

Se signaler autrement - dans le Parc -



Parc
naturel
régional
de Lorraine

Une autre vie s'invente ici



Le mot du président

Vous êtes hébergeur, restaurateur, commerçant, producteur, artisan, acteur culturel ou éducatif... Vous développez votre activité dans le Parc naturel régional de Lorraine ou vous projetez de vous y installer ? Vous vous interrogez sur la visibilité de votre établissement dans le territoire et auprès de vos clients ou des visiteurs potentiels ? Ce guide est fait pour vous !

Le territoire du Parc naturel régional de Lorraine est reconnu pour la richesse de son patrimoine naturel, culturel et les grands paysages remarquables qui le caractérisent tels que les Côtes de Meuse et de Toul, la Plaine de la Woëvre, les Vallées de la Moselle et de la Seille ou le Pays des Étangs.



Atout de l'attractivité du territoire et de la qualité du cadre de vie des habitants, le Syndicat Mixte du Parc naturel régional de Lorraine a pour mission de préserver les paysages et d'assurer le développement d'une activité économique qui valorise cette richesse locale.

L'affichage publicitaire qui jalonne les routes et s'impose au cœur des villes et villages s'est développé depuis quelques années et témoigne d'un dynamisme économique local positif. Cependant, utilisé comme l'un des moyens les plus classiques et répandus pour faire connaître son activité, l'affichage publicitaire extérieur peut devenir excessif et porter atteinte au cadre de vie.

C'est pourquoi, la réglementation nationale sur la publicité extérieure cherche l'équilibre optimal entre le droit de chacun à diffuser des informations et le respect des paysages. Récemment, cette réglementation a fait objet de modifications restreignant davantage les possibilités d'implantation des dispositifs publicitaires. Dans les territoires classés « Parc naturel régional » comme celui de Lorraine, des dispositions législatives spécifiques s'appliquent.

*« Promouvoir votre activité...
en préservant les paysages »*

Voilà l'idée centrale de ce guide qui a pour ambition de vous aider à mieux comprendre la réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes qui s'applique dans le Parc. Mais loin de se limiter à la question de l'affichage publicitaire extérieur, ce guide propose des conseils et des solutions alternatives pour signaler et mettre en valeur les activités économiques du territoire.



Christian GUURLINGER

Président du Parc naturel régional de Lorraine

UNE LÉGISLATION RÉCEMMENT RÉFORMÉE

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure qui n'avait pas évolué depuis plus de 30 ans.

Cette réforme poursuit 3 objectifs :

- ▶ **Une amélioration du cadre de vie**, notamment des entrées de ville, avec une limitation et un encadrement de l'affichage publicitaire (réduction de la pollution visuelle, mise en valeur des paysages et du patrimoine, extinction lumineuse et économies d'énergie...) tout en respectant la liberté d'expression.
- ▶ **Une nouvelle répartition des compétences** entre les collectivités territoriales et l'État (simplification et clarification des procédures, rationalisation des coûts...).
- ▶ La possibilité d'une diversification et d'un développement de **nouveaux supports de publicité** (ex : écrans numériques).

À noter que la publicité et les préenseignes, à l'exclusion des préenseignes dérogatoires, sont interdites hors agglomération* sur tout le territoire national.

UNE RÉGLEMENTATION PARTICULIÈRE DANS LES TERRITOIRES DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX

Les territoires des Parcs naturels régionaux sont considérés comme des zones sensibles. C'est pourquoi ils sont soumis à la réglementation nationale avec quelques spécificités :

- ▶ Ce n'est qu'au travers de la mise en place d'un Règlement Local de Publicité (RLP) communal ou intercommunal que les publicités comme les préenseignes en agglomération sont permises et ceci à condition que le règlement prévu dans ce document de planification soit plus restrictif que la réglementation nationale.
- ▶ L'installation d'une enseigne nécessite une demande d'autorisation d'installation préalable ([Cerfa n° 14798](#)).



Pour commencer, quelques notions.....	5
Guider le visiteur efficacement vers son établissement.....	6
Les préenseignes.....	6
La signalisation routière.....	9
Le GPS.....	11
Mettre en valeur son établissement, c'est mettre en valeur son activité !.....	12
Dans quelle situation se trouve mon établissement ?.....	13
Valoriser mon établissement.....	16
La lisibilité de mon enseigne.....	17
Développer une action commerciale pour se faire connaître.....	22
Préparer son action commerciale.....	22
Entreprendre des actions clés.....	23
Développer des actions originales personnalisées.....	24
Annexes.....	25
Lexique.....	25
Contacts utiles.....	26
Carte du Parc.....	27



Au-delà de la réglementation, ce guide vous propose quelques pistes de réflexion et actions à développer pour mettre en valeur l'image de votre établissement.

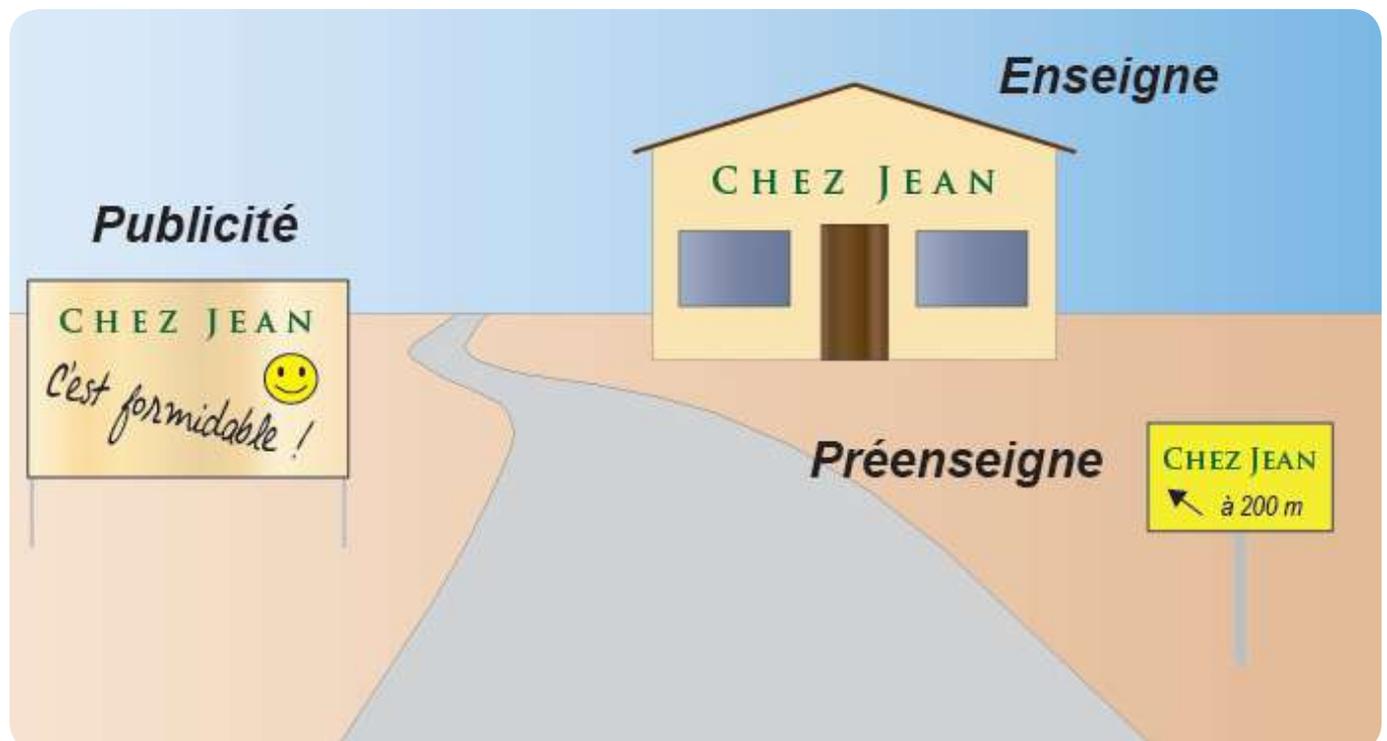
En effet, à côté de la signalisation, il existe d'autres outils à mettre en place si l'on souhaite rendre plus lisible son activité. La mise en valeur des abords et de la façade d'un bâtiment, l'aménagement d'une terrasse ou encore la mise en place d'une action commerciale efficace sont autant d'actions, parfois simples et peu coûteuses, qui permettent de renforcer la visibilité d'un établissement ou d'une activité.

Pour commencer, quelques notions

ENSEIGNE : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

PRÉENSEIGNE : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité.

PUBLICITÉ : à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.



Guider le visiteur efficacement vers son établissement

Comment se faire connaître et en même temps faciliter l'accès à son établissement ou à son activité ? Dans cette rubrique sont présentés les outils qu'il est possible de déployer pour que, une fois sur la route ou à proximité de l'établissement, les clients ou visiteurs puissent découvrir l'activité. Ces outils sont : les préenseignes, la signalisation routière et le GPS.

Les préenseignes

POUR COMMENCER

Les préenseignes sont une catégorie de publicité extérieure permettant d'indiquer la proximité d'un établissement, en particulier si celui-ci se trouve isolé ou en retrait de la route principale. Les préenseignes indiquent une direction (avec une flèche, une distance ou le nom d'un lieu). Elles s'implantent par définition sur une parcelle n'appartenant pas à l'établissement.

Dans le Parc naturel régional de Lorraine, leur installation est **interdite à l'intérieur des agglomérations**.

Hors agglomération et sur tout le territoire national, seules certaines catégories d'activités peuvent être signalées par des **préenseignes dérogatoires**.

Si votre activité ne peut pas bénéficier d'une préenseigne, elle peut être indiquée grâce à une signalisation d'information locale (SIL) ou une signalisation de direction (voir p. 9).



LES ACTIVITÉS POUVANT ÊTRE SIGNALÉES PAR DES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

Type d'activité	Nombre max. de préenseignes	Distance max. préenseigne/lieu où s'exerce l'activité
 Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir* par des entreprises locales	2	5 km
 Activités culturelles* (établissements de spectacles, musées...)	2	5 km
 Monuments historiques ouverts à la visite (au moins trois mois par an)	4	10 km



L'accord du propriétaire du terrain est-il obligatoire ?

La pose d'une préenseigne doit faire l'objet d'un contrat de location d'emplacement entre le bailleur et le preneur. Le montant du loyer pour l'usage de l'emplacement peut être librement fixé entre les parties.

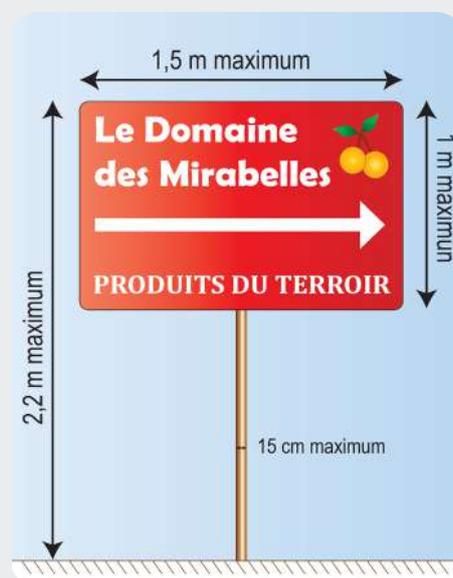
LE PARC RECOMMANDE

- ▶ Trop d'informations sur votre préenseigne risquent de la rendre illisible. Privilégiez un **message simple** avec le nom de l'établissement, son logo et les principales activités ou services proposés. Si vous faites partie du réseau « Boutiques du Parc », n'oubliez pas d'ajouter son logo !
- ▶ Choisissez **des couleurs et des matériaux** respectant les savoir-faire locaux et l'environnement tout en tenant compte du cadre dans lequel le panneau sera installé. Optez en faveur du panneau rétro-réfléchissant pour une visibilité optimale la nuit.
- ▶ Pour implanter vos préenseignes, privilégiez **les routes les plus empruntées** par vos visiteurs et placez les panneaux **en amont des intersections** afin de faciliter la manœuvre des conducteurs, notamment sur les axes à vitesses élevées. S'il existe d'autres panneaux à proximité, tentez d'optimiser l'organisation des implantations pour faciliter la lecture et l'intégration paysagère des dispositifs (regroupement par direction, harmonisation des tailles, limitation du nombre...).
- ▶ La préenseigne doit être conservée **en bon état** et son environnement entretenu, **libre de végétation**, afin de conserver la visibilité du panneau depuis la route. Le verso de l'affichage n'étant pas très esthétique, il peut être dissimulé.

> QUE DIT LA RÉGLEMENTATION ?

Les préenseignes dérogatoires installées hors agglomération doivent respecter les dispositions suivantes :

- ▶ Être constituées de matériaux pérennes (métal, bois...) et conservées en bon état.
- ▶ Être situées hors du domaine public et à plus de 5 m du bord de la chaussée.
- ▶ Ne pas excéder une hauteur de 2,20 m au-dessus du sol.
- ▶ Être scellées au sol. Seul le mât mono-pied étant autorisé, la largeur de celui-ci ne peut excéder 15 cm.
- ▶ Le panneau doit être rectangulaire et ne doit pas dépasser 1,5 m de large et 1 m de haut.
- ▶ Le panneau ne peut inclure aucun idéogramme utilisé dans le cadre de la signalisation routière (voir p. 9).
- ▶ Le panneau ne peut inclure une distance kilométrique ou une flèche si une localité y est mentionnée.
- ▶ Les préenseignes, même temporaires, sont interdites sur les monuments historiques, les monuments naturels et dans les sites classés, sur les arbres et les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (arrêtés municipaux ou préfectoraux).



L'implantation des préenseignes (rappelons-le, interdite sur les arbres, les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, fluviale, sur les monuments historiques...) ne devra pas occulter un panorama, une perspective, un bâtiment remarquable ni gêner la sécurité routière ou le passage des piétons.



Dans les communes avec Règlement local de Publicité (RLP)

Le RLP encadre la mise en place de la publicité extérieure à l'échelle communale. Lors de l'installation d'une préenseigne dans une commune disposant d'un Règlement local de Publicité (carte p. 27), renseignez-vous car il peut contenir des dispositions spécifiques non précisées dans ce guide.



> JE SOUHAITE INDIQUER LA PROXIMITÉ DES ÉVÉNEMENTS OU OPÉRATIONS EXCEPTIONNELLES QUE J'ORGANISE : LES PRÉENSEIGNES TEMPORAIRES

Si vous organisez des événements, des expositions, des promotions de produits, des offres exceptionnelles ou encore des ventes saisonnières, il est possible d'en faire la publicité à travers l'installation de panneaux temporaires. Ces préenseignes temporaires concernent toutes catégories d'établissements. Elles peuvent être installées jusqu'à trois semaines avant l'opération ou la manifestation et doivent être retirées au plus tard une semaine après sa fin.

La réglementation est similaire à celle des préenseignes dérogatoires (dimensions, matériaux, contenu, implantation scellée au sol) avec les spécificités suivantes :

- ▶ Jusqu'à 4 panneaux peuvent être installés.
- ▶ Ceux-ci ne doivent pas être installés à plus de 5 km du lieu où s'exerce l'activité ou de l'entrée de l'agglomération (si l'activité s'y situe).
- ▶ Les préenseignes temporaires sont essentiellement installées sur le domaine privé. Dans le cas où elles sont implantées sur le domaine public, cela nécessite une demande d'autorisation auprès du gestionnaire de la voirie (conseil départemental ou commune) en tenant compte des contraintes liées à la sécurité routière.

Comme pour les préenseignes fixes, un souci de qualité dans le choix du support et dans la rédaction du message (lisibilité du lettrage, couleurs visibles...) doit être recherché. Les supports en carton ne sont pas adaptés au regard de la réglementation. Les fixations entre le support et le poteau doivent être solides, et le poteau, stable et bien implanté dans le sol.



La signalisation routière

La signalisation routière se présente comme une réelle alternative aux préenseignes car elle oriente et guide le voyageur. Elle se distingue des préenseignes dans la mesure où elle est toujours placée sur le domaine public. Elle dépend du Code de la route et son installation est à l'initiative des collectivités locales. Dans certains cas, la signalisation routière peut se substituer aux préenseignes pour indiquer la direction d'établissements en et hors agglomération.

LA SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE (SIL)

La SIL est un moyen de signalisation de plus en plus utilisé qui permet d'harmoniser et de rendre l'information plus lisible. Elle a pour but d'orienter le visiteur sur un territoire :



- ▶ **Hors agglomération**, elle permet de signaler les activités ne pouvant pas bénéficier de préenseignes, notamment celles exercées en retrait de la voie publique.
- ▶ **En agglomération**, les préenseignes sont interdites dans un territoire classé « Parc naturel régional » alors que la SIL peut y être utilisée.

Les panneaux de Signalisation d'Information Locale sont principalement installés en amont des intersections. Ils peuvent mentionner des établissements (voir tableau p. 10), accompagnés d'une flèche directionnelle.

Dans la plupart des cas, il est possible d'indiquer le nom de l'établissement et de faire figurer des idéogrammes réglementaires. Pour les activités liées à l'hébergement, l'indicateur de classement officiel (nombre d'étoiles) peut être inclus.

La mise en place d'une SIL s'appuie sur un plan de jalonnement élaboré à l'échelle communale ou intercommunale. **Un particulier ne peut donc pas installer des panneaux de SIL** de sa propre initiative mais il peut contacter la commune pour lui faire connaître ses besoins. Pour toute implantation de Signalisation d'Information Locale, la collectivité doit effectuer une demande de permission de voirie auprès du gestionnaire de la route concernée.

S'il existe déjà une SIL dans votre secteur et que vous souhaitez pouvoir bénéficier d'un fléchage, **rapprochez-vous de votre commune ou communauté de communes** pour voir dans quelle mesure il est possible de rajouter une mention et à quelles conditions. S'il n'y a pas de SIL, renseignez-vous auprès de la mairie pour savoir si un projet est en cours.

LA SIGNALISATION DIRECTIONNELLE

La signalisation de direction, qui est la plus connue et étendue, indique principalement la direction de villes et de villages. Mais elle peut également faire mention de certaines catégories d'activités ou de services (voir tableau p. 10), notamment si ces derniers ne sont pas suffisamment visibles depuis la chaussée. Cependant, si un lieu bénéficie de signalisation via une SIL, il ne peut pas faire l'objet d'une mention en signalisation de direction, laquelle ne permet pas non plus d'indiquer l'appellation commerciale de l'établissement.



La compétence en matière d'implantation de signalisation directionnelle est départementale si elle se trouve hors agglomération. Elle est partagée entre le département et la commune ou l'intercommunalité (selon les cas) en agglomération. Ce sont donc ces structures qu'il faut contacter pour étudier les possibilités d'installation d'un panneau directionnel (contacts utiles p. 26).

ACTIVITÉS SIGNALABLES AVEC SIL OU AVEC SIGNALISATION DE DIRECTION (liste non exhaustive)

Lieux signalables exclusivement avec SIL	Lieux signalables avec SIL ou signalisation de direction	Lieux signalables exclusivement avec signalisation de direction*
<p>Hébergements non isolés Hôtel Village de vacances Terrain de camping-caravaning Auberge de jeunesse Chambre d'hôte Gîte Meublé de tourisme</p> <p>Restauration Restaurant Table d'hôte Ferme auberge</p> <p>Services usuels Garage/station-service Artisanat Propriétés viticoles Produits du terroir</p> <p>Activités économiques Établissement industriel</p>	<p>Hébergements isolés Hôtel Village de vacances Terrain de camping-caravaning Auberge de jeunesse Chambre d'hôte Gîte</p> <p>Activités économiques Établissement industriel isolé Centre commercial Équipements de transports Petit port de plaisance</p> <p>Sports et loisirs Base de loisirs Centre équestre Centre nautique</p> <p>Équipements culturels MJC, centre culturel Théâtre, auditorium</p> <p>Éléments de patrimoine culturel et naturel Musée</p>	<p>Point de départ d'excursions pédestres Ferme isolée Embarcadère et bac Monument historique ou site classé ou inscrit Office de tourisme, syndicat d'initiative Relais d'information service</p> <p><i>*implantation devant respecter le schéma directeur du département</i></p>

Source : Signalisation d'information locale: guide technique CERTU

LA SIGNALISATION D'INTÉRÊT CULTUREL ET TOURISTIQUE

Cette signalisation est une catégorie de signalisation routière indiquant la proximité de sites touristiques ou culturels. Elle a pour vocation d'informer les usagers de la route sur un lieu ou un itinéraire à caractère touristique. Ce balisage permet de guider le voyageur tout au long d'un trajet valorisant une thématique patrimoniale, historique, agricole...

L'élaboration d'itinéraires touristiques fait l'objet d'une approche globale à l'échelle d'un territoire. Elle inclut également une valorisation des activités économiques locales (hébergement, restauration, produits du terroir...) associées à ce circuit.

Dans le Parc naturel régional de Lorraine, il existe plusieurs itinéraires touristiques autour de la thématique du vin par exemple (Route des vins de Moselle ou Route des Côtes de Toul) ou du patrimoine mémoriel (Route du Saillant de Saint-Mihiel). Toute implantation de signalisation doit être conforme au schéma touristique départemental concerné.



Le GPS

L'utilisation des systèmes de positionnement par satellites (dont le plus connu est le GPS) se répand rapidement, les appareils GPS étant de plus en plus présents dans nos voitures au détriment des cartes papier. S'adapter au nouveau contexte technologique est nécessaire pour rester compétitif.

La signalisation à travers le GPS est un atout pour multiplier les chances d'être repéré et pour faciliter l'accès de l'établissement au voyageur.



AJOUTER LES COORDONNÉES DE SON ÉTABLISSEMENT DANS SON SYSTÈME DE NAVIGATION

Il est possible que, sans avoir engagé de démarche particulière, votre établissement soit déjà enregistré dans certains GPS. Cela s'explique par le fait que vous êtes peut-être identifié dans les bases de données de certaines structures (Système d'Information Touristique LORrain, Pages Jaunes...) qui ont conclu des accords avec les producteurs de cartes GPS. Si, dans le cas contraire, votre établissement est absent des appareils GPS ou que vous souhaitez modifier des informations, vous pouvez vous faire référencer auprès des principaux fabricants de cartes GPS :

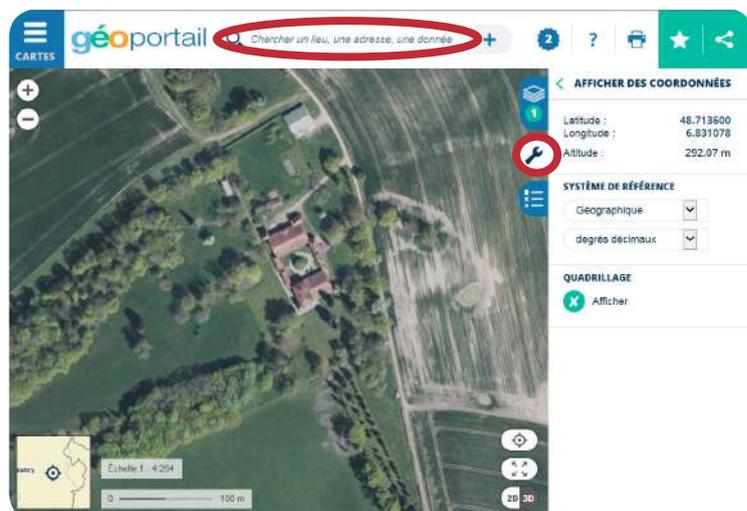
- ▶ **Here Maps** (fournisseur de cartes pour l'entreprise Garmin et autres systèmes de navigation)
<http://mapcreator.here.com/mapcreator/>
- ▶ **Map Share Reporter** (fournisseur de cartes appartenant à l'entreprise TOMTOM)
<http://www.tomtom.com/mapshare/tools/>

Connectez-vous sur les sites web des applications ci-dessus et créez-vous un compte. Suivez alors les instructions pour ajouter (ou modifier le cas échéant) un lieu ou un point d'intérêt. Cette démarche prend quelques minutes, mais sa validation et l'inclusion effective de votre activité va nécessiter des semaines, voire des mois. Reconnectez-vous ultérieurement pour vérifier que vous apparaissez effectivement sur ces cartes.



Comment trouver la latitude et la longitude de mon établissement ?

Vous pouvez faciliter l'accès des visiteurs se guidant par un système GPS en leur indiquant la latitude et la longitude de l'établissement, notamment si celui-ci se trouve à l'extérieur d'un village et ne dispose pas d'une adresse aisément localisable. Connectez-vous sur le site : <http://www.geoportail.gouv.fr/accueil> puis :

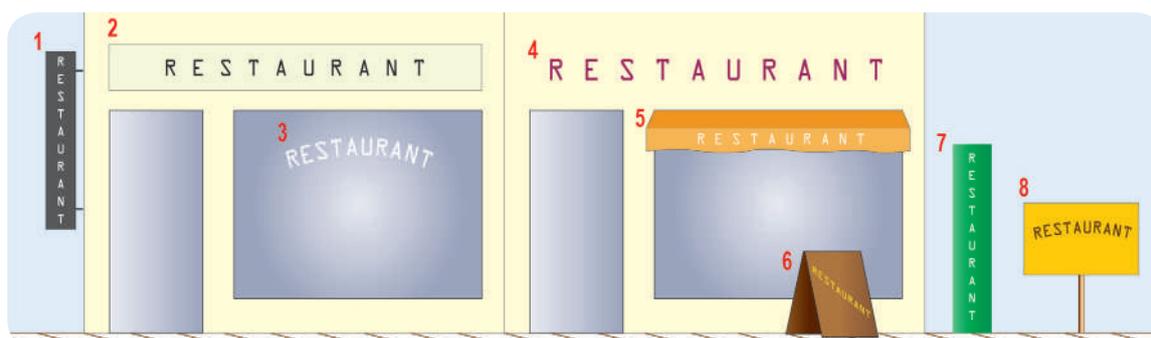


- 1 Écrire votre adresse ou le nom de votre commune.
- 2 Localiser l'établissement en zoomant sur la carte si besoin.
- 3 Cliquer sur l'icône représentant une clé à molette, puis sur « Afficher des coordonnées ».
- 4 Enfin, placer le curseur sur votre établissement.

Mettre en valeur son établissement, c'est mettre en valeur son activité !

Comment implanter de manière réglementaire, efficace et qualitative l'enseigne qui va identifier son établissement ? Quels aménagements (façade, abords...) réaliser pour valoriser son activité ? Conseils et informations.

Comme les préenseignes, les enseignes sont une catégorie de publicité extérieure. Il s'agit de toute inscription, image ou forme implantée dans le périmètre d'un établissement et qui sert à l'identifier ou à donner des informations sur celui-ci. Le dispositif ne sera considéré comme enseigne que s'il est visible depuis une voie ouverte à la circulation publique (motorisée ou non). **L'enseigne peut prendre des formes très diverses** pour s'adapter aux caractéristiques de votre immeuble et à sa situation par rapport à la route, mais elle devra être constituée de matériaux pérennes (métal, plastique, bois...) et gardée en bon état.



Enseignes sur façade

- ❶ Enseigne en drapeau ou perpendiculaire
- ❷ Enseigne à plat sur support
- ❸ Enseigne à plat sur vitrine
- ❹ Enseigne à plat en lettres découpées
- ❺ Enseigne à plat sur store-banne

Enseignes scellées ou posées au sol

- ❻ Enseigne posée au sol (chevalet)
- ❼ Enseigne scellée au sol (totem)
- ❽ Enseigne scellée au sol (classique)

« Donner une image positive de votre activité et la rendre attractive pour les visiteurs ou les clients »

La qualité paysagère d'un établissement ou d'une entreprise est un élément d'identification et de reconnaissance important pour capter une clientèle et la fidéliser.

La prolifération de panneaux ou d'enseignes au graphisme plus ou moins chargé, aux dimensions et aux formes variées peut nuire à la visibilité. La première impression du visiteur à la vue d'un établissement conditionne souvent sa décision d'entrer ou de poursuivre son chemin. Aménager les abords de son établissement, embellir ou restaurer sa façade, être soucieux de la qualité de son environnement, font partie intégrante de la démarche commerciale.

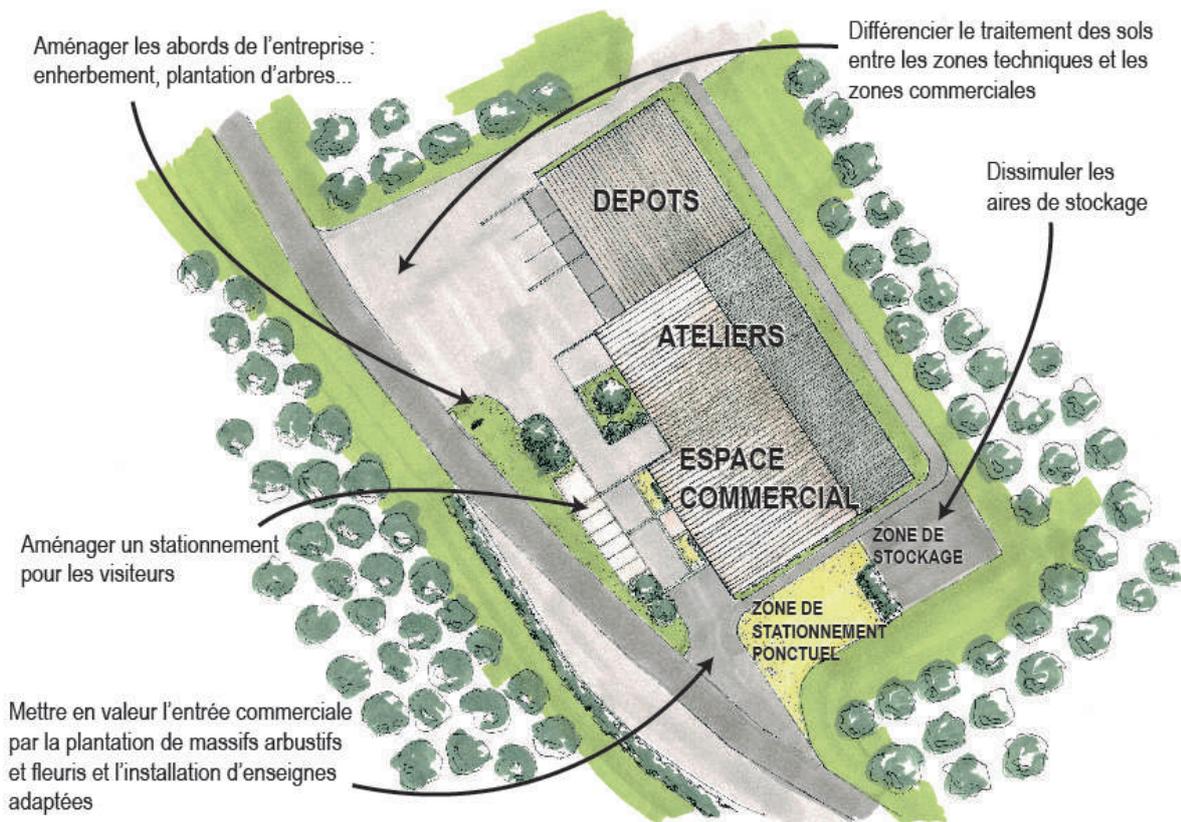
Dans quelle situation se trouve mon établissement ?

Si le bâtiment est isolé, on veillera à aménager la route d'accès : plantations d'arbustes, d'alignements d'arbres, entretien de la chaussée, dégagement des vues vers l'établissement.

S'il se trouve le long d'une route fréquentée, on veillera à aménager l'espace entre la route et le bâtiment.

Dans les deux cas, il est intéressant de :

- ▶ Valoriser l'entrée sur la propriété (installation d'un marquage végétal, d'un portail...), organiser un stationnement pour accueillir le visiteur, identifier et hiérarchiser les différents espaces. Mettre en valeur l'entrée commerciale du bâtiment par rapport à l'entrée de l'habitation et/ou aux entrées de service (livraisons, accès atelier...).
- ▶ Dissimuler les zones de stockage ou les aires de travail et nettoyer les abords.
- ▶ Veiller à la qualité des sols pour qu'ils soient propres et à la délimitation nette des surfaces (revêtements, espaces enherbés).
- ▶ Prévoir une plantation d'arbres, d'arbustes et de fleurs qui viendront hiérarchiser et embellir les espaces.



Si l'établissement se situe le long d'une voie principale au cœur d'un village rue traditionnel, une attention particulière sera portée sur l'aménagement de l'usoir* :

- ▶ Éviter de cloisonner l'usoir par des végétaux trop volumineux ou des clôtures.
- ▶ Épurier les aménagements, dégager les vues vers les façades des maisons, privilégier les végétations basses, identifier les zones de stationnement possibles, les espaces de type terrasse, entrée de l'établissement...
- ▶ Embellir, restaurer la façade, faire ressortir les caractéristiques architecturales de la maison qui accueille l'activité, harmoniser les couleurs des enseignes avec les couleurs de la façade et des huisseries...
- ▶ Mettre en valeur le pied de façade par des plantations : poirier palissé, arbustes, plantes vivaces... Privilégier les plantations en pleine terre. Seules quelques potées pourront marquer l'entrée.



- ▶ Utiliser l'enseigne en drapeau pour distinguer l'établissement parmi l'alignement des maisons. L'utilisation d'un panneau posé au sol peut être suffisante pour signaler sa présence à partir de la route principale.



Installer une enseigne scellée ou posée au sol sur l'usoir

Une demande d'occupation du domaine public doit être réalisée auprès de la mairie.

Si l'établissement se trouve au cœur d'un village groupé ou d'un bourg, on insistera sur le traitement qualitatif de la façade et du pied de façade.

- ▶ Le manque d'espace ne permet pas toujours la création de massifs d'arbustes et de fleurs en pleine terre. En revanche, l'utilisation des potées fleuries peut embellir la façade de l'établissement.

Dans les centres bourgs, la devanture d'un établissement et les enseignes qui l'accompagnent attirent les regards, animent la rue et affirment son caractère commercial.

La devanture en feuillure est un ensemble vitré totalement intégré à la façade d'un édifice tandis que la devanture en applique est un ensemble en bois plaqué en saillie contre la façade du bâtiment.



Les devantures devront s'accorder aux qualités architecturales de l'édifice et parfois faire l'objet d'une rénovation :

- ▶ La couleur des devantures sera choisie en harmonie avec celles de la façade et des menuiseries.



- ▶ Dans les rues étroites, avec peu de largeur de trottoir, l'utilisation de l'enseigne en drapeau peut devenir un outil pertinent pour signaler l'activité.



Valoriser mon établissement

Un bâtiment qui présente une qualité architecturale donne toujours une meilleure image de l'activité économique qu'il héberge. Un bel équilibre entre les proportions des ouvertures, notamment lors de la création de vitrines, valorise le bâtiment.

Dans les nouveaux bâtiments, privilégier une qualité architecturale et une originalité de composition qui allie matériaux performants, formes modernes et respect des caractéristiques du site.

En revanche, la rénovation d'un bâtiment ancien devra respecter les caractéristiques du bâti traditionnel (types de menuiseries, matériaux, couleurs des façades...) et notamment l'équilibre des proportions des ouvertures lors de la création de la vitrine.

ENTREtenir ET RENDRE ACCUEILLANT MON BÂTIMENT... QUELQUES CONSEILS

- ▶ Il est important de conserver la lisibilité de la façade et la fonctionnalité des espaces au moment de la création de l'espace commercial. On évitera, par exemple, d'apposer des enseignes sur la partie habitation du bâtiment.
- ▶ Identifier et hiérarchiser les entrées du bâtiment. Les entrées de service et les entrées des communs sont traitées de manière discrète, de couleur sombre et dissociées de la devanture commerciale. Les entrées du commerce ou de l'activité (ateliers, point de vente...) sont, en revanche, mises en valeur.
- ▶ Coordonner les accessoires comme les stores à l'ensemble de l'établissement et, si possible, indiquer le nom de l'établissement sur le lambrequin. Dissimuler les grilles et les rideaux métalliques extérieurs, ainsi que les climatiseurs, câbles et autres appareils techniques comme les projecteurs afin de mettre en valeur la devanture.
- ▶ Porter une attention particulière sur l'aménagement des terrasses : fonctionnelles, agréables, suffisamment grandes et sans obstacle gênant la circulation piétonne. Le choix des matériaux, les accessoires, des paravents ou parasols doivent s'accorder aux caractéristiques du bâtiment et à l'image générale que souhaite donner l'établissement.



La lisibilité de mon enseigne

LE NOM DE MON ÉTABLISSEMENT ET/OU DE MON ACTIVITÉ EST-IL LISIBLE ?

Trop d'informations ou une information anarchique perturbent la compréhension du message.

- ▶ Une trop forte densité d'enseignes, disposées de manière anarchique sur le bâtiment et dont les couleurs trop vives et les formes ne s'accordent pas, peut nuire à la lisibilité de l'activité économique. Une enseigne en bandeau et une enseigne drapeau par établissement semblent suffisantes pour informer sur l'activité.
- ▶ Veiller à hiérarchiser les messages, à choisir des couleurs en accord avec la façade, un graphisme simple, épuré et lisible à bonne distance. Indiquer le nom de l'établissement, le type d'activité et éventuellement l'image ou le label associé. Ajouter le logo des « Boutiques du Parc » si affiliation au réseau.



- ▶ Choisir l'enseigne à plat et/ou en drapeau en fonction de la position de la façade commerciale* par rapport à la voie publique. Par exemple, dans des rues longues ou étroites, le drapeau facilite la visibilité, alors que pour des immeubles isolés il n'est pas nécessaire.
- ▶ L'enseigne scellée au sol peut s'avérer nécessaire si votre établissement est en retrait par rapport à la route. Les dimensions, les couleurs et les matériaux du support utilisé respecteront le paysage environnant. Utiliser des matériaux nobles : fer forgé pour le mat des enseignes suspendues, pierre de taille, béton, bois pour des enseignes blocs posées au sol.

- ▶ Dans les cadres architecturaux anciens, privilégier l'installation d'enseignes en lettres découpées posées directement sur le mur ou en lettres peintes qui masquent moins les façades. Essayer d'éviter les caissons et les boîtiers.
- ▶ Éviter les enseignes lumineuses défilantes, en néon, fluo, lasers, numériques ou les caissons rectangulaires lumineux. Si l'illumination est vraiment nécessaire, utiliser les lettres illuminées indirectement avec des LED ou bien des rampes d'éclairage discrètes. Les spots sont à éviter.

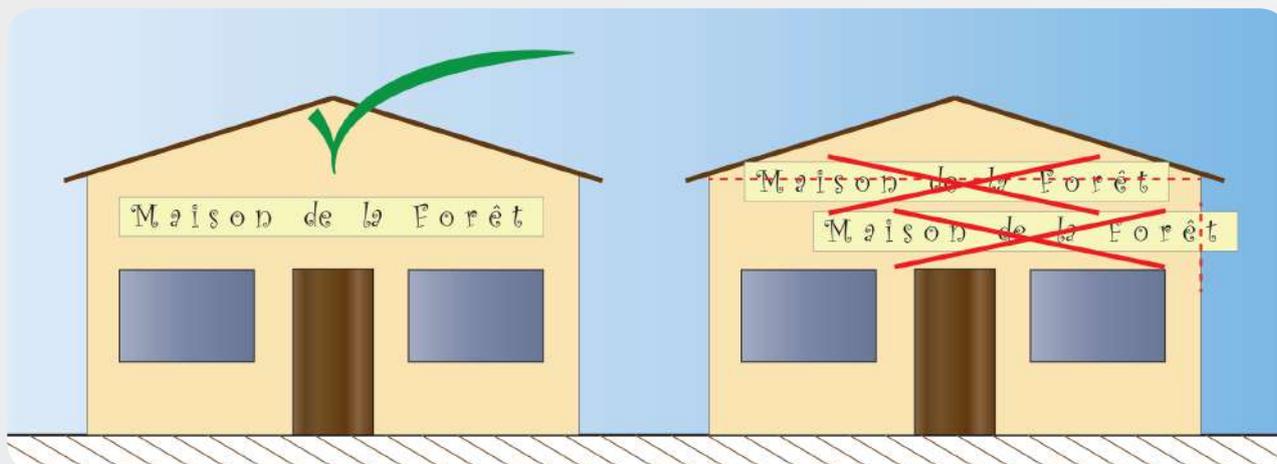


> DU POINT DE VUE DE LA RÉGLEMENTATION

L'enseigne sur façade

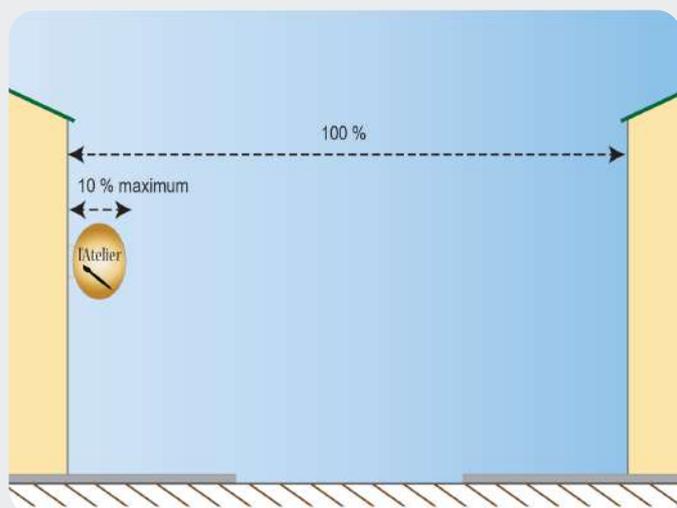
L'enseigne à plat

- ▶ Ne doit pas dépasser les limites du mur.
- ▶ Ne peut pas constituer une saillie de plus de 25 cm par rapport au mur.
- ▶ Ne doit pas dépasser les limites d'égout du toit dans les bâtiments à toit en pente.



L'enseigne en drapeau

- ▶ Ne doit pas avoir une saillie de plus de 10 % de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sans jamais dépasser 2 m de largeur.
- ▶ Ne doit pas dépasser de la partie supérieure du mur qui la supporte.

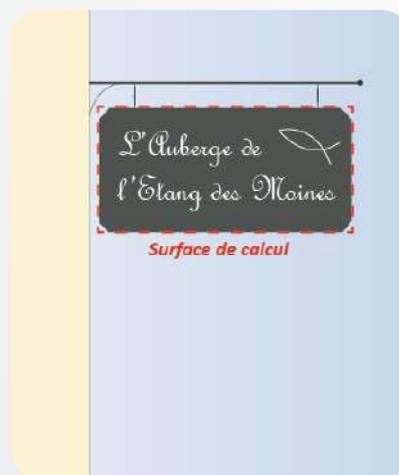


La surface maximale autorisée de l'enseigne sur façade

Il est possible d'installer une ou plusieurs enseignes sur la façade si la surface totale de l'enseigne ou de l'ensemble des enseignes ne dépasse pas 15 % de la façade commerciale. Mais si cette dernière fait moins de 50 m², la surface des enseignes peut occuper jusqu'à 25 % de la façade.

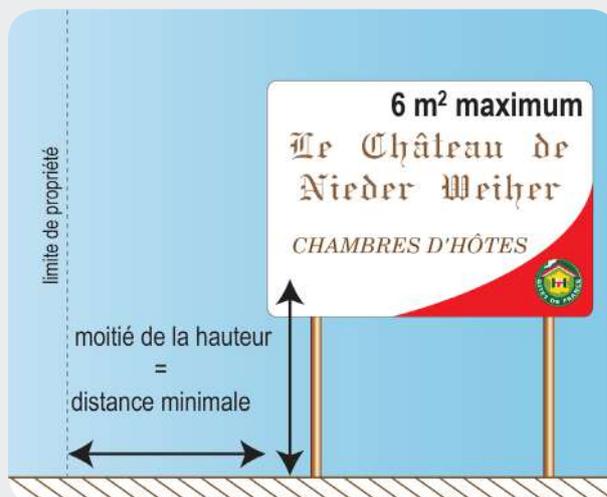
Pour le calcul, c'est la surface du panneau qui compte. Quand il n'y a pas de support mais qu'il s'agit de lettres ou de formes découpées ou peintes directement sur le mur, il faut alors tracer un rectangle imaginaire autour de celles-ci pour déterminer la surface à prendre en compte dans le calcul. Les enseignes en drapeau doivent être comptées des deux côtés si elles sont double face.

Les logos apposés sur la façade sont également comptabilisés. Les murs arrières et latéraux d'un bâtiment n'entrent pas dans le calcul, sauf si des enseignes y sont installées.

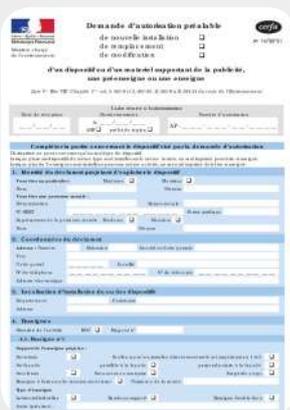


L'enseigne posée ou scellée au sol

- ▶ Si la superficie de l'enseigne est supérieure à 1 m², elle ne peut pas être installée à moins de 10 m de la baie d'un immeuble voisin.
- ▶ La distance entre l'enseigne et la limite de propriété ne doit pas faire moins de la moitié de la hauteur de l'enseigne.
- ▶ La surface maximale de l'enseigne est de 6 m².
- ▶ Elle ne peut pas dépasser 6,5 m de haut si elle fait plus d'1 m de large ou 8 m de haut si elle fait moins d'1 m de large.
- ▶ Si la dimension de l'enseigne est supérieure à 1 m², il ne peut y avoir qu'un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique.



> UNE DEMANDE D'AUTORISATION PRÉALABLE OBLIGATOIRE !



Toute installation, remplacement ou modification d'une enseigne sur le territoire du Parc naturel régional de Lorraine doit faire l'objet d'une demande d'autorisation préalable. A cet effet, il faut remplir le formulaire [Cerfa n° 14798](#). Pour toute question concernant cette procédure, contacter la DDT (voir p. 26).



Rappel : Dans les communes avec Règlement local de Publicité (RLP)

Le RLP encadre la mise en place de la publicité extérieure à l'échelle communale. Lors de l'installation d'une enseigne dans une commune disposant d'un Règlement Local de Publicité (carte p. 27), renseignez-vous car il peut contenir des dispositions spécifiques non précisées dans ce guide.

> LA PROXIMITÉ AVEC UN MONUMENT HISTORIQUE OU UN SITE CLASSÉ

Les bâtiments classés ou inscrits à l'inventaire des monuments historiques, comme les sites classés, font l'objet de dispositions spécifiques. Avant de placer votre enseigne, vous devez vérifier si votre établissement se situe dans ou à proximité d'un monument historique ou dans un site classé. Dans ce cas, l'administration est plus vigilante pour ce qui relève de l'harmonie de l'enseigne avec son contexte architectural. L'enseigne est soumise à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France, que vous pouvez contacter avant l'envoi de la demande d'autorisation afin qu'il puisse vous conseiller sur votre projet (voir p. 26). Pour les enseignes situées dans les sites classés, c'est l'accord du Préfet de Région qui sera nécessaire. Dans les deux cas, il vous faudra proposer une enseigne adaptée au site et suivre particulièrement les recommandations du Parc.



Pour savoir si le panneau que vous souhaitez poser est dans la zone d'influence d'un monument historique, vous devez vérifier s'il est à moins de 100 m en ligne droite du monument. Si c'est le cas, il faut aussi vérifier si le panneau est dans son champ de visibilité, c'est-à-dire :

- ▶ Si le monument est visible depuis le panneau.
- ▶ Si quelqu'un peut regarder à la fois votre panneau et le monument.



Liste des monuments historiques de France :

http://www.culture.gouv.fr/public/mistral/dapamer_fr?ACTION=NOUVEAU



Cartographie des sites classés en Lorraine :

http://carmen.developpement-durable.gouv.fr/21/carte_globale_lorraine.map

> PUIS-JE ILLUMINER MON ENSEIGNE ?

Il est possible d'installer des enseignes lumineuses. Cependant, les lumières doivent être éteintes au moins entre 1 et 6 heures sauf si votre établissement est ouvert au public pendant cette période (hôtels par exemple). Dans ce cas, les enseignes peuvent être allumées au maximum une heure avant l'ouverture et une heure après la fermeture de l'établissement. Les clignotants sont interdits.



> JE SOUHAITE INDIQUER DES ÉVÉNEMENTS OU DES OPÉRATIONS EXCEPTIONNELLES SE DÉROULANT DANS MON ÉTABLISSEMENT : LES ENSEIGNES TEMPORAIRES

Votre société ou établissement organise des événements, des expositions, des promotions de produits, des offres exceptionnelles, des ventes saisonnières ? Vous êtes peut-être amené à faire de la publicité pour ces manifestations ou opérations grâce à des panneaux directement posés devant votre immeuble ? Ce sont des enseignes temporaires. Les enseignes temporaires peuvent être installées jusqu'à trois semaines avant le début de l'opération ou de la manifestation et doivent être retirées au plus tard une semaine après sa fin.

La réglementation est similaire à celle des enseignes, notamment en ce qui concerne les questions de dimension :

- ▶ 6 m² de surface maximale pour les enseignes scellées au sol.
- ▶ La surface maximale des enseignes en façade dépendant de la surface de celle-ci.

Deux dispositions s'appliquent spécifiquement aux enseignes temporaires :

- ▶ Elles peuvent être constituées de matériaux non pérennes, comme le papier plastifié.
- ▶ Elles doivent faire l'objet d'une demande d'autorisation uniquement si elles sont posées ou scellées au sol, ou si elles sont situées sur les monuments historiques ou les sites classés (voir p. 20).
- ▶ L'affichage temporaire ne doit pas occulter un panorama, une perspective ou un bâtiment remarquable. Il ne doit pas gêner la visibilité des usagers de la route et le passage des piétons.

Développer une action commerciale pour se faire connaître

Posséder un bel établissement et assurer une bonne qualité de service ne suffisent pas toujours pour réussir son entrée sur le marché de l'offre touristique et s'y maintenir avec succès. Pour faire connaître votre établissement ou votre activité, vous pouvez développer une véritable action commerciale. Cette stratégie se structure en actions planifiées, si besoin, sur plusieurs années et en fonction des moyens disponibles.

Préparer son action commerciale

CIBLER SES CLIENTS ET CONNAÎTRE SON ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

Pour faire fonctionner son établissement toute l'année, il est important de viser une mosaïque de **clientèles différentes pour chaque période** (saisons, week-end, vacances, hors vacances...). Cela conduit à cerner la demande de chacune des clientèles et d'adapter son offre et ses produits en fonction de leurs attentes. Il est également important d'**analyser son environnement commercial** : reconnaître les partenaires pouvant proposer des prestations complémentaires, les activités concurrentes...

PRÉPARER SES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- ▶ **Le site web** est aujourd'hui le premier outil de communication à concevoir avec la plus grande attention. Il s'agit de créer une vitrine numérique valorisante et moderne qui doit refléter la qualité de l'établissement, son professionnalisme et surtout être facilement consultable par le client potentiel.
- ▶ **Les documents imprimés** (flyers, dépliants...) permettent d'être présents dans les sites fréquentés par les touristes tels que les offices de tourisme.
 - ▶ **Les supports du web 2.0**, les réseaux sociaux, le m-tourisme (usage des technologies mobiles dans le tourisme) sont les supports de demain.



Entreprendre des actions clés

IDENTIFIER LES BONS INTERMÉDIAIRES

Un prestataire touristique peut se faire connaître et commercialiser son offre en **direct** (vers le client) ou en passant par des **intermédiaires** (sites internet portails, agences et centrales de réservation, réseaux références tels que Gîtes de France, guides touristiques classiques et internet français et étrangers comme Le Routard, Lonely Planet, les offices de tourisme par leurs sites internet et leurs brochures...). Selon son établissement, les prestations ou activités proposées, ses cibles de clientèles, chaque prestataire choisira le ou les intermédiaires le(s) plus adapté(s).



En Lorraine, la **base de données SITLOR** permet aux prestataires touristiques de se faire référencer et d'apparaître ainsi sur les supports de communication mis en place par les acteurs institutionnels du tourisme : sites internet, plaquettes promotionnelles... Se faire référencer auprès de son office de tourisme est indispensable pour être lisible sur le marché de l'offre touristique.

RÉALISER UN BON RÉFÉRENCIEMENT INTERNET

Apparaître parmi les premiers résultats d'un moteur de recherche (notamment Google) est un objectif majeur pour ce qui relève de la visibilité d'une activité.

Afin de répondre à cet enjeu, deux solutions sont possibles :

- ▶ **Le référencement payant** qui permet de positionner rapidement un site internet dans les premiers résultats d'une recherche.
- ▶ **Le référencement naturel** qui a, à long terme, un meilleur impact mais qui nécessite de concevoir et rédiger vos pages en fonction de mots clés qui définissent votre activité. Il convient également d'ajouter du contenu régulièrement pour apparaître et rester en bonne position.

Des partenaires peuvent vous aider à concevoir votre site internet : certains institutionnels du tourisme accompagnent les acteurs touristiques dans l'élaboration de leur site.

Cet accompagnement peut se faire de différentes manières :

- ▶ **Technique** : en vue de l'amélioration d'un site déjà existant.
- ▶ **Méthodologique** : aide à la rédaction d'un cahier des charges, des textes, au choix des illustrations...

TRAVAILLER LA QUALITÉ ET LA FIDÉLISATION

La qualité d'un établissement et la satisfaction du client sont les armes majeures de la commercialisation. L'influence déjà forte du bouche à oreille (positif ou négatif) a été décuplée ces dernières années par l'arrivée des sites d'avis (exemples : TripAdvisor, Petit Futé, CityVox...) et des réseaux sociaux.

Il est possible d'entreprendre à moindre frais une démarche qualité à travers la réalisation d'une **enquête de satisfaction pour répondre au mieux aux attentes de votre clientèle**. Pour fidéliser vos prospects, vous pouvez mettre en place des actions commerciales basées sur la récompense (ex. : création de cartes de fidélité qui permettent l'octroi de remises ou cadeaux, organisation de journées VIP...) et adresser des informations ciblées (nouveauautés, événements) à votre fichier client ainsi constitué.

Développer des actions originales personnalisées

METTRE EN VALEUR SON IMAGE «NATURE»

Un hébergement peut renforcer son attractivité et viser des clientèles spécifiques en mettant en avant son **engagement dans le développement durable**. Dans un Parc naturel régional, entreprendre ce type de démarche peut s'avérer particulièrement porteur.

De façon plus générale, il est possible de communiquer sur toute thématique ou spécificité qui permettra de différencier le site ou l'hébergement de ses concurrents.

PASSER AU WEB 2.0 ET AU M-TOURISME

Avoir une présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google +...) est aujourd'hui indispensable dans une stratégie de communication. Ces outils facilitent la diffusion régulière d'informations, favorisent l'interaction avec les clients et permettent de réagir rapidement aux commentaires (positifs ou négatifs). Ils nécessitent cependant une communication adaptée et régulière, ce qui induit une réelle implication, en matière de temps notamment.

Par ailleurs, l'utilisation des smartphones ou tablettes étant en constante expansion pour consulter Internet, il convient de donner la possibilité à ses clients d'accéder à des informations via ces outils en proposant un site dont l'affichage s'adapte automatiquement à tout type d'appareil.

FAIRE PARLER DE SOI

À l'heure de la communication, il s'avère utile de créer l'événement. Mettre en avant une action innovante, une exposition, organiser une sortie thématique... permettent de se faire connaître et identifier par la presse, via l'adressage de communiqués et d'invitations aux journalistes présents sur le territoire.



Annexes

lexique

ACTIVITÉS CULTURELLES : se réfèrent à des spectacles cinématographiques, des spectacles vivants ainsi qu'à l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

AGGLOMÉRATION : correspond au regroupement d'immeubles bâtis rapprochés. Elle est délimitée par les panneaux d'entrée et de sortie dans la localité.

FAÇADE COMMERCIALE : concerne la partie de la façade d'un bâtiment consacrée à une activité commerciale, portes et fenêtres incluses.

PRODUITS DU TERROIR : désignent les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locale, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié, ayant un rapport avec l'origine du produit. Il s'agit communément de produits alimentaires, mais d'autres produits artisanaux entrent également dans cette définition.

USOIR : dans le village lorrain traditionnel, est un espace situé entre la façade et la voie de circulation. Autrefois, il était utilisé pour l'activité agricole. L'usoir, s'il ne fait pas partie de l'acte de vente de la maison attenante, est un espace public avec des possibilités d'usage privatif.



Contacts utiles

INSTALLATION DE PRÉENSEIGNES OU D'ENSEIGNES

Direction Départementale des Territoires (DDT)



INSTALLATION D'ENSEIGNES À PROXIMITÉ DE MONUMENTS HISTORIQUES

Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP)



INSTALLATION D'ENSEIGNES OU AMÉNAGEMENT DE FAÇADES

Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement (CAUE)



SIGNALISATION ROUTIÈRE OU INSTALLATION DE PANNEAUX TEMPORAIRES SUR LE DOMAINE ROUTIER DÉPARTEMENTAL

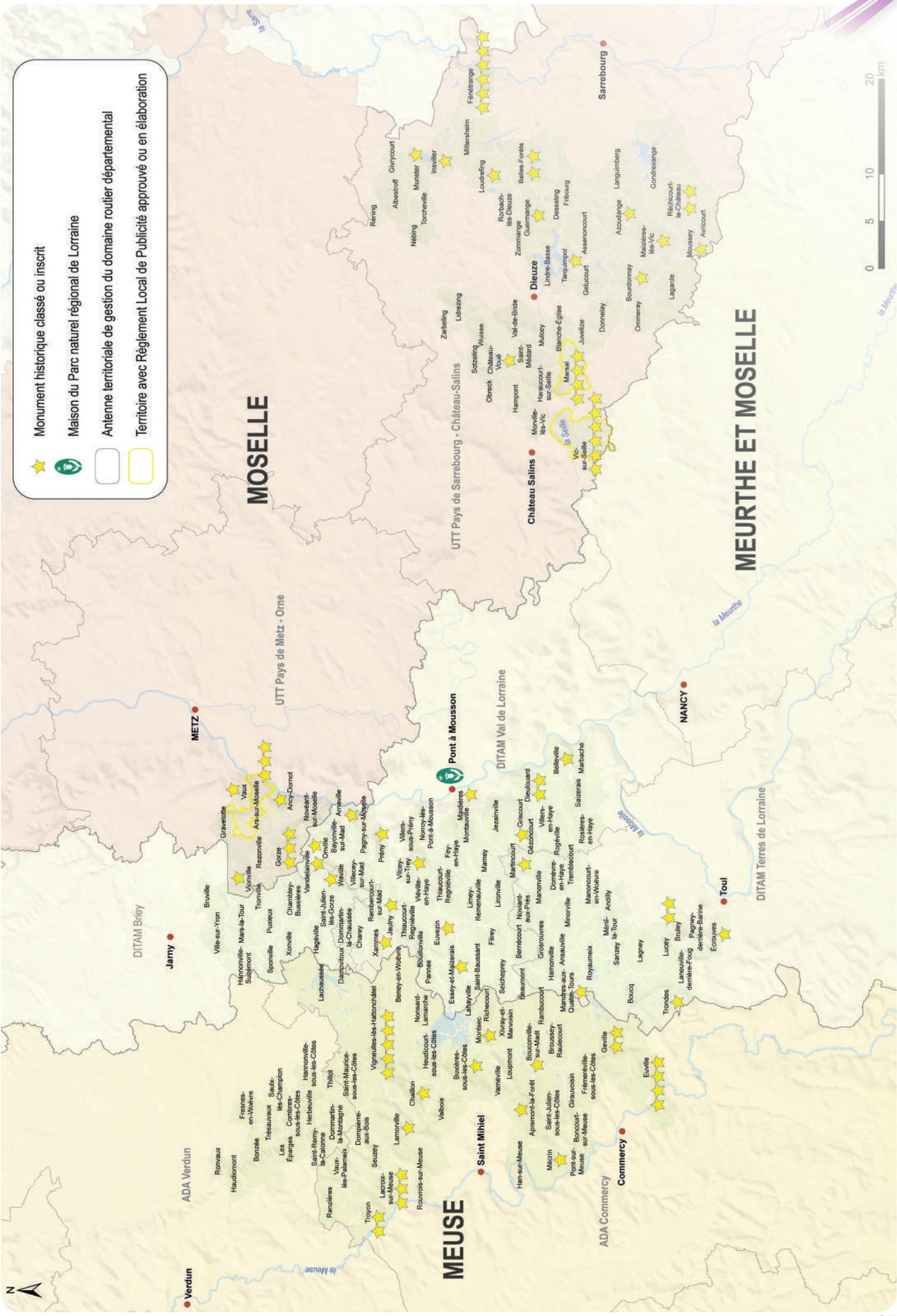


INFORMATIONS TOURISTIQUES



INFORMATIONS SUR LA RÉGLEMENTATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

- ▶ Code de l'environnement ([articles L et R 581 et suivants](#)).
- ▶ [Arrêté du 23 mars 2015](#) fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires.



-  Monument historique classé ou inscrit
-  Maison du Parc naturel régional de Lorraine
-  Antenne territoriale de gestion du domaine routier départemental
-  Territoire avec Règlement Local de Publicité approuvé ou en élaboration





Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

Conception : PNR Lorraine | Crédits photos et illustrations : PNR Lorraine, les commerces du territoire | Fotolia.com : © Stéphane Bidouze

Les activités administratives à la Maison du Parc et les déplacements associés sont certifiés ISO 14001.



www.pnr-lorraine.com



Parc
naturel
régional
de Lorraine

Maison du Parc
Logis Abbatial | rue du Quai - BP 35
54702 Pont-à-Mousson Cedex
Tél. : 0383816767