

CHARTRE DES DEVANTURES ET ENSEIGNES COMMERCIALES

VILLE DE LA TOUR DU PIN

Sources :

Code de l'environnement

Réglementation Nationale de la publicité extérieure

Plan Local Urbanisme en vigueur

Etude patrimoniale de la ville La Tour du Pin

1. Objet de la démarche »

L'embellissement de la Tour du Pin applique par une valorisation du patrimoine de la ville et l'amélioration de sa dynamique commerciale. A ce titre, une harmonisation des rez-de-chaussée commerciaux et un traitement de la pollution visuelle, s'avèrent nécessaires.

La présente charte a pour objet d'encadrer les projets de réalisation et réhabilitation des devantures commerciales et leurs éléments complémentaires, fonctionnels et publicitaires.

Cette démarche vise donc à orienter les commerçants et propriétaires de murs commerciaux dans leurs démarches, dans une logique d'accompagnement des porteurs de projets.

2. Périmètre d'application

Cette charte est applicable sur la commune de la Tour du Pin, en conformité avec l'architecture locale de la rue ou du lieu, selon co-visibilité ou non avec un monument historique et les différentes règles d'urbanisme en vigueur.

Le présent document pourra faire l'objet d'une annexe au PLU de la Ville de la Tour du Pin.

3. Préconisations générales

- Préserver l'harmonie des ensembles urbains
- Préserver le centre ancien et son patrimoine
- Respecter l'identité historique de l'immeuble

Règlementation

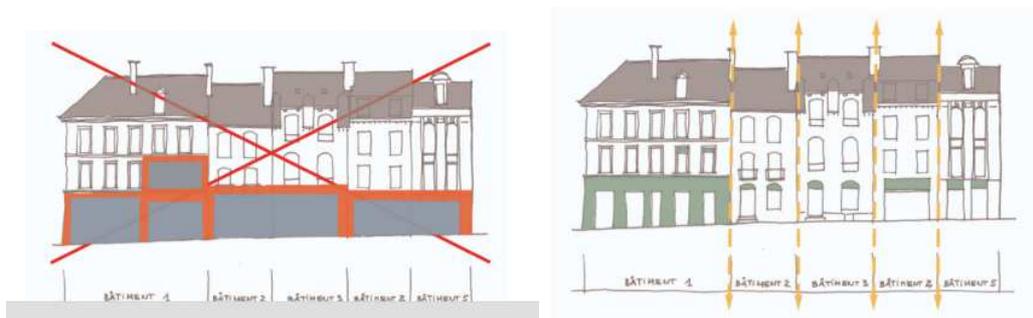
1. Composition des façades

Les devantures respecteront le parcellaire de la rue, même si un commerce occupe plusieurs façades successives.

La façade et le percement des vitrines respectent l'alignement et la composition d'origine.

Les façades des magasins occupent uniquement le rez-de-chaussée des immeubles.

Dans les cas où le local commercial est situé en angle de rue, une enseigne en bandeau par rue peut être autorisée.



Dans tous les cas où cela sera possible, il y aura lieu de remettre en valeur la structure même des points porteurs de l'immeuble (pierre de taille, linteaux, plate-bande...) avec vitrine en retrait par rapport au nu de la façade ou des matériaux encadrant la vitrine.



2. Les enseignes

Les commerces doivent se limiter à une enseigne en bandeau. Les enseignes en drapeau seront étudiées au cas par cas, mais principalement autorisées dans des rues de transit (rue d'Italie, bd Gambetta...).

L'enseigne est placée uniquement sur l'édifice où s'exerce l'activité.

Quel que soit le type d'enseigne, celle-ci est obligatoirement située dans la hauteur du rez-de-chaussée de l'immeuble, même si l'activité commerciale est exercée au premier étage.

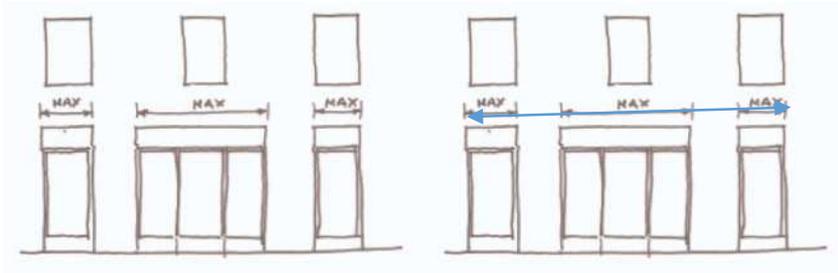
Elles doivent respecter les éléments d'architecture existants (encadrements, moulures...).

Les enseignes à écran sont interdites, de même que les enseignes lumineuses, sauf dans le cas des activités réglementées (ex : pharmacies, tabac...).

2.1 L'enseigne en bandeau

Emplacement :

- L'enseigne est disposée à plat sur le mur de façade du commerce.
- Elle est fixée au-dessus de la vitrine sans débordement latéral.



Composition :

- L'enseigne est composée prioritairement de lettres découpées (voir exemples ci-dessus) avec un retrait de 2,50 cm.

Taille :

- La hauteur des caractères sera adaptée aux caractéristiques du local.
- Dans le cas d'une grille ou rideau métallique roulant dont le caisson est placé en saillie de la façade, l'enseigne doit constituer son habillage sans excéder 2.5 cm de saillie supplémentaire.

2.2 L'enseigne en drapeau

Emplacement :

- L'enseigne en drapeau est fixée perpendiculairement à la façade.
- Elle est alignée sur l'enseigne en bandeau.

Composition :

- Seules les activités de pharmacie et tabac sont autorisées à recourir à une enseigne lumineuse (voir règlement de la publicité extérieure).
- Leur taille ne peut être supérieure à 50 cm X 50 cm.

Restriction :

Les enseignes drapeaux ont pour vocation d'améliorer la visibilité auprès des véhicules. Elles n'ont donc plus d'existence légitime dans les rues de desserte (ex : rue piétonne).

C'est pourquoi, il est préférable de les enlever dans ces rues (exception faite de l'activité de pharmacie et tabac).

De même, dans les rues de transit, il est souhaitable d'abaisser les existantes et de réduire le nombre des enseignes en drapeaux à une par commerce.

Les enseignes en drapeau type fer forgé seront conseillées, notamment dans le centre historique de La Tour du Pin.

Modèles conseillés :





2.3 Le logo

- ne doit pas être disproportionné par rapport à la taille de l'enseigne dans son ensemble.
- Le dossier se verra refuser si le dessin est inadapté (trop détaillé, en inadéquation avec l'activité commerciale...) ou clignotant.
- Le nombre de logos est limité à un seul par enseigne.



3. LES MATERIAUX

Concernant les devantures, une priorité est donnée à la conservation et à la restauration des devantures anciennes en respectant le décor de la rue et l'unité du décor urbain :

- L'emploi à nu, à l'extérieur de matériaux fabriqués en vue de recouvrir d'un parement ou enduit est interdit sur les bâtiments et les éléments annexes.
- L'emploi d'autres matériaux peut être autorisé sous réserve de s'intégrer dans le site et de ne pas reproduire de types ou modèles étrangers à la région.
- Les matériaux utilisés doivent être durables (bois notamment).



4. LES CODES COULEURS

4.1 La devanture

La coloration constitue un point très important de la mise en valeur des bâtiments. Elle participe aux facteurs de commercialité d'un centre-ville dans la mesure où elle influe sur l'ambiance de ses rues.

- Les couleurs vives sont à proscrire ou à utiliser de manière très limitée.
- L'usage de revêtements blancs est déconseillé, voire interdit dans le périmètre des Monuments Historiques (Maison des Dauphins, Château de Tournin...). La ville préconise, dans la mesure du possible :
 - la couleur d'origine pour la devanture,
 - ou celle du bâtiment dans son ensemble (voir nuancier au service urbanisme *ou voir sur site internet de la ville : www.latourdopin.fr*)
 - ou à défaut une couleur neutre, toujours dans un souci d'harmonisation de l'ensemble des bâtiments de la rue ou du quartier.

Cette mesure concerne toute application de couleur pour les enduits de fond, les ferronneries, encadrements de baies, les menuiseries, les portes d'entrées, les volets et portes de garage...



4.2 L'enseigne

Il convient de privilégier les fonds de couleurs neutres avec écriture foncé ou inversement. Seul un élément vif mineur et isolé de l'enseigne (tel que logo) pourra être autorisé.

5. LES CARACTERES D'ECRITURE

Une police de caractères élégante, précise, lisible et adaptée à l'activité commerciale est recommandée sur l'enseigne et les inscriptions faites sur les vitrines.

Exemples de polices :

- Calibri
- Trebuchet
- Century gothic
- Bookman Old Style
- Kalinga
- Lucida console
- Segoe UI
- ...

6. LES SEUILS DE PORTES

- Les matériaux de type carrelage sont déconseillés, mais pourront être tolérés au cas par cas.
- Un matériau simple, discret et d'aspect mat est la meilleure liaison entre le commerce et la rue.
- Les seuils doivent être conformes aux normes PMR (Personnes à Mobilité Réduite) en vigueur.



7. LES STORES

Les marquises et auvents sont interdits. Dans la mesure du possible, ceux existants devront être enlevés. Par ailleurs, les stores sont déconseillés (image vieillissante). Il est préférable de privilégier les vitres anti UV, sauf pour les commerces de bouche avec consommation sur place.

Ils ne peuvent être installés que si :

- les façades donnent sur un trottoir ou une place piétonne.
- leur structure est plate et faiblement inclinée pour ne pas occulter la perception générale de l'architecture et la visibilité de la vitrine
- ils sont insérés dans la largeur de chaque vitrine et laissent visible l'enseigne (store à insérer sous l'enseigne).
- ils n'ont pas un caractère permanent. Ils seront repliés chaque soir.

Les stores sont interdits à l'étage.

8. L'ECLAIRAGE

- L'éclairage extérieur du point de vente devra être assuré par un dispositif faisant partie intégrante de la composition de la devanture. Il ne peut être ajouté en sus.
- Les enseignes lumineuses sont interdites, sauf pour les activités ouvertes la nuit et celles réglementées. Les installations définitives de type guirlandes lumineuses sont proscrites quelle que soit l'activité, sauf durant les périodes festives (noël, 8 décembre...).

9. LES SYSTEMES DE FERMETURE

- Les vitrages anti-effraction de type « verre-sécurité » sont encouragés.
- L'usage de rideaux métalliques est autorisé. Les structures en maille laissant entrevoir l'intérieur des vitrines sont à privilégier. Les caissons seront localisés à l'intérieur de la cellule.

10. LES EQUIPEMENTS D'ENERGIES RENOUVELABLES

Les dispositifs de type pompes à chaleur, climatiseurs ... sont interdits sur les façades ou ouvertures donnant sur le domaine public ou sur une voie publique, à moins d'être intégrés dans la façade.

11. LES AFFICHAGES

Les affichages sur surfaces vitrées :

- Ils doivent être limités et ne pas gêner la visibilité intérieure du point de vente.

Dans le cas d'un commerce vacant, la vitrophanie est autorisée sur décision du maire sous réserve qu'elle permette de modéliser un futur point de vente en trompe l'œil.

Les pré enseignes :

- Elles sont interdites sur le domaine public pour les villes de moins de 10 00 habitants, sauf les activités réglementées (voir règlement de la publicité extérieur).

La publicité :

- Elle est interdite sur les équipements publics (lampadaires, panneaux de signalisation, etc), les garde-corps, balcons et balconnets, les arbres...

- Elle est également interdite sous forme d'objets publicitaires ou de tous procédés faisant apparaître des inscriptions, formes ou images publicitaires sur le domaine public (trottoir, chaussée...), sous forme d'écran...

« La réglementation de la publicité extérieure » fait par le ministère de l'écologie.
http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pratique_-_la_reglementation_de_la_publicite_exterieure-2.pdf

La signalétique :

D'autres outils permettent l'identification et le fléchage des activités commerciales. Un programme de micro-signalétique permettant de promouvoir votre commerce sur l'ensemble du territoire des Vallons de la Tour est porté par la Communauté de communes.

Communauté de Communes des Vallons de la Tour
Pôle développement économique
38110 La Tour du Pin
Tél : 04 74 96 79 31



12. OBLIGATION D'ENTRETIEN

La devanture doit être maintenue en bon état de propreté et de fonctionnement.
Il en va de même pour les composants constituant la devanture : rideau de fer, vitrine, enseigne....

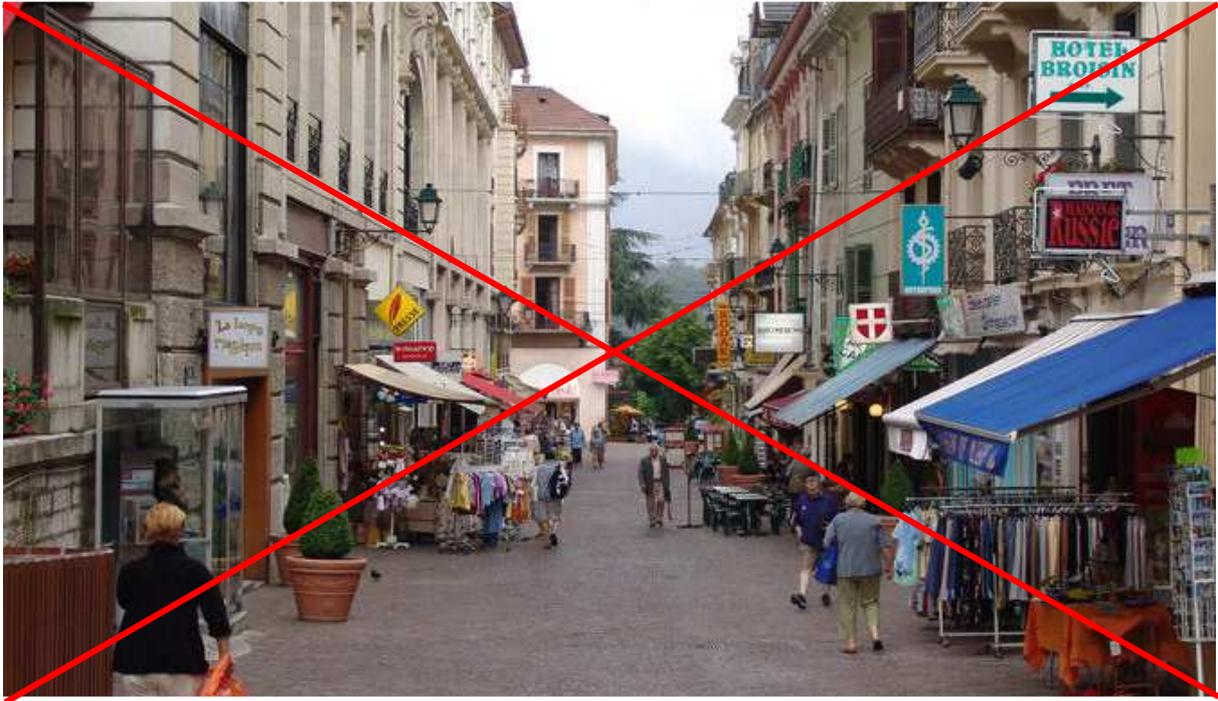
**Le locataire est responsable du bon entretien de la devanture durant tout l'exercice de son activité.
En cas de fermeture du commerce, le locataire doit démonter l'ensemble des visuels (enseigne, enseigne drapeau ; inscriptions sur les vitrines...)**

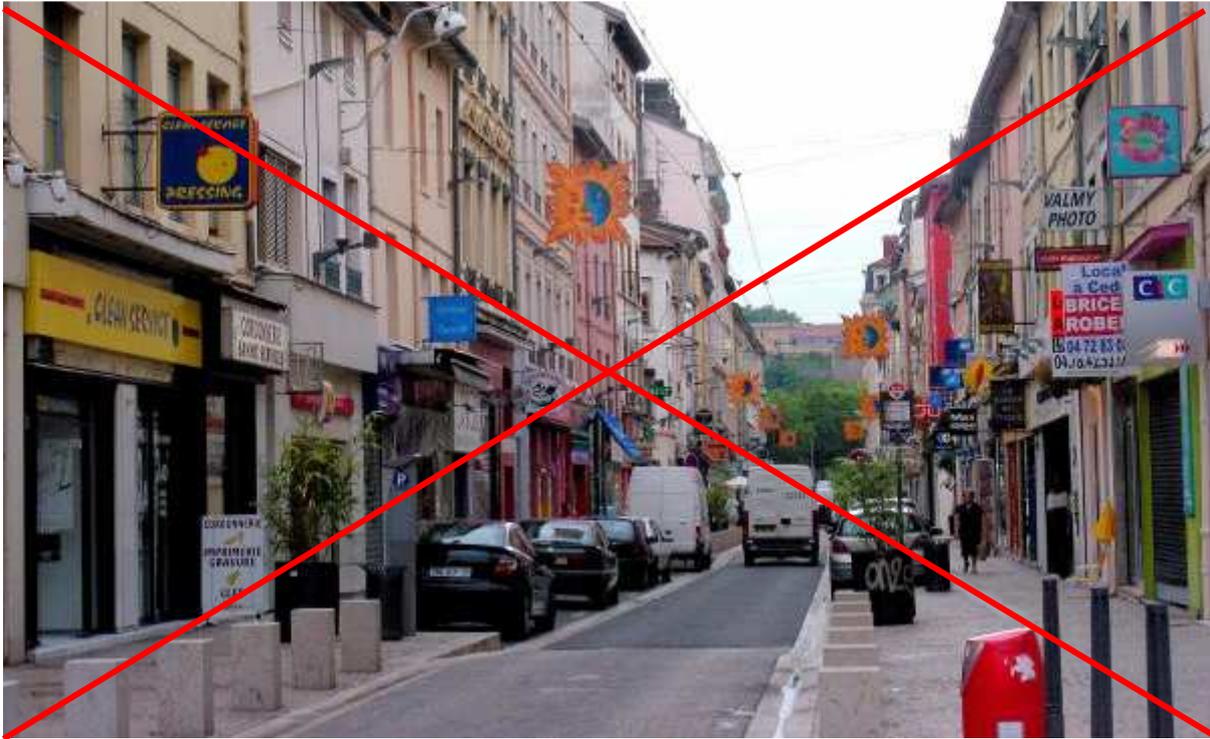
En cas de vacance, c'est au propriétaire d'assumer ces responsabilités.

13. HARMONISATION SOUHAITEE

En conclusion, la ville de La Tour du Pin a pour objectif de moderniser le centre-ville et d'accroître son attractivité. Vous trouverez ci-dessous des exemples concrets.

Centre-ville vieillissant, moins attractif





Centre – ville modernisé et rénové, donc plus attractif





14. LES DEMARCHES ADMINISTRATIVES

Délai

Le délai d’instruction de votre dossier est d’UN ou DEUX MOIS en fonction de la situation géographique, suivant la réception de votre dossier. En l’absence de réponse de l’administration dans ce délai, l’autorisation est réputée accordée dans les termes où elle a été demandée.

Toutefois, dans le mois qui suit le dépôt de votre dossier, l’administration peut demander une ou plusieurs pièces complémentaires à votre dossier, qu’il vous convient de produire dans un délai de trois mois suivant la réception de ce courrier.

En cas de non transmission des informations, pièces et documents manquants dans ce délai, la demande fera l’objet d’une décision tacite de rejet.

Lorsque le dossier est réputé complet, dans le délai imparti, un arrêté accordant ou non la demande est adressé au pétitionnaire.

Pièces justificatives

Dans le dossier, il convient de joindre :

- le formulaire
- un plan de situation
- une photo de l'extérieur du local avant travaux
- une photo du bâtiment dans son ensemble
- une photo de la rue montrant le local
- un croquis, dessin, image 3D, montage photo, **en couleur**, du projet.
- Les matériaux et dimensions envisagés

L'évaluation du dossier soumis à instruction se fait dans son ensemble, selon l'environnement architectural des lieux d'implantation du commerce.



Contacts :

Mairie de La Tour du Pin

Rue de l'hôtel de ville

38110 La Tour du Pin

Service urbanisme : 04.74.83.24.43

Service commerce : 06.84.54.70.30

LEXIQUE :

Devanture commerciale

Ensemble des éléments architecturaux composant la façade d'un commerce, à savoir : la baie, son encadrement, le bandeau formant l'enseigne horizontale, le système de fermeture ainsi que l'éclairage.

Façades

Face extérieure principale du bâtiment

Saillie

Distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade (alignement)

Corniche

Ornement en saillie sur un mur destiné à le protéger de la pluie

Baie

Ouverture dans un mur intégrant les portes, fenêtres, vitrines...

Auvent

Avancée en matériaux fixes, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Marquise

Auvent vitré fixe composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine

Seuil de porte

Liaison entre l'espace public (la rue ou le trottoir) et l'espace privé (le commerce)

Vitrine

Espace aménagé d'un point de vente rendant visible l'intérieur du commerce depuis la voie publique

Pré enseigne

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée

Enseigne

Inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

On distingue l'enseigne en bandeau (ou frontale) qui est fixée parallèlement à la façade, et l'enseigne en drapeau qui est fixée perpendiculairement à la façade.

Logo

Graphisme représentant une marque ou une société

Publicité

Support de communication permettant à une entreprise de promouvoir son activité, ses produits et/ou savoir-faire.

Micro-signalétique

Panneaux directionnel installé sur l'espace public mentionnant le nom

Vitrophanie

Adhésif occultant apposé sur une vitrine