

PRINCIPALES ORIENTATIONS DU FUTUR RLPi POUR LES PUBLICITES ET LES ENSEIGNES

L'analyse des 22 RLP en vigueur ainsi que le bilan des entretiens avec chaque commune a permis de définir dans le futur RLPi 12 orientations suivantes :

Pour la PUBLICITE

1 – Interdire la publicité dans certains lieux

* préserver la richesse patrimoniale en interdisant la publicité dans les espaces de nature identifiés au PLU

2 – Harmonisation des règles sur lieux identifiés

* règles harmonisées et en cohérence sur l'ensemble du territoire de la CUB (patrimoine bâti remarquable, monuments historiques inscrits ou classés, lignes de tramway, ronds-points, entrées de ville ou encore le long des voies structurantes)

3 – Adaptation des formats publicitaires aux lieux environnants

* La publicité scellée au sol doit respecter les lieux environnants (ne pas dépasser le bâti ou ne pas être à une hauteur excessive par rapport aux voies). Murale, elle ne doit pas masquer les éléments de composition du bâti

4 – Suppression des doublons (et plus)

- * Interdiction des panneaux côte à côte.
- * la règle nationale de densité et de publicité numérique renforcée
- * interdiction sur clôtures

5 – Amélioration de l'aspect des dispositifs

* Prise en compte de l'aspect esthétique : suppression par exemple des passerelles et accessoires

6 – Adoption de la règle nationale d'extinction nocturne amélioration de l'aspect des dispositifs

- * Harmonie sur l'ensemble des territoires (extinction entre 1 h et 6 h par exemple)

7 – Traiter le cas particulier de l'emprise de l'aéroport de Mérignac

* La règle nationale permet des formats de publicité plus importants sur les emprises des aéroports (affiches de 50 m², de même que des panneaux de publicités numériques)

Pour les ENSEIGNES

8 – Adapter les enseignes à leur contexte

* Lorsque les bâtiments du centre ville présentent une architecture remarquable, les enseignes seront intégrées aux façades des immeubles

9 – Appliquer la réglementation nationale dans les zones commerciales

* limitation de leur surface par rapport à la façade commerciale mais également sur toiture, 1 seule enseigne scellée au sol par voie bordant l'établissement.

10 – Instituer des préconisations esthétiques

- * Par exemple, transformées des enseignes scellées au sol en totem

11 – Interdire les enseignes sur clôtures

- * sur clôtures aveugles et non aveugles

12 – Réglementer les enseignes temporaires

- * La durée, les formats, le nombre et les procédés seront réglementés (par exemple, autorisation 10 jours avant et 2 jours après une offre promotionnelle)

Ce rapport sert de support au débat qui doit se tenir en conseil municipal sur les orientations du projet de RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal) de la Communauté Urbaine de Bordeaux, en application des articles L581-14-1 du Code de l'Environnement, mais aussi L123-9 et L123-18 du Code de l'Urbanisme.

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

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

Depuis la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE) de 2010, la CUB, compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), est compétente pour élaborer un RLP intercommunal (RLPi) sur son territoire. Les 22 RLP communaux existants continuent à s'appliquer jusqu'à l'approbation du RLPi.

La procédure d'élaboration du RLPi est identique à celle du PLU, qui prévoit la tenue d'un débat sur les orientations en conseil de communauté et dans les conseils municipaux des communes membres. Concernant le RLPi, au vu du diagnostic réalisé sur le territoire et en fonction de ses spécificités, des orientations en terme d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement ont été définies comme support au projet de règlement.

La synthèse des conclusions du diagnostic est la suivante :

- L'analyse des 22 RLP communaux en vigueur a démontré que de très bonnes mesures individuelles avaient été prescrites mais que l'ensemble restait très hétérogène.
- Le bilan des entretiens avec chaque commune a fait apparaître un certain nombre de souhaits communs pour ce futur RLPi à savoir : préserver les acquis des RLP existants, prendre en compte l'utilité du mobilier urbain et de la microsignalétique, prendre en compte les espaces de nature, assurer la protection des centres-villes, diminuer certains formats, encadrer la densité et la qualité du matériel, contrôler la publicité numérique et maîtriser les enseignes temporaires.
- Les conclusions du diagnostic terrain ont fait apparaître :
 - . sur les 2243 dispositifs publicitaires recensés sur les pénétrantes de la CUB une disparité des matériels, peu de dispositifs en infraction, une forte proportion de panneaux de 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 donc permis de définir les 12 orientations suivantes pour le futur 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/ Dédensifier 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

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

Pour mémoire, la Ville de Mérignac a élaboré son premier règlement local de publicité au début des années 1990. Au regard de la prolifération des panneaux publicitaires sur le territoire et soucieuse du cadre de vie de ses habitants, Mérignac a été amenée à élaborer un nouveau règlement en 2003 qui a conduit à 372 déposes et 71 mises en conformité de panneaux publicitaires. Mérignac a été la première ville de la Communauté Urbaine de Bordeaux à imposer le format maximum de 8 m² et à être beaucoup plus restrictive que la loi.

Cependant, certains afficheurs publicitaires ont saisi le Tribunal Administratif d'un recours pour excès de pouvoir, recours rejeté par jugement en 2005. Mais la Cour Administrative d'Appel saisie par les mêmes afficheurs a annulé ce jugement mais également l'arrêté portant règlement de publicité.

Aussi, compte tenu de ces éléments et afin de poursuivre ces actions en matière de protection de l'environnement, un nouveau règlement a été élaboré en 2007. Celui-ci a conduit à 236 mises en conformité principalement sur les enseignes.

En résumé, depuis l'application des différents règlements et de par le travail continu de terrain, à ce jour, la Ville de Mérignac a fait déposer environ 500 panneaux publicitaires et 550 enseignes ont été mises en conformité. Il reste sur le territoire 216 panneaux publicitaires en 8 m² et 55 en 2 m².

Par ailleurs, il existe également 90 mobiliers urbains publicitaires de 2 m² et 8 panneaux en 8 m².

De par les actions mises en oeuvre, Mérignac souhaite conserver ses acquis par la prise en compte des règles édictées sur le territoire dans le futur RLPI à savoir, conserver la distance minimum des publicités aux abords des ronds-points, interdire les panneaux en V, l'affichage sur les clôtures, limiter le nombre des enseignes scellées au sol ainsi que des panneaux publicitaires...

La nouvelle réglementation introduite par le Grenelle 2 interdisant désormais toute publicité et pré-enseignes dérogatoires hors agglomération et le RLPI devant être plus restrictif que la loi, un certain nombre de panneaux publicitaires devront être déposés dans un délai de 2 ans à l'application du nouveau règlement soit environ une centaine, de même qu'un certain nombre d'enseignes devront être soit supprimées soit mises en conformité dans un délai de 8 ans.

Par ailleurs, Mérignac souhaite également maîtriser l'installation des panneaux publicitaires dits numériques afin de protéger l'environnement sur certaines zones et limiter les impacts visuels et

de sécurité que peuvent représenter ces types de panneaux, soit en imposant le format maximum de 2 m² en zone commerciale par exemple soit en imposant l'interdiction totale sur le reste du territoire.

Ceci étant exposé, il est proposé de débattre sur les orientations présentées ci-dessus.