



# COMMENT OPTIMISER ET VALORISER VOTRE DEVANTURE

CHARTRE POUR LA POSE D'ENSEIGNES COMMERCIALES



**MORVAN**  
sommets & grands lacs  
communauté  
de communes

[www.ccmorvan.fr](http://www.ccmorvan.fr)



# SOMMAIRE

## État des lieux

- Rappel des enjeux architecturaux et patrimoniaux
- Rappel des enjeux du diagnostic des façades

4

4

5

## Partie 1

### QUELQUES PRINCIPES DE BASE 6

- 3 critères pour une attractivité renforcée 6
- Terminologie et réglementation 7
- Les typologies de devanture 9
- Les enseignes 10
- L'enseigne bandeau 11
- L'enseigne drapeau 12
- Les stores 13
- L'éclairage 14
- Les matériaux et couleurs 15
- Les pré-enseignes 16

## Partie 2

### DES EXEMPLES D'APPLICATION 17

- Coiff'esthétic 18
- Blanchisserie traditionnelle 20
- La Flûtine morvandelle, boulangerie 22
- Épicerie chez Anne 24
- Couverture Olivier Guyot 26
- Faïencerie du Morvan 28
- Restaurant La Sentinelle des Settons 30

## ÉDITORIAL

Depuis 2010, le territoire (ex-communauté de communes) des Grands Lacs du Morvan s'est fixé comme objectif la promotion des activités commerciales et artisanales.

Cela s'est traduit par :

- Une opération en faveur de la redynamisation, du maintien et du développement du commerce, de l'artisanat et des services ;
- Un accompagnement humain et financier ;
- Un programme signalétique unique mené avec l'État (DDT de la Nièvre), le Parc naturel régional du Morvan, la région, et concrétisé par un schéma de signalétique d'information locale (SIL) exemplaire au niveau de l'intégration paysagère, de l'information distribuée au sein d'un espace naturel particulier.

Ce travail a ainsi conduit à :

- 13 relais information service (RIS) installés sur des sites touristiques ;
- 75 mobiliers de signalétique de carrefour en bord de route départementale ;
- 85 mobiliers de signalétique de position installés en centre-bourg et les activités isolées.

Aujourd'hui, pour compléter le travail sur l'attractivité commerciale et vous accompagner dans la valorisation de vos commerces, ateliers, locaux d'activités ; la communauté de communes a mobilisé une équipe (un architecte, un cabinet conseil en attractivité commerciale, une agence de communication) pour la réalisation d'un guide *Comment optimiser et valoriser votre devanture*.

Ce guide vous permet de prendre connaissance de l'ensemble des éléments qui composent une devanture, leur rôle, et qui assurent une attractivité à vos locaux avec des schémas, illustrations et des exemples d'applications dans six domaines d'activités commerciales et artisanales du territoire.

Nous restons à l'écoute de vos suggestions et remarques.



Jean Sebastien HALLIEZ

PRÉSIDENT DE LA CCMSGSL



Patrice JOLY

ANCIEN PRÉSIDENT DE LA CCGLM



Les enseignes commerciales devront **s'adapter aux différents espaces** (bourgs, hameaux, espaces naturels) en termes de relation au bâti, d'univers graphique... pour conserver le caractère des différents milieux.

---



Issu de la reconstruction, **un petit patrimoine commercial** peut devenir un appui pour renforcer l'identité du territoire.

---



Les enseignes et façades commerciales ne sont plus vraiment **connectées à leur territoire**. Une relation plus forte avec les ressources locales (matériaux et savoir-faire) renforcerait l'identité.

---

En 2018, une étude d'analyse d'attractivité des commerces a été menée.



Au regard du niveau d'attractivité évaluée sur le territoire, **l'intervention devra être globale (façade, enseigne)** pour apporter une véritable valeur ajoutée.

---



Excepté quelques cas, le constat illustre **un vieillissement très avancé des façades commerciales** avec des interventions réalisées *a minima*.

---



Compte tenu de ce constat, l'intervention sur l'extérieur est un véritable **enjeu de pérennisation des commerces** du territoire.

---

★  
VALEUR  
D'ACCROCHE

▼  
Capacité de l'enseigne et de la façade  
à capter l'attention et le regard

★  
Respecter les codes couleur  
des métiers

★  
Harmoniser les couleurs

★  
VALEUR  
PATRIMONIALE

▼  
Capacité de l'enseigne et de la façade  
à s'harmoniser avec le bâti et à exploiter  
sa valeur historique

★  
Tenir compte de l'architecture  
du bâtiment

★  
Exploiter l'histoire du bâti

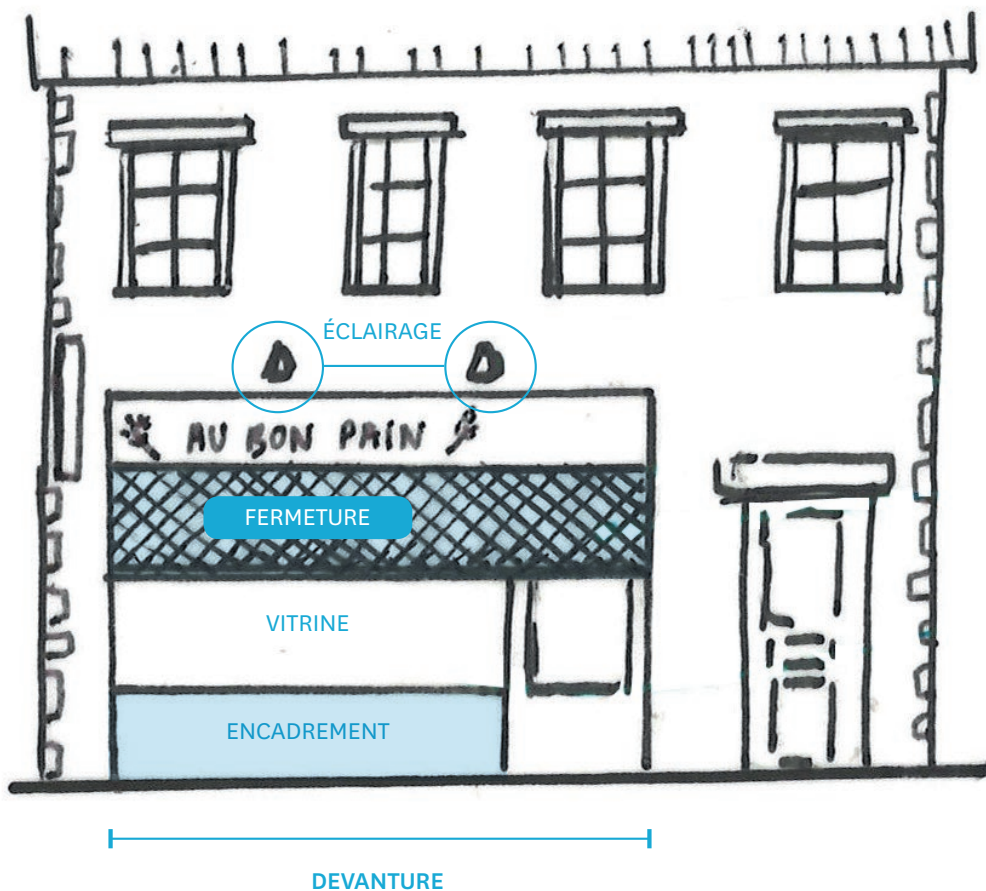
★  
VALEUR  
DE SÉDUCTION

▼  
Capacité de l'enseigne  
et de la façade à séduire le consommateur  
et lui donner envie de rentrer dans le magasin

★  
Respecter les bases de l'attractivité:  
propreté et bon état général

★  
Créer une cohérence entre l'extérieur  
du magasin et son positionnement

★  
Soigner la présentation des vitrines

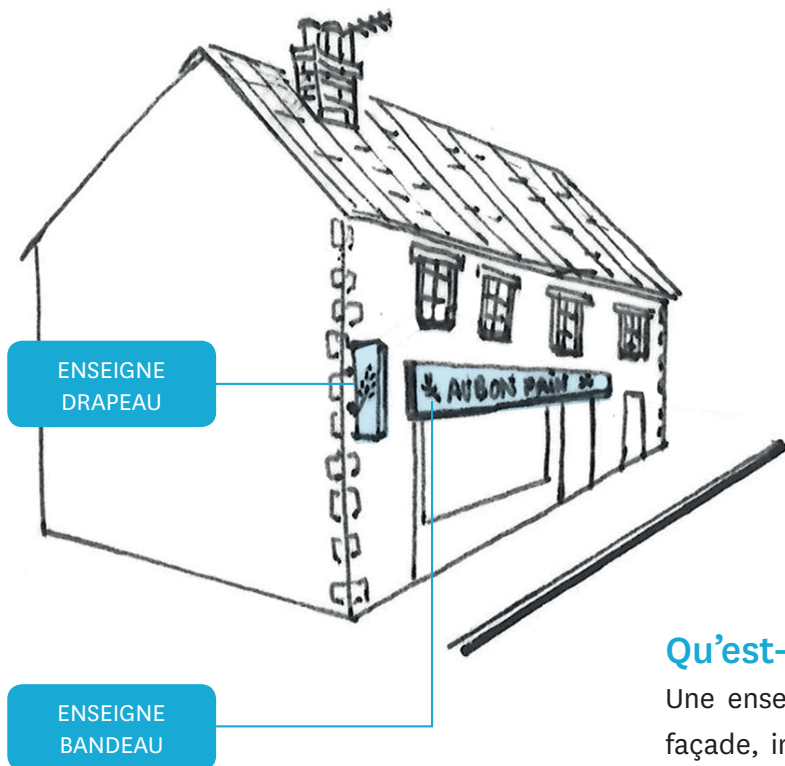


### Qu'est-ce qu'une devanture ?

Une devanture, c'est l'ensemble des éléments extérieurs qui expriment la présence d'un commerce sur la façade d'un immeuble: la vitrine, son encadrement, le système de fermeture et l'éclairage.

### De quelle réglementation relève la devanture ?

La réalisation d'une devanture entraîne la modification ou le recouvrement d'une partie de la façade en rez-de-chaussée. À ce titre, ce traitement est soumis au régime des autorisations d'urbanisme (permis de construire ou déclaration préalable selon la nature des travaux projetés). De même, les travaux d'aménagement intérieur doivent faire l'objet d'une demande d'autorisation de construire, d'aménager ou de modifier un établissement recevant du public (ERP) déposée au moyen du formulaire CERFA n°13824\*02.



### Qu'est-ce qu'une enseigne ?

Une enseigne est un dispositif rapporté sur la façade, intégré à la devanture ou apposé juste à proximité : parallèle à la façade, elle est désignée comme enseigne en bandeau; perpendiculaire à la façade, elle est désignée comme enseigne en drapeau.

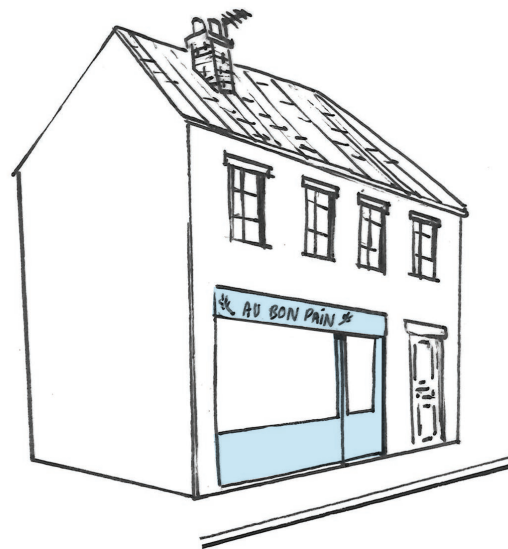
### De quelle réglementation relève l'enseigne ?

L'enseigne est régie par le Code de l'environnement et soumise à l'autorisation du Maire si la commune est dotée d'un Règlement local de publicité (article L. 581-3 du Code de l'environnement) : Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image relative à l'activité exercée et apposée sur le lieu où est exercée l'activité (sur le bâtiment et sur le terrain). Un commerce qui s'installe a besoin de modifier la devanture ou l'enseigne ou les deux : l'ensemble constitue la façade commerciale.

En Morvan, il n'y a pas de Règlement local de publicité. Le pouvoir de police appartient au Préfet. L'installation, le remplacement ou la modification d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité, une pré-enseigne ou une enseigne, s'effectue au moyen du formulaire CERFA n° 14798\*01.

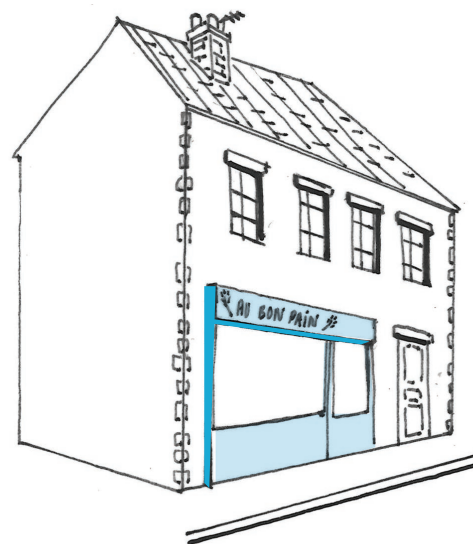


Les façades des immeubles sont composées de pleins (maçonnerie) et de vides (baies). La devanture qui participe à la composition de l'architecture globale doit être conçue en fonction de la façade de l'immeuble. Les baies de l'étage doivent guider la position des éléments porteurs du rez-de-chaussée et la partition de la vitrine. Le paysage de la rue commerçante doit respecter la régularité des hauteurs d'étage afin de préserver la perspective et l'alignement sans provoquer de rupture.



## DEVANTURES EN FEUILLURE

La devanture en feuillure est caractérisée par un positionnement de la vitrine dans l'épaisseur du mur de la façade. Ce principe permet une insertion harmonieuse de la vitrine et de son décor dans l'architecture générale du bâti.



## DEVANTURES EN APPLIQUE

La devanture en applique est constituée d'un coffrage menuisé en saillie par rapport au nu de la façade. Elles sont posées devant la maçonnerie de la façade. Il est intéressant de conserver les devantures anciennes en bois et de les restaurer, mais un style contemporain peut être envisagé.

Les enseignes doivent être conçues en même temps que le projet de devanture.

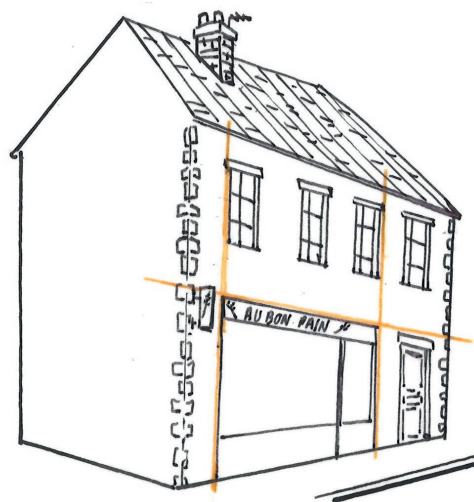
## Les enseignes parallèles

(en bandeau) sont apposées dans la devanture ou juste au-dessus, dans les limites latérales de la façade commerciale.



Alignement de l'enseigne avec les limites latérales de la façade commerciale.

Enseigne drapeau en continuité avec l'enseigne bandeau tout en maintenant un écart suffisant entre les deux pour une bonne lisibilité



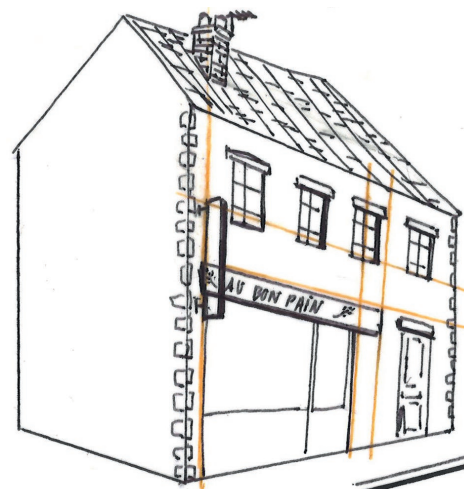
## Les enseignes perpendiculaires

(en drapeau) sont installées au plus près du rez-de-chaussée, autant que possible en continuité de l'enseigne en bandeau. Elles ne doivent ni masquer ni chevaucher les éléments.



Enseigne bandeau trop grande ou non alignée.

Enseigne drapeau trop haute qui masque l'enseigne bandeau.



L'enseigne en bandeau est disposée en applique au-dessus de l'entrée principale d'un commerce et identifie ce dernier. Elle est visible lorsque l'on se situe devant la façade de l'immeuble et constitue le support signalétique le plus communément utilisé.

## Principes de composition

- 1 Alignement avec les éléments architecturaux de la façade (lignes verticales et horizontales, courbes et toute autre forme du bâti).
- 2 La hauteur de l'enseigne est déterminée par ses alignements verticaux avec les vides du bâti (porte, fenêtre, vitrine, etc.).
- 3 Elle est implantée au-dessus de l'accès principal du commerce.
- 4 Les lettres doivent avoir une taille en proportion avec l'échelle du bâtiment.
- 5 Elles ne doivent pas dépasser la longueur du magasin, ni mordre sur les étages.
- 6 Il faut éviter les panneaux pleins rapportés qui donnent un aspect « provisoire » au commerce et préférer d'une manière générale des lettres découpées indépendantes.



Si plusieurs alignements sont présents, privilégier l'alignement sur la surface commerciale

L'enseigne drapeau est disposée perpendiculairement à la façade du bâtiment et permet une visibilité accrue dans le sens de marche pour l'utilisateur. Elle contient au maximum le nom du commerce et le type d'activité exercée.



80 cm maximum



éclairage direct



ou



éclairage indirect

## Principes de composition

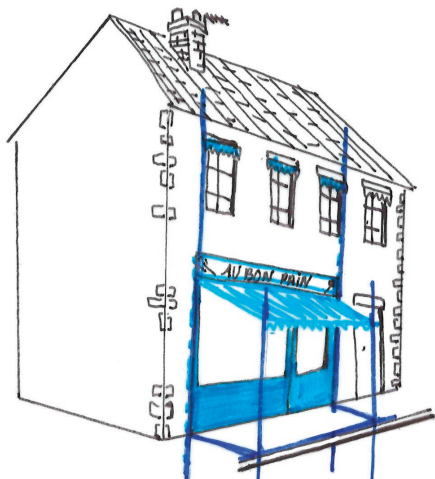
- 1 Elle sera placée suffisamment haut pour ne pas être heurtée, mais restera dans le cadre de la façade commerciale (ne pas déborder au-dessus de l'allège des fenêtres du premier étage).
- 2 Le débord sur le trottoir ne dépassera pas 0,80 m, potence comprise. Elle ne sera pas constituée de caisson lumineux en matière plastique.
- 3 Elle peut être tout à fait originale (bois, métal, tissu etc.) ainsi que sa forme ajourée, plate, en volume ou bas-relief.
- 4 L'éclairage sera discret, indirect et en harmonie avec l'esprit de l'enseigne.
- 5 Les enseignes clignotantes sont réservées aux services d'urgence.

Les stores constituent du mobilier complémentaire favorisant le repérage du magasin et participant à l'attractivité générale.



Lambrequin autorisé si le commerce est aussi à l'étage

- forme droite
- système rétractable
- couleur unie, identique à celle de la façade



## Principes de composition

**1** Les stores ne sont pas des volumes à rapporter sur la devanture commerciale. Ils ont tendance à obscurcir les vitrines et doivent être amovibles.

**2** Ils seront droits, rétractables et sans joue latérale.

**3** Ils seront de préférence en toile unie et mate, harmonisée avec les couleurs du commerce.

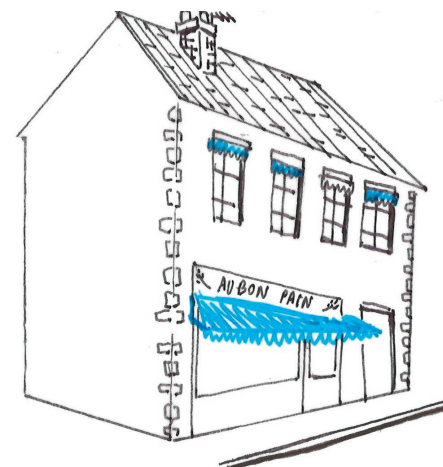
**4** Les stores suivront le rythme des ouvertures (perçements des vitrines) et accompagneront l'architecture du bâtiment.

**5** Le mécanisme et la structure des stores seront si possible de la même couleur que le tissu.

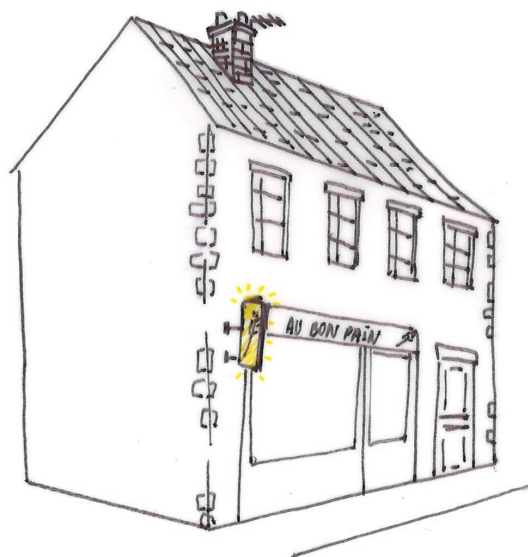
**6** Une fois ouverts, ils ne débordent pas au-delà du trottoir et ne constitueront pas une gêne ou un danger à la circulation des piétons. Des lambrequins sont autorisés aux étages si le commerce occupe plusieurs niveaux.



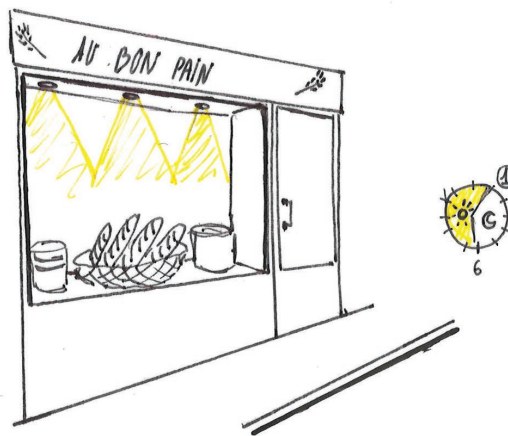
- Présence de lambrequin hors commerce
- Joue latérale
- Pas droit, mauvais alignement
- Couleur différente (ou motif)
- Débordement sur le trottoir



- Éclairage indirect et discret
- Faire un bilan de consommation et de l'efficacité de l'éclairage auprès de leur fournisseur d'électricité.
- Diminuer autant que possible la durée de l'éclairage nocturne



- Intérieur: éclairage ponctuel mettant en avant les produits
- Pas d'éclairage de 1h à 6h



L'éclairage du système signalétique permet d'accroître la visibilité du commerce.

## Éclairage extérieur

Il doit être indirect et continu. Les sources lumineuses seront discrètes et harmonisées avec le style du commerce. Il est souhaitable de faire un bilan de sa consommation électrique ainsi que de l'efficacité de son éclairage, pour une optimisation de l'impact de son commerce. Les enseignes doivent être éteintes de 1h à 6h (art. R581-59).

## Éclairage intérieur

L'éclairage de l'intérieur des vitrines est important, aussi bien pour valoriser les produits à présenter que pour marquer l'ouverture du commerce. Il contribue à installer l'ambiance souhaitée à l'intérieur du commerce.

Plutôt qu'une lumière forte, un éclairage adapté et/ou ponctuel accompagne la mise en valeur des articles exposés en vitrine.

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2013, la loi Grenelle 2 prévoit l'interdiction des éclairages publics dans les commerces de 1h à 6h du matin (sauf si le commerce est ouvert).

Les matériaux et coloris utilisés pour la réalisation de la devanture doivent être en harmonie avec ceux de la façade. Le choix doit se porter sur des couleurs sobres et mates. Les détériorations sont moins visibles. Les matériaux brillants ou réfléchissants en grande surface et de teinte foncée sont à proscrire. Des couleurs plus toniques peuvent être utilisées sur des petites surfaces pour souligner certains effets de la devanture.





En 2015, le territoire de la Communauté de Communes des Grands Lacs du Morvan a mis en place un schéma de signalétique en collaboration avec la DDT, le Conseil Départemental de la Nièvre et le Parc naturel régional du Morvan. (extrait de la documentation)

Rappel sur l'affichage publicitaire dans le Parc naturel régional du Morvan. (documentation éditée par le Parc naturel régional du Morvan)

Les pré-enseignes comprennent toutes les inscriptions, formes ou images indiquant la proximité d'un local ou terrain, où s'exerce une activité. Elles sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. La publicité est interdite en et hors agglomération, sauf dérogations.

Rappel de la réglementation

Quelle que soit la thématique, la charte rappelle l'interdiction d'implantation de pré-enseigne (en regard de la loi du 13 juillet 2015), à l'exception des activités listées ci-dessous : Les pré-enseignes dérogatoires hors agglomération seront autorisées uniquement pour les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

**L'AFFICHAGE PUBLICITAIRE DANS LE PARC NATUREL REGIONAL DU MORVAN**  
Dispositions à partir du 13 juillet 2015  
Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi dite Grenelle 2)  
Code de l'environnement (art. L581-1 à L581-45)

**La publicité**  
Inscription, slogan, image vantant un produit, un service, une marque, destiné à capter l'attention du public.  
Toute publicité est interdite dans les Parcs naturels régionaux :  
\* La publicité est interdite hors agglomération.  
\* La publicité est interdite en agglomération, y compris sur mobilier urbain.  
\* Les véhicules terrestres et les bateaux utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité sont interdits.

**Les pré-enseignes**  
Inscription, forme ou image, indiquant la proximité d'un immeuble ou d'un terrain où s'exerce une activité.  
Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité : elles sont interdites, aussi bien hors agglomération qu'en agglomération.  
Seules les pré-enseignes dites dérogatoires sont autorisées, uniquement hors agglomération, pour :  
\* La fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales.  
\* Les activités culturelles.  
\* Les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

**Un produit du terroir est lié :**  
\* à un savoir faire  
\* à une identité culturelle  
\* fabrique dans un secteur géographique délimité et identifié comme ayant un rapport avec l'origine du produit

**Produits de la ferme**  
Lait  
Œufs  
Miel  
Agriculture

**Conditions d'implantations :**  
\* Pour les produits du terroir et les activités culturelles : 2 panneaux maximum dans un rayon de 5 km autour du lieu de l'activité (ou de l'agglomération).  
\* Pour les monuments historiques : 4 panneaux maximum dans un rayon de 10 km autour du lieu de l'activité (ou de l'agglomération).  
\* Pour toutes les activités, au titre du code de la route : à 5 m minimum de bord de la chaussée et toujours hors du domaine public, sauf si en effet en cas de 1 m de haut x 1,50 m de large.

**Les enseignes**  
Inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble ou un terrain et relative à l'activité qui s'y exerce

**Sur la façade du bâtiment commercial**  
\* La taille est limitée à 15% de la surface de façade commerciale, sauf si celle-ci fait moins de 50 m<sup>2</sup>, la taille est alors limitée à 25% de la surface de façade.  
\* Elle ne doit pas dépasser l'équivalent de toiture.

**Seules en cas de :**  
Elles sont limitées à 6m<sup>2</sup> en surface (maximum 6,50m de hauteur si > 1 m de large, maximum 8m de hauteur si < 1 m de large).  
\* Si elles font plus de 1 m<sup>2</sup>, elles sont limitées à 1 dispositif à l'ongle de chaque voie publique ouverte à la circulation bordant le terrain où s'exerce l'activité.

**Sur un mur**  
\* Posée à plat ou en parallèle, elle ne doit pas dépasser la hauteur du mur, ni constituer une saillie de plus de 0,20m, ni dépasser de l'épau du toit.  
\* Perpendiculaire au mur, elle ne doit pas être en saillie de plus de 1/10<sup>e</sup> de la distance entre les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2m.

**Les enseignes lumineuses**  
\* Obligation d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h, lorsque l'activité signalée a cessé.  
\* Si l'activité cesse ou débute entre 0h et 7h du matin, extinction 1 heure après la fin d'activité. Elles peuvent être allumées 1h avant le début de l'activité.  
\* Obligation de satisfaire à des normes techniques (seuil de luminance, candèlas par m<sup>2</sup>, efficacité lumineuse).

**Les formalités**  
Les enseignes, y compris temporaires, font l'objet d'une autorisation préalable (Cerfa 14799\*01) dont la compétence pour la délivrer revient au Préfet ou au nom de l'Etat. Les enseignes légalement implantées avant le 01/07/2012 doivent être mises en conformité au plus tard le 1er juillet 2018.

**Les pré-enseignes et les enseignes temporaires**  
Elles sont de deux types :  
\* Moins de 3 mois : manifestations à caractère culturel ou touristique, foires, fêtes locales, vide grenier, manifestations sportives, ...  
\* Plus de 3 mois : opérations immobilières, travaux publics.  
Elles peuvent être installées 3 semaines avant la manifestation et doivent être retirées au plus tard 1 semaine après. Les pré-enseignes sont limitées à 4 dispositifs scellés ou posés au sol de dimensions maximales 1m x 1,20m.

**Les procédures de sanction**  
En l'absence de règlement local de publicité, le passager de police appartient au Préfet de département (c'est le cas en Morvan).  
Le procès verbal de constat d'infraction par les services de l'Etat est un préalable indispensable à toute mesure de police (arrêté de mise en demeure, aux sanctions administratives, demande administrative et suppression d'office) et aux sanctions pénales. Ce procès verbal est adressé au Procureur de la République et en copie au Préfet de département.  
L'arrêté de mise en demeure, l'avis de mise en demeure et la suppression d'office relèvent de la compétence du Préfet de département. Les sanctions pénales relèvent de la compétence du Procureur de la République.  
La liste des agents et fonctionnaires habilités à constater une infraction est définie à l'article L581-40 du code de l'environnement.  
Le maire peut saisir le préfet et les services de l'Etat avec les photos des dispositifs incriminés. Des modèles de courriers types sont disponibles sur demande au Parc.



Partie 2

# DES EXEMPLES D'APPLICATIONS

---

Les illustrations suivantes ont vocation à traduire les principes présentés précédemment sur un échantillon de commerces présents sur le territoire. La sélection de ces exemples a été effectuée en accord avec la communauté de communes Morvan Sommet et Grands Lacs. Ils ont vocation à représenter la variété des différentes filières commerciales et artisanales présentes sur le territoire :

- commerce de métier de bouche ;
- commerce de service ;
- artisanat du bâtiment ;
- commerce alimentaire ;
- artisanat d'art ;
- restauration.

Ces simulations ont pour objectif d'apporter une traduction concrète à des principes généraux. Il ne s'agit en aucun de propositions individualisées réalisées en réponse à une demande de commerçant.

**Coiffeur (1)**  
MOUX-EN-MORVAN

**Existant**



**Projeté**

Reprise de l'enduit en façade

Deux stores couleur sable sans lambrequin

Enseigne en drapeau carrée pour répondre aux deux ouvertures carrées

Création de deux encadrements rouge sombre pour les 2 vitrines

Petites plaques logo et horaires pour encadrer l'entrée & marquage vitrine

Rénovation de la mosaïque

Reprise du sol de la terrasse en rouge "tomette"



Nettoyage du balcon  
Si possible harmonisation de la rambarde et des volets avec la rambarde du rez-de-chaussée (rouge sombre)

Déplacement de la seconde boîte à lettres



Gamme couleur inspirée de la mosaïque années 50-60

Coiffeur (2)  
MOUX-EN-MORVAN

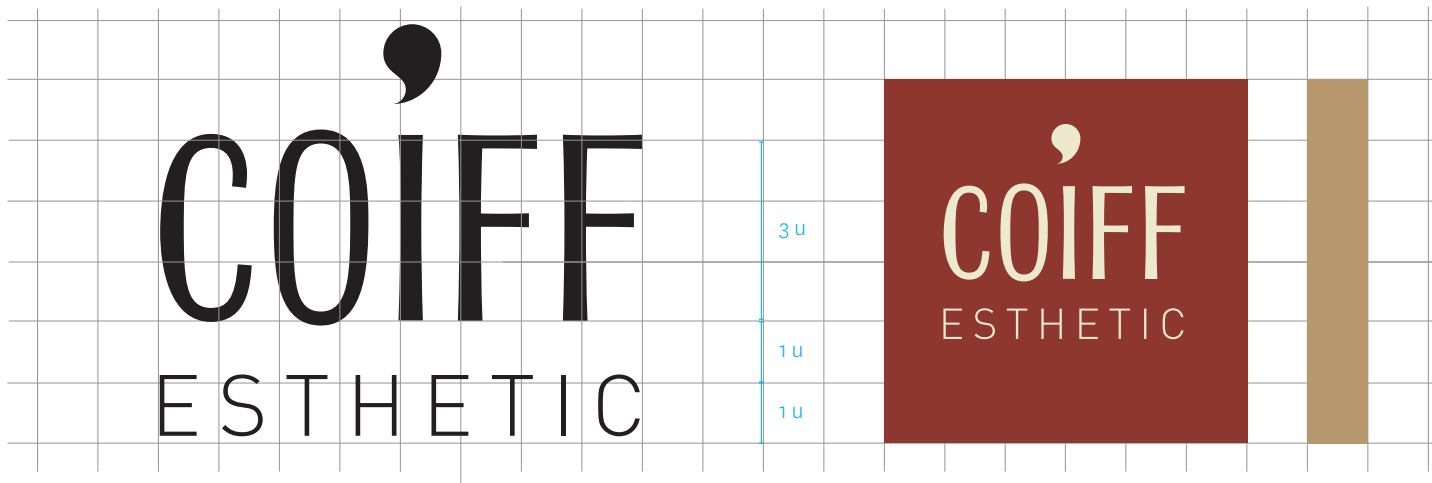
COIFF  
ESTHETIC

POUR LUI  
COIFFURE  
BARBIER

COIFF  
ESTHETIC

POUR ELLE  
COIFFURE  
ESTHÉTIQUE

1 offre par vitrine,  
réalisée en lettres  
adhésives blanches  
- Pour Elle, Pour Lui -,  
renforcée par la présence  
d'une photographie



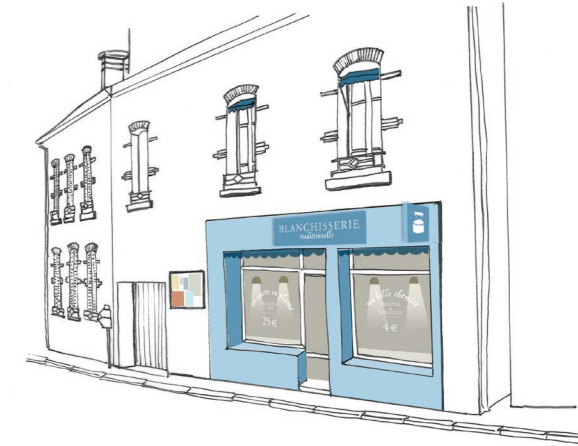
Enseigne en drapeau  
2 faces - caisson lumineux avec tranche sable

Blanchisserie (1)  
MOUX-EN-MORVAN

Projeté



Des bleus moins francs,  
plus ardoise, plus doux



Existant



Mise en peinture pour évoquer une devanture en applique  
OU création d'une devanture en applique bois peint

Création d'un panneau d'affichage associatif géré par le commerce (la Blanchisserie traditionnelle vous informe...)

Enseigne bandeau

Horaires sur la porte

Lumières dans les vitrines

Revoir scénographie des vitrines: moins d'éléments épars, plus concentrés, thématique claire...

Limiter l'affichage sur les vitrines et le reporter sur le panneau d'affichage créé à gauche.

Stores toile bleue sans joue latérale et reprise à l'étage si activité à l'étage

Enseigne en drapeau

Blanchisserie (2)  
MOUX-EN-MORVAN

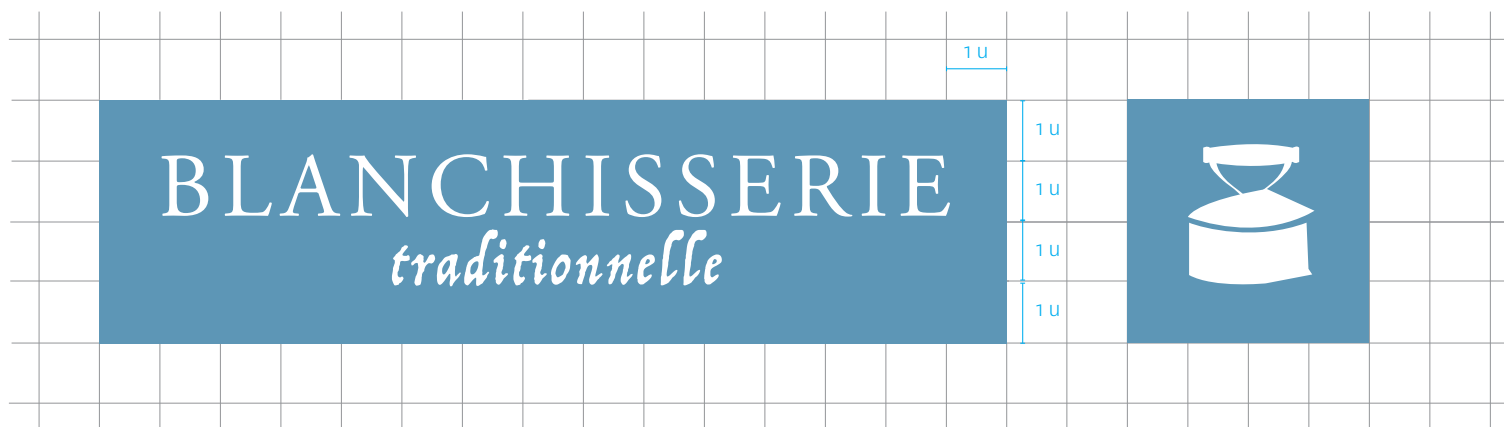
*ma belle chemise*  
PROPRE  
&  
REPASSÉE

4€

*ma couette en plume*  
NETTOYÉE  
À SEC

25€

1 offre par vitrine,  
réalisée en lettres  
adhésives blanches  
- cohérence graphique  
avec l'enseigne  
et cohérence de la  
grille -  
- avec ou sans prix -



Enseigne bandeau  
- un rapport harmonieux entre la surface donnée et la lettre -

Enseigne en drapeau  
- même hauteur que l'enseigne en façade -

**Boulangerie (1)**  
MOUX-EN-MORVAN

**Projeté**



**Existant**



Gamme couleur inspirée de l'existant  
2 teintes rouges plutôt qu'une  
pour donner du relief

Enseigne  
drapeau un peu  
plus basse et  
dans la tonalité  
générale

Revoir la menuiserie  
de l'habillage pour  
optimiser la surface  
signalétique

Simplifier l'énoncé sur  
le bandeau supérieur  
pour mieux exploiter  
les bandeaux côtés

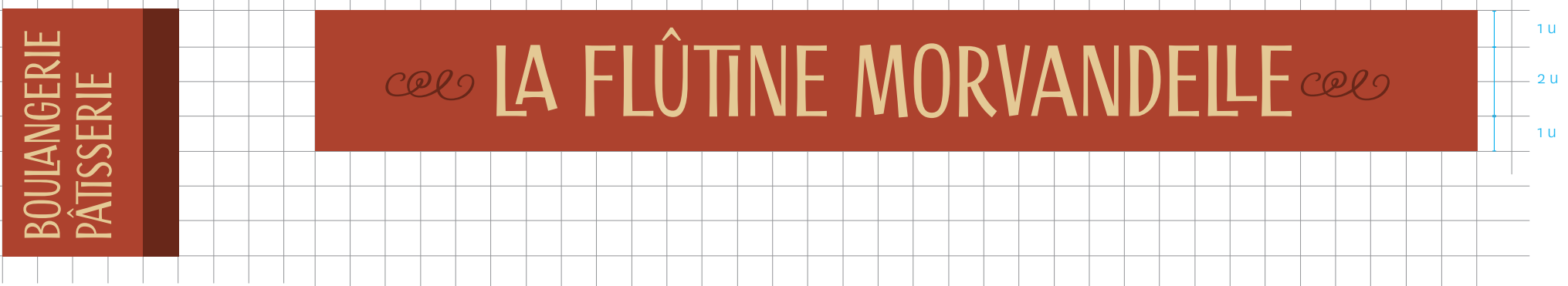
**Boulangerie (2)**  
MOUX-EN-MORVAN



BOULANGERIE  
*cel*  
PAINS  
SPÉCIAUX  
CAMPAGNE  
VIENNOISERIES  
BRIOCHES

PÂTISSERIE  
*cel*  
À LA CRÈME  
PUR BEURRE  
MAISON  
  
GRAND  
GÂTEAUX SUR  
COMMANDE

Sur les côtés, privilégier une lecture à l'horizontale, détailler l'offre, mettre en appétit



Enseigne en drapeau :  
reprise de l'énoncé de  
la précédente enseigne  
OU enseigne ferronnerie  
traditionnelle

Enseigne bandeau :  
Le format est très allongé : ne pas trop charger en informations, juste l'essentiel

**Epicerie (1)**  
ALLIGNY-EN-MORVAN

**Projeté**



Installer devant l'épicerie un objet « signal » et attachant (si on ne peut pas mettre un étalage) : petite carriole d'épicier, vendeur ambulants...  
*voir à droite*  
Le planteur de Caiffa, épicier rural ambulants.



Ouverture d'une baie à droite de l'entrée  
Si ce n'est pas possible, pourquoi pas une petite fresque trompe l'œil.



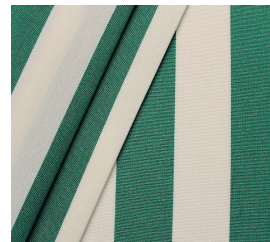
Gamme couleur

**Existant**

De préférence : éviter le stationnement devant la vitrine (des 2 côtés)



Vue depuis le carrefour :  
L'arbre masque un peu le commerce.



Réalisation de deux stores qui vont, à eux seuls, donner de l'unité et de la visibilité au commerce.  
Même lorsque le store est roulé, le lambrequin reste visible





Épicerie (2)  
ALLIGNY-EN-MORVAN

ÉPICERIE  
PAIN  
PRESSE  
TABAC

ouvert du mardi au samedi, de 7 h 30  
à 12 h 30 puis de 15 h 30 à 19 h 30 et le  
dimanche, de 7 h 30 à 12 h 30.

Panneau information

ÉPICERIE *chez Anne*

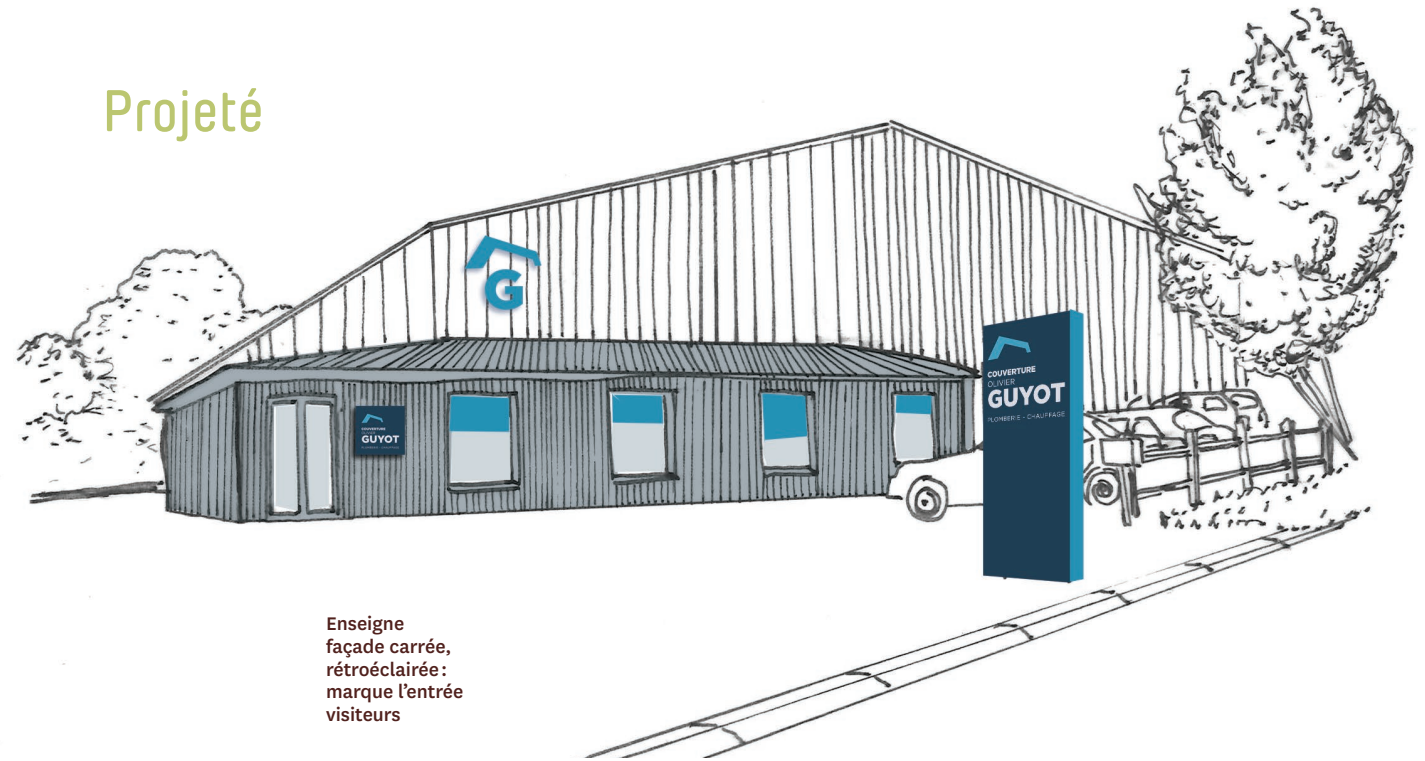
ÉPICERIE

Lambrequin façade principale

Lambrequin fenêtre

Couvreur (1)  
OUROUX-EN-MORVAN

## Projeté



Enseigne  
façade carrée,  
rétroéclairée:  
marque l'entrée  
visiteurs

Stores bleus  
aux fenêtres  
pour renforcer  
l'identité

Éventuellement,  
sigle en hauteur

Totem signalétique à  
l'entrée et non loin de la  
rue, l'offre y est clairement  
signifiée.

Les enseignes scellées au sol  
doivent être préalablement  
déclarées (art. R 581-64 et art.  
R 581-65).



Gamme couleur

## Existant



Couvreur (2)  
OUROUX-EN-MORVAN



COUVERTURE  
OLIVIER  
**GUYOT**  
PLOMBERIE - CHAUFFAGE

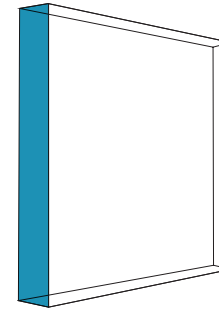
Une identité moins confuse



COUVERTURE  
OLIVIER  
**GUYOT**  
PLOMBERIE - CHAUFFAGE



Totem entrée



Enseigne  
à droite de la porte:  
caisson rétroéclairé



Grand module en  
lettres découpées  
sur la façade,  
éventuellement,  
lettres lumineuses

Faïencerie (1)  
MOUX-EN-MORVAN

Projeté



Faïencerie  
du Morvan

FAÏENCE BLANCHE FABRIQUÉE  
& PEINTE À LA MAIN

ARTS DE LA TABLE

DÉCORATION INTÉRIEURE

VISITE DE L'ATELIER - BOUTIQUE

← ENTRÉE 200 M  
À GAUCHE

FAÏENCE BLANCHE FABRIQUÉE  
& PEINTE À LA MAIN

ARTS DE LA TABLE

DÉCORATION INTÉRIEURE

VISITE DE L'ATELIER - BOUTIQUE

Énoncer clairement l'offre  
pour rassurer le visiteur :

- FAÏENCE BLANCHE  
FABRIQUÉE & PEINTE À LA MAIN.
- ARTS DE LA TABLE
- DÉCORATION INTÉRIEURE
- VISITE DE L'ATELIER
- BOUTIQUE

Mise en place d'un panneau d'annonce en amont  
du site : un mobilier déclinable et identifiable,  
peut-être signé du parc et décliné pour les artisans,  
producteurs... hors les bourgs ou en périphérie  
Les enseignes scellées au sol doivent être préalablement  
déclarées (art. R 581-64 et art. R 581-65).



Gamme couleur



Existant



Faïencerie (2)  
MOUX-EN-MORVAN

Faïencerie  
*du* Morvan

FAÏENCE BLANCHE FABRIQUÉE  
& PEINTE À LA MAIN

ARTS DE LA TABLE

DÉCORATION INTÉRIEURE

VISITE DE L'ATELIER - BOUTIQUE

← ENTRÉE 200 M  
À GAUCHE

FAÏENCE BLANCHE FABRIQUÉE  
& PEINTE À LA MAIN

ARTS DE LA TABLE

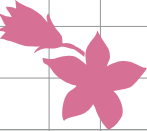
DÉCORATION INTÉRIEURE

VISITE DE L'ATELIER - BOUTIQUE



Nécessité, pour ce type d'activité, de renforcer la marque :  
ne pas multiplier les signes et les traitements graphiques,  
rester fidèle à l'identité développée

Simplicité des signes : une typographie, un emblème,  
une gamme couleur composée de deux ou trois tonalités  
maximum.

Faïencerie   
*du* Morvan

Faïencerie  
*du* Morvan



**Restaurant (1)**  
LAC DES SETTONS

**Projeté**

Exploiter les pignons de la maison qui sont tous deux bien positionnés par rapport à la route.  
Peinture murale cf publicités anciennes



**Existant**



- Améliorer les abords :
- repositionner le parking plus à gauche (pas trop près du pignon) ;
  - arborer, paysager la terrasse : l'investir ;
  - supprimer la signalétique sur le toit et les panneaux sur les colonnes.

Créer un vrai kiosque de vente à emporter ; il doit être visible et se détacher du reste de la façade tout en restant en harmonie

Installer un panneau menu intégrant les tarifs près de l'escalier d'accès - c'est aussi une obligation.

Restaurant (1)  
LAC DES SETTONS



sentinelle des  
**SETTONS**

BAR  
RESTAURANT  
VENTE À EMPORTER



vente à emporter



sentinelle des  
**SETTONS**

BAR - RESTAURANT - VENTE À EMPORTER



sentinelle des  
**SETTONS**

BAR - RESTAURANT - VENTE À EMPORTER



## Sur la réglementation des enseignes et la délivrance des autorisations préalables d'enseignes :

DDT 58/SAUH/BDSP

Mme Magali VAYSSIER - référent départemental, tél 03 86 71 70 53  
magali.vayssier@nievre.gouv.fr

## Pour vous accompagner dans votre projet :

*Sur l'affichage publicitaire :*

Christophe FERNEY, tél. 03 45 23 00 10  
christophe.ferney@ccmorvan.fr et contact@ccmorvan.fr

*Sur des préconisations architecturales (bâti, façade) :*

CAUE de la Nièvre, tél. 03 86 78 79 00 ou 03 86 71 66 90  
caue58@wanadoo.fr

*Sur l'affichage publicitaire :*

Olivier THIEBAUT, tél. 03 86 78 79 22  
olivier.thiebaut@parcdumorvan.org



**MORVAN**  
sommets & grands lacs

communauté  
de communes

[www.ccmorvan.fr](http://www.ccmorvan.fr)

### Contact, renseignement et information

Communauté de communes Morvan Sommits et Grands Lacs  
Place François Mitterrand – BP8  
58120 CHATEAU CHINON – Tél : 03 86 79 43 99  
contact@ccmorvan.fr

