



Avis
de la Commission Départementale de la Nature, des
Paysages et des Sites (CDNPS)
Et
Des Personnes Publiques Associées



**AVIS
de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites
(CDNPS)**

**Formation spéciale dite « Publicité »
Séance du 11 avril 2024**

Sous la présidence de Monsieur Laurent LENOBLE, secrétaire général, sous-préfet de Saint-Denis, s'est réunie le jeudi 11 avril 2024, la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) dans sa formation spécialisée dite « Publicité ».

Participaient à la commission :

Monsieur Laurent LENOBLE, secrétaire général, sous-préfet de Saint-Denis, président

LES REPRÉSENTANTS DE L'ÉTAT :

Le directeur de l'Environnement, de l'Aménagement et
du Logement de la Réunion (DEAL) représenté par
Mme Mélanie MOLIN (2 voix) Présente
La directrice régionale des Affaires Culturelles
représentée par **M. Etienne BERGDOLT** (2 voix) Présent

LES MEMBRES DE LA FORMATION DITE « PUBLICITE » :

M. Bruno Emmanuel ROBERT , Conseiller départemental	Excusé
M. André THIEN-AH-KOON , Maire - commune du Tampon ou son suppléant	Excusé
M. Jean Louis RIVIERE Conseiller municipal - commune de l'Entre-Deux	Absent
M. Frédéric SEGART , Adjoint - commune de Cilaos	Excusé, pouvoir remis à Monsieur LENOBLE
M. Charles MAILLOT , Adjoint - commune de Bras-Panon	Excusé
M. Eric SIBAUD , Urbaniste, Urbaniste	Présent
M. Patrice RIVIERE , Architecte	Excusé
M. Edouard GARON , Ecologie Réunion	Présent (visio)
Mme Brigitte DULLUL , SREPEN	Excusée, pouvoir remis à M. Edouard GARON
Mme Myriam MONZAVI , Paysages de France ou son suppléant	Absente
M. Vincent CHAUSSERIE-LAPREE , Paysages de France	Excusé
Mme Aude MARTINEZ , Affichage CLG	Présente

Mme Lévine CLAIN , JC DECAUX	Absente
M. Thomas LE MAITRE , Réunion affichage Permanent	Absent
M. Jean André RAMSAMY , Réuni Pub	Absent

Avec voix délibérative :

Le maire de la commune de Saint-Paul intéressée par le projet, représenté par **Monsieur Michel CLEMENTE**, adjoint au maire.

Assistaient également :

M. Ludovic LAURET, DEAL, rapporteur, Chargé de mission contentieux pénal de l'urbanisme et publicité

M. Alexandre PIGEOT, chef du Bureau de l'Animation des Instances et de la Coordination Interministérielle (SCOPP - BAICI)

Mme Isabelle SERVEAUX, Gestionnaire de commissions (BAICI)

Mme Peggy PAYET, Assistante de direction (BAICI)

Le quorum étant constitué, le président ouvre la séance et propose de passer à l'examen du dossier suivant :

Affaire n° 02 :

Règlement Local de Publicité de SAINT-PAUL

Projet de RLP arrêté par délibération du conseil municipal du 27 octobre 2022

Rapporteur: DEAL – Monsieur Ludovic LAURET

Le rapporteur fait une présentation du contexte réglementaire de l'affaire et de la saisine de la CDNPS, en application de l'article L. 581-14-1 du Code de l'environnement : avant de soumettre le règlement local de Publicité de la commune à l'enquête publique, le projet est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS).

La commune a choisi la création de deux zones pour les publicités et les pré-enseignes. La ZP1 couvre les zones agglomérées, à l'exception de la zone d'activité de Savanna qui correspond à la ZP2 dans le projet.

Les dispositions relatives aux enseignes et aux dispositifs à l'intérieur des commerces s'appliquent sur l'ensemble du territoire communal, y compris les secteurs situés hors agglomération.

Après échanges entre les membres de la commission, le président invite l'assemblée à se prononcer sur le projet.

L'avis émis par la commission est **favorable** à l'unanimité, avec les recommandations suivantes :

- **supprimer la zone ZP2 qui permet de déroger à l'autorisation de publicité lumineuse dans le secteur de Savanna,**
- **ajouter les enjeux de préservation de l'environnement nocturne, en particulier aux abords des grands espaces écologiques,**
- **ajouter une interdiction d'installation de dispositifs sur les auvents et les marquises,**
- **rappeler l'interdiction de l'installation des publicités dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L581-8 du code de l'environnement,**
- **réduire la superficie des enseignes scellées au sol à 4,7 m² dans le centre historique et à 3 m² dans le périmètre d'un monument historique,**
- **ajouter les cartographies relatives aux zonages du document d'urbanisme en vigueur sur le territoire pour assurer une bonne cohérence entre le PLU et le RLP.**

Le président,
Secrétaire général, sous-préfet de Saint-Denis



Laurent LENOBLE



Avis N° 2024 -009

Nom du projet : PNRun – Règlement Local de Publicité – Commune de Saint-Paul
Adresse : Pôle Citoyenneté et Vie Locale – Direction Cadre de Vie et Propreté
Numéro de dossier : DIR/AD/2024/025

Le Directeur de l'établissement public du Parc national de La Réunion,

Vu le Code de l'environnement, notamment l'article R. 331-4 ;
Vu le décret n° 2007-296 du 5 mars 2007, créant le Parc national de La Réunion,
Vu le décret n° 2014-49 du 21 janvier 2014, approuvant la charte du Parc national de La Réunion fixant les modalités d'application de la réglementation en cœur (MARCœur) et précisant les enjeux du territoire en cœur et en aire d'adhésion,
Vu l'arrêté ministériel du 9 mai 2017 portant nomination du directeur de l'Établissement public du Parc national de La Réunion ;
Vu la délibération CM231219025 prise par la ville de Saint-Paul en date du 19 décembre 2023;
Vu la demande d'avis du Pôle Citoyenneté et Vie Locale, Direction Cadre de Vie et Propreté de la commune de Saint-Paul réceptionnée en date du 19 janvier 2024 et relatif au dossier n° DIR/AD/2024/025 ;

Considérant que l'établissement public du Parc national doit être associé à l'élaboration et aux différentes procédures de révision des schémas de cohérence territoriale et des plans locaux d'urbanisme ;

Considérant que les documents d'urbanisme doivent être compatibles avec les objectifs de protection et les orientations de la charte du Parc national ;

Considérant que le projet de Règlement Local de Publicité se situe sur la commune de Saint-Paul, il est concerné par des espaces en toute, ou partie, inclus dans le cœur et l'aire optimale d'adhésion du Parc national de La Réunion ;

Considérant que les enjeux de la charte du Parc national « préserver la diversité des paysages et accompagner leurs évolutions » et « inverser la tendance à la perte de biodiversité » sont directement liés avec le projet du Règlement Local de Publicité ;

Considérant que le Règlement local de publicité ne doit pas faire obstacle aux dispositions de rangs supérieurs ;

Considérant que les documents de planification, d'aménagement et de gestion des ressources naturelles relatifs à l'agriculture, à la sylviculture, à l'énergie mécanique du vent, aux carrières, à l'accès à la nature et aux sports de nature, à la gestion de l'eau, à la gestion cynégétique, à la gestion de la faune sauvage, au tourisme doivent être compatibles avec les objectifs de protection du cœur de la charte du Parc national de La Réunion ;

Considérant que l'affichage publicitaire constitue un important facteur de dégradation mais aussi de banalisation des paysages, la loi protège fortement les parcs nationaux ; c'est pourquoi dans le cœur de parc, toute publicité est interdite sans dérogation possible (article L581-8 du code de l'environnement) et dans l'aire d'adhésion, la publicité est interdite tant hors agglomération (article L581-7) qu'à l'intérieur des agglomérations (article L581-8) mais peut



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Pitons, cirques et
remparts de l'île de La Réunion
inscrits sur la Liste du patrimoine
mondial en 2010

Parc National de La Réunion

258 rue de la République • 97431 La Plaine-des-Palmistes

Tél. +262 (0) 262 90 11 35 • Fax : +262 (0) 262 90 11 39

www.reunion-parcnational.fr • contact@reunion-parcnational.fr

être réintroduite par le biais d'un règlement de publicité, dans les secteurs agglomérés mais également à proximité immédiate des centres commerciaux situés hors agglomération ;

Considérant qu'entre les territoires du cœur de parc national et de son aire d'adhésion, il existe une solidarité paysagère et écologique qui implique de prendre en compte, d'éviter, de réduire ou de compenser les impacts liés à l'activité humaine dans l'aire d'adhésion ;

Considérant que le projet du Règlement Local de Publicité intègre bien les obligations et les servitudes prévues à l'article L. 331-4 du Code de l'environnement ; que le projet intègre bien les objectifs de protection définis en cœur de parc ;

Considérant que la mise en place du Règlement de Publicité sur le territoire de Saint-Paul participe à l'enjeu 1 de la charte du Parc national « préserver la diversité des paysages et accompagner leurs évolutions », en réglementant l'usage de la publicité extérieure, facteur de dégradation et de banalisation des paysages ;

Considérant que l'établissement public du Parc national en qualité de Personne Publique Associée a bien été associé à toutes les étapes d'élaboration du Règlement Local de Publicité.

Considérant que les propositions réglementaires de ce RLP sont adaptées aux spécificités du territoire et témoignent de l'engagement de la commune de Saint-Paul.

DÉCIDE

Article 1 : Sens de l'avis

Le Directeur du Parc national de La Réunion émet un avis favorable sur le Règlement Local de Publicité de la commune de Saint-Paul sous réserve de prise en compte des remarques ci-dessous.

Article 2 : Remarques

La commune de Saint-Paul a adhéré à la charte du Parc national. Elle dispose donc d'une partie de son territoire en cœur de parc et une seconde en aire optimale d'adhésion. La réglementation de l'affichage publicitaire proposé se décline sur les deux zones (cœur + aire d'adhésion) :

- En cœur de parc, la publicité est interdite ; cet élément est bien rappelé dans le présent document et le RLP proposé est donc conforme
- En aire d'adhésion, il est proposé un maintien de l'interdiction des enseignes et pré enseignes dans les agglomérations situées dans l'aire d'adhésion du parc national de La Réunion.

La proposition d'interdire les enseignes numériques sur l'ensemble des agglomérations (hors aire d'adhésion) y compris au sein de la zone industrielle de Cambaie, située à proximité du corridor écologique de la rivière des Galets, est une proposition qui contribue à la préservation de la biodiversité.

Article 3 : Recommandations

- **Valorisation des paysages proches et lointains**

La mise en place du Règlement Local de Publicité sur la commune de Saint-Paul doit permettre à terme d'améliorer le cadre de vie de la commune de Saint-Paul ; il contribue de fait à la préservation de la qualité et la diversité des paysages réunionnais, notamment sur des



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Pitons, cirques et
remparts de l'île de la Réunion
inscrits sur la Liste du patrimoine
mondial en 2010

Parc National de La Réunion
258 rue de la République • 97431 La Plaine-des-Palmistes
Tél. +262 (0) 262 90 11 35 • Fax : +262 (0) 262 90 11 39
www.reunion-parcnational.fr • contact@reunion-parcnational.fr

espaces peu ou pas impactés (espaces naturels et espaces ouverts qualitatifs) en maîtrisant l'implantation des dispositifs publicitaires.

La réduction de la taille et la densité des panneaux publicitaires sont des facteurs de limitation de la pollution visuelle ; le positionnement des panneaux est également un facteur d'amélioration.

Afin de préserver les espaces ouverts qualitatifs et les vues remarquables des Hauts vers les bas et inversement, l'implantation des dispositifs sur les axes paysagers et/ou les cônes de vue remarquables pourrait être maîtrisée voire exclue.

Pour cela un relevé précis de ces espaces ainsi qu'une proposition de traitement spécifique des enseignes situées sur ou à proximité de ces espaces contribueraient à leur valorisation.

- **Publicités lumineuses par projection ou transparence**

Nous proposons de compléter ce RLP par des préconisations qui concernent les écrans d'information (des communes ou intercommunalités) :

- Temporalité d'extinction des écrans d'information de 21h à 6h,
- L'utilisation de fonds foncés aux communications sur ces écrans dès le coucher du soleil,
- Dans le cas où l'utilisation de fonds foncés n'est pas possible car trop restrictif, une baisse de luminosité des écrans dès le coucher de soleil.

- **Enseignes et pré-enseignes**

En complément des éléments que vous avez listé, nous proposons d'interdire :

- Les enseignes dépassant la hauteur du mur qui les supportent
- Les enseignes lumineuses défilantes et clignotantes
- Les enseignes à faisceaux de rayonnement laser
- Les enseignes de couleur fluorescente.

Article 4 : Autres obligations

Le présent avis n'exonère pas des autres autorisations ou avis requis par la réglementation en vigueur sur le territoire du cœur du parc national.

Article 5 : Notification

Le présent avis est notifié à la commune de Saint-Paul, copie à la DEAL de La Réunion.

À La Plaine-des-Palmistes, le

27 FEV. 2024

Le Directeur

Copies :
PNRUN : Secteur
Ouest, SAADD

Jean-Philippe DELORME

PARC NATIONAL DE LA RÉUNION

Lisa Compain
Chargée d'études
Service Planification et Stratégie Territoriale
Direction de l'Aménagement du Territoire,
de la Planification et de l'Habitat
Tél : 0262 32 31 91

Le Port, le 05 AVR. 2024

Nos réf. : KRONOS/2024D/ 1655/CD-OC-CE-LC
Vos réf. : PCVL-DCVP 5GSD-CS IM"24100041/AF/GB

Monsieur le Maire
Mairie de Saint Paul
Place du Général de Gaulle
CS 51015 - 97864 Saint Paul Cedex

**Objet : Saisine pour avis sur le projet arrêté de
Règlement Local de Publicité (RLP) de la
Ville de Saint-Paul**

Monsieur le Maire,

Vous nous avez sollicité le 17 janvier 2024, pour avis sur le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de Saint-Paul, qui a été arrêté, par délibération en date du 19 Décembre 2023. La collectivité dispose d'un délai de 3 mois pour vous apporter une réponse.

Tout d'abord, il est important de saluer cette démarche comme une avancée en matière de préservation/amélioration du cadre de vie et de la diversité des paysages de la commune, qu'il s'agisse de paysages naturels, agricoles, forestiers ou urbains.

Aussi, vous trouverez ci-dessous l'avis, les questionnements des différentes directions et les points d'amélioration du document.

Concernant l'avis de la Direction de l'Aménagement du Territoire, de la Planification et de l'Habitat, le projet de règlement ne fait pas référence à l'aménagement urbain futur de la ZAC Cambaie Oméga. En effet à terme, un nouveau quartier (3 000 à 4 000 habitants) sera construit avec toutes les fonctions représentées. Il est donc important que ce territoire soit bien rattaché à la zone de publicité n°1 (ZP1) et ne puisse en déroger (fusion des anciennes zones 1 et 2 et ajout de Cambaie, qui correspond à l'ensemble des agglomérations situées en dehors de l'aire d'adhésion du parc national). Il est également nécessaire de préciser la notion d'« interdiction relative ».

Concernant l'avis de la Régie des Ports, il convient d'inclure le port de plaisance au sein du périmètre ZP1. Les interdictions des publicités et enseignes sur les terrasses et toitures sont en adéquation avec les objectifs de la Régie. Un carnet de préconisation pour les espaces publics et devantures commerciales a été intégré à chaque AOT bâtiment sur le port de plaisance. Aussi, est-il possible d'annexer ce document au RLP ou, à défaut, y faire

référence ? Lien internet : <https://www.tco.re/wp-content/uploads/2021/06/cahier-de-preconisations-caue.pdf>. Enfin, concernant les enseignes scellées au sol (article E5 page 14-15), pourriez-vous préciser si le règlement impose une enseigne unique si on scelle l'enseigne au sol ? Est ce qu'il impose aussi que l'enseigne soit obligatoirement scellée au sol lorsqu'il y a un regroupement sur une unité foncière ?

Concernant l'avis de la Direction du Tourisme et de la Culture, il convient d'intégrer au document la nomenclature et les obligations qui découlent du label « Ville & pays d'art et d'histoire ».

Concernant l'avis de la Direction de l'Economie et de l'Insertion, le règlement est conforme aux attentes de la collectivité par rapport aux ZAE.

Au regard de ces éléments, nous émettons donc un avis favorable, souhaitant la prise en compte de nos remarques et questionnements.

Nous restons à votre disposition pour toute demande d'information complémentaire.

Nous vous prions de bien vouloir agréer, Monsieur le Maire, l'expression de notre considération distinguée.

Le Directeur Général des Services

Signé par : Joël Hoareau

Date : 05/04/2024

Qualité : Directeur Général des Services (DGS)



TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

1, rue Eliard Laude - BP 50049
97822 Le Port cedex

Tél : 02 62 32 12 12

courrier@tco.re

www.tco.re

LA POSSESSION | LE PORT | SAINT-PAUL | TROIS-BASSINS | SAINT-LEU



V/Réf. : V/courrier du 17/01/24 reçu le 22/01/24
PCVL-DCVP SGSD N°24100013/AF/GB

N/Réf. : DPE/POED/AA/MA/VH- LD 24 00664

Contact : Vanessa HAW-SHING
Pôle Observatoire Etudes Data
Tél. : (0262) 94 21 26
Email : vanessa.haw-shing@reunion.cci.fr

Monsieur Emmanuel SERAPHIN
Maire de la commune de Saint-Paul

Hôtel de Ville
CS 51015
97864 Saint-Paul Cedex

Objet : Avis sur le projet arrêté de Règlement Local de Publicité (RLP) de Saint-Paul

Monsieur Le Maire,

La CCI Réunion a reçu, le 22 janvier 2024, l'arrêt de projet du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Saint-Paul pour avis, au titre des Personnes Publiques Associées (PPA). Je vous remercie d'avoir associé la CCI Réunion sur les réflexions de ce projet de RLP.

Une lecture attentive de ce document par mes services nous a permis de bien prendre note du diagnostic porté et des orientations retenues par la ville en matière de publicité extérieure. Ainsi, la CCI Réunion émet un **avis favorable au projet de RLP, sous réserve** de la bonne prise en compte des demandes d'ajustements développées ci-après.

1. Publicité extérieure et développement économique

Tout d'abord, nous voulons rappeler que le RLP doit répondre à un double enjeu : protéger le cadre de vie et le patrimoine et réduire la pollution visuelle tout en prenant en compte la nécessité de communiquer et d'être signalées pour les entreprises. En effet, la publicité extérieure contribue à la visibilité des entreprises et de leurs offres, elle est donc indispensable pour garantir le développement économique.

S'agissant des enseignes, nous souhaitons rappeler qu'elles sont un élément fort de signalisation et de mise en valeur pour une entreprise. Les enseignes soulignent aussi la diversité du commerce. Disposer d'une variété d'enseignes mais de qualité est aussi un moyen de mettre en avant la variété de l'offre commerciale et de ne pas « homogénéiser » l'espace urbain.

2. Le diagnostic

Actuellement, la commune de Saint-Paul ne possède pas de RLP.

A noter que la ville de Saint-Paul se distingue par son patrimoine, à travers les classements notamment le label « Ville et Pays d'Art et d'Histoire », et possède de nombreux atouts patrimoniaux reconnus (Cœur du parc National, Grotte du peuplement, Ravine du Bernica, le Musée de Villèle, la réserve naturelle de l'Etang St-Paul, ...) déjà soumis à des protections environnementales.

L'inventaire de terrain a recensé sur le territoire communal de St-Paul près de 1 000 publicités et pré-enseignes (dont 30% non conformes), ainsi que plus de 3 500 enseignes (plutôt en bon état). Le diagnostic estime que le principal problème provient des dispositifs publicitaires (pré-enseignes, enseignes et publicités) scellés ou installés directement au sol, sur un mur ou une clôture ; car nombreux sont non conformes sur les règles nationales d'implantation, de densité, sur le format autorisé, la hauteur ou le nombre, etc...

De manière générale, la CCI Réunion affirme que l'harmonisation et la cohérence des dispositifs est nécessaire pour limiter leur implantation et leur utilisation dans le maintien de la qualité du paysage commercial local.

ADRESSE POSTALE

5 B rue de Paris - CS 31023 - 97404 Saint-Denis Cedex
Tél : 0262 94 20 00 ■ sg-dir@reunion.cci.fr
www.reunion.cci.fr ■ N° SIREN 189 742 117 ■ Code APE 9411Z

Suivez-nous !



www.reunion.cci.fr

3. Les dispositions générales applicables sur les zones de publicité ZP1 et ZP2

Le projet de RLP de Saint-Paul instaure 2 zones de publicité réglementées dans lesquelles s'appliqueront une réglementation plus restrictive que le régime général du Code de l'environnement :

- La ZP1 qui correspond aux zones agglomérées de la Commune de Saint-Paul en dehors de la ZP2 (ce périmètre comprend les centres ville de Saint-Paul et Saint-Gilles, la zone d'activités de Cambaïe, le littoral Boucan Canot à la Saline) ;
- La ZP2 qui concerne toute la zone d'activités de Savanna.

Ce zonage est conçu pour préserver le patrimoine et les paysages, les entrées de villes et les quartiers non investis. Une zone spécifique pour la publicité numérique est également prévue. Par ailleurs, à la réduction des surfaces est combinée une limitation en densité.

4. L'importance de prendre en compte l'émergence des nouveaux moyens de communication : exemple des dispositifs lumineux (numériques)

L'orientation n°3 et 9 prévoit de « limiter l'impact des publicités, pré-enseignes et enseignes lumineuses (numériques) en fixant une plage d'extinction nocturne (entre 21h et 6h) et en réglementant ou interdisant le numérique dans certaines zones et cela y compris à l'intérieur des vitrines ».

Ces orientations se traduisent donc par une interdiction du numérique en ZP1. En revanche, en ZP2, c'est-à-dire uniquement sur le secteur de la zone d'activités de Savanna, le numérique reste autorisé pendant les horaires d'ouverture des activités.

La CCI Réunion attire votre attention sur le déséquilibre du RLP concernant le numérique entre les autorisations laissées en ZP2 et les interdictions en ZP1, comprenant notamment les centres-villes de St-Paul et de St-Gilles, où se concentre aussi l'activité économique. Le projet de RLP bloque la possibilité d'usage d'innovation en centre-ville, notamment sur l'usage de la vidéo ou de l'éclairage, pendant les horaires d'ouverture.

Le RLP est un document s'inscrivant dans la durée et doit nécessairement tenir compte des nouveaux modes de communication innovants, comme la publicité numérique. Globalement, le RLP doit prendre en compte les nouvelles formes d'urbanisations et les technologies existantes et à venir.

5. Prévoir la mise en œuvre d'un comité de suivi du RLP avec les commerçants pour une meilleure connaissance et appropriation du document

De manière générale, la pression de plus en plus forte des règlements sur les entreprises rend difficile le développement de leurs activités. Pour faciliter la compréhension de ce document très complexe par les entreprises, il est important de prévoir une instance de concertation qui pourra émettre un avis sur les demandes des entreprises s'agissant du RLP. A ce titre, un comité de suivi de RLP avec les commerçants, notamment des centres villes de Saint-Paul et de Saint-Gilles, serait à mettre en œuvre.

Il est important de bien accompagner et expliquer ce changement auprès des enseignants, des afficheurs et des professionnels de la publicité. En effet, ces mesures ne seront pas sans incidences sur leur activité car ils devront revoir et adapter complètement leur modèle pour se mettre en conformité. La CCI Réunion le rappelle encore : la mise en place du RLP doit aussi s'accompagner d'une information claire et synthétique sur les nouvelles règles du jeu pour les entreprises et commerçants qui utilisent l'affichage pour se faire connaître. Cette information devra leur préciser : les nouvelles règles en matière de publicité extérieure, l'identification des dispositifs qui devront éventuellement être démontés et ceux qui pourront rester, les délais de mise en conformité. Il est important de mener une concertation continue avec les commerçants, les restaurateurs et les autres entreprises concernées et de diffuser largement la mise en œuvre de ce nouveau RLP (illustration des règles, guide de bonnes pratiques, accompagnement technique...).

Enfin, la CCI Réunion vous relaye les attentes et les préoccupations des chefs d'entreprises et vous rappelle qu'ils sont opposés à l'instauration de toute forme de taxation sur les enseignes et les devantures commerciales, qui viendrait alourdir la pression fiscale locale des commerçants et des entreprises.



Il est important de veiller à concilier, tant le cadre de vie des habitants que les impératifs économiques des entreprises locales (commerçants, prestataires de services, entreprises de production...).

Dans ce contexte, la CCI Réunion est convaincue que vous mettrez tout en œuvre pour que l'application du RLP permette aux entreprises locales de poursuivre leur indispensable développement économique tout en assurant la protection et la valorisation du cadre urbain.

Comptant sur la bonne prise en compte de nos observations et demandes d'ajustements, je vous prie d'agréer, **Monsieur Le Maire**, l'expression de ma considération distinguée.

Le Président,

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
La Réunion
★
Pierrick ROBERT

ADRESSE POSTALE

5 B rue de Paris - CS 31023 - 97404 Saint-Denis Cedex
Tél : 0262 94 20 00 ■ sg-dir@reunion.cci.fr
www.reunion.cci.fr ■ N° SIREN 189 742 117 ■ Code APE 9411Z

Suivez-nous !



www.reunion.cci.fr



Arrivé le
17 MARS 2024



Direction régionale
de la Réunion

Domaine forestier



↳ PCVL

Commune de Saint-Paul
Hôtel de Ville
Place du Général de Gaulle
CS 51015
97864 Saint-Paul Cedex
A l'attention de Monsieur Le Maire

de la Providence
97488 St Denis
Cedex

Saint-Denis, le 20/03/24

Notre référence : DR-SJF-LB/BL-2024
Votre référence : PCVL-DCVP SGSD-CS N°24100053/AF/GB
Dossier suivi par : Renaud MANTOUX
Poste : 06.93.92.62.19 / 02.62.90.48.14
Mél : renaud.mantoux@onf.fr
Objet : **Avis ONF sur le projet arrêté de Règlement Local de Publicité (RLP) de la ville de Saint-Paul**

Monsieur le Maire,

Par un courrier du 17 janvier 2024, vous sollicitez notre avis sur le projet de Règlement Local de Publicité arrêté par le Conseil Municipal de la ville de Saint-Paul par délibération en date du 19 décembre 2023.

L'ONF n'a pas de remarques particulières à apporter concernant ce projet de Règlement Local de Publicité de la ville de Saint-Paul.

Je vous prie d'agréer, Monsieur Le Maire, mes sincères salutations,

Le Directeur Régional

Benoît LOUISIER





**PRÉFET
DE LA RÉUNION**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction de l'environnement
de l'aménagement et du logement
Service aménagement et construction durables**

Affaire suivie par :
Ludovic LAURET
Tél : 02 62 40 27 69
ludovic.lauret@developpement-durable.gouv.fr
Réf : n°2024 - 293

Saint-Denis, le 18 AVR. 2024

Le préfet de la région Réunion

à

Monsieur le maire
Place du Général de Gaulle
97460 Saint-Paul

Objet : avis sur le projet arrêté de Règlement Local de Publicité de Saint-Paul
Annexe : avis détaillé de l'État

Par courrier recommandé en date du 17 janvier 2024, vous m'avez adressé, pour avis, conformément à l'article L.153-16 du code de l'urbanisme, le projet de Règlement Local de Publicité.

- **Sur la procédure d'élaboration du RLP**

La procédure d'élaboration de votre RLP s'est déroulée conformément aux différentes étapes prévues à l'article L 581-14-1 du code de l'environnement :

- par délibérations en date du 01/09/2011, 26/05/2011, du 26/11/2013, du 02/09/2015 et du 27/10/2022, votre conseil municipal a prescrit l'élaboration du RLP qui a été arrêté le 19/12/2023
- la CDNPS a été saisie pour avis le 17 janvier 2024, son avis devra figurer à l'enquête publique.

Les modalités de la concertation énoncées dans la délibération qui prescrit le projet de RLP ont également été respectées. Ainsi, les personnes publiques associées et les citoyens ont pu participer à l'élaboration du dossier.

Les services de l'État ont pleinement été associés à la démarche la participation aux réunions de présentation du projet et la mise en place d'un dispositif d'accompagnement des collectivités porté par la DEAL.

Je vous informe également de l'avis favorable de la CDNPS du 11 avril 2024.

- **Sur la prise en compte des enjeux environnementaux**

Les orientations du RLP de Saint-Paul sont clairement représentées dans la rédaction du dossier, notamment dans la définition des nouvelles dispositions. Celles-ci sont par ailleurs plus restrictives que

la réglementation nationale ce qui témoigne de la volonté de la commune à concourir à la protection du cadre de vie du territoire.

Le document généré présente une approche méthodique, étayée et illustrée, aboutissant à un ensemble de règles dont la concision mérite d'être soulignée. La qualité pédagogique de la partie diagnostic est d'un intérêt certain pour permettre d'attirer le regard des élus et des administrés sur les problématiques de paysages et de pollution des paysages.

La Ville de Saint-Paul propose un projet de règlement local de publicité qui vise à renforcer la protection du cadre de vie. Les principales dispositions du projet ont pour objectif de réduire le nombre de dispositifs publicitaires par unité foncière. La réduction du format publicitaire permettra d'éclaircir l'environnement paysager urbain, notamment le long des axes structurants et à l'entrée des agglomérations. De plus, l'application future de la réglementation sur les enseignes, y compris les petits formats (moins d'un mètre carré), renforcera la protection du cadre de vie sur l'ensemble du territoire en limitant l'impact visuel des enseignes sur l'environnement.

Le zonage défini est en adéquation avec les spécificités paysagères de la commune. Il vise à préserver les territoires des hauts, notamment les aires d'adhésion et le cœur du Parc national, ainsi que les espaces littoraux. Le RLP n'autorise pas l'installation d'enseignes sur les arbres ni dans les plantations, permettant ainsi au patrimoine naturel d'être pleinement visible et limitant les nuisances visuelles.

Par ailleurs, le projet de RLP renforce la lutte contre la pollution lumineuse. Premièrement, l'extension de la plage horaire d'extinction nocturne des dispositifs, entre 21h et 6h du matin, au lieu de 1h à 6h du matin, constitue une mesure forte pour la préservation de la biodiversité, pour la maîtrise de la pression lumineuse et pour la réduction de la consommation énergétique. Cette disposition s'inscrit pleinement dans les principes de la loi Climat et Résilience qui vise à lutter contre le dérèglement climatique et à renforcer la résilience face à ses effets. Deuxièmement, l'encadrement des dispositifs lumineux à l'intérieur des commerces, en limitant la surface cumulée à 1 mètre carré, complète cette stratégie en limitant les impacts des publicités et des enseignes numériques.

- **Les propositions d'améliorations du projet de RLP**

Afin de renforcer l'objectif de protection du cadre de vie, des améliorations pourraient être apportées quant à la présentation et la justification de votre projet de règlement local de publicité.

Je vous invite ainsi à prendre en compte les recommandations suivantes :

- supprimer la zone ZP2 qui permet de déroger à l'autorisation de publicité lumineuse dans le secteur de Savanna
- ajouter les enjeux de préservation de l'environnement nocturne, en particulier aux abords des grands espaces écologiques
- ajouter une interdiction d'installation de dispositifs sur les auvents et les marquises
- rappeler l'interdiction de l'installation des publicités dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L581-8 du code de l'environnement
- réduire la superficie des enseignes scellées au sol à 4,7 m² dans le centre historique et à 3 m² dans le périmètre d'un monument historique
- ajouter les monuments historiques, les sites classés manquants et rappeler les règles en matière d'interdits protecteurs et d'instruction des déclarations préalables
- préciser les règles d'installation des enseignes sur les façades pour une meilleure insertion dans l'architecture des bâtiments
- ajouter les cartographies relatives aux zonages du document d'urbanisme en vigueur sur le territoire pour assurer une bonne cohérence entre le PLU et le RLP.

- corriger les erreurs de rédaction.

Vous trouverez en annexe des informations détaillées sur ces recommandations.

En conclusion, le travail engagé par la commune est d'une grande qualité. Les orientations du RLP de Saint-Paul sont globalement plus restrictives que la réglementation nationale ce qui témoigne de la volonté de la commune à concourir à la protection du cadre de vie du territoire.

J'émet un avis favorable sur le projet du RLP arrêté par votre commune avec les recommandations émises ci-dessous visant à améliorer la qualité et la lisibilité de votre document.

Le directeur de l'Environnement,
de l'Aménagement et du Logement


Philippe BRAMMONT

Copie à : sous-préfecture de Saint-Paul
antenne OUEST de la DEAL

ANNEXE
AVIS DES SERVICES DE L'ETAT
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE SAINT-PAUL

Saint-Paul compte une population de 106 554 habitants répartie sur les agglomérations suivantes : Saint Paul, Saint Gilles les Bains, Ermitage les Bains, Saline les Bains, Bellemène, Bernica, Boucan Canot, Fleuri-mont, L'Éperon, La Plaine, La Saline, Le Bois de Nèfles, Le Guillaume, Plateau Caillou, Savanna et Saint Gilles les Hauts. Vis-à-vis de la réglementation de la publicité extérieure, ce sont les dispositions relatives aux agglomérations, de plus de 10 000 habitants et de moins de 10 000 habitants, faisant partie d'une unité urbaine, qui s'appliquent.

Le document généré présente une approche méthodique, étayée et illustrée, aboutissant à un ensemble de règles dont la concision mérite d'être soulignée. La qualité pédagogique de la partie diagnostic est d'un intérêt certain pour permettre d'attirer le regard des élus et des administrés sur les problématiques de paysages et de pollution des paysages.

La Ville de Saint-Paul propose un projet de règlement local de publicité qui vise à renforcer la protection du cadre de vie. Les principales dispositions du projet ont pour objectif de réduire le nombre de dispositifs publicitaires par unité foncière. La réduction du format publicitaire permettra d'éclaircir l'environnement paysager urbain, notamment le long des axes structurants et à l'entrée des agglomérations. De plus, l'application future de la réglementation sur les enseignes, y compris les petits formats (moins d'un mètre carré), renforcera la protection du cadre de vie sur l'ensemble du territoire en limitant l'impact visuel des enseignes sur l'environnement.

Le zonage défini est en adéquation avec les spécificités paysagères de la commune. Il vise à préserver les territoires des hauts, notamment les aires d'adhésion et le cœur du Parc national, ainsi que les espaces littoraux. Le RLP n'autorise pas l'installation d'enseignes sur les arbres ni dans les plantations, permettant ainsi au patrimoine naturel d'être pleinement visible et limitant les nuisances visuelles.

Par ailleurs, le projet de RLP renforce la lutte contre la pollution lumineuse. Premièrement, l'extension de la plage horaire d'extinction nocturne des dispositifs, entre 21h et 6h du matin, au lieu de 1h à 6h du matin, constitue une mesure forte pour la préservation de la biodiversité, pour la maîtrise de la pression lumineuse et pour la réduction de la consommation énergétique. Cette disposition s'inscrit pleinement dans les principes de la loi Climat et Résilience qui vise à lutter contre le dérèglement climatique et à renforcer la résilience face à ses effets. Deuxièmement, l'encadrement des dispositifs lumineux à l'intérieur des commerces, en limitant la surface cumulée à 1 mètre carré, complète cette stratégie en limitant les impacts des publicités et des enseignes numériques.

Néanmoins, plusieurs remarques nécessitent d'être faites notamment sur la ZP2 zone de Savanna, les monuments historiques, l'absence de certaines dispositions, la rédaction du document et les annexes.

Remarques sur le zonage et l'extinction nocturne des publicités :

La zone de Savanna ZP2 est l'exception qui permettra d'accueillir de la publicité lumineuse. Or sa proximité avec la Réserve Naturelle de l'Étang Saint-Paul nécessite d'approfondir la réflexion sur les risques de pollution visuelle et d'impacts sur la biodiversité, tout particulièrement les espèces nocturnes qui empruntent les corridors écologiques. Si l'extension de la plage horaire d'extinction nocturne de 21h à 6h du matin constitue une orientation en faveur de l'environnement, elle pourrait être davantage renforcée. En effet, le diagnostic réalisé en amont du projet de RLP a relevé que le territoire saint-paulois est préservé des impacts de cette catégorie de publicité. La création d'une zone spécifique (ZP2) autorisant le numérique est de nature à modifier à terme l'espace publicitaire dans ce secteur.

Afin de préserver le patrimoine naturel de La Réunion, il est recommandé de ne pas créer une zone dérogatoire pour le secteur commercial de Savanna et de supprimer la zone ZP2 et dans ce cadre de compléter le projet de RLP en rappelant les enjeux de préservation de l'environnement nocturne.

Des améliorations peuvent être apportées au projet dans le but de préserver davantage les espaces naturels, le cadre de vie et les paysages du territoire en ce qui concerne l'installation de dispositifs sur les auvents et les marquises :

En interdisant l'installation d'enseignes sur les toitures et les terrasses en tenant lieu, le projet de RLP se veut plus restrictif que la réglementation nationale et veille à préserver davantage le patrimoine bâti. **Dans cette logique, il conviendrait d'interdire également l'installation de dispositifs sur les auvents et les marquises car la réglementation nationale permet d'apposer des dispositifs sur ces éléments architecturaux (article R.581-60). Cette interdiction pourrait figurer dans l'article P0.1 (Tome 2, page 6), dans l'article E1 (Tome 2, page 11) et dans les choix retenus (Tome 1, page 84).**

Remarques sur la protection des monuments historiques et sur le centre-ville historique :

- L'orientation 1 du rapport de présentation (page 82) prévoit de ne pas instaurer de dérogation pour les publicités et les préenseignes situées dans les lieux protégés au titre l'article L581-8 du code de l'environnement (*débatu en conseil municipal le 01/06/2023*). Cette disposition qui figure dans la règle nationale nous semble utile à la protection des lieux patrimonielement sensibles, son adoption témoigne d'une volonté affirmée de la commune relative à la protection de son cadre de vie.

Pour une plus grande clarté, il est suggéré de compléter l'article P0.2 par la mention suivante : « A l'intérieur des agglomérations, la publicité demeure interdite dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L581-8 du code de l'environnement (périmètre de monument historique, aire d'adhésion du Parc, site inscrits) ».

- Le règlement permet l'installation des enseignes scellées au sol de 6 m². Cette proportion semble exagérée surtout pour le centre ville historique. Pour mémoire ce même règlement limite la surface de la publicité scellée au sol à 4,7 m² en zone ZP2.

Il est recommandé de modifier l'article E5 du règlement : les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent excéder une surface de 4.7 m², celles installées dans le périmètre d'un monument historique ne pourront excéder la surface de 3 m².

Remarques sur la forme:

Ajout de deux sites protégés et de deux Monuments Historique la page 42 du rapport de présentation :

- site classé de la Ravine Bernica à ajouter page 42
- site classé de la grotte du peuplement à ajouter page 42.
- la Villa Rivière est inscrite sur la liste des Monuments Historiques depuis 1990.
- l'installation hydraulique de la ravine St Gilles a été récemment inscrite au titre des monuments historiques par arrêté du 16/01/2023 (massif maçonné, bief d'évacuation, roue hydraulique, la pompe et ensemble des éléments métallique subsistant situés au lieu dit l'Eperon), ce monument est par ailleurs situé dans le site inscrit de la ravine St Gilles. Un extrait de cartographie est fourni en annexe (la carto est disponible sur l'atlas en ligne accessible au lien suivant : http://atlas.patrimoines.culture.fr/atlas/trunk/?ap_ter=REU).

Remarques sur la rédaction et la présentation :

Dans le TOME 1 :

Page 15 :

La légende du document graphique est peu lisible. L'image présentée n'est pas suffisamment nette.

Page 32 :

Les enjeux sur les routes traversant les mi-pentes et les Hauts sont bien pris en compte et imagés dans la partie décrivant les axes routiers structurants , page 30 et 31 du Tome , mais quelques photos sont sombres ou trop floutées pour comprendre l'impact des dispositifs sur l'environnement.

Pages 33 à 35 :

Le site de l'Etang-St Paul, protection RAMSAR, n'est pas suffisamment évoqué dans la description des enjeux, de même que la réserve marine et les sites classés.

Page 37 :

Les enjeux de protection du parc national sont mentionnés dans les espaces à préserver, mais principalement le cœur et peu l'aire d'adhésion, de plus il manque un renvoi vers la cartographie du parc page 37 pour se repérer et faciliter la lecture du document.

Page 40 :

Il est indiqué que la population de Saint-Paul compte plus de 170 000 habitants. Les chiffres de l'INSEE pour l'année 2020 précisent un nombre de 104 301 habitants et la mairie de Saint-Paul affiche sur son site web 106 554 habitants au 1^{er} janvier 2024.

Page 88 :

Il est indiqué au §2 de la règle : « *toutefois lorsque les dimensions (d'une préenseigne) n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1.5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration* ».

Si les préenseignes ne sont pas soumises à déclaration au titre du code de l'Environnement ou du code de l'urbanisme, elles restent néanmoins soumises à autorisation au titre des articles L621-32 et D632-1 du code du patrimoine lorsqu'elles sont situées dans un périmètre de monument historique ou un secteur patrimonial Remarquable, autorisation donnée selon l'article R621-96 du code du patrimoine.

Il est suggérer de compléter le §2 par la mention : « *elles ne sont pas soumises à autorisation , sauf lorsqu'elles sont situées dans le périmètre d'un monument historique* ».

Ce complément est à ajouter aussi à la page 72 du rapport de présentation.

Dans le TOME 2 :

Page 11 : il est suggéré de cadrer la position de l'enseigne sur la façade, de manière à conserver une échelle urbaine acceptable pour une perception à hauteur humaine, l'article E2-Esthétique de la partie réglementaire pourrait être complété par « Les enseignes doivent respecter l'architecture du bâtiment motifs décoratifs. Les enseignes ne doivent pas dépasser le niveau de l'allège des baies du 1er étage, pour une activité située en tout ou partie en rez-de-chaussée ».

De plus, les enseignes ne doivent pas cacher les éléments du décor.

Il est recommandé de préciser dans l'article E2-Esthétique : « elles ne doivent pas être posées sur , ni masquer des éléments décoratifs de la façade. Pour le cas où des enseignes seraient posées à côté d'un élément décoratif (donc conforme à la règle) mais le masqueraient ».

Dans le TOME 3 :

Il est recommandé d'ajouter dans les annexes les documents graphiques relatifs au PLU de la commune ainsi que la cartographie des monuments historiques.

From: Cédric Oléry <colery@lapossession.re>
To: proprete.cadredevie <proprete.cadredevie@mairie-saintpaul.fr>
Cc: Observatoire Fiscal <observatoirefiscal@lapossession.re>
Date: Fri, 19 Apr 2024 12:36:26 +0200 (CEST)
Subject: RLP Commune de Saint-Paul - Avis questions complémentaires

Message de Précaution: Ce message vient de l'extérieur et peut contenir un virus - Si vous n'êtes pas sûr de l'émetteur et du contenu du message ne cliquez pas sur les liens et n'ouvrez pas les pièces jointes - En cas de doute contacter le support informatique au 0262 34 59 00.

Bonjour,

J'ai bien accusé réception le 19 janvier dernier du projet de RLP de la Commune de Saint-Paul. Ce projet n'appelle pas de remarques particulières, j'ai toutefois quelques interrogations :

- Quelle est la position de votre commune sur l'installation de dispositifs publicitaires (pré-enseignes et publicités) sur les espaces publics (trottoirs notamment) dans les zones autorisées (ZP 1, ZP 2) ? La Commune y sera-t-elle favorable avec autorisation (AOT, convention...) ? ;
- Dans l'aire d'adhésion du Parc National du territoire Saint-Paulois la publicité est-elle interdite même dans les zones agglomérées/bourgs ? Il est précisé dans la DCM qu'elle sera possible sur du mobilier urbain dans les secteurs d'interdiction prévus à l'article L.581-8 du Code de l'Environnement. Quelles sont précisément ces dérogations ?
- La Commune de Saint-Paul prévoit-elle une réglementation particulière sur les enseignes/pré-enseignes dans les zones d'activités/artisanales ? La réglementation sur les enseignes sera-t-elle différente sur le secteur de Mafate ?
- Quels sont les ajouts précis en matière architecturale pour les enseignes dans le RLP par rapport à la réglementation nationale ? Existe-t-il aussi des règles particulières pour les enseignes situées aux entrées-sorties de la Ville ou visibles depuis la quatre-voies ? ;
- Quel délai sera donné aux propriétaires/afficheurs/commerçants pour la mise en conformité de leurs dispositifs litigieux après l'approbation du RLP ?

D'avance, je vous remercie de vos réponses et reste à votre disposition pour échanger.

Bien cordialement,



OLERY Cédric

Responsable de l'observatoire fiscal

colery@lapossession.re

06 92 72 57 46

Poste 522

Suivez-nous



Pole Ressources | 02 62 54 55 08

Notre environnement est si fragile, merci de n'imprimer ce mail qu'en cas de nécessité.

