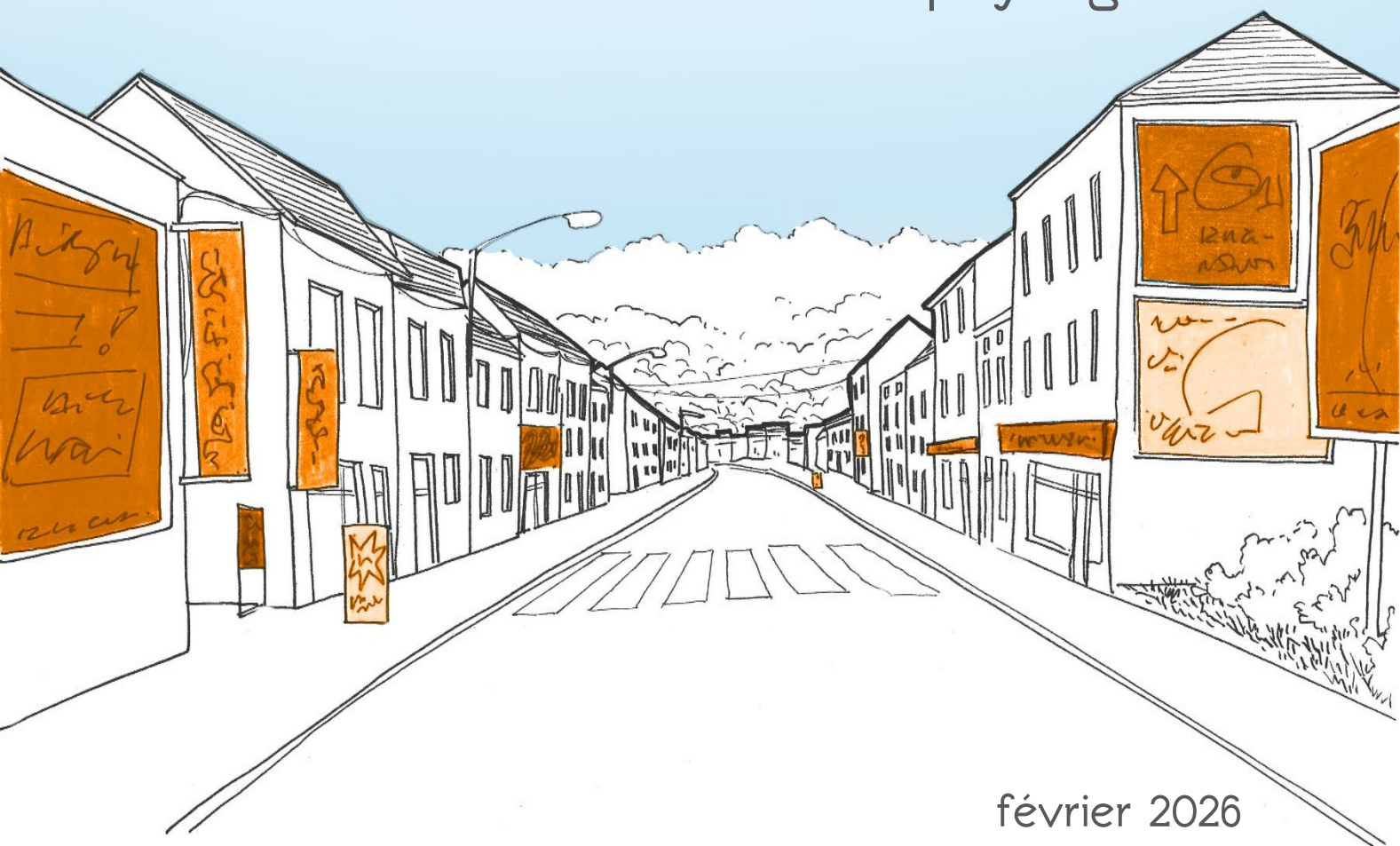


mémo



Le Règlement Local de Publicité intercommunal

Harmoniser la publicité pour
valoriser nos paysages



février 2026

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
1. QU'EST-CE QU'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL ?	4
2. RETOUR D'EXPERIENCE : LA DEMARCHE RLPI DU GRAND VERDUN	10
3. UN LEVIER D'ACTION POUR MAITRISER ET VALORISER L'AFFICHAGE SUR LE TERRITOIRE DE LA LORRAINE NORD	13
CONCLUSION.....	16

Mots-clés

publicité # urbanisme # réglementation
cadre de vie # affichage
environnement # paysage # patrimoine

introduction

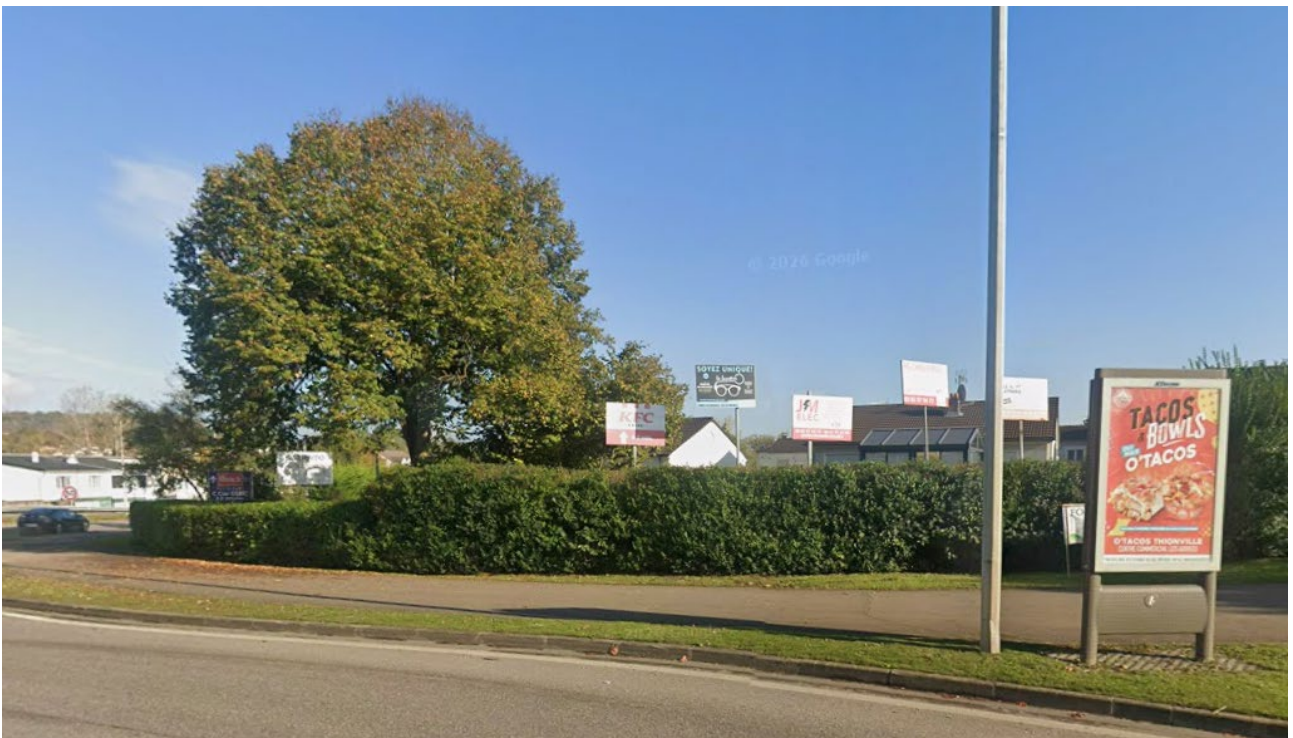


Dans un contexte où la qualité du cadre de vie et la préservation des paysages constituent des priorités croissantes pour les collectivités, la maîtrise de l'affichage publicitaire devient un enjeu majeur. L'accumulation de dispositifs (publicités, enseignes, préenseignes) peut entraîner une surcharge visuelle, altérer l'image du territoire et nuire au quotidien des habitants.

Si le Code de l'environnement pose un cadre national en matière de publicité, cette réglementation reste parfois insuffisamment adaptée aux spécificités locales. Pour répondre à ces limites, le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) offre aux territoires un outil stratégique permettant d'ajuster les règles aux enjeux propres à chaque commune ou secteur.

En établissant un cadre clair et partagé, le RLPi contribue à préserver et valoriser les paysages, protéger le patrimoine, réduire les nuisances visuelles et énergétiques, améliorer la sécurité routière et, plus largement, renforcer l'attractivité du territoire. Il garantit également le respect de la liberté d'expression dans le cadre fixé par la loi.

Dans ce contexte, ce mémo a pour ambition de présenter de manière synthétique le rôle du RLPi, ses principaux apports et l'intérêt de son élaboration à l'échelle intercommunale.



Source : Google Street Map

1. Qu'est-ce qu'un Règlement Local de Publicité intercommunal ?

1.1 Définition et Objectifs d'un RLPi

Le Règlement Local de Publicité intercommunal, ou RLPi, est un document d'urbanisme à valeur réglementaire. Il permet aux collectivités de fixer des règles adaptées à leur territoire concernant l'implantation, la taille ou la densité des publicités, enseignes et préenseignes.

L'objectif de la démarche est de trouver un équilibre entre les besoins de visibilité des acteurs économiques, et la mise en valeur du paysage, du patrimoine et du cadre de vie.

Concrètement, le RLPi peut instaurer des règles plus strictes que la réglementation nationale dans certaines zones. Là où il ne prévoit rien de particulier, ce sont les règles nationales qui s'appliquent. Il peut aussi, dans certains cas, réintroduire sous conditions les publicités et préenseignes dans des secteurs où elles sont normalement interdites.

Ainsi, cet outil stratégique offre aux collectivités un moyen concret de gérer la publicité extérieure tout en respectant les spécificités et les ambitions de chaque commune.

Quels sont les objectifs du RLPi ?

- ✓ **Préserver la qualité du cadre de vie** en limitant la pollution visuelle et en assurant une meilleure intégration de la publicité dans les paysages urbains, naturels et ruraux.
- ✓ **Valoriser les paysages, le patrimoine et l'identité du territoire**, qu'il s'agisse des entrées de ville, des secteurs patrimoniaux, des zones d'activités ou des axes principaux, afin d'améliorer la perception globale du territoire.
- ✓ **Assurer une cohérence à l'échelle intercommunale** grâce à une réglementation harmonisée et adaptée aux spécificités locales.
- ✓ **Encadrer l'usage des dispositifs lumineux et numériques** afin de réduire leur impact écologique et énergétique.
- ✓ **Soutenir l'activité économique et touristique** en garantissant une visibilité de qualité pour les acteurs locaux, tout en évitant que la publicité ne dégrade l'attractivité du territoire.

1.2 Quels supports sont concernés ?

Le Règlement Local de Publicité intercommunal encadre trois grandes catégories de dispositifs d'affichage extérieur : les **publicités**, les **enseignes** et les **préenseignes**.



- **Enseigne** : « toute inscription, forme ou image **installée sur une unité foncière** et relative à une activité qui s’y exerce »,
- **Préenseigne** : « toute inscription, forme ou image **indiquant la proximité d’un immeuble** ou s’exerce une activité déterminée »,
- **Publicité** : « à l’exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée **à informer le public ou à attirer son attention**, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités. »¹

1.3 Dispositifs ne relevant pas du RLPi

- **Panneaux d’information communaux** : ils ont pour vocation exclusive de relayer des informations d’intérêt public émises par la commune : actualités municipales, messages liés à la vie locale, informations de circulation ou de sécurité, voire alertes spécifiques.
- **Panneaux d’affichage libre à but non lucratif** : prévu par le Code de l’environnement, l’affichage libre permet l’expression citoyenne et associative, à but non lucratif. Les communes doivent mettre à disposition des emplacements dédiés, dont le RLPi ne peut ni restreindre l’existence ni remettre en cause la localisation fixée par le maire.²
- **Signalisation d’Information Locale (SIL)** : relevant du Code de la route, la SIL constitue une signalétique normalisée, principalement implantée hors agglomération, servant à orienter vers des équipements, services ou activités. Elle obéit à des règles strictes de format, de couleur et de pictogrammes. Pour les activités ne pouvant bénéficier de préenseignes dérogatoires, la SIL est le seul dispositif autorisé en dehors des agglomérations.³

¹ Article L.581-3 du Code de l’environnement

² Articles R.581-2 et R.581-3 du Code de l’environnement

³ Article L.581-19 dernier alinéa du Code de l’environnement

1.4 Le contenu du RLPI

Le Règlement Local de Publicité intercommunal est composé des documents suivants :

- **Le rapport de présentation** : il expose le diagnostic, précise les orientations et objectifs du RLPI et justifie les motifs de la délimitation des zones et les règles retenues,
- **Le règlement du RLPI** : il présente les dispositions applicables à la publicité, aux préenseignes et aux enseignes. Le règlement comporte des dispositions générales qui s'appliquent à l'ensemble du territoire et des dispositions spécifiques à chaque zone,
- **Les annexes** : elles sont constituées par les documents graphiques (plans sur lesquels apparaît le zonage), les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération.

1.5 Les aides financières possibles

Deux dispositifs peuvent être mobilisés par les intercommunalités pour accompagner financièrement l'élaboration d'un RLPI :

- ✓ **La Dotation Générale de Décentralisation (DGD)** : un financement de l'État pouvant être mobilisé dans le cadre de l'élaboration du RLPI,
- ✓ **Une subvention pour les dossiers lauréats de l'appel à projets RLPI lancé par le Ministère** : le Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires peut décider de lancer un appel à projets destiné à soutenir financièrement les intercommunalités engagées dans l'élaboration d'un RLPI. Les EPCI dont les dossiers sont retenus bénéficient alors d'une subvention spécifiquement dédiée à cette démarche, constituant un levier financier pour accompagner la réalisation du règlement.



Pour en savoir plus :

Mis en place depuis 2012, cet appel à projets national vise à encourager la planification de l'affichage extérieur à l'échelle intercommunale. Lorsqu'il est ouvert, le ministère définit les critères de sélection des candidatures en fonction des priorités nationales.

À titre d'exemple, lors de l'édition 2022, une attention particulière avait été portée à la pertinence des projets au regard de la gestion des entités paysagères, de l'environnement et du cadre de vie, ainsi qu'à l'intégration de mesures de sobriété énergétique, notamment en matière d'extinction lumineuse.

Ce dispositif s'adresse aux EPCI ayant prescrit ou souhaitant prescrire l'élaboration d'un RLPI. Le cas échéant, les collectivités candidates doivent compléter le dossier mis à disposition par le ministère et prendre contact avec le référent « publicité » de la Direction départementale des territoires (DDT) de leur département, qui accompagne la procédure.

Plusieurs collectivités ont déjà bénéficié de cette aide. Parmi elles, l'Eurométropole de Metz, lauréate en 2022, dont la démarche visait notamment à protéger les espaces à forte valeur paysagère ou patrimoniale, à réduire la densité et les formats de publicités et à lutter contre la pollution lumineuse en imposant des horaires d'extinction plus stricts que ceux du Code de l'environnement.

1.6 Les différentes étapes d'élaboration du RLPi

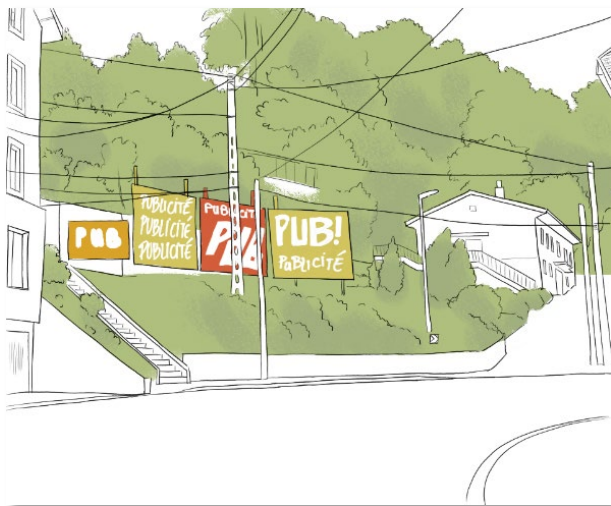
		Etapes nécessaires	Délais estimés	Principaux objectifs
Concertation grand public + acteurs concernés + PPA Collaboration avec les communes		Délibération	T	Définir les principales orientations : vers où veut-on aller ?
		Diagnostic	T + 4 mois	Identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales...).
		Scénarios et valorisation paysagère	T + 7 mois	Échanger avec les différents acteurs du territoire. Définir les orientations et préciser les objectifs du RLPi en matière de publicités et d'enseignes, notamment de densité et d'harmonisation.
		Rapport de présentation	T + 10 mois	Expliquer les choix retenus au regard des orientations et des objectifs.
		Transcription réglementaire	T + 15 mois	Concevoir un zonage et une réglementation plus proches des caractéristiques de votre territoire.
		Arrêt du règlement local de publicité	T + 20 mois	Clore des études d'élaboration. Transmettre aux personnes publiques associées et à la CDNPS (Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites).
		Enquête publique	T + 21 mois	Établir le bilan des concertations, avis du commissaire enquêteur.
		Approbation du RLPi	T + 22 mois	Approuver le Règlement Local de Publicité intercommunal.

1.7 Comment un RLPi peut transformer nos territoires

À travers quelques exemples concrets, sont illustrées les possibilités offertes par la mise en place d'un RLPi pour mieux maîtriser la publicité sur nos territoires.

PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Avant



La superposition de panneaux publicitaires nuit à la lecture du paysage et à l'image du territoire.

Après avec RLPi



Un RLPi permet de limiter leur nombre et leur format pour une intégration plus harmonieuse.

Avant



Dans certains secteurs, la multiplication des panneaux publicitaires crée une surcharge visuelle.

Après avec RLPi



Le RLPi permet d'encadrer la publicité pour limiter ce phénomène et préserver les paysages.

ENSEIGNES

Avant



Les enseignes excessivement grandes ou colorées peuvent rompre l'harmonie des rues et détériorer l'image du territoire.

Après avec RLPi



Avec un RLPi, il est possible de définir des règles sur la taille, la couleur et la typographie des enseignes, pour créer une continuité visuelle et préserver le paysage urbain.

ENSEIGNES ET VITRINES LUMINEUSES

Avant



Après avec RLPi



Le RLPi permet de définir des règles plus strictes que la réglementation nationale concernant l'extinction lumineuse des vitrines le soir, afin de limiter la pollution lumineuse.

2. Retour d'expérience : la démarche RLPi du Grand Verdun

2.1 Le territoire du Grand Verdun : analyse et enjeux

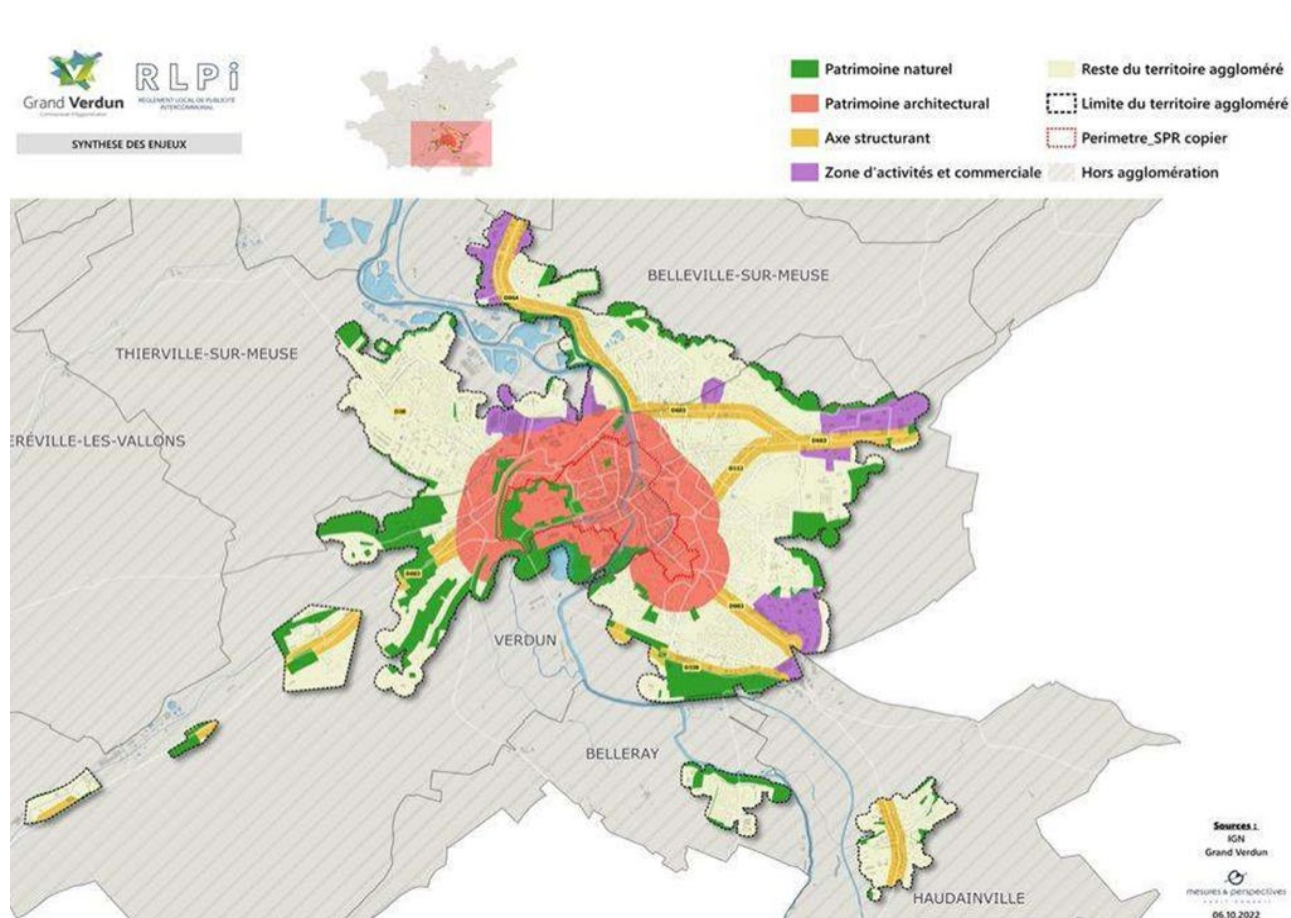
La Communauté d'Agglomération du Grand Verdun s'est engagée en 2023 dans une démarche d'élaboration d'un RLPi. Avant cela, seule la Ville de Verdun disposait d'un Règlement Local de Publicité (RLP), tandis que les autres communes appliquaient le Règlement National de Publicité (RNP), entraînant ainsi une disparité des règles sur le territoire.

Face à ces enjeux, la Communauté d'Agglomération a souhaité engager une démarche intercommunale afin de mieux encadrer la publicité tout en répondant aux besoins des acteurs économiques.

Le territoire du Grand Verdun se distingue par un cadre historique et paysager singulier, marqué par une richesse patrimoniale assez exceptionnelle. Cette mémoire encore très présente confère au territoire une forte identité paysagère et symbolique. Les traces du passé, fortifications, monuments, nécropoles et paysages chargés d'histoire, participent à la qualité et à la sensibilité du cadre de vie.

Le territoire présente également une grande diversité naturelle et paysagère, organisée autour de plusieurs unités majeures qui façonnent son identité visuelle et écologique. L'élaboration du RLPi du Grand Verdun s'inscrit ainsi dans une démarche de cohérence territoriale et de préservation du cadre de vie. Une cartographie des secteurs à enjeux permet de visualiser les zones où la protection du patrimoine, des paysages et de l'attractivité économique nécessite une attention particulière.

Secteurs à enjeux



Source : Support de présentation Communauté d'Agglomération du Grand Verdun

Pour cette démarche, plusieurs orientations ont été retenues. Il s'agit de préserver l'attractivité économique tout en encadrant la publicité dans les zones d'activités, d'harmoniser la réglementation sur l'ensemble du territoire intercommunal, de protéger le patrimoine bâti et paysager, notamment dans les centres anciens et les entrées de ville, et de réduire la pollution lumineuse et énergétique grâce à des règles d'extinction nocturne et à la limitation des dispositifs lumineux. La prise en compte des nouvelles formes de communication visuelle, notamment les dispositifs numériques et les vitrines lumineuses, fait également partie des priorités.

Ces orientations se traduisent concrètement par la limitation de la densité des dispositifs, la réglementation de la publicité numérique et du mobilier urbain, la protection des ronds-points et des secteurs à forte valeur paysagère, ainsi que par la fixation d'horaires d'extinction pour les dispositifs lumineux.

2.2 Témoignage : l'élaboration du RLPi au Grand Verdun

Suite à la démarche d'élaboration du RLPi, Emmanuelle FRANCOIS, directrice du service Urbanisme & Habitat du Grand Verdun, a accepté de partager son retour d'expérience. Elle a répondu aux questions suivantes :

- **Concernant l'état d'avancement du RLPi du Grand Verdun :**

Le RLPi est finalisé et prêt à être arrêté mais n'est pas encore approuvé. La collectivité a choisi de synchroniser son approbation avec celle du PLUiH pour des raisons de cohérence technique et d'économie d'échelle.

Le RLPi a été prescrit dans la foulée du PLUiH, accompagné d'un site patrimonial remarquable sur Verdun. La volonté politique forte de valorisation de l'architecture et du patrimoine a motivé cette démarche. Auparavant, seule Verdun disposait d'un règlement de publicité depuis 1996, devenu caduc, ce qui créait des incohérences sur certaines zones d'activité intercommunales.

- **Quels sont les principaux atouts d'un RLPi pour votre territoire ?**

Les principaux atouts identifiés sont la protection patrimoniale et architecturale, particulièrement marquée sur le périmètre du site patrimonial remarquable. Le RLPi permet également de préserver l'architecture de la reconstruction dans les villages et de protéger les paysages ruraux. Il permet aussi au maire de reprendre la main sur la police de la publicité, auparavant gérée par la DDT.

- **Quelles ont été les principales contraintes rencontrées ?**

L'élaboration du RLPi s'est globalement bien déroulée, qualifiée de « *long fleuve tranquille* ». Le portage politique fort du président, la participation active des maires et l'accompagnement constructif des personnes publiques associées (UDAP, services de l'État) ont facilité le processus. Les enseignants du secteur se sont montrés plutôt favorables, à l'exception d'une société qui a exprimé des réticences via le syndicat de la publicité. Le principal point négatif reste le faible engagement des habitants lors de la concertation : seulement six personnes présentes à la réunion publique, dont quatre de l'agglomération.

- **Pour ce qui concerne les enseignes, comment vous êtes-vous organisés ?**

En zone patrimoniale, les règles imposent des lettres découpées, limitent le nombre d'enseignes (une parallèle, une perpendiculaire) et interdisent les enseignes scellées au sol.

À l'échelle de l'agglomération, les enseignes au sol sont limitées à 6 mètres carrés. La taille des écrans en vitrine est également limitée. Les horaires d'extinction sont fixés de 22h à 6h, plus restrictifs que la réglementation nationale, en cohérence avec l'extinction de l'éclairage public.

- **Avez-vous obtenu des aides financières ?**

Oui, la collectivité a bénéficié d'une subvention de 10 000 euros dans le cadre de France Relance. Cette aide a été obtenue suite à la participation à un appel à projets valorisant l'intégration de dispositions de la loi Climat et Résilience (horaires d'extinction, limitation des enseignes lumineuses). L'appel à projets sélectionne en général deux ou trois lauréats par région.

- **Comment s'est organisée la gouvernance du projet ? (comité de pilotage ? référents communaux ?)**

La gouvernance s'est appuyée sur les instances existantes de la Communauté d'Agglomération : COPIL et COTEC. Le COTEC réunissait les personnes publiques associées, les représentants des commerçants verdunois, la CCI, l'UDAP et les services de l'État. Le COPIL comprenait les représentants techniques, le président, les élus communautaires et municipaux à l'économie et au commerce, ainsi que les chefs de service. La conférence des maires était associée à chaque grande étape avant passage en conseil communautaire.

- **Avec du recul, quels conseils donneriez-vous à un territoire qui envisage de lancer un RLPi ?**

Le premier conseil est de s'assurer d'un portage politique fort du président de l'agglomération. Le choix d'un bureau d'études compétent est également crucial. Il est essentiel de vérifier en amont que les services disposent de l'ingénierie nécessaire pour instruire les demandes d'enseignes une fois le document approuvé. La concertation avec les communes membres est également un facteur de réussite.

- **Y a-t-il des choses que vous auriez faites différemment ?**

La concertation aurait pu être plus innovante face à la faible mobilisation citoyenne. Les outils classiques (registres de concertation, réunions publiques) se sont révélés peu efficaces. Une réflexion sur la communication et des modalités de concertation plus modernes aurait pu améliorer la participation.

Pour conclure cet échange, Emmanuelle FRANCOIS a souligné leur satisfaction quant à cette démarche, notant qu'aucun problème majeur n'a été rencontré et que tout s'est déroulé de manière satisfaisante. Ainsi, un RLPi peut véritablement constituer un outil au service des territoires, permettant à la fois de valoriser les espaces, de préserver leur patrimoine et d'encadrer la publicité extérieure de manière cohérente.

3. Un levier d'action pour maîtriser et valoriser l'affichage sur le territoire de la Lorraine Nord

3.1 Les dispositifs publicitaires dans nos paysages : constats et enjeux

Dans nos territoires, la question de la publicité extérieure prend aujourd'hui une importance croissante. De nombreux secteurs se trouvent en effet saturés de dispositifs publicitaires, dont la multiplication altère progressivement l'image de nos espaces de vie. Dans certaines communes de la Lorraine Nord, plusieurs panneaux se superposent, implantés sans cohérence, au détriment des entrées de ville, des zones commerciales et parfois même des secteurs patrimoniaux. Cette abondance brouille la lisibilité des espaces, accentue les désordres visuels et contribue à la dégradation de l'identité paysagère des territoires.



Source : Google Street View

À terme, cette situation peut entraîner une véritable perte d'attractivité. Des entrées de ville encombrées ou des secteurs commerciaux désordonnés renvoient l'image d'un territoire moins soigné, moins harmonieux et donc moins accueillant, que ce soit pour les habitants, les visiteurs ou encore les investisseurs potentiels.

À cette prolifération de panneaux s'ajoute un phénomène en forte progression : celui des supports lumineux. Publicités rétroéclairées, enseignes animées, vitrines très éclairées... leur multiplication répond certes à une recherche de visibilité accrue, mais elle génère également de nouvelles problématiques. Outre les nuisances visuelles, ces dispositifs contribuent à une consommation énergétique importante et accentuent la pollution lumineuse. Dans un contexte où la transition écologique impose davantage de sobriété, ils apparaissent souvent en contradiction avec les objectifs de réduction de l'empreinte énergétique. Ils peuvent également affecter la qualité de vie des habitants, avoir

un impact sur la biodiversité, notamment par les nuisances nocturnes qu'ils produisent, et poser des enjeux de sécurité pour les usagers de la route exposés à des messages trop lumineux ou changeants.

La réglementation nationale encadre déjà ces pratiques, notamment à travers l'instauration d'horaires d'extinction pour les publicités, enseignes et vitrines. Toutefois, ces règles générales se révèlent parfois insuffisantes ou inadaptées aux spécificités locales. C'est précisément à ce niveau que le RLPi trouve toute sa pertinence, il permet d'ajuster et de renforcer ces prescriptions en fonction des enjeux propres à chaque territoire, par exemple en fixant des plages d'extinction plus strictes ou en limitant la densité des dispositifs lumineux.

La question des enseignes complète enfin ce constat. Leur hétérogénéité, marquée par des dimensions parfois excessives ou un manque d'intégration architecturale, contribue au sentiment général de désordre visuel. La présence d'enseignes obsolètes ou abandonnées, témoignant d'activités aujourd'hui disparues, accentue encore la dégradation de certains espaces urbains. Pourtant, des alternatives existent : des dispositifs plus sobres et mieux intégrés, comme les enseignes en lettres découpées, permettent à la fois de respecter les façades, de valoriser le patrimoine bâti et d'améliorer la qualité paysagère.

C'est pour répondre à l'ensemble de ces enjeux, que de plus en plus de collectivités choisissent d'engager une démarche RLPi.



Source : AGAPE

3.2 Pourquoi engager une démarche RLPi ?

Face à l'évolution des pratiques publicitaires et à la diversification des dispositifs, de plus en plus de collectivités s'engagent aujourd'hui dans l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal.

Si la réglementation nationale pose un cadre général, elle ne permet pas toujours d'apporter des réponses suffisamment fines aux spécificités territoriales. Le RLPi offre ainsi aux collectivités la possibilité de reprendre la main sur l'encadrement de la publicité extérieure, en adaptant les règles aux réalités locales et aux orientations du projet de territoire.

Conçu à l'échelle intercommunale, le RLPi favorise une approche collective et concertée, garante d'une réglementation plus lisible, cohérente et partagée entre les communes. Il s'inscrit dans le respect du principe de liberté d'expression rappelé par le Code de l'environnement, en cherchant non pas à restreindre la publicité, mais à en organiser les modalités de manière équilibrée.

Le RLPi doit ainsi être appréhendé non comme une contrainte supplémentaire, mais comme un outil stratégique permettant aux collectivités d'agir de façon maîtrisée sur l'évolution de leur territoire.

3.3 PLUi et RLPi : des documents complémentaires au service du projet de territoire

Annexé au Plan Local d'Urbanisme intercommunal, le Règlement Local de Publicité intercommunal s'inscrit pleinement dans la mise en œuvre du projet de territoire porté par le PLUi. S'il intervient sur un champ spécifique, la publicité, les enseignes et les préenseignes, il constitue un levier opérationnel au service des orientations stratégiques définies à l'échelle intercommunale.

Là où le PLUi fixe une vision globale du territoire, en matière de qualité paysagère, de cadre de vie, d'attractivité économique ou de valorisation des espaces urbains et des entrées de ville, le RLPi en assure une traduction concrète à travers des règles adaptées à l'affichage. Il permet ainsi d'encadrer les dispositifs publicitaires de manière cohérente avec les ambitions urbaines et paysagères du territoire.

Par son approche différenciée, le RLPi adapte les prescriptions aux caractéristiques et aux usages des différents secteurs, contribuant à une meilleure intégration de la publicité dans le paysage urbain et bâti, tout en accompagnant l'activité économique locale. Il participe en ce sens à la construction d'une image lisible et qualitative du territoire intercommunal.

En complément du PLUi, le RLPi permet ainsi de dépasser une approche communale fragmentée au profit de règles partagées, protectrices et stratégiques, renforçant la cohérence globale du projet de territoire.

conclusion



Aujourd'hui, une publicité mal maîtrisée peut nuire considérablement aux territoires. À l'inverse, lorsqu'elle est encadrée et réfléchie, elle peut jouer un rôle clé en assurant une bonne lisibilité pour les acteurs locaux.

Dans un contexte où la publicité traditionnelle tend à perdre en efficacité, il devient essentiel de privilégier des dispositifs harmonieux, cohérents et adaptés aux paysages, plutôt qu'une multiplication de panneaux publicitaires. Le Règlement Local de Publicité intercommunal constitue en ce sens un outil pertinent pour limiter la pollution visuelle, structurer l'implantation des dispositifs et valoriser les paysages.

Pour la Lorraine Nord, il représente une opportunité concrète de renforcer l'identité du territoire et de garantir une publicité lisible et cohérente, tout en prenant en compte l'ensemble des enjeux territoriaux.

Contacts

Rédaction : **Lisa CAPELLE**, Assistante d'études planification

Illustration : Andy NAUD, Chargé d'études Projets Urbains et Infographie

Infographie : Virginie LANG-KAREVSKI, Chargée d'études Communication et Infographie



mémo



Agence d'Urbanisme et de Développement Durable Lorraine Nord

Espace Jean Monnet | Eurobase 2 | Pôle Européen de Développement | F-54810 LONGLAVILLE

tél : (+33) 03 55 26 00 10 | www.agape-lorrainenord.eu | agape@agape-lorrainenord.eu