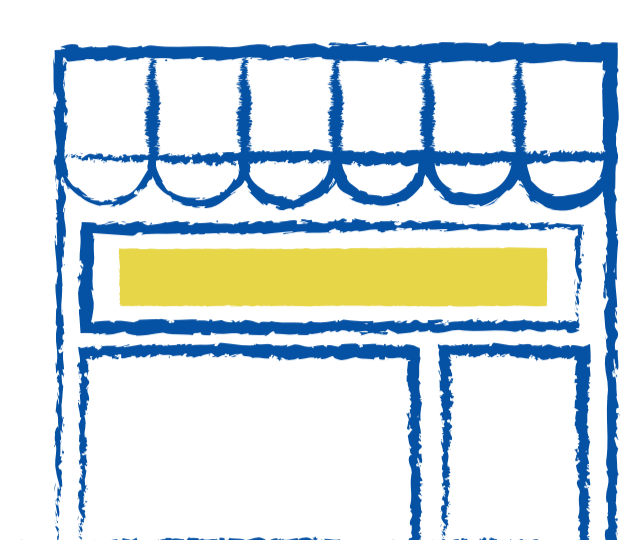


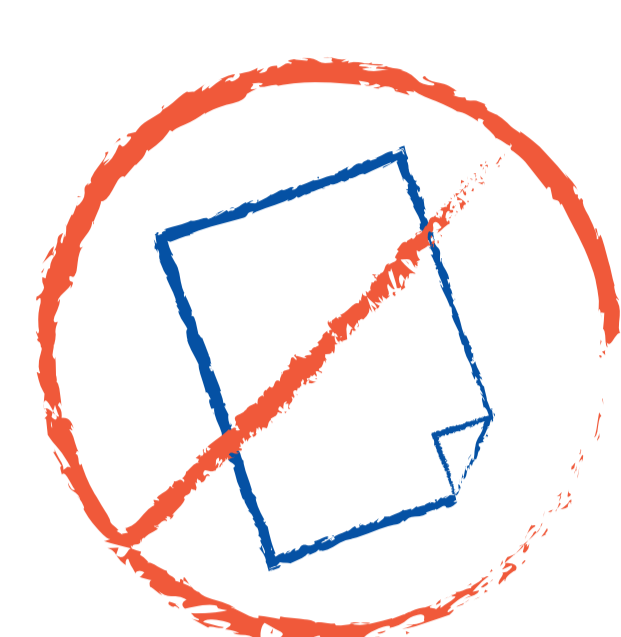
## SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC ET PREMIERS ENJEUX DU TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN

### Que retenir du diagnostic ?

**ENVIRON 4 200 ENSEIGNES**  
RECENSÉES SUR LE TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN



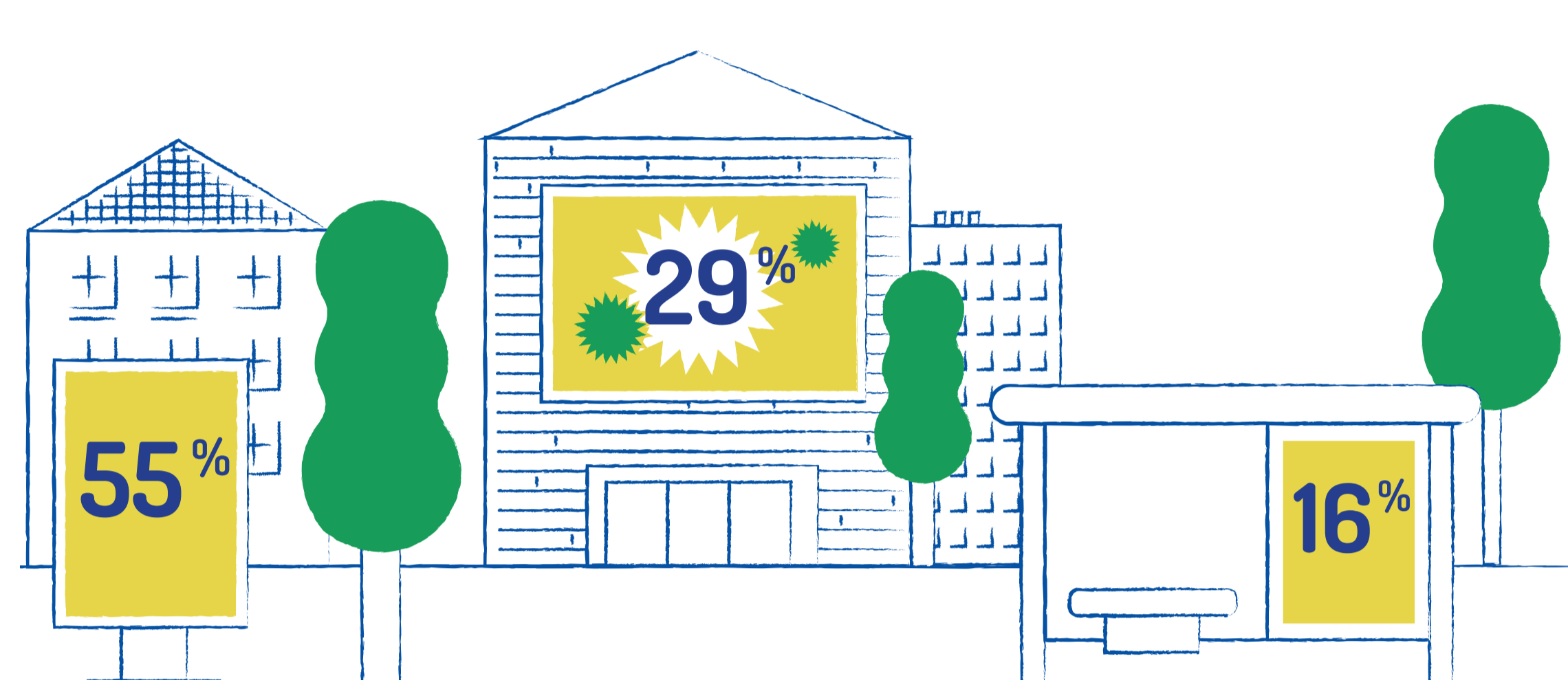
Représentant environ **1 700** activités



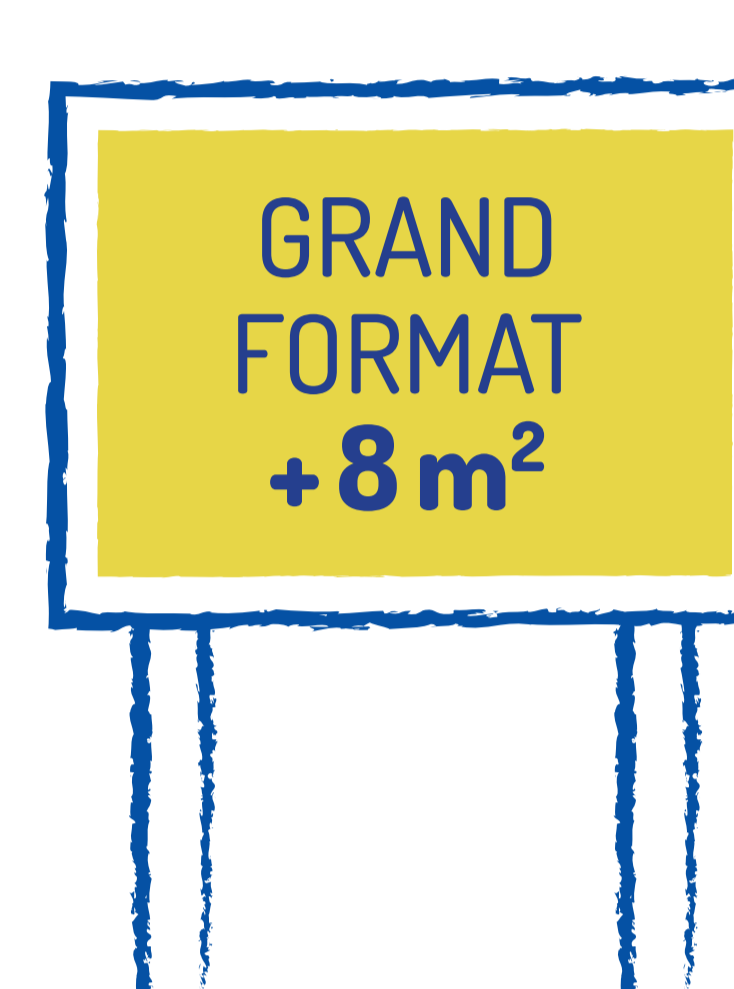
Près de la **moitié des enseignes est non-conforme** au code de l'environnement. Les principales infractions relevées sont liées aux surfaces des **façades commerciales saturées d'enseignes** et aux supports scellés au sol dépassant le format de 12 ou 6 m<sup>2</sup>.

Au cœur de la métropole de Metz et dans les zones d'activités commerciales, le tissu économique est dense et **les enseignes sont très présentes le long des linéaires commerciaux** des cœurs de ville et des petites zones d'activités de communes plus rurales comme Peltre, Saint-Privat-la-Montagne, Jury, Noisseville.

**727 PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES**  
RECENSÉES SUR LE TERRITOIRE MÉTROPOLITAIN



Dispositifs sur des équipements publics (panneaux routiers, poteaux de transport et de distribution d'électricité...)

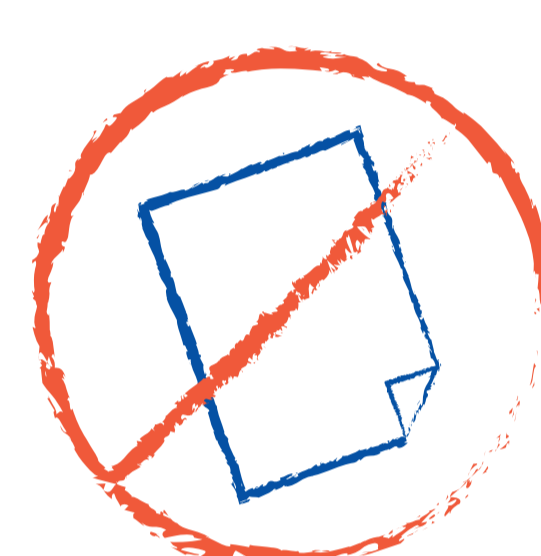


**40%** Présence en agglomération de moins de 10 000 habitants  
**34%** des dispositifs de plus de 12 m<sup>2</sup>

**403** publicités scellées au sol

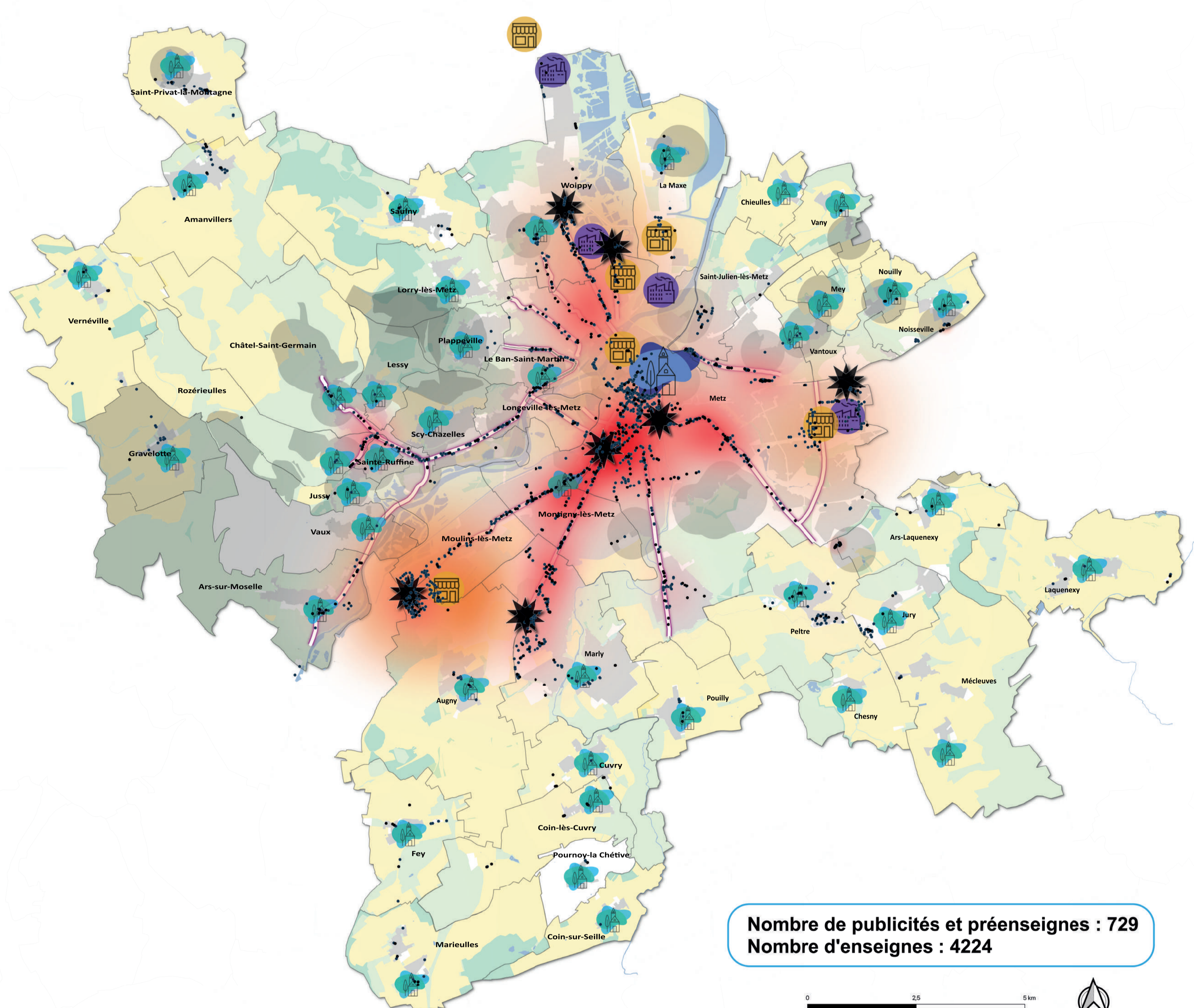
**209** publicités sur mur ou clôture

**115** publicités sur mobiliers urbains



La majorité des **publicités et préenseignes du territoire est également non-conforme** au code de l'environnement. Ces infractions concernent les dispositifs présents sur les **équipements publics**, les **publicités scellées au sol** dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (40 % des infractions) et les dispositifs de plus de 12m<sup>2</sup> (34 % des infractions).

### Quelle place occupe la publicité extérieure au sein du territoire métropolitain ?



**LEGENDE**

- Publicités et préenseignes recensées sur le territoire eurométropolitain
- Enseignes recensées sur le territoire eurométropolitain
- Intensité de présence des Publicités et préenseignes pondérée par la surface d'affichage\*
- Intensité de présence des enseignes pondérée par la surface d'affichage\*
- Points noirs publicitaires
- Espaces commerciaux d'envergure métropolitaine
- Principaux centres industriels et logistiques métropolitains
- Metz, cœur de l'Eurométropole
- Bougs nécessitant d'être préservés de la pression publicitaire
- Principaux axes structurants
- Interdictions relatives et absolues
- Limites d'agglomération
- Cours d'eau
- Espaces Boisés Classés du PLU
- Zones naturelles du PLU
- Zone agricole du PLU
- Limites communales

\* L'intensité est calculée sur la base d'une matrice de distance entre les dispositifs, pondérée par leur surface d'affichage. Plus les dispositifs sont proches et de surface importante plus le gradient s'intensifie en couleur.

Réalisation : Bureau d'étude G&P&C Conseil, novembre 2021  
Source : Metz Métropole, INPN, PNR Lorraine, Atlas des patrimoines, IGN, G&P&C Conseil

Nombre de publicités et préenseignes : 729  
Nombre d'enseignes : 4224

### Quels sont les principaux enjeux identifiés ?

#### 3 ENJEUX MAJEURS

↳ **Limiter l'impact paysager des dispositifs publicitaires et des enseignes**

en agissant sur le format et la densité des publicités, et en limitant les enseignes scellées au sol.

↳ **Rechercher une harmonisation et une meilleure intégration architecturale des dispositifs publicitaires et des enseignes**

en préservant au maximum les sites qui présentent une qualité patrimoniale, et en assurant la meilleure intégration possible des enseignes au bâti et au cadre de vie.

↳ **Prévenir les nuisances inhérentes à la pollution lumineuse des dispositifs publicitaires et des enseignes**

en maîtrisant mieux les impacts des supports éclairés au bénéfice de la protection de la biodiversité, de l'économie des ressources et du bien-être des habitants

