

Élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal du Grand Nancy

Phase règlementaire
Réunion acteurs

13 Novembre 2024



MOT D'INTRODUCTION



1/ Introduction

2/ Rappel du calendrier d'élaboration du RLPi

3/ Contexte réglementaire

4/ Rappel des enjeux et des orientations

5/ Présentation des principes de zonage

6/ Focus et échanges sur 3 enjeux clefs





**ÉCOUTONS NOUS
ACTIVEMENT**



**NE JUGEONS PAS,
SOYONS
BIENVEILLANTS**



**PARTAGEONS
LA PAROLE**



**POSONS UNE PAROLE
SYNTHÉTIQUE**

Pour un temps d'échanges constructif

Pour participer, allez sur <https://my.beekast.com>
et entrez le code session : **342630**



Avant de commencer la présentation, rdv sur Beekast, onglet outils puis activités :

Formulez vos retours lors de la
présentation

**Connectez-
vous**

1

my.beekast.com/kas

Identification à la session

En tant qu'utilisateur anonyme votre identifiant pour cette session sera :

Hibou Mignon

Cet identifiant vous représentera lors des activités ou des messages postés dans l'espace de discussion.

Gestion des cookies

Beekast utilise des cookies nécessaires au bon fonctionnement du site. D'autres catégories de cookies peuvent être utilisées pour personnaliser votre expérience, diffuser des offres commerciales personnalisées ou réaliser des analyses pour optimiser notre offre.

Ces derniers nécessitent votre consentement.

Votre consentement peut être révoqué à tout moment via le lien de notre politique de confidentialité.

Politique de confidentialité

Consentements

Refuser Par

Identification à la session

En tant qu'utilisateur anonyme votre identifiant pour cette session sera :

Hibou Mignon

Cet identifiant vous représentera lors des activités ou des messages postés dans l'espace de discussion.

En rejoignant une session Beekast vous acceptez nos conditions d'utilisation. Beekast pourra collecter certaines de vos données personnelles afin de vous permettre d'accéder à la plateforme, conformément à la politique de confidentialité.

Cookies Comprendre

**Rdv sur l'onglet outils
puis activités**

2

my.beekast.com/kas

beekast

Élaboration du
Règlement Local de Publicité intercommunal
du Grand Nancy

Phase réglementaire

Outils

Activités Messages

Actions Participants

Présentation Outils Résultats

3

my.beekast.com/kas

En cours Non répondu

< Activités

Les grands principes de zones

0

Catégorie

ZP0 : les secteurs d'interdiction

Tableau

- Sans catégorie
- ZP0 : les secteurs d'interdiction**
- ZP1 : les secteurs patrimoniaux et touristiques
- ZP2 : les secteurs mixtes
- ZP3 : les zones d'activités

Voir le tableau Envoyer

Filtrez la
thématique
abordée

ENVIRONNEMENT - Retours, propositions, leviers, attentes pour la bonne mise en place de ces règles ?

Catégorie

Révision des zones naturelles

Idee

Votre idée

Ecrivez ici

0/200

Sélectionner une image

Voir le tableau Envoyer

Consultez les
contributions

Envoyez

Déroulez
pour voir les
contributions

my.beekast.com/kas

En cours Non répondu

< Activités

ENVIRONNEMENT - Retours, propositions, leviers, attentes pour la bonne mise en place de ces règles ?

Sans catégorie Voir l'idée 1 0

Révision des zones naturelles 0 0

Trames écologiques et biodiversité en ... 0 0

Energies renouvelables 0 0

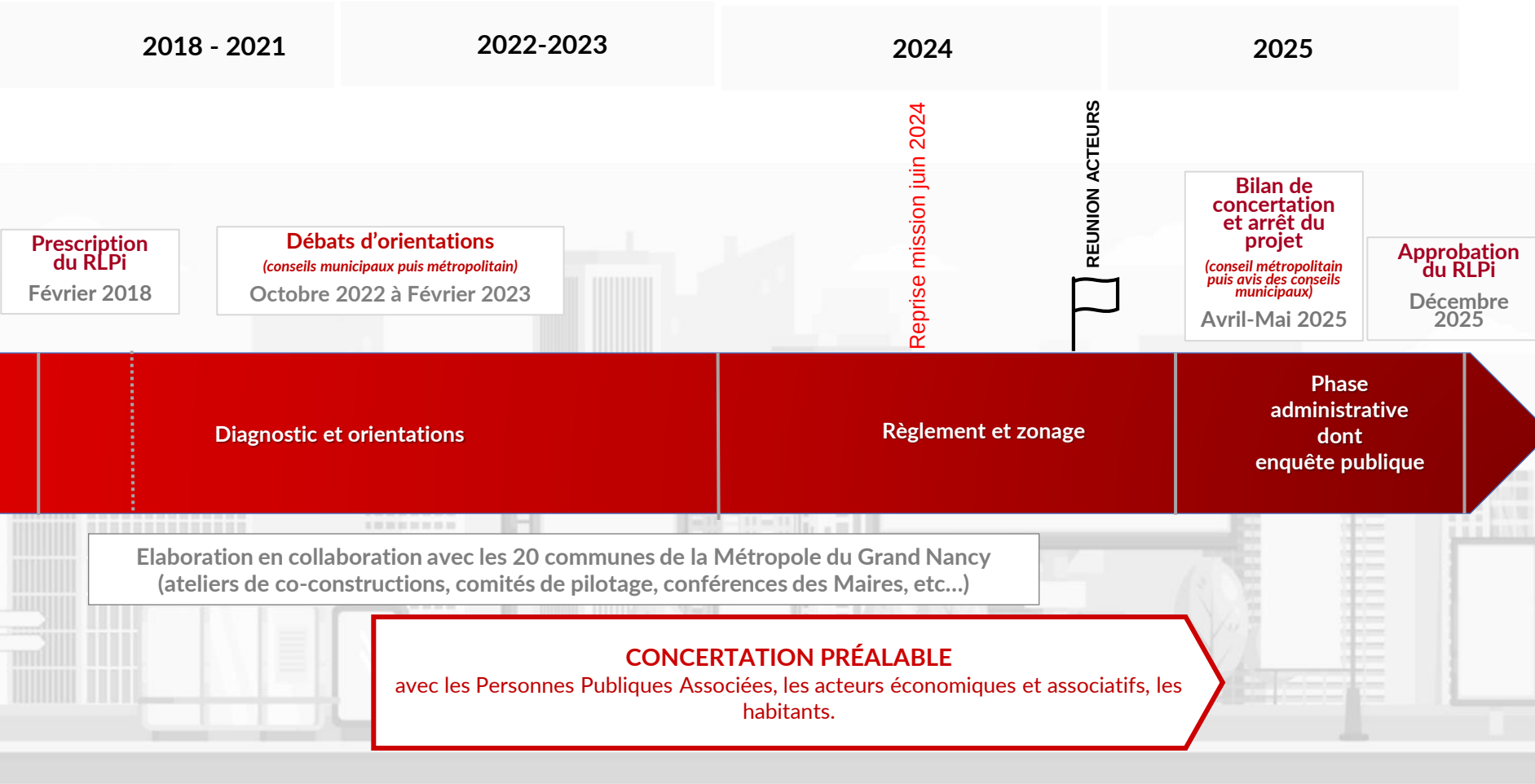
Déposez à
nouveau
vos idées
en cliquant
ici

**Code session :
342630**

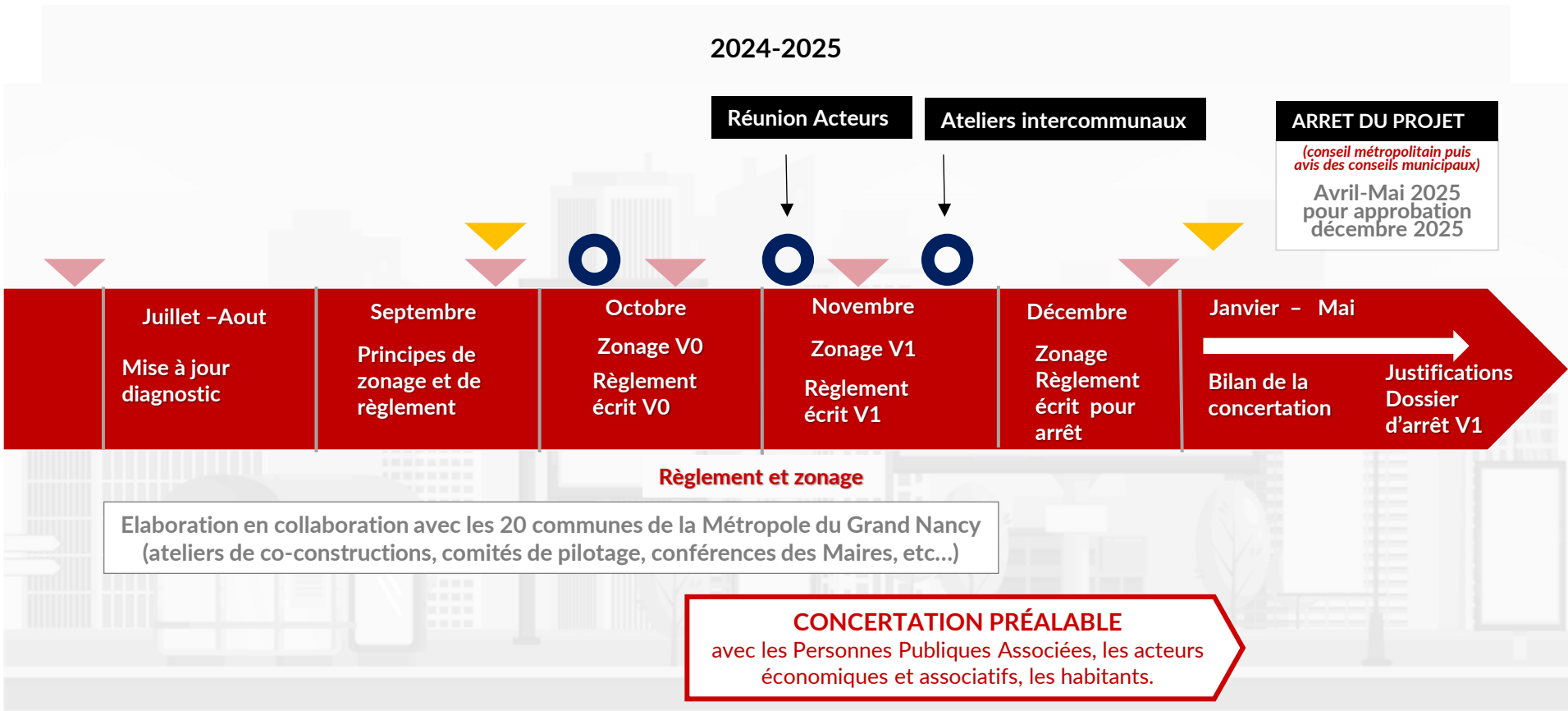
1 | L'élaboration du RLPi



Calendrier prévisionnel du RLPi de la Métropole du Grand Nancy



Calendrier prévisionnel du RLPi de la Métropole du Grand Nancy



-  Réunion technique
-  Atelier / échanges avec les acteurs
-  Copil
-  Phase administrative dont enquête publique

**Synthèse du nuage de mot
participatif :**

**Quels sont vos attentes pour le
RLPi de la Métropole du Grand
Nancy ?**

2 | Contexte réglementaire



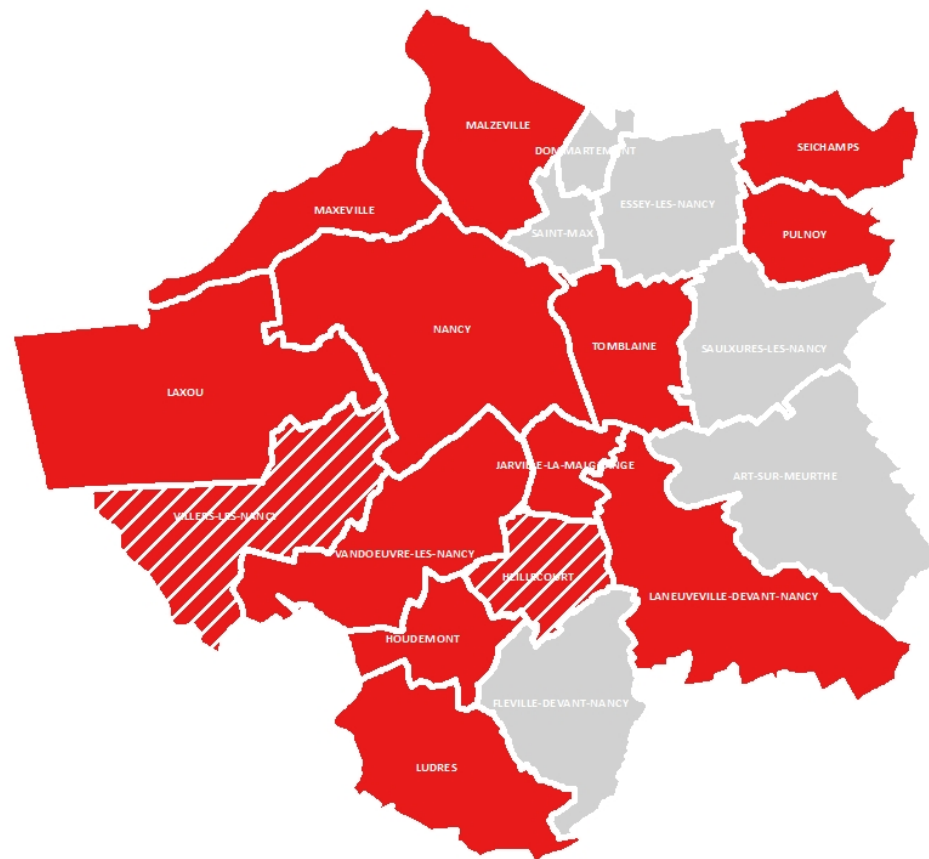
Situation actuelle :

**Caducité depuis juillet 2022
de tous les RLP communaux
sauf 2 avec RLP encore valide**

➔ **Les règles nationales (RNP) s'appliquent pour 18
des 20 communes, avec pour impacts :**

- Depuis le 1^{er} janvier 2024, décentralisation de la **compétence de police** de la publicité extérieure au profit des collectivités territoriales (instruction des autorisations par les services des collectivités) ;
- Possibilité d'installation des dispositifs sur la base des règles nationales (hors secteurs patrimoniaux protégés où l'installation de publicité ne sera plus possible)

A partir de l'approbation du RLPi, un seul et même document s'appliquera pour les 20 communes



 RLP « 1^{er} génération transitoire » encore applicable
(adopté entre le 13/07/2010 et le 13/07/2011)

 RLP « 1^{er} génération » caduque
(adopté avant le 12/07/10)

 Communes sans RLP
soumises au RNP

OBJECTIFS

➔ Réglementer les formats et les conditions d'implantation des publicités, des enseignes et des pré-enseignes, situés sur le domaine public et les terrains privés, et visibles depuis les voies ouvertes à la circulation publique.

➔ Adapter la réglementation nationale :

- En délimitant des zones de publicité avec des règles graduées selon la sensibilité paysagère et patrimoniale des lieux;
- En formalisant des règles plus restrictives;
- Par exception et de manière justifiée, en dérogeant au principe d'interdiction de la publicité dans certains secteurs protégés listés par le code de l'environnement.

Possibilité pour un RLP de réglementer également les **publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines** et des baies d'un local à usage commercial (Disposition introduite par la loi « Climat » du 22 août 2021)

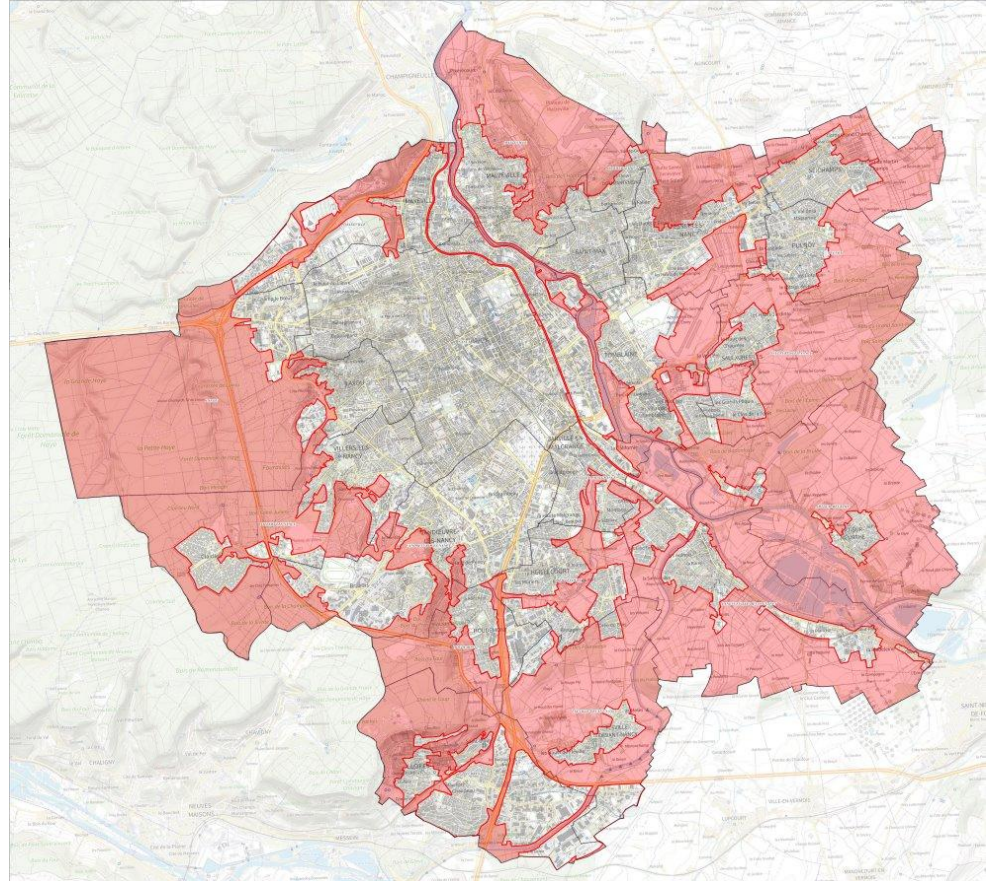


Exemples de panneaux publicitaires - MGN

 Limite d'agglomération du Grand Nancy

Règles différentes pour les zones situées en agglomération et hors de l'agglomération

- Défini par le Code de la route par l'implantation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération
- Limites d'agglomération doivent former une enveloppe bâtie continue
- Ponctuellement des bâtiments et zones AU peuvent être pris en compte si construites avant approbation du RLPi



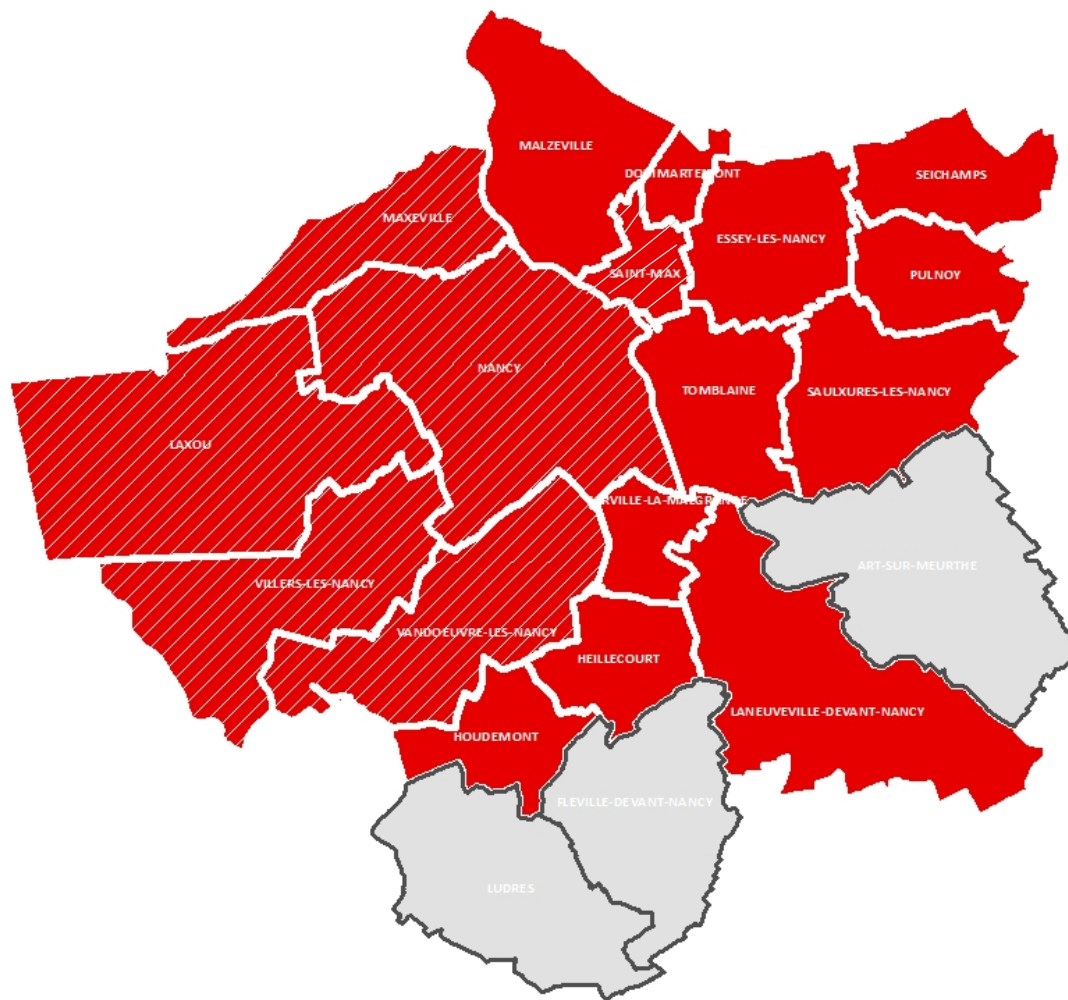
Unité urbaine de Nancy :

- Commune ou ensemble de communes présentant une **zone bâtie continue** (pas de coupure de plus de 200 mètres entre 2 constructions) qui compte au moins 2000 habitants (définition INSEE)

Sur le territoire de la Métropole :

- **17 communes** dans l'UU de Nancy (de + de 100 000 habitants)
- **2 communes** dans l'UU de Ludres (de - de 100 000 habitants)
- **1 commune** hors de toute UU : Art-sur-Meurthe

→ Règles plus restrictives en matière de publicité pour les 3 communes qui sont hors de toute UU ou dans une UU de - de 100 000 habitants



- Communes de l'unité urbaine de Nancy
- Communes non incluses dans l'unité urbaine de Nancy
- Communes de + de 10 000 habitants

EN AGGLOMÉRATION

Font l'objet d'une interdiction absolue tout dispositif publicitaire :

- Les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques,
- Les monuments naturels et dans les sites classés
- Les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
- Les arbres

→ Directement transposable dans le RLPi



Place Stanislas - Nancy

Font l'objet d'une interdiction relative tout dispositif publicitaire :

- Les abords de monuments historiques , précisée à l'article L.621-30
- Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (SPR)
- Les parcs naturels régionaux (PNR)
- Les sites inscrits
- À moins de 100m et dans les champs de visibilité des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque,
- L'aire d'adhésion des parcs nationaux
- Les zones spéciales de conservation et de protection Natura 2000

→ Le RLPi peut permettre une **réintroduction de la publicité** en leur sein



Château de Fleville-devant-Nancy



Chartreuse de Bosserville-Art-sur-Meurthe

Des règles différenciées selon la réglementation nationale

RNP		En agglomération		Hors agglo	
		-10 000 hab. hors unité urbaine (UU) <i>Ludres, Fléville, Art/Meurthe</i>	+ 10 000 hab. et – 10 000 hab en UU		
Publicités & Pré-enseignes	Publicités au sol		Interdite	10,5 m² max* *Interdit si visible d'une autoroute, bretelle, route express, déviation ou voie publique hors agglo ou dans un EBC	Publicités et pré-enseignes interdites Pré-enseignes dérogatoires autorisées (1,5 x 1 m)
	Publicités en toiture		Interdite	Interdite	
	Publicités numériques		Interdite	8 m²	
	Publicités murales		4,70 m²	10,5 m²	
	Publicités éclairées par projection/ transparence		4,70 m²	10,5 m²	
	Mobilier urbain supportant de la publicité	Scellée au sol non lumineux	2m²	10,5 m²*	
		Lumineux /Numérique	Interdite	8m² *	Interdite
Enseignes	Enseignes en façade		15% ou 25% de la surface si façade inférieure à 50m²	15% ou 25% de la surface si façade inférieure à 50m²	Enseignes autorisées (6m² max)
	Enseignes au sol		6 m² max	10,5 m² max	
	Enseignes en toiture		3 m de haut max si façade < 15 m	3 m de haut max si façade < 15 m	

PUBLICITÉ

« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention »

En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité (= le même règlement)
Hors agglomération seules les pré-enseignes « dérogatoires » sont autorisées



Publicité

PRÉ-ENSEIGNE

« toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée »



Pré-enseigne

ENSEIGNE

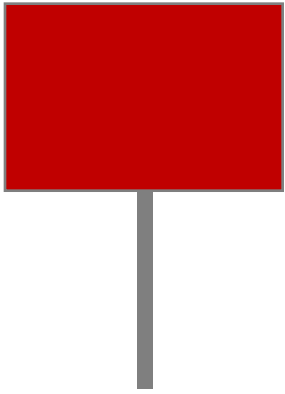
« toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce »

Tous les dispositifs situés sur l'**unité foncière** où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes

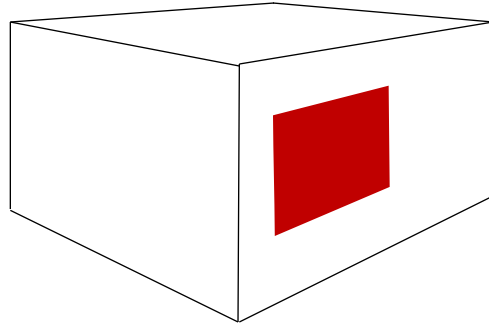


Enseigne

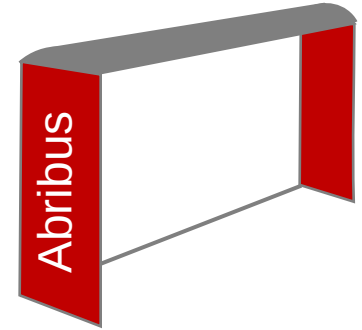
Les typologies d'implantation des publicités



Publicité scellée au sol



Publicité murale



Publicité sur mobilier urbain
(située sur l'espace public, sur du mobilier
type abribus, sucette, etc.)



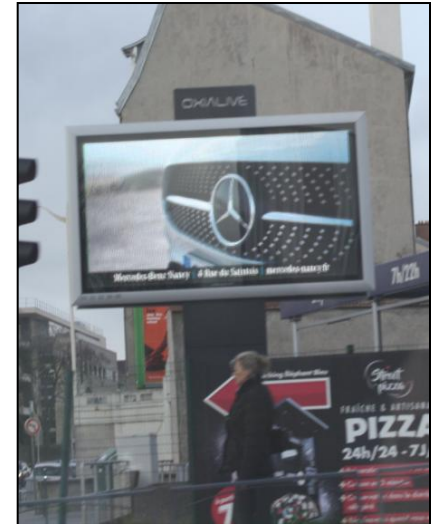
Les typologies d'implantations des publicités



Publicité non
lumineuse



Publicité lumineuse
éclairée par projection



Publicité
numérique

Les typologies d'implantations des enseignes



Enseigne bandeau



Enseigne sur store



Enseigne en toiture



Enseigne
perpendiculaire



Enseigne en adhésif ou
vitrophanie



Enseigne sur clôture



Enseigne au sol

Dispositifs qui ne relèvent pas du RLPI



Panneaux
d'information
communaux



Affichage libre



Signalétique
d'Information Locale
(SIL)

UNE FOIS LE RLPi APPROUVÉ :

➤ Délais réglementaires de mise en conformité des dispositifs :

- **Dispositifs implantés avant l'entrée en vigueur du RLPi :**
 - 6 ans pour les enseignes
 - 2 ans pour les publicités et pré-enseignes
- **Nouveaux dispositifs :** opposabilité immédiate du RLPi

➤ Pouvoir de police (instruction des autorisations + contrôle) par les 20 Maires.

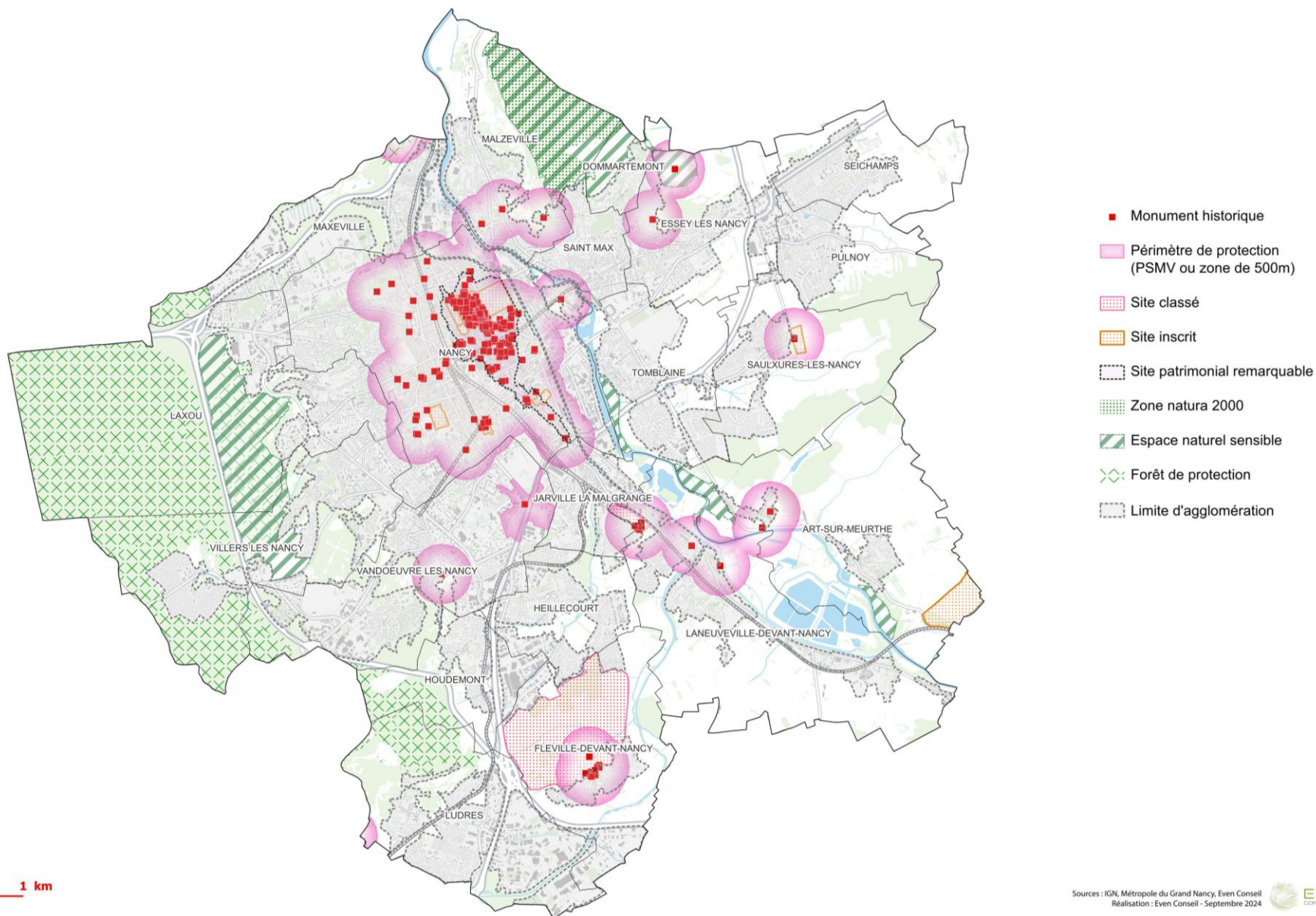
A compter du 1^{er} janvier 2024, transfert automatique du pouvoir de police au Président de l'EPCI sauf si opposition des maires ou renoncement du Président de l'EPCI

- Le président de l'EPCI, après consultation des Maires, a renoncé au pouvoir de police
- Réflexion à mener pour une instruction mutualisée à la demande de certaines communes

3 | Rappel des enjeux et orientations



Secteurs patrimoniaux à préserver



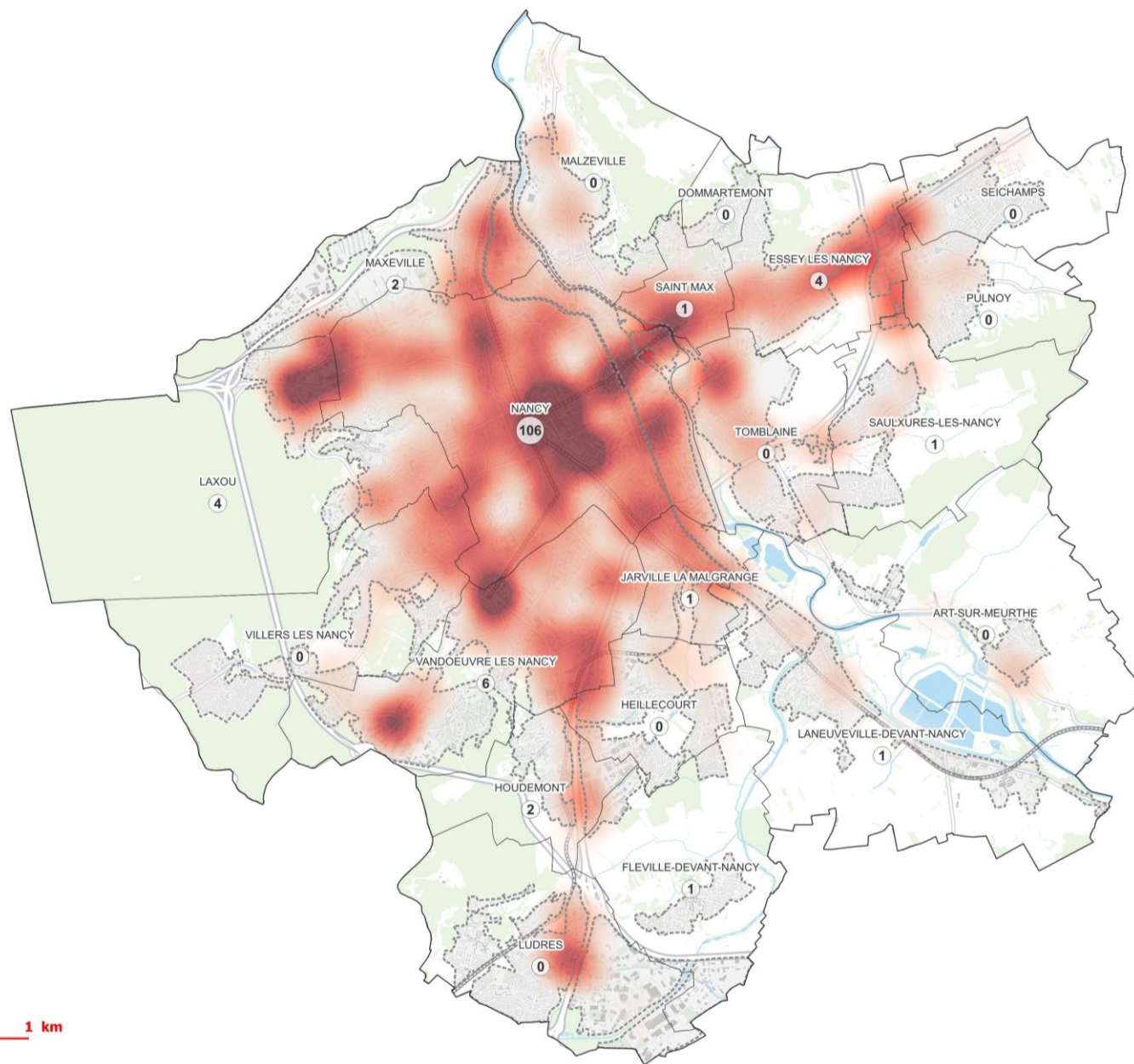
RLPi
Règlement Local de Publicité
INTERCOMMUNAL DU GRAND NANCY



Sources : IGN, Métropole du Grand Nancy, Even Conseil
Réalisation : Even Conseil - Novembre 2024



Une densité publicitaire non homogène



— Périmètre d'agglomération

① Nombre de dossiers de Publicités et Enseignes
instruits par l'Etat de juillet 2022 à août 2023
par commune

- 1 - VALORISER LES PERCEPTIONS DES CENTRES-VILLES ET DES SECTEURS PATRIMONIAUX
- 2 - AMÉLIORER LA QUALITÉ DU CADRE DE VIE PAR UN AFFICHAGE PLUS LIMITÉ EN ZONE RÉSIDENTIELLE
- 3 - PRÉSERVER LES ABORDS DE LA MEURTHE, DES RIVIÈRES ET DES CANAUX, AINSI QUE LES ABORDS DES GRANDS PARCS
- 4 - AMÉLIORER L'INSERTION PAYSAGÈRE DE CHAQUE SECTEUR COMMERCIAL ET D'ACTIVITÉS EN RÉPONDANT A LEURS BESOINS PARTICULIERS
- 5 - ADAPTER L'AFFICHAGE AUX DIMENSIONS DES AXES PRINCIPAUX DU TERRITOIRE EN FONCTION DES IMPACTS PAYSAGERS LOCAUX
- 6 - ENCADRER L'AFFICHAGE LUMINEUX ET NUMÉRIQUE POUR PRÉSERVER LA QUALITÉ DU CADRE DE VIE ET LIMITER SES IMPACTS ÉCOLOGIQUES

Orientation n° 1

Valoriser les perceptions des centres-villes et secteurs patrimoniaux

Objectif 1.1 : Limiter la publicité à de petits formats dans les centres-villes, centres-bourgs et secteurs patrimoniaux

Objectif 1.2 : Définir des règles permettant de mieux intégrer les enseignes aux façades commerçantes pour une meilleure harmonie au sein des linéaires commerçants

Orientation n° 2

Améliorer la qualité du cadre de vie par un affichage plus limité en zone résidentielle

Objectif 2.1 : Limiter l'affichage publicitaire en zone résidentielle

Orientation n° 3

Préserver les abords de la Meurthe, des rivières et des canaux, ainsi que les abords des grands parcs

Objectif 3.1 : Interdire la publicité, même de petits formats aux abords des secteurs de nature, des espaces ouverts et dans les cônes de vue

Objectif 3.2 : Encadrer les enseignes afin de limiter leur impact sur les espaces de nature tels que les bords de Meurthe, le long des rivières ou bien à proximité des grands parcs

Orientation n° 4

Améliorer l'insertion paysagère de chaque secteur commercial et d'activités en répondant à leurs besoins particuliers

Objectif 4.1 : Améliorer la visibilité de chaque activité par un encadrement des enseignes adapté aux spécificités de chaque zone

Objectif 4.2 : Veiller à organiser l'affichage en zones d'activités afin que publicités et enseignes puissent disposer de la visibilité nécessaire à la diffusion de leur message et gagnent en lisibilité

Orientation n° 5

Adapter l'affichage aux dimensions des axes principaux du territoire en fonction des impacts paysagers locaux

Objectif 5.1 : Adapter les formats des publicités aux typologies paysagères des différents axes du territoire

Objectif 5.2 : Encadrer strictement la publicité le long des axes en entrée de ville ou le long de ceux dégagant des percées visuelles

Objectif 5.3 : Adapter la visibilité des enseignes à la vitesse de circulation le long des linéaires commerçants et des polarités commerciales

Objectif 5.4 : Encadrer les enseignes au sol afin d'optimiser la visibilité de chaque activité tout en préservant l'environnement alentour

Orientation n° 6

Encadrer l'affichage lumineux et numérique pour préserver la qualité du cadre de vie et limiter ses impacts écologiques

Objectif 6.1 : Interdire les dispositifs publicitaires numériques dans les secteurs à préserver tels que les secteurs de nature, les secteurs résidentiels ou bien les secteurs patrimoniaux

Objectif 6.2 : Encadrer les enseignes numériques afin d'adapter les types d'enseignes aux besoins de chaque secteur

Objectif 6.3 : Etendre la plage d'extinction nocturne sur l'ensemble du territoire métropolitain

Objectif 6.4 : Encadrer les dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines

4 | PRINCIPES DE ZONAGE



Avant de commencer la présentation, rdv sur Beekast, onglet outils puis activités :

Formulez vos retours lors de la
présentation

**Connectez-
vous**

1

my.beekast.com/kas

Identification à la session

En tant qu'utilisateur anonyme votre identifiant pour cette session sera :

Hibou Mignon

Cet identifiant vous représentera lors des activités ou des messages postés dans l'espace de discussion.

Gestion des cookies

Beekast utilise des cookies nécessaires au bon fonctionnement du site. D'autres catégories de cookies peuvent être utilisées pour personnaliser votre expérience, diffuser des offres commerciales personnalisées ou réaliser des analyses pour optimiser notre offre.

Ces derniers nécessitent votre consentement.

Votre consentement peut être révoqué à tout moment via le lien de notre politique de confidentialité.

Politique de confidentialité

Consentements

Refuser Par

Identification à la session

En tant qu'utilisateur anonyme votre identifiant pour cette session sera :

Hibou Mignon

Cet identifiant vous représentera lors des activités ou des messages postés dans l'espace de discussion.

En rejoignant une session Beekast vous acceptez nos conditions d'utilisation. Beekast pourra collecter certaines de vos données personnelles afin de vous permettre d'accéder à la plateforme, conformément à la politique de confidentialité.

Cookies Comprendre

**Rdv sur l'onglet outils
puis activités**

2

my.beekast.com/kas

beekast

Élaboration du
Règlement Local de Publicité intercommunal
du Grand Nancy

Phase réglementaire

Outils

Activités Messages

Actions Participants

Présentation **Outils** Résultats

3

my.beekast.com/kas

En cours Non répondu

< Activités

Les grands principes de zones

0

Catégorie

ZP0 : les secteurs d'interdiction

Tableau

- Sans catégorie
- ZP0 : les secteurs d'interdiction**
- ZP1 : les secteurs patrimoniaux et touristiques
- ZP2 : les secteurs mixtes
- ZP3 : les zones d'activités

Voir le tableau Envoyer

Filtrez la
thématique
abordée

ENVIRONNEMENT - Retours, propositions, leviers, attentes pour la bonne mise en place de ces règles ?

Catégorie

Révision des zones naturelles

Idee

Votre idée

Ecrivez ici

0/200

Sélectionner une image

Voir le tableau Envoyer

Consultez les
contributions

Envoyez

Déroulez
pour voir les
contributions

my.beekast.com/kas

En cours Non répondu

< Activités

ENVIRONNEMENT - Retours, propositions, leviers, attentes pour la bonne mise en place de ces règles ?

Sans catégorie Voir l'idée 1 0

Révision des zones naturelles 0 0

Trames écologiques et biodiversité en ... 0 0

Energies renouvelables 0 0

Déposez à
nouveau
vos idées
en cliquant
ici

**Code session :
342630**

Principes de zonage – un découpage en 5 zones

Un découpage en 5 zones qui permet de différencier les secteurs et spécifier la réglementation qui s'y appliquera en matière d'affichage.

Zone / Secteur	Description
ZP0	Secteurs d'interdiction dont secteurs naturels
ZP1	Secteurs patrimoniaux et historiques
ZP2	Secteurs mixtes
ZP3	Zones d'activités
ZP4	Zones hors agglomération

Principes de zonage – un découpage en 5 zones

Zone/ secteur	Description	Orientations	Enseignes	Publicités et pré-enseignes (hors dispositifs numériques et lumineux traités par ailleurs)
ZP0	Secteurs d'interdiction dont secteurs naturels • périmètres d'interdiction absolue, • abords des cours d'eau, • parcs et jardins publics, • espaces boisés classés, • zones agricoles et naturelles (A et N du PLUi hors équipements sportifs), • routes express/ routes à accès réglementé, • Cimetières, • réservoirs de biodiversité, • espaces paysagers protégés, • éléments environnementaux protégés, franges urbaines, terrains jardinés, etc. (Prescriptions graphiques L151-19 ou 23 CU dans le PLUi)	O3.1 O3.2	Strictes	Interdiction totale

Principes de zonage – un découpage en 5 zones

Zone/ secteur	Description	Orientations	Enseignes	Publicités et pré-enseignes (hors dispositifs numériques et lumineux traités par ailleurs)
ZP1	Secteurs patrimoniaux et historiques			
ZP1a	Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Nancy et sites inscrits	O1.1 O1.2	Règles très strictes	Interdiction de toute publicité Réintroduction du mobilier urbain Uniquement • Sur colonnes Morris • sur abri-voyageur, sucettes de 2 m² max.
ZP1b	Périmètres des Monuments Historiques (PDA le cas échéant ou 500m)	O1.1 O1.2	Règles strictes	
ZP1c	Centres anciens historiques (issus du PLUi)	O1.1 O1.2	Règles moins strictes	

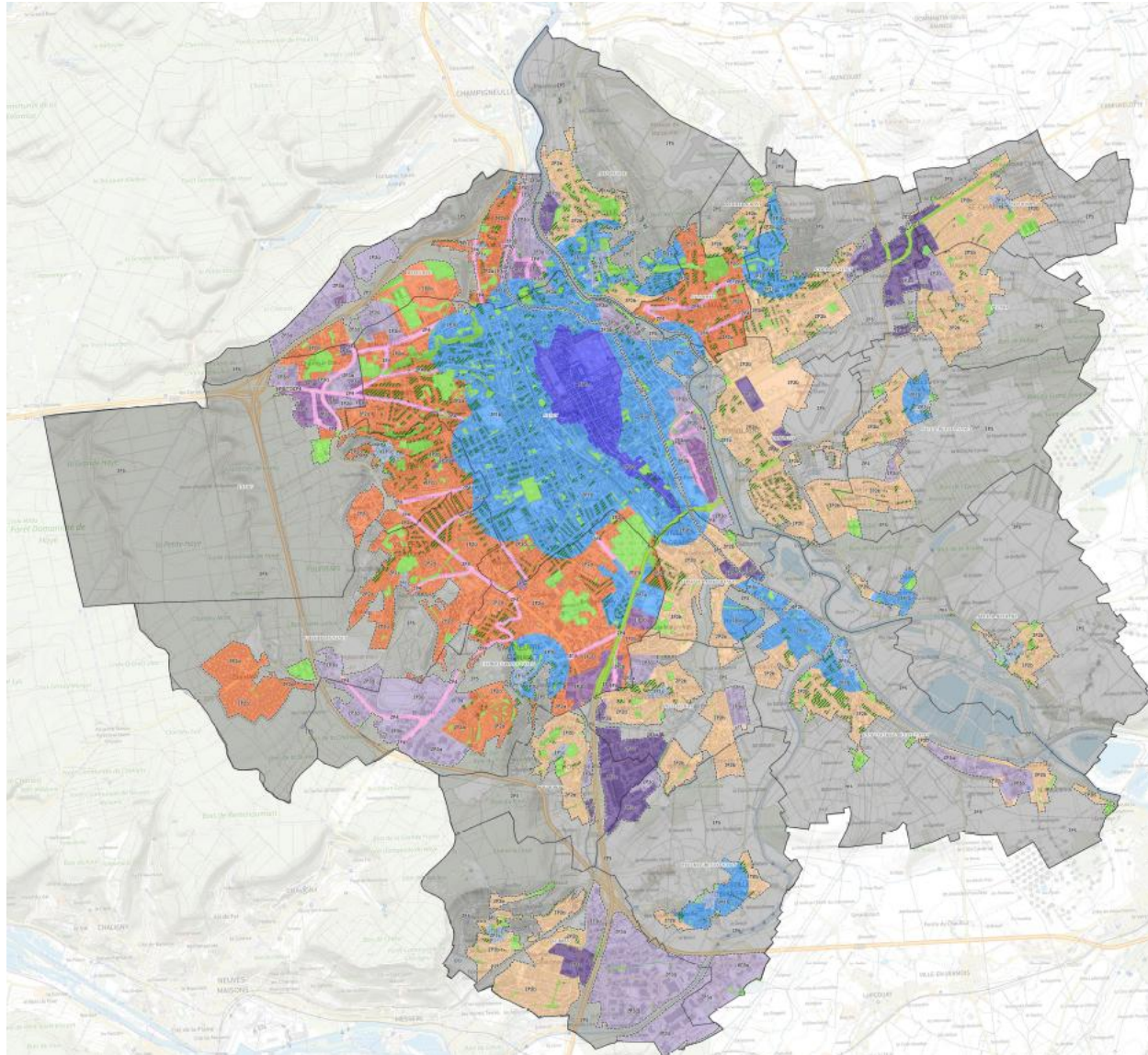
Principes de zonage – un découpage en 5 zones

Zone/secteur	Description	Orientations	Enseignes	Publicités et pré-enseignes (hors dispositifs numériques et lumineux traités par ailleurs)
ZP2	Secteurs mixtes (résidentiels, centralités et [entrées de ville])			
ZP2a	Communes en unité urbaine (de - 10 000 hab et de + 10 000 hab)	O2.1 O5.2	Règles strictes pour les besoins de visibilité des petits commerces de proximité	Règles strictes Petits formats 4,70m²
ZP2b	Communes hors unité urbaine (– de 10 000 hab)			Règles strictes Petits formats 4,70m² + publicité scellée au sol interdit hors mobilier urbain

Principes de zonage – un découpage en 5 zones

Zone/ secteur	Description	Orientations	Enseignes	Publicités et pré-enseignes (hors dispositifs numériques et lumineux traités par ailleurs)
ZP3	Zones d'activités			
ZP3a	Zones d'activités à vocation tertiaire et industrielle - Technopôle	O4.1 O4.2	Règles souples	Petit format (< 10,5m ²)
ZP3b	Zones d'activités à vocation commerciale Communes en unité urbaine (de -10 000 hab et de +10 000 hab)	O4.1 O4.2	Règles souples	Grand format (10,5 m ²)
ZP3c	Zones d'activités à vocation commerciale Communes hors unité urbaine (– de 10 000 hab)			Petit format (4,70m ²) + Scellé au sol interdit hors mobilier urbain
ZP4	Zones hors agglomération		6m ² max	Interdite Sauf pré-enseignes dérogatoires

Zonage en cours de travail



Zonage RLPI

Les espaces protégés

■ ZPO : Secteurs naturels

Secteurs patrimoniaux et historiques

■ ZP1a : Site Patrimonial Remarquable de Nancy

■ ZP1b : Périmètres des monuments historiques (500m)

■ ZP1c : Ensembles urbains patrimoniaux

Secteurs mixtes et entrée de ville (résidentiels, centralités, entrées de ville hors zones d'activités)

■ ZP2a : Secteurs mixtes et entrée de ville en communes de plus de 10 000 habitants

■ ZP2b : Secteurs mixtes et entrée de ville en communes de moins de 10 000 habitants

Zones d'activités

■ ZP3a : Zones d'activités à vocation tertiaire et industrielle

■ ZP3b : Zones d'activités à vocation commerciale en communes de plus de 10 000 habitants

■ ZP3c : Zones d'activités à vocation commerciale en communes de moins de 10 000 habitants

Êtes-vous en accord avec les principes de règlement par zone ?

Zone/ secteur	Description	Publicités et pré-enseignes (hors dispositifs numériques et lumineux traités par ailleurs)
ZP0	SECTEURS D'INTERDICTION DONT SECTEURS NATURELS	Interdiction totale
ZP1	SECTEURS PATRIMONIAUX ET HISTORIQUES	
ZP1a	Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Nancy et sites inscrits	Interdiction de toute publicité Réintroduction du mobilier urbain Uniquement • Sur colonnes Morris • sur abri-voyageur, sucettes de 2 m² max.
ZP1b	Périmètres des Monuments Historiques (PDA le cas échéant ou 500m)	
ZP1c	Centres anciens historiques (issus du PLUi)	
ZP2	SECTEURS MIXTES (RÉSIDENTIELS, CENTRALITÉS ET [ENTRÉES DE VILLE])	
ZP2a	Communes de + 10 000 hab en UU et communes de -10 000 hab en UU	Règles strictes Petits formats (au RNP 10,5m ² en UU et 4,70m ² hors UU)
ZP2b	Communes de – 10 000 hab hors UU	+ Scellé au sol interdit hors mobilier urbain
ZP3	ZONES D'ACTIVITÉS	
ZP3a	Zones d'activités à vocation tertiaire et industrielle - Technopôle	Petit format (< 10,5m ²)
ZP3b	Zones d'activités à vocation commerciale Communes de + 10 000 hab et communes de -10 000 hab	Grand format (10,5 m ²)
ZP3c	Zones d'activités à vocation commerciale Communes de – 10 000 hab hors UU	Petit format (4,70m ²) + Scellé au sol interdit hors mobilier urbain
ZP4	ZONES HORS AGGLOMÉRATION	Interdite Sauf pré-enseignes dérogatoires

5 | FOCUS SUR 3 ENJEUX

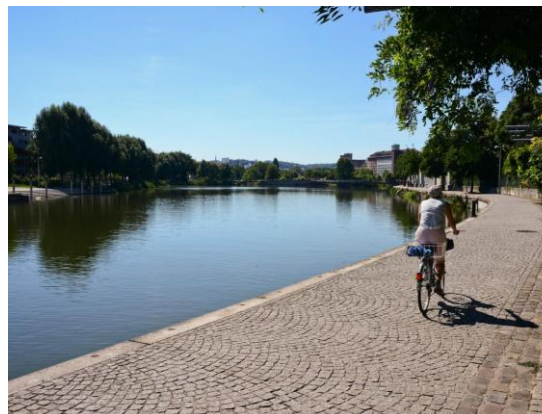


Orientation n° 3

Préserver les abords de la Meurthe, des rivières et des canaux, ainsi que les abords des grands parcs

Objectif 3.1 : Interdire la publicité, même de petits formats aux abords des secteurs de nature, des espaces ouverts et dans les cônes de vue

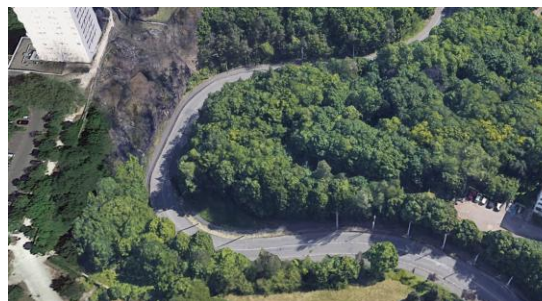
Objectif 3.2 : Encadrer les enseignes afin de limiter leur impact sur les espaces de nature tels que les bords de Meurthe, le long des rivières ou bien à proximité des grands parcs



Mobilité douce le long des canaux de la Meurthe



Abords du Parc de la Pépinière, Nancy



Zone boisée le long de la Rue Raymond Pinchard, Maxéville

Temps d'échange

*Selon vous, comment
définir les abords?*

Option 1



Abord = clôture + trottoir longeant
l'espace naturel

Option 2



Abord inclus axe + trottoir adjacent

Option 3



Abord inclus fonds parcelle adjacente

Orientation n° 5

Adapter l’affichage aux dimensions des axes principaux du territoire en fonction des impacts paysagers locaux

Objectif 5.1 : Adapter les formats des publicités aux typologies paysagères des différents axes du territoire

Objectif 5.2 : Encadrer strictement la publicité le long des axes en entrée de ville ou le long de ceux dégagant des percées visuelles

Objectif 5.3 : Adapter la visibilité des enseignes à la vitesse de circulation le long des linéaires commerçants et des polarités commerciales

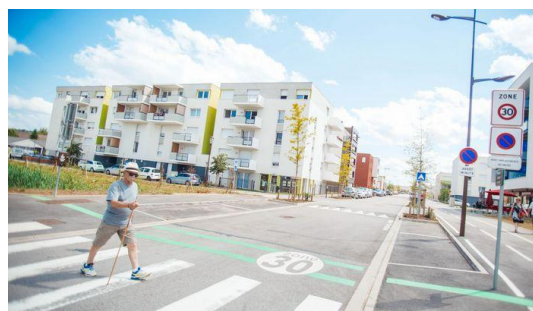
Objectif 5.4 : Encadrer les enseignes au sol afin d’optimiser la visibilité de chaque activité tout en préservant l’environnement alentour



M8 entre Tomblaine et Nancy



Avenue Jeanne D'Arc, Vandoeuvre-lès-Nancy



Pulnoy

Temps d'échange

Quel est le type de dispositifs publicitaires et le format acceptable / souhaitable selon le tissu urbain traversé ?



Tissu pavillonnaire – Essey-lès-Nancy – 8m²



Tissu pavillonnaire – Tomblaine – 2m²



Tissu urbain collectif – Maxéville – 8m²



Secteur d'activité mixte – Seichamps – 8m²



Secteur mixte centre-ville – Nancy – 10,5m²



Tissu commercial – La Sapière – 10,5m²

Orientation n° 6

Encadrer l’affichage lumineux et numérique pour préserver la qualité du cadre de vie et limiter ses impacts écologiques

Objectif 6.1 : Interdire les dispositifs publicitaires numériques dans les secteurs à préserver tels que les secteurs de nature, les secteurs résidentiels ou bien les secteurs patrimoniaux

Objectif 6.2 : Encadrer les enseignes numériques afin d’adapter les types d’enseignes aux besoins de chaque secteur

Objectif 6.3 : Etendre la plage d’extinction nocturne sur l’ensemble du territoire métropolitain

Objectif 6.4 : Encadrer les dispositifs lumineux à l’intérieur des vitrines



Dispositif numérique scellé au sol



Dispositif publicitaire éclairé par projection



Ecran LED à l’intérieur d’une vitrine

Temps d'échange



Quel serait le niveau d'implantation souhaitable / acceptable de l'affichage numérique ?

Quelle serait selon vous la plage d'extinction souhaitable/ acceptable ?



Vous pouvez communiquer vos propositions jusqu'en février 2025 :

- via le **registre numérique** accessible depuis la plateforme de concertation du Grand Nancy (<https://jeparticipe.metropolegrandnancy.fr/processes/MGNRLPi>)
- via les **registres de concertation papiers** dans les mairies des 20 communes et au siège de la Métropole du Grand Nancy,
- ou **par courrier** à la métropole.

Puis lors de la phase administrative :

- Réunion publique prévue en février 2025,
- Enquête publique prévue à l'automne 2025



MERCI DE VOTRE ATTENTION !

RLPi⁷
✓ Règlement Local de Publicité
INTERCOMMUNAL DU GRAND NANCY

