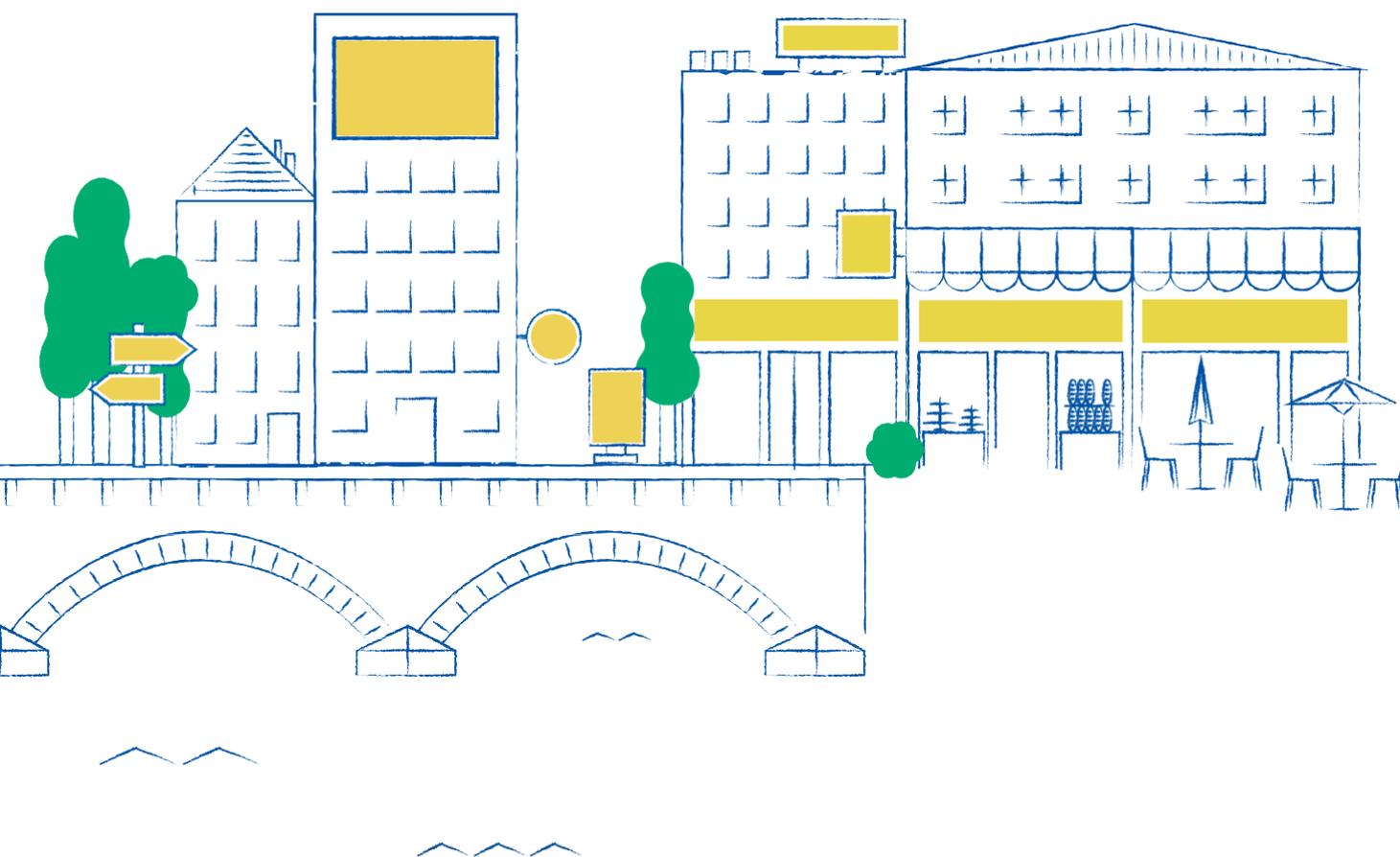


Projet arrêté en Conseil
Métropolitain du 3 juin 2024

JUSTIFICATIONS DES CHOIX RÉGLEMENTAIRES

RLPI

 Règlement Local de Publicité
Intercommunal

Justifications des choix réglementaires en matière de publicités et d'enseignes

Tome 4 : Justifications des choix réglementaires

Table des matières

1. L'Eurométropole de Metz : entre rural et urbain	5
1.1. L'organisation territoriale métropolitaine.....	5
1.2. Les différentes ambiances urbaines	6
2. Des ambiances urbaines aux zones règlementées.....	8
2.1. Construction du zonage	8
2.1.1. La zone de publicité n°1 (ZP1) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité absolue	9
2.1.2. La zone de publicité n°2 (ZP2) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative.....	9
2.1.3. La zone de publicité n°3 (ZP3) : secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité.....	10
2.1.4. La zone de publicité n°4 (ZP4) : axes structurants.....	11
2.1.5. La zone de publicité n°5 (ZP5) : secteurs d'activités économiques.....	11
2.1.6. La zone d'enseignes n°1 (ZE1) : secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel.....	12
2.1.7. La zone d'enseignes n°2 (ZE2) : secteurs urbains mixtes	13
2.1.8. La zone d'enseignes n°3 (ZE3) : secteurs d'activités économiques.....	14
2.2. Les choix de protection, de sauvegarde et de mise en valeur traduits en matière de publicités et de préenseignes.....	14
2.2.1. Les dispositions générales en matière de publicité.....	14
2.2.2. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°1 (ZP1) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité absolue	15
2.2.3. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°2 (ZP2) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative	15
2.2.4. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°3 (ZP3) : Secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité	16
2.2.5. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°4 (ZP4) : axes structurants	17
2.2.6. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°5 (ZP5) : secteurs d'activités économiques	18
2.3. Les choix de protection, de sauvegarde et de mise en valeur en matière d'enseignes	19
2.3.1. Les dispositions générales en matière d'enseignes.....	19
2.3.2. Les dispositions particulières applicables à la zone d'enseigne n°1 (ZE1) : secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel.....	20
2.3.3. Les dispositions particulières applicables à la zone d'enseigne n°2 (ZE2) : secteurs urbains mixtes	21
2.3.4. Les dispositions particulières applicables à la zone d'enseigne n°3 (ZE3) : secteurs d'activités économiques	23
2.4. Les dispositions applicables aux supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines	24
2.5. Des orientations au règlement	25

1. L'Eurométropole de Metz : entre rural et urbain

1.1. L'organisation territoriale métropolitaine

Le territoire métropolitain s'organise autour des 3 secteurs identifiés au PLUi : le cœur métropolitain, le noyau urbain, la couronne métropolitaine.

- **Le cœur métropolitain** correspond à Metz, la ville-centre, dont le poids démographique est particulièrement significatif au sein de la métropole, avec près de 120 000 habitants. Le cœur métropolitain se caractérise par un patrimoine bâti riche et varié. Ce patrimoine bâti fait l'objet de plusieurs protections au travers d'un site patrimonial remarquable, s'étendant sur un large périmètre au sein de l'hypercentre messin, et de périmètres délimités des abords (PDA) de monuments historiques, également mis en place dans une vingtaine d'autres communes de la métropole. Le territoire messin se caractérise également par une forte concentration d'activités (plus de 3500 établissements) et une grande diversité de commerces. Le centre-ville, qui accueille de nombreux commerces et services de proximité, constitue l'une des principales centralités commerciales du territoire. D'importantes zones d'activités (économiques/commerciales) telles que le Technopôle, Actipôle, Metz-Deux-Fontaines ou bien le centre commercial Muse sont également présentes dans la ville-centre. Par ailleurs, le cœur métropolitain concentre de nombreux équipements (culturels, sportifs, de recherche, universitaires, etc...) à l'image du musée Pompidou - Metz, le centre des congrès Robert Schuman, le Conservatoire Gabriel Pierné, les Arènes, la Cité musicale, etc. L'ensemble de ces commerces, services et équipements ont un rayonnement important au sein de la région, et même au sein de la grande région Sarre-Lorraine-Luxembourg. La publicité est, en centre-ville, principalement apposée sur du mobilier urbain. Sur le reste du territoire, on retrouve des dispositifs scellés au sol ou muraux de grands formats, en particulier le long des grands axes routiers traversant le cœur métropolitain et les zones d'activités.
- Les dix communes situées dans la continuité urbaine directe de Metz forment **le noyau urbain** à savoir : le Ban-Saint-Martin Woippy, Longeville-lès-Metz, Marly, Montigny-lès-Metz, Moulins-lès-Metz, Plappeville, Saint-Julien-lès-Metz, Scy-Chazelles, Vantoux, etc. Ce noyau est composé de tissus urbains variés, avec une dominante d'habitats individuels et collectifs. Il réunit également différents types d'activités économiques (commerciales, tertiaires et logistiques) dont la vaste zone d'Actisud située sur les bans communaux de Moulins-lès-Metz, Augny et Jouy-aux-Arches (commune hors de la métropole messine). Elle est la plus importante zone d'activités du département de la Moselle. Le noyau urbain compte globalement plus de 1500 établissements économiques. De nombreux équipements (sportifs, culturels, de santé, etc.) y sont également présents, et complètent l'offre de services dans cette partie du territoire fortement connecté à la fois à la ville centre et à la couronne métropolitaine. Trois types de dispositifs publicitaires sont majoritairement représentés dans le noyau urbain : la publicité sur mobilier urbain, la publicité scellée au sol et la publicité sur mur. Comme pour le cœur métropolitain, ces dispositifs sont principalement répartis aux abords des grands axes traversants et dans les zones d'activités.
- **La couronne métropolitaine**, englobe 34 communes périurbaines et rurales, support de la majorité des espaces naturels et agricoles du territoire, et jalonnée de bourgs et villages. Elle accueille 16% de la population métropolitaine et les activités économiques (environ 600 établissements) ont principalement vocation à satisfaire les besoins à une échelle locale et communale, en dehors des zones commerciales de la Maxe (IKEA) et Augny. La publicité est largement moins présente au sein de la couronne métropolitaine où les préenseignes scellées au sol, constituent la majorité des dispositifs publicitaires. Par ailleurs, la publicité est absente sur sept communes de la couronne métropolitaine : Chieulles, Chesny, Coin-sur-Seille Mey, Plappeville, Vantoux et Vaux. Seul « l'affichage sauvage » y est parfois visible.

L'ensemble de ces constats montre l'organisation territoriale de l'Eurométropole de Metz autour de la ville-centre qui constitue le principal pôle d'attractivité du territoire. Metz est, par ailleurs, également identifiée en « cœur d'agglomération » au Schéma de Cohérence Territoriale de l'Agglomération Messine (SCoTAM). Cette qualification représente le premier niveau au sein de l'armature urbaine du SCoTAM, qui couvre 7 intercommunalités. En effet, la

Ville de Metz possède un rôle fonctionnel s'étendant au-delà des limites métropolitaines. Ainsi, 32% des déplacements de la couronne métropolitaine s'effectuent vers le cœur métropolitain, et 19% vers le noyau urbain, justifiant la fréquentation des grands axes pénétrants le long desquels est majoritairement implantée la publicité. Le noyau, dont le bâti s'inscrit dans la continuité urbaine directe de Metz compte les villes les plus importantes de la Métropole, après Metz, en termes de nombre d'habitants. On y trouve notamment Montigny-lès-Metz et Woippy. Le noyau urbain fait office de « ceinture urbaine » autour du cœur métropolitain et assure la transition avec la couronne métropolitaine, caractérisée par des espaces périurbains et majoritairement ruraux. Au sein de ces espaces, la préservation des paysages représente une ambition majeure pour l'Eurométropole de Metz. Plus globalement, l'amélioration de la qualité du cadre de vie est un objectif essentiel pour l'ensemble des communes, même si en termes de publicité extérieure, les enjeux diffèrent d'un secteur à l'autre.

1.2. Les différentes ambiances urbaines

L'espace rural

L'espace rural principalement composé de terres agricoles et de boisements, occupe la majeure partie du territoire métropolitain (environ ses deux tiers). Il est surtout étendu au sein de la couronne métropolitaine. En dehors du bâti des villages, la publicité n'est pas autorisée, les secteurs hors agglomération étant préservés de tout dispositif par le code de l'environnement.

Les paysages y sont d'une grande diversité puisque l'espace rural s'étend sur quatre des cinq unités paysagères caractéristiques du territoire métropolitain :

- Le Pays Haut,
- Les côtes de Moselle,
- La vallée de la Seille,
- Le plateau lorrain versant Rhin.

Dans l'ensemble de ces milieux ruraux, compte tenu des flux de circulation relativement peu importants et du rayonnement essentiellement local des commerces et services, la pression publicitaire y est faible. En outre, en dehors des villages, le bâti est essentiellement composé de fermes isolées et/ou de bâtiments agricoles du fait de la présence d'exploitations agricoles dans cet espace.

Au-delà des espaces agricoles, l'espace rural est également composé d'une diversité d'espaces naturels (boisements, prairies, ruisseaux, pelouses, etc.) dont certains font l'objet de protections (site Natura 2000, site classé du Mont-Saint-Quentin, etc.) ou de reconnaissance pour leur intérêt écologique (ZNIEFF de type I ou type II, Trame Verte et Bleue...).

Entrées et traversées de ville

Les entrées de villes des communes de la couronne métropolitaine sont généralement constituées d'habitations, et notamment de lotissements pavillonnaires le long de routes métropolitaines (anciennement départementales), créant ainsi une interface entre espaces bâtis et espaces agricoles ou naturels. C'est à partir de cette interface que la publicité et les enseignes commencent à trouver leur place. Dans les centres de villages ou de bourgs, selon leur taille, quelques enseignes (essentiellement perpendiculaires ou parallèles aux façades) signalent les commerces de proximité, et constituent ainsi les principaux dispositifs présents dans ces espaces péri-urbains, même si l'on y trouve aussi parfois de rares préenseignes ou publicités, diffuses dans le tissu bâti.

Les entrées de villes des communes du noyau urbain et de la ville-centre de Metz sont plus diversifiées ; certaines d'entre elles étant constituées de zones commerciales et d'activités, avec des constructions volumineuses. La particularité de ces zones commerciales et d'activités relève de l'implantation du bâti très en retrait de la voie publique. Ainsi, la présence de parkings très étendus en façade sur rue ou au pourtour des bâtiments, offre aux commerçants et artisans toute latitude pour y installer bon nombre d'enseignes, notamment scellées ou installées directement sur le sol. En outre, la circulation automobile est très largement privilégiée dans ces zones traversées par les grandes

artères urbaines, incitant les professionnels à mettre en place des dispositifs de grands formats, visibles de loin. Dans certains cas, les entrées de ville et leur prolongement dans la traversée des communes du noyau urbain et de la ville-centre sont constitués de secteurs mixtes à dominante résidentielle au même titre que les communes de la couronne métropolitaine. Néanmoins, ces secteurs sont constitués d'une importante diversité de typologies d'habitat (lotissements pavillonnaires, bâtiments anciens assez hauts, logements collectifs) plus ou moins compatibles avec des dispositifs publicitaires.

Quelles qu'elles soient, les entrées et les traversées de ville constituent des lieux privilégiés d'implantation de la publicité extérieure. En effet, il s'agit des secteurs concentrant le trafic routier et donc les personnes susceptibles de recevoir les messages publicitaires. On y trouve ainsi un très grand nombre de panneaux publicitaires de grand format, particulièrement au niveau des communes du noyau urbain et du cœur métropolitain. L'accumulation de messages publicitaires est un phénomène encore plus important en zone commerciale où la densité de dispositifs est la plus élevée.

Les villes

Tel que rappelé précédemment, l'organisation territoriale montre le rôle moteur de la ville-centre de Metz dans l'économie et l'attractivité de l'Eurométropole. Cette attractivité bénéficie à l'ensemble du territoire et tout particulièrement aux villes du noyau urbain situées dans la continuité urbaine de Metz. Majoritairement implantées dans la vallée de la Moselle, ces villes sont les lieux privilégiés d'implantation des dispositifs publicitaires. Elles captent une grande partie des emplois, équipements et services, ce qui explique l'intérêt qui leur est porté et les importants flux de circulation venant des communes environnantes. Certaines communes de la couronne métropolitaine (à l'exemple d'Ars-sur-Moselle) vont également jouer un rôle de pôle de proximité avec un niveau d'équipements et de commerces développés de manière à répondre aux besoins du quotidien des habitants. Certes, les dispositifs publicitaires y sont beaucoup moins représentés que dans le noyau urbain (hormis dans les zones d'activités majeures telles que Actisud et La Maxe), mais les enseignes en revanche occupent une place importante dans le cadre de vie de ces territoires plus périphériques.

Dans le centre des villes très urbanisées, le bâti est la plupart du temps très proche de l'espace public et le foncier encore libre de construction laisse peu de place pour l'affichage publicitaire, mis à part pour les dispositifs muraux apposés sur des murs aveugles voisins. Par ailleurs, un grand nombre de communes possèdent des bâtiments ou parties d'immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques (édifices culturels, lavoirs, éléments architecturaux, etc.) dont la préservation est assurée par des outils de protection tels que les Secteurs Patrimoniaux Remarquables (SPR) ou les Périmètres de Délimitation des Abords (PDA), excluant toute forme de publicité (sauf dérogations introduites localement).

Les lotissements pavillonnaires représentent une autre forme d'habitat. Ces secteurs sont présents sur l'ensemble des communes et ont la spécificité d'être monofonctionnelle. Les habitations sont bordées de jardin de superficies très variables. Dans certains cas, les parcelles peuvent avoir une emprise foncière importante. Une végétalisation est souvent observée dans ces lotissements. Des secteurs d'habitats de grands ensembles sont également existants dans la ville-centre de Metz et dans les communes du noyau urbain. Ces secteurs sont caractérisés par des emprises foncières importantes en raison de la présence de parkings et d'espaces verts aux abords des bâtiments. Ces quartiers de la ville de Metz et des communes dans la continuité urbaine de Metz sont concernés par une forte densité d'habitat. Des linéaires commerciaux composés de commerces et de services de proximité viennent, par ailleurs, compléter ces secteurs.

Les zones résidentielles sont des secteurs clés de la préservation du cadre de vie des habitants du territoire.

2. Des ambiances urbaines aux zones réglementées

2.1. Construction du zonage

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) permet d'adapter la réglementation nationale des publicités, préenseignes et enseignes aux spécificités d'un territoire. Conformément à l'article L.581-14 du code de l'environnement, « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national ». La mise en place d'un zonage dans le cadre d'une réglementation locale, va donc permettre d'apporter une réponse adaptée aux différents secteurs du territoire afin de prendre en compte les enjeux qui varient d'une zone à une autre. Ces enjeux sont avant tout d'ordre patrimonial et paysager ; le RLPi ayant un double objectif de protection du cadre de vie et de valorisation de l'appareil économique.

Le diagnostic réalisé au lancement de la procédure, a permis d'analyser la répartition des dispositifs publicitaires et des enseignes sur le territoire, et mesurer leur impact sur le cadre de vie et l'environnement. C'est sur cette base que des orientations ont été définies ; celles-ci ayant été traduites dans les pièces réglementaires du document (règlements graphique et écrit).

Dans ce contexte, dix orientations ont été déclinées comme suit :

- Orientation 1 : Adapter les formats des publicités à leur environnement ;
- Orientation 2 : Renforcer la règle de densité afin de lutter contre l'accumulation de publicités et préenseignes ;
- Orientation 3 : Interdire la publicité dans certains lieux présentant une qualité paysagère particulière ;
- Orientation 4 : Restreindre les enseignes sur toiture en raison de leur fort impact paysager ;
- Orientation 5 : Limiter les enseignes sur clôture afin d'améliorer leur insertion dans leur environnement ;
- Orientation 6 : Renforcer les prescriptions en matière d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Orientation 7 : Autoriser de manière très limitée la publicité dans les zones protégées au titre de leur valeur patrimoniale (bâtie ou naturelle) dans le respect des caractéristiques des secteurs concernés ;
- Orientation 8 : Assurer une bonne intégration architecturale des enseignes sur façade ;
- Orientation 9 : Lutter contre la pollution lumineuse nocturne et son impact sur les espaces de biodiversité ;
- Orientation 10 : Réduire l'impact des dispositifs lumineux y compris les dispositifs numériques (publicités, enseignes et préenseignes) afin de diminuer leur impact sur le cadre de vie et la biodiversité.

Ces orientations visent à répondre à 3 grands enjeux :

- ✓ Limiter l'impact paysager des dispositifs publicitaires et des enseignes ;
- ✓ Rechercher une harmonisation et une meilleure intégration au bâti des dispositifs publicitaires et des enseignes ;
- ✓ Prévenir les nuisances inhérentes à la pollution lumineuse des dispositifs publicitaires et des enseignes.

L'objectif étant d'adapter la réglementation des publicités, préenseignes et enseignes aux spécificités propres au territoire métropolitain, il y a lieu de bien mesurer les impacts de ces dispositifs sur l'environnement d'un secteur à un autre, en fonction de ses caractéristiques. Ainsi, dans une zone résidentielle, l'enjeu relèvera principalement de la préservation du cadre de vie des habitants, par exemple en termes de protection du bâti et de lutte contre les nuisances lumineuses. A contrario, dans les zones commerciales où les habitations sont plus éloignées voire absentes, il s'agira davantage de veiller à la valorisation des lieux et des activités qui y sont implantées.

 **Le zonage de publicité** réalisé à partir des orientations s'organise en 5 zones et 5 sous-zones :

- Zone de publicité **n°1** (ZP1) : secteurs patrimoniaux - Interdiction de publicité absolue
- Zone de publicité **n°2** (ZP2) : secteurs patrimoniaux – Interdiction de publicité relative
- Zone de publicité **n°3** (ZP3) : secteurs mixtes à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité

- Zone de publicité **n°4** (ZP4) divisée en deux sous-zones :
 - ✓ Zone ZP4-A : axes structurants dans le cœur métropolitain
 - ✓ Zone ZP4-B : axes structurants dans l'unité urbaine
- Zone de publicité **n°5** (ZP5) divisée en 3 sous-zones
 - ✓ ZP5-A : secteurs d'activités majeurs
 - ✓ ZP5-B : secteurs d'activités diffus dans le tissu urbain
 - ✓ ZP5-C : secteurs d'activités de communes hors de l'unité urbaine

A noter que les espaces non couverts par l'une de ces 5 zones sont situés hors agglomération, où toute publicité ou préenseigne est interdite, conformément au code de l'environnement.

✚ **Le zonage d'enseignes** comprend 3 zones qui s'appuient sur les 5 zones de publicité dans un souci de cohérence réglementaire :

- Zone d'enseigne **n°1** (ZE1) : secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel ;
- Zone d'enseigne **n°2** (ZE2) : secteurs urbains mixtes ;
- Zone d'enseigne **n°3** (ZE3) : secteurs d'activités économiques.

Ces zonages répondent à la nécessité de prendre en compte les caractéristiques bâties et fonctionnelles des différents secteurs pour leur appliquer des règles particulières, adaptées à leur physionomie.

2.1.1. La zone de publicité n°1 (ZP1) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité absolue

La zone de publicité n°1 correspond à certains lieux présentant un fort intérêt architectural ou naturel où il est nécessaire d'apporter une forte protection réglementaire, en les préservant de toute publicité. Elle correspond à des périmètres précisément délimités, et regroupe plusieurs secteurs : les sites classés, des places historiques dans l'hypercentre messin ainsi que des espaces présentant un grand intérêt naturel et écologique associé à des fonctions essentielles en milieu urbain : loisirs, détente, promenade et bien-être.

La ZP1 intègre les parties des sites classés situés en agglomération, soumis à une interdiction de publicité absolue que le RLPi ne peut que maintenir, conformément à la réglementation nationale. Par ailleurs, certaines places de l'hypercentre messin possédant un grand intérêt architectural et historique ont également été placées en ZP1 en concertation avec l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Ainsi, la place Saint-Louis (prolongée par la rue du Change), la place Jean Paul II, la place Saint-Etienne et la place d'Armes bénéficient de cette protection absolue. En outre, l'intérêt de préserver certains espaces de nature en ville présentant de réelles qualités paysagères, écologiques et sociales, et en particulier les grands jardins ou parcs urbains, est également traduit par leur classement en ZP1 où la publicité est proscrite. Ce sont le Jardin Botanique situé sur le ban communal de Montigny-lès-Metz, le parc Simon à Augny, les jardins Jean-Marie Pelt – parc de la Seille à Metz, le lac Symphonie et le parc de Gloucester à Metz également.

Enfin, les communes de Vaux et Gravelotte situées au sein du Parc Naturel Régional de Lorraine ont aussi été intégrées dans cette zone réglementée. Le choix de maintenir l'interdiction de publicité fixée par la réglementation nationale dans ces espaces est motivé par la volonté de préserver les caractéristiques rurales, la qualité paysagère et naturelle de ces communes ainsi que par la présence exclusive d'enseignes sur ces communes.

La zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de l'**orientation n°3** : Interdire la publicité dans certains lieux présentant une qualité paysagère particulière.

2.1.2. La zone de publicité n°2 (ZP2) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative

Cette zone regroupe les parties agglomérées des secteurs de protections patrimoniales ou naturelles énumérés à l'article L.581-8 du code de l'environnement. Bien que soumis à une interdiction de publicité, ces espaces peuvent

légalement faire l'objet d'une dérogation. Ladite zone couvre ainsi les 3 sites patrimoniaux remarquables (SPR) de Metz, Montigny-lès-Metz et Scy-Chazelles, les abords des monuments historiques et les sites inscrits à l'exception de certains axes structurants identifiés en ZP4, traversant ces secteurs protégés.

En outre, les spécificités de la commune d'Ars-sur-Moselle, appartenant au Parc Naturel Régional de Lorraine, où la publicité est interdite (sauf dérogation), ne sont pas compatibles avec une protection aussi stricte que celle qu'impose la réglementation nationale. En effet, le volume important d'activités économiques présentes sur le territoire (commerces de proximité et zone d'activités économiques d'intérêt métropolitain Dr Schweitzer), ainsi que son poids démographique justifient un traitement spécifique de la commune ; ceci malgré son appartenance au PNR.

Sa morphologie et son positionnement en entrée d'agglomération ajoutés à sa réalité fonctionnelle, confortent le rôle de la commune en tant que « centre urbain de services » dans l'armature territoriale du Schéma de Cohérence Territoriale de l'Agglomération Messine (SCoTAM), qui identifie Ars-sur-Moselle comme l'un des 7 « centres urbains de services » (3ème niveau de l'armature urbaine) du périmètre du SCoTAM. A ce titre, la commune joue « un rôle de relais dans l'accueil de certains équipements, de services et de commerces de second rang et occupe une place privilégiée dans le renforcement des échanges avec le cœur d'agglomération » qui constitue le 1er niveau de l'armature urbaine. Ce rôle de centre urbain de services possède également un impact important dans le renforcement de la vie locale au sein du territoire.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, les secteurs résidentiels de la commune d'Ars-sur-Moselle sont également inclus dans cette zone ZP2, qui garantit un traitement de la publicité extérieure respectueux des exigences paysagères du Parc Naturel Régional de Lorraine. La publicité y sera effectivement autorisée à titre dérogatoire, donc de manière strictement encadrée afin de répondre aux enjeux patrimoniaux, naturels et paysagers des espaces concernés.

Cette zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de l'orientation n°7 : Autoriser de manière très limitée la publicité dans les zones protégées au titre de leur valeur patrimoniale (bâtie ou naturelle) dans le respect des caractéristiques des secteurs concernés.

2.1.3. La zone de publicité n°3 (ZP3) : secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité

La zone de publicité n°3 (ZP3) est dédiée aux secteurs mixtes à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité. Quarante-deux des quarante-cinq communes sont concernées par cette zone. Celles situées hors de l'unité urbaine, dépourvues de secteurs patrimoniaux protégés ou secteurs d'activités, sont pour la plupart entièrement intégrées dans cette zone ZP3.

Dans un souci de cohérence et d'équité de la règle au sein de la métropole et parce que ces tissus résidentiels présentent des caractéristiques comparables, le projet réglementaire traite la problématique de la publicité dans ces secteurs de la même manière, qu'ils soient situés au sein, ou en dehors de l'unité urbaine. Cette démarche permet ainsi une harmonisation des règles, étant rappelé que la réglementation nationale est plus stricte dans les communes situées hors de l'unité urbaine, donc les plus éloignées de la ville-centre.

Cette zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de l'orientation 1 : Adapter les formats des publicités à leur environnement, de l'orientation 2 : Renforcer la règle de densité afin de lutter contre l'accumulation de publicités et préenseignes, de l'orientation 9 : Lutter contre la pollution lumineuse nocturne et son impact sur les espaces de biodiversité, de l'orientation 10 : Réduire l'impact des dispositifs lumineux y compris les dispositifs numériques (publicités, enseignes et préenseignes) afin de diminuer leur impact sur le cadre de vie et la biodiversité.

Pour chacune de ces orientations, les déclinaisons réglementaires apporteront une réponse adaptée à la nécessité de préserver la qualité paysagère des lieux et la tranquillité des habitants, tout en mettant en valeur les commerces et activités qui y sont implantés. Les règles édictées permettent en outre une coexistence harmonieuse entre ces différentes fonctions urbaines (habitat/commerces/équipements/activités).

2.1.4. La zone de publicité n°4 (ZP4) : axes structurants

Cette zone dédiée aux principaux axes routiers structurants des communes de l'unité urbaine de Metz, s'établit sur une bande de 30 mètres de part et d'autre de l'axe central de la voie. En raison de leur forte fréquentation, les axes choisis présentent un intérêt majeur pour les professionnels de l'affichage et donc pour les activités, aussi bien locales que nationales, souhaitant communiquer auprès des habitants ou des visiteurs du territoire. Cela explique le nombre important de dispositifs publicitaires existant dans ces espaces. La mise en place de règles locales permet dans ce contexte d'assurer un meilleur équilibre entre préservation des paysages et possibilité d'affichage publicitaire dans un objectif de valorisation de l'appareil économique.

Ces axes routiers ne sont pas tous de même nature. Selon leur localisation, plus ou moins rapprochée du centre-ville de Metz, ils méritent une réglementation différenciée. Aussi, la ZP4 est divisée en deux sous-zones :

- La ZP4-A couvre les pénétrantes urbaines traversant le cœur métropolitain menant à l'hypercentre messin. S'étendant presque essentiellement sur le territoire de Metz, elle ne concerne qu'à la marge les communes limitrophes sur lesquelles lesdits axes structurants se prolongent. Cela permet d'assurer une égalité de traitement des dispositifs publicitaires tout au long d'un même axe ou de ses continuités dès lors que l'ambiance urbaine reste la même, d'une commune à une autre. Le boulevard de Trèves situé en Périmètre Délimité des Abords (PDA) est intégré en ZP4-A en raison de la présence d'établissements commerciaux essentiellement, en bordure de cette voie et de sa forte fréquentation.
- La ZP4-B est dédiée aux axes structurants des communes du noyau urbain et des communes périurbaines de la métropole possédant une continuité de bâti directe. En outre, certains axes structurants de la ville de Metz situés aux abords des monuments historiques sont également classés en ZP4-B. Les règles de cette zone sont plus contraignantes qu'en ZP4-A et permettent ainsi d'assurer un équilibre entre la protection du bâti et des lieux avoisinants, et l'affichage publicitaire en milieu urbain dense.

Les orientations définies dans le cadre du RLPi permettent d'adapter localement la réglementation locale vis-à-vis de chacune des sous-zones délimitées. Les enjeux sur ces différents axes ont été pris en compte pour opérer une scission au sein de la ZP4.

Cette zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de l'orientation 1 : Adapter les formats des publicités à leur environnement, de l'orientation 2 : Renforcer la règle de densité afin de lutter contre l'accumulation de publicités et préenseignes, et de l'orientation 9 : Lutter contre la pollution lumineuse nocturne et son impact sur les espaces de biodiversité

2.1.5. La zone de publicité n°5 (ZP5) : secteurs d'activités économiques

La zone de publicité n°5 concerne d'importantes zones d'activités économiques, commerciales, artisanales et industrielles, qui ont le plus souvent une vocation métropolitaine ; celles-ci étant communément appelées ZAE (Zone d'activités économiques).

Le traitement spécifique de ces zones d'activités repose sur les caractéristiques qui leur sont propres en termes d'aménagement urbain, d'organisation et de fonctionnement.

La définition des sous-secteurs de ce zonage, s'est en partie appuyée sur la réglementation nationale en vigueur, tout en tenant compte de la présence d'habitat au sein ou à proximité de ces espaces dédiés aux activités ainsi que leur taille et le type d'activités qui y sont installées.

Ainsi, trois 3 sous-zones ont été établies :

- la **ZP5-A** consacrée aux secteurs d'activités majeurs, le plus souvent situés dans le noyau urbain ou le cœur métropolitain. Il s'agit des zones d'activités les plus importantes en termes de nombre et de taille d'activités et/ou en termes de fréquentation. Même si elles sont, pour quelques-unes, assez éloignées des tissus résidentiels, les enjeux en termes de paysage et d'environnement y sont très importants dans la mesure où ces espaces bâtis sont généralement peu qualitatifs, et accueillent un nombre important de panneaux publicitaires de grands formats.
- la **ZP5-B** correspondant aux zones d'activités imbriquées dans le tissu urbain, notamment résidentiel ou mixte. Leur localisation en milieu urbanisé, en grande partie résidentiel, appelle une vigilance toute particulière afin que les dispositifs publicitaires soient adaptés à leur environnement et ne nuisent pas au cadre de vie et à la tranquillité des riverains. Il convient de noter ici que les espaces d'activités de la commune d'Ars-sur-Moselle (zone d'activités et supermarché) sont intégrés à la ZP5-B pour tenir compte des spécificités de la commune, rappelées ci-avant. En effet, malgré son appartenance au Parc Naturel Régional, sa zone d'activités, son statut de « centre urbain de services » et son dynamisme commercial justifient l'accueil mesuré de certaines formes de publicité extérieure sur son territoire.
- la **ZP5-C** s'étend sur trois zones d'activités d'intérêt communautaire situées dans des communes ne faisant pas partie de l'unité urbaine. La publicité dans ces espaces y est encadrée strictement par le code de l'environnement. Le RLPi vient conforter ou renforcer (interdiction de la publicité scellée au sol, publicité murale limitée à 4,7 m², ...) la réglementation nationale.

Dans l'ensemble de la zone ZP5, le règlement s'efforce d'apporter une réponse réglementaire adaptée à la fois aux besoins de communication des entreprises localement implantées et de préservation des espaces résidentiels et/ou naturels environnants, tout en maintenant une cohérence globale à l'échelle de l'ensemble des espaces économiques du territoire métropolitain.

Cette zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de **l'orientation 1** : adapter les formats des publicités à leur environnement, de **l'orientation 2** : Renforcer la règle de densité afin de lutter contre l'accumulation de publicités et préenseignes, de **l'orientation 9** : Lutter contre la pollution lumineuse nocturne et son impact sur les espaces de biodiversité, et de **l'orientation 10** : réduire l'impact des dispositifs lumineux y compris les dispositifs numériques (publicités, enseignes et préenseignes) afin de diminuer leur impact sur le cadre de vie et la biodiversité.

✚ C'est sur la base du zonage de la publicité et des préenseignes qu'a été construit le zonage dédié aux enseignes.

Aussi, les trois zones définies correspondent aux zones de publicité suivantes :

- Le zonage **ZE1** regroupe les ZP1 et ZP2 ainsi que les axes de la ZP4-A et B faisant partie des secteurs protégés au titre des monuments historiques (Périmètres Délimités des Abords, Sites Patrimoniaux Remarquables, Sites inscrits).
- Le zonage **ZE2** regroupe la zone ZP3, les autres axes structurants compris dans les zones ZP4-A et B ainsi que la zone ZP5-B
- Le zonage **ZE3** regroupe les zones ZP5-A et C.

2.1.6. La zone d'enseignes n°1 (ZE1) : secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel

La zone d'enseigne n°1 correspond aux secteurs présentant de forts enjeux patrimoniaux et/ou naturels, nécessite un niveau d'exigences à la hauteur de la qualité des lieux dans lesquels viennent s'installer les activités et leurs enseignes. Cette zone intègre donc naturellement tous les secteurs couverts par la ZP1 et la ZP2 c'est-à-dire les parties agglomérées des sites classés, certains grands espaces verts urbains, les places de l'hypercentre messin possédant un intérêt architectural et historique particulier (place Saint-Louis et rue du Change, place Jean Paul II, place Saint-Etienne et place d'Armes), des communes de Vaux et Gravelotte, des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), des périmètres délimités des abords des monuments historiques (PDA), des sites inscrits, de la commune d'Ars-sur-Moselle appartenant au Parc Naturel Régional de Lorraine, à l'exception de la zone d'activités Dr Schweitzer.

Dans ce contexte, l'intégration harmonieuse des enseignes au bâti contribue à la mise en valeur de ces secteurs patrimoniaux et notamment du patrimoine architectural.

Les enjeux en matière de préservation du cadre de vie au sein des zones de publicité n°1 et n°2 étant comparables, ces deux zonages sont regroupés au sein de cette première zone d'enseignes.

Pour chacune des orientations poursuivies (rappelées ci-après), les déclinaisons réglementaires apportent une réponse adaptée en fonction des enjeux patrimoniaux identifiés, des caractéristiques des activités existantes et de l'intégration des enseignes vis-à-vis des espaces d'habitat. Pour cette zone, c'est clairement un cadre réglementaire très prescriptif qui est mis en place.

Cette zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de l'orientation 4 : Restreindre les enseignes sur toiture en raison de leur fort impact paysager, de l'orientation 5 : Limiter les enseignes sur clôture afin d'améliorer leur insertion dans leur environnement, de l'orientation 6 : Renforcer les prescriptions en matière d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, de l'orientation 8 : Assurer une bonne intégration architecturale des enseignes sur façade, de l'orientation 9 : Lutter contre la pollution lumineuse nocturne et son impact sur les espaces de biodiversité et de l'orientation 10 : Réduire l'impact des dispositifs lumineux y compris les dispositifs numériques (publicités, enseignes et préenseignes) afin de diminuer leur impact sur le cadre de vie et la biodiversité.

2.1.7. La zone d'enseignes n°2 (ZE2) : secteurs urbains mixtes

Cette zone regroupe les secteurs résidentiels ou les secteurs mixtes dans lesquels se mélangent les diverses formes d'habitat, les commerces, les services et les équipements. Ainsi, la ZE2 couvre la partie la plus étendue du territoire métropolitain où vit la grande majorité des habitants de l'Eurométropole de Metz. Cette zone a pour objectif principal de préserver le cadre de vie et la tranquillité des riverains tout en favorisant la bonne visibilité des activités économiques et en améliorant la qualité de leurs enseignes.

La ZE2 regroupe les zones de publicité suivantes :

- La ZP3 correspondant au secteur mixte à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité ;
- La ZP4 dédiée aux axes structurants le tissu urbain dans le cœur métropolitain et plus largement au sein de communes de l'unité urbaine de Metz. Si les enjeux diffèrent entre les zones de publicité ZP3 et ZP4 au regard de la nature et de l'attractivité des axes structurants, les préoccupations d'insertion sont similaires en matière d'enseignes. Les axes identifiés comme structurants, sont une composante des secteurs aux fonctions urbaines mixtes (habitat, équipements, commerces de proximité) accueillant une grande diversité de commerces. Ainsi, le traitement harmonisé des enseignes sur plusieurs zones présentant des caractéristiques communes, permet de tendre vers une unité et une simplification du traitement des dispositifs à l'échelle d'une parcelle, d'une rue et même d'un quartier.
- la ZP5-B correspondant aux zones d'activités situées dans le tissu urbain est également intégrée à la ZE2, pour les mêmes raisons qu'en ZP4.

La ZE2 s'applique également aux commerces et activités implantés hors des agglomérations (zone blanche d, à l'exception des zones d'activités reclassées en zone ZE3 qui font l'objet d'un traitement spécifique.

Les dispositions de la ZE2 sont moins contraignantes qu'en zone ZE1 mais plus restrictives qu'en zone ZE3. Elles tiennent compte de la diversité de ce large secteur et garantissent la cohabitation des enseignes commerciales avec les espaces de vie des habitants.

Cette zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de l'orientation 4 : restreindre les enseignes sur toiture en raison de leur fort impact paysager, l'orientation 5 : limiter les enseignes sur clôture afin d'améliorer leur insertion dans leur environnement, l'orientation 8 : Assurer une bonne intégration architecturale des enseignes sur façade, l'orientation 10 : Réduire l'impact des dispositifs lumineux y compris les dispositifs numériques afin de diminuer leur impact sur le cadre de vie et la biodiversité.

2.1.8. La zone d'enseignes n°3 (ZE3) : secteurs d'activités économiques

Cette zone concerne les secteurs d'activités de l'Eurométropole. Elle intègre les espaces bâtis de certaines zones d'activités d'envergure situées en dehors des agglomérations, à savoir le Plateau de Frescaty qui s'étend sur les bans communaux d'Augny, de Marly et de Moulins-lès-Metz, ainsi que le Pôle Santé-Innovation de Mercy situé sur les bans communaux d'Ars-Laquenexy et Peltre. La zone d'activité de Noisseville, celle du Sabré à Coin-lès-Cuvry, la zone artisanale et la zone du port de Scy-Chazelles y sont également présentes.

La ZE3 regroupe donc les zones de publicité suivantes :

- La ZP5-A dédiée aux secteurs d'activités majeurs du territoire métropolitain ;
- La ZP5-C dédiée aux zones d'activités à vocation communautaire situées dans les communes ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Metz.

Ces types d'espaces partagent les mêmes enjeux en matière d'enseignes. Organisés essentiellement autour de locaux d'activités économiques ou de logistique et d'équipements d'infrastructure, ces espaces, en l'absence d'habitat, ne nécessitent pas le même degré de protection du cadre de vie, même si les perspectives paysagères notamment lointaines méritent une attention particulière. En revanche, les besoins de signalement et d'affichage plus importants des établissements qui y sont installés, ont nécessité de mettre en place ponctuellement des dispositions spécifiques plus souples que dans les deux autres zones d'enseignes. Pour autant, les règles définies dans cette zone s'inscrivent dans les orientations du RLPi relatives aux enseignes, avec comme double objectif de contenir la pollution lumineuse et l'impact des supports numériques. Aussi, les règles proposées sont sensiblement plus strictes que celles qui sont définies dans la réglementation nationale, et participent de la volonté politique globale de valoriser l'ensemble du territoire métropolitain.

Cette zone et les dispositions qui s'y appliquent répondent à l'ambition de l'orientation 4 : Restreindre les enseignes sur toiture en raison de leur fort impact paysager, l'orientation 5 : Limiter les enseignes sur clôture afin d'améliorer leur insertion dans leur environnement, l'orientation 9 : Lutter contre la pollution lumineuse nocturne et son impact sur les espaces de biodiversité.

2.2. Les choix de protection, de sauvegarde et de mise en valeur traduits en matière de publicités et de préenseignes

2.2.1. Les dispositions générales en matière de publicité

Des règles esthétiques visant à améliorer l'intégration architecturale et l'insertion paysagère des dispositifs publicitaires sont mises en place.

Les dispositifs publicitaires ne peuvent comporter que deux faces au maximum ; et l'obligation est faite au propriétaire du dispositif « d'habiller » le dos en cas de face unique. Cette disposition vise à prévenir le développement de panneaux publicitaires scellés au sol, à face unique dont l'arrière se retrouve souvent en état de dégradation.

L'interdiction d'intégrer au dispositif publicitaire tout élément dépassant le cadre est mise en place de manière à éviter l'installation de dispositifs atypiques ou dont le cadre est porteur d'ornements hétéroclites difficilement compatibles avec le paysage environnant.

Les accessoires de sécurité comme les échelles et les passerelles utilisées notamment pour la pose des affiches et l'entretien des supports, sont interdites s'ils sont fixes dans la mesure où ils viennent accentuer l'impact paysager du dispositif publicitaire. Ils ne sont alors autorisés que s'ils sont amovibles et colorés dans une teinte se rapprochant de celle du mur ou de l'encadrement du dispositif.

Un dispositif publicitaire doit être d'un ton neutre, mat et de faible intensité. Il doit respecter l'ambiance colorée des

lieux avoisinants. Les teintes de l'encadrement et du ou des pieds doivent être semblables. L'objectif de ces dispositions liées à l'esthétique est d'assurer une meilleure intégration paysagère des dispositifs publicitaires dans leur environnement, et d'harmoniser les dispositifs entre eux.

Par ailleurs, une plage d'extinction élargie est mise en place par l'Eurométropole de Metz. Ainsi, les publicités et préenseignes lumineuses doivent être éteintes entre 21 heures et 7 heures (contre 1h-6h dans la réglementation nationale), y compris celles apposées sur le mobilier urbain. Toutefois, le RLPi tient compte des récentes évolutions législatives et réglementaires, et notamment du décret du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives aux règles d'extinction des publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses qui dispose que cette plage d'extinction nocturne ne s'applique pas aux publicités « supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services ».

La plage d'extinction nocturne telle que définie, permet de répondre à des objectifs de réduction de la pollution lumineuse pour protéger le cadre de vie des habitants tout en préservant la faune et la flore ; notamment en lien avec la démarche de trame noire mise en place par la Métropole. Cette disposition répond également à des enjeux de réduction de la consommation d'énergie en cohérence avec les objectifs du Plan Climat Air Energie Territorial (PCAET) de l'Eurométropole de Metz. Elle permet, enfin, de se coordonner à certaines communes ayant instauré l'extinction de l'éclairage public à partir d'une certaine heure pour des raisons d'économies d'énergies et de protection de la biodiversité nocturne.

2.2.2. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°1 (ZP1) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité absolue

Cette zone est associée à des prescriptions particulièrement strictes vis-à-vis de la publicité et des préenseignes compte tenu des protections patrimoniales existant dans les secteurs qui la composent (sites classés, PNR) ou du choix de protéger fortement des espaces urbains en raison de leur grande qualité paysagère, architecturale ou historique (places, parcs, ...).

Ainsi, toute forme de publicité est interdite dans cette zone, y compris sur le mobilier urbain.

Seule, la publicité sur palissade de chantier est autorisée dans certains lieux (les agglomérations de Vaux et Gravelotte ainsi que les grands espaces verts urbains) conformément aux dispositions de la réglementation nationale. Celle-ci précise que les publicités sur palissade de chantier ne peuvent être interdites, sauf lorsqu'elles sont implantées dans les sites patrimoniaux remarquables ou des périmètres délimités des abords de monuments historiques.

2.2.3. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°2 (ZP2) : secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative

Cette zone de publicité couvre les espaces agglomérés des secteurs de protections patrimoniales tels que listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement. La vocation de cette zone est donc de trouver un équilibre entre la richesse patrimoniale et paysagère des espaces qui la composent et la diffusion d'informations et de messages publicitaires, en autorisant certaines formes de publicité.

Aussi, l'Eurométropole a fait le choix de déroger à l'interdiction relative de publicité pour autoriser dans cette zone ZP2, la publicité apposée sur mobilier urbain. Cela concerne notamment la publicité sur les abris-bus, les mâts porte-affiche, les colonnes porte-affiche (colonne Morris), la publicité sur kiosque à journaux ou encore la publicité sur mobilier urbain destiné en premier lieu à l'information locale ou générale ; le mobilier en question étant communément appelé « sucette » (ou MUPI) lorsqu'il est de petit format. La ville de Metz en particulier, possède déjà un certain nombre de publicités sur mobilier urbain de différents types (sucette, abris-bus, colonne porte-affiche) dans son SPR ; celles-ci ayant été autorisées par le règlement local de publicité messin. D'autres communes de la métropole à l'instar

de Montigny-lès-Metz et Woippy possèdent également du mobilier urbain dans ces secteurs.

Cette dérogation vise notamment à maintenir le service rendu au public en matière d'information locale (plan de ville, informations locales ou générales, évènementiel) et de transports en commun en favorisant l'installation et l'entretien d'abribus. En effet, dans les secteurs concernés (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable (SPR), sites inscrits, etc.) l'objectif est de ne pas réduire l'accès à la communication et l'information de la population même en secteurs protégés.

La jurisprudence a d'ailleurs confirmé le caractère particulier de ce mobilier en précisant que « le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés ».

Afin de limiter leur impact sur le cadre de vie, en adéquation avec les enjeux paysagers et patrimoniaux de cette zone, les mobiliers urbains destinés à l'information locale ou générale mentionnés à l'article R.581-47 du code de l'environnement, lorsqu'ils supportent de la publicité à titre accessoire, ne peuvent excéder 3m de haut par rapport au sol et 2m² de surface d'affichage. Ce format est actuellement le plus répandu et caractérise les dispositifs de type « sucette » déjà présents en ZP2. Enfin ces supports ne pourront pas être numériques, par respect pour la qualité des lieux dans lesquels ils s'insèrent. Les autres formes de publicité sur mobilier urbain (abribus, colonnes porte-affiches, etc.) restent autorisées selon les dispositions de la réglementation nationale.

L'affichage d'opinion reste évidemment autorisé dans les secteurs d'interdiction relative conformément aux dispositions de la réglementation nationale.

Par ailleurs, la publicité sur palissade de chantier demeure autorisée, comme en ZP1 et conformément aux dispositions du code de l'environnement ; celle-ci est limitée à un format de 2 m².

Tout autre forme de publicité que celles mentionnées ci-dessus est donc interdite dans cette zone.

Ces choix tiennent compte du cadre légal imposé par le code de l'environnement et permettent un équilibre entre la protection du patrimoine et des paysages et les enjeux économiques et de communication sur le territoire métropolitain.

2.2.4. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°3 (ZP3) : Secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité

Cette zone regroupe des secteurs assez étendus, aussi bien de communes situées dans de l'unité urbaine qu'en dehors de l'unité urbaine. Cette zone a donc pour vocation de proposer un traitement cohérent et strict de la publicité au sein de ces espaces à dominante résidentielle qui accueillent également des équipements et des commerces de proximité. En effet, il ici s'agit de préserver le cadre de vie des habitants en traitant la publicité de la manière la plus harmonieuse possible sur le territoire, au sein de communes soumises à des règles nationales différentes.

La réglementation locale proposée pour cette zone tient alors compte de la disparité des communes, en s'appuyant sur la réglementation nationale et en particulier sur les dispositions applicables aux petites communes les plus éloignées du noyau urbain qui n'admettent que certaines formes de publicité. En ce sens, les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol y sont interdites. La publicité murale est autorisée mais limitée à une surface de 4,7 m² et une hauteur par rapport au sol de 6 mètres. En outre le règlement n'autorise qu'une publicité par support mural, ce qui limite la densité et l'impact visuel, et évite les doublons qui bien souvent comportent la même annonce. Ces dispositions permettent de répondre aux enjeux de préservation du cadre de vie des habitants tout en offrant des possibilités d'implantation et en admettant certains dispositifs avec un format réduit, tenant compte de l'aspect résidentiel de cette zone.

La publicité apposée sur mobilier urbain est encadrée par les mêmes dispositions que celles applicables en ZP2.

Lorsqu'elle est autorisée par la réglementation nationale, la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain d'information locale ou générale est limitée à une surface de 2 m² afin d'assurer une intégration paysagère harmonieuse en tenant compte des enjeux de préservation du cadre de vie. Les autres formes de publicité sur mobilier urbain tels que les abris-bus ou encore les mâts porte-affiches sont admis dans le respect de la réglementation nationale.

Par ailleurs, la publicité sur palissade de chantier reste autorisée, comme dans les zones précédentes, conformément aux dispositions du code de l'environnement ; celle-ci étant néanmoins limitée à un format de 2 m².

Tout autre forme de publicité que celles mentionnées ci-dessus est donc interdite dans cette zone.

Par ailleurs, La publicité numérique interdite par la réglementation nationale dans les communes hors de l'unité urbaine est également proscrite en ZP3. Cette interdiction du numérique s'applique de la même manière à la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain. Cela permet de ne pas porter atteinte au cadre de vie et à la tranquillité des habitants de ces secteurs à dominante résidentielle, en les préservant des nuisances lumineuses générées par ces dispositifs.

2.2.5. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°4 (ZP4) : axes structurants

Pour rappel, cette ZP4 couvre les axes structurants situés au sein du tissu urbain de la métropole et compte 2 sous-secteurs :

- la ZP4-A qui couvre les pénétrantes urbaines traversant le cœur métropolitain et menant à l'hypercentre messin. Ce sous-secteur concerne essentiellement la ville de Metz et quelques communes limitrophes où lesdits axes structurants se prolongent.
- la ZP4-B qui concerne les axes structurants existants dans certaines communes de l'unité urbaine de Metz.

Les axes structurants identifiés sont des espaces d'expression important, et l'affichage publicitaire y est particulièrement présent. Aussi, les prescriptions règlementaires mises en place dans cette zone ont pour vocation de contenir le développement de la publicité aux abords immédiats des axes routiers, tout en tenant compte des besoins des acteurs économiques locaux ou nationaux. C'est donc une réglementation locale médiane qui est proposée, ouvrant davantage d'opportunités à la mise en place de panneaux de dimensions un peu plus importantes que dans les trois premières zones, sans admettre des dispositifs présentant un impact trop fort dans le paysage urbain à l'image de la publicité numérique (seulement admise au sein des zones d'activités majeures couvertes par le zonage ZP5-A).

Au sein de la ZP4, la publicité sur mobilier urbain est admise sous toutes ses formes (abribus, colonnes porte-affiches, MUPi, etc.). A cela, s'ajoute le mobilier urbain de 8m² scellé au sol ou installé directement sur le sol. En effet, il est question ici de permettre aux communes de pouvoir communiquer de manière visible et lisible dans des secteurs majoritairement fréquentés par les automobilistes ; les dispositifs de petits formats tels que les MUPI étant plus adaptés en secteurs plutôt piétonniers.

Par ailleurs, la publicité apposée sur mur est admise et limitée 10,5 m² et 6 mètres de hauteur, également pour des raisons de visibilité en fonction de la fréquentation de ces axes.

En ZP4-A, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, est autorisée avec une surface de 10,5 m² et une hauteur au sol de 6 mètres. Toutefois, celle-ci est interdite en ZP4-B afin de limiter son impact dans des communes présentant des paysages principalement périurbains.

Afin de limiter l'accumulation de dispositifs dans cette zone, l'Eurométropole a renforcé la règle de densité applicable dans les deux sous-zones de la manière suivante :

- En ZP4-A : cette règle impose, sur une même unité foncière, la possibilité d'installer un seul dispositif publicitaire c'est-à-dire, soit une publicité apposée sur mur, soit une publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol. Toutefois, pour les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur à 20 mètres, les publicités scellées

au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas admises.

- En ZP4-B : la publicité apposée sur mur étant le seul type de publicité admis, un seul dispositif est autorisé par mur aveugle de bâtiment de manière à faire face aux problématiques paysagères constatées (panneaux en doublons sur un même mur, accumulations de support, successions de supports proches etc.).

Par ailleurs, la publicité sur palissade de chantier reste, comme dans les zones précédentes, autorisée conformément aux dispositions du code de l'environnement ; et celle-ci est limitée à un format de 2 m².

Tout autre forme de publicité que celles mentionnées ci-dessus est donc interdite dans cette zone.

La publicité numérique est interdite en ZP4 afin de préserver, comme dans les trois précédentes zones, le cadre de vie des riverains. Bien que dédiée aux axes routiers structurants, cette zone accueille également un nombre important d'habitations. La règle permet ainsi d'assurer une égalité de traitement des habitants des autres zones face aux nuisances lumineuses générées par les dispositifs numériques.

2.2.6. Les dispositions particulières applicables à la zone de publicité n°5 (ZP5) : secteurs d'activités économiques

Les zones d'activités de la ZP5 sont divisées en 3 catégories correspondant à 3 sous-secteurs de la ZP5 :

- la ZP5-A couvre les zones d'activités majeures, les plus éloignées des secteurs d'habitation ;
- la ZP5-B correspond aux zones d'activités et aux centres commerciaux situés de manière diffuse dans le tissu urbain ;
- la ZP5-C s'étend sur les zones d'activités économiques d'intérêt métropolitain situées dans des communes hors de l'unité urbaine de Metz.

Ces espaces, sujets à une forte pression publicitaire, accueillent de nombreux dispositifs de grand format, la plupart étant installés directement sur le sol ou scellés au sol. Leur densité, malgré la dimension importante des panneaux, rend difficile d'accessibilité les messages qu'ils diffusent et compromettent certaines vues paysagères, notamment lointaines. Afin de remédier à cet impact négatif sur le paysage et sur l'image des espaces concernés, les prescriptions applicables en ZP5 s'efforcent de limiter les publicités en nombre et en format tout en favorisant leur intégration dans leur environnement, en lien avec les enseignes. Les sous-secteurs proposés et les règles qui s'y rapportent, tiennent également compte des dispositions nationales qui peuvent différer d'une commune à l'autre, en fonction de sa situation géographique et de son appartenance ou non à l'unité urbaine de Metz. Le RLPi recherche une adaptation des règles des différentes sous-zones avec leur environnement proche tout en conservant des possibilités d'affichage pour les acteurs économiques. Le second objectif global ici, est d'offrir des espaces d'expression suffisants en portant une attention particulière à l'insertion paysagère des publicités, surtout aux abords des espaces d'habitat des sous-secteurs B et C.

En ZP5-A (secteurs d'activités majeurs), les publicités scellées au sol et murales sont autorisées avec une surface maximale de 10,5 m² et une hauteur au sol de 6 mètres. La règle de densité est identique, pour des raisons similaires, à celle applicable en ZP4-A. Cette règle de densité permet de limiter l'accumulation de dispositifs sur une même parcelle, tout particulièrement au sein des grandes unités foncières. La réduction du nombre de publicités scellées au sol dont l'impact paysager est plus prégnant que celui des affiches murales, a un effet bénéfique significatif sur le cadre de vie. Dans cette même zone, la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans le même format qu'en ZP4, c'est-à-dire avec une surface d'affiche maximale de 8 m². Comme pour la ZP4, ces dispositifs offrent aux collectivités l'opportunité de réaliser une communication institutionnelle et locale auprès des habitants. Le format choisi permet une visibilité équivalente aux autres supports installés dans la ZP5-A. Compte-tenu de la nature différente des enjeux de protection au sein d'espaces dont la fonction essentielle est d'accueillir de vastes locaux de vente, de stockage ou d'artisanat dans des bâtiments standards et répétitifs, et en raison de l'éloignement des habitations, la réglementation dans cette zone est relativement plus souple. Aussi, dans ces lieux, le RLPi offre une place à la publicité numérique en y autorisant des dispositifs d'un format maximal de 4 m² et d'une hauteur au sol n'excédant pas 4 m. Le cadre réglementaire ainsi défini, traduit la volonté politique de ne pas encourager les dispositifs sources de pollution

lumineuse diffuse dont l'impact va au-delà de l'environnement proche, et répond dans le même temps à la contrainte légale de ne pas créer d'interdiction générale et absolue à l'échelle métropolitaine. La publicité numérique est donc admise dans un espace où les enjeux et l'impact qu'elle présente sont moins importants. La publicité apposée sur une bâche est limitée à 2 m² du fait de son impact sur la qualité du paysage.

Par ailleurs, la publicité sur palissade de chantier est également autorisée conformément aux dispositions du code de l'environnement ; et celle-ci est limitée à un format de 2 m².

En ZP5-B (secteurs d'activités diffus dans le tissu urbain), ce sont les mêmes règles qu'en zone ZP4-B qui s'appliquent. En effet, la nature du tissu urbain, plutôt dense et la proximité d'habitations nécessite le même degré de vigilance sur la nécessité de préserver le cadre de vie des riverains. A cette fin, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, y est interdite ; la publicité numérique également. La publicité murale sera, elle, autorisée avec une surface maximum de 10,5 m² (support compris), et la publicité sur mobilier urbain sera limitée à une surface d'affiche maximale de 8 m². La publicité apposée sur une bâche est limitée à 2 m² du fait de son impact qualitatif sur le paysage, dans les conditions prévues à l'article R581-53 du code de l'environnement.

Par ailleurs, la publicité sur palissade de chantier reste, comme dans les zones précédentes, autorisée conformément aux dispositions du code de l'environnement ; celle-ci est limitée à un format de 2 m².

En ZP5-C (secteurs d'activités de communes situées hors de l'unité urbaine), ce sont là les mêmes règles que celles de la zone ZP3 qui s'appliquent. Elles s'appuient sur la réglementation nationale spécifique aux communes situées hors de l'unité urbaine de Metz. Le RLPi ne pouvant pas être plus permissif que les dispositions issues du code de l'environnement, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ainsi que la publicité numérique sont en conséquence interdites. La publicité murale quant à elle, est autorisée avec une surface limitée à 4,7 m² conformément audit code. Toutefois, une seule publicité murale est autorisée par unité foncière ; ceci afin d'apporter une réponse globale à la réduction de l'impact publicitaire sur l'ensemble du territoire métropolitain quels que soient les secteurs. Lorsqu'elle est autorisée par la loi (dans les communes de plus de 10 000 habitants), la publicité sur mobilier urbain est limitée à une surface de 2 m². La publicité apposée sur une bâche est interdite conformément aux dispositions de l'article R581-53 du code de l'environnement.

Par ailleurs, la publicité sur palissade de chantier reste, comme dans les zones précédentes, autorisée conformément aux dispositions du code de l'environnement ; celle-ci est limitée à un format de 2 m².

Tout autre forme de publicité que celles mentionnées ci-dessus est donc interdite dans cette zone.

2.3. Les choix de protection, de sauvegarde et de mise en valeur en matière d'enseignes

2.3.1. Les dispositions générales en matière d'enseignes

Les enseignes, sur l'ensemble du territoire métropolitain, sont interdites sur les auvents, marquises, garde-corps de balcon ou balconnets afin de préserver ces éléments architecturaux animant les façades, et de privilégier une implantation des enseignes directement sur le mur de la façade. Elles sont également interdites sur les arbres et sur les toitures ou terrasses en tenant lieu du fait du fort impact de ce type d'enseignes dans le paysage.

Plusieurs règles sont mises en place afin que l'enseigne tienne compte de la composition de la façade et du bâti proche, pour s'intégrer de façon harmonieuse au cadre architectural et paysager environnant :

- L'enseigne doit ainsi respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade. Elle doit tenir compte de l'emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades et plus largement de l'ensemble des éléments de modénature et des motifs décoratifs participant à l'animation et à l'affirmation du caractère architectural de la façade.
- L'enseigne ne doit pas porter atteinte à l'ambiance paysagère environnante, ni altérer les perspectives proches ou lointaines.

- L'enseigne doit prendre en considération les enseignes existantes du bâtiment considéré.
- Aucune enseigne ne peut obstruer, même en partie, une fenêtre, une vitrine ou une baie.

Par ailleurs, le réemploi d'un ancien support existant incohérent avec la devanture est interdit ; et il devra donc être retiré. Cela permet la suppression de dispositifs anciens et parfois peu esthétiques afin de privilégier l'installation de nouvelles enseignes plus adaptées au contexte.

Concernant la luminosité des enseignes, les boîtiers lumineux monoblocs sont interdits en raison de leur impact visuel. Cette interdiction permet de privilégier des enseignes lumineuses en lettres découpées éclairées par transparence (lettres boîtiers) ou par rétroéclairage. Ces types d'éclairage sont moins agressifs vis-à-vis de l'environnement en raison d'une source lumineuse moins importante, et sont également plus esthétiques. Les enseignes clignotantes quant à elles, sont interdites pour l'ensemble des activités. Le RLPi vient donc supprimer l'exception permettant aux services d'urgences de pouvoir bénéficier d'enseignes clignotantes à l'image des croix de pharmacie qui ne pourront plus être clignotantes. Afin de préserver le cadre de vie et la tranquillité des riverains qui vivent dans ces lieux, cette mesure vise à réduire le fort impact visuel de ces dispositifs, parfois repérables depuis des vues lointaines, et limiter la gêne occasionnée par ces dispositifs lorsqu'ils sont installés à proximité, en face ou dans le champ de vision direct de logements.

Une plage d'extinction nocturne élargie est mise en place par l'Eurométropole de Metz. Ainsi, Celle-ci impose aux enseignes lumineuses d'être éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'activité et d'être allumées seulement à l'ouverture de l'activité (contre 1h - 6h dans la réglementation nationale, sauf pour les activités en exercice durant cette plage horaire). Cette nouvelle plage d'extinction permet de répondre à des objectifs de lutte contre la pollution lumineuse et de réduction de la consommation d'énergie dans un contexte de transition écologique et de crise énergétique. Par ailleurs, préserver la précieuse vie nocturne de la faune et de la flore, contribue également au bien-être des habitants en les préservant des nuisances liées aux dispositifs lumineux. Ces démarches s'articulent avec d'autres politiques mises en place par la Métropole dans le cadre de la trame noire par exemple ou de son Plan Climat Air Energie Territorial (PCAET). Au-delà de toutes ces préoccupations majeures, force est de constater le faible intérêt de maintenir les enseignes lumineuses des activités en dehors des horaires d'ouverture.

2.3.2. Les dispositions particulières applicables à la zone d'enseigne n°1 (ZE1) : secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel

Cette zone concentre les espaces patrimoniaux les plus emblématiques du territoire. Elle a donc vocation à proposer des règles d'intégration et d'esthétique poussées afin que les enseignes puissent concourir à la mise en valeur du patrimoine bâti, et à minima le préserver.

En complément des enseignes sur toiture déjà interdites à l'échelle de l'Eurométropole, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de 1 m² et les enseignes sur clôture sont également interdites en ZE1. Au-delà de leur difficile insertion dans un tissu urbain dense et très qualitatif, elles n'apparaissent pas adaptées et indispensables à ces secteurs patrimoniaux. Au contraire, les enseignes sur façade dans les conditions définies au sein du règlement, répondent parfaitement aux enjeux liés au patrimoine bâti et naturel de la ZE1, sans remettre en cause la bonne visibilité des activités.

Parmi les dispositifs autorisés sur les bâtiments, les enseignes parallèles au mur sont soumises à plusieurs restrictions réglementaires. En effet, elles ne doivent pas dépasser les limites du plancher du 1er étage dans le cas où l'activité s'exerce en rez-de-chaussée. Cette restriction permet de réserver la pose des enseignes à la façade commerciale de l'activité, et non pas à l'ensemble de la façade du bâtiment. Elle permet d'harmoniser leur implantation et de faire face à leur multiplication. Dans cette même optique, lorsqu'un établissement s'exerce uniquement à l'étage, les enseignes parallèles au mur ne sont autorisées que sur le lambrequin ou store-banne. Ces règles répondent à des enjeux de préservation du bâti et du cadre architectural, et facilitent également la lecture des informations affichées. Ces enseignes parallèles au mur doivent en outre être réalisées en lettres ou signes découpés afin de renforcer encore

leur intégration architecturale et alléger les supports présents sur l'immeuble. Les panneaux de fond sont donc interdits car moins esthétiques, ils sont moins adaptés au cadre patrimonial des secteurs protégés. Toutefois, lorsque l'enseigne parallèle mesure moins d'1 m², les lettres ou signes découpées peuvent être inscrits sur un panneau de fond transparent. Cela permet aux établissements d'inscrire des informations complémentaires, comme les horaires d'ouverture. La saillie de l'enseigne parallèle au mur est également réduite par rapport à la règle nationale, elle ne doit effectivement pas dépasser 15 cm (contre 25 cm au titre du code de l'environnement). Cette mesure contribue à diminuer l'impact visuel de l'enseigne et à se prémunir d'un surplomb parfois gênant sur le domaine public. Aux mêmes fins de favoriser l'insertion des dispositifs dans les secteurs à forte valeur ajoutée patrimoniale, la hauteur de l'enseigne parallèle est également limitée, elle ne peut excéder 30 cm. Cette limitation est adaptée aux volumes des façades commerciales et aux types de commerces existants en ZE1 qui sont, pour la plupart, assez peu étendus. Toutefois, afin de prendre en compte les plus grandes façades, et en particulier celles qui mesurent plus de 200 m², la hauteur de l'enseigne parallèle au mur peut être portée à un mètre ; elle sera ainsi mieux proportionnée à la façade.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre, à une enseigne par voie bordant l'activité. Un établissement situé en angle de rue peut donc bénéficier de 2 dispositifs ; ceux-ci ne pouvant pas être apposés le long de la même voie. Au même titre que les enseignes parallèles au mur, les enseignes perpendiculaires doivent être apposées au rez-de-chaussée, sans pouvoir dépasser du niveau du plancher du 1er étage, même si l'activité s'exerce uniquement à l'étage. Ces deux règles permettent de répondre à la logique visant à limiter la multiplication des enseignes sur une même façade et uniformiser leur implantation en leur imposant de s'installer uniquement en partie basse de l'immeuble accueillant l'activité. La saillie de l'enseigne perpendiculaire au mur est limitée à 80 cm et à sa hauteur de 60 cm, de manière à favoriser les petits dispositifs dans les secteurs patrimoniaux notamment de centre-ville, caractérisés entre autres par des rues étroites et majoritairement fréquentées par des piétons. La règle encourage également la mutualisation des dispositifs. Ainsi, la hauteur de l'enseigne perpendiculaire peut être portée à 1,2 m afin de garantir la bonne signalisation de plusieurs activités sur un même support.

Les enseignes scellées ou installées directement sur le sol d'un format inférieur ou égal à 1 m² sont limitées en nombre, à un dispositif par voie bordant l'activité pour contenir l'impact paysager et l'encombrement des trottoirs générés par une multiplication de ces dispositifs, souvent installés sur le domaine public. En outre, la hauteur de ces enseignes est limitée à 1,5 m afin qu'elles ne soient pas visibles depuis des vues lointaines. Ces limitations ne remettent pas en cause l'installation de petits dispositifs à l'image des chevalets ou des porte-menus qui sont très représentés dans les secteurs concernés, et permettent de prendre en compte des besoins de visibilité et de communication des activités commerciales.

Pour toutes les raisons évoquées précédemment, les enseignes numériques sont interdites en ZE1 car elles ne sont pas de nature à se fondre, ni même à s'adapter au cadre architectural des secteurs patrimoniaux composés principalement de bâtis anciens. Seuls les services d'urgence et les stations de distribution de carburant peuvent en installer.

Les mêmes problématiques existent dans les secteurs naturels, au sein desquels l'impact des enseignes numériques nuirait à la faune et à la flore, ainsi qu'à la perception des éléments naturels comme un ciel étoilé ou l'ambiance colorée des lieux. D'une manière plus générale, l'interdiction du numérique dans ces lieux, permet d'en préserver l'authenticité et la tranquillité et d'offrir aux habitants des espaces apaisés et apaisants.

2.3.3. Les dispositions particulières applicables à la zone d'enseigne n°2 (ZE2) : secteurs urbains mixtes

Cette zone s'étend sur une grande partie du territoire métropolitain. Elle couvre des espaces variés ne bénéficiant d'aucune protection patrimoniale spécifique au titre du code de l'environnement, mais qui méritent néanmoins d'être préservés à l'image des zones résidentielles, où l'on recense également des équipements et des commerces de proximité. Les prescriptions applicables dans cette zone doivent donc veiller à concilier la bonne visibilité des acteurs économique locaux et les différents lieux de vie des habitants de l'agglomération messine.

Au sein de la ZE2, seuls les dispositifs mentionnés dans les dispositions générales sont interdits. En effet, dans ces espaces de la vie quotidienne, ce type d'enseigne présentant un fort impact paysager y compris dans des perspectives

lointaines, ne peut trouver sa place. Les commerces, dans ce contexte, ont la possibilité de choisir d'autres formes d'enseignes pour se signaler, et en particulier les enseignes sur façade qui sont tout à fait adaptées aux bâtiments présents dans cette zone.

En revanche, même si les règles en matière d'enseignes en façade sont moins strictes que dans les secteurs patrimoniaux, les enseignes parallèles au mur doivent tout de même respecter un certain nombre de règles pour garantir des enseignes de qualité et en harmonie avec le bâti. Ainsi, elles doivent, comme en zone ZE1, respecter une implantation dans les limites du plancher du premier étage dès lors que l'activité est exercée exclusivement en rez-de-chaussée. En étage, la règle est plus souple puisque l'activité peut installer son enseigne au-dessus d'une baie existante, sans pouvoir toutefois en dépasser les limites latérales. Ces règles permettent de respecter l'architecture du bâti, et de s'adapter à chaque caractéristique et typologie de commerce. La hauteur des enseignes est limitée à un mètre, mais peut être portée à deux mètres lorsque la surface de la façade de l'activité est d'au moins 200 m². Ces règles d'implantation et de hauteur, tiennent compte des besoins des commerces de conserver une bonne visibilité depuis l'espace public tout en s'efforçant de ne pas porter atteinte à l'environnement proche.

De manière similaire à la ZE1, les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées à une seule par voie bordant l'activité, et leur saillie ne peut excéder 0,80m, et 1 m de hauteur. Ces règles permettent de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis, en particulier dans le tissu mixte des secteurs couverts par la ZE2. Ces règles vont également favoriser une meilleure intégration des enseignes perpendiculaires en limitant leur impact sur l'espace public.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'un format inférieure ou égal à 1 m², sont autorisées mais leur utilisation est encadrée afin d'éviter la surenchère de supports. Aujourd'hui, ce type d'enseigne ne fait l'objet d'aucune règle nationale. Dans le RLPi, ces supports sont limités en nombre (un seul par voie bordant l'activité) et en hauteur (1,5 mètre au-dessus du sol). Cette règle a pour effet de dédensifier les enseignes signalant une seule activité et d'éviter la redondance de messages. En plus de limiter l'impact sur le cadre de vie des secteurs mixtes de la ZE2, ces règles permettent également de favoriser une meilleure intégration de ces supports dans l'espace urbain.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'un format supérieur à 1 m² sont strictement encadrées ; elles ne peuvent en effet excéder 4 m² de surface, et 4 m de hauteur au sol. Elles sont également limitées en nombre (une enseigne par voie bordant l'activité). Le format réduit de ces enseignes permet, dans ces secteurs hétérogènes où la réglementation nationale fixe les formats maximaux entre 6 m² et 12 m², de limiter sensiblement leur impact sur le cadre de vie tout en restant visibles et pratiques pour les activités possédant de grandes unités foncières souvent constituées de parkings. Le non-cumul des enseignes entre elles permet également de favoriser la sobriété du message pour gagner en lisibilité. Le cadre de vie sur ces espaces mixtes s'en trouve ainsi plus apaisé. La mutualisation des enseignes est encouragée dans le cas où deux activités ou plus s'exercent sur la même unité foncière. Ainsi, le format des enseignes au sol de plus d'1 m² est limité 6 m² maximum et 4 mètres de hauteur au sol. Par ailleurs, l'installation d'une enseigne scellée ou installée sur le sol de plus d'1 m², exclut toute enseigne sur clôture, le cumul étant proscrit.

La réglementation nationale ne prévoit pas de dispositions applicables aux enseignes sur clôture. Seule la réglementation locale au travers du RLPi, permet d'encadrer leur nombre (une seule par voie bordant l'activité). Elles ne sont admises en ZP3 qu'en cas d'impossibilité d'installer une enseigne sur la façade du bâtiment où l'activité s'exerce. Leur surface est limitée 2 m² maximum. Leur cumul avec une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol n'est pas possible.

Par ailleurs, le RLPi impose le regroupement des enseignes sur un même support dès lors que plus de 2 activités s'exercent sur la même unité foncière.

Ces différents dispositifs permettent aux commerçants et artisans de choisir le type d'enseigne le plus adapté à leurs besoins. Dans le même temps, les restrictions qui y sont liées préservent les espaces dans lesquels ils s'insèrent. Le risque d'atteinte à la qualité des lieux n'est pas négligeable dans la mesure où ces enseignes sont régulièrement réalisées en matériaux sommaires et peu durables ; ce qui impacte d'autant plus le cadre de vie et en particulier l'ensemble architectural constitué notamment par un bâtiment, sa clôture et son parking. La règle de non-cumul permet en outre de dégager de la visibilité en offrant plusieurs alternatives possibles aux activités en fonction de leurs contraintes et de leur positionnement dans l'espace public, tout en contenant la diversité des dispositifs mis en place.

Les enseignes numériques sont autorisées en ZE2 uniquement pour signaler les services d'urgence ou présenter les

tarifs des carburants par le biais des totems des stations de distribution d'essence. Il y a lieu, pour ces activités, de maintenir ces quelques possibilités d'utilisation des supports numériques. Néanmoins, encadré de manière drastique par le RLPi, ce type d'enseigne sera très peu présent sur le territoire métropolitain et notamment dans les secteurs mixtes ; limitant ainsi grandement son impact sur le paysage. Et cela en cohérence avec les règles proposées pour les publicités et préenseignes.

2.3.4. Les dispositions particulières applicables à la zone d'enseigne n°3 (ZE3) : secteurs d'activités économiques

Cette zone concentre les zones d'activités d'envergure du territoire situées, la plupart du temps, en dehors du tissu urbain d'habitat ou mixte. L'aménagement, les caractéristiques des bâtiments, leur localisation (en entrée de ville vers le cœur messin), la densité d'activités, d'entreprises et de commerces composant ces zones en font des secteurs sujets à une forte pression des enseignes. Le RLPi vise donc ici à limiter leur impact, à dédensifier ces secteurs pour assurer une meilleure lisibilité et visibilité des messages transmis, tout en garantissant un cadre de vie plus apaisé.

Comme en ZE2, seuls les dispositifs mentionnés dans les dispositions générales sont interdits. En effet, les bâtiments qui présentent une hauteur assez importante, dans ces secteurs, permettent de facilement installer des enseignes en façade pour préserver au maximum les perspectives paysagères sans remettre en cause la bonne visibilité suffisante de l'activité.

Ainsi, pour garantir la bonne intégration des supports en façade, le RLPi limite la hauteur des enseignes parallèles au mur à 1 m. Toutefois, lorsque cette enseigne est apposée sur une façade dont la surface est supérieure à 200 m², la hauteur de ladite enseigne est limitée 2 mètres. Il s'agit ici de faire passer un message fort sur la réglementation locale qui vise à proposer une réglementation exigeante également à l'égard de ces secteurs d'activités. Leur saillie ne doit pas excéder 25 cm conformément aux dispositions de la réglementation nationale.

Même si les enseignes perpendiculaires sont moins présentes en ZE3, qu'en centre-ville ou en secteurs mixtes, le RLPi propose des règles restrictives pour l'amélioration de la perception de ces espaces d'activités. Aussi, les enseignes perpendiculaires au mur y sont également limitées en nombre (1 par voie bordant l'activité), en épaisseur (saillie de 0,80 m maximum) et également en hauteur (1 m maximum) comme en ZE2. Constitutifs à certains endroits de l'entrée sur l'agglomération messine, ces secteurs nécessitent un traitement spécifique afin de transmettre une bonne image du territoire et mettre un terme à l'accumulation de dispositifs disparates dans ces lieux souvent jugés stratégiques par les acteurs économiques.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'un format inférieur ou égal à 1 m², sont, elles aussi, moins représentées en ZE3, bien moins que leurs homonymes de plus d'1m². Elles font néanmoins l'objet d'une réglementation spécifique. Elles sont autorisées dans la limite d'un support par voie bordant l'activité et d'une hauteur maximale de 1,50 m par rapport au sol. Ces restrictions répondent à un souci constant de cohérence entre les différentes zones ; l'objectif étant là aussi de limiter leur utilisation pour éviter de nuire à la bonne lisibilité de l'information due à la surenchère de dispositifs dans ces zones d'activités.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'un format supérieur à 1 m² sont limitées à un format de 6 m² et une hauteur de 6 m par rapport au sol. Cette réglementation permet de mettre en cohérence la réglementation applicable à ces enseignes à l'échelle de toute l'intercommunalité et d'harmoniser les hauteurs au sol entre enseignes et publicités ou préenseignes de même type. Une seule enseigne est autorisée par voie bordant l'activité. Par ailleurs, si plusieurs activités s'exercent sur la même unité foncière, les enseignes pourront être regroupées sur le même support ; l'objectif étant toujours de dédensifier ces espaces souvent saturés d'enseignes. Ainsi, le format autorisé passe à 8 m² maximum et 6 mètres de hauteur.

La présence de formats plus importants au sein de cette zone, s'explique également par les caractéristiques de la ZE3. Il s'agit souvent d'espaces excentrés des centres urbains ou les déplacements se font principalement en voiture, avec des bâtiments en retrait des voies nécessitant une visibilité accrue des activités signalées. Enfin, ces supports sont tout de même atténués par le principe de regroupement des enseignes.

Les enseignes sur clôture, outre la règle de non-cumul (voir le paragraphe enseigne supérieure à 1 m² scellée au sol ou installée directement sur le sol), sont limitées en nombre (une seule par voie bordant l'activité) et en surface (4 m²). Comme en ZE2, une règle de regroupement des enseignes sur un même support s'applique si plus de 3 activités s'exercent sur la même unité foncière. Cette disposition permet, en fonction des caractéristiques et des besoins de l'activité, de disposer de divers moyens pour se signaler, notamment lorsqu'il s'agit d'un bâtiment situé en retrait de la voirie. Ces règles permettent également d'agir directement sur l'impact de ces supports dans leur environnement en limitant leur nombre et leur format. Par ailleurs, la règle de regroupement contribue également à la réduction des impacts de ces enseignes.

Compte tenu des besoins en termes de visibilité et d'information des activités dans ces secteurs, les enseignes numériques sont autorisées mais dans un format de 4 m² maximum seulement. Leur hauteur au sol est limitée à 4 m si l'enseigne numérique est scellée au sol ou installée directement sur le sol. Cette limitation de format couplée à la plage d'extinction nocturne proposée par l'Eurométropole, permettra de limiter sensiblement l'impact de ces supports au sein des espaces d'activités de la ZE3 et des paysages environnants.

2.4. Les dispositions applicables aux supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines

Depuis la loi « Climat et Résilience » du 22 août 2021, les RLPi peuvent mettre en place des prescriptions spécifiques aux supports lumineux situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial. Ces règles portent sur les horaires d'extinction, la surface des supports, leur consommation énergétique et la prévention des nuisances lumineuses. Cette démarche nouvelle permet de contenir le développement des écrans numériques apposés à l'intérieur des vitrines, en pleine expansion sur le territoire national, destinés à être vus par une cible massive et constamment en mouvement (piétons, cyclistes, automobilistes). Ces écrans numériques ont un impact important sur le cadre environnant en raison de la lumière générée à forte teneur en couleur bleue, accentuée par des images animées et des vidéos.

Dans cette optique le RLPi de l'Eurométropole de Metz actionne trois leviers :

- La limitation en nombre : les supports numériques installés à l'intérieur des vitrines seront limités à 2 dispositifs par activité. Cette mesure vise à contenir la prolifération de ce type de dispositifs et des conséquences qui y sont liées.
- La surface maximale : les supports numériques installés à l'intérieur des vitrines ne pourront pas excéder 1m² de surface cumulée par activité. Cette mesure combinée avec la limitation en nombre, permet de contenir le développement de ces supports dont les dimensions et la luminance sont très prégnantes dans le paysage urbain nocturne.
- La même plage d'extinction nocturne que les autres enseignes lumineuses, à savoir une extinction une heure après la fermeture de l'activité et un allumage à l'ouverture de l'activité. Cette harmonisation se justifie par le besoin de diminuer la consommation énergétique de l'ensemble des dispositifs lumineux, d'en limiter la pollution lumineuse, et ainsi d'améliorer la qualité du cadre de vie et de l'environnement, grâce à des ambiances nocturnes paisibles.

Ces dispositions visent également à éviter les phénomènes d'occultation des devantures par une surenchère de dispositifs lumineux. Elles s'inscrivent pleinement dans les objectifs de sobriété énergétique et de qualité du cadre de vie notamment en favorisant la préservation et la restauration d'ambiances diurnes et nocturnes apaisées.

2.5. Des orientations au règlement

Le tableau de synthèse ci-dessous récapitule les différents liens entre :

- les orientations ;
- les zones ;
- et les règles locales définies par le RLPi de l'Eurométropole.

Orientations	Zones	Synthèses des règles proposées par le RLPi
Orientation 1 : Adapter les formats des publicités à leur environnement	ZP2 : Secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité apposée sur mobilier urbain limitée à 2 m² et 3 m de hauteur au sol ➤ Publicité sur palissade de chantier limitée à 2 m²
	ZP3 : Secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité apposée sur mobilier urbain limitée à 2 m² et 3 m de hauteur au sol ➤ Publicité apposée sur mur limitée à 4,7 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité sur palissade de chantier limitée à 2 m²
	ZP4-A : Axes structurants dans le cœur métropolitain	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité apposée sur mobilier urbain limitée à 8 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité apposée sur mur limitée à 10,5 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, limitée à 10,5 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité sur palissade de chantier limitée à 2 m²
	ZP4-B : Axes structurants dans l'unité urbaine	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité apposée sur mobilier urbain limitée à 8 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité apposée sur mur limitée à 10,5 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité sur palissade de chantier limitée à 2 m²
	ZP5-A : secteurs d'activités majeurs	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité apposée sur mobilier urbain limitée à 8 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité apposée sur mur limitée à 10,5 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, limitée à 10,5 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité sur bâches limitées à 2 m² ➤ Publicité sur palissade de chantier limitée à 2 m² ➤ Publicité numérique limitée à 2 m² et 4m de hauteur au sol si le support est scellé ou installé directement sur le sol
	ZP5-B : secteurs d'activités diffus dans le tissu urbain	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité apposée sur mobilier urbain limitée à 8 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité apposée sur mur limitée à 10,5 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité sur bâches limitées à 2 m² ➤ Publicité sur palissade de chantier limitée à 2 m²
	ZP5-C : secteurs d'activités de communes hors de l'unité urbaine	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité apposée sur mobilier urbain limitée à 2 m² et 3 m de hauteur au sol ➤ Publicité apposée sur mur limitée à 4,7 m² et 6 m de hauteur au sol ➤ Publicité sur palissade de chantier limitée à 2 m²

Orientation 2 : Renforcer la règle de densité afin de lutter contre l'accumulation de publicités et préenseignes	ZP3 : Secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité	➤ Une seule publicité sur mur aveugle par bâtiment
	ZP4-A : Axes structurants dans le cœur métropolitain	➤ Une seule publicité (au sol ou sur mur) par unité foncière. Toutefois sur les unités foncières disposant d'un linéaire de façade inférieur à 20 m l'installation d'une publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite
	ZP4-B : Axes structurants dans l'unité urbaine	➤ Une seule publicité sur mur aveugle par bâtiment
	ZP5-A : secteurs d'activités majeurs	➤ Une seule publicité (au sol ou sur mur) par unité foncière. Toutefois sur les unités foncières disposant d'un linéaire inférieur à 20 m, l'installation d'une publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite
	ZP5-B : secteurs d'activités diffus dans le tissu urbain	➤ Une seule publicité sur mur aveugle par bâtiment
	ZP5-C : secteurs d'activités de communes hors de l'unité urbaine	
Orientation 3 : Interdire la publicité dans certains lieux présentant une qualité paysagère particulière	ZP1 : Secteurs patrimoniaux - interdiction de publicité absolue	➤ Toute forme de publicité est interdite
	ZP2 : Secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative	➤ Toute forme de publicité interdite à l'exception de la publicité apposée sur mobilier urbain.
Orientation 4 : Restreindre les enseignes sur toiture en raison de leur fort impact paysager	ZE1 : Secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel	➤ Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu interdite
	ZE2 : Secteurs urbains mixtes	
	ZE3 : Secteurs d'activités économiques	
Orientation 5 : Limiter les enseignes sur clôture afin d'améliorer leur insertion dans leur environnement	ZE1 : Secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel	➤ Enseigne sur clôture interdite
	ZE2 : Secteurs urbains mixtes	➤ En cas d'impossibilité d'enseigne sur façade, enseigne sur clôture limitée à 2 m ² et à une par voie bordant l'activité. ➤ Si 2 activités ou plus sur la même unité foncière, mutualisation des enseignes (4 m ²) et le cumul d'une enseigne sur clôture avec une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdit
	ZE3 : Secteurs d'activités économiques	➤ Enseigne sur clôture limitée à une par voie bordant l'activité et 2 m ² ➤ Si 2 activités ou plus sur la même unité foncière, enseigne mutualisée de 4 m ² possible
Orientation 6 : Renforcer les prescriptions en matière d'enseignes scellées au sol ou	ZE1 : Secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel	➤ Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (format inférieur ou égal à 1 m ²) limitée à : une seule par voie bordant l'activité et 1,5m de hauteur au sol maximum ➤ Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (format supérieur à 1 m ²) interdite

installées directement sur le sol	ZE2 : Secteurs urbains mixtes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (format inférieur ou égal à 1 m²) limitée à : une seule par voie bordant l'activité et 1,5 m de hauteur au sol maximum. Le cumul avec une enseigne sur clôture est interdit ➤ Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (format supérieur à 1 m²) limitée à : une seule par voie bordant l'activité de 4 m² et 4 m de hauteur au sol maximum. Si 2 activités ou plus sur la même unité foncière, enseigne mutualisée de 6 m² possible et cumul avec une enseigne sur clôture interdit
	ZE3 : Secteurs d'activités économiques	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (format inférieur ou égal à 1 m²) limitée à : une seule par voie bordant l'activité et 1,5m de hauteur au sol maximum ➤ Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol (format supérieur à 1 m²) limitée à : une seule par voie bordant l'activité de 6 m² et 6 m de hauteur au sol maximum. Si 2 activités ou plus sur la même unité foncière, enseigne mutualisée de 8 m² possible
Orientation 7 : Autoriser de manière très limitée la publicité dans les zones protégées au titre de leur valeur patrimoniale (bâtie ou naturelle) dans le respect des caractéristiques des secteurs concernés	ZP2 : Secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Uniquement publicité apposée sur mobilier urbain et sur palissade de chantier autorisée
Orientation 8 : Assurer une bonne intégration architecturale des enseignes sur façade	ZE1 : Secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'enseigne doit respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade. Elle doit tenir compte de l'emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades et plus largement de l'ensemble des éléments de modénature et des motifs décoratifs participant à l'animation et à l'affirmation du caractère architectural de la façade ; ➤ L'enseigne ne doit pas porter atteinte à l'ambiance paysagère environnante, ni altérer les perspectives proches ou lointaines et doit prendre en considération les enseignes existantes du bâtiment considéré. Aucune enseigne ne peut obstruer, même en partie, une fenêtre, une vitrine ou une baie ; ➤ Si plusieurs activités sont exercées à l'étage, le regroupement des enseignes sur un dispositif mutualisé doit être privilégié ; ➤ Le réemploi d'un ancien support existant incohérent avec la devanture ou en contradiction avec les dispositions de ce règlement est interdit. Dans ce cas, le support d'enseigne existant devra faire l'objet d'une dépose ➤ Enseigne parallèle au mur : lorsque l'activité s'exerce au rez-de-chaussée, l'enseigne parallèle au mur ne doit pas dépasser le niveau du plancher du premier étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée ; ➤ La longueur de l'enseigne ne doit pas dépasser la dimension de la vitrine ou de la devanture ;

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lorsque l'activité est située exclusivement à l'étage, l'enseigne parallèle au mur est autorisée uniquement sur lambrequin ou du store-banne, sans pouvoir s'inscrire sur la face latérale ; celui-ci devant être situé au-dessus des ouvertures ; ➤ L'enseigne doit uniquement être réalisée en lettres ou signes découpés. Néanmoins, pour les dispositifs d'une dimension inférieure à 1m², les lettres ou signes découpés peuvent être inscrits sur un panneau de fond transparent (exemple plexiglas) ; ➤ L'enseigne ne doit pas représenter une saillie de plus de 15 cm ; ➤ La hauteur du lettrage d'une enseigne parallèle au mur est limitée à 0,30 m ; ➤ Lorsqu'une enseigne est apposée sur une façade de plus de 200 m², la hauteur du lettrage de l'enseigne parallèle au mur est limitée à 1 mètre ➤ Enseigne perpendiculaire au mur : 1 par voie bordant l'activité / L'enseigne perpendiculaire ne doit pas dépasser le niveau du plancher du premier étage, même si l'activité s'exerce uniquement à l'étage / saillie limitée à 0,80m / hauteur limitée à 0,60m / Dans le cas d'immeuble abritant plus de deux activités, l'enseigne drapeau mutualisée peut avoir une hauteur maximale de 1,20 mètre et une saillie de 0,80 mètre support compris
	<p style="text-align: center;">ZE2 : Secteurs urbains mixtes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'enseigne doit respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade. Elle doit tenir compte de l'emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades et plus largement de l'ensemble des éléments de modénature et des motifs décoratifs participant à l'animation et à l'affirmation du caractère architectural de la façade ; ➤ L'enseigne ne doit pas porter atteinte à l'ambiance paysagère environnante, ni altérer les perspectives proches ou lointaines et doit prendre en considération les enseignes existantes du bâtiment considéré. Aucune enseigne ne peut obstruer, même en partie, une fenêtre, une vitrine ou une baie ; ➤ Si plusieurs activités sont exercées à l'étage, le regroupement des enseignes sur un dispositif mutualisé doit être privilégié ; ➤ Le réemploi d'un ancien support existant incohérent avec la devanture ou en contradiction avec les dispositions de ce règlement est interdit. Dans ce cas, le support d'enseigne existant devra faire l'objet d'une dépose ➤ Enseigne parallèle au mur : Lorsque l'activité s'exerce au rez-de-chaussée, l'enseigne parallèle au mur ne doit pas dépasser le niveau du plancher du premier étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée ; ➤ L'enseigne de l'activité s'exerçant à l'étage peut être installée au-dessus d'une baie existante, sans pouvoir en dépasser les limites latérales ; ➤ La saillie de l'enseigne ne doit pas représenter une saillie de plus de 25 cm. La hauteur d'une enseigne parallèle au mur est limitée à 1 m. Lorsqu'une enseigne est apposée sur une façade de plus de 200 m², la hauteur du lettrage de l'enseigne parallèle au mur est limitée à 2 mètres

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Enseigne perpendiculaire au mur : 1 par voie bordant l'activité / saillie limitée à 0,80m / hauteur limitée à 1m
	ZE3 : Secteurs d'activités économiques	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'enseigne doit respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade. Elle doit tenir compte de l'emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades et plus largement de l'ensemble des éléments de modénature et des motifs décoratifs participant à l'animation et à l'affirmation du caractère architectural de la façade ; ➤ L'enseigne ne doit pas porter atteinte à l'ambiance paysagère environnante, ni altérer les perspectives proches ou lointaines et doit prendre en considération les enseignes existantes du bâtiment considéré. Aucune enseigne ne peut obstruer, même en partie, une fenêtre, une vitrine ou une baie ; ➤ Le réemploi d'un ancien support existant incohérent avec la devanture ou en contradiction avec les dispositions de ce règlement est interdit. Dans ce cas, le support d'enseigne existant devra faire l'objet d'une dépose ➤ Enseigne parallèle au mur : L'enseigne parallèle ne doit pas représenter une saillie de plus de 25 cm. La hauteur d'une enseigne parallèle au mur est limitée à 1 m. Lorsqu'une enseigne est apposée sur une façade de plus de 200 m², la hauteur du lettrage de l'enseigne parallèle au mur est limitée à 2 mètres ➤ Enseigne perpendiculaire au mur : 1 par voie bordant l'activité / saillie limitée à 0,80m / hauteur limitée à 1m
Orientation 9 : Lutter contre la pollution lumineuse nocturne et son impact sur les espaces de biodiversité	ZP2 : Secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Extinction nocturne : 21h à 7h. Cette obligation d'extinction ne s'applique pas à la publicité supportée par les abris destinés au public durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent
	ZP3 : Secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité	
	ZP4-A : Axes structurants dans le cœur métropolitain	
	ZP4-B : Axes structurants dans l'unité urbaine	
	ZP5-A : secteurs d'activités majeurs	
	ZP5-B : secteurs d'activités diffus dans le tissu urbain	
	ZP5-C : secteurs d'activités de communes hors de l'unité urbaine	
	ZE1 : Secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel	
	ZE2 : Secteurs urbains mixtes	

	ZE3 : Secteurs d'activités économiques	
Orientation 10 : Réduire l'impact des dispositifs lumineux y compris les dispositifs numériques (publicités, enseignes et préenseignes) afin de diminuer leur impact sur le cadre de vie et la biodiversité	ZP2 : Secteurs patrimoniaux – interdiction de publicité relative	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité numérique interdite y compris sur mobilier urbain ➤ Extinction nocturne : 21h – 7h. Cette obligation d'extinction ne s'applique pas à la publicité supportée par les abris destinés au public durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent
	ZP3 : Secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité	
	ZP4-A : Axes structurants dans le cœur métropolitain	
	ZP4-B : Axes structurants dans l'unité urbaine	
	ZP5-A : secteurs d'activités majeurs	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité numérique limitée à 4 m² et 4 m de hauteur ➤ Extinction nocturne : 21h – 7h. Cette obligation d'extinction ne s'applique pas à la publicité supportée par les abris destinés au public durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent
	ZP5-B : secteurs d'activités diffus dans le tissu urbain	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicité numérique interdite y compris sur mobilier urbain ➤ Extinction nocturne : 21h – 7h. Cette obligation d'extinction ne s'applique pas à la publicité supportée par les abris destinés au public durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent
	ZP5-C : secteurs d'activités de communes hors de l'unité urbaine	
	ZE1 : Secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'enseigne lumineuse clignotante est interdite y compris pour les services d'urgence. Le boîtier lumineux monobloc est interdit ➤ L'enseigne est éteinte 1h après la fermeture de l'activité et allumée dès l'ouverture du local qui abrite l'activité ➤ L'enseigne numérique est autorisée uniquement pour les services d'urgence et les totems de stations de distribution d'essence présentant les tarifs des carburants
	ZE2 : Secteurs urbains mixtes	
ZE3 : Secteurs d'activités économiques	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'enseigne lumineuse clignotante est interdite y compris pour les services d'urgence. Le boîtier lumineux monobloc est interdit ➤ L'enseigne est éteinte 1h après la fermeture de l'activité et allumée dès l'ouverture du local qui abrite l'activité ➤ Enseigne numérique limitée à 2 m² et 4 m de hauteur si enseigne scellée ou installée sur le sol 	

