

# STRATÉGIES DE CONCEPTION

## ENSEIGNES - SECTEURS COMMERCIAUX ET INDUSTRIELS

### ENSEIGNE SUR SOCLE



- 1 Utiliser des matériaux et couleurs qui s'harmonisent avec la composition architecturale du bâtiment;
- 2 Rechercher une échelle humaine, c'est-à-dire un socle à la hauteur des yeux des piétons et automobilistes pour favoriser un meilleur encadrement urbain de la voie de circulation ;
- 3 La hauteur totale d'une enseigne sur socle est fixée à 2,5 mètres maximum pour une occupation simple et 3 mètres pour une occupation multiple;
- 4 Prévoir un aménagement paysager distinctif à la base du socle;
- 5 Standardiser les superficies et les couleurs des bandeaux d'affichage pour les différents commerces sur une même enseigne;
- 6 Favoriser l'alignement des différents socles sur un même segment de rue.

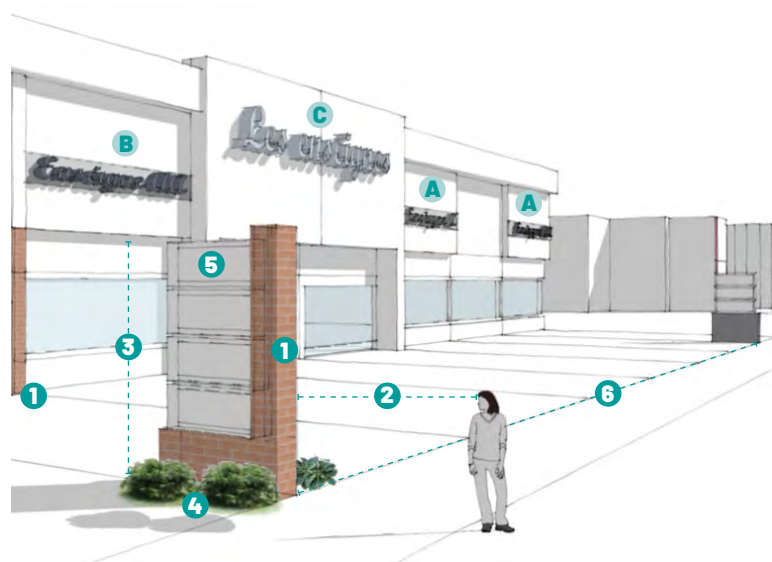
### ENSEIGNE APPOSÉE AU MUR



- A Assurer une harmonisation des enseignes apposées au mur lorsqu'un bâtiment regroupe plusieurs entités commerciales;
- B Privilégier les enseignes composées de lettres détachées apposées directement sur la façade ou composés d'un panneau de faible épaisseur, intégré à l'entablement et sur lequel des lettres détachées sont apposées;
- C L'emplacement choisi pour l'enseigne doit s'intégrer à la composition du bâtiment et ne cacher aucun élément architectural;

Les boîtiers lumineux en acrylique ou tout autre matériel ne présentant aucun relief ou lettrage détaché sont à éviter;

Les dimensions de l'enseigne doivent respecter les proportions du bâtiment ou du commerce.



### ASTUCES DE CONCEPTION



Viser la simplicité pour une plus grande efficacité. Minimiser le nombre de mots : utiliser un logo ou une image, le nom de l'entreprise et de un à deux mots-clés pour attirer la clientèle sur les produits offerts.

S'abstenir de surcharger les vitrines de lettrage et d'affiches publicitaires; il est primordial de dynamiser la relation entre la rue et le commerce. Opter plutôt pour la mise en valeur d'une vitrine commerciale en y exposant certains produits qui attireront les consommateurs.