

CONSEIL METROPOLITAIN DU 12 FEVRIER 2021
Délibération n° 2021 – 11

11 - Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) – Débat d'orientations générales

Date de la convocation : le 5 février 2021

Nombre de Conseillers en exercice : 98

Présidente de séance : Madame Johanna ROLLAND - Présidente de Nantes Métropole

Secrétaire de séance : Monsieur Jacques GARREAU

Présents : 89

M. AMAILLAND Rodolphe, M. ANNÉREAU Matthieu, M. ARROUET Sébastien, M. ASSEH Bassem, M. AZZI Elhadi, Mme BASSAL Aïcha, M. BAINVEL Julien, Mme BASSANI Catherine, M. BELHAMITI Mounir, Mme BENATRE Marie-Annick, M. BERTHELOT Anthony, Mme BERTU Mahaut, Mme BESLIER Laure, Mme BLIN Nathalie, M. BOLO Pascal, Mme BONAMY Delphine, Mme BONNET Michèle, M. BOULE Aurélien, M. BRILLAUD DE LAUJARDIERÉ François, M. BUREAU Jocelyn, Mme CADIEU Véronique, Mme COLLINEAU Marlène, Mme COPPEY Mahel, M. COUVEZ Eric, M. DANTEC Ronan, Mme DELABY Françoise, M. DESCLOZIERS Anthony, Mme DUBETTIER-GRENIER Véronique, M. DUBOST Laurent, Mme FIGULS Séverine, M. FOURNIER Hervé, Mme GARNIER Laurence, M. GARREAU Jacques, Mme GESSANT Marie-Cécile, Mme GOUEZ Aziliz, M. GRACIA Fabien, Mme GRELAUD Carole, Mme GUERRA Anne-Sophie, Mme GUERRIAU Christine, M. GUINE Thibaut, M. GUITTON Jean-Sébastien, Mme HAKEM Abassia, Mme IMPERIALE Sandra, M. JOUIN Christophe, Mme JUDALET Anne-Sophie, M. KABBAJ Anas, Mme LAERNOES Julie, Mme LANGLOIS Pauline, M. LE CORRE Philippe, Mme LE COULM Juliette, M. LE MABEC François, M. LE TEUFF Florian, Mme LEBLANC Nathalie, Mme LEFRANC Elisabeth, M. LEMASSON Jean-Claude, Mme LERAY Isabelle, Mme LOBO Dolorès, M. MARTIN Nicolas, M. NEAU Hervé, Mme NGENDAHAYO Liliane, Mme OGER Martine, Mme PAITIER Stéphanie, M. PRAS Pascal, M. PROCHASSON François, M. QUENEA Pierre, M. QUERO Thomas, M. REBOUH Ali, M. RICHARD Guillaume, M. RIOM Tristan, Mme ROBERT Pascale, Mme RODRIGUEZ Ghislaine, Mme ROLLAND Johanna, M. ROUSSEL Fabrice, M. SALAUN André, M. SALECROIX Robin, Mme SCUOTTO-CALVEZ Christelle, M. SEASSAU Aymeric, M. SOBCZAK André, Mme SOTTER Jeanne, M. TALLEDEC Denis, M. TERRIEN Emmanuel, M. THIRIET Richard, M. TRICHET Franckie, M. TURQUOIS Laurent, Mme VAN GOETHEM Sophie, M. VEY Alain, Mme VIALARD Louise, Mme VITOUX Marie, M. VOUZELLAUD François

Absents et représentés : 9

M. AFFILE Bertrand (pouvoir à M. ROUSSEL Fabrice), M. ALLARD Gérard (pouvoir à M. GARREAU Jacques), M. BOUVAIS Erwan (pouvoir M. THIRIET Richard), Mme EL HAIRY Sarah (M. Matthieu ANNÉREAU), M. GROLIÉ Patrick (pouvoir M. DESCLOZIERS Anthony), M. LUCAS Michel (pouvoir Mme BESLIER Laure), Mme METAYER Martine (pouvoir à Mme LERAY Isabelle), Mme OPPELT Valérie (pouvoir à M. BELHAMITI Mounir), M. PETIT Primaël (pouvoir à Mme COPPEY Mahel)

Absent : 0

Délibération

Conseil métropolitain du 12 février 2021

11 - Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) – Débat d'orientations générales

Exposé

Le Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) est un document de planification en matière de dispositifs publicitaires. Il édicte des prescriptions pour les publicités, préenseignes et enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que la réglementation nationale, peuvent s'appliquer à l'ensemble du territoire ou à des secteurs précisément identifiés.

La réglementation nationale (Loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite Loi ENE) poursuit un objectif de protection du cadre de vie et de mise en valeur du paysage tout en respectant la liberté d'expression et celle du commerce et de l'industrie.

Nantes Métropole, compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), est également compétente pour élaborer un Règlement Local de Publicité métropolitain sur son territoire. Le Conseil métropolitain s'est donc prononcé, par délibération du 16 octobre 2020, pour l'élaboration du RLPm.

Jusqu'à la date d'approbation du RLPm, ou au plus tard jusqu'au 13 juillet 2022, les 13 règlements locaux de publicité communaux (Bouguenais, Carquefou, La Chapelle-sur-Erdre, Nantes, Orvault, Rezé, Sautron, Saint-Herblain, Saint-Jean-de-Boiseau, Sainte-Luce-sur-Loire, Saint-Sébastien-sur-Loire, Thouaré-sur-Loire et Vertou) continuent de s'appliquer.

La délibération de prescription du RLPm avait pour but :

- d'énoncer les grands objectifs poursuivis au regard des éléments de contexte de la Métropole,
- de fixer les modalités de concertation,
- de rappeler les modalités de collaboration entre Nantes Métropole et les communes membres.

Pour rappel, les objectifs poursuivis pour l'élaboration du Règlement Local de Publicité métropolitain sont les suivants :

- Pérenniser, voire renforcer, dans les limites des possibilités légales et réglementaires résultant de la loi Grenelle II, les effets protecteurs des réglementations locales existantes, notamment en faveur des centres-bourgs et centres-villes et des secteurs principalement résidentiels, et étendre cette logique de protection à l'ensemble des communes de la métropole ;
- Protéger les lieux présentant une sensibilité patrimoniale (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable de Nantes) et/ou une sensibilité paysagère (en agglomération, il s'agit principalement des bords de la Loire, de l'Erdre et des nombreux autres cours d'eau, ainsi que des parcs et jardins), sans nier les nécessités de communication des acteurs économiques ni brider la liberté d'expression des commerçants locaux ;
- Traiter, dans un souci de cohérence intercommunale, les secteurs de concentration publicitaire que constituent les axes routiers les plus empruntés (notamment les routes de Clisson, de Paris, de Vannes...) ou les zones commerciales et d'activités (Paradis à Nantes, Atout Sud à Rezé, Atlantis à Saint-Herblain, Pôle Sud à Basse-Goulaine...);
- Encadrer les nouvelles formes d'affichage admises par la loi Grenelle II : dispositifs numériques, bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles ;
- En cohérence avec la démarche « Trame noire » mise en œuvre dans la métropole, limiter la pollution lumineuse nocturne qui provient des publicités voire des enseignes lumineuses ;

- En matière d'enseignes, dès lors qu'avec l'entrée en vigueur du RLPm, toute installation ou modification d'enseigne sera soumise à une autorisation préalable de chacun des 24 maires, des règles précises, simples et facilement compréhensibles pourraient être instaurées pour renforcer la bonne intégration des enseignes traditionnelles, en particulier lorsqu'elles sont situées dans les abords des monuments historiques ou en site patrimonial remarquable (où l'accord de l'architecte des bâtiments de France est en outre requis).

Le diagnostic a été présenté aux communes préalablement à la délibération de prescription, permettant ainsi aux techniciens et élus des communes membres de faire valoir leurs observations. Ces présentations ont eu lieu, selon les secteurs géographiques, les 10, 18, 25 septembre et 7 et 8 octobre aux élus, DGS et référents RLPm des communes membres.

Ce même diagnostic a été présenté le 19 novembre 2020 aux membres du Conseil technique métropolitain des acteurs économiques, aux personnes publiques associées et aux établissements publics de coopération intercommunale voisins ainsi qu'aux personnes concernées (personnes, organismes et associations compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'habitat et de déplacements).

Il ressort de ce diagnostic que :

- la situation juridique des 24 communes au regard de la publicité extérieure est très hétérogène, seules 13 d'entre elles disposant de règlements locaux de publicité communaux, 12 ayant d'ailleurs été adoptés avant la loi ENE, et comportant donc des dispositions obsolètes voire illégales au regard de la réglementation aujourd'hui applicable. De surcroît, 13 communes comptent moins de 10 000 habitants, 4 d'entre elles ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Nantes (Brains, Le Pellerin, Mauves sur Loire et Saint Léger les Vignes). Or, selon l'appartenance ou non à l'unité urbaine et la population des agglomérations, les règles nationales applicables sont différentes,

- la majeure partie du territoire (70 % environ) est en zone non agglomérée où toute publicité est interdite (hors préenseignes dérogatoires dont la liste des activités pouvant être signalée est limitativement fixée par la loi). Le RLPm ne traitera donc que des zones agglomérées,

- des secteurs du territoire sont également protégés de la publicité, soit par une interdiction absolue (cas des sites classés, des réserves naturelles, des monuments historiques, des arbres,...), soit par une interdiction relative (parties agglomérées des zones Natura 2000, des abords des monuments historiques, des sites inscrits et le site patrimonial remarquable de Nantes).

- si la présence publicitaire n'est pas prégnante sur le territoire métropolitain, y sont tout de même recensés :

- près de 1 000 dispositifs publicitaires sur domaine privé ou ferroviaire, dont 80 % scellés au sol, avec une majorité de grands formats (40 % avec affiches de 12 m² et 34 % avec affiches de 8m²), 60 % d'entre eux n'étant pas lumineux et peu de dispositifs numériques (3%). 10 % de ces dispositifs sont actuellement en infraction avec la réglementation nationale. Ces dispositifs se situent principalement sur les axes routiers les plus empruntés, partant de la ville-centre vers les communes périphériques et /ou desservant les pôles commerciaux (route de Clisson, route de Vannes, route de Paris et route de Rennes), aux abords des infrastructures de transport ferroviaire et aérien et dans les zones commerciales et d'activité,

- près de 1 200 abris voyageurs avec publicité de 2m² , 500 mobiliers d'information avec publicité de 2m², 215 mobiliers d'information avec publicité de 8m² et 13 colonnes porte-affiches au titre des deux contrats de mobilier urbain passés par Nantes Métropole pour assurer ses missions de service public. Seuls une quarantaine de ces mobiliers supportent de la publicité numérique.

- la pollution visuelle est due à la conjugaison de plusieurs facteurs (type de support, nombre, densité, formats, implantation, design et couleurs du matériel, mouvement, contexte) et à la juxtaposition de différents dispositifs (enseignes, publicités, mobiliers urbains...) sur une même séquence paysagère.

- en matière d'enseignes, hors zones commerciales et d'activité, l'insertion dans le paysage est globalement satisfaisante. Dans les zones commerciales et d'activité, il apparaît par contre que les enseignes sont d'une grande variété, avec des matériaux ou procédés peu qualitatifs, avec des enseignes scellées au sol

exactement de même format que les publicités scellées au sol classiques ou des dispositifs mixtes (une face publicitaire, une face enseigne). C'est également là que se trouvent une part importante des dispositifs numériques.

Sur le fondement du diagnostic, il est proposé au Conseil métropolitain, puis aux Conseils municipaux, de débattre des orientations générales suivantes :

- en matière de publicité :

- Orientation n°1 : Renforcer les effets protecteurs de la réglementation nationale dans les communes hors unité urbaine de Nantes et les étendre à d'autres communes aux caractéristiques paysagères semblables en vertu du principe d'égalité.

Nous pourrions ainsi retenir les points suivants dans le futur règlement :

A Brains, Le Pellerin, Mauves-sur-Loire et Saint-Léger-les-Vignes, la réglementation nationale interdit la publicité scellée au sol et la publicité numérique mais admet la publicité murale, jusqu'à 4m², à raison de deux dispositifs par mur.

Le RLPm pourrait conserver ces règles nationales, ou les durcir par des règles de surface et/ou de densité.

Pour permettre d'harmoniser de manière ambitieuse les règles en matière de publicité entre les communes soumises à la réglementation nationale et d'autres qui ne le sont pas mais présentent des caractéristiques paysagères semblables, il pourrait étendre ces règles nationales à d'autres communes si celles-ci en sont d'accord. La question pourrait ainsi être posée pour Saint-Jean-de-Boiseau, Indre, Saint-Aignan de Grandlieu, Sautron (hors zone commerciale limitrophe avec Orvault), ...

- Orientation n° 2 : Préserver la qualité du cadre de vie des centralités et des secteurs principalement dédiés à l'habitat.

Nous pourrions ainsi retenir les points suivants dans le futur règlement :

Par l'effet protecteur des RLP communaux existants et la morphologie du tissu bâti, la présence de publicité dans les centralités et dans les secteurs résidentiels (pavillonnaires ou grands ensembles) est très limitée.

Par cette orientation, le RLP pourrait préserver la qualité du cadre de vie des centralités et secteurs résidentiels, en limitant les surfaces des publicités, en édictant des règles de densité pour en limiter le nombre, en encadrant la publicité lumineuse voire en y interdisant la publicité numérique, en préservant les abords des parcs et jardins publics, ...

Réglementairement, le RLPm ne peut instaurer une protection de tous les abords des établissements d'enseignement (écoles primaires, collèges et lycées) mais la Métropole s'engage à travailler un code de bonne conduite avec les professionnels de l'affichage.

- Orientation n°3 : Traiter l'impact publicitaire le long des axes structurants et dans les zones commerciales.

Nous pourrions ainsi retenir les points suivants dans le futur règlement :

La publicité se concentre le long des axes structurants et dans les zones commerciales car ce sont les lieux générant le plus de trafic routier.

Afin d'aérer le paysage et limiter leur impact visuel, le RLPm pourrait limiter les surfaces et densité, réglementer la publicité lumineuse et numérique, proscrire les doublons,...

- Orientation n° 4 : Adopter une réglementation particulière pour les publicités et enseignes lumineuses et n'autoriser la publicité numérique que dans certains secteurs.

Nous pourrions ainsi retenir les points suivants dans le futur règlement :

Plus impactantes visuellement, les publicités et enseignes lumineuses pourraient être traitées de manière spécifique par le RLPm . Ainsi, un élargissement de la plage d'extinction nocturne fixée par la réglementation (1h-6h) pourrait être envisagé pour l'ensemble des dispositifs. Le RLPm pourrait aussi encadrer le mode d'éclairage des enseignes (en interdisant, par exemple, les dispositifs éclairés par projection). La publicité numérique pourrait, par ailleurs, être interdite dans les zones autres qu'à vocation économique et commerciale.

- Orientation n°5 : Avoir une réflexion spécifique sur les lieux d'interdiction relative, c'est à dire aux abords des monuments historiques, dans le site patrimonial remarquable (SPR) de Nantes et dans les sites inscrits, pour l'ensemble des dispositifs publicitaires, sur domaine public comme sur domaine privé.

Nous pourrions ainsi retenir les points suivants dans le futur règlement :

Dans ces lieux, le RLPm pourrait maintenir l'interdiction de publicité ou y déroger.

Remplissant une mission d'intérêt général, le mobilier urbain pourrait bénéficier d'une dérogation, pour tout ou partie des types de mobiliers.

A condition d'en justifier dans le rapport de présentation par des considérations paysagères, le RLPm pourrait parfaitement opérer une différence de traitement entre le SPR de Nantes et les abords des monuments historiques, ou encore, moduler les règles au sein de ces abords (exemples, interdiction de publicité entre 0 et 100 m, publicité admise au-delà de 100m, ou au contraire interdiction dans l'ensemble du périmètre).

Le RLPm pourrait maintenir l'interdiction de publicité sur palissades de chantier et l'interdiction des véhicules publicitaires.

- en matière d'enseignes :

- Orientation n°6 : Renforcer l'intégration des enseignes traditionnelles, sans brider la liberté d'expression des commerçants locaux.

Nous pourrions ainsi retenir les points suivants dans le futur règlement :

Les règles nationales en matière d'enseignes ont été durcies par la réforme Grenelle II. Par ailleurs, dès lors qu'il existe un RLP, toute installation d'enseigne est soumise à autorisation préalable du Maire, avec accord de l'Architecte des Bâtiments de France en abords de monuments historiques et site patrimonial remarquable.

Le RLPm pourrait instaurer, pour les enseignes traditionnelles, sur tout le territoire, des prescriptions simples permettant de préserver la qualité des centre-bourgs et centre-villes, sans entraver pour autant le dynamisme du commerce local.

Ces prescriptions pourraient être renforcées pour le site patrimonial remarquable de Nantes et dans les abords des monuments historiques.

- Orientation n°7 : Conserver l'application de la réglementation nationale pour les enseignes des zones commerciales et d'activités.

Nous pourrions ainsi retenir les points suivants dans le futur règlement :

La vocation de ces zones est d'accueillir des activités commerciales, artisanales, industrielles...

Les conditions d'installation des enseignes, telles que fixées par le code de l'environnement, pourraient être suffisantes : leur respect permettrait déjà d'apporter une plus-value paysagère, sans nécessité de durcir davantage les règles nationales.

La tenue du débat sera formalisée par la présente délibération. Il est proposé au Conseil métropolitain qu'il soit donné acte de la présentation et du débat sur les orientations générales du RLPm en application combinée des articles L. 581-14-1 du Code de l'Environnement et L.153-12 du Code de l'Urbanisme.

Il est précisé qu'à l'issue de ce débat, le travail de co-construction entre les communes et Nantes Métropole s'engagera pour établir les zonages et définir les règles. Cette co-construction devra parvenir à l'élaboration d'un document harmonisant les règles sur l'ensemble du territoire et portant l'ambition d'un encadrement plus strict qu'aujourd'hui des dispositifs publicitaires. Les continuités territoriales de zonages et donc de règles entre les communes seront favorisées pour la cohérence du document.


Le Conseil délibère et,

1 – prend acte de la teneur des débats sur les orientations générales du futur règlement local de publicité métropolitain, étant précisé que la présente délibération n'est pas suivie d'un vote,

2 – autorise Madame la Présidente à prendre les mesures nécessaires à l'exécution de la présente délibération.

Nantes, le 12 février 2021

Johanna ROLLAND



La Présidente de Nantes Métropole

Affichée le 19 février 2021

transmise en préfecture le :