

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE METROPOLITAIN

RAPPORT DE PRÉSENTATION

Approuvé le 30 Juin 2022

Conformément à l'article L. 581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération Intercommunal (EPCI) compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) peut élaborer sur l'ensemble de son territoire un Règlement Local de Publicité (RLP). Créée le 1^{er} janvier 2015, Nantes Métropole est un EPCI regroupant 24 communes, compétent en matière de PLU, et donc de RLP.

Plus de la moitié des communes membres de la Métropole portent depuis longtemps une attention particulière à la préservation du cadre de vie et à la lutte contre les nuisances visuelles qui peuvent être générées par l'affichage publicitaire ou les enseignes.

Ainsi, les 13 communes de Bouguenais, Carquefou, La Chapelle-sur-Erdre, Nantes, Orvault, Rezé, Sautron, Saint-Herblain, Saint-Jean-de-Boiseau, Sainte-Luce-sur-Loire, Saint-Sébastien-sur-Loire, Thouaré-sur-Loire et Vertou sont actuellement couvertes par des règlements locaux qu'elles ont élaboré entre 1992 et 2010.

Or, des évolutions juridiques notables ont, depuis, bouleversé le droit de l'affichage extérieur :

- la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 a profondément modifié les règles nationales applicables aux publicités et aux enseignes, que ce soit pour réglementer de nouvelles formes d'affichage (ex : la publicité « numérique ») ou pour durcir les règles relatives aux conditions d'installation des enseignes ;
- la même loi Grenelle II a modifié le régime juridique des règlements locaux de publicité, qu'il s'agisse des procédures d'élaboration (identiques à celles des PLU) ou de leur « habilitation » réglementaire (suppression des possibilités de déroger à l'interdiction de publicité hors agglomération notamment) ;
- la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (loi LCAP) a fortement étendu le régime des interdictions de publicité aux abords des monuments historiques ;
- la loi du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique a repoussé au 13 juillet 2022 la date de caducité automatique des RLP ante-Grenelle des communes membres d'un EPCI ayant engagé l'élaboration d'un RLPi. Cette caducité des RLP communaux, initialement fixée en 2020 par la loi Grenelle II, aurait pour conséquence la perte des protections instaurées et la perte des pouvoirs de police des treize maires concernés au profit du préfet ;
- la loi Climat et Résilience de 22 août 2021 permet désormais à un RLP d'encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'une vitrine commerciale.

En conséquence, Nantes Métropole a engagé, par délibération du Conseil métropolitain du 16 octobre 2020, l'élaboration d'un règlement local de publicité métropolitain (RLPm) sur le territoire des 24 communes membres.

Le RLPm est un outil de protection du cadre de vie et de la qualité paysagère du territoire métropolitain, qui doit également prendre en compte les besoins en communication des acteurs économiques, notamment des nombreux commerces et activités installés sur le territoire.

Le présent rapport de présentation expose le diagnostic territorial qui a permis de dégager les objectifs et orientations du RLPm, en explique et en justifie les choix.

Il s'agit d'une pièce maitresse du règlement local de publicité qui comprend également les pièces suivantes :

- un règlement (dispositions réglementaires) ;
- un plan de délimitation des zones de publicité réglementée ;
- des annexes : un plan des lieux d'interdiction légale et réglementaire de publicité et les arrêtés municipaux fixant les limites des agglomérations.

SOMMAIRE

I.	PRÉAMBULE : LE CADRE GENERAL	4
A.	Données institutionnelles	4
a.	L'institution, les compétences.....	4
b.	Situation géographique, population.....	5
c.	Agglomération et appartenance à l'unité urbaine de Nantes.....	8
B.	Bref portrait du territoire	11
a.	Une métropole bénéficiant d'une excellente desserte.....	11
b.	Une métropole dynamique sur le plan économique.....	12
	1ère PARTIE - DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE	15
I.	Caractéristiques du territoire métropolitain du point de vue du droit de l'affichage extérieur....	16
A.	Caractéristiques paysagères	16
a.	Des unités paysagères multiples	16
b.	Un territoire maillé par un réseau hydrographique dense	21
c.	Les espaces agricoles, boisés et naturels	23
d.	La Trame verte et bleue, la Trame noire	25
e.	Les espaces de nature en tissu urbain.....	27
B.	Caractéristiques patrimoniales	29
a.	Les monuments historiques	29
b.	Le site patrimonial remarquable (SPR) de Nantes	34
c.	Les sites inscrits et les sites classés	35
d.	Le patrimoine remarquable identifié par le PLUm	36
II.	Analyse des Règlements locaux de publicité communaux.....	38
A.	Nombre et typologie des zones	39
B.	Points de convergence entre les réglementations communales	40
C.	Mesures obsolètes ou illégales qui ne peuvent être reconduites dans le règlement métropolitain	41
III.	Réglementation nationale de l'affichage extérieur applicable au territoire métropolitain en l'absence de règlement local.....	43
A.	Réglementation nationale applicable à la publicité et aux preenseignes	43
a.	Interdictions de publicité.....	46
b.	Règles nationales applicables à l'ensemble des secteurs agglomérés de la Métropole..	48

c. Règles nationales applicables aux agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes.....	49
d. Règles nationales applicables aux agglomérations n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes.....	54
B. Réglementation nationale applicable aux enseignes	57
C. Régime des autorisations et déclarations préalables	60
IV. Etat du parc existant des publicités, enseignes et préenseignes sur le territoire métropolitain...	62
A. Le parc des publicités et préenseignes	62
a. Sur domaine privé	62
b. Sur domaine public.....	69
B. Le parc des enseignes.....	72
C. La perception de la publicité	75
a. Impact visuel des dispositifs publicitaires	75
b. Les lieux investis par la publicité	85
2 ^{nde} PARTIE :	88
LA RÈGLEMENTATION LOCALE	88
I. Objectifs définis par la délibération de prescription	89
II. Orientations générales	90
III. Justifications de la réglementation locale	93
A. Délimitation des zones de publicité.....	93
B. Règles locales applicables aux publicités et aux préenseignes	96
a. Principes communs aux trois zones de publicité.....	96
b. Règles locales applicables dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement	99
c. Règles locales applicables en zone de publicité 1	101
d. Règles locales applicables en zone de publicité 2	104
e. Règles locales applicables en zone de publicité 3	106
C. Règles locales applicables aux enseignes	108
a. Principes communs à l'ensemble du territoire métropolitain	109
b. Règles locales applicables dans le Site Patrimonial Remarquable de Nantes.....	110
c. Règles locales applicables dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement, hors Site Patrimonial Remarquable de Nantes.....	114
d. Règles locales applicables en zone de publicité 1	117

e. Règles locales applicables en zones de publicité 2 et 3	119
--	-----

I. PRÉAMBULE : LE CADRE GÉNÉRAL

A. DONNÉES INSTITUTIONNELLES

a. L'institution, les compétences

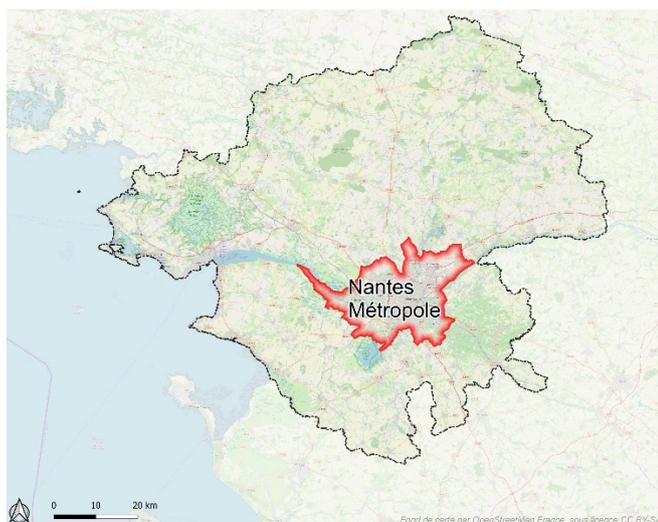
Nantes Métropole a été créée le 1^{er} janvier 2015 et compte aujourd'hui parmi les 21 métropoles françaises recensées au 1^{er} janvier 2019. Elle se situe au cœur du département de Loire-Atlantique dans la région des Pays de la Loire.

Elle fait suite à la communauté urbaine de Nantes (CUN) qui avait été créée en 2001, en application de la loi dite « Chevènement » de 1999 relative au renforcement et à la simplification de la coopération intercommunale.

En 2004, la CUN est rebaptisée « Nantes Métropole » mais conserve le statut de communauté urbaine.

L'entité actuelle est créée en application de la loi dite « MAPTAM » du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles et garde le nom de son prédécesseur « Nantes Métropole ».

La Métropole comprend aujourd'hui 24 communes, pour un territoire de 530 km² et de 638 931 habitants¹. Elle est la seule métropole du département à côté de 15 autres EPCI et accueille le plus grand nombre d'habitants.



Carte de localisation de Nantes Métropole au sein du département de la Loire-Atlantique

¹ Nombres d'habitants selon le site <https://metropole.nantes.fr/>

Les compétences principales de Nantes Métropole sont :

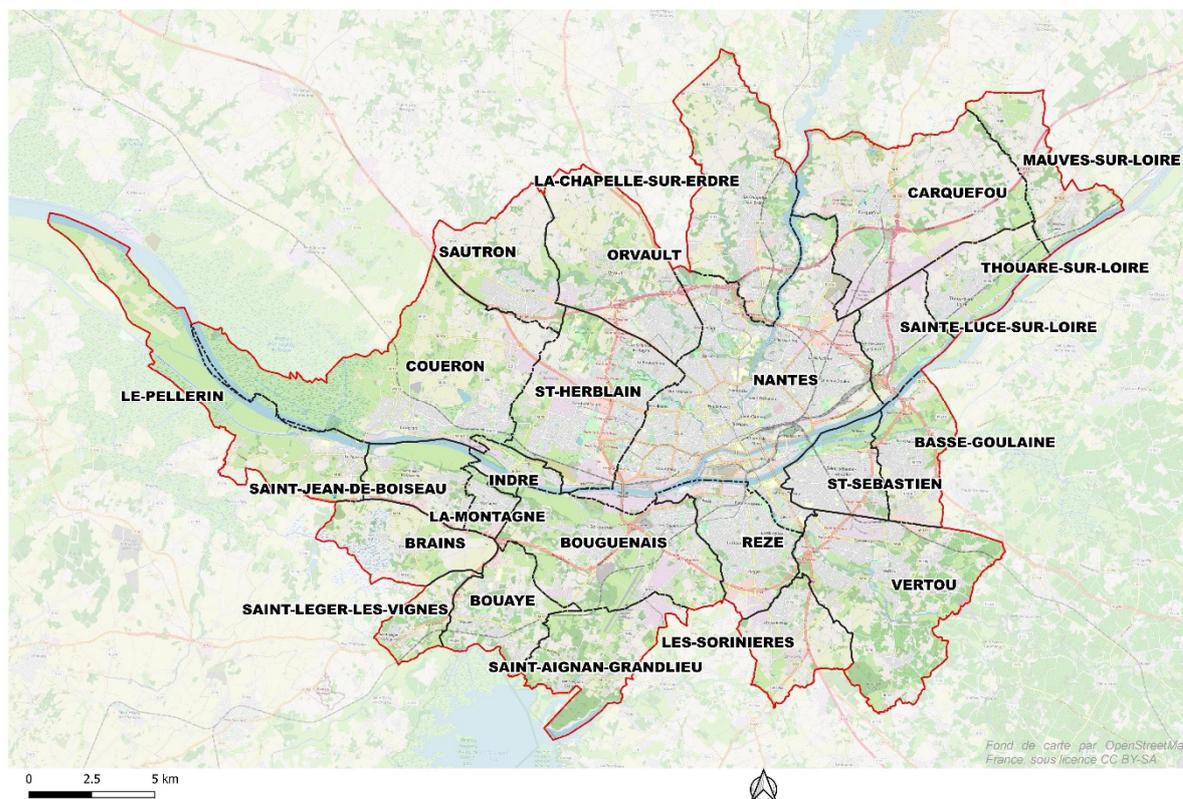
- Les déplacements : Plan de déplacement urbain (PDU) ;
- La collecte et le traitement des déchets ;
- L'énergie avec une feuille de route transition énergétique et le Plan Climat Air Energie Territorial (PCAET) ;
- Le développement urbain et la protection du patrimoine bâti : Plan Local d'Urbanisme métropolitain (PLUm) et le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PMSV) de Nantes ;
- L'habitat et le logement avec le Programme Local de l'Habitat 2019-2025 ;
- La politique publique de l'eau (production et distribution de l'eau potable, assainissement des eaux usées et gestion des eaux pluviales) et, depuis 2018, la gestion des milieux aquatiques et prévention des inondations ;
- L'environnement et la biodiversité ;
- La conception, l'entretien et les usages des espaces publics ;
- Le développement économique et l'économie circulaire ;
- L'enseignement supérieur et la recherche ;
- Le sport de haut niveau ;
- La gestion des risques et pollutions ;
- La transition énergétique : Agenda 21 élaboré par certaines de ses communes ;
- L'action internationale et Europe ;
- Les établissements culturels, avec la volonté d'une politique culturelle ambitieuse et dynamique.

Nantes Métropole a reçu le prix de Capitale Verte Européenne en 2013, marquant l'engagement de l'institution en faveur du développement durable et de la qualité de vie de ses habitants.

Par son objectif général de protection des paysages et d'amélioration du cadre de vie des habitants du territoire, le RLPm s'inscrit en complémentarité d'autres initiatives et documents mis en place par Nantes Métropole, notamment les PLUm, PDU, PCAET et PSMV précédemment cités.

b. Situation géographique, population

La métropole se situe au carrefour de l'Erdre, de la Sèvre et de la Loire, à environ une soixantaine de kilomètres de l'estuaire où cette dernière se jette dans l'Océan Atlantique. Par sa situation géographique, le territoire métropolitain offre des perspectives d'échanges économiques importants.



Carte de localisation des 24 communes de Nantes Métropole

La population de la métropole nantaise a aujourd’hui dépassé la barre des 600 000 habitants. Entre 1968 et 2013, la population de l’agglomération a connu une très forte augmentation, avec plus de 200 000 habitants supplémentaires. Un accroissement de 75 000 habitants est par ailleurs prévu à l’horizon 2030.

Cette croissance démographique est notable dans l’ensemble des communes de la métropole sans pour autant être marquée par une homogénéité. Les communes situées au sud de la Loire connaissent en effet une dynamique démographique plus importante par rapport à celles situées au nord du fleuve.

Nantes Métropole est par ailleurs confrontée à des enjeux de migrations internes. De plus en plus de ménages quittent la métropole pour d’autres communes du département de Loire-Atlantique. Cette tendance démographique est directement liée aux prix de l’immobilier à Nantes et dans sa banlieue proche qui sont en inadéquation avec les revenus des ménages.

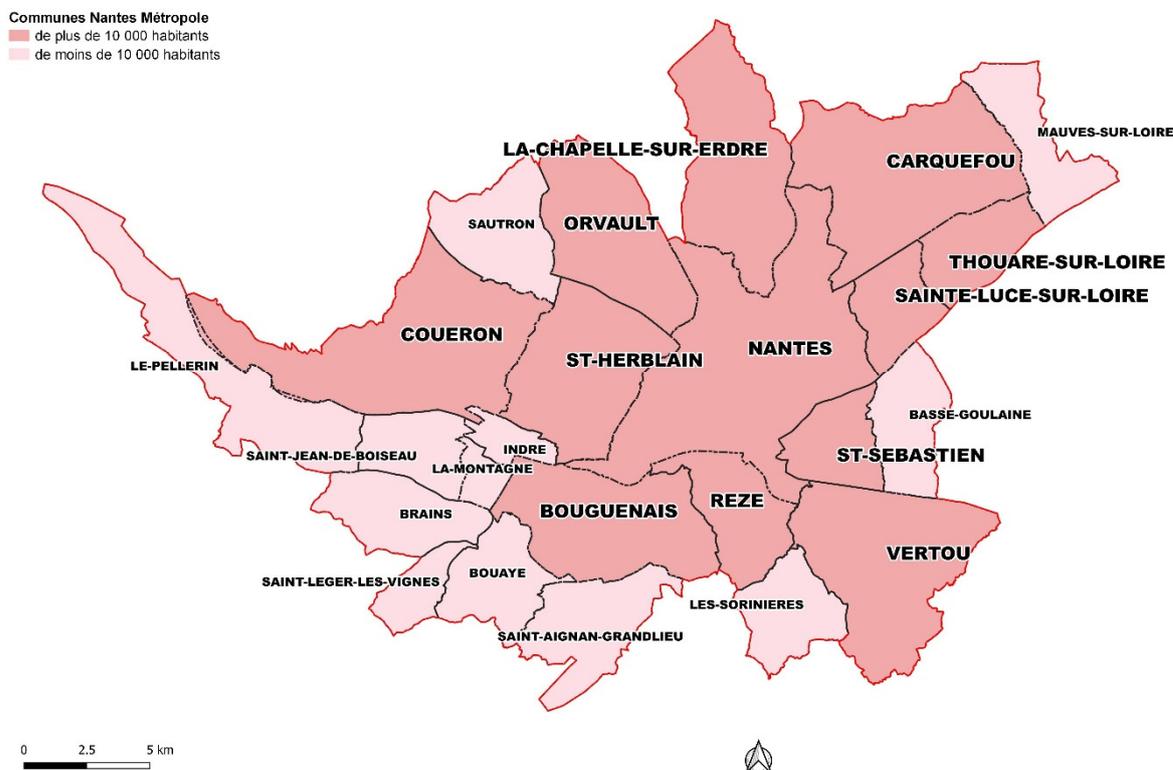
Enfin, la population de la métropole connaît un vieillissement progressif. Selon l’INSEE, un habitant sur cinq de la métropole nantaise sera âgé de 65 ans ou plus d’ici 2030. La taille moyenne des ménages a également baissé, passant de 3,2 personnes en 1968 à 2,1 personnes en 2013².

² Selon le site <https://plum.nantesmetropole.fr/home/la-metropole/carte-didentite/une-socio-demographie-active.html#>

La commune la plus peuplée du territoire métropolitain est la ville centre : Nantes, avec 314 503 habitants (soit environ 49% de la population de Nantes Métropole). A l'inverse la commune la moins peuplée est Saint-Léger-les-Vignes avec 1 877 habitants. La moitié des communes membres de Nantes Métropole compte moins de 10 000 habitants, seuil signifiant en matière de réglementation de l'affichage.

Certaines formes de publicités sont en effet « réservées » par la réglementation nationale aux agglomérations de plus de 10 000 habitants : il s'agit de la publicité numérique sur mobilier urbain, des bâches publicitaires (permanentes ou de chantier) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire.

Communes	Nombre d'habitants (Source : INSEE 2020)
Basse-Goulaine	9 268
Bouaye	7 997
Bouguenais	19 609
Brains	2 898
Carquefou	20 238
Couëron	21 615
Indre	4 013
La Chapelle-sur-Erdre	20 044
La Montagne	6 379
Le Pellerin	5 259
Les Sorinières	8 669
Mauves-sur-Loire	3 259
Nantes	314 503
Orvault	27 082
Rezé	42 154
Saint-Aignan-Grandlieu	4 004
Saint-Herblain	46 998
Saint-Jean-de-Boiseau	5 936
Saint-Léger-les-Vignes	1 877
Saint-Sébastien-sur-Loire	27 508
Sainte-Luce-sur-Loire	14 170
Sautron	8 350
Thouaré-sur-Loire	10 212
Vertou	24 868
TOTAL	644 157



Carte des communes de Nantes Métropole de plus de 10 000 habitants

c. Agglomération et appartenance à l'unité urbaine de Nantes

L'**agglomération** est une notion fondamentale en droit de l'affichage extérieur puisque, hormis certaines possibilités restreintes (préenseignes dérogatoires principalement), toute publicité est interdite hors agglomération, sans que le RLPm puisse y déroger (à l'exception des établissements commerciaux situés hors agglomération et exclusifs de toute habitation – Nantes Métropole n'étant pas concernée).

En matière d'enseignes, la situation en ou hors agglomération n'a d'incidence que pour celles scellées au sol (surface unitaire limitée à 6m² hors agglomération, au lieu de 12m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants – article R.581-65 du code de l'environnement).

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du code de la route comme un « *espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ».

Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération sont des annexes obligatoires du RLPm. Toutefois, concernant la délimitation des agglomérations, la jurisprudence a pu préciser que le positionnement des panneaux limitant les entrées et sorties d'agglomération n'avaient qu'une valeur

de présomption du caractère aggloméré des lieux : **en droit de l’affichage extérieur, c’est la réalité physique des lieux qui prime.**

Ainsi, le plan de zonage du RLPm se fonde sur la réalité physique des agglomérations : les lieux situés hors agglomération seront exclus du zonage.

Environ 30% de la superficie de Nantes Métropole est urbanisée (zones U du PLUm), donc a priori « agglomérée » si les espaces bâtis y sont rapprochés.



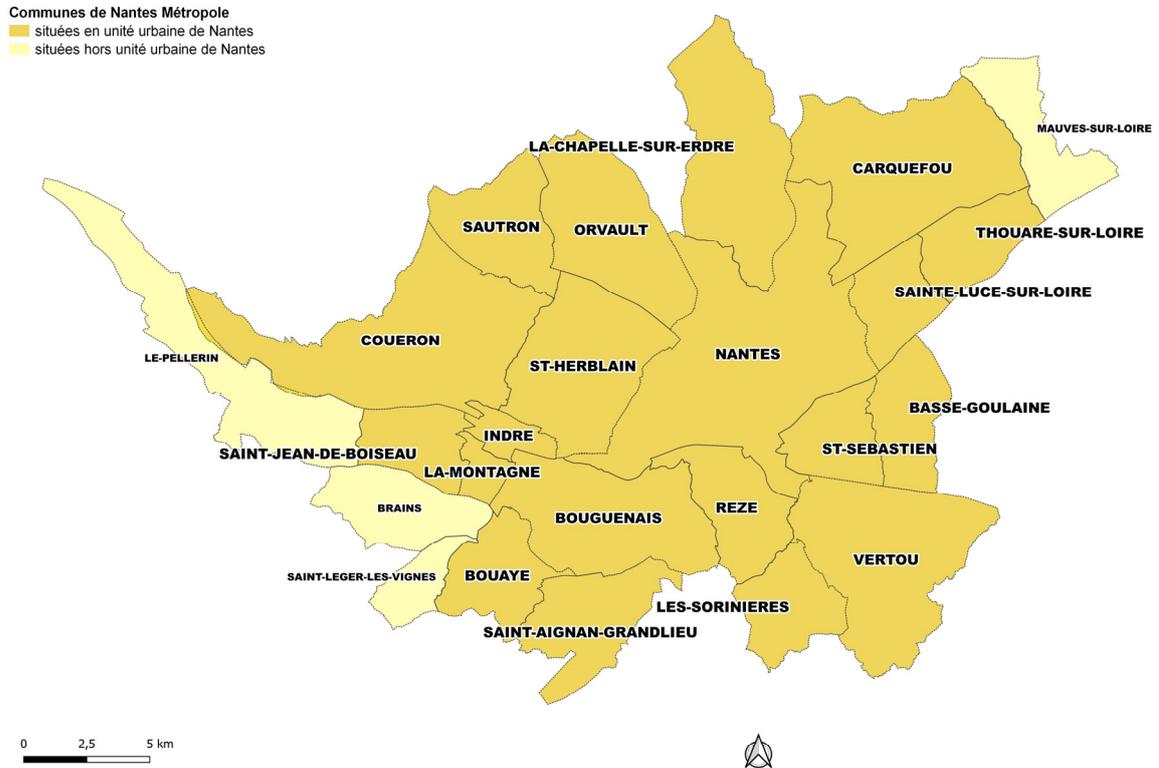
Panneaux EB10 et EB20 d'entrée et sortie d'agglomération

Autre particularité du territoire, qui emporte des conséquences notables en droit de l’affichage extérieur : l’appartenance ou non des agglomérations à **une unité urbaine de plus de 100 000 habitants**, en l’espèce l’unité urbaine de Nantes. Cette-dernière compte 644 157 habitants pour 22 communes, mais qui ne sont pas exactement celles membres de Nantes Métropole.

Notion définie par l’INSEE, une unité urbaine est une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Tout comme la notion d’agglomération, la distinction entre communes appartenant ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants est également primordiale, les règles nationales applicables étant très différentes dans un cas ou dans l’autre.

4 communes n’appartiennent pas à l’unité urbaine de Nantes : il s’agit de Brains, Le Pellerin, Mauves-sur-Loire et Saint-Léger-les-Vignes. Pour ces quatre agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants, c’est la réglementation nationale la plus restrictive à l’installation de publicité qui s’applique (cf ci-après).



Carte des communes de Nantes Métropole situées dans l'unité urbaine de Nantes

De fait, le territoire métropolitain est relativement protégé de l'installation de publicité puisque seuls 30% du territoire sont urbanisés : en dehors des « espaces bâtis rapprochés », c'est-à-dire en dehors des « agglomérations », toute publicité est interdite (sauf rares exceptions).

4 communes sont en outre particulièrement protégées : il s'agit de celles n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes et qui comptent moins de 10 000 habitants.

B. BREF PORTRAIT DU TERRITOIRE

Pour ses secteurs urbanisés, la Métropole présente des particularités « favorables » à l'installation de publicités : présence d'axes routiers très empruntés et de grandes zones commerciales, soit des lieux générant du trafic et permettant aux dispositifs publicitaires d'avoir une bonne audience.

a. Une métropole bénéficiant d'une excellente desserte

De manière générale, la publicité s'installe prioritairement le long des axes routiers structurants, dans des territoires très « traversés » et bien desservis, l'objectif étant d'être vue par le plus grand nombre.

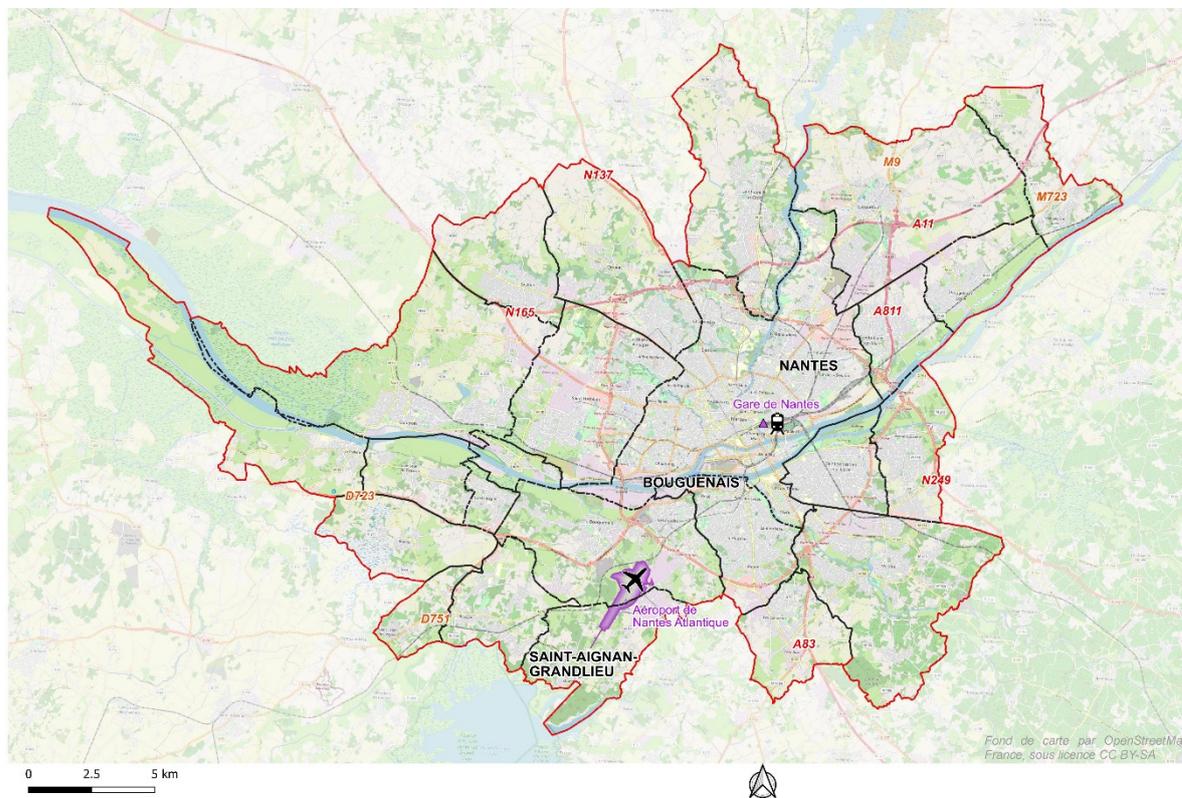
Aussi, le territoire métropolitain présente des facteurs propices à l'installation de publicité, Nantes étant considérée comme un nœud routier et autoroutier de la façade atlantique française.

Le boulevard périphérique d'une longueur de 43 km est le deuxième plus grand périphérique de France suivi de celui de Bordeaux. L'autoroute A11 depuis Angers et Paris, l'A83 depuis Bordeaux, l'A82 depuis Saint-Nazaire et Brest et enfin la RN137 depuis Rennes permettent d'accéder au périphérique nantais. Celui-ci contient, à l'intérieur de son anneau, la ville de Nantes presque en totalité, ainsi que les communes de Rezé et de Saint-Sébastien-sur-Loire. Les ponts au dessus de la Loire, ainsi que les bacs de Loire et les navettes fluviales permettent de fluidifier la circulation quotidienne urbaine et péri-urbaine.

Le territoire de Nantes Métropole bénéficie également d'une excellente desserte par le réseau ferroviaire, en particulier par la ligne TGV qui circule depuis Paris et depuis d'autres grandes villes. Nantes Métropole se situe à 2h30 de Paris, à 2h30 de la Rochelle en Intercités et à 1h17 de Rennes en TER.

La gare de Nantes est la principale gare ferroviaire de voyageurs de l'agglomération nantaise. Cette gare date du XXème siècle et remplace l'ancienne gare de Nantes-Orléans. Le bâtiment d'origine a été détruit entièrement suite aux importants dégâts survenus pendant la Seconde Guerre mondiale et reconstruit sous une forme plus contemporaine avec d'importants réaménagements, résultant de l'arrivée du TGV. La requalification de la gare et des espaces publics à proximité immédiate est aujourd'hui terminée.

Grâce à son aéroport Nantes-Atlantique, la région compte le deuxième aéroport le plus important de l'Ouest de la France, après celui de Bordeaux. En 2019, l'aéroport a accueilli environ 7,2 millions de voyageurs. Il est un acteur essentiel à la desserte de Nantes Métropole et du reste du département.



Carte des principales infrastructures de transport de Nantes Métropole

Le réseau de transports en commun se constitue essentiellement, dans l'agglomération nantaise, de lignes secondaires TER, parfois en mode Tram-Train, qui desservent une grande partie des communes de la métropole.

En plus des quelques lignes de Tramway et de Busway à Nantes, 48 lignes régulières de bus de transports en commun desservent l'ensemble des communes de Nantes Métropole dont quatre lignes de bus Express.

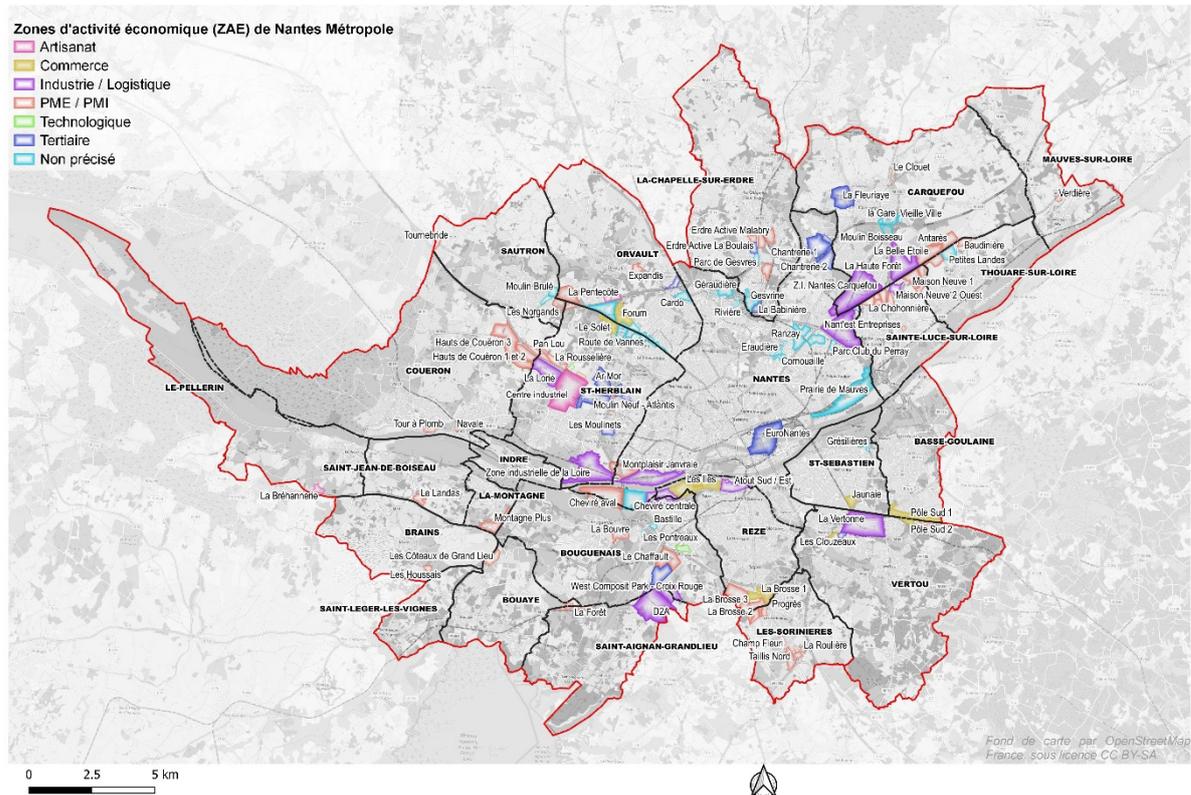
Par ailleurs, Nantes Métropole œuvre à la mobilité douce de ses habitants. 500 kilomètres de pistes cyclables ont été développés. Depuis mai 2008, Nantes est dotée d'un système de vélo partage dénommé Bicloo. Enfin, le centre historique nantais a été réaménagé afin d'accueillir une importante zone piétonne.

b. Une métropole dynamique sur le plan économique

Le territoire métropolitain bénéficie d'un socle industriel solide, moteur du développement économique. L'activité s'est historiquement structurée autour de la Loire. Aujourd'hui, l'industrie est encore une grande pourvoyeuse d'emplois sur le territoire métropolitain (environ 10% des emplois), en particulier dans l'aéronautique, l'industrie navale et l'agroalimentaire.

L'économie tertiaire s'est développée au fur et à mesure des années. Elle est en croissance constante depuis 1999 : elle représente plus de 80% des emplois en 2011.

Les emplois industriels et tertiaires sont majoritairement exercés dans des zones d'activités économiques, situées en périphérie de Nantes : aéroport de Bouguenais, zone de la Vertonne, zone des Hauts de Couëron, la Gesvrine...



Carte de localisation des zones d'activité économique de Nantes Métropole, classées par vocation, Source : Nantes Métropole, data.nantesmetropole.fr.

Parmi les activités tertiaires, le commerce représente une part non négligeable (près de 40 000 emplois). Le PLUm identifie 12 pôles commerciaux majeurs, d'influence métropolitaine :

- Route de Vannes à Nantes, Saint-Herblain et Orvault ;
- Atlantis à Saint-Herblain ;
- Atout Sud à Rezé ;
- Pôle Sud à Basse Goulaine ;
- Beaujoire à Nantes ;
- Saint Seb Boulevard à Saint-Sébastien-sur-Loire ;
- Centre commercial Beaulieu à Nantes ;
- Paridis à Nantes ;
- Océane à Rezé ;
- Grand Val à Orvault ;
- Viv'Erdre à La Chapelle-sur-Erdre ;

- Montagne Plus à La Montagne.

Les grandes zones commerciales, les entrées de ville à dominante commerciale et les axes routiers desservant ces zones sont des lieux propices à l'installation publicité.

Par sa situation géographique, son dynamisme économique et commercial et son excellente desserte, le territoire métropolitain présente des facteurs propices à l'installation de publicités.

Pour autant, la Métropole a engagé de nombreuses actions en faveur du développement durable et de la protection de l'environnement, dont le RLPm sera un outil complémentaire.

1ERE PARTIE - DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

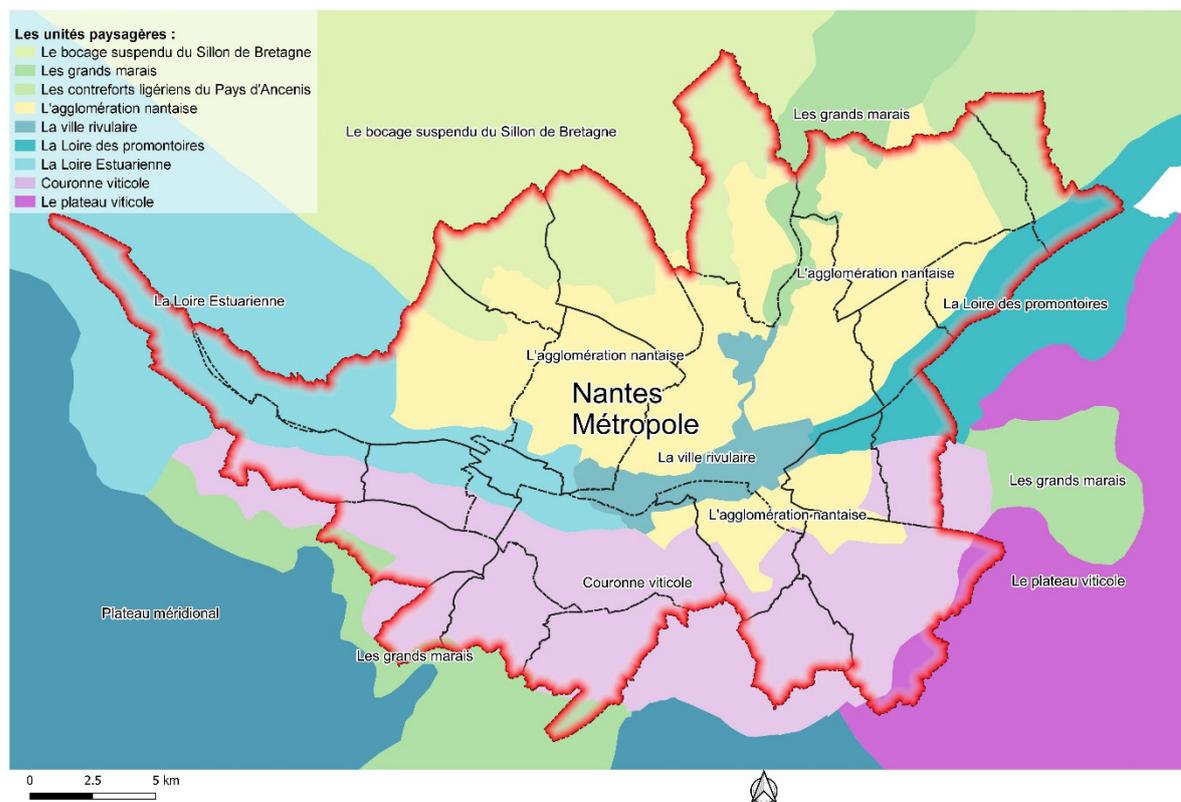
I. CARACTERISTIQUES DU TERRITOIRE METROPOLITAIN DU POINT DE VUE DU DROIT DE L’AFFICHAGE EXTERIEUR

A. CARACTERISTIQUES PAYSAGERES

Le territoire métropolitain bénéficie d’un patrimoine naturel et paysager riche et varié, marqué par un réseau hydrographique important et des unités paysagères très distinctes, qui participent pleinement à son identité.

a. Des unités paysagères multiples

Les unités paysagères présentes au sein de Nantes Métropole attestent de la diversité et de la richesse de ses paysages (Source : Les Atlas des Paysages de Loire-Atlantique, et Atlas de Paysage des Pays de la Loire, DREAL Pays de la Loire).



Carte des unités paysagères au sein de Nantes Métropole, d'après l'Atlas des Paysages de Loire-Atlantique, Source : DREAL Pays de la Loire, www.data.gouv.fr

Le bocage suspendu du Sillon de Bretagne

Communes concernées : Couëron, Sautron, Orvault, La Chapelle-sur-Erdre, Nantes.

Paysages caractéristiques : plateau bocager, succession d'infrastructures qui marquent fortement ce plateau aux ambiances profondément rurales.

Les grands marais - La vallée de l'Erdre

Communes concernées : Carquefou, La Chapelle-sur-Erdre, Nantes.

Paysages caractéristiques : vallée, coteaux habités boisés, vastes zones de marais à tourbières ou de prairies inondables.

Les contreforts ligériens du Pays d'Ancenis

Communes concernées : Carquefou, Mauves-sur-Loire.

Paysages caractéristiques : vaste plateau dominant le val de Loire.

L'agglomération nantaise

Communes concernées Nord-Loire : Nantes, Sainte-Luce-sur-Loire, Thouaré-sur-Loire, Carquefou, La Chapelle-sur-Erdre, Saint-Herblain, Orvault, Sautron, Couëron.

Communes concernées Sud-Loire : Nantes, Rezé, Saint-Sébastien-sur-Loire, Bouguenais, Vertou.

Paysages caractéristiques : A la fois carrefour et confluence, Nantes est dès l'origine une ville d'eau. L'agglomération nantaise est aujourd'hui constituée par plusieurs ensembles urbains découpés par les vallées majeures (confluence Loire, Erdre et Sèvre nantaise). Ces cours d'eau lui donnent son caractère fluvial avec des ambiances parfois océaniques qui sont renforcées par l'identité portuaire de la ville.

L'agglomération nantaise s'est développée sur des anneaux viaires successifs (boulevards de ceinture puis périphérique) au gré des développements économiques en intégrant progressivement les bourgs périphériques. Ces croissances par à-coups se traduisent par de grands quartiers, zones d'activités ou grands ensembles qui se juxtaposent et s'intercalent entre les vallons affluents de l'Erdre et la Loire qui gardent leur caractère semi-naturel. En promontoire sur ses vallées, l'agglomération compose un paysage urbain où les covisibilités entre les coteaux construits sont fréquentes. Les bâtiments-repères se détachent sur les crêtes (Tour de Bretagne, Immeuble du Sillon de Bretagne, cathédrale, flèches des églises...) et les constructions monumentales telles que ponts, grues et bâti industriel marquent les fonds de vallées. L'agglomération s'inscrit dans une mosaïque de paysages ruraux à la fois bocagers, viticoles, horticoles, boisés qui amorcent la diversité des unités paysagères qui ceinturent l'agglomération.



La Maison radieuse à Rezé, unité paysagère de l'agglomération nantaise

La ville rivulaire

Communes concernées : Nantes, Saint-Sébastien-sur-Loire, Rezé, Bouguenais, Saint-Herblain.

Paysages caractéristiques : ville du fleuve, rencontre entre la Loire, l'Erdre et la Sèvre nantaise, rencontre entre le sillon de Bretagne et le fleuve, quais, sites industrialo-portuaires, anciens chantiers navals, îles, coteaux en promontoire, infrastructures de déplacement.



Le pont de Cheviré, unité paysagère de la ville rivulaire

La Loire des promontoires

Communes concernées : Mauves-sur-Loire, Thouaré-sur-Loire, Sainte-Luce-sur-Loire, Nantes, Saint-Sébastien-sur-Loire, Basse-Goulaine.

Paysages caractéristiques : massif armoricain, vallée ligérienne resserrée, vues de coteau à coteau, îles, prairies humides du fond de vallée, coteaux rocheux, planches de cultures maraîchères.



Tunnels d'une exploitation maraîchère, à Basse-Goulaine, unité paysagère de la Loire des promontoires

La Loire Estuarienne

Communes concernées : Bouguenais, La Montagne, Saint-Jean-de-Boiseau, Le Pellerin, Saint-Herblain, Indre, Couëron.

Paysages caractéristiques : influence océanique, vastes espaces agro-naturels inondables, marais, paysages industriels et urbains du pôle Nantes/Saint Nazaire, voies routières.



La Loire à Indre, unité paysagère de la Loire Estuarienne

La couronne viticole

Communes concernées : Basse-Goulaine, Saint-Sébastien-sur-Loire, Vertou, Les Sorinières, Rezé, Bouguenais, Saint-Aignan-de-Grandlieu, Bouaye, Saint-Léger-des-Vignes, Brains, Le Pellerin, Saint-Jean-de-Boiseau, La Montagne.

Paysages caractéristiques : paysage de plateau semi ouvert, coteaux marqués belvédères sur la vallée, paysage viticole où la vigne est confidentielle contrairement au plateau viticole voisin, paysage bocager relictuel, vallées encaissées, infrastructures marquantes, vastes zones d'activités.



Les rangs de vigne à Bouaye, unité paysagère de la Couronne viticole

Le plateau viticole

Commune concernée : Vertou

Paysages caractéristiques : vignobles, vallées bocagères, coteaux boisés, chaos granitique, extensions urbaines pavillonnaires autour des bourgs et des hameaux, zones d'activités.

Les grands marais – Le Lac de Grandlieu

Communes concernées : Brains, Saint-Léger-des-Vignes, Bouaye, Saint-Aignan-de-Grandlieu.

Paysages caractéristiques : espace lacustre, cordon boisé, marais et prairies inondables de la vallée de l'Acheneau.

b. Un territoire maillé par un réseau hydrographique dense

Le territoire métropolitain est parcouru par 600 km de cours d'eau et s'est structuré autour de la Loire, le plus long fleuve français.

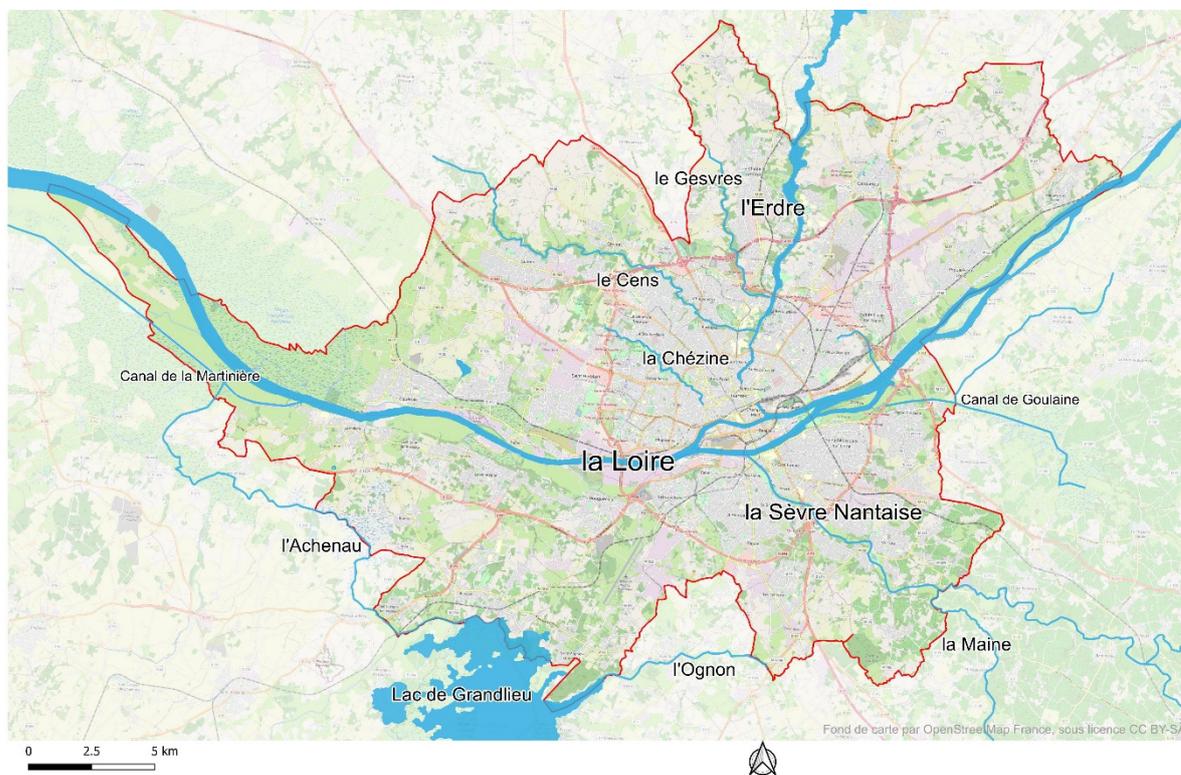
Nantes marque le début de l'estuaire de la Loire, les marées remontant jusqu'à 20 km en amont de Nantes. Nantes était ainsi appelée la Venise de l'Ouest.

Les 42 rivières du territoire convergent vers la Loire : un tel brassage d'eau a entraîné le développement de vasières et l'étalement du fleuve qui s'est divisé en de multiples bras. Un comblement des bras des fleuves a eu lieu dans les années 1920-1930 afin de faciliter la circulation d'une part mais également pour maîtriser les crues et assainir l'environnement urbain d'autre part. Le courant du fleuve a ainsi perdu de sa force et sa traversée à l'aide de gués, ponts sommaires et barques, a été rendue possible.

L'Erdre et la Sèvre nantaise, affluents de la Loire, constituent aussi un axe nord-sud structurant du territoire métropolitain.

Aujourd'hui, l'Erdre est en grande partie enterrée et il ne reste que les deux bras principaux de la Loire. Conséquence directe de ce comblement, l'île Feydeau, autrefois primée pour ses nombreux hôtels particuliers n'en est plus une...

D'autres cours d'eau sont présents sur le territoire métropolitain : la Chézine, le Gesvres, le Cens, le canal de la Martinière, le Canal de Goulaine...



Carte des principaux cours d'eau de Nantes Métropole, d'après OSM



La Loire, levée de la Divatte à Basse-Goulaine



La Sèvre nantaise à Vertou, La Chaussée des moines

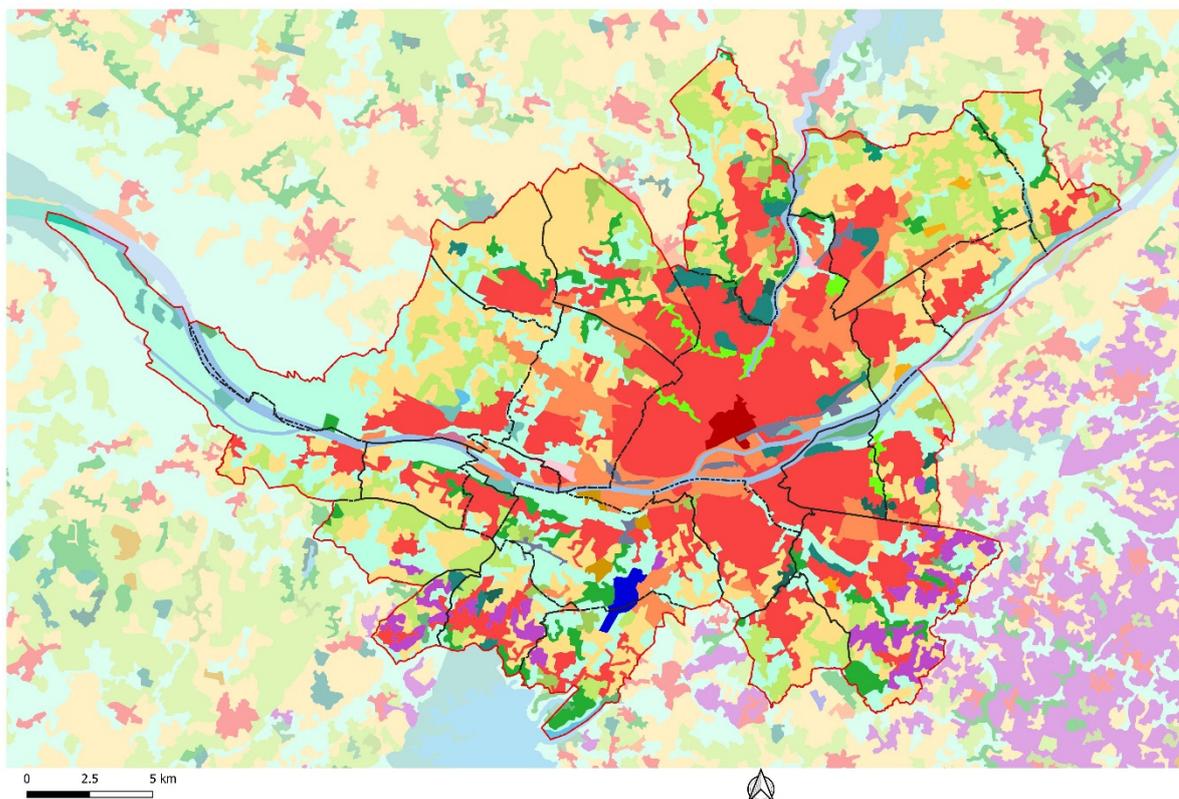


L'Erdre à Nantes (Source : Nantes Métropole)

c. Les espaces agricoles, boisés et naturels

Malgré l'étalement urbain constaté autour de la ville-centre, les espaces naturels et agricoles couvrent encore plus de 60% du territoire : cela a une incidence notable en droit de l'affichage extérieur puisqu'ils constituent autant de lieux situés hors agglomération, où toute publicité est interdite par principe.

Majoritairement, les espaces agricoles sont dédiés à l'élevage bovin et aux productions maraichères, horticoles et viticoles. Après avoir diminué de 30% dans les années 90, les surfaces agricoles sont stables depuis les années 2000 et couvrent plus de 12 000 hectares, soit 23% du territoire métropolitain.



Cartes de l'occupation des sols de Nantes Métropole, Source : Corine Land Cover 2006

Occupation des sols, CLC2006	
■ Tissu urbain continu	■ Surfaces essentiellement agricoles, interrompues par des espaces naturels importants
■ Tissu urbain discontinu	■ Forêts de feuillus
■ Zones industrielles et commerciales	■ Forêts de conifères
■ Réseaux routier et ferroviaire et espaces associés	■ Forêts mélangées
■ Aéroports	■ Pelouses et pâturages naturels
■ Extraction de matériaux	■ Landes et broussailles
■ Décharges	■ Forêt et végétation arbustive en mutation
■ Chantiers	■ Marais intérieurs
■ Espaces verts urbains	■ Tourbières
■ Équipements sportifs et de loisirs	■ Zones intertidales
■ Terres arables hors périmètres d'irrigation	■ Cours et voies d'eau
■ Vignobles	■ Plans d'eau
■ Vergers et petits fruits	■ Estuaires
■ Prairies	
■ Systèmes culturaux et parcellaires complexes	

Des espaces naturels ont été classés et inventoriés dans le but de les protéger de toute urbanisation. Certaines protections génèrent des interdictions de publicité dans les parties agglomérées des sites (toute publicité étant de toute façon interdite hors agglomération) :

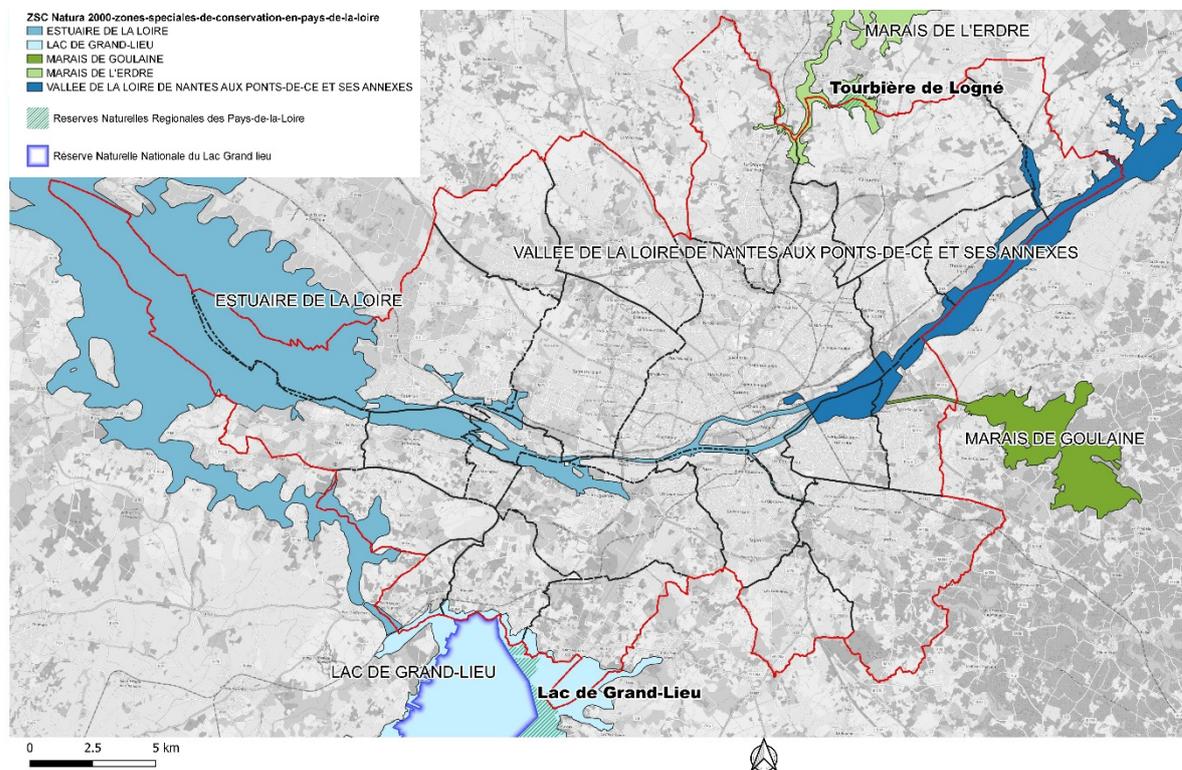
Sites Natura 2000

Nantes Métropole recense 5 sites Natura 2000 : l'Estuaire de la Loire, le Lac de Grand-Lieu, le Marais de la Goulaine, le Marais de l'Erdre, la Vallée de la Loire de Nantes aux Ponts de Cé et ses annexes .

Réserves naturelles nationale et régionale

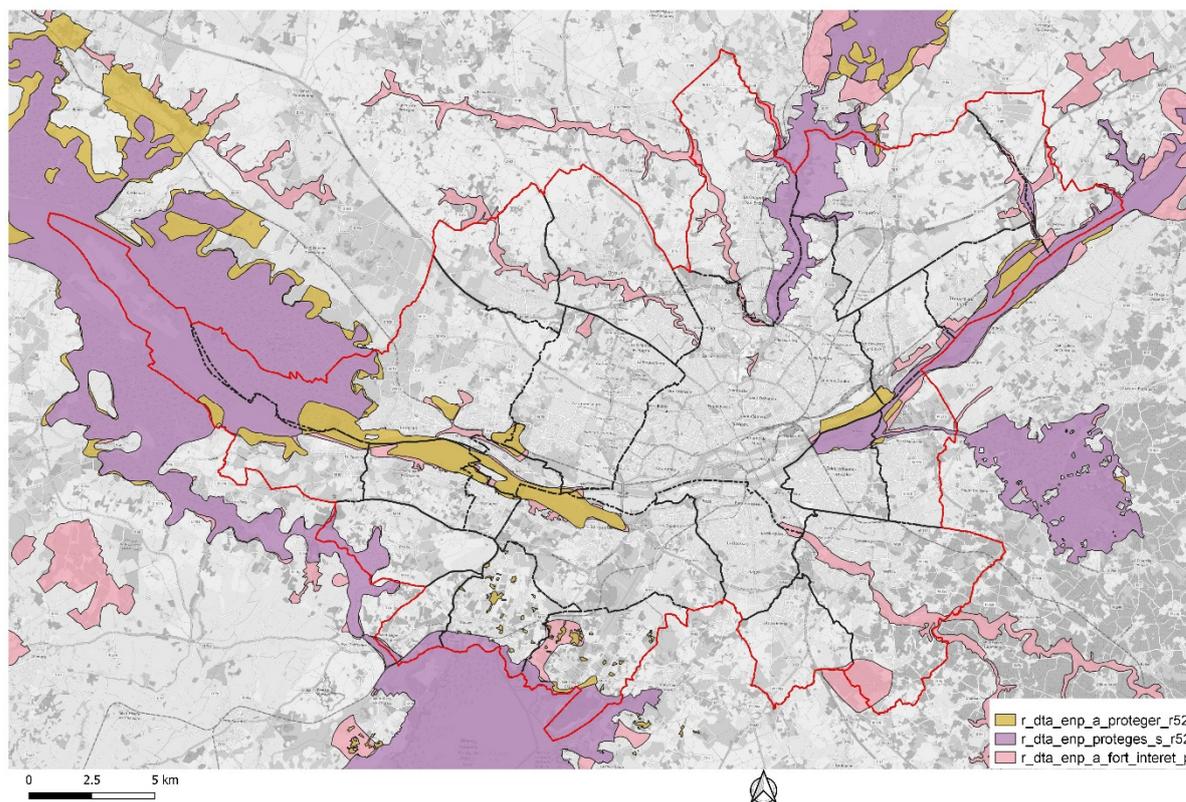
Le territoire de Nantes Métropole compte une réserve naturelle régionale : la tourbière de Logné. Elle s'étend sur les communes de Carquefou et de Sucé-sur-Erdre.

Le Lac de Grand-Lieu, situé en limite extérieure du territoire de Nantes Métropole est concerné par un classement en réserve naturelle nationale.



Carte des ZSC Natura 2000 et des Réserves Naturelles régionales et nationale de Nantes Métropole

Les boisements en Loire-Atlantique sont plutôt rares et de plus en plus menacés par l'évolution de l'urbanisation. Ainsi, la directive territoriale d'aménagement et le SCoT ont recensé les parcs et ensembles boisés existants qui peuvent être considérés comme significatifs des communes du littoral. Des espaces boisés significatifs ont été classés sur les communes de Saint-Aignan de Grand-Lieu, Bouaye et Saint-Léger-les-Vignes.



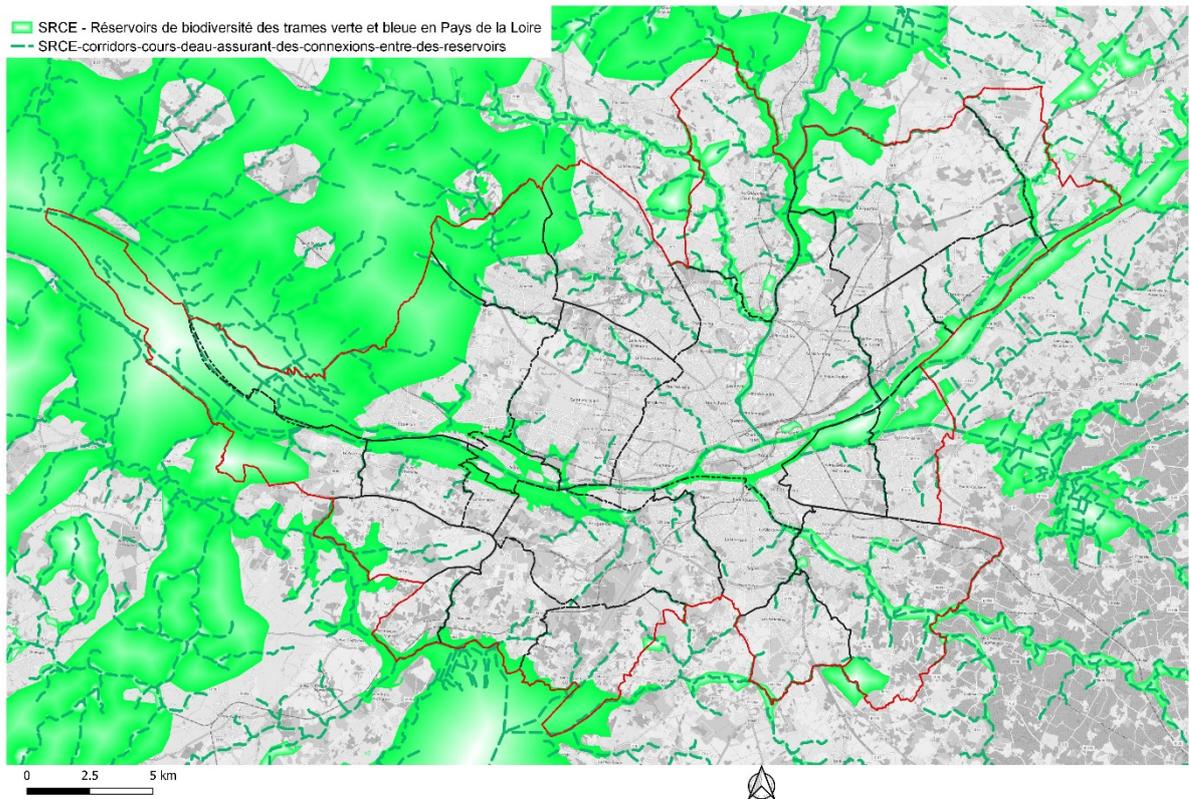
Trame verte de la DTA 'Estuaire de la Loire' en Loire-Atlantique (Espaces Naturels et paysages protégés, à fort intérêt patrimonial et à protéger), Source : <https://carto.sigloire.fr/>

d. La Trame verte et bleue, la Trame noire

Le schéma régional de cohérence écologique (SRCE) des Pays de la Loire a été adopté par arrêté du préfet de région le 30 octobre 2015, après son approbation par le Conseil régional par délibération du 16 octobre 2015.

Le SRCE présente les grandes orientations stratégiques du territoire régional en matière de continuités écologiques, également appelées **Trame verte et bleue (TVB)**.

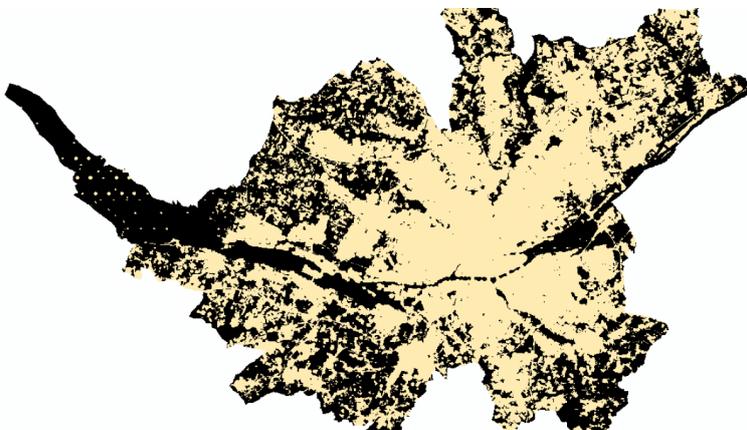
La TVB vise à maintenir ou à reconstituer un réseau d'échanges sur les territoires pour que les espèces animales et végétales puissent communiquer, circuler, s'alimenter, se reproduire, se reposer, en d'autres termes assurer leur survie.



SRCE Réservoirs de Biodiversité des TVB et corridors de Nantes Métropole

Sur le territoire métropolitain, la Trame verte et bleue régionale a été prise en compte dans l'élaboration du PLUm de Nantes Métropole.

Dans la continuité du programme de Trame Verte et bleue mené en 2001, Nantes Métropole collabore avec l'IGN et le Cerema afin de développer une **Trame Noire**. La trame noire est l'ensemble des corridors écologiques caractérisés par une certaine obscurité et empruntés par les espèces nocturnes. L'objectif est d'élaborer une méthode d'identification d'une trame noire pour optimiser l'éclairage public et limiter ses nuisances.



Trame noire théorique de Nantes Métropole, Source : www.cerema.fr

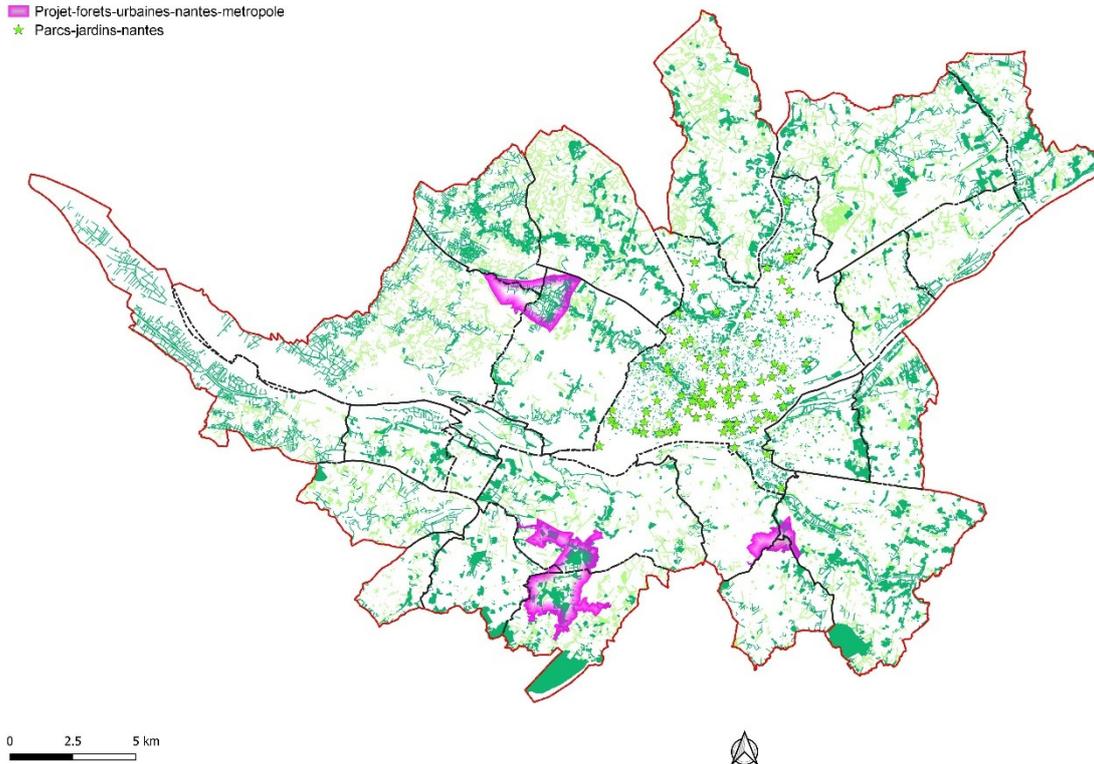
e. Les espaces de nature en tissu urbain

En tissu urbain, le végétal est fortement présent sur le territoire et se caractérise par :

- Des espaces de nature le long de la Loire et l'Erdre notamment, accessibles par la « Loire à vélo » ou les « promenades au fil de l'eau » ;
- Des espaces de nature le long des cours d'eau comme le Gesvres, le Cens, la Chézine et la Sèvre Nantaise ;
- De nombreux parcs et jardins à Nantes : le Jardin des Plantes, le parc de Procé, le parc floral de la Beaujoire, le Parc du Grand Blottereau, l'île de Versailles au style japonais, la Petite Amazonie, le jardin des Fonderies ... ;
- Des alignements plantés, très présents depuis la fin de la reconstruction dans la fin des années 1940/1950.

La plupart des ces éléments végétaux sont protégés au titre d'Espaces Boisés Classés (E.B.C.) et d'Espaces Paysagers à Protéger (E.P.P.) dans le PLUm de Nantes Métropole.

- EPP du PLUm
- EBC du PLUm
- Projet-forets-urbaines-nantes-metropole
- ★ Parcs-jardins-nantes



La ville de Nantes a pour projet la mise en valeur de « L'Etoile verte des vallées nantaises » qui connectera les grands parcs et espaces verts de Nantes pour offrir un réseau de promenades urbaines de 250 km à l'échelle de l'agglomération le long de la Loire et des rivières.

Le territoire métropolitain se caractérise par la grande variété de ses paysages ruraux (bocagers, viticoles, horticoles, boisés) et la grande qualité de ses paysages naturels liés à l'eau (vallées, marais, marécages, canaux, étendues d'eau).

Du point de vue de l'affichage extérieur, le territoire métropolitain est un territoire très vert, non urbanisé à 70%, soit autant de lieux où toute publicité est interdite.

B. CARACTERISTIQUES PATRIMONIALES

a. Les monuments historiques

151 monuments historiques sont recensés sur le territoire métropolitain, dont 80% se situent à Nantes.

Seules 8 communes ne disposent pas de monuments historiques classés ou inscrits : Basse-Goulaine, Bouguenais, Brains, Indre, La Montagne, Le Pellerin, Orvault et Sainte-Luce-sur-Loire.

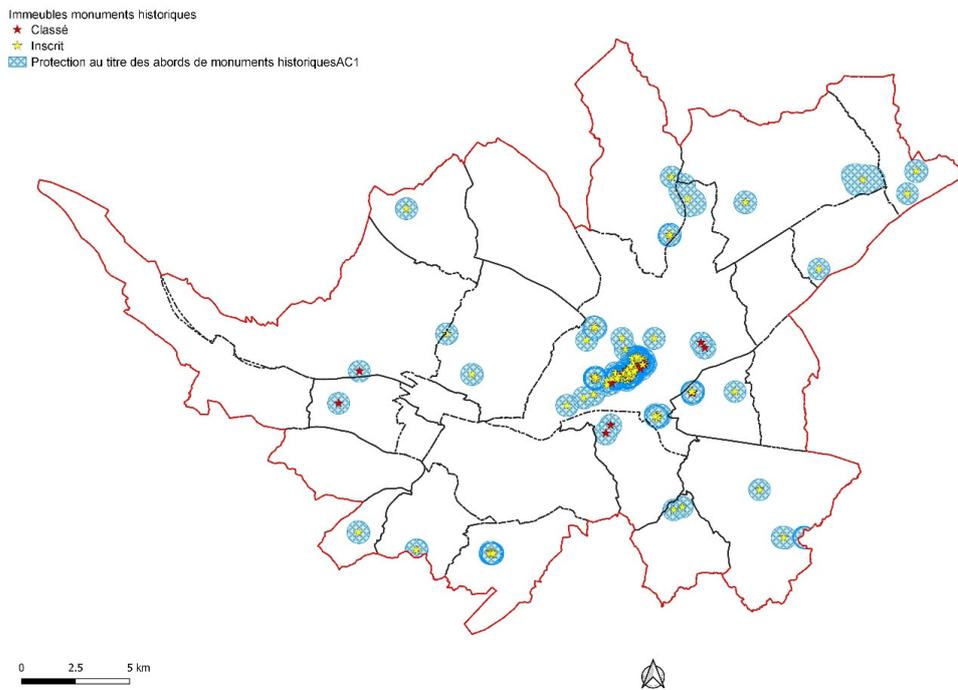
Communes	Monuments historiques	Nombre de monuments historiques
BOUAYE	Logis de la Sénaigerie	1
CARQUEFOU	Château de la Seilleray (+Parc du château) Château de l'Épinay	2
COUËRON	La tour à plomb	1
LA CHAPPELLE-SUR-ERDRE	Château de la Mesnerie Château de la Gascherie	2
LES SORINIERES	Menhir des Faux Menhir dit de Haute-Lande	2
MAUVES-SUR-LOIRE	Villa de Beaulieu Fontaine Saint-Denis	2
NANTES	Maison (70 quai de la fosse) Hôtel Scheult (8 rue de l'Héronnière) Brasserie La Cigale (Place Graslin) Passage Pommeraye Église Saint-Nicolas Immeuble dit le Temple du Goût (16 quai Duguay-Trouin) Immeuble (13 allée Turenne) Immeuble (19 rue Kervegan) Immeuble (1 rue Duguesclin) Immeuble (9 allée de Turenne) Immeuble (10 allée de Turenne) Immeuble (11 rue Kervegan) Maison (2 rue des Carmes) Cathédrale Saint-Pierre Saint Paul Château des ducs de Bretagne Porte gallo-romaine Bâtiment de la Psalette (Rue Saint-Laurent)	127

Communes	Monuments historiques	Nombre de monuments historiques
	<p>Vestiges de l'enceinte gallo-romaine (Rue de l'Evêché) Hôtel Le Lasseur (chapelle de l'Oratoire) Porche de l'hôtel Saint-Pern (Rue Malherbe) Château du Grand Blottereau (7 rue de la Juiverie et 12 allée de Turenne) Bourse de commerce Chapelle de Notre-Dame-Bonsecours (1bis allée Turenne ; 12 rue Bonsecours) Chapelle Saint-Etienne Couvent de la visitation Eglise Notre-Dame-du-Bon-Port Hôtel Deurbroucq (5 quai de l'Île-Gloriette) Hôtel Garreau (13 rue Dobrée) Hôtel de Montaudoïn ou des Colonnes (Place du Maréchal-Foch) Ancien Hôtel de la Pilorgerie (15 rue Georges-Clémenceau) Hôtel Cazeneuve de Pradines (17 rue Georges-Clemenceau) Ancien Hôtel Saint-Aignan (8 rue Saint-Jean) Hôtel Villeteux (Place de la Petite-Hollande) Immeuble (1 Rue d'Argentré ; cour Saint-André) Immeuble (2 Rue d'Argentré ; cour Saint-André) Immeuble (6 Place du Bouffay) Immeuble (2 Rue des Cadeniers ; cours Cambronne) Immeuble (1 Quai Cassard ; Quai Brancas) Immeubles (3, 5 Rue Bossuet) Immeuble (5 Place du Bouffay) Immeuble (1 quai Brancas) Immeuble (2 quai Brancas) Immeuble (3, 4 quai Brancas) Immeuble (5 quai Brancas) Immeuble (6 quai Brancas) Immeuble (7 quai Brancas) Immeuble (15 allée Dugay-Trouin) Immeuble (2, 3 quai de Flesselles ; rue de la paix) Immeuble, ancien hôtel particulier (7 place du Général Mellinet) Immeuble (8 place du Général Mellinet) Immeuble sur Cours Cambronne (3 place Graslin ; 1 rue Piron) Immeuble sur Cours Cambronne (1 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (3 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (5 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (7 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (9 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (11 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (13 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (15 rue Gresset ; cours Cambronne) Immeuble (8 Rue Henri IV ; Cours Saint-Pierre)</p>	

Communes	Monuments historiques	Nombre de monuments historiques
	<p>Immeuble (9 Rue Henri IV ; Cours Saint-Pierre) Immeuble (10 Rue Henri IV ; Cours Saint-Pierre) Immeuble (11 Rue Henri IV ; Cours Saint-Pierre) Immeuble (12 Rue Henri IV ; Cours Saint-Pierre) Immeuble sur Cours Cambronne (10 rue de l'Héronnière ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (12 rue de l'Héronnière ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (14 rue de l'Héronnière ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (18 rue de l'Héronnière ; cours Cambronne) Immeuble sur Cours Cambronne (20 rue de l'Héronnière ; cours Cambronne) Immeuble (1, 2 allée Jean-Bart ; rue du Vieil-Hôpital) Immeuble (9 rue Kervegan) Immeuble (13 rue Kervegan) Immeuble (21 rue Kervegan) Immeuble (28 rue Kervegan) Immeuble (32 rue Kervegan) Hôtel d'Aux, puis hôtel du 11e Corps d'Armée (1 place Maréchal-Foch) Immeuble (5 place Maréchal-Foch ; cours Saint-Pierre ; cours Saint-André) Immeuble (2 rue de la Paix ; place du Bouffay) Immeuble (17 allée Dugay-Trouin) Immeuble sur Cours Cambronne (3 rue Piron) Immeuble (12 Allée de Port-Maillard) Immeuble (13 Allée de Port-Maillard) Immeuble (1 rue Sully) Immeuble (2 rue Sully) Immeuble (3 rue Sully) Immeuble (4 rue Sully) Immeuble (6 rue Sully) Immeuble (1 rue Tournefort) Immeuble (2 rue Tournefort) Immeuble (3 rue Tournefort) Immeuble (7 rue Tournefort) Immeuble (2 Allée de la Tremperie) Immeuble (3 Allée de la Tremperie) Immeuble (8 Allée Turenne) Immeuble (12 Allée Turenne) Immeuble (3 rue du Guesclin) Maison (17 Quai de la Fosse) Maison (86 Quai de la Fosse)</p>	

Communes	Monuments historiques	Nombre de monuments historiques
	Maison (19 rue Hauts-Pavés) Maison (7 rue de la Juiverie) Manoir de la Hautière Musée des Beaux-Arts Préfecture Presbytère de Saint-Nicolas (3 rue Affre) Théâtre Graslin (Place Graslin) Eglise Saint-Martin-de-Chantenay Ancien Hôtel Harrouys (14 Rue du Château) Immeubles, ancien Hôtel Allard (1 place du Général-Mellinet ; 36 Boulevard de Launay) Immeuble (Ancien hôtel particulier Massion, 2 Place du Général-Mellinet) Immeuble (3 Place du Général-Mellinet) Immeuble (Ancien hôtel particulier Maës, 4 Place du Général-Mellinet) Immeuble (5 Place du Général-Mellinet) Immeuble (6 Place du Général-Mellinet) Ancienne Eglise des minimes (Rue Malherbe) Immeuble (1 rue de Guérande, 2 rue de la Fosse) Eglise Saint-Jaques de Pirmil Villa de la Chantrerie Immeuble (15 rue Henri IV) Immeuble (8 rue Aregnaudeau) Ensemble paroissial Sainte-Thérèse (rue Chanoine-Larose) Monument aux Cinquante Otages (esplanade Cinq-Communes-Compagnon-de-la-Libération) Salle de spectacle de Bel-Air Villa Jeannette (98 Boulevard des anglais) Immeuble de la Compagnie générale d'Accident (12 rue Racine)	
REZE	Chapelle Saint-Lupien Mur (Site archéologique) Maison Radieuse	3
SAINT-AIGNAN-GRANDLIEU	Château de Souché	1
SAINT-HERBLAIN	Eglise Manoir de la Paclais	2
SAINT-JEAN-DE-BOISEAU	Chapelle de Bethléem	1
SAINT-LEGER-LES-VIGNES	Villa du Châtelier	1

Communes	Monuments historiques	Nombre de monuments historiques
SAINT-SEBASTIEN-SUR-LOIRE	Folie de la Gibraye (Boulevard des Pas-Enchantés) Chapelle	2
SAUTRON	Chapelle Notre-Dame de Bongarant	1
THOUARE -SUR-LOIRE	Château	1
VERTOU	Ancienne Abbaye (Place Saint-Martin) Villa de la Bastière (à l'exception de la Chapelle)	2
TOTAL		151



Carte de localisation des monuments historiques de Nantes Métropole, Source : [www. http://atlas.patrimoines.culture.fr/](http://atlas.patrimoines.culture.fr/)

En droit de l’affichage extérieur, ces monuments historiques génèrent des interdictions de publicité, sur le monument lui-même et dans ses abords.

A ce jour, il semblerait qu’aucun périmètre n’ait été précisément délimité autour d’un monument historique : à défaut de PDA (périmètre délimité des abords) existant, c’est donc dans le champ de visibilité du monument, jusque 500m, que s’applique l’interdiction de principe de publicité (cf ci-après).

b. Le site patrimonial remarquable (SPR) de Nantes

La morphologie urbaine du centre historique de Nantes est fortement empreinte de l'influence gallo-romaine puis médiévale et enfin de la période de reconstruction de l'après-guerre. La ville présente un patrimoine bâti préservé : de nombreuses constructions ont pu échapper au bombardement massif de 1943, qui visait essentiellement les installations portuaires. Le Château des Ducs de Bretagne ainsi que la Cathédrale sont les monuments les plus anciens de la ville.

En 1972, la ville a protégé son centre historique par la délimitation d'un secteur sauvegardé, d'une superficie de 120 hectares environ, compris entre le quai de la Fosse, et les cours Saint Pierre et Saint André. Le secteur sauvegardé est profondément marqué par le XIXe siècle tant au niveau des tracés urbains qu'au niveau du patrimoine bâti : la grande majorité des immeubles sont de cette époque. De nombreux vestiges antiques y sont également témoins de l'histoire de Nantes. Ainsi, l'ensemble des constructions couvertes par le secteur sauvegardé présente des façades caractéristiques des différentes époques, du XVII siècle à la reconstruction dans les années postérieures à 1950.

En 1983, un PSMV (Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur), s'appliquant au périmètre du secteur sauvegardé a été approuvé. Le secteur sauvegardé constitue une servitude du PLU, alors que le PSMV est un document d'urbanisme en tant que tel. Le secteur sauvegardé est devenu « Site Patrimonial Remarquable » (SPR) par l'effet de la loi LCAP (relative à la Liberté de la Création, à l'Architecture et au Patrimoine) du 7 juillet 2016. En 2010, Nantes Métropole a entrepris la révision du PSMV de Nantes, achevée en 2017. Le but était d'y inclure notamment des immeubles issus de la reconstruction comme par exemple les rues du Calvaire et de Feltre, du patrimoine plus récent comme l'hôtel la Pérouse ou encore des ensembles de façades remarquables.



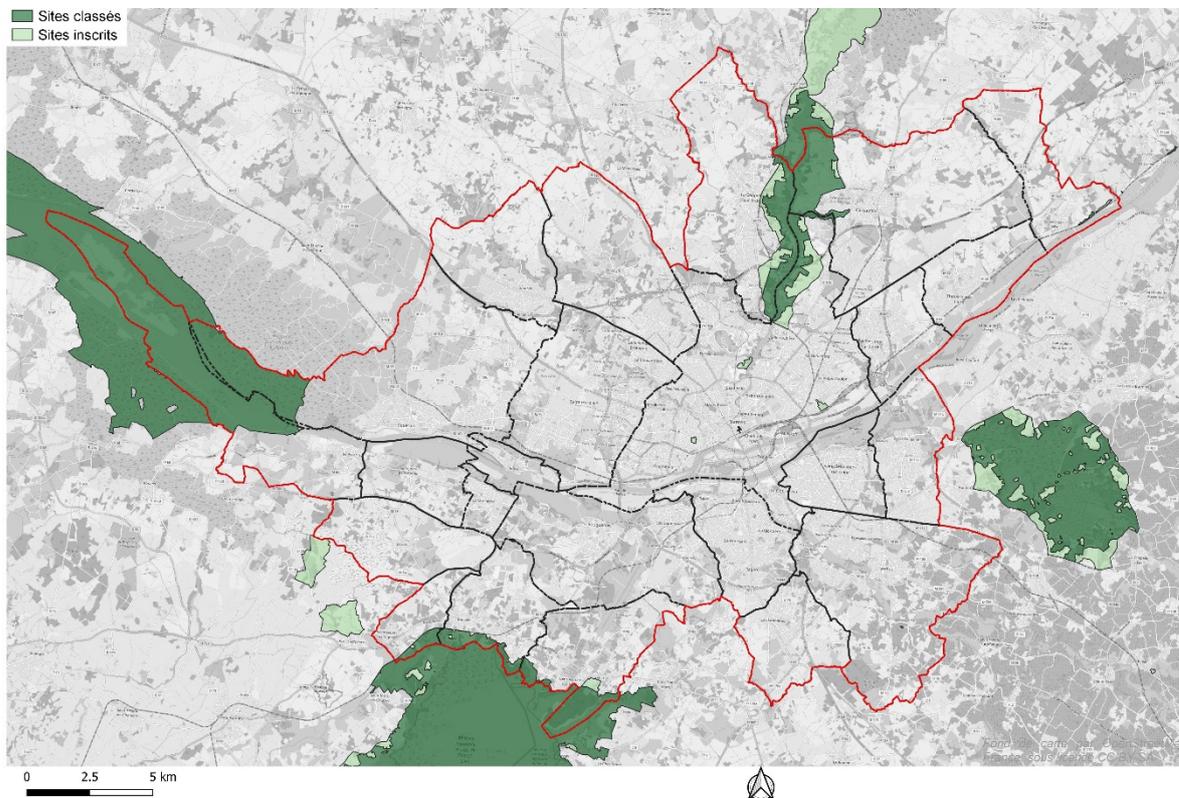
Carte du périmètre du Secteur sauvegardé de Nantes

c. Les sites inscrits et les sites classés

La loi du 2 mai 1930 - intégrée dans le code de l'environnement (Livre III, titre IV, chapitre Ier, articles L. 341-1 à L. 341-22) - permet de protéger des monuments naturels et des sites qui présentent un intérêt général du point de vue scientifique, historique, pittoresque, artistique ou légendaire. Le classement est une protection forte qui correspond à la volonté de maintien en l'état du site, ce qui n'exclut ni la gestion ni la valorisation. L'inscription constitue quant à elle une garantie minimale de protection.

Le territoire métropolitain compte 5 sites classés et 8 sites inscrits :

- Le Lac de Grand-Lieu, classé le 24.08.1982 (contexte non urbanisé)
- La Vallée de l'Erdre, classée le 07.04.1998 (contexte partiellement urbanisé)
- L'Estuaire de la Loire, classé le 25.04.2002 (contexte non urbanisé)
- Une partie du domaine de Vieille-Cour, classée le 03.12.1942 (contexte non urbanisé)
- La fuite du château des Dervallières, classée le 22.08.1934 (une construction ponctuelle)
- 32 ensembles bordant le lac de Grandlieu, inscrit le 31.08.1989 (contexte non urbanisé)
- La Vallée de l'Erdre, inscrite le 15.09.1971 (contexte urbanisé)
- La propriété de la Houssinière, inscrite le 09.02.1949 (contexte urbanisé, université)
- La place Mellinet, inscrite le 20.07.1974 (contexte urbain)
- Le parc et le jardin du Grand Blottereau, inscrit le 28.09.1966 (contexte non urbanisé)
- Le quartier du Pilori, inscrit le 18.04.1967 (contexte urbain)
- La terrasse Sainte-Marguerite, inscrite le 04.12.1942 (contexte non urbanisé)
- La butte des deux moulins et des coteaux du portillon, inscrite le 07.04.1942 (écart rural)



Carte des sites classés et sites inscrits de Nantes Métropole (Source : data.gov)

d. Le patrimoine remarquable identifié par le PLUm

A travers le PLUm, Nantes Métropole a fait le choix, au-delà des protections relatives aux monuments historiques, de recenser les éléments de patrimoine à préserver : l'article L.151-19 du code de l'urbanisme précise que le règlement du PLU peut identifier et localiser les éléments de paysage et identifier, localiser et délimiter les quartiers, îlots, immeubles bâtis ou non bâtis, espaces publics, monuments, sites et secteurs à protéger, à conserver, à mettre en valeur ou à requalifier pour des motifs d'ordre culturel, historique ou architectural et définir, le cas échéant, les prescriptions de nature à assurer leur préservation leur conservation ou leur restauration.

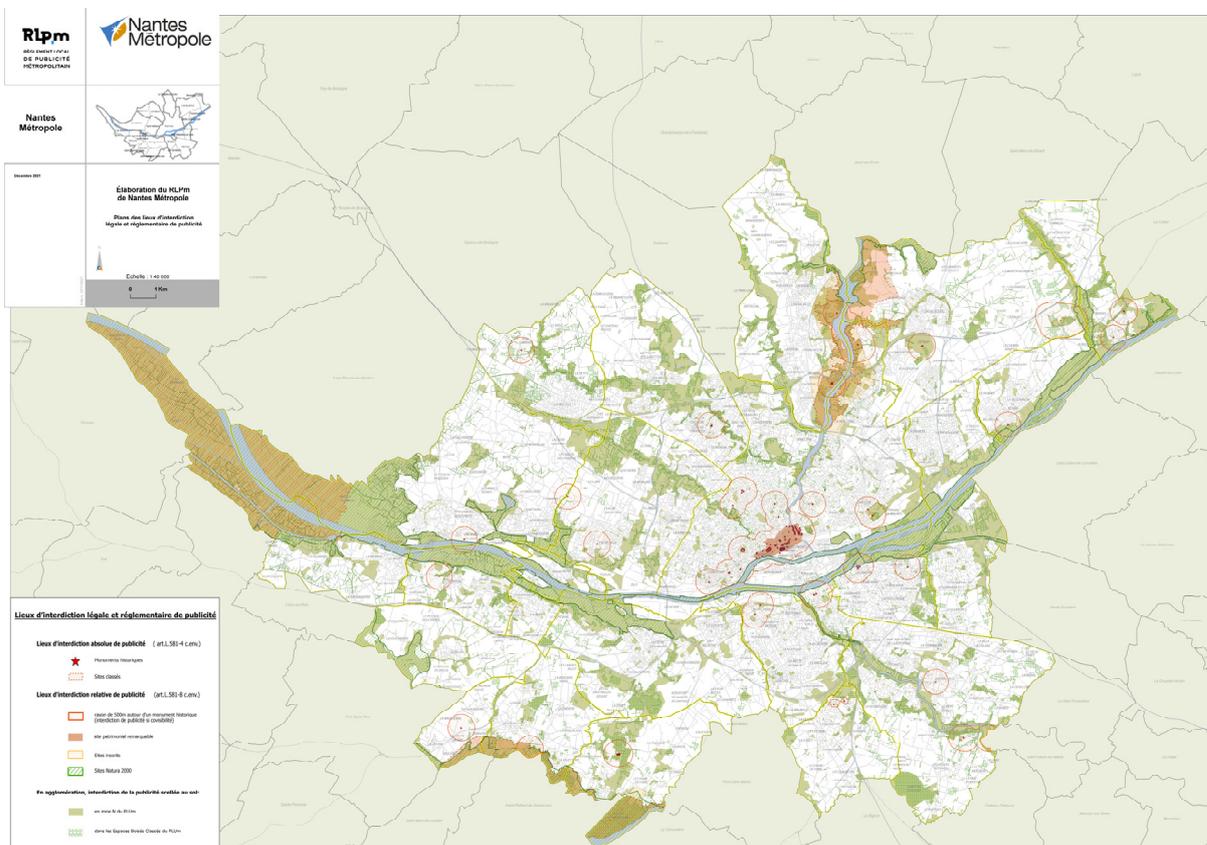
Ces protections patrimoniales à travers les documents d'urbanisme, même si elles ne génèrent pas de fait des interdictions de publicité justifient l'instauration de règles locales restrictives quant à l'installation de publicité.

Ainsi, le PLUm identifie un très grand nombre d'éléments protégés comme par exemple le château de la Grillonnais à Basse-Goulaine, la gare ferroviaire à Bouaye, le moulin à vent de la Croix du Gué à Bouguenais etc.

Le territoire métropolitain se caractérise par son grand nombre de monuments historiques, principalement situés à Nantes.

Les sites classés (lieux d'interdiction absolue de publicité) sont majoritairement des ensembles du Grand Paysage comme la Vallée de l'Erdre, le Lac de Grandlieu et l'Estuaire de la Loire. Les sites inscrits (lieux d'interdiction relative de publicité) sont de taille plus réduite, et concernent surtout des parcs et jardins urbains et des ensembles urbains.

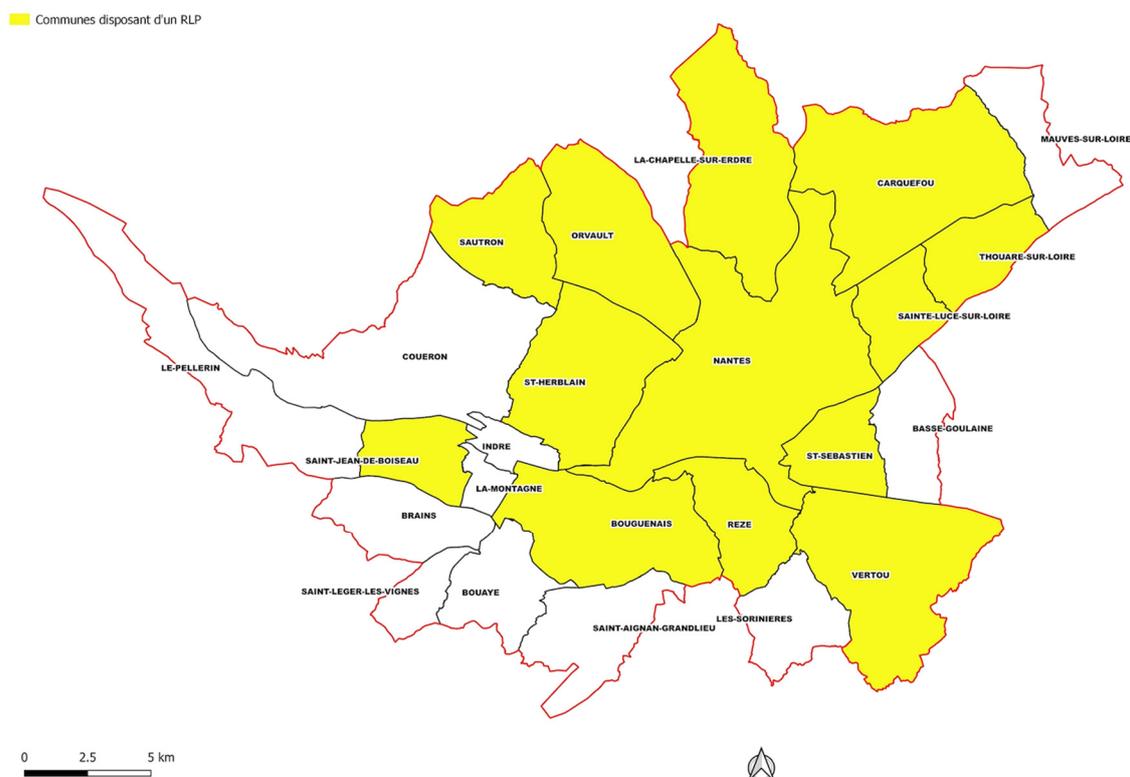
Une attention particulière est portée à ces lieux « protégés », présentant un intérêt patrimonial, sur le plan architectural, urbain ou paysager. Un principe d'interdiction de publicité est applicable aux lieux protégés, le RLPm étant habilité à lever cette interdiction pour certains d'entre eux.



Carte de synthèse des lieux générant une interdiction absolue ou relative de publicité

II. ANALYSE DES REGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITE COMMUNAUX

13 communes sur les 24 communes membres de Nantes Métropole sont couvertes par un RLP. Ces réglementations spéciales ont été approuvées entre 1992 (Sainte-Luce-sur-Loire) et 2010 (Carquefou), soit toutes avant la réforme Grenelle II : ces RLP communaux seront donc automatiquement caducs le 13 juillet 2022.



Sur ces 13 communes dotées d'un RLP à leur échelle, toutes appartiennent à l'unité urbaine de Nantes. Ce sont principalement les grosses agglomérations qui ont instauré une réglementation spéciale : seules 2 communes (Sautron et Saint-Jean-de-Boiseau) sur les 13 communes dotées d'un RLP comptent moins de 10 000 habitants.

A. NOMBRE ET TYPOLOGIE DES ZONES

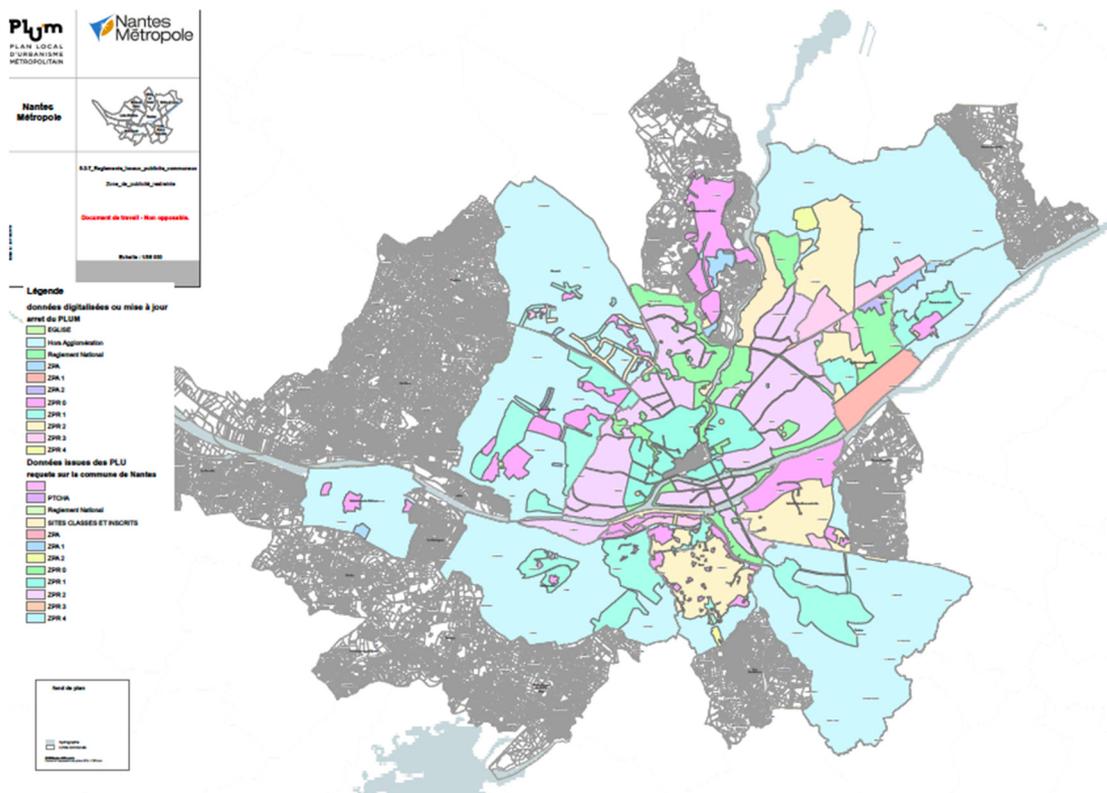
Le nombre de zones de publicité instaurées par les RLP communaux varie entre 3 (Bouguenais, Carquefou, Saint-Jean-de-Boiseau, Vertou) et 6 (Rezé, Saint-Herblain, Saint-Sébastien-sur-Loire).

Comme le permettait la réglementation nationale ante-Grenelle, les RLP communaux ont délimité des zones de publicité « restreinte » et des zones de publicité « autorisée » :

- Zone de publicité restreinte (ZPR) : en agglomération, ces zones avaient pour objet de durcir les règles nationales, pour restreindre les possibilités d'installation des publicités et préenseignes (ex : réduction de la surface maximale admise, restriction quant au caractère lumineux ou à la règle de densité...);
- Zone de publicité autorisée (ZPA) : hors agglomération, ces zones permettaient de déroger au principe d'interdiction de publicité, pour y réintroduire certaines formes de publicité.

Cela signifie que pour la plupart des RLP communaux existants, les communes n'ont pas poursuivi exclusivement une logique de protection des paysages : elles ont permis également la réintroduction de publicités hors agglomération, là où elle est en principe interdite. Seuls les RLP de Carquefou, Nantes et Saint-Sébastien-sur-Loire ont uniquement instauré des ZPR, sans ZPA.

Depuis la loi Grenelle II, un RLP ne peut plus instaurer de ZPA : désormais, les zones d'un RLP ne peuvent couvrir que les lieux situés en agglomération et les règles locales sont principalement plus restrictives que les prescriptions du règlement national.



B. POINTS DE CONVERGENCE ENTRE LES REGLEMENTATIONS COMMUNALES

De manière générale, les RLP communaux ont tous protégé très fortement les centres anciens, centre-bourgs et centre-villes.

A l'intérieur des zones de publicité restreinte correspondantes, toute publicité était interdite (Bouguenais, La Chapelle-sur-Erdre, Orvault, Rezé, Saint-Jean-de-Boiseau, Thouaré-sur-Loire...) ou alors étaient admises des possibilités très contraintes de publicité (publicité murale de 0,50m² à Carquefou, de 4m² à Sainte-Luce-sur-Loire). En revanche, la publicité supportée par du mobilier urbain était toujours admise (sauf à Sautron), sans restriction locale ou limitée à 2m² pour le mobilier d'information à caractère général ou local.

En dehors des centre-bourgs et centres-villes, la plupart des autres zones établies par les RLP communaux concernaient les axes structurants et les zones d'activité, soit les lieux souvent les plus propices à l'installation de publicités : tantôt les communes y ont contraint les conditions d'installation (surface, nombre, caractère lumineux) par une ZPR, tantôt elles ont au contraire permis l'installation de publicités hors agglomération par une ZPA (ex : ZA de la Gesvrine à La Chapelle-sur-Erdre, quelques parcelles du boulevard du Général de Gaulle à Rezé, les zones d'activités à Sautron...).

Dans ces zones, les RLP communaux ont en majorité limité la surface unitaire des dispositifs publicitaires à 8m² ou à 12m², au lieu des 16m² admis par la réglementation nationale ante-Grenelle.

Ils ont également édicté des contraintes quant au nombre de dispositifs publicitaires admis par unité foncière (la « règle de densité ») :

- Lorsque la publicité est installée sur un support existant (mur, clôture...), certains RLP l'ont limité à un dispositif par mur (RLP de Carquefou, Rezé, Saint-Jean-de-Boiseau) ;
- De nombreux RLP communaux ont interdit, sur une même unité foncière le panachage entre dispositifs scellés au sol et dispositifs muraux (RLP de Nantes, Orvault, Sainte-Luce-sur-Loire, Saint-Jean-de-Boiseau, Saint-Herblain) ;
- La plupart des RLP communaux ont interdit les dispositifs scellés au sol installés côte à côte ou en doublon, plus impactants visuellement : un seul dispositif scellé au sol est admis sur son emplacement (RLP de La Chapelle-sur-Erdre, Rezé, Sainte-Luce-sur-Loire, Saint-Jean-de-Boiseau, Saint-Herblain) ;
- La très grande majorité des RLP communaux ont conditionné l'installation d'un dispositif scellé au sol et/ou mural à l'exigence d'un linéaire minimal de façade sur rue de l'unité foncière, variant de 10 à 40m, avec souvent, en plus une règle d'espacement entre les publicités situées sur un même linéaire (RLP de Carquefou, La Chapelle-sur-Erdre, Nantes, Orvault, Rezé, Sainte-Luce-sur-Loire, Saint-Jean-de-Boiseau, Saint-Herblain, Saint-Sébastien-sur-Loire, Thouaré-sur-Loire).

Certains RLP se sont montrés plus contraignants à l'égard de la publicité murale que de la publicité scellée au sol (La Chapelle-sur-Erdre, Saint-Herblain). Cela s'explique sans doute par une

volonté de protéger le patrimoine bâti et sa qualité architecturale. A contrario, il est possible de penser qu'un dispositif scellé au sol a un impact plus notable dans le paysage puisqu'il ne s'insère pas sur un support existant et vient créer un obstacle visuel supplémentaire.

Les RLP communaux, tous de première génération, étaient très peu contraignants à l'égard de la publicité lumineuse. Cela s'explique par le fait que la publicité numérique (publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence) n'était pas encore très développée avant 2010 et a été encadrée (surface, hauteur...) par la loi Grenelle II.

Enfin, certaines prescriptions esthétiques ont été définies pour les dispositifs scellés au sol, principalement l'exigence de dispositifs mono-pied, sans doute considérés comme mieux intégrés dans le paysage.

C. MESURES OBSOLETES OU ILLEGALES QUI NE PEUVENT ETRE RECONDUITES DANS LE REGLEMENT METROPOLITAIN

Comme précisé ci-dessus, de nombreux RLP communaux ont très fortement protégé leurs centres-villes en y interdisant toute publicité, exception faite généralement de celle supportée par du mobilier urbain.

Ces **zones d'interdiction générale de publicité** sur domaine privé sont illégales car elles placent l'opérateur de mobilier urbain en abus de position dominante. Le RLPm ne peut instaurer de telles zones, sauf si elles correspondent exactement à des abords de monuments historiques ou à un Site Patrimonial Remarquable, la dérogation en faveur de la publicité sur mobilier urbain se justifiant alors par la mission d'intérêt général assurée par ces mobiliers (abriter les voyageurs, informer la population...).

Plusieurs RLP communaux ont instauré une règle d'**interdistance** entre dispositifs publicitaires situés sur des unités foncières différentes. L'idée « d'aérer », d'espacer, l'installation des publicités situées le long d'un même axe se comprend parfaitement, mais la jurisprudence censure systématiquement cette disposition car elle crée un « droit de priorité » au premier dispositif installé qui conditionne ensuite l'installation des autres. Ce type de mesure ne peut être reconduit dans le RLPm.

Certains RLP ont prévu des **règles d'autorisation préalable ou de procédure non prévues par le code de l'environnement** : par exemple, ils ont précisé que la publicité murale était « autorisée » uniquement si elle était peinte ou si le mur faisait l'objet d'un traitement préalable ou encore que l'installation de la publicité devait recueillir l'accord préalable des propriétaires des parcelles voisines (RLP de La Chapelle-sur-Erdre, Orvault, Nantes). Ces mesures, illégales, ne peuvent être réécrites dans le RLPm car elles constituent soit des interdictions déguisées de publicité murale (les conditions définies par le RLP rendent de fait leur installation impossible) soit des détournements des règles nationales de procédure.

D'autres mesures ne peuvent pas non plus être reprises par le RLPm : il s'agit de celles qui ont permis le **maintien en place de dispositifs existants, en interdisant l'installation de nouveaux** (RLP de Nantes, Saint-Sébastien-sur-Loire, Vertou). Cette règle locale consiste à figer l'état des lieux et crée une discrimination illégale à l'égard des nouvelles publicités.

De manière générale, les RLP communaux existants ont très fortement contraint les possibilités d'installation de publicités dans leurs centre-bourgs et centres-villes, y interdisant quasiment toute forme de publicité. Les autres secteurs traités sont les axes structurants et les zones d'activités.

Dans ces lieux, les RLP communaux ont été relativement peu restrictifs quant à la surface des publicités (8 ou 12m², ce qui reste du « grand format ») et à leur caractère lumineux, mais l'ont été davantage quant à leur nombre (règle de densité reposant le plus souvent sur l'exigence d'un linéaire minimal de façade, pour la publicité scellée au sol comme la publicité murale).

Ces règles locales, au final relativement souples, expliquent la présence, en nombre, de dispositifs de grands formats sur le territoire métropolitain.

III. REGLEMENTATION NATIONALE DE L’AFFICHAGE EXTERIEUR APPLICABLE AU TERRITOIRE METROPOLITAIN EN L’ABSENCE DE REGLEMENT LOCAL

La réglementation nationale relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes a été profondément modifiée par la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et ses décrets d’application (30 janvier 2012, 1^{er} août 2012 et 9 juillet 2013 notamment).

Cette réforme a apporté d’importantes modifications, qui, si elles ont restreint de nombreuses possibilités admises antérieurement (diminution des surfaces maximales, nouvelles règles de densité ou concernant la publicité lumineuse, limitation des enseignes...), ont également organisé de nouvelles possibilités d’installation publicitaire (bâches, dispositifs de dimensions exceptionnelles, micro-affichage...).

La réglementation au titre du cadre de vie et des paysages (code de l’environnement) ne fait pas obstacle à ce que les publicités, enseignes et préenseignes respectent d’autres législations ou réglementations susceptibles de restreindre les possibilités d’installation de ces dispositifs, en particulier celles relatives à :

- la sécurité routière (art. R. 418-2 à R. 418-7 du code de la route) ;
- l’occupation domaniale (art. L. 113-2 du code de la voirie routière, art. L. 2122-1 à L. 2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques), qu’il s’agisse des autorisations requises ou des règles d’accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite (loi n° 2005-102 du 11 février 2005).

A. REGLEMENTATION NATIONALE APPLICABLE A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

Selon l’article L.581-19 du code de l’environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Ainsi, toutes les règles applicables à la publicité le sont également aux préenseignes (même corpus juridique). Une exception existe à ce principe : les préenseignes situées hors agglomération dites « préenseignes dérogatoires » (cf ci-après).

La loi définit la publicité comme « *toute inscription, forme ou image (à l’exception des enseignes et préenseignes) destinée à informer le public ou attirer son attention. Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités* » (art. L. 581-3, a c.env.).

A noter : le code de l’environnement édicte les mêmes règles pour les publicités non lumineuses et pour les publicités éclairées par projection (spots ou rampe lumineuse éclairant l’affiche papier) ou

par transparence (tubes néon derrière l'affiche papier). En revanche, les publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence (ex : publicités numériques) font l'objet de règles distinctes.

Le décret (modifié) du 30 janvier 2012, entré en vigueur le 1er juillet 2012, a sensiblement modifié la réglementation nationale applicable à la publicité : d'une part, des restrictions nouvelles ont été introduites (densité maximale le long des voies, réduction des surfaces unitaires, limitation de la hauteur sur façade au niveau de l'éégout du toit, extinction nocturne) ; mais d'autre part, des possibilités nouvelles ont été admises (micro-affichage sur vitrines commerciales, bâches publicitaires, dispositifs de dimensions exceptionnelles, hauteur sur façades ou clôtures en agglomération de moins de 10 000 habitants).



Dispositifs scellés au sol: non lumineux, éclairé par projection et éclairé par transparence



Dispositifs muraux non lumineux ou éclairés par projection ou par transparence



Dispositifs scellé au sol et mural numériques (autres qu'éclairés par projection ou transparence)

La loi définit les préenseignes comme « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (art. L. 581-3 c.env.).



Les publicités sont en général destinées aux grandes campagnes nationales d'affichage, tandis que les préenseignes servent à signaler la proximité d'activités locales (mais pas nécessairement du territoire) et donc répondent directement à un besoin de communication des acteurs économiques locaux.

Publicités et préenseignes se situent majoritairement sur propriétés privées (ex : sur le mur d'une habitation), plus rarement sur domaine public (convention d'affichage alors conclue entre la collectivité gestionnaire de la voie et un opérateur, pour l'installation de dispositifs purement publicitaires).

Sur domaine public, le code de l'environnement admet également la publicité et les préenseignes sur mobilier urbain. A titre accessoire à leur fonction principale de service public, cinq catégories de mobiliers urbains peuvent recevoir de la publicité. Il s'agit des mobiliers suivants : abris destinés au public, kiosques à journaux ou plus généralement à usage commercial, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches, mobiliers d'information générale ou locale.



1. Kiosque à usage commercial (photo hors territoire)



2. Abri voyageurs



3. Colonne porte-affiche



4. Mâts porte-affiches (photo hors territoire)



5. Mobilier d'information publicitaire de 2 m² et 8m²



a. Interdictions de publicité

HORS AGGLOMÉRATION

Comme précisé ci-avant, l' « **agglomération** » - au sens du code de la route (art. R. 110-2) : « espaces sur lesquels sont groupés des immeuble bâtis rapprochés » - est une notion fondamentale du droit environnemental de l'affichage extérieur :

- d'une part, la publicité est interdite de façon générale en-dehors des agglomérations (sauf à l'intérieur de l'emprise des aéroports, des gares ferroviaires et routières et des équipements sportifs de plus de 15 000 places, sauf à proximité immédiate des établissements des centres commerciaux exclusifs de toute habitation si le RLP y autorise la publicité, et sauf cas des « préenseignes dérogatoires »),
- d'autre part, c'est la population des différentes « agglomérations » (une commune peut être constituée d'agglomérations distinctes) qui détermine les possibilités plus ou moins étendues d'installation des publicités à l'intérieur de ces agglomérations.

Dès lors que la publicité est interdite de façon générale en-dehors des espaces agglomérés, la délimitation précise de ces espaces est déterminante pour l'application du droit de l'affichage, que ce soit pour l'application de la réglementation nationale ou pour la juste délimitation des zones de publicité réglementée.

Exception à l'interdiction de publicité hors agglomération : certains types de préenseignes sont admis par la réglementation nationale hors agglomération. Il s'agit des préenseignes dites « dérogatoires », au profit d'activités culturelles, d'activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, de monuments historiques ouverts à la visite ou de préenseignes « temporaires », qui peuvent être installées (art. L. 581-19 c.env.) selon des conditions spécifiques :

- nombre limité à deux par activité, porté à quatre par monument historique ouvert à la visite (art. R. 581-67 c.env.) ;
- installation à moins de 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu d'exercice de l'activité signalée, distance portée à 10 km pour les monuments historiques (art. R. 581-66 c.env.) ;
- installation scellée au sol ou installée directement sur le sol (art. R. 581-66 c.env.) ;
- panneau rectangulaire (art. 4, arrêté du 23 mars 2015) limité à 1 m de haut et 1,50 m de large (art. R. 581-66 c.env.) ;
- hauteur au-dessus du sol limitée à 2,20 mètres, avec possibilités de superposer deux préenseignes alignées sur un même mât mono-pied d'une largeur limitée à 15 cm (art. 3, arrêté du 23 mars 2015).

La réglementation nationale applicable aux **préenseignes dérogatoires** a été sensiblement « durcie » par le décret du 30 janvier 2012 et par l'arrêté interministériel du 23 mars 2015 (a notamment été supprimée toute possibilité d'installation de préenseignes dérogatoires au profit des « *activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement* » -restaurants, hôtels, stations-services, garages...-).

EN AGGLOMÉRATION

De manière absolue, la publicité est interdite -sans dérogation possible par le RLPm- dans les lieux visés à l'article L. 581-4 du code de l'environnement. En agglomération, sur le territoire de Nantes Métropole, toute publicité est ainsi interdite :

- sur les monuments historiques ;
- dans les sites classés ;
- dans les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur les immeubles identifiés par arrêté du maire comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

Toute publicité est également interdite sur les plantations, poteaux de transport et de distribution électrique, de télécommunication, installations d'éclairage public, équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne, sur les murs de bâtiments, sauf s'ils sont aveugles ou comportent des ouvertures de surface unitaire inférieure à 0,50m², sur les clôtures non aveugles, les murs de cimetières ou de jardins publics, sauf sur les bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est engagée ou a été autorisée (*art. R. 581-22 du code de l'environnement*).

De manière relative, à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite -avec la possibilité pour un RLP d'admettre des dérogations à ces interdictions- dans les lieux visés à l'article L. 581-8 du code de l'environnement, soit pour Nantes Métropole :

- dans les abords des 151 monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine : périmètre délimité des abords ou, à défaut, rayon de 500m et en covisibilité du monument historique ;
- dans le périmètre du site patrimonial remarquable de Nantes ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 c.env. ;
- dans les zones Natura 2000 .

L'article 100 (5°, a) de la loi n° 2016-925 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016 (loi LCAP) a modifié le champ d'application de l'interdiction légale de publicité qui s'appliquait depuis la loi du 29 décembre 1979 aux abords des monuments historiques, pour remplacer l'interdiction "à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité" de ces monuments, par une interdiction "aux abords" de ces monuments, tels que par l'article L. 621-30 du code du patrimoine, à savoir un "périmètre délimité" autour de ces monuments ou, en l'attente d'un tel périmètre, "à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité" de ces monuments.

Un règlement local de publicité peut lever l'interdiction de publicité dans les abords de monuments historiques, pour leurs parties situées en agglomération, dans des conditions qu'il lui appartient de déterminer, sans qu'elles permettent des conditions d'installation moins strictes que les règles applicables en l'absence d'interdiction légale (art. L. 581-8, I, 1° du code de l'environnement)

INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITE (le RLPm ne peut pas y déroger)	INTERDICTION RELATIVE DE PUBLICITE (le RLPm peut y déroger)
<ul style="list-style-type: none"> - Sur les monuments historiques - Dans les sites classés - Dans les réserves naturelles - Sur les arbres 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ▪ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ▪ Dans les sites inscrits ▪ Dans les zones Natura 2000 ▪ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du code de l'environnement

b. Règles nationales applicables à l'ensemble des secteurs agglomérés de la Métropole

Des conditions d'installation des dispositifs publicitaires s'appliquent indépendamment du seuil de la population agglomérée (agglomération de plus ou moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine de Nantes) :

- obligation de disposer d'une **autorisation écrite** du propriétaire (art. L. 581-24) ;
- obligation de mentionner **nom et adresse, dénomination ou raison sociale** de celui qui a apposé ou fait apposer la publicité (art. L. 581-5) ;
- maintien en bon état d'**entretien** et de fonctionnement (art. R. 581-24) ;
- limitation de la **densité** des dispositifs publicitaires en fonction du linéaire de façade sur rue (art. R. 581-25) :
 - par tranche de 80 mètres linéaires, un dispositif mural (éventuellement deux dispositifs « alignés » pour la 1^{ère} tranche de 80 mètres) ou un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol ;
 - un dispositif supplémentaire est admis pour la 1^{ère} tranche de 40 à 80 mètres ;
- **extinction des publicités lumineuses** entre 1 et 6 heures du matin (art. R. 581-35).

Par ailleurs, certains types de publicité sont admis dans toutes les communes membres de Nantes Métropole :

- **affichage « libre »** (art.L. 581-13) : le maire détermine par arrêté un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. La surface minimale que chaque commune doit réserver à ce type d'affichage est fonction du nombre d'habitants (art. R. 581-2) :
 - 4m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
 - 4m² plus 2m² par 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;

- 12m² plus 5m² pour 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.
- conditions d'équipement ou d'utilisation de **véhicules terrestres** à des fins essentiellement publicitaires (art. R. 581-48) :
 - interdiction de stationnement ou de séjour en des lieux où les publicités sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique,
 - interdiction de circulation en convoi de deux ou plusieurs véhicules ou à vitesse anormalement réduite,
 - interdiction de circulation aux abords des monuments historiques,
 - interdiction de publicité lumineuse,
 - surface totale limitée à 12 m²
- possibilité d'installation de **publicités de dimensions réduites sur les vitrines commerciales, dites aussi « micro-affichage »** (art. R. 581-57) :
 - surface unitaire limitée à 1 m²,
 - surface totale limitée au 1/10ème de la surface de la devanture commerciale dans la limite de 2 m²

c. Règles nationales applicables aux agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes

Selon le classement 2020 de l'INSEE, 20 communes de Nantes Métropole appartiennent à l'unité urbaine de Nantes, laquelle comprend plus de 100 000 habitants. Les règles nationales qui leur sont applicables, en l'absence de RLP, sont les plus « favorables » à l'installation de publicité.

En particulier, la publicité scellée au sol ainsi que la publicité numérique (« lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence ») sont admises, respectivement de surfaces maximales de 12m² et 8m². Il s'agit de la surface « support compris » et non pas de la seule surface d'« affichage » (CE, 20 oct. 2016, commune de Dijon, n° 395494).



La publicité scellée au sol et la publicité numérique sont des formes de publicités admises par la réglementation nationale dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes.

Règles nationales applicables à la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence dans les agglomérations, de plus ou moins de 10 000 habitants, appartenant à l'unité urbaine de Nantes :

Hauteur minimale au-dessus du sol	0,50m (art.R.581-27)
Extinction nocturne	Entre 1h et 6h, sauf (art.R.581-35): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur l'emprise des aéroports ▪ Eclairée par projection ou transparence sur mobilier urbain ▪ Evènements exceptionnels (dérogation par arrêté municipal ou préfectoral)
Installation sur mur, clôture, bâtiment	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu ▪ Interdiction de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27) ▪ Installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25m par rapport au mur ▪ Suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit ▪ Surface unitaire maximale 12m² ▪ Hauteur maximale au-dessus du sol : 7,50m (art.R.581-26)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30) ▪ Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31) ▪ Surface unitaire maximale 12m² ▪ Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m ▪ Installation à plus de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33)



Exemples de dispositifs dont la seule affiche fait 12m² (non conformes à la réglementation nationale, la surface maximale s'appréciant support compris)

Règles nationales applicables à la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (dont numérique) dans les agglomérations, de plus ou moins de 10 000 habitants, appartenant à l'unité urbaine de Nantes :

Hauteur minimale au-dessus du sol	0,50m (art.R.581-27)
Extinction nocturne	Entre 1h et 6h, sauf (art.R.581-35): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur l'emprise des aéroports ▪ Numérique sur mobilier urbain, si les images sont fixes ▪ Evènements exceptionnels (dérogation par arrêté municipal ou préfectoral)
Installation sur mur, clôture, bâtiment	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction de dépasser les limites du mur, d'être apposée sur garde-corps d'un balcon ou balconnet, d'être apposée sur une clôture (art.R.581-36) ▪ Installation sur le mur support ou sur plan parallèle (art.R.581-37) ▪ Surface unitaire maximale 8m² ▪ Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-34)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30 et R.581-40) ▪ Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-40) ▪ Surface unitaire maximale 8m² ▪ Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-41) ▪ Installation à plus de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33 et R.581-40)
Publicité lumineuse sur toiture	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hauteur inférieure à 1/6ème de la hauteur de la façade, limitée à 2m, pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 20m (1/10ème, dans la limite de 6m, dans les autres cas) – art.R.581-38 ▪ En lettres et signes découpés sans panneau de fond autre que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base et dont la hauteur est limitée à 0,50m - art.R.581-38
Numérique	Système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (art.R.581-41)



Règles nationales applicables à la publicité supportée par du mobilier urbain, dans les agglomérations, de plus ou moins de 10 000 habitants, appartenant à l'unité urbaine de Nantes :

Mobilier urbain scellé au sol ou directement installé sur le sol	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R 581-30 et R.581-42) ▪ Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-42)
Abri destiné au public (art.R.581-43)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction de publicité sur le toit ▪ Surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ Surface totale des publicités limitée à 2m², plus 2m², par tranche entière de 4,50m² de surface abritée au sol
Kiosque à journaux ou à usage commercial (art.R.581-44)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction de publicité sur le toit ▪ Surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ Surface totale des publicités limitée à 6m²
Colonne porte-affiches (art.R.581-45)	Réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mât porte-affiches (art.R.581-46)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ▪ Au plus, deux panneaux de 2m² dos à dos
Mobilier d'information à caractère général ou local ou supportant des œuvres artistiques (art.R.581-47)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface de publicité commerciale < surface totale informations non publicitaires ▪ Interdiction de visibilité des affiches depuis une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, voie express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ▪ Surface unitaire limitée à 12m² ▪ Hauteur limitée à 6m au-dessus du sol ▪ Implantation à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin
Publicité lumineuse (quel que soit le mobilier urbain)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface unitaire limitée à 8m² ▪ Hauteur limitée à 6m au-dessus du sol ▪ Extinction entre 1h et 6h sauf publicité éclairée par projection ou transparence ou publicité numérique à images fixes ou événements exceptionnels ▪ Implantation de la publicité numérique à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin si publicité visible de la baie et parallèle à elle ▪ Système de gradation permettant d'adapter l'éclairage des publicités numériques à la luminosité ambiante

Certains dispositifs publicitaires sont uniquement admis dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants :

- les bâches publicitaires, de chantier ou permanentes ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires ;
- La publicité numérique supportée, à titre accessoire, par du mobilier urbain.



Possibilité de publicité numérique sur mobilier urbain uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (exemples à Nantes: abri voyageur et mobilier d'information)

Bâches publicitaires, de chantier ou permanentes (art. R. 581-53 à art.R.581-55) :

<p>Conditions générales applicables aux bâches de chantier et aux bâches permanentes</p>	<p>Interdiction :</p> <ul style="list-style-type: none"> - à moins de 40m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière - sur toiture ou terrasse en tenant lieu - de dépasser les limites du mur support - de dépasser les limites de l'égout du toit - de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0,50m (art. R. 581-53) ▪ Extinction entre 1h et 6h ▪ Publicité numérique limitée à 8m² et 6m au-dessus du sol
<p>Publicité sur bâches de chantier (art. R. 581-54)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saillie limitée à 0,50m par rapport à l'échafaudage ▪ Durée d'affichage limitée à l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux ▪ Surface publicité < 50% de la surface de la bâche (sauf travaux BBC) ▪ L'autorisation peut imposer la reproduction sur les parties de bâches non exploitées par la publicité de l'image des bâtiments occultés
<p>Publicité sur bâches permanentes (art. R. 581-55)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Installation sur seuls murs aveugles ou comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50m² ▪ Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie ▪ Installation sur le mur ou sur un plan parallèle au mur ▪ Saillie limitée à 0,50m par rapport au mur ▪ Distance minimale de 100m entre deux bâches

Dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire (art.R.581-56) :

Interdictions	<ul style="list-style-type: none">▪ A moins de 40m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière▪ De visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération▪ Si dispositif scellé au sol, interdiction :<ul style="list-style-type: none">- En EBC et zones N du PLU- A moins de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin- A moins de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative
Conditions d'installation	<ul style="list-style-type: none">▪ Publicités lumineuses situées sur un plan parallèle au mur support▪ Hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0,50m▪ surface unitaire limitée à 50 m² si le dispositif supporte de la publicité numérique (pas de limitation de surface dans les autres cas)
Durée d'installation	<ul style="list-style-type: none">▪ Au maximum 1 mois avant le début de la manifestation annoncée jusqu'à 15 jours après la fin de la manifestation
Conditions d'utilisation	<ul style="list-style-type: none">▪ Extinction entre 1h et 6h▪ Système de gradation de l'éclairage pour publicités numériques

d. Règles nationales applicables aux agglomérations n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes

Les communes de Le Pellerin, Brains, Mauves-sur-Loire et Saint-Léger-les-Vignes comptent chacune moins de 10 000 habitants et n'appartiennent pas, selon l'INSEE, à l'unité urbaine de Nantes.

La réglementation nationale qui leur est applicable diffère radicalement de celle applicable aux 20 communes appartenant à l'unité urbaine de Nantes : elle contraint fortement l'installation des publicités et préenseignes .

Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les 4 communes hors unité urbaine de Nantes. Sont principalement admis les dispositifs sur mur ou clôture aveugle ou comportant de faibles ouvertures, sans possibilité de publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (ex : numérique).

Par ailleurs, la publicité sur mobilier d'information est limitée à 2m² (et non 12m²), ce qui correspond au format « planimètre » ou « sucette » ; la publicité numérique sur tout type de mobilier urbain étant interdite.

Règles nationales applicables à la publicité et aux préenseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Nantes :

Hauteur minimale au-dessus du sol	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 0,50m (art.R.581-27)
Installation sur mur, clôture, bâtiment	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu, de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27) ▪ Installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25m par rapport au mur ▪ Suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit ▪ Surface unitaire maximale 4m² ▪ Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-26)
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdit (art.R.581-31)
Publicité lumineuse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdite (art.R.581-33)

Règles nationales applicables à la publicité supportée par du mobilier urbain, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Nantes :

Mobilier urbain scellé au sol ou directement installé sur le sol	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R 581-30 et R.581-42) ▪ Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-42)
Abri destiné au public (art.R.581-43)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction de publicité sur le toit ▪ Surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ Surface totale des publicités limitée à 2m², plus 2m², par tranche entière de 4,50m² de surface abritée au sol
Kiosque à journaux ou à usage commercial (art.R.581-44)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction de publicité sur le toit ▪ Surface unitaire des publicités limitée à 2m² ▪ Surface totale des publicités limitée à 6m²
Colonne porte-affiches (art.R.581-45)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mât porte-affiches (art.R.581-46)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ▪ Au plus, deux panneaux de 2m² dos à dos

Mobilier d'information à caractère général ou local ou supportant des œuvres artistiques (art.R.581-47)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface de publicité commerciale < surface totale informations non publicitaires ▪ Interdiction de visibilité des affiches depuis une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, voie express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ▪ Surface unitaire limitée à 2m² ▪ Hauteur limitée à 3m au-dessus du sol ▪ Implantation à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin ▪
Publicité numérique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdite



Principales formes de publicités admises par la réglementation nationale dans les agglomérations n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes : publicité murale de 4m² support compris et publicité de 2m² sur mobilier urbain d'information

SYNTHESE DES PRINCIPALES DISPOSITIONS NATIONALES APPLICABLES AU TERRITOIRE :

	PUBLICITE SCLEE AU SOL	PUBLICITE MURALE	PUBLICITE NUMERIQUE	BACHES, DISPOSITIFS DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES
20 COMMUNES EN UNITE URBAINE DE NANTES	Surface 12m ² Hauteur 6m	Surface 12m ² Hauteur 7,50m	Surface 4m ² Hauteur 6m	Admis sur autorisation du Maire (au cas par cas)
4 COMMUNES HORS UNITE URBAINE DE NANTES	Interdite	Surface 4m ² Hauteur 6m	interdite	Interdite

B. REGLEMENTATION NATIONALE APPLICABLE AUX ENSEIGNES

La loi définit les enseignes comme « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (art. L. 581-3, b).

La réglementation nationale applicable aux **enseignes** a été sensiblement « durcie » par le décret du 30 janvier 2012, entré en vigueur le 1^{er} juillet 2012. Ces nouvelles restrictions sont pleinement opposables depuis le 1^{er} juillet 2018 pour les enseignes qui étaient régulièrement installées le 30 juin 2012.



Enseignes parallèles au mur



Enseigne en toiture



Enseigne scellée au sol



Enseignes parallèles et perpendiculaires au mur

Contrairement à la publicité et aux préenseignes, les règles nationales en matière d'enseignes ne diffèrent pas selon que l'enseigne se situe dans une agglomération appartenant ou non à l'unité urbaine de Nantes.

En revanche, une distinction est opérée entre les agglomérations de plus ou moins de 10 000 habitants concernant les enseignes scellées au sol.

Toute enseigne est soumise à une obligation de maintien en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement et doit être constituée de matériaux durables (art. R. 581-58 du code de l'environnement). L'enseigne doit être supprimée et les lieux remis en état dans les trois mois suivant la suppression de l'activité signalée, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 et 6 heures lorsque l'activité a cessé, sauf cessation de l'activité après minuit ou reprise avant 7 heures, et sauf événements exceptionnels. Les enseignes clignotantes sont interdites, sauf celles des pharmacies et services d'urgence (art. R. 581-59 du code de l'environnement).

TYPE DE DISPOSITIF	REGLEMENTATION NATIONALE DES ENSEIGNES PERMANENTES
Enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur (art. R. 581-60)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saillie limitée à 0,25m ▪ Interdiction de dépasser les limites du mur ou les limites de l'égout du toit ▪ Hauteur maximale : 1m sur auvent ou marquise ▪ Hauteur limitée au garde-corps devant balcon ou baie ▪ Surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade : 15% de la surface de la façade commerciale, ou 25% si la surface façade <50m²
Enseignes apposées perpendiculairement à un mur (art. R. 581-61)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdiction devant une fenêtre ou balcon ▪ Interdiction de dépasser la limite supérieure du mur ▪ Saillie limitée au 1/10^{ème} de la largeur entre les deux alignements de la voie publique, sauf règlement de voirie plus restrictif, dans la limite de 2m ▪ Surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade = 15% de la surface de la façade commerciale, ou 25% si la surface façade <50m²
Enseignes sur toiture (art. R. 581-62)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si activité exercée dans la moitié au plus du bâtiment : application des règles relatives à la publicité lumineuse sur toiture ▪ En lettres et signes découpés, sans panneau de fond ▪ Hauteur maximale de 3m pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 15m ▪ Hauteur maximale de 1/5^{ème} de la hauteur de la façade et limitée à 6m dans les autres cas ▪ Surface totale des enseignes en toiture pour un même établissement : 60m²
Enseignes de plus d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol (art. R. 581-64 et -65)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Installation à plus de 10m des baies des immeubles voisins et >H/2 des limites séparatives ▪ 1 seule enseigne par voie bordant l'activité

TYPE DE DISPOSITIF	REGLEMENTATION NATIONALE DES ENSEIGNES PERMANENTES
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surface maximale 6m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, et 12m² dans les autres agglomérations ▪ Hauteur maximale de 6,50m (si largeur inférieure ou égale à 1m) et 8m dans les autres cas
Enseignes de moins d'1m² scellées au sol ou installées directement sur le sol	Pas de règle nationale spécifique
Enseignes lumineuses	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eteintes entre 1h et 6h ▪ Interdiction du clignotement, sauf pharmacie et service d'urgence

Sur le territoire métropolitain, la réglementation nationale applicable aux **enseignes temporaires** (signalisation de manifestations culturelles ou touristiques exceptionnelles ou d'opérations exceptionnelles de moins de trois mois ; signalisation de travaux publics, d'opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou vente, ainsi que de location ou vente de fonds de commerce) se caractérise par les éléments suivants :

- Installation trois semaines au plus avant le début de la manifestation ou de l'opération signalée et retrait dans la semaine suivant la fin de la manifestation ou de l'opération (art. R. 581-69) ;
- Maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement (art. R. 581-58) ;
- Extinction des enseignes temporaires lumineuses entre 1 et 6 heures du matin, sauf fin ou début d'activité entre minuit et 7 heures du matin (extinction une heure après la cessation et allumage d'une heure avant la reprise) (art. R. 581-59) ;
- Conditions d'installation des enseignes temporaires sur des murs (clôtures ou façades) :
 - installation sur le mur ou sur un plan parallèle au mur avec une saillie limitée à 25 cm sans dépasser les limites de l'égout du toit (art. R. 581-60),
 - installation perpendiculaire au mur sans en dépasser la limite et sans constituer de saillie supérieure au 1/10 de la distance entre les deux alignements de la voie publique (sauf règlement de voirie plus restrictif) limitée à 2 m (art. R. 581-61),
 - surface cumulée sur toiture d'un même établissement limitée à 60m² (sauf certains établissements culturels) (art. R. 581-62) ;
- Conditions d'installation des enseignes temporaires de plus d'1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol :
 - installation à plus de 10 mètres en avant d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin et à une distance supérieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (sauf deux enseignes accolées dos à dos, de mêmes dimensions, pour des activités exercées sur deux fonds voisins) (art. R. 581-64),
 - limitation à une enseigne le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité (art. R. 581-64),
 - lorsqu'il s'agit d'enseignes temporaires au profit de travaux publics, d'opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location ou vente, ainsi que de location ou vente de fonds de commerce, surface unitaire limitée à 12 m² (art. R. 581-70).



Enseigne temporaire relative à une opération immobilière

C. REGIME DES AUTORISATIONS ET DECLARATIONS PREALABLES

Pour les 13 communes de Nantes Métropole dotées d'un règlement local de publicité, les pouvoirs de police administrative de l'affichage relèvent de la compétence décentralisée des Maires de chaque commune (art. L. 581-14-2 du code de l'environnement), alors que ces pouvoirs sont exercés par le Préfet pour les 11 autres communes, non couvertes par un RLP.

Dès l'entrée en vigueur du RLPm, chacun des 24 Maires exercera les pouvoirs de police de l'affichage : instruction des autorisations préalables à la pose d'enseignes et de certaines formes de publicité, verbalisation des dispositifs en infraction. Il s'agira donc de missions nouvelles pour 11 communes.

○ PUBLICITE

Déclaration préalable : Les publicités non lumineuses et celles éclairées par projection ou transparence sont soumises à une simple déclaration préalable à effectuer en mairie (art. L. 581-6 du code de l'environnement) dès lors qu'il existe un RLP.

Aucune réponse n'est à fournir par la Mairie (ni « autorisation », ni refus): il s'agit d'un régime purement déclaratif.

Autorisation préalable :

- Les publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence sont, par principe, soumises à une autorisation délivrée pour une période maximale de huit ans (art. L. 581-9 du code de l'environnement).

- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants où ils sont admis, les emplacements de bâches publicitaires -de chantier ou permanentes- et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont soumis à autorisation du Maire (art. L. 581-9 du code de l'environnement).

○ **ENSEIGNES**

Toute installation ou modification d'enseigne est soumise à une **autorisation préalable** du Maire (art. L. 581-18 du code de l'environnement) dès lors qu'il existe un RLP.

L'installation d'une enseigne temporaire est soumise à autorisation uniquement lorsqu'elle est scellée au sol dans les lieux visés à l'article L 581-8 du code de l'environnement ou apposée sur un immeuble ou dans un lieu visé à l'article L. 581-4 du code de l'environnement (art. R. 581-17 du code de l'environnement).

À noter : le RLPm n'a pas le pouvoir de soumettre à autorisation d'autres dispositifs que ceux définis par le code de l'environnement (enseignes, publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence, bâches publicitaires et publicités de dimensions exceptionnelles), ni d'instituer des procédures non prévues par les textes ou de modifier ou compléter ces procédures .

IV. ETAT DU PARC EXISTANT DES PUBLICITES, ENSEIGNES ET PREENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE METROPOLITAIN

Sur le fondement des informations collectées auprès des communes et de la Métropole (déclarations TLPE, contrats de mobiliers urbains...), le relevé de terrain effectué en février 2020 a tendu à être le plus exhaustif possible en matière de publicités et de pré-enseignes installées sur domaine privé : chaque commune a été parcourue.

Toutefois, il est possible que certains dispositifs n'aient pas été relevés ou aient été installés après le travail de terrain. Les chiffres ci-après exposés peuvent donc comporter des « manques », estimés à environ 10%.

En matière d'enseignes, le relevé n'a pas été exhaustif mais typologique : identification des différents types d'enseignes présentes sur le territoire métropolitain, étude de leur conformité aux règles nationales.

A. LE PARC DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES

a. Sur domaine privé

NOMBRE DES DISPOSITIFS : Près de 1 000 dispositifs publicitaires, de surface d'affiche comprise entre 1m² et 12m², ont été relevés sur le territoire de Nantes Métropole.

NANTES	257
VERTOU	99
REZE	81
ORVAULT	78
SAINT HERBLAIN	69
SAINT SEBASTIEN SUR LOIRE	46
SAINTE LUCE SUR LOIRE	45
COUERON	33
BASSE GOULAIN	30
BOUGUENAI	28
CARQUEFOU	26
LES SORINIERES	18
LA MONTAGNE	15
THOUARE SUR LOIRE	11

BOUAYE	10
LA CHAPELLE SUR ERDRE	9
SAUTRON	8
LE PELLERIN	8
INDRE	4
SAINT AIGNAN GRANDLIEU	6
SAINT JEAN DE BOISEAU	3
BRAINS	2
SAINT LEGER LES VIGNES	2
MAUVES SUR LOIRE	1

Chiffres des emplacements de dispositifs (plusieurs dispositifs pouvant être installés sur un même emplacement)

Les 5 communes dans lesquelles la présence publicitaire est la plus notable (plus de 65% du parc total) sont également des communes actuellement dotées d'un RLP : Nantes (1996), Vertou (1999), Rezé (2007), Orvault (1994) et Saint-Herblain (2001).

TYPOLOGIE DES DISPOSITIFS : plus de 20 sociétés d'affichage ont été recensées, à la fois groupes nationaux et locaux, chacune développant son propre matériel : les caractéristiques esthétiques des dispositifs varient donc fortement (matériaux, couleur du cadre, pied...).

La très grande majorité des dispositifs publicitaires relevés sont des **dispositifs scellés au sol**, simple ou double face : plus de 80% des dispositifs au total. A contrario, les dispositifs sur murs ou sur clôtures sont minoritaires.

Concernant les **surfaces** d'affiches ou d'écran des dispositifs publicitaires : la très grande majorité des dispositifs sont des dispositifs de grand format (de plus de 7m²).

Ainsi, la majorité des dispositifs ont une affiche de 8m² (40% des dispositifs publicitaires) et encore plus de 30% ont une affiche de 12m² : ces-derniers sont non conformes à la réglementation nationale qui fixe la surface maximale, cadre compris et non de la seule affiche, à 12m² (CE 20 octobre 2016 « Commune de Dijon »).

Les dispositifs avec affiche/écran de 6m² ou 5,5m² sont minoritaires (3%) : ils correspondent surtout à la publicité numérique.

Les dispositifs avec affiche de 4m² représentent 11% du parc de publicités sur domaine privé et domaine ferroviaire : ils correspondent majoritairement à des dispositifs muraux.

12% des dispositifs ont une affiche de 2m² ou moins : ils correspondent à des petits dispositifs muraux ou à des préenseignes en ou hors agglomération.

Concernant le caractère lumineux des dispositifs publicitaires : plus de 60% des dispositifs publicitaires relevés sont non lumineux (simple affiche papier). 35% du parc correspond à des dispositifs éclairés par projection (spots éclairant le dispositif) ou transparence (tubes néon à l'intérieur du dispositif) qui, réglementairement, sont soumis au même corpus juridique que les dispositifs non lumineux.

Les dispositifs numériques ne représentent que 3% du parc des publicités et préenseignes sur domaine privé et domaine ferroviaire.

Concernant les besoins des acteurs économiques locaux, plus de 70% des dispositifs publicitaires sont exploités en « préenseignes longue conservation » pour signaler, de manière permanente, la proximité d'activités locales. A contrario, 30% sont consacrés à des campagnes publicitaires nationales.

LIEUX DE CONCENTRATION DE LA PUBLICITE

Les axes routiers les plus empruntés : Les axes routiers les plus empruntés sont les grandes pénétrantes du territoire métropolitain, les « portes d'entrée de la Métropole ». Sur le territoire de Nantes Métropole on compte :

4 grands axes routiers majeurs du point de vue de la présence publicitaire :

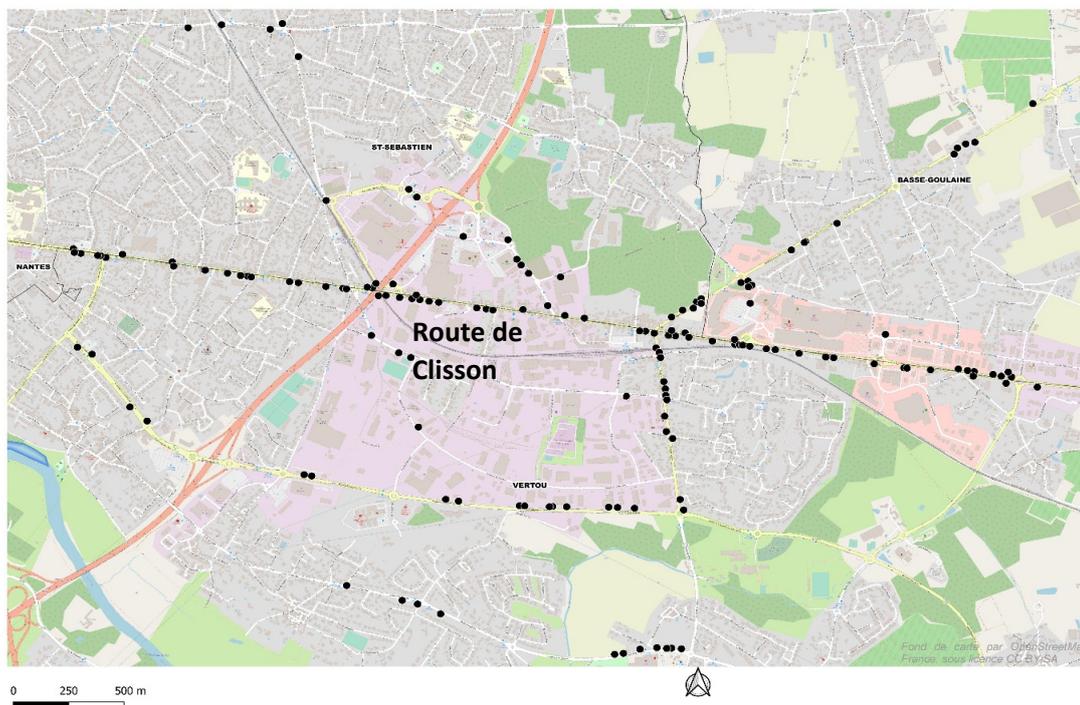
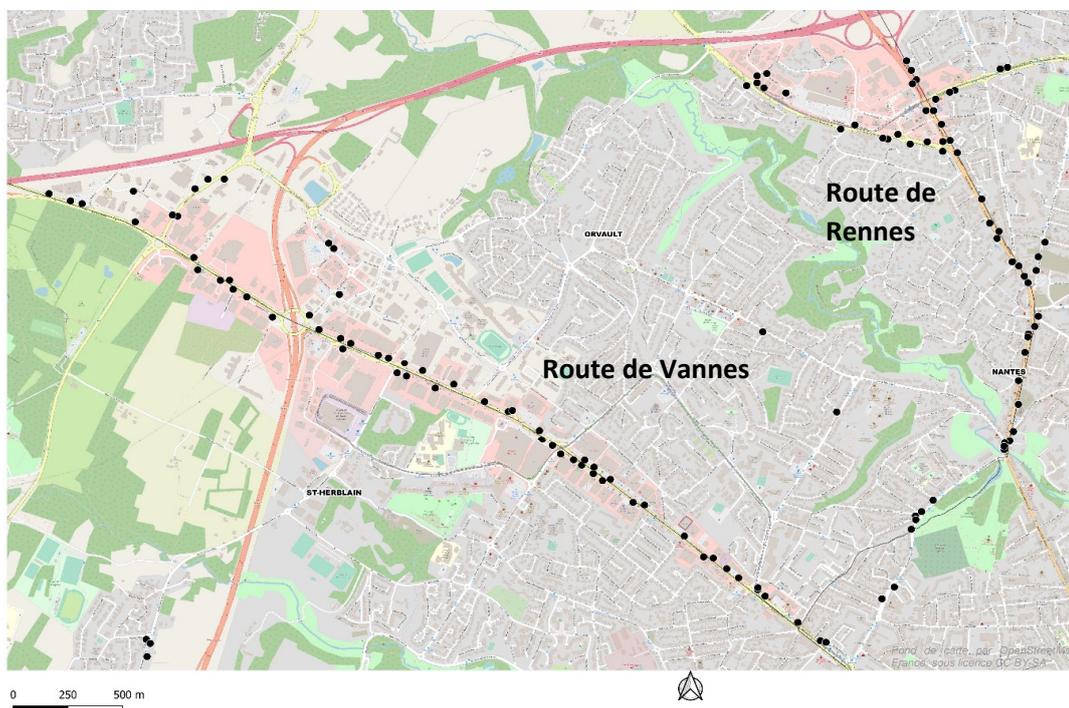
- La route de Clisson, environ 80 dispositifs publicitaires relevés ;
- La route de Vannes, environ 50 dispositifs ;
- La route de Paris, environ 50 dispositifs ;
- La route de Rennes, environ 30 dispositifs.

Et dans une moindre mesure, les axes secondaires comme les grands boulevards de la Métropole :

- La route des Sorinières ;
- La route de Vertou ;
- La route de Sainte-Luce ;
- La route de Pornic ;
- Le boulevard du Tertre ;
- Le boulevard de la Liberté et de l'Égalité ;
- Le boulevard Maréchal Alphonse Juin ;
- Le boulevard Marcel Paul ;
- Le boulevard Albert Einstein ;
- Le boulevard Jules Verne ;
- Le boulevard des Poilus.

Quelques dispositifs sont relevés sur les voies en bord de Loire : Quai Emile Cormerais, Ile de Nantes, Boulevard des Pas Enchantés.

Le long de ces axes routiers les plus empruntés, les dispositifs publicitaires sont majoritairement des scellés au sol, avec une affiche de 12 ou 8m², ce qui leur permet d'être particulièrement visibles.



Les abords des infrastructures de transport ferroviaire :



Aux abords des ouvrages d'art, en bordure de voie ferrée, les espaces « résiduels » sont souvent occupés par des dispositifs publicitaires.

Les talus routier ou autoroutiers créent des espaces libres, sans usage et dégagés, où sont souvent implantés des dispositifs publicitaires scellés au sol dont la présence aggrave « l'ingratitude » des lieux.

LA PUBLICITE DANS LES LIEUX « PROTEGES »

- **Lieux d'interdiction absolue : sur les monuments historiques, dans les sites classés et Réserve Naturelle** : aucun dispositif n'a été relevé dans ces lieux.
- **Lieux d'interdiction relative : abords de monument historique (champ de visibilité jusque 500m)** : Quelques dispositifs publicitaires se situent dans les rayons de 500m des monuments historiques et en covisibilité avec ceux-ci.

C'est le cas à Rezé des dispositifs situés boulevard de Gaulle et rue Octave Rousseau, en covisibilité avec la Maison Radieuse.

A Nantes, un dispositif scellé au sol côté Gare Sud est en covisibilité avec le Château des Ducs de Bretagne. Un dispositif mural rue du Frère Louis est en vis-à-vis de l'église St Jacques de Pirmil et un autre dispositif, scellé au sol, route de Vannes est en covisibilité de l'Eglise Sainte-Thérèse.



Dispositif en covisibilité avec le monument du château des Ducs de Bretagne, Q. Malakoff, Nantes



Dispositif en covisibilité avec le monument de l'église Ste Thérèse, Route de Vannes, Nantes



Dispositifs en covisibilité avec le monument l'église St Jacques de Pirmil, rue Frère Louis, Nantes et avec le monument de la Maison Radieuse, rue Odronneau, Rezé



En covisibilité avec le monument de la Maison Radieuse, rue Octave Rousseau, Rezé

S'ajoutent à ces dispositifs publicitaires sur domaine privé, dans le champ de visibilité jusque 500m d'un monument historique, des publicités supportées par du mobilier urbain (abris voyageurs et mobiliers d'information).

- **Lieux d'interdiction relative** : Un dispositif mural est relevé dans le **SPR de Nantes**, rue Charles Brunellière, à côté de la pharmacie (photo ci-dessous). S'y ajoute du mobilier urbain « publicitaire » (abris voyageurs et mobiliers d'information).



- **Lieux d'interdiction relative : sites inscrits**. 3 dispositifs publicitaires ont été relevés dans le site inscrit de la Vallée de l'Erdre à Nantes, route de Saint Joseph, rue Emile Borel et boulevard Nicéphore Niépce.

IRREGULARITES : Outre les cas des dispositifs avec affiche de 12m² (dépassant donc la surface maximale admise par la réglementation nationale de 12m² cadre compris) et la présence de publicité en lieux d'interdiction, environ 10% des dispositifs recensés sur domaine privé sont non conformes à la réglementation nationale « Grenelle II ».

Les principales infractions sont relatives :

- à l'installation de dispositifs scellés au sol, ne respectant pas la distance minimale (« H/2 ») avec la limite séparative (article R.581-33),
- à des dispositifs muraux dépassant les limites du mur ou les limites de l'égout du toit (article R.581-27),
- à des dispositifs installés sur des murs ou clôtures présentant des ouvertures de plus de 0,50m² (article R.581-26),
- à des dispositifs installés à moins de 0,50m au-dessus du sol,
- à l'installation hors agglomération.



Défaut d'entretien



Dépasse les limites de l'égout du toit



Installation sur mur comportant des ouvertures de plus de 0,50m²



Avec cadre, surface supérieure à 12m²

b. Sur domaine public

D'après les informations collectées et le relevé de terrain, aucune convention d'affichage (pour l'installation de dispositifs entièrement publicitaires) n'existe sur le territoire de Nantes Métropole : hormis la publicité apposée sur mobilier urbain et le cas des chevalets ou autres dispositifs directement installés sur trottoirs, aucune autre forme de publicité ne se trouve sur domaine public.

Existe en revanche de la publicité supportée, à titre accessoire, par du mobilier urbain :

- sur des abris voyageurs (abris tram et abris bus);
- sur du mobilier d'information, avec publicité de 2m² ou de 8m² ;
- sur des kiosques ;
- sur des colonnes porte-affiches.

Ainsi, quatre des cinq catégories de mobilier urbain, « admises » par le code de l'environnement à supporter de la publicité, sont présentes sur le territoire métropolitain (toutes sauf les mâts porte-

affiches), y compris dans des abords de monuments historiques et en site patrimonial remarquable de Nantes.

A noter que certains mobiliers urbains supportent de la publicité numérique : c'est le cas de mobiliers d'information avec publicité numérique de 2m² et de certains abris voyageurs, installés à Nantes. Ils représentent 46 mobiliers au total.

Ces mobiliers urbains sont installés au titre de contrats passés par Nantes Métropole avec un opérateur (contrat 2017-2037).

Au total, sur le territoire métropolitain, sont au moins présents :

- 1 200 Abris voyageurs « publicitaires » ;
- 500 Mobiliers d'information avec publicité de 2m² ;
- 215 Mobiliers d'information avec publicité de 8m² (répartis sur 6 communes) ;
- 13 Colonnes porte-affiches ;
- Moins de 5 kiosques.

Concernant le déploiement des mobiliers numériques, l'opérateur en avait proposé 70 dans son offre : 46 sont en place en décembre 2021, sans qu'il soit prévu de déployer les 24 autres mobiliers urbains numériques prévus initialement dans le contrat .

Plusieurs enseignements sont à tirer du relevé de terrain :

- les dispositifs publicitaires sont principalement installés dans les pôles commerciaux ainsi que le long des axes routiers les plus fréquentés reliant la ville centre aux communes périphériques, mais dans certaines communes il est possible également d'en trouver de manière plus éparse, en secteurs résidentiels ;
- Environ 70% des dispositifs permettent de signaler la proximité d'activités locales (« préenseignes longue conservation ») et non des campagnes nationales d'affichage : cela est dû à la vitalité économique du territoire, à la présence de ces nombreux pôles commerciaux ;
- la présence, en très grande majorité, de dispositifs scellés au sol et non de muraux, témoigne des possibilités, plus contraintes ou moins fréquentes, d'installation des dispositifs sur murs aveugles ou présentant de faibles ouvertures ;
- relativement peu de dispositifs « côte à côte » sont relevés, de même que peu de dispositifs sont installés sur le domaine ferroviaire ;
- le format d'affiche de 12m² est encore largement pratiqué ;
- le taux d'infractions à la réglementation nationale et/ou aux règlements locaux met en évidence l'enjeu de l'application des règles (par le Préfet ou par les Maires) ;
- sur domaine privé et sur domaine public, la présence de publicité numérique est faible par rapport à la publicité par affiche papier ;
- dans les lieux « protégés » (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable et sites inscrits), de la publicité a été relevée, principalement sur mobilier urbain.

B. LE PARC DES ENSEIGNES

Différentes typologies d'enseignes ont été identifiées :

Les enseignes « traditionnelles » correspondent aux activités principalement exercées en rez-de-chaussée et situées en centre-bourgs et centres-villes, ainsi que dans les secteurs davantage dédiés à l'habitat.

Leur insertion dans le paysage est globalement satisfaisante : elles sont en général constituées d'enseignes parallèles au mur (enseignes en « bandeau »), de taille raisonnable eu égard à la façade commerciale, constituées en panneau plein de faible épaisseur, plus rarement en lettres et signes découpés.

Le mode d'éclairage varie : spots, rampe lumineuse, enseigne perpendiculaire lumineuse, rétro-éclairage.

Quelques cas d'enseignes en toiture sont relevés le long des axes les plus empruntés, venant rompre avec l'harmonie de hauteur des bâtiments. Peu de cas d'enseignes scellées au sol ont été identifiés, ou alors des dispositifs « mixtes » (une face enseigne, une face publicité).



Des pistes d'améliorations sont identifiées :

- certaines enseignes « en bandeau » rompent avec les lignes de composition de la façade ;
- les enseignes perpendiculaires sont parfois au nombre de 3 ou 4 pour une même activité, peuvent être de taille assez conséquente ou avoir un scellement assez proéminent, être positionnées dans les étages alors que l'activité n'est exercée qu'au rez-de-chaussée ;
- les couleurs utilisées jurent parfois avec la façade sur laquelle les enseignes sont installées ;
- l'emploi de matériaux ou procédés peu qualitatifs est constaté : caissons épais, bâches, vitrophanie extérieure...



Rupture des lignes de composition de la façade



Enseignes perpendiculaires en « surnombre »



Enseigne perpendiculaire en étages

A noter que, sur tout le territoire métropolitain, **les enseignes situées dans les abords des monuments historiques et en site patrimonial remarquable** sont particulièrement bien intégrées : nombre limité d'enseignes perpendiculaires et positionnement en continuité de l'enseigne parallèle, enseigne en bandeau souvent composée en lettres et signes découpés, mode d'éclairage discret, teintes sobres. Dans ces lieux, les enseignes sont soumises à accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France, dont les exigences permettent de renforcer l'intégration qualitative des enseignes.

Les enseignes des zones commerciales et d'activités : Situées sur des bâtiments de plus grande volumétrie, dont la conception inclut parfois l'emplacement et la taille de l'enseigne, elles sont nécessairement de plus grande taille, bien que respectant la règle de proportion nationale, et toutes les typologies d'enseignes prévues par le code de l'environnement sont relevées : enseignes en toiture, enseignes scellées au sol, enseignes parallèles au mur, enseignes lumineuses...

Les matériaux ou procédés utilisés ne sont pas les plus qualitatifs, le but étant d'être vus, y compris de loin.

Particularités des zones commerciales et d'activités :

- la présence, non négligeable, d'enseignes numériques ;

- celle aussi d'enseignes scellées au sol, exactement de même format que les publicités scellées au sol classiques (ce qui crée une certaine confusion dans la lecture des messages ou une cacophonie visuelle), ainsi que de dispositifs mixtes (une face enseigne, une face publicité).



Certains cas de non-conformité à la réglementation nationale, pourtant pleinement applicable depuis juillet 2018, sont constatés :

- Enseignes en toiture non constituées de lettres et signes découpés,
- Enseignes scellées au sol de plus de 1m² en surnombre,
- Enseignes situées en dépassement des limites du mur...



Enseignes scellées au sol et installées directement sur le sol en surnombre



Enseigne en toiture non réalisée en lettres et signes découpés

C. LA PERCEPTION DE LA PUBLICITE

a. Impact visuel des dispositifs publicitaires

L'impact visuel du dispositif est dû :

- Au type de support (dispositif scellé au sol, murs de bâtiment, de clôture ou de soutènement...);
- Au nombre (doublons, effet de groupe, de front);
- À la densité (espacement);
- Aux formats (surface d'affichage : 2m², 8m²...);
- À l'implantation (perpendiculaire ou parallèle à l'axe de la voie circulée, retrait par rapport à l'alignement);
- Au design du matériel (un pied, deux pieds);
- Aux mouvements (déroulants, tri-vision, numérique, oriflammes, drapeaux);
- Aux couleurs et matériaux des matériels (moulure jaune, noir, blanc...);
- Au contexte dans lequel elle s'insère (espace urbain dense, espace dégagé, arrière-plan végétal).

Ces effets se cumulent, atteignant parfois la cacophonie visuelle, due à la juxtaposition de dispositifs disparates qui cohabitent sur les domaines privé et public.



Type de support, mode de fixation

	Scellé au sol	Mural
Avantages	Objet qui s'assume en tant que tel, mobilier sur support autonome	Moins prégnant dans le champ visuel, car apposé sur un support existant (mur de bâtiment, clôture), ne crée pas d'obstacle visuel supplémentaire, donc plus intégré
Inconvénients	Émergence, obstacle à la vue, élément ajouté dans le paysage, ex nihilo. Effet « forêt de panneaux » si répétition sur un même linéaire	Peut déprécier la qualité architecturale d'une construction intéressante
Exemples	 <p>Scellé au sol</p>	 <p>Mural apposé sur un pignon aveugle</p>
	 <p>Scellé au sol</p>	 <p>Mural dépréciant la qualité architecturale du bâtiment</p>
	 <p>Scellé au sol émergent au dessus d'une clôture</p>	 <p>Mural sur pignon aveugle</p>

Effet de nombre

	Dispositif unique	En doublon	Multiples
Avantages / Inconvénients	Moins prégnant visuellement, isolé, plus lisible (moins de surcharge visuelle)	Plus prégnant dans le champ visuel, car effet de groupe Effet « double écran »	Effet « forêt de panneaux » pour les scellés au sol

Exemples



Effet de densité

Faible densité, grand espacement	Grande densité, petit espacement
Moins prégnant visuellement, isolé, plus lisible (moins de surcharge visuelle)	Plus prégnant dans le champ visuel, car effet de groupe Répétition, rythme rapproché, saturation visuelle Effet « forêt de panneaux » pour les scellés au sol peu espacés

Exemples



Format

Petit format (1, 2, 4m ²)	Grand format
Moins prégnant visuellement	Plus prégnant visuellement Proportions

Exemples



Implantation

Perpendiculaire à la voie sans retrait	Perpendiculaire à la voie avec retrait	Parallèle à la voie (Plus fréquent pour les muraux)
Affiche plus visible Plus proche donc plus présent visuellement	Moins présent visuellement	Plus intégré si sur un mur existant

Exemples



Scellé au sol implanté perpendiculaire à la voie, sans retrait



Mural oblique à la voie



Scellés au sol implanté perpendiculaire à la rue



Scellé au sol, parallèle à la voie



Scellé au sol, perpendiculaire à la voie, sans retrait



Scellé au sol perpendiculaire à la voie, avec retrait

Design du matériel

Un pied fin	Un pied large	Deux pieds fins	Éléments de fonctionnement : éclairage, écran photovoltaïque, caisson, passerelle d'entretien
Design plus léger, moins présent visuellement	Plus présent visuellement	Moins présent visuellement	Plus impactant visuellement

Exemples



Mouvements/luminosité

Déroulant et Trivision	Eclairé	Numérique
Le mouvement attire le regard, il est impactant visuellement	La lumière attire l'œil et est impactante visuellement	Le mouvement et le caractère changeant, voire hypnotique des images est très impactant visuellement.

Exemples

		
<i>Vitrine déroulante</i>	<i>Trivision</i>	<i>Ecran numérique</i>
		
<i>Vitrine déroulante</i>	<i>Eclairé par transparence</i>	<i>Ecran numérique</i>
		
<i>Vitrine déroulante</i>	<i>Eclairé par transparence</i>	<i>Ecran numérique</i>
		
<i>Vitrine déroulante</i>	<i>Non éclairé</i>	<i>Ecran numérique</i>

Couleurs et matériaux des matériels

Cadre coloré (rouge, jaune, vert)	Cadre noir	Cadre gris, cadre blanc
La couleur vive, couleur saturée, attire le regard, elle est impactante visuellement : elle s'intègre peu dans son environnement	La couleur foncée attire le regard, mais son caractère sobre l'intègre mieux dans son environnement qu'une couleur vive	La couleur claire et neutre est peu attractive visuellement, et s'intègre mieux dans son environnement (ciel, façade claire, couleurs de la ville)

Exemples



Contexte

Espace urbain dense	Espace dégagé, surplomb	Intégré sur un fond de la même couleur	Arrière-plan végétal
Un espace urbanisé dense offre moins d'espace libre et de recul pour voir le panneau	Un espace libre (non bâti) dégagé permet de mieux voir le dispositif, qui émerge au milieu d'un espace horizontal	S'intégrer au contexte peut passer par le choix de la couleur du dispositif et son implantation	Un arrière-plan végétal, dans les nuances soutenues de vert permet au dispositif de se « détacher » sur ce fond vert et d'être plus visible

Exemples



Un dispositif qui émerge sur une parcelle non bâtie en contexte urbain



Un dispositif bien intégré, implanté parallèle à la façade, couleur ton sur ton



Scellé au sol implanté en contexte dégagé



Son format et mode de scellement au sol le rendent hors d'échelle par rapport à l'entrée du bourg de Couëron



Scellé au sol implanté en surplomb



Scellé au sol au dessus d'une haie

b. Les lieux investis par la publicité

Les dispositifs de publicité extérieure (publicités, pré-enseignes, enseignes) participent à la composition du paysage et du cadre de vie dans les milieux urbains, dans ceux de grande qualité comme dans les espaces de moindre qualité.

Focus sur les zones commerciales et d'activités et les portions d'axes y menant

Les zones d'activités sont des morceaux de territoire dédiés à l'activité économique des entreprises. Les zones commerciales sont des espaces avec un bâti peu dense, un tissu lâche, qui offre de nombreux espaces disponibles pour la publicité.

Leur manque de qualité urbaine et paysagère est généralement dû à :

- Un manque de composition urbaine : dessin de la trame viaire et de la trame parcellaire ;
- La faible prise en compte du site, du contexte paysager ;
- La pauvreté du vocabulaire architectural et des traitements paysagers (« boîtes à chaussures ») ;
- La faible qualité architecturale et constructive ;
- Un manque de cohérence dans le traitement des revêtements des sols ;
- Un dimensionnement des espaces publics à l'échelle de la voiture et non du piéton (grande surface de parking, largeur de voirie) ;
- La faible présence de végétal par rapport aux grandes étendues imperméabilisées ;
- La forte présence publicitaire et des enseignes.

La forte pression publicitaire sur ces zones commerciales, due à la nécessité d'attirer l'attention des automobilistes entraîne une surenchère et une surcharge d'informations, rendant ces espaces saturés visuellement.

L'impact visuel de la publicité est dû à : la densité, au nombre, à l'implantation, aux formats, aux mouvements, aux couleurs, matériaux et contrastes, au contexte dans lequel elle s'insère.

Ces effets se cumulent, atteignant parfois la cacophonie visuelle, due à la juxtaposition des dispositifs publicitaires, du mobilier urbain et des enseignes.



Les conséquences de cette prégnance visuelle sont les suivantes :

- Saturation visuelle, cacophonie, juxtaposition de dispositifs publicitaires, des enseignes et parfois du mobilier urbain ;
- Perte de lisibilité de l'espace et des constructions au profit de éléments destinés à informer ou attirer l'attention ;
- Manque d'attractivité ;
- Perte en qualité d'espaces perçus comme des paysages urbains ou périurbains médiocres, banalisés, standardisés.

DIAGNOSTIC : BILAN

Constitué en majorité d'espaces non urbanisés (70%), le territoire métropolitain est, de fait, grandement protégé de l'installation de publicités.

Concernant les 30% du territoire « agglomérés », le diagnostic a fait apparaître les lieux de concentration de la publicité sur domaine privé, soit les axes routiers les plus empruntés du territoire et la proximité des pôles commerciaux principaux. Ces dispositifs sont majoritairement des publicités et préenseignes scellées au sol, et 3% du parc correspond à des dispositifs numériques.

Sur domaine public, de la publicité a été relevée sur mobiliers urbains, principalement sur abris voyageurs et sur mobiliers d'information. Les publicités sur mobilier urbain sont plus nombreuses que celles sur domaine privé et investissent d'autres lieux, puisque le mobilier urbain est installé pour satisfaire les besoins des usagers du domaine public (lignes de bus et de tram notamment). Certains mobiliers (au nombre de 46 et exclusivement situés à Nantes) supportent de la publicité numérique.

Fort du diagnostic, le RLPm a pu poursuivre deux logiques distinctes :

- une logique de durcissement des règles nationales dans les lieux qui ne font pas l'objet de protections paysagères et patrimoniales générant des interdictions de publicité. Il s'agit notamment des secteurs résidentiels sans présence de monument historique, des zones commerciales et d'activités, des axes routiers... Dans ces lieux, en fonction du zonage établi, le RLPm réduit les surfaces des dispositifs, leur nombre, contraint leur caractère lumineux...

- une logique d'assouplissement des règles nationales dans les lieux générant des interdictions relatives de publicité. Dans les abords des monuments historiques, en site patrimonial remarquable et en sites inscrits, le RLPm déroge à l'interdiction de publicité, de manière très limitée et encadrée : il liste limitativement les types de dispositifs admis et sous quelles conditions.

Les pistes de réflexion issues du diagnostic ont été les suivantes :

- Améliorer la perception des activités commerciales tout en conservant des possibilités d'affichage raisonné :
 - Interdiction des publicités sur clôtures
 - Des publicités avec affiche de 8m² maximum
- Limiter le nombre de dispositifs, en particulier le long des axes routiers les plus empruntés :
 - Un dispositif maximum par linéaire de façade d'une unité foncière
 - Interdiction d'implanter plusieurs dispositifs de front (côte-côte ou doublon)
 - Interdiction des dispositifs multiples, de front en V ou superposés
- Traiter les enseignes dans les lieux « protégés » :
 - Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires
 - Imposer un mode de réalisation de l'enseigne en bandeau
 - Limiter la surface des enseignes scellées au sol

2^{NDE} PARTIE : LA RÈGLEMENTATION LOCALE

I. OBJECTIFS DEFINIS PAR LA DELIBERATION DE PRESCRIPTION

Par délibération du 16 octobre 2020, le Conseil métropolitain a prescrit l'élaboration du RLPm et en a défini les objectifs suivants :

« - Pérenniser, voire renforcer, dans les limites des possibilités légales et réglementaires résultant de la loi Grenelle II, les effets protecteurs des réglementations locales existantes, notamment en faveur des centres-bourgs et centres-villes et des secteurs principalement résidentiels, et étendre cette logique de protection à l'ensemble des communes de la métropole ;

- Protéger les lieux présentant une sensibilité patrimoniale (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable de Nantes) et/ou une sensibilité paysagère (en agglomération, il s'agit principalement des bords de la Loire, de l'Erdre et des nombreux autres cours d'eau, ainsi que des parcs et jardins), sans nier les nécessités de communication des acteurs économiques ni brider la liberté d'expression des commerçants locaux ;
- Traiter, dans un souci de cohérence intercommunale, les secteurs de concentration publicitaire que constituent les axes routiers les plus empruntés (notamment les routes de Clisson, de Paris, de Vannes...) ou les zones commerciales et d'activités (Paradis à Nantes, Atout Sud à Rezé, Atlantis à Saint-Herblain...);
- Encadrer les nouvelles formes d'affichage admises par la loi Grenelle II : dispositifs numériques, bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles ;
- En cohérence avec la démarche « Trame noire » mise en œuvre dans la métropole, limiter la pollution lumineuse nocturne qui provient des publicités voire des enseignes lumineuses ;
- En matière d'enseignes, dès lors qu'avec l'entrée en vigueur du RLPm, toute installation ou modification d'enseigne sera soumise à une autorisation préalable de chacun des 24 maires, des règles précises, simples et facilement compréhensibles pourraient être instaurées pour renforcer la bonne intégration des enseignes traditionnelles, en particulier lorsqu'elles sont situées dans les abords des monuments historiques ou en site patrimonial remarquable (où l'accord de l'architecte des bâtiments de France est en outre requis). »

Plusieurs objectifs ont ainsi été définis pour la mise en oeuvre de l'ambition métropolitaine de réduction de la place de la publicité dans l'espace public.

Concernant l'existence des 13 RLP communaux, il s'agit d'une part de pallier leur caducité au 13 juillet 2022, laquelle aurait pour conséquence un retour à la réglementation nationale, moins protectrice, ainsi qu'une perte des pouvoirs de police des Maires concernés.

D'autre part, il s'agit de prolonger, et surtout de renforcer leurs effets protecteurs. Le RLPm s'inscrit dans une logique plus protectrice que celle poursuivie par les réglementations communales : les surfaces des publicités définies par les RLP communaux sont davantage restreintes, ainsi que le nombre des publicités. Le RLPm ne déroge plus à l'interdiction de publicité hors agglomération, et la délimitation entre espaces agglomérés et non agglomérés a été opérée au plus près de la réalité physique des lieux.

En élaborant un document à l'échelle de toutes les communes membres, la Métropole entend assurer un niveau de protection semblable pour tous les habitants de la Métropole, ceux des communes rurales comme ceux des communes plus urbaines, et renforcer l'identité métropolitaine.

Outre les secteurs résidentiels, d'autres secteurs à enjeux ont été identifiés dans la délibération de prescription, votée après la réalisation du diagnostic de terrain : les lieux sensibles du point de vue patrimonial et paysager, les axes routiers structurants, les zones commerciales et d'activités.

En matière d'enseigne, l'ambition métropolitaine est d'accroître l'attractivité des activités locales, en particulier celles en dehors des grandes zones commerciales : des règles qualitatives sont définies, sans brider pour autant la liberté d'expression des commerces et autres activités, ni brider la liberté d'appréciation des Maires lors de l'instruction, au cas par cas, des dossiers d'enseignes. Par ailleurs, même si une harmonisation est opérée, elle ne nie pas pour autant l'identité de chaque commune, à laquelle participent directement ses enseignes.

A noter : que ce soit en matière de publicités et préenseignes, ou en matière d'enseignes, la Métropole porte une attention particulière aux dispositifs lumineux, pouvant créer une pollution visuelle plus forte qu'une simple affiche papier non éclairée. La publicité numérique en particulier, par son caractère mouvant mais aussi plus énergivore, est impactante dans le paysage et pour l'environnement. Un objectif de limitation de ces dispositifs, en cohérence avec la démarche « Trame noire », est mis en oeuvre à travers le RLPm.

II. ORIENTATIONS GENERALES

Les objectifs définis en octobre 2020 ont été affinés lors du débat sur les orientations générales du RLPm qui s'est tenu devant le Conseil métropolitain du 12 février 2021.

Plus de 15 conseils municipaux ont par ailleurs également tenu ce débat. C'est le cas notamment des communes concentrant le plus de dispositifs publicitaires (Nantes, Vertou, Rezé, Orvault, Saint-Herblain...).

Des orientations spécifiques aux publicités et préenseignes ont été débattues, permettant aux élus d'opérer déjà certains choix réglementaires :

- **Renforcer les effets protecteurs de la réglementation nationale dans les communes hors unité urbaine de Nantes et les étendre à d'autres communes aux caractéristiques paysagères semblables.**

L'objectif ici poursuivi est d'opérer un rapprochement des régimes juridiques entre les communes appartenant à l'unité urbaine de Nantes et celles qui en sont exclues, la réglementation nationale organisant quant à elle des régimes très contrastés.

Ainsi, il a été proposé, pour les secteurs résidentiels, de généraliser l'interdiction de publicité scellée au sol (règle nationale applicable aux communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants). Cette règle est gage d'harmonisation et de traitement égalitaire de tous les habitants du territoire.

- **Préserver la qualité du cadre de vie des centralités et des secteurs principalement dédiés à l'habitat.**

Par l'effet protecteur des RLP communaux existants et la morphologie du tissu bâti, la présence de publicité dans les centralités et dans les secteurs résidentiels (pavillonnaires ou grands ensembles) est limitée. Par cette orientation, le RLPm tend à réduire la place de la publicité dans les centralités et secteurs résidentiels, en limitant les surfaces des publicités, en édictant des règles de densité pour en limiter le nombre, en encadrant la publicité lumineuse voire en y interdisant la publicité numérique ...

- **Traiter l'impact publicitaire le long des axes structurants et dans les zones commerciales, qui constituent les lieux de concentration de la publicité.**

La publicité se concentre le long des axes structurants et dans les zones commerciales car ce sont les lieux générant le plus de trafic routier, ce qui permet donc une bonne audience. Afin d'aérer le paysage et limiter l'impact visuel des publicités scellées au sol et des publicités numériques en particulier, le RLPm limite les surfaces et densité, réglemente la publicité numérique, proscrit les dispositifs côte-à-côte.

- **Adopter une réglementation particulière pour les publicités et enseignes lumineuses et n'autoriser la publicité numérique que dans certains secteurs.**

Plus impactantes visuellement et consommatrices d'énergie, les publicités et enseignes lumineuses sont traitées de manière spécifique par le RLPm. Elles sont fortement contraintes. Un élargissement de la plage d'extinction nocturne fixée par la réglementation (1h-6h) est édicté pour l'ensemble des dispositifs lumineux extérieurs, mais aussi ceux situés à l'intérieur d'un commerce, comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021. Le RLPm encadre le mode d'éclairage des enseignes. La publicité numérique est interdite dans les zones autres qu'à vocation économique et commerciale, à l'exception de celles sur mobilier urbain.

- **Traiter les lieux d'interdiction relative de publicité en agglomération (site patrimonial remarquable, abords des monuments historiques, sites inscrits), le RLPm étant habilité à déroger à cette interdiction.**

Le choix de la Métropole consiste effectivement à lever l'interdiction de principe, mais pour admettre des formes de publicités très limitées et directement maîtrisées par les collectivités : la publicité sur mobilier urbain et la publicité directement installée sur le sol sur domaine public. Le RLPm opère par ailleurs une différence de traitement entre le SPR de Nantes et les abords des monuments historiques.

D'autres orientations ont porté sur les enseignes :

- **Renforcer l'intégration des enseignes traditionnelles, sans brider la liberté d'expression des commerçants locaux.**

Les règles nationales en matière d'enseignes ont été durcies par la réforme Grenelle II. Par ailleurs, dès lors qu'il existe un RLP, toute installation d'enseigne est soumise à autorisation préalable du Maire, avec accord de l'Architecte des Bâtiments de France en abords de monuments historiques et en site patrimonial remarquable.

Le RLPm instaure, pour les enseignes traditionnelles, sur tout le territoire, des prescriptions simples permettant de préserver la qualité des centre-bourgs et centres-villes, sans entraver pour autant le dynamisme du commerce local. Ces prescriptions sont renforcées pour le site patrimonial remarquable de Nantes et dans les abords des monuments historiques.

- **Conserver l'application de la réglementation nationale pour les enseignes des zones commerciales et d'activités.**

La vocation de ces zones est d'accueillir des activités commerciales, artisanales, industrielles... Les conditions d'installation des enseignes, telles que fixées par le code de l'environnement, peuvent dans bien des cas être suffisantes pour une protection efficace des paysages de ces zones : leur respect permettrait déjà d'apporter une plus-value paysagère, sans nécessité de durcir davantage les règles nationales. Le RLPm les complète néanmoins pour certains types d'enseignes, afin d'en accroître la visibilité notamment.

III. JUSTIFICATIONS DE LA REGLEMENTATION LOCALE

A. DELIMITATION DES ZONES DE PUBLICITE

La volonté a été de définir un nombre de zones relativement restreint, facteur de cohérence métropolitaine (des réalités paysagères semblables sont traitées de manière identique), permettant de renforcer l'identité territoriale, de traiter de manière égalitaire l'ensemble des habitants mais aussi d'accroître l'accessibilité du document lui-même.

Un premier travail a consisté en une délimitation fine des lieux situés en agglomération :

- la délimitation se fonde d'une part sur le zonage du PLUm (ont été exclues des secteurs agglomérés les zones A et N notamment, pour ne conserver que les zones U et les zones AU dont l'urbanisation est déjà entamée) ;
- d'autre part, la délimitation a été effectuée au plus près du bâti, pour tenir compte de la réalité physique des lieux. Ainsi, le long d'un même axe, le côté bâti a pu être délimité en agglomération, alors que le côté non bâti (ex : champs, boisements...) a été classé hors agglomération.

Une fois cette délimitation opérée, trois zones de publicité sont instaurées à l'intérieur des espaces agglomérés. Elles correspondent aux grandes ambiances urbaines du territoire, en cohérence avec le PLUm.

La zone de publicité 1 (ZP1) correspond aux centralités urbaines et rurales, ainsi qu'aux secteurs principalement dédiés à l'habitat (pavillonnaire et collectif). Elle se définit a contrario des autres zones (ZP2 et ZP3). Tous les secteurs agglomérés des 4 communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes (Brains, Le Pellerin, Mauves-sur-Loire et Saint-Léger-les-Vignes) ont été classés en ZP1.

Dans cette zone, la publicité scellée au sol et la publicité numérique (à l'exception du mobilier urbain à Nantes) sont interdites, la publicité murale étant en revanche admise en nombre et surface limités. Est ainsi opéré un rapprochement des régimes juridiques entre les communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes et les autres communes. Les secteurs d'habitat des 20 communes en unité urbaine de Nantes sont soumis aux règles nationales applicables aux communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, durcies quant à la densité et à la surface des dispositifs.

Ce « lissage » des régimes juridiques, traduisant une volonté de restriction forte à l'installation de publicité, est gage d'harmonisation des règles à l'échelle de tout le territoire, et surtout de traitement égalitaire de tous les habitants.

La zone de publicité 2 (ZP2) correspond aux tissus mixtes du territoire et à certaines séquences d'axes structurants. Ont notamment été classés en ZP2 :

- Les axes structurants, les pénétrantes : certaines séquences, à dominante « habitat » ou en cours de requalification de la route de Rennes (Orvault, Nantes), la route de Vannes (Orvault, Nantes, Saint-Herblain), la route des Sorinières (Rezé, Les Sorinières), la route de Sainte-Luce (Nantes), la route de Clisson (Nantes, Vertou, Saint-Sébastien) ;
- Les secteurs mixtes, de transition entre secteur d'habitat et zones d'activités et commerciales : la rue de l'Aviation (Bouguenais), les Prairies de Mauves (Nantes) ;
- Les centres commerciaux secondaires : le centre commercial Sillon de Bretagne (Nantes) ;
- Les zones d'activités économiques de petite taille : ZA Le Landas (Saint-Jean-de-Boiseau), ZA La Montagne (La Montagne), Parc de la Bouvre (Bouguenais), la Vertonne (Vertou), Parc d'Activités de la Gesvrine et Erdre Active (La Chapelle sur Erdre), ZAC la Pentecote (Orvault, St Herblain, Sautron), Zone Actipole (Thouaré, Sainte-Luce, Carquefou), les Hauts de Couëron.

En ZP2, la publicité numérique demeure interdite (à l'exception du mobilier urbain à Nantes). La publicité scellée au sol et la publicité murale sont admises, de surface et nombre limités. En particulier, les conditions d'installation des publicités scellées au sol sont davantage contraintes que celles des publicités murales.

Un dispositif mural est moins prégnant dans le champ visuel, car apposé sur un support existant (mur de bâtiment). Il ne crée pas d'obstacle visuel supplémentaire, il est donc plus intégré. En revanche, il peut déprécier la qualité architecturale d'une construction intéressante.

Un dispositif scellé au sol constitue un élément ajouté dans le paysage, ex nihilo. En tant que dispositif qui émerge verticalement, c'est un obstacle à la vue. Enfin, ce type de dispositif a une emprise au sol, ce qui peut créer des conflits d'usage, un certain encombrement.

La Zone de Publicité 3 (ZP3) correspond aux zones commerciales et zones d'activité d'ampleur. Sa délimitation repose sur le zonage du PLUm. Ont notamment été classés en ZP3 :

- Les zones commerciales majeures telles que Atlantis (Saint-Herblain), Atout Sud (Rezé), Océane (Rezé), Paradis (Nantes), et Auchan Saint Sébastien ;
- les zones d'activités économiques : Porte de Sautron, Route de Vannes, ZI Cheviré (Nantes), ZI de la Loire (Saint-Herblain), ZI Nantes Carquefou.

La ZP3 est la seule zone dans laquelle la publicité numérique est admise sur domaine privé, fortement contrainte quant à sa surface ainsi qu'à son nombre. Les publicités murales et scellées au sol non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence sont admises, le RLPm durcissant les règles nationales de densité et de surface.

Ainsi, la ZP3 est la zone la plus « ouverte » à la publicité, en accord avec la vocation économique des lieux, mais les possibilités d'installation de dispositifs publicitaires restent bien en-deçà de ce qu'admettrait la réglementation nationale.

Les lieux d'interdiction relative de publicité correspondant aux lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement (secteurs agglomérés du Site Patrimonial Remarquable

de Nantes, des abords des monuments historiques et des sites inscrits) ne font pas l'objet d'une zone de publicité en tant que telle.

En effet, hormis le SPR et les sites inscrits correspondant à un périmètre précisément délimité, mais qui peut toujours évoluer, les abords des monuments historiques correspondent, à défaut de périmètre délimité, à un rayon de 500m autour du monument, la publicité n'y étant par principe interdite que si elle se situe en covisibilité.

Si les rayons de 500m avaient été traduits en zone de publicité, le plan de zonage du RLPm ayant un caractère règlementaire, une procédure de modification du RLPm aurait été nécessaire pour mettre à jour le plan de zonage lorsqu'un rayon de 500m aurait été remplacé par un périmètre délimité des abords (PDA).

Les lieux d'interdiction (absolue et relative) de publicité sont représentés sur un autre plan ayant valeur d'annexe : ainsi, un simple arrêté de mise à jour du RLPm, pris par l'exécutif de la Métropole, pourra permettre d'actualiser la représentation de ces lieux (ex : classement d'un nouveau monument historique, remplacement d'un rayon de 500m par un PDA...).

Le règlement du RLPm précise en revanche clairement les règles applicables à la publicité et aux préenseignes situées dans les lieux d'interdiction relative de publicité (art.4).

A noter : Le **domaine ferroviaire** n'a pas été considéré comme une ambiance paysagère à part entière, justifiant l'instauration d'une zone de publicité spécifique. Le domaine ferroviaire est constitué des abords des voies ferrées et des gares de la métropole, il est composite, et ne constitue pas une entité paysagère homogène.

Les talus d'abords de voie ferrée créent des espaces libres, sans usage et dégagés, où sont implantés des dispositifs publicitaires scellés au sol, souvent avec des passerelles du fait du dénivelé, dont la présence aggrave l'ingratitude des lieux. Cette répétition sur un même linéaire fait un effet de « forêt de panneaux » qui augmente l'impact visuel par le nombre et la densité des dispositifs.

Le domaine ferroviaire est constitué d'espaces libres, en général des talus plantés d'herbes ou d'arbres, qui peuvent être considérés d'un point de vue paysager comme des espaces verts, des espaces libres, sans « bâti rapproché ». Les gares constituent des « portes d'entrée » sur le territoire métropolitain. Les espaces extérieurs des gares doivent être traités comme une entrée de ville ou un axe structurant, c'est-à-dire soigner la première image que l'on a du territoire métropolitain en descendant du train.

En agglomération, le domaine ferroviaire a donc été considéré comme les tissus urbains qu'il traverse (donc couvert par la ZP1, ZP2 ou ZP3).

Il en va de même des **domaines aéroportuaires et portuaires** qui n'ont pas été considérés comme des ambiances paysagères spécifiques et ne constituent pas des zones de publicité en tant que telles.

B. REGLES LOCALES APPLICABLES AUX PUBLICITES ET AUX PREENSEIGNES

Le RLPm met en oeuvre une double logique : à la fois d'harmonisation des règles à l'échelle de tout le territoire, et de restrictions graduées à l'installation de publicité en fonction des zones.

Le croisement entre ces deux logiques, permet de parvenir à un équilibre entre un traitement homogène des grandes ambiances urbaines du territoire et une approche différenciée en fonction de leur sensibilité paysagère et patrimoniale. Il en résulte une protection plus forte des secteurs patrimoniaux (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable) et des paysages "vécus" et "habités" comme les secteurs résidentiels, centres-villes et centres-bourgs, alors que les secteurs plus "fonctionnels" et de "flux" sont encadrés de manière à limiter l'impact paysager tout en permettant aux activités de se signaler et d'être visibles.

Comme la réglementation nationale, le RLPm traite de manière distincte les dispositifs 100% publicitaires, généralement situés sur propriétés privées, des publicités supportées à titre accessoire par du mobilier urbain (sur domaine public). Cela se justifie en raison du fait que les fonctions diffèrent entre les dispositifs dont la seule raison d'être est de supporter de la publicité et des mobiliers, installés à des fins de commodités pour les usagers du domaine public, qui peuvent, sans que cela soit systématique, contenir une face publicitaire.

De même, le RLPm traite de manière distincte les publicités et préenseignes lumineuses installées derrière une baie ou vitrine d'un local à usage commercial (soit des dispositifs « intérieurs » pouvant, depuis la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, être encadrés par un règlement local) des dispositifs extérieurs visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Par exemple, le principe d'interdiction de publicité édicté par l'article L.581-8 du code de l'environnement s'applique aux dispositifs extérieurs, et non à ceux placés à l'intérieur d'un commerce.

a. Principes communs aux trois zones de publicité

Des prescriptions sont définies pour toute publicité ou préenseigne installée en ZP1, ZP2 et ZP3 de la Métropole, afin de renforcer l'identité territoriale :

- **l'installation de publicités sur support existant est uniquement possible sur mur de bâtiment**, aveugle ou comportant de faibles ouvertures, et non sur clôture (végétale ou murale) ou mur de soutènement par exemple.



Exemples peu harmonieux de dispositifs sur clôture

Les publicités sur clôture dépassent souvent de la clôture, ce qui peut créer un obstacle visuel supplémentaire. Elles peuvent aussi être de format disproportionné par rapport au mur de clôture ou déprécier l'architecture du bâtiment. Pour ces raisons, elles sont interdites de manière générale dans les trois zones de publicité.

- **l'installation de publicité en toiture ou sur terrasse en tenant lieu est interdite en toutes zones.** Ces dispositifs sont inexistants sur le territoire et leur développement n'est pas souhaité car ils viennent rompre l'harmonie architecturale du bâtiment qui les supporte.

Ces dispositifs, qui émergent au-dessus du toit, augmentent la hauteur du bâtiment, et les lettres découpées lumineuses parfois de couleurs criardes détonnent dans le paysage.

- **l'interdiction de publicités, murales ou scellées au sol, en doublons ou côte à côte :** un seul dispositif est admis sur son emplacement.

Les dispositifs côte-à-côte, permis par la réglementation nationale, sont très prégnants visuellement, particulièrement lorsqu'ils sont de grands formats et scellés au sol. Le RLPm édicte donc une règle simple à apprécier et à appliquer, en interdisant l'installation de plusieurs dispositifs sur un même emplacement.

- **Les publicités lumineuses (éclairées par projection ou transparence ou autres) doivent être éteintes entre minuit et 6h.** Ainsi, la plage horaire d'extinction fixée par la réglementation nationale (1h-6h) est allongée d'une heure.

Cette obligation d'extinction s'applique également, comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 à tout dispositif lumineux situé à l'intérieur d'une baie ou d'une vitrine d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destiné à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique, quel que soit le mode d'éclairage : affiche papier rétro-éclairées, lettres néon, écrans numériques...

La publicité lumineuse supportée à titre accessoire par du mobilier urbain, qu'elle soit éclairée par projection ou transparence ou numérique, est aussi soumise à la même règle d'extinction, sauf celles supportées par des abris voyageurs, tant que le service n'est pas terminé, par souci de sécurité pour les usagers des transports en commun.

A noter : la réglementation nationale n'édicte pas, quant à elle, d'obligation d'extinction de la publicité lumineuse sur mobilier urbain. Le RLPm adopte donc une mesure tendant à la réduction de l'éclairage nocturne des villes et à la réduction des consommations d'énergie.

- **Le RLPm saisit l'opportunité offerte par la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 de réglementer les dispositifs lumineux situés à l'intérieur d'un local à usage commercial.**

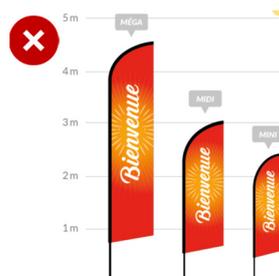
En particulier, il limite la surface des écrans numériques intérieurs, qu'il s'agisse de publicités, enseignes ou préenseignes, en proportion de la surface de la vitrine commerciale. La surface cumulée de ces écrans est limitée au quart de la surface de la vitrine, dans la limite d'1,50m². La surface plafond de 1,50m² s'apprécie par vitrine et par voie.

Cette règle de proportionnalité a semblé plus juste et mieux adaptée à la pluralité des cas rencontrés (ex: agences de voyages ou immobilières) qu'une règle de limitation du nombre des écrans.

Le RLPm encadre également la consommation d'énergie de ces écrans numériques placés à l'intérieur de vitrines commerciale et fixe un seuil de 2 050kwh/an (applicable à la surface cumulée des écrans, plafonnée à 1,50m²). Ce seuil a notamment été défini par rapport aux travaux menés par l'ADEME sur le sujet.

- **Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes (seules agglomérations où elles sont admises selon la réglementation nationale), les publicités et préenseignes directement installées sur le sol, et non scellées au sol, sont encadrées quant à leurs dimensions : 0,80m de largeur maximale et 1,20m de hauteur maximale depuis le niveau du sol.**

Cette limitation de la hauteur permet d'admettre les dispositifs de type chevalets mais d'interdire ceux de type oriflammes, moins esthétiques. Installés sur domaine public et non sur le terrain d'assiette de l'activité à laquelle ils se rapportent, ces dispositifs sont avant tout contrôlés par le biais de l'autorisation d'occupation du domaine public, délivrée par chaque Maire. A l'occasion de l'instruction de la demande, le Maire appréciera notamment la bonne accessibilité du domaine public aux personnes à mobilité réduite par exemple.



L'encadrement des possibilités d'installation des publicités et préenseignes directement installées sur le sol, utiles pour les activités souhaitant accroître leur visibilité, se justifie au regard d'une logique de qualité urbaine des abords des constructions et des espaces publics. Bien qu'ils ne soient pas ancrés au sol, ces éléments peuvent créer des conflits d'usage du domaine public (comme les mobiliers urbains), et encombrer les vues au sein de ces lieux, par essence dégagés et aménagés pour faciliter les circulations du quotidien.

Les formats standards définis par le RLPm permettent d'avoir une harmonisation des dispositifs sur l'espace public et de cibler des typologies de dispositifs, comme des chevalets, plus qualitatives et plus adaptées aux besoins des activités et commerces implantés le long des rues, et moins encombrantes pour la fluidité et la sécurité des circulations.

- **Les passerelles sont interdites, à la fois sous les dispositifs muraux et ceux scellés au sol, si elles sont visibles depuis la voie publique.** Ces éléments techniques constituent, en particulier lorsqu'elles ne sont pas repliées, un obstacle visuel supplémentaire.

Toutefois, afin de respecter la sécurité des agents chargés de changer les affiches, les passerelles sont admises, non visibles depuis la voie publique, entièrement repliables et obligatoirement pliées lorsqu'elles ne sont pas utilisées.

- **Une règle de positionnement est édictée pour tout dispositif installé sur un mur de bâtiment :** il doit respecter une marge d'au moins 0,50m de toute arrête du mur, en plus de la règle nationale de positionnement à au moins 0,50m du niveau du sol.

Cela invite à un positionnement « centré » du dispositif sur le mur support, plus harmonieux, plutôt qu'à l'arrête du mur.

b. Règles locales applicables dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement

Dans les lieux d'interdiction légale de publicité en agglomération, le RLPm, comme le permet le code de l'environnement, déroge à l'interdiction de publicité, de manière très limitée et encadrée.

Il admet uniquement, dans ces lieux « protégés », des formes de publicité directement contrôlées par les collectivités :

- Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes, **les dispositifs installés directement sur le sol** sont admis dans la limite d'une surface unitaire totale inférieure à 1m² (hauteur inférieure à 1,20m au-dessus du sol et largeur maximale 0,80m).

Les dispositifs « posés » sur le sol, type porte-menus ou chevalets, sont qualifiés de publicité ou préenseigne directement installée sur le sol lorsqu'ils ne se situent pas sur le terrain d'assiette de l'activité (ils auraient alors été qualifiés d'enseignes).

D'abord gérés par le biais de l'autorisation d'occupation du domaine public, le RLP a prévu de les admettre en lieux protégés, selon des règles tenant à leur largeur maximale (0,80m) et à la hauteur par rapport au niveau du sol (1,20m).

- **Les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** sont admises dans les lieux d'interdiction légale de publicité en agglomération (site patrimonial remarquable, abords des monuments historiques, sites inscrits), dans le respect de la réglementation nationale, et pour le mobilier d'information dans la limite de 2m² de surface d'affiche (format dit « sucette » ou « planimètre »).

La publicité numérique sur mobilier urbain est interdite en lieux protégés.

Par ailleurs, les mobiliers urbains avec publicité ne peuvent être installés que le long de certains axes limitativement énumérés du SPR de Nantes :

- le long des lignes de tramways 1, 2 et 3 ;
- rues du Calvaire, Copernic et Guist'hau ;
- boulevard des Nations unies ;
- place Bretagne et place du port communéau ;
- rue Felix Eboué, allée de la Maison rouge et quai Baco ;
- rue Pierre Chéreau ;
- chaussée de la Madeleine et boulevard Jean Monnet.

En dehors de ces axes, les mobiliers urbains en SPR doivent rester dénués de toute face publicitaire.

Outre les règles du RLPm, il est rappelé que l'installation de mobilier urbain est maîtrisée directement par la collectivité par le biais du contrat conclu avec un opérateur et que toute installation de mobilier urbain, publicitaire ou non, en SPR et dans les abords des monuments historiques, est soumise à accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France (art R 421-25 et R 423-54 c.urba. et L 621-32 c.patrimoine).

Hormis la publicité directement installée sur le sol ainsi que la publicité sur mobilier urbain, toute autre forme de publicité demeure interdite dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement.

Les règles applicables dans les lieux protégés prévalent sur celles de la ZP1, la ZP2 ou la ZP3 : ainsi, dans les abords des monuments historiques d'un secteur classé en ZP1, il convient d'appliquer les règles de l'article 4 du règlement du RLPm et non celles de l'article 5.

c. Règles locales applicables en zone de publicité 1

Certains types de dispositifs de publicités et préenseignes sont interdits en ZP1, couvrant tous les secteurs agglomérés des communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes et tous les secteurs résidentiels et centralités des communes plus urbaines.

L'objectif est de protéger fortement le cadre de vie de tous les habitants du territoire. Pour cela, le régime juridique applicable en ZP1 se rapproche fortement de celui défini par la réglementation nationale pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

DISPOSITIFS INTERDITS EN ZP1

Sont interdites en ZP1 :

- **Les publicités et préenseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu**, comme dans toute la Métropole ;
- **Les publicités et préenseignes scellées au sol** : cette interdiction résulte de la réglementation nationale pour les 4 communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nantes (Brains, Le Pellerin, Mauves-sur-Loire et Saint-Léger-les-Vignes) et le RLPm la « duplique » aux secteurs d'habitat des 20 autres communes, afin de traiter tous les habitants du territoire de manière égalitaire.

Contrairement à la publicité murale, la publicité scellée au sol constitue un objet supplémentaire dans le paysage, qui ne s'insère pas sur un support déjà existant. En ce sens, la présence de la publicité scellée au sol est moins adaptée que celle de la publicité murale dans les secteurs résidentiels, en tissu urbain dense ou au cœur d'un tissu pavillonnaire.

- **Les publicités et préenseignes numériques**, à l'exception de celles installées sur mobilier urbain.

Sur domaine privé, bien que les publicités numériques soient soumises à autorisation préalable du Maire (pouvoir d'appréciation au cas par cas), la présence de publicité numérique n'est pas souhaitée en secteurs résidentiels.

Sur mobilier urbain, la publicité numérique est admise, uniquement à Nantes (limitée à 2m²), car soumise à plusieurs « verrous » autres que le RLPm, ses emplacements précis et le nombre de mobiliers étant contrôlés par la collectivité.

DISPOSITIFS ADMIS EN ZP1

Certains dispositifs sont admis en ZP1 selon les seules règles nationales. Il s'agit :

- **Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, des bâches de chantier et des dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire :** ces dispositifs sont temporaires et soumis à autorisation préalable du Maire, qui dispose d'un pouvoir d'appréciation au cas par cas lui permettant d'inviter le pétitionnaire à réduire la surface du dispositif, à en changer l'emplacement ou le visuel notamment, si le projet présenté ne s'insère pas correctement dans l'environnement ;
- **Dans toutes les communes, du « micro-affichage »** (dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale). En dehors des lieux protégés où un RLP peut faire le choix de ré-introduire ce type de dispositifs, le RLPm n'est pas habilité à les régler.

D'autres dispositifs sont admis, assortis de restrictions locales :

- **Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes, la publicité et les préenseignes directement installée sur le sol** (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m) ;
- **La publicité et préenseignes, non numériques, sur mur de bâtiment**, selon des conditions de nombre et de surface plus contraintes que les règles nationales.
 - **Nombre** : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. Cela constitue une restriction par rapport à la réglementation nationale qui admettrait deux dispositifs « alignés » sur le même mur.
 - **Surface** : alors que la réglementation nationale admet la publicité murale de 4m² cadre compris dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants et de 12m² dans les autres agglomérations, le choix opéré pour le traitement des secteurs d'habitat a été de réduire ces surfaces.

Ainsi, dans toute la ZP1, la surface maximale est de 2m² d'affiche (soit 3m² cadre compris), ce qui constitue une restriction très forte pour les communes les plus urbaines, d'autant que la publicité scellée au sol est interdite. Le format de 2m² est un standard pratiqué par les afficheurs, en particulier en publicité murale dans les tissus urbains denses (ex: Paris).

- **Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, les publicité et préenseignes, non numériques, sur bâches permanentes**, sont soumises aux mêmes conditions que la publicité murale classique.

En effet, bien que le procédé diffère, l'impact visuel est semblable. Cela constitue une restriction très forte des règles nationales, lesquelles ne prévoient pas de surface maximale pour ces dispositifs soumis à autorisation préalable du Maire et non à simple déclaration préalable. Il s'agit d'éviter que les professionnels, prenant acte des possibilités limitées de publicités murales « classiques » (affiche papier, vitrine déroulante...) développent les dispositifs de type bâches publicitaires permanentes.

- **Les publicités et préenseignes, non numériques, sur palissade de chantier** : La publicité peut être apposée sur des palissades de chantier, quel que soit le terrain d'assiette de ces palissades (sur propriétés privées ou, moyennant une autorisation d'occupation domaniale, sur des emprises publiques).

L'article L. 581-14 du code de l'environnement admet qu'un règlement local de publicité interdise la publicité sur palissade de chantier uniquement aux abords des monuments historiques ou en site patrimonial remarquable. C'est le choix opéré par le RLPm : les publicités et préenseignes sur palissade de chantier restent interdites en lieux « protégés ».

Dans toutes les autres parties des agglomérations, le règlement local peut réglementer la publicité sur les palissades de chantier, mais il ne saurait l'interdire.

Ainsi, en sus des conditions nationales fixées pour l'installation de publicité sur des clôtures -les palissades de chantier constituent des formes de clôtures temporaires- (obligation de clôtures aveugles, apposition à plat ou parallèlement à la clôture avec une saillie limitée à 25 cm, hauteur minimale de 50 cm au-dessus du sol), le règlement local entend, en ZP1 :

- limiter leur nombre à un dispositif par tranche de 20m de palissade ;
 - interdire le dépassement des limites de la palissade;
 - limiter la surface unitaire : la même limitation de surface que celle de la publicité murale en ZP1 (2m² de surface d'affiche et 3m² support compris) s'applique aux publicités sur palissade de chantier.
- **Les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** : elles sont admises selon les conditions fixées par la réglementation nationale, la surface de celles apposées sur mobilier d'information étant limitée à 2m² (surface d'affiche), portée à 8m² dans les six communes regroupant le plus d'équipements culturels et sportifs et ayant donc des besoins de communication plus importants (Nantes, Saint-Herblain, Rezé, Bouguenais, Orvault, Saint-Sébastien).

La publicité numérique est interdite sur mobilier urbain en ZP1, à l'exception de la quarantaine de mobiliers existants, uniquement situés à Nantes (abris voyageurs et mobiliers d'information de 2m²). Hormis donc ces quelques cas, toute publicité numérique, sur domaine privé comme sur domaine public, demeure interdite en ZP1.



Formes de publicités principalement admises en ZP1 : publicité sur mobilier urbain d'information de 2m² (dont numérique à Nantes) et publicité murale de 2m². Les publicités sur clôture, sur toiture ou terrasse en tenant lieu et scellées au sol sont interdites en ZP1.

d. Règles locales applicables en zone de publicité 2

La ZP2 couvre des secteurs mixtes et des séquences d'axes secondaires. Le principal objectif poursuivi par le RLPm est de dé-densifier la présence des publicités scellées au sol, dispositifs majoritaires sur le territoire.

Pour autant, ces lieux étant des lieux de « passage », principalement empruntés par des automobilistes plus que par des piétons, la bonne lisibilité des affiches a été prise en compte : le RLPm durcit la règle nationale de surface mais conserve des possibilités d'installation de « grands formats » (affiche de 8m²).

Comme en ZP1, la publicité numérique est interdite en ZP2, exception faite des mobiliers urbains existants à Nantes.

DISPOSITIFS INTERDITS EN ZP2

Sont interdites en ZP2 :

- **Les publicités et préenseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu**, comme dans toute la Métropole ;
- **Les publicités et préenseignes numériques**, à l'exception de celles existantes sur mobilier urbain existant à Nantes, sans déploiement supplémentaire.

Le RLPm traduit ici l'engagement fort de la collectivité dans la réduction de la place de la publicité numérique, jugée inadaptée en tissu urbain, impactante dans le paysage par ses images mouvantes et consommatrice d'énergie.

DISPOSITIFS ADMIS EN ZP2

Comme en ZP1, les bâches de chantier, les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire et le « micro-affichage » sont admis en ZP2, selon les conditions fixées par la réglementation nationale.

D'autres dispositifs sont admis, assortis de restrictions locales :

- **Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes, les publicités et les préenseignes directement installée sur le sol** (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m).
- **Les publicités et préenseignes, non numériques, sur mur de bâtiment, ainsi que sur bâches permanentes**, selon des conditions de nombre et de surface plus contraintes que les règles nationales.
 - Nombre : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière ;

- **Surface** : la surface d’affiche est limitée à 8m² (soit 10,50m² support compris), au lieu de la règle nationale de 12m² pour les publicités murales et de l’absence de limitation de surface pour les bâches publicitaires autres que de chantier.

Dans les lieux couverts par la ZP2, aux voiries souvent larges, le RLPm a voulu conserver des possibilités d’affichage « grand format » afin de garantir la bonne lisibilité des affiches par les automobilistes. Pour autant, il réduit fortement le nombre de publicités possibles.

- **Les publicités et préenseignes, non numériques, sur palissade de chantier** sont admises dans les mêmes conditions que les publicités murales et les bâches publicitaires permanentes (surface de 10,50m² support compris), la règle de densité s’appréciant par linéaire de palissade.
- **Les publicités et préenseignes, non numériques, scellées au sol** : l’implantation des publicités et des préenseignes s’établit dans une logique de flux, ce qui explique la présence de dispositifs de grands formats (12 et 8 m²) en appui des tissus bâtis le long des axes automobiles à fort potentiel d’audience.

La réduction globale des formats des dispositifs de publicités et préenseignes se justifie au regard d’une logique d’apaisement et de réduction des nuisances visuelles de la ville, tant dans ses usages que dans son paysage.

La logique d’apaisement de la ville justifie particulièrement la forte réduction des publicités et préenseignes scellées au sol, tant dans leurs formats et que dans leurs possibilités d’implantation. En effet, à la différence des dispositifs sur façade ou sur clôture installés sur des supports existants, les dispositifs scellés au sol constituent des objets déportés, principaux obstacles visuels dans le paysage urbain et depuis ses espaces publics.

Si une présence publicitaire scellée au sol peut se justifier dans les secteurs mixtes, le long des axes structurants et dans les grandes zones commerciales et d’activité (soit en ZP2 et en ZP3), où le tissu urbain se caractérise par de larges parcelles avec des grands volumes de bâtiments implantés en recul de la voie, le RLPm entend réduire leur surface et plus particulièrement leur nombre en ZP2 :

- **Nombre** : un linéaire minimal (25m) de façade sur rue d’une unité foncière est exigé pour qu’un dispositif scellé au sol puisse être installé. Cela signifie que pour les linéaires inférieurs à 25m, seul un dispositif mural, et non scellé au sol, peut être installé. Cette exigence d’un linéaire minimal permet de réduire le nombre de dispositifs scellés au sol et de faire en sorte qu’ils soient implantés sur des séquences paysagères plus aérées.

Une exception existe à l’exigence d’un linéaire minimal de 25m : à La Chapelle-sur-Erdre, rue Hervé Le Guyader et la route de Nantes, le linéaire minimal exigé est porté à 35m.

En effet, route de Nantes, les travaux pour la création d’un itinéraire cyclable permettant de relier le centre de la Chapelle-sur-Erdre au boulevard René Cassin à Nantes ont commencé en février 2022, l’aménagement cyclable de la rue Hervé Le Guyader existant déjà. Cet axe aujourd’hui dédié aux circulations motorisées va ainsi devenir une voie verte reliant Nantes à La Chapelle-sur-Erdre en

empruntant la vallée du Gesvres. L'aménagement comporte des travaux de végétalisation confortant les haies et alignements arborés déjà inventoriés au PLUm. Au sud de la zone agglomérée bordant la route de Nantes se trouve la vallée du Gesvres dont les espaces naturels et agricoles sont protégés tant par la ZNIEFF de la Vallée du Gesvres que par le Périmètre de Protection des Espaces Agricoles et Naturels Périurbains Erdre et Cens.

Le renouvellement urbain spontané de cet axe route de Nantes-rue Hervé Le Guyader est engagé, conforté désormais par des Orientations d'Aménagement et de Programmation (La Côte et La Blanchetière) qui s'attachent à garantir la qualité de l'insertion architecturale, urbaine et paysagère, notamment en identifiant des espaces végétalisés à préserver, à conforter ou à créer et en ménageant des principes de continuité paysagère.

Sur les linéaires supérieurs à 25m (ou à 35m à La Chapelle-sur-Erdre), un dispositif mural ou un dispositif scellé au sol peut être installé, sans cumul possible. Le nombre de dispositif par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière est plafonné à un.

- Surface : la surface d'affiche est limitée à 8m² (soit 10,50m² support compris), au lieu de la règle nationale de 12m².
- **Les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** : elles sont admises selon les conditions fixées par la réglementation nationale, la surface d'affiche de celles apposées sur mobilier d'information étant limitée à 8m², soit le même format que les publicités murales et scellées au sol sur domaine privé.

La publicité numérique est admise en ZP2, uniquement à Nantes, pour les mobiliers déjà existants (abris voyageurs et mobiliers d'information de 2m²).

e. Règles locales applicables en zone de publicité 3

En ZP3, soit dans les zones commerciales et d'activités d'ampleur, les conditions d'installation des publicités sont sensiblement identiques à celles applicables en ZP2, assorties de quelques nuances :

- contrairement à la ZP2, la publicité numérique sur domaine privé est admise en ZP3 ;
- un linéaire minimal n'est pas exigé pour l'installation d'un dispositif scellé au sol ;
- les grands linéaires peuvent accueillir deux dispositifs, espacés entre eux.

Dans le respect de la vocation économique des lieux et du fait qu'ils soient éloignés des habitations, la ZP3 correspond à la zone dans laquelle les possibilités d'installation de publicités sont les plus larges, toutefois bien moindres que ce que permettrait la réglementation nationale.

La ZP3 est la seule zone dans laquelle la publicité numérique sur domaine privé est admise, fortement contrainte en nombre et surface. La collectivité répond ainsi aux attentes fortes des citoyens

sur le sujet, sans pour autant interdire totalement ces types de dispositifs soumis à autorisation préalable du Maire.

Concernant les dispositifs non numériques, des possibilités de « grand format » demeurent dans ces lieux de flux (la règle nationale de surface étant néanmoins abaissée), le RLPm agissant sur la règle de densité, y compris sur les parkings extérieurs des grands centres commerciaux.

DISPOSITIFS INTERDITS EN ZP3

- **Les publicités et préenseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu**, comme dans toute la Métropole.

DISPOSITIFS ADMIS EN ZP3

Comme en ZP1 et en ZP2, les bâches de chantier, les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire et le « micro-affichage » sont admis en ZP3, selon les conditions fixées par la réglementation nationale.

D'autres dispositifs sont admis, assortis de restrictions locales :

- **Dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Nantes, les publicités et préenseignes directement installée sur le sol** (largeur maximale 0,80m, hauteur maximale par rapport au niveau du sol 1,20m) ;
- **Les publicités et préenseignes sur mur de bâtiment, ainsi que sur bâches permanentes et sur palissade de chantier**, selon des conditions de nombre et de surface plus contraintes que les règles nationales.
 - Nombre : un seul dispositif est admis par mur de bâtiment aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m² et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière, sans cumul possible avec un autre dispositif mural ou avec un dispositif scellé au sol, sauf pour les linéaires de plus de 100m (les deux dispositifs devant alors être espacés entre eux d'au moins 40m). Pour les palissades de chantier, un dispositif est admis par tranche de 20m de linéaire de palissade ;
 - Surface : la surface d'affiche est limitée à 8m² (soit 10,50m² support compris), au lieu de la règle nationale de 12m² pour les publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, réduite à 2m² d'écran (soit 3m² support compris) pour les publicités numériques (ce qui correspond aux surfaces des publicités numériques sur mobilier urbain à Nantes), au lieu de la règle nationale de 8m²
- **Les publicités et préenseignes scellées au sol :**
 - Nombre : le principe d'un seul dispositif (mural ou scellé au sol) par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière est défini. Pour les grands linéaires (plus de 100m), deux dispositifs peuvent être installés avec une règle d'espacement entre eux d'au moins

40m. Il peut s'agir de deux dispositifs muraux, de deux dispositifs scellés au sol ou d'un dispositif mural et d'un dispositif scellé au sol ;

- Surface : la surface d'affiche est limitée à 8m² (soit 10,50m² support compris), réduite à 2m² si la publicité est numérique (soit 3m² support compris).
- **Les publicités et préenseignes sur mobilier urbain** : elles sont admises selon les conditions applicables en ZP2.

A noter : en ZP2 comme en ZP3, le RLPm durcit la règle nationale de densité, y compris pour les parkings extérieurs des grands centres commerciaux ou de l'aéroport.

Les zones d'activités sont des morceaux de territoire dédiés à l'activité économique des entreprises. Les zones commerciales sont des espaces avec un bâti peu dense, un tissu lâche, qui offre de nombreux espaces dégagés. La forte pression publicitaire sur ces zones commerciales, due à la nécessité d'attirer l'attention des automobilistes entraîne une surenchère et une surcharge d'informations, rendant ces espaces saturés visuellement.

Une perte de lisibilité de l'espace et des constructions est constaté au profit de éléments destinés à informer ou attirer l'attention, ce qui engendre un manque d'attractivité et une perte de qualité de ces lieux, perçus comme des paysages urbains ou périurbains banalisés, standardisés.

En réduisant le nombre et la surface des publicités, le RLPm tend à améliorer leur qualité pour redonner aux entreprises, à leurs salariés, à leurs partenaires, aux habitants, un environnement de travail de qualité.

L'aéroport de Nantes est une « porte d'entrée » sur le territoire métropolitain : elle doit être traitée comme une entrée de ville ou un axe structurant, c'est-à-dire soigner la première image que l'on a du territoire métropolitain en descendant de l'avion. La faible vocation économique des lieux ne justifie pas de lui octroyer plus de possibilités de publicités que les zones commerciales.

Le RLPm applique donc la même règle de densité, restrictive, aux parkings extérieurs des grands centres commerciaux et de l'aéroport, que celles définies en ZP2 ou ZP3 selon les cas, ces parkings constituant de vastes espaces ouverts, sans « bâti rapproché », que l'on pourrait presque assimiler à du « hors-agglomération » d'un point de vue de l'ouverture de vue (espace ouvert dégagé).

C. REGLES LOCALES APPLICABLES AUX ENSEIGNES

En matière d'enseignes, le RLPm a cherché le juste équilibre entre intégration qualitative de ces dispositifs directement liés aux activités locales et respect de la liberté de création des commerces et autres activités, chacun ayant sa propre identité visuelle, mais aussi respect de la liberté d'appréciation, au cas par cas, dont bénéficie chaque Maire lors de l'instruction de la demande d'autorisation préalable d'enseigne. Cela correspond aux attentes des acteurs économiques,

étroitement associés à la procédure (chambre des métiers, chambre de commerce, comité technique métropolitain des acteurs économiques, enseignants...).

A l'instar des publicités et préenseignes, le RLPm édicte des principes communs, applicables à toute enseigne sur tout le territoire métropolitain (en et hors agglomération). Ces règles participent incontestablement à l'harmonisation de ces dispositifs.

Le RLPm module ensuite les restrictions locales, selon les ambiances paysagères correspondant aux différentes zones de publicité. La double logique, à la fois d'homogénéisation et de graduation des règles, est donc également mise en oeuvre en matière d'enseignes.

a. Principes communs à l'ensemble du territoire métropolitain

- **Les enseignes apposées à plat ou parallèlement au mur** constituent la majorité des enseignes présentes sur le territoire métropolitain.

Ces enseignes s'insèrent directement dans l'architecture des bâtiments et participent à l'animation des façades commerciales. De ce fait, elles contribuent à la qualité des ambiances urbaines, notamment dans les centres-villes et centres-bourgs, et encore plus fortement dans les secteurs patrimoniaux.

Dans l'objectif de préserver et de mettre en valeur ces tissus urbains, et dans une logique de qualité urbaine et architecturale, un premier niveau de règles est défini pour encadrer leur insertion sur le bâtiment support et dans leur environnement de manière générale :

- elles doivent respecter les lignes de composition de la façade, les emplacements des baies et ouvertures : l'objectif ici traduit réglementairement est d'éviter par exemple qu'une enseigne parallèle parcourt toute la façade, sans respecter les emplacements de la vitrine commerciale ni des ouvertures. Cette règle de positionnement simple, applicable à tout le territoire, permet de mieux intégrer l'enseigne à la façade, sans la dénaturer et en veillant à garantir sa lisibilité.
- elles ne doivent masquer aucun élément décoratif de la façade, ni chevaucher la corniche ou le bandeau : il s'agit d'une règle de « bon sens », l'enseigne devant respecter la qualité architecturale du bâtiment qui la supporte.
- elles doivent rechercher la faible épaisseur et la discrétion des fixations et des dispositifs d'éclairage : la sobriété des dispositifs est préconisée, ce qui n'empêche pas leur visibilité. Les caissons épais sont à proscrire de même que les modes d'éclairages de type spot-pelles dépassant fortement du mur.
- les teintes agressives sont interdites. L'aspect de l'enseigne doit être en harmonie avec les teintes et les matériaux de la façade. L'appréciation du caractère « agressif » des couleurs employées se fera au cas par cas par chaque Maire, en fonction de l'emplacement précis de l'enseigne en tel ou tel lieu.

- **A l’instar des publicités et préenseignes, les enseignes sont également soumises à obligation d’extinction nocturne.** Au lieu de la règle nationale d’extinction entre 1h et 6h, les enseignes lumineuses extérieures devront être éteintes entre minuit et 6h.

Les dispositifs d'enseignes sont pour la plupart éclairés, afin d'être visibles de jour comme de nuit, grâce à des systèmes de rétro-éclairage ou de projection ou par lettres leds sur store. Un développement des enseignes numériques est constaté à l'extérieur, mais également à l'intérieur des vitrines commerciales.

La règle locale d’extinction s’applique ainsi aux enseignes extérieures mais aussi, comme pour les publicités et préenseignes, aux enseignes lumineuses situées à l’intérieur des vitrines commerciales, comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, quel que soit le mode d’éclairage.

Cette règle locale n’empêche pas qu’un commerce ou autre activité, qui fermerait à 19h par exemple, éteigne son enseigne avant minuit.

- **Les enseignes numériques situées à l’intérieur de vitrines commerciales** ont également des impacts visuels perceptibles depuis les rues qui les bordent, notamment lorsqu'elles occultent des baies entières. Afin de limiter ces impacts tant sur les ambiances urbaines que sur l'architecture des bâtiments, la surface cumulée des écrans numériques intérieurs, qu'ils soient publicités, enseignes ou préenseignes est limitée au quart de la surface de la vitrine, plafonnée à 1,50m², par vitrine et par voie.
- **Un seuil de consommation énergétique des écrans numériques intérieurs aux commerces est défini** : c’est le même qu’en matière de publicités et préenseignes puisqu’en l’espèce peu importe la qualification du dispositif, l’objectif est d’encadrer et de limiter fortement le procédé numérique.

b. Règles locales applicables dans le Site Patrimonial Remarquable de Nantes

Le règlement du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Nantes date de mars 2017. Il contient en son article US.11-7C diverses mesures relatives aux enseignes, sur lesquelles s’appuient la ville de Nantes et l’Architecte des Bâtiments de France pour instruire les demandes d’autorisation préalable d’enseigne.

Ayant ainsi pleinement produit leurs effets sur le terrain, il a été décidé de reprendre la majorité de ces dispositions dans le règlement du RLPm afin qu’elles deviennent de véritables règles opposables.

Ces règles sont très précises et traduisent réglementairement une grande exigence d’intégration des enseignes sur leur bâtiment-support et dans leur environnement.

DISPOSITIFS INTERDITS DANS LE SITE PATRIMONIAL REMARQUABLE DE NANTES

- **Les enseignes sur balcons, balconnets, garde-corps, auvents, marquises sont interdites** : le règlement local reprend ici la disposition du PSMV selon laquelle les enseignes doivent être conçues en adéquation avec l'architecture de la façade et précise le principe général du RLPm applicable à toute enseigne de ne pas altérer un élément décoratif du bâtiment et celui de respect des lignes de composition de la façade.
- **Les enseignes en étages sont interdites**. Cette interdiction s'applique aux enseignes parallèles comme aux enseignes perpendiculaires. Leur positionnement se limite à l'emprise du rez-de-chaussée, même pour les activités exercées en étages.
- **Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, ou en acrotère, sont interdites**.

Comme les publicités et préenseignes, les enseignes en toiture sont des éléments ajoutés dans le paysage, des dispositifs qui émergent au-dessus du toit et augmentent la hauteur du bâtiment.

Les enseignes sur toiture ou sur terrasse constituent des dispositifs rapportés, souvent assez massifs pour être visibles de loin, et qui sont de fait plus adaptés aux ambiances urbaines des zones d'activités où ils sont à l'échelle des volumes des bâtiments. Au contraire, en Site Patrimonial Remarquable de Nantes, ces enseignes sur toiture ne sont pas adaptées.

- **Les enseignes scellées au sol et celles directement installées sur le sol sont totalement interdites**.

En tant qu'objets déportés du bâtiment-lieu d'exercice de l'activité et donc plus prégnants dans le paysage, les enseignes scellées au sol et celles directement installées sur le sol sont interdites en SPR de Nantes. Elles peuvent par ailleurs créer une gêne pour la circulation des piétons, dans des lieux principalement piétonniers.

En SPR, les enseignes doivent rester positionnées sur la façade du bâtiment d'activité : elles ne peuvent donc être que parallèles ou perpendiculaires au mur.

- **Les enseignes sous forme de caissons entièrement lumineux, néons et enseignes à lumière non fixe (rayon laser, numérique, clignotant) sont interdites**.

De même qu'en matière de publicités et préenseignes, une attention particulière est portée au caractère lumineux des dispositifs, en cohérence avec les démarches PCAET et Trame noire.

Le RLPm interdit les enseignes au mode d'éclairage agressif ou peu qualitatif tels que les caissons entièrement lumineux.

Le RLPm interdit également les modes d'éclairage mouvants, plus impactants dans le paysage et plus énergivores : il en va ainsi des enseignes lumineuses sous forme de rayons laser, des enseignes numériques et des enseignes clignotantes (seules les pharmacies et services d'urgence peuvent être dotées d'enseignes clignotantes).

Ainsi, dans le SPR de Nantes, l'éclairage éventuel des enseignes ne doit employer ni l'intermittence, ni le clignotement ou le défilement, exception faite des pharmacies et services d'urgence (la réglementation nationale leur permet de disposer d'enseignes clignotantes).

- **Les enseignes utilisant un support en miroir sont interdites.**

DISPOSITIFS ADMIS DANS LE SITE PATRIMONIAL REMARQUABLE DE NANTES

- **Des prescriptions très précises, reprenant certaines mesures du PSMV, sont définies pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur (dites « en bandeau »).**

Le règlement local ne peut pas déroger et ne peut « assouplir » les règles nationales suivantes :

- Interdiction de dépassement des limites du mur support et de l'égout du toit ;
- Saillie limitée à 25 cm ;
- Limitation de la surface totale des enseignes en façade (soit la surface cumulée des enseignes parallèles et perpendiculaires) proportionnellement à la surface de la façade commerciale : 25% si la façade commerciale fait moins de 50m² ou 15% lorsque la façade commerciale est de plus de 50m².

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

- Limitation du nombre : les enseignes parallèles sont limitées à une par façade (sur rue) dont dispose le commerce (les pans coupés aveugles ne sont pas considérés comme des façades). Cette disposition tend à une certaine sobriété des enseignes parallèles.

Toutefois, pour tenir compte de la diversité des bâtiments supports d'enseignes, la répétition d'une écriture d'enseigne parallèle ou la répartition de son contenu sur deux bandeaux est admise sur une même façade pour tenir compte de la composition architecturale de devantures présentant une longueur importante et une division en plus de trois travées par vitrines.

- Règle de positionnement : les dispositions du RLPm ont pour objectif de préserver l'intégrité architecturale du bâtiment et du site dans lequel l'enseigne se situe, tout en s'adaptant au fonctionnement de l'activité.

Les enseignes « en bandeau » doivent être installées sur la ou les façades de l'immeuble où se trouve l'établissement ou l'accès à celui-ci depuis le domaine public : l'enseigne ne peut être installée que sur les parois extérieures des volumes occupés par des activités, afin d'éviter tout débord sur les façades mitoyennes ou les niveaux inférieurs et/ou supérieurs, qui nuirait à la composition d'ensemble des lieux.

Les enseignes doivent être positionnées dans la limite de l'emprise du rez-de-chaussée : il s'agit ici d'une règle simple consistant à imposer, pour les activités exercées uniquement au rez-de-chaussée, que les enseignes restent au plus près du rez-de-chaussée.

Cette exigence de positionnement dans l'emprise du rez-de-chaussée s'applique également aux activités exercées uniquement ou partiellement en étages tels que les hôtels.

Outre leur positionnement au rez-de-chaussée, le RLPm précise encore (comme le PSMV) que les enseignes parallèles au mur doivent être positionnées sous les linteaux des vitrines en tableau. Dans certains cas, notamment lorsqu'un élément de poutraison est destiné à être dissimulé, il peut être admis une enseigne (qui peut être imposée comme un simple lettrage) au-dessus d'une baie de vitrine sous réserve de ne pas porter atteinte à une composition ou un élément d'architecture remarquable.

- Mode de réalisation et dimensions de l'enseigne : les dispositions du règlement local sont très précises et ont pour objectif de permettre une bonne insertion de l'enseigne sur la façade, en tenant compte de la devanture et en adéquation avec le caractère de l'immeuble.

Divers choix s'offrent quant au mode de réalisation de l'enseigne, tous tendant à une grande sobriété de l'enseigne en bandeau. L'enseigne peut être réalisée en lettres découpées indépendantes, ce qui reste le mode de réalisation le mieux intégré, ou en lettres peintes sur devanture en bois, ou sur un bandeau de faible épaisseur, ou encore sur la partie tombante (lambrequin) d'un store.

Afin d'assurer une bonne insertion des écritures et leur homogénéisation, la hauteur des lettres est limitée à 30cm. Toutefois, certains caractères (majuscules, logos...) peuvent nécessiter d'être réalisés avec une hauteur supérieure à 30cm : des éléments de lettrage plus importants peuvent être admis très ponctuellement, dans la limite d'une hauteur de 50cm.

Toujours dans la recherche d'une grande sobriété, la hauteur totale de l'enseigne parallèle est limitée à 60cm, et l'épaisseur de l'enseigne à 10cm.

- Mode d'éclairage : l'éclairage éventuel de l'enseigne est assuré par projection par une rampe lumineuse de faible saillie et sans fixation visible, ou par des lettres découpées rétroéclairées, ou par des spots, soit autant de modes discrets et sobres, permettant plutôt un éclairage fragmenté.

L'éclairage par spots et projecteurs montés sur potence individuelle peut être accepté si le dispositif est rendu le plus discret possible dans la façade (diamètre de câble ou tige de support les plus fins possibles, nombre de spots limités, saillie réduite).

- **Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur (dites « en drapeau ») font également l'objet de règles locales spécifiques, restreignant les règles nationales.**

Le règlement local ne peut pas déroger et ne peut « assouplir » les règles nationales suivantes :

- Interdiction de dépassement de la limite supérieure du mur support ;
- Interdiction d'apposition devant une fenêtre ou un balcon ;

- Limitation de la surface totale des enseignes en façade (soit la surface cumulée des enseignes parallèles et perpendiculaires) proportionnellement à la surface de la façade commerciale : 25% si la façade commerciale fait moins de 50m² ou 15% lorsque la façade commerciale est de plus de 50m².

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

- Limitation du nombre : Une enseigne perpendiculaire est admise par établissement et par voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée.

Ainsi, une activité située dans un bâtiment à l'angle de deux voies pourrait disposer, dans le respect des règles nationales et des autres règles locales, de deux enseignes en drapeau. En revanche, aucun « bonus » n'est accordé pour les activités types tabac-presse, qui devront sur le terrain supprimer certaines de leurs enseignes perpendiculaires ou les regrouper sur un même support.

- Règle de positionnement : comme les enseignes parallèles, l'enseigne perpendiculaire doit être positionnée dans la limite de l'emprise du rez-de-chaussée, même si l'activité est exercée en étages.
- Encadrement des dimensions : des règles précises sont édictées quant aux dimensions maximales de l'enseigne perpendiculaire, ce qui participe sans conteste à leur homogénéisation. Leur surface est limitée à 0,33m² (hors scellement) et leur épaisseur est limitée à 10cm. C'est donc la discrétion de ces dispositifs qui est recherchée dans le Site Patrimonial Remarquable de Nantes.

c. Règles locales applicables dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement, hors Site Patrimonial Remarquable de Nantes

Outre les règles précises définies pour les enseignes situées dans le SPR de Nantes, le règlement du RLPm édicte également des règles spécifiques pour celles situées dans les lieux d'interdiction absolue et relative de publicité de toutes les communes (abords des monuments historiques et sites inscrits notamment).

Ces lieux « protégés » présentent une forte sensibilité paysagère et patrimoniale : les règles applicables aux enseignes situées dans ces lieux s'inspirent largement du règlement du PSMV de Nantes, sans être aussi restrictives. Les différences principales portent sur le traitement des enseignes scellées au sol, des enseignes directement installées sur le sol, des enseignes en étages et des dimensions des enseignes parallèles (hauteur des lettres).

Le RLPm fonde également ses règles sur les prescriptions appliquées par l'Architecte des Bâtiments de France lorsqu'il a à connaître d'un dossier d'enseigne dans les abords des monuments historiques de toutes les communes. Ainsi, les pétitionnaires disposeront d'un document clair

expliquant l'ensemble des règles appliquées aux enseignes dans les lieux protégés : cela permet de les guider en amont de la conception de leur projet d'enseignes.

DISPOSITIFS INTERDITS DANS LES LIEUX PROTEGES DE TOUTES LES COMMUNES, HORS SPR DE NANTES

- **Les enseignes sur balcons, balconnets, garde-corps, auvents, marquises sont interdites** : le règlement local précise le principe général applicable à toute enseigne de ne pas altérer un élément décoratif du bâtiment. Les enseignes sont malvenues sur certaines parties du bâtiment-support, qui constituent des éléments architecturaux de qualité.
- **Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, ou en acrotère, sont interdites.**

Comme en SPR de Nantes, les ambiances de centres-villes et de centres-bourgs où se situent généralement les monuments historiques se caractérisent par des tissus urbains mixtes assez denses au sein desquels les enseignes sur toiture paraissent peu adaptées et assez impactantes d'un point de vue paysager. Elles sont donc interdites dans les lieux protégés de toutes les communes.

- **Les enseignes scellées au sol sont interdites.**

Une exception est apportée à l'interdiction des enseignes scellées au sol : celles des stations-essence sont admises, ainsi que celles des établissements dont les enseignes sur bâtiment ne seraient pas visibles depuis la voie. Elles sont limitées à un dispositif de 6m² de surface maximale par activité et par voie bordant l'activité. Cela correspond à la règle nationale applicable aux enseignes scellées au sol situées hors agglomération ainsi que dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants : la règle est ici dupliquée à tous les lieux protégés (hors SPR de Nantes où les enseignes scellées au sol et celles directement installées sur le sol sont totalement interdites), y compris ceux des communes les plus urbaines.

- **Les enseignes sous forme de caissons entièrement lumineux, néons et enseignes à lumière non fixe (rayon laser, numérique, clignotant) sont interdites.**

Le RLPm prévoit une exception à l'interdiction des enseignes à lumière non fixe en faveur des établissements culturels, d'enseignement ou sportifs, dont les enseignes sont souvent intégrées dans la conception architecturale même du bâtiment.

DISPOSITIFS ADMIS DANS LES LIEUX PROTEGES DE TOUTES LES COMMUNES, HORS SPR DE NANTES

- **Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur ou à une clôture (dites « en bandeau ») sont soumises à des règles locales de positionnement, de mode de réalisation et de mode d'éclairage.**

En complément des règles nationales qui demeurent applicables (règle de proportion par rapport à la surface de la façade commerciale notamment), le règlement local édicte les restrictions suivantes :

- Règle de positionnement :

Les enseignes « en bandeau » doivent être installées sur la ou les façades de l'immeuble où se trouve l'établissement ou l'accès à celui-ci depuis le domaine public, dans la limite de l'emprise du rez-de-chaussée, intégrées dans le bandeau qui surplombe la vitrine ou disposées au-dessus de la devanture.

Contrairement au SPR de Nantes, les enseignes parallèles en étages sont admises lorsque l'activité est exercée principalement ou uniquement en étage. Dans ce cas, les enseignes parallèles peuvent être positionnées au niveau de l'étage d'exercice de l'activité.

- Mode de réalisation : les dispositions du règlement local ont pour objectif de permettre une bonne insertion de l'enseigne sur la façade, en tenant compte de la devanture et en adéquation avec le caractère de l'immeuble.

Les enseignes parallèles sont réalisées soit en lettres découpées indépendantes ou en lettres peintes sur devanture en bois ou inscrites sur store (pas uniquement sur le lambrequin) ou sur un bandeau de faible épaisseur.

Un seul mode de réalisation n'est pas imposé, plusieurs options sont possibles. Le mode de réalisation dépend du support sur lequel l'enseigne vient s'apposer (mur en pierre ou enduit, devanture en applique, store).

Par ailleurs, le nombre d'enseignes parallèles n'étant pas limité (contrairement au SPR de Nantes), un même établissement peut disposer par exemple à la fois d'une enseigne en lettres découpées sur le mur et d'une enseigne sur store.

- Mode d'éclairage : un mode d'éclairage spécifique n'est pas imposé, afin de laisser aux activités une certaine liberté de création ainsi qu'aux Maires une liberté d'appréciation lors de l'instruction du dossier d'enseigne.

Comme pour les enseignes situées dans le Site Patrimonial Remarquable de Nantes, la sobriété de l'éclairage est recherchée. Le mode d'éclairage de l'enseigne parallèle doit être assuré par projection par une rampe lumineuse de faible saillie et sans fixation visible, ou par des lettres découpées rétroéclairées, ou par des spots.

- **Des règles locales sont définies pour les enseignes apposées perpendiculairement à un mur (dites « en drapeau ») : elles complètent et restreignent les règles nationales.**
 - Limitation du nombre : Une seule enseigne perpendiculaire est admise par établissement et par voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée.
 - Règle de positionnement : l'enseigne perpendiculaire doit être positionnée dans l'emprise du rez-de-chaussée, le cas échéant dans le prolongement de l'enseigne apposée à plat ou parallèlement au mur si elle existe. L'objectif est d'assurer une continuité des dispositifs afin d'éviter un « éparpillement » sur la façade.

Les activités exercées également ou uniquement en étages (ex : hôtels) peuvent positionner leur enseigne perpendiculaire au niveau des étages occupés par l'activité, si leur intégration reste harmonieuse. Le principe reste celui d'un positionnement au rez-de-chaussée, l'installation en étages devant être conçu comme une exception.

- **Encadrement des dimensions** : Comme dans le SPR de Nantes, la surface de l'enseigne perpendiculaire est limitée à 0,33m² hors scellement et son épaisseur est limitée à 10cm.

Les enseignes en étages étant en revanche admises et destinées à être visibles de plus loin, leur surface est portée à 1m² et leur épaisseur à 15cm.

- **Les enseignes directement installées sur le sol** sont admises dans les lieux protégés autres que le SPR de Nantes.

Elles sont encadrées quant à leurs dimensions maximales, de manière identique aux règles instaurées en matière de publicités et préenseignes scellées au sol (largeur 0,80m, hauteur par rapport au niveau du sol 1,20m). Elles sont par ailleurs limitées en nombre : un seul dispositif est admis par activité et par voie bordant l'immeuble lieu d'activité.

Cette règle constitue une restriction par à la réglementation nationale, qui ne limite pas le nombre des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'1m².

d. Règles locales applicables en zone de publicité 1

En ZP1, soit tous les secteurs agglomérés autres que les axes structurants et les grandes zones commerciales et d'activités, le corps de règles défini pour les enseignes en lieux protégés est repris, néanmoins allégé pour tenir compte des réalités de terrain des tissus urbains résidentiels et des centralités non situés dans des secteurs patrimoniaux.

DISPOSITIFS INTERDITS EN ZP1

- **Les enseignes sur balcons, balconnets, garde-corps, auvents, marquises sont interdites, ainsi que celles sous forme de caissons entièrement lumineux, néons et enseignes à lumière non fixe (rayon laser, numérique, clignotant), dans les mêmes conditions qu'en lieux protégés.**
- **Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, ou en acrotère, sont interdites, une exception étant apportée.**

Les établissements commerciaux de surface de vente de plus de 1 000m² peuvent disposer d'une ou plusieurs enseignes en toiture, alors admises selon les règles nationales (réalisées en lettres et signes découpés, surface cumulée limitée à 60m²). En effet, ces établissements, pouvant être excentrés par rapport cœurs de villes, nécessitent souvent d'être vus de loin.

La surface de vente de 1 000m² correspond au seuil qui déclenche l'intervention de la CDAC (Commission Départementale d'Aménagement Commercial) pour l'implantation d'un commerce. Cela représente environ 160 commerces sur les 7000 que comporte Nantes Métropole, sachant qu'un Maire dispose toujours d'un pouvoir d'appréciation au moment de l'instruction du dossier d'enseigne.

DISPOSITIFS ADMIS EN ZP1

- **Les enseignes scellées au sol sont admises, limitées en surface et en nombre.**

D'une part, le RLPm harmonise les règles entre les agglomérations de plus de 10 000 habitants et celles de moins de 10 000 habitants en fixant une surface unitaire maximale unique : 6m².

D'autre part, il harmonise les règles entre les enseignes de plus de 1m² et celles de moins de 1m² en limitant le nombre d'enseignes scellées au sol à un dispositif par établissement et par voie bordant cet établissement.

- **Des prescriptions spécifiques sont définies pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur ou à une clôture (dites « en bandeau »).**

Le règlement local conserve les règles nationales de non-dépassement des limites du mur support et de l'égout du toit, de saillie maximale de 25 cm et de limitation de la surface totale des enseignes en façade en proportion de la surface de la façade commerciale.

Par ailleurs, le RLPm ne limite pas le mode de réalisation ni le mode d'éclairage de l'enseigne parallèle, outre les principes communs applicables à tout le territoire. En effet, la ZP1 est la zone majoritaire en superficie et recouvre des cas d'enseignes très variés : enseignes traditionnelles de centralités, plus éparées dans les tissus résidentiels, enseignes de centres commerciaux secondaires...Le mode de réalisation et le mode d'éclairage seront appréciés au cas par cas lors de l'instruction de la demande d'autorisation préalable.

Le règlement local édicte des restrictions tenant uniquement à la règle de positionnement. Lorsque l'activité dispose d'une devanture commerciale, les enseignes sont, soit intégrées dans le bandeau qui surplombe la vitrine, soit disposées au-dessus de la devanture. Cette règle tend à respecter les lignes de composition de la façade et invite à un positionnement des enseignes parallèles au niveau de l'ouverture constituée par la devanture.

En l'absence de devanture (cas d'un mur retour pignon aveugle par exemple), les enseignes doivent être installées dans les limites de la partie de façade du bâtiment derrière laquelle est exercée l'activité signalée. Cela évite que l'enseigne parallèle « déborde » complètement du lieu d'exercice de l'activité et soit de grande surface.

- **Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur (dites « en drapeau ») font l'objet de règles locales presque aussi précises qu'en lieux protégés, restreignant les règles nationales.**

Le règlement local conserve les règles nationales d'interdiction de dépassement de la limite supérieure du mur support, d'interdiction d'apposition devant une fenêtre ou un balcon et de limitation de la surface totale des enseignes en façade en proportion de la surface de la façade commerciale.

En complément de ces règles nationales, le règlement local édicte les restrictions complémentaires suivantes :

- Limitation du nombre : la règle applicable en lieux protégés l'est également en ZP1. Une enseigne perpendiculaire est admise par établissement et par voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée.

Cette attention particulière portée aux enseignes perpendiculaires s'explique par le fait que trop nombreux et/ou mal positionnés, ces dispositifs peuvent altérer des perspectives et créer une impression de désordre.

- Règle de positionnement : l'enseigne perpendiculaire doit être positionnée dans la limite supérieure du 1^{er} étage, le cas échéant dans le prolongement de l'enseigne apposée à plat ou parallèlement au mur si elle existe. Les activités exercées également en étages (ex : hôtels) peuvent positionner leur enseigne perpendiculaire au niveau des étages occupés par l'activité.
 - Encadrement des dimensions : La surface des enseignes positionnées au rez-de-chaussée ou dans la limite supérieure du 1^{er} étage est limitée à 0,80m² (règles nationales pour les enseignes en étages) et la saillie par rapport au mur est limitée à 0,80m.
- **Les enseignes directement installées sur le sol** sont admises selon les mêmes règles que celles définies en lieux protégés.

e. Règles locales applicables en zones de publicité 2 et 3

Les règles nationales sont largement conservées en ZP2 et ZP3, correspondant à des secteurs mixtes et aux grandes zones commerciales et d'activités. La réglementation nationale a été notablement durcie par la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010 : la conformité de ces enseignes, pourtant exigible depuis 2018, n'est pas toujours constatée sur le terrain.

Aussi, la seule conformité des enseignes aux nouvelles règles nationales apparaît dans bien des cas suffisantes pour permettre leur bonne insertion.

Le règlement local traite néanmoins spécifiquement deux types d'enseignes :

- **Les enseignes directement installées sur le sol** sont admises selon les mêmes règles que celles définies en lieux protégés et en ZP1. Ainsi, sur presque tout le territoire, leurs formats sont homogénéisés.
- **Les enseignes scellées au sol sont limitées en surface et le format de type « totem » est imposé.**

Le long des axes structurants (ex : route de Vannes), de nombreuses enseignes scellées au sol utilisent exactement le même format que celui des publicités scellées au sol, ce qui peut créer une confusion

dans la lecture des messages. Certains dispositifs sont par ailleurs mixtes (une face enseigne / une face publicité ou préenseigne).

Afin d'améliorer la lisibilité des enseignes des zones d'activités et des axes structurants à dominante commerciale, le RLPM propose de les distinguer des autres dispositifs par leur format, en imposant aux enseignes un format totem, dont la surface est limitée à 6m².

La perception des activités commerciales est améliorée. La recherche de sobriété est ainsi mise en oeuvre, afin d'éviter la surcharge visuelle et la cacophonie due à la multiplicité des formes de support. La qualité paysagère globale de ces espaces banalisés est accrue.



Exemple d'enseigne scellée au sol empruntant le même format que les publicités et préenseignes scellées au sol classique



Exemple d'enseigne scellée au sol de format totem

SYNTHESE

Le RLPm traduit l'ambition métropolitaine de réduction générale de la place des dispositifs de publicités et préenseignes extérieurs dans les espaces publics, sans pour autant nier les besoins des acteurs économiques de communiquer et signaler les activités locales.

Il met en oeuvre une double logique d'homogénéisation à l'échelle de toute la Métropole et de graduation des règles selon la sensibilité paysagère et patrimoniale des lieux.

Tous les habitants du territoire, qu'ils vivent dans des communes rurales ou très urbaines, bénéficient du même degré de protection. Les possibilités d'installation de publicité sont très contraintes en ZP1. En matière d'enseignes, des exigences qualitatives sont retranscrites, en particulier pour les lieux patrimoniaux, sans pour autant brider totalement la liberté de création des activités locales dans la conception de leur dispositif.

En ZP2 et en ZP3, correspondant à des lieux de flux et non à des lieux habités, le RLPm respecte les besoins de bonne lisibilité des affiches publicitaires dans des secteurs empruntés par les automobilistes et non par les piétons. Il agit en revanche fortement sur la réduction des possibilités d'installations. Il accroît en même temps la lisibilité des enseignes.

Enfin, que ce soit en matière de publicités, préenseignes et enseignes, le RLPm encadre très strictement tous les procédés lumineux, impactants dans le paysage et consommateurs d'énergie. C'est le cas plus particulièrement des dispositifs numériques, limités quant à leurs emplacements possibles, leur surface, leur nombre et leur consommation d'énergie.