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac**, ne traite que de la publicité ; les enseignes sont quant à elles soumises aux mêmes dispositions que celles implantées hors agglomération.

Question de Monsieur Ader : dans le cas du Tram par exemple zone 3 qui traverse une zone 2 ?

Réponse : c'est toujours le plus restrictif qui s'impose sauf exceptions décrites dans le rapport de présentation

Question de Monsieur Charles :

Y a-t-il des modifications importantes par rapport à ce qui existe aujourd'hui et qui génèreraient une diminution de revenus pour les professionnels ?

Réponse de Monsieur Mauriet : ceci n'est pas chiffré

Question de monsieur Pico :

Qui contrôle le respect des règles d’affichage ?

Réponse de Madame BEDORA ; ce sont les communes et/ou le préfet.

Question de Monsieur Charles ;

Quelles sont les spécificités de Ambes et Saint Louis de Montferrant ?

Réponse de Madame Bedora : ces 2 communes appartiennent à la Métropole mais n’appartiennent pas à l’unité urbaine de Bordeaux.

Question de Monsieur Pico :

Existe-t-il une réglementation spécifique sur le Tram et les véhicules

Réponse : oui, mais hors champs de l’enquête,

Des annexes :

. Les documents graphiques font apparaître le zonage et les limites d'agglomération

Madame Fourteau indique que les documents graphiques du zonage ne font pas partie du dossier papier remis ce jour mais sont sur le DVD déjà transmis. Ils seront remis plus tard ; à l’occasion de la signature des dossiers.

A l’issue de son exposé, le Président remercie Madame Bedora de sa présentation, claire, précise et concise.

II) Présentation du site internet de la Participation de Bordeaux Métropole

Madame Virginie LANNES présente le site informatique qui sera utilisé pour l’enquête.

Elle précise que c'est la première fois qu’une enquête publique utilisera ce mode de recueil d’information du public.

Un site dédié sera ouvert du 3 avril au 5 mai.

A la question posée au Président sur la fin de consultation celui-ci répond : le 5 mai à 17 h ; heure de clôture des registres papiers .

Le site informatique existe depuis avril 2016.

Une démonstration du fonctionnement du site est effectuée.

Un compteur est présent dans le logiciel .

- Madame Lannes soumet l’idée de créer un groupe avec les commissaires enquêteurs afin qu’ils puissent consulter les avis ou créer leur propre compte .

- Monsieur Mauriet indique que les remarques informatiques doivent être traitées des mêmes manières que celles des registres.

- Monsieur Charles demande s’il est possible de créer des colonnes supplémentaires afin de faire des tris sur les réponses.

Réponse de Madame Lannes : cela va être étudié.

Il est convenu, après la présentation, de programmer une autre réunion avec Madame Lannes afin de définir précisément les informations qu'il est possible d'obtenir du logiciel et la façon de les traiter.

Monsieur Mauriet précise qu'il n'y a pas d'indemnisation des servitudes d'urbanisme

III) Questions diverses

Madame Fourteau indique que l'arrêté sera publié le 17 mars 2017.

Le président demande à B M :

- d'organiser en mars une visite des lieux en particulier les endroits les plus spécifiques.
- de fixer l'échéancier des opérations à réaliser afin de fixer les dates
- de communiquer les coordonnées du responsable de l'aéroport et de la chambre des métiers et de l'artisanat afin de programmer une réunion avec ces 2 acteurs importants.

En fin de réunion le Président remercie les participants.

Réunion Bordeaux Métropole 07/02/2017

Nom	Prénom	Fonction	TPH	Mail
CHARLES	Guérol	Président de la Communauté	06.15.74.30.20	gueroled@bordeaux216.com
Pico	Jorge	CE - T.T.Cair	06 98 22 61 63	jpico@bordeaux216.com
ADER	Patrice	CE - Tfu laite	06 82 82 06 10	patrice.ader@bordeaux216.com
Yvonne	LANNES	Maître de maison patrice / maître de maison	05 56 93 65 27	ylannes@bordeaux-metropole.fr
Regine	FOUETAS	Présidente RU SPD - Br Tétapla	05 33 89 55 72	regine.fouetas@bordeaux-metropole.fr
Christine	VOLPIHAC	resp. du service identification usines		volpilhac@bordeaux-metropole.fr
François	MAURAGET	DAS	05.56.93.68.44	mauraget@bordeaux-metropole.fr
Thaïs	BEDONA	SRU - Br Tétapla	05 33 89 55 82	bedona@bordeaux-metropole.fr

223) Compte rendu de la réunion Aéroport de Bordeaux et Chambre des Métiers et de l'Artisanat

La Présidente de la chambre des Métiers et de l'Artisanat, **Madame Nathalie Laporte**, contactée, n'a pas souhaité recevoir la commission d'enquête estimant par la voix de **Madame Evanguélia Montarnier** que le travail avait été déjà réalisé en coopération avec Bordeaux Métropole et qu'il n'y avait rien à ajouter.

Par contre le Directeur de l'aéroport, **Monsieur Pascal Personne**, a reçu la commission le 22 mars 2017.

**COMPTE RENDU REUNION
Aéroport de Bordeaux Mérignac
et
Commission d'Enquête
22/03/2017**

Enquête publique :RLPi

Date : le mercredi 22/03/2017

Localisation : Aéroport de Bordeaux Mérignac

Participation : en pièce jointe

Après avoir remercié le directeur de l'aéroport et ses collaborateurs de recevoir la commission, Monsieur Gérard CHARLES, Président de la commission, a présenté l'objet de la réunion et afin de connaître les responsabilités des participants, a demandé à chacun de se présenter.

Puis il a rappelé le but de la réunion à savoir, la commission d'enquête a jugé utile de rencontrer le directeur de l'aéroport et son équipe, afin :

- de mieux appréhender les spécificités de ce site et la place qui lui est réservée dans le RLPI,

- de connaître les suites données à la réunion Bordeaux Métropole et Aéroport du 26/11/2014

Tout d'abord, M Pascal Personne, directeur de l'aéroport, a remercié la commission de l'intérêt porté à l'Aéroport et a indiqué qu'il s'était entouré des personnes les plus compétentes dans les domaines abordés lors de cette réunion :

- Madame Christine Mota : responsable suivi immobilier et commerces,
- Monsieur Jean-Luc Poiroux : directeur du développement commercial de l'aéroport
- Monsieur Hervé Etchenique successeur de Madame Mota

Il a précisé que l'aéroport est une structure 100% public avec 60% de participation de l'Etat et 40 % de participation actionnariat CCI (25%), Bordeaux Métropole, Bordeaux, Mérignac, Gironde et Nouvelle-Aquitaine (15%)

Ceci est une notion particulièrement importante qui le différencie d'autres aéroports comme Toulouse par exemple. Enfin les actionnaires locaux ont manifesté leur volonté que l'aéroport reste majoritairement dans le domaine public. Ainsi l'équipe de direction a un mode de gestion privée alors que l'aéroport agit de manière très importante pour l'intérêt du territoire et qu'il en est fier.

Il est notamment parmi les meilleurs de la croissance française avec la création de nouveaux terminaux (Billi) et un réseau à plus de 100 dessertes directes nationales et internationales.

C'est une société aéroportuaire, non subventionnée, qui, si elle veut se développer, doit dégager du « Cash flow » pour investir en infrastructure et en développement de nouvelles lignes. La société a été créée avec 148 000 euros de fonds propres et les actionnaires ont apporté la concession pour un actif net valorisé à 1€, d'où le besoin de dégager des recettes et des résultats. Il existe par exemple en infrastructure un schéma directeur avec plan pluriannuel d'investissement de 3 millions d'€/an (en moyenne). Pour la piste 0523, le montant s'est élevé à 10 millions d'€. Le chiffre d'affaire s'élève à 70 millions d'€ pour 2016. Il existe une caisse, à 2 niveaux : une partie aéronautique qui perçoit les recettes et une partie extra aéronautique, et par régulation historique il est possible de passer d'une partie à l'autre (principe de la « caisse unique »).

En effet, afin de pratiquer des prix acceptables pour les compagnies aériennes, la caisse aéronautique est déficitaire et doit être compensée par des recettes non aéronautiques comme les parkings et les commerces. Le directeur regrette que cette notion ne soit pas toujours bien comprise par la Métropole.

Il est évoqué également la différence d'approche sur l'évolution de l'Urbanisme avec Bordeaux Métropole. Une demande faite à l'occasion de la modification du PLU pour la zone Sud n'a pas reçu un accueil favorable et le zonage retenu ne permet pas de faire d'implantation économique autre que du secteur ASD.

Madame Mota précise qu'il était demandé que la parcelle entre la RD 106 et la parking P4 (20 ha) soit classée en Us3 et cette dernière a été classée en Us9.

M Poiroux ajoute que l'aéroport fait beaucoup pour la région et qu'il n'est pas en concurrence avec Toulouse par exemple. La concurrence se joue au niveau international avec des compagnies étrangères qui ont le choix de se poser dans des pays avec des coûts plus attractifs. En France les coûts sont supérieurs à ceux des autres pays européens et des pays de l'Est, ce qui nécessite des baisses de coûts aéronautiques, ce qui crée une nécessité de recettes extra aéronautiques plus importantes, d'où l'importance de la publicité.

Question : Au cours la réunion du 26 novembre 2014, Madame Mota avait évoqué que « les recettes liées à la publicité sont un élément majeur pour l'aéroport », quelle est la part des recettes liée à la publicité ?

Réponse de Madame Mota : 10% du chiffre d'affaires ; M Poiroux ajoute que la valeur financière est une chose mais qu'il existe aussi la partie promotionnelle avec les partenaires propres à l'aéroport et qui n'est pas, elle, rémunérée. Le partenariat ne rapporte pas mais s'attache à l'événementiel pour faire connaître le produit, comme par exemple l'ouverture d'une liaison avec Bucarest.



Question : A-t-on une idée de l'impact d'une campagne publicitaire sur l'augmentation du nombre de voyageurs ?

Réponse de M Poiroux : il est très difficile de pouvoir dégager des chiffres, en revanche il existe des sondages. Cependant il est noté que la bâche située à l'entrée de l'aéroport semble bien remplir sa mission. En effet la rocade étant souvent saturée, il y a report du flux de voiture sens Nord Sud. Ainsi plus le support est grand et plus il est vu par un nombre plus élevé de clients potentiels.

Question : Au cours de la même réunion avec Bordeaux Métropole il était fait état d'un zonage cadastral sur les documents de Bordeaux Métropole qui ne correspondait pas à l'emprise réelle de l'aéroport. L'aéroport devait fournir un plan au format DWG .La rectification a-t-elle été faite ?

La commission présente les plans fournis par Bordeaux Métropole pour l'enquête qui délimite l'emprise de l'aéroport. Après examen, il apparaît clairement que les modifications demandées suite à la fourniture du plan par l'aéroport n'ont pas été prises en compte, notamment la partie qui s'étend jusqu'à la concession Audi et la zone partie BA 106.

Le président de la commission demande à Madame Mota de lui faire parvenir le document fourni à Bordeaux Métropole afin de vérifier le point article P 7.1.1 délimitation de la zone 7 , emprise de l'aéroport, du RLPi .

Question : Au cours de cette réunion, Madame Mota estimait que l'accès à l'aéroport n'était pas suffisamment valorisé et que des mesures étaient envisagées ? Quelles sont ces mesures ?

M Poiroux indique que le programme immobilier 45eme parallèle (construction d'un hôtel haut de gamme et d'une salle de réunion de 1000 participants et d'immeubles de bureaux) va répondre à cette volonté de valoriser l'entrée de la Zone aéroportuaire.

Il insiste sur le fait qu'il est important pour l'Aéroport d'avoir le moins de contrainte possible concernant la publicité .En effet il fait remarquer que des publicités de taille réduite dans un environnement composé de bâtiments de hauteurs élevée ne se voient pas.. Il serait particulièrement pénalisant d'avoir un RLPi trop restrictif, notamment sur la boucle.

Il cite à ce sujet le cas de l'aéroport de Toulouse qui a eu l'autorisation, lui ; de mettre une bâche de 1000m²

Question : les mesures proposées par Bordeaux Métropole dans le cadre du RLPi répondent-elles aux aspirations de l'aéroport ?

Réponse de Madame Mota : pour l'implantation des dispositifs publicitaires, elle encore sous l'ancien régime des 100 m alors que le RLPi prévoit 60 m. Elle précise que l'aéroport est raisonnable et qu'il y a mise en concurrence sur la qualité du support et que l'aéroport n'a pas vocation à multiplier la publicité. De plus, il existe un contrôle du contenu publicitaire.

Il est procédé ; alors, à la lecture du règlement proposé dans le cadre du RLPi. Dans l'ensemble, les mesures proposées correspondent déjà à l'existant. Il est remis en séance une copie des mesures proposées et il est convenu avec la commission que la Direction de l'aéroport fera une réponse écrite à ces propositions dans un document adressé au Président de la Commission.

Question : Où en est la réflexion sur le réaménagement esthétique de la boucle avec notamment l'arrivée du Tram ?

Le directeur répond qu'il n'a pas d'élément précis à ce jour sur l'arrivée du Tram. Il précise que Bordeaux Métropole a décidé de sa propre maîtrise d'œuvre en décembre 2016 et qu'elle a 6mois pour réaliser un premier document avec une proposition de tracé .Cette maîtrise d'œuvre va travailler avec la maitrises d'œuvre de l'aéroport car le terminal se trouve dans la zone de l'aéroport. De plus, il ya une volonté de rationaliser la circulation dans la zone aéroport avec notamment un projet de rénovation du parc auto déjà commencé au niveau du parking P 1. La tranche P2 est prévue de juillet 2017 à février mars 2018.

Les 2 maîtrises d'œuvre se sont rencontrées début 2017, mais il n'existe pas encore d'éléments sur le positionnement précis de l'arrivée par l'avenue Kennedy. Le terminal devrait se positionner devant le hall B avec un emplacement permettant de faire demi tour.

Par ailleurs, alors que l'aéroport avait demandé un lien entre le réseau ferroviaire et l'aéroport en privilégiant l'option d'un trajet rapide en utilisant la gare de Pessac Alouette qui met la gare Saint Jean à 7 mn et Arcachon à 25 mn, il y aurait des discussions en cours pour un projet de bus à haute performance, reliant Gradignan au Haillan en 2018.

Le Directeur insiste sur le fait que ce nouveau schéma ne correspond pas au projet initial et que ce futur BHP ne devrait pas perturber la circulation routière.

Le schéma actuel de mobilité de l'OIM, selon Pascal PERSONNE, ne permet pas de garantir une fluidité de circulation autour de l'aéroport. Le constat est que le rond point Cassin est souvent saturé et que le projet de construction d'un ouvrage d'art Est Ouest proposé n'a pas été retenu alors qu'il serait prévu 36 millions d'€ pour améliorer la circulation sur l'OIM. Il apparaît que l'idée de Bordeaux Métropole soit de détourner le trafic Nord Sud dans la boucle de l'aéroport. ADBM y est profondément opposé.

Ce dernier fourni à la commission un plan schéma directeur mobilité 1 ère phase de l'OIM Bordeaux Aéroport.

Madame Mota fait remarquer que l'arrivée du Tram va bousculer les implantations de la publicité actuelle.

Mr Personne ajoute que le flux de véhicule ne passera plus devant les halls A et B.

M Poiroux précise alors : d'où le besoin de pouvoir faire de l'événementiel dans la zone aéroport.

Il est fait remarque que les limites de la zone 7 s'appuient sur des axes de circulation ; d'où imprécision sur les possibilités de publicité sur l'axe lui même.

La commission prend en compte cet élément pour y apporter des réponses.

Question : existe-t-il une problématique pour l'aéroport en ce qui concerne la définition des surfaces utiles et hors tout pour les panneaux publicitaires telle que définie par Bordeaux Métropole ?

Il est remis en séance le document définissant la position de Bordeaux Métropole, et il est convenu que la Direction de l'aéroport apportera une réponse écrite adressée au Président de la Commission.

Les questions étant épuisées, il est fait un tour de table pour les questions diverses.

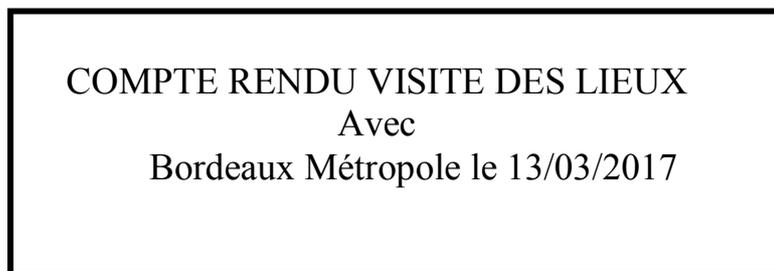
Il est évoqué par la direction de l'aéroport, l'existence de publicité autre que panneau et/ou bâche mais par exemple des bouteilles géantes et la demande par

son directeur de laisser liberté d'action, en matière de publicité, sur la boucle de voirie et les voies de desserte interne.

Le Président de la commission répond qu'en ce qui concerne la publicité autre que bache et panneau, la réponse sera fournie et que pour le dernier point l'objet même de l'enquête est d'apporter une réglementation intercommunale qui respecte à la fois, la réglementation au niveau national et le souci de limiter les nuisances visuelles, tout en prenant en compte les spécificités de certaines zones comme cela est réalisé par la création d'une zone particulière propre à l'aéroport.

En fin de réunion le Président remercie le directeur de d'aéroport et son équipe pour son accueil et la richesse des échanges

224) Compte rendu de visite des lieux



Participants : les 3 commissaires enquêteurs de la Commission
Madame Maylis BEDORA chef de projet
Madame Régine FOURTEAU référente PLU SPU à B M

La visite s'est déroulée le mardi 13/03/2017 de 14 h à 16 h 30 selon le circuit joint. Il avait été demandé par la commission de visiter les lieux remarquables qui illustrent les différents types de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes .

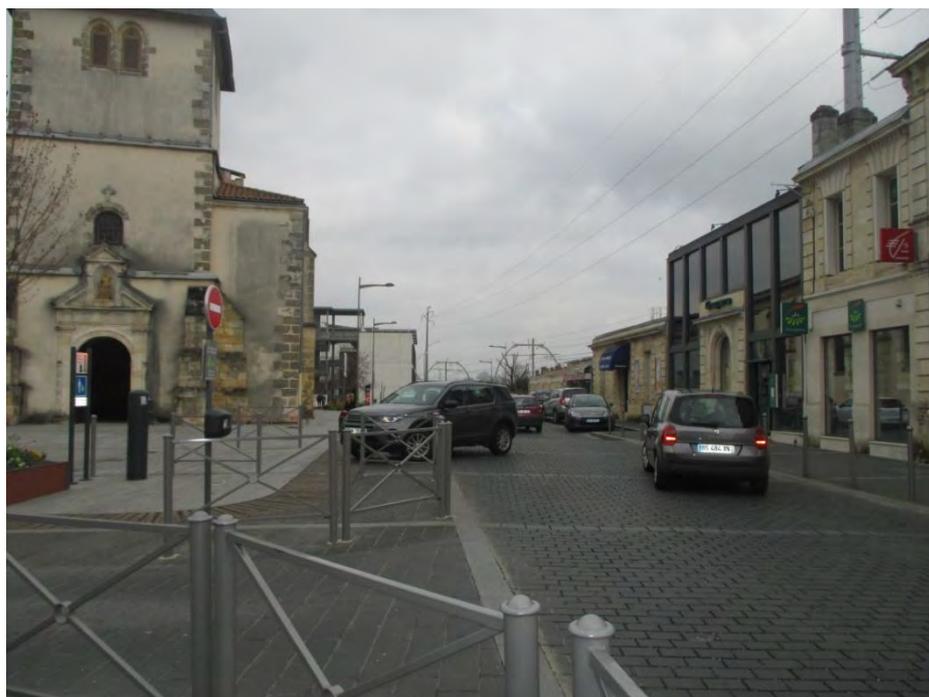
Le circuit a débuté par le centre ville de Bordeaux en zone 2 B protégée par le secteur UNESCO en direction du centre ville de Pessac.

Après avoir traversé un espace viticole en zone 1 totalement protégé en matière de publicité ainsi que des zones résidentielles classées en zone 4 B et parfois en zone 2a pour leur intérêt patrimonial avec notamment la présence de villas type arcachonnaise, et à ce titre très protégées,



Nous nous sommes rendus au centre ville de Pessac. Ce dernier s'enrichit de la présence d'une église classée aux monuments historiques, de ce fait classé en zone 2a qui réglemente très fortement les publicités et enseignes dans un rayon de 100m autour de l'église.

A noter pour mémoire que l'avis de l'ABF sera sollicité pour l'implantation de dispositifs dans le périmètre des 500m autour de l'église.



A noter que la commune a fait un réel effort dans son centre ville pour intégrer les publicités et enseignes dans un cadre harmonieux.



Cet effort s'est poursuivi de l'autre côté de la route principale avec les restaurants, où l'on peut noter la discrétion des enseignes



Une exception est attribuée au cinéma qui n'obéit pas aux mêmes règles car assimilé à un établissement culturel.



Puis nous nous sommes rendus au point Numéro 2 en traversant une autre zone 2A avec des villas arcachonnaises et une zone 4 B résidentielle.

Le second arrêt avait pour but de nous faire découvrir la cité Le Corbusier, classée au patrimoine mondial de l'Unesco et comportant des constructions d'un intérêt historique. Cette dernière construite entre 1924 et 1926, fut une véritable révolution pour l'époque. Fruit de la rencontre de deux personnalités, celle de l'industriel bordelais Henry FRUGES et d'un architecte urbaniste audacieux, Charles Edouard JEANNERET-GRIS dit LE CORBUSIER, ce lotissement fait l'objet d'une protection particulière dans le RLPi en zone 2a.





Enfin nous nous sommes rendus au point N°3 la zone commerciale Bersol, après avoir longé le Tram qui bénéficie d'une réglementation particulière sur les 20 mètres de part et d'autre de son emprise.

La zone Bersol se caractérise par un urbanisme vieillissant, cette zone commerciale est recensée au SCOT comme Zacom (zone d'aménagement commercial) qui détermine des orientations pour y maintenir le grand commerce et repris par le PLU3.1, le RLPi, lui, l'inscrivant en zone d'activité zone 6 avec notamment des enseignes sur toiture autorisées en lettre découpées.



Ici on peut noter que la multiplication des publicités et enseignes crée un paysage illisible et ainsi il est obtenu l'effet inverse de l'effet recherché.

Le classement en zone 6 devrait permettre de limiter le nombre de ces panneaux tout en préservant le droit pour ces entreprises de se signaler et de se rendre attractives.



De même, il peut être constaté ici que la réglementation n'est pas respectée. Pour terminer, nous nous sommes dirigés vers le Bois d'Anduche et la vallée de l'eau Bourde (point N° 4), site inscrit. Cet espace est totalement protégé, zone 1, afin de préserver l'intérêt paysagé et la présence du ruisseau et de ses moulins



Au retour il a pu être constaté que les enseignes de Leroy Merlin et de Métro se voient depuis la rocade, ce qui n'est pas autorisé.

225) Compte rendu de l'entretien avec Monsieur le Maire de GRADIGNAN

Compte rendu de réunion
avec
Monsieur le Maire de Gradignan

Date : le vendredi 07/04/2017

Lieu : Mairie de Gradignan

Participants : Monsieur LABARDIN maire de Gradignan

Monsieur LABOURSE responsable de l'urbanisme

Monsieur CHARLES Président de la commission d'enquête publique

Après s'être présenté, et rappelé l'objet de sa visite, Monsieur Charles, président de la commission, indique que des contacts ont été pris avec les services de l'urbanisme en la personne de Monsieur Labourse et Madame Anfreville afin de préciser les modalités de fonctionnement pour l'enquête et qu'il avait notamment été demandé que lui soit transmis le plan d'affichage et des photos des affiches

Monsieur Labourse répond que le travail est en cours

Monsieur le maire souhaite la bienvenue au commissaire enquêteur. Il indique que la commune possédait depuis longtemps un RLP et qu'un gros travail avait déjà été réalisé, afin de pouvoir enlever les enseignes non réglementaires, mais que la mairie avait été mise en échec par deux fois par les publicitaires. Il souligne l'importance du travail réalisé avec Bordeaux Métropole et trouve que le projet de RLPi, objet de l'enquête publique, est un bon outil, mais regrette cependant que les délais de mise en œuvre (2 à 3 ans) soient aussi longs.

Question : quels sont les changements apportés par le RLPi par rapport au RLP existant ?

Monsieur le maire indique que le RLPi est plus contraignant que le RLP existant et que le zonage adopté par rapport au PLU donne encore plus de cohérence au projet. Il ajoute adhérer totalement au projet.

Le commissaire enquêteur note à ce sujet que des zones particulières ont été identifiées dans le rapport de présentation de l'enquête publique , notamment page 162 , un classement en zone 2a pour protéger la continuité écologique reliant le parc Tauzia au bois de Léognan et au chemin de l'œil du Caillou.

De même page 173 ; la RD1010 est identifiée par l'Etat comme « route classée à grande circulation et traverse le centre ville de Gradignan ». A cet endroit précis la RD1010 réduit son emprise et, le tissu urbain devient plus dense, plus resserré, implanté à l'alignement. Le RLPi a pris en compte ce changement en intégrant cette partie de la voie, dans le zonage applicable en centre ville, le zonage 4 b.

Monsieur Charles précise que pour cette enquête et conformément à la réglementation, est mis en place un registre électronique, à la disposition du public sur internet et qu'il avait été installé une tablette à Bordeaux Métropole afin de recueillir, par ce moyen, les avis et réaction du public.

Monsieur Labourse indique, qu'à ce jour, il n'y avait aucune remarque sur le registre et aucun courrier.

Question : existe-t-il des oppositions au projet ?

Monsieur le Maire indique qu'il existe un collectif à Gradignan assez actif.

Monsieur Labourse précise que pour une précédente enquête sur l'étude d'impact de la ZAC , la Métropole avait été submergée par les courriers électroniques qui étaient pratiquement devenus un blog .

Monsieur le Maire ajoute qu'il est personnellement partisan d'une politique encore plus sévère pour la publicité et qu'actuellement un chantier est en cours pour lutter contre les prés signalisations sauvages qui créent une véritable pollution visuelle. Il cite les débordements dans certains quartiers avec des chevalets qui envahissent les trottoirs et les pollutions visuelles et agressives des enseignes lumineuses notamment des pharmacies.

Au sujet des oppositions, il cite une personne, qui se révèle être un grand procédurier et qui aurait tendance à s'opposer à tout ce qui est nouveau .Il note aussi la présence d'un collectif qui a fait notamment un recours au sujet de

l'aménagement de la Zac au motif de préserver la qualité de vie .De plus les afficheurs pourraient être tenter par un recours possible , car RLPi est, pour eux , un manque à gagner .

Monsieur le Maire affirme que le RLPi est une bonne réalisation qui permettra d'améliorer le cadre de vie et qu'il est très attaché à la réduction du contenu de l'affichage, sans pour autant nuire à la dynamique commerciale .Gradignan est une ville très agréable avec 20 parcs ,de grandes propriétés privées et qu'il veut tout mettre en œuvre pour conserver cette qualité de vie .

En fin de réunion, Monsieur Charles remercie Monsieur le maire pour cette entrevue et indique qu'il sera de nouveau présent en mairie à l'occasion de sa prochaine permanence le mercredi 12 avril 2017, il précise que la commune étant passé au delà des 25 000 habitants, il y aura, non pas une, mais deux permanences assurées, afin de rester cohérent avec la règle établie pour l'enquête publique.

23) Le dossier d'enquête

231) Composition du dossier

Le dossier d'enquête soumis à enquête publique et mis à la disposition du public comprend:

- Arrêté d'enquête publique

- Préambule avec :

 - Notice de présentation générale

 - Textes régissant la procédure et place de l'enquête publique

 - Délibérations

 - Notice monuments historiques

- Dossier de RPLi arrêté

 - Rapport de présentation

 - Règlements

 - Règlement publicité

 - Règlement enseignes

 - Annexes

 - Documents graphiques (48 pages)

 - Limites agglomérations

- Bilan de concertation

Synthèse des observations et propositions du public

Recueil des avis

Communes

Etat

Personnes publiques Associées

CDNPS

24) Déroulement de l'enquête

241) Publicité et information du public

2.4.1.1) Préambule

La publicité et l'information du public a été assurée conformément aux dispositions réglementaires pendant la phase d'enquête publique, et également en amont, lors de l'élaboration du dossier de RLPi, pendant la phase de concertation.

2.4.1.2) Concertation

La phase de concertation a débuté le 22 mars 2013 date de la délibération de lancement de l'élaboration du RLPi, jusqu'au 10 juin 2016.

Plusieurs outils ont été mis en œuvre permettant l'information et l'expression du public :

- Moyens d'information et d'expression
 - Des informations concernant la tenue de réunions publiques sont parues dans le journal Sud-Ouest. Des annonces légales dans le journal Sud-Ouest et le journal Courrier Français ont permis d'informer le public de la mise en œuvre d'une large concertation,
 - Des informations ont été données sur une radio locale (France Bleue Gironde) pour annoncer la tenue de la première réunion publique,
 - Le public a pu être informé de la tenue des réunions publiques par le biais d'affichages présents au sein des 28 mairies et dans différents lieux publics,
 - Les différents documents présentés lors des réunions publiques ont été rassemblés dans un dossier joint au registre de la concertation présent dans les 28 communes et à Bordeaux Métropole,
 - Un site internet a été mis en place par Bordeaux Métropole mettant à disposition du public l'ensemble des informations et documents produits, et permettant de poster des avis, de prendre connaissance

des avis déjà déposés et de pouvoir réagir à l'ensemble des avis concernant le projet.

The screenshot shows the Bordeaux Métropole website interface. At the top left, there is a purple banner with the word 'PARTICIPATION' in white. To its right is the Bordeaux Métropole logo, which consists of a colorful starburst graphic and the text 'BORDEAUX MÉTROPOLE'. On the far right, there is a search bar with the text 'Rechercher' and a magnifying glass icon, with a link to 'Recherche avancée' below it. Below the header, there is a navigation menu with links for 'PARTICIPATIONS PAR THÉMATIQUES', 'CARTE DES PARTICIPATIONS', 'AGENDA', 'COMMUNAUTÉ', 'AIDE', and 'CONTACT'. The main content area has a breadcrumb trail: 'Vous êtes ici : Accueil > Participations par thématiques > Urbanisme > Encadrer la publicité par un règlement intercommunal (RLPI)'. The title of the page is 'ENCADRER LA PUBLICITÉ PAR UN RÈGLEMENT INTERCOMMUNAL (RLPI)'. Below the title, there are two buttons: 'PARTAGER' and 'SUIVRE CETTE PARTICIPATION'. The text below the title reads: 'Cette participation s'inscrit dans le cadre du projet : Élaborer un Règlement local de publicité (RLPI) pour les 28 communes de Bordeaux Métropole'. Below this, there is a section titled 'PARTICIPATION ARCHIVÉE' with a date 'Publiée le 06 / 04 / 2016' and 'Modifiée le 17 / 10 / 2016'. The main text of the page describes the purpose of the RLPI: 'Un règlement local de publicité encadre l'implantation des publicités et des enseignes sur l'espace public. Son objectif est de protéger notre cadre de vie, tout en respectant le droit à la diffusion d'informations.' It then states: 'Bordeaux Métropole, en collaboration avec les 28 communes, élabore un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) qui harmonisera les règles sur le territoire (22 règlements communaux existent aujourd'hui). D'avril 2013 à juin 2016, une concertation a permis aux citoyens d'exprimer leurs attentes et besoins, sur la base d'un diagnostic et de premiers principes réglementaires en cours d'écriture. En septembre 2016, le Conseil de Bordeaux Métropole a tiré le bilan de cette concertation, puis, sur cette base, arrêté un projet de règlement. Ce projet doit maintenant être discuté avec diverses institutions, puis soumis à enquête publique ouverte à tout citoyen intéressé. Alors seulement, le RLPI sera définitivement adopté et entrera en vigueur.' To the right of this text is a graphic with the text 'RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL RLPI BORDEAUX MÉTROPOLE' in a stylized, orange and white font.

page d'accueil du site internet de la concertation de Bordeaux-Métropole

- Un questionnaire a été mis en ligne sur le site internet de la participation proposant par types de lieux (espaces nature, zones d'activités et lignes de tramway) des prescriptions (interdire, autoriser, réduire le format, durée d'affichage,...) aussi bien pour la publicité que pour les enseignes,
- Deux réunions publiques se sont tenues le 24 novembre 2014 à l'hôtel de la Communauté Urbaine de Bordeaux, et le 10 décembre 2016 à l'hôtel de Bordeaux Métropole,
- Un registre de concertation et son dossier ont été ouverts dans les 28 communes depuis l'ouverture de la concertation le lundi 3 avril 2013, et jusqu'à sa clôture le vendredi 5 juin 2016.

A l'issue de cette phase de concertation, Bordeaux Métropole a pris connaissance de l'ensemble des observations recueillies au fil de l'élaboration

du RLPi permettant ainsi d'alimenter son projet.

Le résultat de cette concertation est développé dans le document « Bilan de la concertation » faisant partie du présent dossier mis à l'enquête publique.

2.4.1.3) Information du public dans le cadre de l'enquête publique :

Publication de l'arrêté d'enquête publique :

Conformément à la réglementation, l'arrêté de mise à l'enquête publique a été publié dans un délai de 15 jours avant le début de l'enquête, dans le journal Sud-Ouest en date du 17 mars 2017, et dans le journal « Les Echos Judiciaires » en date du 17 mars 2017 .

Dans la semaine après le début de l'enquête publique, une seconde publication a été faite dans le journal Sud Ouest le 7 avril 2017, et dans le journal « Les Echos Judiciaires » le 7 avril 2017.

Les copies des annonces font partie de l'annexe 1 du présent rapport.

Affichage de l'ouverture d'enquête publique en mairie

La politique d'affichage a suivi les recommandations de Bordeaux Métropole transmises par lettre du 12/01/2017,

Publicité de l'enquête publique

L'annonce de cette enquête publique doit faire l'objet d'un dispositif encadré par le code de l'environnement. Ainsi, outre les avis publiés dans les journaux, un avis d'enquête publique sous forme d'affiches de couleur jaune format A2 doit être placardé en mairie et en divers lieux de la commune. Il vous est demandé de répartir les affiches, qui vous seront fournies par Bordeaux Métropole, en différents lieux de la commune de manière à ce que toute la population puisse être informée (cibler tous les quartiers, les établissements publics fréquentés, etc...). Cet affichage doit être maintenu jusqu'à la fin de l'enquête publique, il sera donc nécessaire que vos services s'assurent régulièrement de sa bonne mise en place.

Il est impératif de pouvoir justifier, pièces à l'appui, d'une preuve de l'affichage des avis d'enquête publique. Classiquement, il vous sera demandé d'établir un certificat d'affichage une fois la formalité accomplie. En complément, la constatation de ces affichages peut être effectuée par des photographies que je vous engage à bien vouloir réaliser et à transmettre au service planification.

Cette enquête publique sera annoncée sur le site internet de Bordeaux Métropole. Une information annonçant cette procédure sur le site internet de votre ville pourrait compléter ce dispositif. Elle pourrait proposer un lien vers le site www.bordeaux-metropole qui contiendra toutes les informations utiles au public dans la rubrique consacrée au RLPi. Vous pourriez également relayer ces éléments par tout autre moyen dont vous disposez tels que le bulletin municipal ou encore les panneaux digitaux.

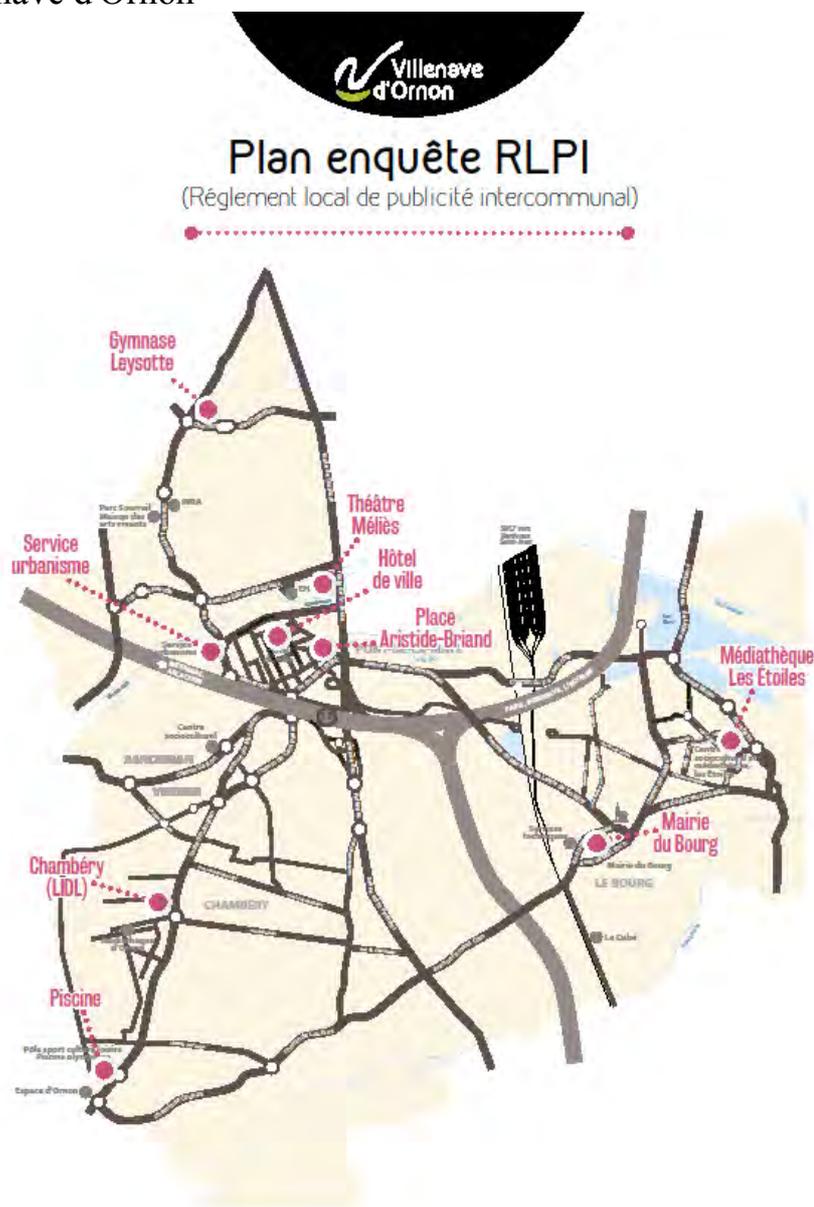
Le dossier d'enquête publique sera accessible au public sur le site www.participation.bordeaux-metropole.fr dès le début de l'enquête publique. Le public, s'il le souhaite, pourra faire part de ses observations directement sur ce site.

Enfin le public aura un accès au dossier d'enquête publique sur un poste informatique mis à sa disposition à Bordeaux Métropole (disposition issue de l'ordonnance du 3 août 2016 relative à la participation)

L'ensemble des 28 communes a procédé à la mise en place des affiches d'avis d'ouverture d'enquête publique à l'entrée des mairies. Une majorité d'entre elles a également procédé à un complément d'affichage dans différents lieux (services publics, panneaux d'affichages des événements communaux, lieux publics et culturels,...).

En outre, plusieurs communes ont transmis un plan d'affichage détaillant les lieux d'implantation de cette information.

Exemple Villenave d'Ornon



Exemples d'affichage:

Mairie de Bordeaux où l'affichage a été réalisé auprès des mairies de quartiers

"l'affichage devra être en place du 17 mars au 5 mai en mairie sur les site suivants :

- la Cité Municipale et l'Hôtel de Ville (côté androne)

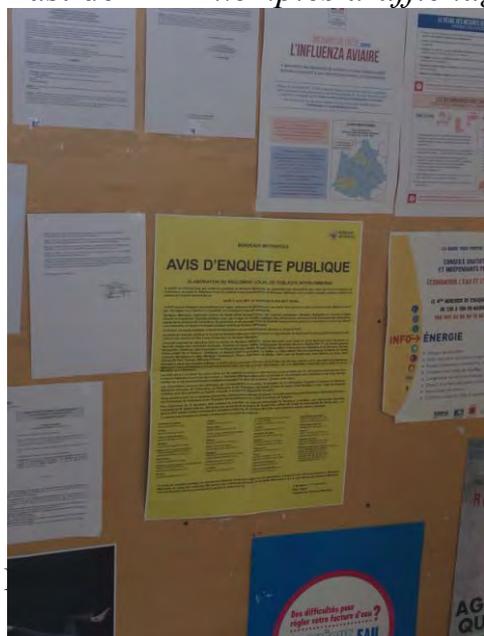
- les 8 mairies de quartier : Bordeaux Maritime, Chartons-Grand Parc-Jardin public, Centre Ville, Saint-Augustin-Tauzin-Alphonse Dupeux, Nansouty-Saint Genès, Bordeaux sud, Bastide, Caudéran : soit 10 emplacements au total"



Bordeaux Sud



Bastide *Exemples d'affichage de l'avis d'enquête : Mairie de Bruges*





Mairie de Martignas-sur-Jalle



Mairie de Parempuyre

Publication sur le site internet :

La totalité des 28 communes de Bordeaux Métropole a publié une information concernant la mise en œuvre de la procédure d'enquête publique sur leur site

internet. Cette page internet est accompagnée généralement d'un lien renvoyant vers le site dédié mis en place par Bordeaux Métropole. Certaines communes ont également complété cette information par une publication dans leur bulletin d'information communal.

Exemple de copie d'écran de site internet :



site internet de la commune du Bouscat

VILLE DE SAINT MÉDARD EN JALLES

Votre mairie
Enfance, jeunesse et parentalité
Cadre de vie
Économie et emploi
Solidarités
Loisirs

Retrouvez votre ville sur les réseaux sociaux :



Accédez aux publications municipales :



Consultez l'agenda de la ville :



newsletter
contact
plan
facil'e famille
conseil municipal en vidéo

Vous êtes ici : Accueil > Votre mairie > Informations légales > Affichages légaux

Enquêtes publiques

Projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Bordeaux Métropole

Le projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Bordeaux Métropole sera soumis à enquête publique pendant une période de 33 jours échelonnée du **3 avril au 5 mai inclus**.
Le RLPi permet d'adapter ponctuellement les règles nationales de publicité pour les rendre plus strictes ou dans certains cas très limités d'y déroger. Ces règles, relatives à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, concernent les 28 communes de Bordeaux Métropole.

Par ordonnance du président du Tribunal administratif de Bordeaux en date du 19 décembre 2016, une commission chargée de conduire l'enquête publique a été constituée de la façon suivante :

- ✕ M. Gérard Charles, officier général, en qualité de président ;
- ✕ M. Joseph Pico, officier de l'armée de terre retraité, commissaire enquêteur titulaire ;
- ✕ M. Patrice Adar, ingénieur RTE retraité, commissaire enquêteur titulaire ;
- ✕ M. Christian Marchais, cadre bancaire retraité, comme suppléant.

En cas d'empêchement de M. Gérard Charles, la présidence de la commission sera assurée par M. Joseph Pico.

Le public pourra prendre connaissance du dossier et formuler ses observations, propositions et contre-propositions sur un registre d'enquête en se rendant, aux jours et heures habituels d'ouverture au public, dans les 28 mairies de Bordeaux Métropole concernées.

Un membre de la commission d'enquête recevra le public dans les lieux d'enquête précités pendant la durée de l'enquête à Saint-Médard-en-Jalles :

- ✕ **mardi 11 avril** de 14h à 16h ;
- ✕ **lundi 24 avril** de 14h à 16h.

Votre mairie

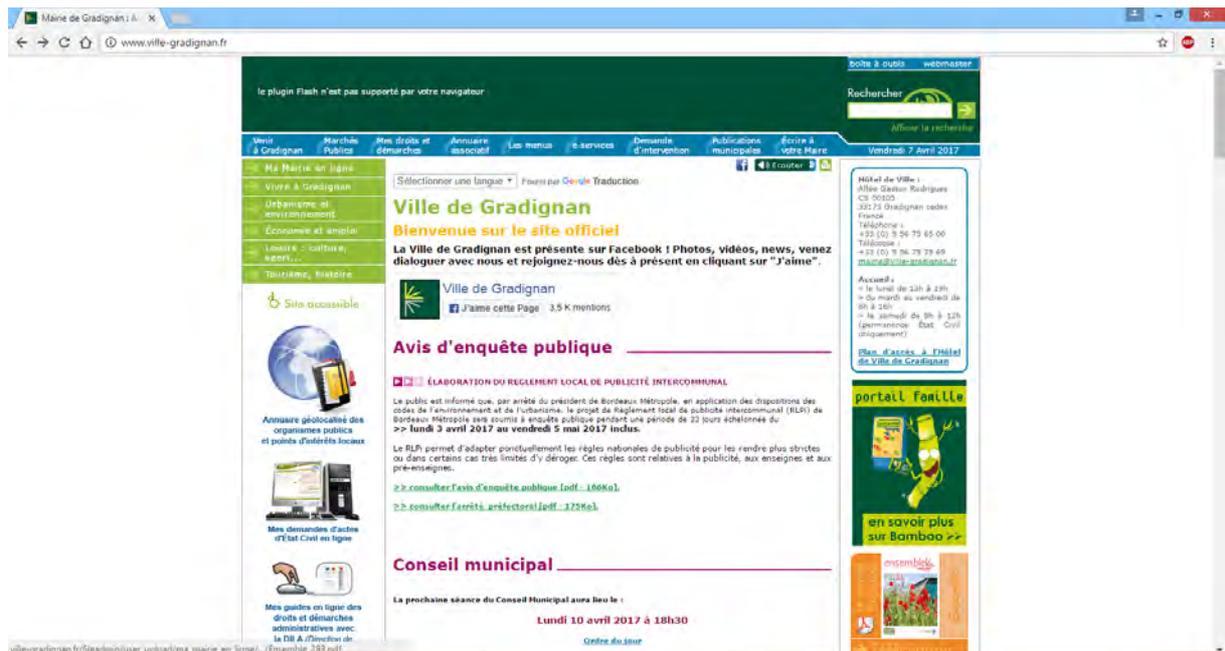
- [La ville de Saint-Médard-en-Jalles](#)
- [Conseil municipal](#)
- [Budget primitif 2016](#)
- [Rapport d'orientation budgétaire 2017](#)
- [Mairies de quartiers](#)
- [Horaires et coordonnées des services municipaux](#)
- [Faq thématique](#)
- [Informations légales](#)
- [Enquêtes publiques](#)
- [Réglementations à connaître](#)
- [Informations générales](#)

Participez

Démarches

Espace pro

site internet de la mairie de Saint Médard en Jalles



The screenshot shows the website of the Ville de Gradignan. The main content is an "Avis d'enquête publique" (Public Inquiry Notice) regarding the "ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL" (Intercommunal Advertising Regulation Project). The notice states that the project will be open for public inquiry from Monday, April 3, 2017, to Friday, May 5, 2017. It provides contact information for the project and links to the full text of the notice and the project's objectives. The website also features a navigation menu, a search bar, and various service links.

site internet mairie de Gradignan

Affichage sur panneaux lumineux

De nombreuses communes ont complété l'information par un affichage sur panneaux lumineux

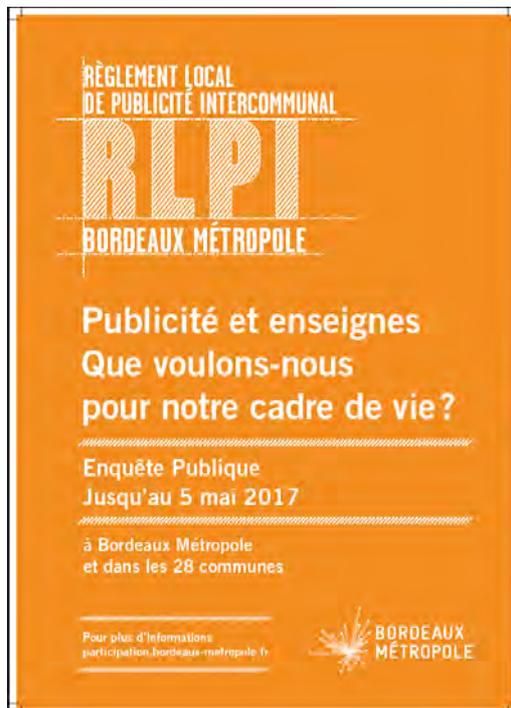


Mairie de Pessac

Bordeaux-Métropole a également largement diffusé l'information concernant cette procédure d'enquête publique sur leur site internet. Un site dédié destiné à recueillir les avis et commentaires du public a été accessible depuis l'ouverture de l'enquête le 3 avril 2017.

De plus une action de communication a été réalisée par Bordeaux Métropole

Objet : Enquête publique RLPI - Action de communication – Affiches -

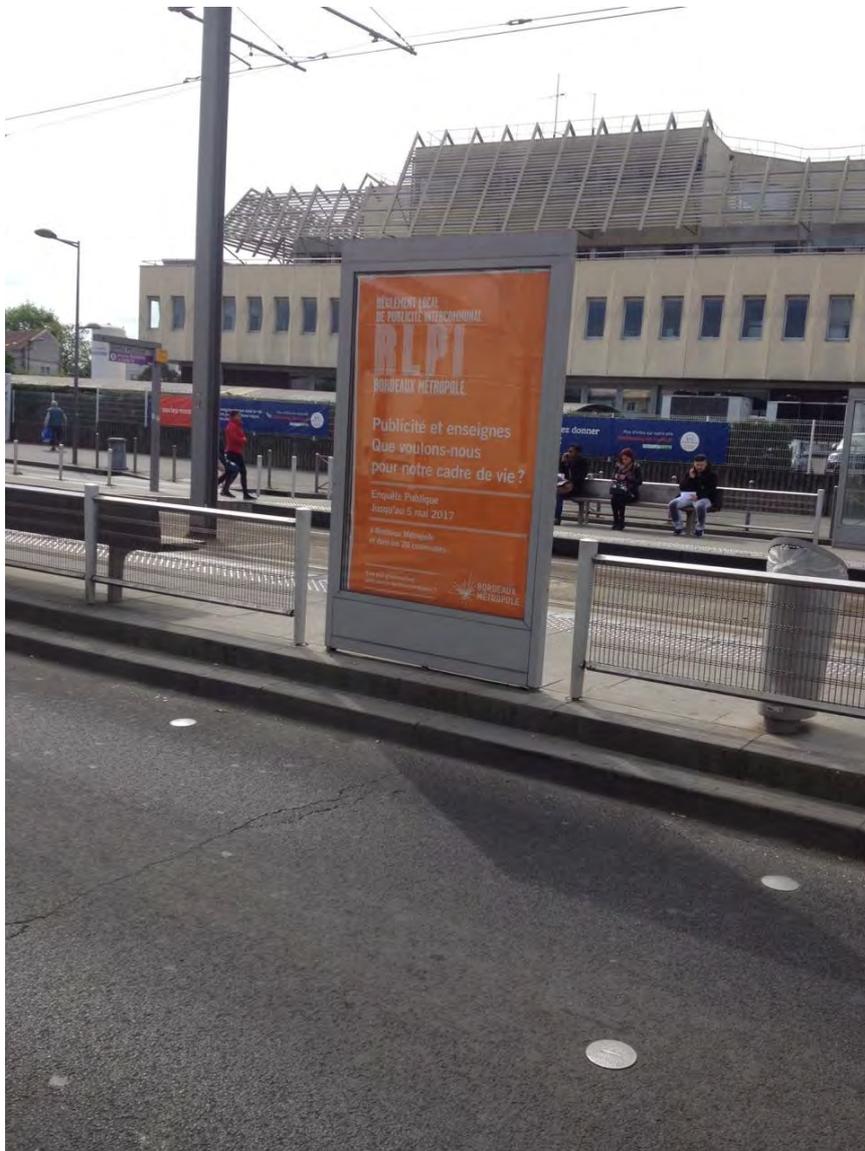


En complément de l’affichage légal (affiche jaune) et de la publicité dans les journaux, une campagne de communication a été engagée par Bordeaux Métropole afin de sensibiliser le public en cours d’enquête publique.

Modalités : La campagne est basée sur des affiches réalisées par la direction de la Communication de Bordeaux Métropole. Elles rappellent l’objet de l’enquête publique, en précisent la date limite et invitent le public à se questionner sur le cadre de vie.

Ces affiches, au format 120x176 cm, ont bénéficié de 34 faces du réseau des stations de tramway du 19 avril au 2 mai 2017.

Dans la même temporalité 300 affiches identiques au format A3 ont été mises en place dans les 28 communes.



arrêt du Tram Hôpital Pellegrin Bordeaux

La commission estime que l'information du public concernant l'enquête publique, a été très bien conduite, conformément aux textes en vigueur, et qu'elle a permis, au public et à tous les acteurs de pouvoir prendre connaissance du dossier et de s'exprimer largement.

242) Organisation et déroulement

Arrêté d'enquête publique



Direction générale valorisation du territoire
Direction de l'urbanisme, du patrimoine et des paysages
Code ACTE

Le Service du contrôle de la légalité de
actes administratifs de la Préfecture de
la Gironde a déclaré avoir reçu ce
document le

27 FEV. 2017

ARRETE 2017-0347

Du 27 FEV. 2017

Enquête Publique

- Vu** le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment l'article L5217-2
- Vu** le code de l'environnement et notamment les articles L581-14 à L581-14-3 et R581-72 à R581-80 concernant le règlement local de publicité
- Vu** le Code de l'Urbanisme et notamment les articles L153-11 à L153-20 et R153-8 à R153-10
- Vu** le Code de l'Environnement et notamment les articles L123-1 et suivants et les articles R123-1 et suivants concernant la procédure d'enquête publique
- Vu** la délibération du conseil de la Communauté urbaine de Bordeaux du 22 mars 2013 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal
- Vu** la délibération du conseil de la Communauté urbaine de Bordeaux du 10 juillet 2015 prenant acte des débats sur les orientations du projet de règlement local de publicité intercommunal
- Vu** la délibération du conseil de communauté du 12 juillet 2013 intégrant le PLU de Martignas-sur-Jalle dans l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal
- Vu** la délibération du conseil de communauté du 31 octobre 2014 portant sur le choix de la procédure en application de la loi ALUR
- Vu** la délibération du Conseil de la Métropole du 23 septembre 2016 arrêtant le bilan de la concertation publique
- Vu** la délibération du Conseil de la Métropole du 23 septembre 2016 arrêtant le projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal
- Vu** le dossier du projet de règlement local de publicité intercommunal arrêté par le Conseil de la Métropole le 23 septembre 2016
- Vu** les avis de la Commission Départementale Nature, Paysages et Sites, des personnes publiques associées et des autres personnes ayant demandé à être consultées.
- Vu** les avis des conseils municipaux des 28 communes membres de Bordeaux Métropole

Vu l'ordonnance de monsieur le Président du Tribunal Administratif de Bordeaux en date du 19 décembre 2016 désignant la commission d'enquête en charge de cette enquête publique.

CONSIDERANT que le projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Bordeaux Métropole doit être présenté aux habitants dans le cadre d'une enquête publique afin qu'ils puissent faire part de leurs observations, propositions et contre-propositions.

**Le Président de Bordeaux Métropole
ARRETE**

ARTICLE 1

Le projet de Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Bordeaux Métropole sera soumis à enquête publique pendant une période de 33 jours échelonnée du 3 avril 2017 au 5 mai 2017 inclus.

Le RLPi permet d'adapter ponctuellement les règles nationales de publicité pour les rendre plus strictes ou dans certains cas très limités d'y déroger. Ces règles, relatives à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, concernent les 28 communes de Bordeaux Métropole

Ambarès-et-Lagrave	Carbon Blanc	Martignas-sur-Jalle
Ambès	Cenon	Mérignac
Artigues-près-Bordeaux	Eysines	Parempuyre
Bassens	Floirac	Pessac
Bègles	Gradignan	Saint Aubin de Médoc
Blanquefort	Le Bouscat	Saint Louis de Montferand
Bordeaux	Le Haillan	Saint Médard en Jalles
Bouliac	Le Taillan-Médoc	Saint Vincent de Paul
Bruges	Lormont	Talence
		Villenave d'Ornon

ARTICLE 2

Par ordonnance de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Bordeaux en date du 19 décembre 2016, une commission chargée de conduire l'enquête publique a été constituée de la façon suivante :

- Monsieur Gérard Charles, officier général, en qualité de président,
- Monsieur Joseph Pico, officier de l'armée de terre retraité, commissaire enquêteur titulaire
- Monsieur Patrice Ader, ingénieur RTE retraité, commissaire enquêteur titulaire
- Monsieur Christian Marchais, cadre bancaire retraité, comme suppléant

En cas d'empêchement de Monsieur Gérard Charles, la présidence de la commission sera assurée par Monsieur Joseph Pico.

ARTICLE 3

Le public pourra prendre connaissance du dossier et formuler ses observations, propositions et contre-propositions sur un registre d'enquête en se rendant, aux jours et heures habituels d'ouverture au public, dans les 28 mairies de Bordeaux Métropole concernées :

Ambarès-et-Lagrave : 18 place de la Victoire – Ambarès-et-Lagrave

Ambès ; Place du 11 Novembre - Ambès

Artigues-près-Bordeaux : 10 avenue Desclaux – Artigues-près-Bordeaux

Bassens : 42 avenue Jean Jaurès - Bassens

Bègles : Pôle stratégie territorial 77 rue Calixte Camelle - Bègles

Blanquefort : 12 rue Dupaty - Blanquefort

Bordeaux : Cité municipale - 4 rue Claude Bonnier - Bordeaux

Bouliac : 20 place Camille Hosteins – Bouliac

Bruges : 87 avenue Charles de Gaulle - Bruges

Carbon-Blanc : Avenue Vignau Anglade – Carbon-Blanc

Cenon : service urbanisme 9 rue René Bonnac - Cenon

Eysines : Rue de l'Hôtel de Ville - Eysines

Floirac : DGST 89 avenue Pasteur - Floirac

Gradignan : Allée Gaston Rodrigues - Gradignan

Le Bouscat : DSTU 9 rue Coudol – Le Bouscat

Le Haillan : 120 avenue Pasteur – Le-Haillan

Le Taillan-Médoc : services techniques - 9 Chemin de Gelès – Le-Taillan-Médoc

Lormont : 1 rue André Dupin – Lormont

Martignas-sur-Jalle : 3 av de la république – Martignas-sur-Jalle

Mérignac : 60 avenue Maréchal de Lattre de Tassigny - Mérignac

Parempuyre : 1 avenue Philippe Durand Dassier - Parempuyre

Pessac : Place de la 5^{ème} République - Pessac

Saint-Aubin de Médoc : Route de Bois Joli – Saint-Aubin de Médoc

Saint-Louis-de-Montferrand : 7 place de la Mairie – Saint-Louis-de-Montferrand

Saint-Médard-en-Jalles : Place de l'Hôtel de Ville – Saint-Médard-en-Jalles

Saint-Vincent-de-Paul : 2 avenue Paul Princeteau – Saint-Vincent-de-Paul

Talence : Rue du Professeur Arnoz - Talence

Villenave d'Ornon : 12 rue du Professeur Calmette – Villenave d'Ornon

et à **Bordeaux Métropole** : accueil immeuble Laure Gatet 41 cours du maréchal Juin à Bordeaux

Le public pourra prendre connaissance du dossier et formuler ses observations, propositions et contre-propositions sur le site de la participation de Bordeaux Métropole www.participation.bordeaux-metropole.fr en activant le bouton « Donner votre avis ».

Le public pourra également adresser ses observations, propositions et contre-propositions écrites à Monsieur Gérard Charles, Président de la commission d'enquête, à Bordeaux Métropole (direction de l'urbanisme, du patrimoine et des paysages) - esplanade Charles de Gaulle - 33045 Bordeaux cedex, siège de l'enquête publique. Elles seront annexées au registre d'enquête de Bordeaux Métropole, siège de l'enquête publique.

Le dossier pourra également être consulté

- sur un poste informatique mis à la disposition du public à Bordeaux Métropole, immeuble Laure Gatet 41 cours du maréchal Juin à Bordeaux.

Les observations et propositions du public seront accessibles dès que matériellement possible sur le site internet www.participation.bordeaux-metropole.fr.

ARTICLE 4

Un membre de la commission d'enquête recevra le public dans les lieux d'enquête précités pendant la durée de l'enquête, aux lieux, jours et heures ci-dessous énoncés :

Ambarès-et-Lagrave : lundi 3 avril 2017 de 9 h à 11 h

Ambès : jeudi 6 avril 2017 de 9 h à 11 h

Artigues-près-Bordeaux : mardi 11 avril 2017 de 9 h à 11 h

Bassens : vendredi 14 avril 2017 de 9 h à 11 h

Bègles : mercredi 5 avril 2017 de 14 h à 16 h
vendredi 21 avril 2017 de 10 h à 12 h

Blanquefort : lundi 3 avril 2017 de 14 h à 16 h

Bordeaux : lundi 3 avril 2017 de 14 h à 16 h
vendredi 5 mai 2017 de 10 h à 12 h

Bouliac : mercredi 19 avril 2017 de 9 h à 11 h

Bruges : lundi 3 avril 2017 de 9 h à 11 h

Carbon-Blanc : samedi 22 avril 2017 de 9 h à 11 h

Cenon : lundi 24 avril 2017 de 9 h à 11 h

Eysines : mercredi 5 avril 2017 de 14 h à 16 h

Floirac : mercredi 26 avril 2017 de 9 h à 11 h

Gradignan : mercredi 12 avril 2017 de 13 h 30 à 15 h 30
mercredi 26 avril 2017 de 10 h à 12 h

Le Bouscat : mercredi 5 avril 2017 de 9 h à 11 h

Le Haillan : vendredi 21 avril 2017 de 9 h à 11 h

Le Taillan-Médoc : vendredi 21 avril 2017 de 14 h à 16 h

Lormont : vendredi 28 avril 2017 de 9 h à 11 h

Martignas-sur-Jalle : samedi 22 avril 2017 de 10 h à 12 h

Mérignac : mardi 11 avril 2017 de 10 h à 12 h
vendredi 5 mai 2017 de 10 h à 12 h

Parempuyre : mardi 25 avril 2017 de 9 h à 11 h

Pessac : mardi 11 avril 2017 de 10 h à 12 h
mercredi 19 avril 2017 de 14 h à 16 h

Saint-Aubin-de-Médoc : lundi 24 avril 2017 de 9 h à 11 h

Saint-Louis-de-Montferrand : mardi 2 mai 2017 de 9 h à 11 h

Saint-Médard-en-Jalles : mardi 11 avril 2017 de 14 h à 16 h
lundi 24 avril 2017 de 14 h à 16 h

Saint-Vincent-de-Paul : vendredi 5 mai 2017 de 9 h à 11 h

Talence : mardi 11 avril 2017 de 14 h à 16 h
mercredi 26 avril 2017 de 14 h à 16 h

Villenave d'Ornon : mercredi 5 avril 2017 de 10 h à 12 h
samedi 22 avril 2017 de 10 h à 12 h

Bordeaux Métropole : lundi 3 avril 2017 de 10 h à 12 h
mercredi 12 avril 2017 de 10 h à 12 h
mercredi 19 avril 2017 de 10 h à 12 h
vendredi 21 avril 2017 de 14 h à 16 h
vendredi 5 mai 2017 de 14 h à 17 h

ARTICLE 10

Le présent arrêté sera adressé à :

- Monsieur le Préfet de la Gironde
- Mesdames et Messieurs les maires des 28 communes de Bordeaux Métropole
- Monsieur le Président du Tribunal Administratif
- Messieurs les Commissaires Enquêteurs
- Monsieur le Directeur Départemental des Territoires et de la Mer
- Monsieur le Directeur de l'Urbanisme, du Patrimoine et des Paysages de Bordeaux Métropole.

Fait et arrêté à Bordeaux, au siège de Bordeaux Métropole, le 27 FEV. 2017



**Le Président,
Alain Juppé**

Organisation du travail

La commission a réparti les permanences par aire géographique



Bleu : Monsieur Patrice ADER

Rouge : Monsieur Gérard CHARLES

Vert : Monsieur Joseph PICO

La commission s'est réunie plusieurs fois :

Le 23/01/2017 afin d'organiser le travail d'équipe

Le 03/03/2017 pour prise de contact avec Bordeaux Métropole et présentation du projet

Le 13/03/2017 pour la signature des registres et paraphe des dossiers ainsi que pour une visite des lieux les plus caractéristiques

Le 28/03/2017 réunion de travail de la commission pour définir la procédure de traitement des observations et notamment la prise en compte du registre informatique.

Le 18/04/2017 réunion de travail pour le traitement des observations recueillies sur les registres

Le 25/04/2017 réunion de la commission pour le traitement des observations à la mairie de Bordeaux

Le 09/05/2017 réunion de la commission afin de commencer le Procès verbal des remarques

Le 15/05/2017 réunion de la commission pour la clôture des registres et travaux sur le procès verbal des remarques

Le 15/05/2017 rédaction et mise en forme du procès verbal des remarques

Le 23/05/2017 remise du procès verbal des remarques

De plus La commission s'est réunie avec le maitre d'ouvrage, Bordeaux Métropole et les différents acteurs du projet.

Le 03/03/2017 la chef de projet de Bordeaux Métropole a exposé le projet et a répondu aux questions posées par la commission suite à l'étude du dossier. A cette occasion la responsable informatique a présenté le logiciel qui sera utilisé pour l'enquête.

Le 06/03/2017 réunion de travail des CE avec la responsable informatique pour organiser la tenue et l'exploitation du registre informatique

Le 06/03/2017 contact a été pris avec la DREAL

Le 13/03/2017 a été organisée sur demande de la commission une visite des lieux les plus caractéristiques

Le 25/04/2017 une nouvelle réunion a eu lieu avec services informatique afin de définir une procédure de traitement des avis du registre informatique.

Le 23/05/2017 remise du Procès verbal des remarques et échange avec le chef de projet

La commission a été reçue sur sa demande par la direction de l'aéroport le 22/03/2017

Elle a pris contact physiquement avec toutes les mairies et a rencontré certains maires .Le président a eu un entretien avec Monsieur le maire de Gradignan le 07/04/2017.

A partir du 20/03/2017 contact avec les mairies et explication de la procédure mis en en place afin de prendre en compte, de manière uniforme, les observations, les courriers et mise au point des détails de l'enquête .

243) Permanences

les permanences ont été assurées conformément au plan prévisionnel.

ENQUETE PUBLIQUE Elaboration du RLPi de Bordeaux Métropole

V4

Nombre de permanences

Critères

- Métropole 1 permanence par semaine
- + 25 000 habitants 2 permanences
- 25 000 habitants 1 permanence

Durée : 2 h en laissant la possibilité de prolonger la permanence en cas d'affluence

Commune	Nombre habitants	Nombre de permanences	CG	PJ	PA
Ambarès	14 000	1		Lundi 3 avril 9H00 à 11h00	
Ambès	2 800	1		Jeudi 5 avril 9H00 à 11h00	
Artigues près Bordeaux	7 600	1		Mardi 11 avril 9H00 à 11h00	
Bassens	6 900	1		Vendredi 4 avril 9H00 à 11h00	
Bègles	25 380	1	mercredi 5/04/17 4h16h		
Bègles		1	vendredi 1/4/17 0h2h		
Blanquefort	15 000	1			Lundi 3 avril 4H00 à 6H00
Bordeaux	241 287	1	lundi 3/04/17 4h6h		
Bordeaux		1	vendredi 5/05/17 0h2h		
Bouliac	3 160	1		Mercredi 9 avril 9H00 à 11h00	
Le Bouscat	23 376	1			mercredi 5 avril 9H00 à 11H00
Bruges	16 269	1			Lundi 3 avril 9H00 à 11H00
Carbon Blanc	6 885	1		Samedi 22 avril 9H00 à 11h00	
Cenon	22 385	1		Lundi 4 avril 9H00 à 11h00	
Eysines	21 063	1			mercredi 5 avril 4H00 à 6H00
Floirac	16 508	1		Mercredi 6 avril 9H00 à 11h00	
Gradignan	25 000	1	mercredi 6/04/17 0h2h		
Gradignan		1	mercredi 2/04/17 3h30 à 5h30		
Le Haillan	9 632	1			vendredi 21 avril 9H00 à 11H00
Lormont	20 740	1		Vendredi 28 avril 9H00 à 11h00	
Martignas sur Jalle	7 313	1			samedi 22 avril 0H00 à 2H00
Mérignac	66 660	1			mardi 11 avril 0H00 à 2H00
Mérignac		1			vendredi 5 mai 0H00 à 2H00
Parempuyre	7 942	1			mardi 5 avril 9H00 à 11H00
Pessac	59 223	1	mardi 1/04/17 0h2h		
Pessac		1	mercredi 9/04/17 4h6h		
Saint Aubin de Médoc	6 350	1			lundi 4 avril 9H00 à 11H00
Saint Louis de Montferand	2 073	1		Mardi 2 mai 9H00 à 11h00	
Saint Médard en Jalles	28 839	1			mardi 11 avril 4H00 à 6H00
Saint Médard en Jalles		1			lundi 4 avril 4H00 à 6H00
Saint Vincent de Paul	1 026	1		Vendredi 5 mai 9H00 à 11h00	
Le Taillan Médoc	9 335	1			vendredi 21 avril 4H00 à 6H00
Talence	41 358	1	mardi 1/04/17 4h6h		
Talence		1	mercredi 6/04/17 4h6h		
Villeneuve d'Ormon	29 804	1	mercredi 5/04/17 0h2h		
Villeneuve d'Ormon		1	samedi 2/04/17 0h2h		
Bordeaux Métropole		1	lundi 3/04/17 0h2h		
Bordeaux Métropole		1	mercredi 2/04/17 0h2h		
Bordeaux Métropole		1	mercredi 9/04/17 0h2h		
Bordeaux Métropole		1	vendredi 1/04/17 4h6h		
Bordeaux Métropole		1	vendredi 5/05/17 4h7h		
		41	17	11	13

244) Participation du public

Durant l'enquête publique réalisée du lundi 03 avril au vendredi 5 mai 2017, 29 registres papier et un registre électronique ont été mis à la disposition du public, de plus, 41 permanences dont 3 le samedi ont été organisées.

A cette occasion :

- **41 personnes** se sont exprimées sur l'ensemble des registres ; certaines plusieurs fois :
 - 8 particuliers,
 - 2 associations : Paysage de France et Résistance à l'agression Publicitaire (RAP),
 - 4 professionnels de la publicité : INSERT , UPE , OXIAL,et

société GIRAUDY et EXTERION MEDIA
 - L'aéroport de Bordeaux
 - 26 personnes qui se sont exprimées sur le site web

- **13 observations et visites** ont été relevées sur les registres des différentes mairies et de Bordeaux Métropole,

- **30 contributions comprenant** les 30 avis et les 23 réactions relevées dans le registre informatique prévu à cet effet, contribution des 26 personnes qui se sont exprimées sur le site web durant la période de consultation du public.

- **9 courriers** ont été, soit reçus par la poste, soit remis en main propre au Commissaire Enquêteur :
 - 1) Courrier en LRAR de Monsieur MOULINIER Pierre le 05/05/2017 comportant 2 pages et 7 annexes. (ce courrier a été reçu 2 fois et aussi remis en main propre au Commissaire Enquêteur à la mairie de Gradignan le 26 avril 2017),
 - 2) Courrier de la RAP du 04/05/2014 de 4 pages,
 - 3) Courrier de Paysage de France du 02/05/2017 de 19 pages,
 - 4) courrier de 7 pages de OXIAL du 04/05/2017,
 - 5) courrier de AEROPORT (Société ADBM). de Bordeaux du 21/04/2017 de 4 pages et 1 annexe limite de l'emprise de l'aéroport
 - 6) courrier de AEROPORT (Société ADBM) de Bordeaux du 21/04/2017 adressé à Monsieur MANGON : de 4 pages sans l'annexe,
 - 7) courrier de 4 pages, 2 annexes et 31 illustrations de l'UPE du 02/05/2017,
 - 8) copie de 3 pages de Légifrance sur les articles R581 et L 581

Ajouté

9) copie des observations société GIRAUDY et EXTERION MEDIA afin de respecter l'intégralité des nombreuses remarques, le tableau Excel ne permettant pas de tout noter.

Non répertorié : le Courrier de l'UPE adressé à Monsieur Mangon : Vice président de Bordeaux Métropole du 06/04/2017 de 3 pages et 7 illustrations, reçu par l'intermédiaire de plusieurs mairies.

Afin de rester dans le cadre stricte de la réglementation le Président de la commission a demandé à l'UPE de lui adresser, conformément à l'arrêté, une nouvelle correspondance à son attention. Cette dernière a été reçue le 02/05/2017.

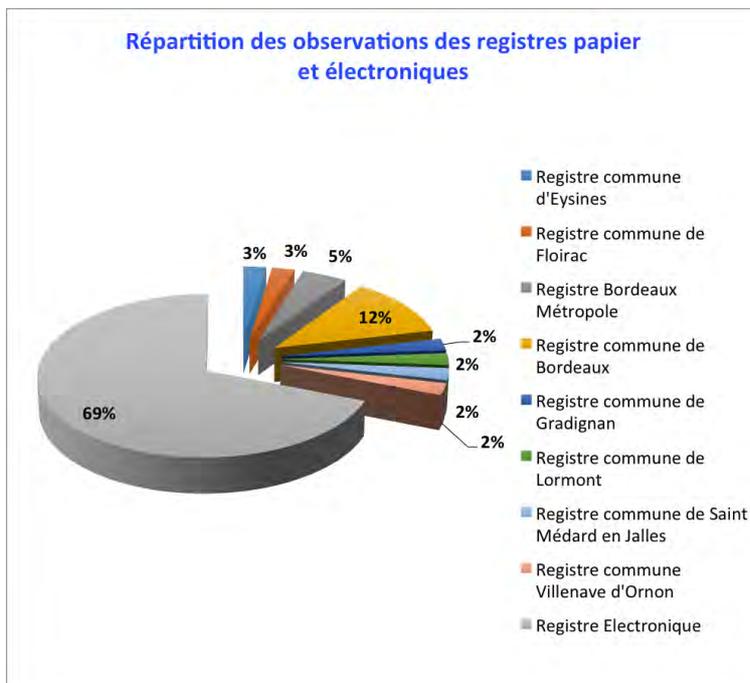
Concernant les moyens d'expression :

- Contribution informatique :

L'usage, de ce moyen d'expression informatique, a été mis en œuvre conformément à la réglementation et dans le cadre de l'arrêté du 17 mars 2017 prescrivant la mise à enquête publique du RLPI de Bordeaux Métropole.

Il comprend les 30 avis et les 23 réactions émanant des 26 personnes qui se sont exprimées sur le site web durant toute la période de consultation du public.

À noter la très faible participation du public ; ce résultat, paradoxale avec le consensus constaté sur les nuisances visuelles des publicités, des enseignes et des pré-enseignes, peut s'expliquer par la mise en œuvre récente de ce moyen de communication.



Cependant le site Web mettant à disposition du public un registre électronique représente **69% des observations recueillies**. Il apparaît que ce support a été un **élément positif** pour cette enquête publique.

Contribution sur les registres des mairies et Bordeaux Métropole :

Les particuliers, peu nombreux, qui se sont exprimés ; l'ont fait d'une part pour des raisons financières, en effet, la publicité est pour eux une source de revenus non négligeable (environ 850 € /an pour un panneau publicitaire d'environ 8m2)., et d'autre part pour le maintien de l'activité économique mais aussi pour une application plus restrictive de la publicité

- Contribution sous forme de courrier

Ce sont les professionnels et les associations qui se sont le plus exprimés par ce moyen.

Les remarques portent notamment sur la législation en vigueur et, pour les professionnels, surtout sur la diminution significative de leur chiffre d'affaire avec la mise en vigueur du RLPI.

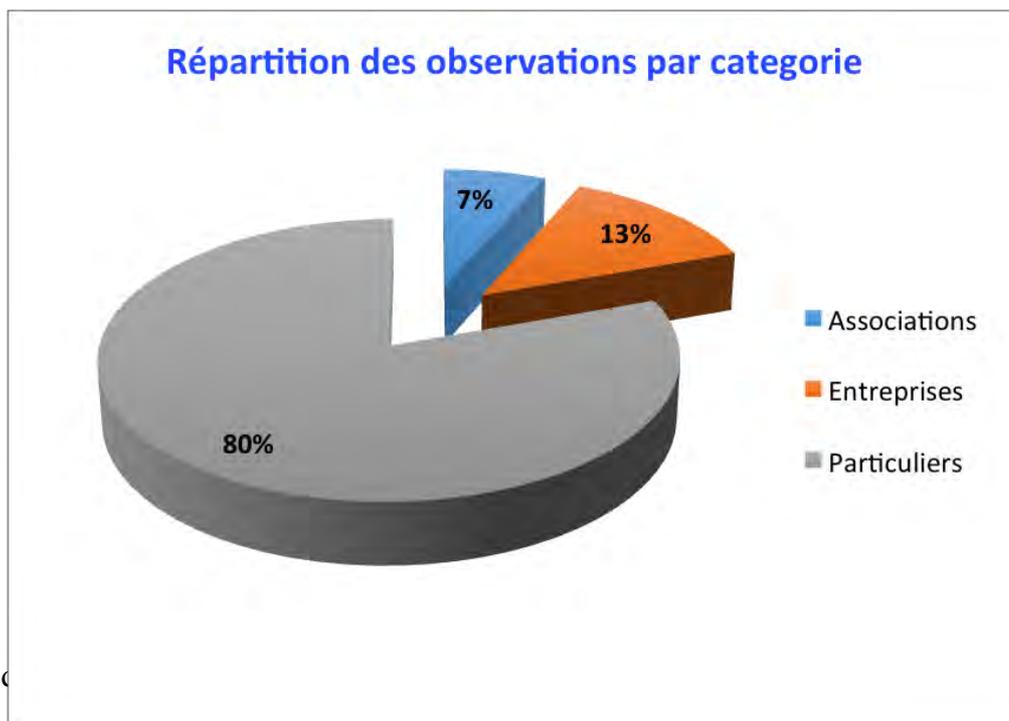
Il est à noter l'absence de contre proposition aux préconisations du RLPI, à l'exception notamment de la remise en question de la définition des zones et des 5 axes structurants.

La direction de l'Aéroport de Bordeaux a largement participé à la consultation
En produisant notamment :

- une demande de correction et de la prise en compte des limites réelles de son emprise,
- des demandes spécifiques car la publicité représente pour cette société environ 10% de son chiffre d'affaire.

Répartition par contributeur :

La participation des particuliers représente **80% des commentaires**. Les sociétés de diffusion de la publicité sont majoritaires face aux associations.



La commission note une faible participation du public, avec néanmoins une contribution majoritaire des observations du registre électronique. Cette participation est cohérente avec celle constatée pendant la période de concertation, en particulier lors des réunions publiques.

245) Le Registre électronique

Un registre électronique a été mis en place par Bordeaux Métropole pendant toute la durée de l'enquête.

Objet : le dossier complet de l'enquête est mis à disposition du public sur le site "www.participation.bordeaux-metropole.fr". Le public peut également y déposer ses avis durant toute la période de l'enquête et prendre connaissance des avis des autres citoyens déposés sur le site. Ce dispositif numérique est complémentaire des dossiers et registres papiers et des permanences de la commission d'enquête.

Type de fonctionnalités installées :

- consultation du dossier complet de l'enquête publique, des dates des 41 permanences de la commission d'enquête, etc.
- expression d'avis et réaction aux avis d'autres internautes.

Un compteur situé en début de page comptabilise le nombre d'avis, de réactions et de participants (un participant pouvant émettre plusieurs avis et plusieurs réactions).

Support (site BM) :

- site "www.participation.bordeaux-metropole.fr",
- page spécifiquement dédiée à l'enquête publique RLPI, sous la thématique-urbanisme : "<https://participation.bordeauxmetropole.fr/participation/urbanisme/enquete-publique-rlpi>" (accessible à partir du 3 avril).

Fonctionnement :

- Site consultable 24h/24, sur tout type de matériels informatiques.
- Consultable également au siège de l'enquête publique (bâtiment Laure Gatet de Bordeaux Métropole) grâce à une tablette informatique en libre consultation aux heures d'ouverture.



- Consultation du dossier en accès libre.
- Expression des avis et des réactions après connexion avec un compte utilisateur (créé avec un pseudonyme et une adresse mail), durant la période de l'enquête (du 3 avril au 5 mai 2017).
- Modalités de recherche, sur le site, de la page dédiée à l'enquête publique RLPI : recherche par thématique (urbanisme), recherche par mots-clés dans le moteur de recherche interne, visibilité de la page « enquête publique RLPI » en page d'accueil, etc.
- Utilisation de divers supports de communication pour informer le public sur l'enquête publique et l'orienter vers le site participation : newsletter de Bordeaux Métropole (parution tous les 15 jours), page RLPI sur le site www.bordeaux-metropole.fr, information sur les sites des communes volontaires (information envoyée au préalable aux 28 communes).



Vous êtes ici : Accueil > Participations par thématiques > Urbanisme >

Cette participation s'inscrit dans le cadre du projet : Élaborer un Règlement local de publicité (RLPI) pour les 28 communes de Bordeaux Métropole

Une enquête publique pour élaborer le Règlement local de publicité intercommunal (RLPI)



PARTICIPATION EN COURS Publiée le 03 / 04 / 2017

Un règlement local de publicité **encadre l'implantation des dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes**. Celui de Bordeaux Métropole, en cours d'élaboration, s'appliquera aux 28 communes, avec des règles différentes selon les zones. Un objectif commun à toutes : préserver nos paysages naturels et urbains.

Une **enquête publique est ouverte du 3 avril au 5 mai 2017** : faites-nous part de vos observations sur le projet de règlement. Tous les avis ainsi exprimés seront examinés pour éventuellement adapter le règlement, avant son adoption définitive prévue pour fin 2017.

LE RLPI S'APPLIQUERA AUX DISPOSITIFS DE PUBLICITÉ, ENSEIGNES ET PRÉ-ENSEIGNES IMPLANTÉS SUR LES 28 COMMUNES DE BORDEAUX MÉTROPOLE

Etat de la participation : En cours

Type : Règlementée / Enquête publique

Thématique : [Urbanisme](#)

Porteur de la participation : [Bordeaux Métropole](#)

Gestionnaire de la participation : [Maylis Bedora](#)

Commission d'enquête : Gérard Charles (Président), Joseph Pico et Patrice Ader (titulaires), Christian Marchais (suppléant)

Mairies associées : Les 28 Mairies de la Métropole

Communes et quartiers : [Ambarès-et-Lagrave](#), [Ambès](#), [Artigues-près-Bordeaux](#), [Bassens](#), [Bègles](#), [Blanquefort](#), [Bordeaux](#), [Bouliac](#), [Bruges](#), [Carbon-Blanc](#), [Cenon](#), [Eysines](#), [Floirac](#), [Gradignan](#), [Le Bouscat](#), [Le Haillan](#), [Le Taillan-Médoc](#), [Lormont](#), [Martignas](#), [Mérignac](#), [Parempuyre](#), [Pessac](#), [Saint-Aubin de Médoc](#), [Saint-Louis de Montferrand](#), [Saint-Médard en Jalles](#), [Saint-Vincent de Paul](#), [Talence](#), [Villeneuve d'Ornon](#)

Localisation de la participation : [Voir le plan](#)

Éléments clés

3 DISPOSITIFS ENCADRÉS : publicité, enseignes, pré-enseignes

7 ZONES pour adapter le RLPI au contexte

Calendrier simplifié de la participation

- 05 / 05 / 2017 : [Fin de l'enquête publique](#)
- 03 / 04 / 2017 : Début des 41 permanences du commissaire enquêteur (voir calendrier complet ci-dessous)
- 03 / 04 / 2017 : [Début de l'enquête publique](#)
- 17 / 03 / 2017 : Avis d'ouverture de l'enquête publique

Voir tout le calendrier

- 05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux Métropole\)](#)
- 05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Mérignac\)](#)
- 05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux\)](#)
- 05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Vincent-de-Paul\)](#)
- 02 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Louis-de-Montferrand\)](#)
- 28 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Lormont\)](#)

28 COMMUNES règlementées par un seul RLPI
22 RÈGLEMENTS COMMUNAUX remplacés par un seul RLPI

Avancée de la participation en ligne

1

participants ?

1

avis

0

réactions

- 26 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Talence\)](#)
- 26 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Gradignan\)](#)
- 26 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Floirac\)](#)
- 25 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Parempuyre\)](#)
- 24 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Médard-en-Jalles\)](#)
- 24 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Aubin-de-Médoc\)](#)
- 24 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Cenon\)](#)
- 22 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Villeneuve-d'Ornon\)](#)
- 22 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Martignas-sur-Jalles\)](#)
- 22 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Carbon-Blanc\)](#)
- 21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Le Taillan-Médoc\)](#)
- 21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux Métropole\)](#)
- 21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bègles\)](#)
- 21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Le Haillan\)](#)
- 19 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Pessac\)](#)
- 19 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux Métropole\)](#)
- 19 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bouliac\)](#)
- 14 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bassens\)](#)
- 12 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Gradignan\)](#)
- 12 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux Métropole\)](#)
- 11 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Talence\)](#)
- 11 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Médard-en-Jalles\)](#)
- 11 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Mérignac\)](#)
- 11 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Pessac\)](#)
- 11 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Artigues-Près-Bordeaux\)](#)
- 06 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Ambès\)](#)
- 05 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bègles\)](#)
- 05 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Eysines\)](#)
- 05 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Villeneuve-d'Ornon\)](#)
- 05 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Le Bouscat\)](#)
- 03 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Blanquefort\)](#)
- 03 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux\)](#)
- 03 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux Métropole\)](#)
- 03 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Ambarès-et-Lagrave\)](#)
- 03 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bruges\)](#)

PRÉSENTATION DÉTAILLÉE

Les 22 règlements communaux de la métropole bordelaise avaient déjà limité la profusion de dispositifs publicitaires. Le **règlement intercommunal (RLPI)**, sous l'égide de Bordeaux Métropole, renforcera et harmonisera ces principes dès fin 2017.

Protéger les paysages

L'objectif du Règlement local de publicité intercommunale (RLPI) est de **limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie**, en protégeant les lieux sensibles.

Pour cela, il définit les règles d'implantation (format, densité...) des enseignes, publicité et pré-enseignes sur la métropole. Le RLPI adapte ponctuellement les règles nationales de publicité pour les rendre plus strictes ou, dans certains cas très limités, pour y déroger.

Trouver un nécessaire équilibre

La publicité et les enseignes permettent aux commerces et aux entreprises de se faire connaître, les pré-enseignes guident les clients et les professionnels de la publicité constituent une filière économique importante. Le RLPI doit **trouver un équilibre entre cadre de vie et activité économique**, entre protection des paysages et liberté d'expression.

Cet équilibre passera principalement par la création de 7 zones à l'échelle de la Métropole (espaces de nature, secteurs d'intérêt patrimonial, tramway et ses abords, zones d'activité, etc.), chacune dotée de règles différentes.

Comment participer à l'enquête publique ?

Une **enquête publique est ouverte du 3 avril au 5 mai 2017**. Toutes les contributions exprimées durant cette période seront examinées pour éventuellement adapter le règlement, avant son adoption définitive prévue pour fin 2017. Prenez connaissance du dossier, rencontrez les commissaires enquêteurs, exprimez votre avis sur ce site, dans les registres ou par courrier.

- Consultez le dossier complet.

Le dossier d'enquête publique comprend notamment les documents suivants :

- **le rapport de présentation** : il expose le contexte et le diagnostic réalisé sur le territoire en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes, il définit les grandes orientations sur lesquelles sont basées le RLPI et explique les choix retenus pour établir la règle ;
- **le règlement** : il précise, en fonction des 7 zones définies, les règles applicables pour les publicités et les enseignes, concernant leur implantation, leur densité, etc. ;
- **des annexes** : en particulier, les plans de zonage qui délimitent le contour des 7 zones et des limites d'agglomération ;
- **le bilan de la concertation** : il synthétise les avis exprimés entre avril 2013 et juin 2016, ainsi que la manière dont il en a été tenu compte pour élaborer le projet soumis ensuite à enquête publique ;
- **le recueil des avis** des différents partenaires (communes, État, etc.) sur le projet soumis à enquête.

L'adoption définitive du RLPI est prévue **pour fin 2017**. Tout nouveau dispositif (dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes) devra respecter les nouvelles dispositions dès cette date. Les dispositifs publicitaires existants auront 2 ans pour se mettre en conformité ; les enseignes existantes disposeront de 6 ans.

Vous aussi, réagissez et participez à cette démarche !

[Charte de modération](#)

Donnez votre avis

1 Avis et 0 réaction

DONNEZ VOTRE AVIS



Avis de
ic landais
Le 3 avril 2017
à 11h09

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.

D'accord 👍

Pas d'accord 👎

Aucune réaction

PARTICIPATION HORS LIGNE ②

En complément du site internet, vous pouvez également prendre connaissance du dossier complet et exprimer votre avis :

- grâce aux **dossiers et registres** déposés dans les 28 communes et à Bordeaux Métropole,
- en adressant **un courrier** à Monsieur le Président de la commission d'enquête.

Tous les détails dans [l'avis d'ouverture](#) de l'enquête publique.

Les commissaires enquêteurs tiendront également au moins une permanence dans chacune des 28 communes. A ce jour, **41 permanences** sont programmées.

Prochaines actions hors ligne à propos de cette participation

05 / 05 / 2017 : [Fin de l'enquête publique](#)

03 / 04 / 2017 : [Début de l'enquête publique](#)

[Retrouvez l'intégralité du calendrier de la participation](#)

05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux Métropole\)](#)

05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Mérignac\)](#)

05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux\)](#)

05 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Vincent-de-Paul\)](#)

02 / 05 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Louis-de-Montferrand\)](#)

28 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Lormont\)](#)

26 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Talence\)](#)

26 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Gradignan\)](#)

26 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Floirac\)](#)

25 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Parempuyre\)](#)

24 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Médard-en-Jalles\)](#)

24 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Saint-Aubin-de-Médoc\)](#)

24 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Cenon\)](#)

22 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Villeneuve d'Ornon\)](#)

22 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Martignas-sur-Jalles\)](#)

22 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Carbon-Blanc\)](#)

21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Le Taillan Médoc\)](#)

21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bordeaux Métropole\)](#)

21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Bègles\)](#)

21 / 04 / 2017 : [Permanence du commissaire \(Le Haillan\)](#)

motivées. Bordeaux Métropole pourra alors **faire évoluer son projet de RLPI** avant de l'approuver définitivement par délibération.

DÉCISIONS

Publié le 13/03/2017

Aucune décision pour l'instant : enquête publique en cours. Donnez-nous votre avis !

D'ici la fin de l'année 2017 (date prévisionnelle), le Conseil de Bordeaux Métropole se prononcera par **délibération** sur l'approbation du RLPI. Il s'appuiera sur les avis reçus et les conclusions de la commission d'enquête.

Le RLPI ainsi approuvé deviendra **exécutoire** (c'est-à-dire opposable) dès lors qu'il aura été publié et transmis au Préfet. Il sera alors **tenu à disposition** du public et annexé au Plan local d'urbanisme 3.1 (PLU).

HAUT DE PAGE ↑

Bordeaux Métropole a besoin de VOUS !

Participez, inscrivez vous !

Donnez votre avis, échangez avec les autres inscrits, suivez des participations... La création de votre profil (public ou privé) est la première étape de votre participation.

CRÉER UN COMPTE >

COMMUNAUTÉ

[Les membres](#)



jc landais

a ajouté un avis sur

[Extension du réseau de tramway vers Saint-Médard-en-Jalles et Le Haillan](#)



jc landais

a ajouté un avis sur

[Une enquête publique pour élaborer le Règlement local de publicité intercommunal \(RLPI\)](#)

Restez informé

Pour suivre les actualités de la Métropole, n'hésitez pas à vous abonner à la newsletter.

Votre adresse e-mail

S'INSCRIRE >



MENTIONS LÉGALES

CGU

ACCESSIBILITÉ

CRÉDITS

CONTACT

CONCEPTION &
CRÉATION INOXIA.COM

25) Difficultés rencontrées

Logiciels informatiques

Chaque mairie a sa propre politique informatique. Ainsi, il existe des logiciels différents d'une commune à l'autre. De même pour le transfert de fichiers volumineux, certaines utilisent WETRANSFERT et d'autres FTP .

Registre électronique

La mise en place d'un registre électronique par Bordeaux Métropole est certes, conforme à la réglementation, mais son exploitation est manuelle !

Ainsi, en présence d'une moindre participation informatique du public, les observations peuvent être traitées manuellement. Par contre, si cet outil se démocratise, son traitement devra impérativement être traité de manière automatique par un procédé type choix multiple avec recherche de mots clés.

Consultation du dossier sur le site informatique

Le cheminement est assez simple pour un utilisateur habituel d'Internet. Par contre le chargement des cartes de zonage est fonction de la puissance de l'ordinateur utilisé et peut être très long, ce qui pénalise fortement la convivialité du procédé.

26) Clôture du dossier d'enquête

Les 29 registres ont été clos par les commissaires enquêteurs le lundi 15 mai dans les locaux de Bordeaux Métropole.

III –Avis des P.P.A

31) Communes destinataires du dossier

311) Liste des 28 Communes de BM :

- AMBARÉS et LAGRAVES
- AMBÉS
- ARTIGUES-PRÈS-BORDEAUX
- BASSENS
- BÈGLES
- BLANQUEFORT
- BORDEAUX
- BOULIAC

- BRUGES
- CARBON-BLANC
- CENON
- EYSINES
- FLOIRAC
- GRADIGNAN
- LE BOUSCAT
- LE HAILLAN
- LE TAILLAN-MÉDOC
- LORMONT
- MARTIGNAS-SUR-JALLE
- MÉRIGNAC
- PAREMPUYRE
- PESSAC
- SAINT-AUBIN-DE-MÉDOC
- SAINT-LOUIS-DE-MONTFERRAND
- SAINT-MÉDARD-EN-JALLES
- SAINT-VINCENT-DE-PAUL
- TALENCE
- VILLENAVE D'ORNON

312) Liste des 8 communes associées

- . commune d'Avensan
- . commune de Bourg-sur-Gironde
- . commune de Cadaujac
- . commune de Carignan
- . commune du Pian-Médoc
- . commune de Sainte-Eulalie
- . commune de Salaunes
- . commune d'Yvrac

313) Listes des services associés

. Christophe Duprat – Vice président délégué Transport et stationnement de Bordeaux Métropole en tant qu'autorité organisatrice des transports urbains

. Brigitte Terraza – Vice présidente déléguée Transport mobilité alternative de Bordeaux Métropole en tant qu'autorité organisatrice des transports urbains

. Michel Labardin – Vice président délégué Transport de demain de Bordeaux Métropole en tant qu'autorité organisatrice des transports urbains

. Jean Touzeau – VP délégué Habitat – Logement – Politique de la ville

314) Listes des administrations consultées

DDTM : « Service Urbanisme Aménagement Transport, SUAT Mission publicité ».

Chambre de Commerce et de l'Industrie de la Gironde, CCI.

Commission Départementale Nature Paysage et Sites, CDNPS.

Région Nouvelle Aquitaine

Département de la Gironde

Chambre d'agriculture

Chambre des métiers et de l'artisanat

Sysdau.

32) P.P.A. destinataires du dossier RPLi :

Le dossier du RPLi a été adressé aux PPA le 11 octobre 2016 ;

321) Avis des 28 communes de B.M. (Personnes Publiques Associées) :

- 26 communes ont émis un avis favorable à l'unanimité des votants,
 - o dont 7 communes, un avis favorable avec un nombre d'abstentions compris entre 2 et 7 (Ambarès et Lagrave, Blanquefort, Floirac, Parempuyre, Saint Médard en Jalles, Villenave d'Ornon).
 - o et la commune de Bordeaux qui s'est exprimée favorable à l'unanimité des votants avec l'abstention des groupes socialistes et écologistes.
- 2 communes (Ambès et Saint Vincent de Paul) n'ont pas répondu dans le délai imparti de 3 mois ; leur réponse est donc « réputée favorable ».

Associées à la consultation préalable les communes ont pu faire entendre leurs préoccupations, comprendre les enjeux et adopter ce projet dans sa version définitive.

322) Avis des services de l'État :

- DDTM : « Service Urbanisme Aménagement Transport, SUAT Mission publicité ».

En préambule, le Service urbanisme, Aménagement, Transports déclare :

« Le projet traduit une réelle volonté de disposer d'un outil permettant de prévenir les pollutions, les risques et les nuisances visuelles, de préserver le cadre de vie des habitants tout en tenant compte du développement de l'activité économique des différentes communes qui composent la

métropole en ayant une attention particulière sur le patrimoine remarquable. »

Avant de poursuivre par :

- un rappel des problématiques traitées dans le RLPI,
- une invitation à réaliser une distinction plus nette entre RNP et RLPI,
- suggérer un lien internet vers le règlement général de voirie ou une version papier.
- une invitation à revoir l'article P1, à supprimer la notion de « surface utile » et à revoir la corrélation entre RNP et RLPI,
- une demande de revoir la rédaction de passages pouvant porter à interprétation,
- un constat d'absence de précisions sur les mesures spécifiques concernant les secteurs UNESCO, AVAP, et le PSMV.
- la nécessité de compléter certains choix en corrélation avec le PLUi.
- Une concordance du zonage du RLPI avec les périmètres des sites classés,

Et de conclut par l'affirmation d'un dialogue constructif entre les acteurs concernés dans l'intérêt de la préservation du patrimoine paysager et architectural.

- Chambre de Commerce et de l'Industrie de la Gironde, CCI.

La CCI n'a pas d'observation particulière à formuler concernant les éléments de réglementation et de zonage de ce projet ; elle s'associe avec intérêt à la démarche de mise en place d'un RLPI, qui devra permettre :

- la limitation de dispositifs publicitaires (source de pollution visuelle),
- la prise en compte des exigences en matière de développement durable (limitation des dispositifs consommateurs d'énergie),
- mais aussi, le développement des activités économiques.

La publicité reste, en effet, aujourd'hui un moyen incontournable de communication et de diffusion d'information pour les entreprises.

La CCI demande à ce que le RLPI, dans sa version finale, intègre bien les dernières modifications dont a fait l'objet le PLU 3.1 de Bordeaux Métropole entre son arrêt du 10 juillet 2015 et son approbation le 16 décembre 2016.

- Commission Départementale Nature Paysage et Sites, CDNPS.

Le directeur adjoint de ce service précise que le calendrier des réunions de la CDNPS ne permet pas de convoquer ses membres dans les délais et se déclare donc « réputé favorable ».

323) Services consultés mais sans réponse dans le délai imparti :

- Région Nouvelle Aquitaine – Département de la Gironde – Chambre d'agriculture – Chambre des Métiers et de l'Artisanat – Sysdau – commune d'Avensan – commune de Bourg-sur-Gironde – commune de Cadaujac – commune de Carignan – commune du Pian-Médoc – commune de Sainte-Eulalie – commune de Salaunes – commune d'Yvrac –

324) Personnalités consultées nominativement pour leurs fonctions et leurs responsabilités n'ayant pas répondu dans le délai de 2 mois :

- **Christophe Duprat** – Vice président délégué Transport et stationnement de Bordeaux Métropole en tant qu'autorité organisatrice des transports urbains

. **Brigitte Terraza** – Vice présidente déléguée Transport mobilité alternative de Bordeaux Métropole en tant qu'autorité organisatrice des transports urbains

. **Michel Labardin** – Vice président délégué Transport de demain de Bordeaux Métropole en tant qu'autorité organisatrice des transports urbains

. **Jean Touzeau** – VP délégué Habitat – Logement – Politique de la ville

33) Conclusions des PPA :

Tous les PPA qui se sont prononcées, adhèrent aux préconisations du RLPI.

- Les communes de Bordeaux métropole approuvent toutes les dispositions du RLPI à l'unanimité des votants.

- Le « Service Urbanisme Aménagement Transport, SUAT Mission publicité » souligne la pertinence de ce projet tout en proposant des ajustements.

- La Chambre de Commerce et de l'Industrie de la Gironde, CCI, demande la prise en compte par la RLPI des évolutions du PLU 3.1.

- La « Commission Départementale Nature Paysage et Sites, CDNPS » se déclare « réputé favorable », les charges de ses services ne permettant pas une étude sérieuse de ce projet

Synthèse des avis des PPA

		AVIS	OBSERVATIONS
1	Ambès	Réputé favorable	Sans réponse
2	Ambarès et Lagrave	Favorable 1 abst...	
3	Artigues près Bordeaux	Unanimité	
4	Bassens	Unanimité	
5	Bègles	Unanimité	

6	Blanquefort	Favorable abst...	1	
7	Bordeaux	Unanimité votants	des	abstention groupe Socialiste et Écologiste
8	Bouliac	Unanimité		
9	Bruges	Unanimité		
10	Carbon-Blanc	Unanimité		
11	Cenon	Unanimité		
12	Eysines	Unanimité		
13	Floirac	Favorable abst 7	26	
14	Gradignan	Unanimité		
15	Le Bouscat	Unanimité		
16	Le Haillan	Unanimité		
17	Le Taillan Médoc	Unanimité		
18	Lormont	Unanimité		
19	Martignas sur Jalle	Unanimité		
20	Mérignac	Unanimité		
21	Parempuyre	Favorable abst 4	23	
22	Pessac	Unanimité		
23	Saint Aubin de Médoc	Unanimité		
24	Saint Louis de Montferrand	Unanimité		
25	Saint Médard en Jalles	Favorable abst 2	33	
26	Saint Vincent de Paul	Réputé favorable		Sans réponse
27	Talence	Unanimité		
28	Villeneuve d'Ornon	Favorable abst 2	33	
	DDTM - SUAT	Favorable		Sous réserve de prendre en compte ses observations et en particulier elle demande de supprimer la notion de surface utile.
	CCI	Favorable		Veiller à ce que le RLPi intègre les dernières modifications du PLU 3.1 de Bx Métropole
	CDNPS	Réputé favorable		Impossible de réunir la commission dans les délais

- IV -Analyse des observations

41) Procès verbal de remise des observations

REMISE DE PROCES VERBAL

Le procès verbal des observations et remarques figurant sur
les 28 registres d'enquête des communes de Bordeaux Métropole
le registre de Bordeaux Métropole
le registre électronique
et recueillies durant l'enquête qui s'est déroulée du lundi 03 avril au vendredi 5 mai 2017 sur le Règlement Local de Publicité Intercommunale, a été remis à Madame Maylis BEDORA chef de projet à l'occasion d'une réunion au siège de Bordeaux Métropole le 23 mai 2017.

Ce procès verbal comprend :

L'analyse de la commission d'enquête avec une liste de 4 remarques

Le tableau Excel de 61 numéro d'ordre présentant le détail de l'ensemble des observations et remarques des 29 registres papier et du registre informatique.

- Les observations des 29 registres papier.
- La photocopie papier des 30 contributions :30 avis et les 23 réactions relevées dans le registre informatique prévu à cet effet, contribution des 26 personnes qui se sont exprimées sur le site web durant la période de consultation du public.
- La photocopie des 9 lettres et courriers répertoriés, à savoir :

1) Courrier en LRAR de Monsieur MOULINIER Pierre le 05/05/2017 comportant 2 pages et 7 annexes (ce courrier a été reçu 2 fois et aussi remis en main propre au Commissaire Enquêteur à la mairie de Gradignan le 26 avril 2017),

2) Courrier de la RAP du 04/05/2014 de 4 pages,

3) Courrier de Paysage de France du 02/05/2017 de 19 pages,

- 4) courrier de OXIAL du 04/05/2017 de 7 pages,
- 5) courrier de AEROPORT (Société ADBM). de Bordeaux du 21/04/2017 de 4 pages et 1 annexe : limite de l'emprise de l'aéroport
- 6) courrier de AEROPORT (Société ADBM).de Bordeaux du 21/04/2017 transmis à la commission et adressé à Monsieur MANGON : de 4 pages sans l'annexe
- 7) courrier de l'UPE du 02/05/2017 de 4 pages, 2 annexes et 31 illustrations,
- 8) copie de 3 pages de Légifrance sur les articles R581 et L 581

Ajouté

9) Copie des observations société GIRAUDY et EXTERION MEDIA afin de respecter l'intégralité des nombreuses remarques figurant sur le registre de Bordeaux Métropole : le tableau Excel ne permettant pas de tout noter

Conformément à la réglementation en vigueur et à l'arrêté du 17/03/2017, il est demandé une réponse sous quinze jours d'une part

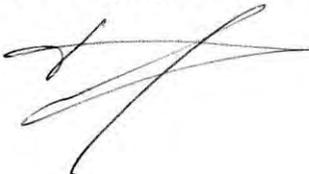
aux 4 remarques figurant sur le Procès Verbal et aux observations (fichier Excel) dans le cartouche prévu à cet effet et d'autre part

aux 9 courriers sous forme de mémoire de réponse séparé pour chaque courrier.

Reçu le 23 Mai 2017.

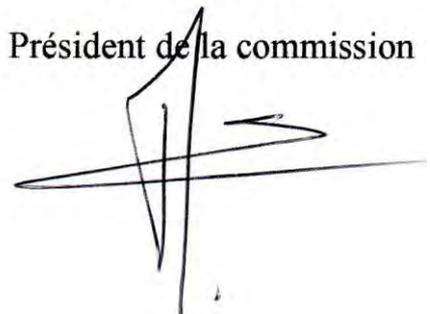
Madame Maylis BEDORA

Chef de projet Bordeaux Métropole



M Gérard CHARLES

Président de la commission



PROCES VERBAL DES REMARQUES DES REGISTRES D'ENQUETES

Durant l'enquête publique réalisée du lundi 03 avril au vendredi 5 mai 2017,

- 29 registres papier
- et un registre électronique ont été mis à la disposition du public,
- de plus,
- 41 permanences dont 3 le samedi ont été organisées.

A cette occasion :

- **41 personnes** se sont exprimées sur l'ensemble des registres ; certaines plusieurs fois :
 - o 8 particuliers,
 - o 2 associations : Paysage de France et Résistance à l'agression Publicitaire (RAP),
 - o 4 professionnels de la publicité : INSERT , UPE , OXIAL,et
société GIRAUDY et EXTERION MEDIA
 - o L'aéroport de Bordeaux
 - o 26 personnes qui se sont exprimées sur le site web
- **13 observations et visites** ont été relevées sur les registres des différentes mairies et de Bordeaux Métropole,
- **30 contributions comprenant** les 30 avis et les 23 réactions relevées dans le registre informatique prévu à cet effet, contribution des 26 personnes qui se sont exprimées sur le site web durant la période de consultation du public.
- **9 courriers** ont été soit reçus par la poste, soit remis en main propre au Commissaire Enquêteur :
 - o 1) Courrier en LRAR de Monsieur MOULINIER Pierre le 05/05/2017 comportant 2 pages et 7 annexes. (ce courrier a été reçu 2 fois et aussi remis en main propre au Commissaire Enquêteur à la mairie de Gradignan le 26 avril 2017),
 - o 2) Courrier de la RAP du 04/05/2014 de 4 pages,
 - o 3) Courrier de Paysage de France du 02/05/2017 de 19 pages,
 - o 4) courrier de 7 pages de OXIAL du 04/05/2017,
 - o 5) courrier de AEROPORT (Société ADBM). de Bordeaux du 21/04/2017 de 4 pages et 1 annexe limite de l'emprise de l'aéroport

- 6) courrier de AEROPORT (Société ADBM).de Bordeaux du 21/04/2017 adressé à Monsieur MANGON : de 4 pages sans l'annexe,
- 7) courrier de 4 pages, 2 annexes et 31 illustrations de l'UPE du 02/05/2017,
- 8) copie de 3 pages de Légifrance sur les articles R581 et L 581

Ajouté

9) copie des observations société GIRAUDY et EXTERION MEDIA afin de respecter l'intégralité des nombreuses remarques, le tableau Excel ne permettant pas de tout noter

Non répertorié : le Courrier de l'UPE adressé à Monsieur Mangon : Vice président de Bordeaux Métropole du 06/04/2017 de 3 pages et 7 illustrations, reçu par l'intermédiaire de plusieurs mairies

Afin de rester dans le cadre stricte de la réglementation le Président de la commission a demandé à l'UPE de lui adresser, conformément à l'arrêté, une nouvelle correspondance à son attention. Cette dernière a été reçue le 02/05/2017.

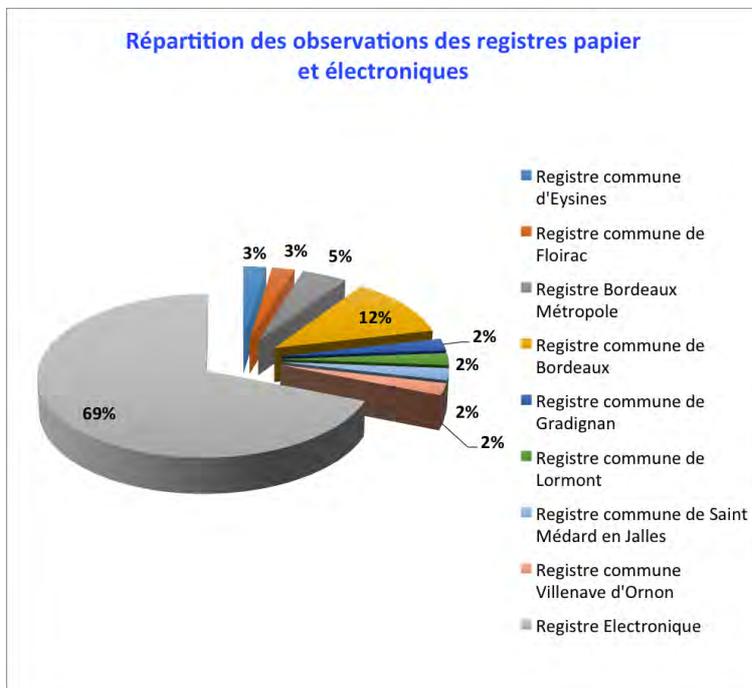
Concernant les moyens d'expression :

- Contribution informatique :

L'usage, de ce moyen d'expression informatique, a été mis en œuvre conformément à la réglementation et dans le cadre de l'arrêté du 17 mars 2017 prescrivant la mise à enquête publique du RLPI de Bordeaux Métropole.

Il comprend les 30 avis et les 23 réactions émanant des 26 personnes qui se sont exprimées sur le site web durant toute la période de consultation du public.

À noter la très faible participation du public ; ce résultat, paradoxale avec le consensus constaté sur les nuisances visuelles des publicités, des enseignes et des pré-enseignes, peut s'expliquer par la mise en œuvre récente de ce moyen de communication.



Cependant le site Web mettant à disposition du public un registre électronique représente **69% des observations recueillies**. Il apparaît que ce support a été un **élément positif** pour cette enquête publique.

- Contribution sur les registres des mairies et Bordeaux Métropole :

Les particuliers, peu nombreux, qui se sont exprimés, l'ont fait :

- d'une part pour des raisons financières, en effet, la publicité est pour eux une source de revenus non négligeable (environ 850 € /an pour un panneau publicitaire d'environ 8m2).

et

- d'autre part pour le maintien de l'activité économique mais aussi pour une application plus restrictive de la publicité.

- Contribution sous forme de courrier

Ce sont les professionnels et les associations qui se sont le plus exprimés par ce moyen.

Les remarques portent notamment sur la législation en vigueur et, pour les professionnels surtout sur la diminution significative de leur chiffre d'affaire avec la mise en vigueur du RLPI.

Il est à noter l'absence de contre proposition aux préconisations du RLPI, à l'exception notamment de la remise en question de la définition des zones et des 5 axes structurants.

La direction de l'Aéroport de Bordeaux a largement participé à la consultation en produisant notamment :

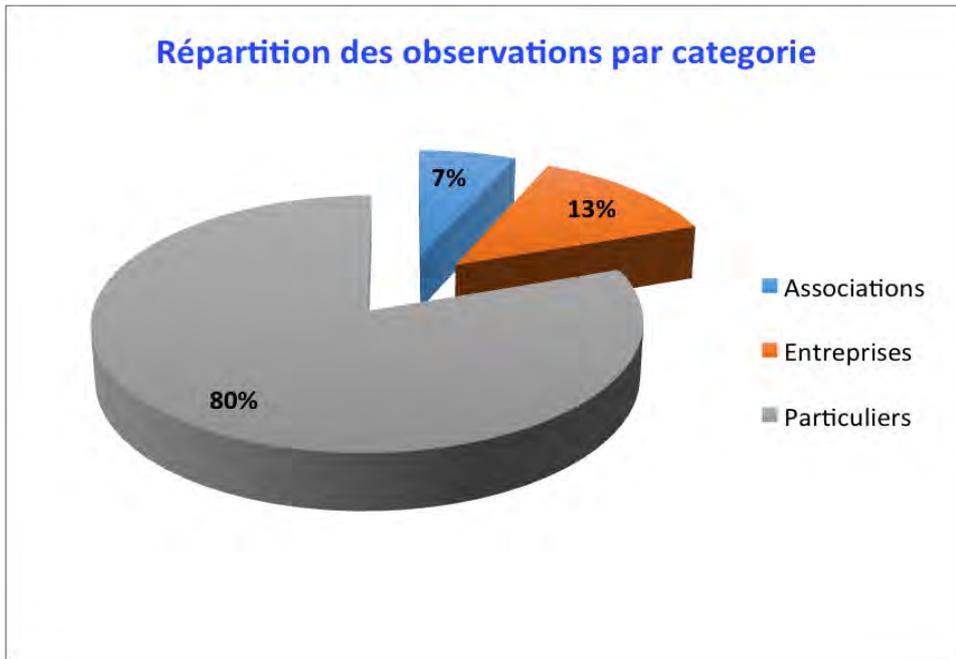
- une demande de correction et de la prise en compte des limites réelles de son emprise,

- des demandes spécifiques car la publicité représente pour cette société environ 10% de son chiffre d'affaire.

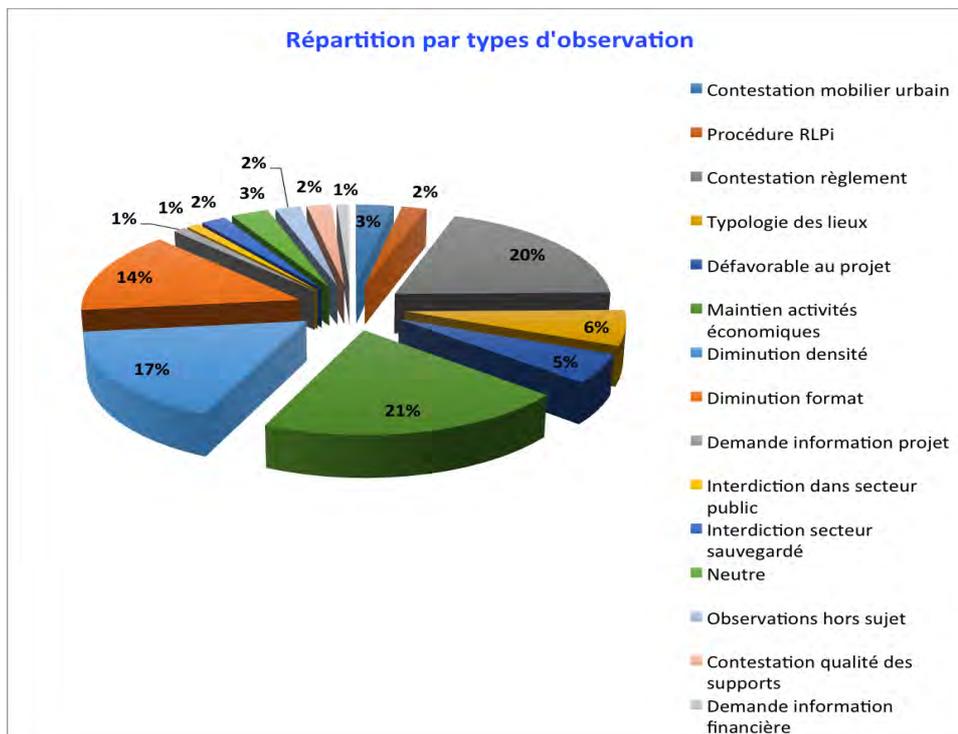
- Répartition par contributeur :

La participation des particuliers représente **80% des commentaires.**

Les sociétés de diffusion de la publicité sont majoritaires face aux associations.



Répartition par nature d'observation



- Synthèse des remarques :

Les observations du public émanent :

- d'une part de particuliers qui se sont déplacés pour se renseigner à titre individuel et par intérêts particuliers,

et,

- d'autre part par les professionnels de la publicité et la direction de l'aéroport.
- enfin des associations

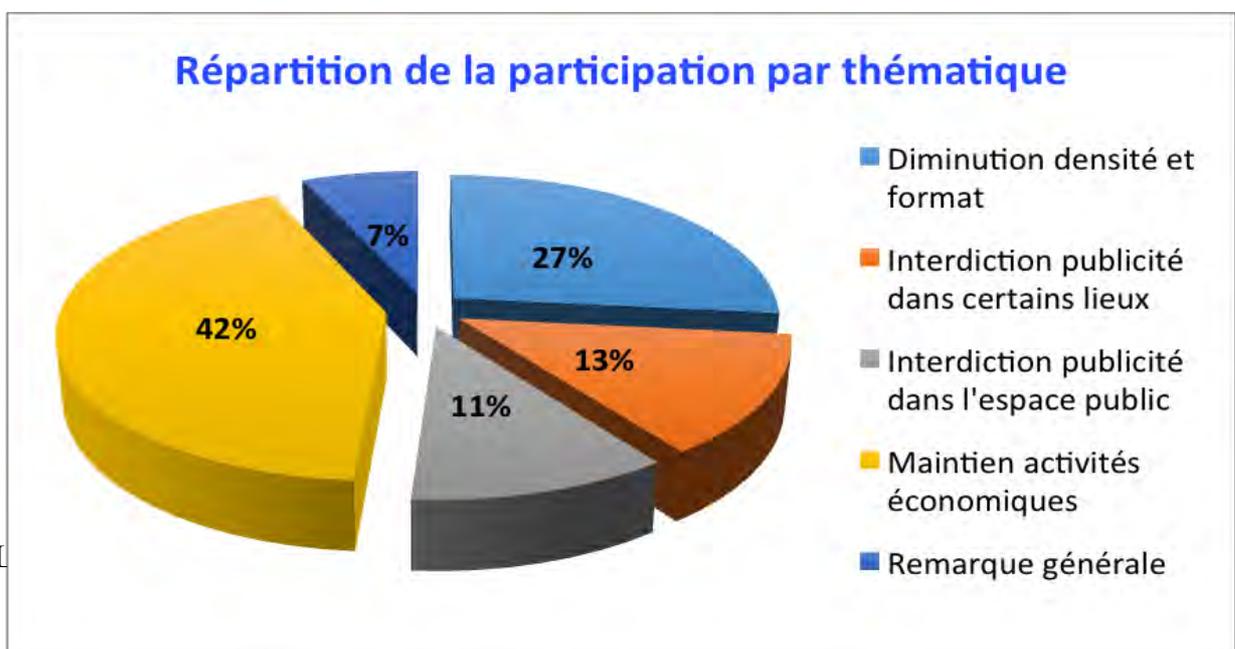
De l'ensemble des avis et remarques exprimés, il ressort une opposition entre :
d'une part,

- les partisans du « plus de contraintes », Paysages de France, la RAP, quelques particuliers et l'ensemble des municipalités,
et d'autre part,
- les professionnels de la publicité, de la direction de l'aéroport pour des raisons avant tout financières et de quelques particuliers pour des raisons financières

42% des observations vont dans le **sens du maintien de la publicité**, essentiellement les sociétés d'affichage et les particuliers ayant sur leur domaine privé un affichage leur assurant un rapport financier.

Si l'on exclut les 7% de remarques générales, on constate que **51% des observations** vont dans le sens **d'une diminution de la publicité**.

On constate que la part d'opposants est, bien que supérieure, assez comparable aux souhaits de certains particuliers et professionnels de conserver une politique de publicité et d'enseigne, ce qui tend à démontrer que **le projet est assez équilibré entre préservation du cadre de vie et intérêts économiques**.



Concernant le Rapport de Présentation

Un travail de fond a été réalisé par Bordeaux Métropole avec un souci permanent de la plus large concertation.

Le dossier de présentation est clair, facile d'exploitation, accessible et compréhensible à tout public.

Cependant il pourra être regretté la lenteur du chargement informatique des cartes qui nuit à la convivialité de l'information sous Internet.

Remarque 1

Remise en cause du zonage (trop de zones et déclinaisons 2a et 2b ainsi que 4a et 4b non justifiées)

Il est noté par la commission le peu de différence entre les zones 2a et 2b /

Pour la publicité et pré enseigne :

Une seule différence notée entre l'article P 2a.2.3 et article P.2b.2.3, qui consiste à l'ajout dans ce dernier de

« Un second chevalet peut être associé sous réserve qu'il s'insère dans les lieux environnants » De plus l'insertion dans le milieu environnant n'est pas définie et pourra à toute évidence susciter d'âpres discussions.

Ainsi que entre le P 2a.2.4 et P 2b.2.4 avec la taille du mobilier urbain qui passe de 2 m² à 8 m² .

Pour les enseignes

Là aussi peu de différence si ce n'est entre l'Article E .2b.2.2 identique au E 2a.2.2 si ce n'est qu'il est ajouté à ce dernier « une dérogation lorsque l'immeuble par ses qualités architecturales ne peut recevoir d'enseigne »

Entre l'Article E 2b.2.3 et l'article E 2a.2.3, dans ce dernier il est ajouté

« Une enseigne perpendiculaire et une enseigne à plat sont autorisées par voie bordant l'établissement »

Et pour l'enseigne perpendiculaire. « sa surface est de 1 m² maximum, support compris avec toutefois une saillie conforme au règlement général de voirie »

En règle générale ce peu de distinction, semble à la commission, être source de nombreux conflits.

Pour les zones 4 a et 4 b

Publicité et pré-enseignes

la différence de réglementation est un peu plus marquée entre

la zone 4a constituée par les quartiers résidentiels des petites communes périphériques non comprise dans les autres

et la zone 4 b constituée par les quartiers résidentiels des communes à dominantes urbaines non compris et non compris dans les autres zones.

Ces différences sont identifiées dans les articles 4.2.1 densité et 4.2.3 différence avec les communes non comprises dans l'unité urbaine de Bordeaux, ainsi que dans les articles 4.2.4 et 4.2.5

Pour les enseignes

La seule différence entre les deux zones concerne l'article 4.2.4

[Réponse Bordeaux Métropole :](#)

- **Remarque 2 :**

Remise en cause des axes structurants.

Le rapport de présentation indique :

La zone 5 est constituée des parties des routes classées à grande circulation situées en agglomération, dont la liste est fixée par le décret du 31 mai 2010, qui ne sont pas classées dans les autres zones ainsi que d'autres voies de la métropole qui de part leurs caractéristiques sont des axes structurants accueillant souvent beaucoup de commerces. Les emprises de ces voies ainsi que leurs abords (20m de part et d'autre) sont prises en compte.

Cas particulier

Bien que n'étant pas classée route à grande circulation par l'Etat, **la route de Léognan, traversant la commune de Villenave d'Ornon**, est un axe très fréquenté et bordé d'équipements publics, ainsi que de nombreux commerces. La route de Léognan supporte quotidiennement un trafic routier de 6500 à 7500 véhicules dans les deux sens selon les comptages de la commune. Cet axe présente ainsi les caractéristiques d'un axe structurant justifiant son repérage en zone 5.

L'avenue Mirieu de Labarre sur la commune de Villenave d'Ornon est elle aussi considérée comme un axe structurant elle supporte un trafic journalier d'environ 3000 véhicules et est repérée par la commune de Villenave d'Ornon comme un axe en devenir considérant les importants projets de constructions qui la bordent.

La Route de Toulouse intra-rocade sur les communes de Bègles et de Villenave d'Ornon est un axe structurant de l'agglomération très fréquenté qui ne dispose pas sur une large section de patrimoine paysager remarquable et qui bénéficie d'une dynamique commerciale très importante il convient donc de classer une grande partie de cette voie et ses abords en zone 5 du RLPi.

La commission prend note de ces choix cependant attire l'attention de Bordeaux métropole sur **le peu d'explication** fourni sur l'interruption de la zone 5 traversant la zone 4 b sur la commune de Gradignan

- Réponse Bordeaux Métropole

○ Remarque 3 :

Aéroport de Bordeaux société ADBM

Dans sa demande ; lettre du 21 avril 2017, la société ADBM indique :

Nous demandons que le document graphique annexé au projet de RLPI, censé représenter l'emprise de l'aéroport, objet des dispositions particulières du chapitre 7, soit rectifié pour intégrer la totalité de l'emprise de la concession aéroportuaire conformément aux dispositions légales et réglementaires sus-visées.

De plus il y est fait état de demandes bien spécifiques concernant:

- les dispositifs publicitaires
 - ° muraux article P7.2.2
 - ° scellés au sol ou installés directement sur le sol article P 7.2.3
- la publicité lumineuse y compris numérique article P 7.2.7
- les bâches comportant de la publicité article P 7.2.7
- les dispositifs publicitaires de dimension exceptionnelles article P 7.3

La commission ayant jugé la situation de l'aéroport bien spécifique a rencontré le directeur et l'équipe de direction le 22/03/2017.

Elle demande une étude attentive des propositions qui lui semble témoigner d'un esprit constructif et de dialogue.

- Réponse Bordeaux Métropole

○ Remarque 4 :

○

Surface utile surface hors tout

Avis de l'Etat

Une rédaction laissant parfois place à une certaine ambiguïté

La rédaction peut être contraire au principe du règlement national qui établit que le RLP doit être plus contraignant que le RNP (sauf exceptions mentionnées dans le RNP). Or l'article P1 indique que la surface utile d'un dispositif publicitaire est limitée à 12 m², et que sa surface hors tout ne peut excéder 15 m². **Le RNP fixe bien une surface totale de 12m² et il ne peut y être dérogé.** Des modifications similaires devront être apportées pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100

000 habitants et dans l'ensemble pour tous les termes « surface utile » dépassant le seuil autorisé par le RNP.

D'une façon générale, la référence dans votre RLPI à la notion de « surface utile » devra être systématiquement supprimée.

La commission trouve cette remarque pertinente.

- - [Réponse Bordeaux Métropole](#)

Enfin la commission demande à Bordeaux Métropole de répondre aux remarques sur ce document et aux observations sur le tableau Excel dans le cartouche prévu à cet effet, et enfin de remettre à la commission pour chaque courrier (9) un mémoire de réponse séparé sous forme papier et sous forme Word

Tableau synthèse Observations et courriers

		OBSERVATIONS Et VISITE	COURRIERS
1	Ambès		
2	Ambarès et Lagrave		
3	Artigues près Bordeaux		
4	Bassens		
5	Bègles		1 courrier UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
6	Blanquefort		1 UPE du 6/04/2017 de 4 pages et 2 annexes Courrier adressé à Monsieur MANGON et aux 28 mairies 2 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
7	Bordeaux	1 BERLANDA Thierry Société INSERT 2 MARIE ANNE David 3 BONNEAU Bernard 4 VISSUZZAINE Françoise 5 POUBLANC Nadège	1 courrier Légifrance 3 pages 2 remis courrier Paysage de France de 19 pages 3 remis courrier RAP de 4 pages 4 remis courrier de OXIAL de 7 pages
8	Bouliac		1 UPE du 6/04/2017 de 4 pages et 2 annexes Courrier adressé à Monsieur MANGON et aux 28 mairies 2 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
9	Bruges		
10	Carbon-Blanc		
11	Cenon		1 UPE du 6/04/2017 de 4 pages et 2 annexes Courrier adressé à Monsieur MANGON et aux 28 mairies 2 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations

12	Eysines	1 visite de madame BAPPEL	1 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
13	Floirac	1 BETENCOURT Monique (URSA mis aussi sur courrier électronique)	1 UPE du 6/04/2017 de 4 pages et 2 annexes Courrier adressé à Monsieur MANGON et aux 28 mairies transmis à B M 2 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
14	Gradignan	1 MOULINIER Pierre	1 remis un courrier personnel de 2 pages et 7 annexes reçu aussi à B M
15	Le Bouscat		
16	Le Haillan		
17	Le Taillan Médoc		
18	Lormont	1 HERNANDEZ Corine	
19	Martignas sur Jalle		1 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
20	Mérignac		1 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
21	Parempuyre		
22	Pessac		
23	Saint Aubin de Médoc		
24	Saint Louis de Montferrand		
25	Saint Médard en Jalles	1 Indivision LUC/PINEAU	UPE du 6/04/2017 de 4 pages et 2 annexes Courrier adressé à Monsieur MANGON et aux 28 mairies
26	Saint Vincent de Paul		1 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
27	Talence		1 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
28	Villenave d'Ornon	1 MONTEL Frédéric	1 courrier UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations
29	Bordeaux Métropole	1 DEMONS Serge 2 ELEBAUT et MARGOTO société d'affichage	1 Aéroport de Bordeaux du 21/04/2017 de 4 pages et 1 annexe limite de l'emprise de l'aéroport

	GIRAUDY EXTERION	et	2 AEROPORT de Bordeaux de 4 pages 3 UPE du 02/05/2017 de 4 pages et 2 annexes avec 31 illustrations 4 Paysages de France de 19 pages 5 MOULINIER Pierre reçu 2 fois et déjà remis à Gradignan 6 Reçu lettre UPE de 3 pages et 7 illustrations adressé à monsieur MANGON et aux 28 mairies du 06/04/2017 7 copie des observations société GIRAUDY et EXTERION MEDIA afin de respecter l'intégralité des nombreuses remarques
	TOTAL	13	9

En vert les courriers reçus plusieurs fois

42) Réponses de Bordeaux Métropole



Monsieur Gérard Charles
Commissaire Enquêteur
140 allée des Résiniers
33127 Saint-Jean d'Ilac

Bordeaux, le 7 JUN 2017

Objet : Elaboration du Règlement local de publicité intercommunal de Bordeaux Métropole
Enquête publique - Mémoire en réponse au PV de synthèse des observations
nos références : /DUPP/SPU/RF/NDM / DED /2017/0282
pièce jointe : - 1 mémoire en réponse
- 1 procès-verbal des remarques complété
- 1 tableau complété

Monsieur le Président,

Pour faire suite à la transmission de votre procès-verbal de synthèse des observations relatives à l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal (RLPI) de Bordeaux Métropole et à la réunion qui s'est tenue le 23 mai 2017 avec le service de la planification urbaine de Bordeaux Métropole, vous trouverez, ci-après, les réponses apportées aux remarques et demandes de précisions que vous avez formulées.

Selon la méthode que vous avez préconisée, celles-ci sont contenues :

- Dans un mémoire en réponse qui reprend les points sur lesquels vous avez spécifiquement interrogé Bordeaux Métropole
- Dans le document que vous avez remis intitulé « procès-verbal des remarques des registres d'enquête »
- Directement dans le tableau des observations que vous avez remis

Je vous en souhaite bonne réception.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes salutations distinguées.

Stéphane Caze
Directeur de l'urbanisme, du patrimoine et des paysages

BORDEAUX MÉTROPOLE
Esplanade Charles-de-Gaulle
33075 Bordeaux cedex
T. 05 56 89 84 84
F. 05 56 86 19 41
www.bordeaux-metropole.fr

Affaire suivie par Régine Courtau
& Maelle Bedars
Direction de l'urbanisme, du patrimoine et des
paysages
T. 05.33.89.82 / 05.33.89.55.82
rcourtau@bordeaux-metropole.fr
mbedars@bordeaux-metropole.fr

Remarque 1

Remise en cause du zonage (trop de zones et déclinaisons 2a et 2b ainsi que 4a et 4b non justifiées)

Il est noté par la commission le peu de différence entre les zones 2a et 2b /

Pour la publicité et pré enseigne :

Une seule différence notée entre l'article P 2a.2.3 et article P.2b.2.3, qui consiste à l'ajout dans ce dernier de

« Un second chevalet peut être associé sous réserve qu'il s'insère dans les lieux environnants » De plus l'insertion dans le milieu environnant n'est pas définie et pourra à toute évidence susciter d'après discussions.

Ainsi que entre le P 2a.2.4 et P 2b.2.4 avec la taille du mobilier urbain qui passe de 2 m² à 8 m² .

Pour les enseignes

Là aussi peu de différence si ce n'est entre l'Article E .2b.2.2 identique au E 2a.2.2 si ce n'est qu'il est ajouté à ce dernier « une dérogation lorsque l'immeuble par ses qualités architecturales ne peut recevoir d'enseigne »

Entre l'Article E 2b.2.3 et l'article E 2a.2.3, dans ce dernier il est ajouté « Une enseigne perpendiculaire et une enseigne à plat sont autorisées par voie bordant l'établissement »

Et pour l'enseigne perpendiculaire. « sa surface est de 1 m² maximum, support compris avec toutefois une saillie conforme au règlement général de voirie »

En règle générale ce peu de distinction, semble à la commission, être source de nombreux conflits.

Pour les zones 4 a et 4 b

Publicité et pré-enseignes

la différence de réglementation est un peu plus marquée entre

la zone 4a constituée par les quartiers résidentiels des petites communes périphériques non comprise dans les autres

et la zone 4 b constituée par les quartiers résidentiels des communes à dominantes urbaines non compris et non compris dans les autres zones.

Ces différences sont identifiées dans les articles 4.2.1 densité et 4.2.3 différence avec les communes non comprises dans l'unité urbaine de Bordeaux, ainsi que dans les articles 4.2.4 et 4.2.5

Pour les enseignes

La seule différence entre les deux zones concerne l'article 4.2.4

Réponse Bordeaux Métropole :

[Cf mémoire demandé par la commission d'enquête sur l'observation n°47 de l'association Paysages de France éléments de réponse apportés par Bordeaux Métropole au point n°3 pour les zones 2a et 2b et au point n°8 pour les zones 4a et 4b.](#)

- **Remarque 2 :**

-

Remise en cause des axes structurants.

Le rapport de présentation indique :

La zone 5 est constituée des parties des routes classées à grande circulation situées en agglomération, dont la liste est fixée par le décret du 31 mai 2010, qui ne sont pas classées dans les autres zones ainsi que d'autres voies de la métropole qui de part leurs caractéristiques sont des axes structurants accueillant souvent beaucoup de commerces. Les emprises de ces voies ainsi que leurs abords (20m de part et d'autre) sont prises en compte.

Cas particulier

Bien que n'étant pas classée route à grande circulation par l'Etat, **la route de Léognan, traversant la commune de Villenave d'Ornon**, est un axe très fréquenté et bordé d'équipements publics, ainsi que de nombreux commerces. La route de Léognan supporte quotidiennement un trafic routier de 6500 à 7500 véhicules dans les deux sens selon les comptages de la commune. Cet axe présente ainsi les caractéristiques d'un axe structurant justifiant son repérage en zone 5.

L'avenue Mirieu de Labarre sur la commune de Villenave d'Ornon est elle aussi considérée comme un axe structurant elle supporte un trafic journalier d'environ 3000 véhicules et est repérée par la commune de Villenave d'Ornon comme un axe en devenir considérant les importants projets de constructions qui la bordent.

La Route de Toulouse intra-rocade sur les communes de Bègles et de Villenave d'Ornon est un axe structurant de l'agglomération très fréquenté qui ne dispose pas sur une large section de patrimoine paysager remarquable et qui bénéficie d'une dynamique commerciale très importante il convient donc de classer une grande partie de cette voie et ses abords en zone 5 du RLPi.

La commission prend note de ces choix cependant attire l'attention de Bordeaux métropole sur **le peu d'explication** fourni sur l'interruption de la zone 5 traversant la zone 4 b sur la commune de Gradignan

- Réponse Bordeaux Métropole

[Cf mémoire demandé par la commission d'enquête sur l'observation n°28 Pierre Molinier à Gradignan.](#)

- **Remarque 3 :**

Aéroport de Bordeaux société ADBM

Dans sa demande ; lettre du 21 avril 2017, la société ADBM indique :

Nous demandons que le document graphique annexé au projet de RLPI, censé représenter l'emprise de l'aéroport, objet des dispositions particulières du chapitre 7, soit rectifié pour intégrer la totalité de l'emprise de la concession aéroportuaire, conformément aux dispositions légales et réglementaires sus-visées.

De plus il y est fait état de demandes bien spécifiques

Sur les dispositifs publicitaires

muraux article P7.2.2

scellé au sol ou installé directement sur le sol article P 7.2.3

sur la publicité lumineuse y compris numérique article P 7.2.7

sur les bâches comportant de la publicité article P 7.2.7

sur les dispositifs publicitaires de dimension exceptionnelles article P 7.3

La commission ayant jugé la situation de l'aéroport bien spécifique a rencontré le directeur et l'équipe de direction le 22/03/2017. Elle demande une étude attentive des propositions qui lui semble témoigner d'un esprit constructif et de dialogue.

- Réponse Bordeaux Métropole

Cf mémoire demandé par la commission d'enquête sur l'observation n°25 de la société de l'aéroport Bordeaux Mérignac.

o Remarque 4 :

Surface utile surface hors tout

Avis de l'Etat

Une rédaction laissant parfois place à une certaine ambiguïté

La rédaction peut être contraire au principe du règlement national qui établit que le RLP doit être plus contraignant que le RNP (sauf exceptions mentionnées dans le RNP). Or l'article P1 indique que la surface utile d'un dispositif publicitaire est limitée à 12 m², et que sa surface hors tout ne peut excéder 15 m². **Le RNP fixe bien une surface totale de 12m² et il ne peut y être dérogé.** Des modifications similaires devront être apportées pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et dans l'ensemble pour tous les termes « surface utile » dépassant le seuil autorisé par le RNP.

D'une façon générale, la référence dans votre RLPI à la notion de « surface utile » devra être systématiquement supprimée.

La commission trouve cette remarque pertinente.

- Réponse Bordeaux Métropole

Cf mémoire demandé par la commission d'enquête sur l'observation n°47 de l'association Paysages de France éléments de réponse apportés par Bordeaux Métropole au point n°1

Enfin la commission demande à Bordeaux Métropole de répondre aux remarques sur ce document et aux observations sur le tableau Excel dans le cartouche prévu à cet effet, et enfin de remettre à la commission pour chaque courrier (9) un mémoire de réponse séparé sous forme papier et sous forme Word



Mémoire en réponse aux observations relevées par la commission d'enquête

Observation 1 du 3 avril 2017 faite sur le registre de la Ville de Bordeaux par Thierry Berlanda (Société Insert)

La société Insert demande à ce que l'interdiction de la publicité de petit format au sens de l'article R.581-57 prévue en secteur d'intérêt patrimonial (zone 2a et 2b) soit levée et demande la possibilité d'installer des dispositifs publicitaires de petits formats de 0,5 m² par devanture commerciale ce que les articles P2a26 et P2b26 interdisent dans le projet de RLPi alors que la Métropole s'autorise pour le mobilier urbain une surface de 2 m² en zone 2a et 8m² en zone 2b.

Thierry Berlanda appuie sa demande en se fondant sur les dispositions de l'article L.581-8 du code de l'environnement qui permet aux seules publicités de petit format d'être apposées sur une baie. Il estime en outre qu'un RLP ne peut adopter des dispositions, par hypothèse plus restrictives que la réglementation nationale comme on l'a indiqué plus haut, concernant la publicité de petit format au motif que l'article L.581-8 l'interdirait.

C'est là un raisonnement que l'on ne peut retenir. Si effectivement, le 2^{ème} alinéa de l'article L.581-14 dispose que « sous réserve des dispositions des articles L.581-4, L.581-8 et L.581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national », ce n'est pas pour faire échapper la publicité de petit format du champ d'un RLP. Cette référence à ces dispositions a pour objet de rappeler que les articles en question organisent le régime de la publicité qu'ils visent d'une manière particulière que le RLP doit prendre en compte. Par exemple, le I du L.581-8 interdit la publicité en certains lieux mais précise que cette interdiction peut être levée par l'adoption

d'un RLP. Et ainsi, on comprend que dans ce cas particulier, les dispositions d'un RLP ne seront pas plus restrictives que la réglementation nationale mais, au contraire, plus permissives puisque ce que le RNP interdit, le RLP peut décider de l'admettre.

Par conséquent, s'agissant de la publicité de petit format, si le RNP permet son installation sur une baie, un RLP peut prévoir des dispositions plus restrictives comme le fait le RLPi de Bordeaux Métropole en l'interdisant en zone 2a et 2b.

La comparaison avec le mobilier urbain n'est pas pertinente : le mobilier urbain est encadré par les collectivités par le biais de contrats. De plus le mobilier urbain a pour principal objet la diffusion d'informations municipales, métropolitaines et non de publicité.

Observation 25 issue d'un courrier reçu le 25 avril 2017 de la société de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac (ADBM) et annexé au registre de Bordeaux Métropole

1) La société ADBM demande l'intégration de l'ensemble de l'emprise de la concession aéroportuaire dans le plan de délimitation de la zone 7 du dossier RLPi et fourni un plan à l'appui.

Bordeaux Métropole doit recueillir un plan plus lisible que celui annexé pour étudier ce point.

En effet si des différences apparaissent entre le périmètre de la zone 7 du projet de RLPi et le document fourni par la direction de l'aéroport, des modifications seront apportées afin que cette dernière corresponde à la réalité de l'emprise puisque c'est ce que prévoit expressément l'article P.7.1.1 du projet de RLPi.

2 à 4) L'aéroport demande « l'application pleine et entière de la loi du 12 juillet 2010 et du décret du 30 janvier 2012 » et précise son point de vue s'agissant de la publicité murale (art. P.7.2.2), la publicité scellée au sol (art. P.7.2.3) et la publicité numérique (art. P.7.2.5).

La loi, complétée par ce décret d'application prévoit en effet un régime spécifique pour les aéroports dont l'emprise se situe hors agglomération, ce qui est le cas de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac, au surplus lorsque l'aéroport accueille annuellement plus de 3 millions de passagers, ce qui est également son cas. L'ensemble constitue ainsi le RNP applicable aux gros aéroports. Toutefois, et conformément à l'article L.581-14 un règlement local de publicité « définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national (RNP) ». C'est dans ce cadre et en étroite collaboration avec les communes membres de la Métropole de Bordeaux qu'un projet de RLPi a été arrêté. Ce dernier, adopté conformément aux objectifs définis par la Métropole, propose des dispositions plus restrictives que la réglementation nationale y compris sur l'emprise de l'aéroport. Autrement dit, il n'existe pas de droit acquis au bénéfice de l'application de la réglementation nationale si la collectivité décide d'adopter une réglementation plus restrictive y compris sur l'emprise de l'aéroport.

Concernant précisément les demandes d'autoriser les dispositifs scellés au sol et les dispositifs numériques hors parkings et voies de desserte cela est l'objet même de la restriction au RNP prescrite par le projet de RLPi. En effet certaines voies bordant l'emprise aéroportuaire se situent hors agglomération, où la publicité est interdite, le projet de RLPi arrêté entend préserver la qualité de ces espaces.

D'autant que l'aéroport peut disposer ses panneaux sur l'ensemble de ses parkings et voies d'accès ce qui lui laisse une surface suffisamment importante pour l'implantation de ses dispositifs qui pourront être vus par les plus de 3 millions de passagers qui fréquentent l'aéroport.

5) L'aéroport demande plus spécifiquement que le RLPi soit modifié afin de permettre aux bâches comportant de la publicité d'être implantées en des lieux où elles sont visibles d'une voie publique hors agglomération. Il sera difficile de répondre favorablement à cette demande car la réglementation nationale interdit une telle implantation (art. R.581-53- II du code de l'environnement). Comme on l'a indiqué plus haut, si un RLP(i) doit être plus restrictif que le RNP, il ne peut être plus permissif sauf en de rares cas précisés par le code de l'environnement, et celui-ci n'en fait pas partie.

Concernant leur surface, l'article P.7.2.7 est la reprise du RNP, il n'y a donc pas lieu d'apporter la précision demandée « sans limitation de surface » puisqu'elle est induite par la rédaction du texte.

6) L'aéroport demande l'ajout d'un article 7.3 relatif aux dispositifs de dimensions exceptionnelles. Il convient de préciser que ce type de dispositif correspond à une catégorie juridique précisée par le 2^{ème} alinéa de l'article L.581-9 et l'article R.581-56. Ce sont des dispositifs qui sont relatifs à l'annonce d'une manifestation et dont la durée d'installation est limitée par la durée de la manifestation annoncée (un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation). Autrement dit, ce type de dispositif n'a pas vocation à être installé de manière pérenne et ne permet pas de qualifier les « bouteilles (...) spécifiques à notre région » qu'évoquent l'aéroport et qui correspondent en réalité à une publicité installée directement sur le sol qui doit par conséquent se soumettre aux prescriptions de l'article P.7.2.3.

Le second alinéa de l'article R.581-6 du Code de l'environnement précise que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération.

Le RLPi ne peut donc déroger à cette règle en autorisant ce type de dispositif en ces lieux.

Hors de ces lieux ces dispositifs sont soumis à l'autorisation du maire au cas par cas après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites quoiqu'en dise le RLPi. Ainsi le RLPi pourrait les autoriser expressément s'il restreignait la possibilité offerte par le code de l'environnement de les autoriser en limitant le format, ... ce qu'il fait pour la publicité numérique, mais ce n'est pas ce que semble souhaiter l'aéroport qui demande une autorisation sans limitation.

Le projet de RLPi n'en fait pas mention et n'apporte donc pas une restriction supplémentaire à ces dispositifs sur l'emprise de l'aéroport.

7) S'agissant de l'implantation de la publicité aux abords du tramway. La demande exprimée est prématurée le cas ne se présentera que lors de la création de la ligne. Le RLPi ne peut anticiper cette création.

Observation 28 du 26 avril 2017 faite par Monsieur Pierre Molinier sur le registre de la Ville de Gradignan accompagnée d'un courrier également déposé sur le registre de Bordeaux Métropole

Monsieur Molinier conteste le choix fait à Gradignan de faire basculer l'axe traversant le centre-ville de la commune RD1010 normalement en zone 5, en zone 4b. Précisons au préalable que ce zonage 4b dit résidentiel s'applique également aux centres-villes qui ne disposent pas de monuments historiques et qui ne sont donc pas couverts par d'autres type de zonage. Le contributeur estime que le tissu urbain et en particulier l'emprise de la voie est telle que rien ne justifie ce passage de 5 à 4b.

Or, il s'avère comme l'indique l'explication des choix (p.171) que les lieux en question sont bien en centre-ville justifiant une implantation publicitaire plus limitée.

Le centre-ville de Gradignan dispose d'un tissu plus resserré et comme dans la majorité des villes de la Métropole, Bordeaux Métropole a choisi de le déterminer comme un secteur résidentiel de centralité et non comme un axe structurant, c'est le principe même du RLPi que d'appliquer la norme la plus restrictive.

Sur les autres communes le principe est donc le même. En effet sur aucune commune la zone 5 ne traverse le centre-ville.

En outre, la commune s'est engagée depuis début 2016 dans une opération de réaménagement dite « cœur(s) de ville Horizon 2025 » qui conduira à son terme à un renforcement de la circulation douce sur le cours du Général de Gaulle. Les travaux en cours réduisent l'emprise de la voie sur le centre-ville.

Les dispositions du RLPi à Gradignan participent ainsi à l'opération en cours de réalisation.

Le rapport de présentation dans l'explication des choix sera complété par les éléments apportés ci-dessus.

Observation 34 issue d'un courrier reçu le 2 mai 2017 de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) et annexé au registre de Bordeaux Métropole

1) et 2) L'UPE souhaite que certains secteurs, envisagés en zone 4b, soient basculés en zone 5 ou zone 6.

Une telle éventualité est difficilement envisageable en l'absence de justifications détaillées qui alimenteraient l'explication des choix du rapport de présentation.

En effet elle ne répond pas à la typologie du RLPi.

Comme l'indique l'explication des choix, la zone 5 est constituée des parties des routes classées à grande circulation situées en agglomération, ainsi que les voies publiques présentant les caractéristiques d'axes structurants par l'importance de leur trafic routier.

UPE n'apporte pas les éléments permettant de classer ces voies en zone 5.

De même, le choix de la zone 6 s'appuie sur les périmètres des zones d'activités identifiées dans le PLU3.1 approuvé en décembre 2016, ce qui assure la cohérence entre les deux documents de planification.

Comme conseillé par la commission d'enquête Bordeaux Métropole va étudier chacun des axes pour lequel UPE sollicite un changement de zone afin de statuer sur la base d'arguments objectifs et contextualisés.

3) L'UPE souhaite que les abords du tramway situés en zone 3 soient basculés en zones 6 et 7.

Mais comme l'indique le nota 3 du préambule du règlement relatif à la publicité et le nota 1 du préambule du règlement relatif aux enseignes, en cas de superposition de zones, le zonage dont les règles sont les plus sévères s'applique. Ainsi le zonage 3 étant plus sévère que les zonages 6 et 7 c'est lui qui prime sur les autres.

En effet, ce zonage répond à la nécessité de traiter, du point de vue de la publicité, les abords de cet équipement qui a déjà fait l'objet d'un traitement urbanistique de qualité. Le RLPi accompagne ainsi l'aménagement urbain. Il semble donc difficile de déroger à ce principe sans remettre en cause l'ensemble du projet de RLPi.

4) L'UPE estime que le RLPi a commis une erreur de droit en instituant une règle qui n'a pas d'équivalent dans la réglementation nationale (article P.11).

Si le RNP ne prévoit pas de règle d'implantation d'un dispositif sur une unité foncière hormis la règle dite du H/2 imposant qu'un dispositif soit situé à au moins la moitié de sa hauteur de la limite de l'unité foncière voisine, cela signifie que cette implantation est libre. Dès lors un RLP peut prévoir une règle plus restrictive comme celle envisagée qui consiste à éloigner les dispositifs publicitaires de la façade de l'immeuble implanté sur l'unité foncière.

Au demeurant, l'UPE se contredit puisqu'elle suggère de remplacer cette règle par une autre, qui n'a pas d'équivalent dans la réglementation nationale, conduisant à implanter un dispositif de manière perpendiculaire à la baie principale d'un bâtiment d'habitation situé sur le même fonds.

5) L'UPE 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 et sollicite qu'une dérogation conservant cette limite de 100m soit précisée dans les dispositions communes du RLPi.

Le régime de la publicité aux abords des monuments historiques a effectivement fait l'objet d'évolutions législatives qui n'étaient pas encore intervenues au moment de la préparation de l'arrêt du projet de RLPi.

C'est pourquoi Bordeaux Métropole a réalisé un document explicatif sur ce point précis qui a été annexé au dossier d'enquête publique.

Ce document précise que le rapport de présentation sera modifié en conséquence, et qu'aucune modification n'interviendra sur le zonage et les règles afférentes.

En effet, comme l'autorise l'article L.581-8 du code de l'environnement, il est possible de lever l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques dans le cadre d'un RLP.

C'est ce que fait le RLPi de la métropole puisque dans les 100 mètres des monuments historiques, la publicité est admise, certes de manière limitée puisque

uniquement sur le mobilier urbain et, au-delà, la publicité est soumise au régime des différentes autres zones.

Il aurait été nécessaire de reprendre les nouvelles dispositions du code de l'environnement dans le règlement uniquement si le RLPi n'avait pas levé l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques car cela aurait conduit à porter le rayon d'interdiction de la publicité de 100 m à 500 m.

6) L'UPE reprend la démonstration développée par Thierry Berlanda portant sur le régime de la publicité de petit format (cf réponse à l'observation 1).

La commission d'enquête a posé une question spécifique sur cette observation : « dans les photos annexées 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 ? »

Le projet de RLPi ne statue pas sur les règles du Code de la route il ne peut s'appuyer que sur les règles du code de l'environnement et les adapter. Ce point précis ne peut donc être examiné au regard du projet de RLPi.

Observation 46 faite par l'association « Résistance à l'Agression Publicitaire », par courrier daté du 4 mai 2017 déposé dans le registre de la Ville de Bordeaux

1) L'association souhaite la mise en place de la liberté de « non-réception » qui conduirait à ce que le format maximum de la publicité soit limité à 2 m² sur la totalité du territoire de la métropole.

Rappelons qu'il existe des principes de valeur constitutionnelle sur la base desquels le droit de la publicité a été construit. Ils sont rappelés à l'article L.581-1 du code de l'environnement qui dispose 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 ». C'est sur le fondement de cette disposition que des dispositions nationales ont été prises en vue de réglementer ces différents dispositifs qu'il est possible de rendre plus sévères par l'adoption d'un RLP. Dans ce cadre, la Métropole a construit son document et non sur le principe de non-réception que l'association revendique.

2) L'association évoque des sondages parus dans la presse locale dans lesquels les sondés se sont positionnés contre la publicité et notamment pour la suppression de la publicité comme cela a été décidé sur Grenoble explique-t-elle.

Comme la commission d'enquête l'a précisé, 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.

Précisons pour mémoire qu'en complément de ces dispositifs de concertation Bordeaux Métropole a réalisé un questionnaire mis en ligne sur le site internet et comptabilisant environ 280 retours ainsi que des registres papiers disponibles à la métropole et dans chacune des 28 mairies afin que les citoyens s'expriment.

Notons aussi que le bilan de la concertation, qui fait état de toutes les contributions recueillies lors de la phase de concertation, précise la manière dont ces contributions ont été prises en compte.

Concernant la décision prise par la Ville de Grenoble il s'agit d'une décision afférente à son contrat de mobilier urbain. En effet la Ville de Grenoble a interdit les dispositifs publicitaires sur le mobilier urbain qu'elle gère. La Ville comme toutes les autres collectivités dont Bordeaux Métropole ne peut interdire de manière générale et absolue la publicité sur son territoire.

L'association demande également à Bordeaux Métropole de préciser le pourcentage de diminution des panneaux en nombre et en surface afin que les citoyens puissent constater les améliorations promises par Bordeaux Métropole.

Les améliorations pourront être constatées par les habitants dès l'application du RLPi c'est-à-dire :

- dès son approbation pour les nouveaux dispositifs,
- deux ans après la date d'approbation du RLPi pour les dispositifs publicitaires existants avant cette date,
- six ans après la date d'approbation du RLPi pour les enseignes existantes avant cette date.

L'UPE estime que 73% des dispositifs publicitaires de grand format se trouvant actuellement sur le domaine privé seraient supprimées si ce projet de règlement était appliqué.

La société Exterion media estime ses pertes pour les grands formats à 66% sur Bordeaux et à 61% sur la Métropole.

La société Oxial estime que le RLPi supprimerait l'ensemble des 10 écrans numériques qu'elle a implanté sur la Métropole.

3) L'association regrette que la période d'extinction nocturne ne soit pas plus étendue comme cela est le cas sur la commune de Libourne.

Précisons que ce n'est pas une reprise de la réglementation nationale car dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, dans laquelle est incluse la Métropole, il n'y a pas de règles nationales d'extinction nocturne dès lors soit l'extinction nocturne n'est pas réglementée, soit le RLPi fait le choix de la réglementer.

Bordeaux Métropole en accord avec les 28 communes a décidé de la réglementer.

La comparaison entre la commune de Libourne et la métropole bordelaise est difficilement réalisable, le nombre d'habitants n'étant pas comparable ni leur rayonnement et attractivité.

4) L'association dénonce la discrimination qu'imposerait le projet de RLPi et ses différents zonages aux citoyens.

En complément du commentaire de la commission d'enquête il faut noter que 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, le même principe s'applique dans le RLPi pour la protection des paysages, pour constituer un équilibre réglementaire et non un règlement arbitraire, non justifiable et non contextualisé.

5) L'association demande l'ajout d'un article interdisant les clean tags dans le projet de RLPi.

Il n'existe effectivement pas de dispositions évoquant explicitant les cleantags dans le projet de RLPi.

En effet, ces derniers doivent être analysés comme de la publicité installée directement sur le sol qui plus est sur le domaine public.

Par conséquent, ils sont soumis aux dispositions qui régissent cette forme de publicité et doivent en outre obtenir l'autorisation du gestionnaire de voirie.

6) L'association évoque la TLPE précisant que sa diminution suite à la réduction de nombre de panneaux ne serait pas impactante.

La question de la TLPE est étrangère au RLPi même si la réduction de la publicité et des enseignes par le règlement aura un impact sur les recettes de TLPE que l'on ne peut mesurer dans son ensemble car cela dépend des communes qui l'ont instituée et des tarifs qui ont été arrêtés.

7) L'association reproche une présentation fastidieuse du RLPi, le caractère technique de la matière. C'est un fait, le droit de la publicité est un domaine technique. Mais comme précisé par la commission d'enquête le rapport de présentation, même s'il comporte plus d'une centaine de pages, est illustré de très nombreuses photos qui permettent de comprendre en quoi consiste cette réglementation et la situation de la Métropole.

Observation 47 de l'association Paysages de France par courrier reçu le 4 mai 2017 et annexé au registre de Bordeaux Métropole

1) Sur la question de la référence aux surfaces utiles et surfaces hors-tout.

L'objet initial de l'article P1 était d'éviter que les sociétés d'affichage contournent les objectifs de réduction de la taille publicitaire du RLPi en maintenant des dispositifs de 12 m² (hors tout) dans lesquels seraient installées des affiches de 8 m² format maximum prévu par le projet de RLPi. Or, cette distinction ne présente plus d'objet depuis un arrêt rendu par le Conseil d'Etat le 20 octobre 2016 soit postérieurement à la date d'arrêt du projet de RLPi. En effet cette jurisprudence n'existait pas au moment de la rédaction du projet de RLPi. En vue de l'approbation du RLPi, il sera tenu compte du nouvel état du droit, les mentions « surface utile » et « surface hors tout » seront supprimées conformément à l'avis de l'Etat, à l'observation de l'association Paysages de France et aux conseils de la commission d'enquête.

Sur la question des bâches publicitaires admises en zone 4a et 4b articles P4a27 et P4b27 point 3. L'association a tout à fait raison. Il n'est effectivement pas possible d'admettre de tels dispositifs dans les communes de moins de 10 000 habitants. Par conséquent, les articles P.4a2.7 et P4b2.7 seront complétés pour préciser que la publicité sur bâches peut être autorisée dans les seules communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants et qu'elle est interdite dans les autres.

2) L'association reproche la structuration du RLPi qui selon elle serait tendancieuse et propose de réduire les articles de la zone 1 notamment.

Comme l'indique la partie explication des choix du projet, il n'existe pas de « modèle » de RLPi contrairement à un PLU. Aussi, le parti a été pris de structurer le règlement en fonction du type de dispositif publicitaire réglementé (publicité, publicité de petit format, publicité numérique, publicité sur bâche) et de ses modalités d'implantation (murale, scellée au sol, sur mobilier urbain) à l'image de la manière dont est articulé le RNP.

Le même reproche est fait s'agissant de la partie enseigne, l'association regrettant que le règlement reprenne dans différentes zones les mêmes dispositions. Une lecture globale (lecture « horizontale ») du document pourrait effectivement donner ce sentiment. Or, l'association oublie à qui ce corpus s'adresse en priorité, d'une part, au commerçant qui veut implanter une enseigne dans un lieu déterminé et d'autre part au service instructeur de la commune concernée. Pour l'un comme pour l'autre, le texte applicable sera celui du lieu considéré (lecture « verticale »), où la question de la redite n'aura pas lieu d'être. Au contraire, cette structuration permet de connaître la totalité des règles applicables dans une zone considérée.

3) Sur le fait que le RLPi lève l'interdiction de la publicité dans les zones 2a et 2b. Comme on l'a indiqué plus haut, cette possibilité est prévue par l'article L.581-8 du code de l'environnement. Le règlement ne fait donc qu'opter pour cette possibilité en limitant toutefois l'implantation de la publicité sur le seul mobilier urbain. La différence importante entre la zone 2a et la zone 2b réside dans la taille des dispositifs de mobilier urbain autorisé. En effet, la zone patrimoniale sur Bordeaux est très étendue aussi il a été fait le choix de la scinder en deux car elle ne couvre pas les mêmes réalités :

- la zone 2a qui représente le secteur sauvegardé inclus dans le périmètre Unesco. Le secteur sauvegardé protège de manière très importante le patrimoine bâti en conséquence le RLPi lui applique l'un des zonages les plus restrictifs, la zone 2a.
- et la zone 2b sur le reste du secteur Unesco, qui n'est pas en secteur sauvegardé, bénéficiant donc d'une protection du patrimoine bâti moins importante que le secteur sauvegardé, elle se voit appliquer une règle un peu moins stricte, la zone 2b mais toujours plus stricte que la zone 3 correspondant aux abords du tramway.

L'enjeu pour le RLPi est d'adapter des règles cohérentes et contextualisées aux différentes réalités rencontrées.

4) Sur le mode de calcul de la surface des dispositifs. Ce point a déjà été traité plus haut (point 1).

5) Le projet de la métropole conduit à ce que dans des lieux remarquables par leur qualité naturelle ou architecturale, les mesures soient plus sévères qu'ailleurs. Cela conduit à ce que dans les zones d'activités économiques et/ou commerciales, au demeurant où, par hypothèse, peu d'habitants résident, la publicité y soit moins encadrée tout en l'étant plus que par la réglementation nationale. Entre les deux, l'association reproche à la zone 5 « axes structurants » de prévoir des règles « où tout est permis ». Or, comme on l'a indiqué plus haut, la règle de densité est plus sévère que la règle nationale, ce qui va conduire à limiter le nombre théorique maximum de panneaux pouvant être implantés (rappelons que l'implantation publicitaire se fait sous réserve de l'accord du propriétaire de la parcelle convoitée).

Mais l'association oublie de relever que d'autres dispositions du RLPi limitent également l'implantation des panneaux, il faut donc en avoir une lecture combinée. Ainsi, la publicité scellée au sol d'une surface supérieure à 2 m² est interdite au droit des façades comportant des ouvertures, jusqu'à une distance de 10 m. Ainsi cette servitude d'éloignement peut conduire à l'impossibilité de l'installation d'une publicité en fonction de la configuration du terrain assiette de l'installation. Cela explique d'ailleurs que l'UPE en demande l'annulation (Cf plus haut point 4). De même, les dispositifs (muraux ou scellés au sol) de plus de 2 m² sont interdits aux abords des carrefours giratoires dans un rayon de 50 m.

L'association reproche que le projet admette la publicité numérique. C'est un fait, la publicité numérique ne fait pas l'objet d'une interdiction générale et absolue, ce que le juge administratif n'aurait pas admis. Mais l'association n'indique pas que les zones 1, 2a, 2b, 4a sont interdites à la publicité numérique. Ce qui à l'échelle de la métropole conduit à interdire dans de très nombreux lieux cette forme de publicité tout en permettant son installation dans d'autres.

6) L'association souhaite que la publicité soit interdite en zone d'activités (zone 6). Adopter une telle mesure est difficilement envisageable dans la mesure où c'est justement dans ces lieux que la publicité aurait vocation à s'implanter. En outre, il convient de rappeler qu'un RLP doit trouver un équilibre entre la protection du cadre de vie et la liberté d'expression laquelle inclut également la liberté d'expression commerciale. Ainsi, si le RLPi devait adopter une telle interdiction, il méconnaîtrait les principes constitutionnels de liberté d'expression.

7) L'association conteste le régime de la publicité institué sur l'emprise aéroportuaire. Si effectivement et comme on l'a indiqué plus haut (point 1), dans cette emprise, la réglementation nationale permet l'implantation de dispositifs publicitaires de grand format, le régime envisagé en zone 7 est plus restrictif puisqu'il limite les lieux où la publicité peut être implantée ce que la société gérant l'aéroport conteste par ailleurs.

8) Concernant la demande de l'association Paysages de France de réduire le nombre de zones à 5, Bordeaux Métropole a apporté des éléments d'explication aux points n°2 et n°5.

Concernant la demande spécifique de la commission d'enquête de regrouper la zone 2a et la zone 2b, Bordeaux Métropole a donné des précisions au point n°3.

Enfin concernant la demande de la commission d'enquête de regrouper la zone 4a et la zone 4b, il faut noter que le projet initial de RLPi prévoyait une seule zone 4. C'est le travail avec les différents partenaires, les habitants et les communes qui a fait évoluer le projet en ce sens. En effet, il est apparu évident que Bordeaux Métropole ne pouvait réglementer de la même manière les communes moins urbaines comme Saint-Aubin-de-Médoc et les quartiers très urbains comme Caudéran à Bordeaux. Ainsi ces deux zones ont été créées pour correspondre pour la zone 4a aux quartiers résidentiels plus urbains et pour la zone 4b aux quartiers résidentiels de communes plus petites, moins urbaines.

Les différences réglementaires sont nombreuses entre ces deux zones considérant l'écart entre ces deux types de tissus. En effet, la densité, la publicité numérique ou encore la publicité sur mobilier urbain y sont réglementées de manière différente.

9) S'agissant des règles applicables dans l'emprise des équipements sportifs et des gares routières. Contrairement à ce qu'indique l'association, les équipements sportifs concernés (stade Chaban-Delmas et stade Matmut Atlantique) sont inclus dans des zones réglementées par le RLPi ce qui conduit à ce qu'ils ne soient pas soumis à la réglementation nationale dénoncée par l'association mais au contraire aux dispositions restrictives du RLPi.

S'agissant des gares routières, il convient d'indiquer que les dispositions concernant la publicité ont été adoptées par un décret n°2017-107 du 30 janvier 2017 soit bien postérieurement à la date à laquelle le projet de RLPi a été arrêté. Il n'était donc pas possible de prévoir de dispositions en la matière. La question du régime de la publicité dans l'emprise des gares routières situées hors agglomération se posera à la Métropole lorsqu'elle aura à connaître de tels projets. Pour le moment Bordeaux Métropole n'est pas concernée.

Des précisions en ce sens seront apportées dans le rapport de présentation sur ces deux derniers points.

S'agissant de la publicité lumineuse sur toiture, l'association reproche au règlement de ne pas l'avoir envisagé malgré, selon ses dires, « l'ampleur de leur impact de l'environnement ». Or, d'une part, force est de reconnaître que ce type de dispositif publicitaire n'est absolument pas utilisé par les professionnels de l'affichage, il n'y en a en tout cas aucun sur le territoire de la Métropole. D'autre part, si d'aventure, de tels dispositifs venaient à se développer, dans chaque zone du RLPi, il est prévu des dispositions concernant la publicité lumineuse incluant par conséquent la publicité lumineuse sur toiture, ce qui révèle qu'il existe bien une réglementation en la matière.

10) L'association souhaite que soient interdites les enseignes scellées au sol de manière générale et absolue. Le projet de RLPi limite leur implantation soit en les interdisant en zone 2a, soit en réduisant leur format à 2 m² en zone 1, 2b et 3. En outre, dans les autres zones, leur format est limité à 8 m² alors que la réglementation nationale limite leur format à 12 m². Il y a donc une limitation globale du format de ces enseignes.

11) L'association reproche au RLPi de n'avoir pas adopté de dispositions restrictives en matière d'enseigne murale et souhaite que le format maximum soit de 6m². Il convient d'indiquer que le diagnostic a montré que la réglementation nationale avec sa limitation de la surface cumulée des enseignes murales est une règle déjà très contraignante non encore appliquée sur le territoire. Commençons par l'appliquer avant de la rendre plus restrictive. Il sera toujours temps lors d'une procédure d'évolution ultérieure d'aller plus loin.

12) L'association souhaiterait interdire les enseignes numériques sur la totalité du territoire de la Métropole. Le RLPi a pris la mesure de l'impact de tels dispositifs sur le cadre de vie, ce qui explique que dans certains lieux, ils soient interdits et que dans d'autres leur format soit limité. C'est là une position d'équilibre.

13) L'association souhaiterait également interdire les enseignes en toiture en tous lieux. Elle oublie d'indiquer que le RLPi s'il ne prend pas une telle mesure les interdit

tout de même dans de nombreuses zones et ne les autorise principalement que dans les zones commerciales qui, eu égard à leur destination ont vocation à accueillir ce type de dispositif. Cette possibilité offerte en zones commerciales par le projet de RLPi est bien entendu encadrée.

14) L'association reproche au projet de RLPi de ne pas avoir traité des enseignes scellées au sol d'une surface inférieure ou égale à 1m^2 . Effectivement, le règlement ne traite que des enseignes dont le format est supérieur à 1m^2 .

Le diagnostic a bien relevé les nombreuses infractions aux règles moins restrictives du RNP si déjà ce projet de RLPi est appliqué il risque modifier de manière significative le paysage.

Et comme précisé plus haut il sera toujours temps lors d'une procédure ultérieure de renforcer ces règles.

Observation 54 de la Société Oxial faite par courrier du 4 mai 2017 déposé dans le registre de la Ville de Bordeaux

1), 3), 6) La société Oxial regrette que Bordeaux Métropole fixe dans le projet de RLPi des prescriptions très sévères quant à la publicité numérique qui selon elle est beaucoup moins polluante que l'affichage traditionnel.

En ce sens elle propose que le numérique puisse s'implanter sur le mobilier urbain dans les mêmes conditions que les autres publicités en zones 1, 2a, 2b et 4a.

Enfin elle propose d'augmenter la surface maximale en zones 5 et 6 de 6m^2 à 7m^2 prenant pour exemple son matériel compris entre $6,35\text{m}^2$ et $6,75\text{m}^2$. Sur ce point la commission d'enquête demande à Bordeaux Métropole si une mesure dérogatoire sur les dispositifs existants peut être envisagée pour des raisons économiques.

Un aspect de la publicité numérique n'a pas été évoqué par la Société dans ces propos liminaires relatif à son intérêt, c'est son impact sur le cadre de vie. Par son intensité lumineuse la publicité numérique n'a pas le même impact visuel que la publicité dite « traditionnelle ». La réglementation nationale l'a parfaitement pris en compte puisque le format de la publicité numérique est limité à 8m^2 (contre 12m^2 pour la publicité non lumineuse) qu'elle est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 h et, surtout, qu'elle est soumise à autorisation préalable d'une durée maximum de 8 ans.

Cela explique que le RLPi de la Métropole ait pris en compte ces différences en limitant son usage dans des lieux et selon des formats estimés les moins préjudiciables au cadre de vie. Ainsi les dispositifs numériques sont interdits dans les espaces de nature (zone 1), dans les zones d'intérêt patrimonial (zones 2a et 2b) et dans les quartiers résidentiels des communes moins urbaines, plus petites (zone 4a) que ce soit sur mobilier urbain ou sur tout autre dispositif.

Et le projet de RLPi autorise la publicité numérique jusqu'à 6m^2 en zones 5 et 6.

Le RLPi ne peut imposer un régime dérogatoire pour les dispositifs existants avant son approbation. C'est le code de l'environnement qui prévoit un délai raisonnable pour que les dispositifs existants avant l'approbation du RLPi soient mis en conformité avec le RLPi, celui-ci étant de :

- 2 ans pour les publicités
- 6 ans pour les enseignes.

2) L'entreprise estime que la disposition conduisant à éloigner un dispositif publicitaire d'au moins 10 m d'une façade non aveugle est particulièrement injuste. Cette disposition répond à un objectif de protection du cadre de vie visant à éloigner les dispositifs publicitaires des immeubles et remédier à des situations rencontrées sur la métropole (cf. illustration dans le rapport de présentation, partie Orientations p.124).

4) La société Oxial souhaite que la limitation des formats prévue en zone 3 et en zone 4b soit modifiée et elle sollicite une adaptation des zonages des axes du tramway et des zones résidentielles en fonction des réalités économiques et empiriques de chaque axe. Comme évoqué par la commission d'enquête cette demande n'est pas argumentée et ne liste pas les secteurs concernés. Seule l'avenue de Magudas à Mérignac est citée en exemple. Bordeaux Métropole peut seulement rappeler que le principe général qui a guidé le choix des zonages repose sur la primauté du zonage le plus strict lorsque deux zonages peuvent être prescrits sur un même secteur.

Ici l'avenue de Magudas dispose de quelques commerces et est très circulée elle aurait peut-être pu être classée en zone 5 ou en zone 6 du RLPi si elle n'était pas traversée par le tramway, c'est donc la zone 3 qui a été choisie.

5) Il est fait le reproche que la règle de densité envisagée en zone 5 (article P.5.2.1) ne permettrait pas l'implantation de publicité murale car il n'y aurait pas de murs aveugles (seuls murs pouvant accueillir de la publicité). Il convient de préciser que la règle de densité prévoit également la possibilité d'installer de la publicité scellée au sol. Aussi, ce que demande la Société est exactement ce que prévoit la règle de densité de la zone mais dans des conditions un peu plus sévères puisque c'est au-delà de 40 m de linéaire de façade de l'unité foncière sur la voie publique qu'un dispositif scellé au sol est admis et un second au-delà de 80 m de linéaire de façade sur la voie publique.

La proposition de règle de densité exposée par la société Oxial se rapproche du règlement national de la publicité (article R581-25). Le RLPi a pour objectif de réduire l'impact de la publicité sur notre cadre de vie, réduire la fréquence des dispositifs publicitaires est donc une mesure essentielle c'est pourquoi le projet de RLPi prescrit une règle plus stricte que le RNP en la matière. A noter que la zone 5 autorise des formats de publicité plus importants que dans les zones précédentes.

7) S'agissant de la question des communes hors l'unité urbaine de Bordeaux il est important de rappeler que les communes qui ne font pas partie de l'unité urbaine de Bordeaux sont, selon les données officielles fournies par l'INSEE, Saint-Louis-de-Montferrand et Ambès (voir rapport de présentation p.44).

L'article R.581-34 interdit la publicité lumineuse dans ces communes, le RLPi ne peut donc en aucun cas l'y autoriser.

8) La société estime que la règle d'interdiction de la publicité aux abords des ronds-points a été prise sans aucun fondement et demande à ce qu'elle soit supprimée voire que la servitude de reculement soit diminuée à 5 m au lieu de 50 m. Au contraire, cette disposition a pour objet d'assurer une meilleure lisibilité des lieux où se concentre la circulation automobile en éloignant les dispositifs publicitaires. La disposition ne concerne que les ronds-points parce que la présence de feux de

signalisation permet d'assurer la sécurité de la circulation alors qu'en leur absence, la vigilance des automobilistes doit être accrue. La proposition de l'entreprise à la porter à 5 m ne permettrait pas de remplir l'objectif escompté.

Observation 55 de Messieurs Elebaut et Margoto des sociétés Giraudy et Extérieur Média du 5 mai 2017 déposée sur le registre de la Ville de Bordeaux

1) Il est demandé, uniquement en zone 7, de lever l'interdiction des spots d'éclairage. Il s'agit là d'une mesure visant à assurer la qualité esthétique des dispositifs. Dès lors rien ne justifie que dans une zone, et contrairement aux autres, ces règles ne puissent trouver à s'appliquer.

La société de l'aéroport Bordeaux-Mérignac a fait la même demande sur les dispositifs de dimension exceptionnelle, des précisions de la part de Bordeaux Métropole y sont apportées (cf observation n°25).

Il est demandé de mieux définir le terme de « préenseigne temporaire ». Cette définition figure dans le chapitre 11 du rapport de présentation « le glossaire du règlement ».

Il est demandé d'autoriser la publicité scellée au sol à moins de 10 m des façades des ouvertures lorsqu'il s'agit d'un local commercial et industriel. Cette disposition vise à assurer l'éloignement de la publicité scellée au sol des bâtiments implantés sur la même unité foncière. Dès lors, la destination de ces derniers importe peu ; il n'y a donc pas lieu de prévoir une règle différente en fonction de cette destination.

Les contributeurs demandent à conserver le choix de la couleur des dispositifs accueillant de la publicité. Rappelons qu'il ne s'agit pas d'une obligation pour les communes de prévoir une couleur mais une faculté. Seule la commune de Blanquefort avait dans son règlement de publicité une telle mesure. Elle a été reprise dans le cadre du RLPi mais les autres communes ne se sont pas engagées dans cette voie.

2) Les contributeurs demandent à ce que la zone 2b correspondant à une partie du secteur Unesco de la ville de Bordeaux non compris dans la zone 2a puisse accueillir de la publicité au format 2 m² et 8 m². Compte tenu de l'objectif de protection qu'impose le label patrimoine mondial, l'implantation publicitaire est limitée au seul mobilier urbain eu égard à la mission d'intérêt général qu'il remplit. En outre, la collectivité maîtrise son implantation ce qui permet d'en limiter l'impact visuel. Permettre l'implantation publicitaire pour d'autres types de dispositif contreviendrait à cet objectif de protection du patrimoine historique.

3) Les contributeurs craignent que le développement de la ligne du tramway étende la zone 3. Il convient de préciser que l'évolution de l'Agglomération bordelaise ne concerne pas cette seule problématique. Dans les années à venir, l'urbanisation de la métropole va continuer à se développer, de nouvelles protections vont voir le jour (EBC, inscription ou classement de Monuments historiques, etc.). Autrement dit, d'autres zones du RLPi seront susceptibles d'être impactées par ces évolutions. Le régime de la publicité et des enseignes le sera également, il n'est donc pas possible

de figer la réglementation sans tenir compte de ses évolutions soit juridiques, soit matérielles.

4) Les contributeurs souhaitent porter de 2 m² à 4 m² le format maximum de la publicité en zone 4b. Comme il a été indiqué plus haut, une telle option ne peut être retenue car elle va à l'encontre de l'objectif poursuivi par la métropole pour la préservation du cadre de vie notamment en zone résidentielle.

5) Les contributeurs souhaitent que la zone 5 ne soit pas morcelée et qu'elle garde une certaine continuité. Comme ils le relèvent certains axes traversent plusieurs communes et, surtout, plusieurs centres villes, la logique de soumettre à des mesures plus sévères les voies en question s'impose car les caractéristiques des lieux l'imposent comme on l'a déjà indiqué s'agissant du Cours du Général de Gaulle à Gradignan (cf observation n°28).

6) Les contributeurs souhaitent que certains secteurs soient basculés en zone 6 (zone d'activités). Mais comme il a été indiqué plus haut, leur identification s'appuie sur le zonage du PLU3.1 qui délimite les zones d'activités. Les sociétés Giraudy et Exterion Media ne donnent pas d'arguments pour déroger à ce principe général.

7) Sur l'aéroport Bordeaux Métropole renvoie à ses précisions à l'observation n°25.

Spécialement M. Margoto s'étonne de la rupture d'égalité existant entre la publicité sur mobilier urbain et la publicité sur d'autres supports. Il convient d'indiquer que le Conseil d'Etat a, de longue date, considéré que le principe d'égalité n'était pas méconnu lorsque une réglementation institue un zonage où seule la publicité sur mobilier urbain est admise. En ce sens, l'arrêt déjà cité du 10 novembre 1997, Commune du Grand Quevilly, *« considérant qu'il ne ressort pas des pièces du dossier que le maire du Grand Quevilly, en instituant par l'arrêté litigieux trois zones de publicité restreinte couvrant en totalité l'agglomération du Grand Quevilly, dont la première, dite "zone de protection absolue" où l'affichage publicitaire est interdit sur d'autres supports que le mobilier urbain mis en place par la commune correspond aux quartiers résidentiels de la commune, ait commis une erreur manifeste d'appréciation ni institué une discrimination illégale en faveur du mobilier urbain (...) »*. Comme on l'a indiqué, plus haut le mobilier urbain répond à une utilité publique étrangère aux autres dispositifs, ce qui justifie ce statut particulier.