CAUE MOSELLE

Réussir une campagne de ravalement

Le mot du Président

Le terme de ravalement est souvent perçu comme l'idée d'un maquillage hâtif d'une situation dégradée. Il recouvre toutefois une réalité complexe, où l'on se préoccupe de la peau d'un bâtiment, pour en préserver la santé et en valoriser l'aspect, également en assurer la performance thermique.

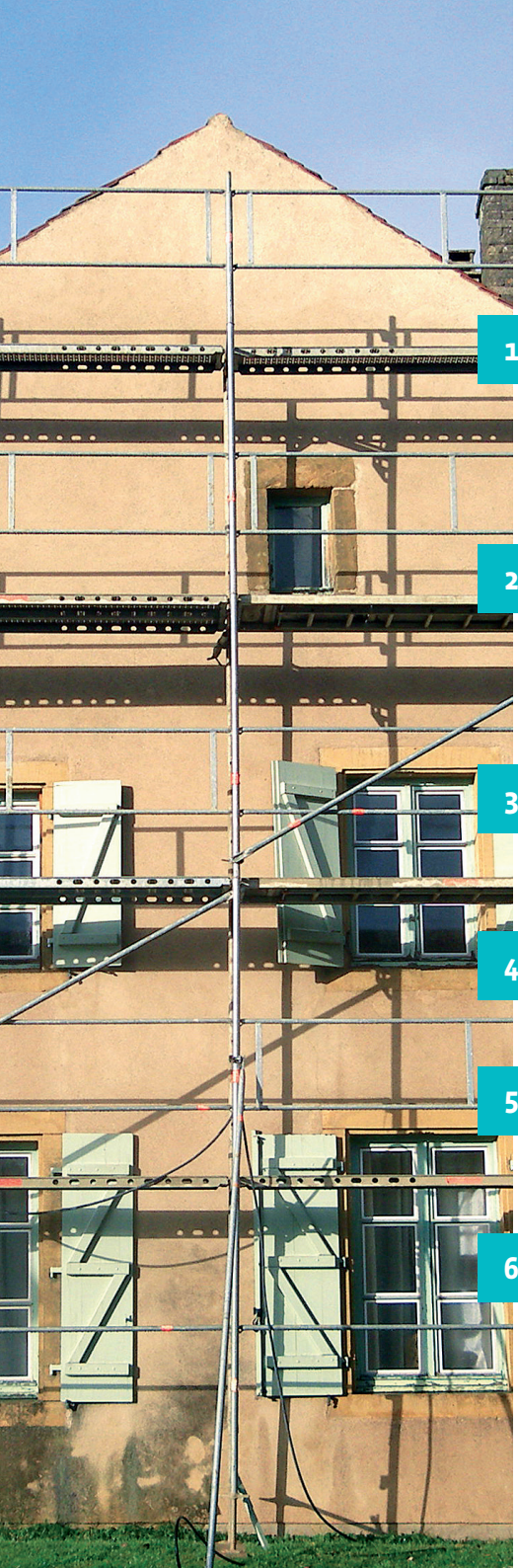
Démarche d'initiative privée et individuelle, le ravalement des bâtiments concerne pourtant aussi largement la collectivité. En effet, la qualité d'entretien des maisons d'un village, d'une ville ou d'un territoire en constitue la première image de marque.

La qualité du cadre de vie est de la compétence première des communes et des structures intercommunales. Elles peuvent dynamiser et coordonner les initiatives privées en organisant des campagnes de ravalement des façades.

Au travers de ce guide, le C.A.U.E. de la Moselle souhaite accompagner les élus mosellans en charge d'un territoire, soucieux d'en améliorer l'image en accompagnant et en fédérant les initiatives privées, en leur proposant une méthode simple et claire en six étapes clés.

Je souhaite que l'intérêt du ravalement des bâtiments soit perçu dans toute son ampleur, car il participe à l'embellissement de notre cadre de vie et à l'entretien de nos habitations, lesquelles doivent maintenant aussi relever le défi des préoccupations thermiques et environnementales.

Clément LARCHER
Président du C.A.U.E. de la Moselle



Réussir une campagne de ravalement

Six étapes-clés

1 DETERMINER LES OBJECTIFS

- Définir le cadre de l'action, le territoire et les cibles du projet
- Déterminer la durée du projet et de son budget
- Déterminer la nature juridique du projet
- Organiser l'action, s'entourer de professionnels et déterminer leurs missions
- Programmer le ravalement des bâtiments publics

2 REALISER LES OUTILS

- Inventorier les types de bâtiments du territoire
- Réaliser une palette de couleurs
- Déterminer les critères et les modalités d'évaluation
- Etablir un règlement d'octroi de subvention
- Recourir aux documents d'urbanisme

3 ORGANISER L'ACCOMPAGNEMENT

- Organiser un service de conseil
- Subventionner les travaux
- Organiser l'information, faciliter les démarches

4 COMMUNIQUER SUR LE PROJET

- Exposer et informer sur le projet
- Donner l'exemple et ravaler un bâtiment public

5 ACCOMPAGNER LES TRAVAUX

- Soutenir l'action privée : le rôle essentiel du service de conseil
- Encadrer l'initiative privée : le rôle essentiel des collectivités
- Communiquer régulièrement

6 EVALUER LES IMPACTS DES ACTIONS

- Comparer les résultats aux objectifs initiaux
- Faire apprécier les effets positifs constatés

Réussir une campagne de ravalement

Déterminer les objectifs

1

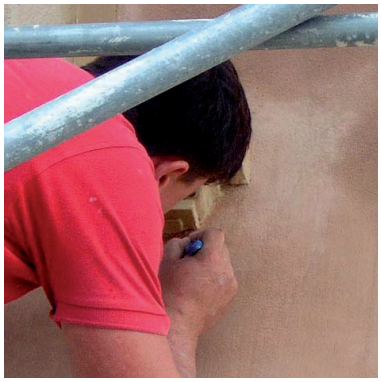
RÉUSSIR
UNE CAMPAGNE
DE RAVALEMENT

Cette première phase de réflexion doit permettre de déterminer le projet, ses objectifs et ses moyens. Sont à envisager notamment la durée de la politique d'embellissement, le budget global et annuel à y consacrer, les types de bâtiments ou les secteurs concernés.
Sont également à fixer les rôles de chacun, de la collectivité territoriale et des intervenants dans les diverses phases de travail à définir.
A ce stade de réflexion préliminaire, la collectivité peut s'adjoindre les conseils du C.A.U.E., expérimenté sur le sujet ; ceci afin de définir les grands axes de la campagne de ravalement.

Définir le cadre de l'action, le territoire et les cibles du projet

Une politique de ravalement voulue sur l'ensemble d'un territoire porte des effets très utiles, mais diffus et trop peu perceptibles en regard des efforts à consentir par la collectivité. Des priorités peuvent être déterminées, en fonction de problèmes identifiés, de besoins exprimés, pour atteindre un impact significatif.
Ces priorités porteront, par exemple, soit sur certains types de bâtiments ou ensembles de bâtiments (maisons paysannes remarquables, maisons de la Reconstruction, cités ouvrières...), soit sur des secteurs bien en vue du territoire (traversées de localités, places centrales, espaces dégradés, quartiers en reconversion,...).
Ces secteurs ou bâtiments prioritaires seront à aborder essentiellement sous l'angle de l'esthétique, de la durabilité et de la sécurité (matériaux et couleurs).
Mais la préoccupation thermique, qui ne peut pas être dissociée du ravalement, doit être largement intégrée aux réflexions et les ravalements visant aux économies d'énergie pourront être encouragés spécifiquement.

THIONVILLE
cité Médoc
Les couleurs soulignent l'architecture.



Déterminer la durée du projet et de son budget

L'action publique initiant une campagne de ravalement nécessite une ambition à long terme et une action pérenne. Ceci permet l'émergence des initiatives privées à un rythme soutenable pour chacun et efficace pour la collectivité.
La durée du projet doit à ce stade être déterminée ; elle sera pluri-annuelle pour être efficace.
Le budget annuel à mobiliser doit être fixé de façon linéaire.

Déterminer la nature juridique du projet

Il est possible d'opter soit pour une campagne de ravalement obligatoire, soit pour une campagne de ravalement volontaire.
Une campagne de ravalement obligatoire peut uniquement être mise en place par les communes ; elles en ont les moyens juridiques (articles L 132.1 à L 132.5 du Code de la Construction et de l'Habitat), ce qui n'est pas le cas des structures intercommunales. Les communes peuvent rendre obligatoire (au terme d'une procédure d'autorisation préfectorale) les ravalements des immeubles tous les dix ans, soit sur l'ensemble de leur territoire, soit par secteurs homogènes. Cette démarche oblige à une notification individuelle.
C'est une procédure lourde, mais la méthode a montré son efficacité dans les grandes villes, dont l'aspect peut changer totalement en quelques années.
Une campagne de ravalement volontaire peut être organisée par une commune ou une structure intercommunale, sur un territoire cohérent. Elle s'appuiera sur la communication autour du projet puis de ses résultats concrets, ainsi que sur des mesures d'incitation.

Organiser l'action, s'entourer de professionnels et déterminer leurs missions

Le C.A.U.E. de la Moselle peut accompagner la collectivité au stade des réflexions préliminaires comme au long des phases ultérieures, en assurant la réalisation de l'ensemble du processus.
Toutefois, en fonction de la spécificité et de l'échelle de la demande, il peut être judicieux de recourir à un ou plusieurs professionnels, chargés de réaliser un ou plusieurs stades de la campagne de ravalement, par exemple l'inventaire typologique, la palette de couleurs, le conseil aux propriétaires.
Dans ce cas, le CAUE accompagnera la collectivité pour être garant de l'homogénéité du processus. Il assistera la collectivité pour définir les missions à confier à des professionnels compétents et engager le processus de consultation.

SARREBOURG
cité Lorraine
Requalification de logements sociaux. L'isolation thermique par l'extérieur a été l'occasion de recomposer les façades. Les couleurs, choisies dans la palette de la Ville de Sarrebourg, soulignent l'architecture.
Jean-Louis Mohoric, architecte, avec la participation du C.A.U.E. de la Moselle.
Maître d'ouvrage : Moselis

Déterminer les objectifs

VEILLER À LA COHÉRENCE DES ACTIONS

L'état des bâtiments et des façades est un élément important du paysage des villages et villes. Toutefois, l'impact d'une action en ce sens est particulièrement réussi, exemplaire et incitatif, lorsqu'il s'inscrit dans une démarche globale d'embellissement définie par la collectivité. Enfouissement des réseaux, requalification des espaces publics et fleurissement, s'accompagnent mutuellement et valorisent l'effort de ravalement des particuliers.

Donner l'exemple et programmer le ravalement des bâtiments publics

Demander aux propriétaires de ravaler les façades de leurs immeubles alors que le patrimoine communal est en mauvais état relève du paradoxe. La commune doit donner l'exemple.
Dans le cadre d'une campagne à l'échelle communale, la commune mettra en place une politique pluriannuelle d'entretien de son patrimoine bâti, si elle ne l'a pas déjà fait.
Dans le cadre d'une action intercommunale, la collectivité veillera à définir un soutien particulier adapté aux communes, pour les inciter à valoriser les édifices majeurs.
Une telle politique se fondera sur un inventaire du patrimoine bâti des communes, dégageant des priorités en fonction de l'état des bâtiments et de leur importance symbolique ou monumentale et déterminant les principes généraux de réhabilitation.
Généralement, on commencera par les édifices publics bien en vue dans la commune ou sur le territoire intercommunautaire, mairie, écoles, édifices cultuels, édifices techniques majeurs tels que châteaux d'eau, ponts.
Le lancement d'une campagne de ravalement pourra être fait à l'occasion de la réception du ravalement exemplaire d'un bâtiment public.
Les différentes subventions publiques éventuellement disponibles sont à rechercher et à mobiliser.

THIONVILLE
place du marché
Le ravalement obligatoire des immeubles de la place du marché s'est fait selon un plan de coloration pré-établi. Françoise Hampé, architecte. La requalification de l'espace public par l'architecte J.M. Vilmotte, (sols, mobilier public, plantations) accompagne l'effort de ravalement, dans une démarche globale et cohérente.

Réaliser les outils

2

RÉUSSIR
UNE CAMPAGNE
DE RAVALEMENT

IL FAUT PORTER À CONNAISSANCE ET S'ASSURER DE L'ADHÉSION GÉNÉRALE

Un projet de l'ampleur d'une campagne de ravalement doit être soumis aux différents partenaires concernés, de manière à solliciter leur validation ou à obtenir leur adhésion. Le Service Territorial de l'Architecture et du Patrimoine (S.T.A.P.) doit être consulté dès lors que le territoire de la collectivité comporte un périmètre de protection de Monument Historique. La palette de couleurs et matériaux doit recevoir son approbation. Ceci devrait par ailleurs faciliter l'instruction des Déclarations Préalables ultérieures concernant les ravalements. Le projet de campagne de ravalement peut être porté à la connaissance des associations locales, comités de quartier et corporations d'artisans.

Particulièrement importante, cette phase consiste à élaborer les éléments de références et les outils qui permettront l'exécution concrète de la campagne de ravalement. Très technique, cette phase nécessite une durée conséquente, de six mois à un an. Eventuellement et en fonction de l'ampleur de l'action globale, un processus de consultation sera engagé, afin de confier les missions déterminées à des professionnels compétents. Ce travail est le complément indispensable au règlement d'octroi de subvention.

Inventorier les types de bâtiments du territoire

L'inventaire permet de connaître les différents types d'architectures en présence sur le territoire concerné, avec leur intérêt, leur spécificité, leur état de conservation. Cette connaissance aide à définir les objectifs particuliers d'une campagne de ravalement, à cibler éventuellement des types de bâtiments prioritaires. L'inventaire patrimonial définit aussi les techniques de ravalement les plus adaptées à chaque cas.

Réaliser une palette de couleurs

Une palette de couleurs et de matériaux ne doit pas être une production artistique ou à but décoratif répondant à une mode. Elle doit être valable dans le très long terme, être argumentée et au service des ensembles bâtis. Elle doit être conçue en fonction des réalités locales, en se fondant notamment sur l'analyse de l'inventaire patrimonial et les caractéristiques des sites à valoriser.
Une palette de matériaux et couleurs n'est pas un libre service offrant des teintes utilisables partout, mais propose des teintes à appliquer avec discernement en fonction du bâtiment et de son contexte, idéalement déclinées par un coloriste.

Déterminer les critères et les modalités d'évaluation

A ce stade, les critères d'évaluation quantitatifs et qualitatifs de l'action doivent être retenus selon les objectifs initiaux. La campagne de ravalement doit être évaluée, en cours d'opération, à échéance annuelle, et en fin d'opération de manière globale.

Etablir un règlement d'octroi de subvention

Pour soutenir l'initiative privée, un règlement d'octroi de subvention est à établir. Il aura comme socle technique la palette de couleurs et l'inventaire des types de bâtiments.

Inscrire les critères de ravalement dans les documents d'urbanisme

Si l'on souhaite vraiment encadrer l'initiative privée, on peut intégrer une palette de couleurs à un Plan Local d'Urbanisme. Cela évite les réalisations inopportunes, car la palette est alors opposable aux tiers. Cette démarche ne garantit pas à elle seule un résultat esthétique probant, le traitement soigné de tous les détails, du fait de la part artistique et aléatoire du sujet.
Le caractère des bâtiments et leur évolution possible, peuvent également faire l'objet de prescriptions spécifiques dans un Plan Local d'Urbanisme ou dans un règlement municipal de construction.

Organiser l'accompagnement

3

RÉUSSIR
UNE CAMPAGNE
DE RAVALEMENT

Le ravalement des bâtiments d'un territoire ne peut se faire qu'en partenariat avec les propriétaires. Les modalités de dialogue et d'accompagnement des propriétaires porteurs de projets doivent être définies et organisées, afin de communiquer le projet général, de dispenser des conseils personnalisés, d'estomper les écueils financiers et de faciliter les démarches.

Organiser un service de conseil

Les principes esthétiques retenus pour devenir projet collectif devront se concrétiser avec justesse sur les bâtiments du territoire. C'est un enjeu fondamental qui suppose un accompagnement fort de tous les propriétaires concernés, et dans le long terme.
En effet, un ravalement de façades est une opération complexe, où interviennent les choix des techniques, des matériaux, des couleurs. Face à ces questions, les propriétaires sont souvent démunis, ou ont des intentions personnelles parfois contraires au projet collectif ; leurs décisions déterminent l'aspect de la maison pour dix à quarante ans et ont un impact sur l'espace collectif.
Un service de conseil, confié à un professionnel expérimenté, est à privilégier. Son rôle sera d'entendre les souhaits des propriétaires, de leur faire découvrir les qualités de leur maison et les travaux adaptés, tout en veillant à leur expliquer les directives du projet collectif de ravalement. Les concrétisations des initiatives individuelles rejoignent alors les objectifs publics.

HETTANGE-GRANDE
Maison de 1955
Conseil couleur
du C.A.U.E. de la Moselle,
dans le cadre de la campagne de
ravalement de la Communauté de
Communes de Cattenom et Environs

Subventionner les travaux

Le ravalement d'un bâtiment privé ayant un effet éminemment public, il apparaît légitime qu'une collectivité lui apporte son soutien financier. Un règlement d'octroi de subvention en fixera les conditions : taux et plafond, parties subventionnables, notamment. L'octroi des subventions devra également être conditionné par le respect de la palette de matériaux et couleurs validée et aux préconisations du service de conseil.
Le budget annuel d'une campagne peut être déterminé par le nombre moyen annuel de ravalements connus et le prix moyen d'un ravalement.
Le service de conseil représente une valeur, à exprimer conjointement à la subvention.

Organiser l'information, faciliter les démarches

Les propriétaires privés sollicités pour participer au projet public doivent être accompagnés pour les démarches administratives. Le personnel d'accueil de la collectivité doit savoir les orienter correctement vers un guichet unique, disponible pour les aider ; pour compléter les formulaires (Déclaration Préalable et demande de subvention) et fournir les pièces à joindre, acte souvent très complexe à leurs yeux ; pour les orienter vers les administrations concernées, enfin pour les orienter vers le service de conseil et faciliter les prises de rendez-vous.

Communiquer sur le projet

4

RÉUSSIR
UNE CAMPAGNE
DE RAVALEMENT

Lorsque le cadre de la campagne de ravalement est défini, le projet doit être communiqué avec clarté et enthousiasme, de façon générale. Les canaux de communication habituels des collectivités doivent être mobilisés ; presse quotidienne locale, bulletins municipaux ou intercommunaux, télévision locale, site internet, dépliants.
L'organisation de la communication peut être confiée à un professionnel spécialisé.

Exposer et informer sur le projet

Le projet de campagne de ravalement doit être montré à la population, ainsi qu'aux professionnels concernés. Sous forme d'exposition, de dépliant, ou de film et support numérique, on présentera les objectifs de la collectivité, l'inventaire patrimonial, la palette de matériaux et couleurs, le service de conseil, les aides financières, etc.

Donner l'exemple et ravaler un bâtiment public

Le chantier de ravalement d'un bâtiment public bien en vue (Mairie, salle communale, centre culturel, maison communautaire, édifice cultuel) ou son inauguration, est un événement qui permet de lancer une campagne de ravalement en donnant l'exemple. Les théories et les ambitions affichées à cette occasion font sens et renforcent la crédibilité du projet public.

SAINT-GEORGES
Campagne de ravalement de la Communauté de Communes du Pays des Etangs.
Ravalement du clocher de l'église.
Conseil C.A.U.E. de la Moselle en 2010.

SARREBOURG
Ravalement exemplaire de l'ancien presbytère de Hoff, en début de campagne de ravalement.
Conseil C.A.U.E. de la Moselle.

Accompagner la réalisation des travaux

5

RÉUSSIR
UNE CAMPAGNE
DE RAVALEMENT

L'opération bien préparée étant lancée officiellement, le travail de communication doit porter ses fruits. Les porteurs de projet se font connaître et la campagne de ravalement entre dans sa phase de réalisation, qui va fonctionner durant quelques années à un rythme régulier.

Soutenir l'initiative privée : le rôle essentiel du service de conseil

A ce stade, le service de conseil entre dans sa phase opérationnelle. Le professionnel-conseiller est chargé par la collectivité d'une mission claire, étayée par les éléments du projet, la palette de matériaux et couleurs, le règlement de subvention.
Le service de conseil doit être organisé et présenté comme un réel accompagnement des personnes et non comme une contrainte. Au travers de ce service, la collectivité peut montrer à quel point la maison de chacun compte à ses yeux.
Un entretien individuel doit être proposé à chaque demandeur, sur le lieu des travaux. Cette visite permet d'examiner l'état du bâtiment en détail, et d'aborder les techniques et les matériaux de ravalement à mettre en œuvre. La question des couleurs, souvent posée en premier, peut alors être abordée, en associant au débat les membres de la famille concernés. Chaque visite fera l'objet d'un conseil écrit adressé au demandeur, qui peut solliciter des compléments d'information.

THIONVILLE
Maison de 1925-1930
Conseil du C.A.U.E. de la Moselle pour les teintes, à la demande du propriétaire.

Encadrer l'initiative privée : le rôle essentiel des collectivités

Le ravalement des immeubles privés doit être contrôlé par la puissance publique. Ceci au titre des compétences réglementaires des communes, et lorsque les collectivités subventionnent les ravalements.

- Le ravalement d'un bâtiment est de nature à modifier son aspect extérieur. Il doit faire l'objet d'une Déclaration Préalable. Une municipalité peut contrôler la conformité des travaux avec l'autorisation délivrée, en cours de travaux ou après leur achèvement. En cas de non-conformité des travaux réalisés avec les termes de la Déclaration Préalable, la mise en conformité peut être exigée.
- La collectivité qui subventionne des travaux de ravalement doit vérifier, avant paiement de la subvention, leur conformité avec le conseil préalable établi et avec les termes de la Déclaration Préalable.
- Dans les deux cas, sont en jeu le respect des décisions publiques et la réussite du projet public sur un territoire.

Communiquer régulièrement

Action à long terme, une campagne de ravalement volontaire doit faire l'objet d'un plan de communication, incluant la diffusion régulière du dépliant, des rappels réguliers dans la presse locale et les bulletins municipaux et intercommunaux, en se fondant notamment sur les résultats exemplaires obtenus.
Une manifestation annuelle ou biennale mettant à l'honneur les meilleurs ravalements, peut être organisée à l'instar des concours de maisons fleuries.

Evaluer les impacts

6

RÉUSSIR
UNE CAMPAGNE
DE RAVALEMENT

La campagne de ravalement doit être évaluée, en deux temps :

- En cours d'opération, à échéance annuelle ; afin de décider des adaptations nécessaires.
- En fin d'opération de manière globale ; pour en décider la poursuite ou la modification en profondeur.

Comparer les résultats aux objectifs initiaux

La campagne doit être évaluée sous l'angle quantitatif et sous l'angle qualitatif, à la lumière des objectifs initiaux et des critères définis au départ :

- De manière qualitative : mise en valeur des bâtiments, impact de la palette.
- De manière quantitative : nombre de conseils donnés, nombre de chantiers achevés, en appréciant l'impact de l'offre de subvention.
- De manière économique : chiffre d'affaire généré pour l'artisanat local.
- Le règlement de subvention devra être adapté en fonction des constats.

Faire apprécier les effets positifs constatés

Une communication soignée des résultats positifs peut être organisée à échéance régulière, pour stimuler la dynamique de la campagne.

CATTENOM
Campagne de ravalement de la Communauté de Communes de Cattenom et Environs.
Maison de 1933, avant et après ravalement.
Conseil C.A.U.E. de la Moselle en 2010.

Plus d'informations

Le C.A.U.E. de la Moselle a acquis depuis sa création en 1980 une importante expérience dans l'accompagnement de campagnes de ravalement pour les collectivités locales. Il est à votre disposition pour vous faire partager les résultats de son activité au travers d'images et de visites et de vous accompagner pour la mise en place et la réalisation de votre campagne de ravalement.

CAUE MOSELLE

Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement de la Moselle
2 rue Jeanne d'Arc • BP 30001 • Scy-Chazelles • 57161 Moulins-les-Metz Cedex
tél : 03 87 74 46 06 • fax : 03 87 74 75 74
email : contact@caue57.com • www.caue57.com

perspectives 03 828 828 00