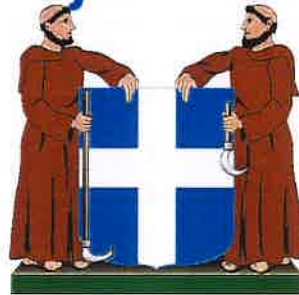


Ville de
Peymeinade



Règlement local de publicité

Rapport de présentation

Février 2023

58 pages.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	3
1 NOTIONS CLEFS ET PRINCIPES FONDAMENTAUX	6
1.1 LE CHAMP D'APPLICATION DU RLP	6
1.1.1 <i>La publicité</i>	6
1.1.2 <i>Les enseignes</i>	7
1.1.3 <i>Les préenseignes</i>	7
1.2 DEFINITIONS DES CONCEPTS A RETENIR	8
1.2.1 <i>L'agglomération</i>	8
1.2.2 <i>L'unité urbaine</i>	8
1.2.3 <i>Contexte territorial</i>	8
2 LE REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE (RNP)	10
2.1 LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES.....	11
2.1.1 <i>Les interdictions</i>	11
2.1.2 <i>Les prescriptions</i>	11
2.1.3 <i>Les préenseignes dérogatoires</i>	15
2.1.4 <i>La publicité lumineuse</i>	15
2.1.5 <i>Les bâches</i>	16
2.1.6 <i>Les dispositifs de dimension exceptionnelle</i>	16
2.1.7 <i>L'affichage de petit format (dit « micro-affichage »)</i>	16
2.1.8 <i>Publicité sur mobilier urbain</i>	16
LES ENSEIGNES	17
2.1.9 <i>Les enseignes en façade</i>	17
2.1.10 <i>Les enseignes perpendiculaires</i>	19
2.1.11 <i>Les enseignes sur toiture</i>	19
2.1.12 <i>Les enseignes scellées au sol</i>	20
2.1.13 <i>Les enseignes lumineuses</i>	21
2.1.14 <i>Les enseignes temporaires</i>	21
3 DIAGNOSTIC REALISE SUR PEYMEINADE DU PARC D’AFFICHAGE PUBLICITAIRE	22
3.1 LES OBSERVATIONS FAITES SUR LA COMMUNE.....	22
3.2 LES CARACTERISTIQUES DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES.....	26
3.2.1 <i>Les observations</i>	26
3.2.2 <i>Les infractions relevées sur les publicités et préenseignes</i>	29
3.3 LES CARACTERISTIQUES DES ENSEIGNES	32
3.3.1 <i>Les observations</i>	32
3.3.2 <i>Les infractions relevées concernant les enseignes</i>	34
4 ORIENTATIONS	41
4.1 PRESENTATION DU TERRITOIRE.....	41
4.1.1 <i>Peymeinade : un paysage marqué par une zone Natura 2000</i>	41
4.1.2 <i>L'occupation du sol au sein de la commune</i>	43
4.2 OBJECTIFS ET ENJEUX.....	45
4.2.1 <i>Valorisation des entrées de ville</i>	45
4.2.2 <i>Renforcer l'identité du territoire</i>	49
4.2.3 <i>Participer au dynamisme des activités commerciales, artisanales et industrielles</i>	50
4.2.4 <i>Réduire la pollution visuelle</i>	53
5 EXPLICATION DES CHOIX	54

Introduction

Les communes de Peymeinade, Cabris, Le Tignet, Saint-Cézaire-sur-Siagne et Spéracèdes disposaient d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) depuis 1995. Le contexte a évolué ; l'habitat, les activités commerciales et industrielles ont transformé progressivement les territoires.

La loi ENE n°2010-788 du 12 juillet 2010 a modifié la réglementation de la publicité extérieure et apporte un cadre plus restrictif aux dispositifs publicitaires, notamment par l'instauration de règles de densité, de surface des enseignes ou d'extinction des dispositifs lumineux la nuit et ou encore en matière de répartition des compétences entre le maire et le préfet.

Ces communes souhaitent mettre à jour leur règlement local de publicité (RLP) pour s'adapter au mieux au territoire et aux nouvelles normes en vigueur.

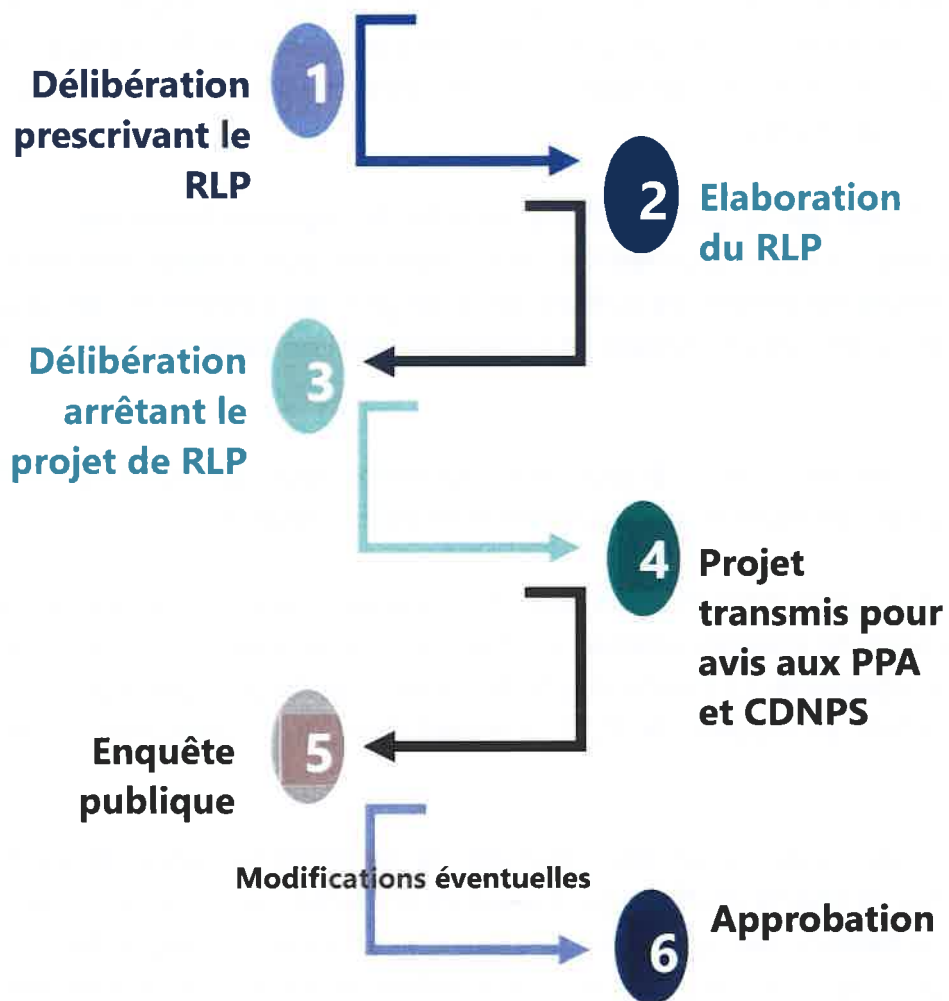
Le RLP est annexé au plan local d'urbanisme (PLU). L'agglomération de Peymeinade fait partie de la communauté d'agglomération du Pays de Grasse (CAPG), qui ne dispose pas de la compétence urbanisme. La communauté de communes ne peut pas élaborer de RLP, n'étant pas compétent en matière de PLU ; il revient donc aux communes d'établir leur propre RLP.

L'objectif principal de l'élaboration d'un RLP est de protéger le cadre de vie tout en conservant à la fois la liberté d'affichage. Il permet d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux besoins des spécificités locales en s'adaptant à chaque type d'espace (naturel, urbain, bâti historique etc.). Le RLP peut définir plusieurs zones avec des règles spécifiques selon le zonage ou le type de paysage et applique des règles plus restrictives que le règlement national par exemple dans les cœurs de ville ou pour les zones pavillonnaires.

Ainsi, le RLP est un outil opérationnel pour la mise en œuvre d'une politique de paysage à l'échelle d'un territoire.

Il se compose d'un rapport de présentation, d'une partie réglementaire et de ses annexes. Le présent rapport comprend une partie diagnostic, puis expose les orientations et les choix retenus.

Illustration 1 : Les différentes phases de la procédure pour l'élaboration d'un RLP :



1. Notions clefs et principes fondamentaux

1.1 Le champ d'application du RLP

1.1.1 La publicité

« Constitue une **publicité**, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinées 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

Cette définition plutôt large regroupe tous les types de dispositifs existants ou futurs. Une publicité peut être :

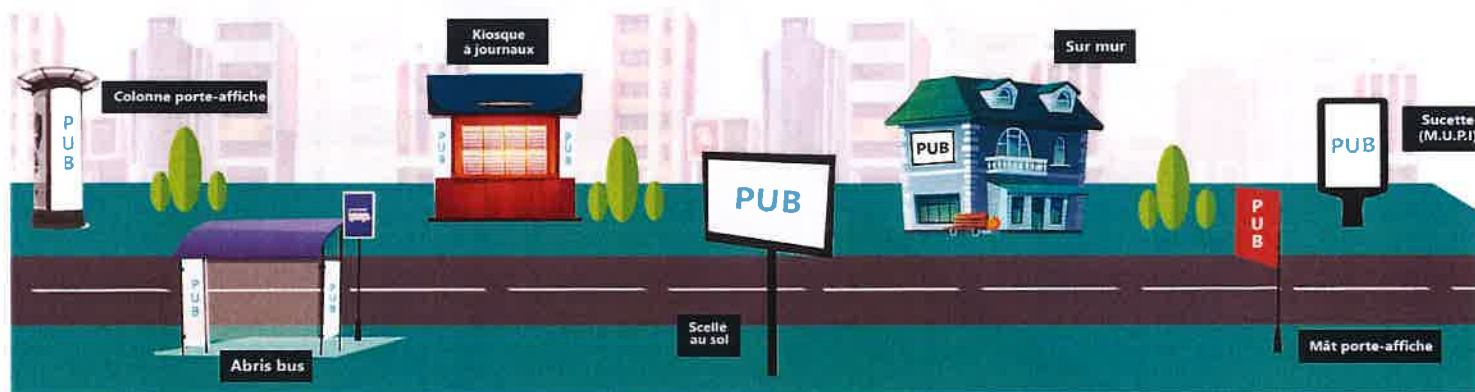
- Scellée au sol ;
- Sur un mur ou une clôture existante ;
- Sur une bâche (de chantier ou autre) ;
- Sur du mobilier urbain (abris destinés au public, colonne porte-affiche, kiosque à journaux, mât porte affiche, mobiliers d'information).

La publicité peut être lumineuse. Plusieurs types de publicités lumineuses existent :

- Publicités éclairées par transparence ou projection (spots, rampes),
- Publicité composée de néons, par exemple sur toiture,
- Publicités numériques.

A cette liste les publicités sur véhicule peuvent être ajoutées.

Illustration 2 : Les différents supports de publicité :



¹ Article L581-3 du code de l'environnement

1.1.2 Les enseignes

L'enseigne désigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ».²

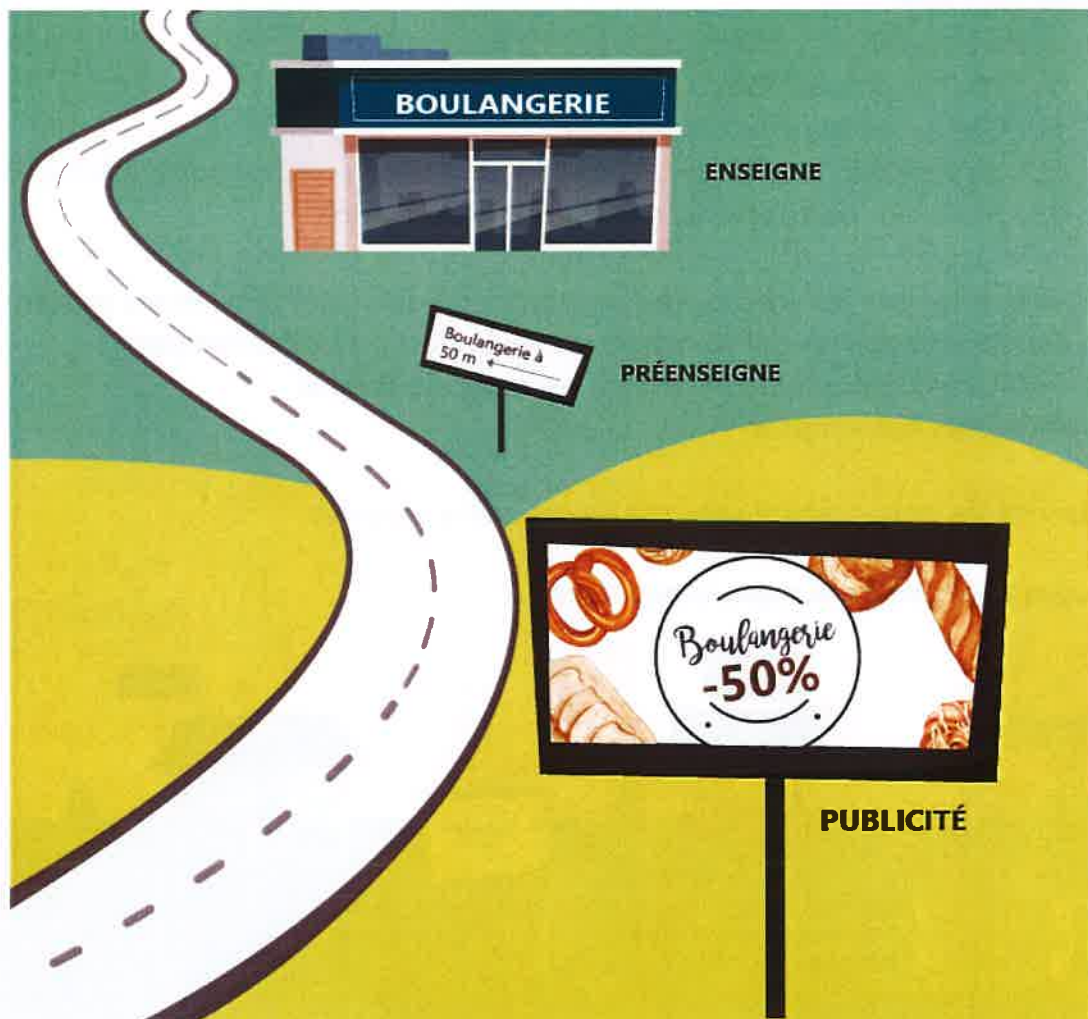
L'enseigne peut être apposée sur un mur (parallèlement ou perpendiculairement à celui-ci), sur une toiture ou scellée au sol.

1.1.3 Les préenseignes

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée »³.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux mêmes dispositions que la publicité.

Illustration 3 : Les différents dispositifs



² Article L581-3 du code de l'environnement

³ Article L581-3 du code de l'environnement

1.2 Définitions des concepts à retenir

1.2.1 L'agglomération

Selon le Code de la route, une **agglomération** est un « *espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui la borde* »⁴. Cependant, en cas de litige, la notion matérielle de l'agglomération prévaut, c'est-à-dire qu'elle commence là où le bâti urbain devient rapproché.

Il convient donc au maire de fixer les entrées et les sorties d'agglomération par arrêté afin que les limites de l'agglomération soient bien définies.

En dehors de l'agglomération toute publicité est interdite. Les préenseignes sont aussi interdites hors agglomération, à l'exception de quelques-unes, dites « préenseignes dérogatoires ».

1.2.2 L'unité urbaine

L'unité urbaine se définit par la continuité du bâti et un seuil de population. Selon l'INSEE, « *on appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2000 habitants* »⁵. Les limites communales ne sont pas prises en compte.

1.2.3 Contexte territorial

La commune de **Peymeinade** est située dans le département des Alpes-Maritimes à moins de 10 kilomètres de la commune de Grasse.

Peymeinade comprend **8 359 habitants** (INSEE 2018⁶) et appartient à l'unité urbaine de Nice qui regroupe 51 communes et compte 944 321 habitants en 2018.

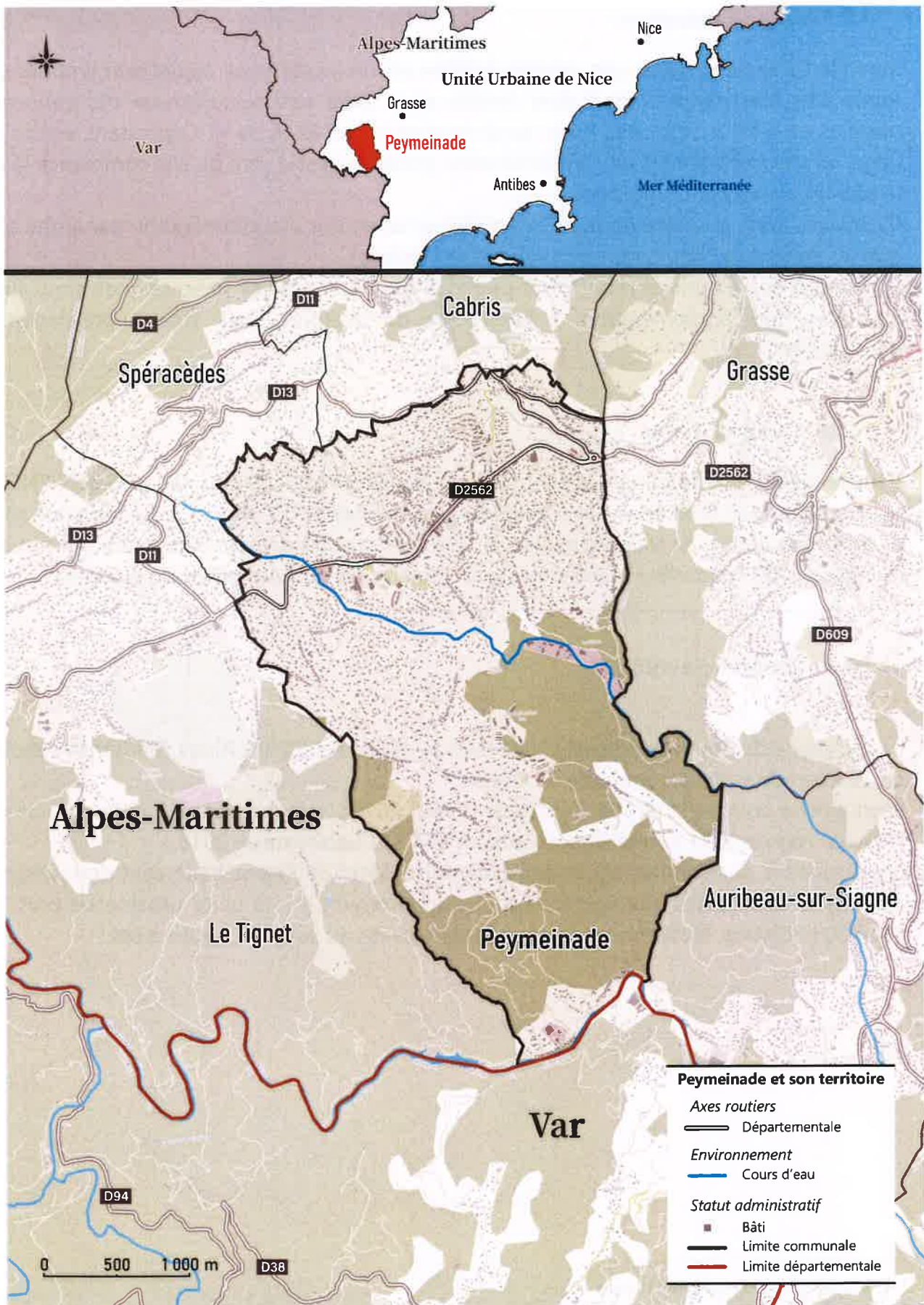
Les dispositifs publicitaires situés dans l'agglomération de Peymeinade sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Notamment, les publicités scellées au sol y sont autorisées.

⁴ Article R.110-2 du code de la route

⁵ Définition de l'INSEE

⁶ Chiffres au 01/01/2021

Illustration 4 : Peymeinade dans l'unité urbaine (UU) de Nice :



2. Le règlement national de publicité (RNP)

Les prescriptions d'un RLP sont obligatoirement plus restrictives que le règlement national, sur l'ensemble d'une commune ou sur certaines zones seulement, selon le zonage défini. Pour installer une publicité, une enseigne ou une préenseigne sur un territoire couvert par un RLP, la compétence d'instruction appartient au maire de la commune, même si cette commune est membre d'un EPCI.

Cependant, la loi 2021-1104 du 22 août 2021 portant sur la « lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » transfère aux présidents des EPCI les prérogatives des maires en matière de police de la publicité, à compter du 1^{er} janvier 2024.

Illustration 5 : Cas dérogatoire des bâches et des dispositifs de dimensions exceptionnelles

	En l'absence d'un RLP(i)	En présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

Illustration 6 : Répartition des compétences selon plusieurs situations

	Compétences
Demande d'autorisation pour l'implantation d'une publicité lumineuse dans une commune dotée d'un RLP	Maire ⁷
Demande d'autorisation d'installation d'une bâche comportant de la publicité dans une commune non dotée d'un RLP	Le Maire au nom de l'Etat ⁸
Remplacement ou modification d'une bâche publicitaire	- Le maire si la commune possède un RLP - Le préfet si la commune ne dispose pas de RLP ⁹
Prise d'un arrêté de mise en demeure visant un dispositif illégalement implanté dans une commune ne disposant pas de RLP	Le préfet ¹⁰
Prise d'un arrêté de mise en demeure visant un dispositif implanté sur le territoire de l'EPCI	Le maire ¹¹
Instruction d'une demande d'installation d'une enseigne dans une commune membre d'un PNR et membre d'un EPCI doté d'un RLPi	Le maire ¹²

⁷ Articles L581-9, alinéa 3 et L581-14-2 du code de l'environnement

⁸ Article L581-9 alinéa 2 du code de l'environnement

⁹ Article L581-6 du code de l'environnement

¹⁰ Article L581-14-2 du code de l'environnement

¹¹ Article L581-14-2 du code de l'environnement

¹² Article L581-14-2 du code de l'environnement

2.1 Les publicités et préenseignes

2.1.1 Les interdictions

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux mêmes dispositions que pour la publicité. Les règles qui suivent sont donc applicables à ces deux types de dispositif.

Il est interdit d'apposer de la publicité sur :

- les arbres ;
- les plantations ;
- les poteaux de transport de distribution électrique ;
- les poteaux de communication ;
- les installations d'éclairage public ;
- les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale maritime ou aérienne ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles (ajourée, végétalisée ou sur grillage) ;
- les murs des bâtiments comportant une ouverture d'une surface supérieure à 0.5 m² ;
- les monuments classés ou inscrits ;
- les murs de cimetière et de jardin public.

La publicité est également interdite :

- aux abords des monuments classés ou inscrits ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables ;
- dans les cœurs de parcs nationaux et réserves naturelles ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les zones Natura 2000.

Peymeinade n'est pas située dans un parc naturel régional et ne dispose pas de monuments classés ou inscrits ;

Toutefois, une partie de la commune fait partie du site classé Natura 2000 des Gorges de la Siagne. Le maire peut réintroduire de manière exceptionnelle la publicité dans certains lieux (Art. L581-8) les sites Natura 2000.

2.1.2 Les prescriptions

Toute publicité est interdite hors agglomération.

Toute publicité installée sur un immeuble doit obtenir l'autorisation écrite du propriétaire.

Tout exploitant, personne morale ou physique d'un tel dispositif se doit d'indiquer ses coordonnées (nom, adresse ou raison sociale) sur le dispositif.

Les publicités et leur support doivent être maintenus en bon état d'entretien et de fonctionnement par les entreprises qui les exploitent¹³.

¹³ Article R581-24 du code de l'environnement

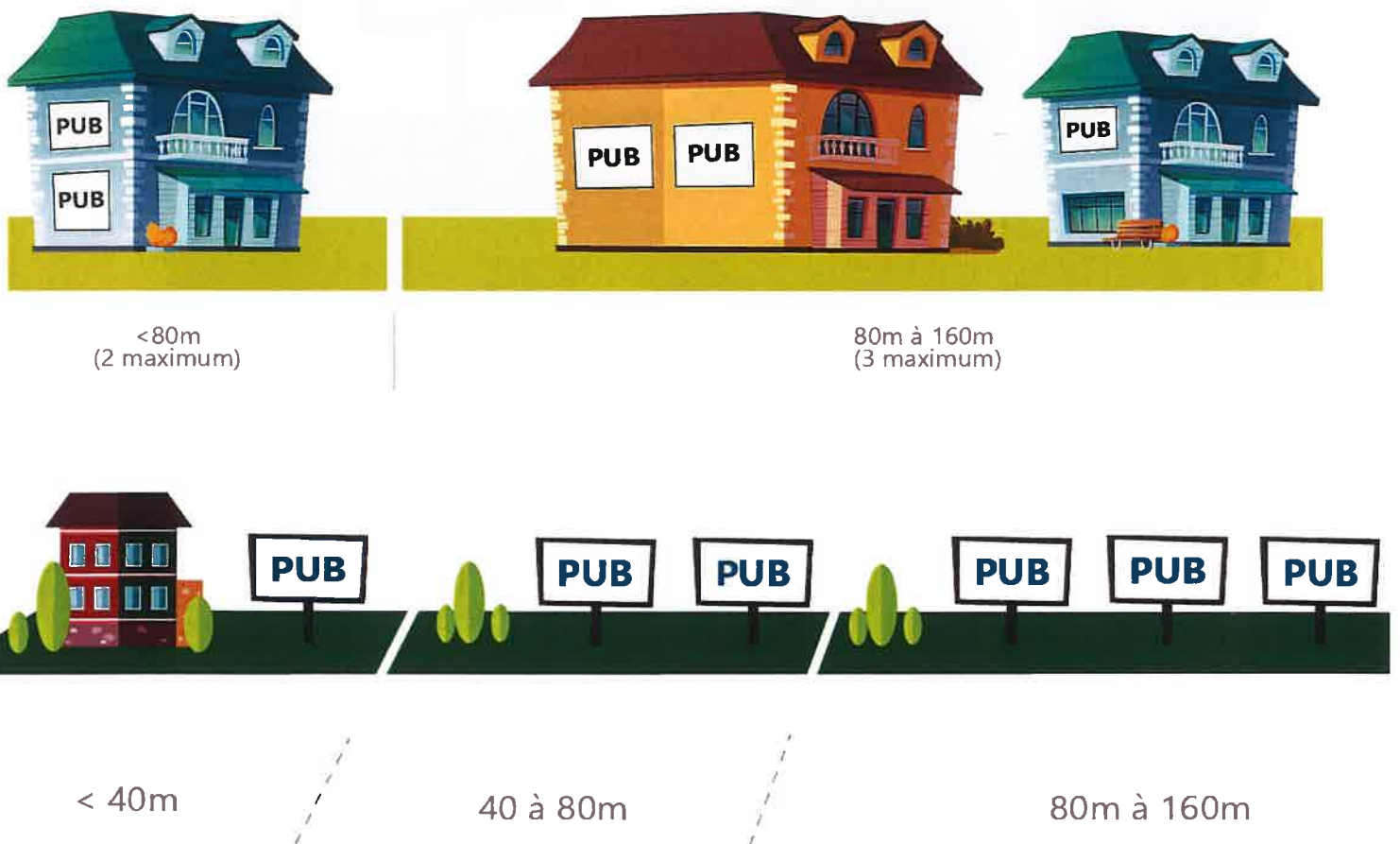
Ces dispositifs sont soumis à des règles de **densité**¹⁴ :

2 dispositifs muraux alignés horizontalement ou verticalement dans une unité foncière large de 80 mètres minimum sont admis. Un dispositif supplémentaire est admis par tranche entamée de 80 mètres.

Concernant les dispositifs scellés au sol, lorsqu'une unité foncière ne supporte pas de publicité murale, un seul dispositif scellé au sol est autorisé sur la parcelle lorsque sa longueur est inférieure ou égale à 40 mètres. Deux dispositifs seront autorisés pour une longueur d'unité foncière de 80 mètres puis 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres.

La règle de densité ne s'applique pas aux publicités sur mobilier urbain ni aux préenseignes dérogatoires.

Illustration 7 : Règles de densité pour les publicités murales et scellées au sol



Concernant la règle de densité sur le domaine public, « *il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires. [...] il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.*

¹⁴ Article R581-25 du code de l'environnement

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière »¹⁵

Les dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière ; pas de contrainte d'inter-distance, sous réserve de respect des autres règles du RNP. Les dispositifs scellés au sol doivent respecter la règle de prospect ($H/2$).

La règle de **prospect** impose qu'une publicité scellée au sol ne puisse être installée « à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété ». ¹⁶

Illustration 8 : Règle de prospect pour les publicités scellées au sol



¹⁵ Article R581-25 du code de l'environnement

¹⁶ Article R581-33, alinéa 2 du code de l'environnement.

Les publicités non-lumineuses murales :

Les règles de **surface** et de **hauteur** sont liées au nombre d'habitants de l'agglomération¹⁷. Peymeinade appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la surface maximum autorisée pour une publicité est de 12 mètres carrés avec une hauteur maximale de 7,5 mètres.

Une publicité murale ne peut être installée à moins de 0,50 mètre du sol. Dans le cas d'un sol en pente, aucun point de la publicité ne peut se situer à moins de 0,50 mètre du sol.

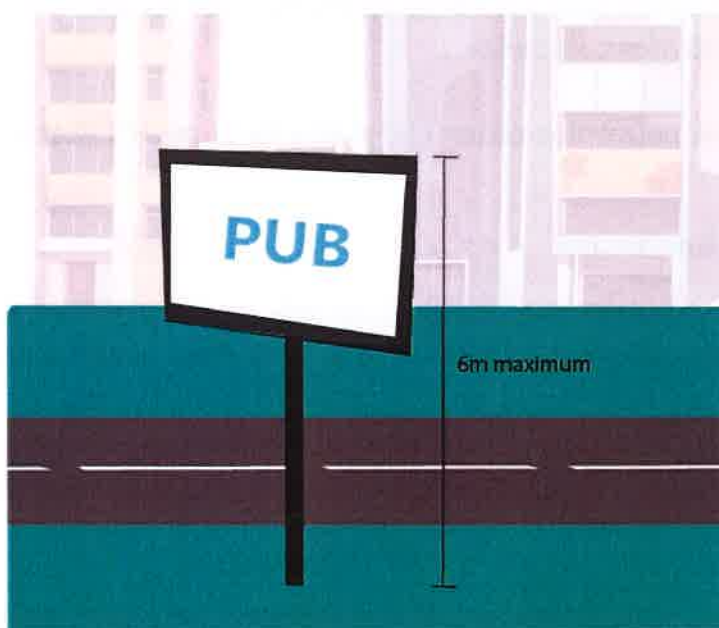
Une publicité murale ne peut dépasser les limites de l'égout du toit, ni dépasser les limites du mur qui la supporte. Elle ne peut être apposée sur une toiture ou sur une terrasse.

Les publicités non-lumineuses scellées au sol :

Interdiction d'apposer des publicités scellées au sol « *si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération* »¹⁸.

Leur **hauteur** est limitée à 6 mètres et leur surface ne peut dépasser 12 mètres carrés.

Illustration 9 : Les publicités scellées au sol sont limitées en hauteur



¹⁷ Article R581-26 du code de l'environnement

¹⁸ Article R581-31, alinéa 2 du code de l'environnement.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol non-lumineux ne peuvent être installés à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant ladite baie¹⁹.

2.1.3 Les préenseignes dérogatoires

Les activités qui peuvent bénéficier de préenseignes dérogatoires hors agglomération sont :

- la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques classés ou inscrits ;
- les opérations et manifestations exceptionnelles.

Les activités différentes de celles mentionnées ci-dessus peuvent être mentionnées par une signalisation d'information locale (SIL) relevant du Code de la route, par exemple pour les activités utiles pour les personnes en déplacement.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être situées à plus de 5 kilomètres par rapport à l'entrée de l'agglomération de la commune où est exercée l'activité ou 10 kilomètres maximum pour les monuments historiques.

Leur nombre est limité selon leur type d'activité :

- 4 pour les monuments historiques ;
- 2 pour les activités liées à la vente de produits de terroir ;
- 2 pour les activités culturelles.

Leurs dimensions ne peuvent excéder 1,50 mètre de large ni 1 mètre de haut.

2.1.4 La publicité lumineuse

Les prescriptions communes à toutes les publicités s'appliquent aux publicités lumineuses. Elles sont contraintes par les règles de densité, de surface et de hauteur.

Dans le cas de Peymeinade, la publicité lumineuse doit respecter les prescriptions pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Sur toiture elle doit obligatoirement être composée de lettres ou signes découpés, ne montrant pas leur système de fixation.

La surface des publicités numériques est limitée à 8 m².

¹⁹ Article R581-33, alinéa 2 du code de l'environnement.

Le régime des publicités éclairées par projection ou transparence est identique à celui des publicités non-lumineuses.

Illustration 8 : Surface et hauteur des publicités supportant des affiches éclairées par projection ou transparence autorisées pour Peymeinade

Description	Surface maximum	Hauteur maximum
Dispositifs muraux	12 m ²	7,5 m
Dispositifs scellés au sol	12 m ²	6 m

2.1.5 Les bâches

Il existe deux types de bâche spécifiés dans le RNP : les bâches de chantier (recouvrant un échafaudage durant la durée des travaux) et les bâches publicitaires (toutes les autres). Elles sont toutes soumises à autorisation et délivrées par le maire au cas par cas. Elles sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ce qui est le cas de Peymeinade.

2.1.6 Les dispositifs de dimension exceptionnelle

Ils sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

2.1.7 L’affichage de petit format

L’affichage de petit format ou micro-affichage (surface unitaire inférieure à un mètre carré) désigne les dispositifs qui sont intégrés à une devanture commerciale.

Ses règles d’implantation sont simples :

- leurs surfaces cumulées ne peuvent dépasser plus du dixième de la surface d’une devanture et dans la limite de 2 mètres carrés ;
- ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol (au même titre que la publicité murale).

2.1.8 Publicité sur mobilier urbain

Le RNP distingue 5 catégories de mobiliers pouvant recevoir de la publicité :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques (*surface maxi : 2m² x 3*) ;
- les colonnes porte-affiches ;
- les mâts porte-affiches ;
- les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.

Le mobilier urbain supportant de la publicité numérique est interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

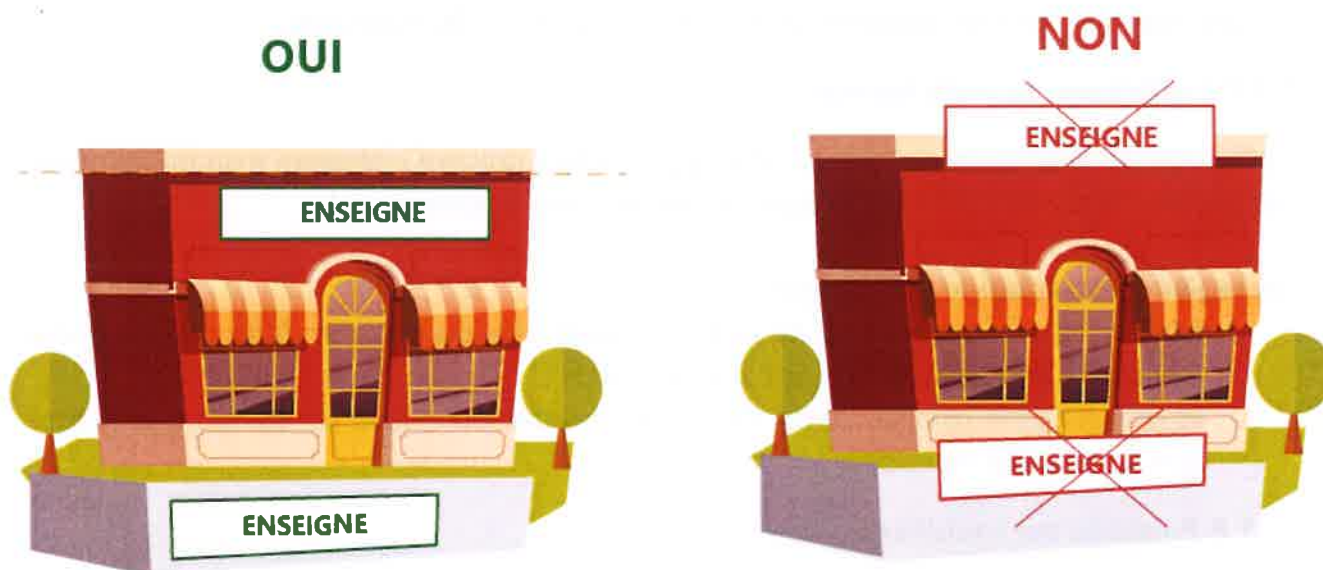
2.2 Les enseignes

- Elles doivent être composées de matériaux durables (pas de carton ou papier pouvant se déchirer par exemple). Une enseigne doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement par la personne privée ou morale exerçant l'activité signalée.
- L'enseigne doit être supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les 3 mois suivant la cessation de l'activité. Si l'ancien occupant a disparu c'est la collectivité (à l'issue de recherches) qui doit enlever l'enseigne à ses frais, avec l'accord du propriétaire.

2.2.1 Les enseignes en façade

Les enseignes en façade ne peuvent dépasser du mur sur lequel elles sont installées.²⁰ Elles sont installées soit en façade, soit sur toiture, mais ne peuvent être à cheval sur le mur. De la même façon que les publicités murales, les enseignes ne doivent pas dépasser les limites de l'égout du toit.

Illustration 9 : Implantation des enseignes



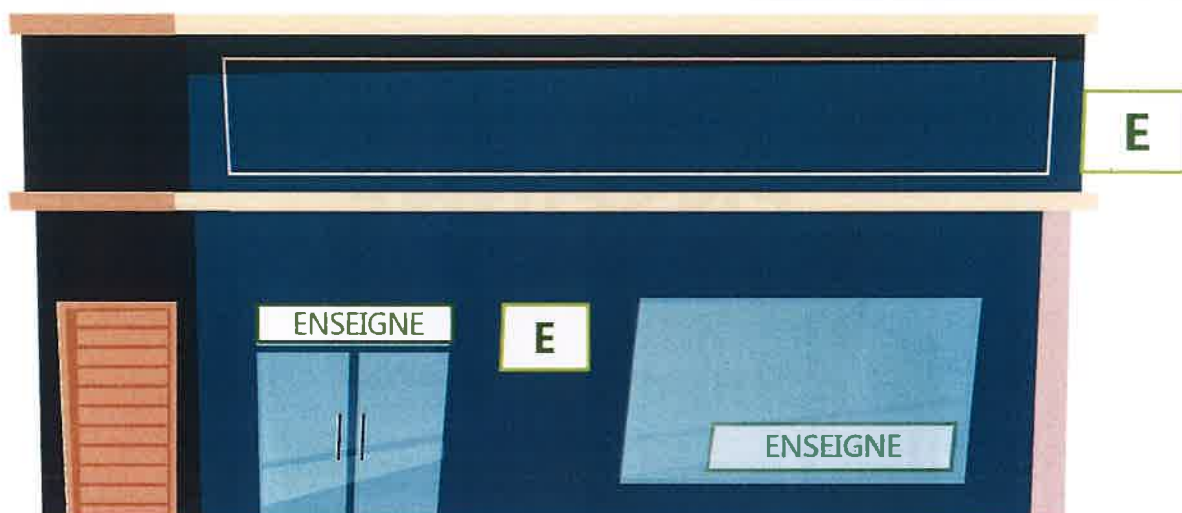
²⁰ Article R581-60 du code de l'environnement

Les enseignes en façade ne peuvent avoir une saillie supérieure à 0,25 mètre. Contrairement aux publicités qui sont interdites sur tous les types de balcons ou balconnets, les enseignes sont autorisées sur balcon sous certaines conditions²¹ :

- elles ne doivent pas dépasser 1 mètre de hauteur ;
- elles peuvent être installées devant un balcon si elles ne dépassent pas son garde-corps ou la barre d'appui ;
- elles peuvent être installées sur le garde-corps si elle ne le dépasse pas ses limites.

Les enseignes en façade ont une superficie limitée. La superficie cumulée totale des enseignes ne doit pas être supérieure à 15 % de la surface de la façade, baies incluses. Lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 mètres carrés, la surface cumulée des enseignes ne doit pas dépasser 25 % de la surface de la façade.

Illustration 10 : Le calcul de la surface des enseignes



L'enseigne située derrière la vitrine du magasin, ci-dessus, n'entre pas dans le calcul de surface. Toutes les autres enseignes sur fond blanc sont à prendre en compte dans le calcul de la superficie des enseignes.

Les publicités et l'affichage de petit format n'entrent pas en compte dans le calcul de la surface des enseignes. L'enseigne perpendiculaire à droite du magasin doit être calculée recto/verso (art. 581-63).

²¹ Article R581-60 alinéa 2 du code de l'environnement.

2.2.2 Les enseignes perpendiculaires

Elles ne sont pas autorisées à dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte et ne doivent pas être installées devant une fenêtre ou un balcon. « Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres. »²²

2.2.3 Les enseignes sur toiture

Les enseignes installées sur toiture doivent être composées de lettres découpées et « dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut ».²³

Illustration 11 : Enseigne sur toiture



Elles peuvent être apposées sur toiture lorsqu'elles concernent plus de la moitié du bâtiment où s'exerce l'activité et ne peuvent dépasser 3 mètres lorsque la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 mètres. Dans le cas où les façades dépassent 15 mètres de haut, elles ne peuvent être supérieures au cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres.²⁴

²² Article R581-57 du code de l'environnement

²³ Article 581-58 du code de l'environnement

²⁴ Article R581-62 du code de l'environnement

Illustration 12 : Hauteur maximale des enseignes sur toiture

	Hauteur maximum de l'enseigne sur toiture
Bâtiment dont la façade est inférieure à 15 mètres	3 mètres ni 1/5 de la hauteur de la façade
Bâtiment dont la façade est supérieure à 15 mètres	6 mètres

2.2.4 Les enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol, ou apposées directement sur le sol, se situent sur l'unité foncière où s'exerce l'activité. Toute autre inscription, forme ou image apposée en dehors de l'unité foncière où l'activité est exercée est une préenseigne. Les chevalets sont dans la plupart des cas des préenseignes. Lorsque le chevalet est installé sur le domaine public concédé pour la terrasse d'un restaurant (avec une autorisation d'occupation du domaine public) il peut alors être considéré comme une enseigne.

Ce qui est considéré comme une enseigne scellée au sol :

- panneaux de toute forme ;
- drapeaux ;
- totems ;
- kakemonos ;
- mâts de toute section ;
- objets variés.

Une enseigne de plus d'un mètre carré « ne peut être placée à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie »²⁵. La règle de prospect est la même que celle des publicités (H/2). Leur surface maximale est de 6 mètres carrés pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Elles sont également soumises à une règle de densité : « les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée ».²⁶

²⁵ Article R581-64 1^{er} alinéa du code de l'environnement.

²⁶ Article R581-64 dernier alinéa du code de l'environnement.

2.2.5 Les enseignes lumineuses

Sont considérées comme enseignes lumineuses les enseignes éclairées par projection ou transparence, par spot, numérique ou comprenant une source d'éclairage quelconque.

Concernant les heures d'extinction nocturne :

« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et sept heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumée une heure avant la reprise de cette activité »²⁷.

2.2.6 Les enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles (qui peuvent être culturelles, touristiques) de moins de trois mois ;
- les enseignes signalant les travaux publics ou opérations immobilières de lotissement (qui peuvent être supérieures à trois mois).

Leur durée d'installation est limitée entre 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles indiquent et 1 semaine après la fin de l'opération maximum.

Comme les autres dispositifs, elles doivent être maintenues en bon état. La surface unitaire maximale des enseignes signalant une opération liée à l'immobilier est limitée à 12 mètres carrés pour les enseignes scellées au sol.

²⁷ Article R581-59 du code de l'environnement.

3. Diagnostic réalisé sur Peymeinade du parc d'affichage publicitaire

La commune de Peymeinade n'est plus soumise au RLPi élaboré en 1995, dans un contexte et une réglementation différente d'aujourd'hui.

L'ancien RLP distinguait une zone de publicité autorisée hors agglomération et 4 zones de publicité restreinte en agglomération.

3.1 Les observations faites sur la commune

Suite à une campagne de relevés de terrain en voiture puis piétonne, l'ensemble des dispositifs a été relevé sur le territoire de Peymeinade (août et décembre 2019).

La carte suivante montre tous les dispositifs relevés sur la commune. On observe une forte concentration des dispositifs autour de la route départementale (RD 2562) traversante sur un axe structurant est/ouest, ce qui s'explique par la concentration des commerces autour de cet axe. Est également présent à l'est un petit groupe de dispositifs faisant ressortir la zone d'activité de Picourenc. (Une cartographie plus détaillée comportant des zooms est annexée).

Illustration 13 : Localisation des dispositifs relevés sur la commune de Peymeinade

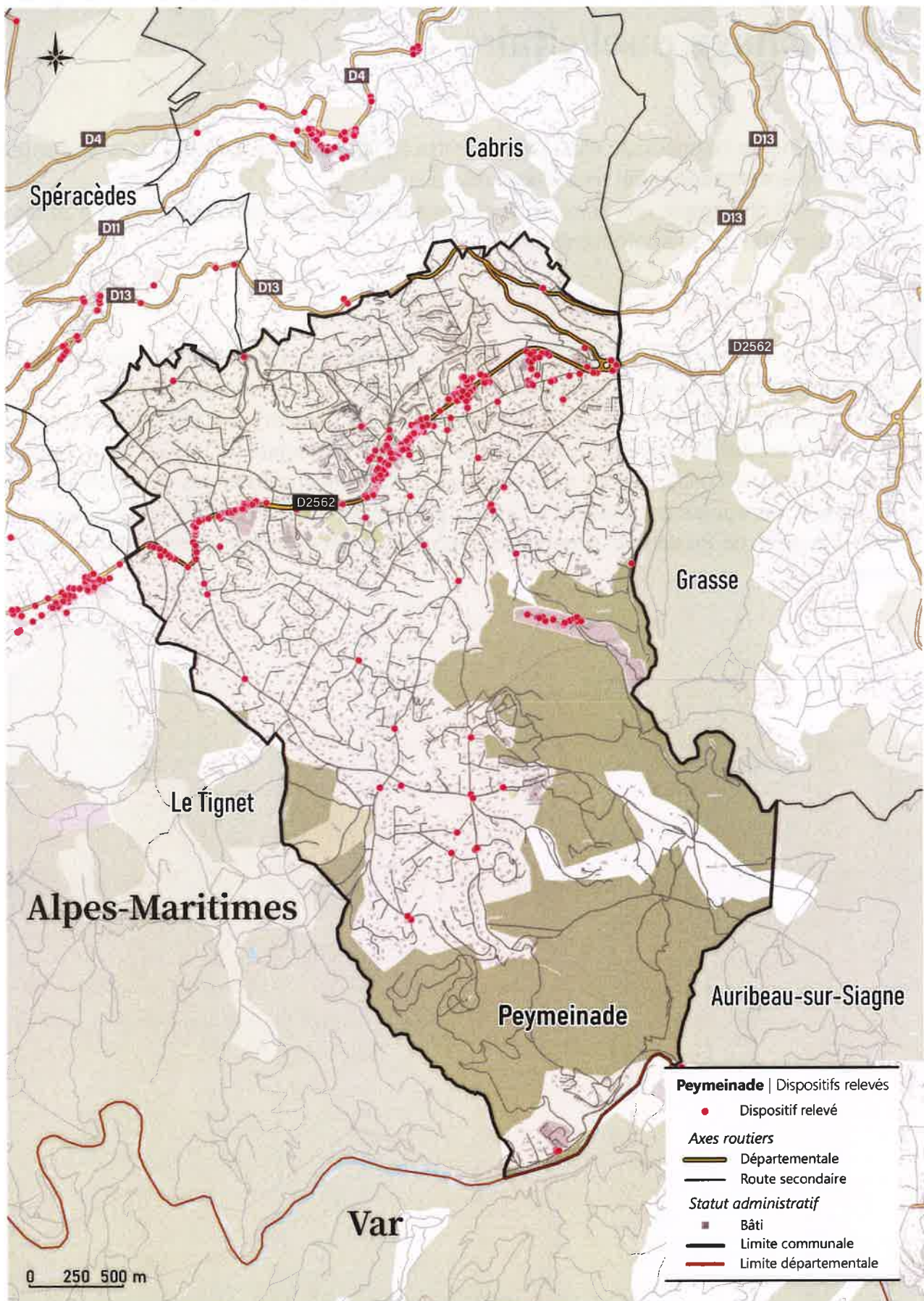
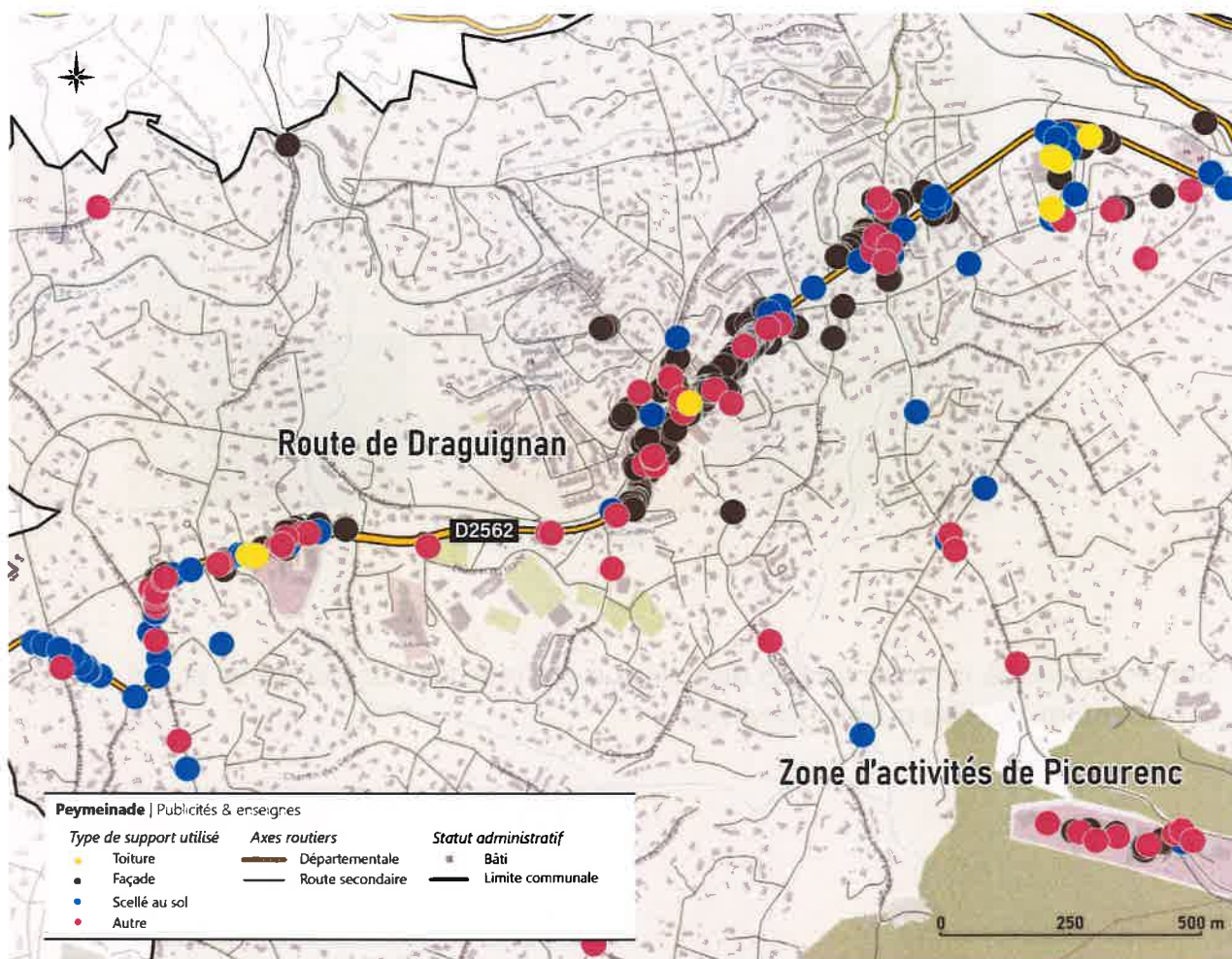


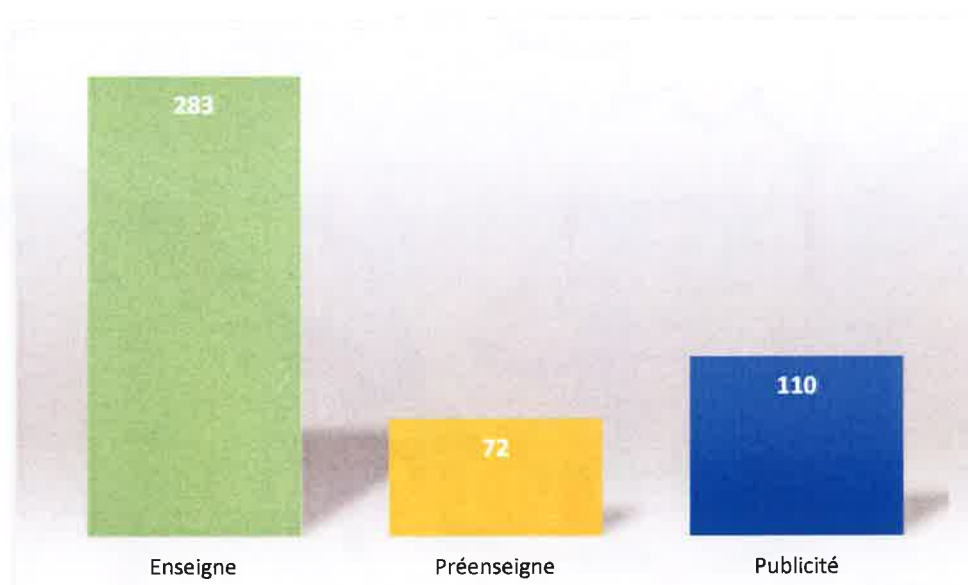
Illustration 16 : Zoom sur le centre-ville de Peymeinade



Les règles applicables aux préenseignes et aux publicités étant identiques (excepté pour les préenseignes dérogatoires et temporaires), elles ont été traitées dans la même partie.

Ce graphique permet d'illustrer le nombre de dispositifs relevés sur la commune de Peymeinade. Sur la commune, 283 enseignes, 110 publicités et 72 préenseignes ont été relevées. Ce nombre concerne toutes les enseignes : lorsqu'un commerce en possède plusieurs, chacune des enseignes est comptée.

Illustration 17 : Nombre de dispositifs recensés sur la commune de Peymeinade



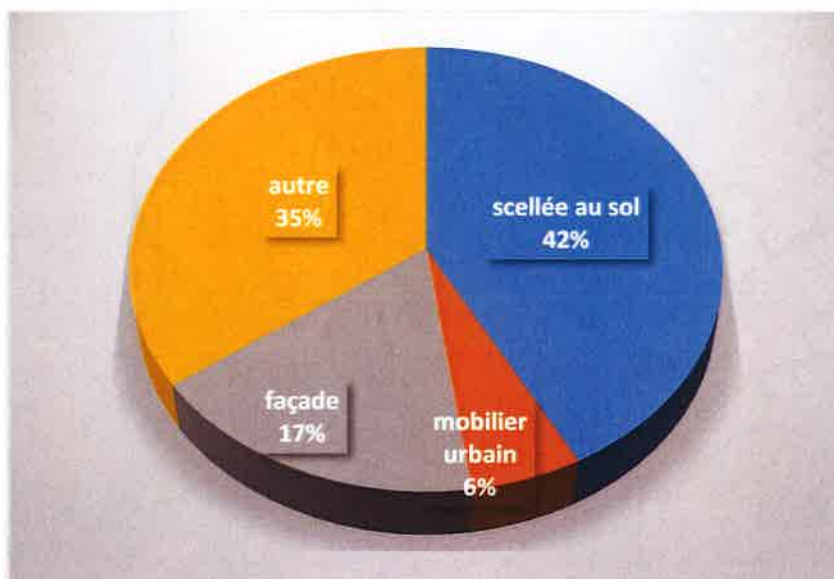
Sur la commune, un total de 465 dispositifs a été recensé. Les publicités et pré enseignes représentent 182 des dispositifs relevés.

3.2 Les caractéristiques des publicités et préenseignes

3.2.1 Les observations

Le graphique suivant permet de montrer la répartition des publicités et préenseignes en fonction du type de support sur lequel elles sont installées. Les dispositifs scellés au sol ou directement installés sur le sol représentent 42% des dispositifs relevés sur Peymeinade. Il y a peu de publicité sur mobilier urbain (6%). Les mobiliers urbains utilisés sont : des mobiliers d'information de 2 m² (dits « sucettes » ou « planimètres ») ou des abris destinés au public.

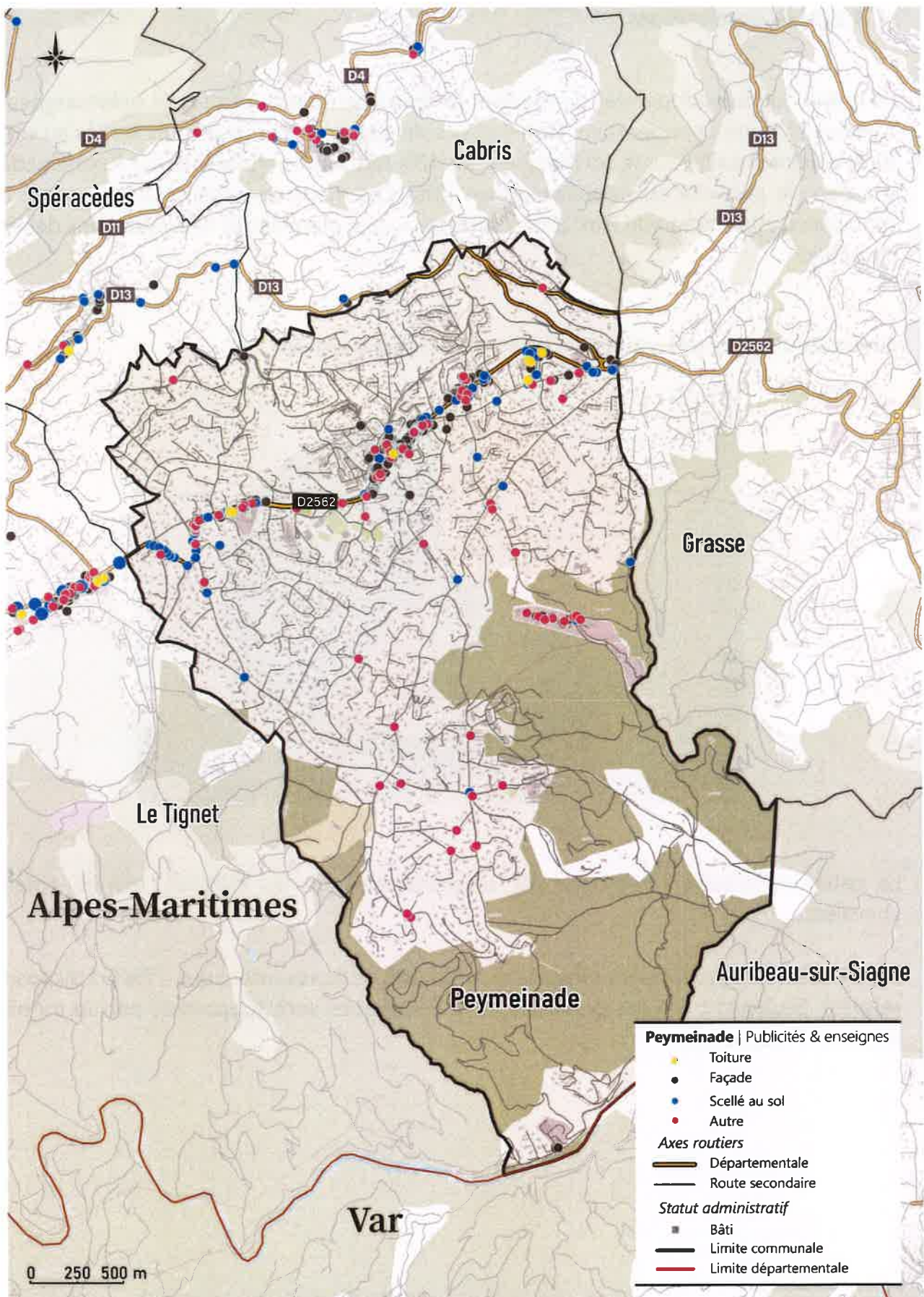
Illustration 18 : Type de support pour les publicités et préenseignes



La catégorie « autre » regroupe les supports tels que les clôtures, murets, totems, chevalets...

Les publicités ou préenseignes installées sur façade ne représentent que 17% (31 dispositifs relevés). Seulement 6% des publicités ou préenseignes sont supportées par un mobilier urbain (10 dispositifs).

Illustration 149 : Les publicités et préenseignes sur Peymeinade



Les dispositifs scellés au sol sont nettement représentés le long de la route de Draguignan. Aucune publicité n'a été relevée hors des limites du bâti.

Illustration 20 : Les dispositifs lumineux relevés

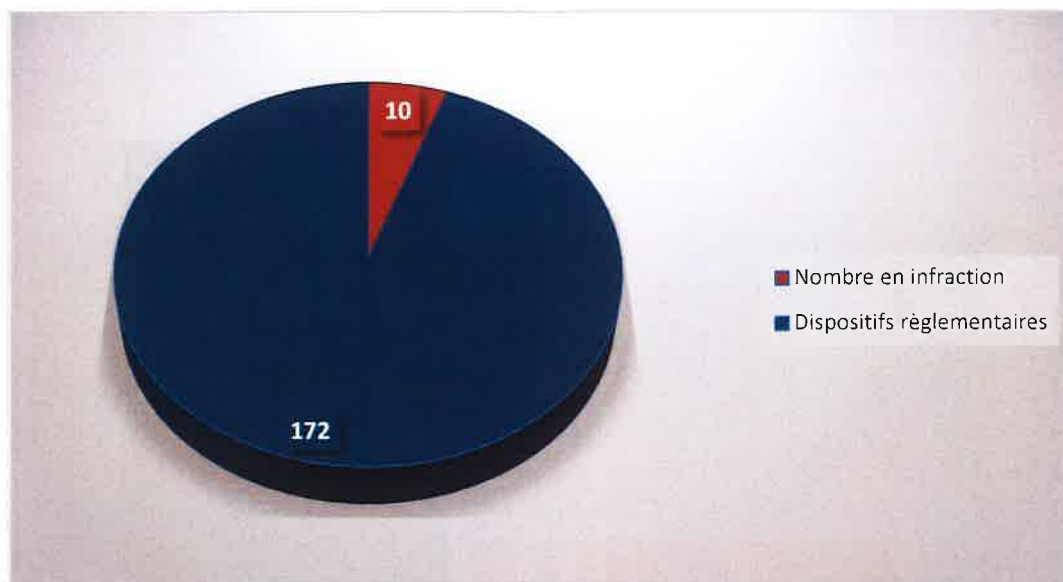


Sur les 182 publicités et préenseignes relevées, seulement 17 sont lumineuses (éclairées par projection ou transparence), ce qui représente 9% des dispositifs publicitaires et préenseignes. Les publicités lumineuses sont donc peu nombreuses à Peymeinade. Aucune publicité numérique n'a été relevée sur la commune.

3.2.2 Les infractions relevées sur les publicités et préenseignes

Le présent diagnostic permet d'exposer les différentes irrégularités relevées sur la commune.

Illustration 21 : Répartition de la conformité ou non des publicités et préenseignes



Dix irrégularités ont été relevées sur l'ensemble de la commune concernant les publicités et préenseignes, représentant seulement 5 % des publicités et préenseignes totales. Les non conformités relevées sont assez diverses (densité, entretien, etc.).

Les infractions concernant la densité entre chaque dispositif



Route de Draguignan, Peymeinade

Une densité de panneaux publicitaires trop importante sur la même unité foncière.

Pour rappel, sur une unité foncière de moins de 80 mètres de long, seulement 2 dispositifs sont autorisés.

De la même façon que ci-dessus, la densité n'est pas respectée ici. Il y a trois dispositifs sur une unité foncière de moins de 30 mètres de long. Un seul est autorisé.



Route de Draguignan, Peymeinade



Route de Draguignan, Peymeinade

Ci-dessus plusieurs publicités ou préenseignes installées sur une clôture, alors que les seuls supports autorisés sont les murs aveugles.

Les infractions concernant l'état du dispositif



Route de Draguignan, Peymeinade

La préenseigne est en mauvais état, elle est défraîchie ce qui la rend moins lisible.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien (Art. R.581-24).

Mauvais entretien de l'enseigne



Avenue de Boutiny, Peymeinade



Avenue de l'Amiral de Grasse, Peymeinade

Préenseigne vieillissante, à entretenir

Autres irrégularités

Plusieurs préenseignes sur un poteau EDF, support interdit.



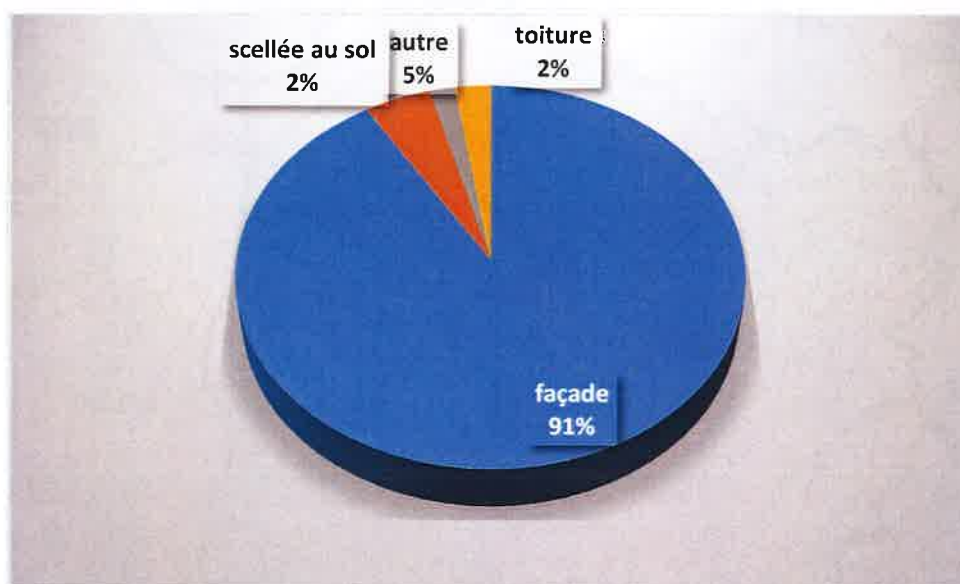
ZA de Picourenc, Peymeinade

3.3 Les caractéristiques des enseignes

3.3.1 Les observations

Tout comme les publicités, les enseignes sont presque toutes concentrées le long de la route de Draguignan. Il y en a quelques-unes sur la zone d'activité de Picourenc et au sud vers l'usine de l'Apié.

Illustration 15 : Type de support utilisé pour les enseignes



Les « autres » supports correspondent à un dispositif en drapeau, un sur balcon, un sur muret et un sur clôture. Les enseignes₇ sont quasiment toutes installées en façade (91% des dispositifs).

Illustration 23 : Localisation des enseignes en fonction de leur support

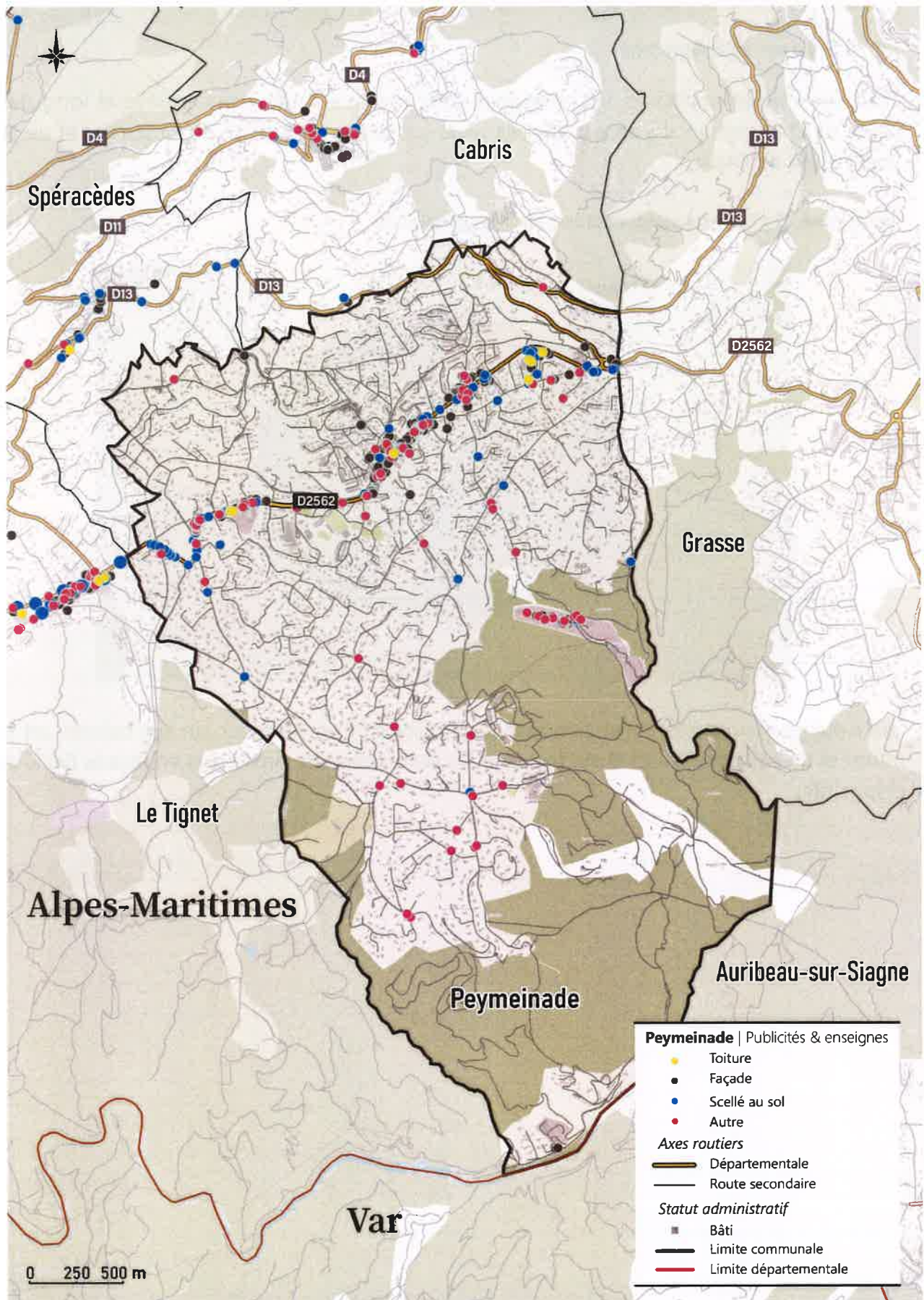


Illustration 24 : Eclairage des enseignes sur Peymeinade

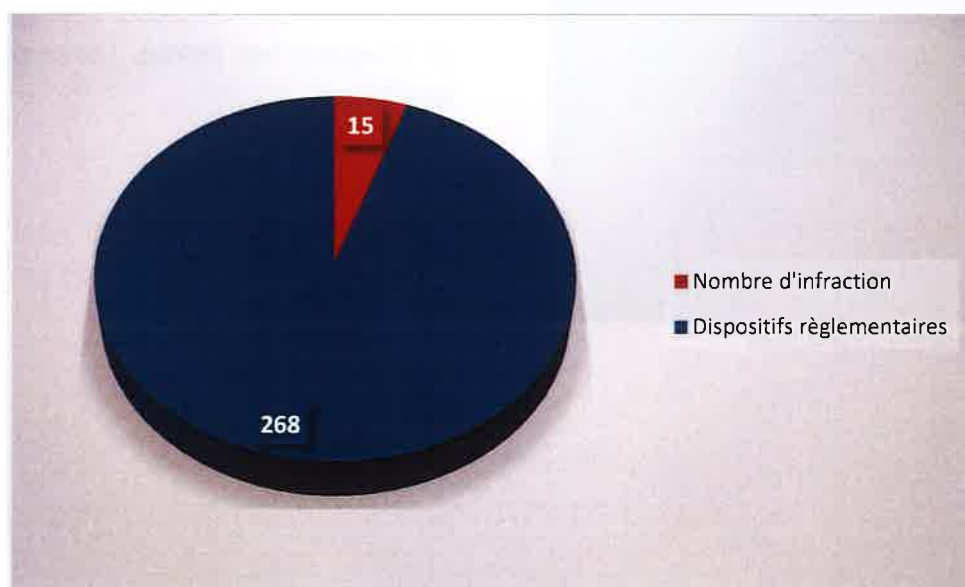


Sur les 283 enseignes recensées, 54 sont lumineuses et 229 ne sont pas lumineuses. Sur les 54 enseignes lumineuses, 13 sont des logos installés souvent perpendiculairement à la façade.

3.3.2 Les infractions relevées concernant les enseignes

On observe également plusieurs infractions sur les enseignes.

Illustration 25 : Nombre d'infraction relevées sur les enseignes



Sur les 283 enseignes relevées, 15 sont en infraction, représentant 5% sur le total des enseignes.

Les infractions fréquemment relevées concernent une mauvaise disposition sur toiture, l'état d'entretien de l'enseigne ou une enseigne encore présente après disparition de l'activité.

Mauvais entretien

Le totem ci-contre est mal entretenu et sale.



Route de Draguignan, Peymeinade

Magasins aux locaux fermés



Avenue de Boutiny, Peymeinade

Le magasin est fermé, l'enseigne n'a plus lieu d'être

Le magasin est fermé, l'enseigne n'a plus lieu d'être



Avenue de Boutiny, Peymeinade



Avenue de Boutiny, Peymeinade

Boutique fermée, l'enseigne est encore présente et n'est pas en bon état.

Le terrain est à louer et paraît libre. Les pancartes de location n'ont donc plus lieu d'être.



Route de Draguignan, Peymeinade

Les enseignes recouvrant la façade

L'enseigne recouvre la quasi-totalité de la façade du magasin. Pour rappel, lorsque la façade est inférieure à 50 mètres carrés, la surface cumulée des enseignes ne peut dépasser 25 % de la façade du magasin.



Avenue du docteur Belletrud, Peymeinade



Route de Draguignan, Peymeinade

La totalité de la façade est recouverte aux couleurs de la pharmacie. Pour rappel, lorsque la façade est supérieure à 50 mètres carrés, le cumul de la surface des enseignes ne peut dépasser 15 % de la façade totale du commerce.



Route de Draguignan, Peymeinade

Cette même façade regroupe 2 infractions :

- La première concernant la surface d'affichage qui doit rester inférieure à 15 % de la totalité de la façade.
- Les pancartes installées au premier étage n'ont pas lieu d'être, car l'activité se déroule au rez-de-chaussée et non à l'étage supérieur.

Les enseignes ne respectant pas la règle d'implantation sur toiture :



Route de Draguignan, Peymeinade

Les enseignes sur toiture doivent être constituées de lettres découpées

Les enseignes sur toiture doivent être constituées de lettres découpées



Route de Draguignan, Peymeinade

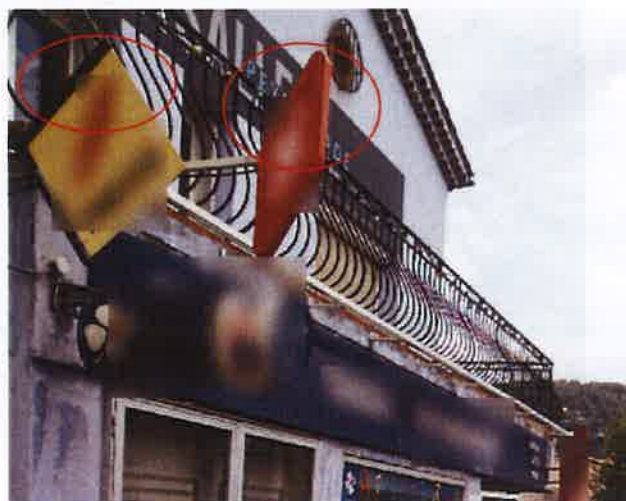


Route de Draguignan, Peymeinade

Les enseignes sur toiture doivent être constituées de lettres découpées

Autres :

Les deux enseignes dépassent la façade commerciale et se situent devant un balcon



Avenue de Boutiny, Peymeinade



Avenue de Boutiny, Peymeinade

L'enseigne, peu qualitative, se situe devant une fenêtre.

L'enseigne se situe devant le balcon.



Avenue de Boutiny, Peymeinade

4. Orientations

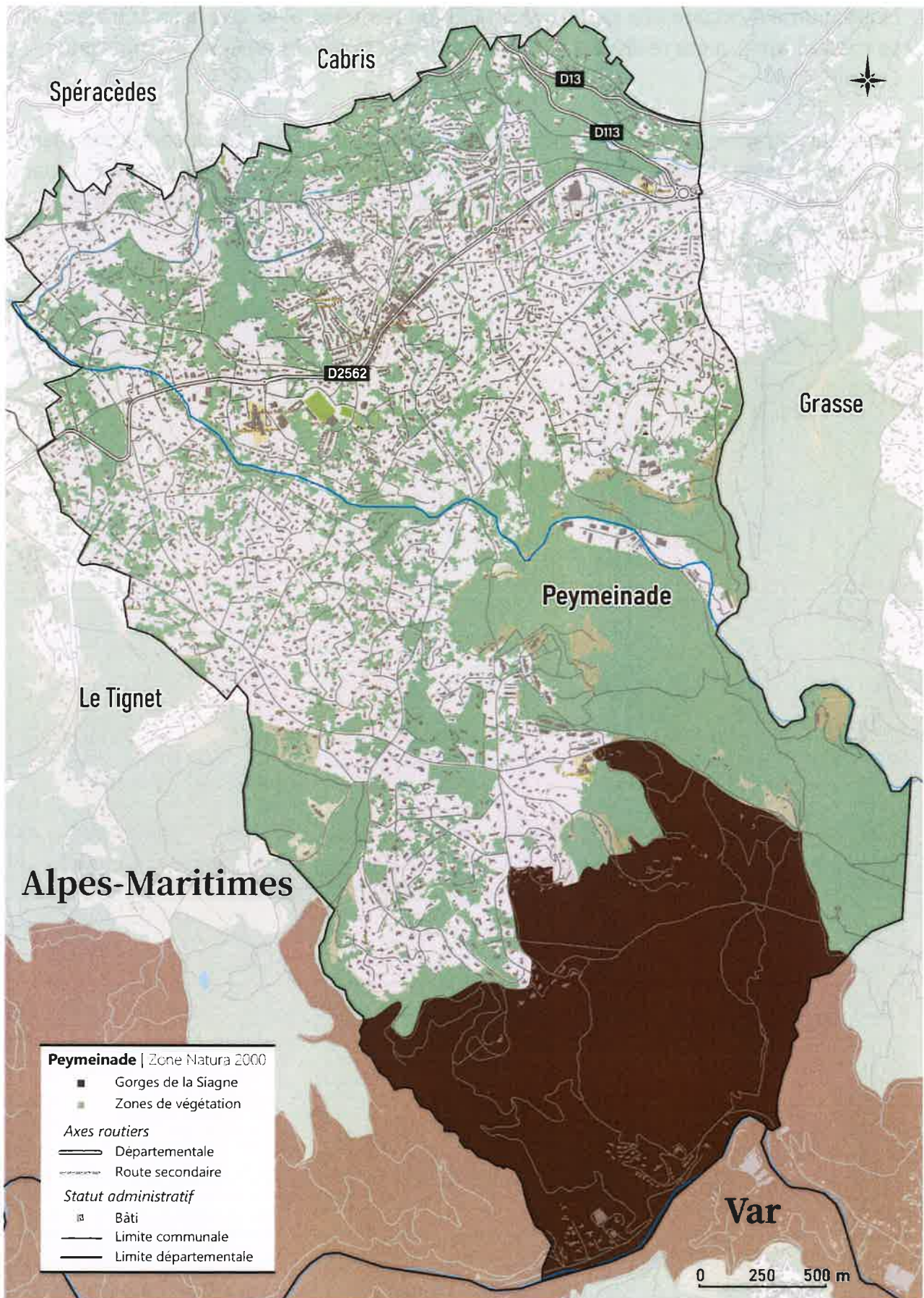
4.1 Présentation du territoire

4.1.1 Peymeinade : un paysage marqué par une zone Natura 2000

Une partie de la zone spéciale de conservation (ZSC) « Gorges de la Siagne »²⁸ se situe sur la commune. Ce site abrite des milieux naturels remarquables, une faune particulière et une espèce endémique. Il présente donc une certaine fragilité. Étant situé hors agglomération, ce site n'est pas exposé à un affichage publicitaire intempestif.

²⁸ Code du site : FR9301574

Illustration 26 : Localisation du site des Gorges de la Siagne sur Peymeinade



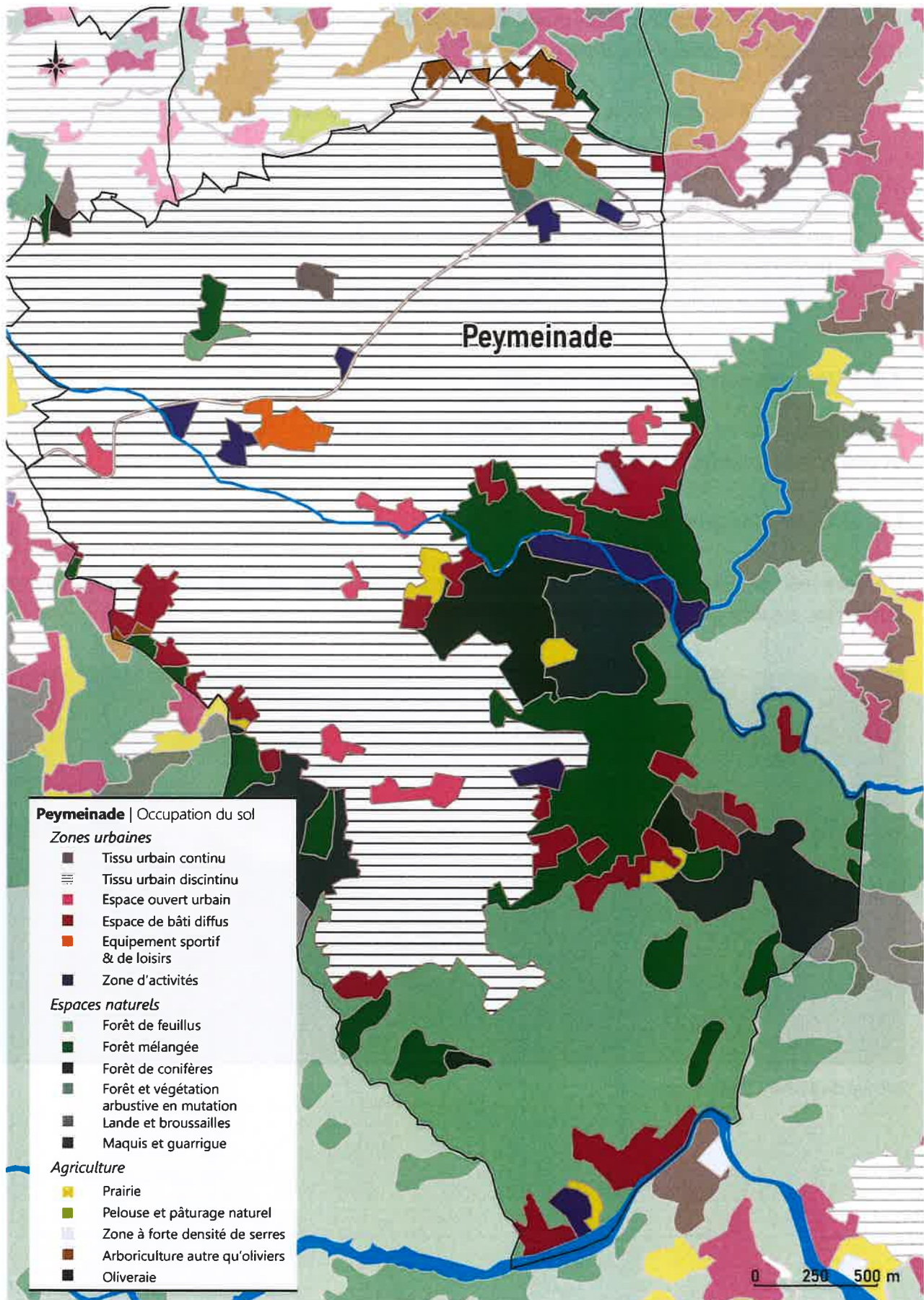
4.1.2 L'occupation du sol au sein de la commune

Le tissu urbain occupe une partie importante du territoire, ainsi que la forêt mélangée. La carte ci-après a été réalisée à partir des données tirées du répertoire Corin Land Cover²⁹.

Cette cartographie permet de rendre compte des particularités de la commune marquée par l'étendue de sa végétation. Afin de préserver l'identité du territoire tout en gardant sa dynamique commerciale, les dispositifs doivent s'intégrer dans le paysage tout en restant visibles par les visiteurs.

²⁹ Base de données européenne d'occupation biophysique des sols.

Illustration 27 : Carte d'occupation du sol



4.2 Objectifs et enjeux

La commune de Peymeinade souhaite valoriser son territoire au travers d'objectifs auxquels répondra son règlement local de publicité :

- respecter le règlement national de publicité et être en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire ;
- mettre le RLP en adéquation avec la réalité locale ;
- participer au dynamisme des activités commerciales, artisanales et industrielles tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère ;
- renforcer l'identité du territoire ;
- réduire la pollution visuelle pouvant résulter des affichages commerciaux.

4.2.1 Valorisation des entrées de ville

La réduction de la pollution visuelle passe par la valorisation des entrées d'agglomération et des zones urbaines denses.

Les entrées d'agglomération :

L'entrée est de l'agglomération accueille les visiteurs par ce type de panneau trivision lumineux, situé à gauche de la photo ci-dessous.



Avenue de Boutiny, Peymeinade

Exemple : en le remplaçant par une « sucette » de couleur verte, le dispositif serait moins agressif visuellement pour les visiteurs.



L'entrée d'agglomération côté ouest accueille également les visiteurs avec un imposant panneau publicitaire de couleur blanc métal.



Route de Draguignan, Peymeinade

Exemple : le changement de format et de couleur du panneau fait en sorte qu'il s'intègre mieux dans le paysage environnant tout en mettant en valeur l'entrée de ville. Un format de 2 m² est plus discret que le panneau existant. Le poteau au sol est également plus fin, le rendant plus « transparent ».



Les entrées dans la zone urbaine dense :

Ci-dessous, pour l'entrée sud-est de la zone urbaine dense, les deux dispositifs installés sur le mur à gauche de la photo prennent beaucoup de place visuellement par leur taille et leurs couleurs (blanc sur fond noir). Il serait ainsi intéressant de limiter la dimension des dispositifs dans les entrées de villes.



Avenue de Boutiny, Peymeinade

4.2.2 Renforcer l'identité du territoire

A l'ouest de l'agglomération, une « sucette » grise est installée. La proposition ci-dessous permettrait une meilleure intégration et l'harmonisation des formats.

Entrée de ville actuelle côté Est :



Exemple :



Une sucette différente installée sur la commune :



Exemple :



4.2.3 Participer au dynamisme des activités commerciales, artisanales et industrielles

La généralisation d'une signalisation d'information locale (SIL) contribuerait à renforcer le dynamisme de l'activité locale.

Actuellement, à l'entrée de la zone d'activité de Picourenc, on observe plusieurs préenseignes sauvages disposées sur un poteau concessionnaire :



Chemin de la Frayère, Peymeinade

A proximité de la zone, ces préenseignes peu qualitatives ou interdites (sur support de panneau de police) nuisent à l'image du territoire.



Intersection entre l'avenue des termes et le chemin de la Frayère, Peymeinade



Avenue de Boutiny, Peymeinade

Dans un souci d'uniformisation, la signalisation ci-contre peut également être remplacée par une SIL. Elle serait plus visible et homogène.

Exemple : l'installation d'une SIL homogène sur l'ensemble de la commune contribuerait à remplacer les préenseignes sauvages. Un exemple de SIL intégrée au paysage ci-dessous :



Le format de SIL choisi devra être le même sur l'ensemble du territoire afin de renforcer l'identité de la commune. Ci-dessous une SIL de couleur verte, dans la commune, contraste avec la SIL déjà présente plus loin :



Avenue Fragonard, Peymeinade

Le format de SIL déjà en place :



Avenue de Boutiny, Peymeinade



Chemin du Suye, Peymeinade



Avenue de Boutiny, Peymeinade



Avenue de Boutiny, Peymeinade

Le nombre important de mentions sur le même dispositif (photo ci-dessus, à gauche) perd le visiteur et rend l'information moins claire.

4.2.4 Réduire la pollution visuelle

Dispositif imposant proche de la route départementale et à proximité de la zone résidentielle :



Chemin de la Frayère, Peymeinade



Chemin du Candeou, Peymeinade

L'exemple ci-contre est situé en pleine zone résidentielle.



Avenue des Termes, Peymeinade

5. Explication des choix

Tenant compte des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux en termes de paysages et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, les choix suivants ont été retenus :

La ville a choisi d'élaborer un règlement simple, ne comprenant que 2 zones, ayant pour unique objet de distinguer du reste du territoire le linéaire commercial de la route départementale 2562 où l'activité économique, les dimensions des bâtiments et la nature des entreprises justifient la présence de la publicité et imposent de traiter les enseignes différemment.

La zone 2 est plus restrictive et hors agglomération, où la publicité est interdite, les enseignes s'alignent sur ses prescriptions.

5.1. Dispositions générales

Sur l'ensemble du territoire communal, le RLP étend les interdictions du règlement national : la publicité sous toutes ses formes est interdite dans les espaces naturels, les zones agricoles, les espaces boisés classés etc. (article A.1)

D'une façon générale, le règlement se veut très protecteur du cadre de vie. La publicité est admise de façon très raisonnée, aux seuls endroits où elle semble pouvoir s'intégrer à son environnement proche ou lointain. La commune a néanmoins souhaité conserver la possibilité d'installer des mobiliers urbains publicitaires sur l'ensemble du territoire aggloméré, afin d'assurer l'information du public, habitants comme visiteurs. La surface maximum de l'affiche est fixée à 2 m² (article B.2)

La publicité est interdite sur les murs de clôtures, qui sont des éléments structurants du paysage. Sur les murs de bâtiments où la publicité est possible, elle doit être isolée, afin de ne pas démultiplier son impact (article C.2).

La publicité est admise sur les palissades de chantier, le Code de l'environnement prévoyant expressément qu'elle ne peut être interdite (combinaison des articles L.581-8 et L. 581-14). Toutefois, sa surface est limitée à 4,70 m² (article C.3).

Les chevalets posés généralement sur le domaine public sont utiles au commerce local. Toutefois, un nombre limité et des dimensions modestes suffisent à signaler l'établissement. C'est l'objet de l'article C.5.

La recherche d'une harmonie sur la totalité de la commune impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. Le RLP s'attache à améliorer la qualité des enseignes et leur intégration dans le bâti comme dans les perspectives lointaines.

Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de nuancier de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et de faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

Le RLP détaille les critères sur lesquels le service instructeur s'appuiera pour étudier les demandes d'autorisation. Ceux-ci sont tous liés au cadre de vie, rappelant ainsi la finalité de la réglementation (article D.8).

L'obligation de supprimer les enseignes lorsque l'activité a cessé est étendue aux propriétaires des locaux (article D.9), avec pour objectif d'éviter que subsistent les enseignes d'établissements fermés.

Les murs de clôtures et clôtures ont un grand intérêt dans la structure des paysages et doivent rester visibles. Les entreprises utiliseront pour se signaler une enseigne de petite dimension (article D.1).

D'autre part, la publicité est interdite sur les arbres par le règlement national et le RLP étend cette interdiction aux enseignes afin de protéger toute végétation (article D.2).

Les terrasses des cafés et restaurants contribuent à donner une image vivante et plaisante de la ville. Afin de préserver ces lieux de vie, les mobiliers (parasol, chaises, tables) doivent être dénués d'inscriptions publicitaires (article D.4).

Le diagnostic a montré qu'il n'existait pas d'enseignes numériques. Le choix a été fait de pérenniser cette situation en interdisant les dispositifs numériques scellés au sol, dont le caractère agressif est incompatible avec l'image de la ville (article D.5).

Alors que les enseignes durables font l'objet de fortes exigences, il n'est pas acceptable que les enseignes temporaires puissent être implantées de façon anarchique, annihilant les efforts consentis sur les premières.

Celles-ci sont donc limitées dans le temps et en nombre (article D.6).

Ainsi,

- la durée d'apposition prévue par le règlement national (3 semaines avant l'évènement et une semaine après) est ramenée à 10 jours et 2 jours ;
- 1 seule enseigne par opération est admise, tant pour les manifestations exceptionnelles que pour les opérations immobilières.

La surface n'a pas été limitée, afin de ne pas entraver le dynamisme commercial.

La ville n'a pas souhaité interdire les autocollants apposés sur les vitrines. Toutefois, afin d'éviter l'occultation complète de ces dernières, leur surface cumulée est limitée (article D.7).

Les horaires d'extinction des publicités comme des enseignes sont adaptés à la commune et la plage est étendue à 23 h à 7 h, contre 1 h à 6 h dans le règlement national (article E.1)

La loi 2021-1104 permet de réglementer - sans interdire - les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines. La ville a choisi d'aligner leur surface sur celle des autocollants : 20 % de la surface de la vitrine (article E.2). Elles sont soumises aux mêmes horaires d'extinction que les autres dispositifs lumineux.

5.2 La zone 1

Le choix s'est porté sur les plus petites surfaces utilisées nationalement par toutes les sociétés d'affichage. La surface de la publicité murale est limitée à 2,60 m², et la publicité scellée au sol ne doit pas excéder la surface de 3 m² avec encadrement (article 1.2).

La publicité numérique est limitée également à 2 m² (article 1.3).

La densité est limitée à 1 dispositif par unité foncière, sans contrainte de linéaire minimum. Les possibilités sont donc ouvertes pour l'installation de panneaux publicitaires, sans risque d'accumulation.

Pour les enseignes, le règlement national convient aux bâtiments à caractère utilitaire, industriel (façades plates, toits-terrasses, grandes dimensions) des zones d'activité (article 1.5).

Le RLP limite toutefois les enseignes perpendiculaires, les enseignes numériques (2 m²), les enseignes scellées au sol (forme de « totem »), les enseignes sur toiture (hauteur de 2 mètres maximum, adaptée aux édifices existants et à venir (articles 1.6 à 1.9)

5.3 La zone 2

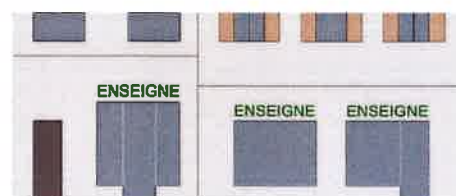
Dans ces secteurs très sensibles, la publicité est limitée à quelques formes : publicité de petit format et publicité sur palissades de chantier, qui ne peuvent être interdites. Voulant soutenir le dynamisme commercial, la commune admet les chevalets (article 2.2).

Toute forme de publicité lumineuse est interdite, ainsi que la publicité sur toiture jugées incompatibles avec le caractère résidentiel des lieux (article 2.3).

Les enseignes font l'objet de prescriptions allant dans le sens d'une recherche de sobriété, de mise en valeur de l'architecture.

Le règlement protège donc les balcons, les garde-corps (article 2.4).

Il limite le nombre d'enseignes parallèles à 1 par établissement et par voie, avec toutefois une possibilité d'une enseigne par vitrine, solution esthétiquement préférable dans certains cas (article 2.5).



Dans le même souci de préservation des façades des bâtiments, les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 par établissement, avec une surface inférieure à 0,70 m² (article 2.6).

Pour les mêmes raisons que la publicité lumineuse, les enseignes numériques sont proscrites (article 2.7)

Obstacle inutile dans le paysage, éventuellement nuisible à la bonne circulation routière ou piétonne, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont réduites à une petite surface, et les oriflammes ou drapeaux sont interdits (article 2.8).

Dans cette zone, aucun bâtiment n'est à même de supporter une enseigne sur toiture (article 2.9).

Table des illustrations

ILLUSTRATION 1 : LES DIFFERENTES PHASES DE LA PROCEDURE POUR L'ELABORATION D'UN RLP :	5
ILLUSTRATION 2 : LES DIFFERENTS SUPPORTS DE PUBLICITE :	6
ILLUSTRATION 3 : LES DIFFERENTS DISPOSITIFS	7
ILLUSTRATION 4 : PEYMEINADE DANS L'UNITÉ URBAINE (UU) DE NICE :	9
ILLUSTRATION 5 : CAS DEROGATOIRE DES BACHES ET DES DISPOSITIFS DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES	10
ILLUSTRATION 6 : REPARTITION DES COMPETENCES SELON PLUSIEURS SITUATIONS	10
ILLUSTRATION 7 : REGLES DE DENSITE POUR LES PUBLICITES MURALES ET SCHELLES AU SOL	12
ILLUSTRATION 8 : REGLE DE PROSPECT POUR LES PUBLICITES SCHELLES AU SOL.....	13
ILLUSTRATION 9 : LES PUBLICITES SCHELLES AU SOL SONT LIMITEES EN HAUTEUR.....	14
ILLUSTRATION 10 : SURFACE ET HAUTEUR DES PUBLICITES SUPPORTANT DES AFFICHES ECLAIREES PAR PROJECTION OU TRANSPARENCE AUTORISEES POUR PEYMEINADE	16
ILLUSTRATION 11 : IMPLANTATION DES ENSEIGNES.....	17
ILLUSTRATION 12 : LE CALCUL DE LA SURFACE DES ENSEIGNES	18
ILLUSTRATION 13 : ENSEIGNE SUR TOITURE	19
ILLUSTRATION 14 : HAUTEUR MAXIMALE DES ENSEIGNES SUR TOITURE.....	20
ILLUSTRATION 15 : LOCALISATION DES DISPOSITIFS RELEVES SUR LA COMMUNE DE PEYMEINADE	23
ILLUSTRATION 16 : ZOOM SUR LE CENTRE-VILLE DE PEYMEINADE.....	25
ILLUSTRATION 17 : NOMBRE DE DISPOSITIFS RECENCES SUR LA COMMUNE DE PEYMEINADE.....	26
ILLUSTRATION 18 : TYPE DE SUPPORT POUR LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES.....	27
ILLUSTRATION 19 : LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES SUR PEYMEINADE.....	27
ILLUSTRATION 20 : LES DISPOSITIFS LUMINEUX RELEVES.....	29
ILLUSTRATION 21 : REPARTITION DE LA CONFORMITE OU NON DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES.....	30
ILLUSTRATION 22 : TYPE DE SUPPORT UTILISE POUR LES ENSEIGNES	32
ILLUSTRATION 23 : LOCALISATION DES ENSEIGNES EN FONCTION DE LEUR SUPPORT.....	35
ILLUSTRATION 24 : ETAT DE LA LUMINOSITE DES ENSEIGNES SUR PEYMEINADE.....	36
ILLUSTRATION 25 : NOMBRE D'INFRACTIONS RELEVES SUR LES ENSEIGNES.....	36
ILLUSTRATION 26 : LOCALISATION DU SITE DES GORGES DE LA SIAGNE SUR PEYMEINADE.....	44
ILLUSTRATION 27 : CARTE D'OCCUPATION DES SOLS.....	46
ILLUSTRATION 28 : CARTOGRAPHIE DES DIFFERENTS ESPACES DE PEYMEINADE (PROPOSITION IMMERGIS).. ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.	

