

Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

Elaboration prescrite par la délibération du Conseil
Communautaire du 15 décembre 2015

Elaboration du PLUi approuvée par délibération du Conseil
Communautaire le 18 décembre 2019

Modification de droit commun n° 1 du PLUi approuvée par délibération
du Conseil Communautaire le 26 septembre 2024

Signature et cachet

GRAND DOLE

Communauté d'agglomération

4. ORIENTATIONS D'AMENAGEMENT
ET DE PROGRAMMATION COMMERCE

SOMMAIRE

Introduction.....	3
Lexique	5
1. Rappel des orientations du PADD du PLUi.....	6
1.1 Contexte et vision prospective.....	6
1.2 Organisation solidaire du territoire.....	7
2. Définition des seuils d’implantation	9
3. Ville de Dole et cœur d’agglomération	11
3.1 Centralités commerciales.....	11
3.2 Prescriptions relatives aux centralités de Dole	11
3.3 Prescriptions pour le cœur d’agglomération	14
3.4 Références de mixité : commerce et autres fonctions	15
4. Pôles secondaires et bourgs.....	17
4.1 Centralités commerciales.....	17
4.2 Prescriptions pour les pôles secondaires, bourgs et villages ..	17
5. Orientations environnementales, paysagères et urbaines relatives aux localisations préférentielles	24

Introduction

L'article L.151-6 du code de l'urbanisme prévoit qu' :

« En l'absence de schéma de cohérence territoriale, les orientations d'aménagement et de programmation d'un plan local d'urbanisme élaboré par un établissement public de coopération intercommunale comportent les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal mentionnées à l'article L. 141-16 et déterminent 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, conformément à l'article L. 141-17. »

L'article L.141-17 précise ces conditions d'implantation :

« 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. »

En l'absence de SCOT, l'OAP Commerce du PLUi est un document fondateur pour les autorisations d'exploitation commerciales. Il comporte une notion de superficie minimum qui s'élève à 1000 m² et qui peut être abaissée pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants (pôles de proximité).

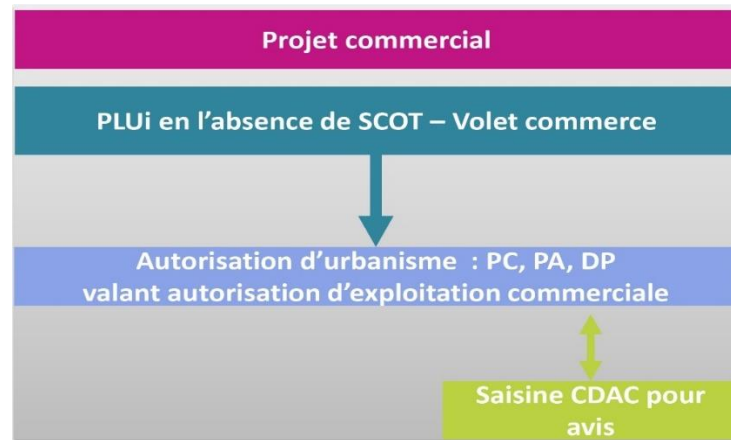
L'OAP Commerce du PLUi fixe des conditions aux implantations commerciales en termes de :

- Localisation préférentielle des commerces,
- Critères d'aménagement du territoire :
 - Prise en compte des objectifs de revitalisation des centres-villes et de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité,
 - Consommation d'espace : compacité des formes bâties, utilisation prioritaire des surfaces commerciales vacantes, optimisation des surfaces dédiées au stationnement,
 - Accessibilité en transport en commun, piétons et cyclistes,
 - Qualité architecturale et paysagère.

L'orientation d'aménagement et de programmation « Commerce » est opposable au permis de construire tenant lieu d'autorisation d'aménagement commercial (si le projet de création ou d'extension nécessite un permis de construire) ou à l'autorisation d'exploitation commerciale de la CDAC sur saisine directe de la CDAC (si le projet ne nécessite pas de permis de construire) pour les implantations commerciales désignées par l'article L. 752-1 du code de commerce.¹

¹ Ne sont pas soumis aux précédentes dispositions, certaines professions : les pharmacies, les commerces de véhicules automobiles ou de motocycles, les halles et marchés d'approvisionnement au détail (couverts ou non) établis sur les dépendances du domaine public, les prestataires de services à caractère

immatériel ou intellectuel (banques, agence de voyages, ...), les établissements de service ou de location de matériels (laveries automatiques), les restaurants, cafés, bars.



En sus, la CAGD, compétente en matière d'urbanisme, pourra saisir – à la demande du Maire de la commune concernée- la CDAC pour tout projet de taille inférieure dans les communes de moins de 20 000 habitants, comme l'y autorise l'article L 752-4 du Code du Commerce.

Art. L752-4 Code Commerce.

Dans les communes de moins de 20 000 habitants, le maire ou le président de l'EPCI compétent en matière d'urbanisme peut, lorsqu'il est saisi d'une demande de permis de construire un équipement commercial dont la surface est comprise entre 300 et 1 000 mètres carrés, proposer au conseil municipal ou à l'organe délibérant de cet établissement de saisir la CDAC afin qu'elle statue sur la conformité du projet aux critères énoncés à l'article L. 752-6.

Dans ces communes, lorsque le maire ou le président de l'établissement public compétent en matière d'urbanisme est saisi d'une demande de permis de construire un équipement commercial visé à l'alinéa précédent, il notifie cette demande dans les huit jours au président de l'établissement public prévu à l'article L. 143-16 du code de l'urbanisme sur le territoire duquel est projetée l'implantation. Celui-ci peut proposer

à l'organe délibérant de saisir la commission départementale d'aménagement commercial afin qu'elle statue sur la conformité du projet aux critères énoncés à l'article L. 752-6.

La délibération du conseil municipal ou de l'organe délibérant de l'EPCI est motivée. Elle est transmise au pétitionnaire sous un délai de trois jours et affichée pendant un mois à la porte de la mairie de la commune d'implantation.

Le permis de construire tenant lieu d'autorisation d'aménagement commercial ne peut être obtenu qu'après avis conforme de la CDAC (le cas échéant de la CNAC) consultée dans le cadre de l'instruction du permis de construire. Si l'avis est défavorable, le PC ne peut pas être délivré (L.425-4 du code de l'urbanisme).

Lexique

GALERIE MARCHANDE :

Regroupement de commerces au sein d'un même espace piétonnier couvert, dont la surface de vente de chaque cellule est inférieure à 400 m². Hors centre-ville, elle est rattachée à une ou plusieurs grandes surfaces.

SURFACE DE VENTE :

Espaces prévus pour que les clients évoluent, les vendeurs exercent leur travail et que le paiement se fasse. Exclue les espaces non réservés à la clientèle : stockage, approvisionnement, locaux administratifs et techniques, parking...

ENSEMBLE COMMERCIAL : Groupement de plusieurs unités commerciales. « Sont regardés comme faisant partie d'un même ensemble commercial, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, les magasins qui sont réunis sur un même site et qui :

- Soit ont été conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, que celle-ci soit réalisée en une ou en plusieurs tranches ;
- Soit bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements ;
- Soit 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 ;
- Soit sont réunis par une structure juridique commune, contrôlée directement ou indirectement par au moins un associé, exerçant sur elle une influence au sens de l'article L. 233-16 (Code de Commerce) ou ayant un dirigeant de droit ou de fait commun. »
Article L 752-3 du Code de Commerce

1. Rappel des orientations du PADD du PLUi

1.1 Contexte et vision prospective

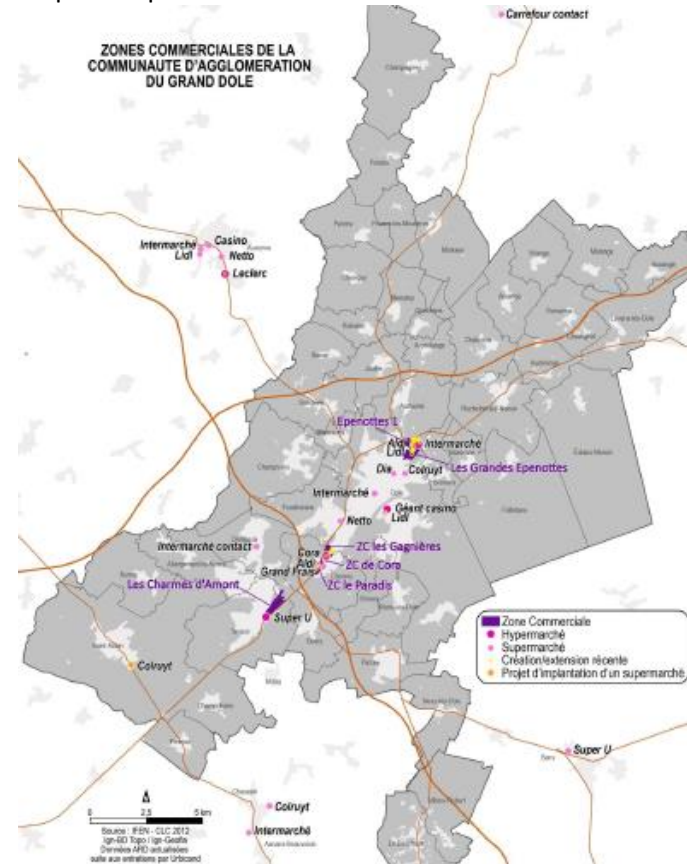
L'ambition du PADD est d'imaginer de nouvelles centralités, s'appuyant sur les modes et lieux de consommation en pleine évolution.

La situation du commerce dans le territoire du Grand Dole (comme dans beaucoup de villes moyennes en France) se traduit de la façon suivante :

- Une densité commerciale importante, compte tenu de sa population, qui va au-delà des limites administratives ;
- La proximité d'une offre occasionnelle et exceptionnelle très concurrentielle dans les agglomérations dijonnaise et bisontine ;
- L'essoufflement de la grande distribution exurbanisée² (super et hypermarchés, grandes surfaces spécialisées et maxidiscomptes, centres commerciaux), même si l'offre se renouvelle encore par des zones commerciales périphériques « nouvelle génération » ;
- La recomposition commerciale du centre-ville : le déclin du petit commerce indépendant, dans un cadre patrimonial et touristique à fort attrait.

Des concurrences se renforcent depuis quelques années entre acteurs : centralité versus périphérie ; e-commerce versus commerce physique. La troisième révolution commerciale³ prend différentes formes : commerce électronique, drive-in.

Cette situation génère de nouveaux besoins en matière d'aménagement économique, tels qu'une force de logistique importante avec des entrepôts de plus en plus démesurés et fonctionnels.



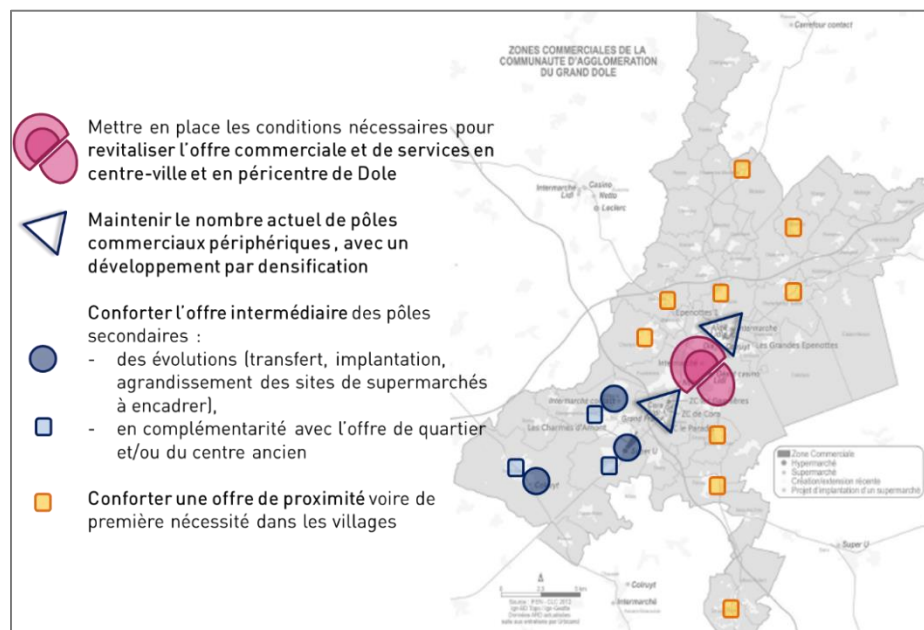
² Transfert le plus souvent permanent des activités normalement dévolues au centre-ville vers la périphérie et à l'agglomération d'une ville

³ René Péron, « Les Boîtes, Les grandes surfaces dans la ville », novembre 2004

1.2 Organisation solidaire du territoire

Cette situation amène les élus du Grand Dole à porter une ambition très volontariste pour **assurer la revitalisation du cœur de ville et maintenir une offre commerciale diversifiée de proximité**.

Pour donner une chance à cette ambition, **le nombre actuel de pôles commerciaux périphériques est maintenu, sans extension nouvelle**.



La proximité des commerces et services contribue à la qualité de vie des citoyens et permet de limiter les déplacements, donc de réduire la consommation énergétique et les émissions de Gaz à Effet de Serre. Mais les exigences de viabilité économique, amènent – a contrario – à limiter et regrouper les offres plus spécialisées et variées, sur les pôles urbains plus importants.

Pour trouver un certain équilibre entre ces logiques contradictoires, l'armature commerciale urbaine définie dans le PADD (3.1.1) reconnaît des niveaux de services et commerces différents que le citoyen peut trouver dans chaque strate de commune, de façon graduée, depuis les petites communes rurales jusqu'au centre-ville de Dole.

Sur cette base, les objectifs en matière commerciale sont de :

- Mettre en place les conditions nécessaires pour **revitaliser l'offre commerciale et de services en centre-ville** (qui correspond plus au moins au périmètre du site patrimonial remarquable).

La vitalité commerciale du « cœur de ville » contribue largement à son attractivité et au brassage des populations dans des espaces publics fréquentés. Le centre-ville est desservi par les transports en commun urbains et départementaux et est donc accessible à tous. Il est vital que ce lieu d'échanges et de vie reste animé et convivial. L'objectif général est d'y renouveler, moderniser et étoffer l'offre, en particulier sur les segments de l'équipement de la maison, l'équipement des personnes et les produits de loisirs ;

- **Accompagner une mutation du quartier de la rive gauche.**;
- **Moderniser et renouveler l'offre d'entrée d'agglomération.** La volonté est de ne pas autoriser d'extension des pôles commerciaux périphériques ni d'en créer de nouveaux. Il s'agira surtout d'améliorer leur fonctionnement et leur desserte en transports collectifs.

Les situations sont distinctes entre les deux principales zones commerciales du territoire : **Les Grandes Epenottes dont le développement récent nécessite surtout de poursuivre son occupation (aux ¾ urbanisée)** et les zones commerciales plus anciennes des Epenottes 1, de Choisey (zone de l'hypermarché) et de Foucherans.

Dans ces zones commerciales, le commerce de grande et moyenne surface (GMS) et de grandes surfaces spécialisées (GSS) y est prépondérant. L'offre quantitative, en surface de vente, apparaît suffisante pour satisfaire les besoins de la population locale et au-delà, la zone de chalandise (voir Diagnostic Economique). Il s'agit donc surtout d'y renouveler les offres dans les emprises foncières existantes, sur les segments spécialisés, avec des moyennes surfaces.

Pour conforter durablement l'attractivité de ces ensembles commerciaux situés en entrée d'agglomération, la réoccupation des locaux (une quinzaine de locaux vides estimés au total) et la requalification des zones dans leur globalité sont indispensables.

Selon le contexte urbain, plusieurs solutions sont retenues :

- **Considérer les Epenottes 1 comme une zone d'activités mixte et non plus comme une simple zone commerciale ;**
 - **Mobiliser les 6 hectares de potentiel foncier restant à Choisey (espaces commerciaux Paradis et des Gagnières), pour accueillir un équipement supplémentaire d'hébergement hôtelier et les services ;**
 - **Réinventer la centralité des zones commerciales de Choisey et de Foucherans, en entrée d'agglomération.**
- S'agissant des **pôles secondaires**, l'OAP Commerce **conforte l'offre commerciale diversifiée des pôles de Tavaux, Damparis et St-Aubin (centre commerçant et supermarchés).**
L'offre commerciale diversifiée de ces bourgs leur permet de rayonner sur les communes rurales alentours, parfois au-delà des limites communautaires. Ils constituent des points d'ancrage importants et diversifiés dans l'offre proposée aux habitants non désireux de se rendre à Dole, et contribuent ainsi à limiter les déplacements. Il est vital de conforter une gamme de produits de base étoffés, quotidiens voire occasionnels.

Les surfaces commerciales existantes sont appelées à se moderniser (projet de giratoire du supermarché de Tavaux, projet de transfert-extension du supermarché de Damparis), tandis que l'offre des centralités urbaines est confortée (projets de reconquête des locaux commerciaux vacants en centre bourg).

- **Dans les centres-bourgs historiques du Deschaux, de Parcey et de Rochefort-sur-Nenon et plus ponctuellement à Champvans, Crissey et Moisse, l'offre de proximité a vocation à rester en place et à se renouveler, comme pour les pôles secondaires.**

Ces communes disposent en effet d'un axe commerçant et/ou d'un supermarché/supérette. L'offre autour de produits du quotidien (boulangerie, alimentation, supérette et magasin polyvalent, tabac-presse, bar-café) et d'usage occasionnel (pharmacie, coiffeur, restaurant, et des produits plus variés dans des supérettes plus importantes,...), autour des produits de détente et tourisme (restaurant, brocante, produits locaux et artisanaux,...), et de points de dépôts d'e-commerce doit pouvoir être conforté » et/ou développée.

- **Dans les villages, maintenir autant que possible un commerce de base.** Certains d'entre eux n'ont déjà plus de commerce et leur retour semble difficile. Toutefois, la des ventes de produits locaux, de points multiservices, de recyclerie, d'activités de loisirs et tourisme ou encore de circuits courts peuvent amener un regain d'activités.

2. Définition des seuils d'implantation

TAILLE DE POLARITES COMMERCIALES	SEUILS RELATIFS AUX CONDITIONS D'IMPLANTATIONS COMMERCIALES ⁴ SOUMISES OU NON A AUTORISATION D'EXPLOITATION COMMERCIALE (SAISINE CDAC)
Ville de + de 20 000 habitants : Dole Polarités secondaires de - de 20 000 habitants : Cœur d'agglomération : Choisey, Foucherans	Seuil des 1 000 m ²
Polarités secondaires de - de 20 000 habitants : • Pôles de proximité (avec supermarché/zone commerciale et axe commerçant) : Tavaux, Damparis, Saint-Aubin • Bourgs : Crissey, Parcey, Le Deschaux, Champvans, Moisse, Rochefort-sur-Nenon	Seuil des 400 m ²

Le territoire compte à la fois une ville de plus de 20 000 habitants, Dole, et des communes de moins de 20 000 habitants.

De fait, le seuil des 1 000 m² de surface de vente s'exerce pour la ville de Dole et les communes de Choisey et Foucherans. Pour l'ensemble des autres communes, ce seuil est abaissé à 400 m².

⁴ Création, extension ou changement de secteur d'activités

SEUILS ET EVOLUTIONS AUTORISES PAR LOCALISATION PREFERENTIELLE

Commune	Localisation préférentielle	Surface de vente en m ²						
		> 1 000 m ²	En-dessous du seuil de 1 000 m ²		Extension limitée GMS	Cinéma	Extension galerie	Evolution galerie sans extension
			De 400 à 1 000 m ²	< 400 m ²				
Dole	N°1 « Centre-ville et axes structurants »	✓ *	✓	✓	✓	✓	✓	
	N°2 « Rive gauche »		✓		✓	✓	✓	
	N°3 « Les Epenottes »		✓		✓			✓
Choisey	N°4 « secteur d'hypermarché de Choisey »		✓		✓			✓
	N°5 « zones commerciales de Choisey »		✓		✓			
Foucherans	N°6 « Foucherans »		✓	✓				✓
Bourgs	N°7 « Les Charmes d'Amont », Tavaux		✓ *		✓ *			✓
	N°8 « Bourg », « Entrée de ville » et « Kennedy », Tavaux			✓				
	N°9 « Cœur de bourg », Damparis			✓				
	N°10 « Les Vergers », Damparis	1 500 m ²						
	N°11 « Bourg », Saint-Aubin			✓				
	N°12 « Entrée Sud », St-Aubin				✓ *			
	N°13 « Traversée de bourg », Parcey			✓				
	N°14 « Traversée de bourg », Le Deschaux			✓				
	N°15 « Traversée de bourg », Champvans			✓				
	N°16 « Traversée de bourg », Moissey			✓				
	N°17 « Traversée de bourg », Rochefort-sur-Nenon			✓				
	N°18 « Traversée de bourg », Crissey			✓				
Hors zones préférentielles				Non encouragée	✓ *			

3. Ville de Dole et cœur d'agglomération

3.1 Centralités commerciales

La ville de Dole comporte à la fois un centre-ville commerçant (non règlementé par la présente OAP) et une offre en hypermarchés située pour l'un en face du centre historique, pour l'autre en périphérie.



	TAILLE DE LA SURFACE DE VENTE	ENSEIGNE
Dole	6337 m ² + 1148 m ² galerie	Intermarché
	6 700 m ²	Leclerc

Les surfaces de vente dépassent chacune 6 000 m², avec une galerie marchande.

Le cœur d'agglomération présente la particularité de comporter des communes de moins de 20 000 habitants (Choisey et Foucherans) disposant de zones commerciales périphériques avec hypermarché, supermarché et grandes surfaces spécialisées, en conurbation avec la ville de Dole.



	TAILLE DE LA SURFACE DE VENTE	ENSEIGNE
Foucherans	981 m ²	Netto
Choisey	7 700 m ²	Cora

3.2 Prescriptions relatives aux centralités de Dole

La ville de Dole comportant plus de 20 000 habitants, le seuil des 1 000 m² de surface de vente s'impose. Pour être cohérent avec l'opération de revitalisation du centre-ville, l'évolution de la rive gauche et de la zone commerciale des Epenottes est encadrée (localisations préférentielles) identifiées sur la carte page suivante.

Pour rappel, le centre-ville de Dole étant couvert par le périmètre du secteur patrimonial remarquable (ex-secteur sauvegardé), l'OAP commerce ne peut s'appliquer.



- ## Localisation préférentielle n°1

- Localisation
préférentielle n°2**

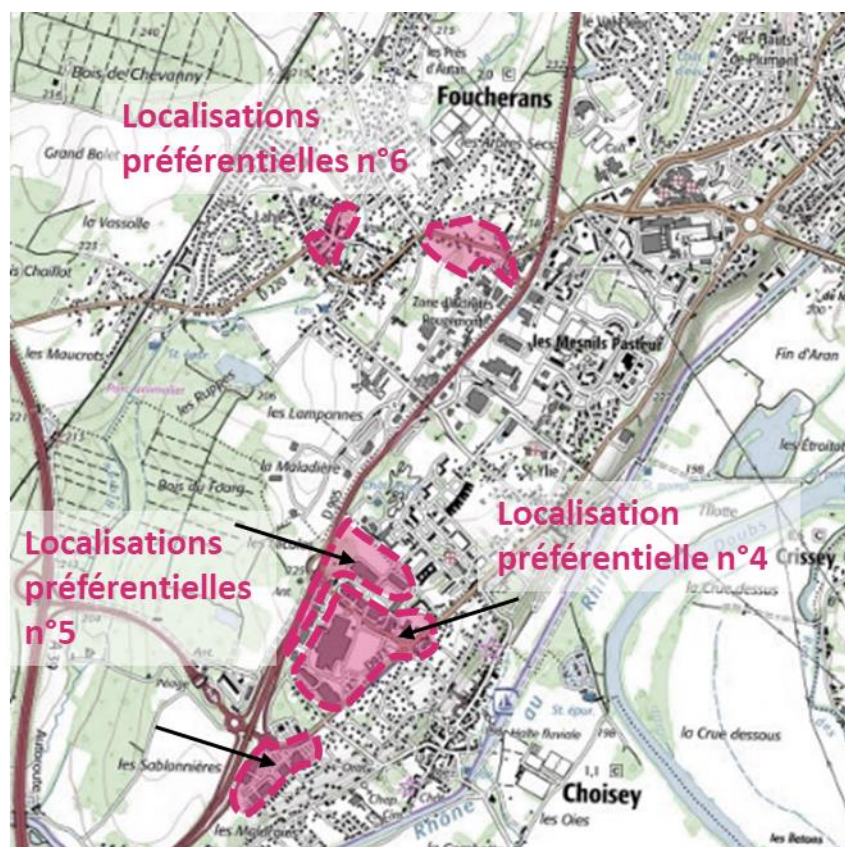
- augmentation de 5 % pour les commerces de plus de 5 000 m².
- L'évolution de la galerie marchande liée à la grande surface alimentaire existante sans augmentation de surface globale.

A Dole, en dehors de ces localisations préférentielles, une extension aux conditions suivantes des commerces existants (à la date d'approbation du PLUi) dont la surface de vente est supérieure au seuil des 1 000 m² ou est susceptible de franchir ce seuil :

- augmentation de 20 % pour les commerces ayant une surface de vente comprise entre 1 000 m² et 4 999 m²,
- augmentation de 5 % pour les commerces de plus de 5 000 m².

3.3 Prescriptions pour le cœur d'agglomération

Dans un objectif de modernisation et de renouvellement de l'offre commerciale d'entrée d'agglomération dans les communes de Choisey et Foucherans, le seuil des 1 000 m² est retenu pour la saisine de la CDAC en dépit du poids de population de ces communes, inférieur à 20 000 habitants.



- > **N°4 « secteur d'hypermarché de Choisey »** - sont autorisées :
 - L'implantation de nouvelles cellules commerciales moins de 1 000 m²,
 - Une extension aux conditions suivantes des commerces existants (à la date d'approbation du PLUi) dont la surface de vente est supérieure au seuil des 1 000 m² ou est susceptible de franchir ce seuil :
 - augmentation de 20 % pour les commerces ayant une surface de vente comprise entre 1 000 m² et 4 999 m².
 - augmentation de 5 % pour les commerces de plus de 5 000 m².
 - L'évolution de la galerie marchande liée à la grande surface alimentaire existante sans augmentation de surface globale,
 - En particulier route Nationale et rue du Fourney, l'offre peut être densifiée et améliorée sous forme de commerces en rez-de-chaussée. Une mixité des fonctions est recherchée (habitat, bureaux, stationnement,...), afin de renforcer le caractère urbain de cette entrée urbaine.
- > **N°5 « zones commerciales de Choisey »** - sont autorisées :
 - L'implantation de nouvelles cellules commerciales comprises entre 400 et 1000 m²,
 - Une extension aux conditions suivantes des commerces existants (à la date d'approbation du PLUi) dont la surface de vente est supérieure au seuil des 1 000 m² ou est susceptible de franchir ce seuil avec une augmentation de 20 % pour les commerces ayant une surface de vente comprise entre 1 000 m² et 4 999 m².
- > **N°6 « Foucherans »** - sont autorisées :
 - Toute nouvelle implantation de cellules commerciales de moins de 1 000 m² à privilégier dans la rue du Commerce et l'entrée de ville,
 - La densification et la mixité des fonctions le long de rue de Dole (jusqu'au croisement avec la rue des anciennes forges), dans la

continuité de la zone du supermarché, de façon à renforcer l'attractivité, la fonctionnalité et l'urbanité de l'entrée de ville,

- L'évolution de la galerie marchande liée à la surface alimentaire existante sans augmentation de surface globale.

3.4 Références de mixité : commerce et autres fonctions



*Extension-création d'un supermarché en façade sur rue (parking silo, bureaux supermarché, station-service), St Sébastien-sur-Loire (44)
Vue aérienne avant-après*



*Garage retail, Bordeaux
Rdc commerce + 3 étages parking + logement en attique*



Boult (70) //
*Opération mixte 3 cellules commerciales + 1 logement étage
300 m² au sol, 1300 m² de terrain*



Implantation d'un hôtel-restaurant dans une bande de 30 m de profondeur, St Sébastien-sur-Loire (44)



Centre commercial, au cœur d'un quartier résidentiel, Vertou (44)



Opération mixte commerces/services en rez-de-chaussée et logements en étage - Bretignolles-sur-Mer, quartier des halles, agence Magnum

4. Pôles secondaires et bourgs

4.1 Centralités commerciales



	TAILLE DE LA SURFACE DE VENTE	ENSEIGNE
Tavaux	2 990 m ² + 682 m ² galerie	Super U
Damparis	652 m ²	Intermarché contact
Saint-Aubin	> 1 000 m ²	Colruyt
Le Deschaux, Champvans Moissey	< 400 m ²	Supérettes (Vival, Proximarché, indépendant)
Parcey Rocheft-sur-Nenon	-	Pas d'enseigne alimentaire

Les pôles secondaires et bourgs de proximité présentent des situations diverses en termes de structuration de leur centralité commerciale et des publics captés :

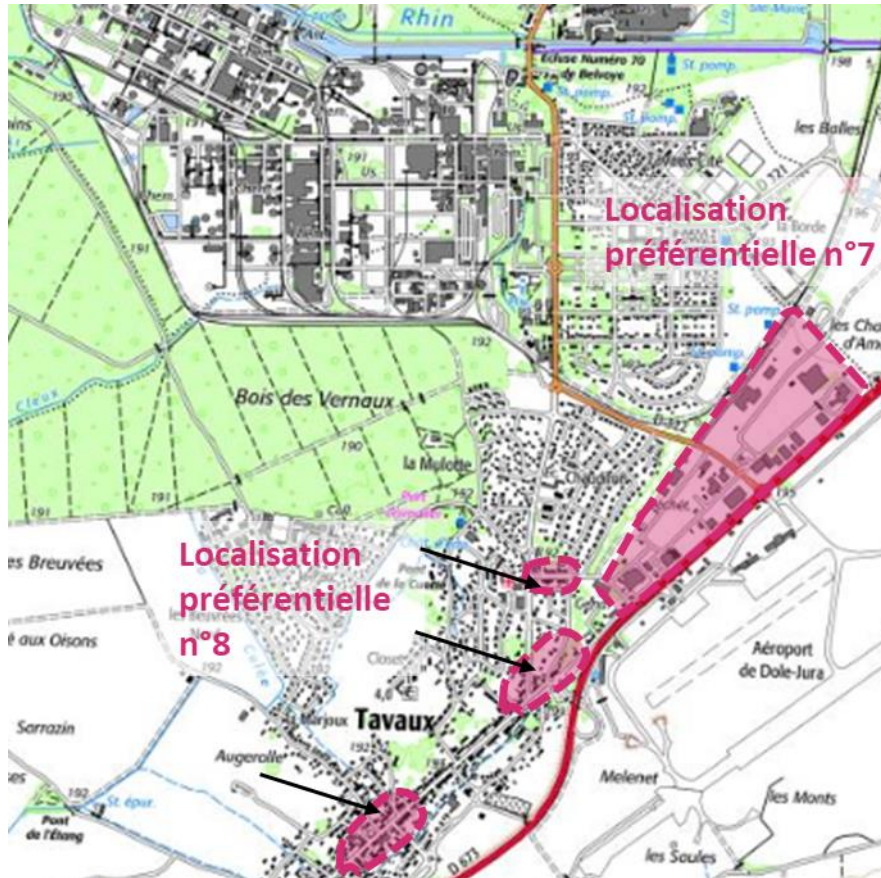
- Moyenne surface alimentaire : Tavaux, Damparis, St-Aubin
- Linéaire commercial : Tavaux, St-Aubin, Parcey (clientèle locale et touristique)
- Supérette alimentaire de moins de 400 m² : Le Deschaux, Champvans et Moissey.
- Linéaire artisanal ponctuel : Crissey, Villette les Dole,

L'OAP Commerce autorise le transfert-extension du supermarché de Damparis (contraintes PPRT rendant impossible la mise aux normes et extension du site sur place), sous conditions définies ci-dessous.

4.2 Prescriptions pour les pôles secondaires, bourgs et villages

Pour les pôles secondaires, le seuil relatif aux conditions d'implantation commerciale est abaissé à un minimum de 400 m² de surface de vente pour les implantations dans les centralités (localisations préférentielles) identifiées sur les cartes page suivante.

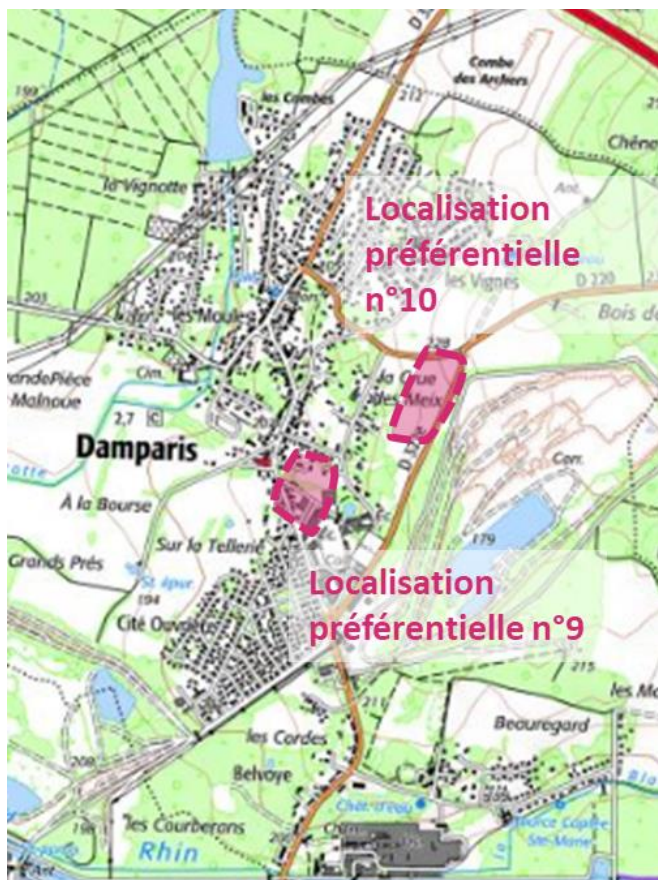
Seul l'extension-transfert d'une enseigne alimentaire de 1 5000 m² maximum est autorisée dans le futur quartier des Vergers à Damparis.



- L'évolution de la galerie marchande liée à la surface alimentaire existante sans augmentation de surface globale.

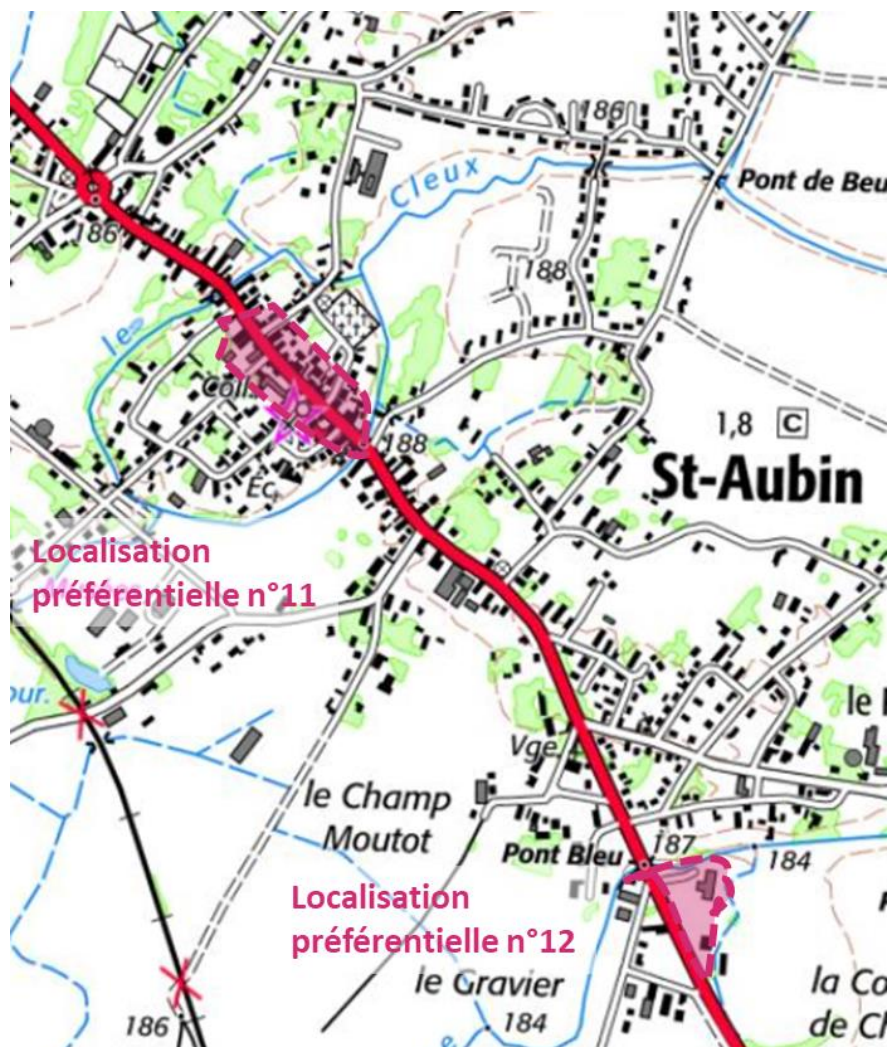
- > **N°8 « Bourg », « Entrée de ville » et « Kennedy », Tavaux** – est autorisée toute nouvelle implantation de cellules commerciales ou d'ensemble commercial de moins de 400 m² de surface de vente.

- > **N°7 « Les Charms d'Amont », Tavaux** – sont autorisées :
- L'implantation de nouvelles cellules commerciales de surface de vente comprise entre 400 m² et 1000 m²,
 - Une extension aux conditions suivantes des commerces existants (à la date d'approbation du PLUi) dont la surface de vente est supérieure au seuil des 1 000 m² ou est susceptible de franchir ce



- De ne pas créer de galerie marchande, ni d'implanter de cellules commerciales de moins de 1 000 m²,
- D'étudier le déplacement de l'arrêt de bus au plus près de l'entrée du supermarché.

- > **N°9 « Cœur de bourg », Damparis** – est autorisée l'implantation de nouvelles cellules commerciales de moins de 400 m², dans le respect des dispositions du PPRT.
- > **N°10 « Les Vergers », Damparis** – est autorisée l'extension-transfert d'une enseigne alimentaire de 1 500 m² de surface de vente maximum sous conditions :



- > **N°12 « Entrée Sud », Saint-Aubin** – est autorisée une extension aux conditions suivantes des commerces existants (à la date d’approbation du PLUi) dont la surface de vente est supérieure au seuil des 1 000 m² ou est susceptible de franchir ce seuil avec une augmentation de 20 % pour les commerces ayant une surface de vente comprise entre 1 000 m² et 4 999 m².

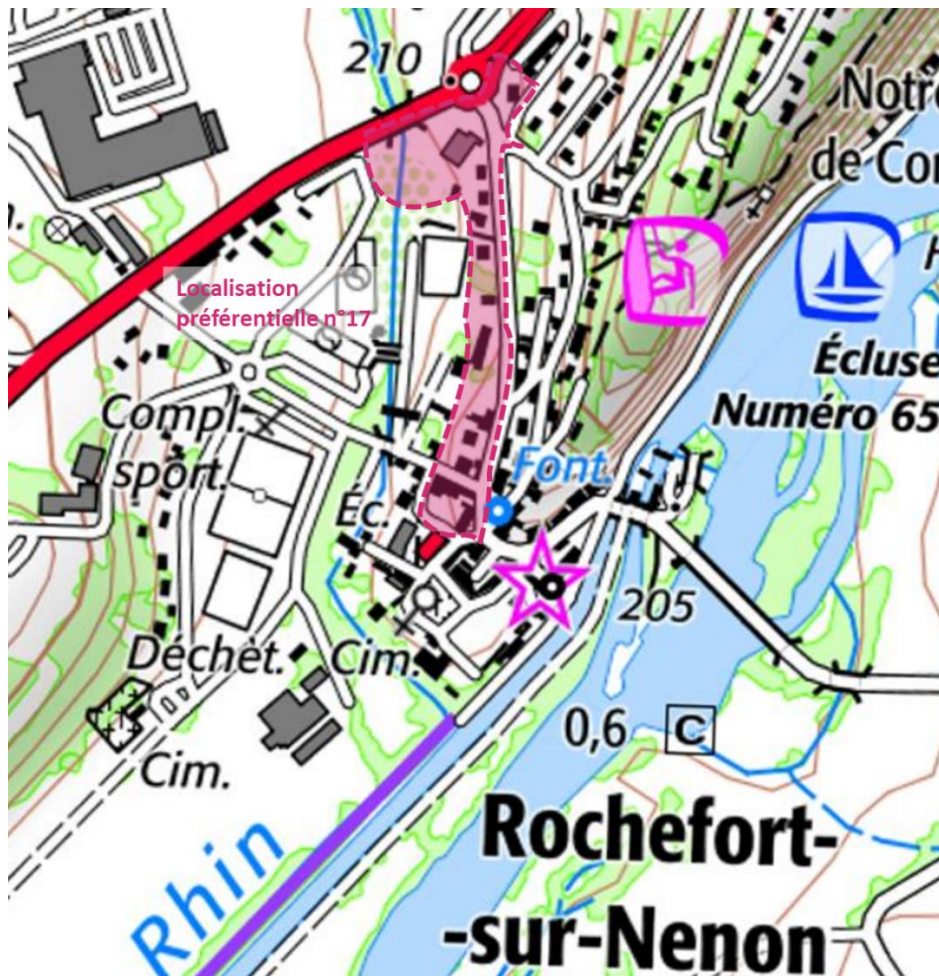
- > **N°11 « Bourg », Saint-Aubin** – est autorisée toute nouvelle implantation de cellules commerciales ou d’ensemble commercial de moins de 400 m² de surface de vente.



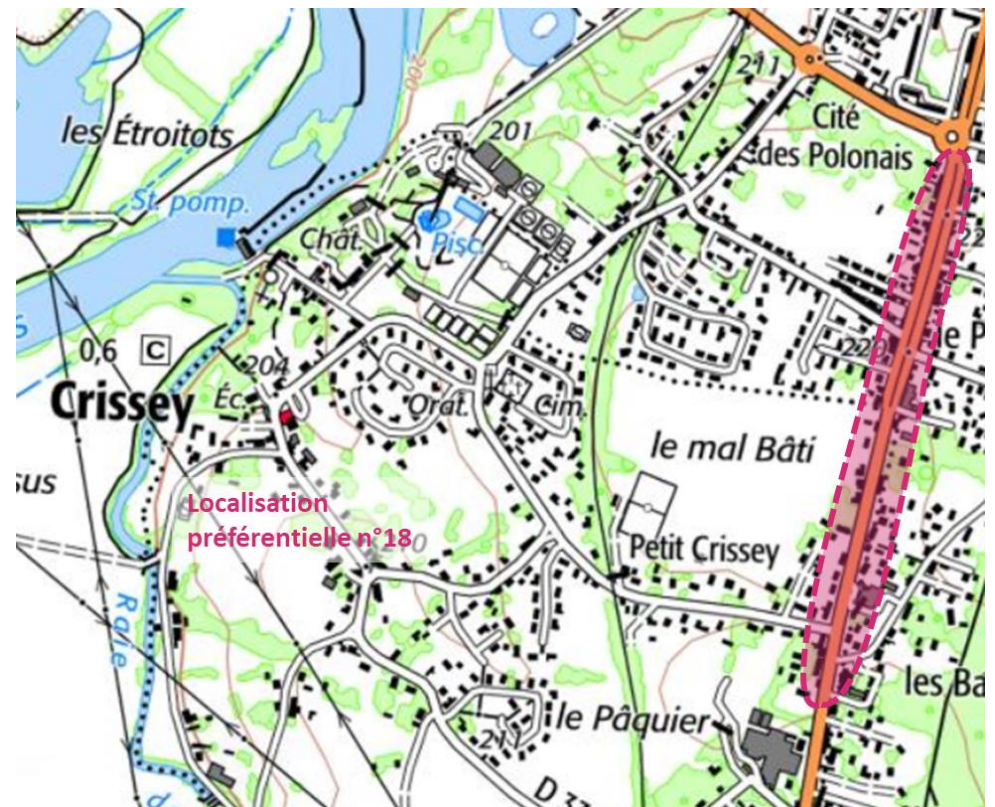
- > **N°13 « Traversée de bourg », Parcey** – est autorisée toute nouvelle implantation de cellules commerciales ou d'ensemble commercial de moins de 400 m² de surface de vente.



- > **N°14 « Traversée de bourg », Le Deschaux** – est autorisée toute nouvelle implantation de cellules commerciales ou d'ensemble commercial de moins de 400 m² de surface de vente.



- > **N°17 « Traversée de bourg », Rochefort-sur-Nenon** – est autorisée toute nouvelle implantation de cellules commerciales ou d'ensemble commercial de moins de 400 m² de surface de vente.



- > **N°18 « Traversée de bourg », Crissey** – est autorisée toute nouvelle implantation de cellules commerciales et artisanales ou d'ensemble de moins de 400 m² de surface de vente.

5. Orientations environnementales, paysagères et urbaines relatives aux localisations préférentielles

Les nouveaux projets commerciaux intègrent une plus forte densité d'aménagement afin de limiter la consommation d'espace. La densification sera rendue effective par :

- La réalisation de constructions sur plusieurs étages,
- L'intégration de tout ou partie des stationnements en sous-sol, rez-de-chaussée, toit terrasse, etc...
- La mutualisation des accès et du stationnement entre plusieurs équipements commerciaux,
- L'intégration d'espaces dédiés pour le co-voiturage, la recharge de véhicules hybrides, électriques, etc.



*Densifier l'occupation au sol des zones :
pilotis, réduction du nombre de stationnements...*

Les nouveaux projets commerciaux doivent limiter leur impact paysager par des aménagements garantissant l'insertion visuelle du projet, et présenter une qualité environnementale et paysagère renforcée. La prise en compte de ce principe est évaluée au regard :

- De la végétalisation et de la perméabilité des espaces extérieurs, notamment des espaces publics et des espaces de stationnement. Les espaces libres de toute occupation sont principalement 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, etc...).
- 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 ou produits 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, etc...), 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, etc...).
- 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, etc...).



Parking silo R+2 végétalisation, Basse-Goulaine (44)

