

# Schéma de Cohérence Territoriale de la Région Mulhousienne

## Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) - annexe du DOO

Projet de SCOT arrêté par délibération du Conseil d'Agglomération du 26 mars 2018



Projet de SCOT arrêté le 26 mars 2018



# Introduction

Afin de maîtriser au mieux le développement commercial en termes de localisation et de qualité, la Région Mulhousienne a souhaité user de la faculté offerte par le Code de l'Urbanisme (article L141-17) de recourir à la rédaction d'un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC).

**Le présent DAAC complète les dispositions du Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO) en précisant les conditions d'implantation des commerces.** Tout comme ce dernier, il concerne les ensembles commerciaux, 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. Il s'applique également aux « drives ».

## ➤ Article L141-17 du Code de l'Urbanisme :

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.

## ➤ Article L752-1 du Code de Commerce :

Sont soumis à une autorisation d'exploitation commerciale les projets ayant pour objet :

1° La création d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 m<sup>2</sup>, résultant soit d'une construction nouvelle, soit de la transformation d'un immeuble existant ;

2° L'extension de la surface de vente d'un magasin de commerce de détail ayant déjà atteint le seuil des 1 000 m<sup>2</sup> ou devant le dépasser par la réalisation du projet. Est considérée comme une extension l'utilisation supplémentaire de tout espace couvert ou non, fixe ou mobile, et qui n'entrerait pas dans le cadre de l'article L. 310-2 ;

3° Tout changement de secteur d'activité d'un commerce d'une surface de vente supérieure à 2 000 m<sup>2</sup>. Ce seuil est ramené à 1 000 m<sup>2</sup> lorsque l'activité nouvelle du magasin est à prédominance alimentaire ;

4° La création d'un ensemble commercial tel que défini à l'article L. 752-3 et dont la surface de vente totale est supérieure à 1 000 m<sup>2</sup> ;

5° L'extension de la surface de vente d'un ensemble commercial ayant déjà atteint le seuil des 1 000 m<sup>2</sup> ou devant le dépasser par la réalisation du projet ;

6° La réouverture au public, sur le même emplacement, d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 m<sup>2</sup> dont les locaux ont cessé d'être exploités pendant trois ans, ce délai ne courant, en cas de procédure de redressement judiciaire de l'exploitant, que du jour où le propriétaire a recouvré la pleine et entière disposition des locaux ; Pour les pépiniéristes et horticulteurs, la surface de vente mentionnée au 1° est celle qu'ils consacrent à la vente au détail de produits ne provenant pas de leur exploitation, dans des conditions fixées par décret.

7° La création ou l'extension d'un point permanent de retrait par la clientèle d'achats au détail commandés par voie télématique, organisé pour l'accès en automobile.

Par dérogation au 7°, n'est pas soumise à autorisation d'exploitation commerciale la création d'un point permanent de retrait par la clientèle d'achats au détail commandés par voie télématique, organisé pour l'accès en automobile, intégré à un magasin de détail ouvert au public à la date de publication de la loi n° 2014-366 du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové, et n'emportant pas la création d'une surface de plancher de plus de 20 m<sup>2</sup>.

Le propriétaire du site d'implantation bénéficiant de l'autorisation d'exploitation commerciale est responsable de l'organisation de son démantèlement et de la remise en état de ses terrains d'assiette s'il est mis fin à l'exploitation et qu'aucune réouverture au public n'intervient sur le même emplacement pendant un délai de trois ans, ce délai ne courant, en cas de procédure de redressement judiciaire de l'exploitant, que du jour où le propriétaire a recouvré la pleine et entière disposition des locaux.

Un décret en Conseil d'État détermine les prescriptions générales régissant les opérations de démantèlement et de remise en état d'un site mentionnées à l'avant-dernier alinéa. Il détermine également les conditions de constatation par le représentant de l'État dans le département de la carence du ou des propriétaires mentionnés au même alinéa pour conduire ces opérations.



Le SCoT entend garantir les emplois et la richesse générés par les commerces du territoire en s'attachant à la fois à :

- maintenir un juste équilibre entre centralités et pôles commerciaux périphériques,
- aménager des espaces plus qualitatifs pour renforcer le rayonnement et l'image du territoire.

Comme le DOO, le DAAC raisonne et encadre le développement commercial au travers de la notion de localisations préférentielles.

Il distingue **trois catégories de localisations préférentielles** :

- **les pôles de centralité** qui regroupent :
  - **le centre-ville marchand de Mulhouse**, qui concentre des fonctionnalités et des services à l'échelle de l'agglomération et du Sud Alsace,
  - **les pôles de proximité** qui correspondent aux pôles commerciaux situés dans la centralité des villes, villages et quartiers du territoire.
- **les pôles de grands commerces** qui se distinguent en deux types :
  - **les pôles majeurs,**
  - **les pôles intercommunaux.**Ces deux types de pôles ont vocation à accueillir des commerces de moyennes et grandes surfaces, dont le format ou les contraintes d'implantation ne sont pas compatibles avec une installation en centralité.
- **les pôles spécifiques** dédiés à des vocations commerciales particulières.

Nota-bene : Dans la définition des localisations préférentielles, sont privilégiés les sites marchands déjà urbanisés ou en projet d'urbanisation pour porter le développement commercial du territoire, dans une logique de compacité et de densité. La définition des localisations préférentielles est donc structurée à partir des espaces marchands existants ou des terrains déjà urbanisés.

Le SCoT entend modérer la consommation foncière pour le développement urbain, y compris pour le développement commercial.

### Prescription

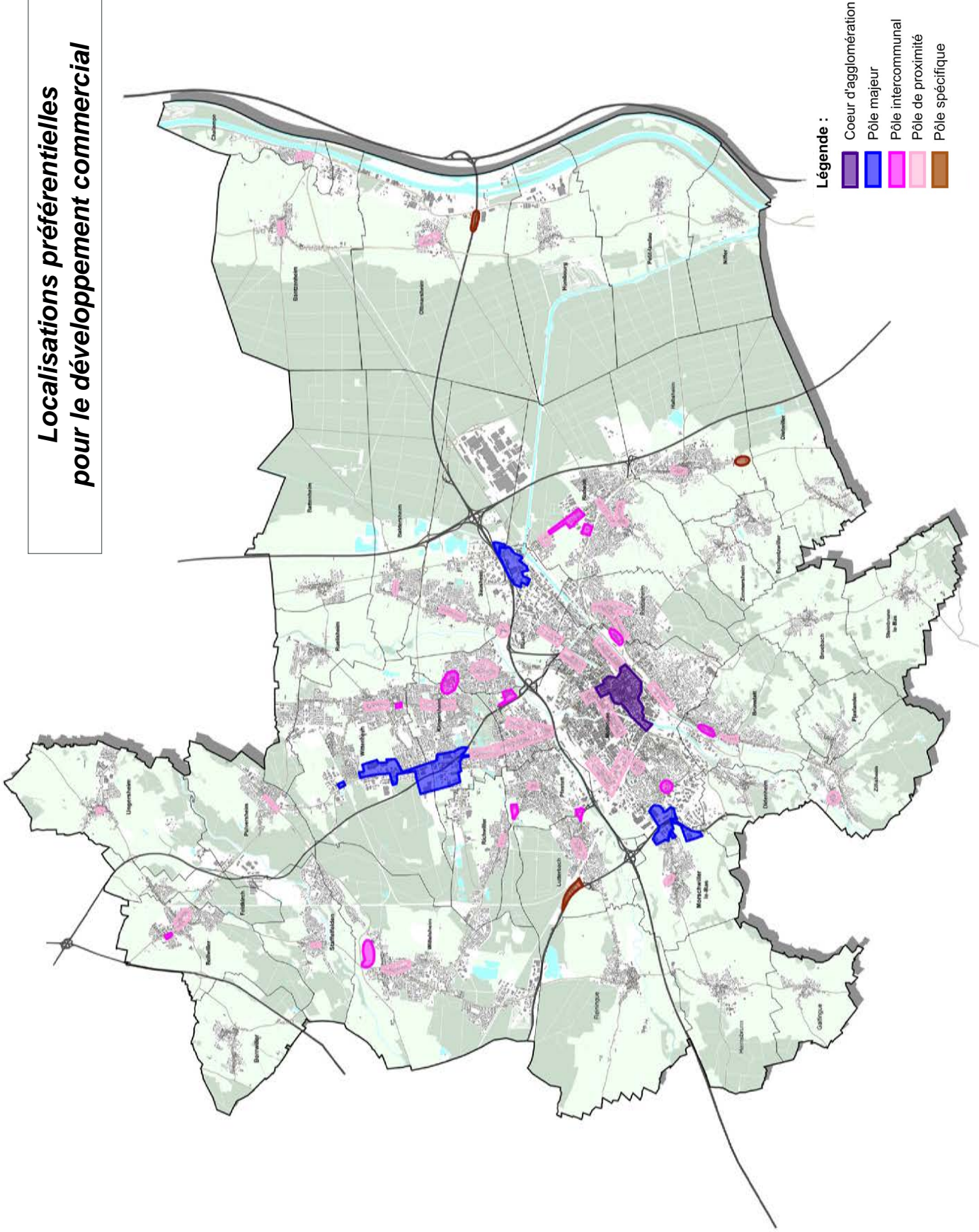
Comme le prévoit le DOO, le DAAC permet les extensions en vue du développement commercial dans la limite d'une enveloppe foncière maximale de 15 hectares (en dehors de l'enveloppe urbanisée dite « temps zéro »). Cette enveloppe s'entend à l'échelle du territoire du SCoT et se répartit comme suit :

- Pôle majeur Wittenheim/Kingersheim : 4 hectares,
- Pôle majeur Illzach/Sausheim : 5 hectares,
- Pôle intercommunal du Hohmatten à Wittelsheim : 6 hectares.



La carte ci-dessous indique et situe les localisations préférentielles définies par le DAAC pour le développement commercial. Les PLU(i) précisent ces localisations par une délimitation à la parcelle et traduisent les conditions d'implantations définies par le DAAC selon les typologies de pôles commerciaux.

**Localisations préférentielles  
pour le développement commercial**



# 1. Conditions d'implantation au sein des pôles de centralité



Le SCoT vise à conforter les centralités du territoire, dans leur rôle d'animation commerciale, sociale et urbaine des villes et villages. Il entend garantir la dynamique, les emplois et la richesse générés par celles-ci en veillant à un développement et une revitalisation, en complémentarité des pôles intercommunaux et des pôles majeurs périphériques.

## 1.1. Conditions d'implantation générales pour les pôles de centralité

### Prescriptions

Les pôles situés en centralité ont vocation à accueillir des commerces et petits artisans commerçants répondant à tous types d'achats, de l'achat quotidien à l'achat exceptionnel. Toutefois, ces pôles de centralité sont la localisation préférentielle des commerces répondant à des besoins d'achats quotidiens, qui s'y implanteront en priorité.

Les PLU(i) et projets de créations de commerces veillent à :

- rechercher une qualité urbaine, architecturale et paysagère, leur permettant une parfaite intégration au contexte urbain ou patrimonial,
- favoriser des implantations au sein de bâtiments à usage mixte, dans le prolongement de linéaires commerciaux existants,
- encourager les implantations et les extensions dans les secteurs proches des principales stations de transports en commun.

## 1.2. Conditions d'implantation au sein du centre ville de Mulhouse

### Prescriptions

Le centre-ville de Mulhouse est la localisation préférentielle des commerces, qui permettent d'étendre le rayonnement, la diversité et la spécificité de l'offre commerciale de la Région Mulhousienne. Il accueille tous types de commerces, qu'ils répondent à des **besoins quotidiens, hebdomadaires, occasionnels ou exceptionnels**.

**La création de galerie commerciale est admise.**

**L'extension des galeries existantes est autorisée dans la limite de 10% de la surface de vente** de l'ensemble commercial à la date d'approbation du SCoT.

### Définitions

#### Centralité :

Tout secteur, centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense, présentant une diversité de fonctions urbaines, dans lesquels se posent des enjeux spécifiques en termes de réponse aux besoins courants de la population, tout en limitant les déplacements et les émissions de gaz à effet de serre.

Les centralités urbaines correspondent au centre des villes, bourgs, villages et quartiers. Insérées dans le tissu urbain, les centralités rassemblent une mixité de fonctions urbaines structurantes : activités, logements, commerces, petits artisans 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 de plein air) d'un ensemble de commerces de détails, de format boutiques (moins de 300 m<sup>2</sup>).

Une galerie peut être soit autonome (notamment en centre-ville) soit accolée à une locomotive marchande (supermarché, hypermarché, grande surface spécialisée).







## 1.3. Conditions d'implantation au sein des pôles de proximité

### Prescriptions

Les pôles de proximité ont vocation à se développer commercialement par des activités correspondant à des **achats quotidiens à hebdomadaires**.

Le développement commercial des pôles de proximité ne doit pas avoir pour conséquence d'affaiblir celui des autres centralités. Il doit **être en cohérence avec le rôle de la commune au sein de l'organisation territoriale du territoire** (cf. orientation 3.1.1. du DOO).

Pour cela, les implantations de commerces et d'artisans commerçants peuvent, en fonction de la typologie de la commune où elles s'implantent, aller jusqu'à :

- **2 000 m<sup>2</sup> de surface de vente par commerce dans les centralités du cœur d'agglomération,**
- **1 500 m<sup>2</sup> de surface de vente par commerce dans les centralités des villes noyaux,**
- **800 m<sup>2</sup> de surface de vente dans les centralités des bourgs relais,**
- **400 m<sup>2</sup> de surface de vente dans les centralités des villages.**

Les commerces existants dont la surface de vente dépasse, à la date d'approbation du SCoT, le plafond maximal autorisé correspondant peuvent s'étendre dans la limite de 10% de leur surface de vente à cette même date.

Les implantations de commerces et artisans commerçants ont lieu prioritairement en pied d'immeuble. **L'implantation de commerces et artisans commerçants regroupés en un lieu, pouvant prendre la forme d'une galerie commerciale, est admise** sous réserve du respect du seuil d'implantation indiqué ci-dessus selon la typologie de commune.

### Définitions

#### Pôle de proximité :

Pôle situé dans les centralités des villes, villages et quartiers qui regroupe des commerces répondant aux besoins quotidiens des habitants résidant ou des employés à proximité.

#### Surface de vente

Espace couvert ou non couvert affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, espace affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement, espace affecté à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburants). Ne sont pas compris les réserves, les cours, les entrepôts, ainsi que toutes les zones inaccessibles au public, les parkings, ...

## 2. Conditions d'implantation au sein des pôles de grands commerces

Le SCoT vise à pérenniser et conforter les pôles de grands commerces et s'attache à moderniser ces espaces de commerces importants en les faisant muter vers davantage de qualité.

### 2.1. Conditions d'implantation générales pour les pôles de grands commerces

#### Prescriptions

Les implantations commerciales au sein des pôles de grands commerces ne doivent pas compromettre le maintien et la diversité des activités marchandes dans les autres pôles et particulièrement au sein des centralités commerciales.

Dans ces pôles, les créations ou extensions de commerces sont subordonnées aux conditions suivantes :

- **Plancher de surface** : la surface de vente des magasins ne peut être inférieure à 300m<sup>2</sup>. Par exception, l'implantation de petits commerces et boutiques est autorisée :
  - dans le cadre de l'extension de galeries marchandes existantes à la date d'approbation du SCOT. Toutefois l'extension des galeries marchandes est limitée à une croissance de 10 % de la surface de vente, à la date d'approbation du SCOT, de l'ensemble commercial à laquelle elle appartient,
  - dans le cas particulier du pôle majeur Wittenheim/Kingsheim, pour les commerces d'achat quotidien hors équipement de la personne et de la maison.
- Les implantations commerciales ne doivent pas mener à la création de nouvelle galerie commerciale.
- **Accessibilité** : les aménagements favorisent 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. Des emplacements pour le stationnement des vélos doivent être prévus dans chaque projet de construction à usage commercial.
- **Qualité paysagère et architecturale, cohérence et identité** : les nouvelles implantations rechercheront une qualité d'intégration en matière d'architecture, de forme, d'aménagement et de végétalisation. Les créations de commerces doivent permettre une amélioration qualitative du paysage d'entrée de ville.
- **Économie de foncier** : les créations ou extensions ne peuvent avoir lieu que sur des fonciers urbanisés ou identifiés comme secteur de localisation préférentielle, en privilégiant des terrains sous-occupés ou en friches ainsi qu'une compacité des bâtiments. Les nouvelles implantations visent une densité d'occupation d'au moins 25 à 30% de la surface de la parcelle lorsque cela est possible. Elles veillent à limiter l'artificialisation des sols et à renforcer la présence de végétaux notamment sur les aires de stationnement (à raison d'un arbre de haute tige planté pour 6 places de stationnement créées)
- **Compacité des espaces de stationnement** : les projets doivent 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** : les constructions nouvelles et les réhabilitations lourdes de bâtiments existants ont autant que possible recours à des procédés respectueux de l'environnement, favorisant les économies d'énergie ou le recours à des énergies renouvelables : toitures végétalisées, panneaux photovoltaïques, isolation, ...)
- **Zones d'activités économiques** : Les créations de commerces définis à l'article L752-1 du code de commerce dans les zones d'activités économiques limitrophes sont à éviter. En effet, ces secteurs sont dédiés à l'accueil d'activités économiques, y compris artisanales, mais non-commerciales (ou pour une faible part de l'activité). L'extension des commerces existants dans ces zones doit rester limitée et leur transfert est souhaité vers des secteurs de localisations préférentielles.

#### Définitions

##### Galerie commerciale

Regroupement dans un même espace (couvert ou de plein air) d'un ensemble de commerces de détails, de format boutiques (moins de 300 m<sup>2</sup>).

Une galerie peut être soit autonome (notamment en centre-ville) soit accolée à une locomotive marchande (supermarché, hypermarché, grande surface spécialisée).

##### Surface de vente

Espace couvert ou non couvert affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, espace affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement, espace affecté à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburants). Ne sont pas compris les réserves, les cours, les entrepôts, ainsi que toutes les zones inaccessibles au public, les parkings, ...

##### Ensemble commercial

(article L752-3 du Code de Commerce)

Il désigne les magasins qui sont réunis sur un même site, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, et qui :

- ont été conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, que celle-ci soit réalisée en une ou en plusieurs tranches ;
- ou bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements ;
- ou font l'objet d'une gestion commune de certains éléments de leur exploitation, notamment par la création de services collectifs ou l'utilisation habituelle de pratiques et de publicités commerciales communes ;
- ou sont réunis par une structure juridique commune.



## 2. Conditions d'implantation au sein des pôles de grands commerces

### 2.2. Conditions d'implantation au sein des pôles majeurs

Le SCOT vise à garantir l'offre aux habitants, les emplois et la richesse générés par les pôles commerciaux majeurs de la périphérie du territoire, en veillant à un développement encadré, en complémentarité des autres polarités notamment du centre-ville de Mulhouse.

#### 2.2.1. Conditions d'implantation générales

##### Prescriptions

Les pôles majeurs ont vocation à accueillir des commerces :

- de **fréquentation hebdomadaire, occasionnelle ou exceptionnelle**, pour des achats lourds ou dont l'implantation n'est pas possible en centralité, en raison de leur format, de leurs contraintes d'approvisionnement ou de retrait des marchandises,
- d'une **surface de vente minimum de 300 m<sup>2</sup>**.

**Par exception, l'implantation de petits commerces est possible :**

- sous forme de boutiques, **dans le cadre de l'extension des galeries commerciales existantes**. L'extension des galeries est autorisée dans la limite de 10% de la surface de vente de l'ensemble commercial à la date d'approbation du SCoT,
- **dans le cas particulier du pôle majeur de Wittenheim/Kingersheim, attenant aux cités minières, pour les petits commerces d'achats quotidiens** (boulangerie, épicerie, tabac-presse, etc) hors équipement de la personne et de la maison,
- qui ne remettent pas en cause l'équilibre entre les pôles marchands du territoire ni le maintien et la diversité commerciale dans les centralités.

**La création de galerie commerciale est à éviter.**

Les créations de commerces dans les zones d'activités économiques limitrophes sont à éviter.

#### 2.2.2. Conditions d'implantation spécifiques

##### Prescriptions

##### **Pôle majeur Wittenheim / Kingersheim :**

La création de commerce ou d'ensemble commercial de plus de 3 000 m<sup>2</sup> de surface de plancher est conditionnée à l'établissement d'un plan guide d'aménagement traduisant les recommandations émises dans le cadre de l'Atelier National sur les Territoires Économiques.

##### **Pôle majeur Mulhouse-Dornach / Morschwiller-le-Bas et pôle majeur Illzach / Sausheim :**

Dans ces secteurs contraints, les développements commerciaux doivent favoriser la densité d'occupation du bâti, en exploitant les délaissés et les espaces de stationnement.

##### Définitions

##### **Achat lourd**

Produit ou achat encombrant, nécessitant d'être transporté par caddy, d'être emporté en voiture par le client ou livré à son domicile, et exigeant une surface de vente d'une emprise importante (magasin de bricolage, de jardinage, de meubles, hypermarché, ...)

##### **Achat léger**

Produit ou achat peu encombrant, facile à transporter à pied, à vélo ou en transport en commun (vêtement, livre, médicament, petit panier alimentaire, ...)

##### **Achat quotidien**

Produit répondant à un besoin de consommation courante (par exemple (pain, journal, médicaments, cigarettes, alimentation du quotidien etc), acheté quotidiennement, notamment dans des commerces de proximité.

##### Annexe n°1

Feuille de route en vue de l'élaboration d'un plan guide d'aménagement de la Route de Soultz à Kingersheim et Wittenheim (Atelier national Territoires économiques 2011-2012)

## 2. Conditions d'implantation au sein des pôles de grands commerces

### 2.3. Conditions d'implantation au sein des pôles intercommunaux

Le SCoT vise à garantir l'offre aux habitants, les emplois et la richesse générés par les pôles commerciaux intercommunaux du territoire, en veillant à un développement encadré, en complémentarité des autres polarités notamment des pôles majeurs et des centralités.

#### 2.3.1. Conditions d'implantation générales

##### Prescriptions

Les pôles intercommunaux ont vocation à accueillir des commerces :

- de **fréquentation hebdomadaire ou occasionnelle**, pour des achats lourds ou dont l'implantation n'est pas possible dans un pôle de centralité, en raison de leur format, de leurs contraintes d'approvisionnement ou de retrait des marchandises.
- d'une **surface de vente comprise entre 300 m<sup>2</sup> et 3 000 m<sup>2</sup>**. Par exception, l'implantation de boutique (moins de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente) est envisageable dans le cadre de l'**extension de galerie commerciale existante, dans la limite d'une extension de 20% de la surface de vente de l'ensemble commercial** à la date d'approbation du SCoT.

De même, les commerces existants dont la surface de vente dépasse, à la date d'approbation du SCoT, le plafond maximal autorisé peuvent s'étendre dans la limite de 10% de leur surface de vente à cette même date.

- qui ne remettent pas en cause l'équilibre entre les pôles marchands du territoire ni le maintien et la diversité commerciale dans les centralités.
- dont l'implantation ou l'extension ne mène pas à un changement de typologie du pôle vers la catégorie « pôle majeur ».

**La création de galerie commerciale est à éviter.**

#### 2.3.2. Conditions d'implantation spécifiques

##### Prescriptions

##### **Pôle Mulhouse-Bourtzwiller :**

Ce site a **vocation à muter vers des fonctions diversifiées (habitat, activités, équipements, loisirs, ...)** et sa reconversion pour l'accueil d'autres fonctionnalités urbaines est souhaitée.

Le transfert des surfaces commerciales qui y sont implantées est encouragé vers des secteurs de localisation préférentielle. **L'extension commerciale de cet ensemble n'est pas souhaitée.**

##### Définitions

##### **Surface de vente**

Espace couvert ou non couvert affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, espace affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement, espace affecté à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburants). Ne sont pas compris les réserves, les cours, les entrepôts, ainsi que toutes les zones inaccessibles au public, les parkings, ...

##### **Ensemble commercial**

(article L752-3 du Code de Commerce)

Il désigne les magasins qui sont réunis sur un même site, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, et qui :

- ont été conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, que celle-ci soit réalisée en une ou en plusieurs tranches ;
- ou bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements ;
- ou font l'objet d'une gestion commune de certains éléments de leur exploitation, notamment par la création de services collectifs ou l'utilisation habituelle de pratiques et de publicités commerciales communes ;
- ou sont réunis par une structure juridique commune.

##### **Pôle commercial** (ou marchand) :

Pôle correspondant à un regroupement d'environ 5 commerces et services 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.

### 3. Conditions d'implantation au sein des pôles spécifiques



Le SCoT entend considérer les spécificités de pôles existants ou projetés, qui soit accueillent des activités commerciales très ciblées, soit sont concernés par des enjeux urbains particuliers.

#### Prescriptions

##### Cité de l'Habitat (Lutterbach) :

Il s'agit d'un pôle artisanal et commercial unique sur le territoire dédié à la thématique de l'habitat (construction, rénovation). Les nouvelles implantations d'activités commerciales veillent à **respecter la thématique du pôle**, en privilégiant des commerces d'achats lourds et de fréquentation occasionnelle à exceptionnelle.

##### Nouvelle aire de service (Ottmarsheim) :

Il s'agit de permettre sur le site de la plate-forme douanière, dans le cadre d'un projet de réaménagement global de celui-ci, **l'implantation d'activités commerciales répondant aux besoins spécifiques des usagers du réseau autoroutier** (projet de type aire de service).

##### Pôle de transfert (Habsheim) :

Il s'agit de permettre **l'implantation, sur un site existant identifié au sein de la commune, d'une surface commerciale de fréquentation quotidienne ou hebdomadaire, du même type que celle jouant le rôle de locomotive au sein de la centralité**, sous les conditions cumulatives suivantes :

- en cas de fermeture de la surface commerciale jouant le rôle de locomotive de la centralité ;
- en vue de la réalisation en centre-bourg, en lieu et place de cette surface commerciale, d'une opération immobilière ;
- dans la limite de la surface de vente existante à la date d'approbation du SCoT, avec une faculté d'extension de 10% par rapport à cette surface initiale.

**La création de galerie commerciale est à éviter dans les pôles spécifiques.**

### 4. Conditions d'implantation en dehors des localisations préférentielles

Le SCoT vise à limiter l'implantation des commerces en dehors des localisations préférentielles préalablement identifiées. Il s'agit de permettre l'implantation d'éventuels petits commerces complémentaires des pôles de centralité sans phénomène de mitage des espaces économiques et résidentiels.

#### Prescriptions

En dehors des localisations préférentielles et des pôles de centralités, **l'implantation de commerce qui, du fait de son importance, est susceptible d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable, n'est pas recommandée**, conformément à l'article L141-17 du code de l'urbanisme.

Toutefois sont admises l'implantation de commerces et artisans commerçants hors localisations préférentielles dans les différents cas suivants :

- en zone d'activités économiques, lorsqu'il s'agit d'activités commerciales annexes à une activité productive principale ;
- lorsqu'il s'agit de surfaces de vente inférieures à 1 000 m<sup>2</sup> dans le cœur d'agglomération et 300 m<sup>2</sup> dans les autres communes.

En sus, en dehors des localisations préférentielles, les PLU(i) limitent spatialement l'implantation diffuse dans les espaces urbanisés de commerces isolés.

**L'extension des commerces (dépassant ces seuils)** situés en dehors des secteurs de localisation préférentielle ne pourra excéder **20% de la surface de vente pour les commerces de moins de 3 000 m<sup>2</sup>** de surface de vente au moment de l'approbation du SCOT et **10% pour les commerces de plus de 3 000 m<sup>2</sup>**.

#### Recommandation

Les PLU(i) identifient et délimitent les secteurs (centres-bourgs, centres de quartiers existants ou futurs, etc.) au sein desquels l'implantation de petits commerces et artisans commerçants (surface de vente inférieure à 300 m<sup>2</sup>) est privilégiée.



# Ce qu'il faut retenir : synthèse des prescriptions du DAAC



Le tableau ci-dessous et la carte ci-contre proposent une lecture rapide et simplifiée de l'essentiel des prescriptions du DAAC.

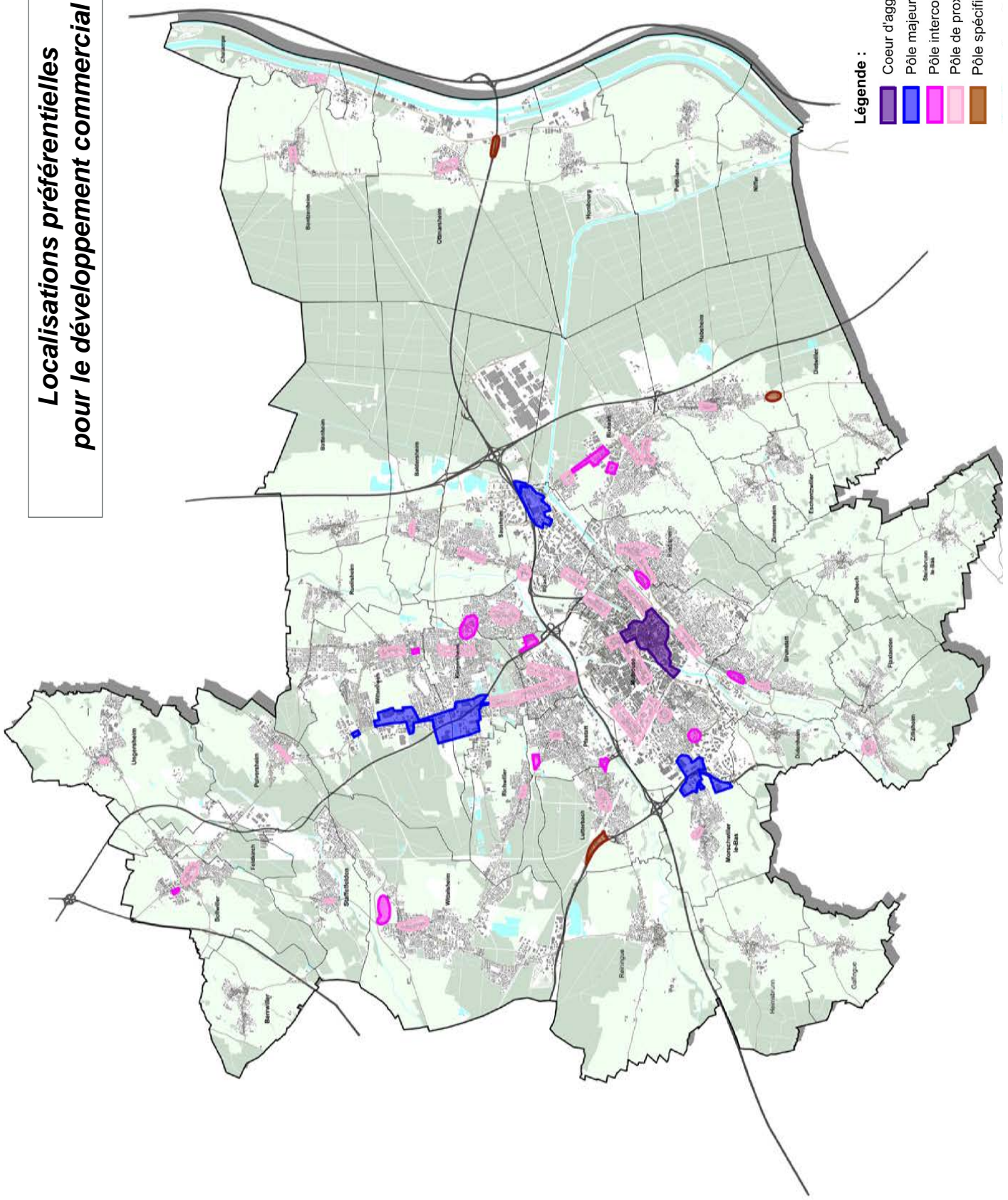
**Toutes les prescriptions applicables, dans leur exhaustivité, sont détaillées dans les pages précédentes.**

		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	Localisation préférentielle des commerces, qui permettent d'étendre le rayonnement, la diversité et la spécificité de l'offre Commerces répondant à des besoins quotidiens, hebdomadaires, occasionnels ou exceptionnels	Pas de seuils limites (pour tous les types de commerce)	Création possible de galerie  Extension possible de galerie dans la limite de 10% de la surface de vente de l'ensemble commercial*
	Pôle de proximité	Accueil des commerces de fréquentation quotidienne à hebdomadaire	Surface de vente maximum par commerce :  Cœur d'agglomération : 2 000m <sup>2</sup> Ville noyau : 1 500m <sup>2</sup> Bourg relais : 800m <sup>2</sup> Village : 400m <sup>2</sup>	Création possible de galerie dans la limite des plafonds définis  Extension possible de galerie dans la limite de 20% de la surface de vente de l'ensemble commercial*
POLES DE GRANDS COMMERCES	Pôles majeurs	Commerces répondant à des besoins hebdomadaires, occasionnels ou exceptionnels lorsqu'il s'agit : - d'achats lourds, OU - qui ne peuvent pas s'implanter en centralités en raison de leur format ou de leurs contraintes d'approvisionnement ou de retrait des marchandises.  Par exception, dans le pôle Wittenheim/Kingsheim, commerces répondant également à des besoins quotidiens.	Minimum 300m <sup>2</sup> de surface de vente par commerce	Pas de création possible de galerie  Extension possible de galerie dans la limite de 10% de la surface de vente de l'ensemble commercial*
	Pôles intercommunaux	Commerces répondant à des besoins hebdomadaires ou occasionnels pour des achats lourds, dont le format n'est pas compatible avec une implantation en milieu urbain	Surface de vente comprise entre 300m <sup>2</sup> et 3 000m <sup>2</sup>	Pas de création possible de galerie  Extension possible de galerie dans la limite de 20% de la surface de vente de l'ensemble commercial*
POLES SPECIFIQUES	Pôles spécifiques	Commerces répondant à des achats spécifiques (activités liées à l'habitat pour Lutterbach et aux usagers du réseau autoroutier pour Ottmarsheim)  Commerces de fréquentation quotidienne à hebdomadaire nécessitant une relocalisation (Habsheim)	Pôle de transfert : surface de vente maximum correspondant à celle du pôle existant, majorée de 10%	Pas de création possible de galerie
Hors localisation préférentielle		Proximité	Surface de vente inférieure à 1 000m <sup>2</sup> (pour Mulhouse) ou à 300m <sup>2</sup> (autres communes) et selon les secteurs définis au règlement du PLU(i)	Pas de création possible de galerie  (NB : pas de galerie existante)

\* voir définition d' « ensemble commercial » page 8



**Localisations préférentielles  
pour le développement commercial**



- Légende :**
- Coeur d'agglomération
  - Pôle majeur
  - Pôle intercommunal
  - Pôle de proximité
  - Pôle spécifique







# Annexe n°1

# Feuille de route pour un plan guide d'aménagement pour la Route de Soultz à Wittenheim et Kingersheim







Les documents graphiques ci-après sont extraits de la «feuille de route» établie dans le cadre de l'Atelier National Territoires économiques de 2011-2012.







La «feuille de route» formalise les éléments de la stratégie de territoire arrêtés pendant les ateliers et conditions, actées entre les services de l'Etat et les collectivités, à réunir pour mettre en oeuvre cette stratégie de territoire.






## Décliner une identité à grande échelle

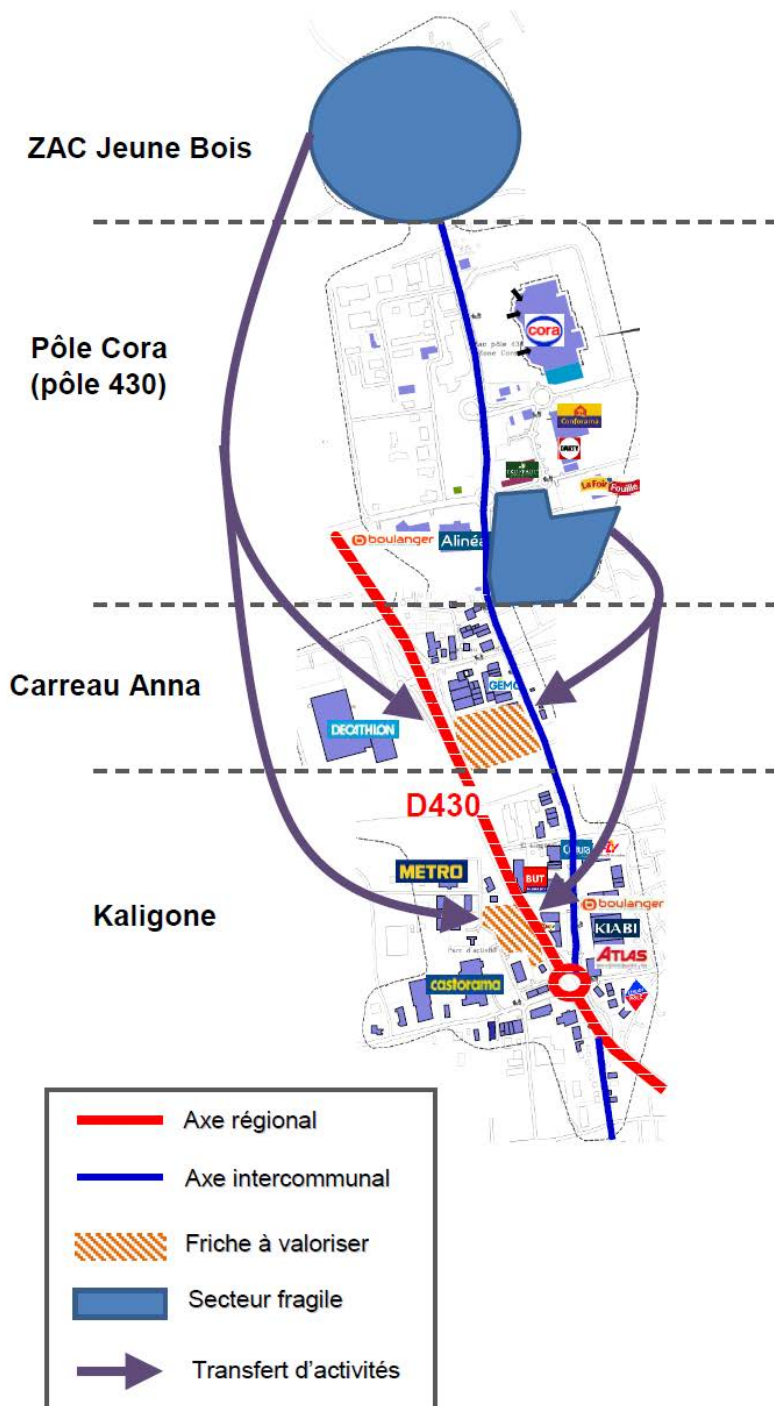
-  Eriger les terrils en une signature
-  Faire du bois de Kingersheim et du Mittelfeld le cœur urbain vert et agricole
-  Créer la voie du milieu
-  Créer des équipements innovants : exemple de la ressourcerie en lien avec la RD40

## Intensifier le développement urbain

-  Ne plus étendre la ville au delà de ses limites intérieures et extérieures
-  Mettre en place progressivement le tramway
-  Améliorer les us et connecter la zone commerciale avec le centre-ville de Mulhouse
-  Travailler la densification / intensification des secteurs pavillonnaires à proximité du tramway
-  Requalifier les voies urbaines
-  Conforter la RD430 pour les liaisons inter-urbaines et la logistique

## Développer une stratégie d'optimisation commerciale

-  Conforter les pôles commerciaux forts, faire muter vers d'autres fonctions les secteurs faibles
-  Faire levier pour la mutation du secteur avec le laboratoire alimentaire
-  Reconvertir certaines zones d'activités vers du logement



1. **Stopper les nouveaux projets commerciaux dans les secteurs faibles commercialement destinés à muter** et de manière générale arrêter de laisser filer des projets isolés sans stratégie d'ensemble
2. **Traiter les friches pour éviter leur enracinement** : utiliser les friches existantes comme des outils de réorganisation commerciale permettant d'opérer des transferts de commerces
3. **Requalifier les secteurs commerciaux qui vont bien** : simplification et lisibilité des séquences commerciales
4. **Déconstruire commercialement et faire muter les secteurs commerciaux fragiles** : vider les commerces des secteurs repérés comme fragiles afin d'y implanter d'autres fonctions et pérenniser les zones qui fonctionnent bien

**Source et équipe projet :**

David Mangin, architecte-urbaniste, mandataire des 6 sites Territoires économiques de province (agence SEURA), Yannick Beltrando, architecte-urbaniste, référent Wittenheim, Kingersheim, Arié Natan, architecte, (agence Anyoji Beltrando), Bruno Tanant et Yoann Sourice, paysagistes (agence TN+), Nicolas Douce, expertise commerciale (CVL), Philippe Massé, expert transport/mobilité (ETC), François Monjal et Delphine Negrier, programmation urbaine (Alphaville).