



communauté de communes de la
presqu'île de crozon

Guide

de signalétique commerciale

☆ Argol ☆ Camaret ☆ Crozon ☆ Landévennec ☆ Lanvéoc ☆ Roscanvel ☆ Telgruc



Une charte graphique sur les pré-enseignes

Rénover sa devanture commerciale
Choisir les couleurs de sa devanture
Respecter la composition du bâtiment
Sélectionner les matériaux et l'éclairage
Améliorer l'accessibilité de son commerce

S'appuyer sur les nouvelles technologies
Penser son attractivité autrement

Respecter la réglementation sur la publicité / Réussir la mise en valeur de son activité

- 4 Préambule
 - 4 Respecter la réglementation sur la publicité
 - 4 Rénover sa devanture commerciale
 - 5 Développer son attractivité autrement

- 6 La publicité, les pré-enseignes et les enseignes
 - 6 Principes généraux
 - 7 Le droit à l'enseigne
 - 8 Les pré-enseignes dérogatoires
 - 10 Une charte graphique pour les pré-enseignes

- 12 Les devantures commerciales
 - 12 Le commerce et la rue
 - 16 Les enseignes
 - 18 Couleurs, matériaux et éclairage
 - 20 Les terrasses et l'accessibilité
 - 22 Les stores et les fermetures
 - 23 Lexique
 - 24 Quelques exemples

- 26 Quest'kilé, l'attractivité autrement



communauté de communes de la
presqu'île de crozon

VERS UN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL HARMONIEUX

Préserver notre cadre de vie exceptionnel et développer l'attractivité économique de notre territoire : c'est l'objectif commun poursuivi par la communauté de communes et ses partenaires avec la réalisation de ce guide pratique de la signalétique commerciale à l'usage de tous les professionnels.

Les devantures commerciales constituent un élément important de l'environnement urbain. D'une certaine manière, elles sont les vitrines de notre territoire. Leur apparence a un impact déterminant sur l'harmonie et le dynamisme de nos centres-bourgs. Dans cet esprit, la publicité sur notre territoire doit également être maîtrisée. Le développement anarchique des pré-enseignes conduit en effet à une dégradation des espaces paysagers et du cadre architectural et, paradoxalement, à un manque de lisibilité des activités économiques locales.

Des méthodes et outils pour développer l'attractivité

Ce guide se veut un document pratique pour mettre en œuvre une signalétique commerciale attractive dans le respect de la réglementation et de l'environnement. Tout en rappelant le cadre réglementaire qui s'impose à tous, il présente des méthodes, des outils et des conseils pour aider les professionnels – qu'ils soient commerçants ou artisans – à faire les choix les plus adaptés en matière de publicité et d'aménagement de leur devanture commerciale.

Nous souhaitons que, en respectant ces règles et en s'appropriant ces préconisations, les professionnels contribuent de façon responsable au respect de l'environnement, à l'animation de la vie locale et au dynamisme économique de la presqu'île de Crozon.

Bonne lecture
D. Moysan

Daniel Moysan,
Président de la communauté de communes

Un guide réalisé par la communauté de communes de la Presqu'Île de Crozon, en partenariat avec :



A. Respecter la réglementation sur la publicité

La première partie présente les dispositions régissant la publicité et les règles et préconisations relatives aux pré-enseignes dérogatoires.

Un objectif de protection du cadre de vie

Le Code de l'environnement – auquel est intégrée la loi sur la publicité, les enseignes et pré-enseignes (art L.581-1 et suivants) – pose un objectif de protection du cadre de vie visant à concilier liberté d'affichage et protection de l'environnement, notamment des paysages.

Une réglementation nationale sur les dispositifs publicitaires

La réglementation résumée dans ce guide porte sur chacune des trois catégories de dispositifs publicitaires, publicité, enseignes et pré-enseignes. Cette réglementation peut, le cas échéant, être adaptée par des règlements locaux de publicité.

Une compétence préfectorale exclusive

En l'absence de règlement local de publicité, comme en presqu'île de Crozon, l'application de la réglementation relève de la compétence exclusive de la préfecture (NB. En présence d'un règlement local, la compétence serait exercée par le maire au nom de la commune).

B. Rénover sa devanture commerciale

Dans la seconde partie sont exposées les règles en matière de réalisation ou de rénovation de devanture commerciale. Leur application contribue à l'harmonisation et au développement de la qualité des paysages urbains.

Réussir l'intégration de sa devanture dans l'environnement

Bien intégrer sa devanture commerciale dans l'environnement urbain permet de valoriser le bâtiment et le commerce qui en fait partie et de conserver une cohérence globale du tissu urbain spécifique au centre-ville. Ce guide résume les principales règles à respecter en la matière.

Mettre en valeur son activité de façon harmonieuse

Le guide aborde ensuite les questions relatives au choix d'une vitrine ou d'une devanture, d'une enseigne en bandeau ou en drapeau, le mariage des couleurs, des matériaux et de l'éclairage, l'installation d'une terrasse et d'accessoires, le travail sur l'accessibilité du commerce.



Les pré-enseignes doivent respecter les règles applicables à la publicité relevant du Code de l'environnement.



Une devanture réussie met en valeur l'activité tout en s'intégrant harmonieusement dans le paysage urbain.

Respecter les démarches obligatoires

Rappelons que toute modification d'un commerce est soumise à autorisation municipale préalable :

- Modification intérieure d'un commerce : déclaration préalable de travaux ;
- Création ou modification d'une devanture : déclaration préalable de travaux ou permis de construire (s'il y a modification de l'affectation ou des surfaces) ;
- Terrasse, accessoires extérieurs : demande d'autorisation d'occupation du domaine public.

Conseil : Les maîtres d'œuvre ont vocation à élaborer un projet de composition de devanture commerciale et leur intervention permet de déposer un projet garant de la qualité architecturale et de sa bonne réalisation.

C. Développer son attractivité autrement

La troisième partie du guide présente Ouest'kilé, l'annuaire des services, du commerce et de l'artisanat local de la communauté de communes. Ce guide, aux formats papier et web, contribue à développer autrement l'attractivité commerciale, en respectant à la fois la réglementation et l'environnement.

Les adresses pros de la Presqu'île en un clin d'œil

Ouest'kilé permet à chacun de mieux connaître la richesse et la diversité des produits et services disponibles localement. Ouest'kilé est organisé autour de huit grands secteurs d'activité, un classement qui permet de trouver facilement des professionnels sur la Presqu'île et de connaître en un clin d'œil leur activité, leurs prestations et leurs coordonnées. Remis à tous les habitants et disponible dans les principaux lieux publics, ce guide constitue une alternative de choix aux pré-enseignes.

Ouest'kilé Mobile, une version web pour smartphones

Ouest'kilé Mobile, accessible depuis un smartphone, est destiné en priorité aux personnes en déplacement et en particulier aux clientèles touristiques. Complémentaire du format papier, Ouest'kilé Mobile permet à chacun de trouver et de situer rapidement une activité et de donner son avis sur les prestations proposées. Evolutif, les professionnels peuvent de leur côté transmettre à tout moment de nouvelles informations sur leur entreprise.



Vous aussi profitez de cette démarche collective et gratuite de communication

Envoyez gratuitement vos données sur Ouest'kilé Mobile (prestations, offres promotionnelles, coordonnées, horaires, photos)

Mail : presquile-crozon@ouestkile.com
ou 02 98 27 24 76

■ La publicité, les pré-enseignes et les enseignes

A. Principes généraux

La publicité

Constitue une publicité, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

La publicité est interdite en et hors agglomération dans les zones de protection et de mise en valeur du patrimoine bâti et des sites, notamment dans les parcs naturels régionaux. En presqu'île de Crozon, située dans le Parc naturel régional d'Armorique, la publicité est donc interdite.



Les pré-enseignes

Constitue une pré-enseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

Les pré-enseignes doivent respecter les règles applicables à la publicité.



Les enseignes

Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble, relative à l'activité qui s'y exerce.

Bénéficier d'une enseigne est un droit pour toute activité économique.



B. Le droit à l'enseigne

Toute activité bénéficie du droit à l'enseigne. Il n'y a pas de zone ou secteur d'interdiction des enseignes.



Un droit soumis à autorisation

Dans les zones où la publicité est interdite, donc en Presqu'île de Crozon, tout projet d'enseigne est soumis à autorisation du maire (après avis de l'architecte des Bâtiments de France dans les zones concernées).

Les conditions d'implantation d'une enseigne sont régies par des prescriptions de nombre, de taille et de hauteur. Pour de plus amples renseignements, contacter la mairie.

■ La loi du 12 juillet 2010 modifie la réglementation en vigueur sur les enseignes. Un décret devrait paraître prochainement pour préciser ses modalités d'application.

■ Dans ce cadre, les enseignes seront alors limitées en nombre à un dispositif placé le long d'une des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

■ La surface maximale d'une enseigne sera de 6 mètres carrés dans les communes de moins de 10 000 habitants.

C. Les pré-enseignes dérogatoires

Des pré-enseignes soumises aux dispositions sur la publicité

Selon le Code de l'environnement, les pré-enseignes doivent respecter les règles applicables à la publicité.

La publicité est interdite dans les parcs naturels régionaux. Néanmoins il peut être dérogé à cette règle générale pour signaler de manière harmonisée certaines activités dans les conditions suivantes :



le régime dérogatoire jusqu'en juillet 2015

Peuvent bénéficier des pré-enseignes dérogatoires :

- Les activités utiles aux personnes en déplacement : garages, stations-services, hôtels, restaurants ;
- Les activités liées à un service public ou d'urgence : pharmacie, hôpital, clinique, gendarmerie ;
- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite ;
- Les activités s'exerçant en retrait de la voie publique.

le régime dérogatoire après juillet 2015

Peuvent être signalées de manière harmonisée par des pré-enseignes dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles.

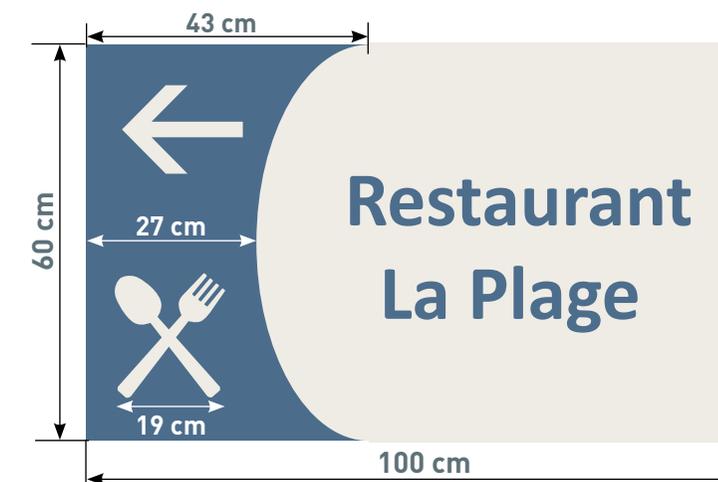
Remarque : Le resserrement du régime dérogatoire après 2015 doit amener chaque entreprise à penser différemment son attractivité. Dans ce cadre, l'annuaire Ouest'kilé propose une démarche collective de communication ambitieuse à laquelle toutes les entreprises locales sont associées (cf. pages 26, 27).

Les conditions d'implantation des pré-enseignes dérogatoires

Les pré-enseignes dérogatoires doivent être implantées à moins de 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent.

Leurs dimensions ne doivent pas excéder : **0,60 m de hauteur et 1,00 m de largeur.** Ces dimensions respectent ainsi celles figurant dans le projet de décret.

Remarque : Le gestionnaire de la voirie peut fixer des prescriptions pour harmoniser les pré-enseignes dérogatoires. Une charte graphique vous est proposée en page 11 pour une meilleure signalisation des activités concernées.



Le nombre de pré-enseignes dérogatoires est fonction de la nature de l'activité exercée.

| Quatre pré-enseignes par établissement pour : | EN AGGLO | HORS AGGLO |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------|
| • Les activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement* | 0 | 4 |
| • Les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite | 2 max | 2, 3 ou 4 |
| Deux pré-enseignes par établissement pour : | EN AGGLO | HORS AGGLO |
| • Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales | 0 | 2 |
| • Les activités s'exerçant en retrait de la voie publique* | 1 max | 1 ou 2 |
| • Les activités liées à des services publics ou d'urgence | 1 max | 1 ou 2 |

* Disparition de cette dérogation après juillet 2015 (voir également la charte graphique page 11)

Règle : L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs ou matériels supportant des pré-enseignes dérogatoires sont soumis à déclaration préalable auprès du maire et du préfet. Pour installer une pré-enseigne, l'autorisation écrite du propriétaire du bien immeuble est également obligatoire.

D. Une charte graphique pour les pré-enseignes

Les principes

La charte graphique pour les pré-enseignes dérogatoires constitue un document de référence pour toutes les entreprises locales, indiquant des prescriptions formelles pour la mise en place d'une signalétique de qualité.

Cette charte formule des recommandations aux porteurs de projet, dont les objectifs sont :

- Une harmonisation et un accroissement de la qualité des pré-enseignes ;
- Une mise en valeur de l'identité des lieux, sur les plans paysager et architectural.

Les recommandations de la charte graphique des pré-enseignes dérogatoires sont les suivantes :

- Une couleur par activité dérogatoire ;
- Des matériaux métalliques pour le panneau et son support (anthracite – RAL 7016 – pour le mât et l'envers).

Remarque : Dans un souci d'harmonisation de la signalisation et de respect de l'environnement, cette charte graphique sur les pré-enseignes est mise à la disposition des entreprises de l'ensemble du Parc naturel régional d'Armorique.



La charte graphique sur 2011-2015

Hôtels restaurants



RAL 5007 (Bleu Brillant)

Stations Service et Garages



RAL 7005 (Gris Souris)

Produits du Terroir



RAL 6002 (Vert Feuillage)

Activités en retrait de la voie publique



RAL 1011 (Beige Brun)

En plus d'une flèche de direction et d'une indication de distance, une pré-enseigne peut comporter jusqu'à deux pictogrammes d'activités dérogatoires :



La charte graphique après 2015

Le régime dérogatoire des pré-enseignes se restreint après 2015 : la charte graphique sur les pré-enseignes s'appliquera alors uniquement aux produits du terroir et aux activités culturelles.

Produits du Terroir



RAL 6002 (Vert Feuillage)

Activités culturelles



RAL 3011 (Rouge Brun)

■ Le commerce et la rue

Le parcellaire

Les commerces s'inscrivent dans le rez-de-chaussée d'un bâtiment qui fait partie d'une rue. Chaque bâtiment est construit sur une parcelle, cette succession de parcelles donne un rythme à la rue. Il est important que ce parcellaire reste lisible sur la totalité des façades de la rue, même si un commerce occupe plusieurs bâtiments successifs. Le rez-de-chaussée et les étages des bâtiments gardent ainsi une liaison verticale, ce qui permet de conserver une échelle cohérente dans le tissu urbain du centre-ville.

La composition

Le commerce s'insère traditionnellement dans la composition de la façade du bâtiment. Même si des percements parfois disproportionnés ont été réalisés, il est important de s'aligner sur la composition générale du bâtiment (symétrie ou non, rythme des percements, accroche du bâtiment au sol, etc.) pour garder une cohérence avec les étages et ainsi augmenter l'impact de son commerce grâce à une harmonie avec le reste de la façade. Un bel équilibre entre les proportions des ouvertures (vitrines, portes, fenêtres, etc.) valorisera toujours un bâtiment et donc le commerce qui en fait partie.



Conseil : Regardez la façade de votre immeuble, vous en découvrirez certainement des éléments particuliers qui en font sa qualité architecturale.



Les étages deviennent une vitrine qui ne sert à rien.

Le commerce ne marque plus l'emprise au sol du parcellaire.

Le chaînage d'angle entre les 2 maisons n'est plus lisible.

Le bâtiment n'a plus d'assise au sol.



L'activité commerciale des étages est marquée par les lambrequins de couleurs.

Un commerce occupant plusieurs parcelles doit garder la distinction entre les différents bâtiments.

La séparation entre les maisons reste visible.

La reconstitution de la maçonnerie redonne une assise au bâtiment.

■ Les vitrines et devantures

Vitrine en feuillure

Les vitrines en feuillure sont caractérisées par un positionnement dans l'épaisseur des murs de la façade (comme des fenêtres). Il faut respecter ce retrait de la vitrine (20 à 25 cm). Les percements des vitrines répondent en général à la composition déjà existante des percements des étages (fenêtres), même si leur taille est différente. Quand le bâtiment comprend une porte extérieure d'accès aux étages, elle doit être différenciée du commerce.



Cette ouverture cintrée met en valeur les produits à présenter grâce aux découpes de petits bois sur l'imposte.



Les châssis de teinte foncée permettent de créer un cadre sans rajouter de couleur supplémentaire.



Cette maçonnerie en pierres de taille de Logonna, avec sa porte cintrée, est un élément important à préserver.

Devanture en applique

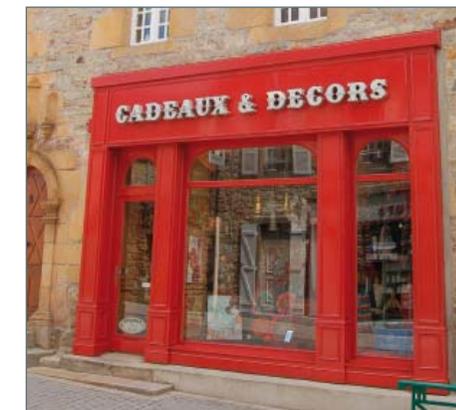
Apparue à la fin du XVIIIème siècle, la devanture en applique est constituée d'un coffrage menuisé en saillie par rapport au nu de la façade (max. 16 cm). Elle est composée d'une partie horizontale supérieure (bandeau) et de deux tableaux latéraux permettant à l'origine de loger des volets de fermeture repliables (bois/métal). On peut traiter les devantures en applique dans un esprit contemporain avec des matériaux adaptés, mais si l'on souhaite reconstituer une devanture traditionnelle, il faut respecter le matériau et les détails d'origine (bois peint, moulures).



Cette devanture traditionnelle en angle permet de mettre une teinte saturée en rez-de-chaussée.



Grâce au bois, cette vitrine retrouve un habillage. La couleur est harmonisée avec les volets de l'étage.



Si l'on recrée une devanture de type traditionnel, il faut le faire avec des matériaux traditionnels (ici du bois).

■ Les enseignes

Les enseignes informent sur l'activité du commerce et ne sont en aucun cas des publicités pour des produits. Elles doivent être simples, lisibles et en harmonie avec la devanture et la façade. On distingue deux types d'enseigne : l'enseigne en bandeau (ou parallèle), fixée à plat sur la façade, et l'enseigne en drapeau, fixée perpendiculairement sur la façade au-dessus du commerce. Les commerces doivent se limiter à une enseigne en bandeau et une enseigne en drapeau par façade.

L'enseigne en bandeau

Elle est posée à plat sur la façade de l'immeuble ou sur la partie supérieure de la devanture en applique. Les lettres doivent avoir une taille en proportion avec l'échelle du bâtiment. L'enseigne ne doit pas dépasser la longueur du magasin, ni mordre sur les étages. Il faut éviter les panneaux pleins rapportés qui donnent un aspect « provisoire » au commerce et préférer des lettres découpées indépendantes, décollées ou non du support.



L'enseigne en drapeau

Une seule enseigne en drapeau est autorisée par façade. 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). Les potences des enseignes en drapeau seront de préférence travaillées. L'enseigne ne sera pas constituée de caisson lumineux en matière plastique. Le matériau peut être tout à fait original (bois, métal, tissu, etc.), ainsi que la forme (ajourée, plate, en volume ou bas relief). L'éclairage sera discret, indirect et en harmonie avec l'esprit de l'enseigne.



■ Les couleurs

La sobriété en matière de couleurs et de matériaux reste le meilleur atout pour être bien vu. Il est conseillé de choisir une seule tonalité pour l'ensemble de la devanture, en rapport avec l'enseigne, d'éviter les couleurs bariolées ou trop clinquantes. Pour faciliter les choix de couleurs, quelques exemples de rapports chromatiques adaptés aux différentes communes de la presqu'île. Les grandes surfaces sont à appliquer sur la devanture et la teinte en petite surface sur l'enseigne.

Ambiance marine

| | | |
|----------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| RAL 5024 Bleu Pastel | RAL 5000 Bleu Violet | RAL 7016 Gris Anthracite |
| | | |
| RAL 5011 Bleu Acier | RAL 1002 Jaune Sable | RAL 7035 Gris Clair |
| | | |
| RAL 5002 Bleu Outremer | RAL 5021 Bleu d'Eau | RAL 3011 Rouge Brun |
| | | |
| RAL 1013 Blanc Perlé | RAL 7035 Gris Clair | RAL 9018 Blanc Papyrus |
| | | |
| RAL 5018 Bleu Turquoise | RAL 5013 Bleu Cobalt | RAL 5023 Bleu Distant |
| | | |
| RAL 5020 Bleu Océan | RAL 9001 Blanc Crème | RAL 7047 Télégris 4 |
| | | |

Ambiance végétale

| | | |
|----------------------------|--------------------------|------------------------|
| RAL 6021 Vert Pâle | RAL 6015 Olive Noir | RAL 1000 Beige Vert |
| | | |
| RAL 1013 Blanc Perlé | RAL 7047 Télégris 4 | RAL 6009 Vert Sapin |
| | | |
| RAL 6007 Vert Bouteille | RAL 6025 Vert Fougère | RAL 7013 Gris Brun |
| | | |
| RAL 1015 Ivoire Clair | RAL 7035 Gris Clair | RAL 1001 Beige |
| | | |
| RAL 6013 Vert Jonc | RAL 6026 Vert Opale | RAL 7006 Gris Beige |
| | | |
| RAL 8022 Brun Noir | RAL 9001 Blanc Crème | RAL 7047 Télégris 4 |
| | | |

■ Les matériaux et l'éclairage

Les matériaux

Plus on multiplie les matériaux, plus on risque de donner une impression de «bricolage» à son commerce: pour une devanture traditionnelle en applique, on choisira du bois peint de couleur foncée qui contrastera bien avec la maçonnerie du bâtiment. Il est préférable de faire intervenir un professionnel pour concevoir sa devanture commerciale, et confirmer ainsi des choix adaptés au contexte architectural.



L'éclairage

Extérieur ▶

L'éclairage extérieur doit être indirect et non clignotant. Les sources lumineuses seront discrètes et harmonisées avec le style du commerce (éviter les lumières colorées). 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.



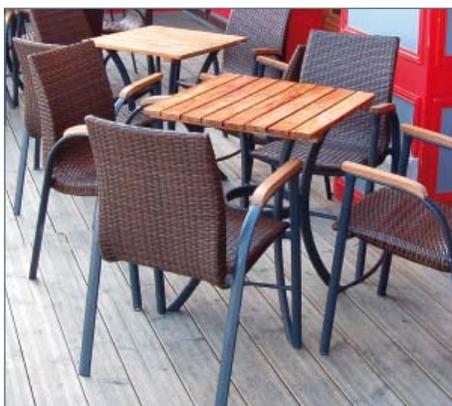
◀ Intérieur

L'éclairage de l'intérieur de ses vitrines est important, aussi bien pour valoriser les produits à présenter que pour marquer l'ouverture du commerce. Plutôt qu'un flot de lumière, un éclairage adapté accompagnera la mise en valeur de l'intérieur des vitrines.



■ Les terrasses et accessoires

Une terrasse se situe devant le commerce (essentiellement des cafés et des restaurants) où sont disposées des tables, chaises... Les matériaux doivent être de qualité, robustes et harmonisés au commerce. Les pare-vent doivent être limités en hauteur, transparents et amovibles. Une terrasse doit avoir deux objectifs : pouvoir installer du mobilier sans gêner la circulation piétonne et permettre une consommation agréable. Les accessoires mobiles vont donner l'esprit général du commerce par la perception extérieure de l'établissement. Il est important qu'ils soient en matériaux de qualité et en harmonie avec l'ensemble. Les parasols seront en toile unie et, comme les tables et les chaises, ne serviront pas de support publicitaire. Les accessoires non fixés au sol ne constitueront pas d'obstacle à la circulation des piétons. Les panneaux (type menu) seront amovibles et de qualité.



Les accessoires mobiles implantés sur le domaine public sont soumis à autorisation du Maire.

■ L'accessibilité

L'accessibilité adaptée aux personnes à mobilité réduite va être obligatoire au 1er janvier 2015. Parmi tous les critères à maîtriser, le cheminement en rampe, quand il permet l'accessibilité, doit comporter des paliers de repos horizontaux (d'une longueur égale ou supérieure à 1,40 m), hors de tout obstacle et de débatement de porte. Les paliers de repos doivent être présents devant chaque porte, en haut et en bas de chaque plan incliné, ainsi qu'à l'intérieur de chaque sas. La pente du cheminement doit répondre aux normes d'accessibilité.



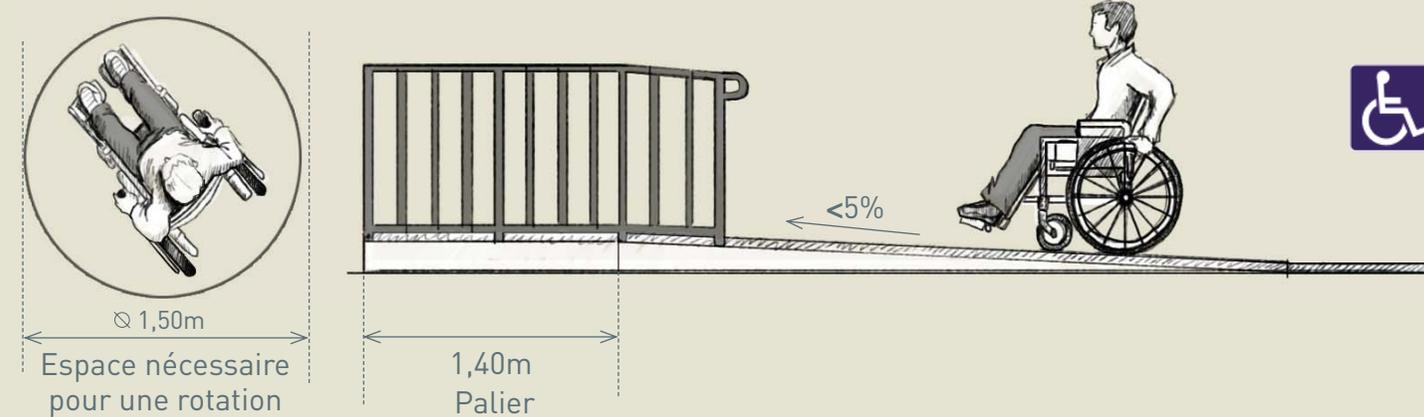
L'entrée de ce commerce est encore mieux matérialisée grâce aux pots de buis, qui donnent un aspect accueillant au magasin.



Les revêtements proposés au sol doivent être antidérapants. Il est souhaitable qu'ils soient de teinte neutre (plutôt foncée).



Les contrastes chromatiques permettent d'éviter les obstacles pour les déficients visuels.



■ Les stores

Les stores ne sont pas des volumes à rapporter sur la devanture commerciale. Ils ont tendance à obscurcir les vitrines et doivent être amovibles. Ils seront droits, rétractables et sans joue latérale. Ils seront de préférence en toile unie, mate, et harmonisée avec les couleurs du commerce. Les stores suivront le rythme des ouvertures (perçements des vitrines) et accompagneront l'architecture du bâtiment. Le mécanisme et la structure des stores seront si possible de la même couleur que le tissu. 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. Les inscriptions sont autorisées sur les lambrequins uniquement.



1 Éviter les grands stores à rayures qui coupent les façades en deux parties.

2 Les stores avec joues latérales aux étages ne sont pas heureux.

3 Éviter les stores «corbeille» qui rajoutent des volumes aux façades.

4 Ce grand store posé très haut assombrit les vitrines.



1 La solution parasol permet de dégager la devanture du commerce.

2 Des lambrequins aux étages marquent l'activité commerciale.

3 Les stores fixés dans l'imposte ne masquent pas les ouvertures cintrées.

4 Les stores droits plus réduits accompagnent le rythme des percements.

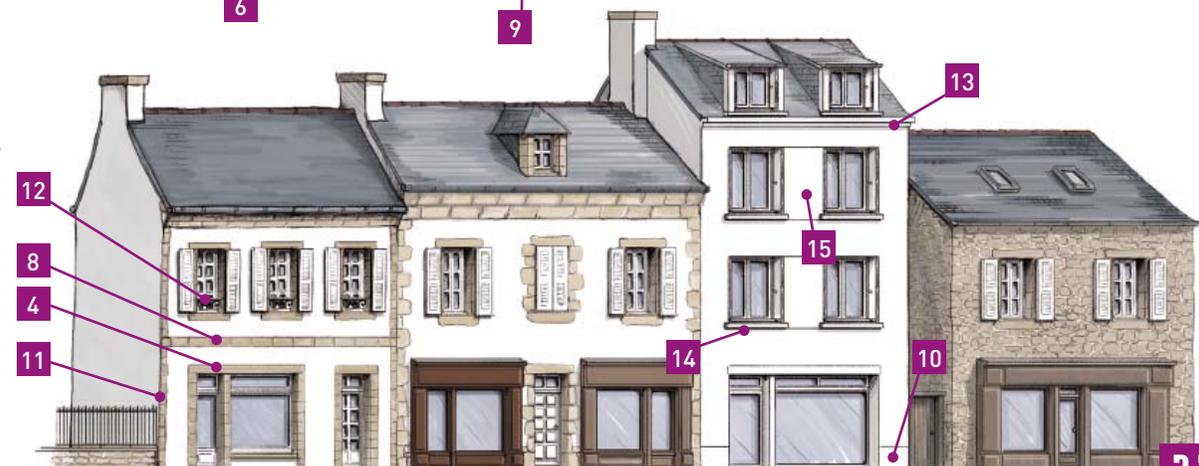
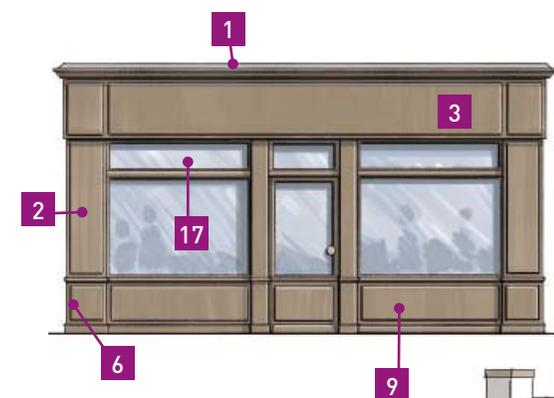
■ Les fermetures

Les grilles métalliques, quand elles sont nécessaires, seront de préférence en maille laissant percevoir l'intérieur des vitrines. Les dispositifs de fermeture (caissons, grilles...) seront cachés à l'intérieur du commerce. D'une manière générale, ils doivent être le plus discret possible et, quand on le peut, intégrés à la devanture.



■ Lexique

- 1 Couverture zinc (casquette)
- 2 Piédroit
- 3 Bandeau
- 4 Linteau droit
- 5 Linteau cintré
- 6 Moulure
- 7 Châssis
- 8 Bandeau d'étage
- 9 Allège
- 10 Soubassement
- 11 Chaînage d'angle
- 12 Garde-corps
- 13 Corniche
- 14 Appui
- 15 Trumeau
- 16 Imposte
- 17 Imposte vitrée



■ Quelques exemples de rénovation

Etat actuel



Proposition



Proposition 01

Par une mise en peinture des volets harmonisée à la devanture, on augmente l'impact visuel du commerce. La peinture des liserés blancs a été supprimée, car ils seront visibles par un effet d'ombre et de lumière. La terrasse est retraitée, ce qui donne un aspect soigné à l'ensemble. L'éclairage est intégré dans le bandeau, ce qui le protège plus des intempéries. L'enseigne en drapeau est inspirée de la carte de visite et de la décoration intérieure du commerce.

Proposition 02

Ce beau bâtiment était autrefois un épicerie construite par l'architecte Gaston Chabal à la demande de la famille Peugeot. Il retrouve sa vocation première de commerce. Les éléments d'origine manquants (volets et fenêtres) sont restitués et peints dans une teinte harmonisée au logo créé pour l'activité. Les panneaux d'enseigne en bois peints sont inspirés des enseignes d'origine (retrouvées grâce à des cartes postales de l'époque) mais modernisés. L'enseigne en drapeau reprend le logo du commerce.

Proposition



Etat actuel



Ouest'kilé est un guide des services, du commerce et de l'artisanat local développé par la communauté de communes, à l'usage des professionnels, des clientèles touristiques, des habitants de longue date et des nouveaux arrivants.

Accroître l'attractivité commerciale et artisanale

Edité fin juillet à 11 000 exemplaires, Ouest'kilé est remis à tous les habitants et est également disponible dans les principaux lieux publics. Véritable guide pratique du commerce et de l'artisanat, il permet à chacun de mieux connaître la richesse et la diversité des produits et services disponibles localement.

Ouest'kilé est organisé autour de huit secteurs et cinquante sous-catégories pour faciliter la recherche d'activités, de coordonnées ou de prestations. Il contribue ainsi à accroître la visibilité et la lisibilité de l'offre commerciale et artisanale de proximité.

Une alternative aux panneaux publicitaires

Avec Ouest'kilé, les professionnels peuvent désormais développer leur attractivité commerciale autrement, en respectant à la fois la réglementation et l'environnement. Ouest'kilé constitue en effet une alternative aux panneaux publicitaires : les professionnels ont la possibilité de communiquer gratuitement via ce média auprès de l'ensemble de la population et des clientèles touristiques. Le développement d'une version web pour smartphones, interactive et évolutive, constitue également un vecteur d'attractivité commerciale susceptible de limiter l'impact paysager des professionnels.

Vous aussi, profitez de cette démarche collective et gratuite de communication

Envoyez gratuitement vos données sur Ouest'kilé Mobile (prestations, offres promotionnelles, coordonnées, horaires, photos). Mail : presquile-crozon@ouestkile.com ou 02 98 27 24 76



Ouest'kilé Mobile, version web pour Smartphones

Destiné aux clientèles touristiques et plus généralement à toute personne en déplacement, Ouest'kilé Mobile est accessible depuis un smartphone* à l'adresse www.ouestkile.com ou en scannant le code 2D.

Ouest'kilé Mobile est complémentaire du guide au format papier : il permet de rechercher facilement des adresses à proximité, d'accéder à leur fiche d'identité et de les géolocaliser. Il est également possible de donner son avis sur les prestations d'une entreprise et de le partager avec les autres utilisateurs. Evolutif, les professionnels peuvent de leur côté transmettre régulièrement de nouvelles informations sur leur activité à presquile-crozon@ouestkile.com.

www.ouestkile.com



«Pour utiliser l'application avec votre smartphone, scannez-moi !»

* Taux d'équipement en Smartphones : 11% début 2009, 25% fin 2010, prévision 50% fin 2011 (source : Médiamétrie)

Remarque : Le «coup de cœur du jour» met quotidiennement en avant une entreprise sur Ouest'kilé mobile. Pour promouvoir la participation des professionnels à cette entreprise numérique collective, seuls ceux ayant transmis des photos de leur activité sont mis en avant.



Résumé

Préserver notre cadre de vie exceptionnel et développer l'attractivité économique de notre territoire : c'est l'objectif de la communauté de communes et des partenaires associés à la réalisation de ce guide pratique de la signalétique commerciale.

Ce guide permet de mettre en oeuvre une signalétique commerciale attractive dans le respect de la réglementation et de l'environnement. En respectant les règles et préconisations présentées, les professionnels contribuent de façon responsable à l'animation de la vie locale et au dynamisme économique de la presqu'île de Crozon.



Un guide pratique réalisé dans le cadre du programme Odesca du Pays de Brest avec le concours financier de :

