

Nantes, le 6 décembre 2021

CONSEIL MÉTROPOLITAIN DES JEUDI 9 ET VENDREDI 10 DÉCEMBRE 2021

Moins de place pour la publicité d'ici 2 ans

La réduction de la publicité dans les villes est un souhait partagé par une majorité de citoyens et une volonté politique des élus métropolitains. Qualité du paysage, pollution lumineuse, consommation énergétique, surconsommation sont autant d'arguments avancés. Pour mieux réguler la présence de la publicité dans l'espace public, Nantes Métropole a engagé une réflexion approfondie, concertée avec les citoyens et partagée avec les acteurs concernés et les 24 communes. L'ensemble de ce travail a permis à la collectivité d'élaborer un projet complet, répondant aux différents aspects soulevés par le sujet. C'est une nouvelle ambition qui est posée, pour moins de publicité sur l'espace public.

Afin de mettre en œuvre cette nouvelle répartition de la publicité sur son territoire, en phase avec les attentes et préoccupations environnementales et paysagères, Nantes Métropole formule 24 engagements qui seront appliqués en totalité entre 2022 et 2024 selon 5 axes :

- Forte réduction et maîtrise de l'affichage et de la publicité numérique
- Un paysage libéré et apaisé
- Écologie et maîtrise énergétique
- Prime à l'information locale et d'intérêt général
- Respect des règles partagés

Pour cela, la métropole mobilise plusieurs leviers : l'élaboration du premier Règlement local de publicité métropolitain (RLPm), coconstruit avec les maires et applicable dans les 24 communes (l'arrêt du projet fait l'objet d'une délibération pendant ce conseil métropolitain) ; la renégociation du contrat de mise à disposition des mobiliers urbains ; la mise en œuvre des décisions prise à la suite de l'avis citoyen ; et la mobilisation du pouvoir de police des maires pour faire respecter les nouvelles règles.

« Les élus de la métropole souhaitent mieux maîtriser l'implantation de la publicité et des enseignes, sur les espaces publics mais aussi privés lorsque la publicité est visible depuis la rue. Ceci afin de réduire les nuisances visuelles, protéger notre cadre de vie et les paysages, tout en permettant la liberté d'affichage et la signalisation des secteurs commerciaux. Le RLPm concerne donc tout le monde et c'est pourquoi son élaboration devait être collective : communes, associations, professionnels, habitants, usagers. »

Pascal Pras, maire de Saint-Jean-de-Boiseau, vice-président de Nantes Métropole à l'Urbanisme durable

LES PRINCIPAUX CHANGEMENTS ENTRE 2022 ET 2024

- **Interdiction de la publicité sur 70 % du territoire** grâce à un travail fin de délimitation des zones agglomérées, et **sanctuarisation des zones agricoles et naturelles ainsi que des couloirs paysagers** (Chézine, Cens, Sèvre, Jaguère...).
- **Concernant les zones agglomérées, un partage du territoire métropolitain en 3 zones, plus strictes que la réglementation nationale et qui oblige la dépose de 1 000 panneaux :**
 - ZP1 pour les secteurs résidentiels et les centralités
 - ZP2 pour les secteurs mixtes (activités/habitat) ainsi que des axes routiers secondaires
 - ZP3 pour les axes structurants principaux et les grandes zones commerciales et d'activités
- **Interdiction de la publicité autour des écoles**, de la maternelle au collège, dans un périmètre de 50 m.
- **Disparition des panneaux d'affichage de 12 m².**
- **Protection du cœur historique de Nantes et des abords des monuments historiques** où la publicité est interdite sur domaine privé et où des règles spécifiques sont prévues pour les enseignes. La publicité sur mobilier urbain y sera réduite de moitié.

- **Extinction nocturne de tout dispositif lumineux entre minuit et 6h**, dès lors que l'activité a cessé.
- **Encadrement fort de la publicité numérique en taille, en nombre et en densité** :
 - sur domaine privé, écran maximum de 2 m² et implantation possible qu'en ZP3.
 - sur domaine public, gel du déploiement des écrans numériques sur mobilier urbain et maintien des écrans installés, renoncement au 23 restants prévus au contrat.
- **Encadrement des dispositifs dans les vitrines commerciales** (lumineux et numériques).

UN PROJET CONSTRUIT AVEC LES CITOYENS, LES ACTEURS ET LES 24 COMMUNES

La concertation réglementaire du Règlement local de publicité métropolitain (RLPm) a eu lieu du 18 novembre 2020 au 8 novembre 2021, recueillant 276 observations sur le registre dématérialisé et 10 cahiers d'acteurs. Les acteurs du projet ont participé à 8 réunions.

Pour aller plus loin, les élus métropolitains ont souhaité qu'un [atelier citoyen se saisisse du sujet](#) et approfondisse la réflexion sur « la juste place de la publicité dans la ville ». Il a rassemblé à partir de décembre 2020 28 habitants et/ou usagers, sollicités dans le cadre d'un tirage au sort dans toutes les communes de la métropole (2 855 courriers postés). Selon **Christelle Scuotto-Calvez, maire des Sorinières et vice-présidente de Nantes Métropole en charge du Dialogue citoyen**, « le rôle de l'atelier et de ses membres était d'auditionner les acteurs concernés, de rencontrer des experts, d'interroger leurs concitoyens. Ils ont pu analyser le sujet selon les enjeux de société liés à la publicité : le cadre de vie, la transition écologique, l'éthique, l'économie. En mettant en perspective les différents points de vue, en identifiant les questions à explorer, ils devaient prendre du recul pour s'assurer des débats éclairés. » À l'issue de 5 séances de travail, de 6 auditions d'experts aux points de vue divers, et à la collecte de contributions numériques complémentaires, un avis citoyen a été rendu le 20 avril 2021. L'ensemble de cette démarche est venue nourrir les réflexions politiques des élus. La métropole répondra à cet avis citoyen jeudi 9 décembre à 18h.

Par ailleurs, au-delà des échanges dans les assemblées municipales des 24 communes, un travail de co-construction s'est engagé avec elles pour parvenir à la définition de zonages et de règles communes.

QU'EST-CE QUE LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN ?

L'adoption d'un Règlement local de publicité est un moyen complémentaire au Plan local d'urbanisme (PLUm) pour embellir le cadre de vie, préserver de manière homogène les paysages et l'architecture et répondre aux enjeux de transition énergétique ; tout en préservant le droit à l'expression et à la diffusion de l'information des acteurs économiques. Il s'applique aux publicités, préenseignes et enseignes sur l'ensemble des zones agglomérées d'un territoire, excluant par conséquent les zones agricoles (A) et naturelles (N) où toute publicité est interdite par la loi.

Le Règlement local de publicité métropolitain (RLPm) permettra d'adapter la réglementation nationale existante au contexte local. Il s'appliquera alors aux 24 communes de Nantes Métropole et remplacera les 13 règlements communaux actuellement en vigueur. Après une phase de diagnostic en 2020 sur le territoire de Nantes Métropole, le Conseil métropolitain avait acté l'[élaboration du document](#) le 16 octobre 2020. Le 9 décembre 2021 sera présenté en séance l'arrêt du projet et la nouvelle gestion publicitaire qui en découlera. Il sera ensuite soumis pour avis aux 24 conseils municipaux avant une adoption définitive à l'été 2022.

UN PROJET DE RÈGLEMENT AMBITIEUX, SUIVANT 3 AXES

Ainsi, la Métropole a cherché à construire un RLPm ambitieux et équilibré, un des objectifs étant notamment le traitement égalitaire de tous les habitants du territoire avec une protection forte des secteurs principalement dédiés à l'habitat. Par sa forte régulation et sa maîtrise des publicités et enseignes, et notamment numériques, il favorisera la qualité paysagère et patrimoniale du territoire et s'engage résolument pour répondre aux enjeux de transitions écologique et énergétique. 3 axes structurent le projet arrêté :

Axe 1 : limitation à 3 zones de publicité pour favoriser l'égalité de traitement et préserver fortement les paysages, systématiquement plus fermes que ce que la réglementation nationale permet

Axe 2 : répondre aux enjeux de transition écologique et énergétique par des restrictions fortes sur les dispositifs lumineux, en particulier numériques

Axe 3 : recherche de la qualité des enseignes, sans brider la liberté du commerce ni le pouvoir d'appréciation des maires

LES 24 ENGAGEMENTS DE NANTES MÉTROPOLE

Axe : forte réduction et maîtrise

...de l'affichage :

- 1 Suppression totale du format d'affiches de 12 m², soit la dépose de 310 panneaux
- 2 Suppression de plus 50 % des 217 mobiliers urbains de 8 m² implantés sur l'espace public à Bouguenais, Nantes, Orvault, Rezé, Saint-Herblain et Saint-Sébastien-sur-Loire (dès 2022)
Au total, 1 000 dispositifs publicitaires existants sur toute la métropole sont concernés par la nouvelle réglementation

...de la publicité numérique :

- 4 Dès 2022, arrêt du déploiement des panneaux numériques prévus au contrat des mobiliers urbains, en limitant à l'installation des 46 panneaux en place et en renonçant aux 23 écrans numériques supplémentaires
- 5 Suppression des dispositifs numériques de plus de 2 m² présents sur le domaine privé, soit une quinzaine de panneaux

Axe : paysage libéré et apaisé

- 6 Limitation à 2 m² de surface d'affichage pour les panneaux numériques, sur tout le territoire
- 7 Protection stricte des lieux patrimoniaux et réduction de 50 % la publicité sur mobilier urbain dans le secteur patrimonial remarquable (SPR) de Nantes
- 8 Limitation à un seul chevalet par établissement (commerces ou autres) sur toute la métropole
- 9 Interdiction de toute publicité dans un périmètre de 50 m autour des écoles, de la maternelle au collège (dès 2022)
- 10 Sanctuarisation des couloirs paysagers « sans publicité » notamment aux abords des cours d'eau (Loire, Chézine, Cens, Sèvre nantaise...) avec la dépose d'affichage publicitaire par exemple sur le boulevard de Sarrebruck et le quai Wilson à Nantes ou sur le quai Cormerais à Saint-Herblain
- 11 Dépose ou repositionnement des panneaux numériques jugés dangereux pour la sécurité routière
- 12 Refus de toute demande de publicité au sol

Axe : écologie et maîtrise énergétique

- 13 Extinction nocturne de 24h à 6h pour l'ensemble des dispositifs de publicité privés (y compris ceux situés à l'intérieur des commerces) et pour les mobiliers urbains (dès 2022). Cette disposition s'appliquera en dehors des horaires d'ouverture

des commerces.

- 14 Limitation de l'éclairage des abris-voyageurs aux horaires du service Tan : extinction après arrêt de fonctionnement de la ligne
- 15 Maintien pour les abris-bus du système d'éclairage automatique, détecteur de présence pour assurer la sécurité
- 16 Interdiction ou réduction de la publicité au bénéfice de produits polluants (exemple : véhicules les plus émetteurs) et mise en place obligatoire d'une étiquette « climat » sur les publicités, du type « CO₂ score » (en référence à la loi Climat et résilience du 22 août 2021)

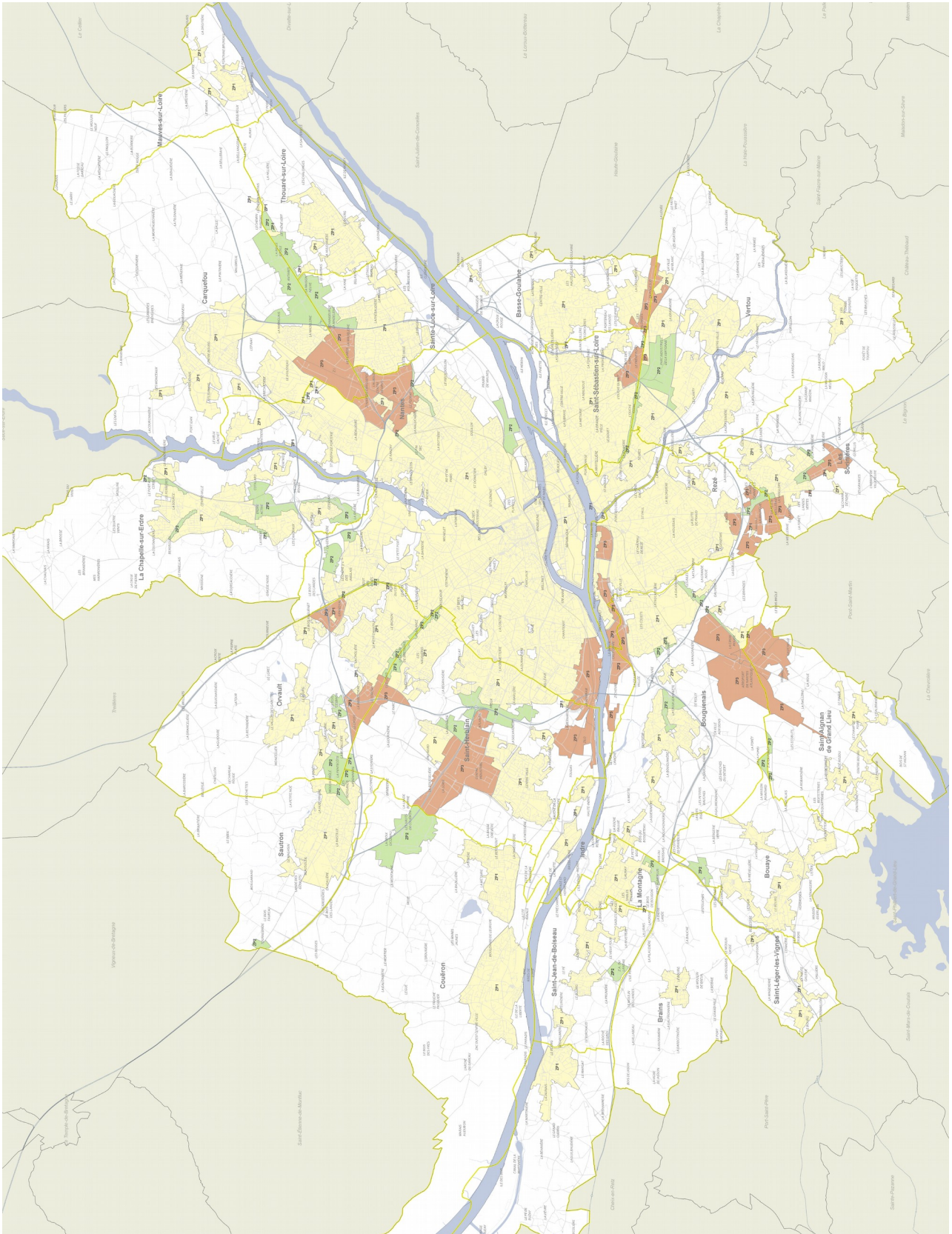
Axe : prime à l'information locale et d'intérêt général

- 17 Augmentation de la visibilité des informations institutionnelles et culturelles
- 18 Création d'une commission sur l'éthique de la publicité (dès 2022), avec une attention portée aux valeurs véhiculées dans les messages, notamment en matière de sobriété, d'égalité et de sexisme
- 19 Préservation d'une enveloppe « innovation et transition » pour le développement technologique et/ou artistique et culturel de l'affichage (dès 2022)
- 20 Arrêt des pages de publicité dans *Nantes Passion*, le magazine municipal de Nantes (190 000 exemplaires mensuels). La publicité n'est pas présente dans le *Journal de Nantes Métropole*.

Axe : respect des règles partagé

- 21 Étude de la mise en œuvre de la police administrative de l'affichage extérieur dans les 24 communes (contre 13 qui peuvent l'exercer actuellement dans le cadre de leurs RLP communaux)
- 22 Renégociation du contrat de mise à disposition des mobiliers urbains avec un développement revu à la baisse ayant pour conséquence une réduction de la redevance annuelle pour la Métropole
- 23 Mise en place d'une action spécifique conjointe, entre la CCI et Nantes Métropole, pour soutenir l'appropriation de ces nouvelles règles par les commerçants
- 24 Création d'une nouvelle rubrique « affichage publicitaire » de l'application mobile « Nantes dans ma poche » pour signaler des manquements (contenu, problème de sécurité, implantation abusive...)

LA CARTE DU RLPm : 70 % SANS PUBLICITÉ ET TROIS ZONES RÉGLEMENTÉES



Zone blanche : zones naturelles et agricoles et les couloirs paysagers sans publicité (70 % du territoire)

Zone jaune : ZP1, secteurs résidentiels et les centralités

Zone verte : ZP2, secteurs mixtes (activités/habitat) ainsi que des axes routiers secondaires

Zone orange : ZP3, axes structurants principaux et grandes zones commerciales et d'activités