

// Service Presse  
Tél. 02 40 41 67 06  
presse@mairie-nantes.fr

Nantes, le 24 janvier 2022

## CONSEIL MUNICIPAL DU 28 JANVIER 2022

# Vote du Règlement Local de Publicité métropolitain La Ville de Nantes s'engage à réduire significativement la place de la publicité sur l'espace public d'ici 2 ans

Le 10 décembre dernier, le Conseil métropolitain a approuvé à l'unanimité la délibération tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm). Comme pour les autres communes de l'agglomération, il est demandé au Conseil municipal de Nantes d'approuver ce projet, avant une adoption définitive par le Conseil métropolitain en juin prochain.

Cette délibération propose de réduire la place de la publicité à Nantes avec des changements significatifs mis en œuvre d'ici deux ans. Deux exemples : retirer 40 % des panneaux publicitaires de l'espace public et éteindre toutes les publicités et enseignes lumineuses la nuit de minuit à 6h. Mieux réglementer l'implantation de la publicité en ville, au-delà même de ce que permet la réglementation nationale, est une volonté forte des élus. L'enjeu, c'est de protéger l'environnement paysager de Nantes, c'est favoriser la transition énergétique et écologique.

## MOINS DE PUBLICITÉ D'ICI 2024 DANS LA MÉTROPOLÉ NANTAISE

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

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

- forte réduction et maîtrise de l'affichage et de la publicité numérique ;
- un paysage libéré et apaisé ;
- écologie et maîtrise énergétique ;
- prime à l'information locale et d'intérêt général ;
- respect des règles partagées.

Pour cela, la métropole mobilise plusieurs leviers :

- l'élaboration du premier Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm), coconstruit avec les maires et applicable dans les 24 communes ;
- la renégociation du contrat de mise à disposition des mobiliers urbains ;
- la mise en œuvre des décisions prises à la suite de l'avis citoyen ;
- et la mobilisation du pouvoir de police des maires pour faire respecter les nouvelles règles.

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

L'adoption d'un Règlement Local de Publicité est un moyen complémentaire au Plan Local d'Urbanisme (PLUm) pour embellir le cadre de vie, préserver de manière homogène les paysages et l'architecture et répondre aux enjeux de transition énergétique ; tout en préservant le droit à l'expression et à la diffusion de l'information des acteurs économiques. Il s'applique aux publicités,

enseignes et pré-enseignes (formats publicitaires annonçant la présence à proximité d'une activité) sur l'ensemble des zones agglomérées d'un territoire, excluant par conséquent les zones agricoles et naturelles où toute publicité est interdite par la loi. Le Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) permet d'adapter la réglementation nationale existante au contexte local. Une fois adopté définitivement, il s'appliquera aux 24 communes de Nantes Métropole et remplacera les 13 règlements communaux actuellement en vigueur.

### **RAPPEL DU CALENDRIER DU RLPm, DE SON ÉLABORATION À SA MISE EN ŒUVRE :**

- **2020** : phase de diagnostic sur le territoire de Nantes Métropole ;
- **entre novembre 2020 et novembre 2021** : grande concertation avec les principaux acteurs ;
- **16 octobre 2020** : le Conseil métropolitain a acté l'[élaboration du document](#) ;
- **10 décembre 2021** : vote en Conseil métropolitain de l'arrêt du projet et de la nouvelle gestion publicitaire qui en découle ;
- **de janvier à mars 2022** : le [projet de RLPm](#) est soumis pour avis aux personnes publiques associées et aux 24 Conseils municipaux des communes de l'agglomération nantaise ;
- **entre avril et juin 2022** : enquête publique ;
- **30 juin 2022** : adoption définitive du RLPm en Conseil métropolitain ;
- **entre le 2<sup>nd</sup> semestre 2022 et fin 2024** : mise en œuvre progressive des nouvelles mesures du RLPm sur l'ensemble du territoire.

### **LES PRINCIPAUX CHANGEMENTS ENTRE 2022 ET 2024**

- **Interdiction de la publicité sur 70 % du territoire de la métropole** grâce à un travail fin de délimitation des zones agglomérées, et **sanctuarisation des zones agricoles et naturelles ainsi que des couloirs paysagers** (Chézine, Cens, Sèvre, Jaguère...).
- **Concernant les zones agglomérées, un partage du territoire métropolitain en 3 zones, plus strictes que la réglementation nationale et qui oblige la suppression de 1 000 panneaux :**
  - ZP1 pour les secteurs résidentiels et les centralités ;
  - ZP2 pour les secteurs mixtes (activités/habitat) ainsi que des axes routiers secondaires ;
  - ZP3 pour les axes structurants principaux et les grandes zones commerciales et d'activités.
- **Disparition des panneaux d'affichage de 12 m<sup>2</sup>.**
- **Protection du cœur historique de Nantes et des abords des monuments historiques** où la publicité est interdite sur domaine privé et où des règles spécifiques sont prévues pour les enseignes. La publicité sur mobilier urbain y sera réduite de moitié.
- **Extinction nocturne de tout dispositif lumineux entre minuit et 6h**, dès lors que l'activité a cessé.
- **Encadrement fort de la publicité numérique en taille, en nombre et en densité :**
  - sur domaine privé, écran maximum de 2 m<sup>2</sup> et implantation possible qu'en ZP3 ;
  - sur domaine public, gel du déploiement des écrans numériques sur mobilier urbain et maintien des écrans installés, renoncement au 23 restants prévus au contrat et **interdiction de la publicité autour des écoles**, de la maternelle au collège, dans un périmètre de 50 m.
- **Encadrement des dispositifs dans les vitrines commerciales** (lumineux et numériques).

**Pour Nantes : 101 panneaux scellés au sol en ZP1 seront définitivement enlevés, soit près de 40 % de l'ensemble des dispositifs publicitaires. D'autres panneaux devront adopter des formats plus réduits, voire être supprimés (cas des actuels 12 m<sup>2</sup>).**

### **UN PROJET CONSTRUIT AVEC LES CITOYENS, LES ACTEURS ET LES 24 COMMUNES DE LA MÉTROPOLE**

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

Pour aller plus loin, les élus métropolitains ont souhaité qu'un [atelier citoyen se saisisse du sujet](#) et approfondisse la réflexion sur « la juste place de la publicité dans la ville ». Il a rassemblé à partir de décembre 2020, 28 habitants et/ou usagers, sollicités dans le cadre d'un tirage au sort dans toutes les communes de la métropole. À l'issue de 5 séances de travail, de 6 auditions d'experts aux points de vue divers, et à la collecte de contributions numériques complémentaires, un avis citoyen a été rendu le 20 avril 2021. L'ensemble de cette démarche est venue nourrir les réflexions politiques des élus.

**Enfin, entre avril et juin 2022, le projet de RLPm sera soumis à enquête publique avant d'être approuvé lors du Conseil métropolitain du 30 juin 2022.**

## UN PROJET DE RÈGLEMENT AMBITIEUX, SUIVANT 3 AXES

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

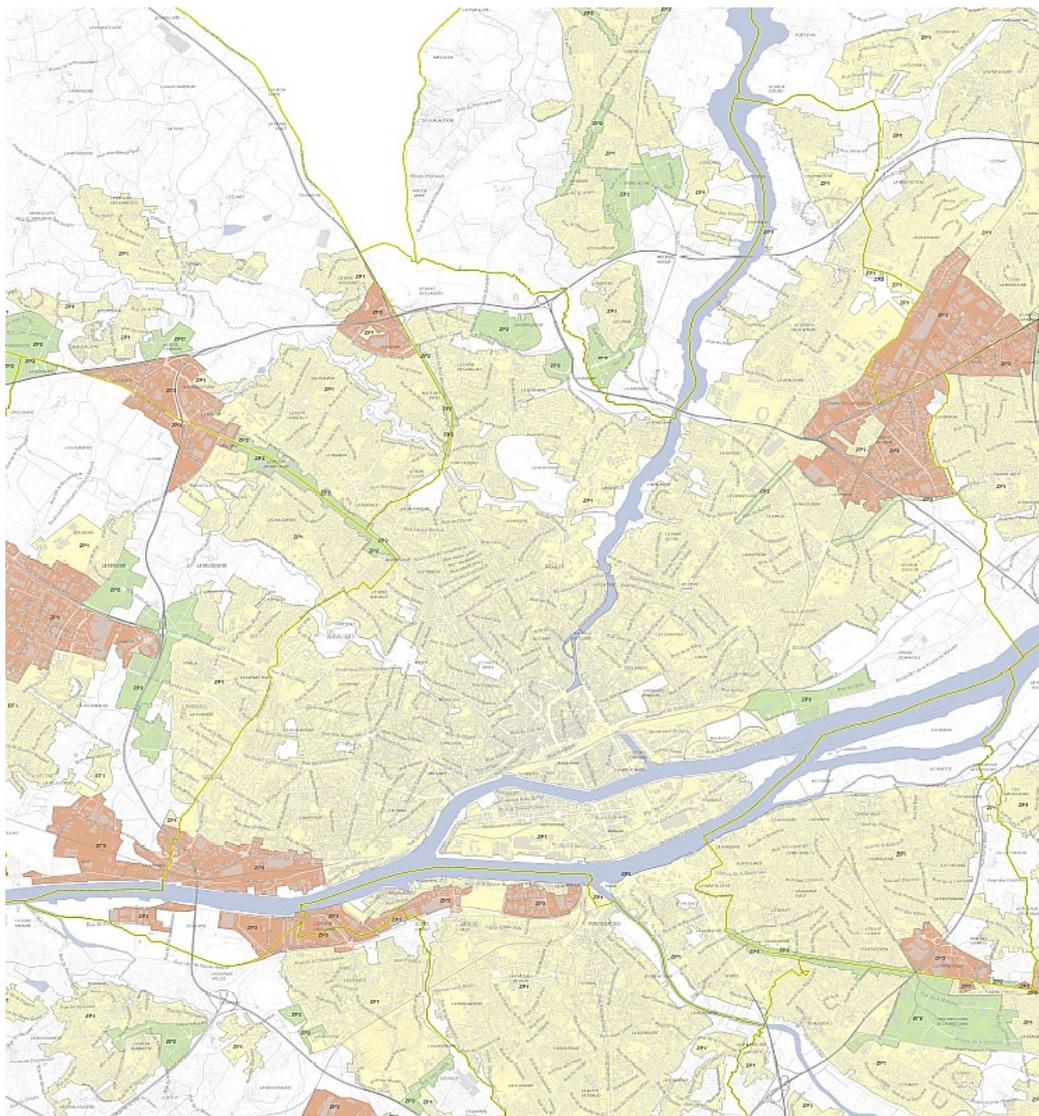
### LES 3 AXES QUI STRUCTURENT LE PROJET D'ARRÊTÉ :

- **axe 1** : limitation à 3 zones de publicité pour favoriser l'égalité de traitement et préserver fortement les paysages, systématiquement plus fermes que ce que la réglementation nationale permet ;
- **axe 2** : répondre aux enjeux de transition écologique et énergétique par des restrictions fortes sur les dispositifs lumineux, en particulier numériques ;
- **axe 3** : recherche de la qualité des enseignes, sans brider la liberté du commerce ni le pouvoir d'appréciation des maires.

### LA CARTE DE ZONAGES DU RLPm, CENTRÉE SUR LA VILLE DE NANTES :

#### LES TROIS ZONES RÉGLEMENTÉES :

- **zone blanche** : zones naturelles et agricoles et les couloirs paysagers sans publicité (70 % du territoire) ;
- **zone jaune** : ZP1, secteurs résidentiels et les centralités ;
- **zone verte** : ZP2, secteurs mixtes (activités/habitat) ainsi que des axes routiers secondaires ;
- **zone orange** : ZP3, axes structurants principaux et grandes zones commerciales et d'activités.



## LES 24 ENGAGEMENTS DE NANTES MÉTROPOLE

### Axe : forte réduction et maîtrise ...de l'affichage :

- 1 Suppression totale du format d'affiches de 12 m<sup>2</sup>, soit la dépose de 310 panneaux ;
- 2 Suppression de plus 50 % des 217 mobiliers urbains de 8 m<sup>2</sup> implantés sur l'espace public à Bouguenais, Nantes, Orvault, Rezé, Saint-Herblain et Saint-Sébastien-sur-Loire (dès 2022) ;

Au total, 1 000 dispositifs publicitaires existants sur toute la métropole sont concernés par la nouvelle réglementation.

### ...de la publicité numérique :

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

### Axe : paysage libéré et apaisé

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

### Axe : écologie et maîtrise énergétique

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

dehors des horaires d'ouverture des commerces ;

- 14 Limitation de l'éclairage des abris-voyageurs aux horaires du service Tan : extinction après arrêt de fonctionnement de la ligne ;
- 15 Maintien pour les abris-bus du système d'éclairage automatique, détecteur de présence pour assurer la sécurité ;
- 16 Interdiction ou réduction de la publicité au bénéfice de produits polluants (exemple : véhicules les plus émetteurs) et mise en place obligatoire d'une étiquette « climat » sur les publicités, du type « CO<sub>2</sub> score » (en référence à la loi Climat et résilience du 22 août 2021).

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

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

### Axe : respect des règles partagé

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