

DESSINONS
NOTRE
TERRITOIRE



Dossier d'approbation

**6 – Orientations d'aménagement et
de programmation (OAP)**

**6- A Orientation d'aménagement et de
programmation (OAP) commerce**

Vu pour être annexé à notre
délibération de ce jour,

le Président,


Sébastien MARTIN

Élaboration du PLUi :

Document approuvé le

18 OCT. 2018

SOMMAIRE

| | | |
|-----------|---|----------|
| 1. | LE CONTEXTE | 3 |
| 1.1 | Le cadre réglementaire | 3 |
| 1.2 | Le champ d'application de l'OAP commerce | 3 |
| 1.3 | Le Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) du PLUi ... | 4 |
| | | |
| 2. | LA STRATEGIE D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU PLUI DU GRAND CHALON | 5 |
| 2.1 | Les objectifs retenus | 5 |
| 2.2 | Eléments de définition | 5 |
| 2.3 | La typologie de territoire | 5 |
| | | |
| 3. | LES PRINCIPES D'AMENAGEMENT COMMERCIAL PAR TYPOLOGIE DE TERRITOIRE | 7 |
| 3.1 | Les principes généraux | 7 |
| 3.2 | Les principes retenus pour la centralité urbaine principale | 8 |
| 3.3 | Les principes retenus pour les zones commerciales structurantes | 8 |
| 3.4 | Les principes retenus pour les zones commerciales intermédiaires | 9 |
| 3.5 | Les principes retenus pour les centralités urbaines de proximité | 9 |
| 3.6 | Les principes retenus hors des centralités et des zones commerciales | 9 |

1. LE CONTEXTE

1.1 Le cadre réglementaire

Les communes du Grand Chalon n'étant pas couvertes par un Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) opposable, l'article L.151-6 du code de l'urbanisme prévoit que le PLUi doit comporter une Orientation d'Aménagement et de Programmation (OAP) relative au commerce, dont le contenu est détaillé aux articles L.141-16 et L.141-17 du même code.

Tout comme le document d'orientations et d'objectifs (DOO) du SCoT, l'OAP commerce du PLUi précise les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal. Elle 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 ;
- de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture.

Le cas échéant, l'OAP commerce peut définir les conditions d'implantation des grands équipements 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 des surfaces commerciales vacantes ;
- l'optimisation des surfaces dédiées au stationnement.

Elles portent également sur :

- la desserte de ces équipements par les transports collectifs ;
- leur accessibilité aux piétons et aux cyclistes ;
- leur qualité environnementale, architecturale et paysagère, notamment au regard de la gestion des eaux.

L'OAP commerce peut localiser 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. Elle peut prévoir des conditions d'implantation des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs identifiés.

1.2 Le champ d'application de l'OAP commerce

Les prescriptions développées dans l'OAP commerce s'imposent, dans un rapport de compatibilité, aux Autorisations d'Exploitation Commerciale (AEC) délivrées au titre de l'article L.752-1 du code de commerce, et aux autorisations d'urbanisme.

Le présent document s'applique aux commerces de détail et activités artisanales inscrits au registre du commerce. Sont également concernés 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, commerces de véhicules d'occasion, antiquaires...).

En revanche, ne sont pas concernés par les orientations de ce document 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, les activités agricoles et artisanales avec point de vente, dans la mesure où la surface de vente n'excède pas 30% de la surface de plancher globale dédiée à l'activité.

1.3 Le Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD) du PLUi

Le PADD a pour ambition de maintenir l'équilibre commercial existant, par le renforcement du commerce dans les centralités et par le maintien et la requalification des zones commerciales existantes.

L'objectif de conforter le commerce dans les centres (villes, quartiers, bourgs) est développé dans les orientations suivantes :

- conforter le centre-ville de Chalon-sur-Saône comme pôle commercial spécialisé dans l'achat désir, les loisirs et l'équipement de la personne ;
- conforter le rôle joué par les pôles au sein de leur secteur en maintenant et renforçant leur offre commerciale de proximité, notamment alimentaire ;
- ne pas créer de nouvelles zones commerciales en périphérie des villes ;
- limiter les nouvelles implantations de grandes surfaces soumises à l'avis de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC).

L'objectif de maintenir et mettre en valeur les zones commerciales existantes est détaillé dans les orientations suivantes :

- améliorer la qualité urbaine, architecturale et paysagère des zones commerciales existantes et de leurs abords, particulièrement pour améliorer leur attractivité et l'image du territoire : il s'agit notamment de la zone commerciale Sud à Chalon-sur-Saône / Saint-Marcel, la zone Californie et Quais de Saône à Saint-Rémy, la zone verte – Thalie à Châtenoy-le-Royal / Chalon-sur-Saône, la zone commerciale de Lux et Actisud à Sevrey ;
- densifier les zones commerciales ;
- encourager la mutualisation de l'offre de stationnement ;
- favoriser l'accessibilité par tous les modes de déplacement (piétons, vélos, bus, voiture...), et particulièrement développer les liaisons douces entre les zones d'habitat périphérique et chaque zone commerciale ;
- optimiser la performance environnementale des zones commerciales en matière énergétique et de gestion de l'eau notamment.

2. LA STRATEGIE D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU PLUI DU GRAND CHALON

2.1 Les objectifs retenus

- Conforter le centre-ville de Chalon-sur-Saône.
- Renforcer le petit commerce dans les centralités urbaines de proximité (centres de quartier, centres-bourgs des communes rurales...).
- Encadrer le développement des zones commerciales périphériques, destinées à recevoir les grands formats.
- Admettre un développement limité des surfaces commerciales en dehors des centralités urbaines et des zones commerciales périphériques.
- Orienter l'installation des « drive ».
- Améliorer la qualité urbaine et environnementale des projets d'aménagement commercial.

2.2 Eléments de définition

Les prescriptions de l'OAP commerce font référence à deux types d'opérations qu'il convient de définir : les créations et les extensions.

Sont considérées comme des créations de commerce :

- la création d'un nouveau bâtiment commercial ;
- la création d'un nouvel ensemble commercial défini à l'article L.752-3 du code de commerce ;
- le changement de destination d'un bâtiment non commercial vers du commerce ;
- le transfert d'un commerce s'il n'est pas situé à proximité immédiate de sa localisation initiale ;
- la réouverture d'un commerce sans activité et anciennement commercial.

Sont considérées comme des extensions de commerces : les extensions de la surface de vente des activités commerciales existantes, sur leur site actuel.

2.3 La typologie de territoire

Les objectifs précédents sont déclinés dans la typologie suivante :

- **La centralité urbaine principale**

Il s'agit du centre-ville élargi de Chalon-sur-Saône, qui correspond aux secteurs urbains situés à l'intérieur de la rocade. Cette centralité rassemble différentes fonctions urbaines structurantes et offre un nombre important de commerces, services et équipements, qui rayonnent sur toute l'agglomération. Elle dispose d'une bonne accessibilité par tous les modes de déplacement (piétons, vélos, transports en commun, véhicules particuliers).

- **Les zones commerciales structurantes**

Ces zones sont organisées autour d'une ou de plusieurs locomotives commerciales (hypermarché et/ou grande surface spécialisée). Leur offre commerciale est large et variée, comprenant des grandes surfaces alimentaires et spécialisées dans le domaine des loisirs, de l'équipement de la personne et de la maison, rayonnant sur une vaste zone de chalandise (le nord-est du département de Saône-et-Loire).

Liste des zones commerciales structurantes :

- zone commerciale Sud (Chalon-sur-Saône/Saint-Marcel) ;
- zone commerciale de la Thalie - zone Verte - Champ Fleuri (Chalon-sur-Saône/Châtenoy-le-Royal), étendue à la ZAC des portes du Grand Chalon ;

- zone commerciale SaôneOr – Kennedy - Thénard (Chalon-sur-Saône) ;
- zone commerciale de Lux et Actisud (Lux/Sevrey) ;
- zone commerciale Californie-Quais de Saône (Saint-Rémy).

- **Les zones commerciales intermédiaires**

Ces zones au rayonnement local complètent le maillage commercial de l'agglomération. Leur offre s'articule autour d'un supermarché ou d'un hard discount. Elles ne sont pas éloignées des zones d'habitation et certaines sont intégrées dans le tissu urbain.

Liste des zones commerciales intermédiaires :

- zone commerciale de Carrefour Chalon Nord (Chalon-sur-Saône) ;
- zone commerciale du Champ Chassy (Châtenoy-en-Bresse).

- **Les centralités urbaines de proximité**

Elles correspondent aux centres-bourgs des communes identifiées dans le PADD comme des pôles d'appui ou de proximité, et aux centres-bourgs des communes rurales. La centralité est plus ou moins marquée suivant les communes, en fonction de l'offre d'équipements, de commerces et de services (répondant principalement à des besoins quotidiens), et de la densité du bâti. Les centres de quartier, principalement localisés à Chalon-sur-Saône, sont également considérés comme des centralités urbaines de proximité.

- **Hors des centralités et des zones commerciales**

Il s'agit des secteurs résidentiels, d'activités, agricoles ou naturels, qui n'ont pas vocation à accueillir de nouveaux développements commerciaux.

3. LES PRINCIPES D'AMENAGEMENT COMMERCIAL PAR TYPOLOGIE DE TERRITOIRE

3.1 Les principes généraux

L'objectif principal est de protéger les activités commerciales traditionnelles présentes au centre ville de Chalon-sur Saône ou dans les bourgs, et en particulier les commerces de détail en évitant la création de nouvelles entités directement concurrentielles en périphérie.

En conséquence les implantations en centre ville seront favorisées, pour des formes de commerces variées.

Dans les zones commerciales structurantes située en périphérie, les commerces de détail ou de faibles surfaces, susceptibles d'entrer en concurrence avec les commerces de centre ville seront interdits.

Globalement, la création de commerce ayant une surface de vente importante (supérieure à 500 m²) est interdite hors des zones commerciales structurantes et dans la centralité urbaine principale telles que définies sur le plan joint.

En dehors de toute centralité ou zone commerciale, l'implantation de commerce est fortement limitée en termes de surfaces.

► Les principes généraux en matière d'aménagement pour les projets admis

- Les nouveaux projets commerciaux doivent intégrer une plus forte densité d'aménagement afin de limiter la consommation d'espace. La prise en compte de ce principe est évaluée au regard :
 - de la réalisation de constructions sur plusieurs étages ;
 - de l'intégration de tout ou partie du stationnement en sous-sol, rez-de-chaussée, toit terrasse, etc. ;
 - de la mutualisation des accès et du stationnement entre plusieurs équipements commerciaux.

- Les nouveaux projets commerciaux doivent limiter leur impact paysager par des aménagements garantissant l'insertion visuelle du projet. La prise en compte de ce principe est évaluée au regard :
 - de la végétalisation des espaces extérieurs 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 maillage piéton/vélo interne à la zone ;
 - des aménagements paysagers des infrastructures dédiées aux modes actifs de déplacement, et des équipements de gestion des eaux pluviales et usées (bassins d'orage paysagers, fosses d'infiltration, mares écologiques, noues paysagères, ...) ;
 - du traitement des façades (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 permettant de dissimuler et mutualiser les points de collecte des déchets ;
 - de l'intégration du stockage des matériaux en extérieur.

- Les nouveaux projets commerciaux doivent contribuer à la préservation de la ressource en eau, notamment en favorisant la rétention des eaux pluviales (noues

végétalisées, toitures végétalisées...), et en réduisant les surfaces imperméabilisées.

- Les nouveaux projets commerciaux doivent optimiser l'énergie consommée, notamment pour le chauffage, le refroidissement et l'éclairage. La prise en compte de ce principe est évaluée au regard :
 - de l'enveloppe du bâtiment (isolation, toiture terrasse végétalisée, ...);
 - du rendement des dispositifs d'éclairage et de refroidissement;
 - du système de vitrage;
 - de la présence éventuelle de puits de lumière et des équipements d'éclairage projetés;
 - de la mise en place de dispositifs de production énergétique propre (panneaux photovoltaïques...).

➤ Les entrepôts liés au e.commerce (drive)

Les nouvelles implantations de drive ne seront autorisées qu'au sein des commerces existants.

3.2 Les principes retenus pour la centralité urbaine principale

- Cette centralité accueillera les commerces de tout type de formats et d'activités, répondant à des achats quotidiens, hebdomadaires ou occasionnels.
- Le développement commercial devra rester compatible avec la configuration de cette centralité et ne pas générer des flux et des nuisances excessifs.
- L'extension des commerces existants est autorisée sans limite de surface de vente.
- La mixité des activités commerciales sera favorisée (commerces spécialisés, commerces de proximité, ...).
- Les linéaires commerciaux en rez-de-chaussée auront vocation à être renforcés et étendus.
- La mixité des fonctions urbaines sera encouragée (commerces, logements, bureaux, équipements publics) afin de renforcer l'animation du centre-ville.

3.3 Les principes retenus pour les zones commerciales structurantes

Ces zones existantes ne pourront accueillir des surfaces de ventes de petite taille. Elles sont destinées à accueillir les commerces spécialisés de périphérie, préférentiellement les activités peu compatibles avec les autres fonctions urbaines (accessibilité principalement motorisée, emprises foncières importantes, nuisances générées par les livraisons...). Sur les zones identifiées du territoire, les disponibilités foncières de création sont quasi inexistantes. Par contre, il est nécessaire de permettre les restructurations, réhabilitations permettant l'évolution de ces zones dont l'attractivité dépasse largement les limites du Grand Chalon.

- La création de nouveaux commerces, de nouvelles cellules commerciales au sein d'un ensemble commercial nouveau ou existant, de cellules commerciales au sein d'une nouvelle galerie marchande, inférieurs à 500 m² de surface de vente est interdite; cette interdiction ne concerne pas les commerces situés à l'intérieur d'une galerie marchande existante.
- Une extension très limitée des galeries marchandes d'environ 10% de leur surface de vente existante est autorisée. La création de galeries marchandes est également autorisée dans la limite d'environ 10% de la surface de vente de la grande surface alimentaire existante.
- L'extension des commerces existants ou des cellules commerciales au sein d'un ensemble commercial est autorisée sans limite de surface de vente.

- La division d'un commerce ou d'une cellule commerciale au sein d'un ensemble commercial ayant pour effet de créer une surface de vente inférieure à 500 m² est interdite.
- Les nouveaux commerces doivent contribuer à l'amélioration de la qualité urbaine, de l'aménagement et du fonctionnement de la zone, et ne pas porter atteinte au commerce de proximité des centralités urbaines.
- L'évolution de ces zones doit se faire par densification, sans extension du périmètre actuel.

3.4 Les principes retenus pour les zones commerciales intermédiaires

- La création de nouveaux commerces supérieurs à 500 m² de surface de vente est interdite.
- Une extension très limitée des galeries marchandes d'environ 10% de leur surface de vente existante est autorisée. La création de galeries marchandes est également autorisée dans la limite d'environ 10% de la surface de vente de la grande surface alimentaire existante.
- L'extension des commerces existants, de surface de vente supérieure à 500 m², est autorisée dans la limite de 25% de la surface de vente existante.
- Les nouveaux commerces doivent contribuer à l'amélioration de la qualité urbaine, de l'aménagement et du fonctionnement de la zone, et ne pas porter atteinte au commerce de proximité des centralités urbaines.
- L'évolution de ces zones doit se faire par densification, sans extension du périmètre actuel.

3.5 Les principes retenus pour les centralités urbaines de proximité

- Les nouvelles créations de commerce ne pourront dépasser 500 m² de surface de vente.
- L'extension des commerces existants sera autorisée dans la limite de 1 000 m² de surface de vente.
- Les linéaires commerciaux en rez-de-chaussée auront vocation à être maintenus.
- La mixité des fonctions urbaines sera encouragée (commerces, logements, bureaux, équipements publics), afin de renforcer l'animation des centres-villes et des centres-bourgs.

3.6 Les principes retenus hors des centralités et des zones commerciales

- Les nouvelles créations de commerce ne pourront pas dépasser 300 m² de surface de vente.
- Les commerces existants, supérieurs à 300 m², pourront bénéficier d'une extension limitée, détaillée dans le tableau ci-dessous.

| Règles cumulatives | Surface de vente initiale | | | |
|--|---------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | 300 – 999 m ² | 1 000 – 2 499 m ² | 2 500 – 3 999 m ² | 4 000 m ² et plus |
| Surface de vente existante | 300 – 999 m ² | 1 000 – 2 499 m ² | 2 500 – 3 999 m ² | 4 000 m ² et plus |
| Surface de vente maximale de l'extension | 300 m ² | 600 m ² | 800 m ² | 1 000 m ² |
| % maximal d'extension | 50% | 30% | 25% | 20% |