

RAPPORT N° 97/8-50
au Conseil Municipal

OBJET

NOUVEAU REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE DE SAINT DENIS

Par délibération n°95/4-40 en date du 22 juillet 1995, vous avez décidé de mettre en oeuvre la procédure de modification du règlement local de la publicité en vigueur depuis 1988 sur le territoire communal, ceci afin de protéger l'environnement et le cadre vie en intégrant les nouvelles zones d'urbanisation dans le règlement.

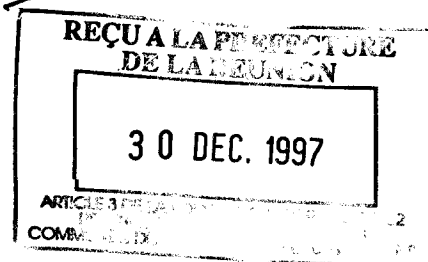
Le groupe de travail constitué par le Préfet (composé à représentation égale des administrations, de représentants de professionnels et d'associations de défense du cadre de vie et de l'environnement) a établi un projet de règlement qui a déjà reçu l'avis favorable de la Commission Départementale des Sites.

Conformément à la procédure, il vous appartient aujourd'hui de vous prononcer sur ce projet avant sa mise en application définitive par arrêté du Maire.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.

LE MAIRE

Michel TAMAYA



COMMUNE DE SAINT-DENIS

REPUBLIQUE FRANCAISE

**DELIBERATION N° 97/8-50
du Conseil Municipal
en séance du vendredi 19 décembre 1997**

OBJET

NOUVEAU REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE DE SAINT DENIS

Vu la Loi N° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des Communes, des Départements et des Régions ;

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales ;
Sur le rapport 97/8-50 du Maire

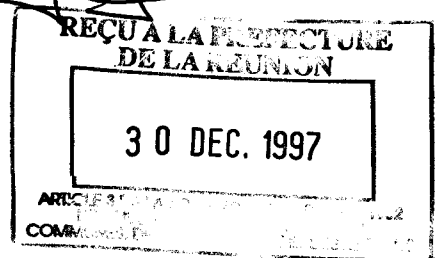
Vu le rapport de Monsieur Dominique RIVIERE, dixième adjoint
Présenté au nom des Commissions Aménagement, Développement Economique /
Economie Alternative et Entreprise Municipale Finances ;
Sur l'avis favorable desdites Commissions ;

**APRES AVOIR DELIBERE
A L'UNANIMITE DES VOTANTS**

Approuve le nouveau règlement local de la publicité de Saint-Denis, annexé au rapport.

Pour extrait certifié conforme
Fait à Saint-Denis,
le **26 DEC. 1997**

**LE MAIRE
Michel TAMAYA**



19 DEC. 1997

ANNEXE AU RAPPORT N° 97/8-50
du Conseil Municipal
en séance du vendredi 19 décembre 1997

NOUVEAU REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE DE SAINT DENIS



LE MAIRE

PRESENTATION DU PROJET DE REGLEMENTATION

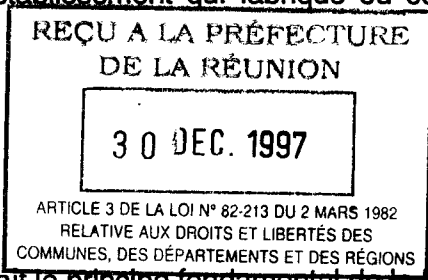
DEFINITIONS

Enseigne : toute inscription, en forme ou image apposée sur un immeuble (bâti ou non) et relative à une activité qui s'y exerce.

Préenseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble (bâti ou non) où s'exerce une activité déterminée.

Publicité : à l'exclusion des enseignes et 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 lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.

Enseigne publicitaire : publicité faite sur l'établissement qui fabrique ou commercialise le produit objet de la publicité.



I - OBJECTIFS

L'article 1er de la loi du 29 décembre 1979 reconnaît le principe fondamental de la liberté d'affichage : -chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, qu'elles qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions de la présente loi-. Depuis cette date les lois et règlements sont largement intervenus pour limiter et contrôler cette liberté d'affichage. Au-delà des objectifs initiaux relatifs à a sécurité routière, l'évolution de la réglementation est marquée par une volonté croissante de protection de l'environnement et du cadre de vie traduite notamment dans la loi 95-101 du 02 février 1995.

Le premier objectif poursuivi par la commune de Saint-Denis vise à mettre en cohérence la réglementation municipale de la publicité avec l'évolution de la réglementation nationale.

Par ailleurs, le schéma directeur de la ville de Saint-Denis, réalisé en 1993, a défini les grands axes d'organisation fonctionnelle et de développement urbain de la commune. C'est l'image de Saint-Denis pour les vingt ans à venir qui a été projetée.

L'une des caractéristiques principales du schéma directeur réside dans l'impact de grands projets d'infrastructure qui vont contribuer à modeler une nouvelle image urbaine.

Parmi les aménagements structurants on peut citer :

F Au plan des infrastructures routières et de déplacement

- l'aménagement du Boulevard Jean Jaurès comme boulevard urbain
- le Transport en Commun en Site Propre
- l'aménagement et la requalification du Front de Mer

F Au plan de la structure urbaine

- la mise en valeur patrimoine et architecturale du Centre-Ville historique
- la création du Parc Urbain de la Trinité
- le marquage paysager des entrées de ville
- la structure des écarts

F Au plan économique

- la création du Parc Technologique sur les terrains du CERF
- la mise en valeur des zones d'activités
- la revitalisation commerciale du Centre-Ville

L'objectif de la commune est aussi d'adapter le règlement de la publicité aux grands projets urbains de la ville de Saint-Denis.

D'un point de vue réglementaire, les dispositions en matière d'affichage publicitaire doivent en outre être cohérentes avec le Plan d'Occupation des Sols et les dispositions relatives à la Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (ZPPAUP), dès son entrée en application.

II - CONTENU GENERAL

La réglementation de la publicité traite :

A - Des types d'affichage

- L'affichage publicitaire
- Les enseignes et les pré enseignes
- L'affichage sur mobilier urbain
- L'affichage sur véhicules publicitaires
- L'affichage sur d'autres supports que ceux cités ci-dessus (dispositifs gonflables ...)

B - Des formes d'affichage

Dispositifs lumineux, non lumineux

C - Des supports d'affichage

Dispositifs scellés au sol, sur autres supports (murs ...)

D – Des lieux d’affichage

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

Chaque zone définit des 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 les différentes zones de publicité restreintes adoptées dans le règlement.

Cinq zones de publicités restreintes ont été validées, la numérotation indique une restriction croissante (qui joue sur les interdictions, les hauteurs, les superficies.....).

III – DELIMITATION DES ZONES DE REGLEMENTATION

A – Hors agglomération

Conformément au régime légal de la publicité, toute publicité est interdite en dehors des lieux qualifiés – agglomération – ou – agglomération satellite – par les règlements relatifs à la circulation routière, sauf dans les zones de publicité autorisée (ZPA). Le règlement local ne définit pas de ZPA.

B – En agglomération

Cinq types de zones sont définis (ZPR 1 à ZPR 5) de la moins restrictive à la plus restrictive pour l’affichage. Leurs limites figurent sur les plans annexés au règlement.

- Une zone de publicité restreinte 1 : ZPR 1

La ZPR 1 est destinée à permettre le développement de l’affichage publicitaire en cohérence avec la vocation économique et commerciale des zones d’activités de la Ville. Il s’agit ainsi d’une zone de restriction faible vis-à-vis des prescriptions du cadre national.

- Une zone de publicité restreinte 2 : ZPR 2

La ZPR 2 vise à permettre la présence de l’affichage publicitaire en cohérence avec la vocation urbaine de la ville dans les secteurs ne présentant pas caractéristiques nécessitant une forte limitation de l’affichage publicitaire.

- Une zone de publicité restreinte 3 : ZPR 3

La ZPR 3 regroupe les secteurs de la ville où l’affichage publicitaire peut se déployer en prenant en compte un objectif de qualité du tissu urbain. Les prescriptions du règlement portent principalement sur des critères tels que la densité ou la taille des dispositifs autorisés.

- Une zone de publicité restreinte 4 : ZPR 4

La ZPR 4 isole le secteur du centre-ville historique où l’affichage publicitaire est fortement limité dans l’objectif de préserver la qualité architecturale des bâtiments. Cette zone ZPR 4 recouvre en partie le périmètre indicatif de la zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) telle qu’elle est mentionnée dans le plan d’occupation du sol de la commune.

- Une zone de publicité restreinte 5 : ZPR 5

La ZPR 5 couvre, en zone agglomérée, l'ensemble des sites remarquables sur le plan du patrimoine architectural et des paysages naturels ou urbains. Elle a pour but d'interdire les publicités afin de préserver la qualité des milieux naturels et du cadre de vie.

IV – ZONAGE DES ENSEIGNES

La réglementation y est beaucoup plus souple, l'enseigne commerciale étant déterminante de l'activité des commerces. Le territoire communal représente une seule zone où les règles sont identiques. En cohérence avec la réglementation de la publicité, les ZPR 4 et ZPR 5 prévoient cependant des prescriptions plus restrictives, en raison du patrimoine et du caractère architectural du centre-ville.

V – AFFICHAGE SUR MOBILIER URBAIN

Il correspond à la nécessité d'informer les administrés 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.
- Affichage des spectacles et culturel (colonne-Morris et mats porte-affiches).
- Affichage électronique (journaux lumineux).

VI – MESURES TRANSITOIRES

Tous les dispositifs implantés avant l'entrée en vigueur du nouveau règlement local auront un délai de deux ans pour se mettre en conformité, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation nationale antérieure et au règlement local de la publicité de Saint-Denis antérieur.

NB : Le détail du règlement et les plans des zones peuvent être consultés auprès de la Délégation à l'Economie.