



**Objet:**

Compte rendu réunion RLPI – Présentation et échange sur le diagnostic et les premiers enjeux avec les professionnels de l’affichage - 9 février 2022 à la Maison de la Métropole

**Rédactrices :**  
**e-mail :**

Julie FAUVEL  
Josée BRUGNOT - jbrugnot@eurometropolemetz.eu

	<b>Date de rédaction :</b>	21/02/2022
<b>Diffusion à :</b>	<b>Participants :</b>	
<b>Ordre du jour / sujets à traiter :</b> 1. Présentation et échange sur les principaux éléments du diagnostic et les premiers enjeux en matière de publicité extérieure.	<u>Pour l’Eurométropole de Metz :</u> M. Jean COMBELLES, Maire de Vaux et Conseiller métropolitain, délégué au RLPI M. Stéphane GERARD, Responsable Pôle Planification, Mme Josée BRUGNOT, Chargée de mission Planification, Responsable démarche RLPI Mme Dahlia MBIMA, Chargée de mission Planification <u>Pour GoPUB Conseil :</u> M. Corentin QUELLEC, Urbaniste- Chef de projet Mme Julie FAUVEL, Urbaniste – Responsable de projet <u>Pour les professionnels de l’affichage :</u> Mme Aurélie VANESSE, CLEAR CHANNEL M. Hervé COUILLARD, JC DECAUX Mme Corinne GODIER, JC DECAUX M. Régis FOUREL, JC DECAUX et UPE M. Jean-Marc PARIS, PUBLIMAT M. L.MAZOUZI, PUBLIMAT	

**A l’issue d’un rappel du contexte de l’élaboration du RLPI et de la présentation des grandes lignes du diagnostic réalisé sur l’ensemble du territoire métropolitain, les professionnels de l’affichage sont invités à s’exprimer sur le diagnostic, les premiers enjeux identifiés et sur leurs attentes.**

**Ci-après la synthèse de ces échanges :**

**Sur les chiffres de non-conformités des publicités et pré-enseignes mentionnés dans le diagnostic**

- Les représentants de JC DECAUX souhaitent savoir si **les non-conformités sont bien des infractions au Code de l’environnement** ; ce que GoPUB confirme.
- La Métropole précise que l’échantillon recense une majorité de dispositifs dont l’impact sur l’environnement est marquant. Il est dans ce contexte probable que le taux d’infraction ramené à la totalité des supports publicitaires présents sur le territoire métropolitain, serait moindre. Ce chiffre reste parlant mais peut être nuancé.

<b>Compte Rendu</b>	<i>Date dernière actualisation</i>	15/03/2022
	<i>Date édition</i>	21/02/2022

**Objet:**

Compte rendu réunion RLPi – Présentation et échange sur le diagnostic et les premiers enjeux avec les professionnels de l’affichage - 9 février 2022 à la Maison de la Métropole

**Rédactrices :  
e-mail :**

Julie FAUVEL  
Josée BRUGNOT - jbrugnot@eurometropolemetz.eu

Les professionnels de l’affichage précisent que le parc d’affichage aujourd’hui reste conforme à la réglementation locale, si l’on tient compte des délais de mise en conformité.

La Métropole indique que c’est souvent le format qui pose problème (dimensions de l’affiche en incluant l’encadrement, la plupart du temps supérieures à 12 m<sup>2</sup>). Pour ce qui est des supports installés sur les espaces d’interdictions relatives, ces supports demeurent conformes car les RLP autorisent les publicités et pré-enseignes dans ces secteurs, notamment sur le mobilier urbain. Le bureau d’études indique que cette spécificité a été prise en compte.

La Métropole précise que les délais de mise en conformité avec le RLP de Montigny-lès-Metz sont dépassés pour l’ensemble des dispositifs (publicités et enseignes).

- Les professionnels de l’affichage souhaitent néanmoins que le chiffre de 82% d’infractions soit nuancé au regard des supports encore conformes aux RLP en vigueur, de l’évolution jurisprudentielle (arrêt « OXIAL » sur notamment le calcul des dimensions des « 12 m<sup>2</sup> ») et de la fiche de modalité de calcul diffusé par le Ministère de la Transition écologique. Entre autres évolutions, les publicités murales non lumineuses peuvent atteindre 4,7 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants (hors unité urbaine de plus de 100.000 habitants), actuellement limitées à 4m<sup>2</sup>.

**Sur le mobilier urbain supportant de la publicité**

- **Le représentant de la société JC Decaux** indique qu’il faut veiller à maintenir la publicité sur le mobilier urbain présent au sein des périmètres protégés et en particulier sur les abris-bus, afin notamment de tenir compte des contraintes liées aux transports en communs (emplacements définis selon l’opérateur en charge du service). La Métropole indique que l’ABF n’est pas favorable à la réintroduction de la publicité dans ces secteurs ; la question se pose également pour les abris bus. JC Decaux indique que le précédent ABF n’avait pas souhaité l’installation de « sucettes » supportant de la publicité sur la place Charles De Gaulle ; celles qui y étaient implantées sont restées parce qu’elles répondent à un vrai besoin d’informations selon l’afficheur.
- JC Decaux signale qu’il pourrait être intéressant de déroger dans les secteurs patrimoniaux pour autoriser la publicité numérique sur mobilier urbain. Le bureau d’études et la Métropole précisent que ces éléments pourront être étudiés avec la commune mais également avec l’ABF.
- M. Combelles souligne que le territoire va revoir les périmètres de protection aux abords des monuments historiques avec la définition de périmètres délimités aux abords (PDA), démarche qui pourra avoir des impacts sur l’activité des professionnels de l’affichage. En outre, l’avis conforme de l’ABF au sein de ces espaces sera requis.

**Sur le diagnostic en matière de publicité scellée au sol / installée directement sur le sol et apposée sur mur / clôture.**JC Decaux

- Les professionnels pâtissent de l’affichage sauvage qui donne une mauvaise image de la publicité et qui conduit à durcir la réglementation.
- Limiter en densité la publicité sur mur / clôture, par exemple à un support par unité foncière, ne constitue pas une difficulté pour l’afficheur.

**Compte Rendu***Date dernière actualisation*

15/03/2022

*Date édition*

21/02/2022

**Objet:**

Compte rendu réunion RLPi – Présentation et échange sur le diagnostic et les premiers enjeux avec les professionnels de l'affichage - 9 février 2022 à la Maison de la Métropole

**Rédactrices :**

Julie FAUVEL

**e-mail :**

Josée BRUGNOT - jbrugnot@eurometropolemetz.eu

- Le diagnostic réalisé est partagé par les représentants de la société : la publicité étant centralisée dans les zones commerciales et les axes structurants, la mise en place d'une règle de densité pourra permettre de limiter le nombre de dispositifs et assurer une bonne lisibilité des messages publicitaires. Il n'y a pas de souhait de se développer sur les espaces d'habitat. Cette analyse est également celle de M. PARIS de la société Publimat qui confirme qu'il n'y a pas d'intérêt à développer la publicité dans des zones à « faible audience » (peu fréquentées par les automobilistes surtout).

La Métropole a constaté l'absence d'affiche sur certains panneaux publicitaires notamment sur le ban communal de Montigny-lès-Metz. M. PARIS indique que ce phénomène est lié à la crise sanitaire et des difficultés économiques qui y sont liées. Néanmoins, l'activité en 2022 semble repartir et de nouvelles affiches vont prochainement être remises en place.

**Sur les publicités et pré-enseignes lumineuses**

La Métropole souligne que l'extinction des dispositifs lumineux fait l'objet d'une réflexion élargie pour répondre à plusieurs enjeux (préservation de la biodiversité nocturne, prise en compte des nuisances subies par les riverains, recherche d'économies d'énergie, lien avec la trame noire en cours d'élaboration, ...).

**Les représentants de la société JC Decaux :**

- De nombreuses villes ont fait le choix d'étendre la plage d'extinction de l'éclairage public. Certaines, à l'image de Cholet, font « marche arrière ». JC Decaux estime que la publicité lumineuse sur mobilier urbain peut participer à l'éclairage de nuit.
- La société procède déjà à l'extinction des publicités lumineuses la nuit à partir de minuit / 1h du matin et jusqu'à 6h pour certaines formes de publicité sur mobilier comme les sucettes de 8 m<sup>2</sup>, les publicités numériques sur mobilier urbain avec une image fixe. Une plage d'extinction nocturne à partir de 23h/minuit serait entendable pour la publicité lumineuse apposée sur mobilier urbain à l'exception de la publicité sur les abris-bus pour répondre au fonctionnement du réseau de transport en commun la nuit. Par ailleurs, la société JC Decaux met en place des systèmes pour réduire les nuisances lumineuses en abaissant l'intensité lumineuse des dispositifs allumés la nuit (réduction de 50% de l'intensité lumineuse la nuit).

**La représentante de la société Clear Channel :**

- S'inscrit dans la même logique d'extinction des supports la nuit et notamment des publicités sur mobilier urbain de 8 m<sup>2</sup>.

**Sur les enjeux présentés en matière de publicités, pré-enseignes et enseignes****La société JC Decaux**

- comprend les enjeux dégagés par les élus sur la base du diagnostic : un constat partagé « Trop de publicité tue la publicité ». La mise en place d'une règle de densité mesurée et adaptée aux secteurs concernés, apparaît intéressante.
- Les professionnels de l'affichage doivent pouvoir être présents le long des axes structurants et dans les zones d'activités. Le format 8 m<sup>2</sup>, limitation acceptable, permet au message délivré d'être visible.

**Compte Rendu**

*Date dernière actualisation*

15/03/2022

*Date édition*

21/02/2022

**Objet:**

Compte rendu réunion RLPi – Présentation et échange sur le diagnostic et les premiers enjeux avec les professionnels de l'affichage - 9 février 2022 à la Maison de la Métropole

**Rédactrices :**

Julie FAUVEL

**e-mail :**

Josée BRUGNOT - jbrugnot@eurometropolemetz.eu

- Il existe bien souvent une confusion entre publicités / pré-enseignes et enseignes. La suppression de 80% des publicités / pré-enseignes n'engendrerait pas forcément un changement visuel dans certains secteurs.
- Des photomontages illustrant l'application des futures règles pourraient permettre de mieux mesurer les impacts de la future réglementation.
- La mauvaise qualité d'affichage et ses formats très variés portent préjudice à la publicité. Les enseignes doivent également être de qualité pour valoriser les façades commerciales.
- La règle édictée doit être appliquée.
- La Métropole indique que grâce au RLPi, les Maires auront une connaissance plus fine de ce qu'il se passe sur leur territoire en matière de publicité et d'enseignes ; ils auront également la possibilité d'exercer leur pouvoir de police. Aujourd'hui la majorité des communes de Metz Métropole ne dispose pas de RLP, c'est donc le Préfet qui conserve les compétences d'instruction ou de police de la publicité extérieure. La métropole s'est par ailleurs engagée dans une large démarche de sensibilisation auprès de l'ensemble des acteurs (commerçants, artisans, élus, habitants, ...) afin de permettre l'application du RLPi dans des conditions les plus sereines possibles.

**Divers – méthode/calendrier****PUBLIMAT / CLEAR CHANNEL**

- Publumat souhaite davantage de concertation, estime que les professionnels de l'affichage ne sont pas suffisamment écoutés. Préalablement à la prochaine réunion prévue en juin, il souhaite avoir connaissance du projet (zonage / choix) au moins 15 jours avant.  
La Métropole, après avoir rappelé que la présente réunion a justement été organisée pour que l'ensemble des professionnels de l'affichage s'exprime sur tous les sujets de la publicité extérieure, indique qu'il n'est pas exclu d'organiser un nouvel échange avant les réunions de concertation prévues en juin 2022.  
Clear Channel indique que dès lors que le projet est rédigé, il est compliqué de le modifier. Le bureau d'études précise que des ajustements seront nécessairement réalisés suite aux réunions de concertation.
- Publumat demande que soit corrigé un point dans le rapport de présentation : certains dispositifs de grands formats présentés ont un format de 8m<sup>2</sup> et non de 12m<sup>2</sup>. Ce point sera vérifié et corrigé par GoPUB le cas échéant.

**Point sur le calendrier des prochaines étapes :**

- début de la phase réglementaire fin mars
- débat sur les orientations en conseil métropolitain le 4 avril prochain
- réunion de concertation pour présentation des choix réglementaires (zonages, grandes lignes du règlement) : juin 2022
- arrêt du projet fin 2023

**Compte Rendu***Date dernière actualisation*

15/03/2022

*Date édition*

21/02/2022