



Règlement local de publicité

Rapport de présentation

Septembre 2022

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	4
1 NOTIONS CLES 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.....	18
2.1.9 <i>Les enseignes en façade</i>	18
2.1.10 <i>Les enseignes perpendiculaires</i>	20
2.1.11 <i>Les enseignes sur toiture</i>	20
2.1.12 <i>Les enseignes scellées au sol</i>	21
2.1.13 <i>Les enseignes lumineuses</i>	22
2.1.14 <i>Les enseignes temporaires</i>	22
3 DIAGNOSTIC REALISE SUR LE TIGNET DU PARC D’AFFICHAGE PUBLICITAIRE	23
3.1 LES OBSERVATIONS FAITES SUR LA COMMUNE	23
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.....	31
3.3.1 <i>Les observations</i>	31
3.3.2 <i>Les infractions relevées concernant les enseignes</i>	33
4 ORIENTATIONS POUR LA COMMUNE	36
4.1 PRESENTATION DU TERRITOIRE	36
4.1.1 <i>Le Tignet : un paysage marqué par une zone Natura 2000</i>	36
4.1.2 <i>L'occupation du sol au sein de la commune</i>	38
4.2 OBJECTIFS ET ENJEUX	40
4.2.1 <i>Valorisation des entrées de ville</i>	40
4.2.2 <i>Renforcer l'identité du territoire</i>	41
4.2.3 <i>Participer au dynamisme des activités commerciales, artisanales et industrielles</i>	41
4.2.4 <i>Réduire la pollution visuelle</i>	42
4.3 PROPOSITION D'UN ZONAGE EN FONCTION DE LA REALITE LOCALE.....	43
4.3.1 <i>Les différents paysages de la commune</i>	43
4.3.2 <i>Proposition de restrictions supplémentaires en fonction d'un zonage spécifique</i>	43
4.4 LES ORIENTATIONS RETENUES PAR LA COMMUNE	44
5 EXPLICATION DES CHOIX	44
TABLE DES ILLUSTRATIONS	47

Introduction

Les communes du Tignet, de Peymeinade, Cabris, Saint-Cézaire-sur-Siagne et Spéracèdes disposent d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) en vigueur 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 modifie la réglementation de la publicité extérieure et apporte un cadre plus restrictif aux dispositifs publicitaires, notamment sur 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.

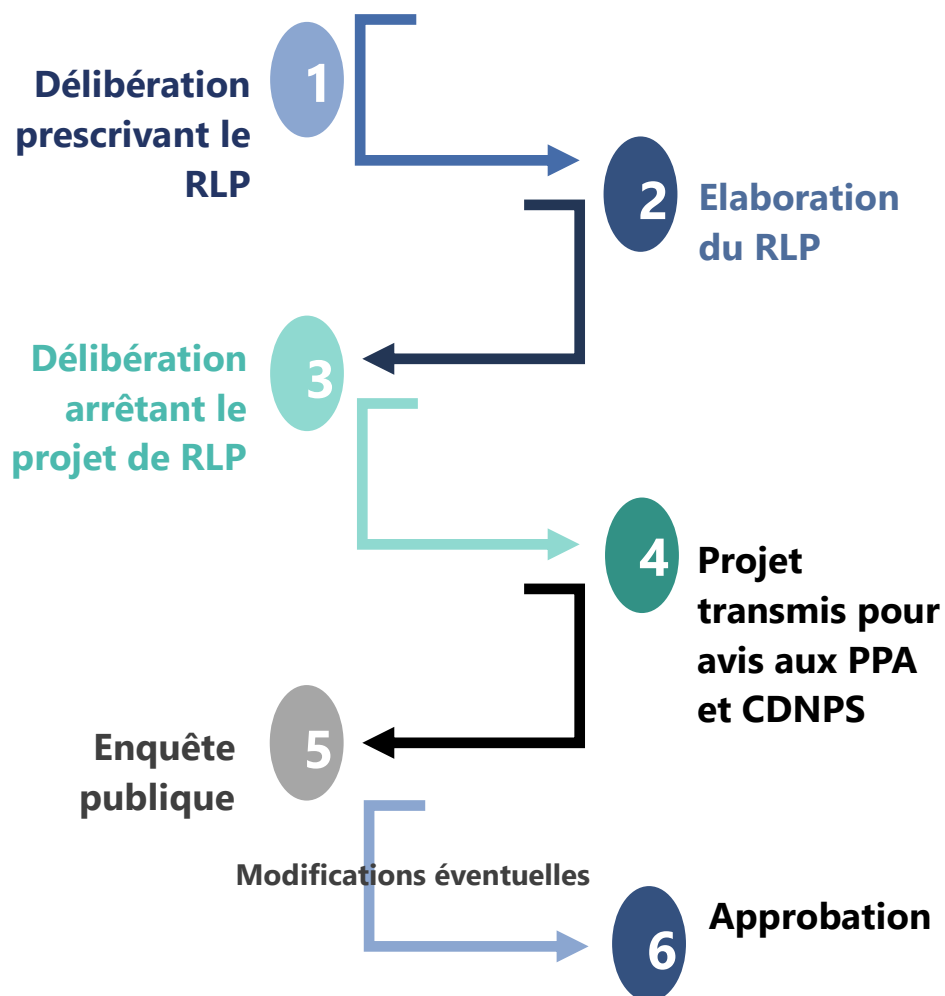
Le RLP est annexé au plan local d'urbanisme (PLU). La ville du Tignet fait partie de la communauté d'agglomération du Pays de Grasse (CAPG), qui ne dispose pas de la compétence urbanisme et ne peut donc pas élaborer de RLP ; il revient donc à la ville d'établir son propre RLP.

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'expression. Il permet d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités locales en s'adaptant à chaque type d'espace (naturel, urbain, bâti historique). Le RLP peut définir plusieurs zones avec des règles spécifiques selon le zonage ou le type de paysage et doit appliquer 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 objectifs ainsi que l'explication des choix retenus.

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



1 Notions clés 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

La définition plutôt large regroupe tous les types de dispositifs existants ou futurs. Une publicité peut avoir différents types de supports, elle peut être :

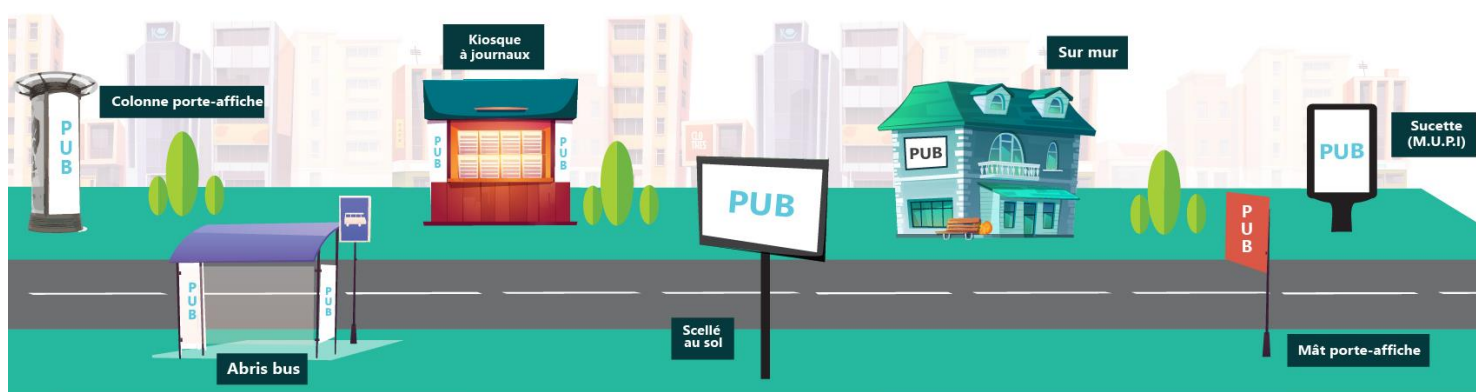
- scellée au sol
- sur un mur ou une clôture existante
- sur une bâche (de chantier ou autre)
- sur du mobilier urbain (abris destinés au public, colonne porte-affichage, kiosque à journaux, mât porte affiche, mobiliers d'information)

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

- publicités éclairées par transparence ou projection (spots, rampes),
- publicités composées 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

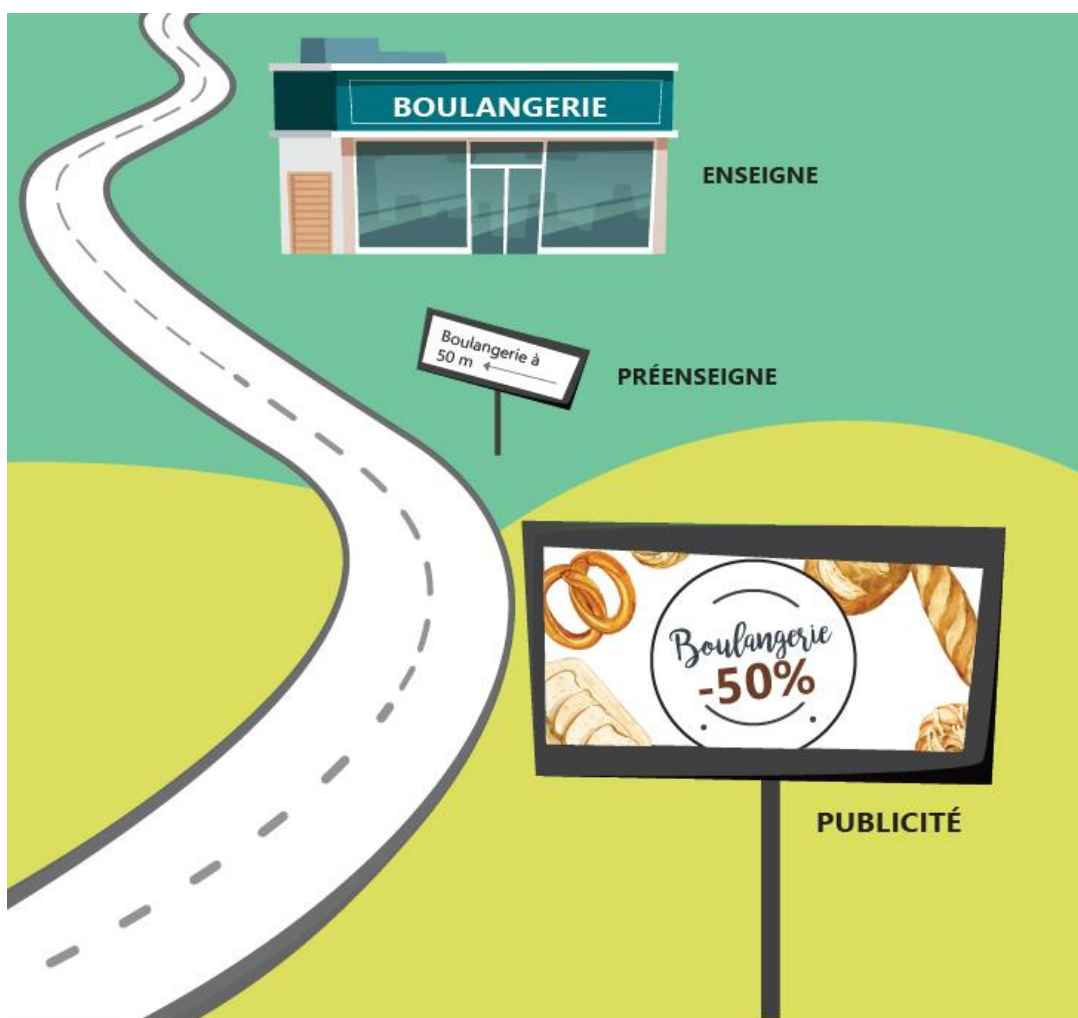
L'enseigne peut être apposée sur un mur, sur une toiture ou scellée au sol.

1.1.3 Les préenseignes

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

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 entre les panneaux Eb10/Eb20.

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 2 000 habitants* »⁵. Les limites communales ne sont pas prises en compte.

1.2.3 Contexte territorial

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

Le Tignet comprend **3 063 habitants** (INSEE 2018⁶) et appartient à l'unité urbaine de Nice qui regroupe 51 communes et compte 944 321 habitants en 2018.

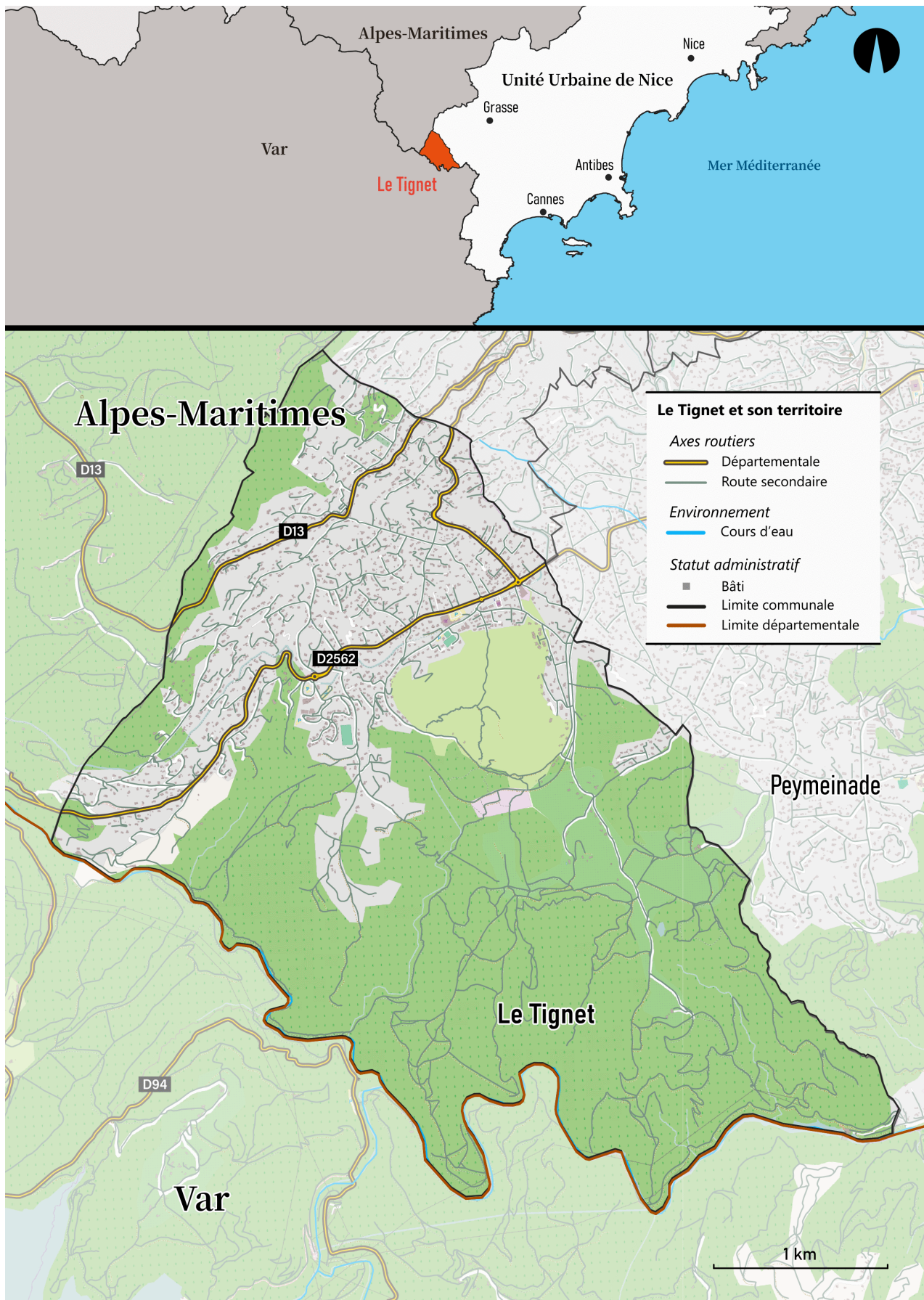
Les dispositifs publicitaires situés dans l'agglomération de Peymeinade sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations appartenant à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants. Notamment, les publicités scellées au sol y sont autorisées.

⁴ Article R.110-2 du code de la route

⁵ Définition de l'INSEE

⁶ Chiffres au 01/01/2021

Illustration 4 : Le Tignet 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.

L'installation des dispositifs sur certains supports n'est pas autorisée. 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,
- les clôtures qui ne sont pas aveugles (ajourée, végétalisée ou sur grillage),
- les murs des bâtiments comportant une ouverture supérieure à 0.5m²,
- les monuments classés ou inscrits,
- les murs de cimetière et de jardin public.

La publicité sur support ou scellée au sol 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.

Le Tignet n'est pas située dans un parc naturel régional mais dispose d'un bâtiment classé, la villa le Pas de la Pique, et de son périmètre de protection associé.

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. L.581-8) comme les sites patrimoniaux remarquables ou les sites Natura 2000 comme pour les parcs naturels régionaux.

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.

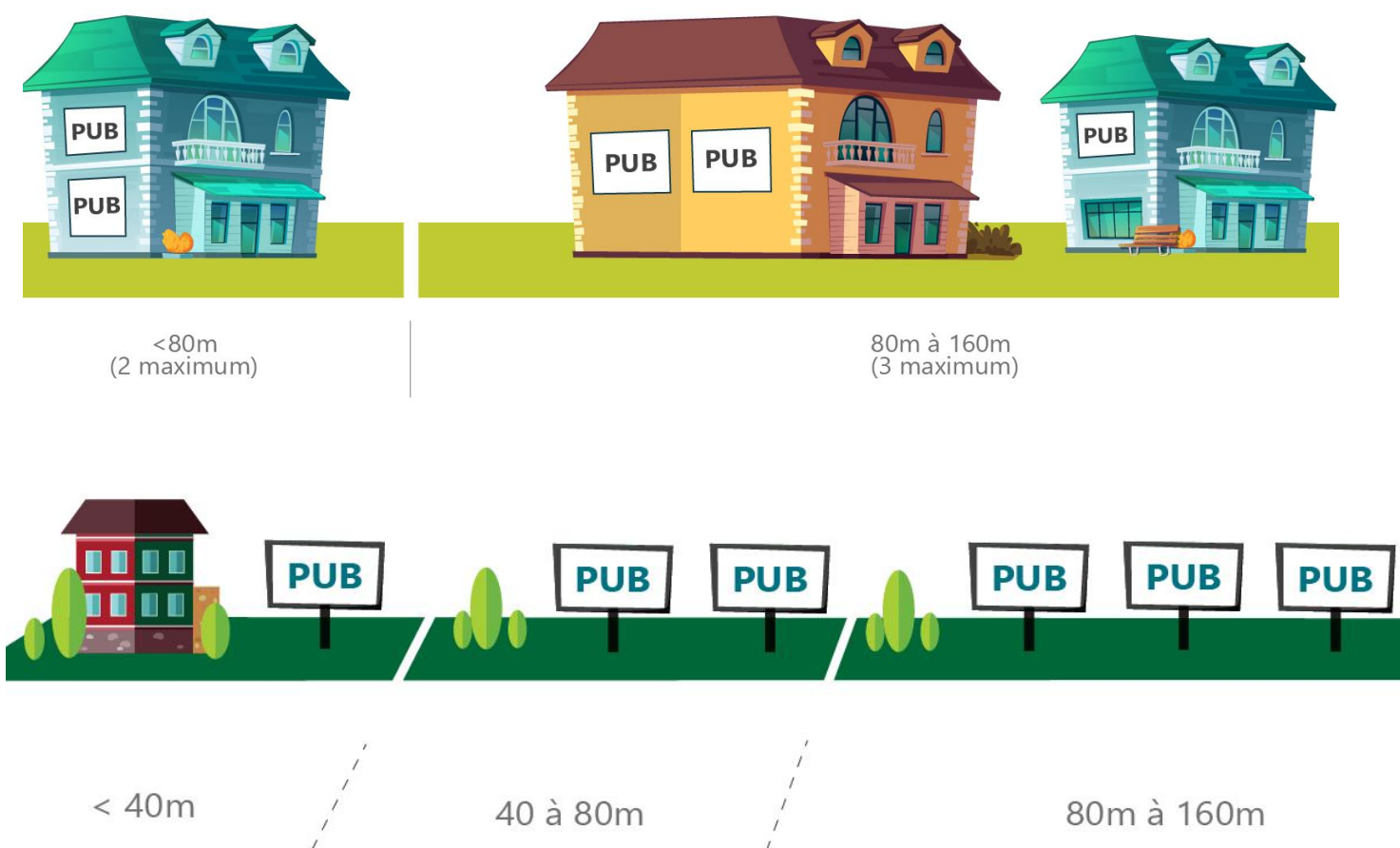
Ces dispositifs sont soumis à des règles **de densité**¹⁴ :

Il est autorisé 2 dispositifs muraux alignés horizontalement ou verticalement dans une unité foncière large de 80 mètres minimum. Un dispositif supplémentaire sera autorisé 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



¹³ Article R581-24 du code de l'environnement

¹⁴ Article R581-25 du code de l'environnement

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. 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.

Le Tignet 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.

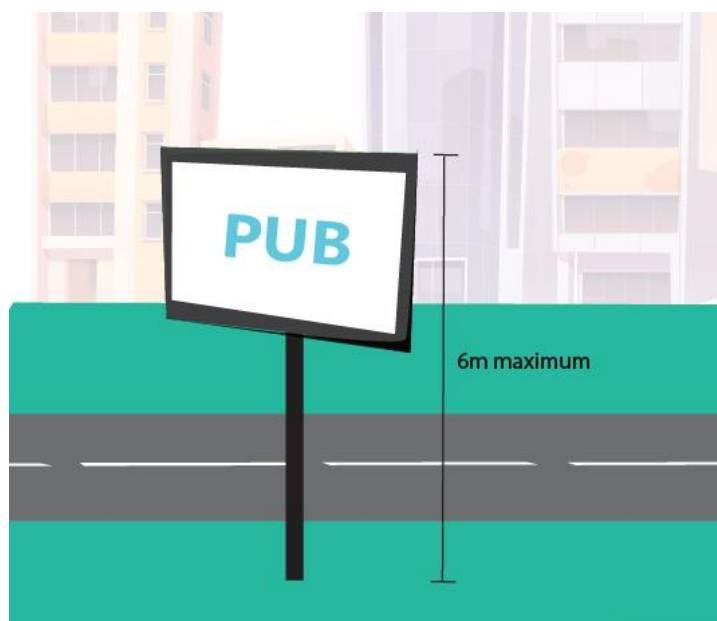
Une publicité murale ne peut dépasser les limites de l'égout du toit, ni dépasser les limites du mur qui la supporte. Elle ne peut être apposée sur une toiture ou sur une terrasse en tenant lieu.

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 de 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 :

- les monuments historiques peuvent en avoir 4,
- les activités liées à la vente de produits de terroir peuvent en avoir 2,
- les activités culturelles ont droit à 2.

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 du Tignet, 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 la publicité doit 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

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, le RLP fixe les horaires d'extinction nocturne.

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 du Tignet.

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 (dit « micro-affichage »)

L'affichage de petit format ou micro-affichage (surface unitaire inférieure à un mètre carré) désigne les dispositifs qui sont intégrés à la 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

5 catégories de mobiliers urbains peuvent supporter de la publicité :

- les abris destinés au public,
- les kiosques,
- 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.

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 la collectivité (à l'issue de recherches) peut enlever l'enseigne, avec l'accord du propriétaire.

2.1.9 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



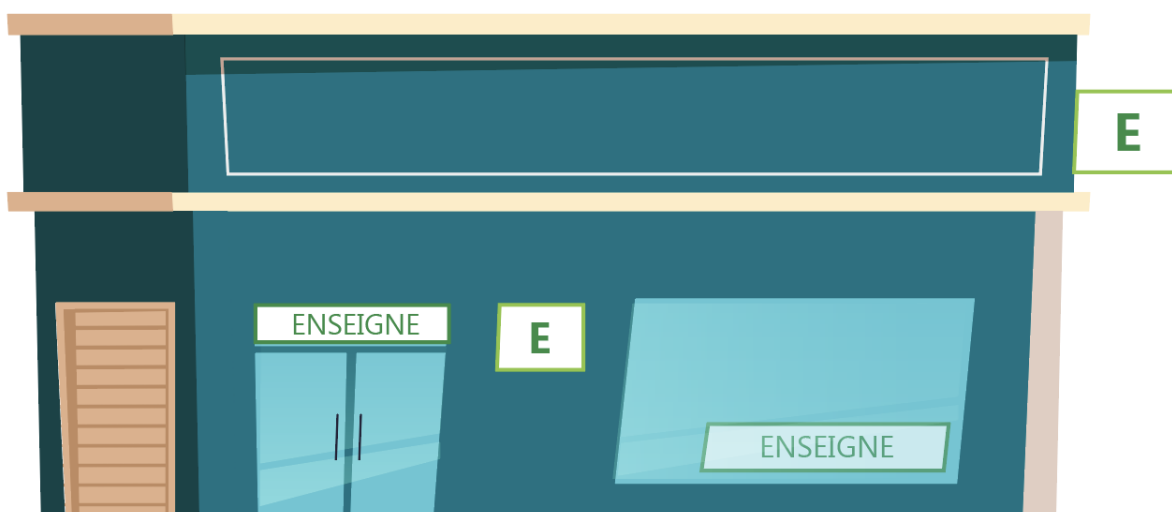
²⁰ Article R581-60 du code de l'environnement

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 le micro-affichage n'entrent pas en compte dans le calcul de la surface des enseignes. *L'enseigne perpendiculaire à droite du magasin doit faire partie du calcul de la surface recto/verso (art. 581-63).*

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

2.1.10 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

2.1.11 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

2.1.12 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 pour 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.

2.1.13 Les enseignes lumineuses

Sont considérées comme enseignes lumineuses les enseignes éclairées par projection ou transparence, par spot, numériques, 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.

2.1.14 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. Leur 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 Le Tignet du parc d'affichage publicitaire

La commune du Tignet est soumise au RLPi en vigueur depuis 1995, élaboré dans un contexte et une réglementation différente d'aujourd'hui.

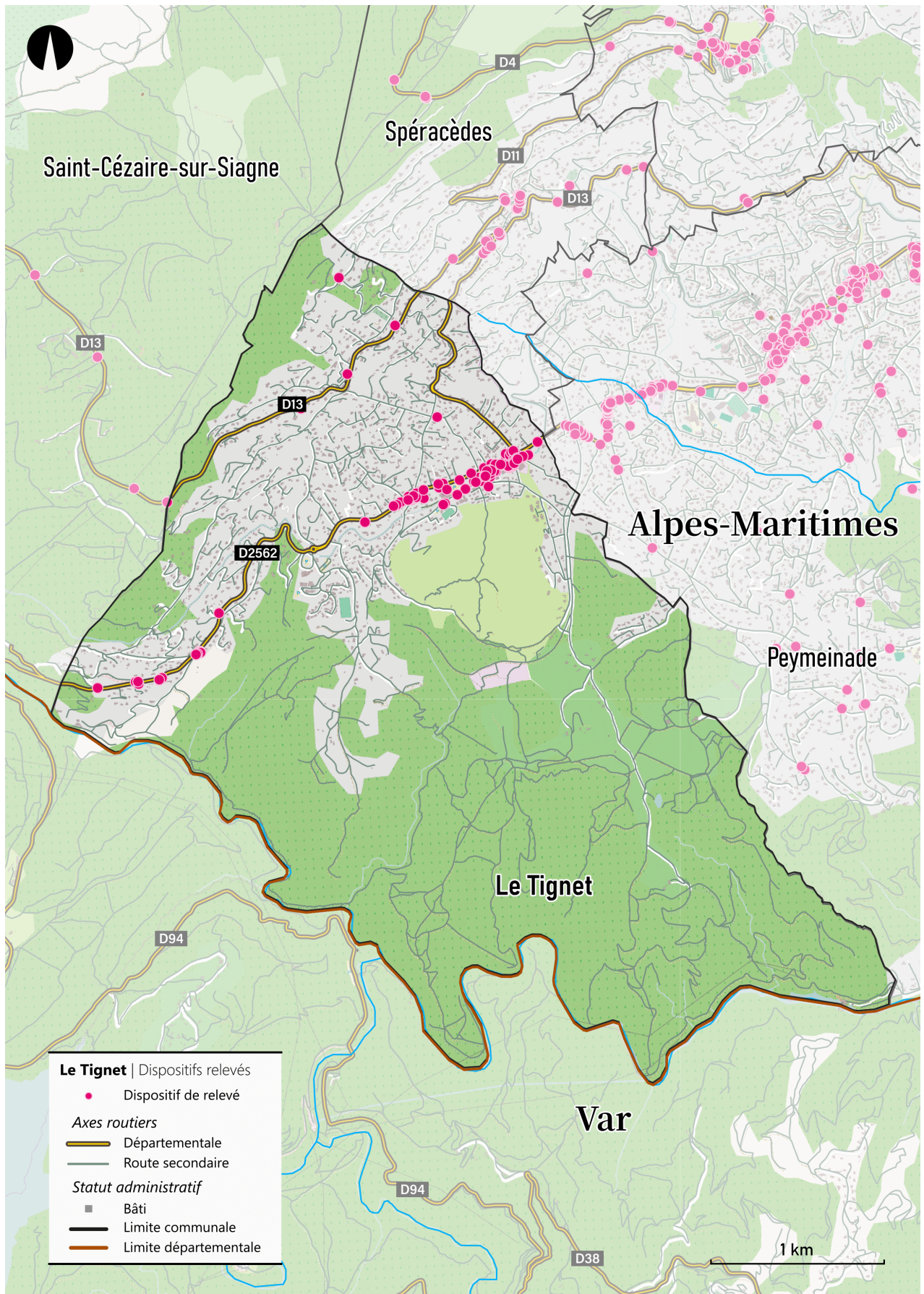
L'ancien RLP ne fait pas état de zone de publicité hors agglomération. Il est plus restrictif pour les zones en agglomération : la publicité ne peut pas dépasser 4 m² et ne peut se situer à plus de 4 m du sol, les publicités scellées au sol sont interdites à l'exception du mobilier urbain.

3.1 Les observations faites sur la commune

Suite à une campagne de relevé 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 d'ores et déjà que les dispositifs publicitaires et les enseignes sont situés dans leur immense majorité le long de la route de Draguignan/RD2562, ce qui s'explique par la concentration des commerces autour de cet axe et par son caractère, structurant la ville d'est en ouest.

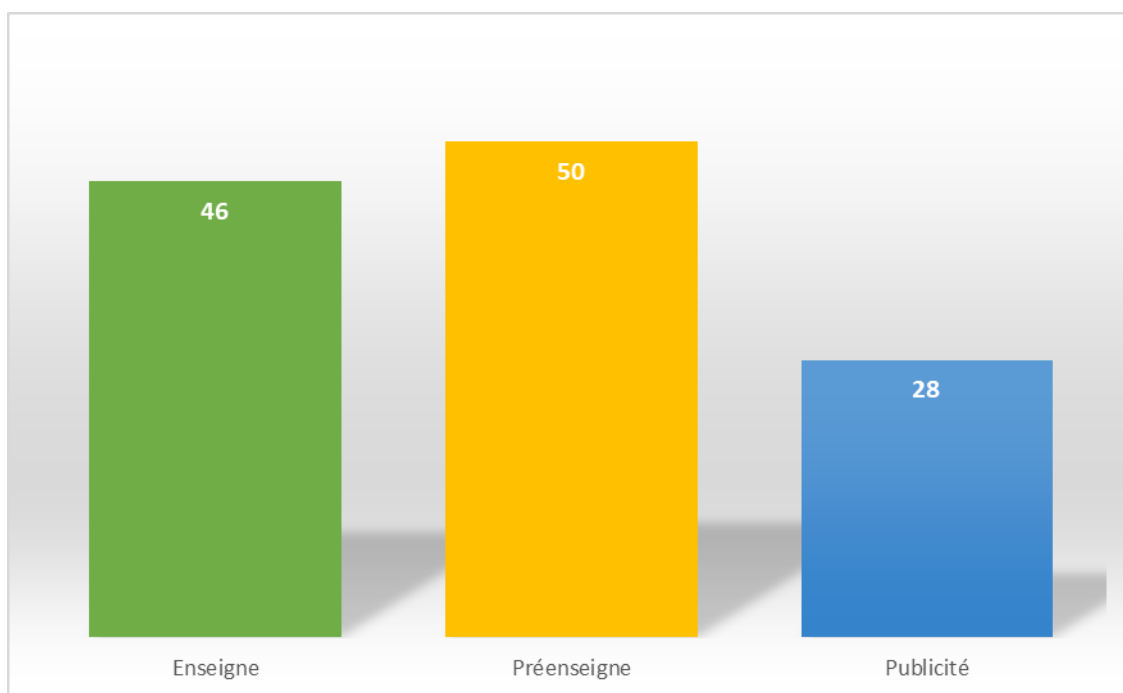
Illustration 13 : Localisation des dispositifs relevés sur la commune du Tignet



Les règles applicables aux préenseignes et aux publicités s'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 du Tignet. Sur la commune, 46 enseignes, 28 publicités et 50 préenseignes ont été relevées, ce nombre concerne toutes les enseignes : lorsqu'un commerce en possède plusieurs, chacune des enseignes est comptée.

Illustration 14 : Nombre de dispositifs recensés sur la commune de Le Tignet



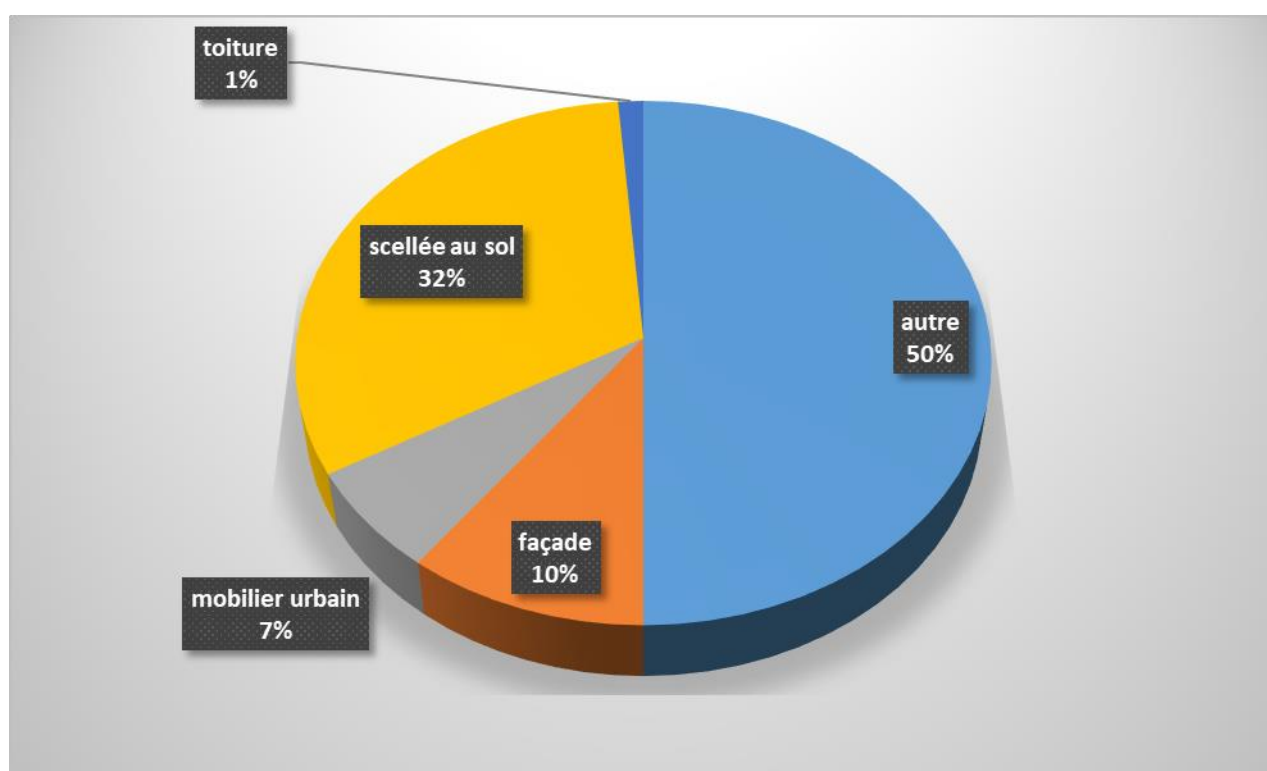
Sur la commune, un total de 124 dispositifs a été recensé. Les publicités et préenseignes, qui sont sous le même régime, représentent 78 des dispositifs relevés.

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 32% des dispositifs relevés malgré l'interdiction émise dans le RLPi de 1995. Il y a peu de publicité sur mobilier urbain (7%). Les mobiliers urbains utilisés sont : des mobiliers d'information de 2 m² (dits « sucettes » ou « planimètres ») ou des abris destinés au public.

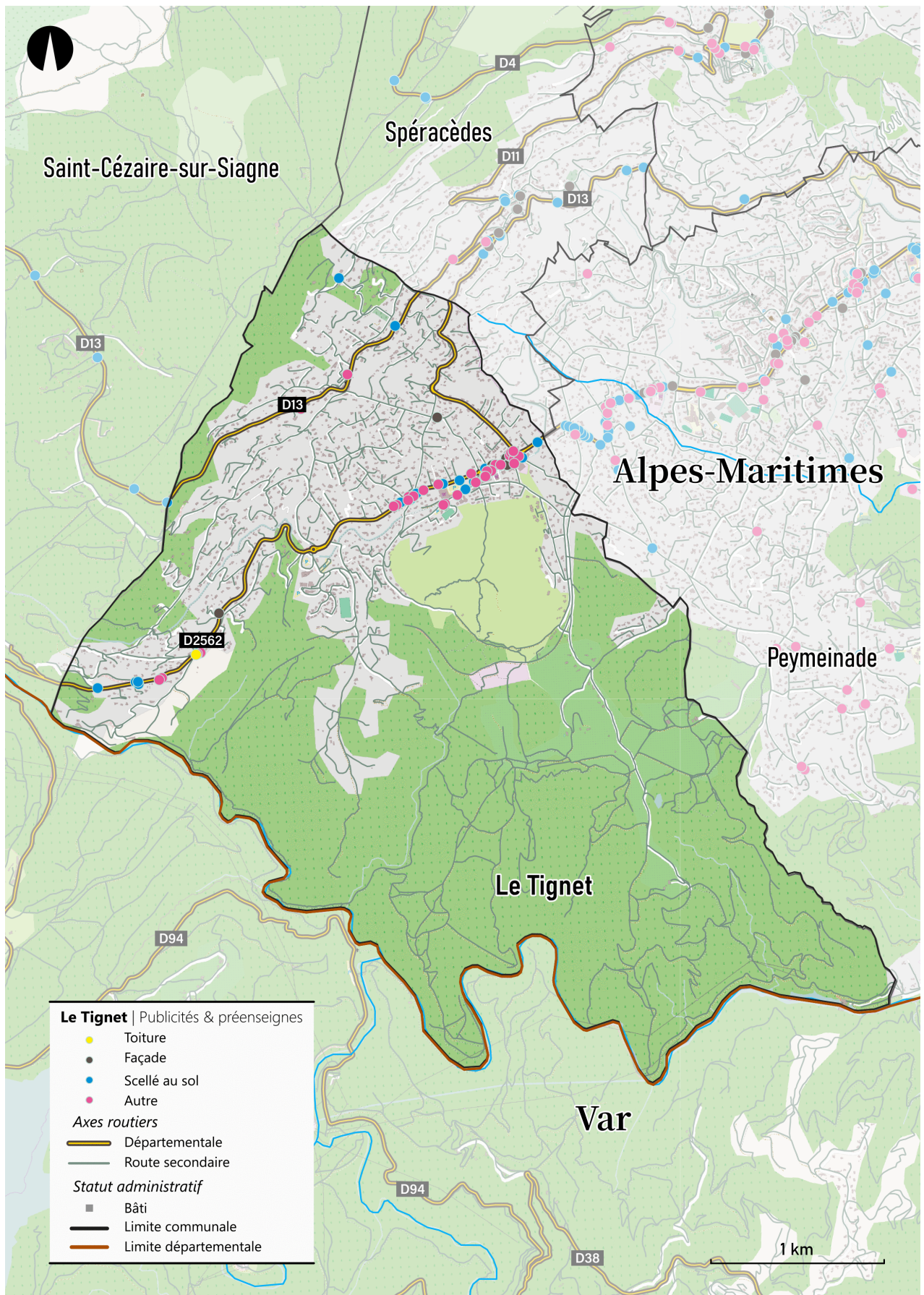
Illustration 15 : Type de support pour les publicités et préenseignes



La catégorie « autre » regroupe les supports tels que les clôtures, murets, totems, chevalets qui peuvent être des publicités ou des préenseignes.

Les publicités ou préenseignes installées sur façade ne représentent que 10% (8 dispositifs relevés). Seulement 7% des publicités ou préenseignes sont supportées par un mobilier urbain (5 dispositifs).

Illustration 18 : Les publicités et préenseignes au Tignet



La carte ci-dessus permet de montrer l'emplacement des publicités et enseignes, en fonction de leur support.

Les dispositifs scellés au sol sont majoritairement installés le long de la route de Draguignan.

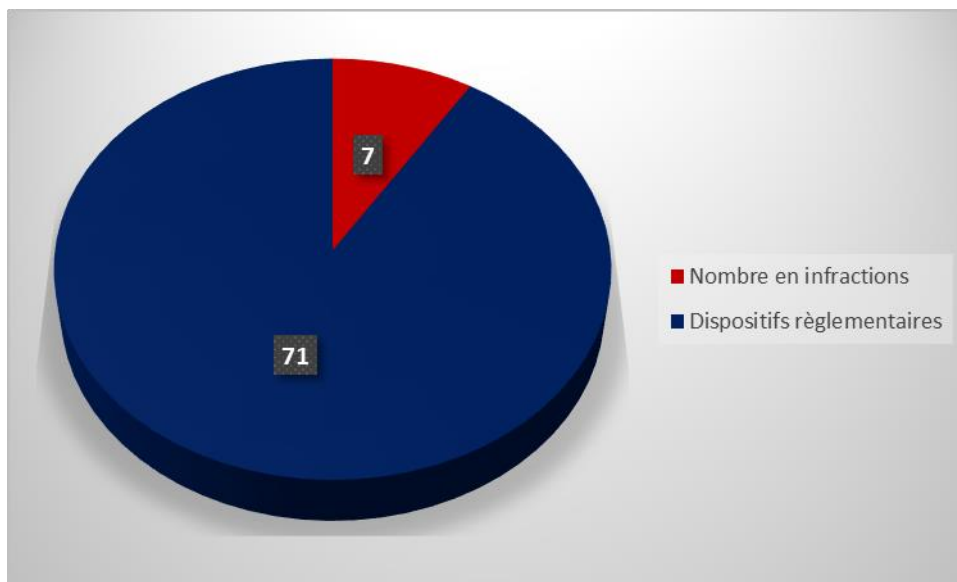
Aucune publicité n'a été relevée hors des limites du bâti.

Sur les 78 publicités et préenseignes relevées sur la commune, aucun de ces dispositifs n'est éclairé.

3.2.2 Les infractions relevées sur les publicités et préenseignes

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

Illustration 19 : Répartition de la conformité ou non des publicités et préenseignes



Sept irrégularités ont été relevées sur l'ensemble de la commune concernant les publicités et préenseignes, représentant 10 % des publicités et préenseignes totales. Les non conformités relevées sont assez diverses (support, respect du positionnement, etc.).

Les infractions concernant le support utilisé

Il est interdit d'installer des publicités sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les installations d'éclairage public, les poteaux de police ou de circulation routière, ferroviaire, maritime ou aérienne, les murs et clôtures non aveugles et les murs de cimetières ou de jardins publics.



Route de Draguignan, Le Tignet

Les infractions concernant le positionnement des publicités



Cette publicité cumule plusieurs infractions, supportée d'une part par une clôture non pleine, elle est également située à moins de 50 cm du sol, ce qui est interdit.

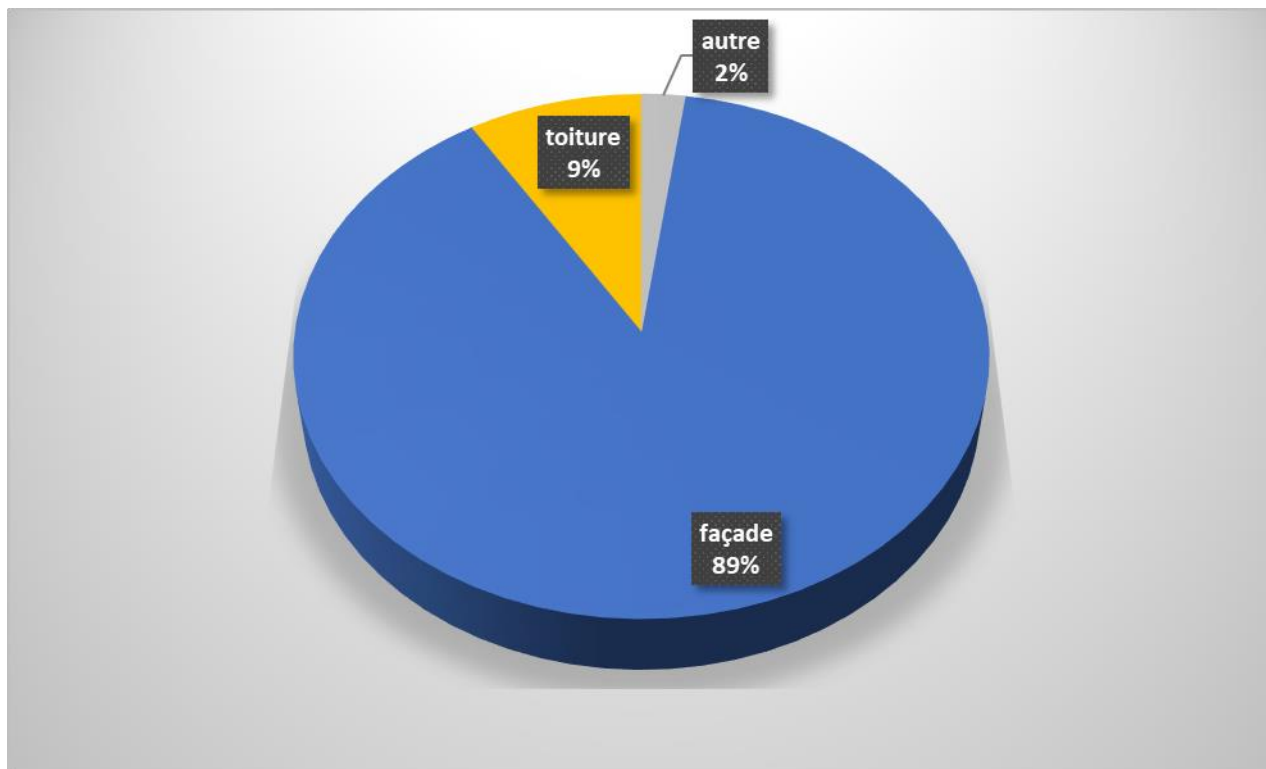
Route de Draguignan, Le Tignet

3.3 Les caractéristiques des enseignes

3.3.1 Les observations

Les enseignes sont presque toutes concentrées le long de la route de Draguignan.

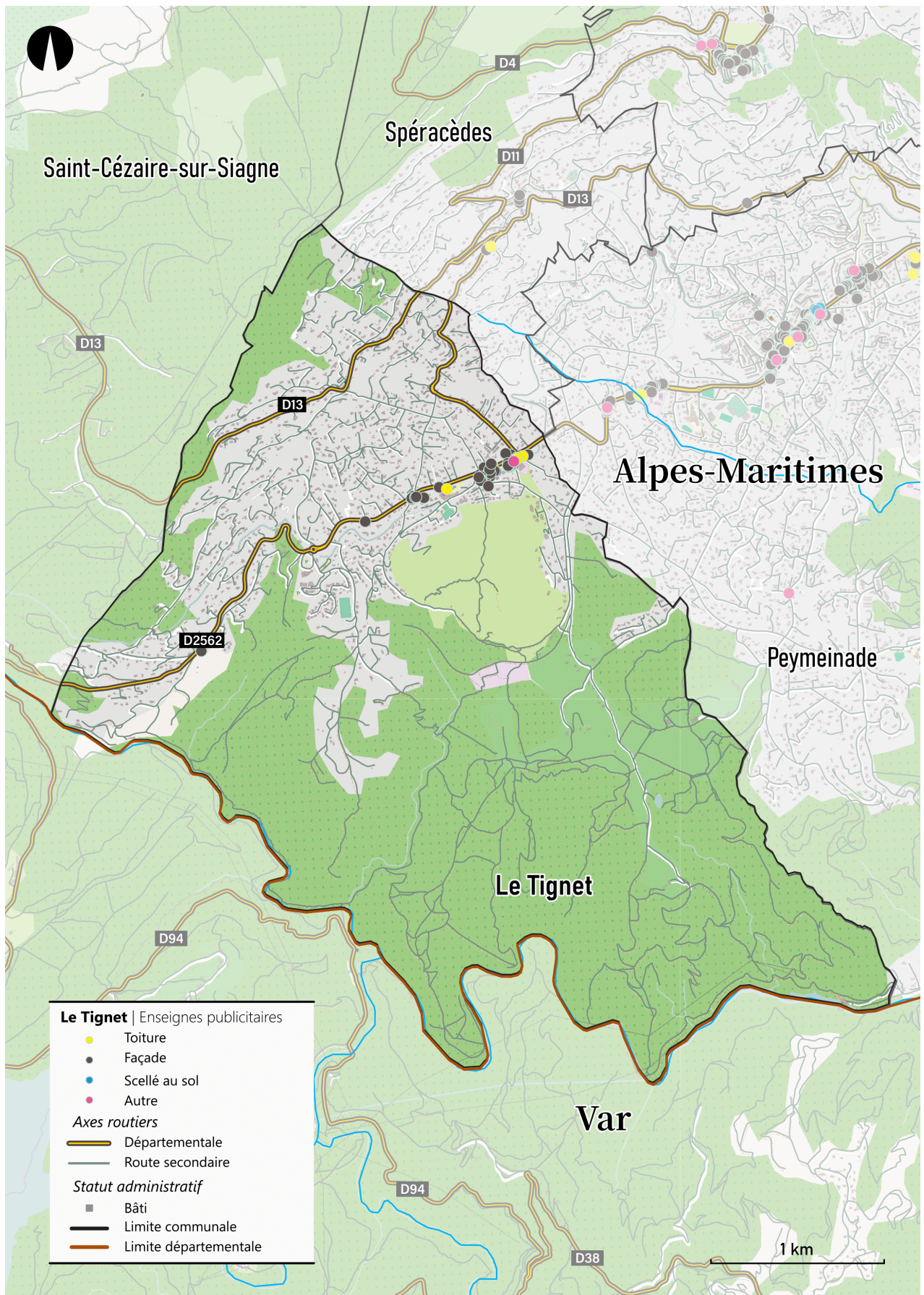
Illustration 16 : Type de support utilisé pour les enseignes



Les « autres » supports regroupent un dispositif en drapeau, un sur balcon, un sur muret et sur clôture. Les enseignes, sont quasiment toutes installées en façade (89% des dispositifs).

Sur les 46 enseignes recensées sur la commune du Tignet, seulement une est lumineuse.

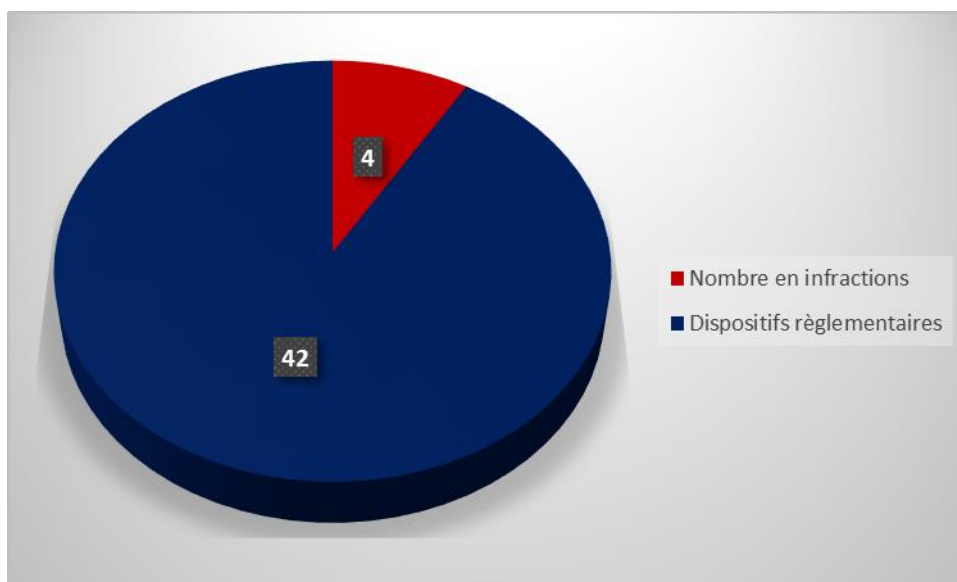
Illustration 17 : Localisation des enseignes en fonction de leur support



3.3.2 Les infractions relevées concernant les enseignes

On observe également plusieurs infractions sur les enseignes.

Illustration 22 : Nombre d'infraction relevées sur les enseignes



Sur les 46 enseignes relevées, 4 sont en infraction, représentant 9% du total des enseignes.

Les infractions relevées concernent une mauvaise disposition sur toiture, la présence d'une enseigne promotionnelle après la fin de l'opération, etc....

Dépassement de façade

Une enseigne posée en façade ne peut pas dépasser sur le toit de la structure. L'enseigne doit être soit en façade soit sur toiture. Sur toiture, cette enseigne devrait prendre la forme de lettres découpées.



Route de Draguignan, Le Tignet



Route de Draguignan, Le Tignet

Non-respect de la règle de l'égout du toit.
Une enseigne en façade ne peut pas dépasser ce dernier.

Enseigne promotionnelle caduque

Cette enseigne promotionnelle était affichée plus d'un mois après la fin de la promotion, alors que le retrait doit s'effectuer dans la semaine.



Route de Draguignan, Le Tignet

Enseignes dont la propriété est à interroger :



Route de Draguignan, Le Tignet

Si la clôture appartient au commerce présenté alors ce dispositif est une enseigne et son implantation est autorisée. Si ce n'est pas le cas, son implantation sur une clôture non aveugle la rend illégale.

Implantation sur balcon :

L'implantation des enseignes sur balcon n'est autorisée que si l'étage sert de stockage ou est nécessaire au fonctionnement de l'activité au rez-de-chaussée. Si l'étage est utilisé par des habitations, alors les enseignes apposées sur balcon sont illégales.



Route de Draguignan, Le Tignet

4 Orientations pour la commune

4.1 Présentation du territoire

4.1.1 Le Tignet : un paysage marqué par une zone Natura 2000

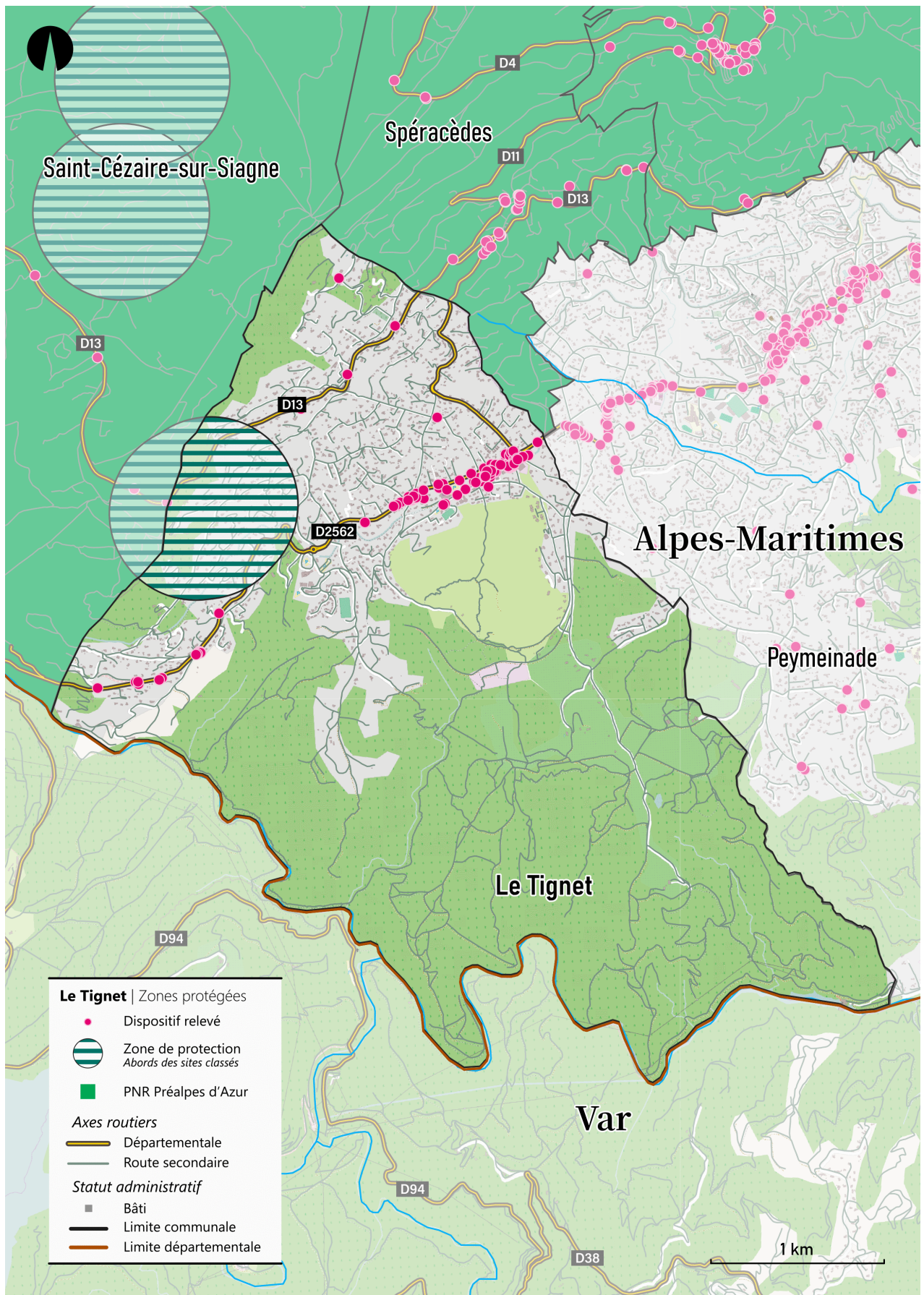
Une partie de la zone spéciale de conservation (ZSC) « Gorges de la Siagne »²⁸ se situe sur la commune.

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 ne devrait cependant pas être exposé à de l'affichage publicitaire intempestif.

Nous trouvons cependant dans l'agglomération du Tignet des bâtiments classés et dont les abords sont donc protégés, selon la règle de l'interdiction de la covisibilité du site classé et d'une publicité.

²⁸ Code du site : FR9301574

Illustration 23 : Localisation des zones protégées sur la commune du Tignet



4.1.2 L'occupation du sol au sein de la commune

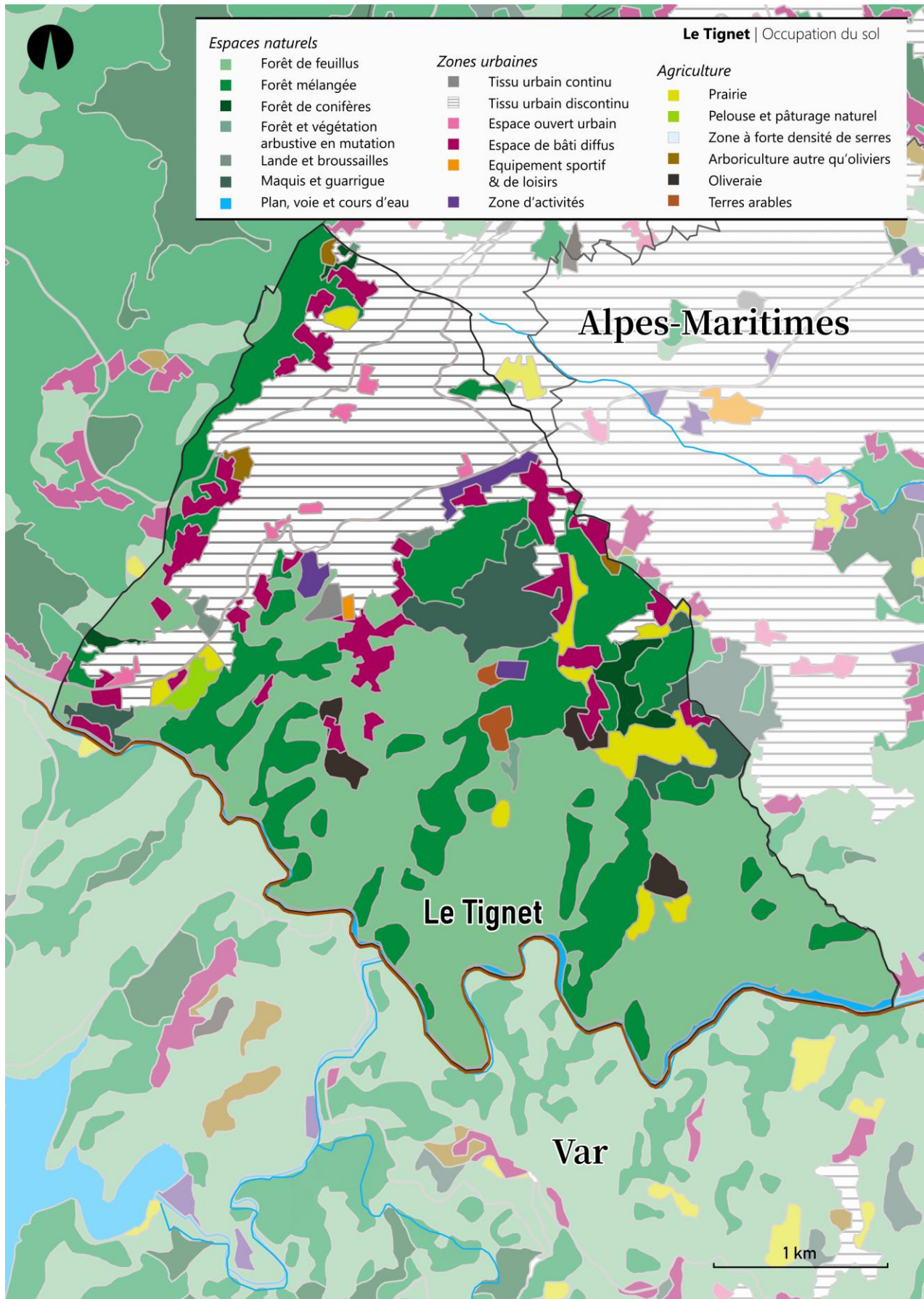
Le territoire de la commune du Tignet est marqué par un tissu urbain dans le nord de la commune, le long de la RD2562 et en prolongement du tissu urbain de Peymeinade. Le sud du territoire est quant à lui caractérisé par la prédominance d'une forêt mélangée et abrite peu voire pas d'habitat ni d'activités commerciales et industrielles.

La carte suivante 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 visible par les visiteurs.

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

Illustration 24 : Carte d'occupation du sol



4.2 Objectifs et enjeux

La commune du Tignet souhaite que son règlement local de publicité réponde à différents objectifs :

- 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.

A travers ces différents objectifs, la commune de Peymeinade souhaite valoriser son territoire.

4.2.1 Valorisation des entrées de ville

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

Les entrées d'agglomération :

Les entrées d'agglomération sur la commune du Tignet ne sont pas marquées par une forte pollution visuelle liée à la publicité, tant le long de la RD2562 que de la RD13.

La zone commerciale le long de la route de Draguignan, située à proximité de l'entrée est de la commune est cependant source de nombreuses pollutions visuelles liées aux publicités.

Les entrées dans la zone urbaine dense :

L'habitat de la commune du Tignet étant en très grande majorité un habitat détaché, de plus assez récent, on ne trouve pas de zone urbaine réellement dense. Un territoire pouvant s'y apparenter est celui, dit du quartier l'Istre, autour du groupe scolaire et de la mairie, abritant un bâti un peu plus resserré.

L'entrée dans ce territoire n'est pas non plus marquée par une pollution visuelle issue des publicités.

4.2.2 Renforcer l'identité du territoire

Une uniformisation du mobilier urbain nécessaire à la publicité, tel que les « sucettes » permettrait de mieux l'intégrer au paysage. Cette proposition peut également être reprise pour les différentes formes de publicité scellées au sol.

Exemple de mobilier urbain sur la commune voisine de Peymeinade:



Exemple de nouveau mobilier, mieux intégré à son environnement :



4.2.3 Participer au dynamisme des activités commerciales, artisanales et industrielles

L'intégration d'une signalisation d'information locale (SIL) plus généralisée contribuerait à renforcer le dynamisme de l'activité locale.

Actuellement, nous trouvons différentes préenseignes installées sur des supports interdits : arbres, poteaux concessionnaires ou de police...

Cet affichage sauvage nuit à l'image du territoire et l'installation d'une SIL homogène sur l'ensemble de la commune permettrait de contribuer à remplacer les préenseignes sauvages.

Une uniformisation des SIL à partir d'un même modèle permettrait une identification plus rapide de ces informations et un rattachement plus marqué à la commune et aux caractéristiques locales.

Exemple : SIL intégrée au paysage ci-dessous dans la commune voisine :



Avenue Fragonard, Peymeinade

4.2.4 Réduire la pollution visuelle

La densité des dispositifs publicitaires, même légaux, constitue une pollution visuelle. Notamment lorsque les dispositifs sont situés en zone résidentielle.

4.3 Proposition d'un zonage en fonction de la réalité locale

4.3.1 Les différents paysages de la commune

La carte ci-dessous présente un zonage s'appuyant sur différents découpages du PLU.

Ce zonage oppose essentiellement la partie urbanisée de la zone hors agglomération.

Une première classification proposée regroupe cinq zones différentes :

- la portion départementale (bleu claire), sur un rayon de 100 mètres de part et d'autre de la route.
- le reste de la zone urbaine (bleu foncé) essentiellement composée de quartiers résidentiels.
- la zone commerciale le long de la départementale.
- la zone verte qui regroupe la zone de protection Natura 2000 et le zonage N décrit dans le PLU.
- la zone agricole est représentée en jaune, à l'est de la commune.

Cette première classification peut être réduite à 3 :

- zone urbaine (vieux village, le long des RD entre entrée et sortie d'agglomération, dans un périmètre de 100 m, espaces périurbains)
- zone commerciale
- zone d'interdiction (espace agricole, Natura 2000)

4.3.2 Proposition de restrictions supplémentaires en fonction d'un zonage spécifique

S'appuyant sur les caractéristiques précédentes, une catégorisation est possible en fonction des restrictions et non plus en fonction de l'environnement paysager :

- la zone A correspond au long de la départementale en agglomération et hors de la zone commerciale, les préenseignes peuvent y être remplacées par une SIL unique. les enseignes et les publicités peuvent être limités à une surface maximale de 2 m² et de 4 m²,
- la zone B correspond à la zone commerciale. La publicité peut y être limitée à une surface maximale de 8 m².

4.4 Les orientations retenues par la commune

- Règlement spécifique sur les entrées de ville : surface maximale des dispositifs publicitaires réduite à 2 m², harmonisation des dispositifs publicitaires (couleur, format).
- Autoriser l'intégration des professionnels à domicile à la SIL si ces derniers en font la demande.
- Prévoir une extinction des dispositifs lumineux de 22 h ou 23 h à 6 h.

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 :

Tout d'abord, la ville a choisi d'élaborer un règlement simple, ne comprenant que 2 zones, ayant pour unique objet de distinguer les secteurs d'activité où les dimensions des bâtiments et la nature des entreprises peuvent admettre la publicité et impose de traiter les enseignes différemment du reste du territoire.

En conséquence, la zone 1 recouvre la quasi-totalité du territoire communal.

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, espaces boisés classés etc. (article A.1)

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.4).

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. A partir d'une situation globalement bonne, 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.6).

L'obligation de supprimer les enseignes lorsque l'activité a cessé est étendue aux propriétaires des locaux (article D.7), 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).

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.3).

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.4).

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 1 jour ;
- 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.

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 de limiter leur surface à 0,50 m² (article E.2).

La zone 1

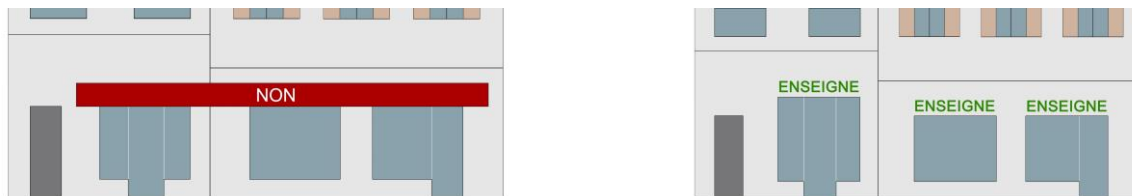
Dans ces secteurs très sensibles, la publicité est limitée à quelques formes : publicité de petit format et publicité sur palissades de chantier, qui ne peuvent être interdites, chevalets. Ne voulant pas interdire les services aux usagers qu'apporte le mobilier urbain, la ville admet la publicité sur celui-ci, limitée à 2 m² (article 1.2).

Toute forme de publicité lumineuse est interdite, jugée incompatible avec le caractère résidentiel des lieux (article 1.3)

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 1.4).

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 1.5).



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 1.6).

Pour les mêmes raisons que la publicité lumineuse, les enseignes numériques sont proscrites (article 1.7)

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 interdites (article 1.8).

Dans cette zone, aucun bâtiment n'est à même de supporter une enseigne sur toiture (article 1.9).

La zone 2

La surface de la publicité murale est limitée à 4,70 m², surface utilisée par les afficheurs dans les communes de moins de 10 000 habitants. La publicité scellée au sol ne doit pas excéder la surface normalisée nationalement de 2 m² (3 m² avec encadrement) (article 2.2).

La publicité numérique est limitée également à 2 m² (article 2.3).

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

Le RLP limite toutefois les enseignes perpendiculaires (alignées sur la zone 1) les enseignes numériques (2 m²) et les enseignes sur toiture (hauteur de 2 mètres maximum, adaptée aux édifices existants et à venir (articles 2.6 à 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 : LE TIGNET 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.....	18
ILLUSTRATION 12 : LE CALCUL DE LA SURFACE DES ENSEIGNES	19
ILLUSTRATION 13 : ENSEIGNE SUR TOITURE	20
ILLUSTRATION 14 : HAUTEUR MAXIMALE DES ENSEIGNES SUR TOITURE	21
ILLUSTRATION 15 : LOCALISATION DES DISPOSITIFS RELEVES SUR LA COMMUNE DU TIGNET	24
ILLUSTRATION 16 : NOMBRE DE DISPOSITIFS RECENSES SUR LA COMMUNE DE LE TIGNET	25
ILLUSTRATION 17 : TYPE DE SUPPORT POUR LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES	26
ILLUSTRATION 18 : LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES SUR LE TIGNET.....	27
ILLUSTRATION 19 : REPARTITION DE LA CONFORMITE OU NON DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES.....	29
ILLUSTRATION 20 : TYPE DE SUPPORT UTILISE POUR LES ENSEIGNES.....	31
ILLUSTRATION 21 : LOCALISATION DES ENSEIGNES EN FONCTION DE LEUR SUPPORT	32
ILLUSTRATION 22 : NOMBRE D'INFRACTIONS RELEVES SUR LES ENSEIGNES.....	33
ILLUSTRATION 23 : LOCALISATION DES ZONES PROTEGEES SUR LA COMMUNE DU TIGNET.....	37
ILLUSTRATION 24 : CARTE D'OCCUPATION DES SOLS.....	39