

**Ministère de la Région de Bruxelles-
Capitale**
B.D.U. – D.U.
Monsieur Francisco Guillan y Suarez
Fonctionnaire délégué
C.C.N. - Rue du Progrès, 80 / bte 1
B – 1035 BRUXELLES

Bruxelles, le

V/Réf : 03/PFD/615749
N/Réf : JMB/BSA-7.2/s.597
Annexe : 1 dossier

Monsieur,

Objet : BERCHEM-SAINTE-AGATHE. Avenue Charles Quint, de 129 à 131 ; avenue Josse Goffin, de 133 à 135.
Placement de 2 planimètres Villo ! avec borne publicitaire dans l'espace public.
Permis d'urbanisme (Dossier traité par M A. Hancisse)

En réponse à votre lettre du 7 décembre 2016, en référence, nous avons l'honneur de porter à votre connaissance que, en sa séance du 14 décembre 2016, et concernant l'objet susmentionné, notre Assemblée a formulé les remarques suivantes.

Objet de la présente demande

La présente demande de permis d'urbanisme porte sur le placement de deux planimètres Villo ! de 2 m²:
- Avenue Charles Quint, au niveau des n° 129 à 131, 25 m avant la rue de Ganshoren,
- Avenue Josse Goffin, au niveau des n° 133 à 135, à l'angle de la rue Egide Winteroy.

La CRMS a déjà examiné nombre de demandes de placement de stations de location de vélos similaires ces dernières années. Voici les critères et remarques qu'elle réitère :

Contexte

La demande, qui émane du Cabinet du Ministre en charge de la Mobilité, s'inscrit dans le cadre de la création d'un vaste réseau de 200 stations « cyclocity » en Région bruxelloise, permettant la mise à disposition au public de 2500 vélos de location. L'initiative est en partie financée par des dispositifs de publicité qui apparaîtront un peu partout dans la ville (maximum 2m² autorisés par le RRU) puisqu'un dispositif publicitaire est intégré à la borne d'accueil des stations VILLO ! : une face sert de guichet pour la station VILLO ! et l'autre face intègre l'affichage publicitaire. Rappelons que les permis concernant la publicité sont et doivent être renouvelés après 6 ans.

Remarques

La principale remarque formulée par la CRMS concerne l'impact des dispositifs de publicité sur l'espace public, en particulier dans les zones de protection de biens classés et/ou là où des enjeux patrimoniaux se présentent.

La Commission regrette qu'une telle initiative, relevant d'une politique globale menée par la Région bruxelloise, doive recourir à des dispositifs publicitaires et ne puisse pas être financée par un autre système (payage urbain, etc.). Elle signale que d'autres grandes villes européennes ont également mis en place une politique de location de vélos où l'ampleur des dispositifs publicitaires est sans commune mesure avec la présente proposition (ex : Paris, Lyon, Helsinki, Barcelone, etc.). A Paris, par exemple, l'installation de stations vélos est soumise à l'autorisation des Architectes des Bâtiments de France à

proximité des monuments historiques. Outre le fait que la réglementation nationale française distingue différentes zones comme chez nous (interdites, restreintes, élargies), le règlement de publicité permet des adaptations locales de la part des municipalités qui peuvent être plus restrictives. La CRMS encourage une telle politique.

De manière générale la CRMS regrette donc la présence de bornes publicitaires, en particulier dans les zones de protection ou à proximité d'édifices classés. Pour ces zones, le placement des simples bornes (d'information), sans publicité, devrait être systématisé.

Outre l'impact des publicités sur les édifices protégés, la CRMS demande également de ne pas encombrer visuellement des lieux stratégiques de la ville où aboutissent des axes de circulation majeurs et où convergent des perspectives visuelles importantes. La CRMS observe que les stations, qui occupent une emprise au sol d'environ 40m², s'accompagnent trop souvent d'une prolifération de mobilier (bornettes, bornes, panneaux d'information, publicités, etc.), qui accusent leur présence dans le paysage urbain.

La CRMS demande donc de réduire au strict minimum le nombre et les dimensions du mobilier qui équipe ces stations. Elle demande aussi d'adapter l'implantation de certaines bornes et panneaux de façon à ne pas porter atteinte à la lisibilité de l'espace public. ***A cette fin, l'implantation en biais des grands dispositifs de publicité à l'entrée d'axes structurants, sur des carrefours ou devant des arbres doit être particulièrement évitée.***

Une convention, qui définit le financement et le mode gestion des Villos, octroie la concession à une société privée de communication extérieure pour exploiter cet outil d'intérêt public et un système de compensation est d'application lorsque les panneaux publicitaires sont refusés en zone de protection, il permet d'augmenter le nombre de panneaux de publicité en dehors des zones de protection. La CRMS ne peut que regretter cette situation de fait déplorable. Consciente des conséquences très négatives de la convention sur l'espace public proche des zones de protection, la CRMS part du principe qu'il est aussi important de réduire au maximum le nombre de panneaux dans l'espace public de manière générale que de garantir une distance raisonnable entre ledit panneau et le bien protégé.

Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos meilleurs sentiments.

A. AUTENNE
Secrétaire

M.-L. ROGGEMANS
Présidente

C.c.: B.D.U. – D.M.S. : Mme Michèle Herla, M Harry Lelièvre