



COMMISSION ROYALE DES MONUMENTS ET DES SITES
KONINKLIJKE COMMISSIE VOOR MONUMENTEN EN LANDSCHAPPEN

Ville de Bruxelles
Département Urbanisme
Section Autorisations
Madame V. Mosquera
Directrice
Boulevard Anspach, 6
B - 1000 BRUXELLES

V/Réf. : E370/2020 (corr. : M. Desreumaux)

Réf. Nova : 04/PU/1749103

N/Réf. : AA/AH/BXL21462_662_Jacqmain_11_CocaCola

Bruxelles, le 29-10-2020

Annexe : 1 dossier

*Envoi numérique (voir destinataires en fin d'avis) en raison de l'épidémie de Covid-19
une copie papier suivra ultérieurement*

Objet : BRUXELLES. Place De Brouckère / boulevard Emile Jacqmain, 11. Demande de permis d'urbanisme portant sur la régularisation de l'enseigne « Coca-Cola » existant en toiture de l'immeuble.

Avis de la CRMS

Madame,

En réponse à votre courrier du 29/09/2020, nous vous communiquons **les remarques** formulées par notre Assemblée en sa séance du 14/10/2020.

CONTEXTE

La demande concerne le dispositif publicitaire Coca Cola installé en toiture de l'ancien hôtel Continental, réalisé en 1874 par l'architecte Eugène Carpentier. Situé à l'angle des boulevards E. Jacqmain et A. Max, il occupe une place stratégique sur la place De Brouckère et constitue l'aboutissement de la perspective monumentale depuis la gare du Midi, dans l'axe des boulevards du Centre. *L'immeuble est inscrit à l'Inventaire du Patrimoine architectural et se trouve dans les zones de protection de l'Hôtel Métropole et du passage du Nord. Au PRAS, la place de Brouckère ainsi que les boulevards du Centre sont inscrits au PRAS et comme axes structurants.*



Photos jointes à la demande de permis

1/5

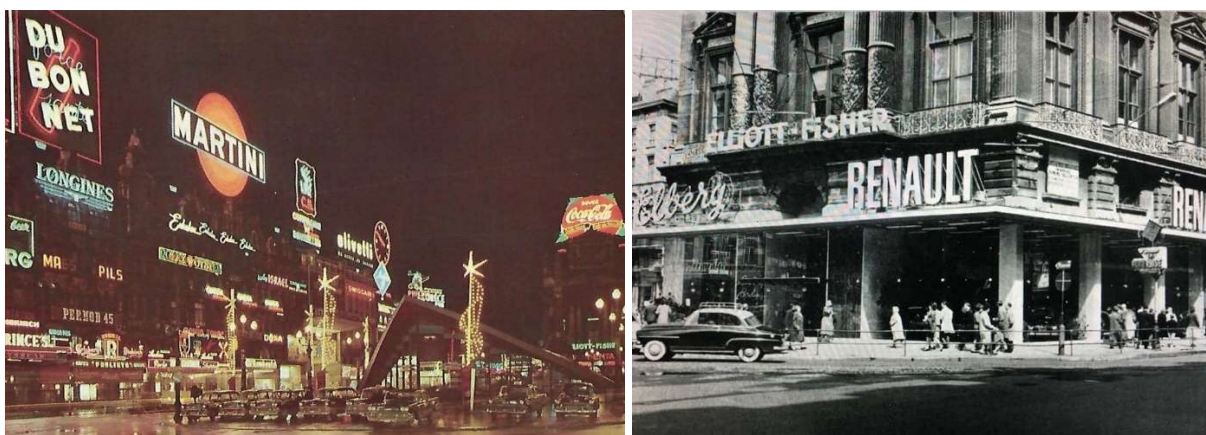
L'immeuble connaît un important incendie en 1901 qui fait disparaître le groupé sculpté "Le Festin" en cuivre qui le sommait. S'en suivent des travaux de réfection. C'est en 1910 que le "Café de l'Hôtel Continental" put à nouveau reprendre son activité.



L'incendie de 1901 (collection privée)

La toiture de l'immeuble est depuis le XIXe siècle occupée par des enseignes publicitaires et a été équipée dans les années 1950 d'une première publicité Coca-Cola, remplacée vers 1980 par une enseigne néon avec le logo mis à jour. Sa présence fut confirmée par le PPA Anvers-Alhambra approuvé en 1992 stipulant alors que « la publicité lumineuse est autorisée en toiture à front de la place de Brouckère à condition qu'elle soit en harmonie avec la place et ses environs ».

On procéda à une rénovation complète de l'immeuble en 1979-1982 avec restauration des façades mais dans une opération de façadisme en vidant l'intérieur. Ceci permit cependant de restituer le pristin état de la façade du rez-de-chaussée, éventré dans les années '80 pour accueillir un garage Renault et sa vitrine continue. Les mêmes années verront la suppression progressive des dispositifs publicitaires lumineux en surplomb et sur la façade des bâtiments de la place Brouckère, à l'exception du panneau Coca-Cola.



Place De Brouckère en 1958, transformation du rez en show-room (collection privée)

En 2011, les néons de l'enseigne Coca-Cola furent remplacés par un écran LED protégé par un encadrement métallique large et profond. Installé sans autorisation préalable, ce dispositif publicitaire fut

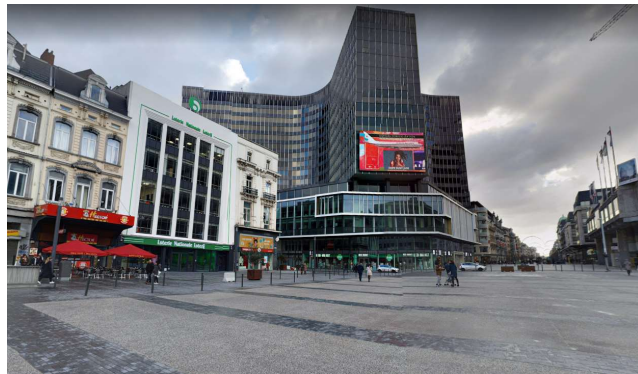
régularisé par permis d'urbanisme du 13/09/2013 (avis de la CRMS du 27/06/2012) et autorisé pour une durée de 6 ans, arrivant à terme en septembre 2019.

Le présent dossier -introduit le 18/05/2020- constitue une nouvelle demande de régularisation pour 6 ans, et est libellée comme suit : « maintenir l'écran LED placé sur le toit de l'immeuble 'Continental' ayant pour message publicitaire les textes 'Drink', 'Coca-Cola' et 'Ice Cold' en lettres blanches sur fond rouge ». Elle vise également l'autorisation pour intégrer au panneau des éclairages dynamiques avec possibilité d'intégrer des messages d'utilité publique.

AVIS ET REMARQUES DE LA CRMS

Dans le foulée des améliorations initiées et concrétisées par la Ville à la fin du XXème pour le retrait des nombreux panneaux publicitaires de la Place de Brouckère, et à l'heure où le réaménagement des boulevards du Centre entend améliorer le cadre de vie et embellir le centre-ville, où la lutte contre les effets négatifs de la publicité est au cœur des préoccupations régionales¹, et où de nombreuses initiatives sont prises pour soutenir l'embellissement de la ville (*enlèvement dans les années 1980 des enseignes Renault de l'hôtel Continental, en 2010, campagne de restauration des devantures de la Bourse, etc.*), la CRMS enjoint la Ville à poursuivre les efforts et à saisir l'opportunité de ces évolutions pour renoncer à renouveler la régularisation du dispositif lumineux Coca Cola dans le paysage urbain et plaide pour son démontage.

Placé sur la toiture de l'hôtel Continental, édifié en style éclectique en 1874, il dénature non seulement cet immeuble à valeur patrimoniale mais aussi, de jour comme de nuit, la perspective majeure des boulevards du Centre et la cohérence de la place De Brouckère d'autant qu'un deuxième écran géant a été placé sur la façade principale du Centre Monnaie.



Photos jointes à la demande / © Google Maps

Le panneau Coca Cola soustrait à la vue certaines installations techniques peu esthétiques (conduits, antennes, ...). Son démontage suppose l'enlèvement de ces dispositifs connexes ainsi qu'une revalorisation de la toiture. Ceci constitue un projet en soi de requalification de la toiture de l'immeuble. Dans l'intervalle du temps nécessaire à la mise au point d'un tel projet, le panneau Coca-Cola doit au minimum se conformer aux normes et recommandations internationalement reconnues, destinées à maîtriser les nuisances des éclairages extérieurs, comme la CRMS l'avait demandé en juin 2012 (« éviter la surbrillance du dispositif et rééquilibrer l'intensité des leds pour parer à la gêne qui résulte du nouvel écran lumineux ») sans que cela soit suivi d'effet.

¹ le RRU Le Titre VI vise, entre-autres, à assurer une intégration harmonieuse de la publicité dans le paysage urbain et à éviter les nuisances visuelles

Cet objectif ne peut être rencontré sans effectuer un réglage de l'installation lumineuse, assorti de tests in situ et de prises de mesures objectivables, effectuées par le demandeur. Concrètement, l'installation devra répondre aux exigences suivantes :

- ✓ Dès que le niveau d'éclairage horizontal extérieur descend sous 100 lux, l'écran sera dimmé jusqu'à une luminance moyenne de 1000 cd/m² (*self-luminous sign* in zone 4, CIE 150) dans le respect des '*compliance methods*' du CIE150 ;

Table 2.6 Maximum permitted values of average surface luminance.

Light Technical Parameter	Application Conditions	Environmental Zones			
		E1	E2	E3	E4
Building Facade Luminance (L_b)	Taken as the product of the design average illuminance and reflectance factor divided by π .	0 cd/m ²	5 cd/m ²	10 cd/m ²	25 cd/m ²
Sign Luminance (L_s)	Taken as the product of the design average illuminance and reflectance factor divided by π , or for self-luminous signs, its average luminance.	50 cd/m ²	400 cd/m ²	800 cd/m ²	1000 cd/m ²

- ✓ Le panneau sera éteint entre minuit et le lever du soleil ;
- ✓ L'on se limitera à 4 changements d'images / heure. Des effets dynamiques (clignotants) étant à proscrire en raison de leur effet perturbant sur l'environnement et en particulier sur les immeubles voisins (intensités lumineuses variables).

Or, les observations effectuées in situ par la CRMS renseignent pour la publicité Coca-Cola une luminance moyenne d'environ 3000 cd/m², mesurée au niveau du piéton au milieu de la place : la brillance des zones rouges s'élève à environ 2000 cd/m² tandis que les parties blanches atteignent des valeurs bien plus hautes. Ces valeurs dépassent très largement celles du Plan Lumière régional, qui recommande pour des enseignes un niveau de luminance maximal de 200cd/m² (version actualisée 2018-p. 32). Elles s'écartent aussi des recommandations, moins contraignantes, de la Commission Internationale de l'Eclairage (CIE)², qui propose, en milieu urbain, de limiter la luminance pour ce type de panneaux à 1000 cd/m². Ce constat confirme, de façon objective et concrète, le caractère inadapté de l'enseigne Coca Cola.

De manière plus globale, la CRMS rappelle que l'éclairage urbain nocturne résulte de l'interaction de différentes sources lumineuses et que l'on ne peut se limiter à évaluer chacun des composants de manière indépendante ou isolée. Dans les centres urbains, même si ces zones peuvent accueillir des luminances assez intenses (par rapport aux quartiers périphériques, par exemple) il convient d'éviter l'effet de surenchère des points lumineux qui sont à l'origine de la pollution lumineuse. Trop souvent, on y assiste à la course vers des luminances toujours plus importantes de panneaux publicitaires ou d'illumination de bâtiments.

Il est donc essentiel d'avoir de travailler sur base d'une méthodologie et de critères chiffrés pour évaluer l'impact de toute nouvelle installation, en mesurant aussi ses effets par rapport au milieu ambiant (*illuminance on properties*). Le CIE 150 offre à cet égard une méthodologie d'évaluation, applicable en zones urbaines, tenant compte de contexte spécifique.

² CIE150 - « Guide on the Limitation of the Effects of Obtrusive Light from Outdoor Lighting Installations » (guide de bonnes pratiques pour limiter les nuisances des mises en lumière extérieures) - CIE reconnue par l'ISO (Organisation Internationale pour la Standardisation) comme l'organe international de normalisation en matière de lumière.

Table 2.2 Maximum values of vertical illuminance on properties.

Limits apply to nearby dwellings, or potential dwellings, more specifically to their relevant surfaces or parts of surfaces, especially where windows are. The values are the summation of all lighting installations.

Light Technical Parameter	Application Conditions	Environmental Zones			
		E1	E2	E3	E4
Illuminance in vertical plane (E_v)	Pre-curfew:	2 lux	5 lux	10 lux	25 lux
	Post-curfew:	0* lux	1 lux	2 lux	5 lux

*NOTE: If the luminaire is for public (road) lighting then this value may be up to 1 lx.

Table 2.1 Environmental lighting zone.

Zone	Surrounding	Lighting Environment	Examples
E1	Natural	Intrinsically dark	National parks or protected sites
E2	Rural	Low district brightness	Industrial or residential rural areas
E3	Suburban	Medium district brightness	Industrial or residential suburbs
E4	Urban	High district brightness	Town centres and commercial areas

En conclusion et dans l'attente d'un projet de requalification de la toiture de l'ancien hôtel continental sans dispositif publicitaire, la CRMS souligne l'importance de se fonder sur les lignes de conduites internationales pour mettre au point une gestion objective et mesurable des dispositifs d'éclairage et des publicités lumineuses. Elle encourage la Ville à évaluer et délivrer dorénavant toutes les nouvelles autorisations pour ce type de dispositifs en appliquant les recommandations citées ci-dessus. Dans ce cadre, le panneau dynamique en façade du centre Monnaie devrait aussi être prioritairement réévalué car il est à l'origine d'une pollution lumineuse hors échelle sur le plan urbanistique et environnemental. La Commission est prête à apporter son expertise en la matière et se tient à disposition de la Ville pour entamer sur ce point un dialogue constructif.

Veuillez agréer, Madame, l'expression de nos sentiments distingués.



A. AUTENNE
Secrétaire



C. FRISQUE
Président

Envoi numérique en raison de l'épidémie de Covid-19 – une copie papier suivra ultérieurement

c.c. BUP-DPC : svalcke@urban.brussels ; hlelievre@urban.brussels ; lleirens@urban.brussels ;
Ville de BXL : magali.desreumaux@brucity.be ; commissionconcertation.urbanisme@brucity.be ;
BXL-CPH : opp.patrimoine@brucity.be ;
BUP-DU : dgustin@urban.brussels ; ahancisse@urban.brussels ;
SCRMS : mbadard@urban.brussels ; cvandersmissen@urban.brussels ; crms@urban.brussels;