

EXEMPLES



Un affichage simple, visible et distingué à l'aide d'auvents



Transition architecturale entre le rez-de-chaussée et l'étage supérieur



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Les Meubles Santini
6421, boul. Saint-Laurent

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Objectif

Offrir une image extérieure qui correspond aux produits et à la qualité du commerce.

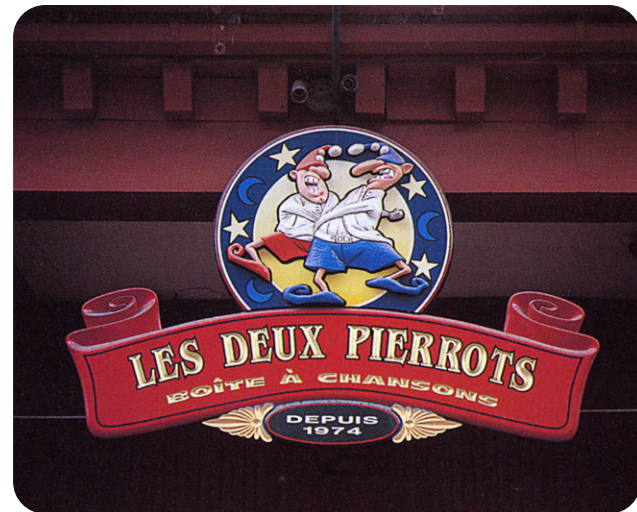
Quelques suggestions

- Retirer l'enseigne existante qui n'est plus adaptée au contexte actuel et prolonger le bandeau beige pour le situer à la même hauteur que la façade du commerce voisin sur le boulevard Saint-Laurent.
- Interventions légères : modifier l'affichage en installant un auvent au-dessus de l'entrée, le nom du commerce en lettres détachées sur les murs latéraux et des oriflammes du côté du boulevard Saint-Laurent pour rendre le commerce visible pour les piétons et les automobilistes qui circulent en direction nord.
- Intervention approfondie : modifier la façade pour permettre une transition entre le rez-de-chaussée et l'étage supérieur (voir exemples au verso).

EXEMPLES



Des auvents au-dessus des ouvertures rythment la façade



Un exemple d'enseigne au-dessus d'une porte

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Café El Lobo
46, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique



LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectif

Augmenter la visibilité du commerce et le mettre en valeur.

Quelques suggestions

- Installation d'une enseigne personnalisée et colorée au-dessus de la porte d'entrée.
- Peindre tous les éléments décoratifs du rez-de-chaussée de la même couleur.
- Intégrer un auvent rétractable au-dessus des fenêtres pour accentuer la visibilité du commerce et pour offrir de l'ombre à l'intérieur.

EXEMPLES



Une façade créative et personnalisée

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Olyia Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Les Cuisines Tibet Libre
57, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique



Vitrine très intéressante
Vivante et dynamique, elle offre
une image positive du commerce

Corniche sous les balcons qui «écrase»
le rez-de-chaussée



Vitrine très bien exploitée

Proximité du commerce voisin

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

LES SOLUTIONS

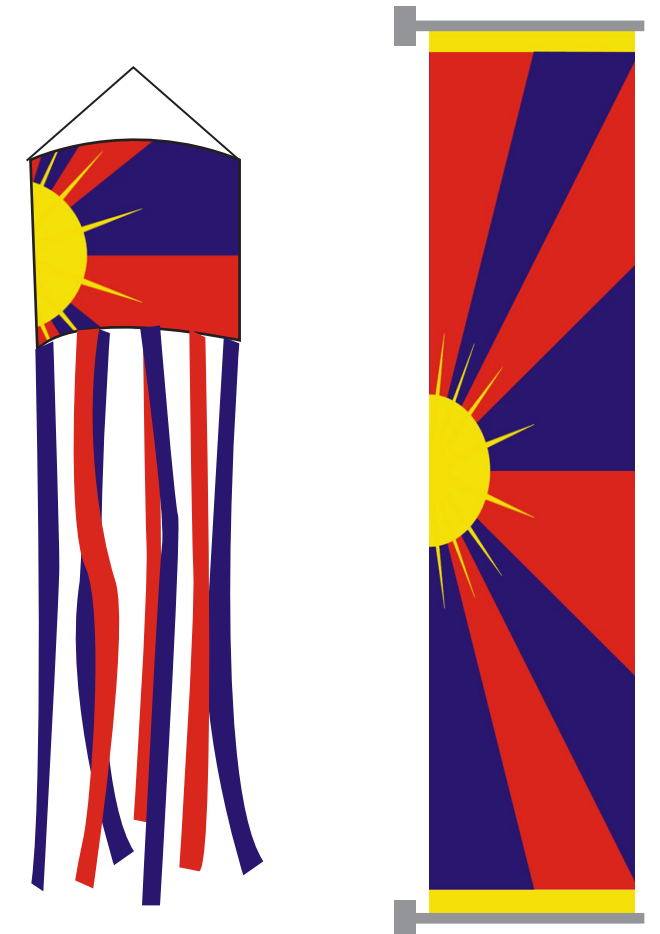
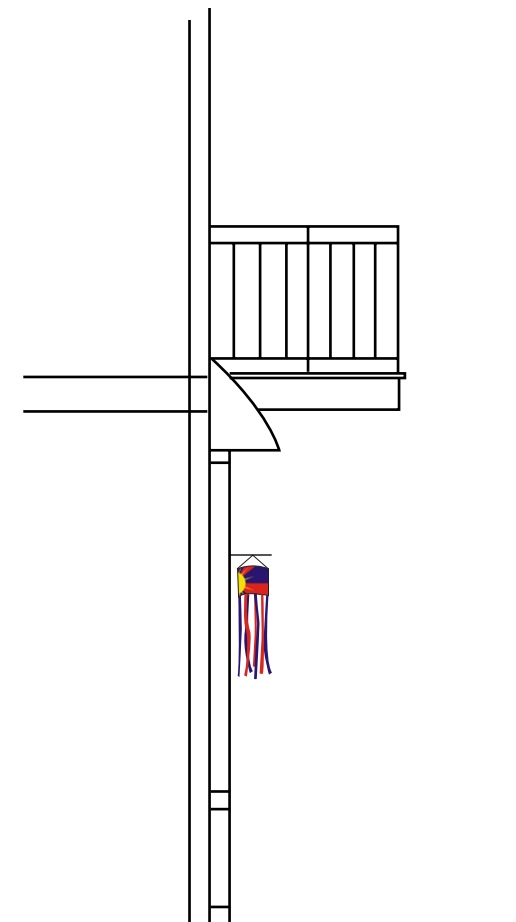
S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins

Objectif

Acquérir une meilleure visibilité et se distinguer des commerces voisins.

Quelques suggestions

- Ajouter un élément décoratif qui représente la culture du commerce et qui occupe peu d'espace. Une banderole ou un vire-vent aux couleurs du Tibet pourrait, par exemple, attirer les regards et transmettre rapidement un message sur le commerce.
- Ce type d'intervention a l'avantage d'occuper peu d'espace, de ne pas être ciblé par la réglementation municipale, donc d'être exempt de tout permis.
- Profiter de l'espace sous la corniche pour éclairer la vitrine.



EXEMPLES



Un coiffeur qui a embellit sa devanture



Une vitrine qui est mise en valeur



Proposition personnalisée

Coiffure Liz
67, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

L'ANALYSE

Le contexte physique



Façade actuelle

Distinguer le commerce du voisin

Ensemble architectural bien conservé, typiquement montréalais

Bonne hiérarchie dans la vitrine, excepté pour le numéro de téléphone qui est beaucoup trop gros

Beaucoup d'éléments derrière la porte

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Objectif

Distinguer le commerce de ses voisins et le rendre plus visible pour le piéton.

Quelques suggestions

- Mettre la vitrine en valeur en retirant le numéro de téléphone et en exposant des éléments décoratifs ou des produits (voir exemple au verso).
- Retirer les éléments dans la porte pour dégager l'entrée et la rendre invitante. La grille métallique est-elle requise?
- Placer un bac à fleurs au bord de la fenêtre ou des jardinières suspendues pour rendre le commerce invitant, à peu de frais.
- Intégrer un éclairage à l'intérieur pour mettre en valeur la vitrine.

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

EXEMPLES



Des auvents ajustés aux fenêtres et une enseigne sur potence

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Restaurant Aztlan
88, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



Façade actuelle

Possibilité d'une terrasse

Grande fenestration

Bonne visibilité sur le coin

Boîtiers d'affichage défectueux, aucune unité avec le bâtiment

Auvent intéressant, s'intègre mieux au bâtiment. Privilégier celui-ci plutôt que les boîtiers.

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Quelques suggestions

- Retirer les boîtiers d'affichage qui nuisent grandement à l'image du commerce.
- Installer au-dessus des fenêtres des auvents individuels si possible.
- Création d'une identité visuelle distincte qui s'intègre bien au bâtiment.
- Peindre ou emplit les espaces circulaires au-dessus des fenêtres avec les couleurs du commerce.
- Limiter les informations dans les vitrines à 1 mot ou 2.

EXEMPLES



Un exemple de mise en valeur de la vitrine

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Les Entreprises
Lucien Goyette
156, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique



Ensemble architectural typiquement montréalais bien conservé aux étages supérieurs

Enseigne qui manque de personnalité, indique peu de choses sur la nature du commerce
Un peu grosse, elle masque les ouvertures

Vitrine bien exploitée mais sans personnalité

Revêtement désuet, en désunité avec l'architecture du bâtiment

Façade actuelle

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Objectif

Harmoniser et hiérarchiser l'affichage.

Quelques suggestions

- Peinture du revêtement aux couleurs du commerce.
- Dégagement des vitrines et de la porte d'entrée afin de mettre en valeur le commerce.
- Réduction de la taille de l'enseigne pour l'intégrer à la composition générale et signaler l'entrée.

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

EXEMPLES



Des façades commerciales en retrait qui ont été rénovées avec modernité

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Mario Beaupré Encadreur
162, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



Ensemble architectural typiquement montréalais bien conservé aux étages supérieurs

Revêtement désuet

Enseigne bien intégrée, bonnes proportions

Vitrine à exploiter davantage
Ouvrir le commerce sur la rue

Intégrer la porte du rez-de-chaussée

Façade actuelle

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Objectif

Moderniser la façade du commerce en respectant le cadre architectural du bâtiment.

Quelques suggestions

- Conserver une enseigne sobre, bien éclairée et positionnée de façon équilibrée.
- Retrait du recouvrement métallique et ouverture des vitrines vers le haut.
- Mettre en valeur la vitrine par l'exposition des produits offerts.
- Choix de couleur en harmonie avec l'architecture du bâtiment et avec les besoins du commerce.
- Conserver la composition en retrait du rez-de-chaussée tout en le modernisant (voir exemples au verso).

EXEMPLES



Un exemple d'affichage discret et bien intégré qui convient bien aux établissements de services

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Service de Personnel Express
170, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



Éléments architecturaux qui donnent de la valeur au bâtiment

Revêtement désuet, mal intégré à l'ensemble

Enseigne usée, peu esthétique, donne l'impression d'un local vacant

Affichage simple, discret et bien intégré dans la vitrine

Façade actuelle

Entrée principale qui porte à confusion

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Objectifs

Valoriser la façade en exploitant la richesse de l'architecture existante.

Quelques suggestions

- Changer le revêtement métallique pour un revêtement en harmonie avec l'ensemble.
- Retrait du boîtier d'affichage inutilisé et usé.
- Distinguer l'entrée principale par une enseigne suspendue au-dessus de celle-ci afin d'orienter le client.
- Conserver et entretenir les éléments architecturaux distinctifs qui donnent de la valeur au bâtiment.

EXEMPLES



Un dépanneur qui privilégie un affichage simple et intégré



Des images colorées rehaussent la façade de ce commerce

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Dépanneur Pif
184, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique



Façade actuelle

Vaste entrée
avantageuse

Bandeau d'affichage imposant

Vitrines surchargées
d'informations

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectifs

Reconfigurer l'affichage pour profiter des ouvertures qu'offre le bâtiment et la situation géographique.

Quelques suggestions

- Réduire l'affichage et le limiter aux zones importantes comme l'entrée et la façade latérale.
- Pour rythmer la façade, compléter l'enseigne par des éléments d'affichage décoratifs.
- Limiter la quantité d'informations dans les vitrines et exploiter celles-ci comme outil de valorisation.

EXEMPLES



Des auvents en guise d'affichage rythment la façade de ce commerce

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Uniformes La Moderna
232, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique



Façade actuelle

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectifs

Moderniser la façade en exploitant son potentiel architectural.

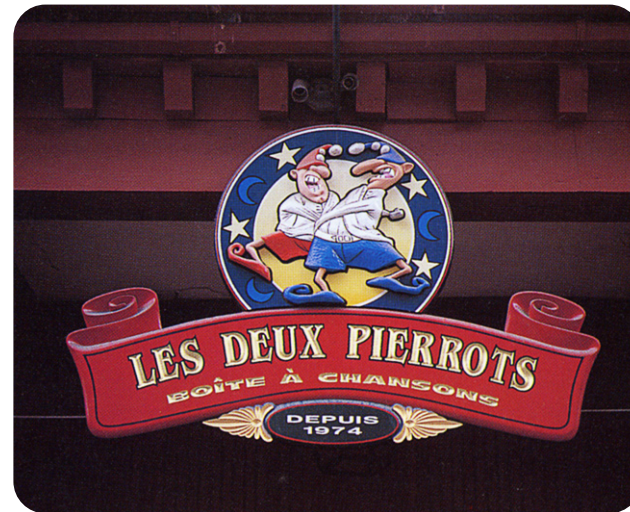
Quelques suggestions

- Retrait du recouvrement de bardeaux, des volets aux fenêtres et des éléments décoratifs afin de découvrir la brique existante.
- Changement du revêtement du bandeau sous le logo.
- Ajout d'auvents au-dessus des fenêtres du deuxième étage afin de briser l'horizontalité.
- Peinture des colonnes et des pilastres pour marquer le rythme.

EXEMPLES



Un exemple d'enseigne colorée et personnalisée



Un exemple d'enseigne au-dessus d'une porte



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Café Grain d'Or
250, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

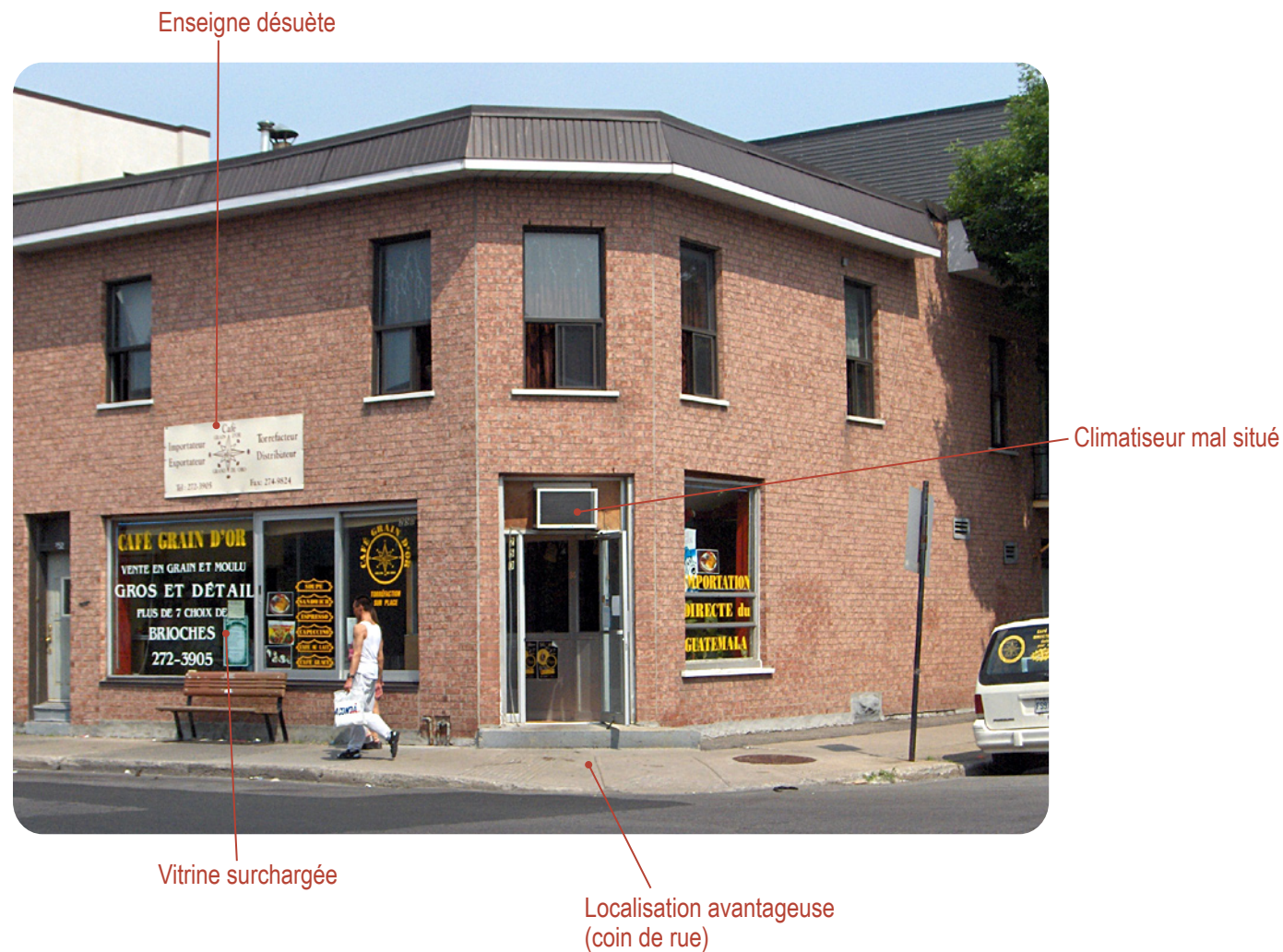
L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectif

Augmenter la visibilité du commerce et le mettre en valeur.

Quelques suggestions

- Installation d'une enseigne personnalisée, simple et bien éclairée au-dessus de la porte d'entrée.
- Installation d'une enseigne au-dessus des fenêtres. La murale qui est présente à l'intérieur pourrait très bien se retrouver à l'extérieur sur cette enseigne et communiquer toute la personnalité et la couleur du Café Grain d'Or.
- Installation d'un auvent rétractable qui permet de se protéger du soleil et d'embellir la façade.
- Les éléments d'affichage doivent être bien alignés les uns par rapport aux autres afin de conserver un équilibre entre eux et les ouvertures existantes.



EXEMPLES



Un commerce original avec beaucoup de personnalité



Un graphisme d'enseigne personnalisé



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Restaurant El Buen Gusto
256, rue Beaubien Est

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



Façade actuelle

Vitrine à valoriser

Enseigne fragile et temporaire

Hiérarchie de l'affichage

Analyse générale

Beaucoup de potentiel pour ce commerce afin de créer une image extérieure conviviale et chaleureuse

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Exemple d'une enseigne colorée, chaleureuse et peu coûteuse

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectifs

Personnaliser l'affichage avec des moyens simples.

Quelques suggestions

- Créer une enseigne originale, qui correspond vraiment à l'image du commerce. Cette enseigne pourrait être colorée et accueillante à peu de frais.
- Placer quelques tables à l'extérieur (3 tables sont permises) en obtenant un permis d'occupation du domaine public au bureau d'arrondissement.
- Améliorer la vitrine par le choix des éléments qui y sont exposés.

EXEMPLES



Une vitrine attrayante où des produits et des photographies encadrées sont exposés



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Place de l'Élégance
262, rue Beaubien Est

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectifs

Rendre visible le commerce et l'ouvrir vers la rue.

Quelques suggestions

- Insérer une enseigne dans le bandeau prévu à cet effet au-dessus de la vitrine et retirer le petit panneau d'affichage dans la vitrine.
- Le choix des couleurs et le graphisme sont importants à considérer car ils joueront le rôle de carte de visite.
- Signaler l'entrée en jouant avec les formes et les couleurs du bandeau d'affichage.
- Rendre la vitrine attrayante en exposant des éléments décoratifs ou des produits (voir les exemples au verso).

EXEMPLES



Un exemple d'enseigne en lettres détachées apposées sur une structure discrète sous les éléments architecturaux et bien éclairée

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Club Trans Vidéo
280, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique



Façade actuelle

Enseigne de l'ancien commerce à retirer. Utiliser le nouvel espace.

Affichage imposant qui nuit à l'esthétique générale du bâtiment.

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectifs

Intégrer l'affichage de façon harmonieuse.

Quelques suggestions

- Retirer le boîtier et les éléments de l'enseigne au-dessus de la marquise pour se conformer aux normes et à l'esthétique du bâtiment.
- Installer une enseigne en lettres détachées sous la marquise.
- Retirer le panneau d'affichage du côté latéral qui est associé à l'ancien occupant.
- Peindre la bordure de la marquise pour distinguer le commerce et marquer la transition entre le rez-de-chaussée et les étages supérieurs.

EXEMPLES



Un coiffeur qui embellit sa devanture



Des produits exposés dans la vitrine

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Salon Ribal
283, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Objectifs

Personnaliser le commerce et le rendre attrayant de la rue.

Quelques suggestions

- Créer une image graphique personnalisée tout en respectant les règles d'affichage établies par le propriétaire.
- Mettre en valeur la vitrine en exposant des produits et en plaçant des photographies dans un encadrement.
- Placer un bac à fleurs au bord de la fenêtre ou des jardinières suspendues pour rendre le commerce invitant, à peu de frais.

EXEMPLES



Un exemple d'affichage uniformisé avec souplesse entre les différents commerçants d'un même immeuble

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont–La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Rôtisserie Monsieur Poulet
285, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique

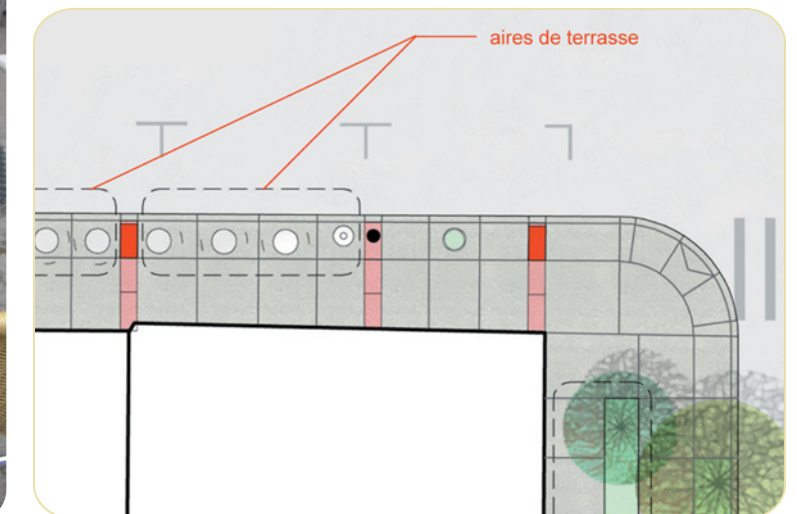


LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Un exemple de mobilier de terrasse



Les aires de terrasses sur la rue Beaubien tel que planifiées sur le plan d'aménagement

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectifs

Améliorer l'apparence générale du bâtiment.

Quelques suggestions

- Placer quelques tables à l'extérieur (3 tables sont permises) en obtenant un permis d'occupation du domaine public au bureau d'arrondissement.
- Privilégier un mode d'affichage mieux intégré lorsque le remplacement des enseignes existantes sera requis (voir exemples au verso).
- Améliorer l'apparence de l'immeuble par le paysagement des zones latérales. La plantation d'arbres ou d'arbustes permettrait, par exemple, d'éviter les graffitis.

EXEMPLES



© Commerce Design Montréal

La rôtisserie Ti-Coq sur l'avenue Mont-Royal a subi une transformation qui lui a valu un prix de Commerce Design Montréal

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

Proposition personnalisée

Élégant Hot Dog
328, rue Beaubien Est

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

L'ANALYSE

Le contexte physique



LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

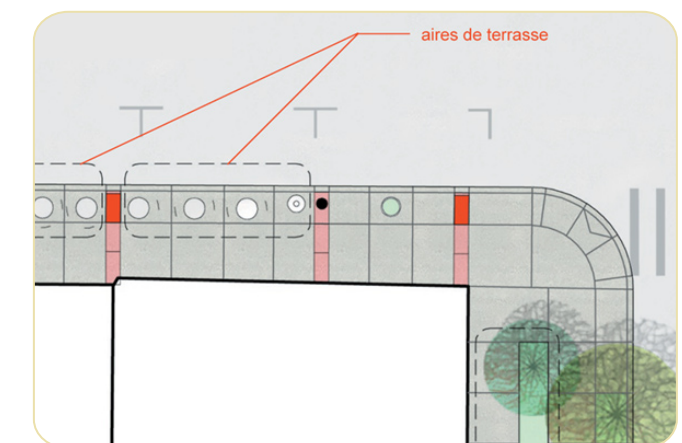
Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectifs

Améliorer l'apparence générale du commerce.

Quelques suggestions

- Recomposer la façade du commerce en ajoutant un bandeau et en changeant le revêtement actuel.
- Dégager les vitrines pour établir un lien entre le commerce et le piéton.
- Aménager une terrasse à l'avant, sur le trottoir.
- Améliorer l'apparence de l'immeuble par le paysagement de la façade latérale. La plantation d'arbres ou d'arbustes permettrait, par exemple, d'éviter les graffitis.



Les aires de terrasses sur la rue Beaubien tel que planifiées sur le plan d'aménagement.

EXEMPLES



Une boulangerie avec un revêtement extérieur de faux-fini de bois



Un commerce qui a ingénieusement créé une façade en trompe-l'oeil



Un commerce qui exploite la visibilité offerte par le mur latéral

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

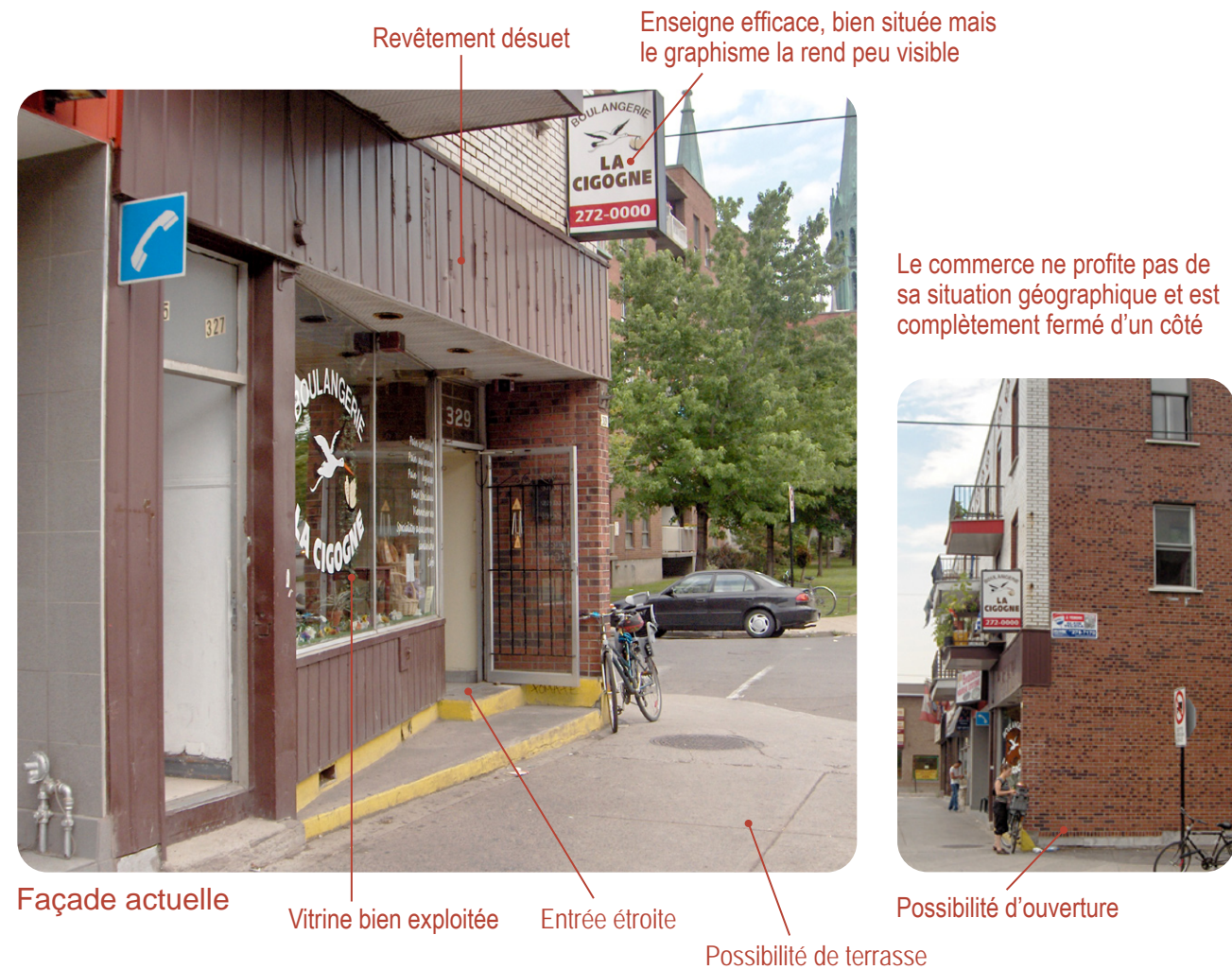
La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Boulangerie la Cigogne
329, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique

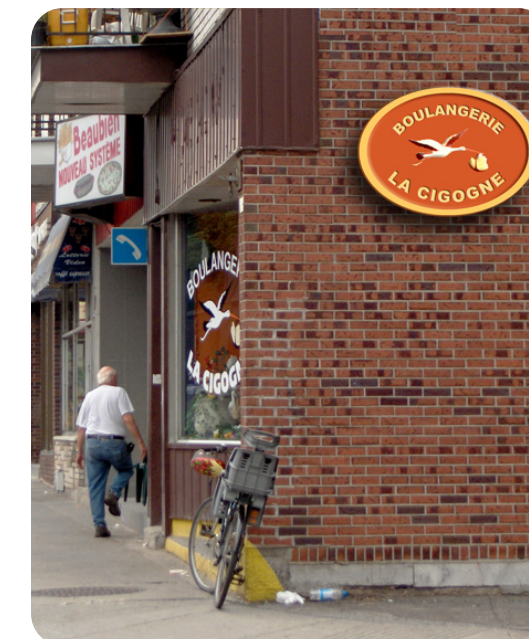


LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Peindre le bandeau du haut, installer une bordure et une enseigne permettrait d'améliorer à peu de frais la façade



Recouvrir de bois le bas de la façade permettrait de rehausser le rez-de-chaussée et l'entrée du commerce

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

Objectif

Rendre le commerce visible et invitant.

Quelques suggestions

- Changer le revêtement de la façade du commerce.
- Créer une percée sur le mur latéral pour ouvrir le commerce vers l'est.
- Installer une enseigne sur le mur latéral pour augmenter la visibilité vers l'est.



EXEMPLES



© Signs and facades

Un mode d'affichage en lien avec le contexte physique

NORMES ET RÈGLEMENTS

La réglementation municipale vise à encadrer les interventions des commerces pour des raisons d'ordre esthétique et de sécurité. Dans le cas de l'affichage, les règlements régissent plus spécifiquement la taille de l'enseigne et celle-ci dépendra également de la largeur de la façade ou de la superficie de l'établissement. La taille maximale de l'enseigne varie également selon la vocation du secteur. L'arrondissement se divise en une multitude de petits secteurs dont la vocation est indiquée sur une carte; c'est ce qu'on appelle le plan de zonage. De plus des critères particuliers sont applicables en fonction du type d'enseigne utilisé.

Le permis d'enseigne

Un permis est requis avant l'installation d'une enseigne. Il peut être obtenu en communiquant avec le bureau d'arrondissement. Un plan de l'enseigne et de l'emplacement prévu pour son installation, ainsi que le paiement des frais d'émission de permis sont également requis pour présenter une demande. Les spécialistes de la réglementation et de l'inspection peuvent vous informer et vous conseiller. De plus, vous pourrez généralement obtenir votre permis le même jour.

Une solution élaborée par Oliya Girard
Stagiaire Technicienne en architecture - designer
Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

RÉFÉRENCES

De l'expertise à votre portée !
Fiche-conseils produites par la Fondation
Rues principales
www.fondationruesprincipales.qc.ca
Sans-frais : (877) 694-9944

Le patrimoine architectural de Montréal
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Guide de la rénovation de qualité
www.ville.montreal.qc.ca/patrimoine
(disponible dans les bureaux d'arrondissement)

Direction de l'aménagement urbain
et des services aux entreprises
Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Coordonnées

M. Jean-François Soulières
Commissaire au développement économique :
868-3899

Renseignements pour l'obtention d'un permis :
868-3566

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
5650, rue D'Iberville, 2^e étage, 872-6386
www.ville.montreal.qc.ca/rpp

Réalisation : Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie



Aperçu du réaménagement de la rue Beaubien, entre Saint-Laurent et Saint-Denis

AFFICHAGE

La mise en valeur de votre commerce

L'affichage est un élément omniprésent dans le paysage urbain et a un impact réel sur celui-ci. Le principal rôle de l'enseigne est de communiquer un message. C'est un outil promotionnel qui vise à informer et attirer le consommateur. Pour être efficace, l'affichage doit s'intégrer au cadre environnant et s'harmoniser à l'architecture.

Si le principal rôle de l'affichage est la communication, il peut aussi jouer un rôle complémentaire en valorisant le cadre bâti. Le traitement de la façade est donc un élément important à considérer puisque le message véhiculé ne se limite pas aux mots inscrits sur l'enseigne apposée sur la façade. Votre façade est votre carte de visite, la première impression que vous donnez aux clients. Une image vaut mille mots!

Le message

L'efficacité d'une enseigne est intimement liée à la vitesse de perception du message. Une enseigne se limitant au nom du commerce est souvent plus efficace qu'une enseigne trop grosse et saturée d'informations que le passant, piéton ou automobiliste, ne retiendra pas.

Les vitrines

La vitrine constitue également un outil de communication mais aussi de séduction. Une vitrine tournée vers la rue, qui laisse voir l'intérieur est plus invitante qu'une vitrine débordant de publicité. Un éclairage judicieux, une présentation soignée de la marchandise ou un lettrage discret sont des éléments qui contribuent à offrir une image séduisante du commerce aux clients potentiels.

Proposition personnalisée

Ovarium
400, rue Beaubien Est

L'ANALYSE

Le contexte physique



Richesse des éléments architecturaux

Façade actuelle

Situation géographique avantageuse

Boîtiers d'affichage en conflit avec l'architecture
Lecture difficile des enseignes

Les étapes de conception

1. Analyse du milieu environnant

Respecter le caractère du lieu et s'adapter aux caractéristiques architecturales du bâtiment. Par exemple, un commerce situé sur un coin de rue présente davantage d'opportunité d'affichage. Éviter les recettes toute faites et osez montrer votre personnalité!

2. À qui s'adresse votre enseigne : piétons ou automobilistes?

Le type de clientèle contribue à déterminer la forme, la dimension et la position de l'enseigne.

3. Choix du message

Privilégier un message simple et pertinent. Identifier les éléments essentiels à communiquer et présenter le message sous forme de mots qui évoquent, en une lecture rapide, le type de commerce que vous tenez et le type de produits offerts.

4. Localisation

L'emplacement idéal sera choisi en fonction du type de clientèle et du milieu environnant. La hauteur, la projection au-dessus du trottoir et la forme seront à considérer.

5. Intégration de l'enseigne

L'enseigne ne doit pas être traitée indépendamment du bâtiment sur lequel elle s'installe. Quelques travaux en façade sont parfois nécessaires pour harmoniser l'image globale de l'établissement.

6. Support, dimension, matériaux et éclairage

Le choix de ces caractéristiques correspondra à l'analyse qui aura été effectuée durant les étapes précédentes. C'est une étape de raffinement qui devra être soignée afin de répondre aux qualités recherchées.

LES SOLUTIONS

S'intégrer à un ensemble en respectant vos besoins



Objectif

Mettre en valeur la richesse architecturale du bâtiment en intégrant les éléments d'affichage à celui-ci.

Quelques suggestions

- Retrait des boîtiers d'affichage afin de privilégier un mode d'affichage intégré.
- Profiter de la situation géographique (intersection) en installant des oriflammes pour être visible des deux côtés.
- Mise en valeur de l'architecture du bâtiment par l'éclairage.

