

**Règlement Local de Publicité
Intercommunal**

Bilan de la concertation

Mai 2025



Table des matières

LA CONCERTATION DANS LE CADRE DE L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

INTERCOMMUNAL..... 3

I. Rappel du dispositif réglementaire et cadre législatif 3

1. L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) 3

2. La concertation dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de la Métropole du Grand Nancy..... 4

II. La mise en œuvre des actions de concertation 5

1. Pour s'informer 5

2. Pour s'exprimer 14

3. Pour échanger 14

SYNTHESE DES AVIS, REMARQUES ET CONTRIBUTIONS AU REGARD DU RLPi..... 18

I. Analyse quantitative générale 18

1. Détail des contributions selon les modes d'expression 18

2. Focus sur le registre numérique..... 18

II. Synthèse qualitative des avis et contributions 20

1. Visions concernant la démarche et la philosophie du document..... 20

2. Généralités sur la démarche d'élaboration du RLPi : demande de précisions sur le déroulé global et l'élaboration du document 21

3. Remarques concernant le diagnostic et les orientations 24

4. Remarques concernant le zonage et les règles prévus pour réglementer les publicités..... 25

5. Remarques concernant les dispositifs lumineux (avec un intérêt particulier pour le numérique) et plage d'extinction nocturne 29

6. Remarques concernant les enseignes..... 31

7. Autres 31

CONCLUSION DU BILAN DE LA CONCERTATION 32

LA CONCERTATION DANS LE CADRE DE L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

I. Rappel du dispositif réglementaire et cadre législatif

1. L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

Les articles du Code de l'urbanisme et de l'environnement applicables à la concertation dans le cadre des procédures d'élaboration et de révision du RLPi sont :

Art L. 581-14-1 du Code de l'environnement : « Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre I^{er} du Code de l'urbanisme ».

Art L.103-2 du Code de l'urbanisme : « Font l'objet d'une concertation associant, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées [...] l'élaboration ou la révision du plan local d'urbanisme [...] ».

Art L.103-3 du Code de l'urbanisme : « Les objectifs poursuivis et les modalités de concertation sont précisés par :

1° L'autorité administrative compétente de l'Etat lorsque la révision du document d'urbanisme ou l'opération sont à l'initiative de l'Etat.

2° L'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public dans les autres cas [...]. ».

Art L.103-4 du Code de l'urbanisme : « Les modalités de la concertation permettent pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'autorité compétente ».

Art L.103-6 du Code de l'urbanisme : « A l'issue de la concertation, l'autorité mentionnée à l'article L.103-3 en arrête le bilan. Lorsque le projet fait l'objet d'une enquête publique réalisée conformément au chapitre 3 du livre 1^{er} du Code de l'environnement, le bilan de la concertation est joint au dossier de l'enquête ».

Défini aux articles L.581-14 et suivants du Code de l'Environnement, le RLP est un outil de planification de l'affichage publicitaire. En effet, les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux circonstances locales dans un RLP (article L.581-2 du Code de l'Environnement).

Depuis la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) dite loi « Grenelle II », l'EPCI compétent en matière de PLU est également, de plein droit, compétent en matière de RLP sur son territoire. **Le RLP doit ainsi être élaboré à l'échelle intercommunale (article L.581-14 du Code de l'Environnement).**

La Métropole du Grand Nancy exerce la compétence en matière de Plan Local d'Urbanisme et documents en tenant lieu, et **donc la compétence en matière de Règlement Local de Publicité sur le périmètre de son territoire.**

2. La concertation dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de la Métropole du Grand Nancy

Dans le cadre de l'élaboration du RLPi de la Métropole du Grand Nancy, la concertation a été organisée conformément aux modalités définies par la délibération du Conseil métropolitain du 23 février 2018 :

Conformément à l'article L103-2 du code de l'urbanisme, et tout au long de l'élaboration du projet de RLPi, jusqu'à l'enquête publique, une concertation sera mise en œuvre pour associer les habitants, les acteurs économiques (commerçants, afficheurs...), les associations environnementales et toutes autres personnes concernées. La concertation sera menée par le Grand Nancy en collaboration avec les communes.

Les objectifs poursuivis par la Métropole dans le cadre de cette concertation sont les suivants :

- Donner accès à une information claire sur le projet de RLPi pendant toute la durée de son élaboration,
- Sensibiliser le public aux enjeux liés à l'affichage extérieur sur le territoire métropolitain,
- Permettre à chacun d'exprimer ses attentes, ses idées et ses points de vue sur les orientations en matière d'affichage extérieur.

Les modalités de la concertation inscrites dans la délibération sont les suivantes :

- **Pour informer :**
 - Diffusion d'une plaquette de concertation après le lancement de la procédure visant à expliciter la démarche et préciser les modalités de concertation,
 - Sur le site internet du Grand Nancy, mise à disposition d'informations qui seront actualisées tout au long de la procédure, et possibilité pour chacun de déposer des avis ou des propositions,
 - Mise en place d'une exposition (après le débat sur les orientations et avant l'arrêt du projet),
 - Diffusion d'informations sur l'avancement de la procédure par le biais d'autres supports d'information : Grand Nancy Actu, bulletins municipaux, articles de presse, etc...
- **Pour concerter :**
 - Mise à disposition dans chacune des 20 communes et au siège de la Métropole, aux jours et heures habituels d'ouverture d'un registre de concertation, destiné à recevoir les observations et suggestions du public. Ces registres seront accompagnés d'un dossier rassemblant au fur et à mesure de l'avancée de la procédure, les pièces essentielles à la compréhension du public,
 - Organisation de réunions publiques sur une ou plusieurs communes pour débattre avec la population des enjeux liés à l'affichage extérieur,
 - Organisation de groupes de travail spécifiques associant les acteurs économiques et associatifs du territoire.

Dans la délibération, il était prévu les délais et les modalités de communication suivantes : le lancement de la concertation, ainsi que les dates relatives aux temps particuliers de concertation avec la population (exposition, réunion publique) sont communiqués par insertion d'une annonce légale dans la presse locale. La concertation se clôturera au moins 90 jours avant la date prévue pour l'arrêt du

projet de RLPi, afin de disposer du temps nécessaire pour tirer le bilan de cette concertation préparé avec les communes, qui sera présenté au Conseil métropolitain.

Conformément aux dispositions du code de l'urbanisme, tout au long de l'élaboration du projet de RLPi, seront associés et consultés, à leur demande, des personnes publiques associées : services de l'Etat, Conseil Départemental, Conseil Régional, Syndicat mixte du SCOT Sud 54, Chambres Consulaires, etc..

II. La mise en œuvre des actions de concertation

1. Pour s'informer

La création d'une page dédiée sur le site internet du Grand Nancy et sur la plateforme participative de la Métropole

- Page dédiée sur le site internet de la Métropole : <https://www.grandnancy.eu/vivre-habiter/urbanisme/le-reglement-local-de-publicite-intercommunal-rlpi-se-construit-avec-vous>

Cette page explique ce qu'est un RLPi et les motivations de l'élaboration de ce document. Un renvoi est prévu vers la plateforme participative.

métropole GrandNancy

LA MÉTROPOLE | CONSTRUIRE L'AVENIR | SE DÉPLACER | VIVRE & HABITER | ENTREPRENDRE & INNOVER | SORTIR & DÉCOUVRIR

Accueil / Vivre & habiter / Urbanisme / Le Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) se construit avec vous

Rechercher sur le site grandnancy.eu

Le Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) se construit avec vous

URBANISME

Le Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) se construit avec vous

- Le RLPi, qu'est-ce que c'est ?
- Le diagnostic et les orientations
- La démarche continue
- Comment participer ?

Comment participer ?

La Métropole du Grand Nancy a ouvert une concertation depuis avril 2022. Chaque personne intéressée et/ou concernée par le projet peut émettre un avis et une contribution via le registre numérique ou les registres papier disponibles au siège de la Métropole et dans les communes jusqu'au 20 mars 2025.

Une réunion publique d'information sera également organisée au début de l'année 2025, afin de vous informer sur les suites du projet.

Il est prévu d'arrêter le document au printemps 2025 dans un objectif d'approbation pour décembre 2025.

Rendez-vous ici pour plus d'informations :

<https://jeparticipe.metropolegrandnancy.fr/processes/MGNRLPi>

DOCUMENTS

[OUVERTURE DE LA CONCERTATION RELATIVE A L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL DU GRAND NANCY \(PDF\)](#)

- Page dédiée sur le site participatif de la Métropole du Grand Nancy : <https://jeparticipe.metropolegrandnancy.fr/processes/MGNRLPi>

Cette page regroupe l'ensemble des informations utiles pour comprendre l'élaboration du RLPi : rappel des objectifs du document, mise à dispositions de documents (délibérations, support de présentation et compte-rendu des rencontres, projet de zonage...), annonce des prochaines rencontres à venir. Ce site renvoie également vers le registre numérique mis en place : <https://www.registredemat.fr/rlpi-grandnancy>



PRÉSENTATION JE PARTICIPE RENCONTRES

Il est prévu d'arrêter le document au printemps 2025 dans un objectif d'approbation pour décembre 2025.

Partager ➔

Intégrer ↵

métropole
Grand Nancy

RENCONTRES - RENCONTRES PASSÉES [TOUT VOIR \(2\)](#)

Réunion publique

06 mars 2025 - 18:00-20:00

Réunion publique

22 juin 2022 - 18:30-20:30

- Des articles et actualités ont été également publiés sur le site de la Métropole pour informer sur l'avancée du projet :



The screenshot shows the website of the Métropole Grand Nancy. The header includes the logo and navigation links: LA MÉTROPOLE, CONSTRUIRE L'AVENIR, SE DÉPLACER, VIVRE & HABITER, ENTREPRENDRE & INNOVER, and SOS. Below the header, there is a breadcrumb trail: Accueil / Actualités / Actualité. The main article is titled "La démarche de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Métropole du Grand Nancy reprend !". The article text states that the elaboration of the RLPi is continuing and will be finalized by March 2025. It includes an illustration of a city street with a large billboard and a smaller sign. The text explains that the RLPi is a planning document for outdoor advertising, covering the entire intercommunal territory. It also mentions that a public meeting was held on June 22, 2022, to discuss the project with the population.

La démarche de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Métropole du Grand Nancy reprend !

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Grand Nancy se poursuit jusqu'au 20 mars 2025.

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Grand Nancy se poursuit avec l'élaboration du règlement et du zonage qui viendra traduire les orientations et les enjeux définis en 2022-2023.

Qu'est-ce qu'un RLPi ?

C'est un document de planification sur l'affichage publicitaire extérieur à l'échelle d'une intercommunalité, qui relève du code de l'environnement. Ce document fixe, secteur géographique par secteur géographique, les obligations en matière d'affichage publicitaire (taille et nombre de dispositifs, règles d'extinction des dispositifs lumineux, etc.). Le RLPi réglemente ainsi les publicités, les pré-enseignes et les enseignes.

Le futur RLPi constituera un outil au service de l'ensemble des 20 communes de la Métropole du Grand Nancy. La mise en œuvre d'une démarche intercommunale permet d'élargir la réflexion et ainsi d'harmoniser les règles sur les dispositifs d'affichage extérieur, sur l'ensemble du territoire et en cohérence avec les orientations validées.

Le diagnostic et les orientations

Le diagnostic et les orientations ont fait l'objet de débats au sein de chaque conseil municipal et au sein du conseil métropolitain. Une réunion publique a aussi été organisée le 22 juin 2022 afin de rencontrer la population à ce sujet. Les orientations, c'est-à-dire les grands enjeux auxquels le RLPi doit répondre, ont été définies en 6 axes :



RLPi

✓ **Règlement Local de Publicité
INTERCOMMUNAL DU GRAND NANCY**

**métropole
Grand Nancy**

RLPi, suivez le guide !

La Métropole du Grand Nancy s'est lancée dans l'élaboration de son Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi). Une démarche qui a pour objectif de défendre le cadre de vie et l'environnement tout en renforçant l'attractivité économique. Dès son approbation, il couvrira l'ensemble des 20 communes de la Métropole et remplacera les règlements communaux existants. Le RLPi sera conçu en collaboration avec les communes du territoire, les acteurs associatifs et économiques, mais aussi ses habitants.

Suivez le guide,
et découvrez en plus
à l'intérieur !

Le RLPI qu'est-ce que c'est ?

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) définit et précise la réglementation nationale en matière de publicité extérieure. Il s'agit d'un document qui permet de réglementer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes (sur le domaine privé ou public) en respectant la réglementation nationale ou autre loi. Les RLPIs s'appliquent sur le territoire de la commune ou de la métropole. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques.



Un territoire, un RLPI

Le RLPI définit la réglementation nationale en matière de publicité extérieure. Il s'agit d'un document qui permet de réglementer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes (sur le domaine privé ou public) en respectant la réglementation nationale ou autre loi. Les RLPIs s'appliquent sur le territoire de la commune ou de la métropole. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques.



Quels sont les dispositifs publicitaires réglementés ?

Les pré-enseignes sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention. Les enseignes sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention. Les publicités sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention.



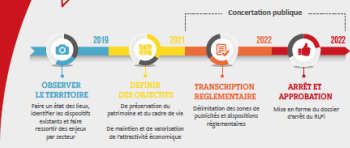
Quels sont ses objectifs ?

Le RLPI a pour objectif de réglementer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes (sur le domaine privé ou public) en respectant la réglementation nationale ou autre loi. Les RLPIs s'appliquent sur le territoire de la commune ou de la métropole. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques. Le RLPI est composé d'un règlement et d'un règlement de communication des acteurs économiques.



Les étapes de l'élaboration du RLPI

2018 : OBSERVER LE TERRITOIRE
2019 : DÉFINIR LES OBJECTIFS
2020 : TRANSCRIPTION RÉGLEMENTAIRE
2021 : ARRÊT ET APPROBATION
2022 : Mise en œuvre du règlement



Le RLPI, une démarche concertée

Tout au long de son élaboration, la Métropole du Grand Nancy veille à écouter toutes les parties prenantes par le biais d'ateliers de concertation. Ces ateliers permettent d'informer et d'écouter toutes les parties prenantes. Ces ateliers permettent d'informer et d'écouter toutes les parties prenantes. Ces ateliers permettent d'informer et d'écouter toutes les parties prenantes.



Faites-nous part de vos remarques et suggestions

PAR INTERNET : [www.grandnancy.eu](#)
SUR LES REGISTRES DE CONSULTATION des registres et au siège de la Métropole
EN PARTICIPANT AUX RÉUNIONS PUBLIQUES qui seront organisées aux étapes clés de la démarche



grandnancy.eu / vivre-habiter/urbanisme

Une exposition

Un panneau explicatif du RLPI (diagnostic et orientation) a été réalisé et exposé à partir de février 2025 (quelques semaines avant l'arrêt du projet) dans le hall de la Métropole du Grand Nancy. Le panneau a également été mobilisé lors de la réunion publique du 6 mars 2025.

Après l'arrêt du projet, un second panneau sera réalisé pour présenter le règlement tel qu'il aura été arrêté. Les deux panneaux seront exposés durant l'enquête publique.

RLPI

Règlement Local de Publicité
INTERCOMMUNAL DU GRAND NANCY

QUELLE PLACE POUR LA PUBLICITÉ SUR NOTRE TERRITOIRE ?

Diagnostic et orientations

Avec l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI), la Métropole du Grand Nancy souhaite traduire localement la réglementation de l'affichage publicitaire afin d'adapter les règles aux particularités du territoire.

Qu'est-ce qu'un RLPI ?

Le RLPI est :

- Un document de planification qui définit les règles de l'affichage publicitaire
- Un outil qui harmonise la réglementation au sein des 20 communes de la Métropole du Grand Nancy, tout en prenant en compte les spécificités territoriales

Mais aussi :

- Un document qui traduit l'ambition portée par la Métropole du Grand Nancy afin de concilier développement du cadre de vie et réponse aux besoins de visibilité des acteurs économiques

Plusieurs dispositifs publicitaires sont réglementés par le RLPI :

Une publicité

Les publicités sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention.

Une pré-enseigne

Les pré-enseignes sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention.

Une enseigne

Les enseignes sont des dispositifs destinés à informer le public ou attirer son attention.

Quelles orientations pour la publicité dans la Métropole ?

Au début de la démarche, un diagnostic a été réalisé pour comprendre la situation de la Métropole : quelles sont les orientations pour la publicité ? Quelles sont les orientations pour la publicité ? Quelles sont les orientations pour la publicité ?

Ce travail de diagnostic a été réalisé en concertation avec les associations et acteurs économiques :

- Préserver les valeurs patrimoniales et artistiques
- Garantir la visibilité des acteurs économiques
- Harmoniser la réglementation à l'échelle de la Métropole

À partir de ces enjeux, des orientations ont été définies et ont fait l'objet de débats avec chaque Conseil municipal et les élus du Grand Nancy. Les orientations sont présentées ci-dessous et traduisent les orientations de la Métropole :

ORIENTATION N°1

Préserver les valeurs patrimoniales et artistiques

ORIENTATION N°2

Garantir la visibilité des acteurs économiques

ORIENTATION N°3

Harmoniser la réglementation à l'échelle de la Métropole

ORIENTATION N°4

Préserver les valeurs patrimoniales et artistiques

ORIENTATION N°5

Garantir la visibilité des acteurs économiques

ORIENTATION N°6

Harmoniser la réglementation à l'échelle de la Métropole

ORIENTATION N°7

Préserver les valeurs patrimoniales et artistiques

ORIENTATION N°8

Garantir la visibilité des acteurs économiques

ORIENTATION N°9

Harmoniser la réglementation à l'échelle de la Métropole

ORIENTATION N°10

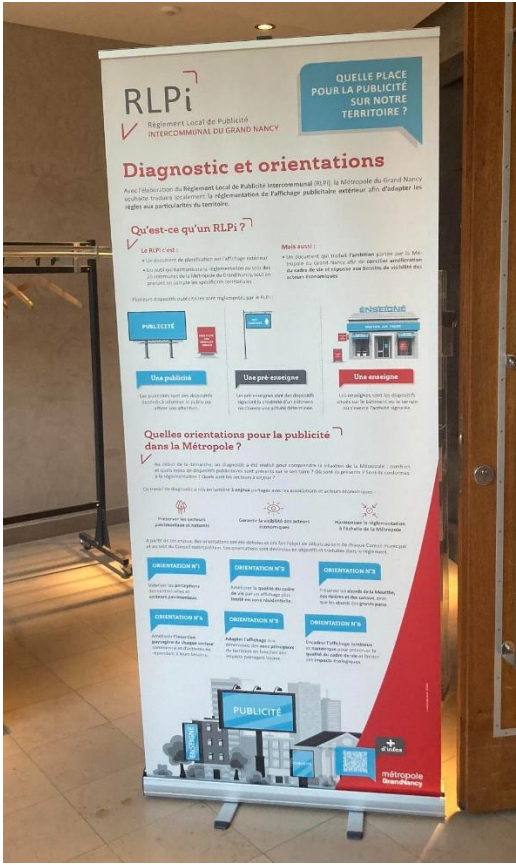
Préserver les valeurs patrimoniales et artistiques

ORIENTATION N°11

Garantir la visibilité des acteurs économiques

ORIENTATION N°12

Harmoniser la réglementation à l'échelle de la Métropole



- Publication d'un avis au public pour informer du lancement de la concertation et d'une annonce légale ainsi que d'un support de communication :

[illegible]

- Articles dans la presse sur le sujet :
- Avril 2022 – L’Est Républicain : [Grand Nancy. Publicité en ville : la Métropole consulte les habitants pour la réglementer](#)



- Décembre 2022 – L’Est Républicain : « Les élus se penchent sur le règlement local de publicité intercommunal »



- Janvier 2025 - L’Est Républicain : [Grand Nancy. Évolution de la publicité en ville : ces citoyens attentifs au futur règlement](#)

L'EST
Républicain

Actualité ▾ Régions ▾ Faits-divers ▾ Sport ▾ Nos formats ▾ Culture - Loisirs ▾ Magazines **S'abonner**

Accueil > Economie > Économie

Grand Nancy

 **Évolution de la publicité en ville : ces citoyens attentifs au futur règlement**

Alors que la révision du règlement de publicité intercommunal (RLPi) a pris du retard, que la concertation citoyenne a été prolongée et que l'espace public vient d'évoluer un peu sur le plan publicitaire, les associations investies sur ce sujet de la pub en ville restent attentives.

Stéphanie Cheffer - 24 janv. 2025 à 17:14 | mis à jour le 24 janv. 2025 à 22:49 - Temps de lecture : 3 min

- Janvier 2025 - Lorraine actu : [Nancy : pourquoi ces panneaux publicitaires sont bâchés dans le centre-ville](#)

Lorraine actu

Une volonté d'avoir moins de publicités au cœur de Nancy

La Métropole précise qu'il y a également une volonté politique de **réduire le nombre d'emplacements publicitaires** dans le cadre du **nouveau règlement local de publicité intercommunal (RLPi)**, qui « fixe, secteur géographique par secteur géographique, les obligations en matière d'affichage publicitaire (taille et nombre de dispositifs, règles d'extinction des dispositifs lumineux, etc.) ».

Ce document réglemente :

- les **publicités** (destinées à informer le public ou à attirer son attention) ;
- les **pré-enseignes** (indiquent la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité) ;
- les **enseignes** (situées sur le bâtiment ou l'unité foncière où s'exerce l'activité signalée).

Ouverte depuis avril 2022, la concertation à ce sujet est toujours en cours. Les citoyens peuvent y participer jusqu'au 20 mars 2025 [via ce lien](#). Le document définitif doit être approuvé en décembre 2025.

- Janvier 2025, « Au centre-ville, la pub prépare sa mue », Stéphanie Cheffer

Interroger Copilot sur ce fichier

L'EST
Républicain

crédi 8 janvier 2025
Edition(s) : Edition de Lunéville, Edition de Pont-à-Mousson - Toul, Edition de Meuse, Edition de Nancy
Pages 20-16
355 mots - 1 min

NANCY—NANCY

Au centre-ville, la pub prépare sa mue

D rôle d'impression, ces derniers temps, au rayon publicité du centre-ville. Où l'on peut tomber, au gré des rues, sur des panneaux sucettes dans du film plastique noir, des 4x3 vides, mais aussi sur divers messages et slogans empreints de civisme et de savoir-vivre, affichés sur d'autres panneaux sucettes, sur certains abribus ou encore sur le kiosque de la place Maginot. Des messages passe-partout, sans la moindre signature d'annonceur, et appelant à ne pas utiliser son téléphone au volant, à trier ses déchets, à ne pas jeter ses mégots au sol ou encore à ne pas faire trop de bruits en public.

Ce mobilier urbain, exploité par la société JCDecaux, se trouve en réalité dans une période particulière : les panneaux bâchés « vont être retirés », explique la Métropole du Grand Nancy, précisant en outre que les messages génériques sont positionnés sur du mobilier urbain qui n'est tout simplement plus commercialisé. Et plutôt que de les laisser vides, JCDecaux préfère habiller ces emplacements avec cette campagne portant sur les bonnes pratiques et les comportements citoyens.

Nouveau règlement local

En somme, la situation actuelle porte les prémices d'un changement plus profond : outre le nouveau mobilier urbain prochainement installé sur les stations de ligne de trolleybus (la mise en place des abribus, que JCDecaux exploitera également, va se faire sur les semaines qui viennent), le RLPi (Règlement local de publicité intercommunal) est en cours de refonte.

Objet d'un travail de fond (avec consultation publique) depuis 2022, ce règlement, qui régit l'affichage publicitaire dans les communes de la Métropole, doit être révisé : si le processus a pris du retard, ce nouveau RLPi devrait être calé et validé à l'automne prochain. En 2026, globalement, la pub devrait ainsi être moins présente dans l'espace public. Reste à savoir dans quelle mesure.

E n attendant, tout citoyen peut encore s'exprimer sur le sujet : une consultation publique a été relancée, et dure jusqu'au 20 mars (accès via la plateforme [jeparticipe.me tropolegrandnancy.eu](https://jeparticipe.me/tropolegrandnancy.eu)). ■

Des panneaux sucettes appelés à disparaître du paysage. Photo Stéphanie Cheffer

par Stéphanie Cheffer

- Hiver 2024-2025, La Gazette de Villers-lès-Nancy

La démarche de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) reprend !

Le RLPi qu'est-ce que c'est ?

C'est un document de planification sur l'affichage publicitaire extérieur qui relève du code de l'environnement. Il fixe, pour chaque secteur géographique, les obligations en matière d'affichage publicitaire (taille et nombre de dispositifs, règles d'extinction des dispositifs lumineux, etc.). À l'échelle de l'intercommunalité, cela permet d'élargir la réflexion mais aussi d'harmoniser les règles sur l'ensemble du territoire.

Où est-on dans l'élaboration du règlement ?

En juin 2022, vous avez été consultés lors d'une réunion publique. Les conseils municipaux des 20 communes du Grand Nancy ainsi que le conseil métropolitain ont effectué un diagnostic puis établi des orientations. Le RLPi devra ainsi répondre à 6 axes traduisant la volonté de préserver les zones résidentielles, les abords des espaces naturels mais aussi améliorer l'insertion paysagère des secteurs commerciaux ou encore encadrer l'affichage lumineux et numérique. Le règlement concernera les enseignes, pré-enseignes et la publicité.

Comment participer ?

Aujourd'hui, il faut traduire les grandes orientations en règles. Chaque personne intéressée et/ou concernée par le projet peut émettre un avis via le registre numérique dédié de la Métropole du Grand Nancy. Des registres papiers existent également au siège de la Métropole et, pour Villers, au service urbanisme.

Judi 6 mars 2025, la Métropole du Grand Nancy organise une réunion publique à 18h au Musée-Aquarium de Nancy pour vous informer et échanger sur le sujet. En termes de calendrier, l'objectif est d'approuver le règlement d'ici la fin de l'année 2025.

Contribuer via le registre numérique

Villers nouvelles • Hiver 2024-2025 13

RLPi

Règlement Local de Publicité
INTERCOMMUNAL DU GRAND NANCY

Bilan de la concertation

métropole
GrandNancy

2. Pour s'exprimer

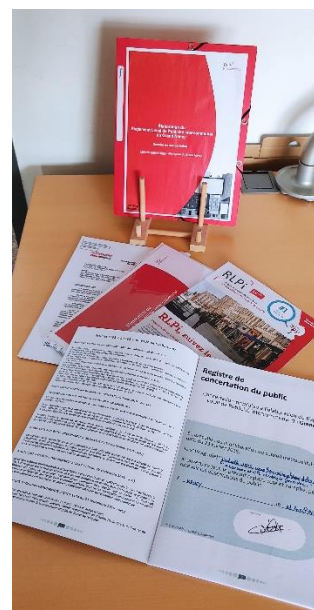
Les moyens d'expressions ont été déclinés sous les formats suivants :

- Mise en place sur la plateforme participative de la Métropole d'un **registre numérique d'expression**. Le présent registre a permis de recueillir **643 contributions** : <https://www.registredemat.fr/rlpi-grandnancy>



Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal du Grand Nancy - Concertation préalable

- Mise à disposition de registres papiers au siège de la Métropole du Grand Nancy et dans les mairies de chaque commune de la Métropole : 1 seule remarque recueillie via les registres papiers.



Espaces avec le dossier de consultation et le registre papier à Malzéville (à gauche) et au siège de la Métropole du Grand Nancy (à droite).

3. Pour échanger

Plusieurs rencontres ont été organisées afin d'échanger sur le projet de RLPi.

Deux réunions publiques

- 1^{ère} réunion publique sur le diagnostic et les orientations, organisée **le 22 juin 2022** dans la Salle des Fêtes de **Malzéville**. **Une dizaine de personnes était présente**, notamment un membre du Conseil de Développement, des membres d'associations environnementales et militants écologistes, un élu et des habitants.



Crédit photos : L'œil Creatif



- 2^e réunion publique sur le projet de règlement, organisée **le 6 mars 2025** au Museum-Aquarium de **Nancy**. **85 personnes étaient présentes**, dont des membres d'associations environnementales et militants écologistes, des professionnels de l'affichage, des commerçants, des élus et agents de communes.



Deux réunions avec les acteurs :

- 1^e réunion sur le diagnostic et les orientations, le 24 février 2022, en présence d'associations environnementales, de professionnels de l'affichage, d'associations de commerçants et du conseil de développement.
- 2^e réunion avec les acteurs sur le règlement, le 13 novembre 2024, au siège de la Métropole du Grand Nancy, en présence de professionnels de l'affichage, d'associations environnementales, des membres du conseil de développement et une association de commerçants.

Deux réunions avec les Personnes Publiques Associées (PPA)

- 1^{re} réunion avec les PPA organisée **le 24 septembre 2021**, en présence de la Direction Départementale des Territoires de Meurthe-et-Moselle (DDT54), du Syndicat mixte de la Multipole Nancy Sud Lorraine (porteur du SCoT Sud 54), du Conseil départemental de Meurthe-et-Moselle, de la Chambre de Commerce et d'Industrie. Cette réunion portait sur le diagnostic et les propositions d'orientations. Les retours ont porté sur la prise en compte des enjeux de Trame noire, sur des questions générales sur la procédure liée au RLPi, la coordination avec celle du PLUi, le lien avec la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE).
- 2^e réunion avec les PPA organisée **le 13 mars 2025**, en présence de l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP) de Meurthe et Moselle, de la Direction Départementale des Territoires de Meurthe-et-Moselle (DDT54), de la Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME) de Meurthe-et-Moselle, du Syndicat mixte de la Multipole Nancy Sud Lorraine (porteur du SCoT Sud 54) ainsi que des représentants de la Métropole, élu et technicien à la stratégie économique. Cette réunion portait sur le projet de règlement et de zonage. Les échanges ont porté sur les propositions de règles concernant :
 - La réintroduction de la publicité sur mobilier urbain en secteur patrimonial
 - Le mobilier urbain
 - La densité des dispositifs publicitaires
 - L'affichage lumineux en vitrine et les dispositifs de publicité lumineuse (dont numérique)
 - L'implantation des enseignes
 - L'articulation avec l'élaboration en cours de Périmètres Délimités des Abords pour certains Monuments Historiques (7 communes concernées)

En plus des réunions prévues dans la délibération, ont été organisés des séries d'ateliers :

Une série d'ateliers intercommunaux en phase d'élaboration du diagnostic et de définition des orientations :

- 1^{er} atelier **le 26 septembre 2019**
- 2^{ème} atelier **le 8 octobre 2019 matin**
- 3^{ème} atelier **le 8 octobre 2019 après-midi**
- 4^{ème} atelier **le 25 octobre 2019**

Un atelier supplémentaire a été organisé post élections municipales, **le 19 février 2021**, pour échanger avec les maires nouvellement élus.

Une série d'atelier intercommunaux afin de préfigurer le zonage :

- 1^{er} atelier **le 16 octobre 2024 matin**
- 2^{ème} atelier **le 16 octobre 2024 après-midi**
- 3^{ème} atelier **le 18 octobre 2024**

Les travaux en atelier ont donné lieu à 97 annotations sur le pré-zonage proposé sur la cartographie en ligne. Les participants le souhaitant ont été invités à poursuivre ce travail d'annotation via un accès personnalisé à la cartographie en ligne.

Une série d'ateliers intercommunaux pour travailler sur les règles :

- 1^{er} atelier **le 13 décembre 2024 matin**
- 2^{ème} atelier **le 13 décembre 2024 après-midi**

Une série d'ateliers avec les ATP (une Association, un Territoire, un Projet)

Une première réunion s'est tenue avec les ATP **le 6 février 2023**, pour présenter la démarche et présenter les orientations.

Deux ateliers ont été organisés **les 6 et 13 novembre 2024** (en phase d'élaboration du règlement et zonage) avec l'ATP Grande Sapinière, l'ATP Porte Verte, Nancy Brabois Tech (Henri Poincaré), Nancy Porte Sud, Nancy Porte Nord, Saint Jacques Activités, la Ville de Nancy (les ATP Dynapole et ATP Rives de Meurthe s'étant excusés). Les échanges ont particulièrement porté sur la compréhension des secteurs spécifiques que sont les secteurs ATP, sur lesquels un zonage ZP3, caractérisant les secteurs à dominante activité économique est proposé ainsi que les sujets suivants : application du pouvoir de police, importance des dispositifs d'enseignes, homogénéisation et simplification du zonage et des règles associées au sein des secteurs ATP, les dispositifs numériques et lumineux, le traitement des axes et des entrées de villes .

SYNTHESE DES AVIS, REMARQUES ET CONTRIBUTIONS AU REGARD DU RLPI

I. Analyse quantitative générale

1. Détail des contributions selon les modes d’expression

Moyen d’expression	Date	Nombre de contributions/personnes présentes
Registre numérique	Du 11 avril 2022 au 20 mars 2025	643 contributions
Registre papier	Du 11 avril 2022 au 20 mars 2025	1 contribution
Lettre adressée au Président de la Métropole	Du 11 avril 2022 au 20 mars 2025	4 contributions
1 ^{ère} réunion acteurs	24 février 2022	23 personnes
2 ^{ème} réunion acteurs	13 novembre 2024	17 personnes
1 ^{ère} réunion publique (diagnostic et orientations)	22 juin 2022	10 personnes
2 ^{ème} réunion publique (règlement)	6 mars 2025	85 personnes présentes, 30 contributions
1 ^{ère} réunion PPA	24 septembre 2021	
2 ^{ème} réunion PPA	13 mars 2025	
1 ^{er} série d’ateliers intercommunaux pour l’élaboration du diagnostic	4 ateliers : 26 septembre, 8 octobre (matin et après-midi) et 25 octobre 2019	
2 ^e série d’ateliers intercommunaux pour préfigurer le zonage	3 ateliers : 16 octobre (matin et après-midi) et 18 octobre 2024	
3 ^e série d’ateliers intercommunaux pour travailler sur les règles	2 ateliers : 13 décembre (matin et après-midi) 2024	
2 ateliers APT	2 ateliers : 6 et 13 novembre 2024	

2. Focus sur le registre numérique

Le registre numérique a été alimenté régulièrement entre son ouverture en avril 2022 et la réunion du publique du 6 mars 2025. Puis, entre cette réunion publique, et le jour de la clôture de la concertation le 20 mars 2025, le registre a été extrêmement mobilisé avec plus de 400 contributions (sur 643 au total) en quelques jours. Les messages de cette période reprennent en grande partie les éléments de langage des acteurs économiques du secteur de la publicité qui semblent s’être beaucoup mobilisés après la réunion publique.

Thématique abordée :	Nombre de contributions
Une partie des contributions du registre montre un fort investissement des acteurs du monde économique pour défendre un RLPi moins strict, qui permettent d'assurer la visibilité des acteurs économiques du territoire. Ils déplorent la suppression des panneaux publicitaires au sein de l'agglomération.	320 contributions
1. Protection des emplois locaux : plusieurs personnes craignent qu'un RLPi trop strict engendre une perte d'emplois dans le secteur pour les afficheurs et leurs sous-traitants. Ils insistent également sur les besoins de visibilité des commerçants qui peuvent s'appuyer sur ces panneaux pour cibler de manière locale leur clientèle.	166 contributions
2. Personnes qui expriment leur désaccord avec le projet de RLPi tel qu'il est présenté à la date du 6 mars 2025 et qui dénoncent la suppression des panneaux publicitaires dans l'agglomération. Ils mettent notamment en avant l'intérêt général des panneaux qui permettent de cibler localement et d'informer sur des événements locaux. Des campagnes d'intérêts publics y sont également diffusés. Certaines personnes insistent sur le complément de revenu permis par la pose de panneaux sur leur parcelle.	145 contributions
3. Personnes qui regrettent la potentielle perte de la TLPE , dans un contexte économique contraint, avec une crainte de voir les impôts locaux augmenter	9 contributions
Une autre partie des contributions du registre numérique insiste sur la place trop importante que tient la publicité dans l'espace public et milite notamment pour une réduction drastique du nombre de panneaux publicitaires dans l'agglomération, l'interdiction de la publicité lumineuse (surtout numérique) et pour un RLPi ambitieux et strict.	298 contributions
1. Limitier fortement la publicité sur le territoire et opter pour un RLPi strict et ambitieux , qui interdise les dispositifs numériques et aille vers une interdiction des dispositifs lumineux. Ils souhaitent également voir la suppression des grands formats sur l'ensemble de l'agglomération.	230 contributions
2. Certaines personnes vont même jusqu'à prôner l'interdiction totale de la publicité dans l'espace public : une pollution visuelle qui nuit au cadre de vie et promut une société consumériste	68 contributions
Autres contributions :	
Plusieurs personnes se sont également exprimées pour qu'un compromis acceptable entre réduction du nombre de panneaux publicitaires et visibilité des acteurs économiques soit trouvé.	5 contributions

Thématique abordée :	Nombre de contributions
Remarques sur la démarche de concertation : est-ce que les documents sont accessibles ? quand se déroulera l'enquête publique ?	2 contributions
Remarques sur les moyens de contrôler les règles prévues dans le RLPi	3 contributions
Hors sujet	15 contributions
TOTAL DES CONTRIBUTIONS	643 contributions

II. Synthèse qualitative des avis et contributions

Au-delà des grands messages qui ressortent des contributions déposées sur le registre numérique présentés ci-dessus, voici la liste des thématiques et questions les plus fréquemment soulevées et auxquelles la Métropole du Grand Nancy apporte quelques éléments de réponse ci-dessous :

- ➔ Visions concernant la démarche et la philosophie du document
- ➔ Généralités sur la démarche d'élaboration du RLPi : demande de précisions sur le déroulé global et l'élaboration du document
- ➔ Remarques concernant le diagnostic et les orientations
- ➔ Remarques concernant le zonage et les règles prévus pour règlementer les publicités
- ➔ Remarques concernant les dispositifs lumineux (avec un intérêt particulier pour le numérique) et plage d'extinction nocturne
- ➔ Remarques concernant les enseignes
- ➔ Autres ...

1. Visions concernant la démarche et la philosophie du document

La démarche de concertation a permis de faire émerger deux positions distinctes et polarisées autour de deux idées : la première est que la publicité doit être interdite ou du moins limitée au maximum et la deuxième insiste sur la nécessité de la publicité pour permettre la visibilité des acteurs économiques du territoire et la protection des emplois locaux.

> Tout au long de la démarche d'élaboration, des citoyens et des associations environnementales se sont exprimés en faveur d'un RLPi le plus restrictif possible visant à :

- *limiter au maximum les dispositifs d'affichage afin de préserver les paysages et le cadre de vie ;*
- *s'interroger sur la place de la publicité, symbole de la société de consommation, dans l'espace public ;*
- *limiter les dispositifs numériques et lumineux pour protéger la biodiversité, éviter la surexposition des habitants aux écrans et proposer un modèle écologique, dans une société qui se doit d'être plus sobre énergétiquement ;*
- *limiter les grands formats de publicité pour préserver le paysage et le cadre de vie et permettre aux automobilistes une meilleure concentration ;*

- *réduire les agressions visuelles induites par la publicité.*

> D'un autre côté, des particuliers et des professionnels de l'affichage rappellent que la publicité est essentielle :

- *pour promouvoir les entreprises locales et maintenir des emplois dans le secteur. Ils s'inquiètent d'une réglementation trop stricte qui soit dommageable pour les entreprises du secteur (potentiels licenciements...) et pour les commerçants et les artisans qui ont besoin de cette visibilité ;*
- *pour les collectivités qui reçoivent les recettes de la TLPE, notamment dans un contexte de restrictions budgétaires ;*
- *pour les particuliers qui reçoivent une redevance lorsqu'un panneau est installé sur leur propriété ;*
- *pour continuer de diffuser des campagnes d'informations d'intérêt général et local (don du sang, événements locaux, campagnes de sensibilisation diverses, ...) ;*
- *pour garantir l'accessibilité à l'information en touchant un public senior plus éloigné des autres moyens de communication ;*
- *pour soutenir un secteur de communication écologique (plusieurs personnes argumentent sur le fait que ce secteur prend des mesures importantes en faveur de l'écologie, et que supprimer les panneaux publicitaires reviendrait à promouvoir la publicité via des supports numériques et des plateformes étrangères (les « GAFAM ») ;*
- *pour éviter la prolifération de publicités « sauvages » si la réglementation est trop restrictive.*

> Il est à noter que de nombreuses personnes craignent la dépose d'un nombre important de panneaux publicitaires présents dans la Métropole du Grand Nancy du fait du futur RLPi.

> Plusieurs personnes souhaitent que la législation en vigueur soit conservée et qu'elle ne devienne pas plus stricte, comme le propose le RLPi.

La Métropole du Grand Nancy souhaite porter un RLPi ambitieux, qui intègre une dimension environnementale forte. L'enjeu du RLPi est de trouver une position équilibrée entre les besoins de visibilité des acteurs économiques et une protection du paysage, de l'environnement, et du cadre de vie de l'ensemble des habitants du territoire. Cela passe nécessairement par la diminution du nombre de panneaux et la réduction des formats d'affichage.

Au regard de la caducité de la majorité des RLP communaux existants, les dispositifs d'affichage de la Métropole du Grand Nancy sont aujourd'hui principalement régis par la réglementation nationale : il y a donc urgence à retrouver une réglementation plus ambitieuse et adaptée aux enjeux environnementaux du territoire (paysagers, écologiques, de transition énergétique).

2. Généralités sur la démarche d'élaboration du RLPi : demande de précisions sur le déroulé global et l'élaboration du document

Concernant le contexte réglementaire

> Le règlement de publicité intercommunal doit-il être plus restrictif que le règlement national ?

Le RLPi peut soit être au niveau des règles nationales, soit être plus strict. Le seul point où il peut être plus souple est sur la question des secteurs d'interdiction relative de publicité, notamment les abords des monuments historiques, où le Code de l'Environnement prévoit l'interdiction de la publicité mais précise des secteurs où le RLPi peut éventuellement justifier d'une réintroduction.

> Pourquoi les communes de moins de 10 000 habitants et hors de l'unité urbaine de Nancy doivent-elles adopter une réglementation plus restrictive ?

C'est le règlement national de publicité qui prévoit certaines règles plus strictes pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants et d'autres règles également plus strictes pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants situées hors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Il n'est pas possible d'y déroger lors de l'élaboration d'un RLPi. Une dérogation a été demandée à l'Etat sur le sujet mais elle a été refusée.

Cependant, le RLPi en étant plus strict que la réglementation nationale dans certains secteurs des agglomérations situées en unité urbaine, aura tendance à réduire les inégalités entre communes situées dans ou hors unité urbaine.

> Qui donne la permission d'installer les supports publicitaires ?

Le Code de l'environnement prévoit que certains dispositifs fassent l'objet d'autorisations préalables avec instruction du dossier par la commune où se situe le dispositif, tandis que d'autres dispositifs ne sont soumis qu'à déclaration préalable, avec un contrôle qui est réalisé a posteriori.

> Une personne se demande si la publicité présente sur les bus est réglementée dans le cadre du RLPi.

Le RLPi ne réglemente pas la publicité sur les véhicules en mouvement qui sont néanmoins soumis aux règles du Code de l'Environnement.

Concernant la démarche de concertation et de communication

> Des questions et remarques ont été posées sur l'accessibilité des documents du projet de RLPi.

Certains documents permettant de suivre l'évolution des travaux ont été publiés au fur et à mesure de la démarche sur le site participatif (<https://jeparticipe.metropolegrandnancy.fr/processes/MGNRLPi>) : plaquette explicative, supports de présentation des réunions publiques et réunions acteurs, comptes-rendus, délibérations, projet de plan de zonage.

> Plusieurs personnes souhaitent également que le document soit simple, lisible, et appropriable par le plus grand nombre.

La Métropole du Grand Nancy s'est efforcée de proposer un plan de zonage et un règlement qui soit le plus simple possible, malgré le fait que la réglementation de la publicité extérieure soit un sujet relativement complexe. Par ailleurs, il est prévu de réaliser un document pour vulgariser le règlement.

> Le registre numérique mis en place ne semble pas être consulté par la Métropole du Grand Nancy dans le cadre de l'élaboration du RLPi.

La Métropole du Grand Nancy a bien pris note de l'ensemble des contributions. Celles-ci ont été analysées et sont présentées dans le présent bilan de la concertation. Elles ont alimenté la réflexion et les travaux du RLPi.

> Des propositions visant à organiser une réunion dédiée aux acteurs économiques du secteur ont été formulées.

Dans le cadre de la démarche d'élaboration du RLPi, deux réunions ont été organisées avec l'ensemble des acteurs : professionnels de l'affichage, associations environnementales, conseil de développement, associations de commerçants... Ces deux réunions ont été volontairement mixtes pour permettre de mettre en débat les propositions entre les acteurs.

Concernant l'articulation entre le RLPi et les autres documents stratégiques portés par la Métropole

> Comment le RLPi s'articule-t-il avec les autres documents de planification stratégique élaborés par la Métropole comme le PLUi ou le PCAET ?

L'articulation des calendriers entre les différentes politiques publiques est un enjeu.

Le PCAET a été adopté le 18 avril 2024. Une action porte notamment sur le déploiement d'outils et dispositifs d'accompagnement au changement de comportement dont le RLPi fait partie. Le RLPi ne pouvant pas règlementer le contenu des publicités, il permettra surtout d'apporter une réglementation sur les dispositifs d'affichage publicitaire en eux-mêmes. Il s'insérera ainsi dans l'ensemble du dispositif de valorisation des comportements sobres.

Le RLPi s'inscrit en cohérence avec le PLUi arrêté le 6 février 2025 (actuellement en cours de consultation) notamment sur les éléments de diagnostic consolidés : trames vertes, bleues et noires, cœurs d'ilots, centres urbains, axes structurants, Ces éléments ont été pris en compte pour construire le règlement et le zonage du RLPi.

Concernant la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE)

> La TLPE a également suscité de nombreuses remarques : combien les communes perçoivent-elles et quelle place cela représente dans leur budget ?

La situation est disparate entre les communes, tout dépend des activités qui y sont implantées. Une commune qui possède des zones commerciales importantes touchera nécessairement plus qu'une commune avec des activités agricoles.

> Une personne se demande si les recettes issues de la TLPE (taxe locale sur l'affichage extérieur) ont été chiffrées dans le cadre du diagnostic et si les impacts socio-économiques ont bien été pris en compte dans le diagnostic.

> Plusieurs personnes regrettent les dispositions restrictives qui engendrent une baisse du nombre de panneaux publicitaires et donc de facto une perte de revenus importante pour la Métropole du Grand Nancy.

Le RLPi a d'abord une portée paysagère, l'angle socio-économique n'est pas le premier prisme qui guide son élaboration. Pour autant, une modélisation a tout de même été réalisée pour évaluer l'impact du projet de RLPi sur la TLPE perçue par les communes et la redevance au titre du contrat de mobilier urbain perçue par la Métropole. Il en ressort que l'impact sur la TLPE est assez modéré (environ 20%), ce qui s'explique par le fait que le RLPi affecte plus les publicités, or c'est surtout les enseignes qui alimentent la TLPE (environ 80-85%). La Métropole a fait le choix d'une baisse de sa redevance sur le mobilier urbain (environ 30%) pour accompagner cette ambition de baisse de la publicité.

Concernant la visibilité des acteurs économiques

> De nombreuses contributions regrettent que le projet de RLPi fragilise les entreprises locales avec la dépose, selon eux, de 80% des panneaux publicitaires existants. Pour ces personnes, le règlement présenté le 6 mars 2025 risque de faire disparaître des emplois locaux, pénaliser les commerçants et les entreprises qui bénéficient de ces dispositifs et de favoriser les entreprises numériques telles que les GAFAM.

> Des demandes sont également émises pour connaître précisément l'impact du RLPi sur la dépose de l'affichage publicitaire et les conséquences pour les entreprises locales.

La baisse du nombre de dispositifs publicitaires est une conséquence logique de la mise en place d'un RLPI qui est nécessairement plus strict que la réglementation nationale.

La Métropole du Grand Nancy a fait en sorte que le RLPI propose un certain équilibre : par exemple, il impactera moins les enseignes nécessaires à l'activité économique du territoire que les publicités ; ou bien encore, dans certaines zones, la réglementation ne générera pas une interdiction des panneaux mais une réduction de leur format (les panneaux déposés pourront être remplacés mais par des plus petits).

Le tissu urbain métropolitain présente beaucoup de monuments historiques qui engendrent une superficie importante de secteurs de publicité limitée, mais il faut noter qu'une modification ultérieure du RLPI après l'approbation du PLUi permettra d'introduire les nouveaux Périmètres Délimités des Abords qui permettront de réintroduire de la publicité sur les secteurs qui ne sont pas en covisibilité MH.

Enfin, il faut souligner qu'environ 20-25 % des dispositifs sont d'ores et déjà illégaux au regard de la réglementation nationale et que ce n'est pas uniquement le RLPI qui entraînera une baisse du nombre de dispositifs et donc de surface publicitaire pour les annonceurs.

Concernant le pouvoir de police et les sanctions relatives aux dispositifs non-conformes

> Plusieurs particuliers et associations s'interrogent sur les modalités mises en place pour s'assurer du respect de la réglementation une fois le RLPI approuvé.

Au sein de la Métropole du Grand Nancy, le pouvoir de police reste une compétence des maires. Ce sera donc aux communes et à leurs agents instructeurs qui sont assermentés de faire respecter la nouvelle réglementation. Un délai de mise en conformité est prévu : 2 ans pour les publicités et les pré enseignes et 6 ans pour les enseignes.

> Les communes n'ont parfois pas les moyens humains de contrôler que la réglementation est bien respectée. Certaines personnes s'inquiètent du fait que la réglementation ne soit pas respectée, à cause de règles trop complexes et du fait de l'intérêt que pourrait avoir certains élus à conserver de la publicité, même illégale sur leur territoire (la TLPE étant parfois perçue même sur les panneaux illégaux).

Pour rendre les contrôles plus efficaces et sous réserve d'accord avec les communes, un service d'instruction métropolitain pourrait être étudié afin de mieux faire respecter la réglementation en place et éviter les dispositifs illégaux. Cependant, si cette piste pourrait éventuellement être étudiée, elle n'est pas d'actualité à l'heure actuelle.

3. Remarques concernant le diagnostic et les orientations

Concernant le diagnostic

> Une personne souhaite savoir si un comptage du nombre d'affichages publicitaires présents sur le territoire a été réalisé.

Un relevé des dispositifs d'affichage publicitaire a été réalisé dans le cadre du diagnostic. Il a recensé 2658 dispositifs dont 1297 enseignes et 1361 publicités et pré enseignes.

Il est à noter que sur le territoire métropolitain, environ 25% des dispositifs sont illégaux, ce qui correspond à la moyenne nationale.

Concernant les orientations

> Introduire une orientation générale sur la lutte contre le réchauffement climatique, la lutte contre la pollution et la pression sociale des publicités. La publicité contribue à la surconsommation et aux problèmes structurels qui conduisent à une crise écologique. La notion de biodiversité doit également être prise en compte.

L'axe de la biodiversité a été pris en compte dans la formulation des enjeux et des orientations, notamment dans les orientations relatives aux secteurs à préserver des dispositifs d'affichages : grands parcs et leurs abords, cours d'eau, ... (orientation n°3).

De manière générale, les enjeux de pollution lumineuse ont été pris en compte à travers une orientation (orientation n°6) et des prescriptions sur les dispositifs lumineux dont numériques avec notamment des plages d'extinction nocturne qui sont étendues.

4. Remarques concernant le zonage et les règles prévus pour réglementer les publicités

Concernant les secteurs à enjeux identifiés pendant le diagnostic (secteurs à préserver, secteurs d'activités, axes et entrées de villes)

> Selon le recensement réalisé par Résistance à l'Agression Publicitaire, les quartiers les plus défavorisés sont les plus soumis à la publicité. Il est préconisé que le RLPi élabore des secteurs à enjeux non pas en fonction de l'activité présente mais du revenu des populations. La ZP4, zones de publicité autorisant les grands formats sur de grands axes, permet un potentiel cumul des nuisances et constitue une injustice sociale pour les populations, souvent défavorisées, qui y habitent.

> L'association « Paysages de France » ne valide pas la méthode de classification par secteurs à enjeux, selon elle est discriminatoire et inéquitable.

La Métropole du Grand Nancy précise que cette méthode a été validée par les communes, et permettra d'instaurer des règles adaptées à la sensibilité paysagère et patrimoniale des lieux qui n'est pas la même partout.

Du fait de l'exclusion des entrées d'agglomérations (hors zones d'activités) et des tronçons ayant des qualités paysagères, la ZP4 est assez limitée sur le territoire du Grand Nancy. Cette proposition se veut être équilibrée entre enjeux économiques (les axes sont importants pour les annonceurs) et enjeux liés au cadre de vie.

Concernant la ZP0 : les secteurs de protection

> La question du traitement dans le RLPi des secteurs susceptibles d'évoluer dans le temps est posée (exemple : une place minérale qui serait transformée par des travaux en parc urbain ou petite forêt urbaine peut-elle être reclassée en ZP0 ?)

Le RLPi est un document de planification qui peut être révisé pour s'adapter aux évolutions d'aménagement de l'agglomération.

Concernant la ZP1 : Les secteurs patrimoniaux et historiques

> Dans cette zone, est-il possible de réserver les affichages publicitaires pour promouvoir des artisans, producteurs et commerçants locaux ?

Le RLPi ne règlemente pas le contenu des publicités, il n'est donc pas possible de cibler le contenu des publicités dans le règlement.

> Proposition de limiter la zone de protection des monuments historiques à 100 mètres, comme dans certains RLP communaux, et non pas 500 mètres comme le propose le projet de RLPi.

> D'autres souhaitent au contraire la dépose des panneaux publicitaires dans l'ensemble des secteurs patrimoniaux.

> Des propositions (marginales) pour autoriser dans le centre-ville de Nancy des panneaux de 8m², tandis qu'une partie importante des personnes souhaite interdire les grands formats dans le centre-ville.

En l'absence de PDA (périmètre délimités des abords), la zone de protection des monuments historiques (et donc d'interdiction de publicité hors mobilier urbain) est fixée à 500 m dans le projet de RLPi car la limite de 100 m n'a plus de fondement juridique.

Au fur et à mesure de l'élaboration des PDA par les services de l'Etat, les zones de 500 m seront remplacées par les PDA. 9 sont d'ores et déjà en procédure d'élaboration et seront pris en compte dans le RLPi dès qu'ils seront approuvés.

Les grands formats sont interdits dans cette zone, mais le choix a été fait d'autoriser l'affichage publicitaire de petit format sur le mobilier urbain.

Concernant la ZP2 : Les secteurs mixtes (résidentiels, centralités et entrées d'agglomération hors zones d'activités)

> Proposition d'interdire la publicité lumineuse dans les secteurs résidentiels.

Le choix a été fait de ne pas interdire toute la publicité lumineuse en ZP2, mais celle-ci sera encadrée/limitée du fait de :

- l'interdiction de la publicité numérique
- l'interdiction de tout autre dispositif lumineux hors éclairage par projection et transparence
- la réduction des formats de publicité dans cette zone (4,70m² au lieu de 10,5m²)
- l'extension des plages d'extinction nocturne

Concernant la ZP4 : Les axes structurants

> Les entrées de ville représentent une opportunité importante pour les afficheurs, ce sont des espaces de forte visibilité. Le message de l'annonceur doit être visible. Selon l'afficheur, un format moyen (environ 4m²) ne permet pas d'être lisible pour une vitesse motorisée :

- Plusieurs personnes militent pour autoriser des grands formats (8m² minimum) : sous ce seuil, l'information n'est pas lisible et nuit aux acteurs économiques locaux. Des entreprises s'inquiètent également de la pérennité de leur entreprise.
- Une personne souhaite conserver les formats de 16m² sur les grands axes

> Les grands axes et les entrées de ville constituent également la première impression sur une commune et si cet espace est saturé de publicité, cela peut nuire à l'attractivité.

> L'association Résistance à l'agression publicitaire propose un format maximal de 4 m² pour les axes de circulation. La densité doit également être prise en compte et l'association préconise 1 panneau

d'affichage par unité foncière inférieur à 100 mètres linéaire, 2 panneaux possibles si le linéaire est supérieur à 100 m, avec 50m d'inter-distance. La proposition de limiter les formats à 4m² est reprise par plusieurs personnes.

> Des particuliers s'inquiètent également de la sécurité routière et de la possibilité que les panneaux, notamment s'ils sont éclairés ou lumineux, viennent perturber les conducteurs et de facto leur sécurité.

La recherche d'un équilibre par la Métropole a conduit à identifier des tronçons ciblés d'axes structurants permettant de répondre aux enjeux de visibilité de l'activité en ZP4 avec des formats dans la limite de la réglementation nationale (10,5m²) prenant bien en compte la perception en vitesse motorisée et excluant les secteurs d'enjeux paysagers (perceptions, cônes de vue) et d'entrées de ville.

Une règle de densité s'applique à l'ensemble des zones où la publicité est autorisée, plus stricte que la réglementation nationale. Elle impose à la fois :

- une règle de densité tous types de dispositifs confondus (dispositifs muraux et scellés au sol) là où la RNP différencie la règle et permet donc le cumul,
- une longueur minimale d'unité foncière longeant la voie,
- une interdistance entre les dispositifs,
- nombre de dispositifs limité à un seul par unité foncière comme la réglementation nationale, avec un dispositif supplémentaire par tranche de 100m contre 80m dans la réglementation nationale.

Régi par le Code de l'Environnement, le RLPi ne traite pas des enjeux de sécurité routière. Toutefois les dispositifs en eux-mêmes sont soumis au Code de la Route (notamment les article R.418-1 et R.418-9).

Concernant les zones d'exclusion scolaire

> Il est proposé de créer des zones d'exclusion des dispositifs publicitaires dans un rayon de 100 mètres autour des établissements scolaires. Comment cette règle peut-elle être introduite dans le RLPi ?

Il n'est pas possible de mettre en place une telle zone d'exclusion car les enjeux soulevés ne relèvent pas du Code de l'Environnement qui constitue la base de la justification du RLPi. Si des zones étaient instaurées sur la base de ces enjeux dans le RLPi de la Métropole du Grand Nancy, elles risqueraient donc de le fragiliser juridiquement.

Pour autant, une analyse a été effectuée pour savoir où sont situés les établissements scolaires par rapport au plan de zonage du RLPi. Il en ressort qu'une grande partie des établissements scolaires est située dans des zones d'interdiction de la publicité (hors mobilier urbain), notamment parce qu'ils sont situés dans les périmètres patrimoniaux. Une autre partie importante des établissements scolaires est située en ZP2 où les formats de publicités seront réduits. Il n'y a que très peu d'établissements qui se trouvent dans des zones où la publicité grand format est autorisée.

Concernant les règles d'implantation des publicités et pré enseignes

> Quelles sont les règles concernant les panneaux publicitaires placés dans les jardins voisins à proximité de baies vitrées ?

Le support doit respecter une distance de 10m avec la baie vitrée selon les règles nationales qui continueront de s'appliquer.

> Quand un panneau est contre un mur, doit-il être éloigné du mur voisin d'une demi-fois sa hauteur ?

Il doit être éloigné de la moitié de sa hauteur de la limite parcellaire. Le RLPi rajoute par ailleurs une règle de densité qui impose une interdistance y compris pour les supports muraux.

Concernant les règles de densité

> *Les affichages de la même publicité en double ou en triple ne représentent-ils pas déjà un suréquipement de l'agglomération nancéenne ? Il faudrait taxer les publicités qui apparaissent en double et ne pas laisser cette pratique perdurer.*

Le contenu des publicités ne peut pas être réglementé par le RLPi, mais la densité oui. En limitant la densité des dispositifs, le RLPi pourra atténuer les affichages en double ou triple.

> *Des personnes souhaitent que la distance minimale entre les dispositifs soit doublée par rapport à la réglementation nationale.*

Il est bien prévu une règle de densité des dispositifs publicitaires plus stricte que la réglementation nationale. Elle impose à la fois :

- une densité tous types de dispositifs confondus (dispositifs muraux et scellés au sol) là où la réglementation nationale différencie la règle et permet donc le cumul,
- une longueur minimale longeant la voie d'unité foncière,
- une interdistance entre les dispositifs,
- nombre de dispositif limité à un seul par unité foncière comme la réglementation nationale avec un dispositif supplémentaire par tranche de 100m contre 80m dans la réglementation nationale.

Concernant les règles de formats

> *Concernant les formats, deux positions émergent des contributions :*

- *D'un côté, des participants demandent de limiter les grands formats pour réduire les nuisances émises par la publicité et interdire les formats de plus de 4m². Limiter les grands formats permet de protéger le paysage, le cadre de vie et de militer pour un espace public plus agréable et moins inondé de publicités. Des personnes vont plus loin et souhaitent limiter les panneaux à un format 50 x 70 cm.*
- *De l'autre, des participants souhaitent généraliser les grands formats admis dans les zones d'activités économiques (ZP3) et les grands axes (ZP4) et qu'ils considèrent comme un format minimum. L'argument avancé pour cette proposition est que la visibilité des messages affichées n'est garanti qu'avec ces grands formats.*

La Métropole a recherché une position équilibrée concernant les formats en s'appuyant au maximum sur la définition des secteurs d'enjeux pour réglementer les formats. Par ailleurs d'autres dispositions relatives à la densité de l'affichage, à son implantation en lien avec le bâti et sur la qualité esthétique contribuent à la fois à diminuer les nuisances et améliorer la visibilité.

> *Une personne s'interroge sur la pertinence de conserver le format des panneaux dits « sucettes » qui peuvent gêner la circulation piétonne.*

Un travail est mené pour identifier et déplacer les panneaux gênants.

Le RLPi s'inscrit en complémentaire des autres réglementations qui peuvent être concernées par cette situation (Code de la route, règlement de voirie).

Concernant l'aspect extérieur

> Proposition d'uniformiser la couleur des panneaux publicitaires au sein de la Métropole du Grand Nancy.

Il est proposé une règle relative à la couleur de l'encadrement dans le RLPi.

Concernant le mobilier urbain

> La société Decaux indique que la publicité sur mobilier urbain est utile car elle participe au financement des équipements du service public de transports en commun (abribus notamment).

La publicité est autorisée sur le mobilier urbain y compris dans des secteurs d'interdiction relative où elle est réintroduite.

5. Remarques concernant les dispositifs lumineux (avec un intérêt particulier pour le numérique) et plage d'extinction nocturne

Concernant les panneaux publicitaires numériques

> La majorité des contributions sur le sujet propose l'interdiction de la publicité numérique et un certain consensus apparaît pour limiter leur propagation au sein de l'agglomération.

Il est rappelé que la dépense d'énergie de la publicité numérique interroge dans le contexte écologique actuel. Il est demandé de fournir des efforts individuels et collectifs pour réduire la consommation en énergie globale, et ces dispositifs vont à rebours de ces injonctions en dépensant de l'énergie et promouvant un mode de vie consommateur. C'est finalement leur utilité qui est aussi interrogée.

> A l'inverse, des acteurs économiques du secteur numérique souhaitent son maintien dans certains secteurs identifiés. Ils indiquent que l'installation de ces panneaux se fait essentiellement dans l'intérêt des tissus économiques ou associatifs locaux et les panneaux numériques offrent une souplesse d'emploi.

Sur l'aspect juridique, une note spécifie qu'interdire la publicité numérique sur l'ensemble du territoire peut faire courir un risque juridique et donc d'annulation du RLPi. Le choix fait est de s'orienter vers une interdiction dans les secteurs à forts enjeux paysagers, patrimoniaux et de cadre de vie mais pas sur l'ensemble du territoire. La limitation de ces dispositifs va dans le sens du travail engagé par le Grand Nancy pour réduire la pollution lumineuse.

> Des acteurs proposent de ne pas limiter la publicité numérique à une zone étant donné que celle-ci doit faire l'objet d'une autorisation particulière.

Le régime des autorisations reposera sur la réglementation du RLPi, il est donc important de définir ce cadre au niveau du zonage et des règles qui lui sont associées.

> Le SNPN réagit à la disposition de la Métropole du Grand Nancy présentée lors de la réunion publique du 6 mars 2025 qui prévoit que la publicité numérique ne soit autorisée qu'avec des images fixes. Cette disposition, selon eux, représente une fragilité juridique du texte dans la mesure où elle contrevient à la définition de l'affichage numérique dans le Code de l'Environnement. De plus, cette disposition est à rebours du modèle économique de la publicité numérique.

Il ne semble pas que la définition de l'affichage numérique soit incompatible juridiquement avec la notion d'image fixe dans la mesure où [l'article R. 581-35 Code de l'Environnement](#) pose comme

condition aux publicités numériques qu'elles soient à image fixe. Le RLPi précise que seules les images fixes ou animées sont admises mais pas les vidéos.

> Une personne souhaiterait interdire les dispositifs numériques et lumineux le dimanche.

L'interdiction dominicale pose la question de la possibilité de contrôler si l'interdiction est bien respectée, un jour où les agents municipaux ne travaillent pas.

> Des propositions ont été émises pour surtaxer les dispositifs d'affichage numérique.

Le RLPi ne traite pas de la taxation locale de publicité extérieure.

Concernant les écrans dans les vitrines

> Un certain consensus apparaît pour limiter, voire si possible interdire, ce type de dispositifs. Ces dispositifs sont perçus comme agressifs et consommateurs d'énergie.

Concernant les écrans à l'intérieur des vitrines, le RLPi prévoit d'encadrer le format des dispositifs à l'intérieur des vitrines.

Concernant l'intensité des dispositifs numériques

> Une personne s'interroge pour savoir s'il existe une limite de lumen autorisée et, si cette limite existe, comment sera-t-elle contrôlée.

Les équipes sont toujours dans l'attente d'un arrêté ministériel devant préciser la luminance des dispositifs qui est prévue dans la Loi Climat et Résilience. Dans l'attente de cet encadrement, une proposition est effectuée dans le RLPi et sera mise à jour lorsque l'arrêté sera disponible.

Le contrôle sera effectué par les agents des communes qui exercent le pouvoir de Police.

Concernant la plage d'extinction nocturne des dispositifs

> Un consensus émerge sur le besoin d'aller au-delà de la réglementation prévue dans la réglementation nationale (1h à 6h) et de proposer une plage horaire plus restrictive.

> L'extinction nocturne à 21h est jugée tardive par certaines personnes, notamment dans les zones commerciales où les activités s'arrêtent plus tôt.

> Une plage d'extinction nocturne est proposée entre 19h et 7h. D'autres participants souhaitent qu'elles soient entre 21h et 6h.

Le RLPi prévoit bien d'élargir la plage d'extinction nocturne des publicités et enseignes par rapport à la réglementation nationale sur toute la Métropole entre 21h et 6h sauf dans les centralités où la règle est portée à 23h-6h. Il est également rappelé que les commerces et les activités ouverts pendant la plage d'extinction ont l'obligation légale d'éteindre les dispositifs 1h maximum après la fin de leur activité.

> Afin de maintenir un centre-ville vivant, des professionnels de l'affichage souhaitent conserver les dispositifs lumineux et numériques, et maintenir les écrans allumés sur la plage horaire réglementaire d'extinction nocturne.

Dans les centres-villes (dont celui de Nancy), la plage d'extinction débute à 23h et non pas 21h comme dans le reste de l'agglomération. La publicité peut également rester allumée sur le mobilier urbain des abris-bus tant que les bus circulent, notamment pour améliorer le sentiment de sécurité le soir.

> Une personne propose d'introduire la notion de saisonnalité dans la plage d'extinction nocturne des dispositifs lumineux : ne pas autoriser l'éclairage en été, lorsque l'ensoleillement couvre les besoins de visibilité.

Les professionnels ont un intérêt moindre à maintenir allumer des dispositifs qui consomment de l'énergie en journée pour un effet nul.

Concernant les dispositifs d'éclairage des panneaux

> Plusieurs personnes demandent l'interdiction de l'éclairage par transparence et par projection : les grands formats ne respectent pas l'extinction nocturne et certains sont même allumés en journée. Des personnes dénoncent le pouvoir perturbateur de ces éclairages pour les automobilistes.

Le RLPi encadre les dispositifs lumineux (publicités, pré-enseignes et enseignes) par des secteurs d'interdiction, des horaires d'extinction nocturne et des formats.

Le respect de ces règles relève du pouvoir de police exercé par les communes.

6. Remarques concernant les enseignes

Concernant la réglementation des enseignes en général

> Pourquoi les règles des enseignes ne sont pas concernées par un zonage comme pour les publicités et les pré enseignes.

Le plan de zonage du RLPi s'applique à la fois aux publicités et aux enseignes. Ainsi, le règlement relatif aux enseignes est également différencié selon les zones du RLPi pour certains sujets.

Concernant spécifiquement les agences immobilières

> Une personne dénonce les dispositifs mis en place par les agences immobilières : écrans à l'intérieur des vitrines dans les agences, pose de publicités lors de phase de travaux ou de mise en vente/location et après. Ces éléments polluent les quartiers résidentiels et le centre-ville.

Le RLPi propose des règles pour encadrer certains de ces dispositifs : écrans dans les vitrines, bâche de chantier, ...

7. Autres ...

> Certaines personnes dénoncent le peu d'affichage libre disponible dans la Métropole. Les dispositifs d'affichage publicitaire sont réservés aux entreprises qui ont les moyens de payer une campagne et les associations sont souvent lésées. Plusieurs personnes militent pour plus de surfaces d'affichage libre pour les associations.

Une réflexion peut être menée sur le nombre d'affichage libre disponible au sein de la Métropole. Le mobilier urbain permettant de diffuser des messages d'utilité publique, les communes qui bénéficient de ces espaces d'affichage, peuvent, si elles le souhaitent, offrir des campagnes d'affichage sur mobilier urbain aux associations, c'est déjà le cas dans certaines communes de la Métropole.

> De nombreuses personnes souhaiteraient qu'il soit possible de contrôler le contenu des publicités.

Il a été rappelé que le contenu des publicités n'est pas réglementé par le RLPi.

CONCLUSION DU BILAN DE LA CONCERTATION

La concertation a été menée pendant toute la durée d'élaboration du RLPi jusqu'à la délibération du Conseil de la Métropole du Grand Nancy du 19 juin 2025 qui tire le bilan de la concertation.

Les moyens de concertation et d'information déclinés ont permis d'informer les habitants et les acteurs du territoire, et ont garanti la transparence de la démarche.

Les rencontres de concertation ont permis de répondre aux questions spécifiques des habitants et acteurs concernés par la démarche d'élaboration du RLPi. Il convient alors d'arrêter le bilan de la concertation, préalablement à l'arrêt du projet de RLPi.

- Des questions et remarques ont été formulées concernant la pertinence, les objectifs et les attentes du RLPi.
 - o Pour certains habitants et les acteurs associatifs, le RLPi se doit d'être plus restrictif que les leviers réglementaires actuels, afin de garantir un cadre de vie qualitatif au sein de la Métropole du Grand Nancy. Des questions / remarques ont par exemple été notamment formulées sur la nécessité de réduire l'affichage publicitaire dans l'espace public et de mieux réglementer la publicité numérique pour la limiter au maximum dans l'agglomération.
 - o Pour les professionnels de la publicité, le RLPi ne doit pas être un document trop restrictif : certains estiment qu'un document trop restrictif peut être un risque pour les emplois du secteur.
- Des questions, avis et remarques ont également été formulées concernant la démarche d'élaboration du RLPi en elle-même et la démarche de concertation liée à l'élaboration du RLPi.
- Enfin, des questions plus précises sur le contenu du document ont été formulées.

La question de l'affichage extérieur génère des avis très opposés, avec des sujets clivants tels que le numérique, les formats, la densité, ...

La Métropole du Grand Nancy a lu, écouté et échangé avec les participants à cette concertation publique. Son rôle, par la suite, a été d'arbitrer pour arriver à un projet cherchant le consensus et l'intérêt général visant à préserver son cadre de vie et son image, tout en permettant à son tissu économique de se signaler et de communiquer.