

La Région bruxelloise s'attaque à la publicité dans l'espace public

Des sociétés d'affichage publicitaire redoutent un impact économique majeur.

PAULINE DEGLUME

«Le secteur est fort surpris car il n'y a pas eu d'échanges avec la Région bruxelloise lors de l'élaboration de ce règlement drastique. Si l'on additionne toutes les interdictions, aux feux de circulation, près des écoles, autour des biens classés et autres, on se retrouve avec d'immenses zones interdites. L'un de mes clients estime qu'il perdra 70% des panneaux qu'il détient à Bruxelles si l'on applique ces modifications», explique Pascal Hanique, expert-consultant en matière d'urbanisme qui agit en qualité de conseil juridique pour trois sociétés d'affichage publicitaire: Clear Channel, Publiker et Belgian Posters.

C'est le projet de révision du règlement régional d'urbanisme (RRU), actuellement soumis à l'enquête publique, qui suscite l'inquiétude du secteur. Alors que les nou-

velles formes de publicité apparues ces dernières années à Bruxelles ont fait l'objet de débats au Parlement régional, le ministre-président bruxellois a pondu une réforme visant à limiter la présence de la publicité visible depuis l'espace public. «Les grands objectifs sont de simplifier et clarifier la réglementation, d'intégrer les évolutions de la publicité et de garantir la sécurité et le confort des usagers de l'espace public», commente Rudi Vervoort (PS).

La publicité lumineuse encadrée

Le projet de règlement prévoit quelques changements de taille comme l'interdiction d'exposer la circulation à des vidéos et séquences animées. La publicité lumineuse qui sortait jusqu'à présent du radar du RRU se verra désormais imposer des

règles parmi lesquelles l'obligation de disposer d'un compteur indépendant. Notons aussi l'interdiction, en espace public, de la publicité à moins de 20 mètres d'un feu tricolore et à moins de 50 mètres de l'entrée d'une école. En espace privé, les publicités seront interdites dans la zone dite restreinte, les immeubles inoccupés et les terrains non-bâties. Et de manière générale, les surfaces et les gabarits seront réduits.

LIRE EN PAGE 3

«L'un de mes clients estime qu'il perdra 70% de ses panneaux à Bruxelles avec ces modifications.»

PASCAL HANIQUE
EXPERT-CONSULTANT EN MATIÈRE D'URBANISME

Le nouveau règlement bruxellois qui fait trembler le secteur de la pub

Le règlement régional d'urbanisme qui se trouve actuellement à l'enquête publique est jugé trop drastique par des sociétés d'affichage publicitaire.

PAULINE DEGLUME

L'an dernier, le débat sur la place de la publicité en ville s'est invité au Parlement bruxellois en raison de l'arrivée de nouvelles pratiques. À Bruxelles, des réclames avaient notamment été peintes sur les trottoirs par un opérateur de téléphonie. Des publicités lumineuses pour une boisson énergisante avaient également été projetées sur la façade de l'église Sainte-Croix. À l'époque,

le ministre-président Rudi Vervoort (PS) avait annoncé que la réglementation régionale serait prochainement modifiée de manière à prendre en compte ces évolutions. Adopté par le gouvernement bruxellois en janvier dernier, le projet de révision du règlement régional d'urbanisme (RRU) actuellement soumis à l'enquête publique prévoit, en effet, des changements importants en la matière. Tout d'abord, la volonté de «limiter la présence de la publicité visible depuis l'espace public» apparaît texto dans

les objectifs poursuivis par les dispositions, ce qui n'est pas le cas dans la législation actuelle. «Les grands objectifs de la révision sont de simplifier et clarifier la réglementation, d'intégrer les évolutions de la publicité et de garantir la sécurité et le confort des usagers de l'espace public», résume Rudi Vervoort (PS).

Les vidéos proscrites

Pour simplifier la compréhension des règles, le nombre de zones est revu à la baisse. Des quatre prévues dans le RRU

actuel (zone interdite, restreinte, générale et élargie), il n'en restera que deux: une zone générale et une zone restreinte qui comprend notamment les voiries situées en zone d'intérêt culturel, historique, esthétique ou d'embellissement, les espaces verts et les voiries qui les bordent.

Parmi les dispositions générales, une série de conditions déjà existantes vont subsister comme l'obligation pour les dispositifs de publicités d'être maintenus en bon état d'entretien et de ne pas nuire à

l'accessibilité des piétons. Mais on note des nouveautés de taille. À l'avenir, il sera défendu d'exposer la circulation, motorisée ou non, à des vidéos et séquences animées, des messages en séquences ou incitant à une interaction en temps réel. Les réclames qui ne peuvent déjà pas être apposées sur des arbres et des ouvrages d'art ne pourront plus l'être sur du revêtement de sol. L'usage de son et les équipements de systèmes de caméra ou de vidéo-surveillance seront aussi prohibés.

La publicité lumineuse qui sortait jusqu'à présent du radar du RRU se verra imposer des règles. Fixée dans le cadre du rapport d'évaluation des incidences environnementales, la luminosité maximale autorisée dépendra de la taille du support. En dehors des zones commerciales, les publicités lumineuses devront être éteintes entre minuit et 7h du matin. La présence d'un compteur indépendant et d'un système permettant de désactiver l'alimenta-

tion électrique à distance sera obligatoire.

Interdiction autour des écoles

Dans l'espace public, toutes les publicités seront interdites à moins de 20 mètres d'une signalisation tricolore et devront être séparées par une distance d'au moins 50 mètres. Autre nouveauté majeure: l'interdiction de la pub dans un périmètre de 50 mètres autour des écoles. «Le rayon se calculera à partir de la façade non aveugle du

bâtiment de l'école donnant sur l'espace public afin de comprendre les fenêtres en façade, précise le cabinet du ministre-président. L'idée étant de ne pas confronter les enfants et les adolescents à des pubs dans les alentours de leur établissement scolaire.» Des dérogations pourront toutefois être attribuées pour les publicités installées dans les édicules de type abribus, l'administration régionale estimant que ces dispositifs intégrés dans le mobilier urbain ne participent pas à l'encombrement de l'espace public.

En espace privé (immeubles, terrains, façades, murs pignons, toitures, talus...), les publicités seront purement et simplement interdites dans la zone restreinte, dans les sites Natura 2000 et leurs abords, les immeubles inoccupés et les terrains non bâtis. Partout où elles restent autorisées, les surfaces et implantations seront encadrées de façon plus stricte qu'avant. «Si ces publicités sont visibles depuis l'espace public, elles ont un impact environnemental que nous souhaitons réduire.»

Ainsi, la publicité sur les murs pignons pourra avoir une superficie cumulée maximale de 10 m². «Ce type de pub pourrait bien disparaître puisque tous les formats utilisés actuellement, entre 15 et 40 m², seront inter-

dités. Une norme plus réaliste aurait été d'introduire des proportions. Sur un très grand pignon, un panneau de 10 m² a l'air d'un timbre-poste», réagit Pascal Hanique, conseil juridique des sociétés d'affichage publicitaire Clear Channel, Belgian Posters et PubliFer.

«Le secteur est fort surpris car il n'y a pas eu d'échanges avec la Région lors de l'élaboration de ce règlement drastique. Si l'on additionne toutes les interdictions, aux feux, près des écoles, autour des biens classés et les autres, on se retrouve avec d'immenses zones interdites à la publicité. L'un de mes clients estime qu'il perdra 70% des panneaux qu'il détient à Bruxelles si l'on applique ces modifications.»

Pour cet expert-consultant en matière d'urbanisme chargé d'introduire les réclamations de ses clients auprès de la Région, l'objectif premier du règlement est de supprimer de la publicité. «Ces règles d'urbanisme auront des conséquences économiques majeures pour le secteur. La réduction, à ce point, de leur champ d'action pose la question de l'entrave à la liberté de commerce. De plus, la Région bruxelloise joue un rôle de locomotive en matière de pub, la perte de ce marché aura évidemment des conséquences sur les marchés des régions voisines alors qu'elles n'ont rien demandé à cet égard», prévient-il.

«Ces règles d'urbanisme auront des conséquences économiques majeures pour le secteur.»

**PASCAL HANIQUE
CONSEIL JURIDIQUE
DE CLEAR
CHANNEL. BELGIAN
POSTERS ET
PUBLIFER**