

N°5 :

Le projet commercial

«Notre territoire bénéficie d'une bonne attractivité commerciale. C'est un atout pour les habitants et pour l'emploi. Mais cette attractivité peut, si l'on n'est pas vigilant, générer un développement commercial qui déstabilise les équilibres commerciaux et le marché foncier économique. Une plus grande qualité environnementale et urbaine dans l'aménagement des rues commerçantes et des zones commerciales apportera également une plus-value tant pour les commerçants, l'image du territoire que l'environnement ».

Francis HILLMEYER, conseiller communautaire en charge du SCoT



Une commission dédiée au commerce avec les élus et partenaires (6 décembre 2016)

CLÉ DE LECTURE :

Sont concernés par les prescriptions du DAAC :

les ensembles commerciaux, les drives, les magasins de commerce de détail et d'artisanat commercial, à l'exception des magasins de gros, de l'hôtellerie-restauration, des activités de loisirs et des concessionnaires automobiles.

Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) et volet commercial du Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO)

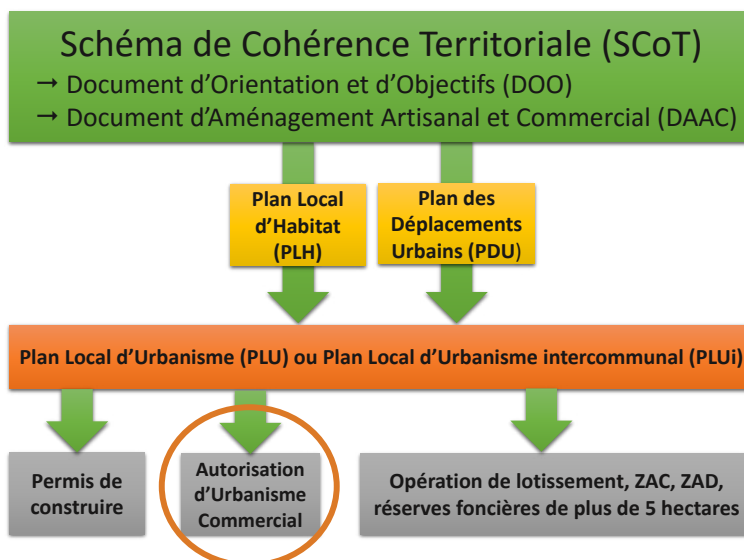
Structurer le développement commercial, un enjeu important du SCoT

Pourquoi un focus sur le développement commercial ? Quels sont les enjeux spécifiques au commerce ? Quelles orientations le projet de SCoT définit-il pour celui-ci ?

Le commerce est un domaine économique sujet à des mutations perpétuelles et rapides, du fait de modes de consommation très évolutifs et d'une concurrence accrue entre les grands groupes. La présence de commerces et d'artisans commerçants joue par ailleurs un rôle fondamental pour la vie et l'animation des centres villes, des centres villages et des quartiers et pour la cohésion sociale. C'est pourquoi, il est primordial de veiller à ce que les projets de transformation, d'extension et/ou d'implantation de nouveaux commerces maintiennent un juste équilibre entre les commerçants et artisans de ces centralités et les grands commerces de périphérie.

Le SCoT définit dans le DOO des orientations pour le développement commercial, à l'instar de celles pour le développement économique ou encore celles pour le développement résidentiel. En sus, comme le permet le code de l'urbanisme, m2A a souhaité adjoindre au SCoT la rédaction d'un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC).

Ce document permet d'aller plus loin dans l'encadrement du développement commercial, en précisant les conditions d'implantations pour les projets commerciaux. Il est complémentaire du DOO et, tout comme lui, il s'agit d'un document réglementaire prescriptif qui s'impose aux Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) et aux demandes d'autorisations commerciales examinées par la Commission Départementale d'Aménagement Commercial.



Le SCoT (et notamment le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial) impose ses orientations aux autorisation d'urbanisme commercial.



Assurer un développement équilibré et raisonné du commerce

Chiffres Clés

50 localisations préférentielles
pour le commerce

Un classement des pôles en **5 typologies**

15 ha alloués au commerce
en termes d'extension (trois sites identifiés)

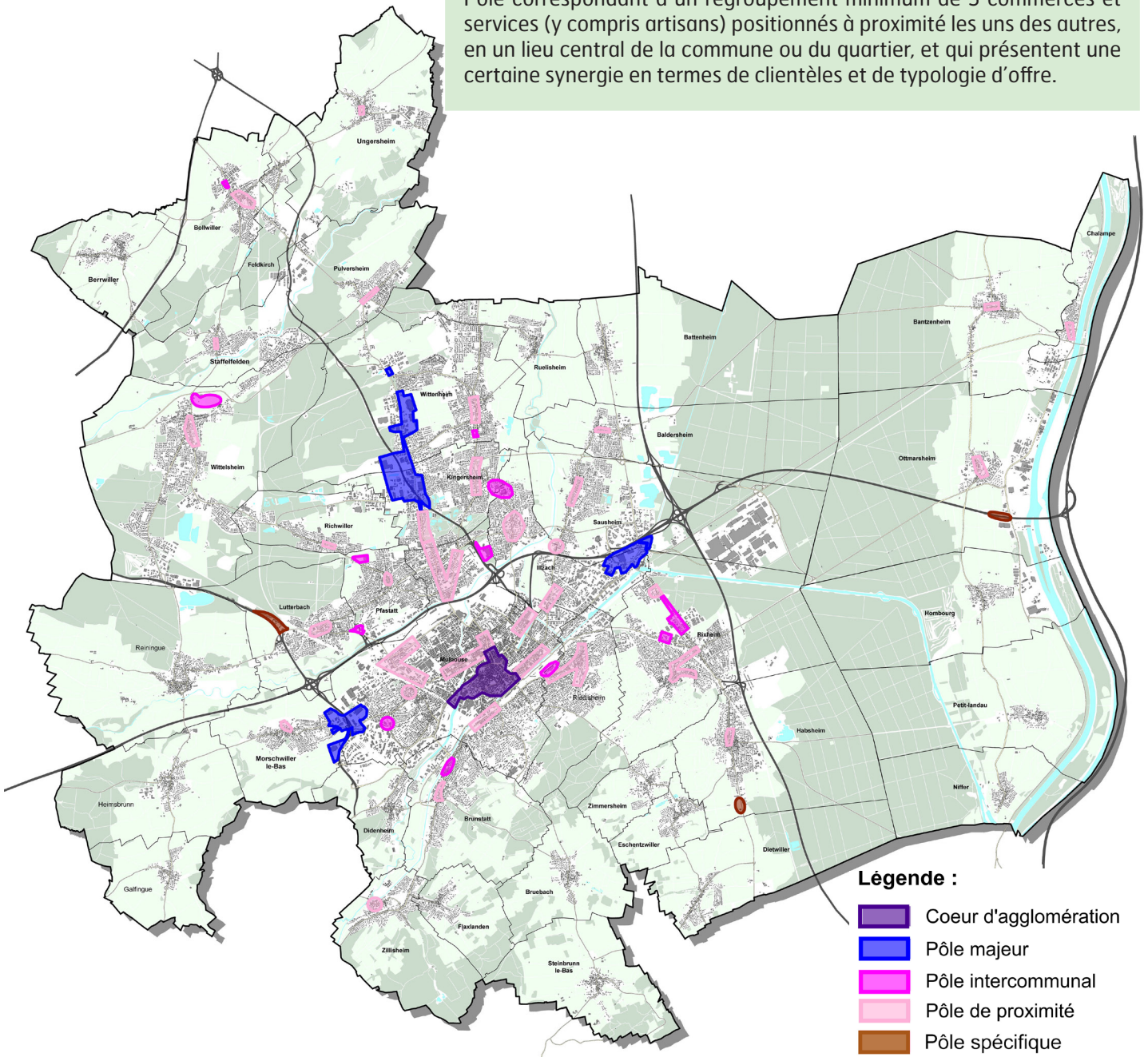
Le projet commercial entend conforter l'offre commerciale du territoire déjà bien développée et diversifiée et son maillage actuel, dans une logique de structuration, compacité et de qualité :

- **des extensions ou implantations nouvelles à réaliser au sein des localisations préférentielles** identifiées sur la carte (éviter les implantations en dehors et préserver les zones d'activités limitrophes) ;
- **pas de création de nouveaux pôles commerciaux** (sauf petit pôle de proximité au sein de futurs quartiers) ;
- **pas de changement de typologie des pôles** (extensions plafonnées).

Définition

Pôle commercial (ou marchand) :

Pôle correspondant à un regroupement minimum de 5 commerces et services (y compris artisans) positionnés à proximité les uns des autres, en un lieu central de la commune ou du quartier, et qui présentent une certaine synergie en termes de clientèles et de typologie d'offre.



Légende :

- Coeur d'agglomération
- Pôle majeur
- Pôle intercommunal
- Pôle de proximité
- Pôle spécifique

Conforter les pôles commerciaux existants et respecter les équilibres commerciaux

Le projet commercial s'appuie sur un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) pour **maintenir un juste équilibre entre centralités et pôles commerciaux périphériques**. Le DAAC définit les conditions suivantes pour les implantations nouvelles et les extensions par typologie de pôle :

- **le type de commerces** (selon la vocation, le type d'achats et la fréquence) ;
- **la surface de vente possible** (surface minimale et/ou maximale) ;
- **les galeries commerciales** (seuils d'extension, création ou non).

Définitions

Centralité :

Les centralités correspondent aux centres des villes, bourgs, villages et quartiers. Insérées dans le tissu urbain, les centralités rassemblent une mixité de fonctions urbaines structurantes : activités, logements, commerces et équipements publics (scolaires, administratifs...). Elles disposent également d'une bonne accessibilité par tous modes de déplacement (piéton, véhicules particuliers, vélos, transports en commun).

Galerie commerciale :

Regroupement dans un même espace (couvert ou plein air) d'un ensemble de commerces de détails, de format boutiques (moins de 300 m²). Une galerie peut être soit autonome (notamment en centre-ville), soit accolée à une locomotive marchande (supermarché, hypermarché, grande surface spécialisée).

		Vocation / types d'achats	Seuil ou plafond de surface de vente pour les nouvelles implantations commerciales ou pour les extensions	Création / extension de galerie commerciale
CENTRALITES	Centre-ville de Mulhouse	Commerces de fréquentation quotidienne, hebdomadaire, occasionnelle ou exceptionnelle	Pas de seuils et plafonds	Création possible Extension 10% maxi
	Pôle de proximité	Commerces de fréquentation quotidienne à hebdomadaire	Plafonds maximum : Cœur d'agglomération : 2 000m ² Ville noyau : 1 500m ² Bourg relais : 800m ² Village : 400m ²	Création possible dans respect des plafonds ci-contre Extension 20% maxi
POLES DE GRANDS COMMERCES	Pôles majeurs	Commerces de fréquentation quotidienne, hebdomadaire ou occasionnelle lorsqu'il s'agit d'achats lourds ou qui ne peuvent pas s'implanter en centralités + Commerces de fréquentation quotidienne pour Wittenheim/Kingsheim	Seuil : 300m ² minimum	Pas de création Extension 10% maxi
	Pôles inter-communaux	Commerces de fréquentation hebdomadaire ou occasionnelle lorsqu'il s'agit d'achats lourds ou qui ne peuvent pas s'implanter en centralités	entre 300m ² et 3 000m ²	Pas de création Extension 20% maxi
POLES SPECIFIQUES	Pôles spécifiques	Commerces répondant à des achats spécifiques (activités liées à l'habitat pour Lutterbach et aux usagers de l'A36 pour Ottmarsheim)	Pôle de transfert (Habsheim) : surface de vente maximum correspondant à celle du pôle existant, majorée de 10%	Pas de création
		Commerces de fréquentation quotidienne à hebdomadaire nécessitant une relocalisation (Habsheim)		
Hors localisation préférentielle		Proximité	Plafonds : Mulhouse : 1000 m ² Autres communes : 300 m ²	Pas de création (NB : pas de galerie existante)

Les seuils, plafonds et % indiqués se réfèrent à la surface de vente de l'ensemble commercial (surface principale et galerie le cas échéant)



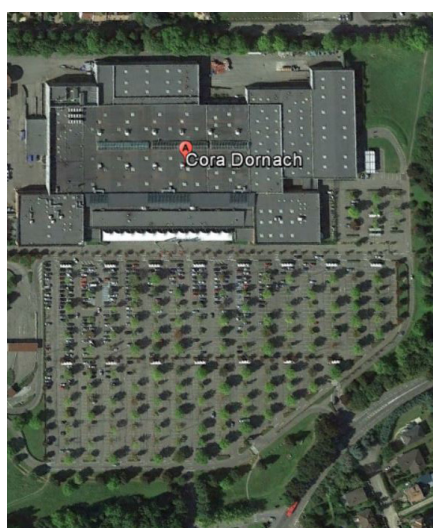
Mettre en valeur et moderniser les pôles commerciaux existants

Le projet commercial du SCoT demande que les PLU(i) et les projets de développements commerciaux visent à :

- **améliorer la qualité architecturale et urbaine et l'insertion paysagère des commerces :**
- **améliorer l'empreinte écologique des sites** commerciaux et de **favoriser la gestion raisonnée des ressources** (énergies renouvelables, suivi et régulation des consommations d'énergie et d'eau...).

Le projet commercial entend **veiller en particulier à un aménagement commercial plus qualitatif des pôles commerciaux périphériques (pôles majeurs et pôles intercommunaux)**, contribuant à la fois à leur modernisation, leur valorisation, au cadre de vie et à l'attractivité du territoire :

- **Accessibilité** : favoriser les modes d'accès alternatifs et complémentaires à la voiture par des cheminements piétons et cyclables aisés et accessibles à tous entre les magasins et ensembles commerciaux, ainsi que depuis les arrêts de transport en commun.
- **Qualité paysagère et architecturale** rechercher une qualité d'intégration en matière d'architecture, de forme, d'aménagement et de végétalisation. Améliorer la qualité du paysage des entrées de ville.
- **Économie de foncier** : privilégier les terrains sous-occupés ou en friche ainsi qu'une compacité des bâtiments. Viser une densité d'occupation d'au moins 25 à 30% de la surface de la parcelle lorsque c'est possible. Limiter l'imperméabilisation des sols et renforcer la présence de végétaux notamment sur les aires de stationnement (1 arbre pour 6 places).
- **Compacité des espaces de stationnement** : viser une consommation de foncier aussi économe que possible, par l'intégration du stationnement en sous-sol, dans le volume du bâtiment, en ouvrage, ou en mutualisation du stationnement avec d'autres commerces.
- **Développement durable** : recours autant que possible à des procédés respectueux de l'environnement, favorisant les économies d'énergie ou les énergies renouvelables (toitures végétalisées, panneaux photovoltaïques, isolation, ...).



Quelques aménagements locaux plus qualitatifs sur l'un ou l'autre aspect (source Google maps)

Édition et impression :

Mulhouse Alsace
Agglomération
03 69 77 77 10



Études :



Rédaction : Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne
03 69 77 60 70

Toute reproduction autorisée avec mention
précise de la source et la référence exacte.

