

# CHARLEROI

## CHARTRE

### TERRASSES HORECA & ENSEIGNES





## ENJEUX

Un des objectifs de cette charte est de créer un espace public plus agréable et sécurisant. Il s'agit également de tendre vers la création d'un contexte urbain qui favorise l'éclosion de projets publics et privés apportant une valeur ajoutée dans Charleroi.

## DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

La qualité appelle la qualité, le retour d'un commerce qualitatif dans la ville est fortement conditionné par une évolution positive de l'ensemble du cadre urbain. Une bonne gestion des enseignes et terrasses prendra une part non négligeable à cette amélioration.

Ce n'est donc pas uniquement l'aspect visuel de la ville qui sera influencé par ces mesures mais également son redéploiement économique tant au niveau des commerces que des services.

## AMÉLIORATION DU CADRE DE VIE

Le laisser-aller existant concernant les enseignes est à la source d'une escalade tant au niveau de leur quantité que de leurs formats. Dans un contexte de plus en plus saturé de messages, la tentation de crier plus fort que son voisin prend le dessus. La réalisation de supports de communication respectueux du contexte urbain perd du terrain. Ce développement anarchique aboutit à une cacophonie visuelle, qu'on peut considérer comme une réelle forme de pollution nuisant à l'image globale de la ville.

La qualité du mobilier de terrasse laisse également souvent à désirer.

Il est donc nécessaire de stopper cette prolifération dans le but d'améliorer le cadre de vie des citoyens et de faire revenir de nouveaux habitants dans Charleroi.

## LISIBILITÉ

Un des objectifs de la charte est aussi de renforcer la lisibilité de la ville. Chaque façade pourrait être comparée à la page d'un livre. Si la mise en page est mauvaise son contenu ne sera pas compréhensible quelque soit son intérêt.

La somme de ces pages/façades constitue une partie non négligeable de la trame du récit qui compose l'ouvrage collectif qu'est une ville. Un contrôle de l'efficacité de cette composition urbanistique induira inévitablement une meilleure lisibilité des messages individuels et de l'identité collective.

## ANIMATION URBAINE

Un des éléments sur lequel nous insistons dans la charte est l'interdiction de l'apposition d'images occultantes sur les vitrines. Pas uniquement parce qu'il s'agit d'un moyen détourné de transformer une partie de la façade en espace publicitaire en lieu et place d'une légitime communication identitaire des établissements. Mais surtout parce que cette tendance constitue un frein à l'animation de l'espace public.

Il est crucial de conserver une porosité visuelle entre l'intérieur des rez-de-chaussée commerciaux et l'espace public. L'activité au sein des cellules commerciales doit faire partie intégrante de l'animation urbaine. Si on permet de poser des barrières visuelles entre l'intérieur et l'extérieur, on obtiendra les mêmes effets négatifs que ceux produits par les commerces inoccupés qui créent des zones mortes dans le flux urbain. Cette porosité a aussi l'avantage d'augmenter le contrôle social sur l'espace public et par conséquent le sentiment de sécurité.



NON



NON



NON



NON



NON



NON

# **LES**

---

# **TERRASSES**

---

## **LES GRANDS PRINCIPES**

Le mobilier de terrasse est constitué d'une fine structure. Pour assurer une légèreté visuelle et fonctionnelle à l'ensemble, les chaises sont ajourées. Le dossier est séparé de l'assise par un espace vide.

L'entièreté du mobilier de terrasse (chaises et tables et accessoires divers) est uniforme tant au niveau des modèles qu'au niveau des teintes. Les parasols ne présenteront aucune inscription.

**Les modèles positifs et négatifs repris dans les pages suivantes sont donnés à titre d'exemple.**

**Il existe sur le marché de nombreux autres sièges et tables conformes à la typologie prescrite à des prix et styles variés.**



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



OUI



NON



NON



NON



NON



NON



NON



## OUI

Les parasols sont de forme carrée afin de couvrir le plus efficacement possible la surface à ombrager.

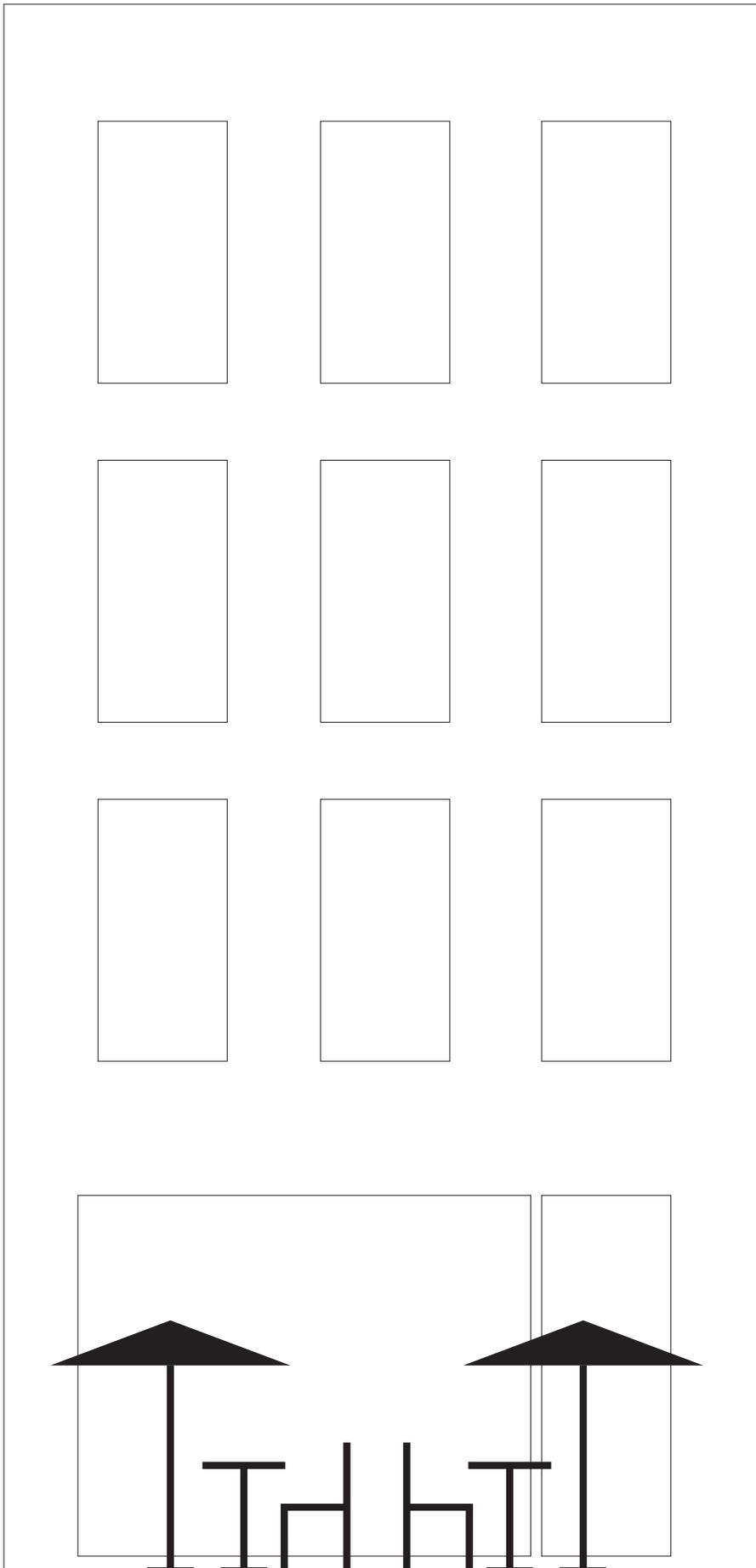
Le manche est en bois ou en métal, la surface de protection est en toile.



## NON

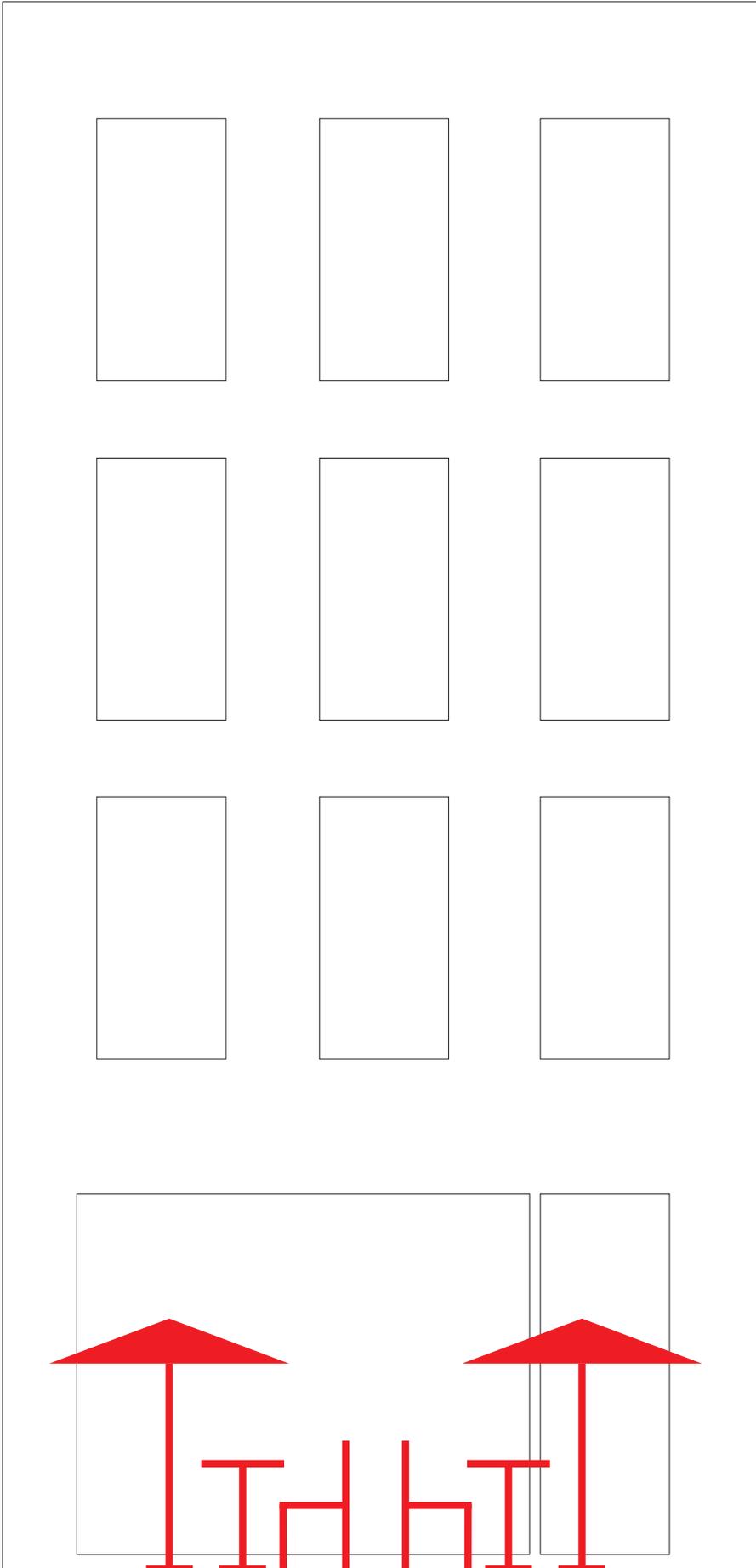
Les parasols ne peuvent pas:

- être de forme ronde;
- être de couleurs criardes;
- être constitués de matériaux autres que la toile;
- porter des inscriptions publicitaires.

**OUI**

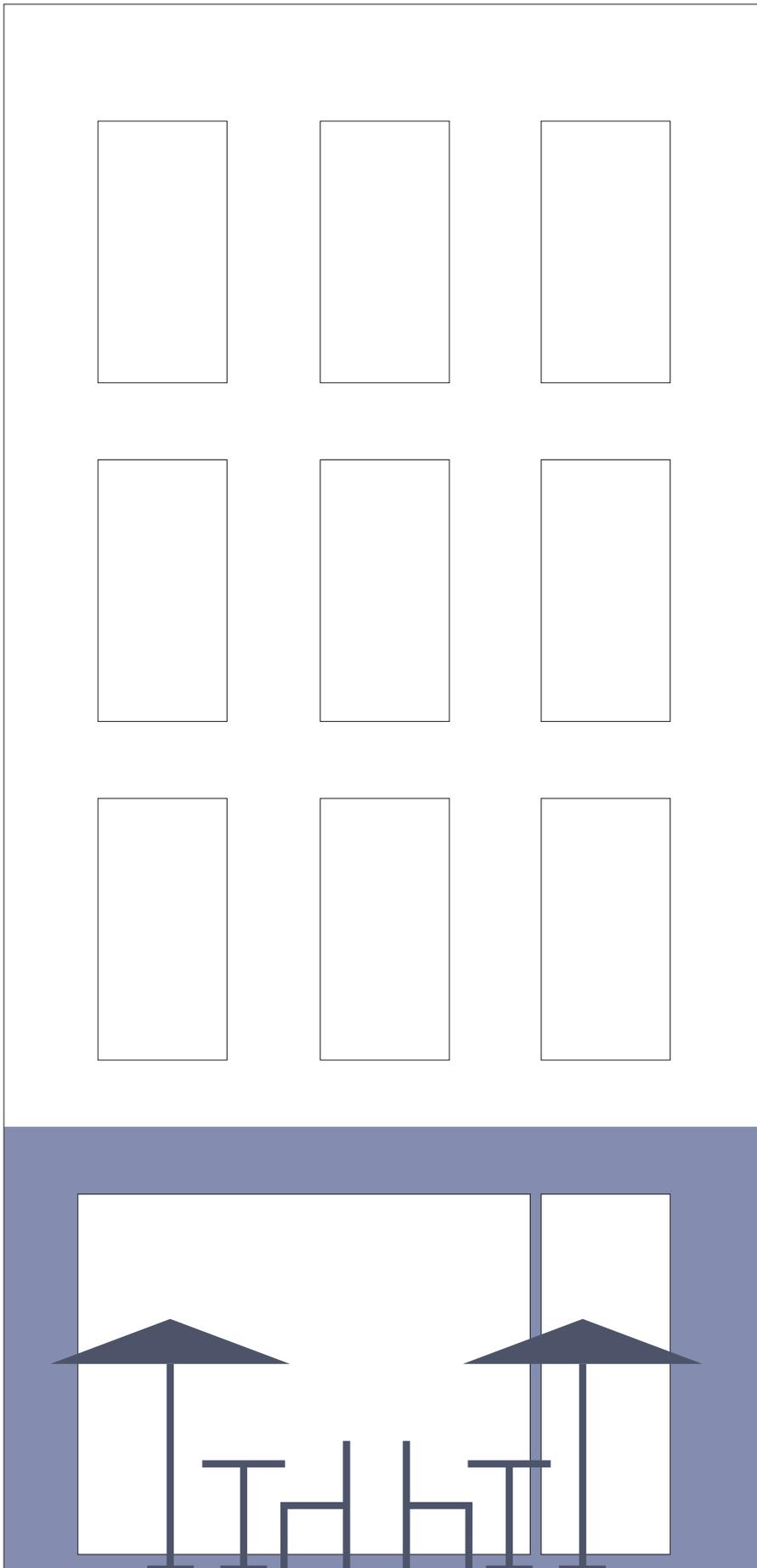
La façade est de teinte neutre,  
le mobilier de terrasse  
est également de teinte neutre.

Pour des raisons évidentes d'entretien  
nous ne recommandons pas les  
couleurs trop claires.



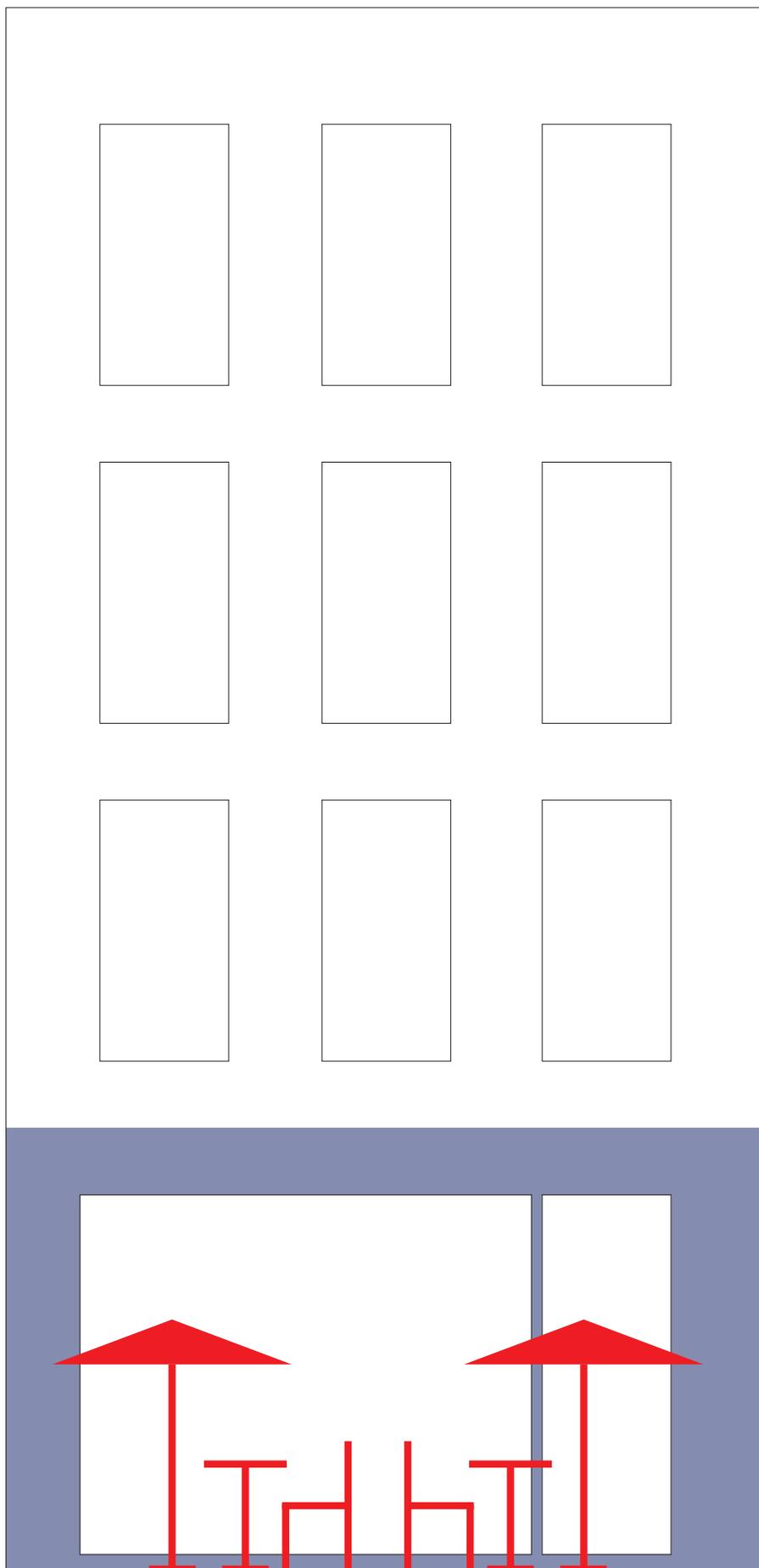
**NON**

La façade est de teinte neutre,  
le mobilier de terrasse  
ne peut pas être coloré.



**OUI**

La façade est colorée, le mobilier de terrasse s'inscrit dans la même gamme de couleur.

**NON**

La façade est colorée, le mobilier de terrasse ne peut être dans une autre gamme, en rupture avec le contexte.

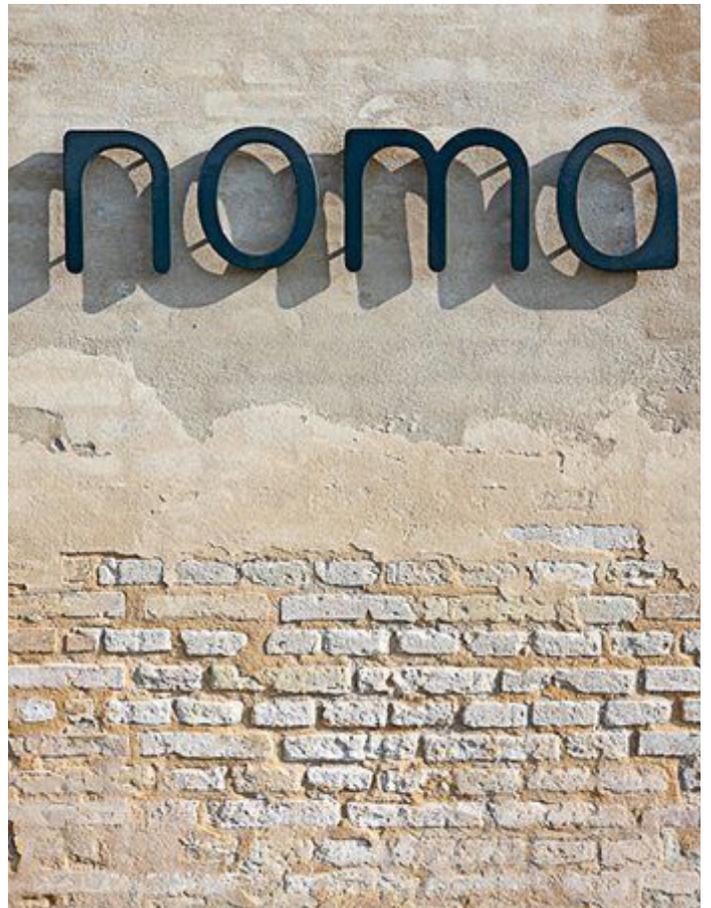


**NON**

#### **PARE-VENT**

Les éléments pare-vent ne sont pas ancrés au sol. Ils sont disposés uniquement perpendiculairement à la façade. Ils peuvent être constitués, jusqu'à une hauteur de 70 cm maximum, de panneaux en bois ou en métal laqué. La partie supérieure sera transparente, sans motifs ou inscriptions. Seul le nom de l'établissement peut y apparaître, à une seule reprise sur chaque face et dans la même typographie que l'enseigne. Les publicités sont proscrites. Comme pour le reste du mobilier de terrasse, la teinte des éléments pare-vent sera en relation avec le contexte.





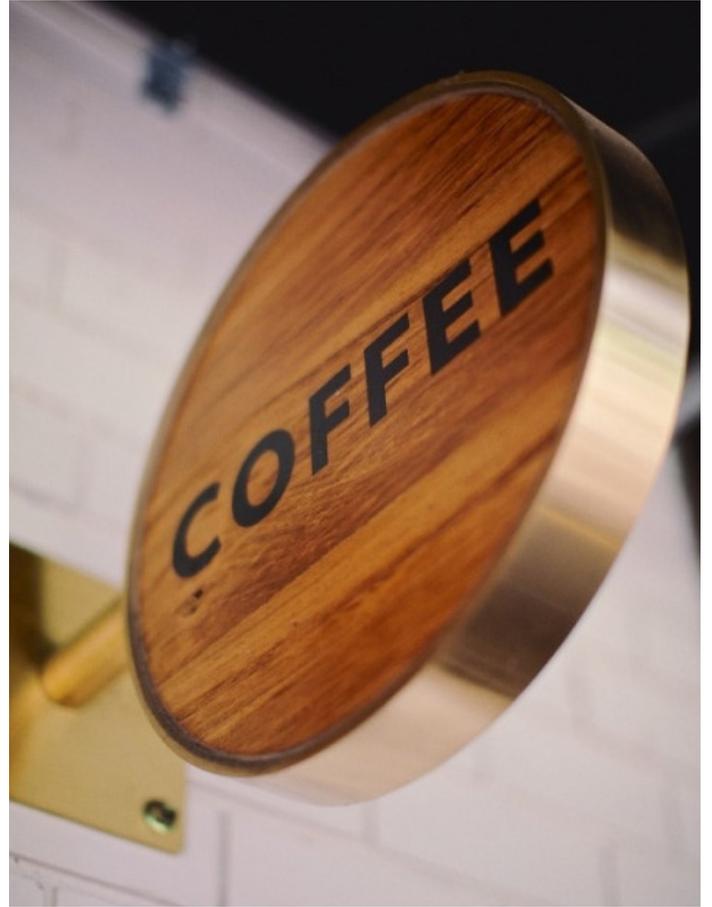
# LES ENSEIGNES

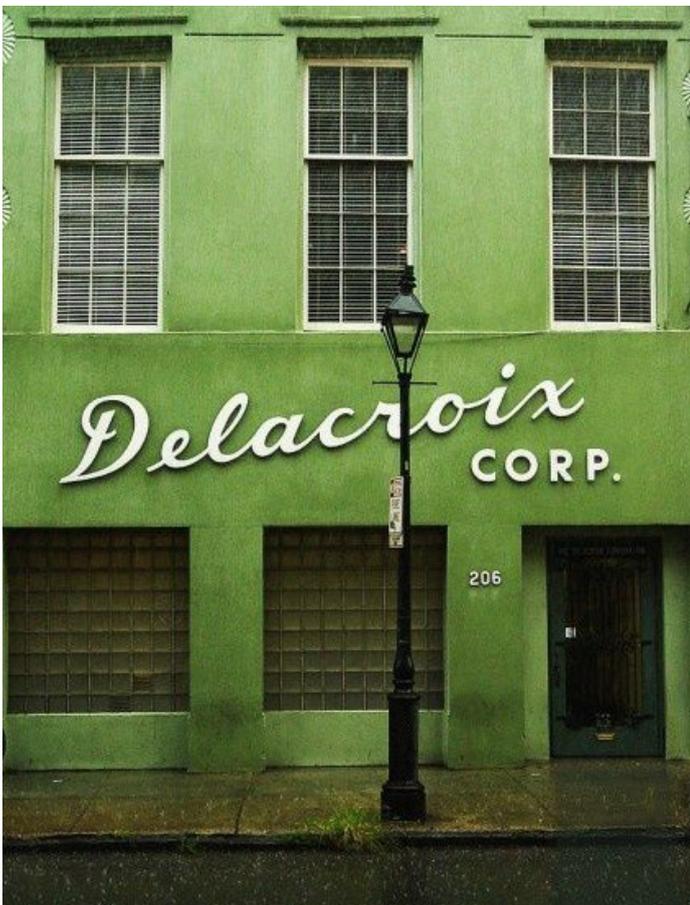
## LES GRANDS PRINCIPES

- un dégagement des façades obtenu via un principe de proportionnalité entre celles-ci et les enseignes;
- une limitation du nombre d'enseignes et autres éléments rapportés sur les façades;
- un cadre de prescriptions typographiques basées sur une série de bonnes pratiques, bien connues et amplement éprouvées dans le champ de la communication graphique.

















**enseignant,  
infographiste  
ou concepteur  
graphique?**

**CHACUN SON MÉTIER!**

Pour obtenir une enseigne de qualité, nous vous invitons vivement à avoir recours aux services de professionnels de la conception graphique.

**Attention:** les poseurs d'enseignes ne sont pas nécessairement de bons graphistes même s'ils vous proposent directement leurs services. Le cas contraire est également vrai.



Certains artisans talentueux lient cependant la conception et la production à la perfection. C'est notamment le cas de cet artiste américain qui réalise des enseignes peintes à la main.

Il est tout à fait possible de trouver des personnes capables de réaliser ce type de projet en Belgique.

***GUEULE***  
***HURLE***  
***CRIE***  
***PARLE***  
***CHUCHOTE***

Si on baissait d'un ton pour diminuer l'intensité  
du «bruit» visuel dans la ville?

Composition inspirée par une création  
de Maximilien Vox.



situation existante



situation projetée

L'enlèvement des panneaux appliqués, des inscriptions redondantes sur les vitrines permet une importante amélioration de l'espace public qui offre aux citoyens un cadre de vie plus harmonieux et apporte aux commerçants un bénéfice évident, en augmentant fortement la qualité perçue de leurs établissements et en favorisant le retour de clients attirés par ce contexte urbain plus agréable et propice à la promenade et au chalandage.

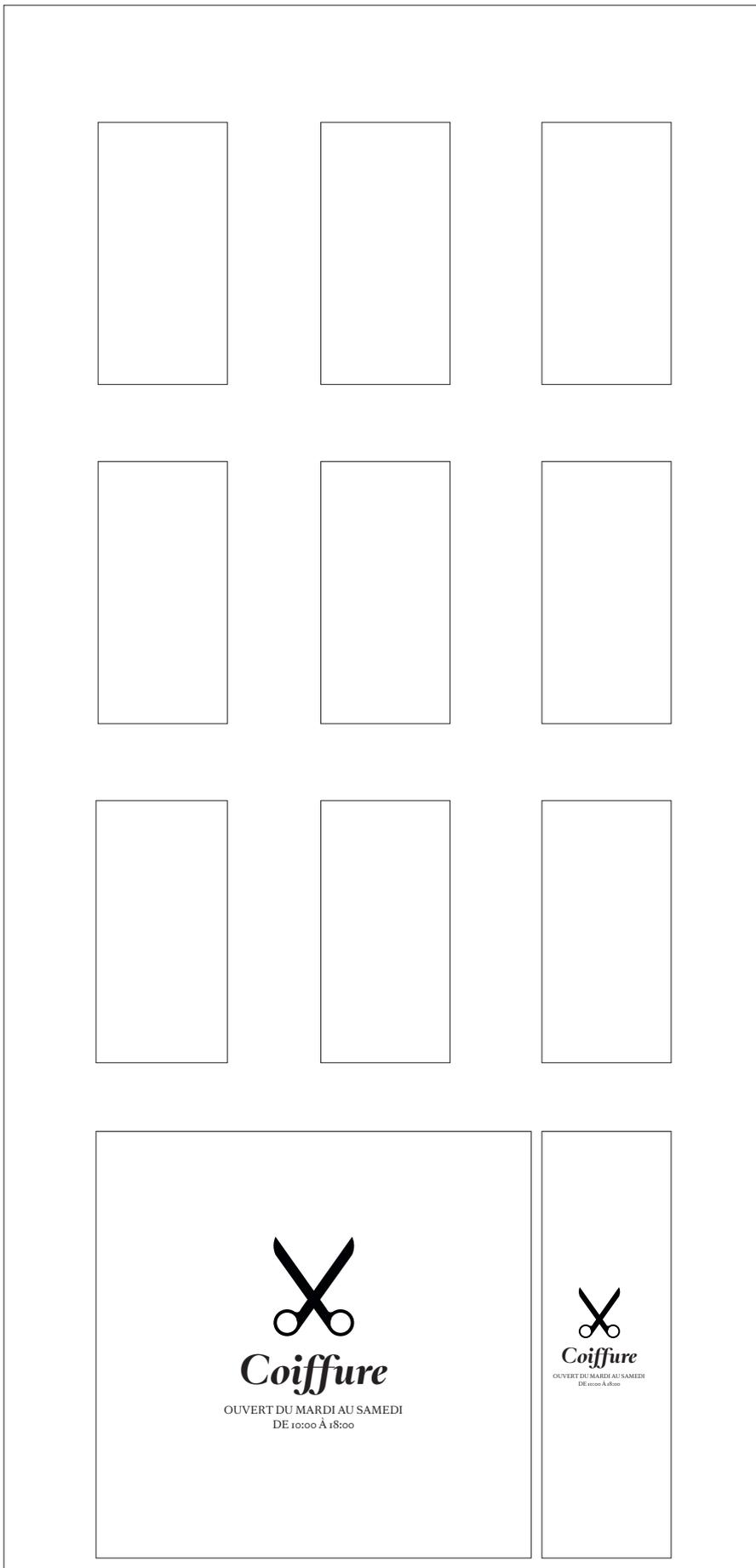


*Une inscription peinte sur la façade  
et une sur la porte. Simple, élégant, efficace.*



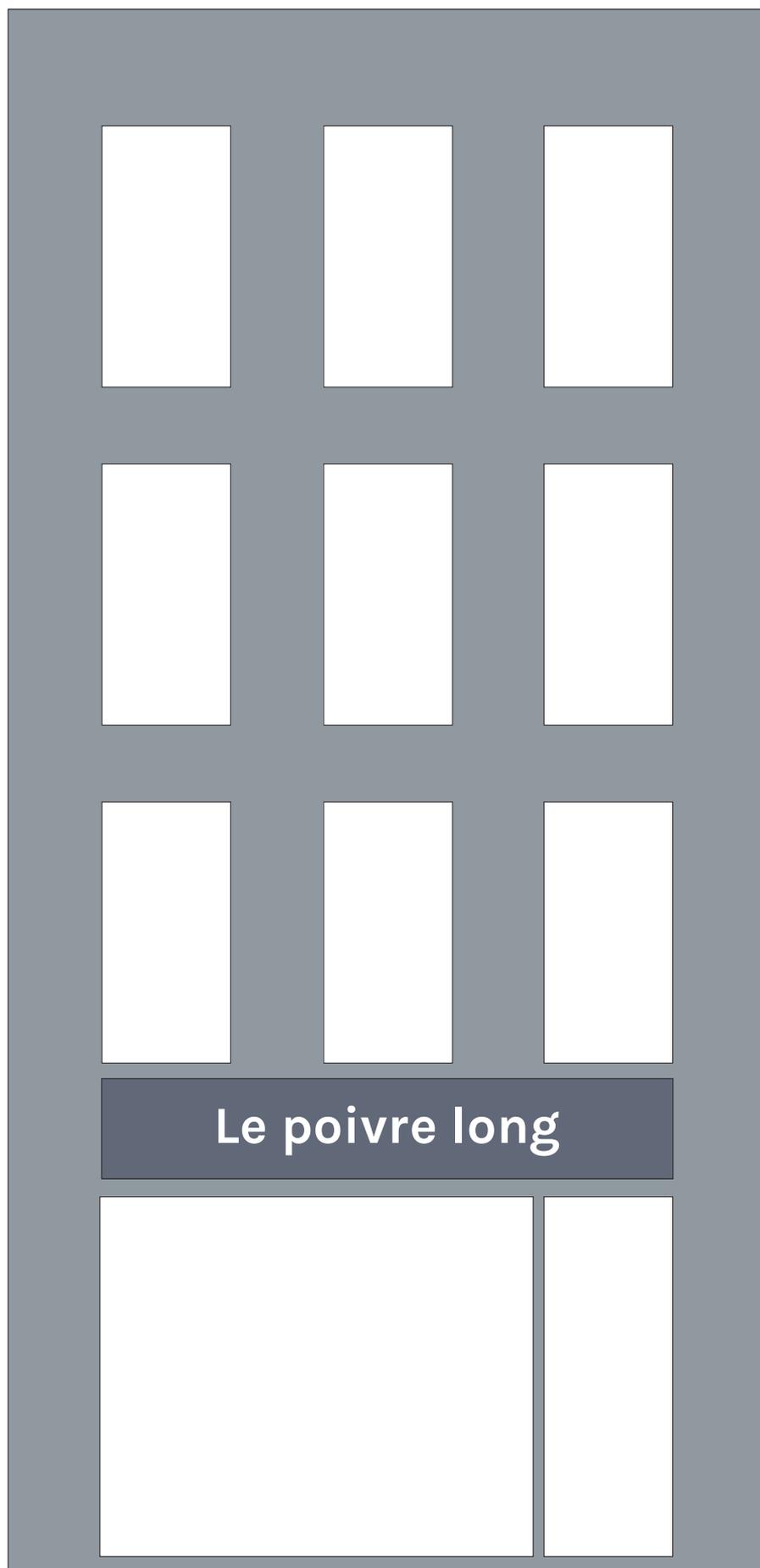
## OUI

Le nom de l'établissement inscrit à même la façade ou un lettrage en relief découpé laissent respirer la façade. La lisibilité du nom est optimale sans qu'il soit nécessaire d'user d'artifices excessifs.

**NON**

La redondance des informations doit être évitée sur les enseignes et les surfaces de vitrines.

Le nom de l'établissement, sa raison sociale et ses horaires sont les seuls éléments nécessaires. La répétition des marques et messages annule leur efficacité! Bien entendu, un travail à l'intérieur des vitrines est toujours possible et est recommandé pour mettre en avant les services, produits et promotions de chaque commerce.

**OUI**

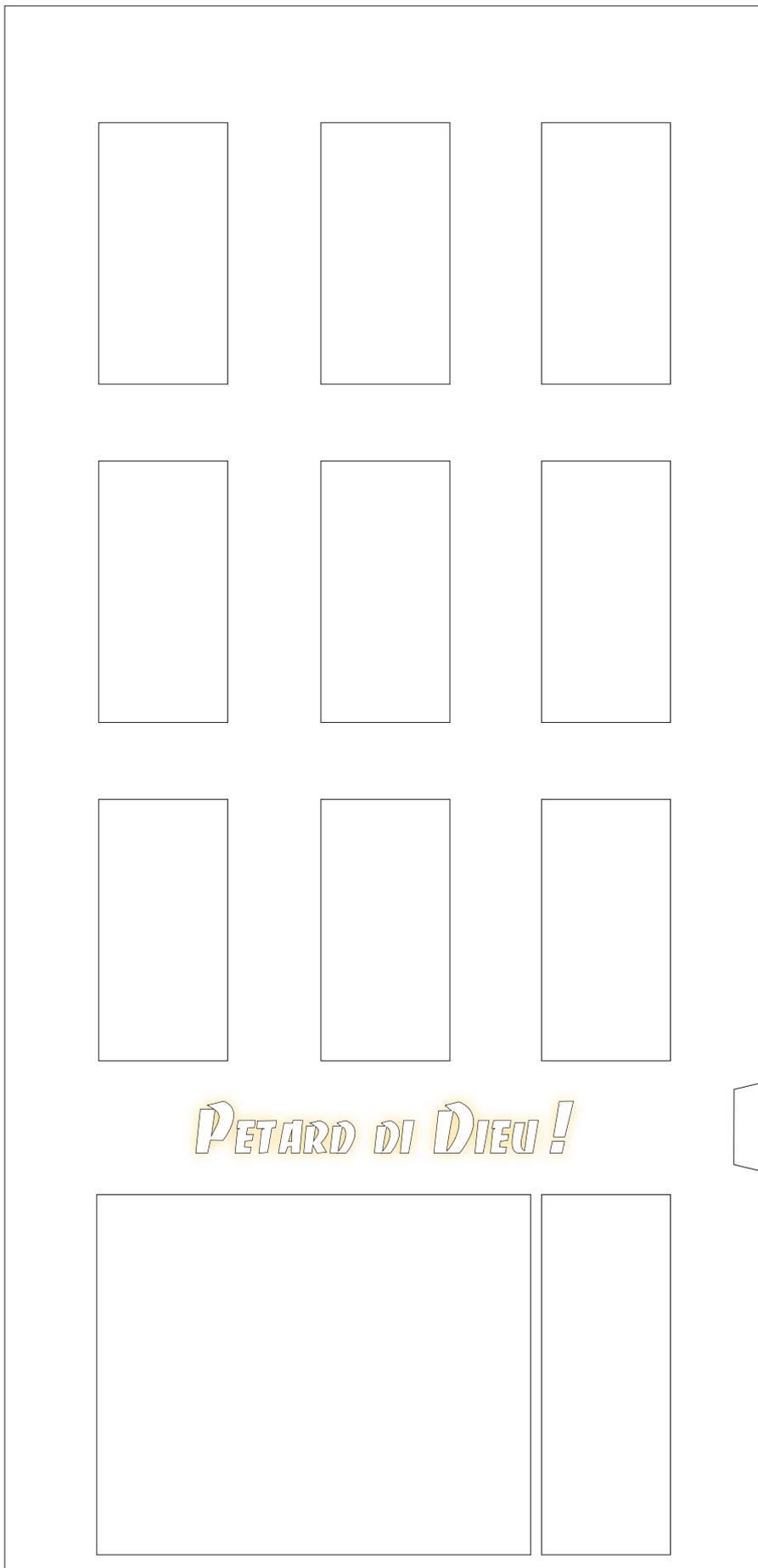
La couleur de l'arrière-plan du dispositif d'enseigne est choisie dans la même gamme de couleur que la façade lorsque celle-ci est peinte ou enduite.

Si elle est en briques apparentes ou en pierres naturelles, on choisira une teinte dans la gamme du blanc au noir.



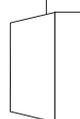
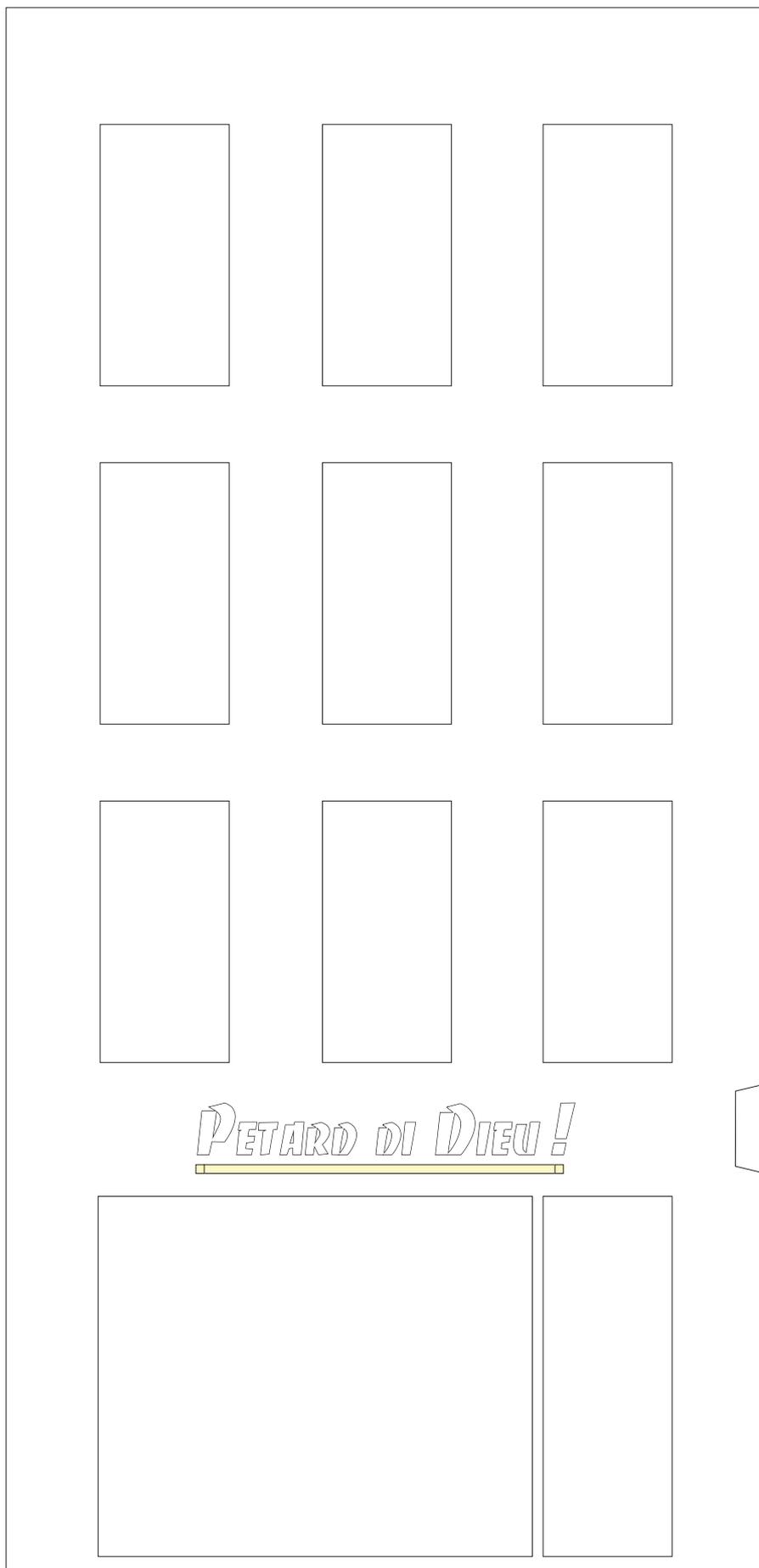
## NON

La charte graphique ne doit s'appliquer qu'aux enseignes et ne peut pas s'étendre sur les façades.



**OUI**

Les enseignes peuvent être constituées à partir de typographies lumineuses. Il doit s'agir d'une lumière blanche. Les enseignes perpendiculaires peuvent également être rétro-éclairées.



**OUI**

Les enseignes parallèles sont illuminées de façon linéaire (tube fluorescent) ou directionnelle (spots).



## OUI

L'usage de néons peut également être une technique d'affichage intéressante en terme d'enseigne, si elle est bien contrôlée. Cependant, la lumière étant diffuse, elle est, par nature, intrusive dans l'espace public. Il convient donc d'éviter certains effets indésirables, comme les nuisances pour le voisinage dû à un éclairage agressif.





## NON

Les néons qui soulignent l'architecture ou les contours des enseignes sont à proscrire.

Les lumières animées, clignotantes sont interdites (même en vitrine).

*Marteau-pilon*  
**BLANC**  
**Futuriste**  
**MODESTIE**  
**HYGIENE**

Le choix des polices de caractère doit idéalement être en adéquation avec la nature de l'activité de l'établissement et le sens des mots utilisés.

Les exemples ci-dessus illustrent des contresens.

Ci-dessus:  
*composition inspirée par une création  
de Pierre Faucheux présentant  
5 contre-exemples.*

*Cocktails bar*  
**OUTILLAGE**  
**Bar de terroir**  
**PHARMACIE**  
**BROGANTÉ**  
**CASINO**

Exemples de typographies adaptées aux types d'activités qu'elles sont censées représenter.

Nous vous invitons donc à avoir recours à un professionnel de la conception graphique afin que ce dernier puisse vous aider à faire les meilleurs choix.

Pensez également à différencier les typographies utilisées pour les titres et pour les informations pratiques.

Les typographies fantaisistes peuvent convenir pour les titrages mais plus rarement pour le corps de texte.

évolutif  
*Bel haiz*  
Exp'HAIR  
intui-tifs  
Planet'hair  
pause coiffée  
*tif' Annie*  
*de mèche avec vous...*

**Chez Jules**

**Le**

**bon**

**viens**

**OUI!**

**aux amis  
réunis**

*Le tropicana*

*Le chardon*

*cuit nu*

**la dernière  
chance**

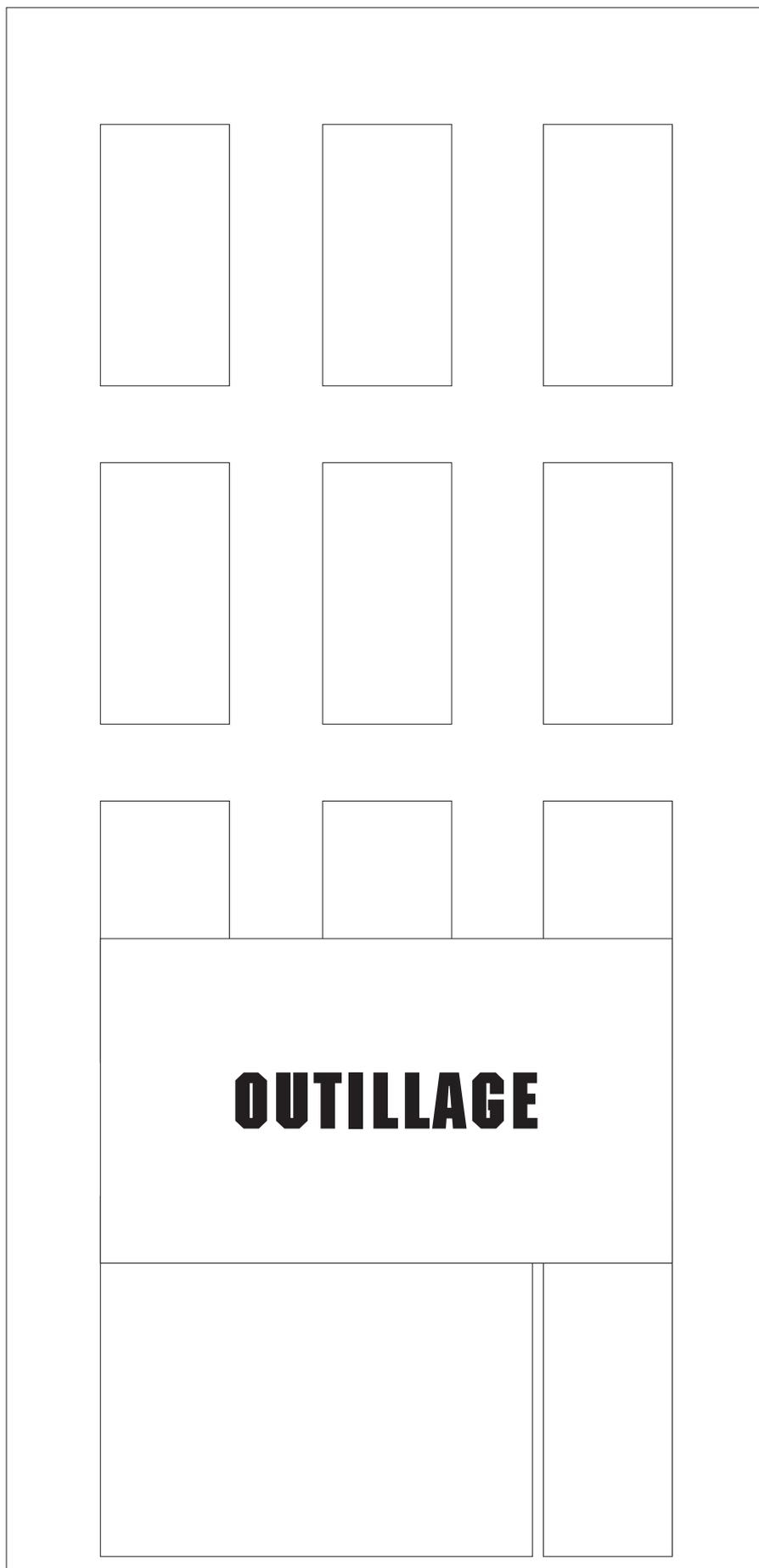
**LA CLASSE!**

**Notre café  
est délicieux**

<b>OUTILLAGE</b>		

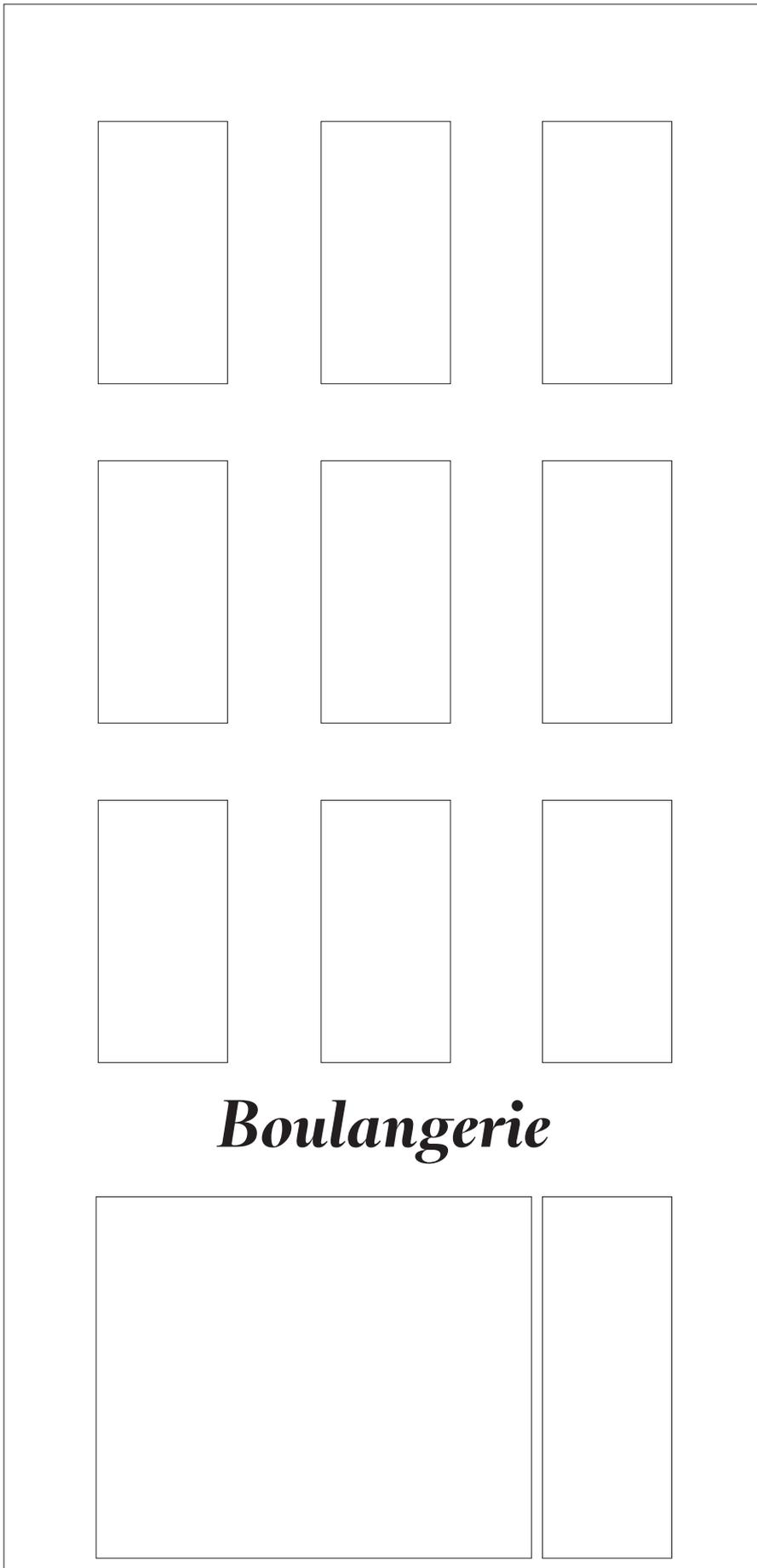
**OUI**

La hauteur du texte ne doit pas excéder 75% de la hauteur de l'enseigne.

**NON**

Les enseignes appliquées sur la façade doivent être placées à une distance minimale de 10 cm du niveau haut (seuil des fenêtres du premier étage) et du niveau bas (haut de la vitrine).

Par conséquent, elles ne peuvent jamais passer devant les parois vitrées.

**OUI**

Idéalement, l'enseigne est constituée d'un lettrage en relief découpé, fixé à même la façade, pour en respecter l'intégrité.

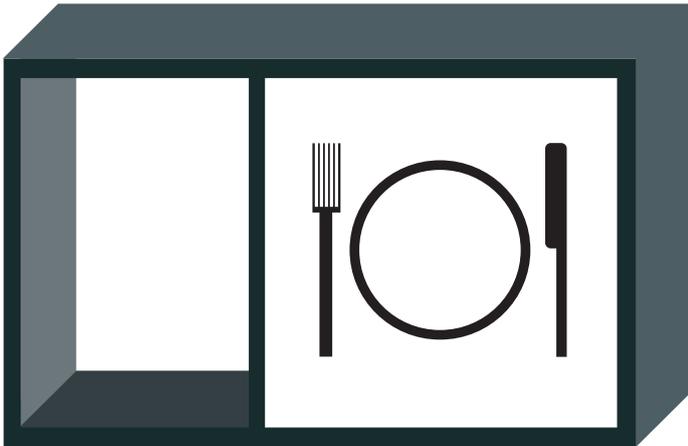
**NON**

Les enseignes constituées d'une toile tendue sur un cadre apparent ne sont pas tolérées.

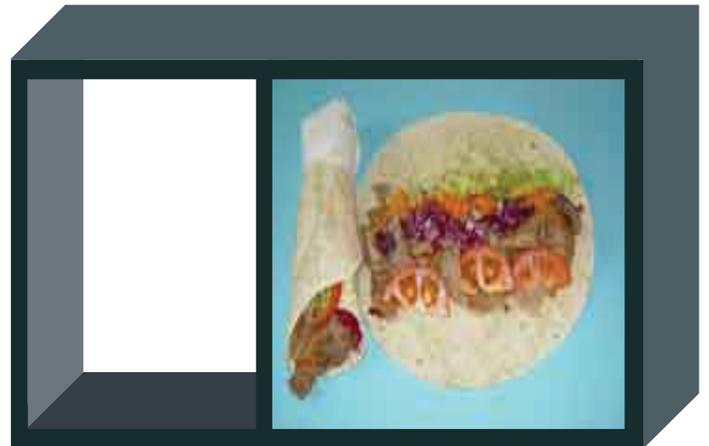
**NON**

Les enseignes imprimées sur des panneaux en matière synthétique ne sont pas autorisées.

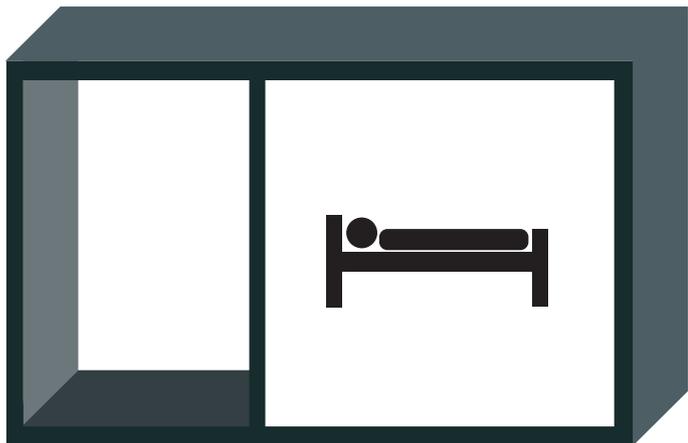




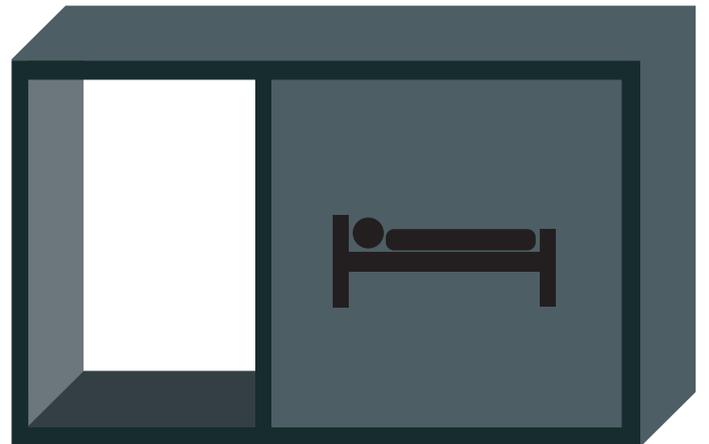
**OUI** La taille des enseignes perpendiculaires reste limitée. Seules les images vectorielles, se détachant du fond sont autorisées.



**NON** L'utilisation d'images bitmap (composées de pixels) est interdite.



**OUI** Le symbole se détache très bien du fond. Si le fond est clair, utilisation d'un symbole ou d'un logo foncé. Si le fond est foncé, utilisation d'un symbole ou d'un logo clair.



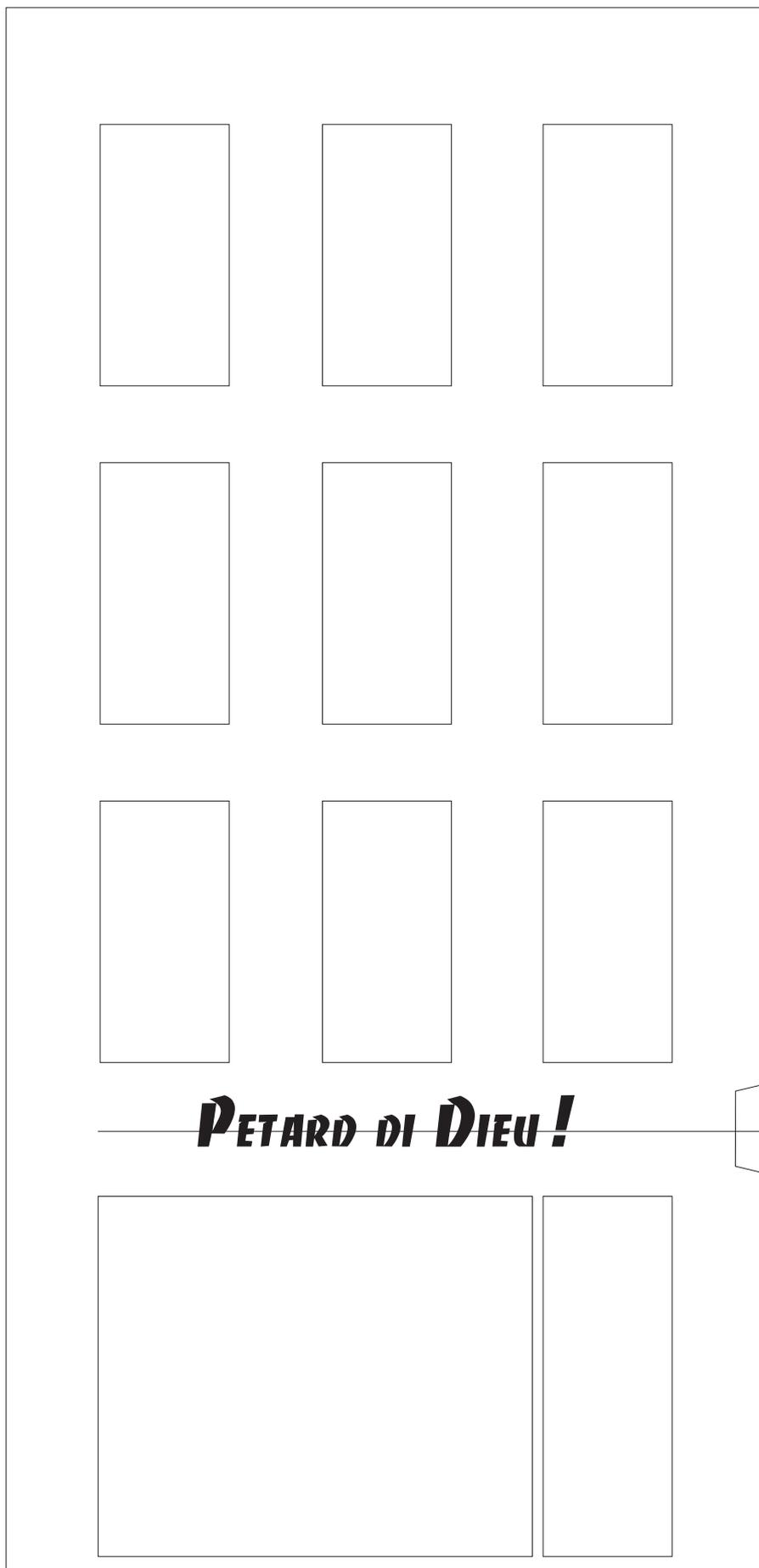
**NON** L'ensemble manque de lisibilité, de contraste.



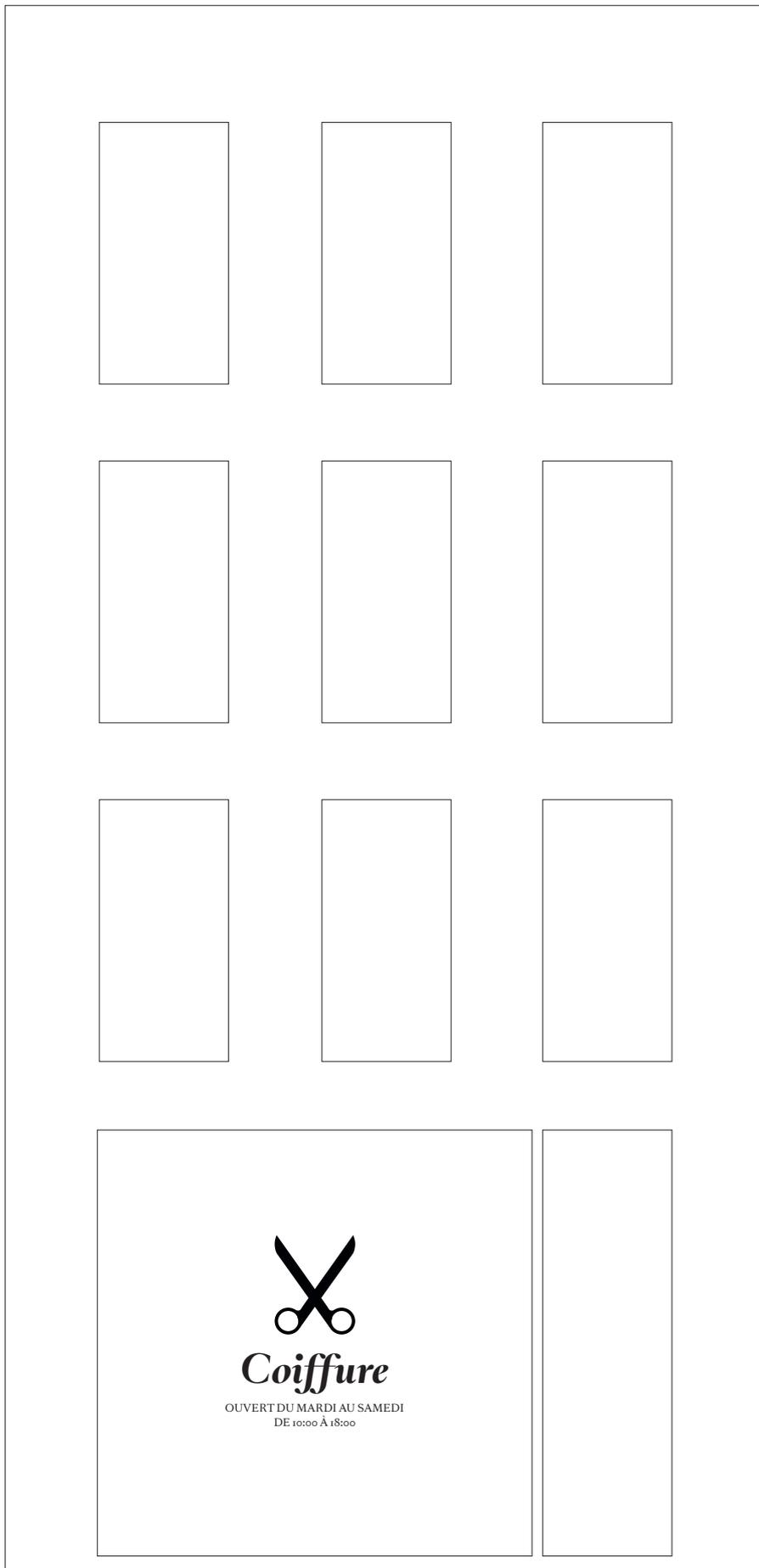
**OUI** Le symbole n'occupe pas toute la surface imprimable. Il s'inscrit dans un carré occupant au maximum 3/4 de la surface.



**NON** Le symbole ne peut pas occuper toute la surface.

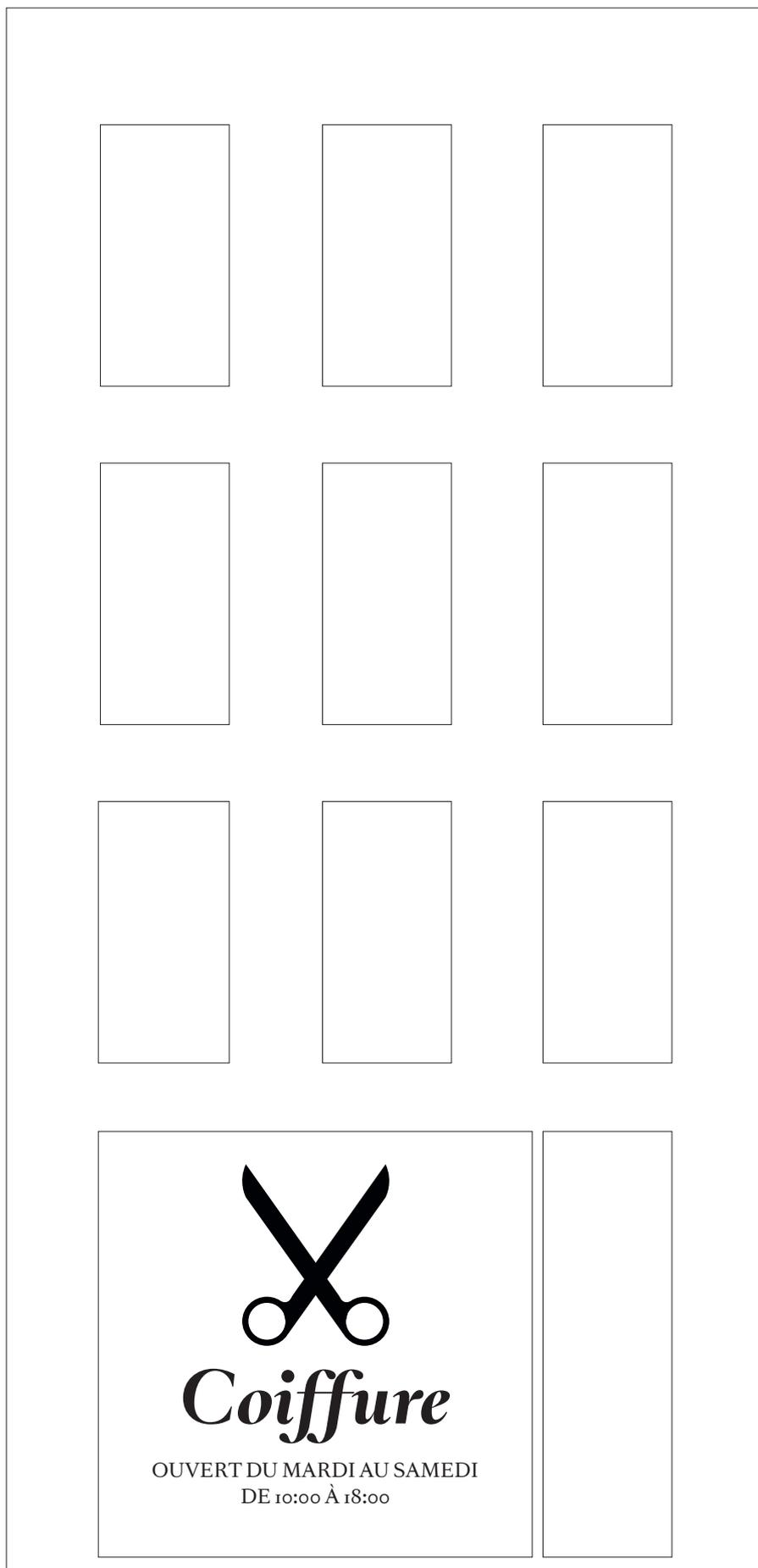
**OUI**

Si une enseigne parallèle et une enseigne perpendiculaire se retrouvent sur la même façade, elles doivent impérativement être alignées à partir de leur centre respectif.



**OUI**

Les autocollants sont autorisés sur les vitrines. Leur placement doit néanmoins respecter certaines règles. Il peut être justifié à gauche, à droite ou être centré comme dans cet exemple. La couleur du texte et du symbole/logo est uniforme.



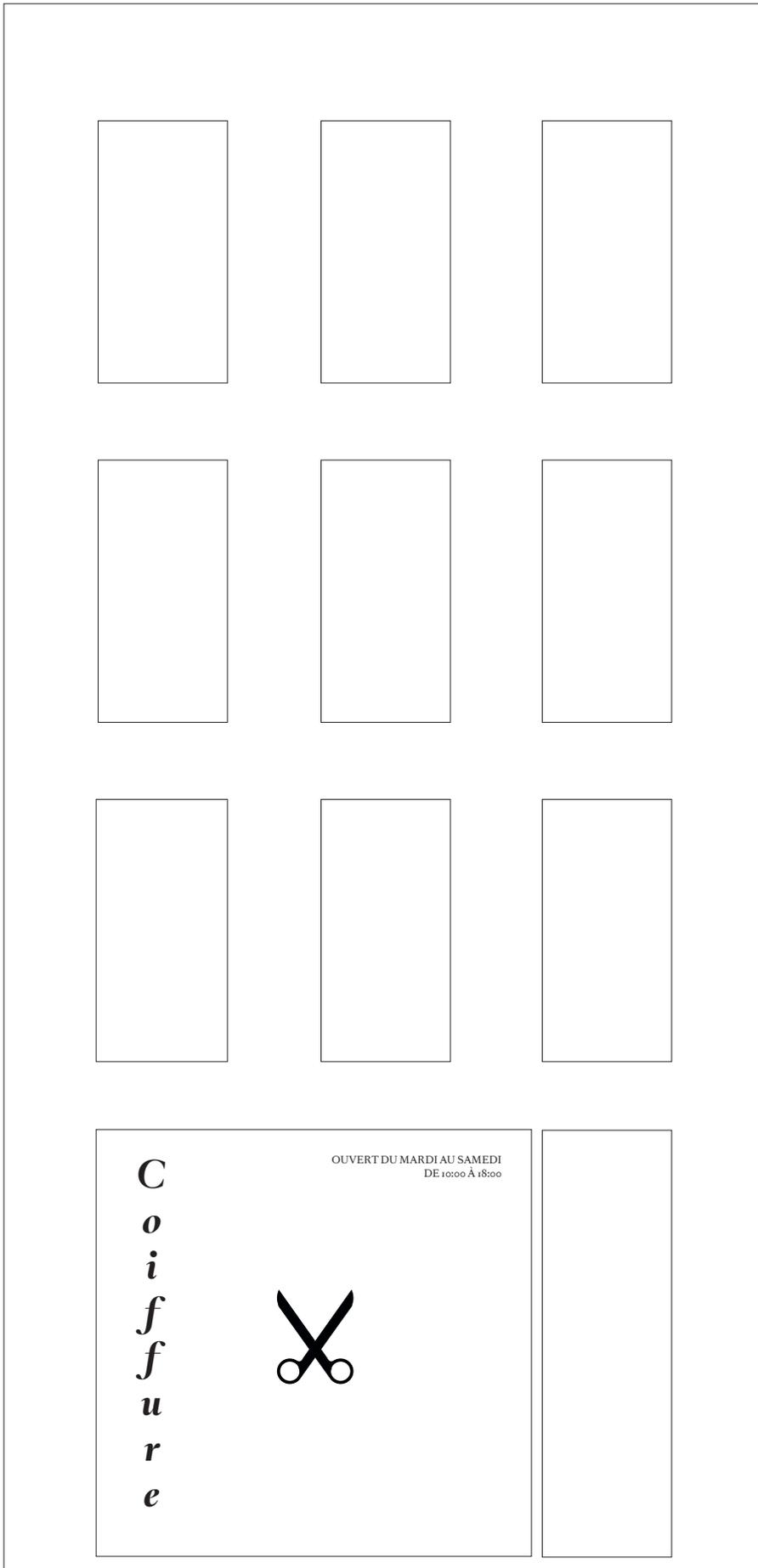
**NON**

L'enseigne ne doit pas excéder 30 % de la surface totale de la vitrine.

 <b>Coiffure</b> OUVERT DU MARDI AU SAMEDI DE 10h00 A 18h00		

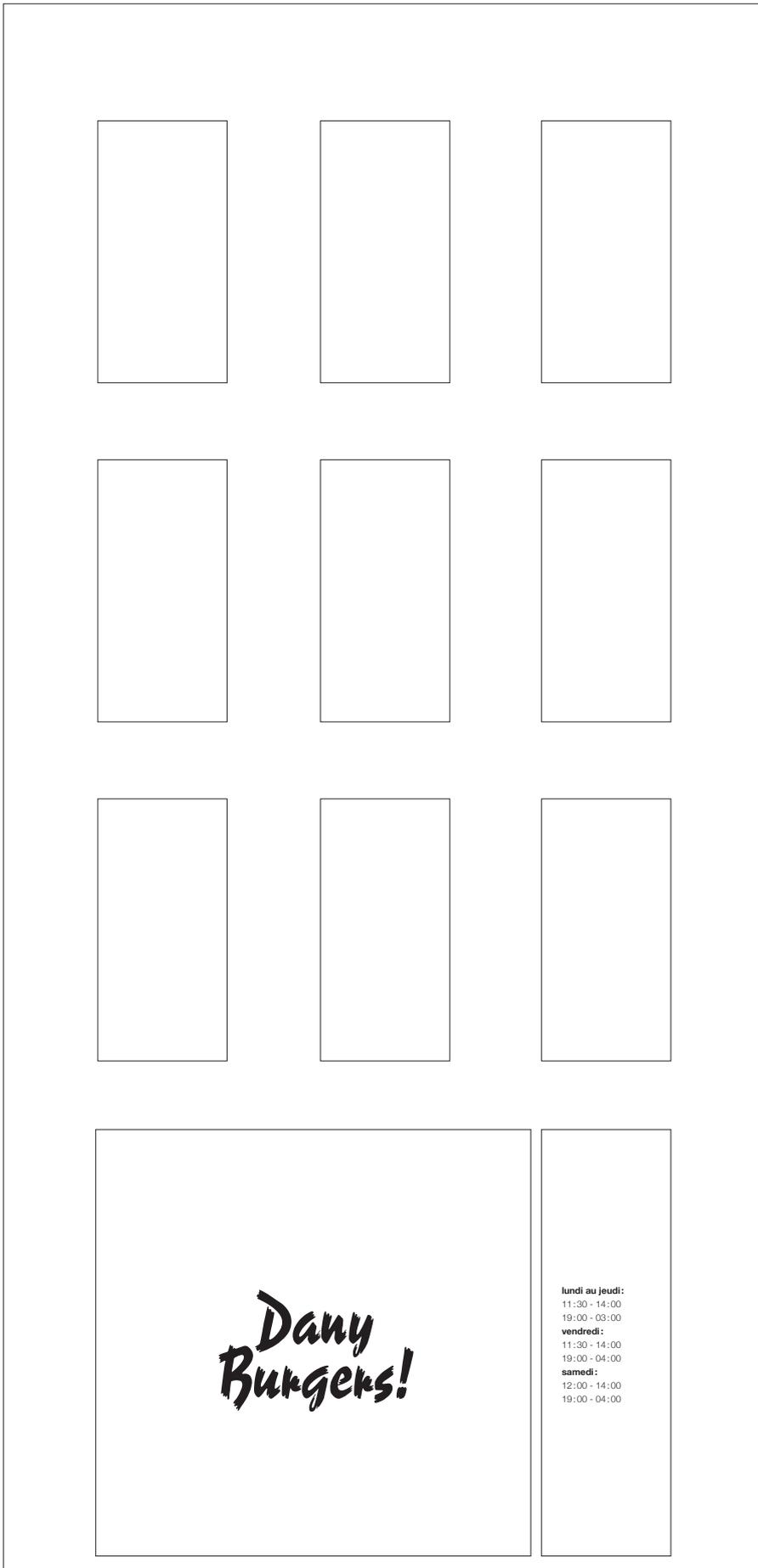
**OUI**

Le texte peut être disposé horizontalement ou verticalement, mais les lettres doivent toujours se succéder latéralement.



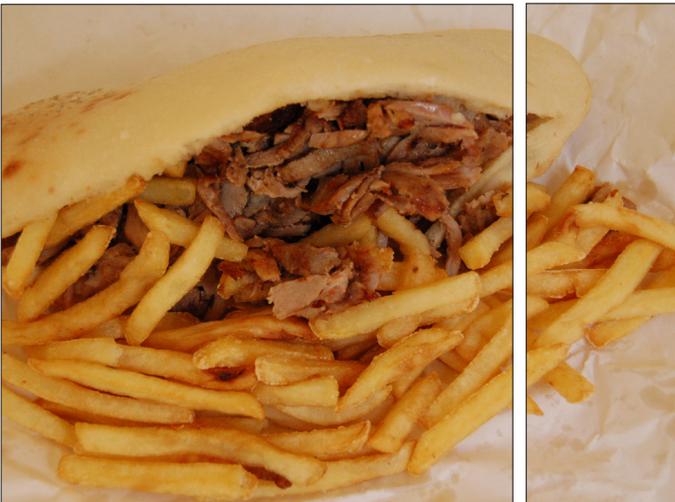
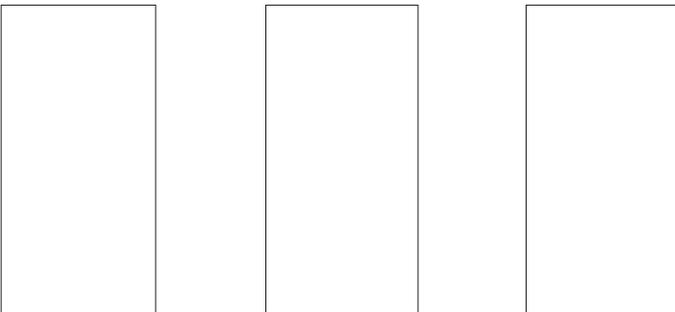
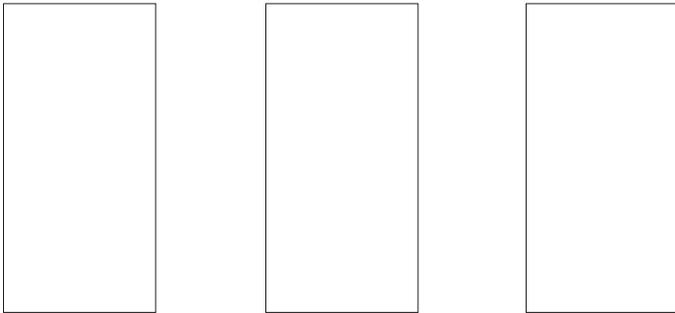
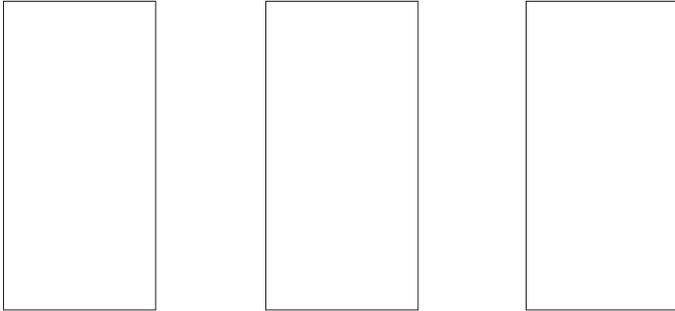
**NON**

Les lettres sont superposées.



**OUI**

Les autocollants en vinyle découpé sont autorisés.



**NON**

Aucun filtre empêchant de voir l'intérieur du commerce n'est toléré sur la vitrine.



OUI

TÂBLEAU NOIR



OUI

dispositif pour imprimés

## LES CHEVALETS

Les chevalets sont autorisés aux seules fins de dispenser des informations pratiques (menus, horaires, nature de l'établissement). Les modèles choisis sont constitués de fines structures en métal ou en bois. La surface d'affichage est en bois peint ou métal laqué. Lorsque le commerçant aura recours à des imprimés, ceux-ci devront être réalisés à partir des typographies déjà présentes sur son enseigne.

Nous préconisons des impressions noires sur fond clair ou l'inverse. Les fonds bariolés sont à proscrire.

Les teintes sont neutres et l'usage de la couleur est conditionné par la couleur des arrière-plans des façades.



**NON**

AFFICHAGE PUBLICITAIRE



**NON**

DRAPEAUX



**NON**

PIEDS LOURDS

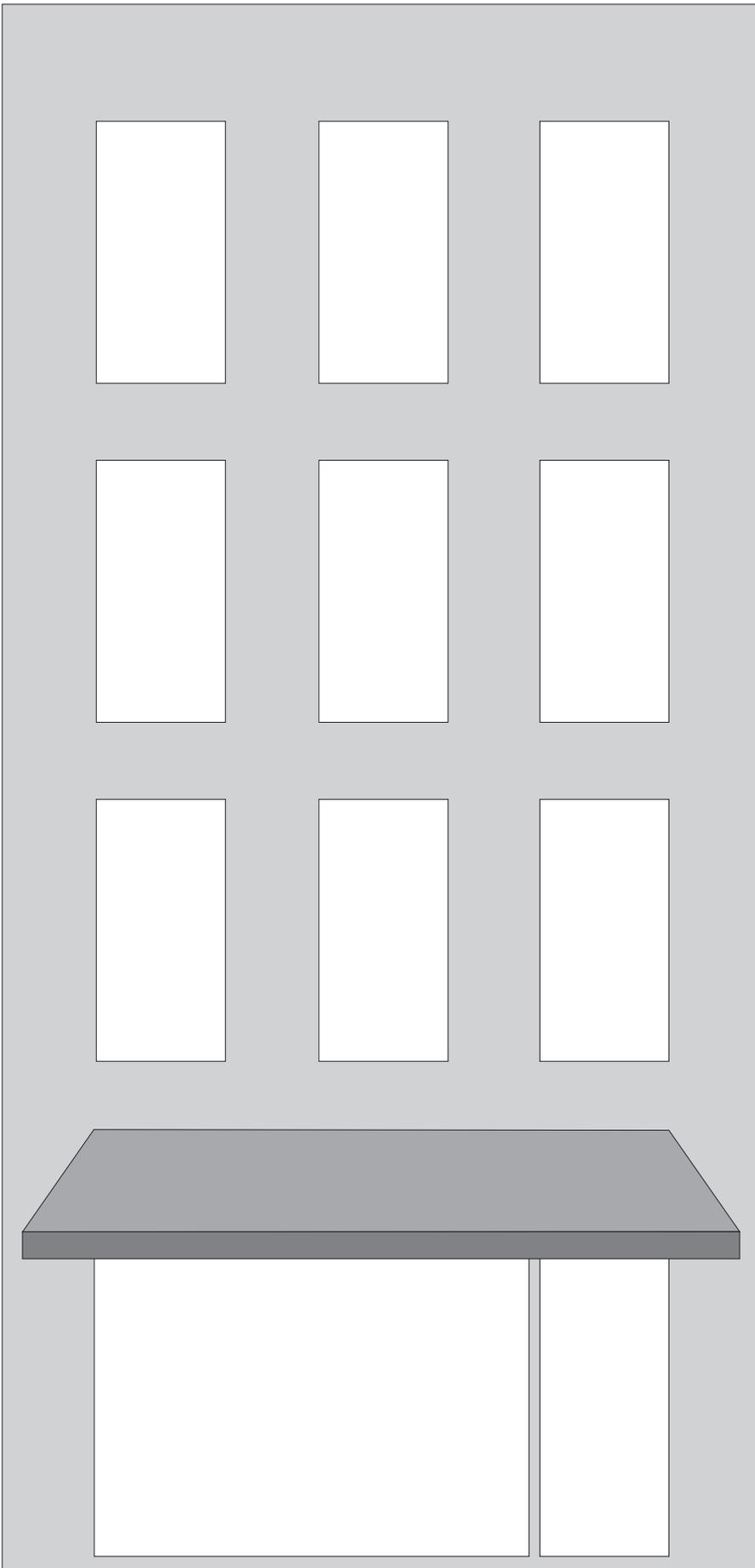


**NON**

Sont interdits: les drapeaux, structures grossières et/ou alambiquées.

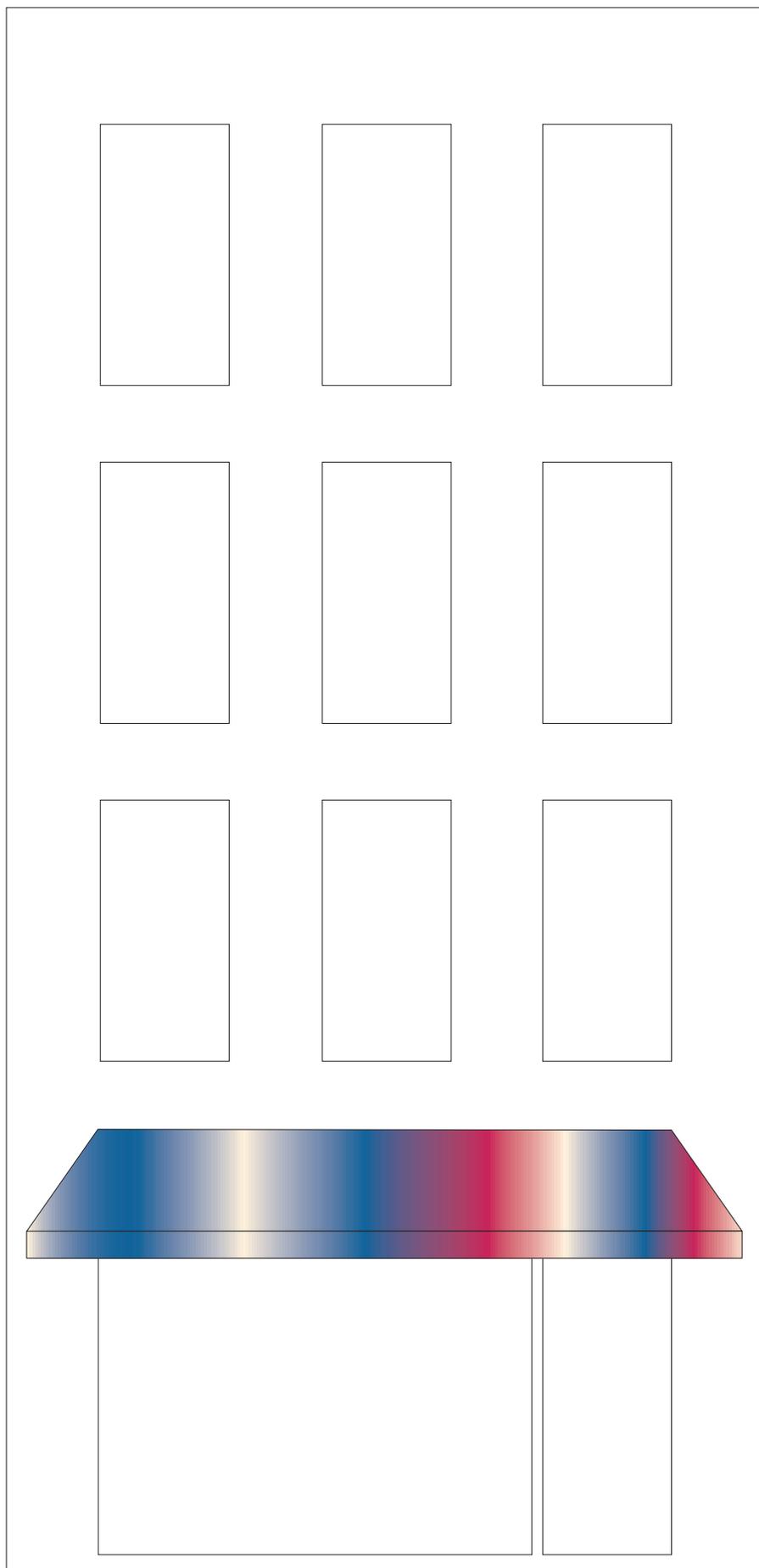
Les publicités sont à bannir. Les images photographiques et les fonds bariolés sont également à proscrire.

Aucune inscription n'est autorisée sur les pieds et le cadre du chevalet.



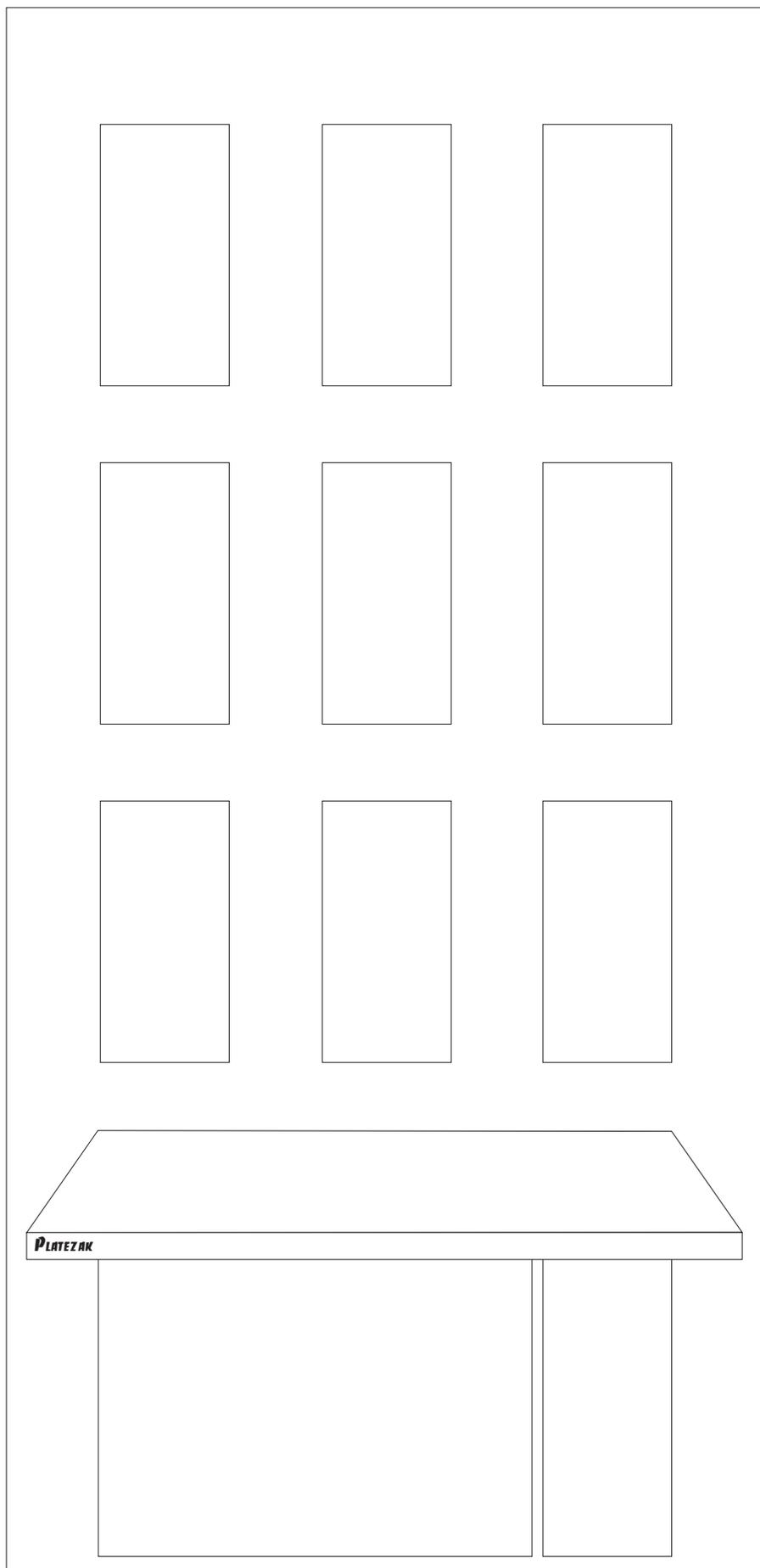
## OUI

Les couleurs des marquises et des tentes solaires sont choisies dans la même gamme que les façades lorsque celles-ci sont peintes ou enduites. Si elles sont en briques apparentes ou en pierres naturelles, on choisira une teinte dans la gamme du blanc au noir.



**NON**

Les marquises sont de teinte unie sans motifs ou décorations.

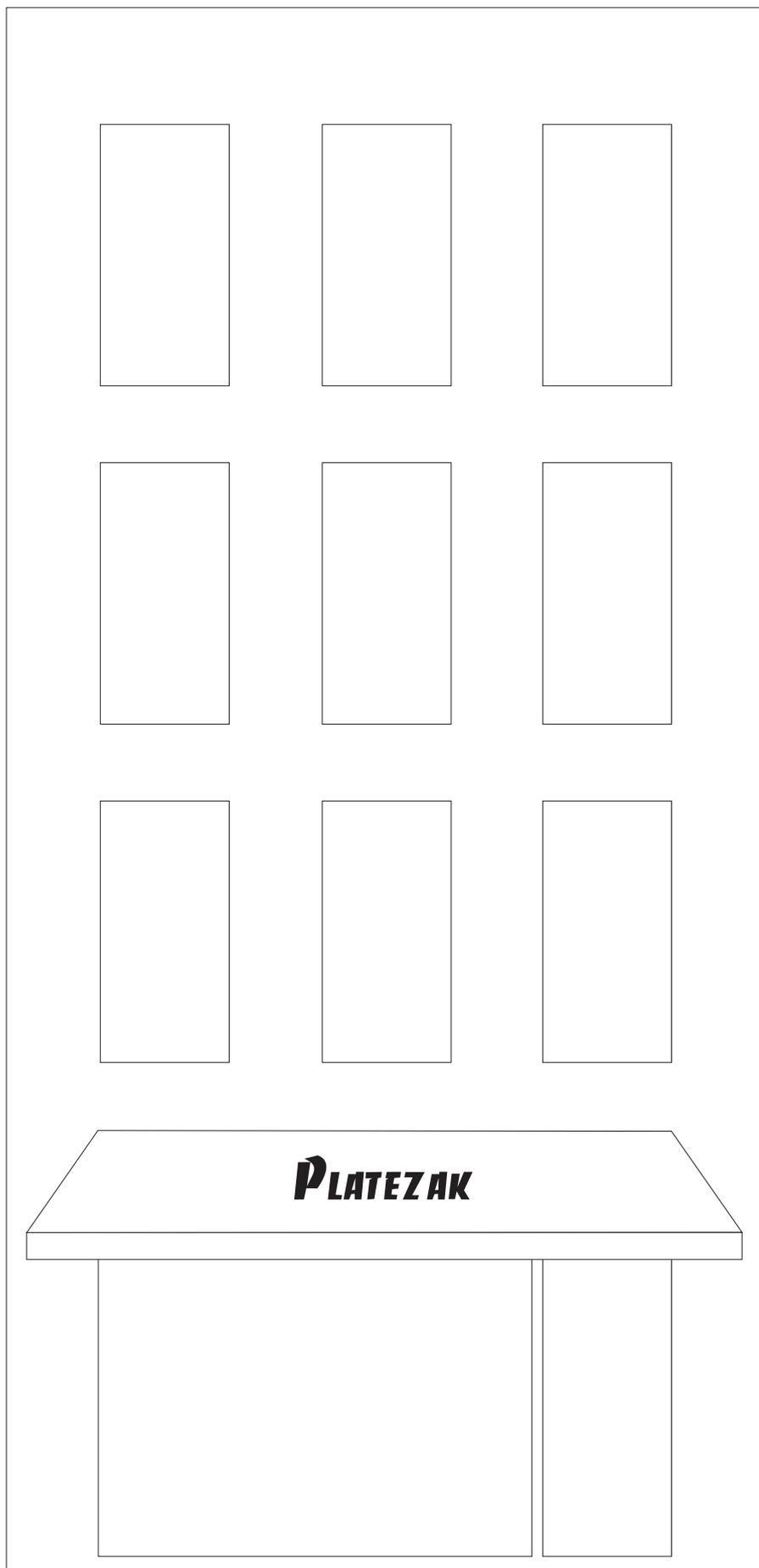


## OUI

Le nom du commerce peut se retrouver sur la tente solaire. Néanmoins, son emplacement reste limité à la tranche avant. La justification (positionnement du texte) est laissée au choix.

Les volets anciens ou en bois sont remis en état et peints dans la même couleur que les châssis.

Les nouveaux volets métalliques sont ajourés afin de permettre la lecture de la vitrine lors de la fermeture.



**NON**

La partie supérieure de la tente solaire ne peut accueillir ni texte, ni aucun autre imprimé.

