

AFFAIRE N° 4

MODIFICATION DU REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE
EN VIGUEUR A SAINT-DENIS

DESIGNATION DE TROIS CONSEILLERS MUNICIPAUX
POUR FAIRE PARTIE DU GROUPE DE TRAVAIL

LE SECRETAIRE DONNE LECTURE DU RAPPORT.

Mesdames, Messieurs et Chers Collègues,

Par délibération en date du 15 décembre 1988 (affaire n° 6), le précédent Conseil Municipal a engagé la procédure de modification du Règlement Local de la Publicité en vigueur depuis le 24 mars 1988 sur le territoire de la Commune de Saint-Denis.

Cet aménagement doit venir corriger et préciser certaines règles tenant compte de la mise en oeuvre actuelle pour permettre une meilleure harmonisation de l'implantation des panneaux publicitaires sur le territoire communal.

Pour cela, un Groupe de Travail est actuellement constitué par le Préfet.

Il comprend, en nombre égal, d'une part, le Maire avec voix prépondérante et trois membres du Conseil Municipal et, d'autre part des représentants (quatre) des services de l'Etat. Y sont associés, avec voix consultative, des représentants des Chambres Consulaires, des professions directement intéressées et des associations de protection du cadre de vie et de l'environnement.

Il appartient à votre assemblée de désigner les trois représentants de la Commune pour faire partie de ce Groupe de Travail.

La note annexée à la présente délibération récapitule de manière générale les grandes lignes de la réglementation et les étapes suivies dans l'élaboration et l'exécution de ce dossier.

Le projet modifié reviendra ultérieurement devant vous pour approbation, avant sa mise en oeuvre définitive par arrêté municipal.

LE MAIRE : Je propose de désigner Monsieur Gabriel ARMOUDOM, Monsieur Daniel TOUSSAINT et Monsieur Franchin RAMIDGE-BANE pour faire partie du Groupe de Travail chargé de la modification du Règlement Local de la Publicité en vigueur sur le territoire communal.

Y a-t-il des questions ? Oui. Monsieur BOX vous avez la parole.

M. BOX D. : Je fais référence à la Réglementation proprement dite qui est jointe au texte du rapport.

A ce propos, il me paraît extrêmement difficile de réglementer les panneaux publicitaires sur Saint-Denis. Ils sont placés un peu partout ; ce qui est guère esthétique.

Au niveau de ce document, en fin de texte, il est précisé que la taxation de la publicité permettra, par le système déclaratif, de connaître les emplacements et dimensions des panneaux et de contrôler les infractions.

Cependant, certaines agences ou personnes ne seraient-elles pas tentées d'implanter des panneaux ici ou là, sans pour autant payer la taxe correspondante, échappant ainsi à ce contrôle ?

Je crois que nous devrions être très vigilants sur ce point.

En allant à Gillot, en direction de Sainte-Marie, ou même à la Montagne, nous pouvons constater que les panneaux sont implantés partout, réalisés dans des matériaux disparates (en fer, en bois...). De fait, l'ensemble est inesthétique. Nous devrions donc sévir davantage dans ce domaine et également être plus précis au niveau de la Réglementation -qui sera effectivement difficile à appliquer, puisqu'il s'agit d'un document intéressant les commerçants, les industriels-. Il faudrait, je crois, approfondir ce point précis.

LE MAIRE : Bien que cela ne soit pas l'objet de la délibération, je propose à la Commission ECONOMIE de se pencher rapidement sur ce dossier, de façon à ce que les représentants de la Mairie puisse s'enrichir des réflexions des uns et des autres sur la question et défendre valablement le problème.

Je mets cette affaire aux voix.

Oppositions ? Non. Abstentions ? Neuf. Pour ? (ensemble des autres Conseillers présents).

Le rapport est adopté à l'UNANIMITE DES VOTANTS.

Messieurs Gabriel ARMOUDOM, Daniel TOUSSAINT et Franchin RAMIDGE-BANE sont également désignés pour faire partie du Groupe de Travail chargé de la modification du Règlement Local de la Publicité.

DEPARTEMENT DE LA REUNION

COMMUNE DE SAINT-DENIS

Administration Municipale

REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE DES ENSEIGNES

I) PRESENTATION DU REGLEMENT

1°) Elaboration

- Principe : adaptation des règles nationales (Loi du 29 décembre 1979) aux circonstances locales,
- Décision : délibération du Conseil Municipal de Saint-Denis du 29 mars 1985 (affaire n° 43),
- Mise en vigueur : arrêté municipal n° 282/88 du 24 mars 1988.

2°) Contenu général

La réglementation traite :

2-1 des types d'affichage

- . affichage publicitaire (auquel sont assimilées les préenseignes),
- . enseignes commerciales,
- . affichage sur mobilier urbain municipal (qui suit les règles de la publicité),
- . véhicules publicitaires ;

2-2 des formes d'affichage

- . publicité lumineuse, non lumineuse...

2-3 des supports d'affichage

- . dispositifs scellés au sol, plaqués sur murs, murs peints...



2-4 des lieux d'affichage

- . le règlement établit des zones spécifiques à la publicité et aux enseignes.

Chaque zone définit les conditions d'apposition de l'affichage (hauteur, superficie, densité...) de manière plus ou moins restrictive que le Règlement National selon que l'on se situe

- dans une ZONE DE PUBLICITE AUTORISEE (Z.P.A.) qui réintroduit la publicité hors agglomération, là où elle était auparavant interdite ;
- dans une ZONE DE PUBLICITE ELARGIE (Z.P.E.) qui assouplit les règles nationales lorsque l'affichage est déterminant de l'animation commerciale ou du dynamisme économique du secteur ;
- dans une ZONE DE PUBLICITE RESTREINTE (Z.P.R.) où l'apposition de l'affichage est plus contraignante lorsqu'il y a lieu de protéger les lieux sensibles à caractère historique, architectural...

3°) Zonage de la publicité

3-1 Les secteurs les moins contraignants : Z.P.A. et Z.P.E.

- La Z.P.A. est située près de la Station d'Épuration de la Jamaïque et correspond à l'implantation d'un panneau d'information municipale d'entrée de ville pour les manifestations marquantes.
- La Z.P.E. correspond aux Zones d'Activités économiques (Chaudron, Moufia, Butor) et à l'axe commercial C.D. 44/Rue Maréchal Leclerc.

3-2 Les secteurs les plus contraignants : Z.P.R.

- Z.P.R. 1 : l'agglomération basse fortement urbanisée qui offre peu de perspectives sensibles à protéger mais où la publicité reste à contrôler ;
- Z.P.R. 2 : la ville basse et les rampes qui offrent des points de vue à protéger sans pour autant y proscrire la publicité ;
- Z.P.R. 3 : la portion correspondant au Front de Mer entre le Pont du Butor et l'U.M.A.B. (entrée de ville) où la publicité est fortement réglementée (une seule rangée, esthétique, densité...) ;



- Z.P.R. 4 : le centre ancien lié à l'histoire regroupant les quartiers administratifs et commerçants où la quantité et la superficie des dispositifs sont très réduites ;
- Z.P.R. 5 : la publicité y est interdite ; elle comprend l'axe "prestigieux" de Saint-Denis, reliant ses deux espaces verts principaux du Barachois jusqu'au Jardin de l'Etat la façade maritime depuis l'entrée de ville à l'ouest jusqu'au Pont du Butor.

Des micro-zones dérogatoires permettent l'affichage pour l'information municipale (Hôtel de Ville, notamment).

4°) Zonage des enseignes

La réglementation y est beaucoup plus souple, l'enseigne commerciale étant déterminante de l'activité des commerces.

- Zone A : elle couvre la Rue Maréchal Leclerc jusqu'à la Maison BARRE ; la réglementation nationale s'y applique avec une tolérance supplémentaire vis-à-vis des enseignes apposées perpendiculairement devant les balcons ;
- Zone B : les restrictions y sont plus importantes ; elle comprend la Rue de Paris et l'Avenue de la Victoire à protéger ; en plus du Règlement National :
 - les enseignes sur garde-corps de balcon sont interdites,
 - n'est autorisée qu'une seule enseigne par façade et par établissement,
 - les enseignes commerciales à caractère publicitaire sont interdites ;
- Zone C : le reste du territoire de la Commune ; la réglementation nationale s'applique avec une interdiction supplémentaire concernant les enseignes sur garde-corps de balcon.

5°) Affichage sur mobilier urbain

Il correspond à la nécessité d'informer les administrés -cet affichage étant couramment répandu en métropole- et de lutter contre l'affichage sauvage en offrant des supports à cet effet.

- Affichage d'opinion et de la vie associative qui répond à une obligation légale pour la Commune (superficie d'affichage de 62 m² dont 26 m² en centre-ville).
- Affichage de spectacles et culturel (colonne-Morris et mâts porte-affiches).





- Affichage électronique (journaux lumineux).

Des appels d'offres sont en cours pour la constitution et l'entretien de ce mobilier urbain.

II) PROCEDURE ENGAGEE DE MODIFICATION DU REGLEMENT

1°) Mesures transitoires

Tous les dispositifs implantés avant l'entrée en vigueur du Règlement Local ont un délai de deux ans pour se mettre en conformité (soit avant le 24 mars 1990), sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation nationale antérieure (Loi du 29 décembre 1979).

Les panneaux placés après le 24 mars 1988 doivent être en conformité avec le Règlement Local.

2°) Poursuites d'infractions

- Le service dispose d'un enquêteur pour vérifier sur le terrain l'implantation des panneaux en accord avec la réglementation.

Une liste actualisée exhaustive des panneaux publicitaires est en cours d'élaboration, de nombreux panneaux ayant été détruits par le cyclone FIRINGA et réimplantés ailleurs depuis.

- Le service a déjà lancé des procédures d'infraction par voie amiable (enlèvement sous délai, en accord avec la société) ou contentieux (point de la réglementation à préciser) ; il est surtout intervenu sur les réseaux de panneaux mis en place par les agences de publicité.

- La taxation de la publicité qui permet, par le système déclaratif, de connaître les emplacements et dimensions des panneaux sert au contrôle des infractions.

*

*

*

