

Commune D'ORVAULT**DEPARTEMENT**

Loire-Atlantique

ARRONDISSEMENT

NANTES

CANTON

SAINT-HERBLAIN II

EXTRAIT DU PROCES-VERBAL DES DELIBERATIONS

CONSEIL MUNICIPAL

14 juin 2021

L'an deux mil vingt et un, le quatorze juin, le Conseil municipal de la Commune d'ORVAULT s'est réuni en session ordinaire, à l'Odysée au Bois Cesbron après convocation légale en date du juin quatre deux mille vingt-et-un, sous la présidence de Jean-Sébastien GUITTON, Maire.

Etaient présents : Mme Dominique VIGNAUX, M. Lionel AUDION, Mme Marie-Paule GAILLOCHET, M. Guillaume GUÉRINEAU, M. Stéphane KERMARREC, Mme Armelle CHABIRAND, Mme Brigitte RAIMBAULT, M. Christophe ANGOMARD, Mme Valérie DREYFUS, Mme Anne-Sophie JUDALET, M. Laurent DUBOST, Mme Catherine LE TRIONNAIRE, M. Vincent BOILEAU, Mme Linda PAYET, M. Jean-Yves ROUX, M. Ronan GILLES, Mme Stéphanie BELLANGER, M. Pierre ANNAIX, Mme Françoise NOBLET, M. Dominique GOMEZ, Mme Sandrine BRUN, M. Sébastien ARROUËT, M. Francis WETTA, M. Gilles BERRÉE, Mme Florence CORMERAIS, Mme Maryse PIVAUT, M. Jean-Jacques DERRIEN, M. Thierry BOUTIN, Mme Cyrienne FOUQUET-HENRI

Absents ayant donné pouvoir :

M. Yann GUILLON	donne procuration à	M. Lionel AUDION
M. Bernard PAUGAM	donne procuration à	Mme Marie-Paule GAILLOCHET
Mme Marylène JÉGO	donne procuration à	M. Sébastien ARROUËT
M. Dominique FOLLUT	donne procuration à	M. Thierry BOUTIN

Absent excusé

M. Morvan DUPONT,

Il a été procédé, conformément à l'article L. 2121-15 du code général des collectivités territoriales, à l'élection d'un secrétaire pris dans le sein du Conseil : Mme Catherine LE TRIONNAIRE ayant obtenu la majorité des suffrages a été désignée pour remplir ces fonctions qu'elle a acceptées.

18. Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) – Débat d’orientations générales

Monsieur DUBOST rapporte :

Le conseil Métropolitain du 12 février 2021 a débattu des orientations générales du règlement Local de Publicité métropolitain.

Le Règlement Local de Publicité métropolitain (RLPm) est un document de planification en matière de dispositifs publicitaires. Il édicte des prescriptions pour les publicités, pré-enseignes et enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que la réglementation nationale, peuvent s’appliquer à l’ensemble du territoire ou à des secteurs précisément identifiés.

La réglementation nationale (Loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l’Environnement, dite Loi ENE) poursuit un objectif de protection du cadre de vie et de mise en valeur du paysage tout en respectant la liberté d’expression et celle du commerce et de l’industrie.

Nantes Métropole, compétente en matière de Plan Local d’Urbanisme (PLU), est également compétente pour élaborer un Règlement Local de Publicité métropolitain sur son territoire. Le Conseil métropolitain s’est donc prononcé, par délibération du 16 octobre 2020, pour l’élaboration du RLPm.

Jusqu’à la date d’approbation du RLPm, ou au plus tard jusqu’au 13 juillet 2022, les 13 règlements locaux de publicité communaux (Bouguenais, Carquefou, La Chapelle-sur-Erdre, Nantes, Orvault (datant de 1994), Rezé, Sautron, Saint-Herblain, Saint-Jean-de-Boiseau, Sainte-Luce-sur-Loire, Saint-Sébastien-sur-Loire, Thouaré-sur-Loire et Vertou) continuent de s’appliquer.

La délibération de prescription, de lancement, du RLPm avait pour buts :

- D’énoncer les grands objectifs poursuivis au regard des éléments de contexte de la Métropole ;
- De fixer les modalités de concertation ;
- De rappeler les modalités de collaboration entre Nantes Métropole et les communes membres.

Pour rappel, les objectifs poursuivis pour l’élaboration du Règlement Local de Publicité métropolitain sont les suivants :

- Pérenniser, voire renforcer, dans les limites des possibilités légales et réglementaires résultant de la loi Grenelle II, les effets protecteurs des réglementations locales existantes, notamment en faveur des centres-bourgs et centres-villes et des secteurs principalement résidentiels, et étendre cette logique de protection à l’ensemble des communes de la métropole ;

- Protéger les lieux présentant une sensibilité patrimoniale (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable de Nantes) et/ou une sensibilité paysagère (en agglomération, il s'agit principalement des bords de la Loire, de l'Erdre et des nombreux autres cours d'eau, ainsi que des parcs et jardins), sans nier les nécessités de communication des acteurs économiques ni brider la liberté d'expression des commerçants locaux ;
- Traiter, dans un souci de cohérence intercommunale, les secteurs de concentration publicitaire que constituent les axes routiers les plus empruntés (notamment les routes de Clisson, de Paris, de Vannes ou de Rennes...) ou les zones commerciales et d'activités (Paradis à Nantes, Atout Sud à Rezé, Atlantis à Saint-Herblain, Grand Val à Orvault Pôle Sud à Basse-Goulaine...) ;
- Encadrer les nouvelles formes d'affichage admises par la loi Grenelle II : dispositifs numériques, bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles ;
- En cohérence avec la démarche « Trame noire » mise en œuvre dans la métropole, limiter la pollution lumineuse nocturne qui provient des publicités et des enseignes lumineuses.

En matière d'enseignes, dès lors qu'avec l'entrée en vigueur du RLPm, toute installation ou modification d'enseigne sera soumise à une autorisation préalable de chacun des 24 maires, des règles précises, simples et facilement compréhensibles pourraient être instaurées pour renforcer la bonne intégration des enseignes traditionnelles, en particulier lorsqu'elles sont situées dans les abords des monuments historiques ou en site patrimonial remarquable (où l'accord de l'architecte des bâtiments de France est en outre requis).

Le diagnostic

Le diagnostic a été présenté aux communes préalablement à la délibération de prescription, permettant ainsi aux techniciens et élus des communes membres de faire valoir leurs observations. Ces présentations ont eu lieu, selon les secteurs géographiques, les 10, 18, 25 septembre et 7 et 8 octobre aux élus, DGS et référents RLPm des communes membres.

Ce même diagnostic a été présenté le 19 novembre 2020 aux membres du Conseil technique métropolitain des acteurs économiques, aux personnes publiques associées et aux établissements publics de coopération intercommunale voisins ainsi qu'aux personnes concernées (personnes, organismes et associations compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'aménagement du territoire, d'urbanisme, d'environnement, d'architecture, d'habitat et de déplacements).

Il ressort de ce diagnostic que :

- La situation juridique des 24 communes au regard de la publicité extérieure est très hétérogène. Seules 13 d'entre elles disposant de règlements locaux de publicité communaux ;

- 12 ayant d'ailleurs été adoptés avant la loi ENE, et comportant donc des dispositions obsolètes voire illégales au regard de la réglementation aujourd'hui applicable. De surcroît, 13 communes comptent moins de 10 000 habitants, 4 d'entre elles ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Nantes (Brains, Le Pellerin, Mauves sur Loire et Saint Léger les Vignes). Or, selon l'appartenance ou non à l'unité urbaine et la population des agglomérations, les règles nationales applicables sont différentes ;
- La majeure partie du territoire (70 % environ) est en zone non agglomérée où toute publicité est interdite (hors pré-enseignes dérogatoires dont la liste des activités pouvant être signalée est limitativement fixée par la loi). Le RLPm ne traitera donc que des zones agglomérées ;
- Des secteurs du territoire sont également protégés de la publicité, soit par une interdiction absolue (cas des sites classés, des réserves naturelles, des monuments historiques, des arbres...), soit par une interdiction relative (parties agglomérées des zones Natura 2000, des abords des monuments historiques, des sites inscrits et le site patrimonial remarquable de Nantes) ;
- Si la présence publicitaire n'est pas prégnante sur le territoire métropolitain, y sont tout de même recensés :
 - Près de 1 000 dispositifs publicitaires sur les domaines privés ou ferroviaires, dont 80 % scellés au sol, avec une majorité de grands formats (40 % avec affiches de 12 m² et 34 % avec affiches de 8m²), 60 % d'entre eux n'étant pas lumineux et peu de dispositifs numériques (3%). 10 % de ces dispositifs sont actuellement en infraction avec la réglementation nationale. Ces dispositifs se situent principalement sur les axes routiers les plus empruntés, partant de la ville-centre vers les communes périphériques et /ou desservant les pôles commerciaux (route de Clisson, route de Vannes, route de Paris et route de Rennes), aux abords des infrastructures de transport ferroviaire et aérien et dans les zones commerciales et d'activité ;
 - Près de 1 200 abris voyageurs avec publicité de 2 m², 500 mobiliers d'information avec publicité de 2 m², 215 mobiliers d'information avec publicité de 8 m² et 13 colonnes porte-affiches au titre des deux contrats de mobilier urbain passés par Nantes Métropole pour assurer ses missions de service public. Seuls une quarantaine de ces mobiliers supportent de la publicité numérique ;
 - La pollution visuelle est due à la conjugaison de plusieurs facteurs (type de support, nombre, densité, formats, implantation, design et couleurs du matériel, mouvement, contexte) et à la juxtaposition de différents dispositifs (enseignes, publicités, mobiliers urbains...) sur une même séquence paysagère ;

- En matière d'enseignes, hors zones commerciales et d'activité, l'insertion dans le paysage est globalement satisfaisante. Dans les zones commerciales et d'activité, il apparaît par contre que les enseignes sont d'une grande variété, avec des matériaux ou procédés peu qualitatifs, avec des enseignes scellées au sol exactement de même format que les publicités scellées au sol classiques ou des dispositifs mixtes (une face publicitaire, une face enseigne). C'est également là que se trouve une part importante des dispositifs numériques.

Focus sur le diagnostic Orvaltais :

Sur Orvault, une centaine de dispositifs/supports ont été recensés sur le domaine privé. Ils sont pour l'essentiel situés sur les grands axes comme la route de Vannes et la route de Rennes.

Ils peuvent accueillir soit de la publicité (« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention »), soit une enseigne (« toute inscription forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ») soit un pré-enseigne (« toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée »).

A cela, il convient d'ajouter ce qui est qualifié de mobilier urbain, implanté sur le domaine public métropolitain.

Sur Orvault, il est constitué de :

- 66 abris voyageurs ;
- 36 panneaux d'affichage 2m² (une face Pub/une face com) ;
- 4 panneaux d'affichage 2m² (une face pub/une face plan) ;
- 8 panneaux d'affichage 8m² (une face pub/une face com).

Enfin, concernant les enseignes, il n'y a pas d'inventaire exhaustif. Seules les déclarations relatives à la TLPE permettent d'estimer les surfaces d'enseignes présentes sur le territoire. Il est à noter que les enseignes dont les surfaces cumulées sont inférieures à 7m² ne sont pas comptabilisées, car elles ne sont pas soumises à la taxe.

Ainsi, il y a à ce jour un peu plus de 570 m² de surface d'enseignes réparties sur 134 commerces.

Sur le fondement de ce diagnostic, le conseil métropolitain du 12 février 2021 a débattu des orientations générales du futur RPLm. Le conseil est invité également à débattre de ces orientations.

Les orientations soumises au débat sont les suivantes :

1. En matière de publicité

Orientation n°1 :

Renforcer les effets protecteurs de la réglementation nationale dans les communes hors unité urbaine de Nantes et les étendre à d'autres communes aux caractéristiques paysagères semblables en vertu du principe d'égalité.

Les points suivants pourraient ainsi être retenus dans le futur règlement :

A Brains, Le Pellerin, Mauves-sur-Loire et Saint-Léger-les-Vignes, la réglementation nationale interdit la publicité scellée au sol et la publicité numérique mais admet la publicité murale, jusqu'à 4m², à raison de deux dispositifs par mur.

Le RLPm pourrait conserver ces règles nationales, ou les durcir par des règles de surface et/ou de densité.

Pour permettre d'harmoniser de manière ambitieuse les règles en matière de publicité entre les communes soumises à la réglementation nationale et d'autres qui ne le sont pas mais présentent des caractéristiques paysagères semblables, il pourrait étendre ces règles nationales à d'autres communes si celles-ci en sont d'accord. La question pourrait ainsi être posée pour Saint-Jean-de-Boiseau, Indre, Saint-Aignan de Grandlieu, Sautron (hors zone commerciale limitrophe avec Orvault).

Orientation n° 2 :

Préserver la qualité du cadre de vie des centralités et des secteurs principalement dédiés à l'habitat.

Les points suivants pourraient ainsi être retenus dans le futur règlement :

Par l'effet protecteur des RLP communaux existants et la morphologie du tissu bâti, la présence de publicité dans les centralités et dans les secteurs résidentiels (pavillonnaires ou grands ensembles) est très limitée.

Par cette orientation, le RLP pourrait préserver la qualité du cadre de vie des centralités et secteurs résidentiels, en limitant les surfaces des publicités, en édictant des règles de densité pour en limiter le nombre, en encadrant la publicité lumineuse voire en y interdisant la publicité numérique, en préservant les abords des parcs et jardins publics.

Réglementairement, le RLPm ne peut instaurer une protection de tous les abords des établissements d'enseignement (écoles primaires, collèges et lycées) mais la Métropole s'engage à travailler un code de bonne conduite avec les professionnels de l'affichage.

Orientation n°3 :

Traiter l'impact publicitaire le long des axes structurants et dans les zones commerciales

Les points suivants pourraient ainsi être retenus dans le futur règlement :

La publicité se concentre le long des axes structurants et dans les zones commerciales car ce sont les lieux générant le plus de trafic routier.

Afin d'aérer le paysage et limiter leur impact visuel, le RLPm pourrait limiter les surfaces et densité, réglementer la publicité lumineuse et numérique, proscrire les doublons...

Orientation n° 4 :

Adopter une réglementation particulière pour les publicités et enseignes lumineuses et n'autoriser la publicité numérique que dans certains secteurs

Les points suivants pourraient ainsi être retenus dans le futur règlement :

Plus impactantes visuellement, les publicités et enseignes lumineuses pourraient être traitées de manière spécifique par le RLPm. Ainsi, un élargissement de la plage d'extinction nocturne fixée par la réglementation (1h-6h) pourrait être envisagé pour l'ensemble des dispositifs. Le RLPm pourrait aussi encadrer le mode d'éclairage des enseignes (en interdisant, par exemple, les dispositifs éclairés par projection). La publicité numérique pourrait, par ailleurs, être interdite dans les zones autres qu'à vocation économique et commerciale.

Orientation n°5 :

Avoir une réflexion spécifique sur les lieux d'interdiction relative, c'est à dire aux abords des monuments historiques, dans le site patrimonial remarquable (SPR) de Nantes et dans les sites inscrits, pour l'ensemble des dispositifs publicitaires, sur domaine public comme sur domaine privé

Les points suivants pourraient ainsi être retenus dans le futur règlement :

Dans ces lieux, le RLPm pourrait maintenir l'interdiction de publicité ou y déroger. Remplissant une mission d'intérêt général, le mobilier urbain pourrait bénéficier d'une dérogation, pour tout ou partie des types de mobiliers.

A condition d'en justifier dans le rapport de présentation par des considérations paysagères, le RLPm pourrait parfaitement opérer une différence de traitement entre le SPR de Nantes et les abords des monuments historiques, ou encore, moduler les règles au sein de ces abords (exemples, interdiction de publicité entre 0 et 100 m, publicité admise au-delà de 100 m, ou au contraire interdiction dans l'ensemble du périmètre).

Le RLPm pourrait maintenir l'interdiction de publicité sur palissades de chantier et l'interdiction des véhicules publicitaires.

2. En matière d'enseignes

Orientation n°6 :

Renforcer l'intégration des enseignes traditionnelles, sans brider la liberté d'expression des commerçants locaux.

Les points suivants pourraient ainsi être retenus dans le futur règlement :

Les règles nationales en matière d'enseignes ont été durcies par la réforme Grenelle II. Par ailleurs, dès lors qu'il existe un RLP, toute installation d'enseigne est soumise à autorisation préalable du Maire, avec accord de l'Architecte des Bâtiments de France en abord de monuments historiques et site patrimonial remarquable.

Le RLPm pourrait instaurer, pour les enseignes traditionnelles, sur tout le territoire, des prescriptions simples permettant de préserver la qualité des centres bourgs et centres villes, sans entraver pour autant le dynamisme du commerce local.

Ces prescriptions pourraient être renforcées pour le site patrimonial remarquable de Nantes et dans les abords des monuments historiques.

Orientation n°7 :

Conserver l'application de la réglementation nationale pour les enseignes des zones commerciales et d'activités.

Les points suivants pourraient ainsi être retenus dans le futur règlement :

La vocation de ces zones est d'accueillir des activités commerciales, artisanales, industrielles...

Les conditions d'installation des enseignes, telles que fixées par le code de l'environnement, pourraient être suffisantes : leur respect permettrait déjà d'apporter une plus-value paysagère, sans nécessité de durcir davantage les règles nationales.

La tenue du débat est formalisée par la présente délibération. Il est proposé au conseil municipal qu'il soit donné acte de la présentation et du débat sur les orientations générales du RLPm en application combinée des articles L. 581-14-1 du Code de l'Environnement et L.153-12 du Code de l'Urbanisme.

Il est précisé qu'à l'issue de ce débat, le travail de co-construction entre les communes et Nantes Métropole s'engagera pour établir les zonages et définir les règles. Cette co-construction devra parvenir à l'élaboration d'un document harmonisant les règles sur l'ensemble du territoire et portant l'ambition d'un encadrement plus strict qu'aujourd'hui des dispositifs publicitaires. Les continuités territoriales de zonages et donc de règles entre les communes seront favorisées pour la cohérence du document.

Zonage potentiel de la commune

Le travail de réflexion s'est poursuivi par la définition fin avril de propositions de caractéristiques « potentielles » pour 5 zones types. Chaque commune a la possibilité de définir ce zonage sur son territoire (en analogie avec la démarche du PLUm).

Orvault sera concerné par les 4 premiers types de zone, la zone 5 étant réservée aux domaines ferroviaires.

Les caractéristiques principales de ces 4 zones sont :

- Zp1 : la zone la plus restrictive, adaptée aux lieux à très fort enjeu patrimonial ou paysager (le centre bourg, la vallée du cens) ;
- Zp2 : une zone à forte restriction pour les centralités et les quartiers dédiés à l'habitat (tous nos quartiers résidentiels) ;
- Zp3 : zone moyennement ouverte à la publicité pour les zones mixtes ou frontalières de zones commerciales ;
- Zp4 : zone ouverte plus largement à la publicité (typiquement la route de Vannes) mais avec une cohérence visuelle renforcée.

Enfin, par souci de cohérence métropolitaine, les voies limitrophes à plusieurs communes seront traitées de façon analogue dans chaque zonage communal (consolidation par la métropole en cours).

Les enseignements du débat

Lors des débats métropolitains ou des contributions/consultations citoyennes initiés par la métropole, 3 sujets majeurs ont émergé :

- Une réduction globale du nombre de supports publicitaires et la mise en œuvre de règles d'extinction nocturne ;
- Le contrôle du développement de la publicité numérique (impacts énergétique, sécurité routière, agressivité visuelle et « cognitive ») ;
- Publicité choisie ou subie, incitation à une consommation excessive peu en rapport avec les objectifs de sobriété, de préservation des ressources naturelles et de limitation des rejets de GES. De plus, les publicités de grande taille promeuvent rarement les petits commerces locaux et les productions locales.

DEBAT

Sur proposition de la commission Aménagement de la Ville et Transition Ecologique et après en avoir délibéré le conseil municipal :

- **PREND ACTE**, à l'issue des échanges, de la tenue du débat sur les orientations générales du futur Règlement Local de Publicité métropolitain ;
- **PORTERA** à la connaissance de Nantes Métropole, via la transmission du procès-verbal de la présente séance de notre conseil, les termes de notre débat sur les orientations générales sur le règlement Local de Publicité métropolitain.

Rendu exécutoire
Par télétransmission en
Préfecture le : 21 JUIN 2021
Et par publication le : 17 JUIN 2021

Extrait certifié conforme
Orvault, le 15 juin 2021
Pour le Maire
Le Directeur général




Jean-François MAISONNEUVE