

Syndicat mixte du SCoT Montagne Vignoble et Ried



Schéma de Cohérence Territoriale

Document arrêté le 8 février 2017

DOCUMENT D'AMENAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL (Document d'orientation et d'objectifs)

SOMMAIRE

PREAMBULE	4
CHAPITRE 1	
LA SITUATION ACTUELLE : SYNTHESE et ENJEUX	8
1.1. Introduction	9
1.2. Le poids économique du commerce	9
1.3. L'équipement commercial actuel de territoire MVR	10
1.4. Les chiffres d'affaires et les chalandises	15
1.5. Une évolution mesurée.....	16
CHAPITRE 2	
LES OBJECTIFS DU SCOT, PRINCIPES ET STRATEGIE	17
2.1. L'ambition du PADD	18
2.2. Les objectifs du DAAC.....	19
CHAPITRE 3	
MESURES ET PRESCRIPTIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET	22
3.1. Identification des localisations préférentielles des commerces et prescriptions associées	24
3.2. Prescriptions relatives à la densité des aménagements, à l'intégration paysagère des équipements, à l'impact environnemental	32
CHAPITRE 4	
MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE SUIVI DU PROJET	35
4.1. Les leviers de mise en œuvre du DAAC.....	36
4.2. La méthodologie de mise en œuvre des objectifs et des orientations du DAAC	37
4.3. Proposition d'une grille d'analyse des projets commerciaux	37
4.4. Recommandations pour la mise en œuvre du DAAC	39

PREAMBULE

Les objectifs réglementaires du DOO

Outre d'éventuelles annexes, le SCoT est composé de trois documents :

- Le Rapport de Présentation
- Le Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) qui spécifie l'ambition politique du projet de territoire inhérent au SCoT,
- Le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO), qui peut comprendre un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC)

Le DAAC formalise les objectifs et les principes de l'aménagement commercial, et s'inscrit notamment dans le cadre de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi Grenelle 2), et de la loi du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové (dite loi ALUR).

Le contenu du DOO a été précisé par l'article L141-16 du code de l'urbanisme

« Le document d'orientation et d'objectifs précise les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal.

Il définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs de revitalisation des centres villes, de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l'espace et de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture ».

La légitimité du DAAC est alors définie par l'article L141-17 :

« Le document d'orientation et d'objectifs peut comprendre un document d'aménagement artisanal et commercial déterminant les conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable.

Ces conditions privilégient la consommation économe de l'espace, notamment en entrée de ville, par la compacité des formes bâties, l'utilisation prioritaire des

surfaces commerciales vacantes et l'optimisation des surfaces dédiées au stationnement. Elles portent également sur la desserte de ces équipements par les transports collectifs et leur accessibilité aux piétons et aux cyclistes ainsi que sur leur qualité environnementale, architecturale et paysagère, notamment au regard de la performance énergétique et de la gestion des eaux.

Le document d'aménagement artisanal et commercial localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines, qui peuvent inclure tout secteur, notamment centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines, dans lesquels se posent des enjeux spécifiques du point de vue des objectifs mentionnés au deuxième alinéa de l'article L. 141-16. Il peut prévoir des conditions d'implantation des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés.

L'annulation du document d'aménagement artisanal et commercial est sans incidence sur les autres documents du schéma de cohérence territoriale.

Ainsi, le DAAC doit exposer la façon dont s'organise le territoire, en matière d'aménagement commercial et doit s'inscrire dans le respect des orientations du PADD.

Le DAAC : un document pour la mise en œuvre du projet de territoire

Le DAAC est le document de mise en œuvre du volet d'aménagement commercial du SCoT. Il traduit les objectifs « d'aménagement commercial » du Projet d'Aménagement et de Développement Durables.



Pour cela, il assure la cohérence des politiques publiques (compatibilité ou prise en compte) :

- Vers le « haut » avec les directives européennes et lois nationales, les documents de portée nationale, régionale ou départementale, les chartes des parcs naturels régionaux, ... ;
- Vers le « bas » : documents d'urbanisme (Plans Locaux d'Urbanisme et Cartes Communales) et politiques thématiques (Programmes Locaux de l'Habitat, Plans de Déplacements Urbains, etc.).

Dans ce cadre, le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial s'articule en quatre grands chapitres :

1. Le diagnostic : situation actuelle et enjeux
2. Les choix stratégiques du SCoT en matière d'aménagement commercial
3. Les prescriptions et recommandations pour la mise en œuvre du projet
4. Les modalités de la mise en œuvre et du suivi

Le contenu du document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC)

Selon le Code de l'urbanisme, le DAAC s'inscrit dans la logique du Document d'Orientation et d'Objectifs et définit les règles du jeu en matière

d'aménagement commercial, sous forme de **prescriptions et de recommandations** permettant la mise en œuvre des objectifs et orientations retenus, assurant ainsi les grands équilibres du territoire et les objectifs de la politique publique pour l'aménagement commercial.

Les prescriptions constituent des orientations juridiquement opposables, et s'imposent, dans un rapport de compatibilité :

- Aux documents d'urbanisme locaux du périmètre du SCoT Montagne, Vignoble et Ried,
- Aux procédures de Zones d'Aménagement Concerté (ZAC),
- Ainsi qu'aux autorisations d'exploitation commerciale délivrées au titre de l'article L752-1 du Code de commerce.

Le présent document s'applique aux commerces de détail¹ et activités artisanales inscrites au registre du commerce.

Le commerce de gros, les activités non commerciales, et notamment l'artisanat de production, l'industrie, les activités de bureau, les services aux entreprises, l'hôtellerie et la restauration ne sont pas concernés par les orientations de ce document.

¹*Le commerce de détail est défini dans la circulaire du 16 janvier 1997 portant application des dispositions de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 : « La notion de commerce de détail soumis à autorisation préalable d'exploitation peut s'entendre des magasins où s'effectuent essentiellement la vente de marchandises à des consommateurs pour un usage domestique. Entrent également dans cette catégorie les commerces de gros qui pratiquent une activité significative de commerce de détail. Cette définition inclut notamment la vente d'objets d'occasion (brocantes, dépôts-ventes, commerce de véhicules d'occasion, antiquaires...) ».*

Les prescriptions s'imposent, dans un rapport de compatibilité, aux documents d'urbanisme et de planification de rang inférieur dans la hiérarchie des normes juridiques : Plan Local d'Urbanisme (PLU, PLUi), Carte Communale, Plan Local d'Habitat (PLH), Plan de Déplacements Urbains (PDU). Elles s'appliquent aussi aux politiques publiques des collectivités couvertes par le SCoT.

Les prescriptions du Document d'Aménagement Artisanal et Commercial sont mises en forme de la façon suivante :

N° et thème de la prescription

Texte de la prescription

Les recommandations correspondent à des intentions générales, des grands principes parfois illustrés de bonnes pratiques qui ne présentent pas de caractère obligatoire, mais qui sont proposées à titre d'illustrations et d'exemples. Elles sont mises en forme de la façon suivante :

N° et thème de la recommandation

Texte de la recommandation

CHAPITRE 1 -

LA SITUATION ACTUELLE : SYNTHÈSE ET ENJEUX

1.1. Introduction

Le commerce constitue un thème particulier du développement et de l'aménagement du territoire :

- Il est « économique », parce qu'il représente un nombre substantiel d'emplois et ce particulièrement pour le territoire Montagne, Vignoble et Ried en raison de sa vocation touristique avec laquelle il se combine bien et qui permet ainsi de renforcer et diversifier l'activité commerciale – le potentiel de chalandise étant largement supérieur à celui correspondant au volume de ses propres habitants ;
- Il est « aménagement et structuration du territoire » car il représente un besoin et l'une des fonctions essentielles à la qualité de vie et au bien-vivre des habitants. On parle alors de proximité, de maillage du territoire, d'équilibre des modes de consommation...

Le SCoT Montagne Vignoble et Ried tient compte de cette double nature et consacre ainsi à l'aménagement commercial un document spécifique, le présent Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC).

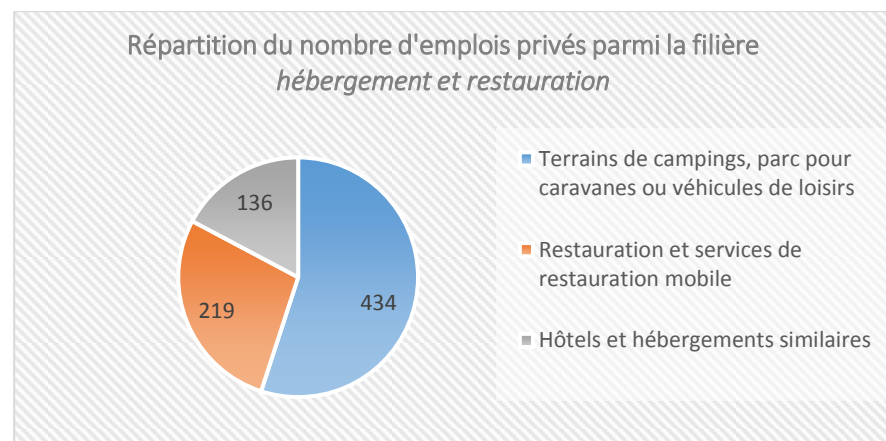
1.2. Le poids économique du commerce

Le commerce représente 40% des emplois privés dont la majeure partie se situe à Ribeauvillé (576 emplois), Kaysersberg-Vignoble (425 emplois) et Orbey (209 emplois), répartis à part quasi égale entre Commerces (au sens strict) et hébergements restauration.

On observe que la plus grande partie des effectifs se concentre dans les commerces de produits alimentaires, boissons et tabac.

En cohérence avec l'association « commerce – tourisme » rappelée ci-avant, le tourisme du territoire génère 11% des emplois privés (au sens de l'INSEE) essentiellement dans l'hébergement et la restauration.

Avec 434 emplois, ce sont les terrains de campings, caravaning ou autres véhicules de loisirs qui offrent le plus d'emplois parmi la filière hébergement/restauration.



Si l'on s'intéresse au commerce en termes d'effectifs d'établissements, on recense 460 établissements dont 26% sont des restaurants et 64% des commerces au sens large.

La répartition en termes d'effectifs diffère avec celle en termes d'emplois puisque les restaurants et les services de restauration mobile englobent le plus d'effectifs de cette filière (119 établissements), suivi des hôtels et hébergements similaires (64 établissements).

Ribeauvillé est la commune qui accueille le plus d'établissements de restauration.

Ainsi, la communauté de communes du Pays de Ribeauvillé concentre davantage d'établissements liés au commerce (63%), contre 37% sur la communauté de communes de la Vallée de Kaysersberg.

Au final, renforcée par l'attractivité touristique et le complément de chalandise qui en découle, la fonction commerciale est très importante sur ce territoire malgré la proximité et l'influence de Colmar.

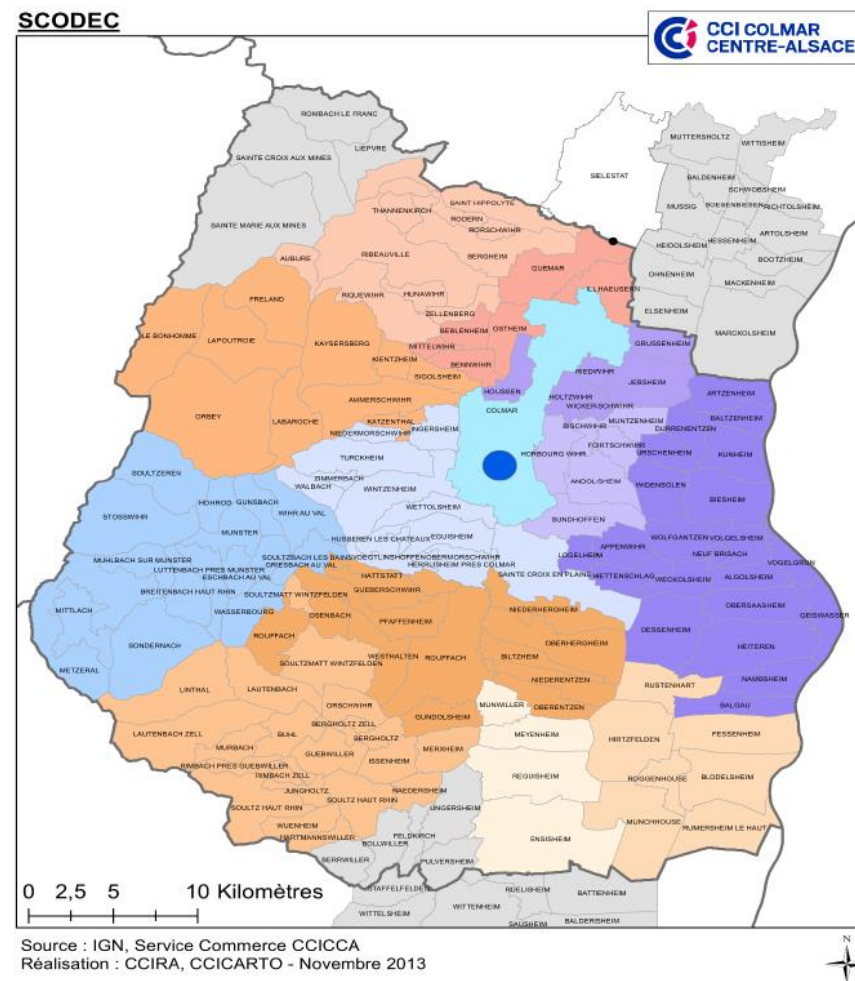
1.3. L'équipement commercial actuel de territoire MVR

D'une manière générale, l'appareil commercial doit contribuer à l'animation et au dynamisme du territoire quel qu'il soit, en satisfaisant les besoins de consommation courants des habitants.

En zone rurale, il doit également être en capacité de proposer une alternative crédible aux équipements commerciaux implantés en périphérie et au centre des grandes villes. Il reste aussi dépendant du nombre d'habitants, de leur richesse, des axes routiers qui le desservent, et surtout du nombre et du dynamisme des commerces présents.

En plus de sa fonction économique, l'appareil commercial territorial joue un rôle social important en favorisant la convivialité, la proximité et en fidélisant la population locale pour ses achats hebdomadaires voire quotidiens. Il réduit, de ce fait, les déplacements motorisés et leur impact sur l'environnement.

L'analyse qui suit s'appuie sur les résultats de l'étude réalisée en 2013 par la Chambre de Commerce et d'Industrie Colmar Centre Alsace : la méthodologie a déterminé 17 zones d'étude représentées sur la carte ci-dessous.



Source : IGN, Service Commerce CCICCA
Réalisation : CCIRA, CCICARTO - Novembre 2013

Chaque zone se compose de plusieurs communes et correspond en général au territoire d'une communauté de communes, sauf pour celle du Pays de Ribeauvillé, où un focus spécifique a été réalisé.

► Inventaire commercial (2013)

Les entreprises des secteurs du commerce de détail alimentaire et non-alimentaire, des services aux particuliers et de la restauration se répartissent très différemment dans les territoires des communautés de communes comme l'indiquent les tableaux suivants.

Commerces traditionnels	CCVK	CCPR	Total MVR
Alimentaire	63	82	145
Equipement de la personne	7	21	28
Equipement de la maison	21	32	53
Culture loisirs	5	8	13
Services	29	31	60
Hyper, Supers, Divers	8	8	16
TOTAL	133	182	315

En matière de GMS, la base de données TradeDimensions² (mise à jour mai 2016) recense 15 magasins pour 12 enseignes et 9.897 m² dont 8.918 m² sont constitués d'unités > 400 m² :

Communes	Enseignes	Natures	Surfaces
RIBEAUVILLE	LECLERC	Hypermarché	2972
ORBÉY	INTERMARCHÉ	Supermarché	1286
KIENTZHEIM	INTERMARCHÉ	Supermarché	1200
BENNWUHR	ALDI	Hard Discount Alimentaire	900
RIQUEWIHR	KRIEL	Lisa	900
KAYSERSBERG	CARREFOUR CONTACT	Supermarché	760
OSTHEIM	PROMODIS	Lisa	500
SAINT HYPPOLYTE	POINT VERT	Lisa	400
SAINT HYPPOLYTE	KRIEL	Lisa	295
RIBEAUVILLE	CARREFOUR EXPRESS	Supérette	214
ORBÉY	PROXI	Supérette	200
BEBLENHEIM	PROXI	Supérette	100
BENNWUHR	PROXI	Supérette	100
BERGHEIM	BIGMAT	Négoce matériaux	50
ORBÉY	GROUPE DIGITAL	Electrodomestique	30

Ainsi, outre les commerces de rues, le dispositif commercial se compose de :

² D'abord TradeDimensions, une division de Nielsen France, est l'un des leaders de la recherche marketing dont la mission est de procurer à ses clients la compréhension la plus complète des consommateurs et des marchés mondiaux.

- 1 hypermarché,
- 3 supermarchés
- 1 Hard Discount alimentaire
- 4 libraires services agricoles (LISA)
- 4 supérettes
- 1 négoce de matériaux
- 1 magasin Electrodomestique

La vocation alimentaire et Hyper-Super-Superette représente alors 78% des surfaces de la GMS.

Le volume global des m² présents est donc relativement faible, rapporté à la population de Montagne Vignoble et Ried, soit 283 m² / 1000 habitants (On compte souvent de 300 à 400 m² par habitants pour couvrir les besoins) mais le volume et la diversité de l'appareil commercial de Montagne, Vignoble et Ried doivent s'apprécier au regard des grands sites commerciaux situés à proximité, Houssen d'abord, l'ensemble de l'agglomération de Colmar ensuite, Sélestat dans une moindre mesure.

Par exemple, le Site d'Houssen, situé de façon contigüe à la commune de Bennwihr (donc du territoire du SCoT) compte environ 28.600 m² de surface (soit près de 3 fois la surface totale de la GMS présente sur Montagne Vignoble et Ried). Ce site rassemble 30 magasins dont un hypermarché CORA de 14.666 m², 17 magasins d'équipements de la personne, 5 magasins loisirs-culture, 4 établissements de restauration et 3 dédiés aux services.

Pour mémoire la seule commune de Colmar rassemble 60.000 m² de commerces pour la GMS, celle de Wintzenheim 12.500 m² et Sélestat 53.015 m².

Schéma de Cohérence Territoriale Montagne Vignoble et Ried



Entrée de la zone de Wintzenheim (Agglomération de Colmar)



Zone commerciale de Mariafeld (HOUSSEN) (Agglomération de Colmar)

Focus sur les 3 bourgs centres de Ribeauvillé, Kaysersberg-Vignoble et Orbey :

Les « bourgs centres » Orbey, Kaysersberg-Vignoble et Ribeauvillé bénéficient d'un appareil commercial assez bien diversifié et assez important en nombre d'établissements pour retenir sur place les achats de première nécessité et quelques achats complémentaires.



Rue commerçante « du Général De Gaulle » à Kaysersberg-Vignoble

Rue commerçante « Grand Rue » à Ribeauvillé





Centre urbain d'Orbey

Leur population est néanmoins insuffisante pour permettre à de grandes surfaces spécialisées dans le domaine de la culture, du meuble ou du bricolage de s'y installer. Aujourd'hui ces derniers privilégient la grande ville et sa périphérie comme lieu d'implantation.

La présence dans chacune de ces villes d'une grande surface alimentaire contribue sans conteste à freiner l'évasion commerciale tant au niveau de l'alimentaire qu'en non alimentaire. Cela reste néanmoins insuffisant.

Aujourd'hui les grandes surfaces alimentaires implantées en territoire rural jouent d'autant mieux leur rôle de locomotive, qu'elles s'appuient sur un commerce de détail en centre-ville fort et performant. Ainsi ensemble, ils concourent à freiner l'évasion commerciale néfaste à l'un comme à l'autre. Cela repose avant tout sur une complémentarité de l'offre commerciale et un certain respect des forces et des équilibres.

1.4. Les chiffres d'affaires et les chalandises

Comme il est rappelé ci-dessus, le SCoT Montagne Vignoble & Ried se trouve en proximité immédiate de pôles commerciaux implantés à moins de 20 mn comme celui de Housсен et de Colmar, Sélestat qui exercent une forte attraction sur ce territoire.

Les chiffres des % des dépenses, tirés de l'étude de la CCI Colmar, en témoignent :

Destinations :	% des dépenses
S-Tot secteur CCI Colmar	90,06
Dont COLMAR	26,52
Dont COLMAR QUARTIERS	16,96
Dont COLMAR CENTRE	9,56
Dont ORBEY -KAYSERSBERG	25,42
Dont ZC Kaysersberg	6.19
Dont ZC HOUSSEN	17,27
Dont WINTZENHEIM	15,35
Dont OSTHEIM	1,77
Dont RIBEAUVILLE	1,23
Dont
Evasion hors secteur cci Colmar	9,94
Dont Internet-vpc	6,36
Dont 67 DPT ENTIER sf Sélestat et zone Marckolsheim	1,09
Dont ALLEMAGNE ENTIERE	0,81

Source CCI Colmar Centre Alsace / 2013

L'étude datant d'il y a trois ans maintenant, le pourcentage des achats sur le net peut être majoré pour tenir compte de la forte croissance de ce mode d'achat.

La proximité immédiate de pôles commerciaux attractifs rend tout projet d'implantation de grandes surfaces sur le territoire Montagne Vignoble et Ried très difficile à rentabiliser pour au moins trois raisons :

- La difficulté de reconquérir une partie du chiffre d'affaires lié à l'évasion commerciale : en effet, il est très difficile de modifier des habitudes prises depuis longtemps par les habitants et a fortiori si elles sont liées à des déplacements domicile-travail.

- La population de ces territoires est insuffisante pour assurer la rentabilité d'un équipement de taille conséquente.
- Une zone de chalandise absente à l'Ouest en raison de la situation géographique (montagne) et faible en aval en termes d'attractivité, les habitants sont plus tentés de rejoindre les pôles limitrophes de Houssen, Colmar ou Sélestat pour y effectuer tous types d'achats.

1.5. Une évolution mesurée

Selon la loi française, chaque nouveau projet (création ou extension de plus de 1.000 m², ou > 400 m² dans certains cas) dépend de la décision, favorable ou défavorable de la Commission Départementale de l'Aménagement Commercial.

Sur la période 2005-2015, 9 demandes d'autorisations en Commission Départementale d'Autorisation Commerciale (CDAC) ont fait l'objet d'un avis favorable. Bien que l'année 2016 ne soit pas complète, aucune CDAC n'a été adoptée depuis trois ans.

En revanche, on remarque que l'année 2007 a été une année porteuse puisque 70% des commissions ont été prises cette année-là, principalement sur les trois pôles du territoire Montagne, Vignoble et Ried.

De plus, la grande majorité des projets sont de nature d'extension et rarement de création. La limite de l'attractivité et du dynamisme commercial de ce territoire se confirme donc.

La surface créée en 6 années a été de 500 m² en hypermarché et 2.500 m² en supermarchés, soit +30% pour les 4 magasins concernés mais pour un total final relativement faible de 9.900 m² (voir ci avant pour le décompte exact).

CHAPITRE 2 -

LES OBJECTIFS DU SCOT, PRINCIPES ET STRATEGIE

2.1. L'ambition du PADD

► L'ambition générale du Projet de Montagne, Vignoble et Ried

Le Projet d'Aménagement et de Développement Durables, projet politique du Schéma de Cohérence Territoriale, Montagne, Vignoble et Ried fixe son ambition : **améliorer et garantir la qualité de la vie de ses habitants et préserver et valoriser les qualités patrimoniales du territoire.**

Il affirme ainsi sa volonté d'être un **territoire dont le dynamisme est mis au service du Ménagement du Territoire.**

► La confirmation de l'armature urbaine à 2 niveaux

Ainsi, dans l'esprit de ce qui précède et en tenant compte de ce qui existe, le SCoT a pour ambition de renforcer cette cohérence, au profit de tous les habitants et des acteurs de toutes les communes, au travers de l'organisation de **l'armature urbaine** qui vise à combiner proximité et efficacité, par le croisement des fonctions urbaines tant internes (accueil de population, habitat, services aux personnes, mobilités, **commerces et services**, santé, activités et emplois,...) qu'externes avec l'attractivité et les échanges avec l'extérieur (tourisme, élargissement des bassins de vie quotidiens, ...).

Dans ce cadre, et dans la logique de préservation de ses grands équilibres, il confirme l'armature urbaine du territoire Montagne Vignoble et Ried définie à 2 niveaux avec d'une part les bourgs-centres de Ribeauvillé, Kaysersberg-Vignoble et Orbey, et d'autre part les autres communes.

► Un rôle défini

Le rôle d'Orbey, Kaysersberg-Vignoble et Ribeauvillé est fondamental dans l'organisation et le fonctionnement du territoire Montagne, Vignoble et Ried. Grâce à la présence de ces trois Bourgs-Centres, la vie du territoire échappe à la simple logique d'espace de « péri-agglomération » strictement résidentiel comme pourrait l'induire la proximité de Colmar, et fonctionne de façon significative comme un territoire de vie à part entière.

De ce fait, l'affirmation de la vocation de bourg-centre d'Orbey, Kaysersberg-Vignoble et Ribeauvillé est stratégique.

La vocation commerciale de ces 3 bourgs-centres est confirmée :

« La taille critique et la polarisation des équipements et services doivent y être confortées et renforcées (habitat, supermarché, boulangerie, boucherie, fleuriste, banque, assurance, pressing, tabac- presse, bistrot, restaurant, pharmacie, médecin, dentiste, laboratoire d'analyse médicale, scolaire (collège, lycée), associatif, équipements jeunesse, personnes âgées et sports ».

► Les objectifs retenus par le PADD du SCoT

La question de la poursuite de la croissance de l'activité commerciale se pose aujourd'hui, non pas de façon isolée mais selon une problématique plus large, c'est-à-dire plus territoriale. Les questions de renforcement des polarités urbaines ont été réinterrogées à cette occasion, pour répondre aux deux enjeux de l'aménagement commercial dans une logique de cohérence territoriale.

Au plan commercial, l'offre commerciale est globalement satisfaisante pour les habitants du territoire Montagne, Vignoble et Ried, notamment si l'on prend en compte les appareils commerciaux de Colmar et de Sélestat qui sont inclus dans leur espace de vie quotidienne.

Dans ce contexte, le choix de consolider l'appareil local sans entrer dans une logique de surenchère avec les territoires voisins (principe déjà posé lors de l'élaboration du SCoT de 2010) a été confirmé.

Par ailleurs, le SCoT souhaite favoriser la diversité des modes de consommation et retient ainsi l'objectif d'équilibre entre la grande et moyenne distribution (GMS) et le petit commerce de proximité localisé dans les centres urbains (centres bourgs et villages).

Au plan artisanal et tertiaire, les activités n'impliquant pas une présence urbaine majeure (au centre de Colmar) étant vouées à croître dans le futur, le choix de favoriser des possibilités d'implantation au cœur du tissu urbain des communes, notamment des bourgs-centres s'impose pour conforter l'amplitude de l'appareil économique du territoire.

Les objectifs de la stratégie de Montagne Vignoble et Ried en matière d'aménagement artisanal et commercial sont les suivants :

- Renforcer la vocation de polarités commerciales des centres bourgs (commerces de détails), avec la maîtrise du développement de l'offre de grande distribution (grands magasins, supermarchés) ;
- Simultanément, l'animation des communes implique d'assurer le caractère multi- fonctionnel de l'espace urbain.
- Il importe également de favoriser le maintien de l'artisanat dans le tissu bâti des communes dès lors que les activités sont compatibles avec le caractère résidentiel en termes d'impact et de nuisances.

2.2. Les objectifs du DAAC

Le projet du SCoT Montagne, Vignoble et Ried décline alors les orientations et objectifs relatifs à l'aménagement commercial de la manière suivante :

Orientation 1 – Conforter l'armature commerciale actuelle dans une logique de desserte optimale des populations par le renforcement des bourgs centres, principales polarités commerciales et maîtrise des potentialités d'accueil de nouveaux grands équipements commerciaux spécialisés, en lien avec l'économie résidentielle

Orientation 2 – Améliorer l'irrigation commerciale du territoire notamment en maintenant le maillage de proximité sur l'ensemble du territoire, en garantissant la diversité des modes commerciaux, et en maintenant les conditions d'installation et d'activités du commerce de proximité.

Les objectifs en matière d'organisation territoriale du commerce s'inscrivent de manière générale en cohérence avec la logique de confortement de l'armature urbaine (donc commerciale) réaffirmée par le PADD.

Ces objectifs se déclinent ainsi à deux niveaux :

► Conforter le rôle commercial des polarités principales (les trois bourgs centres)

Les besoins hebdomadaires, occasionnels et exceptionnels des habitants du territoire reposent essentiellement sur les bourgs centres du SCoT et les polarités extérieures situées à proximité –Houssen notamment et Sélestat-.

Les objectifs de développement sur ces polarités sont à distinguer selon la fréquence d'achats :

- Les achats hebdomadaires : conforter l'offre commerciale sur les centres villes commerciaux afin de répondre aux nouveaux besoins. Ce confortement de l'offre devra permettre de tendre vers un recentrage de l'offre dans ou à proximité immédiate des densités urbaines, afin de favoriser le rapprochement entre lieux d'habitat et lieux d'achats, et l'utilisation des mobilités douces pour ces achats fréquents.
- Achats occasionnels : Afin de répondre à un enjeu de rapprochement des consommations, il s'agira de rendre possible le confortement de l'offre sur les polarités de Ribeauvillé, Kaysersberg-Vignoble et Orbey sur cette catégorie d'achats. Concernant les achats occasionnels lourds, il s'agira de s'inscrire davantage dans une logique d'amélioration qualitative de l'offre que de développement quantitatif (extension des acteurs existant dans le but de moderniser les activités).
- Achats exceptionnels : Il s'agit d'activités associées à des zones d'influence relativement larges, pouvant englober l'ensemble du périmètre du SCoT mais aussi les espaces des agglomérations de Colmar et dans une moindre mesure de Sélestat. Le SCoT affirme par conséquent le souhait de s'appuyer sur les trois bourgs centres afin d'apporter une réponse la plus complète possible à ces besoins exceptionnels à l'échelle du SCoT dans son ensemble. Sur les trois bourgs centres, le développement de l'offre répondant à des achats exceptionnels s'effectuera :
 - En améliorant l'attractivité de l'offre existante (logique de restructuration / requalification, extension des activités dans un objectif de modernisation),

- En conservant des possibilités d'accueil ponctuel d'activités nouvelles, qui devront apporter une plus-value et une diversification par rapport à l'offre existante.

Il s'agira également de garantir un dimensionnement de l'offre adapté à la taille des bassins de vie structurés par chaque polarité. Le DAAC prévoit des prescriptions quant au format des équipements commerciaux, garantissant un dimensionnement adapté de l'offre commerciale.

► **Maintenir et conforter le maillage de proximité sur l'ensemble du territoire**

Afin de répondre à l'évolution de la structure des ménages et notamment au phénomène de vieillissement de la population, et de favoriser une desserte la plus fine possible sur des achats quotidiens pour répondre aux enjeux de réduction des déplacements, le projet politique affirme un objectif de maintien et de confortement de l'offre de proximité sur l'ensemble du territoire. Il s'agira, à travers les prescriptions du DAAC, de favoriser le maintien et le confortement de ce maillage, ainsi que la structuration de polarités diversifiées en commerce de proximité dans les villages, afin d'affirmer leur rôle en termes de service apporté à la population.

✓ *Favoriser le maintien et le développement de l'offre commerciale au cœur des centralités urbaines des villages*

Au regard des enjeux du diagnostic et afin de favoriser des logiques de mixité urbaine, d'accessibilité multimodale et de consommation économe du foncier, le projet politique affirme la volonté de conserver et de développer une offre commerciale au cœur des villages (quand elle existe), à travers plusieurs sous-objectifs :

- Privilégier le développement de l'offre de proximité (achats quotidiens), et de l'offre répondant à des besoins réguliers au cœur des villages,
- Dans les villages, inciter à la mise en place de règles d'urbanisme favorables au maintien et au développement de l'offre commerciale et artisanale (règles de stationnement, d'alignement, conditions d'accessibilité...),

- Favoriser un environnement urbain propice au développement du commerce dans les villages, et contribuant à l'attractivité des pôles marchands, à travers la mise en place d'aménagements urbains (cheminements doux, organisation du stationnement, mobilier urbain, végétalisation...) fonctionnels et qualitatifs,
- Dans les secteurs de périphérie existants, privilégier le développement d'une offre complémentaire à celle des centralités, et notamment les commerces de biens lourds, peu compatibles avec la fonction d'habitat et les conditions d'accessibilité en cœur de villages.

✓ *Favoriser la polarisation de l'offre commerciale dans des localisations identifiées*

Les objectifs et orientations du SCoT en matière de développement commercial doivent s'inscrire dans un objectif de consommation économe du foncier, en adéquation avec les dispositions de la loi portant engagement national pour l'environnement.

Dans le respect de ces objectifs d'économie du foncier, le projet d'aménagement commercial du SCoT Montagne Vignoble et Ried traduit une volonté forte de limitation de la consommation foncière liée au développement commercial, en favorisant la polarisation de l'offre sur des localisations identifiées. Les orientations du DAAC permettront :

- D'améliorer la lisibilité de l'offre commerciale sur le territoire en favorisant la structuration et/ou restructuration des zones commerciales du territoire ;
- De rationaliser les déplacements motorisés pour un motif achat en limitant les phénomènes de dilution de l'offre commerciale, notamment le long des axes principaux ;
 - De maîtriser la consommation foncière à destination commerciale en densifiant les espaces marchands existants,
 - En privilégiant l'utilisation des dents creuses, la réhabilitation et la requalification des friches existantes en centralité urbaine et en périphérie, par rapport à la mise à disposition de foncier nouveau en extension des enveloppes urbaines.

✓ *Opérer un développement commercial qualitatif et respectueux de l'environnement*

Le SCoT réaffirme la volonté d'orienter l'aménagement commercial vers des pratiques plus durables, favorisant une meilleure insertion des équipements dans leur environnement, et une accessibilité plus mixte aux pôles commerciaux. Il s'agit notamment :

- De favoriser une accessibilité multimodale aux pôles commerciaux :
 - En développant des liaisons douces sécurisées au sein des polarités urbaines et depuis les zones d'habitat et d'emploi proches ;
 - En favorisant les développements dans des secteurs desservis ou susceptibles de l'être par des transports en commun réguliers ;
 - En mettant en place des logiques d'aménagement d'ensemble, favorisant la proximité entre les commerces au sein des pôles, et par conséquent l'utilisation des mobilités douces,
- D'optimiser le foncier à vocation commerciale en poussant à la mutualisation d'infrastructures (stationnements notamment) et en fixant des orientations imposant une plus forte densité d'aménagement dans le cadre des nouveaux développements ;
- D'améliorer l'attractivité des pôles commerciaux, en soignant davantage la qualité architecturale et paysagère des commerces et leur insertion urbaine, notamment sur les secteurs situés en entrée de ville ;
- De limiter l'impact environnemental des zones commerciales en incitant notamment à la mutualisation de la gestion des ressources et des déchets (eau, déchets, production de chaleur et de froid...), à l'économie de la ressource en eau et des ressources énergétiques, à la mise en place de dispositifs de production énergétique propre et en favorisant, lorsque cela est possible, l'intégration de la trame verte et bleue dans les aménagements commerciaux.

CHAPITRE 3 -

MESURES ET PRESCRIPTIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET

Pour répondre aux deux objectifs de la stratégie en matière d'aménagement commercial, le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) définit des prescriptions et des recommandations associées pour les commerces.

Pour cela, il définit les localisations préférentielles du commerce, à savoir les polarités commerciales de centre-ville et les sites commerciaux périphériques.

Enfin, les prescriptions font référence à deux types d'opérations qu'il convient de définir :

- Les nouvelles implantations commerciales : sont considérées comme des nouvelles implantations commerciales, la construction de nouveaux magasins, la création de nouveaux ensembles commerciaux au sens de l'article L.752-1 du code du commerce, le changement de destination d'un bâtiment non commercial vers du commerce, les déplacements de magasins.
- Les nouveaux développements commerciaux : sont considérés comme des nouveaux développements, les créations de nouveaux commerces ainsi que l'extension de la surface de vente des activités commerciales existantes.

3.1. Identification des localisations préférentielles des commerces et prescriptions associées

► Rappel des objectifs

L'identification des localisations préférentielles pour le développement commercial répond à plusieurs objectifs :

- Prévoir, en lien avec les objectifs d'évolution commerciale des polarités énoncés dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) (centralités urbaines et sites commerciaux périphériques), des espaces d'accueil de l'offre commerciale permettant à chaque polarité de remplir pleinement sa fonction,
- Favoriser la polarisation des activités dans une logique d'économie d'espace, de rapprochement entre fonction commerciale et autres fonctions urbaines et d'accessibilité multimodale,
- Favoriser le développement de l'offre commerciale dans des secteurs bien desservis par les différents modes de transport,
- Maîtriser le foncier à destination commerciale dans une logique d'économie d'espace, et délimiter des secteurs cohérents, permettant la mise en place de logiques d'aménagement d'ensemble, notamment dans un objectif de mutualisation (infrastructures, stationnement...).

Pour permettre la réponse à ces objectifs, les localisations préférentielles sont définies selon trois types :

Les centralités urbaines principales

Les centralités urbaines principales désignent les enveloppes urbaines principales des bourgs centres (niveau 1 de l'armature urbaine), qui se caractérisent par une mixité de fonctions (habitat, commerces, services, espaces publics...).

Elles constituent l'espace prioritaire de développement des commerces de proximité pour proposer à la population une mixité des fonctions. Elles sont destinées à recevoir toutes sortes de commerces, quelle que soit leur taille :

- ✓ Les commerces de plus de 300 m² de surfaces de vente y seront accueillis,
- ✓ Les commerces de moins de 300 m² de surfaces de vente y seront favorisés et les collectivités pourront alléger certaines contraintes d'urbanisme.

Les centralités urbaines de proximité

Les centralités urbaines de proximité désignent les villages (niveau 2 de l'armature urbaine), et se caractérisent par une mixité de fonctions (habitat, commerces, services, espaces publics...).

Elles constituent l'espace complémentaire de développement des commerces de proximité pour assurer le maillage du territoire, destinées à recevoir les commerces de moins de 300 m² de surfaces de vente, quelle que soit leur nature.

Les sites périphériques :

Situés en dehors des centralités urbaines, ils se structurent autour des équipements commerciaux stratégiques du territoire avec un rayonnement intercommunal, et confortent les polarités existantes dans une logique de maîtrise foncière (les espaces peuvent être densifiés).

L'implantation en site périphérique s'adresse aux commerces de plus de 300 m² de surfaces de vente.

Schéma de Cohérence Territoriale Montagne Vignoble et Ried

Types	Identifications	Communes
Centralités urbaines principales	Enveloppe urbaine principale de Ribeauvillé	Ribeauvillé
	Enveloppe urbaine principale d'Orbey (y compris Hachimette)	Orbey
	Enveloppe urbaine principale de la commune déléguée de Kaysersberg	Kaysersberg Vignoble (KBV)
Village de Kientzheim (commune déléguée de KBV)		
Village de Sigolsheim (commune déléguée de KBV)		
Centralités urbaines de proximité	Villages	Ammerschwih, Aubure, Beblenheim, Bennwihr, Bergheim, Fréland, Guémar, Hunawih, Illhaeusern, Katzenthal, Labaroche, Lapoutroie, Le Bonhomme, Mittelwihr, Ostheim, Riquewih, Rodern, Rorschwihr, Saint-Hippolyte, Thannenkirch, Zellenberg
Sites commerciaux périphériques	Ribeauvillé Est Leclerc	Ribeauvillé
	Bennwihr-Gare	Bennwihr

► Identification des localisations préférentielles

Les localisations préférentielles ont été identifiées et délimitées pour répondre aux objectifs du Projet d'Aménagement et de Développement Durables.

P01 – Prescription relatives aux localisations préférentielles

Le SCoT localise les localisations préférentielles du commerce :

A/ Les centralités urbaines principales, au nombre de 3, localisées sur les enveloppes urbaines principales des bourgs centres de Ribeauvillé et Orbey (y compris Hachimette), et de la commune déléguée de Kaysersberg (commune de Kaysersberg-Vignoble).

B/ Les centralités urbaines de proximité, définies comme les villages des 21 autres communes et les villages de Kientzheim et Sigolsheim (communes déléguées de la commune Kaysersberg – Vignoble).

C/ Les sites commerciaux périphériques, au nombre de deux :

- Le site commercial périphérique de Ribeauvillé Est-Leclerc,
- Le site commercial périphérique de Bennwihr-Gare.

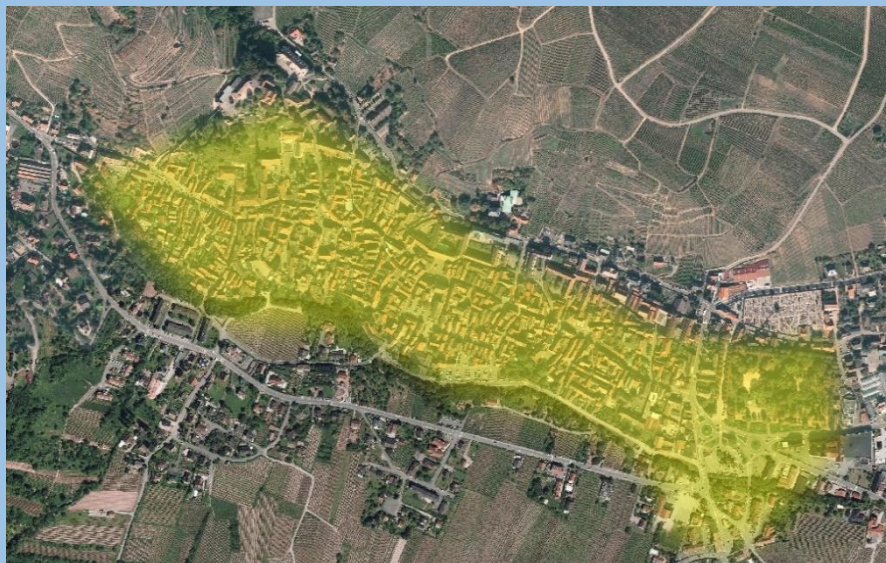
Armature urbaine générale		Armature commerciale	
Niveaux	Communes	Identifications	Types
Bourgs-centres	Ribeauvillé	Enveloppe urbaine principale	Centralité urbaine principale
		Ribeauvillé Leclerc	Site commercial périphérique
	Orbey	Enveloppe urbaine principale (y compris Hachimette)	Centralité urbaine principale
		Enveloppe urbaine principale de la commune déléguée de Kaysersberg	Centralité urbaine principale
	Kaysersberg Vignoble	Village de Kientzheim (commune déléguée de KBV)	Centralité urbaine de proximité
		Village de Sigolsheim (commune déléguée de KBV)	Centralité urbaine de proximité
Villages	Ammerschwih, Aubure, Beblenheim, Bergheim, Fréland, Guémar, Hunawih, Illhaeusern, Katzenthal, Labaroche, Lapoutroie, Le Bonhomme, Mittelwihr, Ostheim, Riquewih, Rodern, Rorschwihr, Saint-Hippolyte, Thannenkirch, Zellenberg	Villages	Centralités urbaines de proximité
		Village	Centralité urbaine de proximité
	Bennwihr	Bennwihr-Gare	Site commercial périphérique

Le SCoT délimite les centralités urbaines principales, de proximité, et les sites commerciaux périphériques.

Les documents d'urbanisme locaux des bourgs centres pourront ajouter des secteurs de quartiers au titre de centralités urbaines de proximité que le SCOT n'a pas identifiés, et ce en favorisant :

- les secteurs aux caractéristiques urbaines favorables au développement du commerce (secteurs présentant une densité et une continuité du bâti, ou présentant une mixité des fonctions urbaines (habitat, équipements publics, activité de services, commerces, activités médicales, professions libérales...)) ;
- la concentration et la continuité de l'offre commerciale et de services (secteurs de dimensionnement limité, ou secteurs actuellement marchands à densifier commercialement, ou secteurs à proximité immédiate de l'offre existante le cas échéant (recommandation : 100 à 200 mètres de distance maximale depuis le dernier commerce)).

Centralité urbaine principale de Ribeauvillé



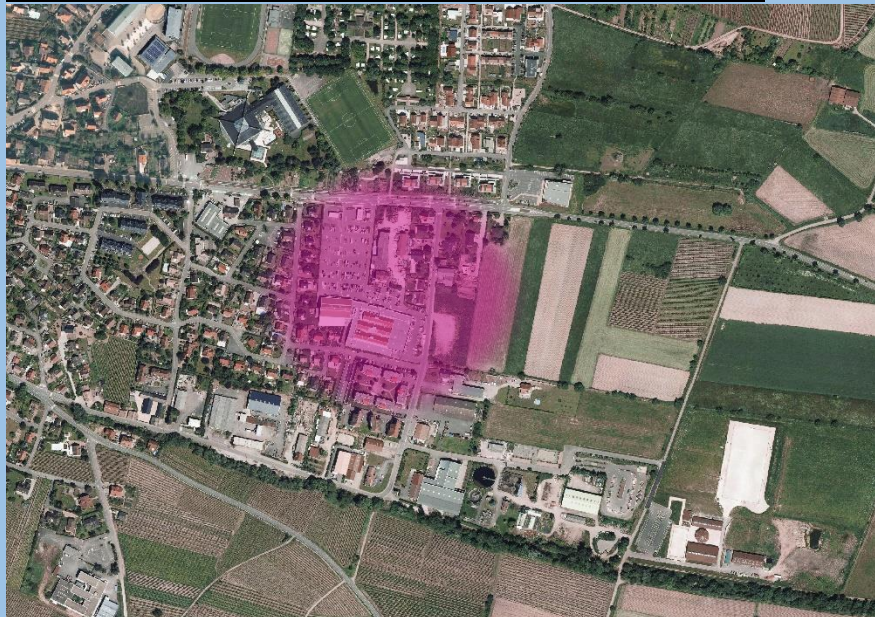
Centralité urbaine principale de Kaysersberg-Vignoble (Kaysersberg)



Centralité urbaine principale d'Orbey



Site commercial (et artisanal) périphérique de Ribeauvillé Est Leclerc



Site commercial (et artisanal) périphérique de Bennwihr Gare

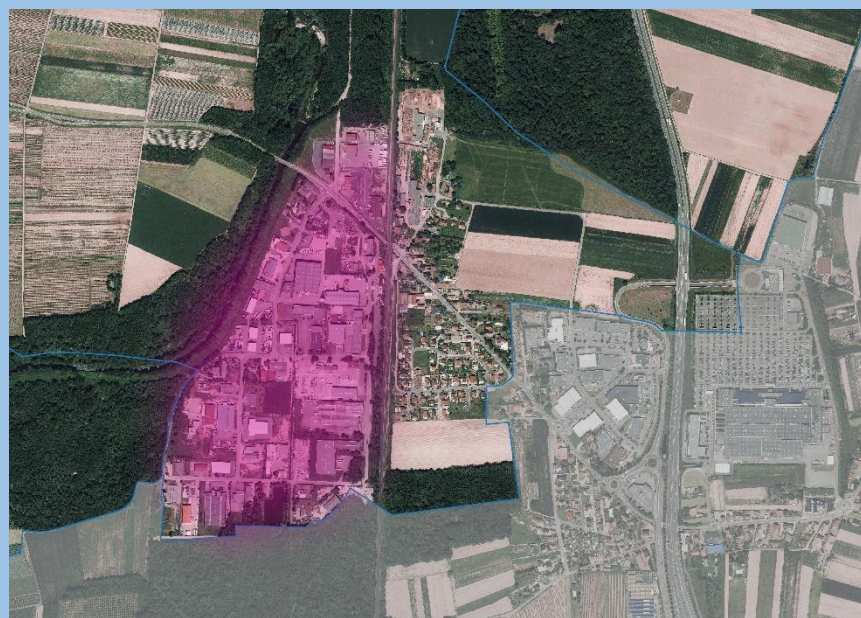
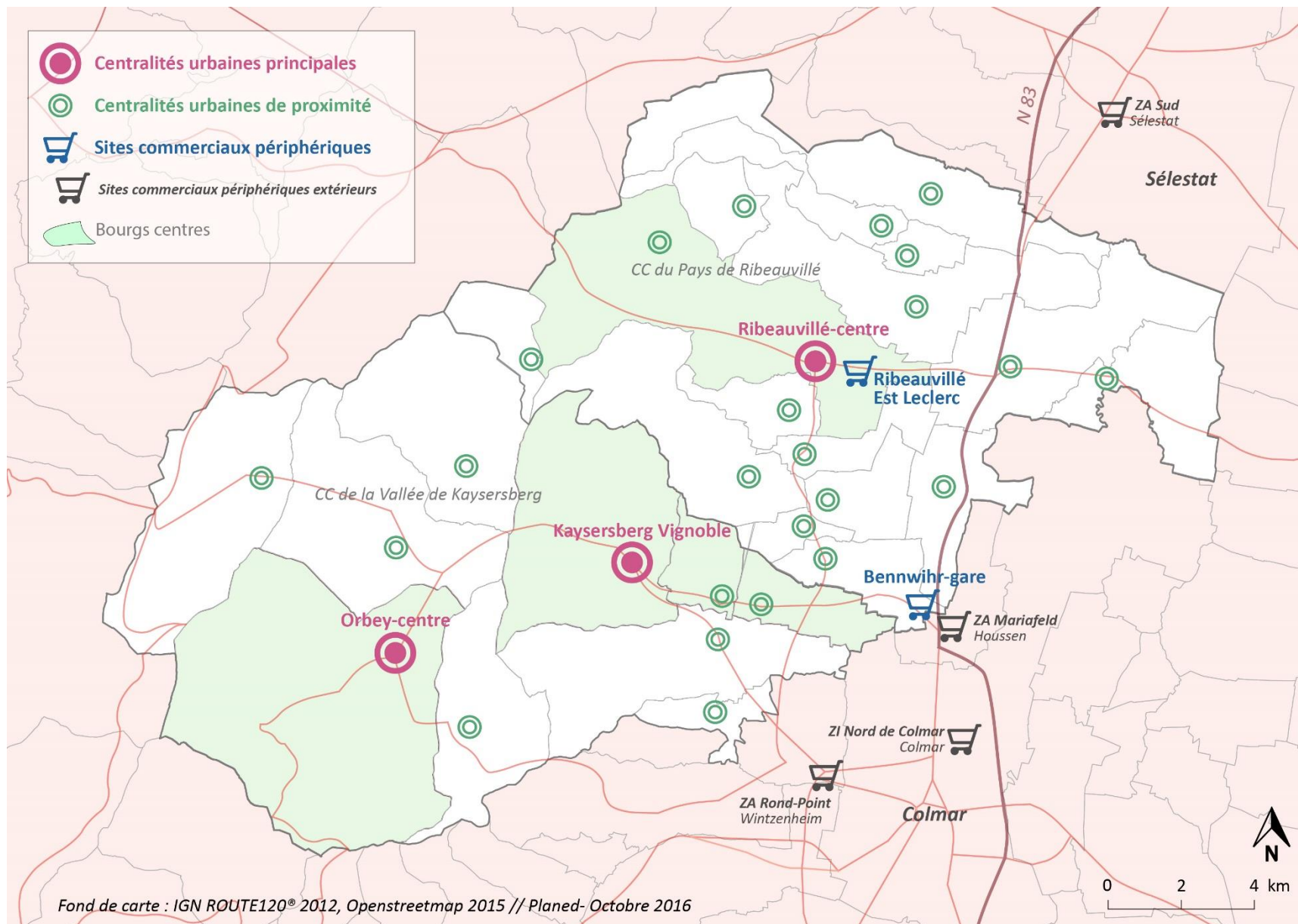


Schéma de Cohérence Territoriale Montagne Vignoble et Ried



P02 – Prescription des principes d’implantation des commerces et de leurs extensions

Le SCoT définit un seuil au-delà duquel les équipements commerciaux sont susceptibles d’impacter l’organisation territoriale, et sont considérés comme des commerces « d’envergure ». Les commerces³ de plus de 300 m² de surface de vente (soit 400 m² de surface de plancher) ont une zone d’influence principale supérieure à 3 000 habitants (la zone est variable selon la typologie de commerce développée). Ils sont considérés comme des commerces « d’envergure » et font l’objet de prescriptions spécifiques.

Les commerces de plus de 300 m² de surface de vente doivent s’implanter dans les « centralités urbaines principales » et dans les « sites commerciaux périphériques » identifiés ci-dessus.

- ✓ Les centralités urbaines principales de Ribeauvillé, Kaysersberg (commune déléguée de Kaysersberg-Vignoble) et Orbey accueillent les nouveaux développements répondant à des achats hebdomadaires, occasionnels lourds et légers, en accord avec les objectifs du PADD, soit les commerces de plus de 300 m² ou moins de 300 m².
- ✓ Afin d’assurer le maintien et le développement d’une fonction commerciale attractive dans les centralités urbaines, les sites commerciaux périphériques accueillent les commerces de plus de 300 m², préférentiellement concernant les activités peu compatibles avec les autres fonctions urbaines (accessibilité principalement motorisée, emprises foncières importantes, nuisances pouvant être générées par les livraisons...).

³Sont inclus dans les commerces de plus de 300 m², les ensembles commerciaux au sens de l’article L.752-1 du code de Commerce, d’une surface de vente supérieure à 300 m².

P03 – Prescription des principes d’extension des commerces existants hors centralités urbaines principales et hors sites commerciaux périphériques

Afin de permettre le bon fonctionnement des activités existantes, les commerces supérieurs à 300 m² de surface de vente implantés hors Sites commerciaux périphériques et hors centralités urbaines principales peuvent bénéficier d’une extension limitée.

Afin de répondre au mieux aux objectifs précités, la notion d’extension « limitée » nécessite d’être précisée. On entend par extension « limitée », une ou plusieurs extensions dont le cumul permet de respecter les équilibres indiqués dans le tableau ci-dessous :

	Surfaces de vente à la date d’approbation du SCoT			
	300-1 000 m ²	1 001 - 2 500 m ²	2 501 - 4 000 m ²	Plus de 4 000 m ²
Surface maximale créée en extension	300 m ²	600 m ²	800 m ²	1 000 m ²
% maximal d’extension	50%	30%	25%	20%

P04– Prescription applicable aux commerces dont la surface de vente est inférieure à 300m²

Les commerces de détail de proximité ont vocation à s’implanter dans les centralités urbaines commerciales principales ou de proximité.

Afin de favoriser leur maintien et leur développement, les nouvelles implantations de commerces dont la surface de vente est inférieure à 300 m² (soit 400 m² de surface de plancher) et d’ensembles commerciaux (au sens de l’article L752-3 du Code de commerce) composés totalement ou partiellement d’unités commerciales⁴ inférieures à 300 m² de surface de vente (soit 400 m² de surface de plancher) sont exclues des sites commerciaux périphériques.

⁴L’unité commerciale désigne l’espace bâti dédié à une activité commerciale. Un ensemble commercial est composé d’unités commerciales.

Les opérations d'aménagements pour le commerce sont réalisées en compatibilité avec le DOO du SCoT et notamment avec la carte et les orientations associées concernant la Trame verte et Bleue définie par le SCoT qui décline les attendus du Schéma Régional de Cohérence Ecologique à l'échelle de Montagne, Vignoble et Ried.

P05 – Prescription relative aux conditions de l'aménagement commercial des centralités urbaines

Dans les centralités urbaines principales et les centralités de proximité (centres-bourgs et centres de quartiers identifiés par les documents d'urbanisme locaux), les communes mettent en œuvre des dispositions visant à préserver ou développer la diversité commerciale. Elles veillent à instaurer des règles incitatives pour l'implantation des commerces, notamment en matière :

- . de traitement de l'espace public ;
- . de stationnement (le nombre minimal de places de stationnement par local commercial ne devra être pas être trop contraignant, voire seulement recommandé) ;
- . de hauteur des bâtiments (règles de hauteur permettant la mise en place de locaux d'activités en rez-de-chaussée) ;
- . d'alignement et de caractéristiques du bâti (assurer la visibilité des commerces, la continuité du linéaire commercial).

La centralité urbaine telle que définie dans le SCoT, se caractérise par une densité de construction et l'accueil de multiples fonctions urbaines (habitat, équipements, activités, commerces...).

Afin de garantir la mixité des fonctions urbaines dans ces localisations, les nouvelles implantations commerciales dans les centralités urbaines principales et de proximité s'effectuent dans le cadre d'opérations respectant une logique de mixité.

Les décisions des CDAC et les dispositions des documents d'urbanisme locaux doivent garantir la mise en œuvre de ce principe.

R01 – Recommandation relative à l'aménagement commercial des centralités urbaines

Afin de mettre en œuvre la prescription précédente, les collectivités pourront s'appuyer sur la définition suivante : sont considérées comme des opérations s'inscrivant dans une logique de mixité, les nouvelles constructions (ou ensembles de constructions dans le cadre d'une même opération) dont la surface de plancher intègre des surfaces à vocation commerciale, et une majorité d'autres occupations du sol (logement, activités non commerciales, équipements publics...).

Dans ces localisations, il est recommandé de mettre en place des aménagements favorisant le bon fonctionnement des commerces :

- Capacités et gestion du stationnement (stationnement de courte durée, de longue durée) ;
- Mise en place d'une signalétique commerciale homogène et d'un jalonnement ;
- Continuité des cheminements doux trottoirs, traversées piétonnes et accessibilité pour les personnes à mobilité réduite ;
- Mise en place de mobilier urbain qualitatif et homogène (bancs, éclairage...).
-

Par ailleurs, les opérations d'habitat qui s'inscriront dans les centralités urbaines pourront prévoir la possibilité d'implanter des commerces en rez-de-chaussée des bâtiments créés ou réhabilités, tout en permettant l'accès aux étages supérieurs, en priorité pour du logement.

3.2. Prescriptions relatives à la densité des aménagements, à l'intégration paysagère des équipements, à l'impact environnemental

P06 – Prescription d'incitation à la densité des équipements commerciaux

Les nouveaux développements intègrent une plus forte densité d'aménagement afin de limiter la consommation d'espace. Ils mettent pour cela en place tout ou partie des dispositions ci-dessous :

- Réaliser des constructions sur plusieurs étages ;
- Intégrer tout ou partie du stationnement en sous-sol, rez-de-chaussée, toit-terrasse ou infrastructures ;
- Privilégier la mutualisation des infrastructures d'accès et du stationnement entre plusieurs équipements commerciaux ;
- Respecter une densité minimale de construction. Au regard des constats concernant le degré de densité des équipements commerciaux du territoire, les nouvelles implantations commerciales respectent un objectif de densité minimale des constructions : l'emprise au sol des surfaces, bâties ou non, affectées aux aires de stationnement, annexes d'un commerce soumis à l'autorisation d'exploitation commerciale prévue aux 1° et 4° du I de l'article L. 752-1 du code de commerce et à l'autorisation prévue au 1° de l'article L. 212-7 du code du cinéma et de l'image animée, ne pourra excéder un plafond correspondant aux trois quarts de la surface de plancher des bâtiments affectés au commerce. Cette orientation s'entend pour chaque commerce ou à l'échelle d'un ensemble commercial (au sens de l'article L. 752-3 du code de commerce). Les documents d'urbanisme locaux intègrent des dispositions compatibles avec cette orientation pour permettre la densification des Sites commerciaux périphériques.

Par exception à ce dernier principe, ce rapport peut être minoré dans les cas suivants :

- . S'il est établi que des contraintes naturelles ou techniques ne permettent pas d'atteindre une telle densité d'aménagement (parcelle située pour partie en zone inondable, contraintes de sécurité liées au passage de conduites...) ;
- . Si les demandes d'autorisation d'exploitation commerciale justifient qu'un tel niveau de densité n'est pas atteint dans le projet présenté, du fait de la mise en place d'aménagements paysagers et d'espaces verts dans des proportions inhabituelles. Il s'agit de justifier que ces aménagements ont pour conséquence de faire augmenter significativement la part des surfaces végétalisées dans le foncier mobilisé par l'opération.

Il s'agit par ailleurs pour les documents d'urbanisme locaux, de rendre possible cette densification des zones commerciales :

- . En agissant par exemple sur les règles de volume et gabarits des bâtiments (hauteur, rapport aux limites) ;
- . En agissant par exemple sur les règles de densité s'appliquant aux nouveaux développements (définition d'une densité minimale de construction à proximité des arrêts de transport en commun) ;
- . En définissant des règles de stationnement adaptées et en rendant possible la mutualisation des parkings entre enseignes.

P07 – Prescription d'incitation à une meilleure intégration paysagère des équipements commerciaux

Les nouveaux développements commerciaux dans les sites commerciaux périphériques intègrent des aménagements permettant l'insertion visuelle du projet.

La justification de la prise en compte de cette orientation est évaluée au regard :

- De la végétalisation des espaces extérieurs, et du traitement de ces espaces végétalisés (essence, nombre de plantations, localisation...) notamment sur les espaces de stationnement. Les espaces libres de toute occupation sont prioritairement traités en espace vert, préférentiellement en pleine terre, et les arbres de haute tige sont privilégiés sur les espaces de stationnement ;
- Du traitement paysager dédié aux infrastructures et équipements pour les modes doux ;
- Du traitement paysager des équipements de gestion des eaux pluviales et usées (bassins d'orage paysagers, fosses d'infiltration, mares écologiques, noues paysagères, etc.) ;
- Du traitement des façades (palette de couleur, position et taille des enseignes) ;
- Du traitement des limites (hauteur, couleur et composition des clôtures ou haies, homogénéité à l'échelle de la zone) ;
- Des aménagements choisis permettant de dissimuler et mutualiser les emplacements de stockage avant collecte des déchets ;
- De l'intégration du stockage des matériaux en extérieur le cas échéant.

Les dossiers de demande d'autorisation justifient de la prise en compte de l'ensemble des points précités. Les documents d'urbanisme locaux mettent en place des règles compatibles avec cette orientation (degré de végétalisation, traitement des limites, matériaux, gabarits...).

P08 – Prescription de limitation de l'impact environnemental des équipements commerciaux

Les nouveaux développements dans les sites commerciaux périphériques veillent à contribuer à la préservation de la ressource en eau, notamment en favorisant la rétention des eaux pluviales à l'échelle de chaque opération (noues végétalisées, toitures végétalisées...), et en réduisant les surfaces imperméabilisées.

Les nouveaux développements intègrent la prise en compte de la problématique énergétique, principalement pour le chauffage, le refroidissement et l'éclairage. Les dossiers de demande d'autorisation sont analysés au regard :

- De l'enveloppe du bâtiment (isolation, toiture terrasse végétalisée...),
- Des types d'énergie utilisés ainsi que le rendement des dispositifs d'éclairage et de refroidissement,
- Du système de vitrage (les doubles vitrages peu émissifs sont à privilégier),
- De la présence éventuelle de « puits » de lumière, et des équipements d'éclairage projetés (commande de l'éclairage par horloge, éclairage des circulations par spot encastré à diodes ou par tubes T5 à haut rendement lumineux),
- De la mise en place de dispositifs de « production énergétique propre » (panneaux photovoltaïques, éoliennes...).

Les nouveaux développements veillent à favoriser la valorisation des déchets :

- En privilégiant, par des dispositifs adéquats, la valorisation sur site et le tri des déchets à la source ;
- En incitant au geste de tri pour les usagers (clients et personnels du bâtiment commercial) ;
- En intégrant un point de collecte des déchets d'emballages en sortie de caisse pour les équipements de plus de 2 500 m² de surface de vente (Cf. l'article 199 de la loi portant engagement national pour l'environnement) ;
- En intégrant un système de collecte séparée des bio-déchets.

Les documents d'urbanisme locaux veillent à prévoir des espaces de collecte des déchets adaptés aux modalités de la collecte sélective.

P09 – Prescription relative aux secteurs d’extension des sites commerciaux périphériques

Dans les secteurs d’extension des sites commerciaux périphériques, les nouvelles implantations sont conditionnées à la définition préalable d’un projet d’aménagement global à l’échelle du site commercial périphérique (outils possibles : orientations d’aménagement, ZAC...) comportant :

- La définition préalable des modalités d’accessibilité routière, de manière à limiter les accès directs sur voie principale (mutualisation des accès entre plusieurs commerces) ;
- La définition des logiques d’accessibilité modes doux (principaux cheminements, connexion avec les itinéraires et modes doux existants et les quartiers d’habitation limitrophes) ;
- La définition des logiques d’implantation des bâtiments, espaces de stationnement (dans une logique de mutualisation) ;
- La prise en compte en termes de fonctionnalités des réservoirs de biodiversité et des corridors écologiques identifiés dans le SCOT.

R02 – Recommandation pour la requalification des sites commerciaux périphériques existants

Dans les sites commerciaux périphériques existants, il est recommandé de favoriser la mise en place de logiques de requalification en agissant :

Sur les espaces publics et notamment le traitement des axes routiers :

- Traitement qualitatif des voies situées en entrée de ville avec :
 - La mise en place d’alignements d’arbres de hautes tiges (ces alignements en bord de route ont l’avantage de masquer l’impact paysager des panneaux publicitaires et enseignes) ;
 - La matérialisation des cheminements doux par des espaces réservés en bord de route, continus, et des traversées piétonnes sécurisées. Dans la mesure du possible il s’agit de mettre en place des séparations matérialisées entre ces cheminements et les voies circulantes.

Les alignements d’arbres peuvent par exemple matérialiser cette séparation ;

- La mise en place d’une signalétique claire et homogène.

- Aménagements urbains favorisant la lisibilité des espaces dans les zones d’activités :
 - Gabarit des voies adapté à leur positionnement dans la hiérarchie du réseau (voie de desserte principale, secondaire...) ;
 - Mobilier urbain et éclairage homogènes et qualitatifs à l’échelle de la zone ;
 - Adaptation de l’éclairage aux usages (piéton, routier...) ;
 - Mise en place d’une signalétique qualitative et homogène à l’échelle d’une même zone. Dans les zones mixtes, la signalétique peut être différenciée entre activités commerciales, industrielles, artisanales (à l’aide d’un code couleur par exemple).

Sur les espaces privatifs : il s’agit de profiter des nouveaux développements dans ces secteurs pour procéder à des opérations de restructuration impliquant plusieurs commerces, et favoriser des logiques d’aménagement d’ensemble :

- Mise en place d’accès mutualisés ;
- Simplification des accès viaires ;
- Mutualisation des stationnements ;
- Création de connexions douces entre les commerces ;
- Réduction au maximum des distances entre commerces pour favoriser l’accessibilité douce ;
- Densification commerciale sur les places de parkings gagnées ;
- Végétalisation des espaces extérieurs ;
- Cohérence architecturale entre les bâtiments (gabarits, couleurs, matériaux).

Exemple :

- Ré-adresser l’entrée des commerces à proximité de l’axe routier (un seul accès) : vitrines plus visibles, requalification de la voirie transit ;
- Simplifier les accès viaires ;
- Mutualiser les parkings ;
- Densification commerciale sur les places de parking gagnées ;
- Création de liaisons douces.

CHAPITRE 4 -

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE SUIVI DU PROJET

4.1. Les leviers de mise en œuvre du DAAC

Les documents d'urbanisme locaux et les Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC) qui délivrent les autorisations d'exploitation commerciale disposent de leviers d'encadrement du commerce distincts et complémentaires. Les orientations du DAAC ont été constituées de manière à pouvoir être traduites à travers ces deux dispositifs :

- La CDAC, à travers ses décisions, va permettre d'encadrer les développements (création et extension) de commerces de détail dont la surface de vente obtenue est supérieure à 1 000 m². Elle peut également être saisie pour avis dans le cadre des projets de création ou d'extension de commerces dont la surface de vente obtenue serait supérieure à 300 m², situés dans des communes de moins de 20 000 habitants. La totalité des communes du SCoT est donc concernée par cette possibilité de saisine. Enfin, il convient de préciser que la CDAC est un outil d'appréciation des commerces de détail alimentaires, d'équipement de la personne, d'équipement de la maison et de culture-loisirs. Elle ne prend pas en compte les commerces automobiles, les services, les activités de restauration (sauf cas particulier). La CDAC s'assurera notamment de la compatibilité des développements commerciaux avec le DAAC, dans le cadre de son champ d'application, du point de vue :
 - o De la localisation de ces développements, en lien avec la délimitation des localisations préférentielles et les principes associés,
 - o De la vocation des développements commerciaux, en termes de fréquence d'achats, d'aire d'influence, mais aussi de format, en lien avec les orientations et prescriptions sur la vocation des localisations préférentielles pour le développement commercial,
 - o De la qualité des développements commerciaux, au regard des éléments fournis par le pétitionnaire dans le dossier transmis à la commission.

- Les documents d'urbanisme locaux disposent également de moyens pour encadrer le « commerce » au sens du PLU (PLUi), c'est-à-dire les commerces de détail au sens de la CDAC ainsi que d'autres activités et notamment les services, les activités de restauration, le commerce automobile...). Les documents d'urbanisme locaux peuvent fixer des règles différentes selon les types d'occupation du sol dans une même zone. Il peut donc fixer des règles spécifiques au commerce quelle que soit leur superficie, mais ne peut distinguer des typologies de commerce contrairement à la CDAC. Les documents d'urbanisme locaux vont par conséquent retranscrire les orientations du DAAC en matière :
 - o De localisation des développements, traduction dans le zonage et dans le règlement des principes d'implantation définis en dehors des localisations préférentielles, délimitation des secteurs dans lesquels la diversité commerciale doit être préservée, autorisation ou interdiction du commerce selon les secteurs...
 - o De vocation des localisations préférentielles à travers les planchers et plafonds de surface de vente des constructions à destination commerciale,
 - o De qualité des développements, en traduisant les conditions d'implantation des commerces dans les sites périphériques dans les articles du règlement (exemples des règles relatives à la hauteur, aux gabarits, des règles de densité, du traitement des limites, du traitement des façades...).

4.2. La méthodologie de mise en œuvre des objectifs et des orientations du DAAC

La législation en vigueur définit les conditions suivantes :

- Déclenchement systématique de la CDAC pour les commerces et ensembles commerciaux dont la surface de vente obtenue sera supérieure à 1 000 m², avec la nécessité d'une autorisation de la CDAC pour délivrer le permis de construire (pour les projets de création et d'extension).
- Pour les communes de moins de 20 000 habitants et pour toutes demandes de permis de construire d'une surface de vente de 300 m² à 1.000 m² :
 - Le Maire à la possibilité de saisir directement la CDAC (via son Conseil Municipal) dans un délai d'un mois après le dépôt du permis de construire.
 - Le Maire de la commune d'implantation doit notifier la demande de permis de construire à l'EPCI compétent en matière d'urbanisme, ou à la structure en charge du SCoT dans les huit jours. Le Président de cet EPCI et le Président de la structure en charge du SCoT peuvent proposer à l'organe délibérant de leur EPCI respectif de saisir la CDAC dans un délai d'un mois après réception du permis de construire.
 - Le permis de construire ne peut être délivré si l'avis de la CDAC est négatif.

Le Syndicat Mixte du SCoT doit donc définir un avis officiel dans deux cas :

- Pour les projets de plus de 1 000 m², définition d'un avis vis-à-vis de la compatibilité avec le DAAC et le SCoT.
- Pour les projets entre 300 m² et 1 000 m², détermination de la nécessité de saisir ou non la CDAC, avec, dans le cas de la décision d'une saisine, la définition d'un avis officiel vis-à-vis de la compatibilité du projet avec le DAAC et le SCoT.

Le DAAC définit alors une grille d'analyse des projets commerciaux :

4.3. Proposition d'une grille d'analyse des projets commerciaux

Afin de vérifier la compatibilité des projets commerciaux avec le SCoT, des critères d'analyse sont proposés dans le tableau ci-dessous.

Proposition de critères d'évaluation des projets commerciaux > 300 m ²	
Cohérence en termes de localisation	<p>Commerce > 300 m² :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Localisation dans un site périphérique ou une centralité urbaine principale telles que définies dans le DAAC, ou hors site commercial périphérique et hors centralité, dans le cadre de la requalification d'une friche commerciale, ➤ Implantation prioritaire dans un site périphérique. <p>Commerce < 300 m², dans le cadre d'un ensemble commercial de surface de vente supérieure à 300 m²) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Implantation dans les centralités urbaines définies par le SCoT ou les documents d'urbanisme locaux.
Cohérence en termes de vocation des développements	<p>Vérification de la cohérence en termes de fréquence d'achats :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toutes vocations dans les centres villes de Ribeauvillé, Kaysersberg-Vignoble et Orbey, ➤ Vocation occasionnelle lourde et exceptionnelle en Sites périphériques. <p>Vérification de la cohérence en termes de formats :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plafonds de surface de vente par unité commerciale, ➤ Pourcentages maximaux pour les extensions de commerces existants.

Qualité paysagère et environnementale	<p><u>Gestion des déchets :</u></p> <p>Analyse de la compatibilité des projets avec le SCoT au regard :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Des dispositifs de tri et de valorisation des déchets, ➤ De la mise en place d'un point de collecte des déchets d'emballage en sortie de caisse (commerces de plus de 2 500 m² de surface de vente), ➤ De la mise en place d'un système de collecte séparée des bio déchets. <p><u>Économie d'énergie :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prise en compte de la problématique énergétique au regard des critères énoncés dans le DAAC.
	<p><u>Qualité architecturale et paysagère :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prise en compte de l'ensemble des dispositions du DAAC : le pétitionnaire doit justifier de la prise en compte, dans son projet des dispositions concernant : <ul style="list-style-type: none"> - La végétalisation des espaces extérieurs en privilégiant les espèces indigènes, - Le traitement paysager des infrastructures dédiées aux modes doux, - Le traitement des façades, des limites, - Les aménagements choisis pour la collecte et le stockage des déchets, - L'intégration du stockage des matériaux en extérieur le cas échéant, - L'intégration, le cas échéant, de la trame Verte et Bleue.

Qualité paysagère et environnementale	<p><u>Desserte et accessibilité multimodale des Sites périphériques</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Insertion du site dans le réseau de modes doux et de transports en commun (le cas échéant) ➤ Adéquation des accès avec les flux supplémentaires générés ➤ Présence de cheminements mode doux sécurisés depuis les secteurs d'habitat, les arrêts de transports en commun, au sein des pôles commerciaux (au sein des équipements et entre équipements commerciaux) <p><u>Niveau de densité des équipements commerciaux :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Respect de la densité minimale de construction (1/3 d'emprise des bâtiments), ➤ Mise en place d'au moins un dispositif pour réduire la consommation foncière : constructions sur plusieurs étages, ou intégration du stationnement en sous-sol, rez-de-chaussée, toit-terrasse ou infrastructures (silo), ou mutualisation du stationnement entre plusieurs commerces.
Aménagement des Sites commerciaux périphériques	<p><u>La compatibilité des développements avec le SCoT dans ces localisations est avérée si :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Il est justifié que le projet d'implantation ne peut être réalisé dans un site périphérique existant, pour des raisons liées notamment à l'emprise foncière du projet, ➤ Le site périphérique ou le secteur a fait l'objet d'un projet d'aménagement global (sous la forme par exemple d'une orientation d'aménagement et de Programmation (OAP) dans le PLU (ou PLUi), d'un projet de ZAC, ou d'un projet d'aménagement faisant l'objet d'un permis de construire à l'échelle de l'ensemble du site périphérique.

4.4. Recommandations pour la mise en œuvre du DAAC

► Outils mobilisables pour maintenir / développer une fonction commerciale attractive au sein des centralités urbaines et villageoises

Les documents d'urbanisme locaux doivent prévoir les capacités de constructions et de réhabilitation suffisante pour la satisfaction, sans discrimination, des besoins présents et futurs en matière [...] d'activités économiques, notamment commerciales, [...]

Les documents d'urbanisme locaux du périmètre du SCoT Montagne Vignoble et Ried doivent être compatibles avec les dispositions du DAAC et du SCOT dans un délai de 3 ans après approbation du SCOT.

► Principes pouvant être inscrits dans les documents d'urbanisme locaux :

- Identifier et délimiter les quartiers, îlots, voies dans lesquels doit être préservée ou développée la diversité commerciale, notamment à travers les commerces de détail et de proximité, et définir, le cas échéant, les prescriptions de nature à assurer cet objectif. Cela correspond :
 - ✓ À la délimitation des secteurs marchands de centre-bourg, centres villes et centres de quartiers, identifiés par le SCoT et par les communes,
 - ✓ À la mise en place de **linéaires marchands** permettant d'éviter les ruptures de linéaires (et ainsi favoriser la polarisation des activités). Au sein de ces linéaires, possibilité d'interdire la reconversion des locaux commerciaux (garage, habitation), et l'implantation de garages sur rue.

- A l'inverse, en dehors des secteurs marchands des centre-bourg et villages, définir des zones interdisant toute activité commerciale afin d'éviter le mitage des activités.
 - Interdire les commerces de plus 300 m² de vente en dehors des bourgs centres de Ribeauvillé, Kaysersberg-Vignoble et Orbey par exemple : quelle que soit la localisation, le document d'urbanisme local pourra être utilisé pour autoriser les commerces uniquement si leur surface de vente est inférieure à un plafond de surface de plancher (en déclinaison des plafonds donnés par le DAAC)
 - Définir des règles de hauteur pour favoriser l'implantation de commerces en rez-de-chaussée des bâtiments afin de mettre en œuvre l'objectif de mixité dans les centralités urbaines (ex : RDC d'une hauteur minimale de 3.20m),
 - Définir un nombre minimal de places de stationnement et des zones de livraisons adaptées à la fonction commerciale, dans le respect du Code du Commerce,
 - Homogénéisation des règles de recul des bâtiments par rapport à la voie sur un même axe et possibilité de réglementer l'aspect extérieur des façades et des devantures. Le cas échéant ces principes peuvent être complétés avec un **règlement de publicité** et une charte enseigne, devanture.
 - Mettre en place, dans les différents articles du règlement, des dispositions compatibles avec l'objectif de mixité urbaine dans les centralités.
- #### ► Dispositifs et outils complémentaires :
- Réflexion pour la détermination de **périmètres de préemption des baux et fonds commerciaux** sur les centralités (la mise en place de ce périmètre de préemption peut permettre d'alimenter un outil de suivi spécifique sur les centres-bourgs),
 - Réflexion pour la mise en place de **périmètres de préemption urbaine** pour que la collectivité, le cas échéant, puisse se rendre acquéreur de bâtiments stratégiques. La Commune peut transférer le droit de préemption à l'EPCI si ce dernier possède la compétence urbanisme.
 - Mise en place **d'opérations urbaines et de soutien aux commerces et services de proximité appuyées par la démarche FISAC** (valorisation du cadre urbain,

modernisation et accessibilité Personnes à Mobilité Réduite, soutien aux associations de professionnels ...),

- Réflexion pour la mise en place **d'Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat** au sein des centralités urbaines et villageoises en accompagnement des démarches FISAC.

► **Outils spécifiques pouvant être mobilisés pour les sites commerciaux périphériques**

Principes pouvant être retranscrits dans les documents d'urbanisme locaux afin de répondre aux exigences d'optimisation de consommation foncière dans les sites commerciaux périphériques :

- Introduire des règles de volume et de gabarit des bâtiments (hauteur, reculs par rapport aux limites des parcelles, surface libre de l'article 11...)
- Autoriser les possibilités de densification (construction sur plusieurs étages, mutualisation des parkings ...).
- Interdiction d'étendre un même commerce de part et d'autre d'une voie : regroupement des équipements sur un même site

Règles pouvant être retranscrites dans les documents d'urbanisme locaux afin de répondre aux exigences en matière d'aménagement urbain des sites commerciaux périphériques

- Établissement d'une palette de couleur des façades ;
- Harmonisation de la hauteur des clôtures (article 11 concernant « l'aspect extérieur des constructions ») ;
- Interdiction de stockage de matériaux en limite de parcelle, sauf si une haie végétale (si possible d'essence locale) assure une brise vue ... ;
- Définition d'un quota d'espace libre paysager et des normes qualitatives (par exemple nombre d'arbres pour 3 places de stationnement...), marges de recul paysager, préservation des éléments paysagers / vues, création de cheminements piétons végétalisés et sécurisés... ;
- Définition des modalités d'aménagement relatives aux mobiliers urbains et à la signalétique ;

- Inopposabilité des dispositions interdisant l'installation de dispositifs individuels de production d'énergie renouvelable ou permettant de limiter les émissions de gaz à effet de serre (sous réserve d'une bonne insertion paysagère) ;
- Créer au sein d'une zone mixte **un traitement différencié** pour les activités industrielles et commerciales pour favoriser l'une ou l'autre des activités en fonction de la vocation souhaitée à long terme.

Autres dispositions / principes mobilisables afin de favoriser le recours aux transports alternatifs à la voiture individuelle pour le motif achat

- Inscription dans les documents d'urbanisme locaux) de l'obligation de continuités piétonnes adaptées et accessibles entre les arrêts de transport et les entrées commerciales (prévoir notamment que le cheminement soit continu, protégé, accessible aux personnes à mobilité réduite.
- Localisation adéquate des **points d'arrêt du réseau à moins de 300m de l'entrée des commerces** et mise en accessibilité des points d'arrêt.
- Intégrer des **normes pour les deux-roues** (ratios de places par m² de surface de plancher).
- Favoriser le développement d'espaces de **covoiturage**.