

Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal du Grand Nancy (RLPi)
Phase diagnostic et orientations

Compte-rendu de la réunion publique du 22 juin 2022
Salle polyvalente Michel Dinot à Malzéville

Intervenants :

Métropole du Grand Nancy :

- Bertrand KLING – Vice-Président délégué au développement urbain et à la sécurité
- Isabelle LUCAS – Conseillère métropolitaine déléguée à l'urbanisme et à la stratégie foncière
- Rachel OUEZMANE - Adjointe au DGA Mobilités et Développement Urbain Durables
- Romaine CHASTELOUX-RIVIERE – Directrice – Direction de l'urbanisme et de l'écologie urbaine – *Excusée*
- Marianne WIRTH – Directrice adjointe – Direction de l'urbanisme et de l'écologie urbaine
- Sabrina GALAT – Chargée de missions – Direction de l'urbanisme et de l'écologie urbaine

Bureaux d'études :

- Sophie PELLIER – Chef de projet RLPi – Even Conseil
- Louise GEFFROY – Consultante concertation et communication – Aire Publique

Objet de la réunion :

Partage du diagnostic réalisé et des propositions d'orientations du projet de RLPi pour échanger, recueillir les avis, attentes et suggestions du public.

Synthèse des échanges et des remarques de la réunion :

⇒ Unité urbaine :

Le Maire de Fléville-devant-Nancy indique ne pas être en accord avec cette règle de l'unité urbaine pour sa commune, qu'il juge incohérente. Il mentionne la présence de la zone d'activités commerciales « Nancy Porte Sud » à cheval sur 3 communes (Fléville, Heillecourt et Houdemont) qui ne relèvent pas toutes de la même unité urbaine (la commune de Fléville est soumise à des règles plus strictes que les 2 autres communes qui font partie de l'unité urbaine de Nancy). Une grande enseigne comme Leroy Merlin serait pénalisée et sa commune aussi par rapport à la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure.

La Métropole du Grand Nancy rappelle que la prise en compte de l'unité urbaine (définie par l'INSEE) dans l'élaboration du RLPi est une obligation réglementaire. Une demande de dérogation avait été

faite auprès de l'Etat mais a été refusée. Le travail en phase règlement visera à rendre les règles les plus cohérentes possibles sur des secteurs à cheval sur des communes ne relevant pas de la même unité urbaine.

⇒ Caractère restrictif du RLPi :

Une habitante demande si le RLPi doit obligatoirement être plus restrictif que le Règlement National de Publicité.

La Métropole du Grand Nancy et Even Conseil indiquent que le RLPi doit obligatoirement comporter des règles plus restrictives que la réglementation nationale. Il peut être dérogé à ce principe uniquement pour réintroduire de la publicité dans des secteurs patrimoniaux protégés.

⇒ Caducité des RLP communaux – Période transitoire :

Un habitant s'interroge sur le risque d'un développement d'enseignes non conformes au futur RLPi entre la période du 14 juillet 2022, date de caducité des RLP communaux, et l'approbation du RLPi.

La Métropole du Grand Nancy ne pense pas qu'il y aura un effet d'aubaine, et ce serait un mauvais calcul financier puisque les enseignes devront ensuite se mettre en conformité avec le RLPi.

⇒ Pouvoir de police :

L'association « Résistance à l'Agression Publicitaire » demande ce qu'il en est du pouvoir de police au niveau de la Métropole du Grand Nancy.

B.KLING indique qu'une réflexion avec les 20 communes sera lancée en lien avec la question d'un service commun d'instruction. D'un point de vue juridique, la loi « Climat » du 22 août 2021 a prévu le transfert automatique du pouvoir de police au président de l'EPCI au 1^{er} janvier 2024, sauf si opposition des maires et renoncement du Président. Jusqu'à cette date la répartition de la compétence est la suivante : pour les communes disposant d'un RLP communal ou d'un RLPi, le pouvoir de police est de la compétence du Maire, pour celles n'en disposant pas, le pouvoir de police est de la compétence du Préfet.

⇒ Secteurs à enjeux du diagnostic :

Pour l'association « Résistance à l'Agression Publicitaire », les secteurs à enjeux qui ont été répertoriés selon leur sensibilité paysagère et patrimoniale, devraient plutôt être établis selon les revenus de la population, car pour elle, les dispositifs publicitaires sont plus nombreux dans les secteurs où les habitants ont des bas revenus.

⇒ TLPE :

L'association « Résistance à l'Agression Publicitaire » interroge sur les recettes générées par la TLPE pour les communes.

B.KLING indique que les recettes sont très disparates selon les communes. Celles qui ont des zones d'activités commerciales, sont celles qui perçoivent le plus. Pour la commune de Malzéville, cela représente quelques milliers d'euros.

Le Maire de Fléville-devant-Nancy indique que sa commune perçoit un montant de 90 000€, en raison de la présence de 2 zones d'activités sur son territoire. Une éventuelle baisse des recettes,

couplée à la baisse des dotations de l'Etat, impacterait son budget communal et nécessiterait pour lui de recourir à l'impôt. Il précise qu'avec la mise en place de la TLPE certains commerces avaient déjà réduit leurs enseignes.

⇒ Place de la publicité dans notre société :

Un membre de l'association « Résistance à l'Agression Publicitaire » fait part de sa vision de la publicité, qui représente non seulement une pollution visuelle mais également une pollution mentale permanente. Elle favorise la surconsommation, et donc la production de déchets. Il est en faveur d'une interdiction complète de la publicité.

⇒ Publicités lumineuses et numériques :

L'Association « Résistance à l'Agression Publicitaire » veut l'interdiction totale des dispositifs éclairés par projection ou transparence et l'interdiction totale de la publicité numérique. Il y a un enjeu à lutter contre la pollution lumineuse, notamment en période de crise énergétique et environnementale.

Le Maire de Fléville-devant-Nancy souligne que certains panneaux fonctionnent avec des panneaux photovoltaïques.

B.KLING indique que c'est le sens de l'histoire de s'attaquer à la pollution lumineuse. Il fait mention des efforts de réduction de l'éclairage public par la Métropole du Grand Nancy. A titre personnel, il se dit défavorable au numérique, toutefois une interdiction totale de la publicité numérique ferait courir un risque juridique sur le futur RLPI. Aussi, pour éviter ce risque, la volonté est d'être le plus restrictif possible sur ces dispositifs.

L'Association « Résistance à l'Agression Publicitaire » indique disposer d'une analyse juridique indiquant qu'une interdiction totale du numérique sur l'ensemble d'un territoire est possible.

La Métropole du Grand Nancy et Even Conseil indiquent disposer d'une analyse juridique différente : une interdiction totale de la publicité numérique pourrait être considérée comme une interdiction d'affichage pour certains professionnels de l'affichage qui ne sont spécialisés que dans le numérique.

I.LUCAS indique partager les enjeux liés à la pollution lumineuse. Elle précise qu'à titre personnel, elle serait pour une interdiction totale du numérique sur Nancy mais le risque juridique doit être pris en compte.

⇒ Ecrans numériques à l'intérieur des vitrines :

L'association « Résistance à l'Agression Publicitaire » fait remarquer que dans l'hyper centre de Nancy, une nouvelle forme de publicité se développe à savoir les écrans numériques à l'intérieur des vitrines. L'espace privé impose alors un message sur l'espace public. Ce type de dispositif a un impact sur la biosphère. N'apparaissant pas dans le diagnostic, l'association se demande comment la Métropole du Grand Nancy compte règlementer ces dispositifs.

La Métropole du Grand Nancy indique qu'au moment de la réalisation du diagnostic, ce type de dispositifs n'entraient pas dans le champs d'application d'un RLPI, d'où leur absence dans le diagnostic présenté. Depuis la loi « Climat » du 22 août 2021, ces dispositifs peuvent être règlementés par un RLPI. La Métropole du Grand Nancy, proposera aux 20 Maires avant les débats d'orientations, de rajouter dans les orientations du RLPI, une mention sur ces dispositifs.

⇒ Contenu des publicités sur les arrêts de bus :

Un membre du Conseil de développement durable indique que le C3D travaille sur l'acceptation sociale au changement dans le cadre du Plan Climat Air Energie Territorial. Il se questionne sur le contenu de la publicité aux arrêts de bus par exemple et interpelle la Métropole sur l'articulation des calendriers.

La Métropole du Grand Nancy précise que les calendriers sont distincts mais que le travail se fait de manière transversal. Il est également indiqué que l'accompagnement au changement des usages sera une action du PCAET et que le RLPi ne permettra pas de réglementer le contenu des publicités.

⇒ Propositions d'orientations du RLPi :

Un habitant estime qu'il manque une orientation générale sur la lutte contre le réchauffement climatique et les enjeux environnementaux. Il s'agit d'une responsabilité politique de le rappeler.

La Métropole du Grand Nancy précise que cet aspect sera développé dans la justification des orientations retenues dans la délibération du débat d'orientations et dans le rapport de présentation qui constitue une des pièces du RLPi.

L'association « Résistance à l'Agression Publicitaire » s'interroge sur l'application de ces orientations et demande une réglementation simple.

B.KLING explique qu'un règlement trop général ne sera pas applicable.

L'association « Résistance à l'Agression Publicitaire » formule plusieurs propositions à savoir : une interdiction de la publicité autour des écoles, une interdiction des véhicules à des fins publicitaires et une extinction obligatoire des enseignes lumineuses dès la fermeture des commerces.

La Métropole du Grand Nancy portera à connaissance des 20 Maires ces propositions avant les débats d'orientations.

I.LUCAS précise que l'extinction des enseignes ne peut se faire sans négociation avec les commerçants. De manière générale, elle précise que sur certains aspects, les choses ne pourront se faire que de manière graduelle. Les règles pourront être renforcées d'ici quelques années dans le cadre d'une révision du RLPi.

B.KLING indique que le RLPi entraînera une réduction des dispositifs publicitaires sur la Métropole du Grand Nancy et leur présence sera mieux pensée. Sur le numérique, il est tout à fait conscient du côté énergivore de ces dispositifs et souhaite s'inscrire dans l'histoire avec des mesures ambitieuses. Il portera ce message auprès de l'ensemble des maires de la Métropole.

PJ : Présentation projetée en séance
