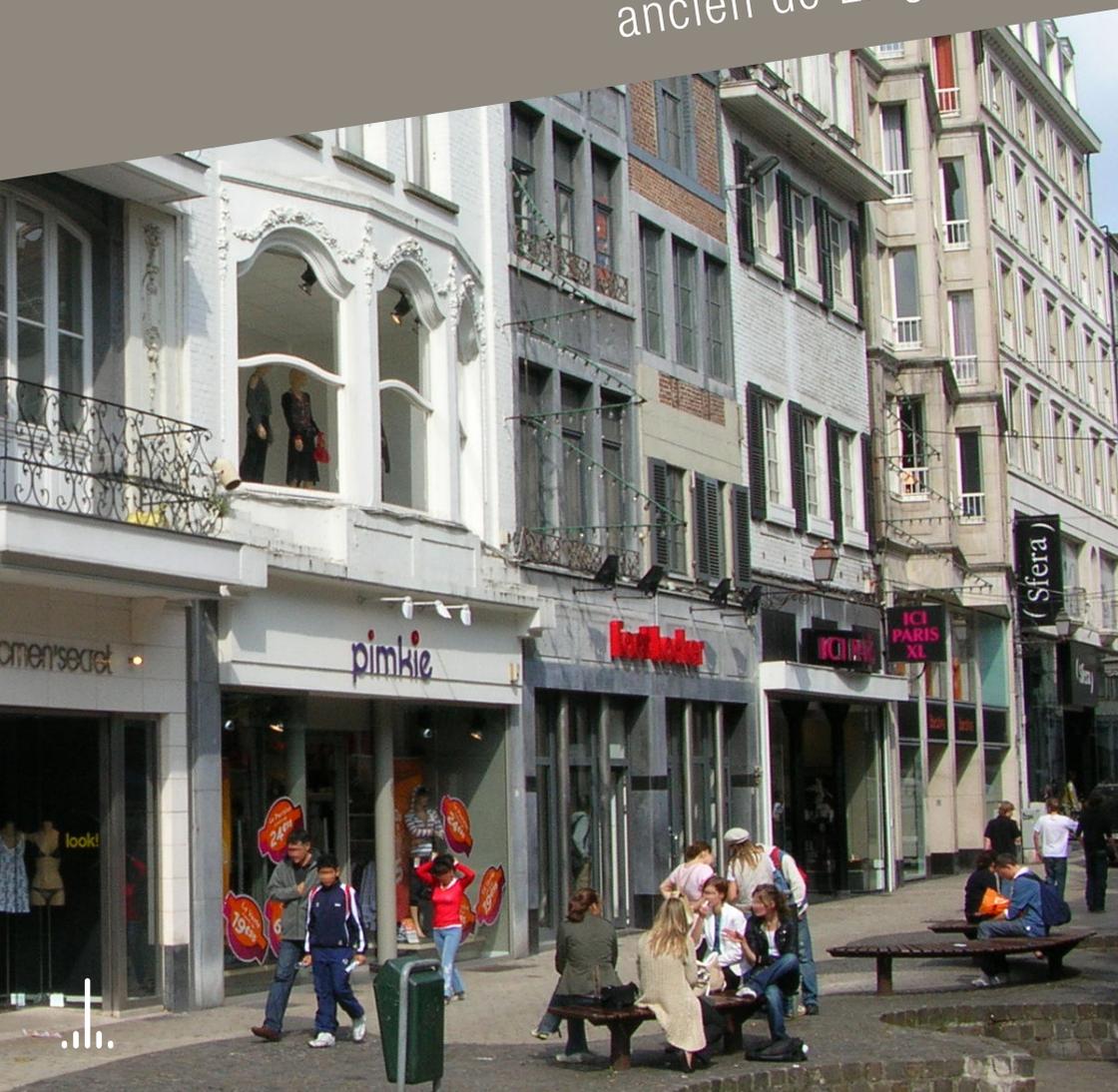


Les façades commerciales dans le centre ancien de Liège



Rédaction et mise en page : Département de l'Urbanisme de la Ville de Liège
Crédits photographiques : Département de l'Urbanisme de la Ville de Liège
Impression : CIM - Ville de Liège
Édition : décembre 2015

Préambule

Depuis une quinzaine d'année, la Ville de Liège s'est engagée dans une politique volontariste de redynamisation de son centre-ville. Par exemple, de nombreux investissements ont été réalisés pour réaménager les places, les espaces verts, les équipements touristiques et les bâtiments culturels. Parallèlement, de nombreux projets de requalification initiés par le secteur privé ont été soutenus par les autorités communales.

«...le centre ancien protégé de Liège est le plus étendu de Wallonie...»

Par les produits originaux qu'ils proposent et l'animation qu'ils génèrent, les magasins sont une composante essentielle de cette vitalité du centre-ville. Une démarche d'embellissement et d'amélioration de la qualité de leurs façades peut donc renforcer l'attrait de notre ville. Si Liège attire encore plus de visiteurs et de chaland, chaque commerçant en bénéficiera.

Par ailleurs, le centre ancien protégé de Liège est le plus étendu de Wallonie. Nous devons donc tous ensemble travailler à la préservation et à la mise en valeur de ce riche patrimoine, et pour cela maintenir une exigence de recherche qualité.

Par les principes de bon sens rappelés dans cette brochure, nous souhaitons ainsi sensibiliser et informer commerçants et propriétaires sur les bonnes pratiques à suivre. Les services de la Ville par ailleurs en permanence à votre disposition pour vous accompagner dans les différentes démarches.



Table des matières

Importance de la façade commerciale	06
Principes généraux pour la façade	10
Principes généraux pour la devanture	14
Matériaux et couleurs des devantures	16
Accès vers les logements	18
Principes généraux pour l'enseigne	20
Personnalisation de l'enseigne	22
Enseigne parralèle à la façade	24
Enseigne perpendiculaire à la façade	26
Éclairage des enseignes	28
Indications au niveau de la vitrine	30
Système de fermeture	32
Stores extérieurs	34
Étalage	36
Porte-menus et climatiseurs	38
Objets mobiles	40
Démarches	42

Importance d'une belle façade commerciale

La conception de la devanture d'un commerce et le dessin de ses enseignes constituent des facteurs importants de son succès. Il s'agit en effet d'assurer une visibilité au magasin et aux produits exposés en vitrine. La **qualité des aménagements** est déterminante pour l'**attrait** du magasin. Des vitrines ou des enseignes médiocres peuvent en effet dévaloriser l'image du commerce et repousser les clients potentiels. Ainsi, il ne s'agit pas de placer l'enseigne la plus grande ou la plus colorée, mais **l'enseigne la plus efficace** pour attirer la clientèle.



« Concevoir une enseigne de qualité était pour nous quelque chose d'important : notre magasin attire plus le regard et les clients sont plus tentés d'y entrer. »

« J'ai assisté à une nette augmentation de la fréquentation de mon magasin depuis l'aménagement de la nouvelle devanture. »

Les devantures commerciales et les enseignes exercent un rôle important dans la qualité d'ensemble du **centre ancien protégé**. Afin de préserver la **cohérence** des rues historiques, ces éléments doivent donc être conçus avec soin, tant au niveau des formes que des matériaux, des couleurs ou du graphisme. En cas de transformation, il est en outre capital de maintenir la **cohérence du style architectural** de l'immeuble et de rechercher une **harmonie avec les devantures voisines**.

Attention : comme il modifie l'aspect de la façade, tout nouveau projet de devanture commerciale doit faire l'objet d'un permis d'urbanisme, même s'il s'agit seulement de modifier la couleur ou de placer une enseigne. Certains éléments nécessitent par ailleurs une autorisation d'occupation du domaine public (voir le point « Démarches »).

Dans le guide, les obligations qui découlent des réglementations régionales et communales sont encadrées (règles urbanistiques, règles de police pour l'occupation du domaine public, règles de sécurité, règles environnementales).



Des devantures de qualité médiocre et des enseignes anarchiques engendrent une ambiance de quartier commercial en déclin et de faible niveau qualitatif



Des devantures commerciales respectueuses du patrimoine et des enseignes de qualité renforcent le dynamisme de l'espace commerçant

Principes généraux pour la façade

L'embellissement de la vitrine ou de l'enseigne n'a qu'un faible impact si le reste du bâtiment conserve un état médiocre. Quelques règles générales sont à suivre pour une mise en valeur de l'ensemble de la façade. A ce sujet, la lecture de la brochure « Embellir sa façade – Les bonnes pratiques » est également conseillée.

- Les façades (y compris les devantures commerciales et les enseignes) doivent être maintenues **en harmonie avec le cadre** du centre ancien protégé.

- La **hauteur des corniches et toitures** doit être **en équilibre** avec les constructions voisines.

- Les matériaux doivent s'apparenter aux **tonalités des matériaux traditionnels**.

- **L'inclinaison des toitures est continue et parallèle** à celle des constructions contiguës.

- Tous les aménagements réalisés dans le cadre du commerce respectent les **lignes de composition** de la façade et présentent une **cohérence d'ensemble**. La lecture de la façade doit être conservée et les travaux conçus dans un esprit de réversibilité.

- De manière générale, l'**entretien** est toujours privilégié et la **réparation** est préférée au remplacement.

- Le meilleur procédé de **nettoyage** est celui qui est le moins agressif possible. La méthode la plus appropriée est choisie en fonction des contraintes particulières de chaque façade. Il faut veiller à garder intactes les **pierres** moulurées et sculptées et à ne pas altérer la patine naturelle des matériaux. Il en est de même pour les **briques** et le jointoiement, qui sont autant de composantes particulièrement fragiles.

- Les **teintes** des différents matériaux doivent s'accorder. Les anciennes **maçonneries de briques** peuvent être mises en valeur et protégées par l'application d'un **badigeon** ou d'un **enduit peint**, choisi sur base de critères historiques. La chaux naturelle ou les peintures minérales sont à privilégier. Moyennant test préalable, des vernis mats incolores peuvent aussi être envisagés comme moyens d'hydrofugation.



Porte et châssis contemporains intégrés dans une façade historique dont les pierres ont été nettoyées par un procédé non agressif. Les châssis de l'étage s'inspirent des formes traditionnelles.



Recomposition d'une devanture commerciale au rez-de-chaussée en prolongeant les axes porteurs de charges des étages. La même pierre calcaire est employée que celle présente au niveau des étages.



Façades restaurées. Les vitrines verticales respectent les lignes de composition de la façade. Un badigeon de teinte claire a été placé sur les briques, dont la teinte s'accorde avec la couleur grise des pierres.

- Deux philosophies de **transformation** peuvent être considérées :

- > la **restitution à l'identique** de la situation d'origine ;

- > l'**incorporation d'éléments** contemporains de qualité,

intégrés au reste de la façade et au contexte des bâtiments voisins. Le rythme d'origine de la façade doit être conservé.

- L'idéal est de conserver et d'entretenir les **châssis** d'origine. En cas de remplacement, les nouveaux châssis adoptent des formes et des teintes respectueuses de l'équilibre de la façade. Leurs matériaux sont de qualité.

Les petits éléments qui dévalorisent la façade doivent être évités : vieilles enseignes sans rapport avec la nouvelle activité, fenêtres cassées, corniches détachées... La qualité (ou son absence) se remarque en effet dans les détails.

- Les **éléments rapportés** sont **mis en ordre** : les boîtiers d'alarme, câbles électriques et câbles téléphoniques sont idéalement enterrés ou masqués. Si ce n'est pas possible, ils sont rassemblés dans un endroit discret.

- Les **éléments** accrochés aux façades devenus **inutiles** sont **enlevés** : enseignes obsolètes, baffles musicaux...



Conservation de la structure et des châssis de la vitrine ancienne. Intégration d'une nouvelle enseigne respectueuse.



Enseigne *cache-misères* à supprimer



Câbles et boîtiers parasites à rassembler et à masquer



Éléments contemporains (vitrage jusqu'au sol, porte d'accès vers les étages résidentiels) intégrés à des parties anciennes conservées (piliers en pierre)

Principes généraux pour la devanture

La devanture d'un commerce doit être de qualité pour attirer le regard. Elle doit mettre en valeur la spécificité du commerce tout en s'intégrant aux valeurs d'ensemble du centre-ville.



----- Niveau de plancher du 1^{er} étage



Espace limité de l'aménagement commercial

- La devanture commerciale est **limitée au rez-de-chaussée** : elle ne peut dépasser en aucun cas le niveau du plancher du premier étage.

- Les portes accessibles au public doivent s'ouvrir dans les deux sens ou, dans la mesure du possible, dans le sens de la sortie. Les portes à rue ne peuvent s'ouvrir en empiétant sur la voie publique. Leur largeur utile est d'au moins 90 cm.

- La nouvelle devanture est conçue avec soin, dans les détails. Elle **respecte l'organisation générale de la façade** : orientation des baies, rythme des divisions verticales, style général, matériaux et teintes, découpage parcellaire (respect des limites entre immeubles)...

- Les **éléments d'intérêt patrimonial** sont au maximum préservés et rénovés : soubassement en pierre, parties sculptées, décors en marbre ou pierre bleue, menuiseries ouvragées, colonnes de fonte, vitraux, sols en mosaïque...

- Les **vieilles enseignes** en pierre peuvent être remises en couleur, sur base d'études préalables et en concertation avec les services compétents de la Ville de Liège et du Service public de Wallonie.



Composition d'un nouveau rez-de-chaussée commercial en fonction de la partie supérieure de la façade : restitution des axes porteurs de charge des étages, utilisation de la pierre calcaire.



Agrandissement d'anciennes fenêtres vers le bas : maintien des trumeaux (axes porteurs de charge) et nouvelles pierres d'encadrement de même style que les pierres existantes.



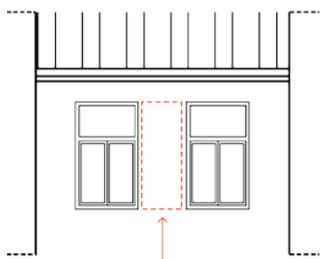
Préservation des éléments patrimoniaux d'anciennes devantures : vitrines et décors en bois ou en pierre, enseignes en céramique ou mosaïque...

Dans le bâti ancien, la notion de verticalité doit être renforcée. Les vitrines sont conçues suffisamment hautes, car les maçonneries trop massives entre le rez-de-chaussée et le premier étage déséquilibrent et alourdissent les proportions de la façade. La typologie de l'immeuble et le rythme de sa composition tant horizontale que verticale doivent servir de référence.

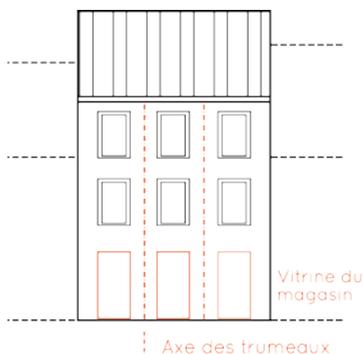
- Les **axes porteurs de charge** (séparations verticales en maçonnerie aussi appelées 'trumeaux') doivent être **conservés**. S'ils ont disparu, leur restitution peut être imposée, dans l'axe des trumeaux du premier étage.

- La création de **garages** à l'emplacement d'un commerce existant n'est **pas admissible**, car elle est en contradiction avec ce principe des axes porteurs de charge et de manière plus générale avec l'harmonie du centre ancien.

- En cas de **division** d'un espace commercial ou de **fusion de cellules** commerciales voisines, la **trame parcellaire** doit être **respectée** : les devantures doivent refléter le rythme de succession des façades, tout en tenant compte de leur identité propre. La largeur des façades ne peut être modifiée que moyennant une décision motivée du Collège communal.



Un trumeau est le pan de façade compris entre 2 baies



Axe des trumeaux

Schéma d'après : Brochure du Service public de Wallonie : « Les rez-de-chaussée commerciaux : quel impact sur l'image et le développement de la ville ? »



☹ Vitrine trop basse, façade déséquilibrée



☹ Mauvais exemples de gestion des rez-de-chaussée, avec non respect du rythme parcellaire : une devanture s'étend sur plusieurs façades (photo de gauche) ou une façade est découpée en plusieurs devantures (photo de droite)

Matériaux et couleurs des devantures

- Les **tonalités** des **matériaux** doivent s'apparenter à celles des matériaux **traditionnels**.

Les matériaux et les couleurs des éléments de la devanture doivent être choisis avec soin en fonction du style et des matériaux du reste de la façade. Il s'agit à nouveau d'affirmer l'identité du magasin tout en respectant l'architecture du bâtiment. Une harmonie avec les devantures voisines doit aussi être visée.

- La **palette de couleurs** est définie en fonction des matériaux et du style de la façade, ainsi qu'en fonction de la tonalité des devantures voisines. Elle doit viser une harmonie avec le contexte. Les couleurs trop vives et saturées sont évitées au bénéfice des tonalités traditionnelles, sobres et plus neutres : par exemple, les gammes de gris clairs, blancs, rouge bordeaux, bleus foncés...
- Les **matériaux** des devantures sont de **qualité** et durables : bois peint ou vernis, métal, acier, verre... Les matières plastiques d'aspect médiocre et les matériaux d'imitation (fausses briques ou fausses pierres) sont fortement déconseillés.
- Il est recommandé de **ne pas multiplier différents matériaux** sur une même devanture.
- Les **caissons cache-misère sont rarement adéquats**, car ils dégradent le bâtiment sur le plan esthétique et technique.



Structure de la devanture composée par des pierres calcaires traditionnelles



Intégrations de matériaux contemporains de qualité, aux teintes sobres : verre, métal, bois, panneaux en résine...



Éléments contemporains (vitrine centrale sur un châssis métallique, portes) intégrés à des parties anciennes conservées (piliers de fonte et encadrements en pierre)

Accès vers les logements

Les étages sans accès indépendants sont utilisés comme réserve, voire même laissés à l'abandon. Cet état d'inoccupation entraîne une dégradation du bâti, une dévalorisation du patrimoine historique et des risques en matière de sécurité. L'absence d'habitants en soirée empêche un contrôle social et renforce le sentiment d'insécurité. A l'inverse, la rénovation ou la création de logements entraîne une spirale positive : animation nocturne, contrôle social, potentiel de clientèle locale augmenté, rénovation du patrimoine immobilier...

- Pour encourager la présence d'**habitants** dans les rues commerçantes, les **entrées indépendantes** vers les logements situés dans l'immeuble commercial doivent être maintenues. Si elles sont absentes, leur création doit être envisagée.
- L'aménagement des accès aux logements doit s'inscrire dans le respect des **règles de composition générales** de la façade : respect des divisions verticales, harmonisation des structures et des matériaux avec ceux de la devanture commerciale...
- Véritables « nids à crasses », les **sas en recul** par rapport à l'alignement des façades sont **déconseillés**, sauf s'il n'y a pas d'autre solution pour créer une entrée indépendante. Dans ce cas, l'accès au sas peut être fermé en soirée par le placement d'une porte ou d'une grille à mailles fines placée dans l'alignement de la rue.
- Certaines **primes** visent directement l'aménagement d'accès indépendants vers les étages, comme la prime à l'embellissement de la Région wallonne (majoration) ou la prime communale à l'embellissement des façades dans les linéaires commerçants prioritaires (voir le point « Primes »).



Création d'un sas donnant sur deux portes : une pour l'entrée du magasin, l'autre pour l'accès vers les logements des étages. Le sas est fermé en soirée par une grille.



Maintien de l'entrée indépendante vers les étages résidentiels

Principes généraux pour l'enseigne

L'enseigne est une composante importante de l'identité d'un commerce. Si elle est traitée avec soin, elle peut convaincre les clients d'y entrer. Attention que trop 'd'info tue l'info' : de grandes enseignes aux couleurs criardes peuvent a contrario agir comme repoussoir. Une enseigne visible mais sobre est souvent plus efficace.

- Les inscriptions des enseignes se rapportent uniquement au **nom du commerce** ou à l'activité qui y est exercée. Elles ne peuvent pas comporter d'indications publicitaires.

- Les enseignes ne peuvent être placées que dans certains emplacements repris sur le schéma ci-contre. Elles ne sont par exemple **pas admises en toiture, sur les balcons, sur les garde-corps et devant les baies des étages.**

- Le traitement de l'enseigne doit répondre à plusieurs **objectifs généraux** :
 - > Assurer une bonne **visibilité** de chaque commerce individuellement.
 - > **Ne pas écraser** ou masquer les commerces voisins.
 - > **Préserver** la lisibilité de l'architecture des façades.
 - > **Viser une harmonie** des enseignes d'une même rue.

Les zones possibles pour l'enseigne :

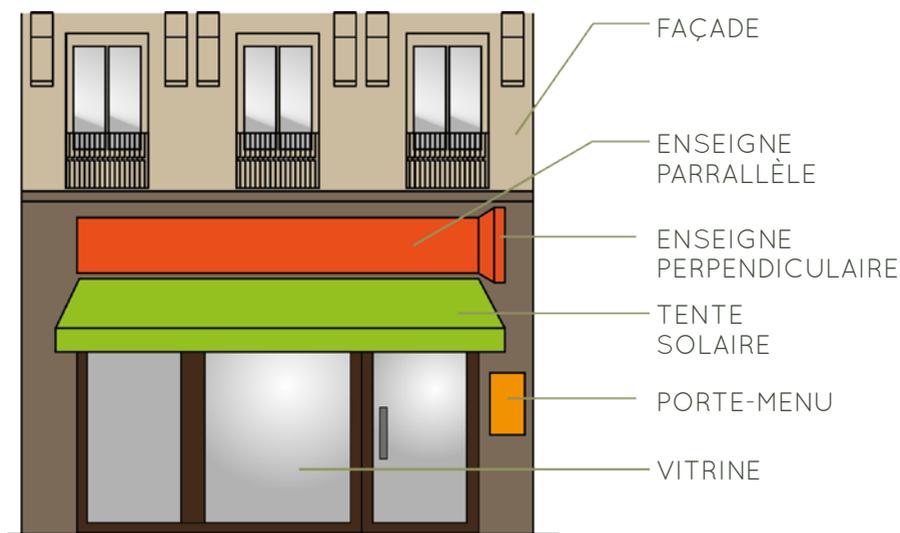


Schéma d'après la brochure de l'agence Atrium « Bruxelles Quartier Rouppe – Une nouvelle image »

Personnalisation de l'enseigne

- La **personnalité** du commerce peut se refléter dans le choix du **type de lettrage** (police de caractère). Il est recommandé de :

- > Ne pas utiliser plus de deux polices de caractère.
- > Choisir un style d'écriture **lisible** ; la **simplicité** est dès lors recommandée.
- > Écrire dans une **tonalité en harmonie** avec la couleur de la façade.

Les étages sans accès indépendants sont utilisés comme réserve, voire même laissés à l'abandon. Cet état d'inoccupation entraîne une dégradation du bâti, une dévalorisation du patrimoine historique et des risques en matière de sécurité. L'absence d'habitants en soirée empêche un contrôle social et renforce le sentiment d'insécurité. A l'inverse, la rénovation ou la création de logements entraîne une spirale positive : animation nocturne, contrôle social, potentiel de clientèle locale augmenté, rénovation du patrimoine immobilier...

- L'identité de l'établissement peut également être illustrée par l'apposition conjointe d'un **signe graphique** :

- > Il peut s'agir d'un pictogramme, d'un logo, d'un symbole ou d'un caractère plus grand.
- > La **hauteur** et la **largeur du signe** sont définies en proportion des dimensions du cadre général de l'enseigne.
- > Les **photographies** ne sont pas opportunes dans le centre ancien protégé, car elles ne s'inscrivent pas dans le respect des matériaux traditionnels et confèrent généralement une image de piètre qualité.



Exemples d'enseignes au graphisme de qualité. Le choix de la police de caractère ou l'apposition d'un logo personnalisent le magasin. Les indications sont simples et lisibles. Leur hauteur ne dépasse pas 50 cm. Les tonalités sont en harmonie avec le reste de la façade.

Enseigne parallèle à la façade

Pour respecter l'équilibre de la façade, son organisation et ses lignes de composition doivent être prises en compte dans le choix de la forme de l'enseigne et de sa position.

- L'enseigne ne peut pas dépasser **les seuils** des baies du premier étage.
- L'enseigne ne peut **en aucun cas** être placée **devant des ouvertures**, par exemple devant des fenêtres, sur les balcons ou les garde-corps.
- L'enseigne doit être inscrite dans un rectangle d'une **surface maximale de 3 m²** ou équivalent à maximum un sixième de la surface de la façade pour les petits bâtiments.
- La distance entre les éléments de l'enseigne et le **plan de la façade** doit être **la plus réduite possible**.

- L'enseigne est de préférence placée dans l'espace situé **entre les linteaux** des baies du rez-de-chaussée **et les seuils** des baies du premier étage.
- La hauteur idéale ne doit pas dépasser 70 cm et la largeur 2/3 de la largeur de la façade.
- L'enseigne recommandée est constituée de lettres découpées et de signes d'un dessin simple déposés directement sur la façade de façon à **maintenir apparent le matériau** de parement.
- L'enseigne peut aussi être composée de lettres et signes découpés ou peints, placés sur un **panneau de teinte sobre uniforme** utilisé comme support.
- L'**épaisseur** des lettres ou du panneau est la plus fine possible. Il est recommandé de ne pas dépasser 5 cm.
- Le **système de fixation** est choisi avec soin pour ne pas abîmer les pierres ou briques.
- Une même enseigne **ne s'étend pas sur plusieurs façades**. Si le commerce occupe plusieurs façades, il est possible de placer une enseigne ou partie d'enseigne sur chacune des façades.



Enseignes en lettres détachées d'une hauteur inférieure à 70 cm et d'une superficie inférieure à 3 m². Elles sont placées entre le rez-de-chaussée et le seuil des fenêtres du premier étage. La pierre du parement est apparente.



Lettres détachées placées devant un panneau de fond de teinte uniforme. L'épaisseur des lettres et du panneau est de quelques centimètres.

Enseigne perpendiculaire à la façade

- Pour maintenir les possibilités de passage, les règles suivantes doivent être respectées :

- > L'enseigne est placée à **plus de 2,1 m du sol**.

- > Elle est placée en **retrait d'au moins 50 cm** de la bordure du trottoir.

- > La **largeur de passage libre** d'obstacle dans la rue est de 3,5 m au minimum.

Pour éviter un effet disharmonieux, les enseignes d'une même façade (enseigne parallèle et enseigne perpendiculaire) doivent être conçues sur le même modèle graphique.

- Il est recommandé d'aligner la hauteur de l'enseigne perpendiculaire sur celle de l'enseigne parallèle et d'adopter les mêmes couleurs et la même police de caractère. L'enseigne perpendiculaire ne dépasse pas non plus le niveau des seuils des baies du premier étage.

- La largeur maximale autorisée est de 70 cm (attaches comprises).

- Pour ne pas gêner la vue sur la façade, la surface ne dépasse pas 0,5 m² (attaches non comprises) et son épaisseur (tôle découpée, fer forgé, caisson opaque...) doit être réduite au maximum.

- L'enseigne peut adopter une forme originale, mais doit toujours témoigner d'un maximum de légèreté.

- La distance entre les enseignes et les limites de mitoyenneté est au minimum de 60 cm.

- Fanions et drapeaux volants ne sont pas des enseignes et ne sont pas autorisés.



L'enseigne perpendiculaire est placée entre le rez-de-chaussée et le seuil des fenêtres de l'étage. Elle peut adopter une forme ou un graphisme originaux, mais elle doit toujours faire preuve de légèreté. Son épaisseur est réduite au maximum.



L'enseigne perpendiculaire est placée à la même hauteur que l'enseigne parallèle, dont elle reprend le graphisme.

Éclairage des enseignes

Les enseignes lumineuses doivent respecter la réglementation sur les installations électriques.

Les efforts pour placer une enseigne de qualité peuvent être anéantis par une lumière inadéquate. Le système d'éclairage doit être soigné et étudié en fonction du caractère du bâtiment.

- Les dispositifs techniques sont toujours **discrets** : la source lumineuse est **dissimulée** autant que possible (intégrée à la devanture).
- Les **éléments de fixation** ne peuvent pas abîmer les matériaux de parement (ils ne doivent par exemple pas être perforés).
- Il est recommandé de travailler avec des **lumières blanches** et douces. Les sources lumineuses contrastées ou colorées à l'excès comme les fluo-néons sont à éviter.
- La solution technique la plus recommandée est l'**enseigne rétroéclairée**. Elle éclaire les lettres découpées par l'arrière et les sources de lumière ne sont pas visibles.
- Les **caissons lumineux** ne sont **pas autorisés**. Les caissons opaques dans lesquels seules les lettres sont lumineuses sont par contre admis, pour autant que la largeur du caisson soit réduite au maximum.
- Les éclairages au néon et les **lumières clignotantes ne sont pas autorisés**.



Exemple d'enseigne rétroéclairée : les luminaires sont cachés derrière les lettres découpées.



Croix lumineuse de pharmacie : l'intensité de la lumière est dosée pour éviter l'effet d'éblouissement



Exemples de caissons opaques à lettres lumineuses pour les enseignes perpendiculaires. Les dispositifs techniques et la source lumineuse sont invisibles.

Indications au niveau de la vitrine

Plutôt que d'ajouter des panneaux d'enseignes sur la façade, une solution intéressante peut être de placer des indications sur ou derrière les vitrines. L'enseigne ou le sigle peuvent éventuellement être accompagnés d'autres informations : les services, les marques, l'horaire, les coordonnées téléphoniques ou internet...

- Si les indications placées au niveau de la vitrine modifient l'aspect de la façade, elles doivent également être autorisées par un **permis d'urbanisme**.

- Les indications ne doivent **pas obturer les baies** et elles ne doivent **pas occulter la vue** vers l'intérieur du local commercial.

- Les **formes et teintes** des indications doivent être **en harmonie** avec la façade et le cadre du centre ancien.

- Les **films autocollants** de grande superficie masquant une grande partie des vitrines et / ou modifiant l'aspect de la façade ne sont **pas acceptés**.

- Pour garantir une **incidence visuelle** pertinente des indications collées sur la vitrine, leur taille est limitée. Il est conseillé qu'elles s'inscrivent dans un rectangle qui ne recouvre **pas plus de 1/6 de la surface** de la baie, avec une superficie maximale de 1,5 m²

- Les indications prennent en général la forme de **lettres et signes découpés**. Ces éléments sont collés directement sur la vitrine.

- Des enseignes lumineuses peuvent aussi être placées derrière la vitrine si elles sont cohérentes avec le projet architectural, ne modifient pas l'aspect de la façade et utilisent une lumière blanche douce indirecte.



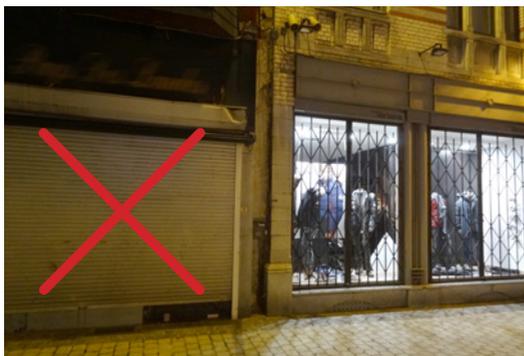
Exemples d'indications judicieuses au niveau des vitrines : composées en lettres et signes découpés, elles ont une superficie maximale de 1,5 m² et n'occulent pas la vue vers l'intérieur de la cellule commerciale. Les formes et les teintes sont choisies en harmonie avec la façade et le cadre du centre ancien. La dernière photo illustre une enseigne lumineuse à base de lumière blanche douce et indirecte.

Système de fermeture

• Si le système de fermeture modifie l'aspect de la façade, un **permis d'urbanisme** est nécessaire.

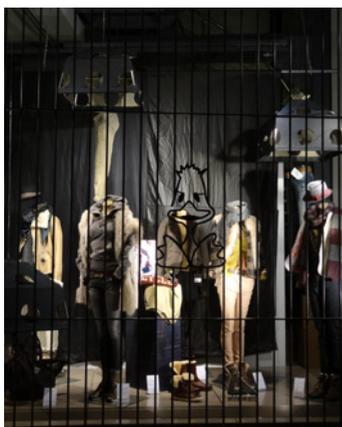
Afin de ne pas créer de sentiment d'insécurité pendant la nuit, il est important de ne pas opacifier les rez-de-chaussée. Les systèmes de fermeture doivent dès lors être ajourés en position fermée afin de laisser passer le regard vers l'étalage (volets, rideaux métalliques ou grilles).

- Le système de fermeture ne doit **pas déborder du plan de la façade**. Sont à privilégier les rideaux, grilles ou volets placés à l'intérieur de la cellule commerciale, derrière une vitrine en verre anti-effraction.
- Le système de fermeture est transparent sur au moins de **70% de sa surface**. Les volants roulants opaques sont proscrits.
- Pour renforcer l'harmonie, une même gamme chromatique est recommandée pour tous les systèmes de fermeture, dans les tons suivants : **noir, gris, argent**.
- S'ils existent encore, la conservation des anciens volets en bois est cependant recommandée, même s'ils sont opaques.
- Le **boîtier** du volet ou de la grille doit être le **plus discret possible**. Il est conseillé de l'intégrer en le cachant derrière la vitrine. Les caissons à enroulement appliqués en saillie (qui débordent sur la rue) ne sont pas autorisés s'ils modifient négativement l'aspect de la façade.



☹ À gauche : le caisson d'enroulement du volet, peu esthétique, déborde de la façade. Opaques, les volets n'offrent aucune visibilité sur les produits pendant les périodes de fermeture.

☹ À droite : placée à l'intérieur du magasin, derrière la vitrine, la grille est déployée pendant les heures de fermeture. Plus de 70% de la surface est transparente.



Placée à l'intérieur du magasin, derrière la vitrine, la grille est déployée pendant les heures de fermeture. Plus de 70% de la surface est transparente.



Le volet en bois d'origine est conservé.



Grille de teinte gris foncé, repliée latéralement pendant la journée.

Stores extérieurs

Plutôt que de placer des stores, existe aussi la solution des filtres ou des vitrages spéciaux qui offrent également une protection efficace contre les effets nocifs du rayonnement solaire.

Les stores extérieurs sont aussi parfois appelés ‘tentes solaires’ ou ‘bannes’. Fixés à la façade, ils doivent faire l’objet à la fois :

- d’un **permis d’urbanisme** ;
- d’un **permis d’occupation du domaine public**.

Notons que les auvents détachés qui protègent les terrasses de cafés relèvent d’une autre problématique qui n’est pas abordée ici.

• Les stores extérieurs ne sont placés que si la nature du commerce le justifie, afin de **protéger les produits** exposés en vitrine : aliments, vêtements, papeterie...

• Les stores sont **repliables** : ils ne sont déployés que quand les conditions climatiques et d’ensoleillement l’imposent.

• Les stores sont **amovibles** : leur pose est facilement réversible.

• Le nombre, la taille et la position des stores sont définis en fonction des baies et les **divisions des châssis**. Leurs **coffrages** ne présentent **pas de saillie** sur l’espace public.

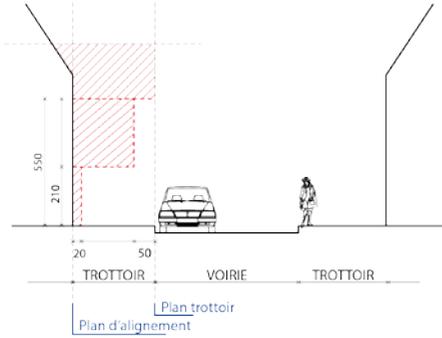
• Ils sont composés de **toiles** dont la **teinte unie** est choisie en harmonie avec le reste de devanture et le contexte de la devanture, avec le contexte voisin. Les **supports** sont composés de **métal éventuellement peint** (attention aux recommandations spécifiques à certains lieux comme la place du Marché).

• Les **inscriptions et signes**, d’une **hauteur de 10 cm maximum**, sont limités au volant.

• Afin de ne pas alourdir le dispositif, les **joues latérales** ne sont placées que si elles sont nécessaires à la protection des produits.

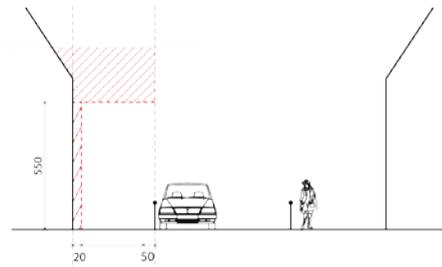


Store mobile déployé pour protéger des produits alimentaires. La largeur est calquée sur celle des baies vitrées. La couleur, uniforme, est harmonisée avec le reste de la façade et les teintes des devantures voisines.

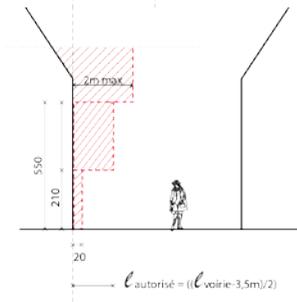


Sur les trois schémas, en rouge, l'espace d'implantation possible des stores.

TROTTOIRS EN ÉLÉVATION



TROTTOIRS DE PLAIN-PIED



VOIES PIÉTONNES

Hauteur	Trottoirs en élévation (bordures)	Trottoirs de plain-pied	Voies piétonnes
Jusqu'à 2,1 m	À 20 cm de l'alignement	À 20 cm de l'alignement si le bâtiment est au moins à 1 m du bord de la chaussée	À 20 cm de l'alignement si passage libre de minimum de 3,50 m
De 2,1 m à 5,5 m	Retrait de 50 cm du plan vertical de la bordure		Formule : largeur autorisée - (largeur de la voirie - 3,5 m)/2
Au-delà de 5,5 m	Plan vertical du trottoir	En retrait d'au moins 50 cm du bord de la chaussée	Jusqu'au 2 m

Étalage

L'étalage est une composante intégrante du projet commercial. Il doit être conçu avec le même soin que le reste de la devanture.

- Moyennant l'obtention d'une **autorisation d'occupation du domaine public**, des étalages extérieurs peuvent être placés **uniquement pour certains produits** :

- > fruits et légumes ;
- > fleurs et plantes ;
- > fruits de mer ;
- > cartes postales.

Aucun autre type de produit ne peut être placé en étalage extérieur.

- L'étalage doit être placé dans le prolongement de l'immeuble commercial.

- Les éléments d'étalage doivent être **totale-ment amovibles**.

- Leur **profondeur est de 30 cm au maximum**. Une largeur de passage d'au moins un mètre doit être laissée entre l'extrémité de l'étalage et la bordure du trottoir. Dans les artères piétonnes, une largeur de passage de 3,5m de large doit être maintenue.

- Les structures des étals ne peuvent comporter d'arêtes vives, d'objets pointus, coupants ou contondants, ou tout autre élément qui pourrait **blessier les passants**.

- Les produits doivent être placés à une **hauteur suffisante** pour éviter les souillures.



Des étalages extérieurs peuvent être autorisés devant certains commerces, comme les fleuristes ou les marchands de primeurs. Ils sont totalement amovibles et leur profondeur ne dépasse pas 30 cm. Ils sont organisés de manière à ne pas blesser ou souiller les passants.

Porte-menus et climatiseurs

- Des porte-menus peuvent être autorisés sur les façades des **cafés, brasseries et restaurants**. S'ils modifient l'aspect de la façade, ils doivent faire l'objet d'un permis d'urbanisme.

- Ils sont apposés **parallèlement au plan** de la façade et n'en débordent pas.

- Ils ne peuvent **pas** être placés **devant une fenêtre**.

- Pour respecter l'équilibre de la façade, la taille des menus **ne dépasse pas 1 m²**.

- Les **indications publicitaires** placées au niveau des menus se font **discrètes**.

Le plus grand soin doit être apporté aux petits éléments rapportés sur la façade, sous peine de dévaloriser l'ensemble des efforts d'embellissement.

- Les climatiseurs peuvent faire l'objet d'un permis d'environnement ou d'une déclaration en fonction de leur puissance et de la quantité d'agent réfrigérant fluoré qu'ils contiennent.

- Les climatiseurs accrochés à l'extérieur des façades influencent négativement leur aspect et ne sont donc pas autorisés.

- Des solutions existent pour masquer les grilles de ventilation.

- Les vapeurs et fumées de cuisson doivent être évacuées au niveau des cheminées de toiture pour ne pas incommoder riverains et passants.



Exemples de porte-menus accrochés aux façades, d'une superficie de moins de 1 m² et sans indication publicitaire.



Les climatiseurs dévalorisent les façades sur lesquelles ils sont accrochés.



Exemples d'évacuation en toiture et de grilles de ventilation discrètes.

Objets mobiles

Si des objets mobiles sont placés devant le commerce, ils ne doivent pas gêner ou mettre en danger les passants

- Moyennant l'obtention d'une **autorisation d'occupation du domaine public**, les **objets mobiles** suivants peuvent être placés devant un commerce :

- > les bacs destinés à recevoir des décorations végétales ;
- > les tableaux de présentation de menus ;
- > les trépieds signalant la présence d'un commerce aux étages ;
- > les rôtissoires à poulets.

Aucun autre type d'objet n'est pas autorisé (distributeurs de glaces, distributeurs de boisson, comptoirs...).

- La **profondeur des objets est de 30 cm au maximum**. Une largeur de passage d'au moins un mètre doit être laissée entre l'extrémité de la saillie et la bordure du trottoir. Dans les artères piétonnes, une largeur de passage de 3,5m de large doit être maintenue.

- Les objets qui comportent des arêtes vives pouvant **blessier les passants** ou qui, par leur nature, risquent de les **souiller**, ne sont **pas autorisés**.



Les rôtissoires à poulets sont des objets mobiles qui peuvent faire l'objet d'une autorisation, contrairement aux panneaux publicitaires.



Les panneaux de menus et les bacs mobiles destinés à recevoir des décorations végétales peuvent être autorisés, si leur profondeur ne dépasse pas 30 cm du plan de la façade et qu'une largeur de passage de minimum 3,5 mètres est maintenue dans les rues piétonnes.



Démarches

- L'ouverture d'un commerce nécessite l'obtention d'une série d'autorisations. Le **Bureau du commerce de la Ville de Liège** est à votre disposition pour vous guider dans vos démarches.
- La modification de l'aspect d'une devanture commerciale, même s'il s'agit seulement d'un changement de couleur ou du placement d'une nouvelle enseigne, nécessite l'obtention d'un **permis d'urbanisme**. Le type de permis et la composition du dossier de demande varient selon la nature des travaux à effectuer. Le Département de l'Urbanisme de la Ville de Liège est à votre disposition pour vous conseiller, vous transmettre les formulaires ou vous communiquer tous renseignements utiles sur les procédures à suivre et les délais d'obtention des autorisations.
- Les stores, étalages extérieurs et terrasses de café/restaurant, ainsi que les petits éléments de mobilier placés en voirie doivent faire l'objet d'une **autorisation d'occupation du domaine public**. Dans ce cas, une demande spécifique doit être introduite au moyen des formulaires adéquats auprès du Bureau de Police administrative (en abrégé BPA) de la Ville de Liège, qui peut également répondre à vos questions préalables.
- Dans certains lieux et pour certains types de travaux, il peut être fait appel à des primes (ex. opérations Créa'Shop de la Ville, primes pour le petit patrimoine...). N'hésitez donc à vous renseigner auprès des services de la Ville pour savoir si, au moment de la conception de votre projet, il est possible de faire appel à une aide financière.

Dossier téléchargeable sur :
www.liege.be/urbanisme/publications
Pour demander un exemplaire en version papier :
Département de l'Urbanisme
La Batte n°10 – 4^e étage
t. 04 221 90 77 ou 04 221 90 76
m. : urbanisme@liege.be

**Bureau du Commerce
(démarches pour l'ouverture d'un commerce)**

commerce@liege.be
www.liege.be/commerce

Département de l'Urbanisme

urbanisme@liege.be
www.liege.be/urbanisme
Lundi : 9h-12h
Mardi : 9h-12h
Mercredi : 14h-17h
Jeudi : fermé
Vendredi : 9h-12h
Possibilité de rendez-vous

**Bureau de la Police Administrative
(autorisation pour les étalages, terrasses et petits objets mobiles)**

bpa@liege.be
www.liege.be/securite



.. Ville de Liège

Éditeur responsable :

Échevinat de la Culture et de l'Urbanisme, Féronstrée, 92 B-4000 Liège

