

## Les enseignes noires et l'exemple des de Boucheries Charcuteries l'Eure

Comme d'autres commerces, les boucheries-charcuteries connaissent des évolutions liées aux modes.

Au XIXe siècle, les couleurs typiques sont le vert sapin et le bordeaux comme il est encore possible de le voir sur la photographie ci-dessous.



Un remerciement à cet habitant de Verneuil sur Avre qui a su allier ses compétences en peinture à son respect du patrimoine en restaurant avec les couleurs de l'époque cette belle vitrine de boucherie. On en retrouve également à Conches-en-

Ouche.

Puis, progressivement au cours du XXe siècle, les couleurs se sont stabilisées autour du marron et du rouge. La charcuterie devait être vue de loin. Les vitrines avec des lettrages gothiques et ces couleurs sont encore très présentes mais elles commencent à être supplantées par la couleur noir. Pourquoi le noir ? Eh bien parce que le noir évoque le luxe et que les étals de viande sont donc plus précieux si leur coffret est noir. **Le seul problème est que cette idée des vitrines et enseignes noires très à la mode est aussi celle qui guide les boulangers, les poissonniers, les pharmacies, les notaires, les fromagers, les cafés, les fleuristes, les restaurants, les bars... bref tous les commerces actuels. Or, les centres anciens constituent des endroits à la qualité urbaine s'exprimer aussi par la diversité.** Le fait que tous les commerces veuillent devenir noirs conduit à une banalisation de l'espace public et surtout que l'on ne puisse plus reconnaître un commerce d'un autre de loin (et même de près).

Si je veux acheter du pain, l'oeil occidental va chercher des devantures jaune, rouge ou marron. Si je veux acheter des fleurs, je vais aller vers les verts. Pour le médical (pharmacie, clinique vétérinaire...), je vais aller vers le blanc... toutes les couleurs sont associées à des produits. Prenons l'exemple d'un fleuriste qui voulait s'implanter face à une maison de retraite et qui prenait la place d'un magasin de pompes funèbres. Ils voulaient être en noir et il a fallu quelques minutes de discussion pour qu'ils se rendent compte que le message envoyé à leur future clientèle n'était pas le bon et qu'il fallait au contraire avoir une façade joyeuse dans les tons verts légers.

Au pire, allez vers un gris coloré, cela permettra de conjuguer les différents enjeux liés à la vie commerciale en centre ancien.

