

# Composez une devanture percutante

Les guides pratiques  
pour optimiser votre commerce

## Sommaire

<b>A</b>	<b>Lexique</b>	
	Auvent ou marquise	02
	Cellule commerciale	02
	Charte graphique	02
	Chevalet	02
	Commerçant	02
	Commerce	02
	Devanture	02
	Devanture commerciale	02
	Encadrement	02
	Enseigne	02
	Enseigne éclairée	02
	Enseigne lumineuse	02
	Façade commerciale	02
<b>B</b>	<b>Du trottoir à l'enseigne : 34 conseils efficaces pour une devanture percutante</b>	
	Rénovez votre devanture... mais pas n'importe comment !	03
	Comme une carte de visite géante	04
	Le trottoir, espace de visibilité supplémentaire pour votre commerce !	04
	L'encadrement de votre commerce, « porte d'entrée du regard »	05
	L'enseigne : votre identité en un clin d'oeil	05
	Une tente solaire ? Seulement quand c'est nécessaire	07
	Votre vitrine, une surface stratégique	08
<b>C</b>	<b>Qui sommes-nous ?</b>	
	Contact	09
	Remerciements	09

# Lexique

## Auvent ou marquise

Toiture fixe ou mobile en saillie sur la façade d'une construction.

## Cellule commerciale

Toute partie d'immeuble destinée à l'exercice d'une activité économique et affectée au commerce dans le respect des règles d'urbanisme en vigueur.

## Charte graphique

Document établissant les règles d'utilisation des éléments de l'identité visuelle d'une marque, d'une société. Dans le cas présent, l'identité visuelle se limite au choix de la typographie, des couleurs, et éventuellement, d'un pictogramme ou logo représentant l'activité.

## Chevalet

Dispositif à simple ou à double face destiné à supporter une publicité ou une enseigne, posé sur le sol et pouvant être déplacé.

## Commerçant

On entend par commerçant toute personne qui, dans le cadre de ses activités professionnelles, vend au détail des produits et/ou des services aux particuliers, dans une cellule commerciale qui lui appartient ou qui lui est donnée en location en vertu d'un bail commercial. Est donc visé ici, l'exploitant de la cellule commerciale.

## Commerce

On entend par commerce l'ensemble des activités, uniquement vis-à-vis du client final et consistant notamment dans la vente au détail de produits, dans la prestation de services, dans une activité artisanale directement en contact avec le public. Ne peuvent être considérées comme commerce les activités menées par tout titulaire d'une profession libérale, toute institution d'enseignement, toute crèche ou halte-garderie.

## Devanture

Ouvrage de verre, de bois, etc., qui garnit la partie avant d'une boutique et permet l'étalage des marchandises ; cet étalage lui-même, les marchandises, les produits qui y sont exposés.

## Devanture commerciale

Partie de la façade de l'immeuble (à l'extérieur) correspondant (à l'intérieur) au lot privatif à usage commercial. Par extension, on entend par devanture commerciale l'ensemble des éléments de la façade et des éléments annexes d'un immeuble composant l'identité du commerce (les dispositifs d'enseignes, la vitrine, la tente solaire).

## Encadrement

Ce qui entoure une ouverture (porte, fenêtre), un panneau, un lambris, etc.

## Enseigne

Inscription, forme, image ou ensemble de celles-ci apposé sur un immeuble et relatif à une activité qui s'y exerce. Ne peut être assimilée à une enseigne une mention profitant à des tiers, telle que l'indication d'une marque ou de leurs produits.

## Enseigne éclairée

Enseigne dont le message reçoit un éclairage qu'il ne produit pas lui-même, notamment les enseignes éclairées par projection ou par transparence.

## Enseigne lumineuse

Enseigne constituée principalement par une ou plusieurs sources lumineuses.

## Façade commerciale

Partie de la façade de l'immeuble correspondant au lot privatif à usage commercial, hormis les éléments de la « devanture commerciale » telle que définie ci-dessus.

## Du trottoir à l'enseigne : 34 conseils pour une devanture percutante

L'aménagement de l'extérieur de votre espace commercial contribue à la réussite du magasin. Il véhicule une image forte : celle de la personnalité de votre commerce. Quels sont les points importants à prendre en compte dans son aménagement ?

Ce chapitre vous propose des schémas et exemples pour vous inspirer. Vous verrez qu'optimiser un commerce ne nécessite pas forcément un gros investissement, mais pourra avoir un impact positif sur votre chiffre d'affaires et vos ventes, même avec les 'moyens du bord'.

### Quels éléments composent votre devanture commerciale ?

#### 1 L'enseigne parallèle :

Il s'agit du moyen de communication le plus utilisé. L'enseigne permet d'identifier le commerce et de connaître son activité. Généralement l'enseigne parallèle contient le nom du commerce ou le logo.

#### 2 L'enseigne perpendiculaire :

Il s'agit d'un élément qui se trouve au niveau du bandeau de votre commerce. C'est l'élément le plus visible car il est lisible de loin et permet d'identifier directement votre commerce.

#### 3 La tente solaire :

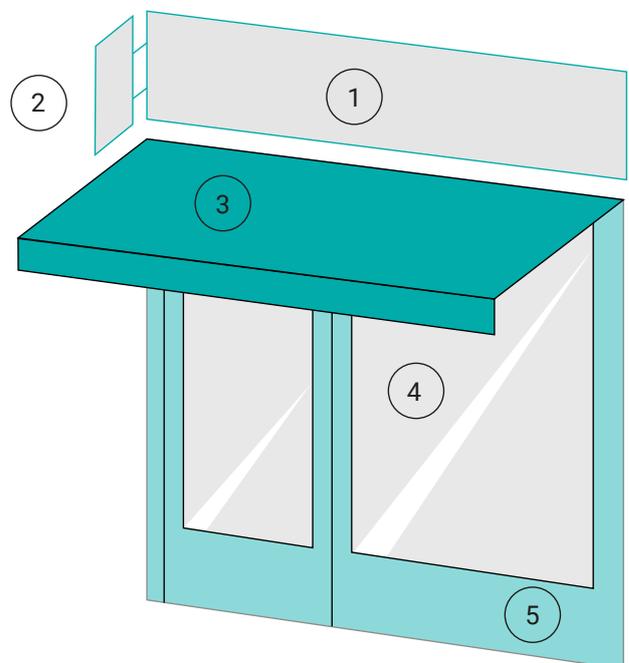
Il s'agit d'un élément qui n'est pas obligatoire pour communiquer. La tente solaire peut s'avérer nécessaire, s'il faut protéger des marchandises présentées en vitrine. Idéal pour compléter les informations fournies sur l'enseigne parallèle.

#### 4 Vitrophanie à inscription vitrine :

Il s'agit d'un espace efficace un peu coûteux. C'est une visibilité à ne pas négliger, elle doit refléter l'image du commerce, tout en gardant une grande simplicité afin de ne pas décourager le futur client. D'emblée, il convient de préciser que la vitrine, proprement dite, ne peut être couverte à plus de 50 % par des images, lettrages et autres éléments de décoration ou d'information.

#### 5 L'encadrement :

Il s'agit de l'espace encadrant la baie de votre commerce. Ici nous aborderons la partie inférieure, se situant sous la baie de votre commerce.



### Avant de rénover, mieux vaut s'informer !

Les règlements régionaux et communaux veillent au respect des caractères architectural et visuel de la façade. Toute modification de couleur, changement de châssis, modification ou suppression d'un élément de façade est donc obligatoirement soumise à l'obtention préalable d'un permis d'urbanisme.

Côté rénovation, différents critères d'accessibilité sont à respecter lors de certains travaux, tandis que divers bâtiments sont classés et obéissent à des règles précises plus restrictives.

Enfin, les dispositifs commerciaux (enseignes, tentes solaires...) ne peuvent en aucun cas porter atteinte aux étages et certains donnent lieu à la perception d'une taxe communale (enseigne lumineuse ou éclairée...).

Il est d'ailleurs souvent plus intéressant de partir des éléments et matériaux déjà présents avant d'envisager des transformations ou des travaux plus conséquents.

**En résumé, dans TOUS les cas, il est impératif de consulter au préalable le service de l'urbanisme de votre commune pour connaître vos possibilités d'actions sur votre devanture !**

## Rénovez votre devanture... mais pas n'importe comment !

1. Lorsque vous prévoyez de rénover votre devanture, considérez votre façade dans son ensemble, de la corniche au trottoir : c'est la toile de fond sur laquelle le commerce déploie son image.
2. Assurez la cohérence architecturale de la façade dans son ensemble – tant du point de vue du style que des matériaux et des couleurs – et travaillez votre image dans un esprit de continuité avec l'aménagement intérieur et le concept commercial.
3. Le patrimoine est un atout qui peut largement contribuer à votre image. Il est conseillé d'en préserver le style et l'esprit, en laissant par exemple les matériaux d'origine s'exprimer : pierre bleue, éléments métalliques, devanture en bois,...
4. Si vous pensez à peindre votre façade, évitez les couleurs criardes et faites en sorte que les châssis et la devanture dégagent une harmonie globale (mêmes tons ou couleurs assorties). Vous hésitez sur les nuances ou couleurs à adopter ? Votre administration communale vous indiquera la gamme de couleurs adaptée à votre environnement urbain de proximité.

**Si votre façade dispose d'éléments architecturaux remarquables, la Région a créé un subside pour aider les propriétaires à restaurer le petit patrimoine d'un bien non protégé qui souligne le caractère de l'immeuble ou du quartier.**

Plus d'infos sur :

<http://patrimoine.brussels/agir/en-pratique/restaurer-le-petit-patrimoine-non-protége>



5. Si votre façade est considérée comme « significative » pour l'architecture et l'histoire urbanistique de la Région, elle bénéficiera d'une attention accrue de la part de votre commune (d'autant plus si elle est classée !). Pour le savoir, surfez sur : <https://mybrugis.irisnet.be/brugis/#/> (attention l'inventaire établi par la Région n'est pas encore complet : toutes les communes n'ont pas encore été traitées).
6. N'oubliez pas que toute modification de couleur, de châssis, ou toute suppression d'un élément de façade

est obligatoirement soumise à l'obtention d'un permis d'urbanisme.

7. Des logements au-dessus de votre commerce ? L'aménagement des rez-de-chaussée commerciaux ou destinés à un autre usage que l'habitation ne peut empêcher l'occupation des étages supérieurs. Plus d'informations ici : <https://logement.brussels/documents/documents-du-cil/etages-vides-au-dessus-des-commerces/fiche-01>
8. Pensez à vos clients à mobilité réduite ! Installez sonnette ou parlophone à 90-110 cm du sol, et n'oubliez pas de marquer marches et surfaces vitrées pour les rendre bien visibles.
9. Chercher l'adresse exacte d'une boutique sans la trouver immédiatement... agaçant, n'est-ce pas ? Profitez de la rénovation pour indiquer très clairement votre numéro de maison.

**Certains dispositifs commerciaux, comme les enseignes lumineuses ou éclairées, sont soumis à une taxe communale. Épargnez-vous taxes et factures d'électricité en posant une enseigne non lumineuse et non éclairée !**



## Comme une carte de visite géante

10. Gardez en tête que la devanture de votre commerce est la première zone que vous pouvez utiliser pour créer du « stopping power », c'est-à-dire accrocher le regard et attirer l'attention de potentiels clients.
11. Considérez votre devanture comme faisant entièrement partie de votre identité visuelle et votre image de marque.

## Le trottoir, espace de visibilité supplémentaire pour votre commerce !

12. À condition d'obtenir l'autorisation préalable de la commune, vous pourrez parfois utiliser une portion de trottoir pour attirer l'attention des passants et les encourager à entrer dans votre commerce.
13. Un chevalet est la solution la plus simple : faites en sorte d'y inscrire un message bref et clair, que

vous utilisiez du texte et/ou des images. Il doit lui aussi correspondre à votre image par sa forme, son message, sa couleur, les matériaux utilisés...

14. Vous souhaitez installer quelques tables et chaises sur le trottoir ? Pensez aux personnes à mobilité

réduite, aux parents avec poussettes etc. : un passage de 1,50 mètre de large doit être laissé libre..

15. Réservez quelques surprises à vos clients : ils seront sensibles à certaines attentions.

## L'encadrement de votre commerce : porte d'entrée du regard

### 5 L'encadrement :

L'encadrement est le véritable support de la vitrine, comme un encadrement souligne et met en valeur un tableau. Il est donc un endroit privilégié pour développer la créativité, pour intégrer des matériaux « originaux », pour rappeler l'identité du commerce. C'est la porte d'entrée du regard.

#### Règles :

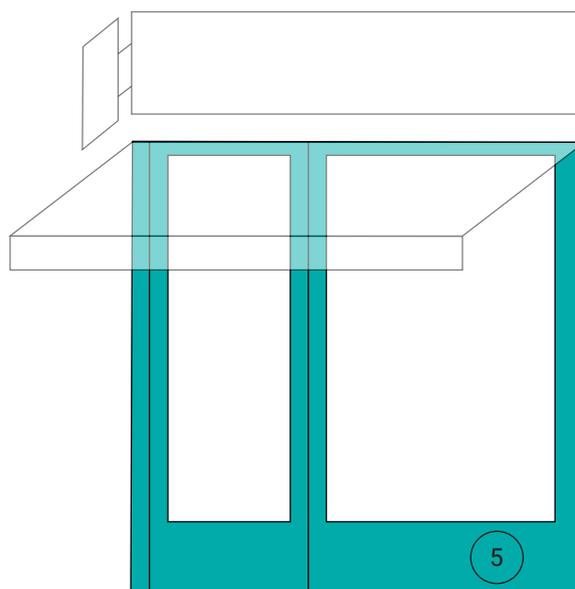
Si la façade est modifiée, il y a obligation de déposer un PU. Atrium aidera à introduire cette demande.

#### Conseils et astuces :

Définir le contenu : aplats de couleur, frise décorative.

Définir une technique : peinture, vinyle, carrelage, bois.

Définir la surface : ne pas mélanger les techniques et les couleurs, agir sur l'encadrement de la baie en l'accordant avec la charte graphique du commerce.



16. L'encadrement est une zone privilégiée pour développer la créativité, intégrer des matériaux « originaux » et confirmer l'identité de votre commerce, moyennant permis si vous changez les matériaux et/ou leur couleur.

17. Dans la mesure du possible, privilégiez la récupération des matériaux existants. De beaux carreaux vintage bien nettoyés peuvent donner un cachet fou à votre devanture !

## L'enseigne : votre identité en un clin d'oeil

18. En choisissant votre enseigne, adoptez les bons réflexes et choisissez des matériaux recyclés et recyclables. Ne l'équipez pas forcément d'un dispositif lumineux. Et veillez à ce qu'elle soit facile à démonter et à recycler.

19. Vous hésitez entre enseigne parallèle et perpendiculaire ? Choisissez la plus adaptée à la situation de votre commerce : dans une rue commerçante étroite ou piétonne, privilégiez une

enseigne perpendiculaire qui vous fournira une plus grande visibilité. À l'inverse, si vous êtes implanté dans une large avenue avec un flux de clients important circulant face à votre commerce ou en voiture, adoptez une enseigne parallèle.

**Avant d'envisager de placer une nouvelle enseigne sur votre devanture, consultez impérativement votre maison communale, qui a certainement une charte de bonnes pratiques à vous communiquer.**

À titre d'exemple, la Ville de Charleroi a publié celle-ci :

<https://static.squarespace.com/static/52dbef69e4b09473684733c7/t/571e3c96b6aa60aa501d3ec6/1461599477561/Charleroi+Bouwemmaster+-+Charte+ENSEIGNES-TERRASSES.pdf>



20. Vous avez peu de moyens ? Qu'à cela ne tienne ! À condition d'être bien choisie et utilisée, la typographie (forme des lettres pour votre texte)

peut être une solution créative peu coûteuse et particulièrement efficace pour distinguer votre enseigne de ses concurrentes.

Plusieurs exemples inspirants ici : <https://www.hier-dp.com/>

- 21.** Si vous souhaitez placer une enseigne parallèle (« à plat ») sur votre façade, sachez qu'elle doit l'être dans

**1 Enseigne parallèle :**

L'enseigne parallèle se place dans la zone bandeau, au-dessus de la baie du commerce à 3 m au moins au-dessus du niveau du sol. Elle ne peut déborder sur les logements aux étages.

**Règles :**

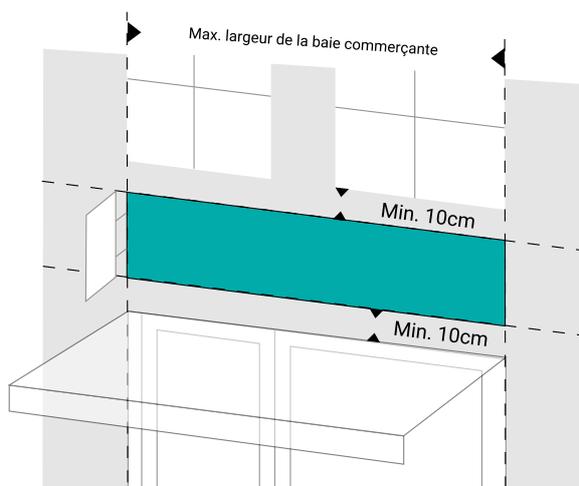
Minimum 50 cm du mur mitoyen.  
Pas plus de 0,25 m de saillie.

**Conseils et astuces :**

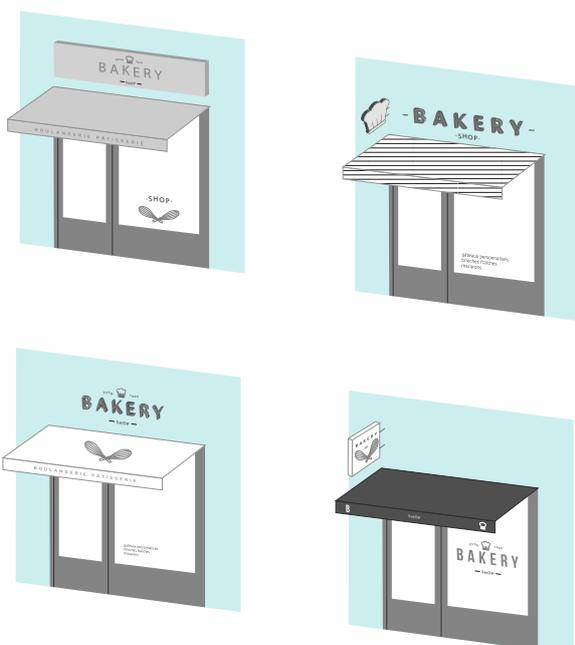
Définir le contenu : le nom du commerce et/ou logo.  
Définir une technique : le mur, un panneau, du carrelage, caisson, lumière.  
Définir une technique de lettrage : lettre découpée, peinture, vinyle, mosaïque, panneau découpe.

la zone « bandeau », au-dessus de la baie du commerce.

Les règles sont à lire ici : <https://urbanisme.irisnet.be/publications/publications-1/feuille-de-urbanisme-enseignes-et-publicites-associees-a-lenseigne>



- 22.** Votre objectif ? L'efficacité ! Choisissez une forme simple et un message unique, très lisible et facile à retenir.



- 23.** Si vous reprenez un ancien commerce, commencez par supprimer les éventuels panneaux ou caissons qui, outre leur caractère dépassé, pourraient

compromettre la visibilité de votre identité commerciale.

- 24.** Sur une enseigne parallèle, le nom de votre commerce peut être apposé au choix : aligné à droite, à gauche, centré...

**Saviez-vous que certaines communes taxent les enseignes dont les surfaces cumulées dépassent les 2m² ? Renseignez-vous auprès du service de l'urbanisme de votre commune.**



- 25.** Vous ne vous sentez pas l'âme d'un artiste ? Différents dispositifs d'enseignes existent, tels que des formes ou des lettrages découpés, peints ou en relief.
- 26.** Si vous souhaitez éclairer votre enseigne, privilégiez des techniques moins « invasives » que les caissons, comme les lettrages rétro-éclairés. Attention toutefois à ne pas vous mettre à dos le voisinage (et augmenter de surcroît votre facture énergétique) en maintenant votre éclairage au-delà de vos heures d'activité !

27. Considérez que tout élément qui sort de votre façade est vulnérable. S'il y a des camions qui se garent ou tournent devant votre commerce, il est possible qu'ils

puissent abîmer votre enseigne perpendiculaire, voire l'arracher. Tenez-en compte lorsque vous choisissez sa taille et la hauteur à laquelle vous la fixez.

2 Enseigne perpendiculaire :

L'enseigne parallèle est l'élément du commerce que le chaland aperçoit en premier. Cet élément doit être très simple afin de favoriser la lecture malgré la distance. Il peut contenir le nom du commerce ou le logo.

Règles :

L'enseigne perpendiculaire ne peut être plus grande que 75 cm de hauteur et de largeur.

La largeur est limitée à 15 cm.

Avoir une saillie maintenant un retrait de 0,35 m par rapport à l'aplomb de la bordure du trottoir.

Minimum 2,70 m du sol.

Conseils et astuces :

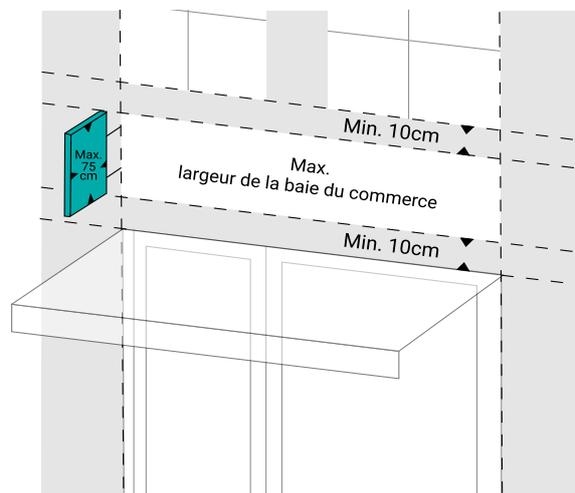
Définir le contenu : le nom du commerce et/ou logo

Définir le support : un panneau, une toile.

Définir une technique de lettrage : lettre découpée, peinture, vinyle, mosaïque, panneau découpe.

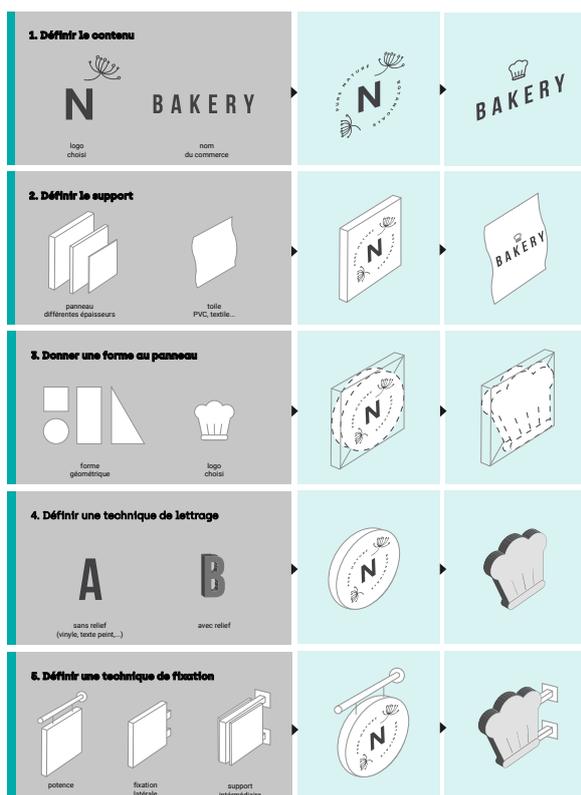
Définir une forme : forme géométrique ou forme du logo.

Définir une technique de fixation : une potence, fixation latérale.



28. Choisissez un support et/ou un symbole original, qui identifie clairement votre activité: un livre pour une librairie, un poisson pour une poissonnerie, etc.

29. Une enseigne efficace perpendiculaire à la façade se crée en 5 étapes, illustrées ci-dessous.



## Une tente solaire ? Seulement quand c'est nécessaire

30. Si les produits exposés en vitrine ou dans un comptoir proche de la vitrine risquent de s'altérer au contact de la lumière ou du soleil, une tente solaire s'avère adéquate.

Certains communes interdisent l'usage des tentes solaires : renseignez-vous auprès de l'administration avant de commencer vos travaux.



31. Comme pour les enseignes perpendiculaires, tenez compte des camions qui se garent ou tournent devant votre commerce avant d'en choisir la taille. Votre tente solaire est vulnérable, ne l'oubliez pas !

Certains communes imposent des couleurs particulières pour les tentes solaires, comme le rouge et vert dans la zone Unesco autour de la Grand Place par exemple. Renseignez-vous !



32. Suivez les quelques règles à respecter pour la pose d'une tente solaire sur le schéma ci-dessous.

3 **Tente solaire :**

La tente solaire est idéale pour ajouter des informations complémentaires sur vos services. On peut y trouver le numéro de téléphone, s'il y a des livraisons, ou autres. Notez que l'utilisation d'une tente solaire nécessite un entretien régulier.

**Règles :**

Largeur de la baie : la largeur maximum est égale à la largeur de la baie du magasin.

Lambrequin : la hauteur du lambrequin ne peut dépasser 25 cm.

Profondeur : la profondeur doit laisser un minimum 35 cm de découvert sur le trottoir.

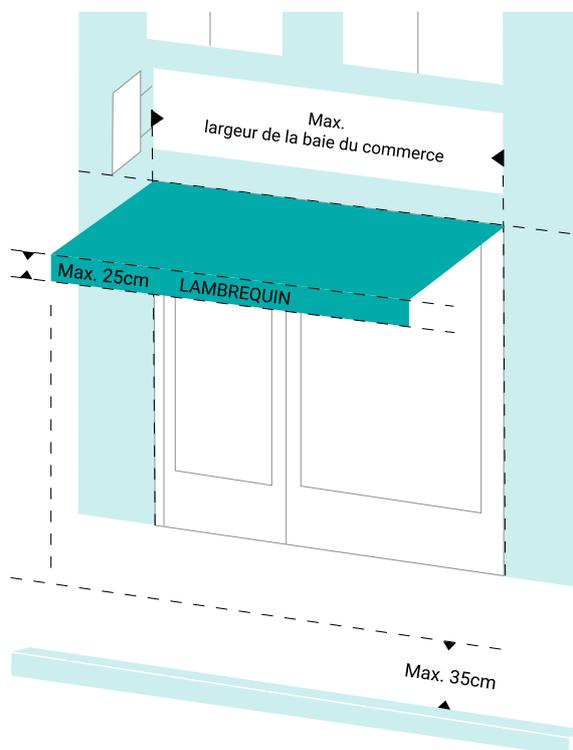
Le caisson de la tente solaire ne doit pas dépasser 12 cm de saillie.

**Conseils et astuces :**

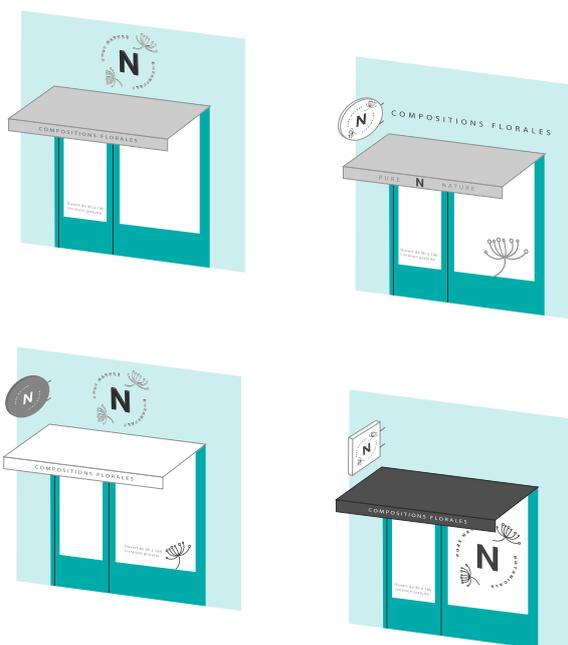
Définir le contenu : le nom du commerce, le logo, le service.

Définir le support : une toile imperméable.

Définir la surface : sur le lambrequin ou/et sur la surface supérieure.



33. Optimisez la surface de la toile en y rappelant votre logo ou le nom de votre commerce. Cela peut être un excellent complément à votre enseigne.



34. La toile se dégrade rapidement et nécessite un entretien régulier : évitez les tons clairs, qui se salissent plus rapidement.

## Votre vitrine, une surface stratégique

Nous avons consacré un [guide à part entière aux vitrines](#), n'hésitez pas à le consulter !



## Qui sommes-nous ?

hub.brussels est l'Agence bruxelloise pour l'Accompagnement de l'Entreprise. hub.brussels, c'est l'ambition de faire de Bruxelles le territoire le plus attractif et le plus agréable pour entreprendre.

Nous mettons à votre disposition un accompagnement sur mesure, des outils gratuits, une expertise reconnue pour renforcer votre autonomie, faciliter vos décisions, réussir à Bruxelles et au-delà.

hub.brussels, c'est aussi plus de 200 collaborateurs attentifs, dévoués et passionnés et la promesse de vous accompagner, de vous encourager, de vous propulser, vous, votre entreprise et vos projets les plus fous...

Nous sommes hub.brussels, nous sommes derrière vous.

## Contact

Vous avez des questions ou des remarques concernant ce guide pratique ?

Vous souhaitez aménager votre commerce dans une optique eco-friendly et design ?

Contactez l'expert en Retail Design de hub.brussels, Thibaut Surin, à l'adresse : [red@hub.brussels](mailto:red@hub.brussels)

## Remerciements

hub.brussels remercie chaleureusement toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à faire de ce guide une référence en matière d'aménagement durable et design.

S'il n'est pas possible de toutes les citer ici, nous accordons une mention spéciale à Steven Bollé, pour son expertise et son enthousiasme contagieux, et à Anne Boulord, pour sa plume créative et son professionnalisme sans faille.

Nous tenons également à exprimer toute notre gratitude aux commerçants et entrepreneurs courageux et inventifs, qui ont patiemment et passionnément répondu à nos nombreuses questions et qui ont soutenu et encouragé la publication de ce guide.