



Pizzeria Ca

COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

vape  
snacking  
loisirs  
services  
& co



Les horaires :

Du lundi au vendredi  
6h30-12h30 / 15h-19h  
Le samedi  
7h30-12h30/15h-19h  
Fermé le dimanche



**PRINCIPES  
DE MISE EN PLACE  
DE L'IDENTITÉ EXTÉRIEURE**



# Transformer l'extérieur de votre point de vente : 1<sup>er</sup> levier commercial

## De buraliste à commerçant d'utilité locale, les grands objectifs :

- **Une image positive et moins restrictive** : passer de « buraliste » à « commerçant d'utilité locale » valorise votre rôle et votre utilité quotidienne, dans votre village, votre quartier.
- **Développer votre attractivité et améliorer la lisibilité extérieure de votre commerce**, pour inciter de nouvelles clientèles (notamment non-fumeuses) à pousser la porte de votre point de vente.

# 01 PRINCIPES D'APPLICATION DE L'IDENTITÉ

# TABAC LE NARVAL



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

vape  
snacking  
loisirs  
services  
& co



## Les éléments extérieurs constitutifs de la nouvelle identité globale :

- L'enseigne principale (nom du commerce)
- L'emblème / nouvelle carotte
- Le bandeau réseau : « commerçant d'utilité locale »
- La vitrophanie présentant les métiers
- Les anneaux partenaires



## Le kit officiel « commerçant d'utilité locale » comporte 3 éléments



### Votre nom, votre identité !

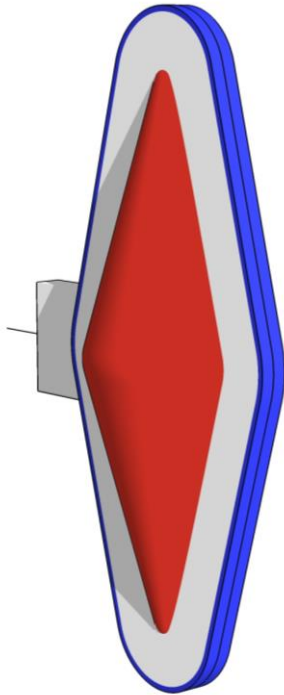
**La nouvelle identité « commerçant d'utilité locale »** respecte votre indépendance. Elle s'applique en complément à votre propre nom pour respecter vos choix et l'âme de votre commerce.

Vos clients comprennent ainsi que **vous appartenez à un réseau d'entrepreneurs et d'indépendants**, tout en affirmant clairement  **votre personnalité et votre singularité** dès la façade.

> Le choix de votre nom, de la typographie (style de texte), comme de la couleur de votre enseigne principale restent libres.

*A noter : Les devantures sont soumises à une réglementation précise.  
Tous travaux de modifications d'aspect ou installation de nouvelles devantures nécessitent au moins le dépôt d'une déclaration préalable auprès de votre Mairie.*

## 1<sup>er</sup> élément : Carotte tricolore en enseigne drapeau



**La transformation ça se vit et avec la carotte tricolore, ça se voit !**

**Une carotte qui raconte bien plus que le tabac.** La carotte tricolore est un repère pour les nouveaux produits et services proposés.

> Règle de placement sur la façade :

Dans l'idéal, l'emblème se positionne sur le côté droit (veillez à le placer au-dessus de la signature réseau « commerçant d'utilité locale »), mais c'est naturellement le flux et l'impact dans le paysage urbain qui doivent guider le placement de l'emblème.

> Ce modèle de carotte tricolore est validé par décret par l'Administration des Douanes, c'est ce modèle qui sera pris en charge à 100% par l'aide à la transformation.

2 tailles sont disponibles :

- 110cm
- 80cm

## 2<sup>ème</sup> élément : LE BANDEAU RÉSEAU

« COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE »



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

*Version bandeau autocollant (inclus dans le kit)*



*Version caisson lumineux (à faire fabriquer par un professionnel)*

*Version store banne (à faire fabriquer par un professionnel)*



### Un bandeau qui annonce votre nouveau rôle

Ce bandeau rouge reprenant la couleur de notre profession annonce que vous n'êtes pas des commerçants comme les autres.

#### > Règles d'utilisation :

- Le bandeau réseau est entièrement rouge, sauf exception liée au paysage urbain local ou aux exigences ABF (voir plus loin).
- Par souci d'harmonie et de lisibilité, la hauteur du bandeau réseau représentera 1/6<sup>ème</sup> de la hauteur du bandeau enseigne, mais ne sera jamais inférieure à 17cm.
- Pour maximiser votre impact et la qualité d'accueil, nous vous recommandons l'utilisation d'un store banne toile référence **Dickson Orchestra 7559 Taupe**, avec lambrequin rouge et lettres blanches

#### 4 typologies proposées :

- Version bandeau - caisson lumineux
- Version bandeau – adhésif
- Version store banne
- Version lambrequin personnalisé

## 3<sup>ème</sup> élément : LA VITROPHANIE DES MÉTIERS



**La vitrophanie métiers**, reprend la forme de la carotte et a vocation à interpeler les piétons en leur présentant les activités secondaires du point de vente (au-delà du tabac).

- **La vape** est un enjeu majeur pour le réseau (même si vous ne vendez que des e-liquides).
- **Le snacking** constitue une opportunité de vente additionnelle évidente (même si vous ne vendez que de la petite confiserie).
- **Les loisirs** couvrent les activités librairie, papeterie, jeux et cadeaux
- **Les services** représentent l'ensemble des activités, souvent invisibles, que vous mettez à disposition de vos clients (services postaux, bancaires, colis, paiement, photocopies, timbres fiscaux, etc)
- **& Co.** ouvre la voie à toute la myriade d'opportunités que vous saisissez dans les années futures !

### > Règles d'utilisation :

- Elle se place à droite ou à gauche de la vitrine, pour capter le maximum de piétons sur leur trajet (et idéalement, à l'opposé de l'emblème pour respecter un bon équilibre visuel).
- Elle est toujours positionnée **à l'arrière du vitrage**.
- Les mots ne peuvent pas être modifiés, l'idée est de **rendre votre vitrine la plus claire possible pour que les clients et surtout les non clients aient envie de rentrer !**
- Les anneaux de présentation partenaires (page suivante) seront idéalement positionnés en proximité de cette vitrophanie.

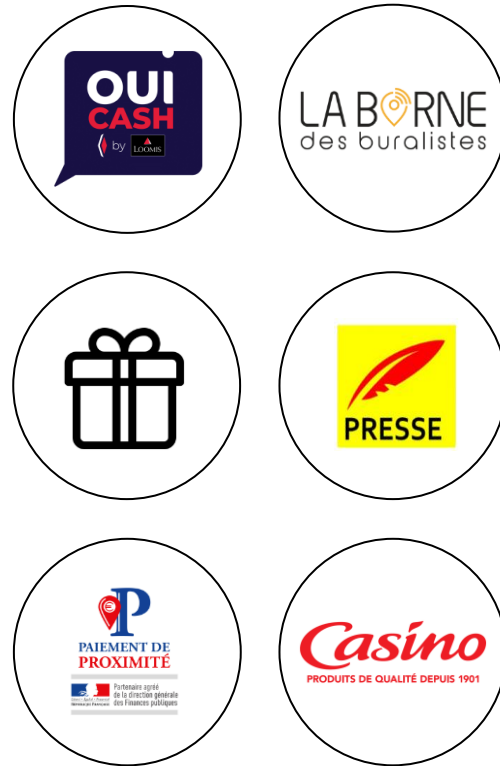
*A noter : une vitrine ouverte et transparente est immédiatement plus valorisante !  
Lors de la pose de cette vitrophanie, prévoyez la dépose de l'ensemble des adhésifs polluants ou dégradés et/ou supports vitrine.*



# En option du kit : LES ANNEAUX PARTENAIRES



Version aimants sur filin



Version autocollants

**Les anneaux partenaires** ont pour vocation de rassembler en un même lieu impactant, tout l'écosystème de partenaires.

En leur donnant de la visibilité, vous mettez en lumière vos activités et développez votre positionnement « d'utilité locale ».

La clarté apportée rend plus visible ces marques qui sont des repères et contribuent à l'attrait de la clientèle, donc à vos ventes !

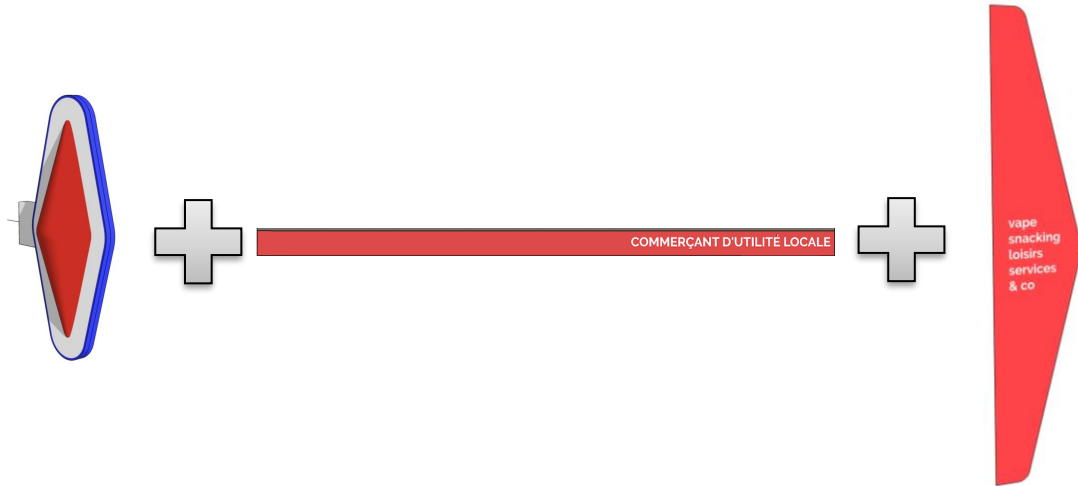
## > Règles d'utilisation :

- Kit de 6 ronds de diamètre 30cm
- Sélectionnez les 6 partenaires les plus générateurs d'image et de business.
- 2 choix pour les présenter :
  - Imprimés sur des supports souples aimantés, à placer sur les cercles métalliques qui sont placés sur des filins toute hauteur.
  - Imprimés sur des autocollants à disposer sur votre vitrine intérieure.

*A noter : les cercles permettent la présentation de produits recto-verso.*

# Où s'approvisionner?

Le kit officiel  
« commerçant  
d'utilité locale »



En option les ANNEAUX PARTENAIRES  
(sur filins métalliques ou en vitrophanies  
autocollantes)



- Auprès de la Coopérative des buralistes :  
[www.buralcoop.fr](http://www.buralcoop.fr)
- Chez ESP / EtiqExpress
- Auprès d'un des  
agenceurs partenaires :

Vienne Agencement / SAF /  
Promodern / Groupe NAP  
MyLittleTabac / AEM Diffusion /  
Agencement Shop / TeknaDesign  
(coordonnées en dernière page)

# 02 Quelques cas d'applications

# **Les grandes typologies de façades**

(avant / après)

# MONO VITRINE - avant / après



# GRANDE VITRINE - avant / après



# MAGASIN D'ANGLE - avant / après



# TABAC HUMIDE - avant / après





# VITRINE AVEC SOUBASSEMENT - avant / après



# CENTRE COMMERCIAL - avant / après



03

**Cas ABF**

**Architecte des Bâtiments de France**

# LE BANDEAU RÉSEAU en version ABF



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

*Version bandeau*



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

*Version store banne  
lambrequin taupe*



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

*Version store banne  
lambrequin rouge*



COMMERÇANT D'UTILITÉ LOCALE

*Version store banne  
lambrequin carbone*

**Les architectes des bâtiments de France** ont pour mission d'entretenir et conserver les monuments historiques qu'ils soient protégés ou non, et de veiller au respect de la qualité de l'habitat aux abords des monuments historiques et dans les autres espaces protégés.

Dans le cadre du contrôle de ces espaces protégés, l'ABF émet un avis sur toute demande d'autorisation de travaux (constructions neuves et réhabilitations).

## > Règles d'utilisation :

- Le bandeau réseau ne pouvant pas être rouge, il passe en beige taupé : **gris platine RAL 7036**
- Pour maximiser votre impact et la qualité d'accueil, nous vous recommandons l'utilisation d'un store banne

Plusieurs possibilités :

- **Dickson Orchestra 7559 Taupe**
- ou **Dickson Orchestra U171 Carbone**
  - Si la ville autorise les store banne colorés, vous privilégiez le store + lambrequin rouge avec texte blanc
  - Si la ville interdit la couleur, le texte passe en blanc sur fond Taupe ou Carbone

*A noter : pour assurer la réussite de votre projet, avant toute demande d'autorisation consultez la Direction de l'Urbanisme qui vous conseillera et vous expliquera les règles liés à votre secteur.*

## Contexte urbain ABF



## Projection d'une façade « commerçant d'utilité locale »



## CAS 1 Bandeau taupe

Règle ABF de ce secteur :

- Enseigne parallèle ou enseigne bandeau proscrite sur le bâti  
→ Nom de commerce en lettres blanches en volume en applique sur vitrage
- Enseigne drapeau alignée et toujours positionnée à droite du commerce  
→ Respect du placement de l'enseigne drapeaux
- Neutralité des couleurs pour les huisseries et les bandeaux  
→ Bandeau texte blanc sur bande beige taupé / gris platine RAL 7036
- La vitrophanie conserve sa couleur car elle est appliquée à l'arrière du vitrage

## Contexte urbain ABF



## Projection d'une façade « commerçant d'utilité locale »



## CAS 2

### Store bannière taupe et lambrequin rouge

Règle ABF de ce secteur :

- Enseigne parallèle en lettre à lettre de couleur neutre  
→ Nom de commerce en lettres blanches en volume sur entretoise
- Enseigne drapeau alignée et toujours positionnée à droite du commerce  
→ Respect du placement de l'enseigne drapeaux
- Possibilité de store bannière personnalisé coloré  
→ Store bannière toile Dickson Orchestra 7559 taupe avec lambrequin rouge
- La vitrophanie conserve sa couleur car elle est appliquée à l'arrière du vitrage

## Contexte urbain ABF



## Projection d'une façade « commerçant d'utilité locale »



## CAS 3

### Store banne intégralement taupe ou carbone

Règle ABF de ce secteur :

- Enseigne parallèle en lettre à lettre de couleur laiton  
→ Nom de commerce lettre laiton pour respecter la couleur imposée
- Enseigne drapeau proscrite  
→ Contacter le service d'urbanisme car l'emblème est obligatoire. Une dérogation est peut-être possible pour les professions réglementée.
- Store banne obligatoire, uni  
→ Store banne taupe toile Dickson Orchestra 7559  
→ Store banne Carbone toile Dickson Orchestra U171 (si nécessité d'être très foncé)
- La vitrophanie conserve sa couleur car elle est appliquée à l'arrière du vitrage

# 04 CONTACTS

Les entreprises référencées pour le déploiement



# LES CONTACTS À RETENIR

La Confédération a soumis l'ensemble de ces éléments à différents prestataires jugés capables d'assurer un déploiement et une pose dans les règles de l'art, à prix compétitif négocié pour vous.



**A2M Diffusion**  
[info@a2m-diffusion.com](mailto:info@a2m-diffusion.com)



**Agencement Shop**  
[contact@agencement-shop.fr](mailto:contact@agencement-shop.fr)



**My Little Tabac**  
[contact@mylittletabac.com](mailto:contact@mylittletabac.com)



**NAP**  
[contact@groupe-nap.com](mailto:contact@groupe-nap.com)



**Promodern**  
[contact@promodern.com](mailto:contact@promodern.com)



**SAF**  
[info.concept-store@la-saf.fr](mailto:info.concept-store@la-saf.fr)



**Tekna Design**  
[france@teknadesign.it](mailto:france@teknadesign.it)



**Vienne Agencement**  
[contact@vienne-agencement.fr](mailto:contact@vienne-agencement.fr)

Si vous réalisez vos travaux avec d'autres sociétés, le kit est également disponible à la Coopérative des buralistes ([accueil@buralcoop.fr](mailto:accueil@buralcoop.fr)) et chez ESP ([contact@groupe-esp.com](mailto:contact@groupe-esp.com)) mais attention prévoyez une prestation de pose des éléments (prise en charge par le fonds de Transformation).

