

PLAN LOCAL D'URBANISME

Déclaration de projet « IKEA » à Strasbourg emportant mise en compatibilité du SCOTERS et du PLU de l'Eurométropole de Strasbourg

II.- EXTRAITS DES PIÈCES DU PLU

4. ORIENTATIONS D'AMÉNAGEMENT ET DE PROGRAMMATION (OAP) TOME 1

4.1. OAP Thématiques

*Proposition de modification de l'OAP « Critères de
localisation préférentielle des commerces »*

2. LES OBJECTIFS

Les objectifs portés par le PLU, notamment à travers la présente orientation d'aménagement et de programmation, sont les suivants :

- Conforter le centre-ville de Strasbourg comme pôle commercial majeur au cœur de l'espace métropolitain, site prioritaire d'implantation.
- Localiser préférentiellement, au sein ou dans la continuité physique des centralités urbaines déjà bien équipées en services et équipements de proximité, les activités commerciales (quelles que soient leurs tailles), concourant à l'animation des centres villes, notamment celles répondant à des besoins quotidiens.
- Orienter la localisation des autres activités commerciales dans les pôles périphériques structurants, dans le respect de la hiérarchie de l'armature commerciale. Cette hiérarchie est constituée de 3 niveaux de pôles commerciaux : « structurant régional », « structurant d'agglomération » et « intermédiaire ».
- Admettre, en dehors des centralités urbaines et des pôles d'aménagement commercial, la création et l'extension de surfaces commerciales, à condition ~~de ne pas dépasser 1 000 m² de surface de vente.~~ d'être limitée.
- Interdire tout développement commercial autour des pôles commerciaux non structurés et dans les zones d'activités économiques.
- Réguler les entrepôts liés au e-commerce ainsi que les « drive » en leur permettant de se développer sans générer de nouveaux flux et en restant localisés au sein d'un pôle déjà structuré.
- Améliorer l'intégration urbaine et la fonctionnalité des équipements commerciaux d'un point de vue qualitatif : qualités architecturales, paysagères et environnementales.

3. LES PRINCIPES D'AMENAGEMENT

La stratégie de développement commercial de l'Eurométropole de Strasbourg consiste à localiser, développer et structurer l'ensemble des activités commerciales en veillant au respect des équilibres territoriaux.

La prise en compte de l'aménagement commercial dans le présent PLU est portée par des objectifs visant à la fois à établir une manière de localiser et de développer des commerces à créer ou à étendre sur le territoire et à une meilleure qualité urbaine des équipements.

Pour cela, la hiérarchisation de pôles commerciaux de taille et de rayonnement complémentaires permet de structurer les équilibres recherchés sur l'ensemble du territoire de l'Eurométropole, à toutes les échelles.

Cette typologie des pôles commerciaux sur le territoire de l'Eurométropole se fait au regard d'une armature à différents niveaux :

- Le **pôle majeur** : le centre-ville de Strasbourg.
- Le **pôle structurant régional** : la Zone Commerciale Nord.
- Les **pôles structurants d'agglomération**, au nombre de 3 : Auchan Hautepierre, Auchan Baggersee, Leclerc La Vigie.

3.2.3. Les pôles intermédiaires : Super U Eschau, Super U Hoenheim, Super U Wolfisheim

Ces pôles commerciaux sont constitutifs d'un équilibre dans l'armature commerciale, situés entre les pôles structurants et les pôles de proximité. Ils constituent une complémentarité en termes d'offre commerciale avec les centralités urbaines. L'enjeu repose donc ici aussi sur une meilleure intégration au tissu urbain proche.

Afin de respecter les équilibres territoriaux et commerciaux du territoire, il est à considérer que le niveau d'attraction des unités commerciales présentes dans ces pôles d'aménagement commercial est proportionnel à la surface de vente d'une part, et que ce niveau d'attraction doit rester à l'échelle intercommunale de rayonnement de ces pôles d'autre part.

- **Les principales retenus pour ces 3 pôles intermédiaires sont les suivantes :**
 - la création de tout nouvel ensemble commercial ne doit pas intégrer d'unité commerciale de moins de 300 m² de surface de vente en dehors des galeries commerciales ;
 - l'extension ou la création des galeries commerciales est autorisée dans la limite d'environ 10 % de la surface de vente existante de la grande surface alimentaire à laquelle elle est accolée ou à créer ;
 - la surface de vente maximale pour chaque établissement commercial s'élève à 5 000 m².

3.3. HORS CENTRALITÉS URBAINES

En dehors des centralités urbaines existantes et des pôles d'aménagement commercial, la création et l'extension de surfaces commerciales sont admises à condition de ne pas dépasser 1 000 m² de surface de vente. Néanmoins, des surfaces plus importantes peuvent être autorisées pour des centralités urbaines futures, si les conditions suivantes sont cumulativement réunies :

- . Si un projet urbain générant un surcroît de population (correspondant à titre indicatif à 3 000 habitants) le justifie.
- . Et si la ou les implantations commerciales autorisées sont situées en continuité du tissu urbain existant, s'accompagnent d'une amélioration de la desserte, notamment sous la forme d'un accès par transport en commun, et répondent à des conditions architecturale, paysagère et environnementale.

3.4. LE COMMERCE ISOLÉ SUR FLUX

Aucun développement commercial supérieur à 1 000 m² de surface de vente n'est autorisé autour des pôles commerciaux non structurés ou qui ne sont pas rattachés à des centralités urbaines et, notamment :

• ~~Ikea Strasbourg,~~

- zone Intermarché le long de la route d'Oberhausbergen ;
- commerces disséminés le long de la RD 1083 à Fegersheim.

Un développement supérieur à 1 000 m² de surface de vente est néanmoins autorisé sur le site du magasin IKEA à Strasbourg, dans la limite de 2 500 m² de surface de vente supplémentaire.

La création de services (de type services aux entreprises, restauration...) destinés à répondre aux besoins des usagers de l'opération d'aménagement y est toutefois autorisée. Leur dimensionnement devra être cohérent avec les objectifs démographiques et économiques (nombre d'emplois) liés à l'opération d'aménagement.

