

# NOTE DE PRESENTATION NON TECHNIQUE

## **RLPI** Règlement Local de Publicité Intercommunal





---

# **Enquête publique : note de présentation non technique**

---



## Table des matières

<b>1.</b>	<b>Contexte de l'enquête publique</b> .....	<b>6</b>
1.1.	Les coordonnées du maître d'ouvrage .....	6
1.2.	L'objet de l'enquête publique .....	6
1.3.	La procédure et le calendrier de l'enquête publique.....	7
1.4.	La composition du dossier d'enquête publique .....	8
<b>2.</b>	<b>Présentation du projet de RLPi</b> .....	<b>9</b>
2.1.	Éléments de synthèse du diagnostic.....	9
2.2.	Les orientations débattues.....	10
2.3.	La composition du zonage.....	10
2.4.	Le règlement écrit.....	12

# 1. Contexte de l'enquête publique

## 1.1. Les coordonnées du maître d'ouvrage

La maîtrise d'ouvrage de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal est portée par l'Eurométropole de Metz, autorité compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme, de documents en tenant lieu ou de carte communale, représentée par son président, Monsieur François GROSDIDIER, le conseiller délégué à la réglementation de la publicité et l'application du droit des sols, Monsieur Jean COMBELLES et la conseillère déléguée à l'urbanisme opérationnel, Madame Marilyne WEBERT.

*Monsieur le Président de l'Eurométropole de Metz  
Maison de la Métropole  
1 place du Parlement de Metz  
CS 30353  
57011 Metz cedex 1  
Tél : 03 87 20 10 00*

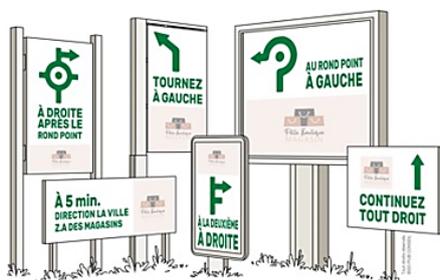
Le service chargé de ce projet à l'Eurométropole de Metz est le Pôle Planification (03 57 88 33 66).

## 1.2. L'objet de l'enquête publique

Le RLPi est un document de planification permettant d'adapter la réglementation nationale en matière de publicité extérieure au regard des caractéristiques et des enjeux d'un territoire. Il permet de définir des prescriptions locales plus restrictives que les règles nationales ; et dans certains cas de déroger à cette réglementation nationale. Globalement il vient mieux encadrer les dispositifs relevant de la publicité dite « extérieure ».

A ce titre, le RLPi s'intéresse aux publicités, aux préenseignes et aux enseignes visibles depuis le domaine public. Les publicités et les préenseignes font l'objet d'un même régime de traitement réglementaire ; les enseignes font quant à elles l'objet d'un régime de traitement réglementaire unique.

Constitue **une enseigne** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. **(article L. 581-3-2° du Code de l'Environnement)**



Constitue **une pré-enseigne** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. **(article L. 581-3-3° du Code de l'Environnement)**

Constitue **une publicité** à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités. **(article L. 581-3-1° du Code de l'Environnement)**



Le RLPi est élaboré dans un double objectif de conciliation et d'équilibre entre les enjeux économiques et la préservation du cadre de vie et des paysages.

La présente enquête publique est organisée dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de l'Eurométropole de Metz. La procédure d'élaboration du RLPi est identique à celle du Plan Local d'Urbanisme intercommunal, conformément à l'article 22 de la loi du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique :

« Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme. Par dérogation au premier alinéa de l'article L. 581-14 du présent code, les dispositions du titre V du livre Ier du code de l'urbanisme relatives au périmètre du plan local d'urbanisme et à l'autorité compétente en la matière ainsi que les dispositions du même titre V relatives aux établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre de grande taille sont applicables aux règlements locaux de publicité. La métropole d'Aix-Marseille-Provence peut élaborer un ou plusieurs règlements locaux de publicité sur le périmètre prévu au second alinéa de l'article L. 134-12 du même code. »

Cette procédure nécessite donc une enquête publique à l'image de celle d'un PLU.

Cette note de présentation non-technique répond aux obligations :

- de l'article L.123-2 du Code de l'Environnement

« I.-Font l'objet d'une enquête publique soumise aux prescriptions du présent chapitre préalablement à leur autorisation, leur approbation ou leur adoption :

[...] 2° Les plans, schémas, programmes et autres documents de planification faisant l'objet d'une évaluation environnementale en application des articles L. 122-4 à L. 122-11 du présent code, ou L. 104-1 à L. 104-3 du code de l'urbanisme, pour lesquels une enquête publique est requise en application des législations en vigueur. Toutefois, lorsqu'une évolution de plan ou de programme est nécessaire pour permettre la réalisation d'un projet qui est situé dans le périmètre d'une opération d'intérêt national ou d'une grande opération d'urbanisme et qui répond aux objectifs de cette opération, cette enquête publique peut être remplacée par une procédure de participation du public par voie électronique en application de l'article L. 123-19-11 ;

[...] 4° Les autres documents d'urbanisme et les décisions portant sur des travaux, ouvrages, aménagements, plans, schémas et programmes soumises par les dispositions particulières qui leur sont applicables à une enquête publique dans les conditions du présent chapitre. »

- de l'article R.123-5 du Code de l'environnement :

« L'autorité compétente pour ouvrir et organiser l'enquête saisit, en vue de la désignation d'un commissaire enquêteur ou d'une commission d'enquête, le président du tribunal administratif dans le ressort duquel se situe le siège de cette autorité et lui adresse une demande qui précise l'objet de l'enquête, ainsi que la période d'enquête proposée, et comporte le résumé non technique ou la note de présentation mentionné respectivement aux 1° et 2° de l'article R. 123-8, ainsi qu'une copie de ces pièces sous format numérique. »

### 1.3. La procédure et le calendrier de l'enquête publique

Tel qu'évoqué précédemment, le RLPi est élaboré selon la procédure d'élaboration d'un PLUi ; ainsi les mêmes dispositions réglementaires s'appliquent et les grandes étapes sont similaires. Ainsi une période de concertation a été ouverte à tous entre la prescription et l'arrêt du projet, ses modalités ont été définies par délibération du conseil métropolitain du 28 septembre 2020. Le bilan de concertation fait état de l'ensemble des contributions déposées et des réponses qui y ont été apportées.

Par ailleurs, à l'issue de son arrêt en conseil métropolitain, le projet a été notifié aux personnes publiques associées ainsi qu'aux communes membres de l'Eurométropole de Metz dont les avis réceptionnés sont joints au dossier d'enquête. L'enquête publique portant sur l'élaboration du RLPi se déroule conformément à l'article L.153-19 du code de l'urbanisme, à savoir : « *le projet de plan local d'urbanisme arrêté est soumis à enquête publique réalisée conformément*

au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement par le président de l'établissement public de coopération intercommunale ou le maire. [...] »

L'article R.123-8 alinéa 3 du Code de l'environnement stipule que « *Le dossier soumis à l'enquête publique comprend les pièces et avis exigés par les législations et réglementations applicables au projet, plan ou programme. Le dossier comprend au moins [...] : La mention des textes qui régissent l'enquête publique en cause et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, plan ou programme considéré, ainsi que la ou les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'autorisation ou d'approbation.* »

L'enquête publique se déroulera du 10 octobre 2024 au 15 novembre 2024 soit sur une durée de 37 jours. En effet, cette durée ne peut être inférieure à 15 jours conformément à l'article L.123-9 du code de l'environnement. Le Règlement Local de Publicité intercommunal n'est pas soumis à évaluation environnementale.

C'est le commissaire enquêteur qui clôt l'enquête. Il dispose alors d'un délai de trente jours pour rendre son rapport et ses conclusions motivées ; celles-ci sont ensuite tenues à la disposition du public. Le maître d'ouvrage, à savoir l'Eurométropole de Metz, peut, sur la base de l'avis rendu et de l'ensemble des contributions déposées au cours de cette période, faire évoluer le projet de RLPi avant son approbation.

## 1.4. La composition du dossier d'enquête publique

Le dossier soumis à cette enquête publique est composé de :

- Pièces administratives :
  - Délibération de prescription d'élaboration du RLPi
  - Délibération du débat sur les orientations du RLPi
  - Délibération d'intégration de la commune de Roncourt à la démarche d'élaboration du RLPi
  - Délibération tirant le bilan de la concertation
  - Délibération d'arrêt du projet de RLPi
  - Arrêté de mise à l'enquête publique
  - Avis des communes membres de l'Eurométropole de Metz
  - Avis de la CDNPS
  - Avis du CODEV
  - Avis des personnes publiques associées (PPA)
  
- Pièces réglementaires :
  - Note de présentation non technique du projet
  - Rapport de présentation
  - Document d'orientations
  - Justifications des choix réglementaires
  - Plan de zonage « publicités et préenseignes »
  - Plan de zonage « enseignes »
  - Règlement écrit
  - Bilan de concertation
  - Annexes (arrêtés de limites d'agglomération des communes)

## 2. Présentation du projet de RLPi

### 2.1. Éléments de synthèse du diagnostic

Un diagnostic a été réalisé quelques mois après le lancement de la procédure. Dans ce contexte, un recensement a été effectué durant les mois de mars et avril 2021 sur la base d'un échantillon des dispositifs publicitaires et des enseignes (environ 729 dispositifs recensés), présents sur le territoire de l'Eurométropole de Metz. Sur cette base, le diagnostic a pris en compte les lieux d'implantation des dispositifs, les modalités de leur implantation, leurs dimensions, leurs caractéristiques. De grands enseignements ont alors pu être tirés de l'état des lieux du tissu publicitaire au sein du territoire métropolitain.

Sur le volet « **publicités et préenseignes** », les grands enseignements issus du diagnostic sont les suivants :

- Pression publicitaire importante dans le cœur métropolitain et le noyau urbain, notamment au sein des zones commerciales d'envergure et des axes structurants de circulation routière ;
- Absence de pression ou pression faible dans les communes rurales / périphériques du territoire de l'Eurométropole de Metz ;
- Surreprésentation de la publicité scellée au sol par rapport à la publicité sur mur ou clôture ;
- Présence notable de grands formats publicitaires notamment à Metz et dans le noyau urbain ;
- Densité publicitaire globalement faible (dans la plupart des cas, un seul dispositif par unité foncière), ponctuellement importante dans les zones commerciales d'envergure et les axes routiers traversants (avec plusieurs dispositifs sur une même unité foncière) ;
- Grande hétérogénéité des dispositifs publicitaires (nombre de pieds, modèle d'encadrement, système de défilement d'affiches, etc.) y compris sur le mobilier urbain (plusieurs types de mobilier présents sur le territoire métropolitain) ;
- Publicité luminosité importante (20% du total) mais le numérique est peu représenté malgré sa bonne visibilité et son impact important lié notamment à son format (8 m<sup>2</sup>) et son implantation à des intersections (abords de voiries routières et de croisements comme les carrefours ou les ronds-points) ;
- Secteurs patrimoniaux bâtis et naturels préservés des différentes formes de publicités et préenseignes à l'exception notable des publicités supportées par le mobilier urbain (abribus, MUPI, colonne porte-affiches, etc.) notamment dans le centre-historique de Metz ;
- Place importante de la publicité apposée sur le mobilier urbain dans le paysage urbain du cœur métropolitain (centre ancien de Metz) ;
- Certaines familles de publicité peu présentes voire absentes du paysage métropolitain : publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu, sur bâches, sur dispositifs de petit format intégrés à des devantures, sur palissades de chantier, ...

Sur le volet « **enseignes** », les grands enseignements issus du diagnostic sont les suivants :

- Enseignes en façade plutôt de qualité dans les secteurs patrimoniaux (respect des proportions, des éléments d'architecture, etc.), en surface excessive dans certaines zones d'activités notamment commerciales ;
- Une proportion non négligeable de dispositifs installés en étage alors que l'activité signalée est en rez-de-chaussée ;
- Quelques enseignes implantées sur des éléments du patrimoine naturel ou historique : arbres, plantations, garde-corps, balcons, balconnets, modénature, etc. ;
- Enseignes perpendiculaires au mur le plus souvent de petit format et bien intégrées aux devantures commerciales malgré un nombre ponctuellement important (bars-tabac-presses ou restaurants par exemple) ;
- Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, omniprésentes dans le paysage de zones d'activité et présentant un fort impact dans l'environnement proche et lointain en raison de leur format, leur hauteur, leur nombre et/ou leur implantation ;
- Enseignes sur clôture très peu présentes sur le territoire mais concentrées quasi exclusivement en zones

- d'activités avec des surfaces et un nombre ponctuellement élevés ;
- Enseignes sur toiture rares à l'échelle métropolitaine, concentrées dans quelques zones d'activités commerciales (Actisud à Augny et Moulins-lès-Metz, triangle Actipôle / Technopole / Sébastopol à Metz, zones des Deux Fontaines à Metz et de Berlange à Woippy) ;
- Des enseignes lumineuses très présentes dans le paysage métropolitain notamment dans les secteurs commerciaux (centre-ville ou zones d'activités), qui restent allumées la nuit et génèrent ainsi, avec les publicités éclairées, une pollution lumineuse importante, nuisible aux usagers du territoire et à la biodiversité ;
- Enseignes numériques en nombre croissant y compris à l'intérieur des locaux commerciaux de certaines activités dans les cœurs de ville (centre ancien de Metz) ;
- Enseignes temporaires importantes en nombre et en surface, à l'occasion d'opérations promotionnelles pas toujours exceptionnelles comme les soldes.

Les éléments du diagnostic sont développés en détail au sein du rapport de présentation, qui constitue la première pièce du projet de RLPi.

## 2.2. Les orientations débattues

Sur la base du diagnostic et des conclusions qui en ont été tirées, des orientations ont été définies par les élus. Celles-ci ont vocation à exprimer les ambitions de la collectivité en matière de protection du cadre de vie et des paysages. Ces orientations constituent la première base du projet qui est ensuite décliné dans les pièces règlementaires graphiques et écrites (plans de zonage et règlement écrit). Ces orientations ont fait l'objet d'un débat au sein du conseil métropolitain le 3 avril 2022.

Les orientations qui s'appliquent aux publicités, préenseignes et enseignes, sont les suivantes :

*Enjeu 1* : Limiter l'impact paysager des dispositifs publicitaires et des enseignes

- **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 l'environnement
- **Orientation 6** : Renforcer les prescriptions en matière d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

*Enjeu 2* : Rechercher une harmonisation et une meilleure intégration architecturale des dispositifs publicitaires et des enseignes

- **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

*Enjeu 3* : Prévenir les nuisances inhérentes à la pollution lumineuse des dispositifs publicitaires et des enseignes

- **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.

Constitué de 3 grands enjeux, 10 orientations et 22 objectifs, le document d'orientations détaille le contenu des dites orientations et est illustré de photos faisant état de typologies de dispositifs actuellement visibles sur le territoire et de paysages caractéristiques de l'Eurométropole, qu'ils soient conformes ou non conformes à la réglementation en vigueur.

## 2.3. La composition du zonage

Le zonage « **publicités et préenseignes** » est constitué de 5 zones de publicité (ZP) :

**ZP1 – Secteurs patrimoniaux : interdiction de publicité absolue**

La zone de publicité n°1 (ZP1) correspond aux secteurs suivants :

- les parties agglomérées des sites classés ;
- certains grands espaces verts urbains situés en agglomération ;
- 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 ;
- les agglomérations des communes de Vaux et Gravelotte appartenant au Parc Naturel Régional de Lorraine.

### **ZP2 – Secteurs patrimoniaux : interdiction de publicité relative**

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les parties agglomérées :

- 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.

### **ZP3 – Secteurs mixtes à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité**

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre la plus grande partie du territoire métropolitain dans laquelle on retrouve les différentes fonctions urbaines (habitat, commerces, équipements, services, etc.).

### **ZP4 – Axes structurants**

#### ❖ ZP4-A : Axes structurants dans le cœur métropolitain

Cette zone concerne les grands axes routiers du cœur métropolitain menant à l'hypercentre messin. Son emprise s'étend sur une distance de 30 mètres de part et d'autre de l'axe central de la voie.

#### ❖ ZP4-B : Axes structurants dans l'unité urbaine

Cette zone correspond aux axes routiers structurants au sein des communes de l'unité urbaine de Metz. Son emprise s'étend sur une distance de 30 mètres de part et d'autre de l'axe central de la voie.

### **ZP5 – Secteurs d'activités économiques**

#### ❖ ZP5-A : Les secteurs d'activités majeurs

La ZP5-A couvre les principales zones d'activités périphériques, dont :

- Actisud à Augny et Moulins-lès-Metz ;
- Belle Fontaine à Marly ;
- Technopôle-Sébastopol à Metz ;
- Berlange à Woippy ;
- La zone d'activités Saint-Vincent à Woippy ;
- La zone d'activités Route de Thionville à Woippy ;
- Deux Fontaines à Woippy et Metz ;
- La zone d'activités de Grimont à Saint-Julien-lès-Metz ;
- Le secteur « Nouveau port de Metz – IKEA » à Metz et La Maxe ;
- Le secteur commercial situé rue du Général Metman à Metz
- Le secteur d'activités situé rue de l'Abattoir à Metz.

#### ❖ ZP5-B : Les secteurs d'activités diffus dans le tissu urbain

La ZP5-B correspond aux zones d'activités et centres commerciaux, à savoir :

- La Tannerie à Saint-Julien-lès-Metz ;
- Saussaie-aux-Dames à Montigny-lès-Metz ;
- La zone de la Patrotte à Metz ;
- Le centre commercial Muse à Metz ;
- Le secteur Kinépolis à Saint-Julien-lès-Metz ;
- Le secteur « Haut-Rhône » à Montigny-lès-Metz ;
- Dr Schweitzer à Ars-sur-Moselle

#### ❖ ZP5-C : Les secteurs d'activités de communes hors de l'unité urbaine

La ZP5-C intègre les zones d'activités des communes de :

- Peltre ;

- Jury ;
- Saint-Privat-la-Montagne.

Le zonage « enseignes » est constitué de 3 zones d'enseigne (ZE) :

### **ZE1 – Secteurs d'intérêt patrimonial ou naturel**

La zone d'enseignes n°1 (ZE1) couvre les secteurs à préserver en raison de leur intérêt patrimonial ou naturel. Cette zone concerne les parties agglomérées des sites classés, des grands espaces verts urbains, des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR), des abords des monuments historiques, des sites inscrits, ainsi que les secteurs agglomérés des communes appartenant au Parc Naturel Régional de Lorraine (à l'exception de la zone d'activités d'Ars-sur-Moselle).

Cette zone correspond aux périmètres des zones de publicité ZP1 et ZP2 ainsi qu'aux axes des zones de publicité ZP4-A et B faisant partie des secteurs protégés au titre des monuments historiques (Périmètres Délimités des Abords, Sites Patrimoniaux Remarquables, Sites inscrits).

### **ZE2 – Secteurs urbains mixtes**

La zone d'enseignes n°2 (ZE2) correspond aux secteurs à dominante résidentielle, d'équipements et de commerces de proximité, aux zones d'activités et aux axes structurants situés dans le tissu urbain ainsi qu'aux secteurs hors agglomération. Cette zone correspond aux périmètres des zones de publicité ZP3, aux autres axes de la ZP4-A et B, ainsi que de la ZP5-B.

### **ZE3 – Secteurs d'activités économiques**

La zone d'enseignes n°3 (ZE3) s'étend sur les zones d'activités périphériques. Les zones d'activités d'envergure situées hors agglomération (non couvertes par une zone de publicité) y sont également intégrées, à savoir le Plateau de Frescaty à Augny, Marly et Moulins-lès-Metz, et le Pôle Santé-Innovation de Mercy à Ars-Laquenexy et Peltre.

Cette zone correspond aux périmètres des zones de publicité ZP5-A et ZP5-C.

Deux plans de zonage « publicités et préenseignes » et « enseignes » au format A0 sont inclus dans le projet de RLPi.

## **2.4. Le règlement écrit**

Le règlement écrit, à l'instar du zonage, est organisé en 3 grands volets, à savoir une première partie dédiée aux « publicités et préenseignes », une deuxième partie consacrée aux « enseignes » et une troisième partie qui s'intéresse aux « supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial ou d'activité » qu'il s'agisse de publicités, préenseignes ou enseignes.

Les grandes lignes du projet règlementaire s'appliquant aux **publicités et préenseignes** peuvent être synthétisées comme suit :

- La publicité est totalement interdite en ZP1 ;
- Le mobilier urbain de petit format est admis sur la quasi-totalité du territoire (hors ZP1) ;
- La publicité scellée au sol et le mobilier urbain scellé au sol de grand format sont admis uniquement le long des axes structurants du cœur métropolitain (ZP4-A) et dans les secteurs d'activités majeurs (ZP5-A) ;
- Les seuls dispositifs scellés au sol admis le long des axes structurants des communes de l'unité urbaine (ZP4-B), sont les mobiliers urbains d'un format maximum de 8 m<sup>2</sup> ;
- La publicité murale est admise dans toutes les zones sous différents formats, sauf en secteurs patrimoniaux (ZP1 et ZP2) où elle est interdite.
- La publicité numérique est admise uniquement dans les secteurs d'activités majeurs (ZP5-A) dans un format de 4 m<sup>2</sup> ;
- La publicité sur clôture est admise uniquement dans les secteurs d'activités majeurs (ZP5-A) ;
- La publicité sur toiture est interdite sur l'ensemble du territoire ;
- La publicité sur bâche est admise uniquement en zones d'activités (ZP5-A, ZP5-B et ZP5-C) ;
- Une seule publicité sur mur ou au sol est admise par unité foncière ;

- L'extinction nocturne des publicités et des préenseignes s'étend de 21h à 7h. Seules les publicités apposées sur les abribus peuvent rester allumées durant le temps de service des lignes de transport public qui les desservent.

Les grandes lignes du projet réglementaire s'appliquant aux **enseignes** peuvent être synthétisées comme suit :

- Les enseignes sur toiture sont interdites sur l'ensemble du territoire métropolitain ;
- Les enseignes parallèles au mur et les enseignes perpendiculaires au mur font l'objet de règles spécifiques favorisant leur insertion paysagère, notamment
- Les enseignes au sol de grand format (> 1 m<sup>2</sup>) sont interdites en secteurs patrimoniaux (ZE1) ;
- Les enseignes au sol de petit format (1 m<sup>2</sup> ou moins) sont autorisées dans toutes les zones ;
- Les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement en secteurs mixtes (ZE2) et en secteurs d'activités (ZE3) avec des formats différents adaptés à ces zones ;
- Les enseignes numériques sont autorisées uniquement en secteurs d'activités et ce, dans un petit format ;
- La mutualisation des enseignes est fortement préconisée et encouragée notamment pour les enseignes sur clôtures et les enseignes scellées au sol en secteurs mixtes (ZE2) et en secteurs d'activités (ZE3) ;
- L'extinction nocturne des enseignes s'applique au plus tard 1h après la fermeture de l'activité jusqu'à la réouverture de celle-ci.

Les grandes lignes du projet réglementaire s'appliquant aux **supports lumineux installés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial ou d'activité** peuvent être synthétisés comme suit :

- Les publicités, préenseignes et enseignes installées à l'intérieur des vitrines commerciales sont limitées au nombre de 2 et ne doivent pas excéder 1 m<sup>2</sup> de surface cumulée.
- Leur extinction nocturne doit être effective au plus tard 1h après la fermeture de l'activité ; et ce jusqu'à la réouverture du local au public.

Ce projet est le fruit et la traduction des orientations définies par les élus des communes de l'Eurométropole de Metz. Il prend également en compte certaines des attentes et préconisations exprimées par les différents partenaires territoriaux tels que l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) et le Parc Naturel Régional (PNR) de Lorraine. Ce projet a fait l'objet d'une large concertation, notamment au travers de réunions publiques. Les modalités de cette concertation et le détail des contributions exprimées sont développés au sein du bilan de la concertation.





