

Rapport de présentation

Diagnostic

ARRET – Mai 2025



SOMMAIRE

Chapitre 1 : Préambule.....	4
1. Contexte législatif et réglementaire.....	4
2. Dispositifs d’affichage concernés	5
3. Dispositifs ne relevant pas du RLPi :	9
4. Contenu du RLPi	10
5. Compétences de la Métropole du Grand Nancy en matière de publicité.....	10
6. Pourquoi élaborer un RLPi sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy.....	10
Chapitre 2 : Contexte territorial	13
I. Démographie et rayonnement de la Métropole du Grand Nancy.....	13
II. Cadre de vie paysager et patrimonial.....	15
1. Grand paysage et paysages urbains	15
2. Patrimoine naturel et urbain.....	18
III. Tissu et dynamique économique de la Métropole du Grand Nancy.....	29
1. Une économie dominée par la sphère présentielle	29
2. Armature économique et commerciale des grands équipements métropolitains	32
IV. Mobilités.....	38
1. Réseau viaire.....	38
2. Réseau ferré.....	40
3. Réseau de bus et tramway	40
4. Promouvoir la piétonisation et un cadre de vie apaisé.....	42
5. Enjeux de transition écologique	43
Chapitre 3 : Le cadre règlementaire de la Métropole du Grand Nancy.....	45
I. Le périmètre d’agglomération	45
II. Le seuil démographique d’agglomération et l’unité urbaine de Nancy.....	47
III. Les périmètres environnementaux et urbains.	49
1. Les interdictions d’affichage.....	49
2. Les protections de la Métropole du Grand Nancy.....	50
3. Les abords des autoroutes, voies express, déviation	56
Chapitre 4 : Diagnostic des dispositifs publicitaires sur le territoire.....	58
I. Méthodologie pour le recensement	58
1. Les données ressources utilisées.....	58
2. Le contenu de la base de données	58
3. Validité du recensement et actualisation du diagnostic	59

II.	Synthèse cartographique et statistique	60
1.	Données générales	60
2.	Publicités et pré-enseignes.....	60
3.	Les enseignes.....	67
Chapitre 5 : Enjeux territoriaux et orientations		78
I.	Secteurs à enjeux.....	78
1.	Centralités historiques et commerçantes	78
2.	Zones d'activités	79
3.	Bords de Meurthe, canaux et rivières	80
4.	Polarités commerciales secondaires	81
5.	Quartiers d'habitation	81
6.	Principaux axes et entrées de ville	82
7.	Voies ferrées.....	83
II.	Les enjeux transversaux du territoire métropolitain	85
1.	Baisse des formats et règles de densité	85
2.	Régulation de l'affichage lumineux (y compris numérique).....	85
III.	Orientations retenues pour le RLPI	86

Chapitre 1 : Préambule

1. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales par l'élaboration de Règlement Locaux de Publicité (RLP) ou Intercommunaux (RLPi).

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, le décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et le décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013).

Ces décrets visent à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une collectivité compétente en matière d'urbanisme. Ce document peut être élaboré à une échelle intercommunale, c'est alors un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).

Le RLP permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspect, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsque la collectivité se dote d'un RLP, celui-ci se substitue à la réglementation nationale, cependant, lorsque des sujets ne sont pas traités/prévus par le RLP, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.

Le RLPi entre en vigueur dès sa publication. Les nouveaux dispositifs doivent alors être immédiatement conformes avec les règles du RLPi, tandis que les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité :

- 6 ans pour les enseignes,
- 2 ans pour les publicités et pré-enseignes.

2. Dispositifs d'affichage concernés

Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



Enseignes sur l'agglomération du Grand Nancy – Source : Even Conseil

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

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



Pré-enseignes sur l'agglomération du Grand Nancy – Source : Even Conseil

En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité

Pré-enseigne dérogatoire :

Hors agglomération, le Code de l'environnement interdit toute publicité et pré-enseigne, à l'exception des pré-enseignes dérogatoires.

La notion de pré-enseigne dérogatoire a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Publicités sur l'agglomération du Grand Nancy – Source : Even Conseil

Dispositifs temporaires (publicités ou pré-enseignes)

- Signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- Installées pour plus de 3 mois lorsqu'elles signalent des travaux publics, des opérations immobilières (construction, réhabilitation, location, vente), ou bien encore la location ou la vente de fonds de commerce.



Publicités temporaires sur l'agglomération du Grand Nancy – Source Even Conseil

3. Dispositifs ne relevant pas du RLPi :

- ✓ **Panneaux d'information communaux** : Ce panneau est destiné à diffuser des informations en lien avec la commune. Les panneaux électroniques d'informations ont pour objectifs principaux et par ordre de priorité : de diffuser les informations municipales, de diffuser des informations d'intérêt général liées à la vie de la Commune., des informations liées à la circulation et à la sécurité: travaux, déviation, de diffuser des messages d'alertes.
- ✓ **Panneaux d'affichage libre à but non lucratif** En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, l'article L. 581-13 du code de l'environnement prévoit que les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites d'« affichage libre ». Il est régi par les articles R.581-2 et R.581-3 du code de l'environnement. Le RLPi doit veiller à ne pas remettre en cause les emplacements d'affichage libre déterminés par le Maire.
- ✓ **Signalétique d'Information Locale (SIL)** : La signalisation d'information locale (SIL) se développe, principalement, hors agglomération. Relevant du code de la route, cette micro-signalétique a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'homogénéité, de lisibilité et de visibilité. Elle répond à des normes précises notamment en termes de couleurs et d'idéogrammes pouvant y figurer (lettrage, dimensions, activités signalées). Selon l'article L. 581-19 dernier alinéa, seule la SIL peut être utilisée pour signaler hors agglomération les activités non autorisées à utiliser des préenseignes dérogatoires (stations-services, restaurants, hôtels, etc.)



Panneau
d'information



Affichage libre



SIL

Source : Even Conseil

4. Contenu du RLPi

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois documents :

- Un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus.
- Un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- Des **annexes** composées :
 - d'un zonage faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les Zones de Publicité (ZP) définies pour le RLPi du Grand Nancy,
 - les arrêtés municipaux et plan fixant les limites de l'agglomération (au sens du Code de la route).

5. Compétences de la Métropole du Grand Nancy en matière de publicité

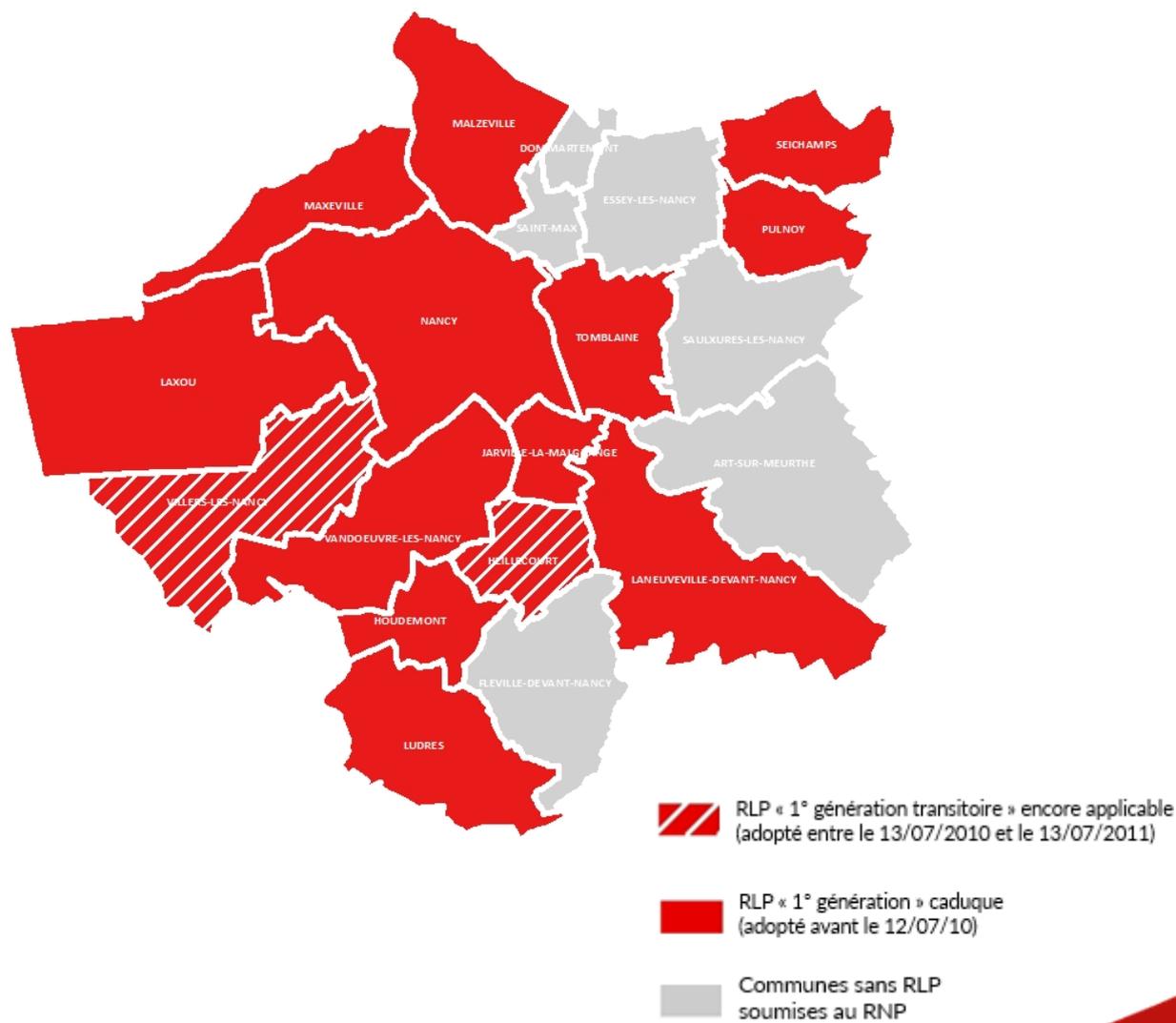
Depuis 1^{er} juillet 2016, le Grand Nancy a intégré le réseau des métropoles en France. Une reconnaissance nationale et l'aboutissement de plus d'un demi-siècle de pratique intercommunale. Fort d'une aire urbaine de quelque 500 000 habitants. La Métropole exerce les compétences qui lui sont assignées en lien étroit avec ses 20 communes membres selon le principe d'une coopérative de villes : politique de la ville, construction et gestion d'équipements culturels, socioculturels, socio-éducatifs et sportifs, d'intérêt territorial, assainissement et eau, gestion des déchets ménagers et assimilés, action sociale d'intérêt territorial. Elle est responsable de l'élaboration du plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) et du plan climat-air-énergie territorial (PCAET).

Le transfert de la compétence relative au PLUi a de facto entraîné le transfert de celle relative à l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).

6. Pourquoi élaborer un RLPi sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy

14 RLP communaux ont été élaborés sur le territoire du Grand Nancy, tandis que 6 communes n'en ont jamais été dotées d'un RLP et ont toujours été soumises au règlement national. Aujourd'hui seuls 2 RLP, celui de Villers-Lès-Nancy et celui d'Heillecourt, sont encore applicables (car postérieurs à la loi Grenelle II, valant engagement national pour l'environnement). Les 12 autres RLP étant antérieurs à la loi Grenelle II, sont caducs depuis juillet 2020 et depuis, les communes concernées sont également soumises au règlement national.

Afin de faire perdurer les réglementations locales de publicité sur ces communes, et par la même occasion, de doter l'ensemble du territoire d'un document, unique et intercommunal, réglementant la publicité extérieure, l'élaboration d'un RLPi a été prescrite par délibération du conseil de Métropole le 23 février 2018.



Les objectifs poursuivis pour l'élaboration du RLPi de la Métropole du Grand Nancy sont les suivants :

1) Concilier les enjeux de développement économique et de préservation du cadre de vie du territoire métropolitain :

- Assurer la diffusion des informations sur les activités des acteurs économiques et leur lisibilité,
- Limiter la pollution visuelle en affirmant des exigences d'intégration paysagère et architecturale et de qualité des dispositifs publicitaires (y compris en matière de dispositifs lumineux).

2) Garantir une cohérence de l'affichage sur tout le territoire :

- Harmoniser l'implantation des dispositifs publicitaires selon les enjeux propres à chaque typologie urbaine : cœurs historiques des villes, zones commerciales d'entrées de villes (Porte Verte, Portes Nord et Sud, la Grande Sapinière ...), zones industrielles ou d'activités (Dynapole), grands itinéraires urbains ...,
- Intégrer, dans la réflexion globale, la question du mobilier urbain.

3) Contribuer à valoriser l'identité de l'agglomération en adaptant la réglementation nationale aux enjeux et spécificités du territoire :

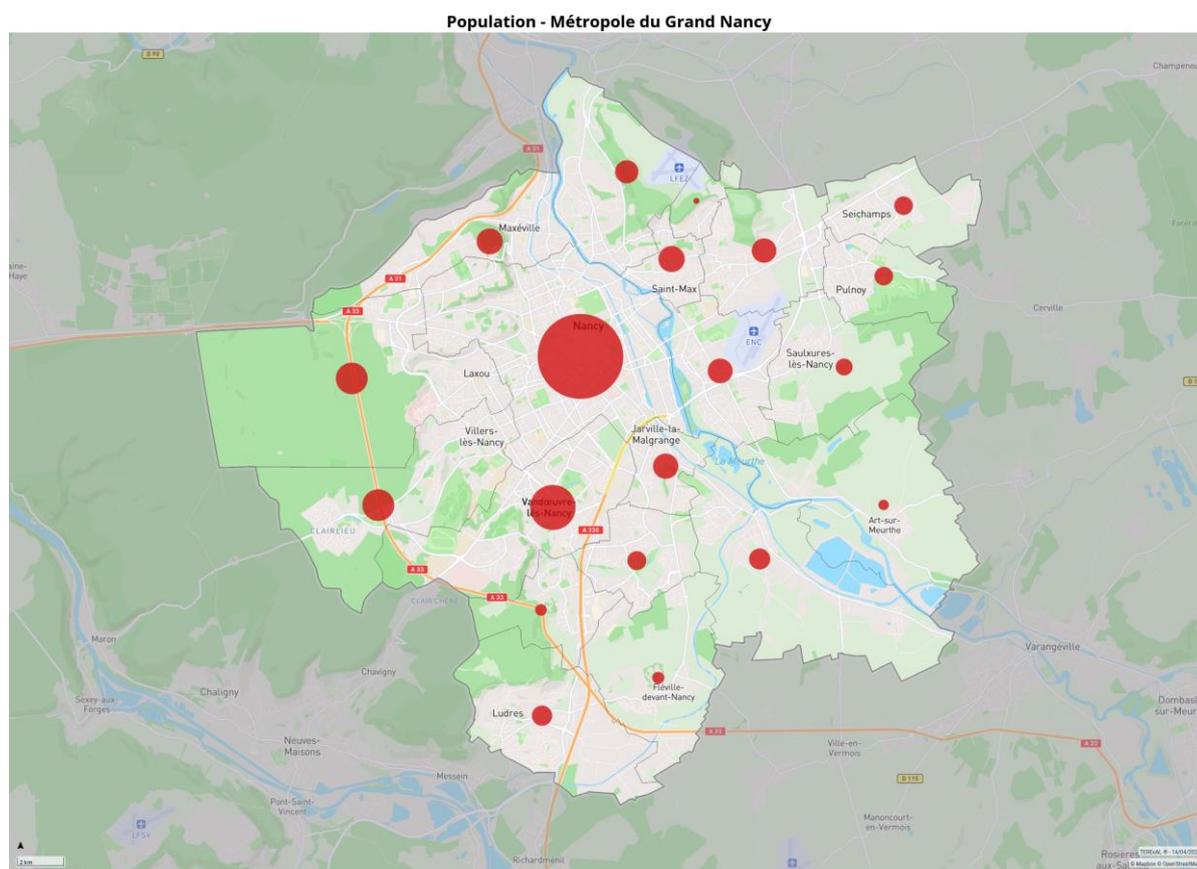
- Apporter dans certaines zones des règles plus restrictives que la réglementation nationale (réduire les formats, interdire certains dispositifs, prévoir des règles de densité, formuler des prescriptions esthétiques, etc.),
- Déroger avec discernement à la règle d'interdiction relative de la publicité dans certains lieux (notamment dans les secteurs patrimoniaux - Site Patrimonial Remarquable et abords de monuments historiques).

Chapitre 2 : Contexte territorial

Le RLPI a été élaboré sur le périmètre de la Métropole du Grand Nancy, tel qu’il était lors de la prescription de son élaboration le 23 février 2018, c’est-à-dire sur vingt communes.

I. Démographie et rayonnement de la Métropole du Grand Nancy

La Métropole du Grand Nancy est composée de 20 communes et compte 257 412 habitants en 2021¹. Elle conserve **une trajectoire démographique stable avec un taux de variation annuel moyen de la population entre 2015 et 2021 de +0,1%**.



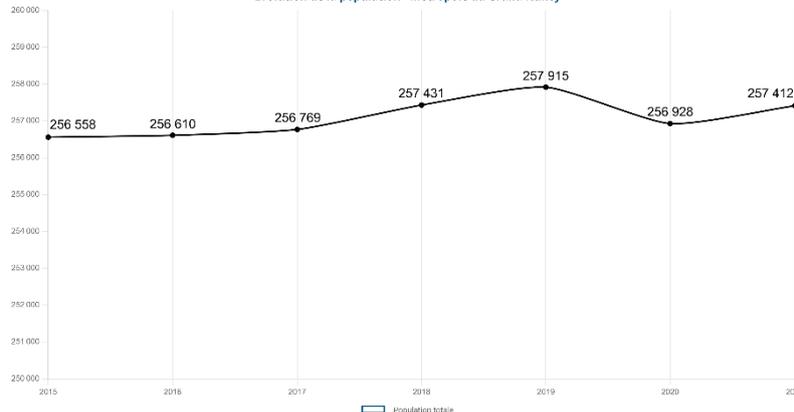
Analyses thématiques
Population (2025)



Échelle de l'analyse thématique : Commune

Sources
Séries historiques - Recensement de population - INSEE
Séries historiques - 24/07/2024
ADMIN EXPRESS - Institut national de l'information géographique et forestière (IGN)
Commode - 22/02/2024

Évolution de la population - Métropole du Grand Nancy



Sources
Séries historiques - Recensement de population
Séries historiques - 24/07/2024
IGN

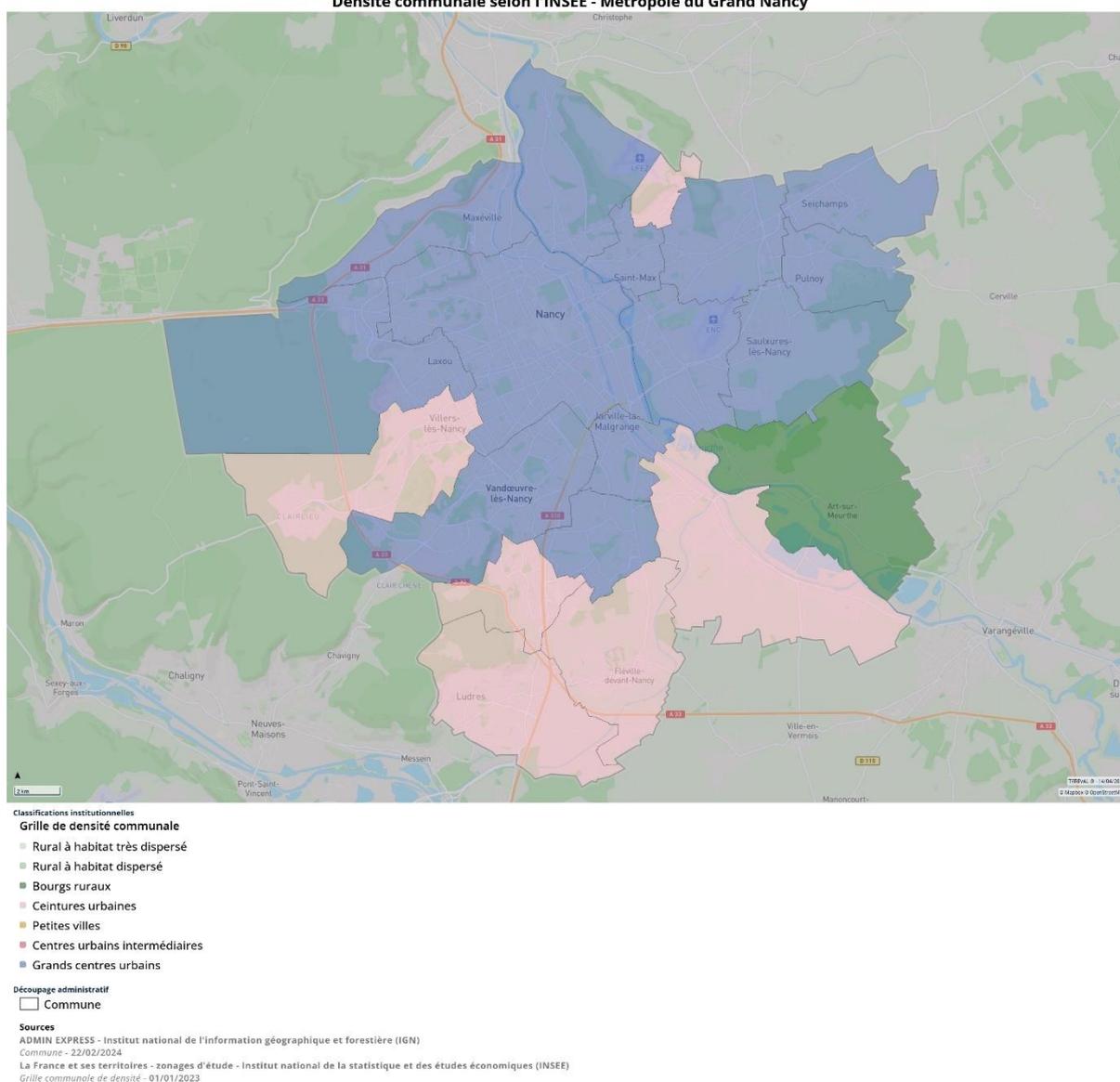
TERVAL - 14/04/2025

1 Source : INSEE, RP2021

La Métropole du Grand Nancy se compose de territoires aux profils variés. En effet, selon la grille communale de densité de l'INSEE, trois typologies de communes sont présentes :

- **13 communes**, polarisées autour de Nancy répondent à la typologie « **grands centres urbains** », elles concentrent la majorité des habitants et commerces.
- **6 communes**, principalement situées au sud-ouest de l'agglomération, répondent au modèle de développement extensif, longtemps prédominant, et forment une « **ceinture urbaine** ». La densité de population y est intermédiaire mais des zones **d'activités commerciales et des technopoles constituent des pôles d'attractivité économique à l'échelle du territoire métropolitain**.
- Enfin, la commune de Art-sur-Meurthe répond à la typologie de « **bourg rural** » avec un faciès rural.

Densité communale selon l'INSEE - Métropole du Grand Nancy



Sources : Citadia , d'après IGN et INSEE RP2021

Au-delà de ses habitants, le Grand Nancy qui exerce la compétence tourisme pour ses 20 communes depuis 2017, recense plus de 3 millions de visiteurs annuels (plus de 300 000 visiteurs accueillis à l'Office de Tourisme métropolitain en 2023, 3.2 millions de nuitées en 2022).

Le contexte paysager et patrimonial, le contexte économique, et les caractéristiques du territoire en termes de mobilité, sont autant d'éléments qui sont porteurs d'enjeux spécifiques pour le territoire et que le présent diagnostic se propose d'analyser.

II. Cadre de vie paysager et patrimonial

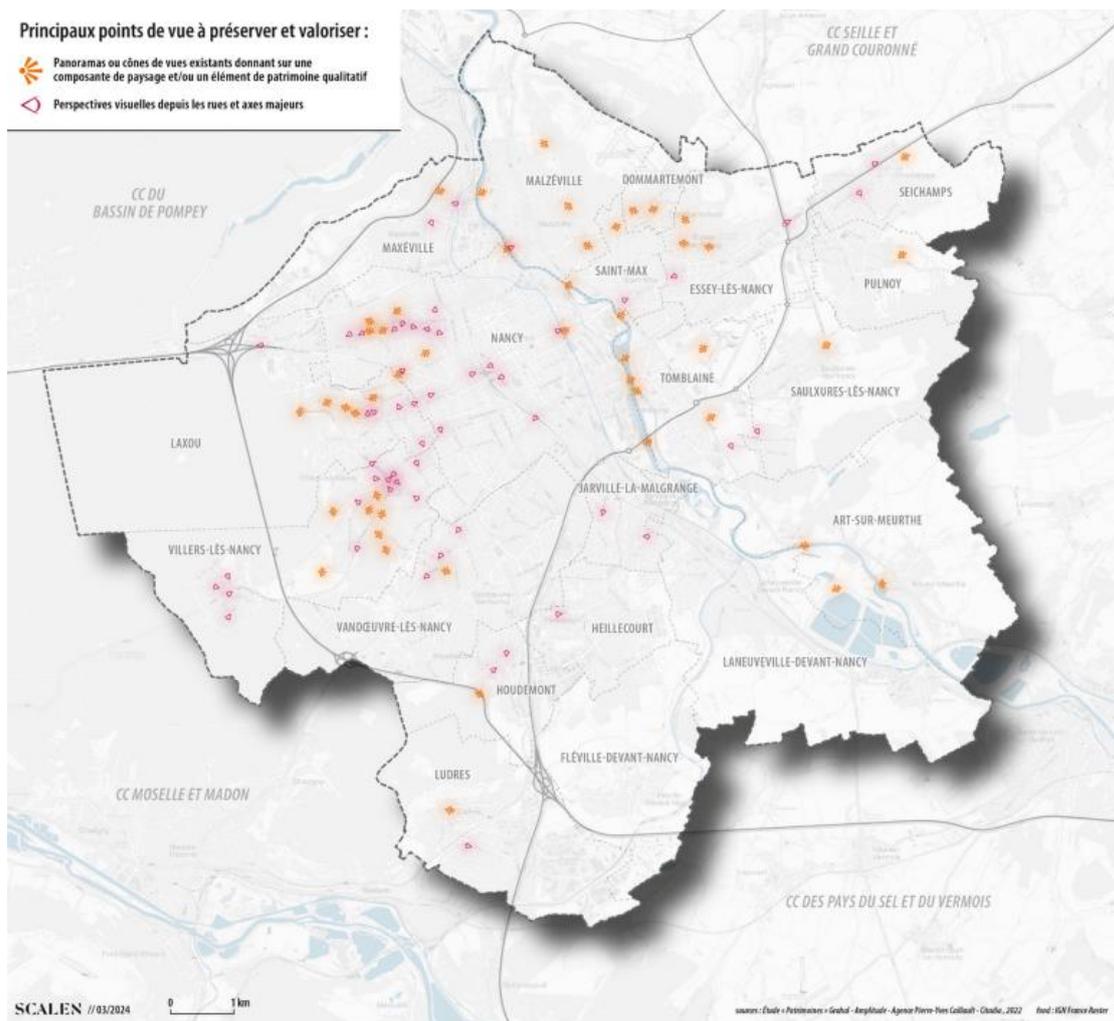
1. *Grand paysage et paysages urbains*

Le territoire de la Métropole du Grand Nancy, situé dans le département de la Meurthe et Moselle, en région Grand Est, est marqué par un patrimoine bâti et naturel de grande qualité. Le territoire est traversé par la Meurthe, ses canaux et plusieurs rivières et il est entouré d'espaces boisés d'ampleur importante. Ces différents éléments forment un territoire tantôt très urbain autour de Nancy et des différentes zones d'activités du territoire, tantôt très naturel.

D'un point de vue paysager, le territoire est organisé sur un large plateau central, où est notamment bâtie la ville de Nancy, encadré par des coteaux à l'Ouest et au Nord. Ces derniers créent des points d'observations sur l'ensemble du territoire. Il est à noter des vues ouvertes sur les grands paysages depuis les ponts, le long des canaux et ouvrages de franchissement de la voie ferrée.

Le Plan Paysage de 2007, la charte d'aménagement des espaces publics, et le PLUi (en cours d'élaboration) portent des principes de **maintien et d'amélioration du cadre de vie paysager**. En ce sens, ce diagnostic identifie la présence de **lignes de forces paysagères et de perceptions paysagères variées à préserver**.

La requalification du paysage d'infrastructures (boulevard des Aiguillettes, avenue de Bourgogne, boulevard Barthou, Avenue Paul Muller, la RD2b, avenue Brigachtal et voie du millénaire, boulevard Meurthe canal etc), **la requalification des entrées d'agglomération sur les grandes pénétrantes** (RN74, boulevard de Metz, RN4 a Laneuveville etc) **et leur lien à l'affichage publicitaire sont identifiés comme d'importants facteurs d'amélioration**.



Principaux points de vue à préserver et valoriser – Source : Projet de PLUi de la Métropole du Grand Nancy, 2024

Les entrées d'agglomération constituent un enjeu fort pour construire une nouvelle image du Grand Nancy.

Le terme « entrée d'agglomération » ou « entrée de ville » désigne l'urbanisation qui se développe de part et d'autre des principales voies d'accès à la ville, conséquence des politiques d'aménagement du territoire et de l'évolution de nos modes de vie. **Les entrées d'agglomération sont déterminantes dans l'appréciation paysagère d'un territoire** car il s'agit des **premiers éléments qui sont perçus à l'entrée de celui-ci**. La carte ci-dessous réalisée dans le cadre du Plan paysage fait état de

D'ores et déjà identifié comme un enjeu prégnant dans le Plan Paysage, les entrées d'agglomération doivent être prise en considération dans le RLPi.

Page suivante : Construire le paysage urbain – Source : Plan Paysage, 2007

Elaboration du Plan Paysage
de la Communauté Urbaine
du Grand Nancy
Phase 2
Les grandes orientations
08/05/2012 - Consultation publique de la carte

Travailler sur les
limites de la ville
Travailler les grandes
zones d'urbanisation

COTEAU NANCY - MAXEVILLE
Seul le contournement boisé des pentes du plateau maintient une forte visibilité d'ensemble.
Gestion des coteaux à l'échelle d'un micro-paysage
-> Préservation des coeurs d'îlots
-> Préservation des poches de jardins / vergers.
A l'échelle du plateau du Haut du Livre
-> retrouver des connexions physiques fortes
-> Travailler avec une urbanisation paysagère

COTEAUX DE MALZEVILLE ET DE SAINT MAX
Difficile d'avoir une gestion d'ensemble du coteau, le mitage étant fortement prononcé sur Saint Max, Dommarémont. Seul le contournement boisé du plateau présente un cadre paysager d'ensemble cohérent.
-> Gestion à l'échelle de la relation Meurthe / plateau sur Malzeville.
-> Gestion à l'échelle du micro paysage de Saint Max
-> Protection à grande échelle du paysage ouvert sur Essey, Seichamps, Ajnourt, Dommartin sous Faïence
-> Maintenir une transition entre plateau de Malzeville couronnement boisé et secteur urbanisé, frange verte / isolée
-> Privilégier le bouclage de l'urbanisation amorcée sur Malzeville en évitant le mitage, mais en ménageant la densité

LES DEUX GRANDES ZONES D'URBANISATION A L'EST QUI MONT DEFINIR DE NOUVELLES LIMITES
PLAINE RIVE DROITE ET TOMBLAINE
-> Couloir verte
-> Maintenir et prendre en compte la covisibilité avec les buttes témoins : privilégier la densité et la hauteur en partie basse et en frange de l'urbanisation existante
-> Travailler l'accroche aux voies structurantes : voie du Millénum, Avenue de Brighatal - D2
-> Définition du parc au coeur d'un système urbain

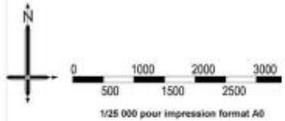
LIMITES EST DE L'AGGLOMERATION
-> Gérer la transition entre espace agricole et fond de lotissement
-> Boucler l'urbanisation en évitant l'étalement urbain
-> Préservation du paysage de mosaïque du plateau

COTEAU VANDEOEUVRE - VILLERS - LAXOU
Une lecture paysagère d'ensemble à maintenir sur ces coteaux.
-> Pas d'urbanisation : Préservation de la coulée verte sous le couronnement boisé
-> Maintien d'une coulée verte sur le plateau de Villers permettant la continuité dans la future zone urbanisée
-> Aménager les accès, les liens avec les quartiers proches, les parcs pour créer un réseau de promenades et un usage facilité des jardins et des vergers.
-> A l'échelle du micro paysage, maintenir les fonds de talweg sur Villers : le fond de HardeVal
-> Le bois des Fourasses : La forêt "jardinière" aux portes de la ville : un aménagement qui doit permettre l'appropriation de cet espace qui n'est plus un parc mais pas la forêt de la Haye
-> Travailler l'accessibilité, le maillage de cheminements

ART SUR MEURTHE : CAS PARTICULIER
Seul village aux entités bâties réduites, marqué par l'occupation agricole et naturelle du paysage.
-> Préserver les pentes et le valon de la Chartreuse de Boeserville et de Art C'est l'un des plus beaux paysages de l'agglomération
-> Préserver l'entrée du village et commencer à travailler sur le paysage de la D2
-> Préservation du paysage de mosaïque de plateau

COTEAUX DE LUDRES
Maintenir une frange de transition (lisière) entre forêt et ville : jardin / vergers.
-> Privilégier le bouclage de l'urbanisation amorcée
-> Préservation une frange verte en partie haute
-> Travailler sur la transition entre urbanisation et espace agricole

LIMITE DE L'AGGLOMERATION AU SUD
-> Préserver les lignes de crêtes des pentes et vallonnements ayant un impact paysager fort. Cela signifie réduire certains secteurs identifiés comme urbanisables sur Fleville, Heillecourt
-> Assurer une transition entre espace agricole et lotissement, traitement de fonds de parcelles des aménas de lotissement, prévoir dans les plans de composition le maintien, la restauration des vergers en l'aménagement de jardins.
-> Densifier le tissu existant.
Zone d'urbanisation identifiée au POSPLU
Préservation du paysage de mosaïque du plateau



Scale: 80 entre 004 - 80 0/20
Carte: 80 204 0/20
ARCT Thème: 2000 - 0/204050 8/07
Pub: 3000 0/204 0/20

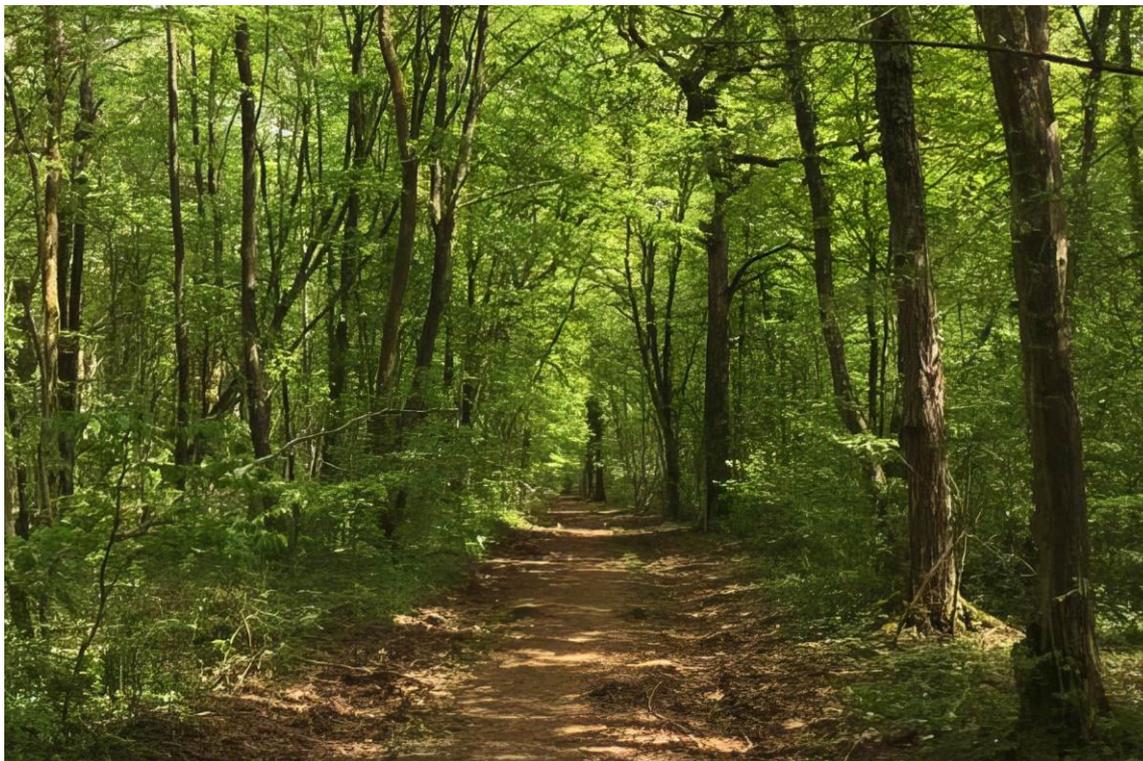
2. Patrimoine naturel et urbain

1.1 Des espaces naturels remarquables, supports de biodiversité

La situation géographique du territoire métropolitain positionne la Métropole du Grand Nancy au carrefour de nombreux cours d'eau et d'une multitude de milieux naturels remarquables. Le territoire possède ainsi un patrimoine hydrographique et végétal, jouant un rôle majeur pour la prise en compte de la biodiversité dans les politiques d'aménagement. Ces grands espaces naturels et paysagers sont à la base de la qualité du cadre de vie des habitants et constituent également, à l'échelle de la Métropole, des réservoirs accueillant la biodiversité.

On note en particulier la présence :

- d'une des plus grandes « forêts de protection » périurbaines de France, le massif de Haye ;



Massif forestier de Haye – Source : ASP Forêt de Haye

- d'un Arrêté Préfectoral de Protection de Biotope (mares de Saulxures-lès-Nancy et Tomblaine) ;
- d'une mosaïque agricole à forts enjeux écologiques, du fait de sa surface et de son rôle de corridor écologique ;
- de milieux naturels à très forts enjeux écologiques à l'échelle régionale (pelouses sèches, milieux aquatiques ou humides ...) voire d'intérêt communautaire (par exemple : le plateau de Malzéville (zone Natura 2000), la présence de six Zones Naturelles d'Intérêt Ecologiques Faunistique et Floristique (ZNIEFF) dont la vallée alluviale de la Meurthe et de six Espaces Naturels Sensibles (ENS)) ;



Plateau de Malzéville, site Natura 2000 – Source : INPN

- d'un réseau hydrographique dense et globalement végétalisé ;



La rivière Meurthe, élément structurant de la trame bleue du Grand Nancy- Source : Métropole du Grand Nancy

- de surfaces notables en espaces verts (publics et privés), représentant plus de 55% du territoire, avec un ratio d'environ 130m²/habitant d'espaces de nature accessibles au public ;

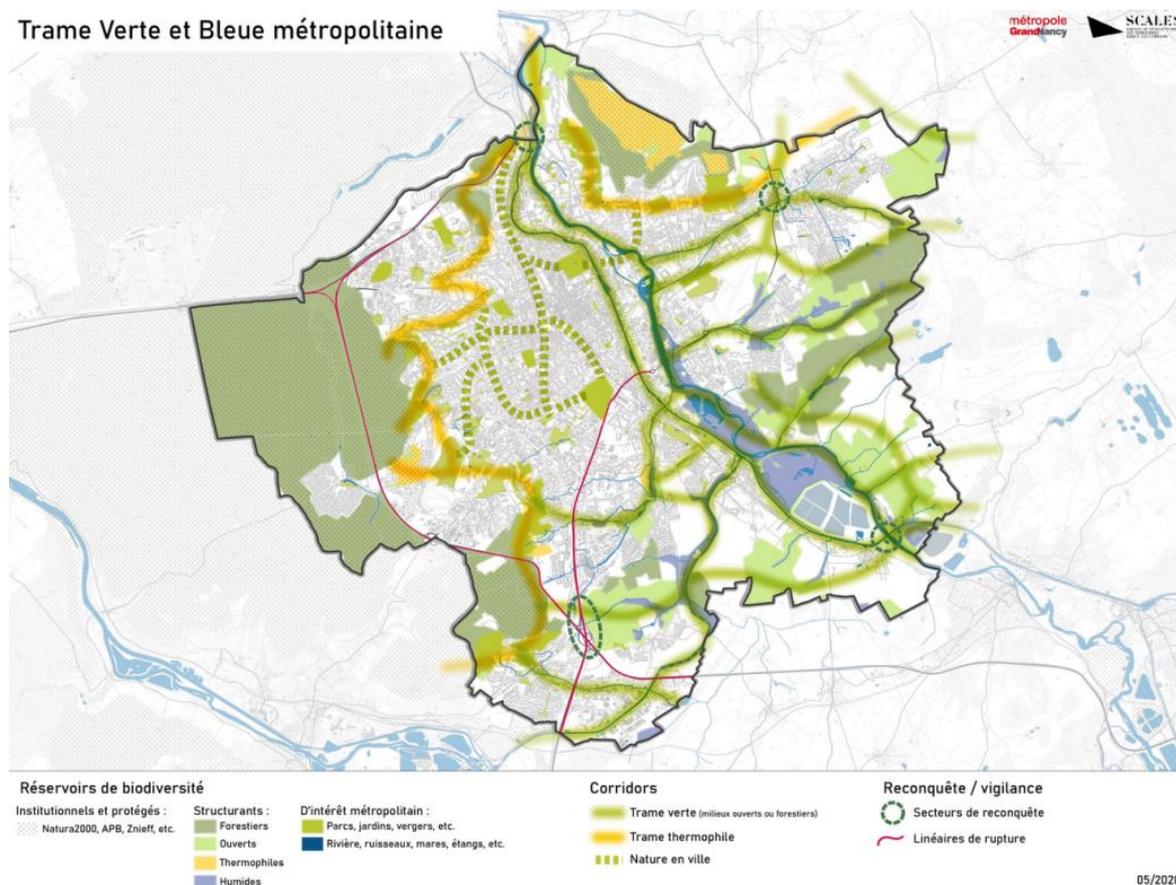


Parcs urbains jouant un rôle d'espace de respiration. Parc de Brabois (à gauche) et Parc des étangs (à droite) – Source : OAP TVB, PLUI Métropole du Grand Nancy

1.2 Un fonctionnement écologique métropolitain à préserver jusque dans le tissu urbain

Le fonctionnement écologique du territoire reliant ces espaces est modélisé via la Trame Verte et Bleue métropolitaine qui identifie ainsi les espaces structurants pour le territoire, d'intérêt métropolitain au regard des sous-trames de milieux forestiers, ouverts, humides ou thermophiles ainsi que les milieux qui les connectent, les corridors.

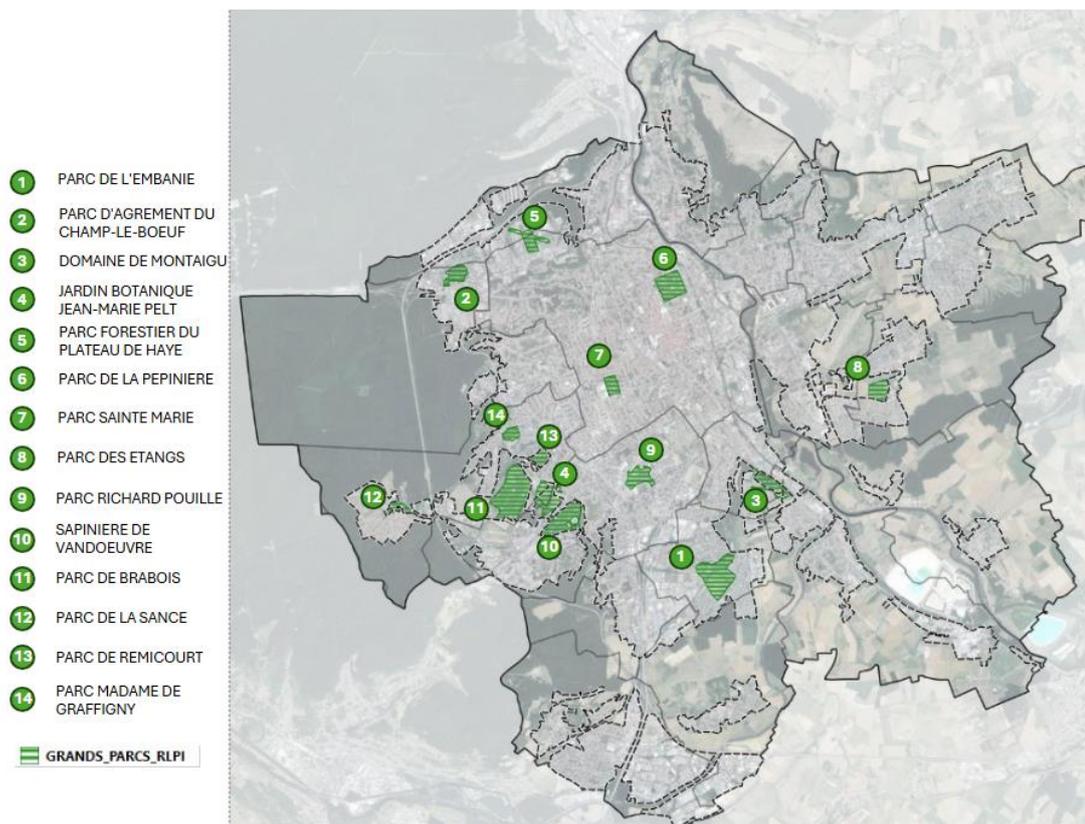
Trame Verte et Bleue métropolitaine



Modélisation de la trame verte et bleue de la Métropole du Grand Nancy Source : Projet de PLUi Métropole du Grand Nancy, 2024

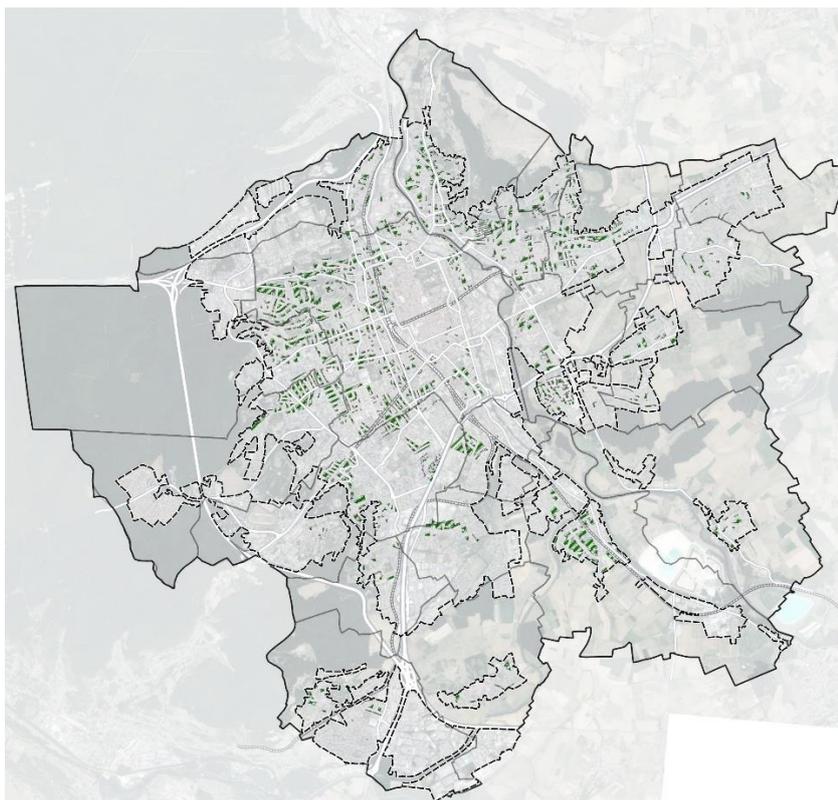
Ces corridors se dessinent sur le territoire à travers les milieux naturels mais également à travers les composantes de Nature en Ville dans les tissus urbains.

Les travaux du RLPi ont ainsi conduit à **l'identification de 14 grands parcs publics d'une surface supérieure à 5 hectares**, légitimant leur **caractère emblématique** sur le territoire de la Métropole.



Identification des 14 grands parcs publics de la Métropole du Grand Nancy – Source : Métropole du Grand Nancy, 2024

Le tissu urbain du territoire se trouve également maillé de **cœurs d'îlots** dans l'ensemble des **secteurs résidentiels**. Ces cœurs d'îlots, tout comme les axes plantés, participent du cadre de vie des habitants en milieu urbain. Ces espaces paysagers ponctuels constituent également des secteurs de vigilance pour l'élaboration du RLPi.

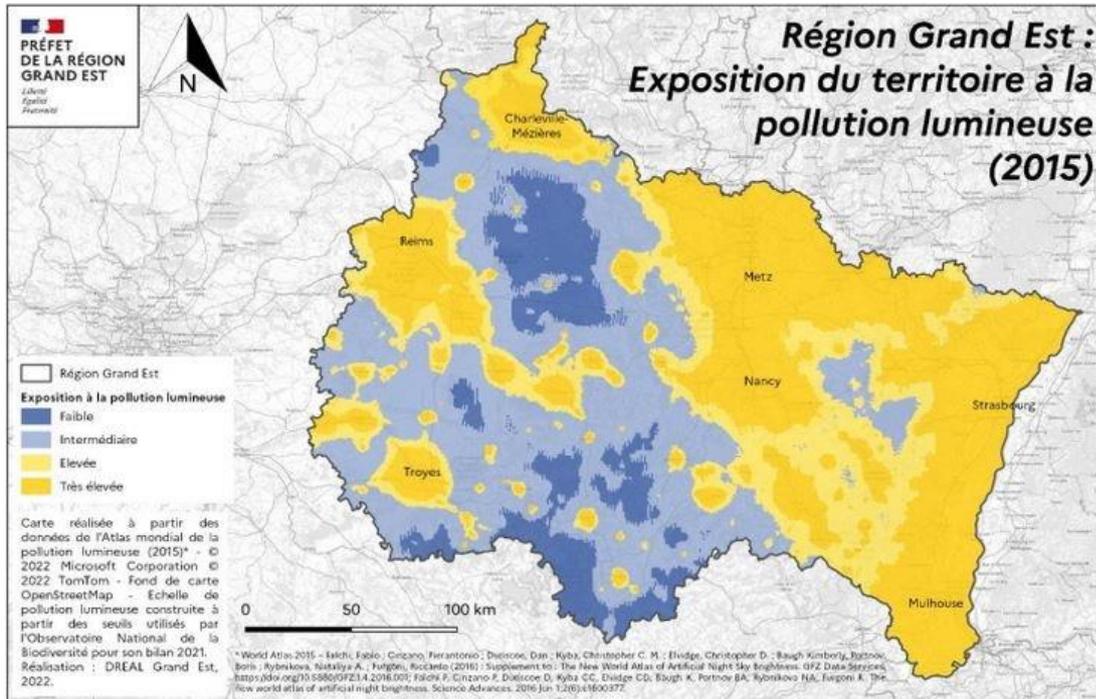
 Cœurs d'îlots

Identification des principaux cœurs d'îlots de la Métropole du Grand Nancy – Source : Métropole du Grand Nancy, 2024

L'intégrité de ces espaces de nature qu'il s'agisse d'espaces de nature en ville ou d'espaces remarquables situés en périphérie de l'agglomération, sont particulièrement **sensibles aux problématiques d'affichage**, ils devront donc être protégés par le présent RLPi des nuisances occasionnées par les dispositifs d'affichages notamment scellés au sol et dispositifs lumineux/numériques.

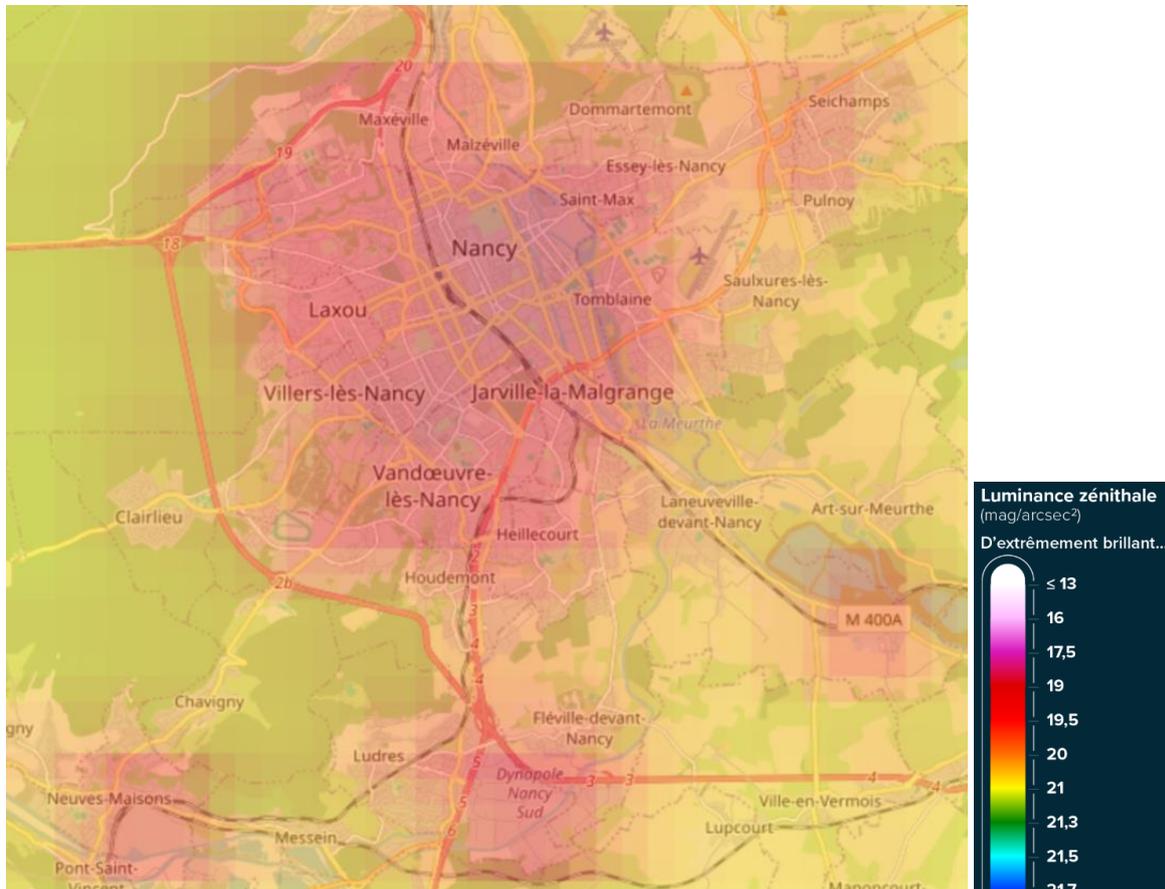
Dans ce fonctionnement écologique, les enjeux de trame noire, à savoir un ensemble connecté de **réservoirs de biodiversité et de corridors écologiques comportant un niveau d'obscurité suffisant pour la biodiversité** sont à prendre en compte.

Le territoire de la **Métropole est exposé en particulier dans son tissu urbain à une pollution lumineuse susceptible de toucher l'ensemble de la biodiversité**. Les conséquences de la pollution lumineuse sont nombreuses pour les espèces nocturnes : désorientation jusqu'à l'épuisement, perturbation des relations proie-prédateur, de la vision et de la communication, réduction des accouplements, de la pollinisation. La pollution lumineuse a des **effets connus sur la santé humaine**. Aussi, le RLPi introduit la possibilité pour la collectivité d'**étendre la plage d'extinction nocturne (fixée de 1h à 6h par la réglementation nationale) des dispositifs publicitaires et d'enseignes nocturne par des plages d'extinction nocturne plus importantes afin d'atténuer les nuisances en cœur de nuit** opérées par des dispositifs accessoires.



Source : DREAL Grand Est, 2022

A l'échelle de la Métropole, le gradient de pollution lumineuse diffuse mesurée diffuse jusque dans les franges de la zone bâtie montrant la forte contribution des éclairages urbains dont les dispositifs d'affichage.



Modélisation de la pollution diffuse – Source : Darkskylab 2024

1.3 Une histoire riche qui se traduit dans le patrimoine bâti.

1.3.1 Patrimoine remarquable

A travers leur patrimoine bâti remarquable, Nancy et les communes limitrophes conservent les témoins d'une histoire riche.

Le patrimoine bâti de la ville de Nancy, est concerné par de très nombreuses protections au titre de monuments historiques avec leurs abords. Ceux-ci couvrent la quasi-intégralité de la commune (Cf. carte d'enjeux « Les secteurs patrimoniaux à préserver » p.57). Son caractère patrimonial lui vaut l'inscription de trois places au Patrimoine mondial de l'Unesco depuis 1983 (Place Stanislas, Place d'Alliance, et Place de la Carrière).

Un Site Patrimonial Remarquable (SPR) complète les protections individuelles sur Nancy, avec :

- d'une part, un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) de 166 hectares constituant un centre historique patrimonial au cœur de la Métropole, englobant la Ville médiévale, la Ville Neuve et l'ensemble XVIIIe siècle trait d'union entre les deux villes ;
- d'autre part, une Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP) sur l'ancien Faubourg St-Pierre (boulevard De Lattre de Tassigny et boulevard de Strasbourg).

NB : les ZPPAUP n'existant plus, son règlement devra être remplacé par un Plan de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (PVAP).

Dans le reste du territoire métropolitain, plusieurs édifices sont classés ou inscrits au titre des monuments historiques ; leurs abords protègent les centres-villes des communes concernées.

Par ailleurs, de nombreux monuments ont été labellisés « Architecture Contemporaine Remarquable » (ancien label « Patrimoine du XXème siècle ») ; certes ce label n'apporte pas de protection spécifique mais il constitue une réelle reconnaissance de l'architecture contemporaine.

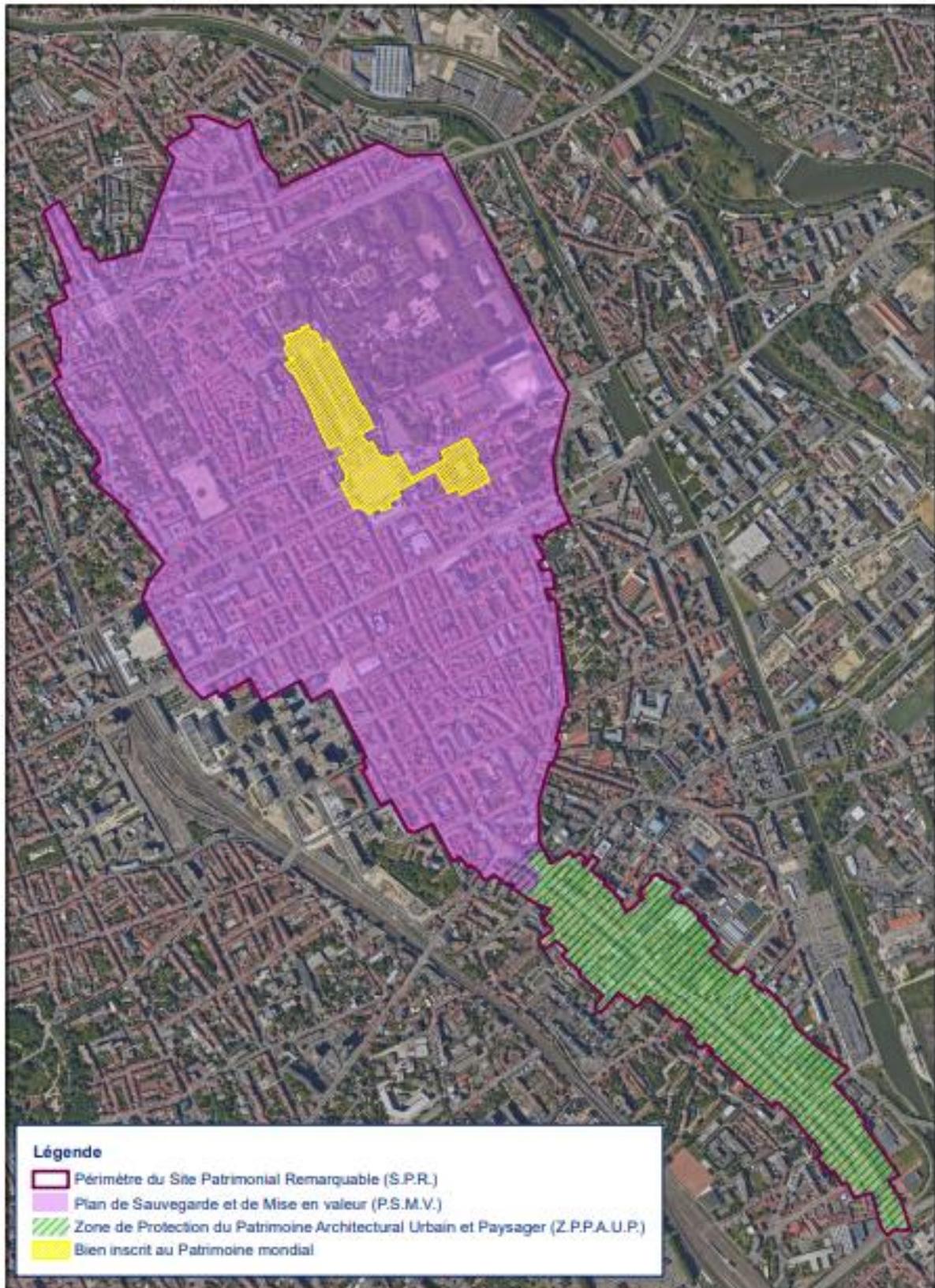


La Place Stanislas, Nancy



La Chartreuse de Bosserville, Art-sur-Meurthe

Le Site Patrimonial Remarquable à NANCY

métropole
GrandNancy

Source : Pôle Territoires-Mobilité-Environnement - Direction de l'Urbanisme et de l'Ecologie Urbaine (janvier 2021)

1.3.2 Patrimoine architectural et urbain (non protégé par les outils institutionnels)

En plus du patrimoine dit institutionnel, inscrit ou classé au titre des monuments historiques (intégré aux documents d'urbanisme comme servitudes d'utilité publique (SUP)) et du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de la ville de Nancy, le territoire de la Métropole recèle de multiples ensembles urbains et édifices caractéristiques de son histoire urbaine.

Dans le cadre de l'élaboration de son PLUi, la Métropole du Grand Nancy a mené une étude patrimoniale qui a fait ressortir des ensembles urbains et des édifices bâtis constituant un intérêt patrimonial pour le territoire.

Une typologie d'ensembles ayant des qualités urbaines et une certaine cohérence d'ensemble a été identifiée :

- les centres anciens, avec leur habitat traditionnel ;
- les lotissements de maisons de ville, les ensembles de villas et les ensembles d'immeubles de rapport ; datant de la première moitié du XXe siècle et situés principalement dans le sud-ouest de Nancy, au contact de Laxou, Villers-lès-Nancy et Vandœuvre-lès-Nancy, ils constituent par endroits de véritables perles Art nouveau et Art déco ;
- les ensembles homogènes d'habitat groupé (cités ouvrières, les lotissements populaires, ...) tous aménagés sur le même principe et emblématiques du Grand Nancy ;
- les lotissements de maisons en bandes, véritable chaînon manquant entre les modèles de la cité ouvrière et du grand ensemble, aménagement urbain propre à la région et particulièrement intéressant sur le territoire ;
- les grands ensembles, emblématiques du renouveau urbain des années 1960-1970.

Une grande partie de la richesse patrimoniale du Grand Nancy repose sur ces composantes plus ordinaires qui trouvent leur intérêt dans la cohérence qu'ils confèrent au paysage urbain mais aussi comme témoins de l'histoire de Nancy et de la Métropole. Les formes urbaines peuvent y être diverses et dépassent la seule construction bâtie dans la mesure où ces ensembles proposent des systèmes urbains et paysagers globaux intégrant espaces végétalisés, alignements arborés, ou encore surfaces à cultiver.

Parallèlement à ces ensembles urbains « ordinaires », plusieurs édifices ont été identifiés comme constituant un patrimoine architectural de fort intérêt pour le territoire :

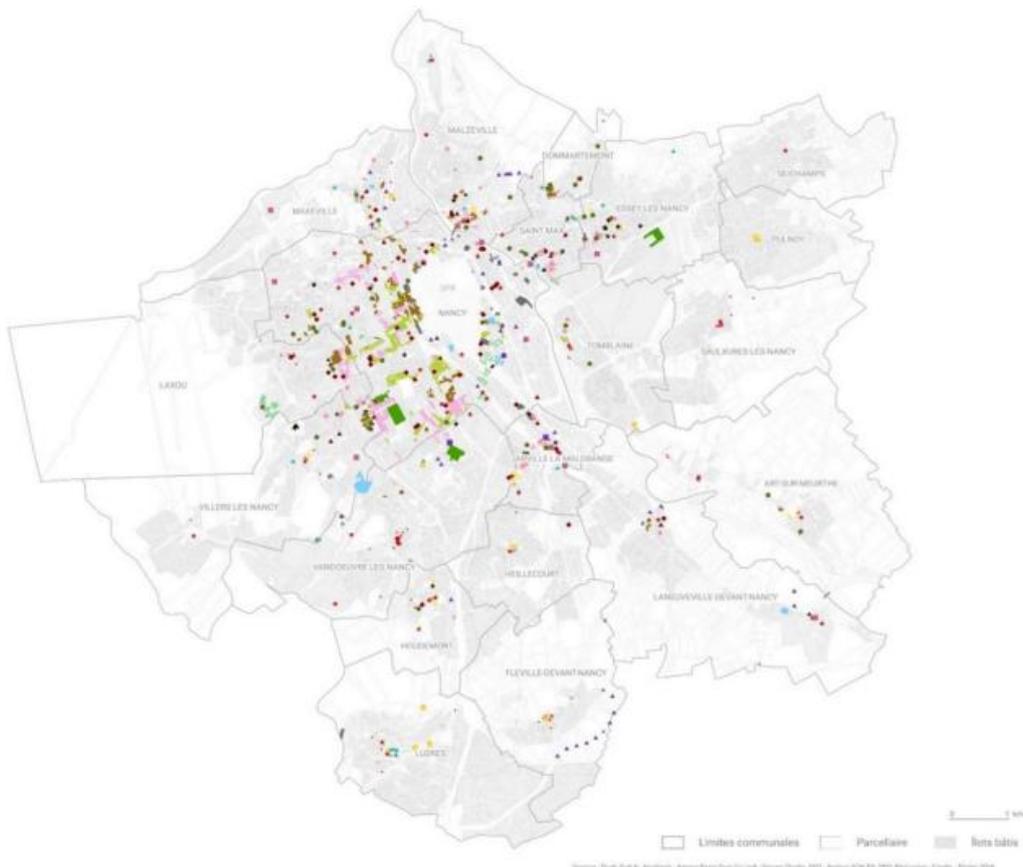
- les châteaux et demeures, éléments emblématiques forts, très présents sur le territoire métropolitain ;
- le patrimoine militaire, dont les casernes renvoient à l'importance primordiale de l'agglomération au tournant des XIXe et XXe siècles, et présentent une qualité architecturale et urbaine indéniable ;
- le patrimoine hospitalier, concentré autour de l'avenue de Strasbourg à Nancy ;
- le patrimoine industriel, le long de la Meurthe et du canal de la Marne au Rhin, avec des installations singulières, essentielles à la compréhension du Grand Nancy ;
- le patrimoine scolaire et universitaire, ainsi que le patrimoine religieux, de la seconde moitié du XXe siècle, disséminés sur l'ensemble du territoire ;
- etc...

PATRIMOINE ARCHITECTURAL

Éléments identifiés

- Architecture administrative, commerciale et de bureaux
- Architecture de la culture, du sport et des loisirs
- Architecture religieuse
- Architecture scolaire et universitaire
- Architecture hospitalière
- Architecture industrielle et ouvrages d'art
- Architecture militaire
- Châteaux et demeures
- Habitat traditionnel
- Immeubles de rapport
- Maisons de ville
- Villas
- Petit patrimoine

- Architecture administrative, commerciale et de bureaux
- Architecture de la culture, du sport et des loisirs
- Architecture hospitalière
- Architecture industrielle et ouvrages d'art
- Architecture militaire
- Architecture religieuse
- Architecture scolaire et universitaire
- Châteaux et demeures
- Habitat traditionnel
- Immeubles de rapport
- Maisons de ville
- Villas

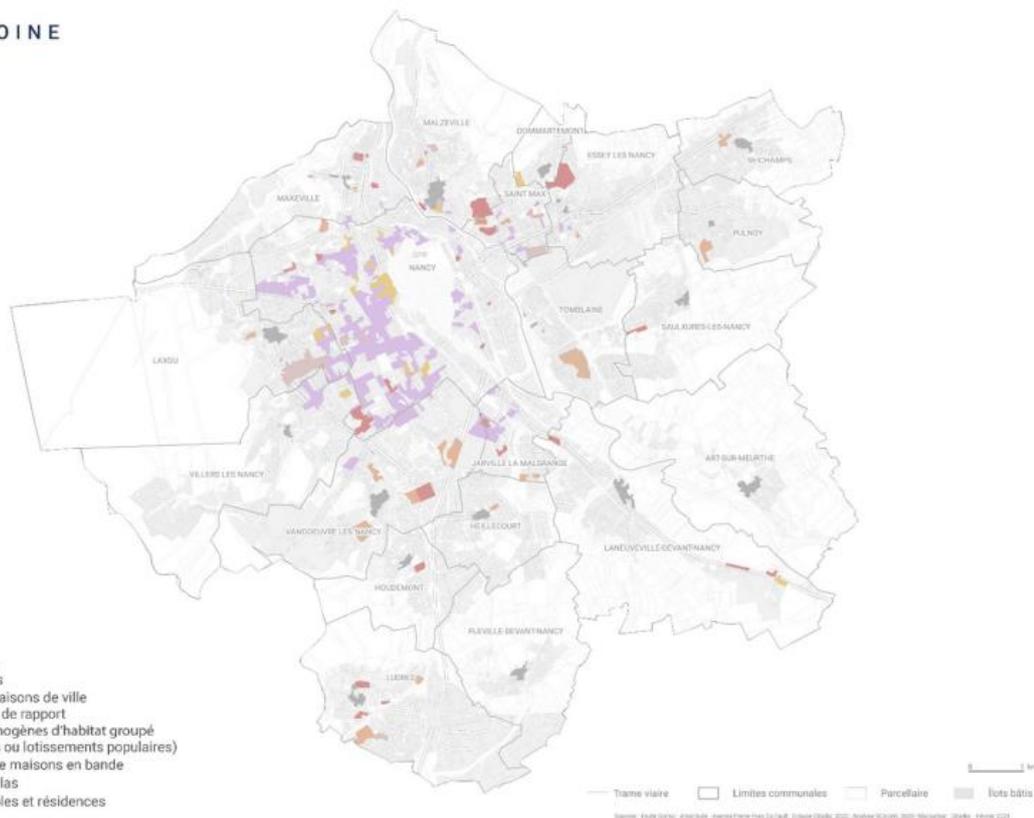


Patrimoine architectural de la Métropole du Grand Nancy - Source : Etude patrimoine, PLUi 2024

PATRIMOINE URBAIN

Éléments identifiés

- Centres anciens
- Ensemble de maisons de ville et d'immeubles de rapport
- Ensembles homogènes d'habitat groupé (Cités ouvrières ou lotissements populaires)
- Lotissements de maisons en bande
- Ensemble de villas
- Grands ensembles et résidences



Patrimoine urbain de la Métropole du Grand Nancy - Source : Etude patrimoine, PLUi 2024

Le patrimoine bâti identifié sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy, qu'il s'agisse d'éléments ponctuels ou d'ensembles cohérents est soumis à des pressions pouvant remettre en cause son authenticité, par des interventions directes sur le bâti, mais aussi par une évolution disharmonieuse du paysage urbain. L'évolution générale des modes de vie, y compris les besoins d'affichages, sont à ce titre susceptible de contribuer à la complexification de la lecture patrimoniale voire à la banalisation des paysages urbains.

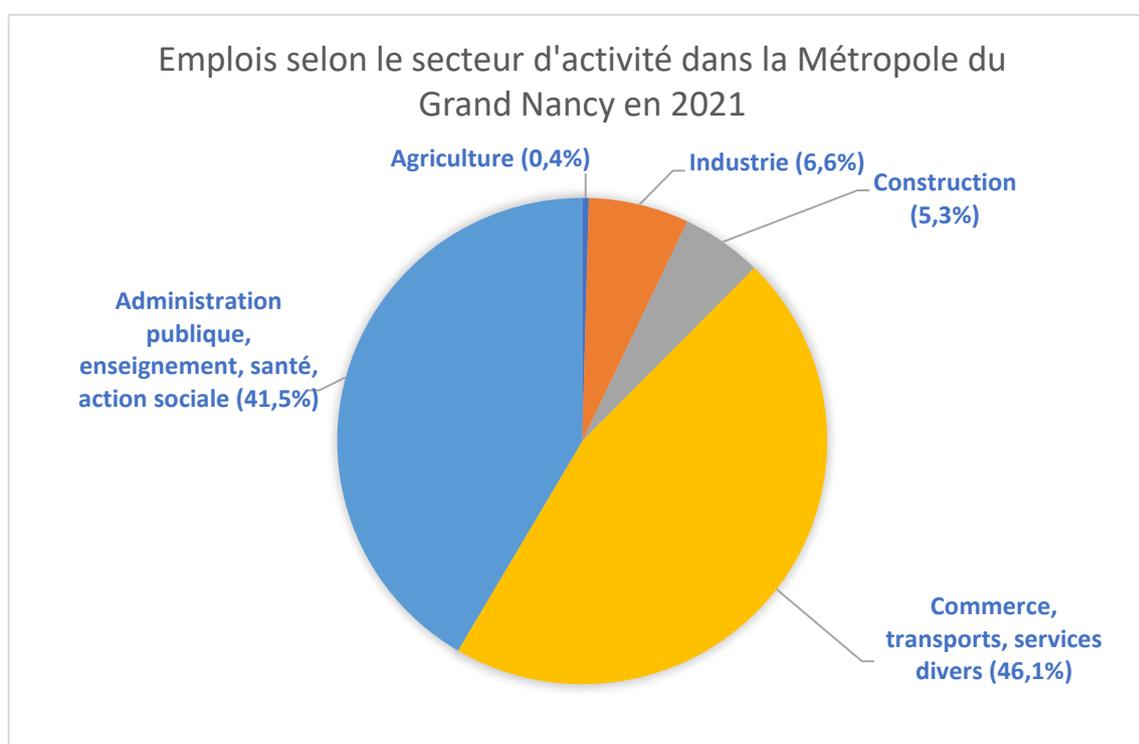
Le présent Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) doit **contribuer, par l'encadrement de l'affichage publicitaire (publicité, pré-enseigne et enseigne), à la préservation de la valeur patrimoniale des bâtiments et éviter leur banalisation et leur dénaturation.** De la même façon une attention particulière devra être portée à la **mise en valeur de l'interface entre les espaces privés et les espaces publics.**

III. Tissu et dynamique économique de la Métropole du Grand Nancy

1. Une économie dominée par la sphère présentielle

Industrialisé dès la fin du XIXe siècle, le bassin économique de Nancy a connu de profondes transformations face à la concurrence internationale et à l'évolution des marchés. Aujourd'hui, l'économie du territoire repose **principalement** sur la **sphère présentielle**, composée des **emplois publics pour 41,5%** soit 57 347 emplois (administration, enseignement, santé, action sociale) et **tertiaire pour 46,1%** soit 63 611 emplois (commerce, transports, services divers).

Pour autant, la **sphère productive reste un enjeu local majeur qui constitue à l'heure des transitions un modèle à réinventer**, combinant technologies, industries, et savoirs faire. En 2021, l'industrie employait 9 150 personnes, soit **6,6% des emplois sur le territoire** en baisse constante (7,3% en 2015²).

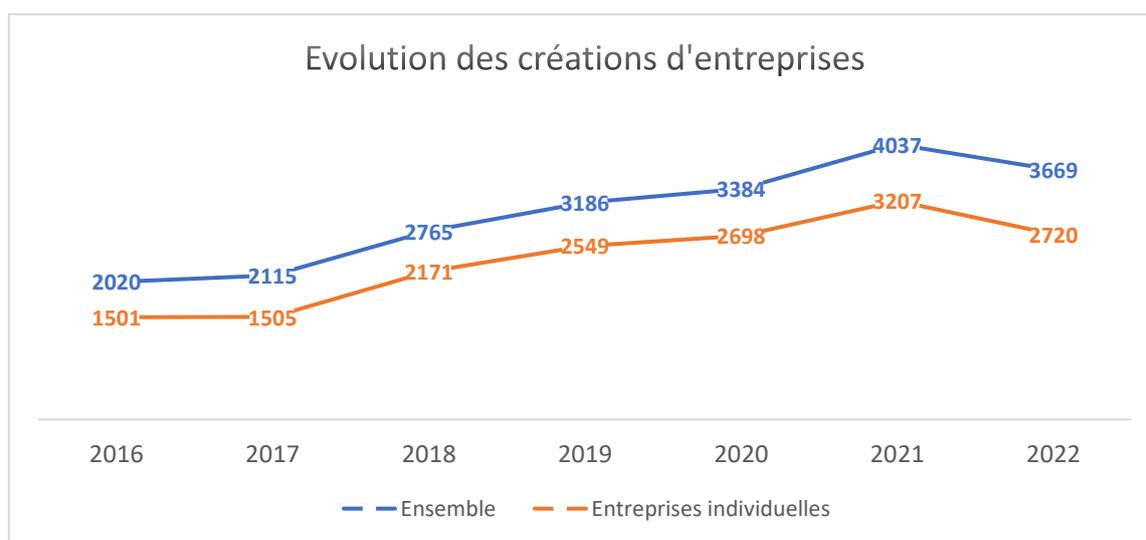


Source : INSEE RP2021, Exploitations complémentaires lieu de travail, géographie au 01/01/2024

² INSEE, RP 2021

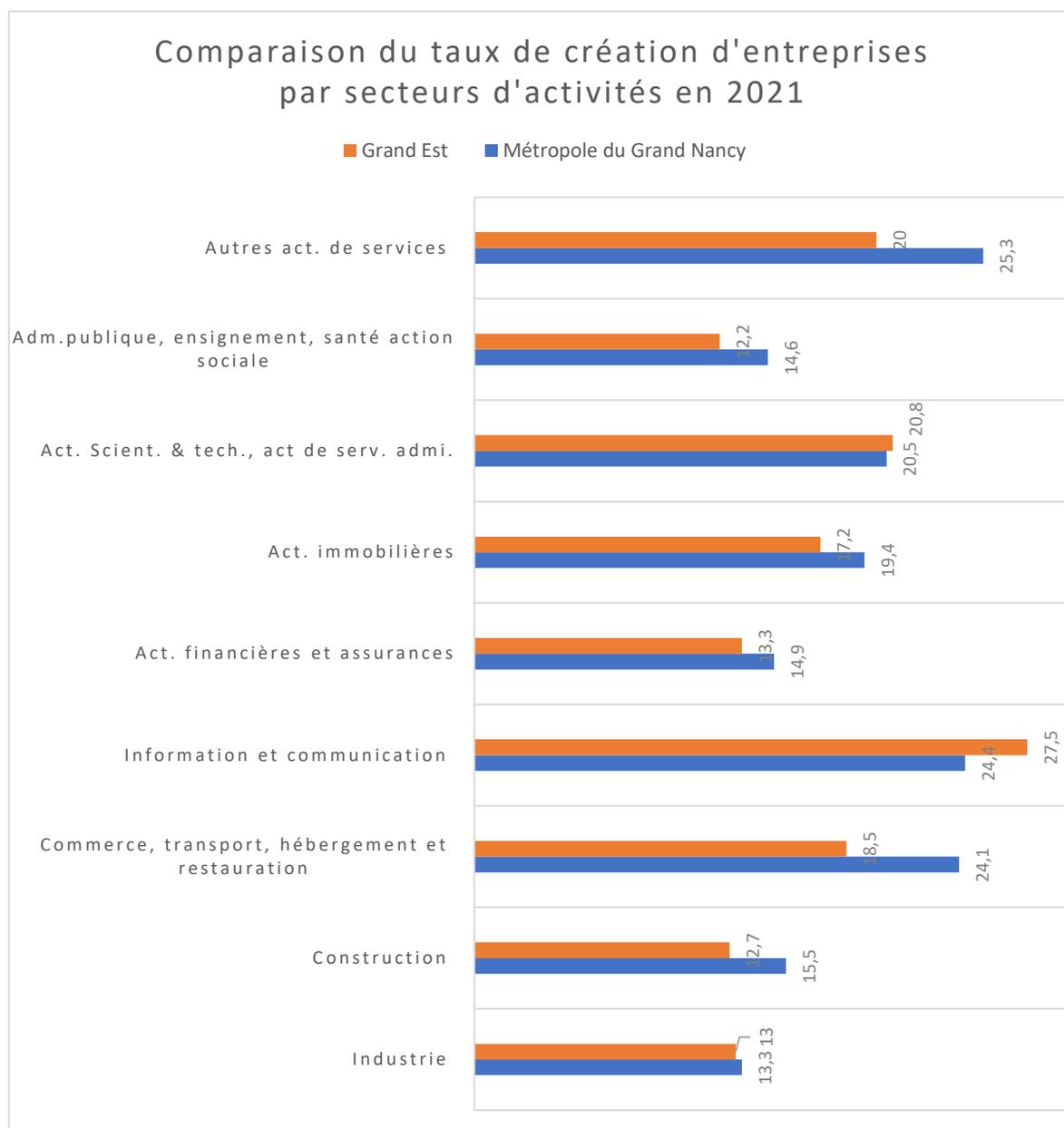
1.1. Une métropole attractive bénéficiant d'un tissu économique dynamique
 Quatrième intercommunalité de la région Grand Est, la Métropole du Grand Nancy, située à 1h40 de Paris par le TGV est inscrite au cœur de l'espace transfrontalier européen, caractéristiques qui lui confèrent **une situation intéressante pour asseoir son rayonnement**, en témoigne **l'évolution de la création d'entreprises et d'établissements**.

La **création d'entreprises (hors micro-entreprises) y est en hausse continue depuis 2017**. En 2021, ce sont en effet 4037 entreprises (dont 3207 créations d'entreprises individuelles) qui ont fleuri sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy contre 2115 en 2017 (dont 1505 entreprises individuelles). On observe une légère baisse en 2022.



Source : INSEE, Système d'Information sur la démographie des entreprises (SIDE) en géographie au 01/01/2024

Le taux de création d'entreprises (y compris individuelles) est de 20% pour la Métropole du Grand Nancy contre 16,9% pour la Région Grand Est, en ce sens la métropole apparaît attractive notamment pour **l'économie tertiaire de services**. En effet, d'après l'analyse ci-après les créations d'entreprises en 2021 concernent majoritairement le **commerce, transports, hébergements et restauration** (24,1%) et les **autres activités de services** (25,3%) (organisations associatives, la réparation d'ordinateurs et de biens personnels et domestiques ainsi que diverses activités de services personnels).



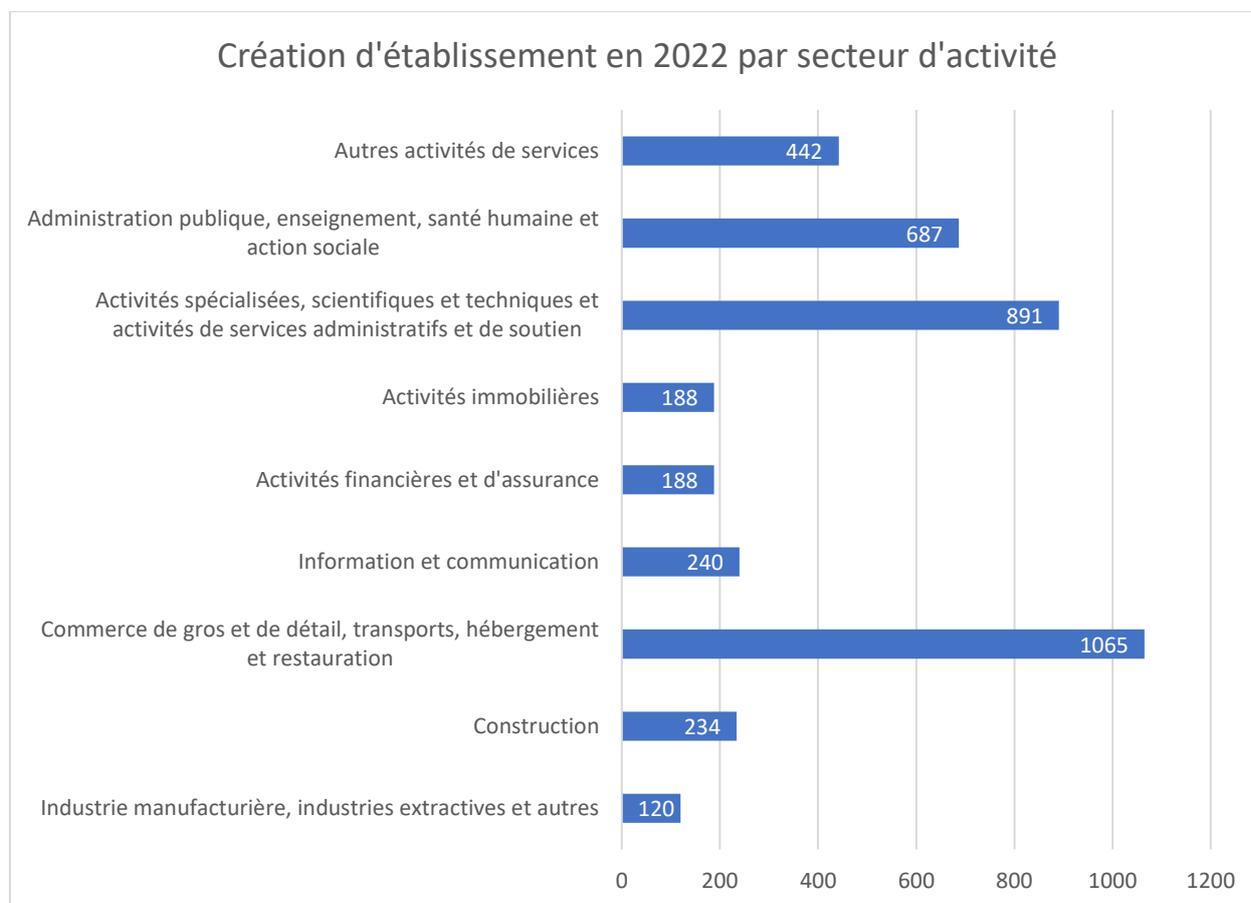
Source : INSEE, Répertoire des Entreprises et des Etablissements (REE) – 2021, Observatoire des territoires

L'activité de services à haute valeur ajoutée y est par ailleurs bien implantée avec 23 000 entreprises dont des grands groupes internationaux tels que Saint Gobain, Novasep, Fives Nordon ou Welcoop. Fer de lance de la révolution numérique, le Grand Nancy est la seule métropole labellisée French Tech du Grand Est, grâce à une démarche LORnTECH, rassemblant les villes et agglomérations du Sillon lorrain (Épinal, Nancy, Metz et Thionville).

Les activités commerciales et de services sont les plus dépendantes des dispositifs d'affichages.

Par ailleurs, **4055 établissements ont été créés en 2022 sur le territoire métropolitain**, avec une prépondérance du commerce de gros et de détail, du transport et des hébergements et restauration (24,3%) et des activités spécialisées scientifiques et techniques activités de services administratifs et

de soutien (22%). **La dynamique positive de création d'établissements est susceptible de générer la création d'autant de nouvelles enseignes et la multiplication de la promotion publicitaire.**



Source : INSEE, Système d'information sur la démographie d'entreprises (SIDE) en géographie au 01/01/2024

La **dynamique économique** du territoire entretient un **lien étroit avec l'évolution des besoins d'affichage des entreprises et des acteurs économiques**. Le RLPi devra trouver un équilibre dans la réglementation afin d'assurer la **prise en compte des intérêts** des acteurs économiques tout en préservant les **caractéristiques paysagères de la Métropole**.

2. Armature économique et commerciale des grands équipements métropolitains

2.1. Zones d'activités et commerciales

Plusieurs **zones d'activités ponctuent les paysages du Grand Nancy**, notamment à proximité des **grandes infrastructures routières et ferroviaires**. Ces zones sont de nature variée : technopôles (Renaissance, Manufacture, Henri-Poincaré), zones d'activités économiques (Grande Sapinière, Nancy Porte Sud, La Porte Verte, etc.), pôles commerciaux (Cœur d'Agglomération, Rives de Meurthe) ou encore grands équipements (Golf Grand Nancy Pulnoy, Médipôle de Gentilly, etc.). Elles constituent le **cœur de l'activité commerciale, l'enjeu associé à l'affichage y est particulièrement prégnant**.



PLAN LOCAL D'URBANISME INTERCOMMUNAL DU GRAND NANCY
ÉCONOMIE / COMMERCE / ÉQUIPEMENTS MÉTROPOLITAINS



FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET LA CRÉATION D'EMPLOIS AU SEIN DE LA MÉTROPOLE

- Valoriser et promouvoir le développement des activités économiques prioritaires.
- Maintenir et renforcer le dynamisme économique et accompagner les entreprises notamment productives et innovantes : redynamiser l'immobilier des zones d'activités existantes et développer une offre foncière économique sur de nouveaux secteurs.
- Conforter et rendre lisible une offre foncière et immobilière pour les activités tertiaires et de services.
- Conforter les atouts de la Métropole en matière d'innovation et de recherche par un immobilier approprié.

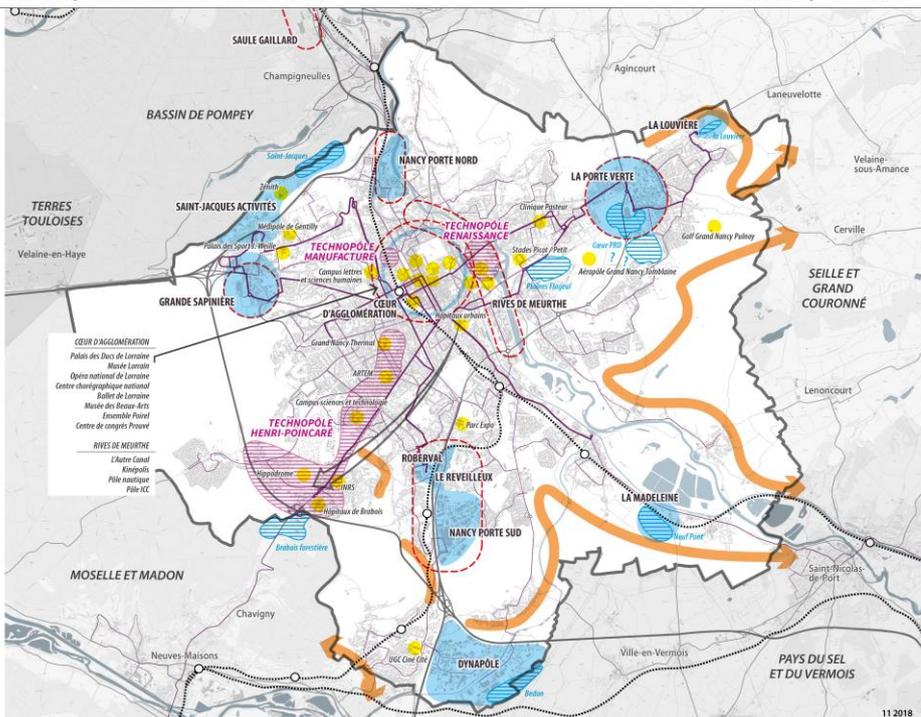
ACCOMPAGNER LE RAYONNEMENT DES FONCTIONS MÉTROPOLITAINES

- Accompagner la modernisation des grandes fonctions métropolitaines.
- S'appuyer sur les autres secteurs de développement métropolitain moteur d'une Métropole forte et rayonnante.
- Accompagner les grands projets métropolitains : Grand Nancy Thermal, Musée Lorrain, rénovation du Zénith et modernisation du Parc des Expos.
- Conforter l'offre en équipements sportifs de loisirs d'échelle métropolitaine.

RENFORCER LE POSITIONNEMENT DE LA MÉTROPOLE EN TANT QUE PÔLE COMMERCIAL MÉTROPOLITAIN MAJEUR DU GRAND EST

- Créer les conditions optimales de dynamisation et modernisation de l'offre commerciale.
- Accompagner le développement urbain par une armature commerciale adaptée et diversifiée.
- Faciliter les mutations de l'armature commerciale en préservant l'équilibre entre le cœur métropolitain et les pôles périphériques.

FAVORISER UNE AGRICULTURE PÉRIURBAINE RÉPONDANT AUX BESOINS DE LA POPULATION



- Technopôles
- Zones d'activité économiques métropolitaines
- Pôles commerciaux
- Zones de projets
- Grands équipements métropolitains
- Agriculture périurbaine
- Relocalisation des facultés et des équipements de santé

Source : PLUi de la Métropole du Grand Nancy, 2025

Ces secteurs à l'origine de **franges urbaines plus ou moins marquées** accueillent en effet un **affichage publicitaire hétérogène** : il peut y être de grand format et particulièrement démonstratif ou plus discret, et contribue à l'aspect **peu qualitatif** de ces secteurs. **Un enjeu fort en matière de réglementation de l'affichage de la publicité et des enseignes** y est donc associé afin de répondre au **besoin d'attractivité commerciale** mais aussi de **qualité paysagère**.



La Porte Verte - Source : GoogleEarth,2024



Nancy Porte Sud Source : GoogleEarth,2024



Technopole de Nancy-Brabois- Source : GoogleEarth ,2024



Dynapole - Source : GoogleEarth,2024

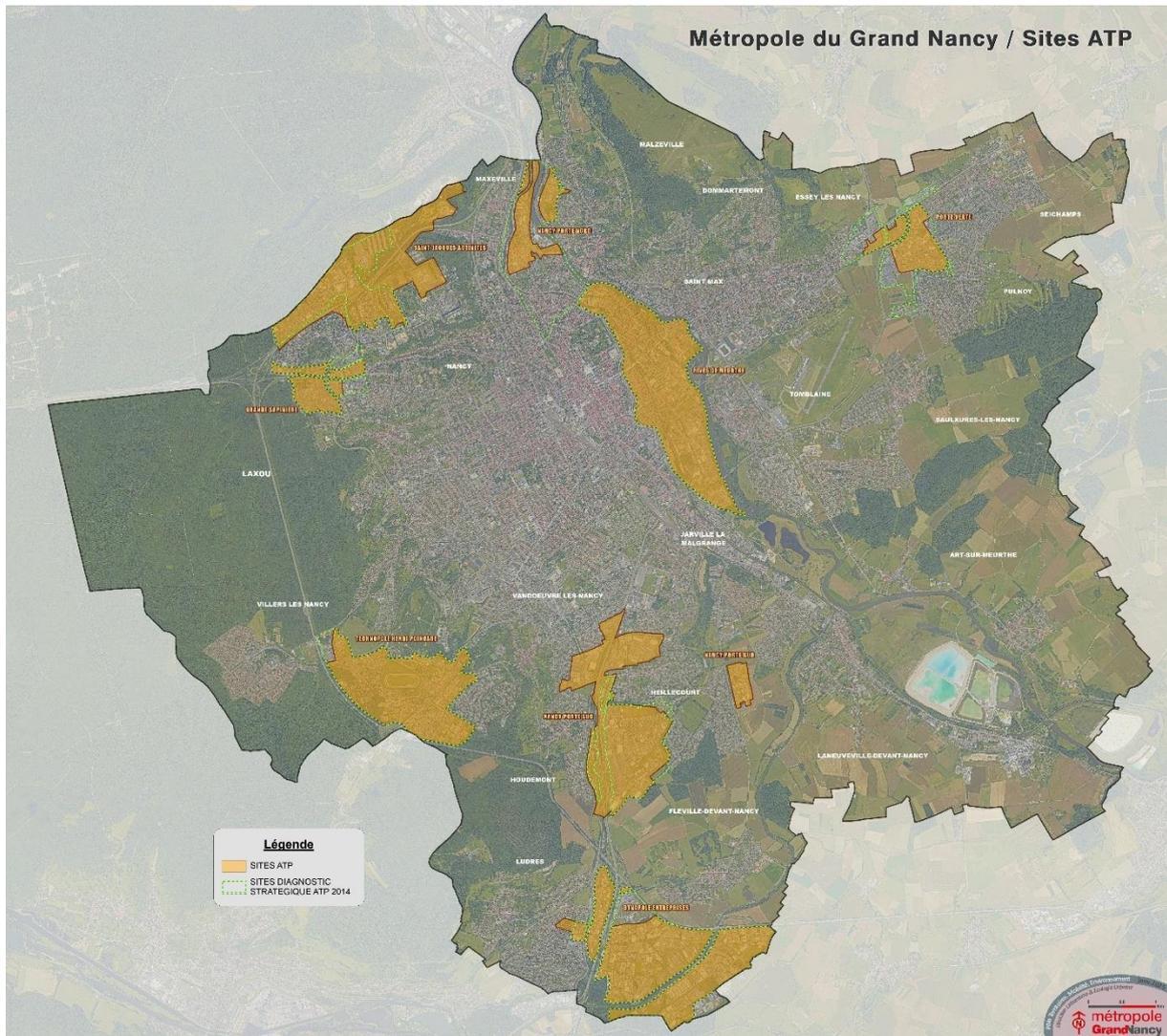
2.2. La démarche « une Association, un Territoire, un Projet » (ATP)

La santé économique du Grand Nancy est en partie imputable à la démarche « **une Association, un Territoire, un Projet** » initiée en 2006 par le Grand Nancy qui vise à **dynamiser neuf sites économiques en vue d'accroître la performance des entreprises** et de faire émerger des projets collaboratifs, à même d'innover les politiques publiques portées par la Métropole.

Depuis leur création en 2006, **les zones ATP** (« une Association, un Territoire, un Projet ») ont permis de créer **une solide dynamique au sein des territoires**. Elles constituent des outils efficaces de développement économique : **la croissance du nombre d'emplois et d'établissements y dépasse celle observée dans le reste de la Métropole (+15 % d'emplois dans les sites ATP contre +2 % entre 2007 et 2013, et +26 % d'établissements contre +20 % sur cette même période).**

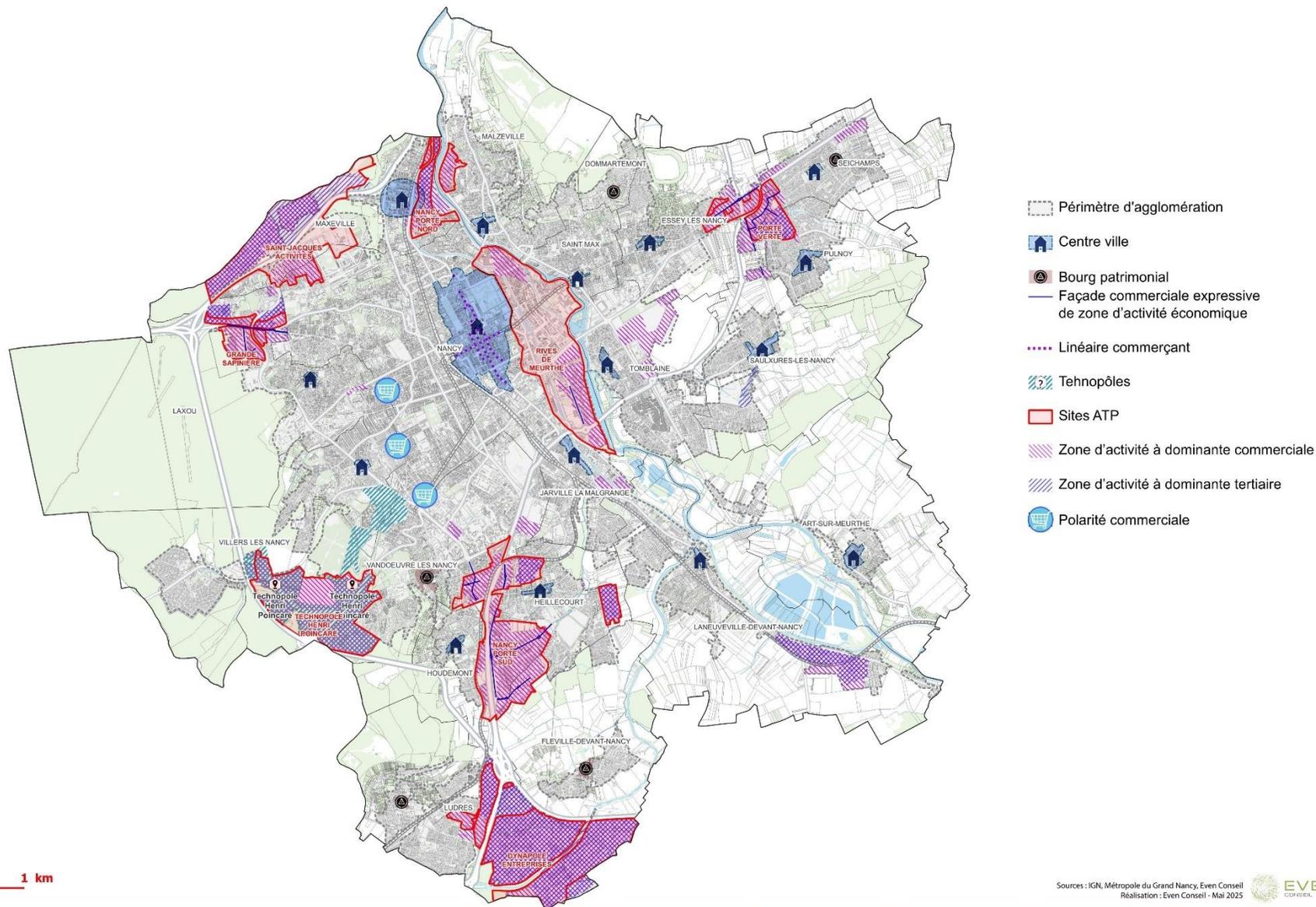
Les sites ATP représentent près de 8.000 établissements et 68.000 emplois. Ils portent un grand nombre de projets destinés à dynamiser leur site d'accueil, offrir des services de qualité aux salariés et développer des collaborations inter-entreprises (plan de déplacement inter-entreprises, convention de développement durable, sécurité, signalétique...).

La **gestion et l'application de principes d'affichage constitue un élément important dans le développement de ces entreprises**. En effet, compte tenu des emprises de ces secteurs un équilibre doit être trouvé afin de garantir la **lisibilité de ces espaces et leur bonne intégration paysagère**.



Sites ATP - Source : Métropole du Grand Nancy, 2025

Carte d'Enjeu - La visibilité des acteurs économiques



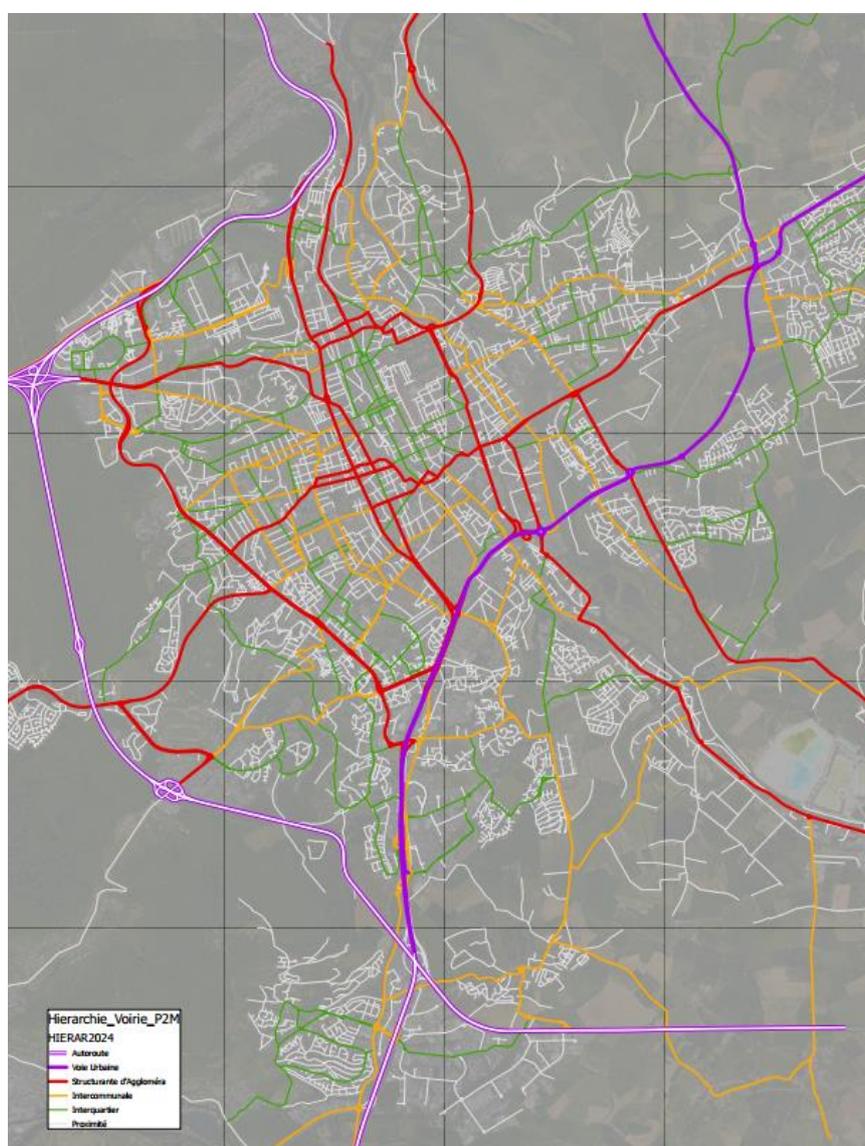
0 1 km

IV. Mobilités

1. Réseau viaire

Le territoire de la Métropole du Grand Nancy est traversé par **deux axes Nord-Sud majeurs : l’A33, devenant l’A31 en se prolongeant vers le Nord et l’A330 devenant la M674 vers le Nord.**

A ces circulations principales, s’ajoute un réseau dense de routes structurantes (métropolitaines et départementales) permettant la connexion entre les communes et notamment avec Nancy. Ces derniers concentrent l’affichage publicitaire grand format du territoire, autant en termes de publicités et pré-enseignes que d’enseignes scellées au sol. La circulation automobile conduit à une hausse des formats publicitaires par rapport aux zones de centres-villes où l’affichage est plutôt à destination des piétons.



Hiérarchisation du réseau viaire de la Métropole - Source : Métropole du Grand Nancy 2024

L'affichage publicitaire non maîtrisé constitue un facteur de dégradation de la qualité paysagère des axes de traversée du territoire.



*Différents types d'affichages grand format sur des axes à enjeux du territoire -
Source : Citadia 2023*

2. Réseau ferré

La voie ferrée représente également une **porte d'entrée sur le territoire et un axe de déplacements majeur**. Le long des voies SNCF et sur les ponts traversant la voie ferrée, de **nombreux panneaux publicitaires grands formats sont existants**.

Deux typologies d'implantation des dispositifs : muraux, accrochés aux piliers de ponts, ou scellés au sol, sur les talus situés le long des voies.



Affiches grand format le long de la voie ferrée dans la ville de Nancy – Source : Citadia, 2023

3. Réseau de bus et tramway

Le Grand Nancy compte un million de déplacements quotidiens. Le 25 novembre 2021, le Plan Métropolitain des Mobilités (P2M) est adopté en Conseil métropolitain. Il fixe la **stratégie du plan de déplacement à l'horizon 2035** et les actions à engager dès à présent.

Dès 2026, le nouveau réseau de transports en commun s'appuiera **sur 5 lignes structurantes** :

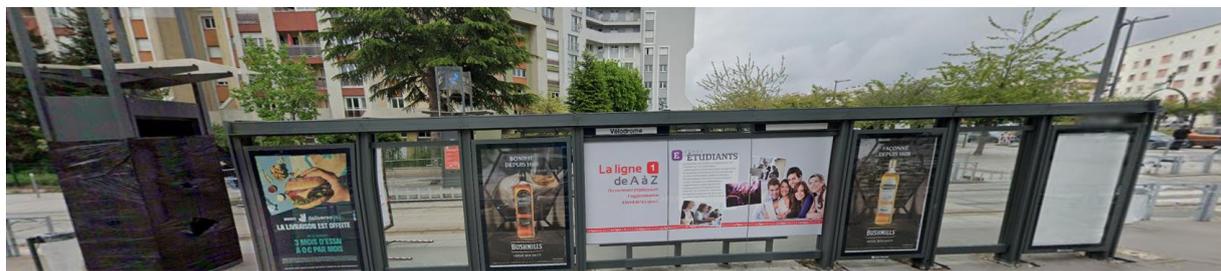
- une ligne 1 en trolleybus 100 % électrique ;
- les lignes 2 à 5 en BHNS (Bus à Haut Niveau de Service) ;
- la ligne 4 se verra modifiée avec la création de nouvelles liaisons entre Gare et Vélodrome et la desserte du quartier des Nations à Vandœuvre-lès-Nancy qui sera directement relié au centre-ville de Nancy ;
- le prolongement des 5 lignes est également étudié ;
- une expérimentation de transport guidé rapide et autonome est menée (projet Urbanloop).

Le réseau de transport en commun est accompagné de mobilier urbain qui est souvent support de publicité. Le RLPi doit porter un regard particulier sur ce type de support publicitaire spécifique.

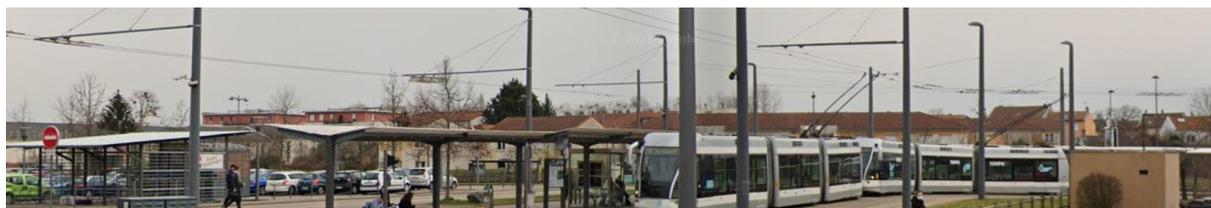


Source : Métropole du Grand Nancy, projet présenté en conseil métropolitain le 25 novembre 2021

Les voies de transports en communs et le mobilier urbain associé créent ponctuellement des éléments de rupture dans le paysage. Elles constituent également des secteurs d’affichage privilégiés au niveau des traversées (ponts et tunnels) ou des voies qui les longent. Les projets du Plan Métropolitain des Mobilités (P2M) vont modifier la physionomie de certains quartiers et renforcer les enjeux liés à l’affichage.



Arrêt VéloDrome ligne 1 à Vandœuvre-lès-Nancy – Source : Google earth , 2024



*Terminus ligne 1 à Essey-Mouzimpré à Essey-lès-Nancy Source :
 GoogleEarth,2024*



Arrêt Provinces ligne T3 à Laxou -Source : Google Earth, 2024

L'objectif de la prise en compte de ces projets dans le RLPi est notamment **d'accompagner l'évolution des tissus urbains existants, de façon à améliorer la qualité urbaine du territoire sans en bouleverser les caractéristiques**

4. Promouvoir la piétonisation et un cadre de vie apaisé

Dans la continuité de la mise en œuvre du Plan de Mobilités de la Métropole du Grand Nancy, la place laissée à la voiture sera revue. Le réseau routier favorisera le contournement du cœur de ville.

L'organisation spatiale de la ville fera donc l'objet d'un rééquilibrage. Concrètement, la recherche d'un cadre de vie apaisé passera principalement par l'aménagement d'une **offre d'itinéraires verts et ombragés, l'installation de mobiliers urbains, la simplification du franchissement des intersections, la piétonisation des centres-villes et des abords des écoles, l'apaisement des vitesses avec l'établissement des zones 30.**

Les transformations de l'espace public occasionnées par la piétonisation des villes impliquent une **réorganisation et une évolution des pratiques d'affichages et de publicités afin qu'elles contribuent à l'amélioration d'un cadre de vie apaisé et reposant pour les habitants.**

5. Enjeux de transition écologique

Le 18 avril 2024, le plan d'actions du Plan Climat Air Energie Territorial a été adopté par le conseil métropolitain. Fil conducteur des actions métropolitaines en faveur de la transition écologique, le Plan Climat Air Energie Territorial repose sur cinq grands axes, complété par un plan d'actions pour la qualité de l'air :

- accompagner la transition du parc bâti du territoire ;
- accélérer l'essor des mobilités durables et décarbonées ;
- accompagner les transitions vers une économie bas-carbone ;
- adapter le territoire aux effets du changement climatique ;
- agir collectivement en faveur des transitions.

Face aux consommations d'énergie de la Métropole en augmentation depuis 2014, ainsi qu'aux émissions de Gaz à effet de Serre, la Métropole a fixé des objectifs ambitieux de diminution de la consommation et de réduction des émissions de gaz à effet de serre.



CONSOMMATION D'ÉNERGIE

7 500 GWh/an
Consommation globale en 2021

↑ 12%
d'augmentation
depuis 2014

44%
de la consommation
est issue des bâtiments
(résidentiels &
tertiaires)

37%
de gaz naturel



CO2

1 610 000
de ktEqCO2
en 2021

↑ 4%
d'augmentation
depuis 2014

46%
des GES proviennent
de l'industrie

93%
des émissions de GES
sont issues de
la consommation
énergétique

Diminution de la consommation énergétique



Horizon 2030 | Horizon 2050
-20% | **-50%**

Par rapport à 2012

Avec :

- ▶ Une dynamisation de la rénovation performante du bâti à un rythme et niveau d'ambition en rupture avec l'existant
- ▶ Une évolution profonde des modes de déplacement au profit des modes actifs, des véhicules partagés et du transport collectif
- ▶ Un accompagnement du tissu industriel vers une économie bas carbone

Réduction des émissions de gaz à effet de serre



Horizon 2030 | Horizon 2050
-55% | **-84%**

Par rapport à 1990

Avec :

- ▶ Le renforcement de la sobriété des usages pour diminuer les consommations énergétiques
- ▶ La décarbonation des consommations énergétiques de tous les secteurs, en agissant en priorité sur les énergies fossiles les plus émissives

Objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre et des consommations d'énergie - Source : Plan Climat Air Energie Territorial, 2024

La Métropole identifie l'affichage publicitaire et son encadrement comme levier d'action dans son Axe 5 « Agir collectivement en faveur des transitions », en particulier dans son Orientation 1 « Accompagner les modes de vie vers plus de sobriété ». L'accompagnement au changement de comportement en particulier est visé.

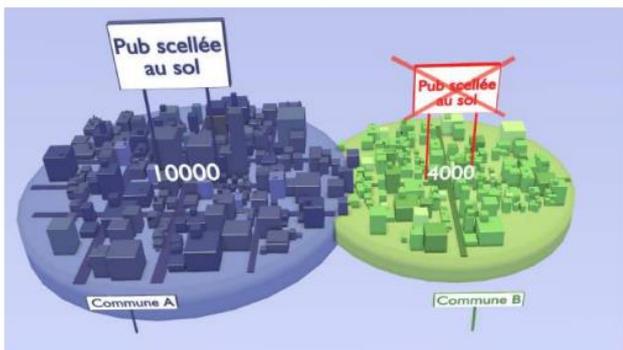
Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de la Métropole du Grand Nancy

La réglementation relative aux dispositifs d'affichage comprend :

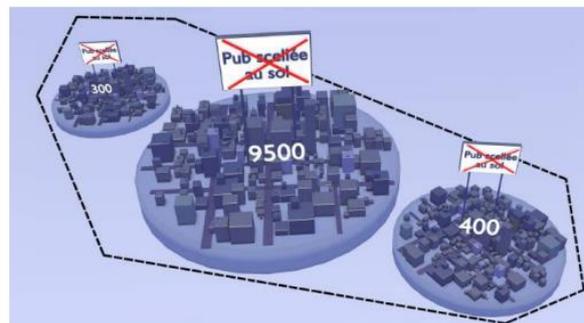
- Des dispositions relatives à la notion d'agglomération/hors agglomération.
- Des dispositions s'appliquant à chaque commune du territoire selon leur démographie et leur appartenance à une unité urbaine
- Des dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques

I. Le périmètre d'agglomération

Un des **principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération** (sous réserve du respect des prescriptions du RNP et/ou du RLP). L'article L. 581-7 qui fixe ce principe précise que **l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route** : l'agglomération se définit comme l'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).



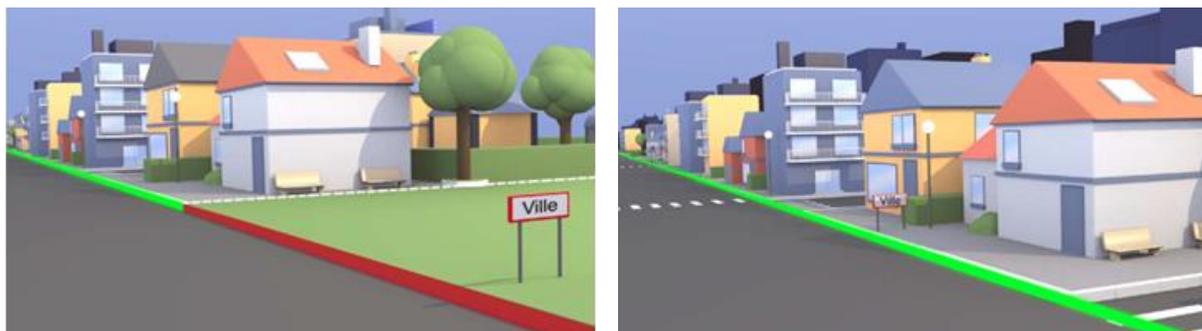
Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.



La population de la commune (pointillé) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

Source : Extrait du guide de la réglementation nationale de publicité, 2024

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

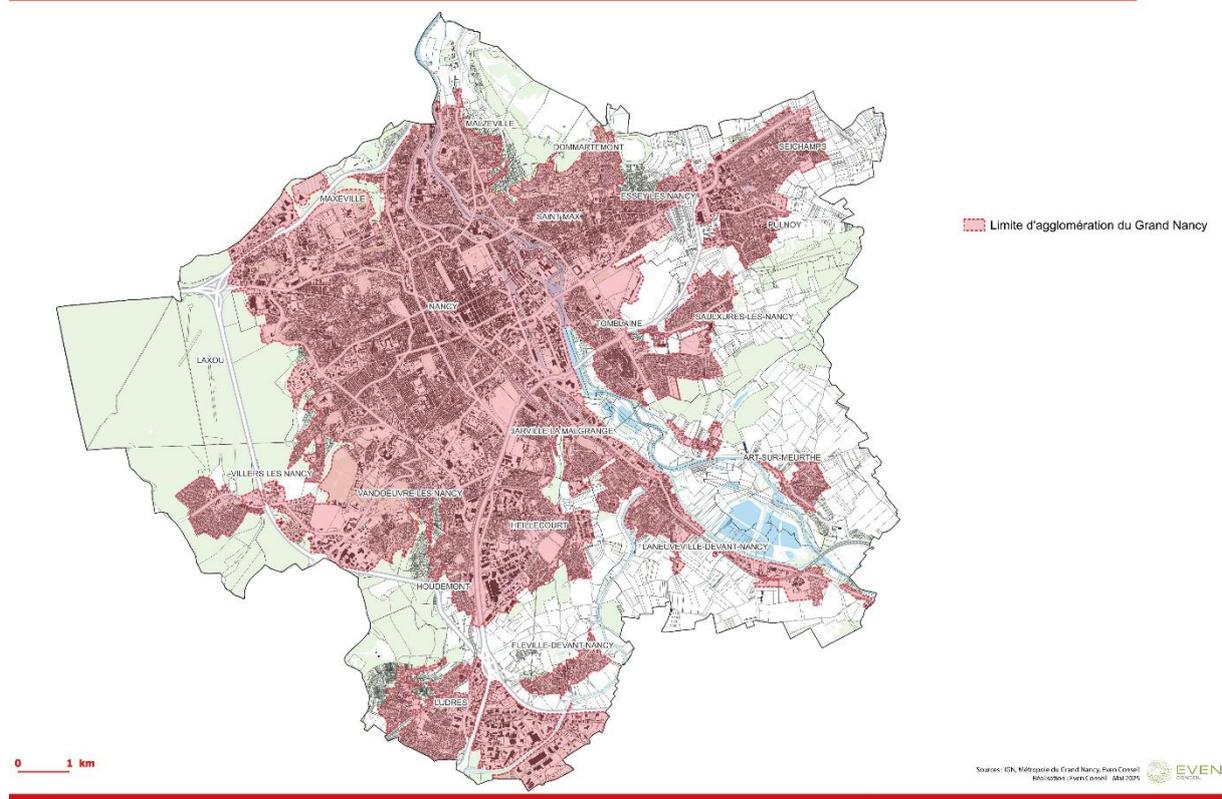


Source : Extrait du guide de la réglementation de la publicité

Le périmètre d'agglomération a été défini pour la Métropole afin de constituer une enveloppe bâtie continue. Ce travail intègre les parcelles bâties selon les données cadastrales, la bati IGN ainsi que la tache urbaine issue des travaux du PLUi en cours d'élaboration.

- Les cimetières et les terrains de sport sont intégrés dans les limites s'ils y sont accolés
- Les routes et voies ferrées également
- La distance minimale entre deux morceaux d'agglomération est de 100 mètres.
- Les limites d'agglomération ont en compte les zones à urbaniser (AU) sous réserve qu'elles soient urbanisées d'ici l'approbation du RLPi (prévue en décembre 2025).
- La configuration et les besoins spécifiques de certains bâtis ont été pris en compte.

Limites d'agglomération

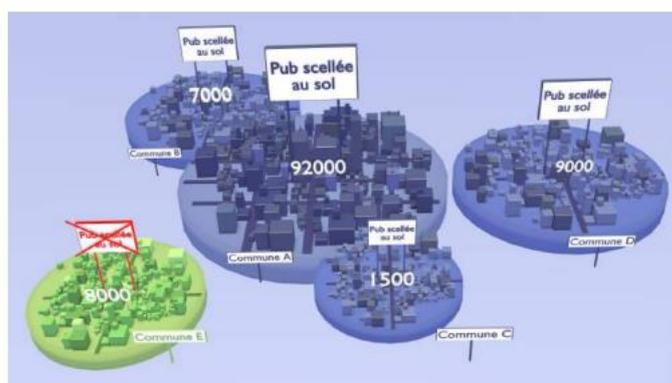



La notion « géographique » d'agglomération doit être distinguée de la **notion « démographique » d'agglomération**

II. Le seuil démographique d'agglomération et l'unité urbaine de Nancy

Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération au sens démographique dans laquelle la publicité est implantée. Les modalités de décompte de la population s'avèrent importantes. Par exemple, dans les agglomérations de moins de dix mille habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine* de plus de cent mille habitants, la publicité scellée au sol est interdite. Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune (CE, 2ème – 7e sous-sections réunies, 26/11/2012, ministre de l'Écologie, du Développement durable et du Logement c/ Sté Avenir, n° 352916). **Cette solution interdit de considérer comme constituant une agglomération unique un espace sur lequel sont groupés des immeubles* bâtis rapprochés et implantés sur deux communes distinctes, l'une jouxtant l'autre.** Lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, il incombe au maire de décompter la population dans chacune d'entre elles.

L'INSEE définit l'unité urbaine* comme étant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de deux cents mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants. Dans ce cas, le décompte de la population se fait en additionnant la population totale des communes membres de l'unité urbaine afin de déterminer si les seuils prévus par la réglementation sont atteints. On remarquera donc que, lorsque les textes font référence à l'unité urbaine*, on ne tient pas compte des limites communales pour établir le chiffre de la population.



Dans cet exemple, les communes A, B, C et D appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ce qui n'est pas le cas de la commune E (non intégrée par l'INSEE à cette unité urbaine).

Les dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations des communes A, B, C et D sont soumis aux règles applicables aux agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont donc autorisés.

En revanche, comme la commune E ne fait pas partie de l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants et que son agglomération compte moins de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits.

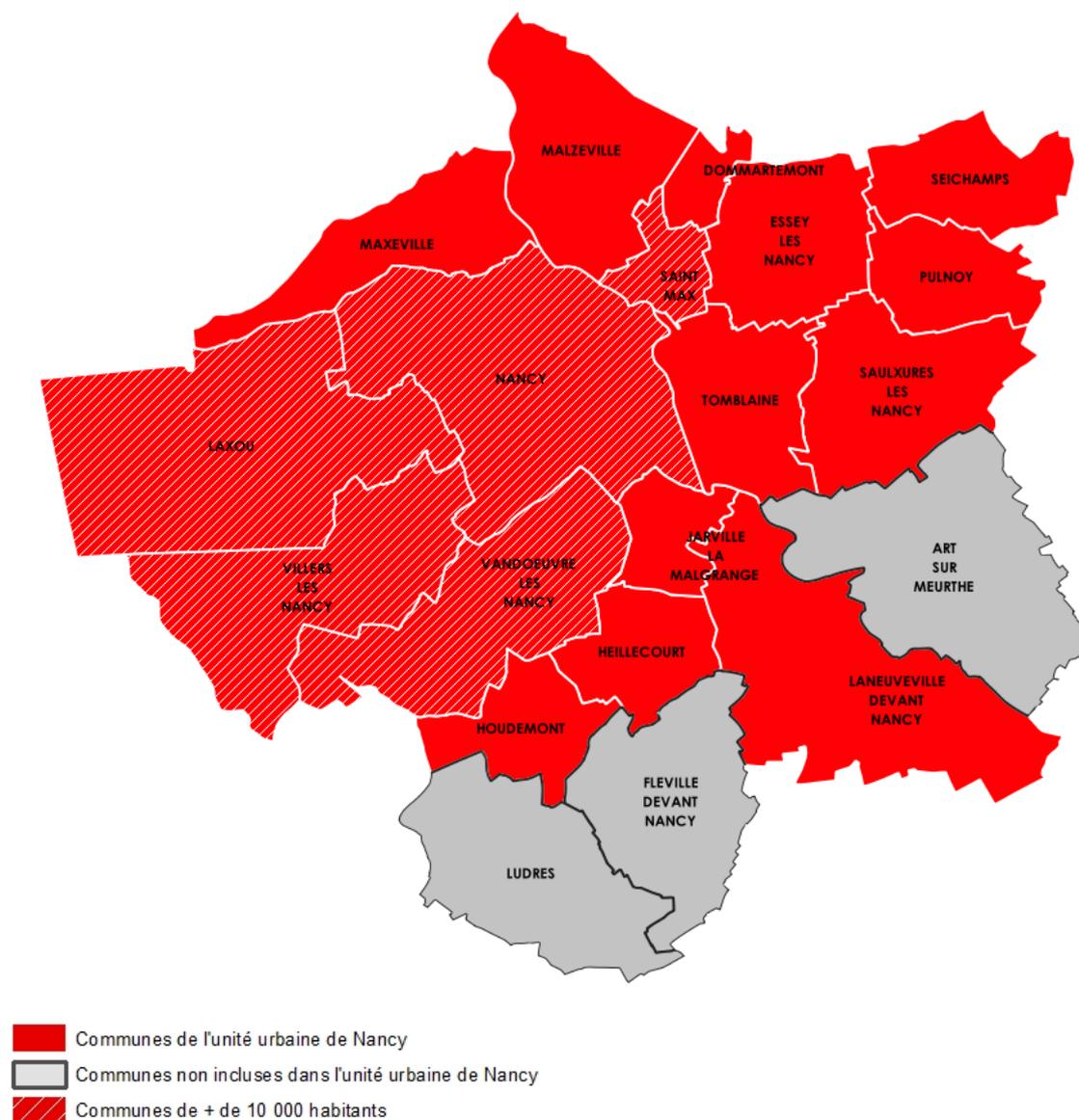
En ce qui concerne la Métropole du Grand Nancy :

- **17 communes appartiennent à l'Unité Urbaine de Nancy** (de plus de 100 000 habitants), parmi elles seules 5 communes ont plus de 10 000 habitants (à la date de l'élaboration du présent document). Les mêmes règles s'appliquent sur ces 17 communes, des règles de format des dispositifs peuvent varier dans les communes de moins de 10 000 habitants.

- **2 communes sont comprises dans l'Unité Urbaine de Ludres** (de moins de 100 000 habitants) : Ludres et Fléville-devant-Nancy.
- **1 commune est hors de toute Unité Urbaine** : Art-sur Meurthe

Les trois **communes** (Art-sur-Meurthe, Fléville-devant-Nancy et Ludres) **hors de toute Unité Urbaine ou dans une Unité Urbaine de moins de 100 000 habitants sont soumises à des règles plus restrictives** en matière de publicité et de préenseigne.

L'analyse des dispositifs non conformes a été faite de manière distincte entre les communes appartenant à l'unité urbaine de Nancy et les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nancy.



Communes de + 10 000 hab. appartenant à l'unité urbaine de Nancy	Communes de -10 000 hab. appartenant à l'unité urbaine de Nancy	Communes de -10 000 hab. n'appartenant pas à l'unité urbaine de Nancy
Laxou (14 671 hab.) Nancy (104 260 953 hab.) Saint-Max (10 073 hab.) Vandœuvre-lès-Nancy (29 537 hab.) Villers-lès-Nancy (14 761 hab.)	Dommartemont (570 hab.) Essey-lès-Nancy (8782 hab.) Heillecourt (5377 hab.) Houdemont (2076 hab.) Jarville-la-Malgrange (9 374 hab.) Laneuveville-devant-Nancy (6551 hab.) Malzéville (7927 hab.) Maxéville (9921 hab.) Pulnoy (5144 hab.) Saulxures-lès-Nancy (4 285 hab.) Seichamps (5141 hab.) Tomblaine (9 019 hab.)	Art-sur-Meurthe (1660 hab.) Fléville-devant-Nancy (2 202 hab.) Ludres (6 081 hab.)

Source : INSEE, Base des unités urbaines 2020 au 1er janvier 2024

III. Les périmètres environnementaux et urbains.

Toute publicité (et pré-enseigne) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires) (Art. L.581-7). La réglementation nationale de publicité définit par ailleurs des prescriptions spécifiques sur les secteurs présentés ci-après : périmètres environnementaux, patrimoine remarquable, abords des autoroutes, voies express et déviations.

1. Les interdictions d'affichage

Deux interdictions d'affichage sont distinguées par le Code de l'Environnement :

- ❖ **Les interdictions absolues qui ne permettent aucune dérogation (Art. 581-4) :**
 - Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques
 - Sur les monuments naturels et dans les sites classés (loi 1930)
 - Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
 - Sur les arbres. L'élagage mutilant les arbres ou les haies à seule fin de dégager la visibilité de dispositifs scellés au sol* ou d'en permettre l'installation est assimilé à une implantation sur les arbres (CE/14/02/2001, Sté Centrale d'espaces publicitaires, req. n°20.9103).

- ❖ **Les interdictions relatives auxquelles il est possible de déroger dans le cadre d'un RLPi, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée (Art. 581-8) :**
 - Aux abords des monuments historiques précisé à l'article L.621-30 du Code du patrimoine
 - Dans le périmètre des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR)
 - Dans les Parcs Naturels Régionaux (PNR)
 - Dans les sites inscrits (loi 1930)

- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (Zone Natura 2000)

Conformément à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine, il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement, de celui de co-visibilité qui induit l'observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le monument et le dispositif publicitaire.

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.

2. Les protections de la Métropole du Grand Nancy

2.1. Les interdictions absolues

Le territoire de la Métropole du Grand Nancy est concerné par les protections suivantes.

293 monuments historiques³ inscrits ou classés recensés au sein du territoire de la Métropole de Grand Nancy parmi eux :

Monuments historiques	
Art-sur-Meurthe	
•	Chapelle
•	Chartreuse de Bosserville
Essey-lès-Nancy	
•	Site Protohistorique
•	Eglise Saint-Georges
Fléville-devant-Nancy	
•	Château et Parc
Laneuveville-devant-Nancy	
•	La Rochette
•	Chapelle
•	Château Abbé Bouzey
•	Château de Montaigu
Malzéville	
•	Eglise Saint Martin
•	Guinguette
•	Douera
Nancy	
•	Rue Abbé Gridel (3, 5)
•	Maison les Pins, 2 rue Albin Haller
•	Place d'Alliance (Place, Fontaine Guibal, 8 rue Lyautey, 4, 6, Ancien Hôtel d'Alsace Héré)

³ Source : Plateforme ouverte du patrimoine (POP), Ministère de la Culture, 2025

Monuments historiques

- 4 Place André Maginot
- Ancien Arsenal des Ducs de Lorraine 7 9 11 Place de l' Arsenal
- Maison Jean Prouvé, 6 rue Augustin Hacquart
- Ancienne Maison Geschwindenham 6 ter Quai de la Bataille
- 55 rue Boudonville
- Rue des Brices (2, 5 Villa les Glycines)
- Rue Callot (2, 8 Hôtel de Malleloy)
- Place de la Carrière (1, 2 Ancien Hôtel de Craon , 3, 4, 5 Ancienne Bourse des Marchands, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38 Hôtel de Morvilliers, 39, 41, 43, 45, 47, 49 Hôtel Héré, Arc de Triomphe, Palais du Gouvernement)
- Rue Chanzy (7, 9 Ancienne Banque Renault, 9 Ancienne Banque Renault)
- Rue de la Charité (14, 18 Hôtel de Lenoncourt)
- Rue Charles III (97 Maison Gaudin)
- Maison Weissenburger, Boulevard Charles V
- Hôtel de Lillebonne, Rue du Cheval Blanc
- Ancienne Maison Schott, 6 quai Choiseul
- Porte de la Citadelle
- Maison Huot 92 92bis Quai Claude le Lorrain
- Place Colonel Driant (11 Hôtel de Custines, 12, 78 Hôtel de Raigecourt, Basilique saint Epvre)
- Villa Marguerite 3 rue Colonel Renard
- Place de la Commanderie
- Rue de la Commanderie (22 Maison Biet, 33 Pharmacie Jacques)
- Ancienne Gendarmerie, rue des Cordeliers
- Croix Gagnée Chemin Croix
- 19 rue des Dames
- Ancien Magasin Goudchaux 4 rue des Dominicains
- Maison des Adam 57 rue des Dominicains
- Maison du Peuple 2 rue Drouin
- 1 rue du Duc Antoine
- Deuxième hôtel de Lignéville, 2 rue des Etats
- Rue Félix Faure (24, 25, 26, 28, 30)
- Avenue Foch (41 Maison Jacques, 45 Maison Loppinet, 69 Maison Lombard, 71 Maison France Lanord)
- 5 Rue du Four
- Eglise Notre Dame de Bonsecours Place Général de Castelnau
- Villa Bonnabelle 107 111 Avenue du Général Leclerc
- 77 Avenue du Général Leclerc
- Villa Lang 1 Boulevard Georges Clémenceau
- Rue Girardet (1, 2, 2bis, 3, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18)
- Grande rue (7 Maison Médard Chuppin, 11 Maison de Guillaume de Rogéville, 13, 14, 17, 23 Premier Hôtel de Lignéville, 29 Hôtel de Renel, 31 Ancienne Maison des Vallées, 33, 34, 43, 64 Ancien Palais Ducal, 64 Bâtiment de la petite Carrière, 66 Ancien couvent des Cordeliers, 66 ancien portail de la maison Jean Lam, 83 Maison au Boulet, 87, 92 Hôtel de Chastenoy, 104 Pavillon XIII, 141 Pavillon XIII ; Chapelle des Cordeliers, Porte de la Craffe)
- Rue de Guise (2 Hôtel de Martigny, 6, 10, 21, 25)
- Bastion d'Haussonville 1 rue Gustave Simon
- Rue Haut Bourgeois (29 Hôtel Ferraris, 4 6 Hôtel de Fontenoy)
- 40 Rue Henri Poincaré Chambre de Commerce et d'industrie de Meurthe et Moselle
- Rue Héré (13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 28)
- Jean Jaurès bd 86 Ancien Atelier Emile Gallé
- Ancienne Chapelle Sainte Elisabeth 1 rue Jeannot
- Synagogue 19 Boulevard Joffre
- Cours Léopold (40, 48, 50 Maison Bloch, 52 Maison Chardot, 54)

Monuments historiques

- Ancien siège des Hauts-Fourneaux et Fonderies de Pont-à-Mousson 91 Avenue de la Libération
- Maison Bergeret 24 rue Lionnois
- Boulevard Lobau (6 Maison Eugène Vallin, 8 Ancien Atelier Eugène Vallin)
- Villa Majorelle 1 rue Louis Majorelle
- Rue des Loups (1 1bis Hôtel de Curel dit des Loups, 4 Hôtel de Gellenoncourt)
- Porte Désilles place de Luxembourg
- Rue Lyautey (1, 3, 5 Hôtel du Baron Vincent, 5bis, 6 Maison Lecreux, 7, 9, 10 Place Alliance, 11, 11 bis, 12, 13
- Rue Mably (1 Hôtel du Grand Chantre de la Primatial, 9 Hôtel du Grand Doyen Pierre de Stainville)
- Temple Protestant Place Maginot
- Maison Luc 25 Rue de Malzéville
- Ancien Hôtel des Missions royales Avenue Marechal De Lattre de Tassigny
- Hôtel Excelsior 1 rue Mazagran
- Maison Paul Cavallier 93 rue de Metz
- Archives Départementales 1 rue de la Monnaie
- Cathédrale Notre Dame de l'Annonciation, place Monseigneur Ruch
- Hôtel D'Haussonv 9 9 bis rue Monseigneur Trouillet
- 11 rue Montesquieu
- Muséum Aquarium
- Maison Renaudin 49 51 rue Pasteur
- 24 rue Pierre Gringoire
- 55 rue des Ponts
- Rue de la Primatiale (16, 18)
- Maison de Nicolas Roxard de la Salle, 42 rue des Quatre Eglises
- Ancien Magasin Vaxelaire et Pignot 13 rue Raugraff
- Maison Bouret 65 rue Ravinelle
- Rue Saint Dizier (22 Maison dite de Clodion, 24, 42 44, 48 Maison de l'Ancien Conseiller, 112)
- Basilique Saint Epvre, place Saint Epvre
- Crédit Lyonnais 7bis Rue Saint Georges
- Porte Saint Georges, Rue Saint Georges
- 52 Rue Saint Jean
- 5 Rue Saint Julien
- Rue Saint Léon (9, 11 13, Maison Spilmann)
- Rue Saint Michel (4, Maison des Deux Sirènes, Hôtel du Hautoy, Hôtel d'Olbelstein)
- Rue Saint Nicolas (9,11,30, Maison de Jean Baptiste Villi)
- Eglise Saint Sébastien Place Saint Sébastien
- Rue Sainte Catherine (Caserne Thiry, Ancien hôpital des frères, Porte Saint Catherine)
- Ancienne Imprimerie Roy, 3bis Rue de la Salpêtrière
- Rue Sergent Blandan (Maison Lejeune, Parc Corbin)
- 10 rue Maison des Sœurs Macarons
- Rue de la Source (5,11,15, Hôtel du Marquis de Ville, Hôtel de Brémoncourt, Hôtel Philbert, Hôtel de Spada
- Place Stanislas (Hôtel Jacquet, 5,6,7,8,9,10,12,14, Hôtel Alliot, Musée des Beaux-Arts, Nouveau Théâtre, Place carrière, Rue Héré, Hôtel de Ville, Bibliothèque Municipale, Maison Margot, Porte Stanislas
- Maison de Coriolis 113 Avenue de Strasbourg
- Rue Tiercelins (5, 10, 30)
- Chapelle Lycée Henri Poincaré, 2 rue de la Visitation
- Porte Saint Nicolas, place des Vosges
- Maison Alsacienne Frühinsholz 78 avenue de XX Corps

Saulxures-lès-Nancy

- Château

Vandœuvre-lès-Nancy

- Eglise Saint François d'Assises

Monuments historiques

- Château Antoine

Sites classés (loi 1930)

La Métropole du Grand Nancy compte 4 sites classés :

Fléville-devant-Nancy

- Château de Fléville, son parc et le vallon nord

Laneuveville-devant-Nancy

- Parc du Château de Montaigu

Malzéville

- Site de l'Abiétinée et de la Cure d'Air Trianon

Nancy

- Bastion dit « de Vaudémont »

Aucun immeuble n'est protégé sur la Métropole par arrêté d'un maire comptent tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque.

La Métropole n'est concernée ni par un parc national, ni par une réserve naturelle.

2.2. Les interdictions relatives

Sites Patrimoniaux Remarquables et Abords de Monuments historiques

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine les AVAP, ZPPAUP, et secteurs sauvegardés deviennent des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), soumis à une interdiction relative de la publicité.

Aussi, cette même loi élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon initial de 100m à **la totalité des abords** : Périmètre Délimité des Abords (PDA) ou périmètre de protection de monument historique de 500m classique si covisibilité.



Place Stanislas - Nancy



Château de Fleville-devant-Nancy



Chartreuse de Bosserville-Art-sur-Meurthe

Les Périmètres Délimités des Abords sont des périmètres de protection adaptés aux enjeux patrimoniaux et aux particularités de chaque monument historique et de ses abords (articles R.621-92 à R.621-95 du Code du patrimoine). Ils remplacent les périmètres automatiques de 500 mètres autour des monuments historiques.

Les Périmètres Délimités des Abords (PDA) mettent fin à la notion de covisibilité qui peut parfois donner lieu à des divergences d'appréciation et prend en compte les abords des monuments historiques et l'intérêt intrinsèque du patrimoine. Au sein des PDA, l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) est nécessaire afin d'effectuer des travaux sur un immeuble bâti ou non bâti (cour ou jardin par exemple) et son avis est dit conforme.

L'objectif est de recentrer la consultation de l'ABF sur les secteurs présentant les enjeux les plus forts en termes de covisibilité et d'intérêt architectural, urbain et paysager.

Au moment de l'élaboration de ce document, **seul 1 monument historique dispose d'un PDA** (Eglise St-François d'Assise à Vandoeuvre-lès-N.), les autres ont toujours des abords de 500 m. Cependant, **9 projets de PDA sont en cours** d'instruction (si la démarche n'est pas terminée avant l'approbation du RLPi, ce dernier prendra en compte les PDA lors d'une prochaine modification).

La Métropole n'est pas concernée par un parc naturel régional.

Sites inscrits (loi 1930)

La Métropole du Grand Nancy compte 5 sites inscrits + 1 site inscrit situé partiellement sur son territoire :

Art-sur-Meurthe (en partie seulement) :

- Ensemble formé par le vallon de la Roanne et les chevalements de puits à sel

Nancy

- Parc de la Pépinière
- Parc de Saurupt
- Parc Olry et ses dépendances
- Parc Sainte-Marie

Saulxures-lès-Nancy

- Château de Saulxures et parc

La Métropole est concernée par un site Natura 2000 : le Plateau de Malzéville

Au-delà des secteurs d'interdictions relatives énoncés par le Code de l'environnement, d'autres espaces justifient une protection dans le RLPi. Parmi eux, on peut compter les Espaces Naturels Sensibles (ENS), les Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF), l'Arrêté Préfectoral de Biotope, et la Forêt de protection.

Autres périmètres de patrimoine naturel

- ENS : Bois de Fourrasses et plateau de Villers
- ENS : Plateau de Malzéville
- ENS : Butte Sainte Geneviève
- ENS : Iles du Foulon et de l'Encensoir
- ENS : Zones humides de Bosserville
- ENS : Zone pionnière d'Art-sur-Meurthe
- 6 ZNIEFF se superposent aux ENS sur les mêmes espaces
- Arrêté préfectoral de Protection de Biotope : Mares de Saulxures-lès-Nancy et Tomblaine
- Forêt de protection : Forêt de Haye

Par ailleurs, les **espaces de nature en ville, les parcs, jardins, bords de rivière, mais aussi cônes de vue et panoramas, ne bénéficient pas de protections particulières au titre du code de l'environnement.** Pour autant, ils n'en sont pas moins à protéger des dispositifs publicitaires. Pour de multiples raisons ils doivent bénéficier d'un statut particulier : protection du paysage, protection de l'environnement, préservation des lieux de promenade, ...

S'ils ne sont pas particulièrement touchés aujourd'hui, **une protection du RLPi éviterait une éventuelle pollution visuelle de ces espaces sensibles : abords de la Meurthe, des canaux et des rivières, coupures vertes.**

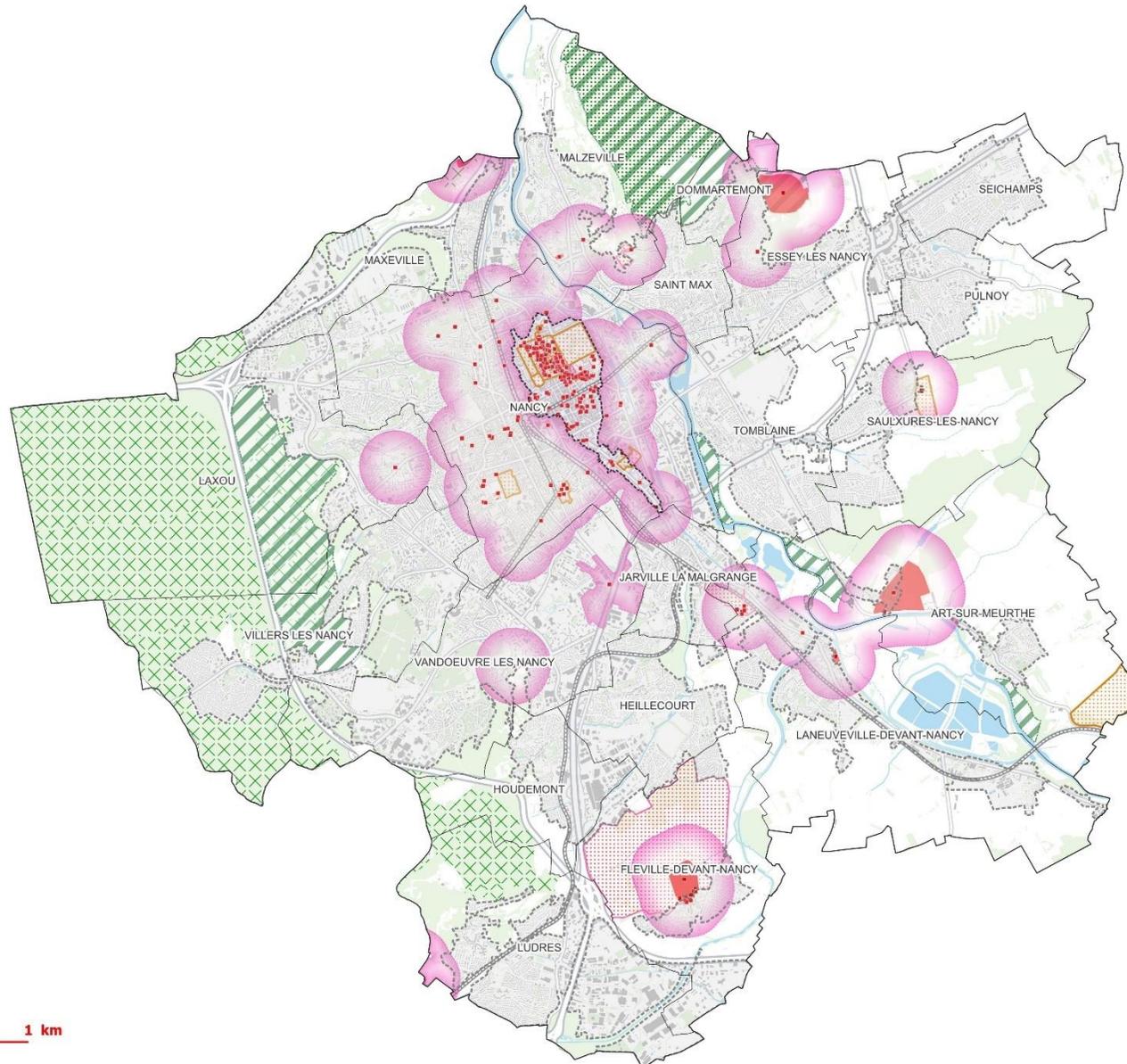
3. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

Les abords des autoroutes A33, A330, A31, les bretelles de raccordement à ces autoroutes sont protégées de la publicité, notamment implantées au sol et visibles depuis ces axes.

En effet, le code de l'environnement indique : **Les publicités scellées au sol sont interdites « si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération »** (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise : « *En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération [...] sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée* » (Art.R.418-7).

Carte d'Enjeux - Les secteurs patrimoniaux à préserver



- Monument historique
- Périmètre de Monument historique
- Abords de Monuments historiques (PDA ou 500m)
- Site classé
- Site inscrit
- Site patrimonial remarquable
- Zone natura 2000
- Espace naturel sensible
- Forêt de protection
- Limite d'agglomération

0 1 km

Chapitre 4 : Diagnostic des dispositifs publicitaires sur le territoire

I. Méthodologie pour le recensement

Un **recensement** détaillé et précis de l'ensemble des **publicités et pré-enseignes** présentes sur le territoire intercommunal a été réalisé sur le terrain en mars 2019. Les dispositifs ont été photographiés, géoréférencés, et une base de données a été établie.

Concernant les **enseignes**, un **échantillonnage** sur plusieurs secteurs à enjeux situés dans des contextes différents a également été réalisé de manière à définir des particularités par secteurs et disposer de statistiques sur les formats rencontrés (zone d'activités à dominante commerciale, zone industrielle, artisanale ou tertiaire, rues du centre-ville de Nancy).

Chaque dispositif relevé a été **qualifié pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP**, base de l'analyse et de l'évolution à venir pour les RLP.

1. Les données ressources utilisées

- Visites de terrain, reportage photographique
- Relevés vidéo (technologie Imagbox) sur près de 800kms de voies.

2. Le contenu de la base de données

La base de données est constituée d'une couche pour les publicités et pré-enseignes et d'une autre pour les enseignes. Pour chaque dispositif est renseigné :

- La nature du dispositif (publicité, pré-enseigne, enseigne, dispositif temporaire)
- Son adresse
- Le publiciste concerné
- Son mode d'implantation
- Ses dimensions
- S'il est numérique, lumineux, sur bâche (nature particulière)
- Sa conformité ou non à la réglementation nationale et la ou les raison(s) de non-conformité
- La photographie du dispositif

Dispositif publicitaire



L'Imajbox : un concentré de technologie



PUBLIMAT

75 Rue Charles Keller 54000 NANCY

Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

Type de pose : parallèle (murale apposée sur le bâtiment)

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 4,00 m x 3,00 m x 1 face = **12,00 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettre sans fond mur ou égout toit dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 6,70 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 4,20 m x 3,20 m = **13,44 m²**

Ce support contrevient à plusieurs infractions :

RNP : article R581-26 Code de l'Environnement
 Publicité murale d'une surface dépassant 12m²

RNP : article L581-8-1 code de l'Environnement
 Publicité dans un périmètre d'interdiction relative (article L581-8-1)

Exemple de fiche issue de la base de données –
 Source : Citadia

3. Validité du recensement et actualisation du diagnostic

Les données statistiques ayant servi lors de l'élaboration du RLPi pour identifier les enjeux et formaliser les orientations datent de 2019. Fin 2023, avant la reprise des travaux sur la phase réglementaire, un bilan des demandes instruites relatives aux publicités et aux enseignes a été fait. De juillet 2022 à août 2023, une centaine de dossiers de demandes d'affichage ont été instruites par les services de l'Etat. 129 dispositifs (publicités et enseignes) ont fait l'objet d'une instruction positive.

L'essentiel des demandes concerne la Ville de Nancy.

En nombre, ces demandes représentent moins de 2% du nombre total de dispositifs d'affichage connus (le nombre total d'enseignes étant estimé). Compte tenu de cette dynamique annuelle, la base statistique du recensement de 2019 peut donc être considérée comme encore valide en 2025 pour l'identification des enjeux et est donc présentée en l'état au regard des grandes tendances en termes de typologie, répartition et conformité des dispositifs.

Nombre de dossiers Publicités et Enseignes instruits par l'État sur le territoire de la MGN de juillet 2022 à août 2023

Communes	Code INSEE	AP	DP	TOTAL	+ Non soumis
Art-sur-Meurthe	25	0	0	0	0
Domartemont	165	0	0	0	0
Essey-lès-Nancy	184	3	1	4	11
Fléville-devant Nancy	197	1	0	1	7
Heillecourt (RLP)	257	-	-	-	-
Houdemont	265	1	1	2	3
Jarville-la-Malgrange	274	1	0	1	8
Laneuveville-devant-Nancy	300	0	1	1	0
Laxou	304	2	2	4	10
Ludres	328	0	0	0	4
Malzéville	339	0	0	0	0
Maxéville	357	2	0	2	6
Nancy (convention)	395	105	1	106	46
Pulnoy	439	0	0	0	4
Saint-Max	482	1	0	1	0
Saulxures-lès-Nancy	495	0	1	1	0
Seichamps	498	0	0	0	2
Tomblaine	526	0	0	0	0
Vandoeuvre-lès-Nancy	547	2	4	6	8
Villers-lès-Nancy (RLP)	578	-	-	-	-
TOTAL		118	11	129	109

Dossiers publicités et enseignes instruits par les services de l'Etat de juillet 2022 à août 2023 – Source : Métropole du Grand Nancy

II. Synthèse cartographique et statistique

1. Données générales

Sur l'ensemble de la Métropole, un total de **2658 dispositifs** a été analysé. Parmi ces dispositifs analysés, **1297 sont des enseignes** et **1361 sont des publicités et pré-enseignes**.

L'objectif de ce recensement est d'alimenter la réflexion de la Métropole du Grand Nancy dans l'élaboration de son RLPi. Il permet d'offrir une « photographie » de la situation actuelle.

Il permet **d'identifier les dispositifs conformes et non conformes au regard de la réglementation nationale** afin de **pouvoir travailler finement les enjeux du territoire en termes d'affichage publicitaire**. Le recensement constitue un outil d'aide à la décision en servant de **base à l'identification des critères actuels de conformité sur lesquels la Métropole souhaite mener une réflexion et une politique d'action** (encadrement potentiellement plus restrictif des modalités d'implantations de certains dispositifs sur certains secteurs).

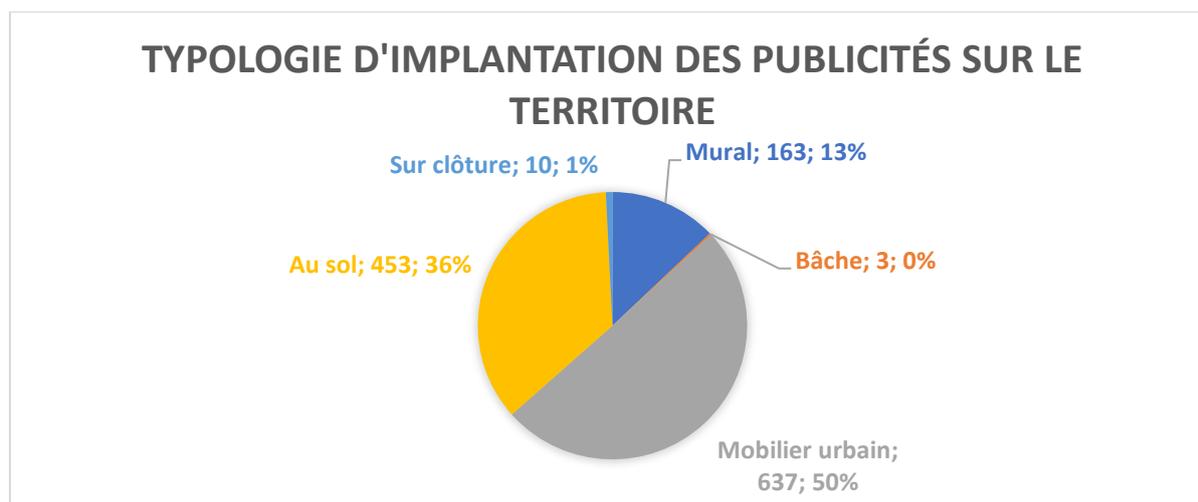
A noter, **les relevés qui suivent ont été réalisés avant la mise en application de l'article 2 du décret 2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification** de certaines dispositions du code de l'Environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes. Le présent décret porte **la surface unitaire maximale des publicités et enseignes à 10,50m²**, à date des relevés la surface unitaire maximale des publicités et enseignes correspondait à 12m².

La présente analyse est donc à apprécier au regard d'une réglementation plus stricte, **le pourcentage de non-conformité des dispositifs est potentiellement encore plus élevé**

2. Publicités et pré-enseignes

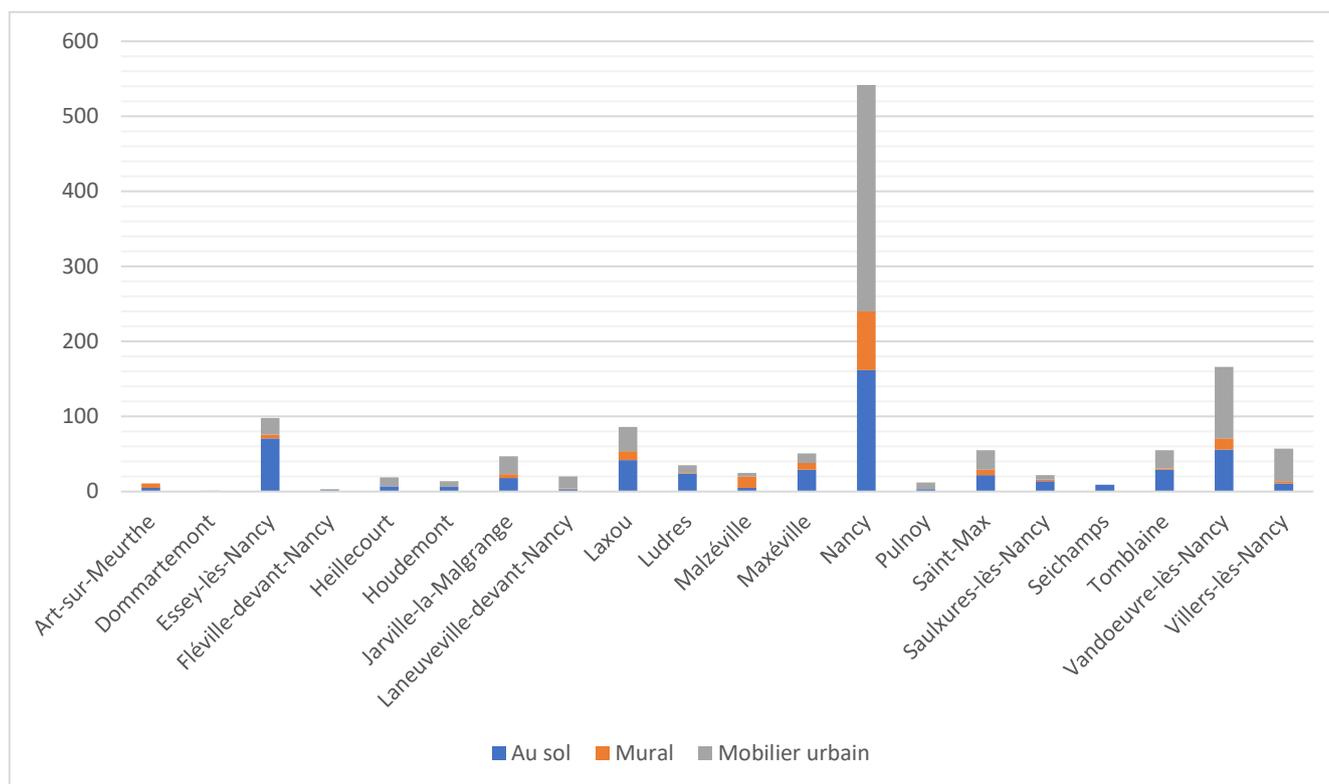
2.1. Nature et implantation

Sur le recensement de 1361 dispositifs hors enseignes, 1258 sont des publicités et 103 des pré-enseignes. Publicités et pré-enseignes sont soumises à la même réglementation dans l'agglomération.



Les publicités et pré-enseignes sont, d'une manière générale, **présentes le long des principaux axes du territoire et au niveau des carrefours majeurs, principalement sous la forme de publicités scellées au sol**. Elles sont également présentes dans les **centres-villes sous la forme de mobilier urbain**.

La commune centre, Nancy, regroupe le plus grand nombre de publicités, suivie par Vandœuvre-lès-Nancy, Essey-lès-Nancy et Laxou, communes qui comportent des **zones d'activités commerciales**.

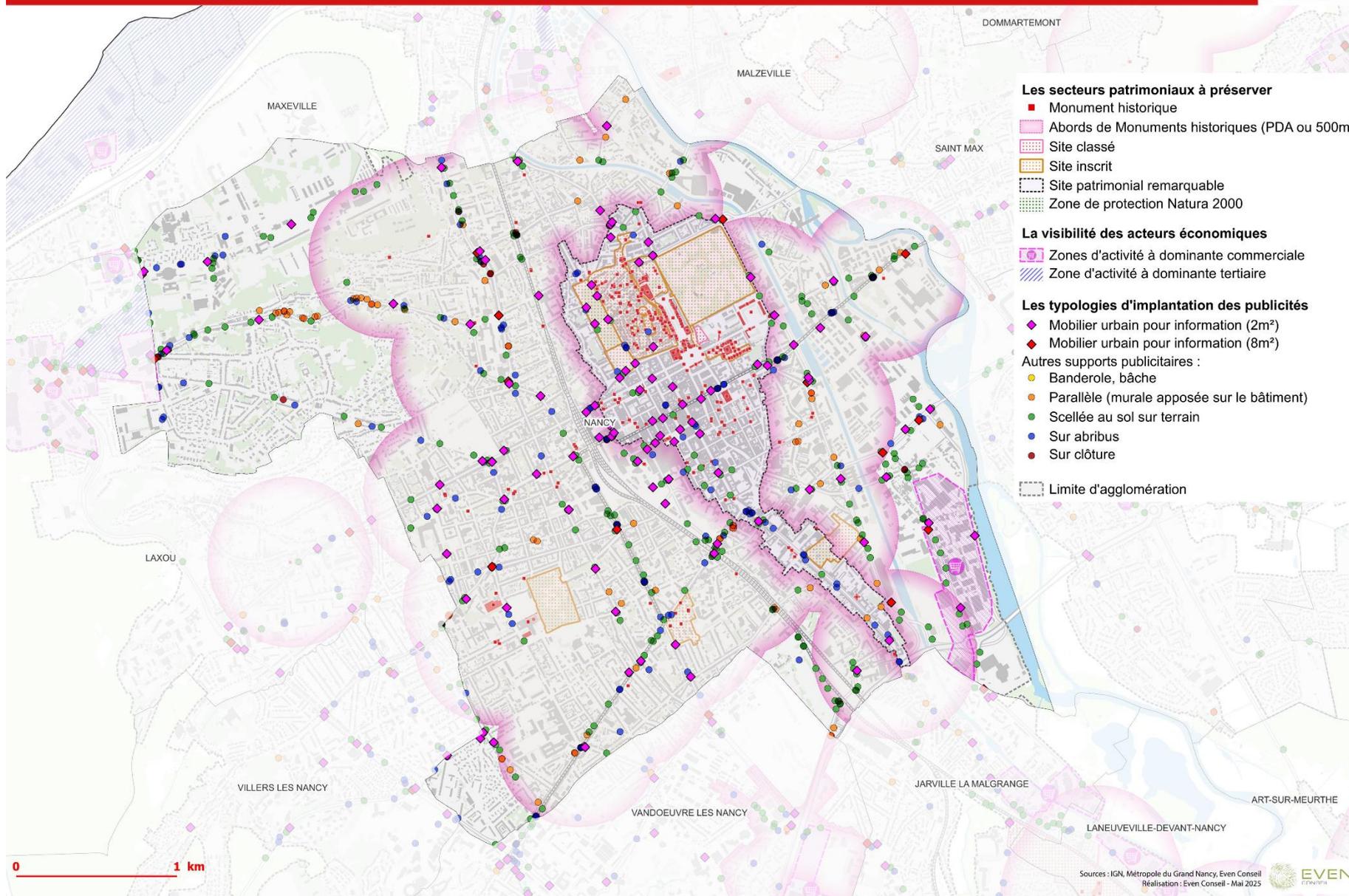


Les **typologies d'implantations majoritaires varient selon les communes**.

Sur la commune de Nancy, le type d'affichage majoritaire est **le mobilier urbain** suivi des dispositifs scellés au sol. Il en va de même pour les communes de Vandœuvre-lès-Nancy, Heillecourt, Houdemont, Saint-Max ou Villers-lès-Nancy.

A l'inverse, pour d'autres communes comme Essey-lès-Nancy, **les dispositifs scellés au sol** sont majoritaires par rapport au mobilier urbain ou aux dispositifs muraux.

Carte d'Enjeux - Nancy



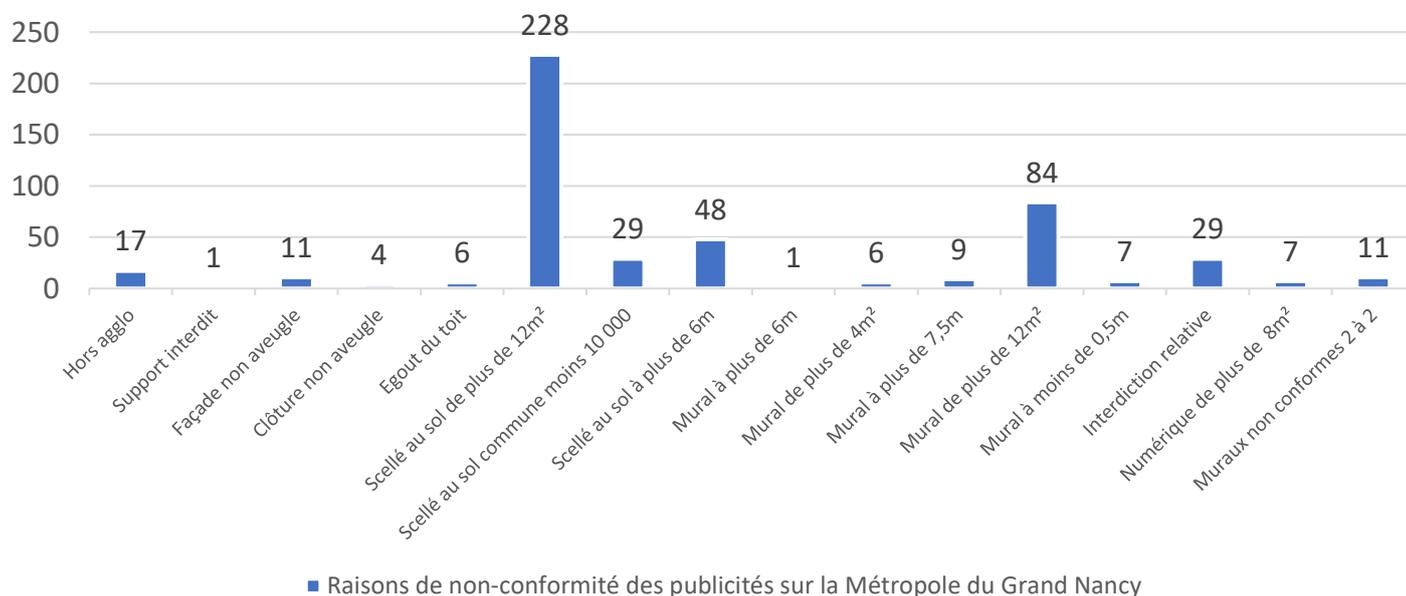
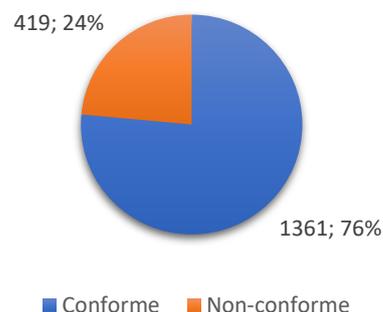
2.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

24% des dispositifs publicités ou préenseignes recensés (soient 419 dispositifs) présentent potentiellement des non-conformités à la réglementation nationale.

Les principales raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy sont :

- La **surface de dispositifs au sol dépassant 10,5m²** – plus de 54% des non-conformités (228 dispositifs)
- La **surface de dispositifs muraux dépassant 10,5m²** – 20% des non-conformités (84 dispositifs)
- Le support scellé au sol **s'élevant à plus de 6m du niveau du sol** - 11% des non-conformités (48 dispositifs)
- La position **dans un secteur d'interdiction relative** de publicités et pré-enseignes non-dérogatoires – 7% de non conformités (29 dispositifs)
- **L'implantation scellée au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine** – 7% de non conformités (29 dispositifs)
- La position **hors agglomération** de publicités et pré-enseignes non-dérogatoires – 4% de non conformités (17 dispositifs)

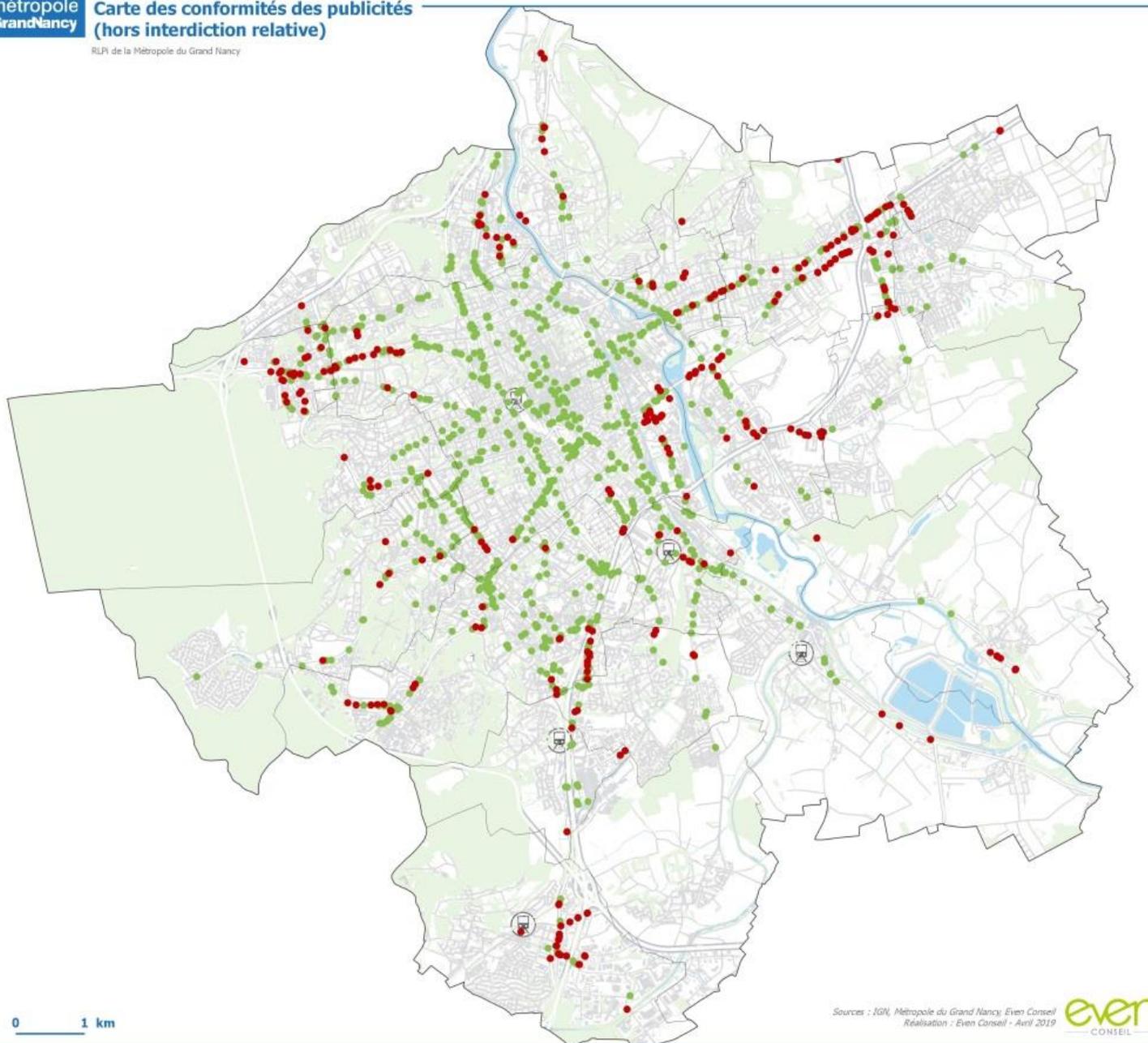
Taux de non-conformité des publicités sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy



métropole
GrandNancy

Carte des conformités des publicités
(hors interdiction relative)

RLPi de la Métropole du Grand Nancy



- Dispositif non conforme
- Dispositif conforme

Illustration des principales raisons de non-conformité sur le territoire de la Métropole du Grand Nancy :

<p>Au sol de surface >10,5m²</p>	<p>Mural de surface >10,5m²</p>	<p>Au sol à plus de 6m du sol</p>	<p>En périmètre d'interdiction relative</p>
			
<p>Au sol dans commune de – de 10 000 hab hors unité urbaine</p>	<p>Hors agglomération</p>		
			

2.3. Les autres motifs de non-conformité au regard de la réglementation nationale des dispositifs publicitaires

Les autres raisons de non-conformité à la réglementation nationale sont plus anecdotiques sur le territoire et représentent au total 12% des raisons de non-conformités.

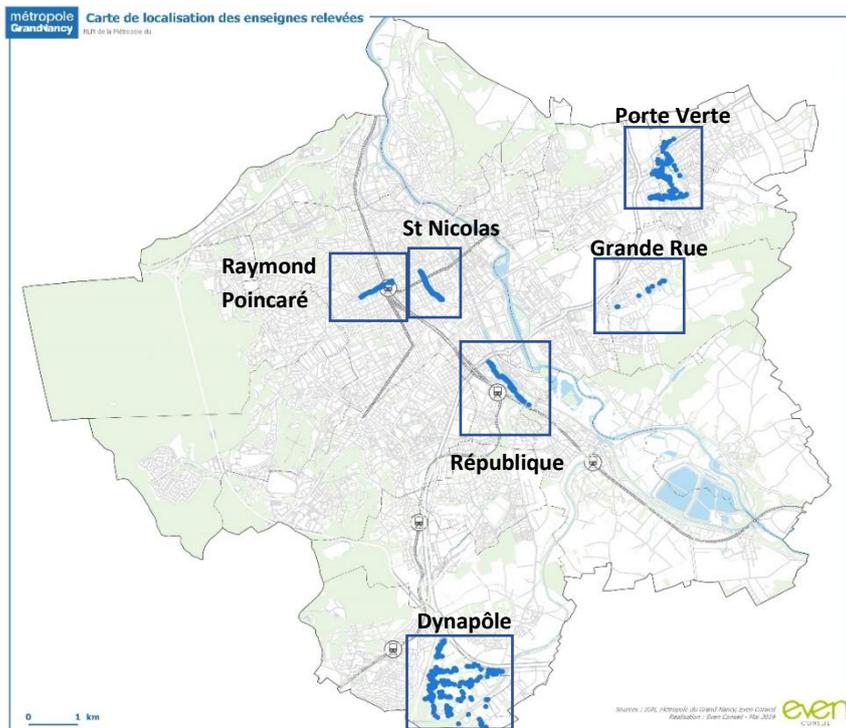
Façade non aveugle	Muraux non alignés	Mural à plus de 7,50m du sol	Numérique Surface > 8m ²
 <p>11 dispositifs, 2% des non-conformités</p>	 <p>11 dispositifs, 2% des non-conformités</p>	 <p>9 dispositifs, 2% des non-conformités</p>	 <p>7 dispositifs, 1% des non-conformités</p>
Mural de surface > 4m ² Commune de – 10 000 hab hors unité urbaine	Mural dépassant l'égout du toit	Sur clôture non aveugle	
 <p>7 dispositifs, 1% des non-conformités</p>	 <p>6 dispositifs, 1% des non-conformités</p>	 <p>6 dispositifs, 1% des non-conformités</p>	

3. Les enseignes

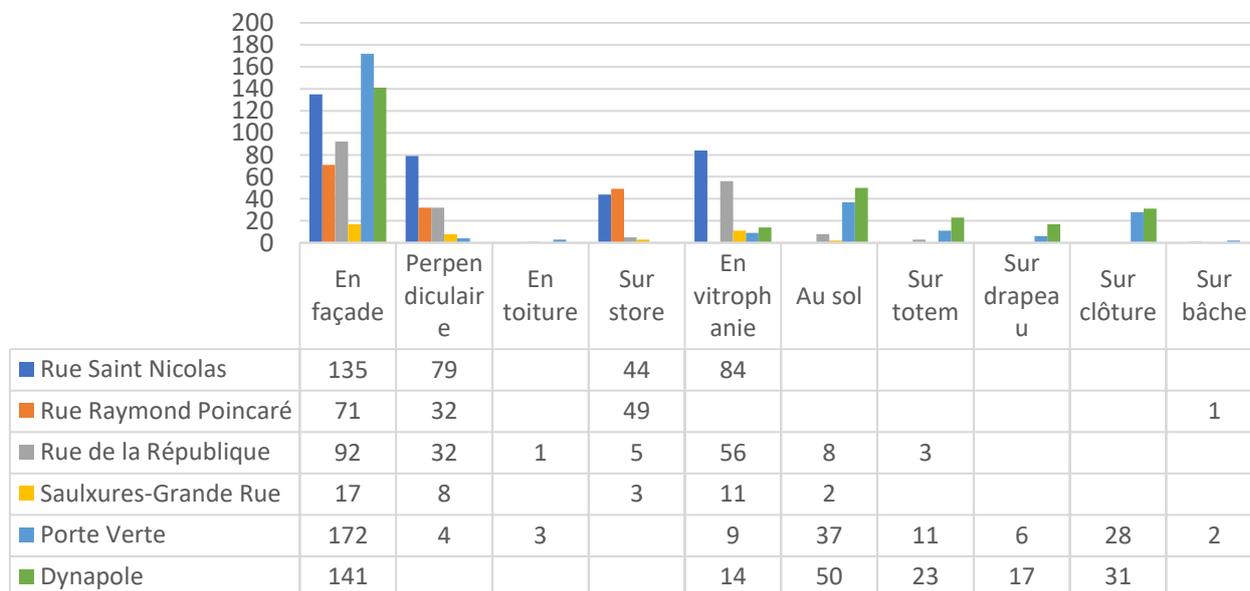
3.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Un recensement des enseignes a été effectué sur 6 secteurs du territoire :

- L'axe de la **Rue Saint Nicolas**, de la **Rue du Pont Mouja** et de la **Rue des Dominicains** à Nancy
- La **Rue Raymond Poincaré** à Nancy
- La **Rue de la République** à Jarville-la-Malgrange
- La **Grande Rue** de Saulxures-lès-Nancy
- La zone d'activités commerciales – **Porte Verte**
- La zone d'activités – **Dynapôle**



Typologies d'implantation des enseignes selon les secteurs



Selon les secteurs, les typologies d'implantation sont assez différentes. Dans les secteurs de centre-ville, les enseignes sont essentiellement concentrées sur la façade (parallèles à la façade, perpendiculaires, sur store ou en vitrophanie). *NB : la vitrophanie n'est considérée comme une enseigne qu'à condition d'être située à l'extérieur de la vitrine.*

Rue Saint Nicolas



En façade: 40%



Perpendiculaire: 23%



Vitrophane: 25%



Sur store: 13%

Rue Raymond Poincaré



En façade: 46%



Perpendiculaire: 21%



Sur store: 32%



Sur bâche: 0,01%

Rue de la République



En façade: 47%



Perpendiculaire: 16%



En vitrophane: 28%



Au sol: 4%

Grande Rue – Saulxures-lès-Nancy



En façade: 41%



Vitrophane: 27%



Perpendiculaire: 20%



Sur store: 7%

Enseignes de centre-ville

Dans les secteurs de zones d'activités, la typologie principale d'enseigne est celle parallèle à la façade, mais elle est accompagnée d'enseignes au sol de divers type (panneau classique, totem ou drapeau) avec souvent une densité d'enseignes au sol dépassant le cadre légal.

NB : un chevalet est considéré comme une enseigne s'il est installé : sur l'unité foncière où s'exerce l'activité, ou sur une zone de terrasse ayant obtenu une autorisation d'occuper le domaine public. A défaut il est considéré comme une pré-enseigne.

Porte verte



Dynapole



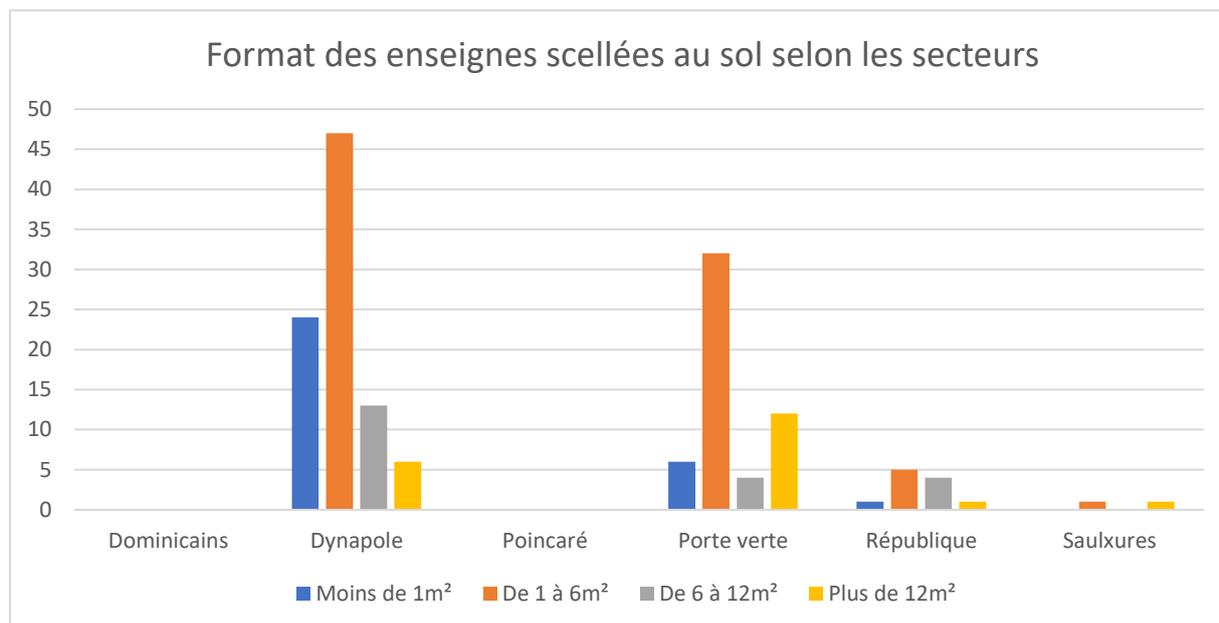
Enseignes en zones d'activités

Les autres implantations d'enseignes peuvent être : sur clôture, ou sur toiture notamment.

Les enseignes en toiture doivent être en lettres découpées et ont des dimensions fixées par la réglementation nationale en fonction de la hauteur du bâtiment où s'exerce l'activité et de la surface qu'occupe l'activité en son sein.

3.2. Caractéristiques de format des enseignes de l'échantillonnage

✓ Les enseignes scellées au sol :



L'utilisation des enseignes scellées au sol est très spécifique aux zones d'activités. Dans ces secteurs, les bâtiments commerciaux sont traditionnellement implantés en retrait de l'espace public afin de positionner le parking au plus proche des voies d'accès, ce qui rend l'enseigne au sol plus visible que des enseignes installées en façade.

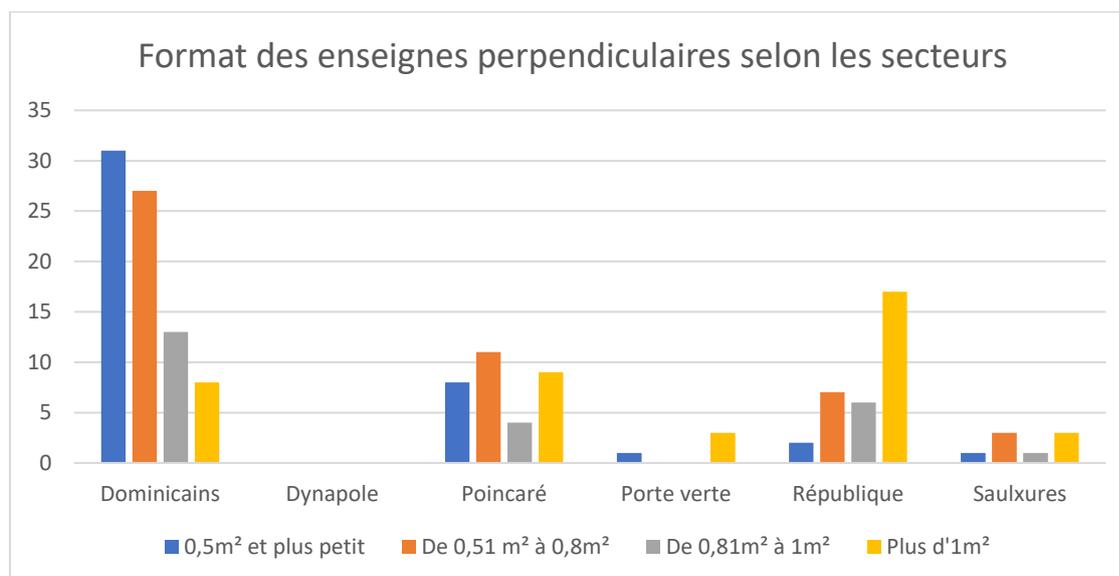
Au sein du Dynapôle et de la Zone Porte Verte, les formats de 1 à 6m² se démarquent.

Cependant les deux typologies de zones se différencient par les formats « extrêmes » (très petits ou très grands).

Au sein du Dynapôle le deuxième format le plus représenté est celui de moins de 1m². Il comprend des enseignes sur totem, des petits panneaux majoritairement directionnels et quelques drapeaux rigides permettant une visibilité plus lointaine. Ces enseignes ont une réelle vocation de repérage au sein de la zone d'activités et n'ont pas de réelle vocation publicitaire.

A l'inverse, dans la zone de Porte Verte, ce sont les enseignes au sol de plus de 10,5 m² qui sont le deuxième format le plus présent. Ce format, non conforme au Règlement National de Publicité, a pour vocation d'attirer le regard des automobilistes et n'a pas alors pour seule vocation de guider dans la zone d'activité.

✓ *Les enseignes perpendiculaires :*



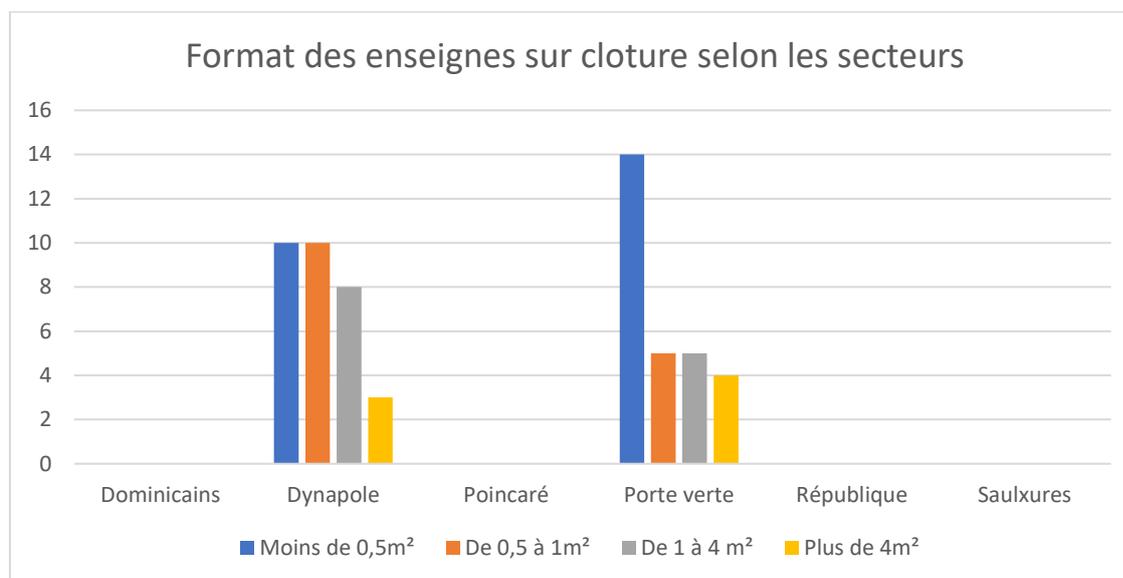
Les enseignes perpendiculaires sont, selon les secteurs, de formats variés.

Dans les secteurs à vocation prioritairement piétonne, elles sont de petit format (sur 79 dispositifs relevés dans le secteur des Dominicains, 31 font moins de 0.5m²).

Dans les secteurs mixtes, où la rue se partage de manière équivalente entre piétons et voitures, les typologies d'enseignes perpendiculaires sont plus variées. Le long de la Rue de la République notamment, les formats sont assez importants. Sur 32 enseignes relevées, 17 font plus d'1m².

Au sein des zones d'activités, les enseignes scellées au sol prennent le relais par rapport aux enseignes perpendiculaires, ces dernières sont donc très peu présentes.

✓ *Les enseignes sur clôtures :*



Les enseignes sur clôtures sont essentiellement présentes dans les zones d'activités et absentes dans les secteurs de centre-ville ou de polarités secondaires où les possibilités d'implantations sont limitées. Au sein des zones d'activités, les enseignes sur clôture sont présentes mais relativement discrètes, étant donné que la plupart ne dépassent pas 1m² (sur le Dynapôle, 20 enseignes sur clôture sur 31 relevées font moins d'1m² ; dans la zone Porte Verte, 19 sur 28 font moins d'1m²)

3.3. Principales infractions des enseignes au regard de la réglementation nationale

Les raisons de non-conformité rencontrées au niveau des enseignes sont :

La **densité des enseignes au sol** : les enseignes au sol de plus de 1m² sont limitées par la réglementation nationale à un dispositif par voie ouverte à la circulation.

Une surface de l'enseigne trop importante par rapport à celle de la façade, la réglementation nationale autorise les enseignes en façade dans une limite de 15% de la façade commerciale si celle-ci est supérieure à 50m², 25% si inférieure à 50m² (surface cumulée de toutes les formes d'enseignes sur la façade). Or la vitrophanie notamment recouvre certaines vitrines en proportions bien supérieures.

Concernant **les enseignes scellées au sol** celles-ci sont limitées à **6m²** dans les communes de moins de 10 000 habitants et **10,5 m²**⁴ dans les communes de plus de 10 000 habitants. L'appartenance à une unité urbaine n'est pas prise en compte.

⁴ En application de l'article 2 du décret 2023-1007 du 30 octobre 2023 la surface unitaire maximale des publicités et enseignes murales, scellées au sol ou installées directement sur le sol est portée à 10,50 m².

Une **enseigne en toiture sur fond** et donc pas en lettres découpées. La réglementation nationale n'autorise les enseignes en toiture que dans le cas où elles sont en lettres découpées.

Une **enseigne en façade dépassant les limites de l'égout du toit**.

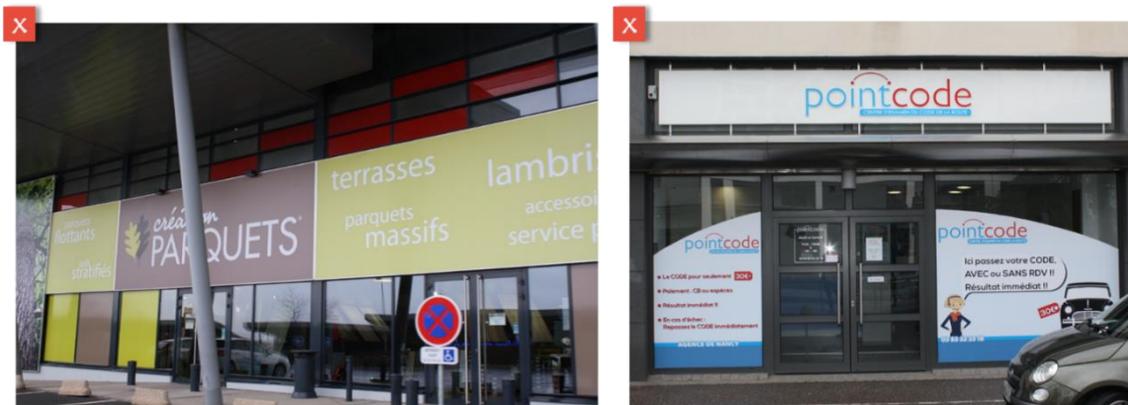
3.4. Les autres motifs de non-conformité au regard de la réglementation nationale des dispositifs publicitaires

D'autres infractions ont pu être relevées de façon moins systématique :

› Densité et format des enseignes en façade

Code de l'environnement

- les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une **surface cumulée excédant 15%** de la surface de cette façade ;
- la surface des enseignes peut être portée à **25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés**, R.581-63, Code de l'Environnement



› Enseignes murales : Dépassement de limite d'égout du toit ou du mur qui la supporte

Code de l'environnement

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre**, ni le cas échéant, **dépasser les limites de l'égout du toit**.



Sur 628 enseignes murales recensées, seules 10 ne respectent pas la règle.

› Implantation sur balcon interdite pour les enseignes perpendiculaires

Code de l'environnement

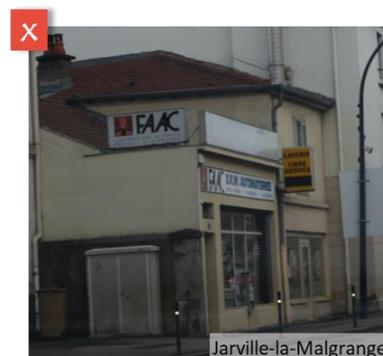
*Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur. Ces enseignes ne peuvent **pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon**.*

Sur les 155 enseignes perpendiculaires recensées, aucune n'est implantée devant une fenêtre ou un balcon. Cette règle est respectée.

› Enseignes en toiture

Code de l'environnement

Ces enseignes [en toiture] doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut, R581-62, Code de l'environnement



L'échantillonnage compte seulement 7 enseignes en toiture. 1 seule n'est pas en lettres découpées.

> Densité des enseignes au sol

Code de l'environnement

Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à **un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique** bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa), Code de l'environnement



> Format des enseignes scellées au sol

Code de l'environnement

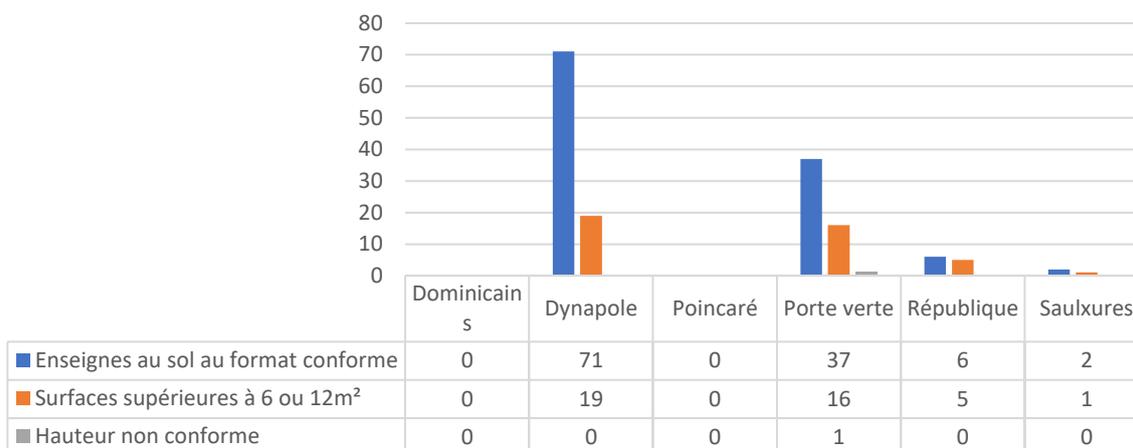
La surface unitaire maximale des enseignes au sol est de **6 mètres carrés**. Elle est portée à **10,5 mètres carrés** dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 mètres de haut lorsqu'elles font 1 mètre ou plus de large ;
- 8 mètres de haut lorsqu'elles font moins de 1 mètre de large.



Non-conformité des enseignes au sol



› **Enseignes sur support nécessitant autorisation, dans les secteurs protégés au titre du Code de l'Environnement**

Code de l'environnement

Les enseignes installées dans les lieux ou sur les immeubles énumérés aux articles L.581-4 et L.581-8 sont soumises à autorisation préalable du maire lorsque les lieux et immeubles considérés sont couverts par un RLP ou du préfet lorsque tel n'est pas le cas.

Lors de l'instruction du dossier d'autorisation, selon l'article R.581-16-II :

L'accord du préfet de région est requis lorsque cette installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre



- **Cas particulier des enseignes temporaires**

Les enseignes temporaires peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Le RLP peut adapter ces règles (nombre/format/durée).



- **Cas particulier des enseignes immobilières**

La surface maximum pour les enseignes scellées au sol pour les opérations immobilières installées pour plus de 3 mois est portée à 10,5m² en application du décret 2023-1007 du 30 octobre 2023.



Chapitre 5 : Enjeux territoriaux et orientations

I. Secteurs à enjeux

1. Centralités historiques et commerçantes

Les zones de **centre-ville** concentrent à la fois leur **richesse patrimoniale**, ainsi qu'une partie importante de leur **dynamisme commercial**, accueillant commerces de proximité et artisans locaux.

C'est pourquoi ils forment **un secteur d'enjeux importants**, concernant la valorisation du cadre de vie.

1.1. Centres-villes et centres-bourgs

Les différentes communes du territoire ont des typologies de centres-villes variées. Une partie des communes ont leur **centre-ville couvert par un secteur de protection du patrimoine** (abords de monuments historiques, SPR, site inscrit).

A l'inverse, d'autres communes ne sont **pas protégées par des périmètres d'abords** et leur centre-ville s'étend le long d'un **axe passant**. Cette typologie conduit à la présence de **formats de publicités plus importants et à des enseignes plus expressives**.

1.2. Cas particulier de Nancy

Le centre **de Nancy est presque entièrement couvert par un Site Patrimonial Remarquable**. Il s'agit donc d'un secteur protégé qui bénéficie d'une attention particulière, autant du point de vue des bâtiments, que de l'aménagement de l'espace public. En ce qui concerne l'affichage, la protection est également forte. Les enseignes y sont très qualitatives. Certaines enseignes anciennes sont préservées et méritent d'être valorisées en tant qu'éléments de patrimoine.

La publicité y est presque entièrement présente sous la forme de mobilier urbain, mais en périphérie du centre, le mobilier urbain est, en certains points, de grand format (8m² affiche).



Enjeux :

- ❖ Protection du patrimoine urbain
- ❖ Valorisation des centres-villes/centres-bourgs
- ❖ Mise en avant du commerce de proximité.

2. Zones d'activités

Le territoire de la métropole du Grand Nancy regroupe plusieurs **zones d'activités**. Les typologies d'affichages dépendent de la vocation principale de chaque zone. Celles ayant principalement une **vocation commerciale sont particulièrement démonstratives, tandis que les zones à dominante tertiaire sont plus discrètes.**

2.1. Zones d'activités à dominante commerciale

Au sein des zones commerciales, l'affichage est de **très grand format**, les publicités et pré-enseignes sont difficiles à distinguer des enseignes scellées au sol et les enseignes temporaires au sol sont très nombreuses. C'est également dans ces zones que se développent le plus les publicités et enseignes numériques.

Les enseignes très expressives, de grand format en façade comme au sol, associées à des enseignes temporaires ne respectent pas toujours la réglementation nationale en termes de densité (1 enseigne au sol de plus de 1m² par voie ouverte à la circulation).

Il s'agit donc de zones où les actions du RLPi auront potentiellement un fort impact.



2.2. Zones d'activités à dominante tertiaire

Au sein des **zones à vocation tertiaire**, la circulation est généralement plus réduite et ciblée, ce qui intéresse moins les afficheurs. Ainsi les panneaux publicitaires ne sont présents que sur quelques axes, notamment aux alentours des zones de restauration.

Les enseignes quant à elles sont généralement discrètes et sur un seul type de support (majoritairement parallèles à la façade ou scellées au sol avec des formats peu imposants).

De même au sein des technopoles du territoire, l’affichage est discret, autant en termes de publicité que d’enseignes.



Enjeux :

- ❖ Meilleure visibilité des acteurs économiques
- ❖ Valorisation des zones d’activités, sobriété et qualité

3. Bords de Meurthe, canaux et rivières

Le long des cours d’eau, **les vues sont particulièrement dégagées**. L’impact des publicités (notamment les publicités scellées au sol) y est alors très important. Ces secteurs sont protégés au titre du droit du sol dans le PLUi, évitant ainsi toutes constructions qui pourraient en altérer la qualité. **Le RLPi adoptera un zonage adapté afin d’y interdire l’implantation de toute publicité.**



Enjeux :

- ❖ Protection du patrimoine naturel et cônes de vue
- ❖ Valorisation du cadre de vie

4. Polarités commerciales secondaires

En dehors des zones de centre-ville, les **polarités commerciales secondaires** représentent des enjeux forts en termes **d'enseignes et de signalisation** depuis la voie vers les pôles situés en retrait de celle-ci. Généralement situées le long d'axes importants, elles regroupent, en un point donné, un nombre important de commerces.

Ces commerces ont pour la plupart, la vocation d'attirer le regard des automobilistes. **Les enseignes sont alors très démonstratives et rarement en cohérences les unes avec les autres.** Cela est d'autant plus visible sur les ensembles commerciaux où l'enseigne de chaque activité est implantée en façade.



Enjeux :

- ❖ Valorisation de l'activité commerciale
- ❖ Amélioration de la lisibilité des activités

5. Quartiers d'habitation

Les **espaces résidentiels** sont aujourd'hui peu impactés par les **dispositifs de publicité extérieure**.

En dehors de certains axes majeurs, peu de publicités y sont aujourd'hui présentes.

Pendant, d'éventuelles modifications de circulation pourraient être susceptibles d'y créer des pressions publicitaires supplémentaires.

Enjeux :

- ❖ Préservation du cadre de vie
- ❖ Enjeux de réglementation des dispositifs lumineux (dont numériques)

6. Principaux axes et entrées de ville

Les axes traversants les plus fréquentés sont des secteurs privilégiés pour l'implantation à la fois de publicités et d'enseignes, car ils offrent une bonne visibilité.

C'est le lieu d'implantation de **panneaux publicitaires de grands formats**. Les commerces implantés le long de ces axes y ont des enseignes très expressives. Ceux implantés sur de grandes parcelles orientent à minima une enseigne au sol de très grand format le long de ces axes, ce qui peut perturber certaines vues paysagères. Les plus petits commerces démultiplient quant à eux les typologies d'implantations et optent pour des dimensions plus importantes qu'en centre-ville. Les enseignes y sont souvent lumineuses, ou numériques pour certaines.

Les entrées de villes le long de ces axes sont traitées de manières très différentes selon les communes. Certaines communes ont des entrées de villes très « sobres » où aucun panneau publicitaire n'est installé, tandis que d'autres accueillent des panneaux de grand format, dès le panneau d'entrée de la commune (parfois même hors du périmètre d'agglomération).



Enjeux :

- ❖ Expression des acteurs économiques
- ❖ Identité visuelle du territoire

7. Voies ferrées

Le train et donc les voies ferrées constituent une des portes d'entrée sur le territoire. **Les talus des voies ferrées sont des lieux d'implantations privilégiés car très visibles et parfois longés par des axes sur de grandes distances ou traversés à plusieurs reprises.**

À Nancy, des panneaux scellés au sol sont implantés le long d'une grande partie de la voie. Chaque pont ou tunnel est également le lieu d'implantation de publicités scellées au sol ou murales.

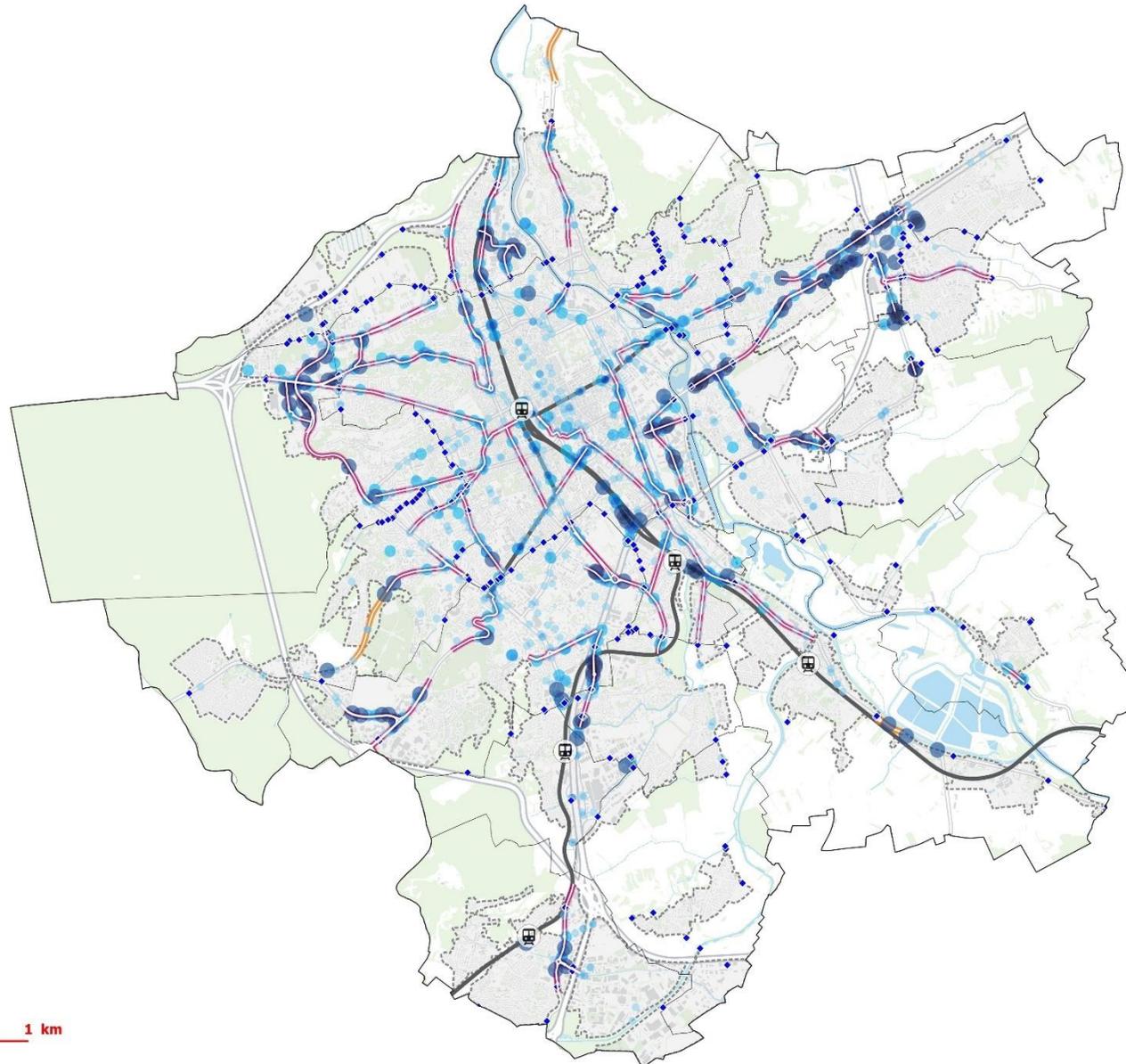
Ces dispositifs sont pour la plupart de formats trop importants (12m² d'affiche et 13,50m²avec support). Leur future mise en conformité interroge ainsi sur les formats et la densité à maintenir le long des voies.



Enjeux :

- ❖ Encadrer la densité et le format des dispositifs publicitaires le long des voies
- ❖ Limiter les panneaux scellés au sol au niveau des intersections avec la voie ferrée

Carte d'Enjeux - La qualité paysagère des axes de la métropole



L'attractivité du territoire par la qualité de ses axes

- Axes à enjeux de régulation des dispositifs publicitaires
- Axes hors agglomération à préserver des dispositifs publicitaires

🚆 Gares

— Voie ferrée

⬜ Limites d'agglomération

Dispositifs publicitaires

- Petit dispositif
- Moyen dispositif
- Grand dispositif
- Panneaux d'entrée/sortie d'agglomération

0 1 km

II. Les enjeux transversaux du territoire métropolitain

1. Baisse des formats et règles de densité

En application de l'article 2 du décret 2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'Environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes la surface maximale de certaines publicités et enseignes se voit limitée. Ainsi, le décret acte la réduction de la surface unitaire maximale des publicités et enseignes à 10,50m² lorsque celle-ci était précédemment fixée à 12m², qu'il s'agisse soit de publicités murales, soit de publicités ou d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Il porte de 4 m² à 4,70 m² la surface unitaire maximale de la publicité non lumineuse murale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

La Métropole du Grand Nancy souhaite limiter l'apparition de dispositifs de grand format (10,5m²) compte tenu des enjeux de préservation du cadre de vie paysager et patrimonial qui s'expriment sur son territoire. Aussi, elle prévoit de restreindre davantage la surface unitaire des dispositifs publicitaires en zone résidentielle et des recourir à des dispositifs de petit format en zone patrimoniale.

En ce qui concerne la densité, le territoire compte un certain nombre de dispositifs en doublons (installés côté à côté sur un mur ou scellés au sol). Le RLPi a vocation à réglementer davantage l'implantation de ces dispositifs, notamment des scellés au sol plus impactant dans le paysage.

2. Régulation de l'affichage lumineux (y compris numérique)

Compte tenu de l'impact écologique et sanitaire de l'affichage lumineux y compris numérique, et de la tendance à la multiplication de ces supports, le RLPi souhaite aller plus loin que la réglementation nationale issue du décret n°2022-1294 du 5 octobre 2022. La Métropole souhaite intervenir sur l'implantation de ces dispositifs, notamment en secteurs d'enjeux (écologique, résidentiel) ainsi que d'étendre les plages d'extinction nocturne des dispositifs, aujourd'hui réglementé par le code de l'Environnement entre 1h et 6h lorsque l'activité a cessé.

Par ailleurs, la loi Climat & Résilience dote le RLPi de la possibilité de réglementer les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial

III. Orientations retenues pour le RLPI

Face aux enjeux spécifiques au territoire, la Métropole inscrit six orientations devant guider sa réglementation locale de publicité (non hiérarchisées) :

- 1 - Valoriser les perceptions des centres-villes et des secteurs patrimoniaux
 - 2 - Améliorer la qualité du cadre de vie par un affichage plus limité en zone résidentielle
 - 3 - Préserver les abords de la Meurthe, des rivières et des canaux, ainsi que les abords des grands parcs
 - 4 - Améliorer l'insertion paysagère de chaque secteur commercial et d'activités en répondant à leurs besoins particuliers
 - 5 - Adapter l'affichage aux dimensions des axes principaux du territoire en fonction des impacts paysagers locaux
 - 6 - Encadrer l'affichage lumineux et numérique pour préserver la qualité du cadre de vie et limiter ses impacts écologiques
- Chaque orientation est déclinée en plusieurs objectifs de la manière suivante :

Orientation n°1 : Valoriser les perceptions des centres-villes et des secteurs patrimoniaux

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

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

Orientation n°2 : Améliorer la qualité du cadre de vie par un affichage plus limité en zone résidentielle

Objectif 2.1. : Limiter l'affichage publicitaire en zone résidentielle

Orientation n°3 : Préserver les abords de la Meurthe, des rivières et des canaux, ainsi que les abords des grands parcs

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

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

Orientation n°4 : Améliorer l'insertion paysagère de chaque secteur commercial et d'activités en répondant à leurs besoins particuliers

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

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

Orientation n°5 : Adapter l’affichage aux dimensions des axes principaux du territoire en fonction des impacts paysagers locaux

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

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

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

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

Orientation n°6 : Encadrer l’affichage lumineux et numérique pour préserver la qualité du cadre de vie et limiter ses impacts écologiques

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

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

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

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