GUIDE DES BONNES PRATIQUES
DES ENSEIGNES & FAÇADES COMMERCIALES

ÉDITÉ PAR LE PAYS NIVERNAIS MORVAN

sommaire

LES PRINCIPES DE RÉFÉRENCE

La façade et la rue 6
Les devantures 8
Les enseignes 10
Les protections solaires 16
Les éclairages 18
Le mobilier 20
Les fermetures 23
La transparence 24
L'accessibilité des commerces 25
La couleur 26
La gamme enseignes et devantures 27

LA DÉCLINAISON SUR QUELQUES POINTS DE VENTE

Exemples d'applications 30

POINTS DE REPÈRES RÉGLEMENTAIRES 46

GUIDE DES BONNES PRATIQUES

DES ENSEIGNES & FAÇADES COMMERCIALES

Les devantures commerciales implantées à hauteur du regard du piéton rythment son parcours. En voiture, les devantures commerciales forment un ensemble qui doit être agréable et lisible. Ce guide des bonnes pratiques participera à l'objectif d'attractivité des centres-bourgs et des commerces.

Avec la démarche des Villages du Futur, les centres-bourgs du territoire du Pays Nivernais Morvan se sont inscrit dans une démarche de renforcement de l'attractivité. L'amélioration de l'effet vitrine et de l'identité commerciale fait partie des défis à relever en particulier, à l'heure, où, face à la croissance de la vente sur Internet, les centres-villes ne trouveront leur croissance que dans leur capacité à « enchanter » le client.

> *“ L'attractivité d'un commerce repose en partie sur la qualité et l'originalité de sa devanture*

Couleurs peu cohérentes, enseignes disparates, matériaux peu homogènes, mobilier de terrasse des cafés peu modernisé, les commerces participent peu à la construction d'une image commerciale différenciante des centres-bourgs. Cette notion d'effet vitrine prend toute son importance avec les mutations sociologiques. Sur le territoire du Pays, ce sont 20% des habitants qui n'y vivaient pas il y a cinq ans. La captation de ces nouveaux habitants est une condition essentielle au fonctionnement des commerces. Rappelons que le commerce est entré dans une ère où la fidélisation n'existe quasiment plus et où les marchés deviennent des marchés de conquête.

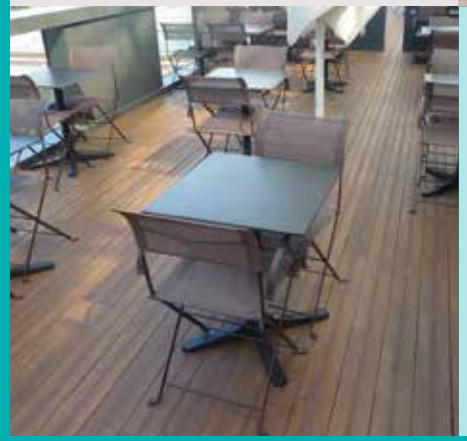
Avec ce guide le Pays souhaite accompagner les commerçants dans la reconquête d'une identité différenciante : recherche de cohérence (matériaux, couleurs, tailles, enseignes contemporaines ou traditionnelles en drapeau), recherche de différenciation, affirmation d'une identité ont dicté ce travail qui concerne les enseignes, les devantures, les façades, mais aussi les terrasses des cafés et des restaurants. Le contenu du guide de bonnes pratiques se veut pédagogique. Les commerçants y trouveront des éléments afin d'améliorer leur activité sans investissements excessifs.

ENSEIGNE

ÉCLAIRAGE

DEVANTURE

STORE



MOBILIER

ACCESSIBILITÉ

LES PRINCIPES DE RÉFÉRENCE

LA FAÇADE & LA RUE

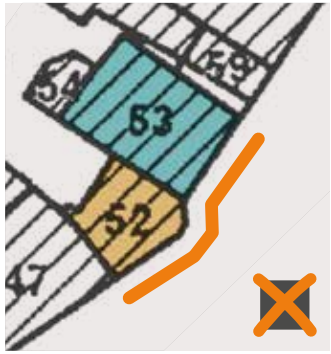
Le rythme parcellaire

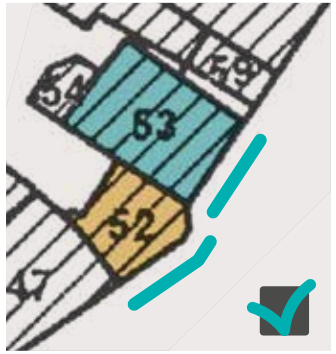
RESPECTER LE RYTHME PARCELLAIRE POUR VALORISER L'ARCHITECTURE

Il est impératif de respecter les lignes verticales de mitoyenneté afin de ne pas rompre le rythme parcellaire et de ne pas perturber l'équilibre de la rue.

Aucun bandeau continu ou aucune vitrine d'un seul tenant, ne doit réunir les rez-de-chaussée de deux ou plusieurs immeubles voisins.

La continuité d'un commerce occupant des immeubles voisins peut parfaitement s'exprimer par l'unité de style (couleurs de la menuiserie, couleurs des stores, présentation, ...).





L'unité architecturale entre les étages

Les lignes horizontales des façades ne doivent pas être interrompues. Des hauteurs de devantures trop diversifiées dans une même rue perturbent l'homogénéité de l'alignement urbain.

Si le commerce est sur deux niveaux, il faut créer une devanture uniquement au rez-de-chaussée ; un rappel du commerce sera créé en étage par une simple signalisation apposée sur les baies.

Les lignes verticales des baies des étages, des enseignes et des baies du rez-de-chaussée doivent coïncider.

Les devantures du rez-de-chaussée doivent répondre à la symétrie annoncée par la composition de l'étage.

ÉVITER LES ENSEIGNES POSITIONNÉES TROP HAUT

LES DEVANTURES

Les devantures en feuillure

Principes à respecter en rénovation

Il faut d'abord nettoyer la façade, les pierres doivent rester apparentes, aucune peinture ne doit être apposée sur la pierre. Les joints seront traités conformément à l'architecture de la façade et au style local ou régional.

Restaurer les éléments anciens dignes d'être conservés (fers forgés, éléments en fonte, bois sculptés...). Les bois seront nettoyés et traités avant d'être passés à l'huile de lin. Repeindre le rez-de-chaussée (au minimum) des façades à enduit en respectant les teintes initiales des étages supérieurs. Respecter le guide de couleurs des menuiseries pour les nouvelles devantures, référez-vous à la page 26 de ce livret.

LA DEVANTURE EN FEUILLURE EST EN RETRAIT
DE 10 À 15 CM
à l'intérieur du tableau (arcade ou percement rectangulaire).

Les devantures en applique

La devanture en applique est constituée d'un coffrage menuisé en saillie par rapport au nu de la façade.

Principes à respecter en rénovation

Les coffrages en bois seront décapés de leurs couches successives de peinture, les panneaux et moulures dégradés seront changés. La devanture sera peinte selon le guide de couleurs des menuiseries.

L'ensemble de la devanture en applique ne doit pas être en saillie de plus de 20 cm par rapport au nu extérieur de la façade. Le mur de façade doit rester apparent sur 10 cm minimum de largeur de chaque coté de la devanture, et de chaque coté de toute ouverture indépendante du commerce (porte palière, fenêtre...).

La devanture ne doit pas interrompre un décor de façade ou couvrir un encadrement en pierre.
Les teintes utilisées doivent être des couleurs sobres et foncées comme indiqué dans la charte de couleurs des menuiseries.

LA DEVANTURE EN APPLIQUE NE DOIT PAS ÊTRE EN SAILLIE
DE PLUS DE 20 CM
par rapport au nu extérieur de la façade.

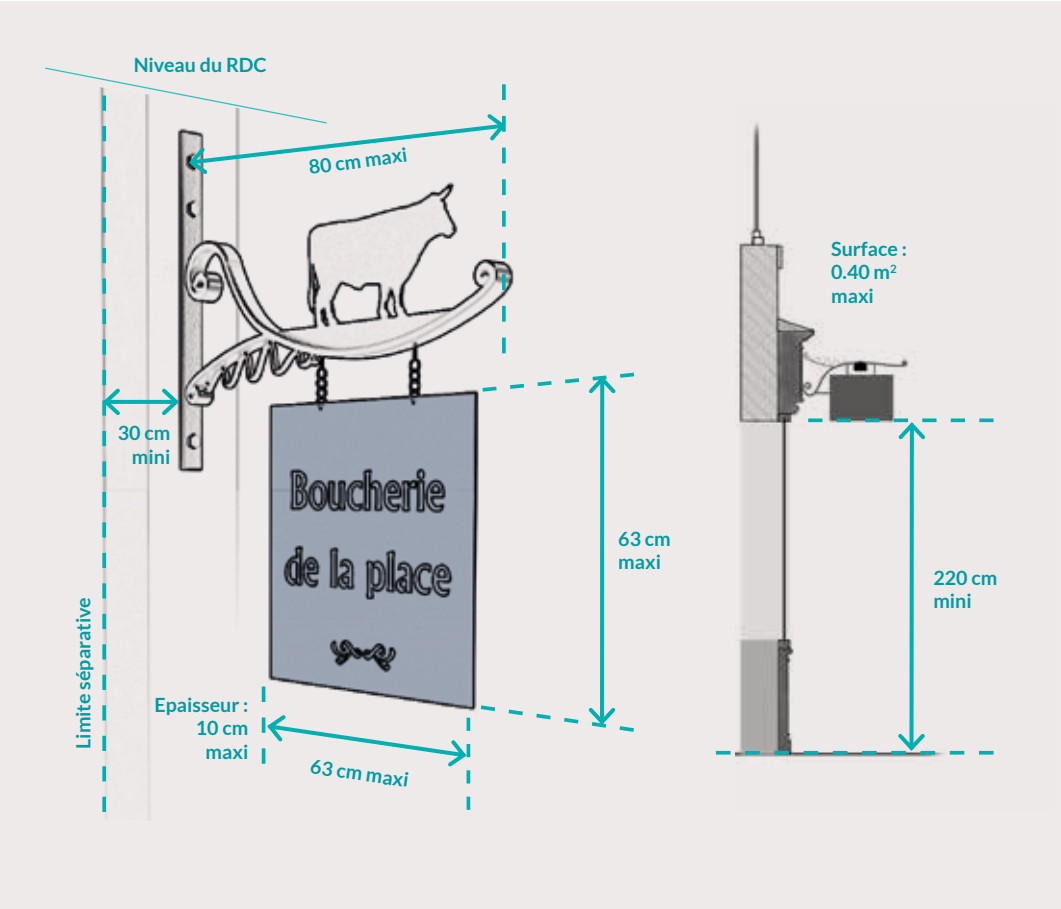
LES ENSEIGNES

LES TYPES D'ENSEIGNES

Une enseigne appliquée et une enseigne drapeau suffisent largement à l'identification d'un point de vente. Pas de surcharge d'indication sur l'enseigne, un message bref et précis, un seul suffit. Les polices de caractères fantaisies ne sont pas à privilégier.

Le caisson lumineux

Il est autorisé à condition d'être fin.



L'enseigne drapeau

Les dimensions
à respecter.

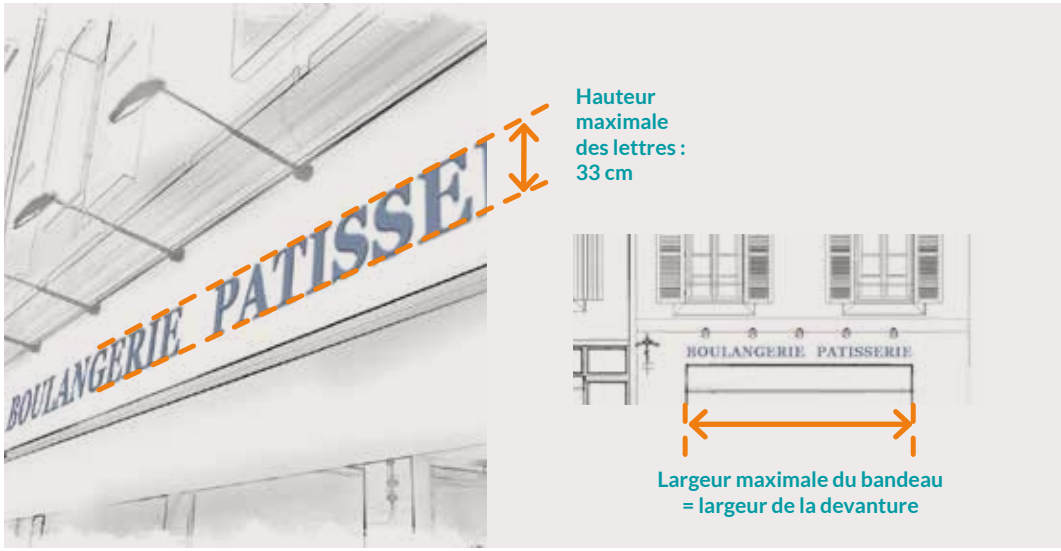
L'enseigne bandeau

L'enseigne doit s'inscrire harmonieusement dans la largeur correspondant à l'emprise des parties vitrées du commerce.

Positions possibles de l'enseigne en bandeau :

- au-dessus de la vitrine,
- sur le linteau,
- en lettres séparées et scellées dans le mur
- sur le lambrequin du store
- sur un auvent de petites dimensions apposée sur la glace même de la vitrine, soit peinte, soit en matériaux adhésifs.

La lecture des enseignes est facilitée par un graphisme simple.



Style et taille de l'écriture des enseignes

Très bonne lisibilité jusqu'à 100 m

Les mécanes
CLARENDON
ITC LUBALIN
ROCKWELL
SERIFA

Les linéales
CALIBRI REGULAR
FUTURA
FRANKLIN GOTHIC
GILL SANS
UNIVERS

Les incises
LITHOS
ALBERTUS
OPTIMA

Jusqu'à 75 m

Les humanes
ITC BERKELEY OLDSTYLE
ITALIA
CENTAUR
HADRIANO

Les garaldes
GARAMOND
BEMBO
PLANTIN
SABON

Les réales
BASKERVILLE
PERPETUA
TIMES NEW ROMAN

Les didones
BODONI
DIDOT

Les polices de caractères à éviter

Les scriptes
Isadora
Shelley
Palace

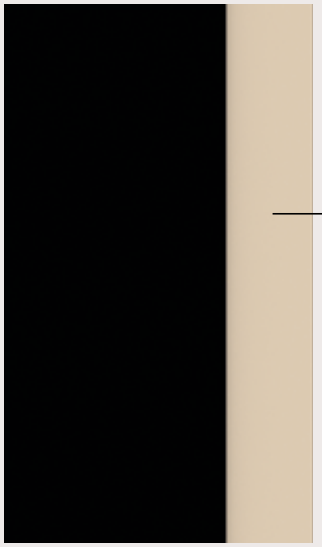
Les manuaires
ONDINE
MISTRAL
MATURA

Les fractures
Fraktur
Parchment
Wittenberger Fraktur

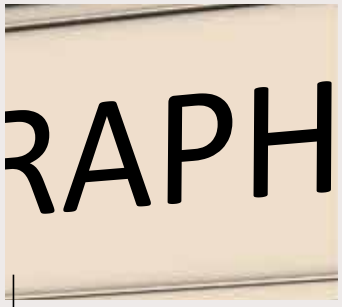
Les fantaisistes
et non-latines
Alien
DESERT AREA
strokey bacon

LISIBILITÉ
Classement de la lisibilité des polices de caractères selon la distance de
LECTURE POUR UNE HAUTEUR DE LETTRE EN CAPITALE DE
33 CM

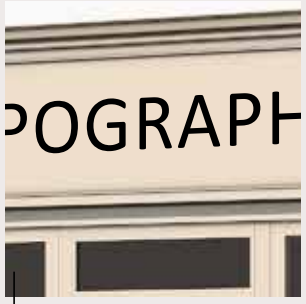
LISIBILITÉ DU TEXTE EN FONCTION DE LA DISTANCE DE 0 À 150 M



AUCUN RECUL
Echelle : 1
Hauteur de la lettre capitale : 33 cm
Police de caractère utilisée : Calibri regular
Feuille de format A4,
impression à 100%



5 m.



10 m.

HAUTEUR DE LA CAPITALE

HAUTEUR

Hauteur de la capitale comprise entre la ligne de pied et l'extrémité supérieure du caractère

HAUTEUR DU CARACTÈRE MINUSCULE

Hauteur

Hauteur du caractère minuscule, à l'exclusion des jambages inférieurs et supérieurs

25 m.

50 m.

75 m.

100 m.

150 m.

REPÈRES

Largeur avenue Foch, Le Havre : 80 m.

Largeur avenue des Champs Elysées, Paris : 70 m.

Les textes peuvent être peints, ou réalisés en lettres découpées ou forgées.

LES PROTECTIONS SOLAIRES

Les stores

Il faut respecter la disposition d'un store par baie.

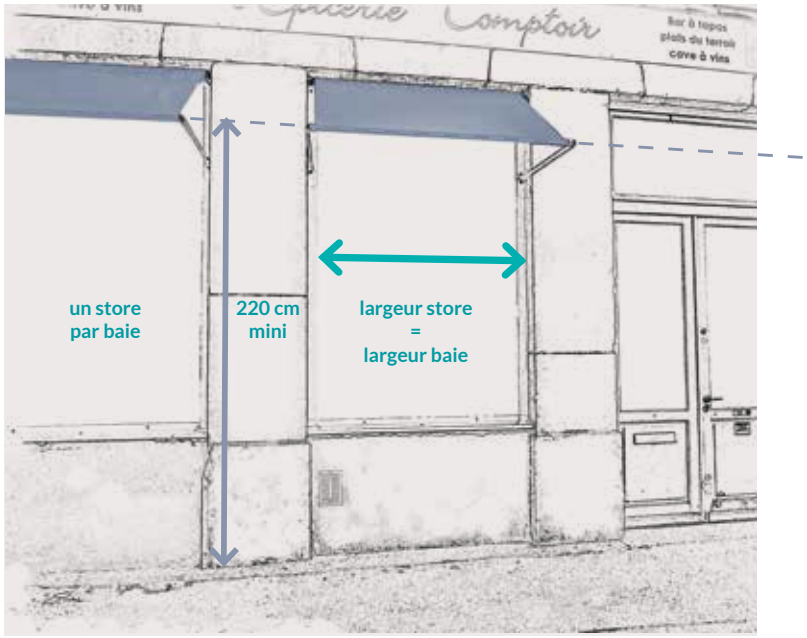
Les stores ne doivent en aucun cas dépasser en hauteur le rez-de-chaussée.

Les stores sont installés en tableau de la baie sous le linteau pour les devantures en feuillure. Pour les devantures en applique, ils sont installés dans le coffre du bandeau supérieur.

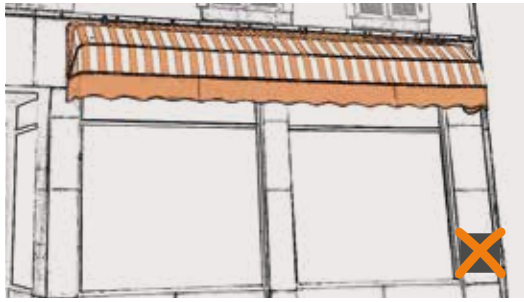
Le store en position ouverte doit laisser un passage libre de 2,20 mètres de hauteur minimum sur l'espace public.

Les mécanismes d'enroulement et les supports sont fins et discrets.

Les stores sont en toile de couleur unie, repliables, et leur débattement est limité à la largeur du trottoir.



Le lambrequin du store peut porter le titre ou la nature du commerce en lettres imprimées.



1 STORE PAR BAIE

HAUTEUR MINIMALE DE **220 CM**

LES ÉCLAIRAGES

Les éclairages extérieurs

L'éclairage sera obtenu par spots dirigés sur l'enseigne ou en lettres découpées rétroéclairées. Dans ce cas, l'éclairage à leds est conseillé.

Les caissons lumineux monoblocs imposants ne sont pas préconisés. Si on les utilise, privilégier des caissons fins.

Pas d'éclairage de couleur ou intermittent.

On évitera aussi les tubes luminescents.

(Une exception sera faite pour les pharmacies).

Les éclairages intérieurs

Composante essentiel de la réussite d'un commerce, les éclairages intérieurs sont là aussi pour être vus de l'extérieur et donner envie d'entrer.

On privilégiera un éclairage en soirée et le matin avec un programmateur qui permet l'extinction des luminaires entre 22h et 7h. Des systèmes de lampes avec recharges solaires peuvent être aussi envisagés en vitrine.

L'ambiance lumineuse du commerce est déterminée par la température de couleur, elle se mesure en Kelvin.

APPARENCE COLORÉE CHAUDE
>Température de couleur inférieure à 3 300K

APPARENCE COLORÉE INTERMÉDIAIRE
>Température de couleur de 3 300 à 5 300K

APPARENCE COLORÉE FROIDE
>Température de couleur supérieure à 5 300K
(ne pas utiliser pour un commerce)

LE MOBILIER
Les autres dispositifs

Fixés au mur ou mobiles, leur présence ne doit pas gêner la circulation.

Ces éléments doivent répondre aux règles de design défini par le commerce lui-même (couleurs, matériaux).

Les panneaux type menu seront de qualité et seront rangés à l'intérieur du commerce les jours de fermeture.

Les accessoires mobiles implantés sur le domaine public sont soumis à autorisation.

Les structures de terrasse

Les terrasses couvertes ne sont pas préconisées. Elles font perdre la forme primitive et simple de l'espace urbain (rue, place…). Les terrasses couvertes éloignent les passants des façades et « pénalisent » les autres devantures qui bordent la rue.

Les aménagements sont possibles avec des éléments mobiles (stores, tables, chaises, présentoirs, bac à fleurs…) pour les terrasses de café ou de restaurants ou toute autre extension extérieure du domaine public.

TOUTES CES INSTALLATIONS DOIVENT AVANT TOUT GARDER LE CARACTÈRE

D'UNE OCCUPATION PRÉCAIRE

Le mobilier de terrasse

Les accessoires mobiles seront de qualité et harmonisés au commerce. Les parasols seront en toile unie et, comme les tables et les chaises, ne serviront pas de support publicitaire.

Les éléments de terrasse seront dans des matériaux de qualité harmonisés au commerce ; ils seront fabriqués à partir d'une base métal.

Le mobilier en plastique n'est pas très porteur en terme d'image.

LES CHAISES, TABLES, BANQUETTES QUI PARTAGENT UN MÊME ESPACE DEVRONT APPARTENIR

À LA MÊME COLLECTION

LES FERMETURES

Les grilles de protection

Les grilles de protection extérieures en ferronnerie et les volets bois anciens doivent être restaurés.

Les grilles enroulables doivent être ajourées, ce qui permet la valorisation de la vitrine pendant les heures de fermetures.

Elles sont placées à l'intérieur de la boutique, derrière la vitrine. La manœuvre sera manuelle ou motorisée.

LES BOÎTIERS ET COFFRES DE FERMETURE DE PROTECTION SONT SITUÉS À L'INTÉRIEUR DU COMMERCE

LA TRANSPARENCE

La transparence et la clarté sont deux composantes importantes, c'est ce qui donne envie d'entrer dans un commerce.

ÉVITER LES MULTIPLES AFFICHAGES EN VITRINE

L'ACCESSIBILITÉ DES COMMERCES

La loi du 11 février 2005 a imposé une obligation de mise en accessibilité au 1er janvier 2015 à tous les établissements recevant du public (ERP), dont les commerces.

www.cohesion-territoires.gouv.fr/batiment-et-accessibilite

LA COULEUR

Dans le Morvan, les façades sont de couleurs chaudes composées d'une variété d'enduits allant du beige au gris chaud. La palette de couleurs des volets est assez large.

L'idéal étant de respecter une association harmonieuse de couleurs chaudes et froides entre la façade et les menuiseries.

Il conviendra de ne pas contrarier cet équilibre lors de la conception de nouvelle devanture en optant pour une couleur dominante sobre.

LA GAMME ENSEIGNES ET DEVANTURES

EXEMPLES D'ASSOCIATIONS DE COULEURS À PARTIR DU RAL DESIGN SYSTEM (RDS)

ROUGE BRUN
Réf. RDS : 030 40 40

ROUGE BASQUE
Réf. RDS : 030 40 50

ROSE FONCÉ
Réf. RDS : 030 60 30

ROSE
Réf. RDS : 030 70 20

GRIS FONCÉ
Réf. RDS : 240 40 10

GRIS CLAIR
Réf. RDS : 180 70 05

GRIS VÉZELAY
Réf. RDS : 095 70 10

GRIS BLEU
Réf. RDS : 240 50 15

BLEU VOILÉ
Réf. RDS : 220 40 20

BLEU FONCÉ
Réf. RDS : 230 30 20

VERT VOILÉ
Réf. RDS : 120 50 30

VERT MOYEN
Réf. RDS : 120 40 30

VERT FONCÉ
Réf. RDS : 140 30 30

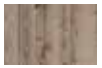
COULEURS D'ENDUITS RECOMMANDÉS POUR LE MORVAN GRANITIQUE :

COULEURS D'ENDUITS RECOMMANDÉS POUR LES MARGES CALCAIRES ET LE MORVAN GRANITIQUE :

COULEURS RECOMMANDÉES POUR LES FAÇADES BOIS :

Palissandre

Couleur bois



Patine naturelle

La devanture devra présenter une couleur dominante à 90 % et éventuellement une à deux couleurs secondaires a utiliser pour l'enseigne et le store.

Les devantures présenteront une teinte neutre de tonalité moyenne à sombre.

EXEMPLES DES 3 CONTRASTES RENCONTRÉS SUR LES FAÇADES

Contraste de quantité

Contraste chaud/froid

Contraste clair/obscure

Les 3 en même temps

Falbalas
LINGERIE

Café de l'union

Créa'Tifs

1884
LE PETIT BAR

BOULANGERIE PATISSERIE

LE TIRE-BOUCHON

DÉCLINAISON SUR QUELQUES POINTS DE VENTE

AVANT PROJET 1

BOULANGERIE ODOUL

BOULANGERIE, PÂTISSERIE

8, rue des Fossés
58290 Moulins-Engilbert

La boulangerie Odoul dispose de deux vitrines en feuillure, créant de larges ouvertures sur la rue. Le store est usagé, trop grand, il a une emprise égale à la largeur totale du commerce ce qui a pour effet de créer une séparation avec l'étage. L'enseigne drapeau est peu qualitative et positionnée trop haut.

1 APRÈS PROJET

Les arcades sont supprimées pour retrouver les lignes d'origines du bâtiment. Des stores intérieurs seront utilisés si besoin.

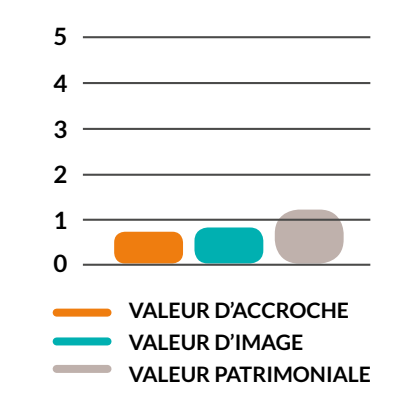
AVANT PROJET 2

CAFÉ DE L'UNION

CAFÉ

33, rue Dr Dubois
58110 Châtillon-en-Bazois

Le Café de l'Union fait partie des commerces anciens qui n'ont pas été rénovés depuis un moment.
Les vitrines de ce commerce vont au-delà des ouvertures naturelles du bâtiment ce qui génère un sentiment de fragilité au rez-de-chaussée. Le store en plus d'être ancien est beaucoup trop grand et crée une rupture avec les lignes verticales du bâtiment. L'enseigne drapeau est située beaucoup trop haut sur la façade et empiète sur le premier étage. Enfin, le mobilier de terrasse en plastique est peu qualitatif.



ATTRACTIVITÉ VISUELLE
0,6/5

2 APRÈS PROJET

Un store par baie, une nouvelle enseigne drapeau, du mobilier plus qualitatif.

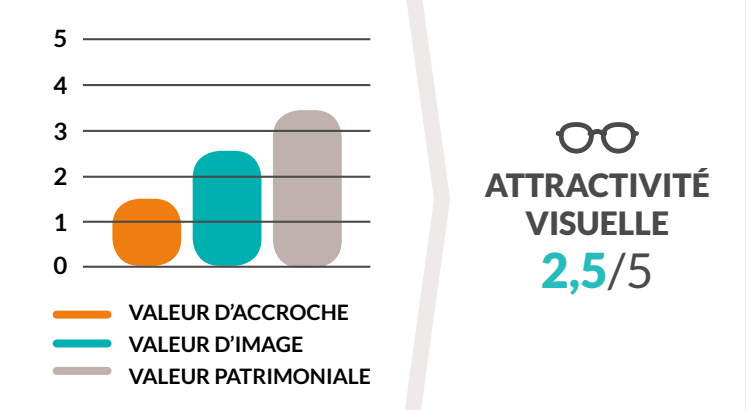
AVANT PROJET 3

CRÉA'TIFS

SALON DE COIFFURE

24, rue de la République
58170 Luzy

La devanture de Créa'tifs a un traitement graphique original, ce qui lui permet de se démarquer et de rester dans les esprits. Toutefois la couleur utilisée ne contraste pas suffisamment avec la couleur de l'enduit de la façade.
On peut regretter également l'utilisation de deux stores l'un sur l'autre ce qui ne dégage pas une impression de modernité ; en plus ils « écrasent » la vitrine.



3 APRÈS PROJET

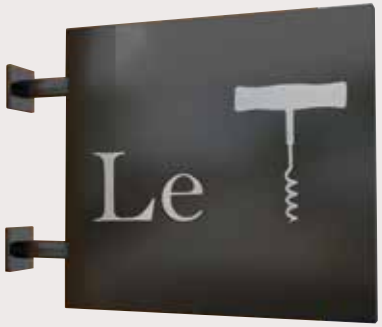
Une devanture en bois laqué qui donne de l'éclat à la rue.

AVANT PROJET 4

LE TIRE BOUCHON

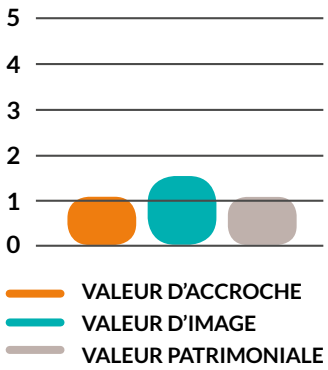
CAFÉ

2, place Pouyat
58250 Fours



Le Tire-bouchon a un store en fin de vie, prêt à se décrocher de la façade. Le caisson du rideau de fer est proéminent et ne devrait pas être positionné à l'extérieur du commerce.

Les vitres de la devanture sont encombrées et donnent une impression de fouillis. La terrasse n'est pas suffisamment entretenue et son mobilier, trop ancien n'invite pas à s'y asseoir.



ATTRACTIVITÉ VISUELLE
1,2/5

4 APRÈS PROJET

Un rafraîchissement général, du nouveau mobilier.

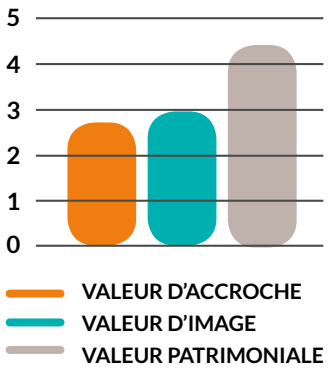
AVANT PROJET 5

Le Petit Bar

BAR, RESTAURANT

81, avenue Louis Coudant
58340 Cercy-la-Tour

Le bar restaurant « Le Petit Bar » se situe au rez-de-chaussée d'une maison du 19e siècle ce qui lui confère une identité forte.
Les éléments superposés (store, casquette et balcon) écrasent l'entrée du commerce et assombrissent la façade. Cette façade gagnerait à retrouver son aspect d'origine en pierres de taille. Enfin, un mobilier de terrasse approprié, en matériaux nobles et non en plastique serait bien plus adéquat pour une bâtisse du 19e.



ATTRACTIVITÉ VISUELLE
3,3/5

5 APRÈS PROJET

La façade retrouve son aspect d'origine, du mobilier de terrasse 1900 de chez Fermob, pas de store pour ne pas dénaturer cette magnifique façade.

AVANT PROJET 6

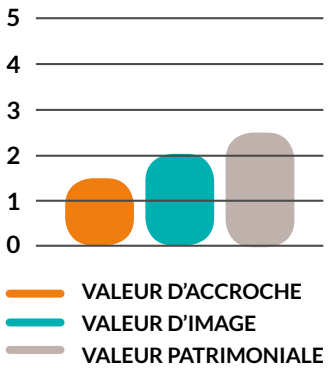
FALBALAS LINGERIE

BOUTIQUE DE LINGERIE

36, rue des Forges
58800 Corbigny

0 — **7 000 €** — 25 000 €

Le problème principal du commerce de lingerie Falbalas vient de son enseigne qui non seulement est peu qualitative mais en plus ne respecte pas l'alignement des ouvertures. Il y a une rupture avec l'étage, aucun rappel n'est prévu en matière de couleurs comme de matériaux. Les boiseries demandent à être rénovées. La vitrine est encombrée.



ATTRACTIVITÉ VISUELLE

2/5

6 APRÈS PROJET

Nouvelles enseignes sur une façade rénovée.

AVANT PROJET 7

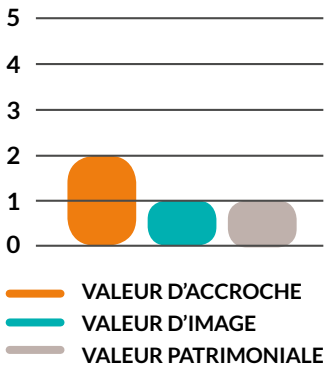
AU JARDIN FLEURI

FLEURISTE

67, rue Paul Barreau
58140 Lormes

0 — 10 000 € — 25 000 €

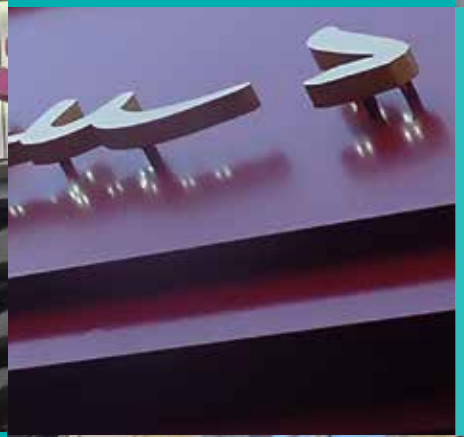
Le devanture du magasin de fleurs est surannée, son emprise et sa structure ne respectent pas l'architecture du bâtiment. Les coins arrondis cassent les lignes naturelles de la façade, son enseigne en lettres découpées « Au jardin fleuri » est disproportionnée. Les revêtements en carrelage sont en rupture avec les enduits de façade à proximité. La vitrine n'est pas mise en valeur.



ATTRACTIVITÉ VISUELLE
1,3/5

APRÈS PROJET 7

Les arcades sont supprimées pour retrouver les lignes d'origines du bâtiment. Des stores intérieurs seront utilisés si besoin.



LUS
Général Stor

SUSHISHOP

POINTS DE REPÈRES RÉGLEMENTAIRES

RÉGLES DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT
S'APPLIQUANT AUX ENSEIGNES

DÉFINITION D'UNE ENSEIGNE

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce.

(article L581-3)

L'installation d'enseigne est soumise à autorisation préalable au titre du code de l'environnement (Cerfa n°14798*01), dans les zones protégées dont les lieux sont mentionnés dans l'article L581-8 :

- aux abords des monuments historiques,
- dans les parcs naturels régionaux,
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables,
- dans les sites inscrits,
- à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L581-4*,
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

* en 2020, ce périmètre augmentera à 500m.

L'ENSEIGNE EN FAÇADE

La surface maximale est liée à la surface de la façade commerciale où est exercée l'activité.

L'article R581-63 détermine celle-ci :

- la surface est limitée à 15 % de la façade commerciale si celle-ci est inférieure à 50 m²,
- la surface est limitée à 25 % de la façade commerciale si celle-ci est supérieure à 50 m².

L'enseigne ne doit pas dépasser la limite de l'égout du toit (article R581-60).

L'ENSEIGNE SCELLÉE AU SOL

La surface de l'enseigne est de 6 m² maximum dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (article R581-65).

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large,
- 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Le nombre d'enseigne, placée le long des voies de circulation bordant l'immeuble dans lequel est exercée l'activité signalée, est limité à un.

POUR TOUT RENSEIGNEMENT :

Direction départementale des territoires de la Nièvre

Publicité, Enseignes, Pré-enseignes

2, rue des Pâtis
BP 30069
58020 NEVERS CEDEX

Téléphone :
03 86 71 71 71
ddt-publicite@nievre.gouv.fr

JUIN 2019

EN ROUTE VERS
LES VILLAGES DU FUTUR

COMMERÇANTS & ARTISANS DE DEMAIN

POUR VOUS ACCOMPAGNER DANS VOTRE PROJET

Pays Nivernais Morvan

tél. 03 86 22 45 51
pays@nivernaismorvan.net

Préconisations architecturales (bâti, façade)
CAUE de la Nièvre
tél. 03 86 71 66 90
caue58@wanadoo.fr

Parc naturel régional du Morvan
Olivier THIEBAUT
tél. 03 86 78 79 22
olivier.thiebaut@parcdumorvan.org

Direction départementale des territoires de la Nièvre
Publicité, Enseigne, Pré-enseigne
tél. 03 86 71 71 71
ddt-publicite@nievre.gouv.fr

LA PUBLICATION DE CE GUIDE EST SOUTENUE PAR

PAYS NIVERNAIS MORVAN

Communauté de communes Amognes Cœur du Nivernais

Bazois Loire Morvan COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

MORVAN sommets & grands lacs communauté de communes

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES TANNAY BRINON CORBIGNY

Haut Nivernais Val d'Yonne

Parc naturel régional Morvan

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

LEADER

Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural : l'Europe investit dans les zones rurales

RÉGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE