

# Charte

des devantures commerciales

*Edito*

*Principes généraux*

*Les enseignes*

*Les autres dispositifs*

*L'accessibilité*

*Les matériaux et les couleurs*

*L'éclairage*

*Le lexique*

*La carte du Pays*



Chambre de commerce et d'industrie





Edito.....3

Témoignages de commerçants.....4

Démarche.....5

Principes généraux.....6

    1. Les commerces et la rue.....6-7

    2. Les types de commerces.....8-9

Les enseignes.....10

    1. Enseigne en bandeau.....11

    2. Enseigne en drapeau.....12

Les autres dispositifs.....14

    1. Les stores et lambrequins.....14-15

    2. Les terrasses.....16-17

    3. Les fermetures.....18

L'accessibilité.....19

Les matériaux et les couleurs...20-21

L'éclairage.....22

Le lexique.....23

Pays de Morlaix.....24

Le territoire du Pays de Morlaix est connu et reconnu pour la richesse de son patrimoine et pour son architecture remarquable, notamment au travers du label « Pays d'Art et d'Histoire ». Convaincus de ces atouts et soucieux de garantir les intérêts économiques des commerçants, les élus et collaborateurs de la CCI de Morlaix se devaient d'accompagner les projets de rénovation ou de modification des devantures commerciales.

Outil d'information et de communication, ce document constitue une synthèse de la charte des devantures commerciales du Pays de Morlaix. Il a été élaboré dans le cadre de l'ODESCA, en collaboration étroite avec les mairies de Morlaix, St-Pol-de-Léon, Landivisiau, Saint-Thégonnec, Roscoff, unies par la même conviction :

*renforcer l'attractivité commerciale de nos rues, de nos quartiers, de nos centres-villes, de nos centres-bourgs.*

A travers l'évolution du point de vente, vous exprimez votre dynamisme et la singularité de votre activité. Les devantures jouent en effet un rôle d'accroche envers la clientèle, la séduisent, l'incitent à entrer dans les commerces.

*Modifier la devanture commerciale permet de conquérir de nouveaux clients !*

Les mairies sont là pour vous informer et vous accompagner dans vos démarches.

Regroupant les recommandations indispensables au montage d'un projet de qualité, la charte des devantures commerciales du Pays de Morlaix est le support de réflexion préalable à votre projet.

Jean-Paul CHAPALAIN,  
Président de la CCI de Morlaix.







« Un détail soigné, comme deux pots de buis, donne un aspect accueillant à l'entrée, comme pour marquer l'attention et la qualité que la clientèle trouvera à l'intérieur. Ce sont des petits détails, mais qui ont une grande importance pour la perception de notre commerce ! »



« Le jeu de mots a été bien apprécié ! Le magasin existe depuis 1966, et l'on m'a demandé depuis quand ce nouveau commerce était ouvert ! En deux mois, j'ai payé mes travaux, j'ai rajeuni et récupéré une nouvelle clientèle qui m'a complimentée sur le commerce. »



« Une enseigne moderne, c'est de la valeur ajoutée à mon commerce. C'est un peu la signature des produits que l'on va trouver à l'intérieur. Pour les nouveaux clients, ma devanture est la première chose qu'ils vont voir, et je dois faire en sorte de leur donner envie d'entrer. »



« Les portes automatiques nous ont apporté un confort à l'intérieur du commerce. Les clients rentrent et sortent facilement. L'accessibilité a tout changé, cela donne une autre dimension au magasin. Les fauteuils électriques accèdent sans difficulté, mais aussi les jeunes mamans avec des poussettes. »



« Un éclairage moderne, c'est plus efficace pour éclairer son commerce en valorisant les produits à présenter. C'est le moment de faire un bilan de sa consommation électrique. J'utilise des ampoules basse consommation, et je n'hésite plus à allumer le soir en hiver. Mon commerce est plus accueillant. »



« L'aspect extérieur est important ! Comme dans la mode, les couleurs, les matériaux évoluent. Le plus important est de ne pas donner une image vieillissante du magasin, et de créer l'envie de regarder les vitrines et de rentrer. Et il ne faut pas oublier que les travaux sont amortissables ! »

\*Saint-Thégonnec

## Pays d'Art et d'Histoire

Le Pays de Morlaix est le premier pays de Bretagne à obtenir le label « Pays d'Art et d'Histoire ». Cette labellisation (2006) traduit une forte volonté de mettre en valeur un territoire riche de sa diversité qui s'appuie sur une identité se déclinant autour de trois piliers : le sacré, la mer et la terre.

Le Pays de Morlaix mène une politique active en matière de valorisation du patrimoine puisqu'il bénéficie de l'appellation « Pôle d'Économie du Patrimoine » depuis 2002. Le label « Villes ou Pays d'Art et d'Histoire » est attribué par le ministère de la Culture et de la Communication à des collectivités locales qui souhaitent valoriser

leur patrimoine, favoriser la création architecturale et promouvoir la qualité dans les espaces bâtis ou aménagés. Des devantures commerciales soignées contribuent à la mise en valeur des centres-villes et des bourgs du Pays de Morlaix.

Contact : 02 98 62 39 57.  
www.paysdemorlaix.com



## Rappel

Toute création, modification de façade (commerciale ou non), pose d'enseigne, terrasse... doit faire l'objet d'une demande d'autorisation préalable. Les services Urbanisme des communes du Pays de Morlaix sont à la disposition des commerçants pour tous les renseignements nécessaires pour mener à bien leur projet.

A noter:

Attention aux délais d'instruction de votre demande.

Selon la localisation du commerce, le projet sera soumis à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France en charge du secteur.

La mise aux normes de l'accessibilité des personnes à mobilité réduite est également à prendre en compte dans les projets.

\*Roscoff





## 1. Les commerces et la rue

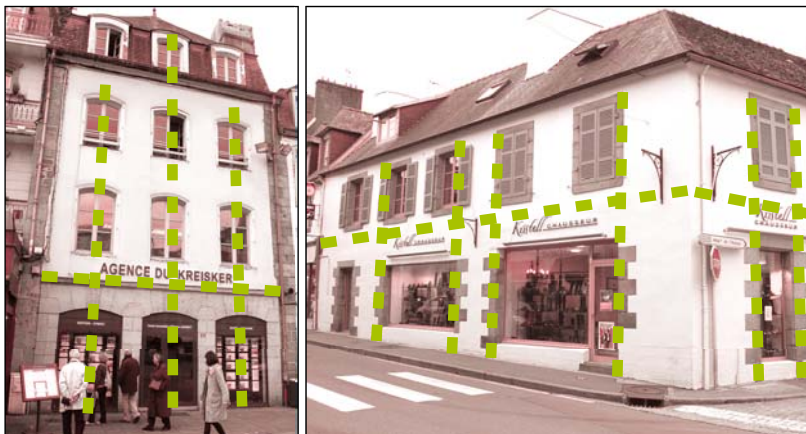
### A. Le parcellaire

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, et cette succession de parcelles va donner 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 spécifique au centre-ville.



### B. 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.



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

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

Les étages deviennent une vitrine qui ne sert à rien.

Le bâtiment n'a plus d'assise au sol.



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

La séparation entre les maisons reste visible.

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

La devanture en applique redonne une assise au bâtiment.



## 2. Les types de commerces

### A. Devanture en applique



Coupe

Vue de face

Apparue à la fin du XVIII<sup>ème</sup> 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).



Tout le bâtiment participe à la valorisation du commerce grâce à une mise en couleur de l'ensemble.



La teinte tonique des volets se retrouve à l'intérieur de la devanture et dynamise l'ensemble du commerce.



La tonalité très foncée de la maçonnerie de façade est réveillée par le rapport chromatique de la devanture, des volets et du store.

### B. Vitrine en feuillure



Coupe

Vue de face

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.



L'aspect incomplet de la maçonnerie (il manque le linteau) est rééquilibré par l'enseigne en bandeau.



La porte d'entrée de l'immeuble (à gauche) est séparée du commerce mais traitée dans la même teinte sombre que les châssis des vitrines.



La couleur foncée des châssis redonne du tonus aux tons peu saturés de la maçonnerie.

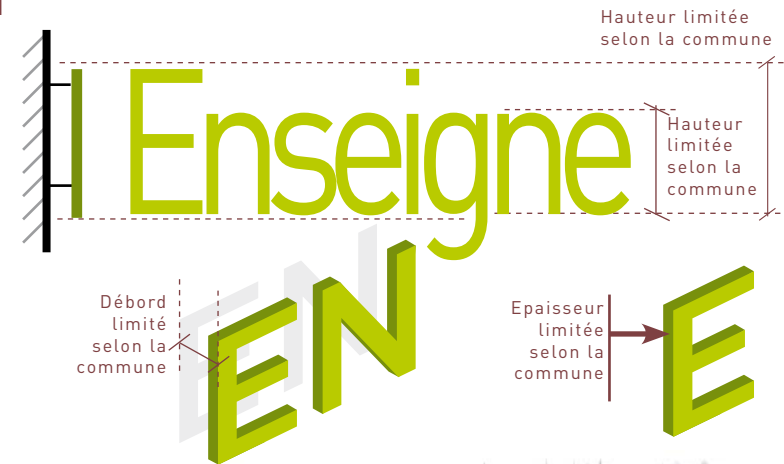


Les enseignes informent sur l'activité du commerce et ne sont en aucun cas des publicités pour des produits. Elles doivent être simples, lisibles et en harmonie avec la devanture et la façade. On distingue deux types d'enseigne : l'enseigne en bandeau (ou parallèle), fixée à plat sur la façade, et l'enseigne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



## 1. 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.



Les lettres sont peintes ou collées sur le bandeau de la devanture en applique.

L'imposte peut recevoir l'enseigne et ainsi préserver le linteau cintré (lettres peintes ou découpées).

L'enseigne est positionnée entre le rez-de-chaussée et le 1er étage, dans la limite de l'emprise du commerce.



Sur cette enseigne, les lettres posées sur picots accentuent l'élégance de la police de caractères en créant une ombre portée sur le bandeau.



Les lettres découpées collées de façon ludique sous la découpe de l'oiseau laissent présager de la créativité de la cuisine de ce restaurant.



Les lettres découpées posées sur picots sont rétro-éclairées par des leds qui vont former un halo lumineux derrière chaque lettre.



## 2. 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.



- La porte d'entrée de l'immeuble doit être dégagée de toute enseigne.
- Eviter de cacher les garde-corps par des panneaux.
- Les grands panneaux masquent les linteaux des ouvertures.
- Les panneaux donnent un aspect provisoire et dissocient le rez-de-chaussée des étages.
- Ne pas positionner les enseignes au niveau des étages.
- L'enseigne en drapeau est trop haute.



- L'activité commerciale située à l'étage est marquée par les lambrequins, et une petite plaque au rez-de-chaussée.
- Les enseignes placées en imposte laissent visibles les linteaux.
- L'enseigne doit être positionnée sur le bandeau de la devanture.
- Les enseignes, qui sont la signalétique commerciale, sont intégrées au rez-de-chaussée.
- Les enseignes en drapeau sont situées au niveau du rez-de-chaussée.



# 1. Les stores et les lambrequins

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 déborderont 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.



Ce store, qui s'encastre parfaitement dans le tableau de la vitrine permet de bien remplir sa fonction de protection (soleil ou intempérie) quand c'est nécessaire, et n'obscurcit pas l'intérieur quand il est replié.



Le tissu noir du store s'harmonise avec les châssis des vitres. L'ensemble donne une impression de «fini» et de soigné, et le rapport chromatique est sobre, raffiné et contemporain. Chaque matériau utilisé est ainsi mis en valeur.



Les lambrequins permettent un marquage discret et élégant. Ils peuvent être en toile (photo), mais aussi en bois peint ou métal, ouvragé ou non, comme c'était le cas traditionnellement. Une inscription soignée complète l'enseigne.



- Ce grand store barre la façade et assombrit l'intérieur du commerce.
- Eviter les stores à rayures et/ou les inscriptions en dehors des lambrequins.
- Les stores corbeille rajoutent un volume inutile à la façade.
- Eviter les stores aux étages, même s'il y a une activité commerciale.
- Le store cache le bandeau de la devanture, donc l'enseigne.



- Un store de la dimension de la partie vitrée dégage l'encadrement en pierre.
- Des stores droits intérieurs rendent visible la symétrie du bâti.
- Un store droit rétractable permet la lecture de l'enseigne bandeau.
- L'activité commerciale située à l'étage est marquée par les lambrequins.
- Les parasols sont une solution intéressante pour les terrasses.



## 2. Les terrasses :

### A. Les structures

Une terrasse est une occupation du domaine public soumise à autorisation. Elle 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.



*La limite de la terrasse doit garder une transparence visuelle, qui isole physiquement les clients tout en gardant une relation avec l'espace public.*



*Le mobilier de terrasse est neutre et sobre, en harmonie avec les couleurs de la devanture. Seul le parasol apporte une note tonique.*



*L'alliance du métal, du bois du platelage et des cache-pots noirs donne une impression raffinée de l'entrée, tout en mettant en valeur le végétal.*

### B. Le mobilier

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 de qualité et amovibles. Les accessoires mobiles implantés sur le domaine public sont soumis à autorisation.





### 3. 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 discrets possible et, quand on le peut, intégrés à la devanture.



L'accessibilité adaptée aux personnes à mobilité réduite est obligatoire (mise aux normes au plus tard le 31 décembre 2014). 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 débattement 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.



- 1 L'accessibilité est intégrée de façon décorative à l'aménagement du sol de la terrasse grâce à un changement de matériaux : gravillons (espace public) et teck (terrasse) tout en restant dans la même gamme de couleurs.
- 2 La très légère dénivellation entre le commerce et la rue est matérialisée par un revêtement en carrelage adapté à l'extérieur et la porte automatique permet une entrée sans obstacle aux personnes à mobilité réduite.
- 3 Les boulangeries et les pâtisseries, qui connaissent une forte affluence de clients à certaines heures, sont souvent les premières à s'équiper en portes automatiques pour faciliter également le flux de la clientèle.
- 4 Un traitement de sol différencié sur le seuil permet de bien matérialiser l'entrée du magasin. Les deux plantes posées de chaque côté complètent ce marquage d'entrée.



## Les matériaux et 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 et la profusion de matériaux : 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.



### Exemples de rapports de couleur (page suivante)

Les couleurs des rectangles verticaux sont à utiliser sur la devanture, les couleurs des rectangles horizontaux pour les enseignes. Les lettres en teinte grise peuvent être remplacées par des lettres en métal. Dans le cas d'une devanture en applique, on peut peindre les châssis comme les lettres ou les traiter dans la couleur d'ensemble.





## Eclairage 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.



*Desspotsdiscretsetsombres sont à privilégier quand on ne peut pas les encâstrer.*

*Cette applique en métal est assortie au lettrage raffiné de la plaque.*

*Il est toujours préférable de prévoir une corniche saillante sur le haut des devantures en applique. Elle protège des salissures (coulores d'eau) et permet d'intégrer des spots encastrés.*

## Eclairage 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.



*Cet éclairage latéral met en scène les vêtements sans écraser leurs teintes.*

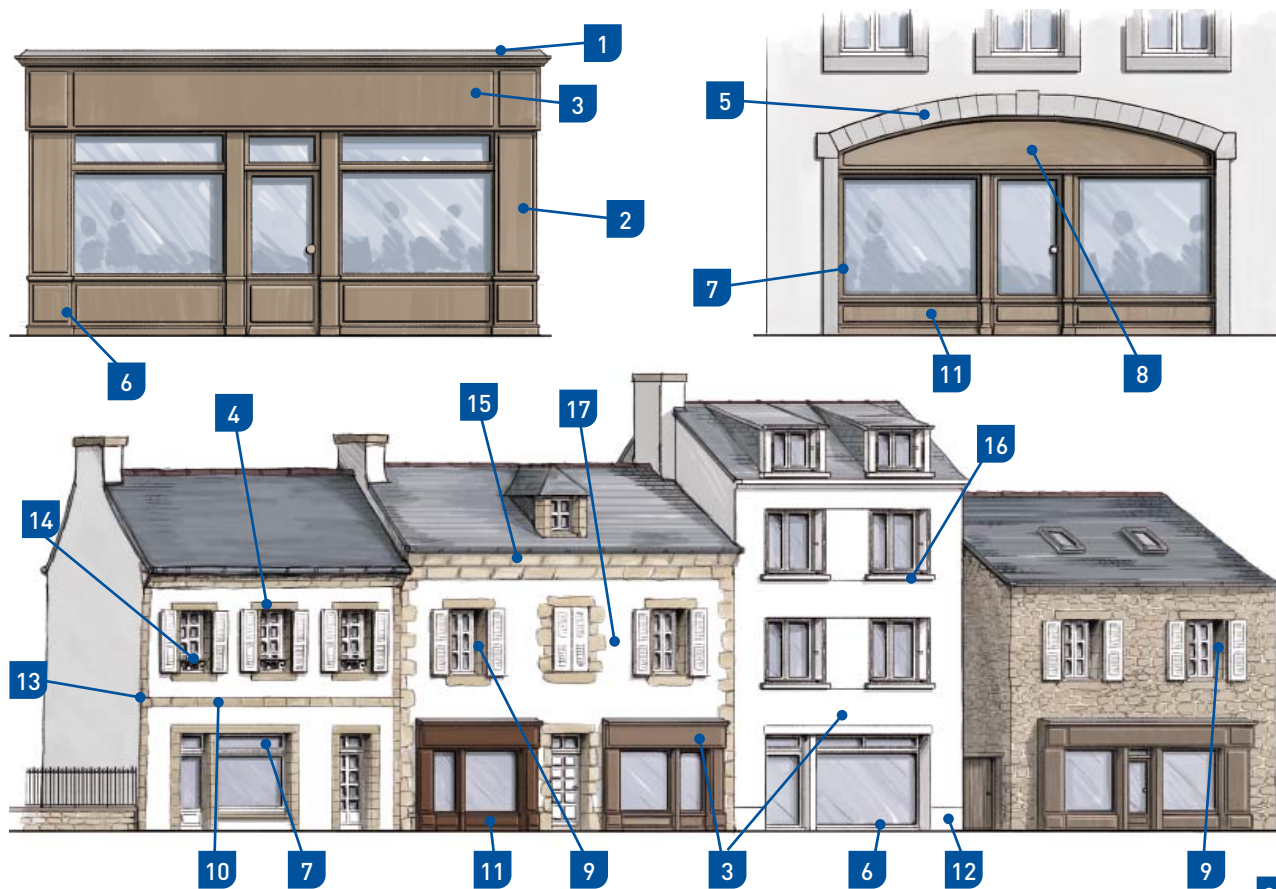
*Ce spot en hauteur permet de rendre le relief des lettres tout en gardant l'impact des couleurs.*

*Ce spot donne une ambiance douce et «cosy» à cet intérieur raffiné.*

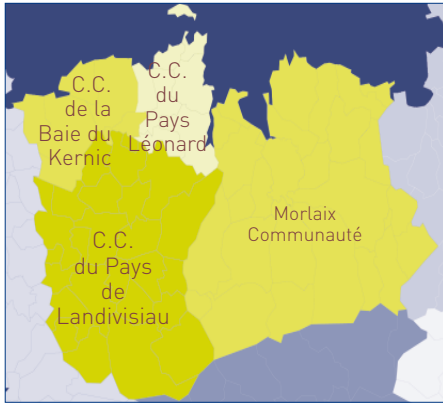
- 1 Couverture zinc (casquette)
- 2 Piédroit
- 3 Bandeau
- 4 Linteau droit
- 5 Linteau cintré
- 6 Moulure
- 7 Châssis

- 8 Imposte
- 9 Tableau
- 10 Bandeau d'étage
- 11 Allège
- 12 Soubassement
- 13 Chaînage d'angle
- 14 Garde-corps

- 15 Corniche
- 16 Appui
- 17 Trumeau



# Pays de Morlaix



Le Pays de Morlaix regroupe les communautés de communes suivantes :

la Communauté de Communes de la Baie du Kernic (6 communes), la Communauté de Communes du Pays Léonard (8 communes), la Communauté de Communes du Pays de Landivisiau (18 communes), et Morlaix Communauté (28 communes).

Cette charte a été réalisée par un groupe de travail composé d'élus, de commerçants et de techniciens territoriaux, sous l'égide de la CCI de Morlaix, dans le cadre d'une opération ODESCA (Opération de Développement et de Structuration du Commerce et de l'Artisanat) engagée sur le Pays de Morlaix. Merci à tous les participants du groupe de travail pour leur collaboration active et dynamique, ainsi qu'à tous les commerçants qui ont apporté leur témoignage pour la réalisation de ce document.



*Pour les lecteurs munis d'un smartphone avec application pour lecture de flashcode : en plaçant votre smartphone au-dessus de ce code, vous pourrez accéder directement au site : [www.morlaix.cci.fr](http://www.morlaix.cci.fr) où vous retrouverez toutes les informations sur la Charte de devantures commerciales.*



# Charte des devantures commerciales

