

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

Bruxelles, le

V/Réf : 14/pfd/589415
N/Réf : JMB/BXL-7.79/s.583
Annexe : 1 dossier

Monsieur,

Objet : BRUXELLES. Aménagement de 12 stations de location de vélos avec bornes publicitaires.
Permis d'urbanisme (Dossier traité par M A. Hancisse)

En réponse à votre lettre du 3 février 2016, en référence, réceptionnée le 5 février, nous avons l'honneur de porter à votre connaissance que, en sa séance du 17 février 2016, et concernant l'objet susmentionné, notre Assemblée a formulé les remarques suivantes.

La demande, qui émane du Cabinet du Ministre Pascal Smet, 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.

La CRMS a déjà examiné nombre de demandes de placement de stations de location de vélos ces dernières années.

La demande de permis d'urbanisme actuelle concerne la Ville de Bruxelles et porte sur 12 stations accompagnées de bornes d'information et publicitaires de 2m². Les permis concernant la publicité sont périmés (après 6 ans) et doivent être renouvelés.

Remarques générales

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 là où des enjeux patrimoniaux se présentent. En effet, la CRMS constate que l'initiative sera financée en grande partie par des dispositifs de publicité commerciale qui apparaîtront un peu partout dans la ville (maximum 2m² autorisés par le RRU).

La Commission regrette qu'une telle initiative, relevant pourtant d'une politique globale menée par la Région bruxelloise, doive recourir à des dispositifs publicitaires et ne puisse 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. Or, la CRMS observe que les stations, qui

occupent une emprise au sol d'environ 40m², s'accompagnent 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 la société JC Decaux 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 que de garantir une distance raisonnable entre ledit panneau et le bien protégé.

Dans les cas qui nous occupent

La CRMS a examiné chaque demande et l'a confronté aux critères développés ci-haut ; elle a préféré accepter les emplacements proposés plutôt que de voir se multiplier les dispositifs publicitaires. A savoir :

Les stations avec publicité situées dans une zone de protection :

- 1/ place de Ninove le long du boulevard de l'Abattoir : Pavillons d'octroi de la Porte de Ninove ;
- 2/ boulevard Maurice Lemonnier (devant les n° 202-214 / anlg boulevard du Midi : ancienne Brasserie Express-Midi située boulevard Lemonnier n° 218 ;
- 3/ rue Archimède 62-64 : squares Ambiorix, Marguerite, Palmerston ;
- 4/ boulevard Emile Bockstael n° 254-260 : ancienne Maison communale de Laeken ;
- 5/ quai de Willebroeck 22bis : Ferme des Boues ;
- 6/ boulevard Anspach n° 180-192 : Pharmacie du Bon Secours ;
- 7/ avenue des Arts n° 58 : Palais des Académies.

La station sans publicité située dans une zone de protection :

- 1/ chaussée de Louvain n° 260-264 : ancienne gare de Saint-Josse-ten-Noode.

Les stations avec publicité situées sur un axe structurant ou à proximité d'un carrefour important :

- 1/ boulevard du Midi n° 142 ;
- 2/ avenue de Cortenberg ;
- 3/ place Jean Rey / rue Belliard ;
- 4/ chaussée d'Etterbeek n° 15.

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

A. VAN LOO
Secrétaire

M.-L. ROGGEMANS
Présidente

C.c.: B.D.U. – D.M.S.