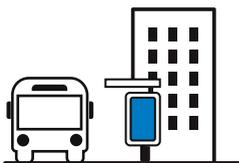
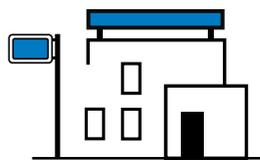
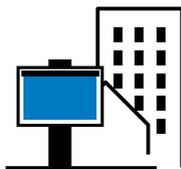
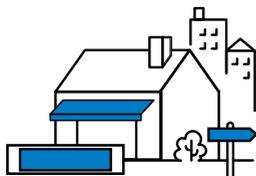
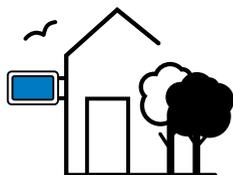


LE RLPm EN QUESTION

**Votre information
sur l'élaboration
du nouveau règlement
local de publicité
de la métropole nantaise**



RLPm

ÉDITORIAL



Le nouveau RLPm - Règlement Local de Publicité Métropolitain, qui sera applicable à nos 24 communes en 2022, organisera, dans sa forme et ses implantations, l'affichage urbain sur l'espace public et privé.

Son ambition sera claire : réduire les nuisances visuelles et mieux valoriser notre patrimoine.

L'harmonisation des règles, pour toutes nos communes, se construira avec elles, en respectant l'identité et la diversité des paysages de chacune. Cette co-construction engage les professionnels du secteur de la publicité et les associations œuvrant pour la protection du cadre de vie, mais aussi tous les habitants et usagers de la métropole.

Dotée de cette nouvelle compétence, Nantes Métropole a décidé d'y placer une ambition plus forte que la seule réglementation attendue par l'État. À Nantes Métropole, nous avons fait de la participation citoyenne une règle et un moteur de changement collectif. Plusieurs temps de concertation réglementaire sont prévus pour aboutir, en 2022, à l'approbation de ce RLPm et pour aller encore plus loin, nous avons décidé d'ouvrir un volet complémentaire de réflexion partagée : un atelier citoyen et une consultation en ligne interrogeront, plus largement, la place et la nature de la publicité qui nous entoure, mais aussi son impact social, éthique, écologique et économique. Pollution visuelle et lumineuse, consommation énergétique, modèles de consommation ou d'égalité femme-homme, contrainte et nécessités économiques... sont autant de sujets qui nourriront le débat, au-delà des seules règles édictées par le RLPm.

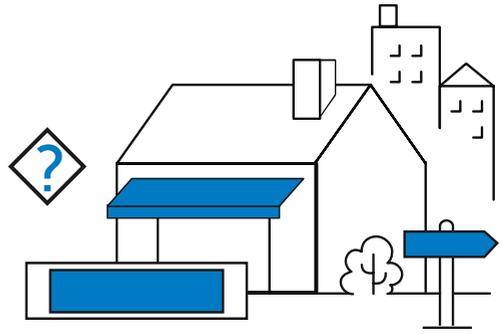
Je vous invite tous à y contribuer sur notre plateforme de dialogue citoyen, parce que c'est avec la vision de tous les acteurs et usagers que nous dessinerons le paysage métropolitain de demain.

JOHANNA ROLLAND

Présidente de Nantes Métropole

SOMMAIRE

C'est quoi le Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) ?	3
Pourquoi élaborer un RLPm ?	3
De quelles pièces se compose le RLPm ?	4
Quel est le calendrier d'élaboration du RLPm ?	4
Les habitants pourront-ils participer à l'élaboration du RLPm ?	5
Quelles seront les modalités de participation ?	5
Existera-t-il une autre forme de concertation sur la publicité au-delà du cadre réglementaire du RLPm?	6
Comment seront retraduites les contributions individuelles dans le RLPm ?	6
Qui approuvera le RLPm ?	7
Le RLPm remplacera-t-il le RLP en vigueur dans ma commune ?	7
Une fois le RLPm en place, qui l'instruira : les communes ou la métropole ?	7
Le RLP réglemente-t-il tout l'affichage et toute la publicité ?	8
Le RLPm peut-il prescrire l'interdiction complète de la publicité sur l'espace public ?	8
Le RLPm a-t-il une incidence sur la taille de l'affichage ?	8
Le RLPm peut-il améliorer l'insertion de l'affichage dans l'environnement ?	9
Au nom de la sécurité routière, le RLPm peut-il empêcher que l'affichage ne perturbe la visibilité des conducteurs ?	9
Le RLPm peut-il intervenir sur le contenu de la publicité ?	9
Le RLPm est-il la seule réglementation concernant l'affichage ?	10
Il y a-t-il un lien entre le RLPm et la Taxe Locale sur la Publicité ?	10
Il y a-t-il un lien entre le RLPm et le PLUm ?	10
Où trouver de l'information sur l'élaboration du RLPm ?	11



QUESTION

1

C'est quoi le Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) ?

Le Règlement Local de la Publicité sert à réglementer **la forme et l'implantation des dispositifs publicitaires (panneaux, enseignes et pré-enseignes) sur l'espace public et l'espace privé ouvert et visible depuis l'espace public.**

Il adapte la réglementation nationale existante au contexte local. Il vise à assurer la protection du cadre de vie et des paysages, tout en permettant la liberté de l'affichage et l'attractivité

des secteurs commerciaux.

Demain, le Règlement Local de la Publicité devient **intercommunal et unique pour les 24 communes.** Il harmonisera les règles sur notre territoire, tout en respectant les spécificités et les identités des communes. Une fois approuvé, il remplacera les 13 règlements locaux de publicité communaux actuellement en vigueur.

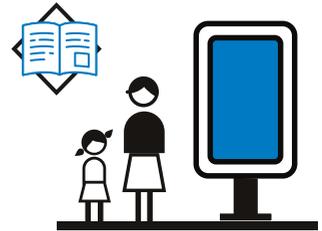
QUESTION

2

Pourquoi élaborer un RLPm ?

Actuellement, sur le territoire métropolitain, 13 des 24 communes disposent de règlements locaux de publicité, adoptés entre 1992 et 2010. (Bouguenais, 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). Les 11 autres communes appliquent la réglementation nationale en vigueur.

En 2010, une loi (la Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environne-



ment) a durci les règles nationales applicables aux publicités et aux enseignes, sur les formes d'affichage(s) (la publicité « numérique », par exemple) ou les conditions d'installation des enseignes. Elle le fait pour réduire les nuisances visuelles et protéger d'avantage les cadres de vie et les paysages. Cette loi permet aux intercommunalités de se saisir de l'élaboration du document, ce que fait Nantes Métropole, en collaboration étroite avec les communes.

De quelles pièces se compose le RLPm ?

Le Règlement Local de Publicité se trouve en annexe du Plan Local d'Urbanisme. Il est élaboré selon la même procédure, par la même entité compétente Nantes Métropole, bien que relevant du Code de l'Environnement.

Trois pièces composeront le RLPm :

- **un rapport de présentation :**

> cette pièce comprend un diagnostic du territoire. Il s'agit d'un état des lieux des enjeux de paysage et du cadre de vie sur l'ensemble du territoire.

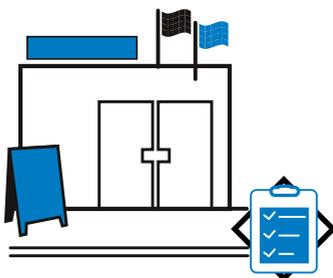
> il comprend également une analyse de la réglementation nationale applicable aux

différentes parties du territoire.

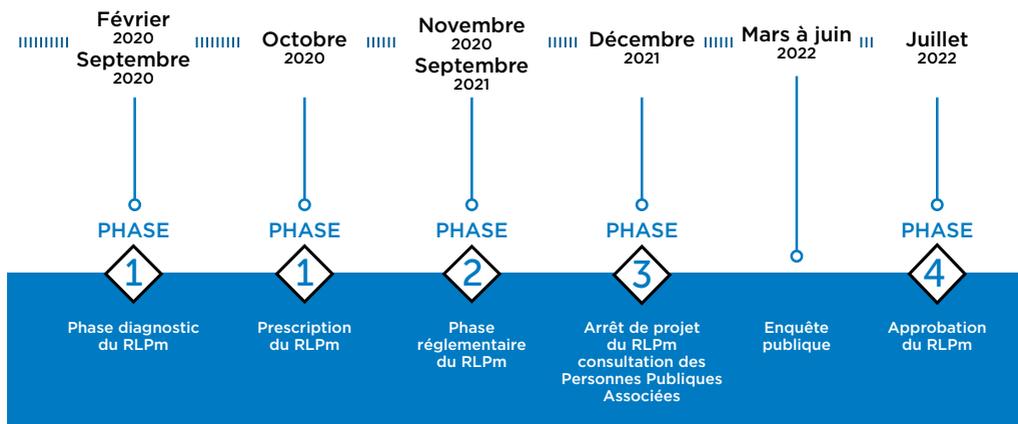
> Il doit définir les orientations et les objectifs propres au territoire et expliquer les choix et règles retenus.

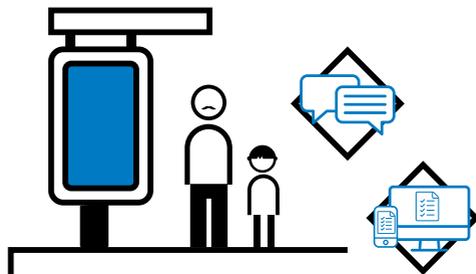
- **un règlement** regroupant l'ensemble des règles dont Nantes Métropole veut se doter pour réglementer la publicité.

- **des annexes** comportant les plans localisant, d'une part, les différentes zones et secteurs où des règles particulières sont instituées et, d'autre part, pour fixer les limites d'agglomération. Ce dernier s'accompagnera des arrêtés municipaux des 24 communes.



Quel est le calendrier d'élaboration du RLPm ?





QUESTION **5**

Les habitants pourront-ils participer à l'élaboration du RLPm ?

La participation des habitants sera possible à l'étape de restitution du diagnostic, à l'automne 2020, puis lors de la phase règlement, fin 2021. Elle se fera sous la forme de réunions.

D'autres réunions* seront dédiées aux professionnels du secteur de la publicité et aux associations œuvrant pour la protection du cadre de vie.

Les personnes publiques, et plus particulièrement les personnes publiques associées, participeront à des réunions spécifiques.

Quelles seront les modalités de participation ?

Le calendrier des réunions de concertation du RLPm sera communiqué de différentes façons selon leur nature :



Comment donner son avis ?

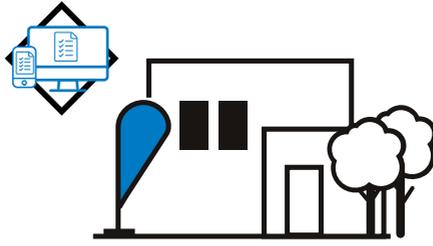
- > d'écrire à Nantes Métropole, en adressant **un courrier** : à l'attention de Madame La Présidente, Nantes Métropole, RLPm, 2 cours du Champ de Mars, 44923 Nantes Cedex 9
 - > d'utiliser **le registre** prévu disponible au siège de Nantes Métropole
- ou
- > se connecter **au registre dématérialisé** pour faire part de ses idées et témoigner de son expérience.

<https://www.registre-dematerialise.fr/2110>

La concertation complète l'enquête publique (prévue en 2022) qui permettra aux citoyens d'émettre un avis sur le projet après son vote par les élus, et avant son adoption définitive.

Chaque habitant est également invité à participer individuellement sur les registres de concertation ou en écrivant à Nantes Métropole, Madame La Présidente, Nantes Métropole, RLPm, 2 cours du Champ de Mars, 44923 Nantes Cedex 9.

* L'organisation de temps d'information publics se fera dans le respect des règles et du contexte sanitaires.



QUESTION

6

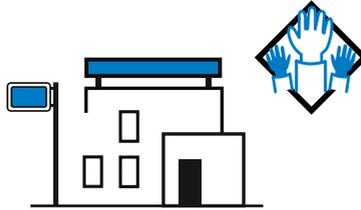
Comment seront retraduites les contributions individuelles dans le RLPm ?

La concertation permettra à chaque habitant de faire part de son expérience et d'exprimer ses souhaits d'évolution en matière de publicité extérieure sur le territoire de la métropole.

Les contributions individuelles et les observations formulées lors des réunions de concer-

tation sont destinées à alimenter le travail de réflexion des élus, à conforter ou, au contraire, infléchir les orientations qu'ils auront posées lors du débat d'orientation.

Sauf exception, elles ne seront donc pas retraduites telles quelles dans le RLPm mais le nourriront, après analyse et synthèse.



QUESTION

7

Existera-t-il une autre forme de concertation sur la publicité ?

En complément de la concertation réglementaire du RLPm, **la métropole a souhaité ouvrir un dialogue citoyen sur la place de la publicité dans la ville**. Les questionnements porteront sur l'affichage publicitaire au titre de la qualité urbaine et du paysage de la ville, de la transition écologique (pollution visuelle, consommation énergétique), de la dimension éthique et économique liée à la publicité (modèles de consommation, égalité femme/homme).

Pour débattre de ces sujets, Nantes Métropole propose :

> **Un atelier citoyen de 25 personnes, tirées au sort**. De décembre 2020 à avril 2021, cet atelier se réunira pour formuler des préconisations sur la juste place de la publicité dans le

paysage de la métropole nantaise.

> **Un espace de contributions en ligne**, ouvert à tous, pour apporter des points de vue complémentaires aux questions posées par l'atelier citoyen (janvier - février 2021).

Remise des préconisations citoyenne aux élus au printemps 2021. Elles seront étudiées dans le cadre de l'élaboration du RLPm, les élus apporteront leurs réponses fin 2021.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur l'espace dialogue citoyen de Nantes Métropole, à compter de novembre 2020.
<https://dialoguecitoyen.metropole.nantes.fr/>

QUESTION

8

Qui approuvera le RLPm ?

Après l'enquête publique et un travail d'analyse avec les 24 maires, **le conseil métropolitain approuvera le RLPm.**

Son approbation est prévue en 2022.

Après cette date, si le RLPm doit évoluer, il sera modifié par Nantes Métropole, en étroite collaboration avec les maires des 24 communes.



ENQUÊTE ET ANALYSE
par les 24 maires
et le conseil métropolitain

**APPROBATION PRÉVUE
EN 2022**

ÉVOLUTION POSSIBLE
par Nantes Métropole en collaboration
étroite avec les 24 maires

QUESTION

9

Le RLPm remplacera-t-il le RLP en vigueur dans ma commune ?

Le RLPm, une fois approuvé, s'appliquera aux 24 communes de la métropole. Il remplacera les RLP communaux actuellement en vigueur et qui le demeureront jusqu'en 2022.



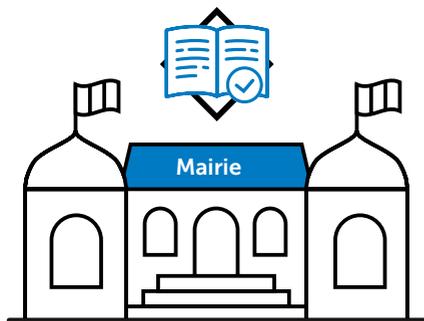
QUESTION

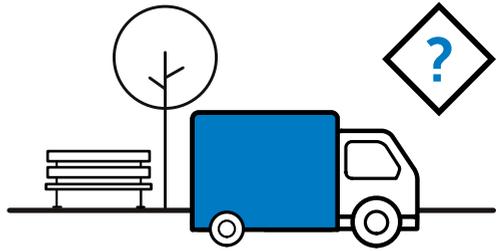
10

Une fois le RLPm en place, qui l'instruira : les communes ou la métropole ?

Les communes seront toujours compétentes pour instruire les demandes d'autorisations d'implantation de dispositifs publicitaires et recevoir les déclarations préalables.

C'est toujours, le Maire de la commune où s'implante le dispositif publicitaire qui reste compétent pour recevoir les déclarations préalables, instruire les demandes d'autorisations et mettre en œuvre les mesures de police le cas échéant.



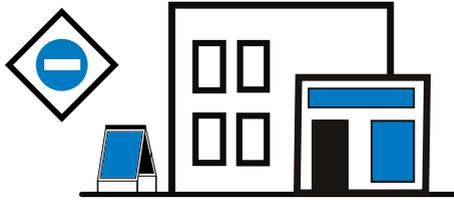


QUESTION 11

Le RLP réglemente-t-il tout l'affichage et toute la publicité ?

Le RLP ne réglemente que les publicités, pré-enseignes et enseignes, tout comme le Code de l'Environnement dont il dépend. La signalisation routière, les véhicules suppor-

tant de la publicité mais n'étant pas utilisés à des fins essentiellement publicitaires, les prospectus, les publicités à la radio, la télévision ou sur internet ne dépendent pas du RLPm.



QUESTION 12

Le RLPm peut-il prescrire l'interdiction complète de la publicité sur l'espace public ?

Le RLPm ne pourra prescrire aucune interdiction complète (en termes juridiques, « absolue ») de publicité tant sur l'espace public que sur les propriétés privées.

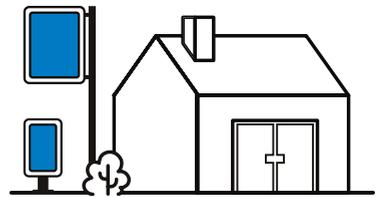
Seule la loi peut permettre une interdiction complète de la publicité. C'est le cas, par exemple, sur les arbres et sur les monu-

ments historiques quelle que soit leur localisation (hors et dans les agglomérations). C'est le cas en agglomération, sur tous les équipements concernant la circulation routière, les poteaux de transports et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication ou d'éclairage public ainsi que sur les clôtures non aveugles.

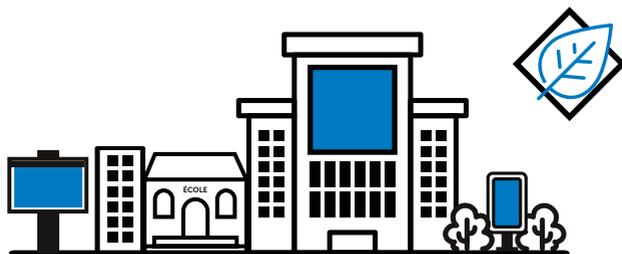
QUESTION 13

Le RLPm a-t-il une incidence sur la taille de l'affichage ?

Le RLPm permettra d'harmoniser les règles sur les 24 communes membres de Nantes Métropole, sur la base de la réglementation nationale, tout en respectant les spécificités



des différents lieux. Les dimensions des affichages pourront éventuellement être réduites dans les zones nécessitant une protection particulière.



QUESTION

14

Le RLPm peut-il améliorer l'insertion de l'affichage dans l'environnement ?

C'est son objectif. Le RLPm, pourra comporter des dispositions spécifiques visant à renforcer leur intégration dans l'environnement, par exemple :

- imposer que les enseignes en façade soient en lettres découpées pour éviter de masquer les éléments architecturaux ;
- interdire l'usage d'éclairage à spots et préférer le recours aux rampes ou au rétro-éclairage...

QUESTION

15

Au nom de la sécurité routière, le RLPm peut-il empêcher que l'affichage ne perturbe la visibilité des conducteurs ?

Le RLPm tendra à protéger les paysages et le cadre de vie. Il n'a pas pour objet de garantir la sécurité routière, c'est le rôle du Code de la voirie routière.

Pour autant, en agissant sur les dimensions et les emplacements de l'affichage, les panneaux lumineux... le RLPm aura un impact indirect sur la sécurité routière.



QUESTION

16

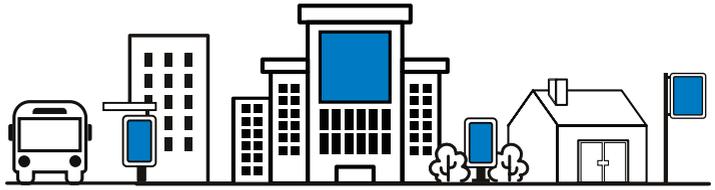
Le RLPm peut-il intervenir sur le contenu de la publicité ?

Le droit environnemental de l'affichage répond à un objectif de protection du cadre de vie, des paysages naturels ou urbains, remarquables ou non. Son objectif n'est donc pas d'instaurer un contrôle sur le contenu des messages publicitaires, quels qu'ils soient.

Cela peut donc relever d'autres législations ayant, ou pas, leur propre régime de sanc-

tions : la protection des personnes (loi du 29 juillet 1881) et plus particulièrement de la jeunesse (loi du 16 juillet 1949), la protection des institutions (loi du 29 juillet 1881), la protection de la santé publique (Code de la santé publique) mais aussi l'organisation des élections (Code électoral).





QUESTION

17

Le RLPm est-il la seule réglementation concernant l'affichage ?

Outre le Code de l'environnement pour la protection et la mise en valeur du cadre de vie et des paysages, l'affichage est réglementé par :

- le Code de la route pour des aspects de sécurité routière,
- le Code de la santé publique, le Code électoral et diverses lois pour le contenu des messages publicitaires,
- le Code civil pour les droits des propriétaires privés et des voisins,
- le Code de la voirie routière et le Code général de la propriété des personnes publiques pour la conservation et la police du domaine public,
- le Code général de la propriété des personnes publiques pour la fiscalité de l'affichage.

QUESTION

18

Il y a-t-il un lien entre le RLPm et la Taxe Locale sur la Publicité ?

Le RLPm est une compétence métropolitaine mais la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) est une compétence communale.

Il appartient donc à chaque commune de décider ou non de son instauration mais aussi des montants qui seront appliqués sur son territoire pour chacun des types de dispositifs publicitaires, dans la limite des tarifs maxi-

maux fixés par l'État. Sur Nantes Métropole, certaines communes ont choisi d'instaurer la TLPE, d'autres pas.

RLPm et TLPE sont donc deux choses distinctes. Toutefois, en adoptant de nouvelles règles de densité et de format, le RLPm peut avoir une incidence indirecte sur la recette globale perçue par les communes l'ayant instaurée.



QUESTION

19

Il y a-t-il un lien entre le RLPm et le PLUm ?

Le RLPm, une fois approuvé, figurera en annexe du PLUm.

Les deux documents suivent la même procédure d'élaboration : délibération de prescrip-

tion, concertation, délibération d'arrêt du projet, enquête publique et délibération d'approbation.

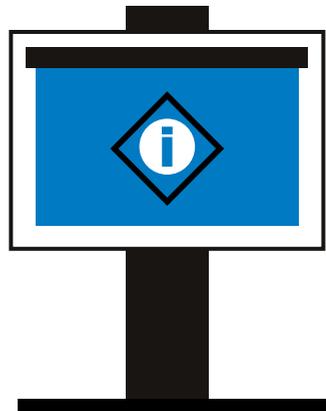
Où trouver de l'information sur l'élaboration du RLPm ?

L'ensemble des informations sur l'élaboration du RLPm ainsi que les modalités de participation à la concertation et à l'enquête publique sera disponible sur le site internet de Nantes Métropole.

metropole.nantes.fr/reglement-publicite

Un exemplaire du dossier de concertation sera également mis à disposition au siège de Nantes Métropole ainsi que dans chacune des mairies.

Les journaux métropolitains et communaux évoqueront également le travail en cours.



Le Lexique du RLPm

RLPm : Règlement Local de Publicité métropolitain.

Règlement : règles définissant les conditions d'implantation des dispositifs publicitaires, qu'il s'agisse de publicités, d'enseignes ou de pré-enseignes. Il contribue à des adaptations locales de la réglementation nationale.

Dispositif publicitaire : terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Publicité : inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Ce terme désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Publicité lumineuse : publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Une publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran.

Enseigne : inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

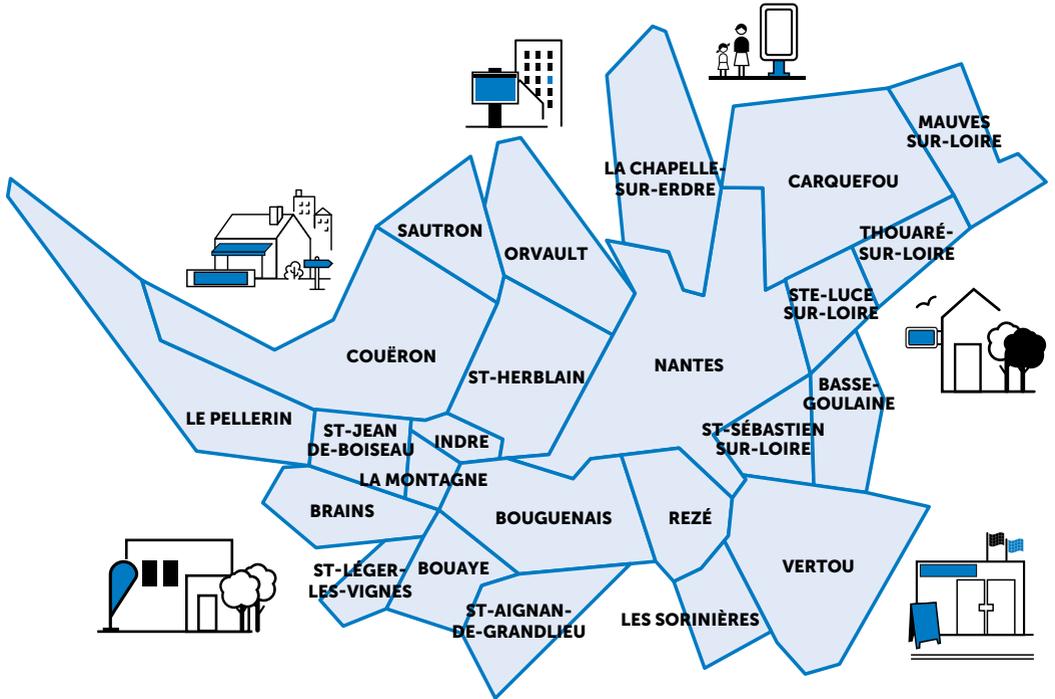
Enseigne lumineuse : enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Une enseigne numérique est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran.

Pré-enseigne : inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Unité foncière : parcelle ou ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

Agglomération : 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. (Art. R.110-2 du code de la route). Cependant, le Conseil d'État, dans un arrêt du 2 mars 1990, fait prévaloir, en cas de litige, la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie de leur positionnement par rapport au bâti.

Personnes publiques associées (PPA) : État, Région, Département, chambres consulaires et territoires voisins.



Rlp.m

RÈGLEMENT LOCAL
DE PUBLICITÉ
MÉTROPOLITAIN