



Saujon, Cité commerçante



Charte de cohérence du linéaire commercial



Charte de cohérence du linéaire commercial

Ville de Saujon
Version en vigueur : Version 3 – Juin 2026
Délibération du 20/03/2025

Service développement Urbain
Contact : commerce@saujon.fr

Crédits photos :
Couverture : C. MAYAU, Ville de Saujon
Alexandre BOUCROT, Ville de Saujon (sauf mention contraire)





Pourquoi une charte de cohérence du linéaire commercial ?

Aujourd'hui, lorsqu'on arpente les rues commerçantes, la conclusion est assez unanime : le linéaire commercial apparaît hétérogène. La multiplication des panneaux publicitaires, de supports d'enseignes peu soignés nuit à la lisibilité et la qualité du linéaire commercial du centre-ville.

La culture de belles devantures

Dès lors, dans l'intérêt de la revitalisation du centre-ville et de l'identité du territoire, il se révèle important de mettre à disposition de chacun les moyens d'améliorer la situation :

- Pour redonner de qualité aux rez-de-chaussée commerciaux,
- Pour renforcer l'attractivité du cœur du village.

La charte : un outil de bonnes pratiques

Le présent document doit être vu comme un guide de bonnes pratiques, dans le cadre du programme 'Saujon, cité commerçante'. La charte vise à exposer les principales recommandations à suivre lorsque l'on souhaite concevoir des devantures et enseignes respectueuses de l'identité et de la qualité du patrimoine bâti de Saujon.

La charte s'adresse à tous les commerçants, actuels et futurs s'intégrant dans le dispositif 'Saujon, cité commerçante'.

« En cœur de ville,
un commerce ne doit pas être vu,
il doit être remarqué ».



Devanture rue Carnot - AB

La devanture, outil du patrimoine local et vecteur d'identité locale

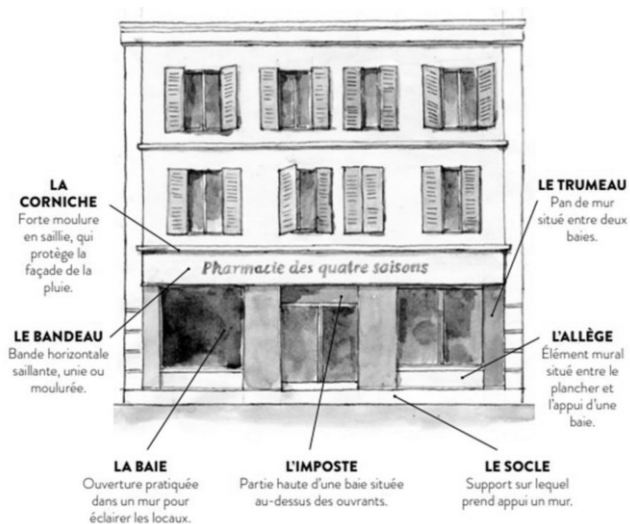
Par le mot devanture, on désigne l'ensemble de la façade d'un magasin en lien avec l'espace public, ce qui fait qu'un commerce a « pignon sur rue ». La devanture englobe tous les éléments, la vitrine, les boiseries, le store, l'enseigne, etc.

La devanture dans le « paysage de la rue »

Le centre-ville de Saujon s'inscrit dans une architecture traditionnelle saintongeaise avec une majorité de bâti enduits de couleur claire et coiffés de tuiles romanes sur une toiture à pans de faible pente.

La devanture, élément des rez-de-chaussée actifs, est composée de plusieurs éléments. Ceux-ci entreront en compte dans le dispositif de subvention d'embellissement du linéaire commercial. Le principal aspect à prendre en compte est l'époque et la typologie de l'immeuble qui aideront au choix d'une devanture:

- « en applique » c'est-à-dire que l'ensemble vient se poser sur la façade,
- « en feuillure » où au contraire, la vitrine est fixée à l'intérieur de l'encadrement bâti.



Composition de la devanture

Respecter les limites et le rythme des façades

Dans le cas où une activité commerciale s'étend sur les rez-de-chaussée de deux immeubles contigus, il est important de respecter l'interruption entre ces deux bâtiments qui ont chacun une identité de composition et de matériaux.

Une devanture « à cheval » sur les deux bâtiments peut dénaturer les immeubles et apporter une confusion dans le linéaire commercial marchand.

Afin de respecter le rythme bâti étroit, typique des centres bourgs, une discontinuité de la devanture est donc recommandée dans le cas où une limite verticale du bâti est visible : par un joint de dilatation, par une gouttière ou par l'épaisseur du mur mitoyen.

Une façade est composée de rythmes verticaux et horizontaux. Les rythmes verticaux sont donnés par les alternances des baies et des trumeaux (parties maçonneries). Une devanture commerciale qui se compose, elle aussi dans la continuité de ces rythmes, renforce sa présence en profitant de la composition et de l'échelle de l'immeuble.



Respecter les rythmes horizontaux : bien distinguer les fonctions du bâti

Les devantures sont généralement limitées aux rez-de-chaussée, en s'étendant rarement sur les étages supérieurs. Seules les cellules disposant de locaux d'activités, de vente ou de restauration en étage, peuvent manifester cette fonction par l'aménagement de stores, de vitrophanie, pratiqués dans la largeur des baies.

Toutefois, il est possible de déroger à ce principe si une composition apparaît en harmonie avec la façade qui revêt elle-même aucun caractère architectural particulier.

L'enseigne de la librairie, d'une belle composition graphique, recouvre la façade qui n'a peu d'intérêt architectural.





Des matériaux qualitatifs, cohérents et harmonieux

Les matériaux des devantures sont des éléments essentiels de l'animation du linéaire commercial. Une devanture simple et lisible favorise l'impact l'attractivité du commerce. Il est plus efficace de limiter le nombre de matériaux et de couleurs.

Les matériaux utilisés pour la devanture doivent être choisis en rapport avec l'architecture de l'immeuble. Sont vivement recommandés les matériaux de qualité : bois, acier, aluminium laqué, anodisé ou vernis, verre. Sont à éviter toutefois :

- les matériaux d'aspect brillant et les matériaux PVC et d'aspect PVC qui dénotent par rapport aux matériaux traditionnels du bâti.
- Les matériaux utilisés pour les bâtiments industriels (tôle ondulée, bacs-acier) si l'architecture ne reprend pas de code industriel.

Les matériaux dit « à thème » et/ou « régionalistes » (type rondins de bois, ardoise, matériaux de synthèse), ne sont pas prohibés mais restent à étudier en fonction du projet d'activités comme par exemple une activité saisonnière.



1 La corniche
Elle couronne la devanture en la protégeant de la pluie. Composée classiquement ou réinterprétée de façon moderne, sa sous-face permet d'y encastrer un système d'éclairage.

2 Le bandeau horizontal
Il coiffe la devanture en répondant aux rythmes des éléments verticaux et s'achève par une corniche. Il est l'emplacement traditionnel de l'enseigne commerciale.

3 L'entablement
Cette moulure comparable à celle de l'allège sépare traditionnellement les coffrages verticaux du bandeau horizontal.

4 Le store banne en tissu
Le bandeau horizontal doit être conçu pour abriter discrètement le mécanisme, qui ne doit pas être disposé en applique (pas de caisson extérieur). Le tissu du store doit être uni (sans rayures).

5 Le lambrequin
Partie verticale du store banne en tissu qui reçoit généralement l'enseigne.

6 Les pieds droits latéraux
Réalisés la plupart du temps en bois et décorés ou simplement filetés, ils rythment et délimitent la devanture commerciale.

7 La vitrine
Positionnée parallèlement à la façade, elle se compose de châssis vitrés en bois, parfois redivisés en panneaux latéraux.

8 L'allège
Réalisée en bois, elle supporte généralement la vitrine. Elle présente des décors plus ou moins élaborés. Elle peut permettre d'intégrer des éléments techniques tels que les climatiseurs.

9 Le soubassement
Il isole la devanture commerciale de l'humidité de la chaussée et est traditionnellement réalisé avec des pierres calcaires massives, très dures.



L'enseigne en applique à caisson en bois permettant d'ajouter du cachet au centre-ville en réhaussant son patrimoine.



L'enseigne, signature et invitation commerciale

Soigneusement traitées, les enseignes attirent l'œil, animent et enrichissent le paysage urbain. Une bonne intégration nécessite une réflexion sur la forme, les matériaux utilisés et leur couleur, le graphisme, la taille et le positionnement en façade.

Les emplacements de l'enseigne

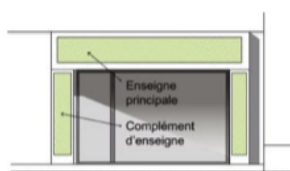
Il existe 3 emplacements possibles:

- **En applique ou bandeau** : apposée à plate, elle est généralement l'enseigne principale du commerce. Plus le lettrage est simple, plus l'enseigne est lisible et s'intègre dans son environnement.
- **En drapeau** : posée perpendiculairement à la façade, l'enseigne est soit suspendue soit maintenue sur le côté.
- **Sur le store**, et plus précisément sur le lambrequin.

«EN APPLIQUE», PARALLÈLE À LA FAÇADE



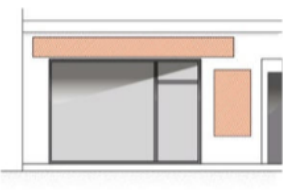
- ✓ Une enseigne discrète avec des proportions mesurées, alignée à la vitrine.



- ✓ Des enseignes hiérarchisées sur la devanture.



- ✓ Une enseigne alignée sur les ouvertures et la trame de la façade.

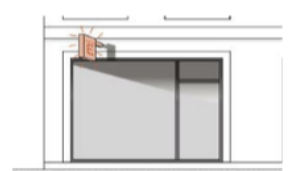


- ✗ La multiplication d'enseignes, mal dimensionnées, mal alignées, hors de l'emprise de la devanture.

«EN DRAPEAU», PERPENDICULAIRE À LA FAÇADE

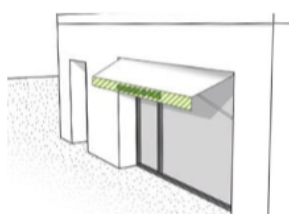


- ✓ Une enseigne discrète avec des proportions mesurées. Elle est suspendue à une tige horizontale ou maintenue sur le côté.



- ✗ Une enseigne imposante, placée au dessus des ouvertures, dans un caisson lumineux autre que LED, sur un drapeau façon calicot, avec des textes défilants et/ou clignotants.

SUR STORE OU MARQUISE



- ✓ Une enseigne de préférence sur le lambrequin.



- ✗ Les doublons d'enseignes (store, façade, balcon...).



Un lettrage simple, lisible et efficace

Le lettrage participe à la lisibilité du message et à l'attractivité commerciale. Il doit être compréhensible d'un seul coup d'œil. Le graphisme est fonction du type de commerce et de devanture (matériaux, couleurs). Simple, il est de même style pour toutes les enseignes d'une devanture.

Les possibilités expressives sont infinies (lettres peintes, lettres découpées) et c'est le contraste ou la complémentarité avec la couleur du bandeau et la couleur dominante de la devanture qui contribuera à la meilleure perception possible.

En règle générale, le lettrage occupe 50% maximum de la hauteur du bandeau. Un lettrage de trop grande taille peu différente de celle du bandeau est synonyme d'agressivité commerciale et rappelle les grandes surfaces périphériques. En centre-ville, un commerce ne doit pas être vu mais remarqué.

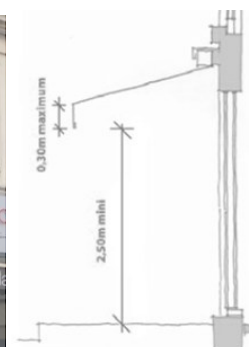
L'enseigne peut donc être :

- **Peinte**, directement sur la devanture,
- **Lettre à lettre**, apposée sur la devanture ou directement sur la façade,
- **Sur vitrine**, lettrage adhésif directement sur le verre,
- **Sur panneau**, en bois ou aluminium, peint ou découpé.

Le store banne : en harmonie avec la devanture

La hauteur par rapport à la circulation des piétons doit être au point le plus bas du store ou du lambrequin à 2,5m minimum. Il doit être placé autant que possible à l'aplomb des baies de la devanture. Il peut être continu le long de la façade dans le cas des cafés restaurants à terrasse.

Considéré comme un élément d'enseigne, le store banne doit être autant que possible uni et en harmonie avec les couleurs de la devanture.



Optez pour les lettres détournées lisibles, peu onéreuses et respectueuses de la façade.



La vitrine et l'éclairage : objectif sobriété !

Une vitrophanie simple et avec parcimonie

La vitrophanie est une impression à caractère publicitaire sur un adhésif, collé à l'intérieur de la vitrine et visible de l'extérieur.

L'adhésif opacifié ne laisse pas passer la lumière et masque la vitrine. En règle générale, la profusion de vitrophanie est à proscrire.

Seuls les adhésifs apposés pour préserver la confidentialité de l'activité, ou constitués d'inscriptions discrètes telles que les horaires d'ouvertures, un rappel de logo, des coordonnées par exemple, sont acceptés. La vitrophanie saisonnière ou événementielle est possible tout en conservant le principe essentiel de la sobriété.

Un éclairage sobre

L'éclairage clignotant, multicolore ou à base de tubes néon sont à proscrire.

Les éclairages doivent respecter la réglementation nationale se rapportant aux heures d'ouverture des commerces (extinction de l'éclairage nocturne) et doivent être orientés vers la devanture ou les enseignes et rarement vers le domaine public. Cela peut-être accepté si cela éclaire notamment une terrasse liée à l'activité.

Ils doivent jouer sur le principe du contraste et du clair-obscur et non pas sur la multiplication et la surenchère de lumière par rapport aux commerces voisins.





Une colorimétrie sobre et harmonieuse

Historiquement, les couleurs d'enduits de façade étaient fonction des matériaux et pigments locaux (chaux, chanvre). Concernant le commerce, elles ont eu traditionnellement une symbolique liée à l'activité: rouge pour les boucheries, bleu pour les poissonneries, jaune ou dorée pour les boulangeries, vert pour les pharmacies ...

Une recherche de teintes saujonnaises

La couleur possède également une dimension culturelle liée aux spécificités locales. Elle se perçoit à plusieurs échelles : du paysage, de la ville, en passant par la rue et le bâti.

Le choix des teintes est fonction de plusieurs paramètres : teinte dominante de l'immeuble, teinte dominante des commerces de part et d'autre.

Les couleurs sont limitées de préférence à trois, y compris celle de la toile des stores, afin d'éviter les effets de bariolage.

On évitera les couleurs trop agressives par rapport au contexte (les couleurs fluorescentes sont, par exemple, interdites).

Le grand territoire saujonnaise se caractérise forcément par les teintes bleutées (Seudre, eaux), de vert (marais, nature) et dans le camaïeu de gris, beiges, ivoire (selon les lumières et les saisons).

Exemple de colorimétrie à privilégier :

Blanc crème RAL 9001	Noir de sécurité RAL 9004			
Vert olive RAL 6003	Vert réséda RAL 6011	Gris soie RAL 7044	Beige brun RAL 1011	Rose nacré RAL 3033
Vert pâle RAL 6021	Bleu océan RAL 5020	Bleu turquoise RAL 5018	Beige gris RAL 1019	Orangé rouge RAL 2001
Turquoise menthe RAL 6033	Bleu pastel RAL 5024	Gris pierre RAL 7030	Ivoire RAL 1014	Vieux rose RAL 3014
Vert pin RAL 6028	Gentiane nacré RAL 5025	Gris d'ombre RAL 7022	Rouge oxyde RAL 3009	Jaune sable RAL 1002
Vert mousse RAL 6005	Bleu d'eau RAL 5021	Gris ardoise RAL 7026	Rouge brun RAL 3011	Jaune citron RAL 1012
Vert mousse RAL 6005	Bleu nocturne RAL 5022	Beige nacré RAL 1035	Rouge beige RAL 3012	

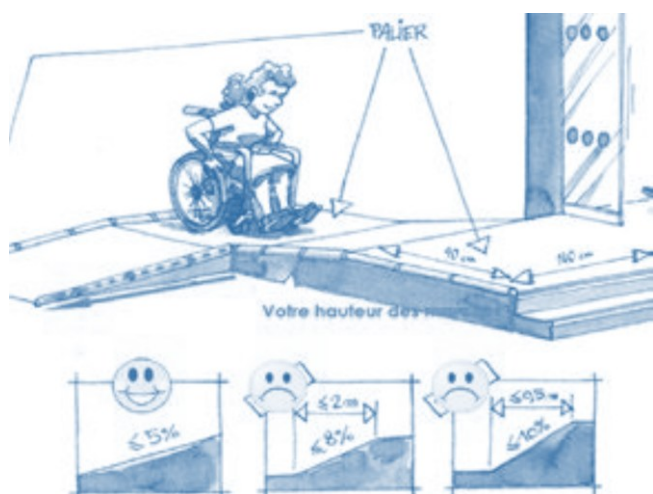
L'accessibilité du local : la réglementation PMR

Une mise en accessibilité obligatoire depuis 2015

Pour rappel, depuis le 1er janvier 2015, tous les commerces doivent être accessibles aux personnes en situation de handicap. Des dérogations sont possibles mais ne constituent en aucune façon une tolérance, mais peuvent être demandées avec un dossier technique à l'appui, dans le cas d'impossibilité technique ou de mise en péril de l'activité commerciale. Dans ce cas, elles ne peuvent jamais concerner l'ensemble des dispositions. Le dossier doit alors présenter des solutions de substitution, soumise à l'appréciation de la commission préfectorale.

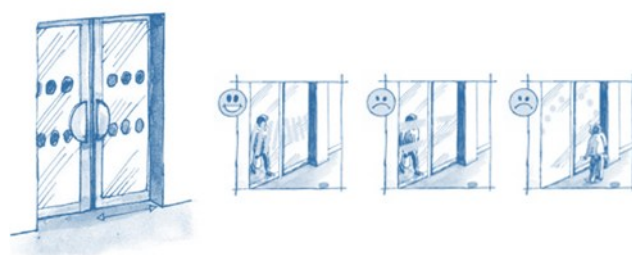
L'accès au commerce :

- L'utilisation d'une rampe pour faciliter l'entrée d'une personne à mobilité réduite. La rampe doit être d'une inclinaison inférieure ou égale à 5 % et l'aire de manœuvre de 90 x 140 cm.
- Sont tolérées des pentes de 8 % sur une longueur maximale de 2m, et des pentes jusqu'à 10 % sur une longueur maximale de 50cm.
- Les axes de passage doivent être dégagés.
- Le sol doit être stable, non glissant, sans obstacle à la roue et d'une bonne largeur de cheminement.



Une sonnette d'appel à l'entrée doit être comprise dans une hauteur de 0,9m à 1,30m et à plus de 0,4m d'un angle rentrant de parois ou de tout autre obstacle à l'approche d'un fauteuil roulant. Les portes principales desservant des locaux ou zones accessibles pouvant recevoir 100 personnes ou plus ont une largeur de passage utile minimale de 1,20 m.

Si les portes sont composées de plusieurs vantaux, la largeur nominale minimale du vantail couramment utilisé est de 0,80 m, soit une largeur de passage utile de 0,77 m. Un espace de manœuvre de porte est nécessaire devant chaque porte. L'effort nécessaire pour ouvrir une porte doit être inférieur à 50 N.



Ressaut : Lorsqu'il ne peut être évité, un faible écart de niveau peut être traité par un ressaut à bord arrondi ou muni d'un chanfrein et dont la hauteur est inférieure ou égale à 2 cm. Cette hauteur maximale peut toutefois être portée à 4 cm si le ressaut comporte sur toute sa hauteur une pente ne dépassant pas 33 %. Les parties vitrées doivent être repérées, ouvertes comme fermées, à l'aide d'éléments contrastés.





Saujon, Cité commerçante

Stratégie
Implantation
Embellissement
Mise en accessibilité