



INTER-ENVIRONNEMENT
BRUXELLES

**Avis d'Inter-Environnement de Bruxelles
relatif à la demande de permis d'urbanisme pour stations de locations de vélos assorties de
publicités**

Bruxelles-Ville - Commission de concertation du 21 avril 2009

Concernant le principe de la mise en place de stations vélos libres services par la Région

Inter-Environnement Bruxelles (IEB) soutient pleinement la mise en place de stations libres services à l'échelle du territoire régional et la gestion de ce dispositif par la Région pour assurer sa cohérence sur l'ensemble du territoire. Un bon maillage de stations est susceptible de constituer un véritable levier pour assurer en Région bruxelloise un transfert modal vers des modes de transports moins polluants. A ce titre, IEB souhaite que les 19 communes, et dans le cas présent la Ville de Bruxelles, fassent un accueil favorable à un projet de cette nature et collaborent à la réflexion pour veiller à installer ces stations là où leur potentiel sera le plus efficient en termes de promotions du vélo tout en veillant à ce que des quartiers moins bien desservis en transport en commun disposent de cette offre d'un mode de déplacement alternatif à la voiture pour des courtes distances. Il serait regrettable de penser ce service uniquement comme un outil promotionnel touristique ne profitant pas prioritairement aux habitants de Bruxelles et aux navetteurs.

Concernant le choix de confier le dispositif des vélos libres services à un annonceur publicitaire

IEB regrette profondément l'absence de réflexion menée par la Région bruxelloise pour confier la mise en place des vélos libres services à un opérateur dont la première finalité est la mise en place d'un service public de mobilité durable et d'avoir choisi la facilité en se calquant sur un modèle, certes répandu, mais favorisant l'intrusion massive de la publicité dans l'espace public et n'assurant par une transparence et une maîtrise importante dans le développement du dispositif. Tel que ficelé, le projet instaure un lien consubstantiel entre le VLS et le marché publicitaire.

La concession est passée pour une durée de 15 ans avec des clauses d'exclusivité générant une position monopolistique qui prendra la Région, les communes, les habitants et les usagers en otage d'un seul opérateur publicitaire. L'absence de concurrent autorisera le concessionnaire à abuser de sa position dominante au terme du marché pour le renouveler à des conditions encore plus léonine que celle déjà établie dans la convention qu'il a signé avec la Région (voir infra). En effet, une fois le système mis en place, il est illusoire d'imaginer faire marche arrière et toute volonté de limiter la publicité conduira le concessionnaire à faire pression sur la qualité du service fourni. A Paris, le même opérateur a monnayé très cher l'extension du service établi. À Rennes, après avoir perdu un marché de VLS, le même opérateur a démonté son mobilier urbain, laissant les usagers des transports en commun sous la pluie.

L'objectif premier d'un afficheur publicitaire n'est pas d'offrir un service public de qualité mais d'assurer la rentabilité de ses dispositifs d'affichage. Si bien que ce type de convention se traduit par l'augmentation du nombre de publicités dans l'espace public accompagnées de leurs effets pervers (atteinte visuelle, diminution de la sécurité de circulation, incitation à une consommation superflue attentatoire à l'environnement,...). Non seulement des panneaux sont prévus à l'emplacement des stations vélos mais également le long des voiries régionales ainsi que sur les

gardes boues des vélos, contrairement à ce qui se faisait pour les Cyclocity de la Ville de Bruxelles ainsi qu'à la pratique actuelle des vélos lyonnais et parisiens. Certains de ces panneaux seront en outre des panneaux déroulants ce qui augmente d'autant la surface publicitaire, la consommation d'énergie et le harcèlement des passants.

La fourniture et l'entretien des vélos ne sont pour les afficheurs qu'un alibi en vue d'obtenir une position stratégique dans l'espace public et de mettre fin à toute concurrence dans le domaine de l'affichage. Peu leur importe qu'un service de vélo doive s'accompagner d'une véritable politique d'accompagnement et d'aménagements pour sécuriser les déplacements des cyclistes. En associant les VLS au marché publicitaire, le gouvernement confie la promotion d'un mode de transport non polluant à une entreprise dont l'activité principale n'a rien à voir avec l'objet du contrat.

Si un certain pragmatisme peut conduire à admettre le financement de service urbain par la publicité, il ne doit pas conduire à la démission des pouvoirs publics dans leur contrôle de la mise en place de ces services. Certaines villes parviennent à mettre en place un tel dispositif en se passant de publicités (Orléans, Chalon-sur-Saône, Barcelonne). La ville de Liège y pense. D'autres villes ont au moins l'intelligence de déconnecter le marché publicitaire du marché VLS (Strasbourg, La Rochelle,...), ce qui leur permet de financer elles-mêmes le service en collectant les redevances sur l'affichage publicitaire et d'obtenir une meilleure transparence des coûts. Il semble trivial qu'un dispositif de VLS soit pensé avant tout sous l'angle de la mobilité et non de la publicité et que son marché soit traité de manière indépendante sans lien direct avec l'exploitation publicitaire de l'espace public. Or tel que ficelé, le projet instaure un lien consubstantiel entre le VLS et le marché publicitaire. Au point que la convention signée entre la Région et le concessionnaire prévoit que ce dernier soit dispensé de toute redevance liée à l'occupation du domaine public régional tant pour les stations de location de vélos que pour les dispositifs de publicité correspondants. **Ce système fera perdre un montant important de redevances aux communes qui se retrouvent ainsi, à leur corps défendant, prises en otage pour financer un dispositif que la Région ne veut pas financer elle-même.** La Région est prête à trouver des millions pour financer du métro et refuse de mettre un million pour payer un dispositif vélo performant sur son territoire au potentiel de transfert modal pourtant conséquent.

Concernant la procédure de délivrance du permis d'urbanisme

En vertu de l'article 35 de la convention, il est fait usage de la dérogation prévue à l'article 175 du Cobat pour l'introduction de la demande de permis. Cet article permet à la Région d'introduire sa demande de permis auprès du fonctionnaire délégué plutôt qu'auprès du collègue des bourgmestres et échevins. Cette procédure d'exception est autorisée uniquement si le permis est sollicité par une personne de droit public désignée par le Gouvernement et à condition que les actes et travaux soient directement liés à l'exercice de ses missions.

En l'espèce, la demande de permis concerne non seulement l'implantation des stations vélos mais également la mise en place de dispositifs publicitaires. On peut s'interroger sur l'appartenance de cette dernière demande aux missions légales de la Région. L'usage abusif qui est ainsi fait de l'article 175 du COBAT n'a pas échappé à la conférence des bourgmestres qui a invité, fin mars, les 19 communes à ne pas signer la convention tripartite. L'article 78 de la loi spéciale du 8 août 1980 dit que le Gouvernement n'a d'autres pouvoirs que ceux que lui attribuent formellement la Constitution, les lois, décrets et ordonnances. Aucune ordonnance en ce sens n'a été votée par le Parlement bruxellois. **Dans la mesure où le Gouvernement n'a pas l'habilitation nécessaire, les actes et travaux liés aux installations vélos ne peuvent bénéficier de la procédure de « permis public ». Il est en outre bien étrange dans le cas présent de voir la Région demander l'implantation de dispositifs publicitaires dans des zones que sa propre réglementation (le RRU) interdit (voir infra).**

En outre, pour le Conseil d'Etat, le caractère dérogatoire de la procédure implique que la personne de droit public qui fait la demande de permis soit titulaire du droit de bâtir ou du pouvoir de mettre à exécution elle-même le permis délivré par le fonctionnaire délégué. Admettre le contraire

équivaldrait à un détournement de procédure. Or en vertu de la convention, il apparaît que c'est le concessionnaire qui assurera la mise en œuvre dudit permis : « le système est exploité par le concessionnaire à ses propres risques et pour son propre compte ». Dans la mesure où la Région a confié au concessionnaire l'installation des stations vélos, c'est la procédure ordinaire de délivrance devant le collège des bourgmestres et échevins qui aurait dû être utilisée à moins de faire voter une ordonnance par le Parlement bruxellois, absente en l'état.

Rappelons par ailleurs qu'en vertu de l'article 15 de la Convention, la Région s'engage à obtenir auprès des autorités communales les autorisations de voiries relatives aux stations de locations de vélos et aux dispositifs de publicités correspondants situés sur les voiries communales et ce pour 15 ans. A cet effet, la Région doit soumettre une convention tripartite à la signature de la commune. Début avril, la conférence des bourgmestres a fait savoir qu'elle déconseillait vivement les communes de signer la convention tripartite car celles qui le feraient s'exposeraient à des risques importants sur le plan juridique (non respect des règles du marché) et à un manque à gagner conséquent en renonçant au prélèvement de la taxation publicitaire. Si la commune refuse de signer la convention tripartite, la Région doit proposer sur les voiries régionales des emplacements équivalents dans les six mois qui suivent la notification de refus par la commune. Le non-respect de cette obligation donne lieu à une pénalité de 4 .000 euros dans le chef de la Région. La menace de cette sanction pèse sur les relations entre la Région et la commune et nuit à une bonne collaboration des pouvoirs publics et à leur souci de mener à bien l'opérationnalisation d'un service public conforme à l'intérêt collectif.

Concernant le caractère léonin de la convention et l'insuffisance des garanties offertes par le concessionnaire pour la mise en place et l'entretien du dispositif

En vertu de la Convention passée entre la Région et le concessionnaire du 13 novembre 2008, dans le cas où certaines stations de vélos ne pourraient être assorties de dispositifs publicitaires en raison notamment de réglementations urbanistiques, le concessionnaire a droit à un coefficient de compensation de dispositifs publicitaires allant de 1,5 à 2. **A Bruxelles-Ville, sur les 57 stations prévues, 20 ne sont pas assorties de publicité ce qui donne droit au concessionnaire à une compensation d'au moins 30 dispositifs publicitaires de 2 m² dont l'emplacement ce stade n'est pas défini car il dépende de la mise en œuvre globale de la convention. Si bien que ni la Région, ni la commune ne savent, au moment où elles se prononcent sur la délivrance du permis, combien de dispositifs publicitaires devront prendre place à terme tant sur les voiries régionales que sur les voiries communales.** Ce manque de transparence est préjudiciable à une bonne gestion de l'aménagement des espaces publics.

En vertu de l'article 24 de la Convention, le concessionnaire s'engage à un taux d'opérationnalité de 90% des vélos et de 95% des stations. Néanmoins différents cas de forces majeurs sont prévus notamment les journées de forte pluie. On peut douter que ce cas de force majeure fasse situation d'exception quand on connaît la météo capricieuse de notre pays. Les vandalismes excessifs, non autrement définis, sont également considérés comme des cas de force majeure. Ces exceptions vident en bonne partie la substance des engagements pris par le concessionnaire. Quel recours aura la commune qui restera avec une station vandalisée sur le dos ?

Alors que le non-respect par la Région de ses obligations est sanctionné par une pénalité de 4.000 euros, les défaillances du concessionnaire sont sanctionnées par une pénalité de 400 euros et seulement si ces défaillances ont perduré pendant trois journées consécutives.

Le dispositif appartenant entièrement au concessionnaire, la rupture de la convention entraînera la disparition des installations de vélos. Par contre, si la Région met fin à la convention pour des raisons d'intérêt public, l'article 62 de celle-ci prévoit que la Région accordera au concessionnaire le droit d'exploiter la totalité des dispositifs de publicité déjà installés en voirie régionale pour la durée restante de la concession, et ce, alors même que le service équipollent ne sera plus fourni.

On connaît ce système qui a laissé la Ville de Bruxelles depuis dix ans avec près d'une centaine de dispositifs publicitaires pour lesquels plus aucune redevance n'a été demandée occasionnant un manque à gagner tournant autour du million d'euros, de quoi largement financer le dispositif vélo sur l'ensemble du territoire de la Ville. Celle-ci s'était engagée au mois d'aoûts 2008 à démonter ces dispositifs. Force est de constater qu'ils sont toujours présents aujourd'hui. En outre, nombre de ces dispositifs sont situés en zone interdite, le long d'espace vert ou en zone de protection d'un bien classé.

Par la concession de service public, la Région et les communes abandonnent le droit de prélever une taxe sur les dispositifs publicitaires concernés. Dès lors, non seulement le concessionnaire touchera les recettes liées à la mise en place du dispositif et procurées, d'une part, par les usagers du VLS et, d'autre part, par l'affichage publicitaire, mais en outre il se trouvera dispensé de l'obligation légale prévue par les ordonnances sur la taxe des panneaux d'affichage, privant les communes de recettes importantes ne pouvant être compensées que par une surabondance de publicité. Mais **vu la saturation de l'espace, les communes risquent de devoir enlever de la publicité taxée pour être obligée d'en accepter une surface équivalente non taxée. On peut d'ailleurs d'interroger sur la légalité de cette exonération établie dans une convention privée.**

Concernant les choix d'emplacement de stations de vélos

Les choix ont-ils été fait en concertation avec la commune et plus particulièrement avec le conseiller en mobilité et en prenant en compte le plan communal de mobilité ? Aucune consultation préalable n'a été faite avec les usagers de vélos et les riverains des dispositifs. On peut craindre que le choix repose plus sur une logique publicitaire sans considération de la pertinence du maillage des stations de vélos. Celles-ci seront présentes uniquement dans les lieux de passage et les quartiers périphériques risquent d'être délaissés. Les expériences étrangères montrent que l'annonceur privilégie les quartiers des villes fréquentés par le public visé par la publicité, soit les jeunes bourgeois urbains. Les stations se trouveront dès lors prioritairement dans les lieux touristiques, les lieux de sorties branchés, à proximité des principales zones commerciales et moins dans les quartiers populaires.

Le cas d'espèce, le maillage vélo semble conséquent et ne pose sans doute pas les problèmes évoqués ci-dessus. **Toutefois, étonnamment, certaines zones stratégiques ou clés ne sont pas couvertes, notamment dès qu'on sort du périmètre du Pentagone : Porte de Schaerbeek et Madou à proximité de Saint-Josse, Porte de Hal aux abords de Saint-Gilles ; rien n'est prévu à proximité des métros De Brouckère, Sainte Catherine et Yser. Le triangle entre le square Ambiorix, la place des Gueux et Dailly est oublié. Idem pour l'avenue du Port.** En outre, pour la pertinence du maillage, il importe que chaque commune soit attentive aux choix des emplacements prévus sur les communes adjacentes à son territoire de façon à veiller à un maillage correct des stations.

La commune doit être attentive au fait qu'en vertu de l'article 42 de la convention, si pendant la durée de la concession le déplacement des stations et/ou des dispositifs de publicité devait s'avérer nécessaire (ce qui sera le cas lors des travaux de réaménagement), les frais de dépose et de repose des mobiliers précités seront entièrement à charge de la partie qui en a fait la demande.

La lecture du dossier reçu ne permet pas d'envisager si les stations vélos seront sur la voirie ou sur le trottoir. L'emplacement en voirie à la place de certaines places de parkings semble une solution judicieuse dans la mesure où elle oriente clairement la politique de mobilité en donnant la primauté aux modes de transports durable et à leurs usagers : les cyclistes et les piétons. Les emplacements sur le trottoir constituent au contraire des obstacles supplémentaires pour la circulation piétonne et plus particulièrement pour les PMR et placent en concurrence le piéton et le cycliste, diffusant de façon regrettable, une image négative de ce dernier.

Concernant l'emplacement des panneaux publicitaires

Relevons d'emblée que l'ensemble des panneaux prévus sont situés en zone d'intérêt culturel, historique, esthétique ou d'embellissement et qu'en vertu du Titre VI du RRU, il s'agit de zones restreintes à la publicité.

En outre, **37 des dispositifs publicitaires demandés pour la Ville de Bruxelles sont situés en zone de protection d'un bien classé. Or en vertu du RRU, les dispositifs publicitaires sont interdits dans les périmètres de protection. En outre, 23 sont tout simplement situés en zone interdite selon le RRU : bd. E. Bockstael, rue Archimède, av. de Cortenbergh, av. F. Roosevelt et rue Royale pour ne citer qu'eux.**

Il faudrait en outre vérifier les dispositions spécifiques reprises dans les PPAS qui prévoient souvent des dispositions restrictives à la publicité qu'il convient de respecter.

Pour les stations vélos sans pub, elles sont en fait situées sur les lieux des anciennes stations Cyclocity et seront donc plus que probablement également assorties de dispositifs publicitaires puisque seules les stations vélos ont été retirées mais pas les sucettes qui les accompagnaient.

Les panneaux publicitaires notamment de la place Jean Rey, de la rue Ch. Demeer, rue du Lombard, av. Louise (n° 525-527, n° 290, n° 192-194), rue de Trèves, rue de la Science sont placés sur une oreille de trottoir empiétant sur la circulation et la visibilité piétonne alors qu'ils auraient du prendre place sur l'espace de stationnement situé derrière l'oreille. Différents dispositifs sont situés juste avant un carrefour complexe ou juste derrière un passage piéton non régulé par un feu de signalisation (notamment av. Louise n° 61-65, rue Ch. Demeer, ch. d'Etterbeek, derrière le tourne-à-droite du bd. De l'Abattoir, bd du Midi). Celui du bd de Waterloo est devant la piste cyclable et obture la vision des automobilistes de l'arrivée de vélos sur la voirie quelques mètres plus bas. Celui de l'av. de Cortenbergh est devant un feu de signalisation dont il atteint la visibilité. Ceux de la rue A. Dansaert et de la rue Montagne aux Herbes cassent la visibilité entre piétons et cyclistes. Ces emplacements risquent d'être des facteurs de dangerosité supplémentaires pour ces carrefours et espaces.

Selon l'étude Eurotest 2008 « les conducteurs sont convaincus des causes de confusion et de distraction causés par l'affichage ». « Les affiches publicitaires entrent en compétition avec les panneaux de signalisation. Les signaux routiers en Europe sont surchargés d'informations que les conducteurs n'ont pas le temps de comprendre tant ils doivent prendre des décisions rapidement ».

Certains des emplacements prévus sont donc contraire à l'article 23 du RRU lequel prévoit que :

« Dans l'espace public il est interdit de placer de la publicité qui :

1° réduit la sécurité ou la visibilité de l'ensemble des usagers de la voirie ;

2° brise une perspective visuelle ;

Le nombre total de mobiliers urbains portant de la publicité et des dispositifs d'information est limité à 4 par carrefour ou par place. »