

CC Lieuvin Pays d'Auge
Plan Local d'Urbanisme
intercommunal

**5C. Orientations
d'Aménagement et de
Programmation (OAP)**

Commerce

Arrêt : 19 janvier 2026

Enquête publique :

Approbation :



Sommaire

Préambule	Page 3
Introduction générale	Page 6
Stratégie commerciale	Page 14
Orientations de l'OAP commerce	Page 17



Préambule



Le territoire de la Communauté de communes Lieuvain Pays d'Auge n'est pas couvert par un Schéma de cohérence territoriale (SCoT). Par conséquent, en application de l'article L.151-6 du code de l'urbanisme, le PLUi se compose d'une pièce supplémentaire : l'Orientation d'aménagement et de programmation commerciale. Ce présent document a pour vocation d'énoncer les enjeux, principes et règles pour la création, l'installation ou le changement de toute activité commerciale, peu importe sa taille, son secteur d'activité ou sa localisation. L'OAP commerciale traduit réglementairement les orientations du Projet d'aménagement et de développement durables (PADD) du PLUi.

Cette OAP commerciale constitue un outil stratégique et adapté aux attentes et aux besoins des élus de la CC Lieuvain Pays d'Auge. Les principes et règles dictés dans ce document répondent aux objectifs énoncés dans l'article L.151-16 du code de l'urbanisme.

Article L. 151-6 du Code de l'Urbanisme

« [...] 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, artisanal et logistique mentionnées aux 1° et 2° de l'article L. 141-5 et déterminent les conditions d'implantation des équipements commerciaux, artisanaux et logistiques 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. 141-6 ».

Article L. 141-5 du Code de l'Urbanisme

« Dans un principe de gestion économe du sol, le document d'orientation et d'objectifs fixe les orientations et les objectifs en matière de :

- 1° Développement économique et d'activités, en intégrant les enjeux d'économie circulaire et en visant une répartition équilibrée entre les territoires ;*
 - 2° Préservation et développement d'une activité agricole respectant les sols ainsi que l'environnement et tenant compte des besoins alimentaires ;*
- [...] ».*



Article L. 141-6- du Code de l'Urbanisme

« Le document d'orientation et d'objectifs comprend un document d'aménagement artisanal, commercial et logistique déterminant les conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, en raison de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire, le commerce de centre-ville et le développement durable.

Il détermine les conditions d'implantation des constructions commerciales et des constructions logistiques commerciales en fonction de leur surface, de leur impact sur l'artificialisation des sols et de leur impact sur les équilibres territoriaux, notamment au regard du développement du commerce de proximité, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises. Ces conditions privilégient la consommation économe de l'espace, notamment en entrée de ville, par la compacité des formes bâties, la protection des sols naturels, agricoles et forestiers, l'utilisation prioritaire des surfaces vacantes et des friches et l'optimisation des surfaces consacrées au stationnement.

Pour les équipements commerciaux, ces conditions 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, commercial et logistique 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 3° de l'article L. 141-5. Il prévoit les conditions d'implantation, le type d'activité et la surface de vente maximale des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés.

Pour les équipements logistiques commerciaux, il localise les secteurs d'implantation privilégiés au regard des besoins logistiques du territoire, au regard de la capacité des voiries, existantes ou en projet, à gérer les flux de marchandises et au regard des objectifs mentionnés au second alinéa de l'article L. 141-3.

Il peut également :

1° Définir les conditions permettant le développement ou le maintien du commerce de proximité dans les centralités urbaines et au plus près de l'habitat et de l'emploi, en limitant son développement dans les zones périphériques ;

2° Prévoir les conditions permettant le développement ou le maintien de la logistique commerciale de proximité dans les centralités urbaines afin de limiter les flux de marchandises des zones périphériques vers les centralités urbaines ;

[...] ».



Introduction générale



Introduction générale



Articulation des différentes pièces du PLUi en matière d'activités commerciales

Les activités commerciales sont réglementées dans les différentes pièces du PLUi, tant l'enjeu est important : maintenir une dynamique commerciale constitue un objectif pour de nombreux territoires. Cela se traduit par la recherche d'une diversité commerciale, d'une densité d'activités, par une volonté d'une attractivité des habitants (aire de chalandise) et des touristes. Par conséquent, au fil des années et des réformes, le PLUi est devenu un véritable outil permettant de maîtriser les activités commerciales sur un territoire.

La traduction réglementaire se concrétise de la manière suivante à travers le PLUi :

Les destinations et usages des sols

Le législateur a donné la possibilité d'autoriser, d'interdire ou de contraindre l'installation d'activités en fonction de sa nature (articles R.151-27 et R.151-28) : A quelle destination et sous-destination appartient l'activité projetée ? Telle est la première question posée afin de déterminer la faisabilité du projet. Les destinations des différentes zones du PLUi sont définies en fonction de l'occupation des sols actuelle et projetée, de la morphologie urbaine et des fonctions. Les destinations autorisées déterminent donc l'avenir du projet commercial dans tel ou tel secteur.

Le règlement écrit et graphique

En fonction des différents critères énoncés précédemment, les zones commerciales et artisanales sont identifiées sur le zonage du PLUi, ces zones (UZ) ont pour objet d'accueillir des activités commerciales et artisanales de taille relativement conséquente. Les petites cellules sont préférées dans les centres-bourgs (UA et UB) afin de conserver leur vitalité et leur dynamisme et à plus large échelle, la qualité et le cadre de vie, tout en répondant aux enjeux actuels liés à la mobilité et à la préservation de l'environnement.

Le règlement du PLUi de la CC Lieuvin Pays d'Auge édicte également des règles en matière d'emprise au sol des constructions et des coefficients de perméabilité. Ces dispositions permettent d'assurer l'intégration de l'activité économique dans son environnement bâti et naturel.

Le linéaire commercial : une prescription du PLUi

Au titre de l'article R.151-37 du code de l'urbanisme, les élus ont la possibilité de protéger un secteur commercial dense. Cette protection consiste à interdire le changement de destination d'un rez-de-chaussée commercial. Il s'agit d'un linéaire commercial souple, sans temporalité d'application. Le changement de destination est interdit vers des destinations et sous-destinations autres que « Artisanat et commerces de détail », « restauration » et « activités de services avec accueil d'une clientèle ».

Cet outil est utilisé sur le territoire, dans les centres-villes et centres-bourgs des communes de Cormeilles, Epaignes, Lieurey, Saint-Georges-du-Vivier, Saint-Germain la Campagne et Thiberville. Cet outil assure la diversité et la densité de commerces et de services ces secteurs stratégiques.



Introduction générale



Opposabilité aux tiers

L'OAP Commerce définit les objectifs et les orientations qui doivent guider les projets afin qu'ils contribuent à la mise en œuvre de la stratégie du territoire en matière de localisation préférentielle du commerce. Elle est complémentaire du règlement du PLUi.



Cadre réglementaire en l'absence de SCoT

En l'absence de SCoT, l'OAP Commerce du PLUi est un document fondateur pour les autorisations d'exploitation commerciales.

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.

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 CC Lieuvin Pays d'Auge, compétente en matière d'urbanisme, pourra saisir – à la demande du Maire de la commune concernée- la CDAC **pour tout équipement commercial engendrant une artificialisation de sols et dont la surface est comprise entre 300 et 1 000 m²** dans les communes de moins de 20 000 habitants, comme l'y autorise l'article L 752-4 du Code du Commerce.



Introduction générale

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).



Introduction générale



Définitions, principes et champs d'application de l'OAP commerce

Lexique/définition des notions utilisées

Mode d'implantation de l'activité projetée

Il existe différents moyens d'implanter une activité commerciale :

- Création d'un nouveau commerce : cela consiste à la construction d'un bâtiment permettant l'accueil d'une surface commerciale ou un changement de destination d'un bâtiment existant (exemple : un logement en RDC transformé en boulangerie).
- Installation d'un nouveau commerce : Il s'agit d'un changement d'activité commerciale dans un local existant (exemple : la fermeture d'un commerce A installé dans un local, celui-ci est vendu à l'activité B pour y implanter son commerce).
- Modifications de commerces existants : Cela prend la forme d'agrandissement de commerce, de réhabilitation des locaux accueillant une activité.
- Subdivision de commerces existants : Il s'agit d'une division d'un bâtiment commercial afin d'accueillir une deuxième ou plusieurs activités au sein du dit bâtiment.

Les aspects de l'activité

Quatre aspects de l'activité seront analysés dans le cadre d'une création, d'une transformation d'un commerce, au travers l'application de cette OAP thématique :

- La localisation de l'activité : le secteur concerné autorise-t-il l'installation de commerce ?
- La vocation commerciale de l'activité : L'activité projetée est-elle autorisée dans le secteur envisagé ?
- Le mode d'implantation de l'activité : Quel est la nature du projet ? Est-ce une création de commerce ? Une reprise d'activité ? Un agrandissement ?
- La surface de vente : Quelle est la surface de vente projetée ?

La réponse à ces différentes questions permettra d'autoriser ou non une activité commerciale sur un secteur, les objectifs étant de privilégier l'implantation des commerces en centre-bourg et centre-ville et également de limiter la fuite des commerces de proximité de centre-ville au profit des zones commerciales des pôles voisins (que sont Bernay, Pont-Audemer et Lisieux).



Introduction générale



Définitions, principes et champs d'application de l'OAP commerce

Lexique/définition des notions utilisées

Le type de locaux et la surface

- Surface de vente (en m²) : La surface de vente correspond à la superficie des espaces couverts et non couverts affectés à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats et à l'espace dédié à la présentation des marchandises proposées à la vente. Sont exclus : le sas d'entrée du magasin, les mails des centres-commerciaux desservant plusieurs commerces à condition qu'ils ne soient pas utilisés, les réserves, et également tous les espaces interdits au public.
- Unité commerciale : Espace bâti dédié à une activité commerciale. Un ensemble commercial regroupe des unités commerciales (exemple : une galerie marchande).
- Ensemble commercial : Groupement de plusieurs unités commerciales.

Article L 752-3 du Code de Commerce :

« 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. »*



Introduction générale



Définitions, principes et champs d'application de l'OAP commerce

Territoire d'action

L'OAP commerciale, à la différence des OAP sectorielles, concerne l'ensemble du territoire de la Communauté de communes Lieuvin Pays d'Auge.

Activités et destinations concernées

Les activités suivantes sont impactées par les principes et règles issus de ce document : les commerces, les services commerciaux et les activités artisanales proposant un espace de vente ou un accueil direct tel que métier de bouche, coiffeur, pressing, etc. Ces activités sont affiliées à la sous destination suivante : « **artisanat et commerce de détail** » (Code de l'urbanisme). En effet, la réforme du code de l'urbanisme a modifié les différentes destinations des constructions, le code identifie désormais cinq destinations (article R.151-27 du Code de l'urbanisme) et 23 sous-destinations de constructions (article R.151-28 dudit code).

La sous-destination « **artisanat et commerce de détail** » recouvre les constructions commerciales destinées à la présentation et vente de bien directe à une clientèle ainsi que les constructions artisanales destinées principalement à la vente de biens ou services. Elle recouvre ainsi tous les commerces de détail notamment les épiceries, supermarchés, hypermarchés, points permanents de retrait d'achats au détail commandés par voie informatique, etc.) ainsi que les boulangeries, charcuteries, cordonnerie, salon de coiffure...

En revanche, cette sous-destination ne recouvre pas « **les activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle** » (type profession libérale, assurances, banques, agences immobilières...) ni les activités artisanales affiliées à l'industrie qui relèvent de la sous destination « **industrie** » (type maçonnerie, menuiserie, peinture, etc.).

Les dispositions de l'OAP s'appliquent également aux activités industrielles dès lors qu'elles comportent un espace de vente de plus de 100m². Concrètement, cela peut prendre la forme de show-room ou des locaux destinés à la vente. (Hors production et/ou vente de produits locaux).



Introduction générale



Mode d'emploi de l'OAP commerce

Je souhaite ouvrir une activité commerciale, comment faire ?

1. Je repère sur le plan de zonage, la zone concernée par mon projet, pour identifier :

- Le zonage du PLUi et les dispositions du règlement écrit et graphique ;
- Les potentielles prescriptions : linéaires commerciaux, éléments remarquables du paysage, emplacement réservé, etc. ;
- Les localisations préférentielles de l'OAP commerce.

2. Je conçois mon projet, pour sa dimension commerciale en respectant :

- Les dispositions de l'orientation commerce : superficie de vente de l'activité commerciale ;
- Les règles du PLUi (règlement écrit et graphique).

3. Je présente mon projet à la collectivité et en discute.



Stratégie commerciale



La stratégie commerciale



Extraits du PADD

Le maintien de l'activité commerciale en centre-ville et en centre-bourg est un enjeu sur notre territoire. La stratégie commerciale apparaît au sein de deux axes du Projet d'aménagement et de développement durables du PLUi, à savoir :

Axe 1 : Maîtriser l'attractivité du territoire et prévoir un développement équilibré et cohérent

- Objectif 2 > Affirmer notre armature territoriale
 - Affirmer les 5 polarités principales de notre territoire
 - Permettre à Cormeilles, Epaignes, Lieurey, Thiberville et Saint Georges du Vièvre de rayonner sur notre territoire
 - Pérenniser la diversité des commerces et services présents dans ces pôles
 - Conforter l'offre en équipements à la population
 - Revitaliser les centres-bourgs en y confortant les services et commerces qui structurent l'économie de notre territoire

Axe 2 : Pérenniser nos caractéristiques économiques en lien avec l'identité du territoire

- Objectif 6 > Conforter notre maillage de centres-bourgs
 - Mettre en place une stratégie intercommunale sur le commerce
 - Maintenir la fonctionnalité commerçante de nos centres-bourgs principaux
 - Favoriser en priorité l'implantation de commerces en centre-bourg
 - Maintenir l'équilibre entre les commerces de proximité et les grandes surfaces commerciales
 - Favoriser la reprise des locaux commerçants vacants
 - Renforcer les liens et les complémentarités entre nos pôles économiques internes et ceux extérieurs au territoire



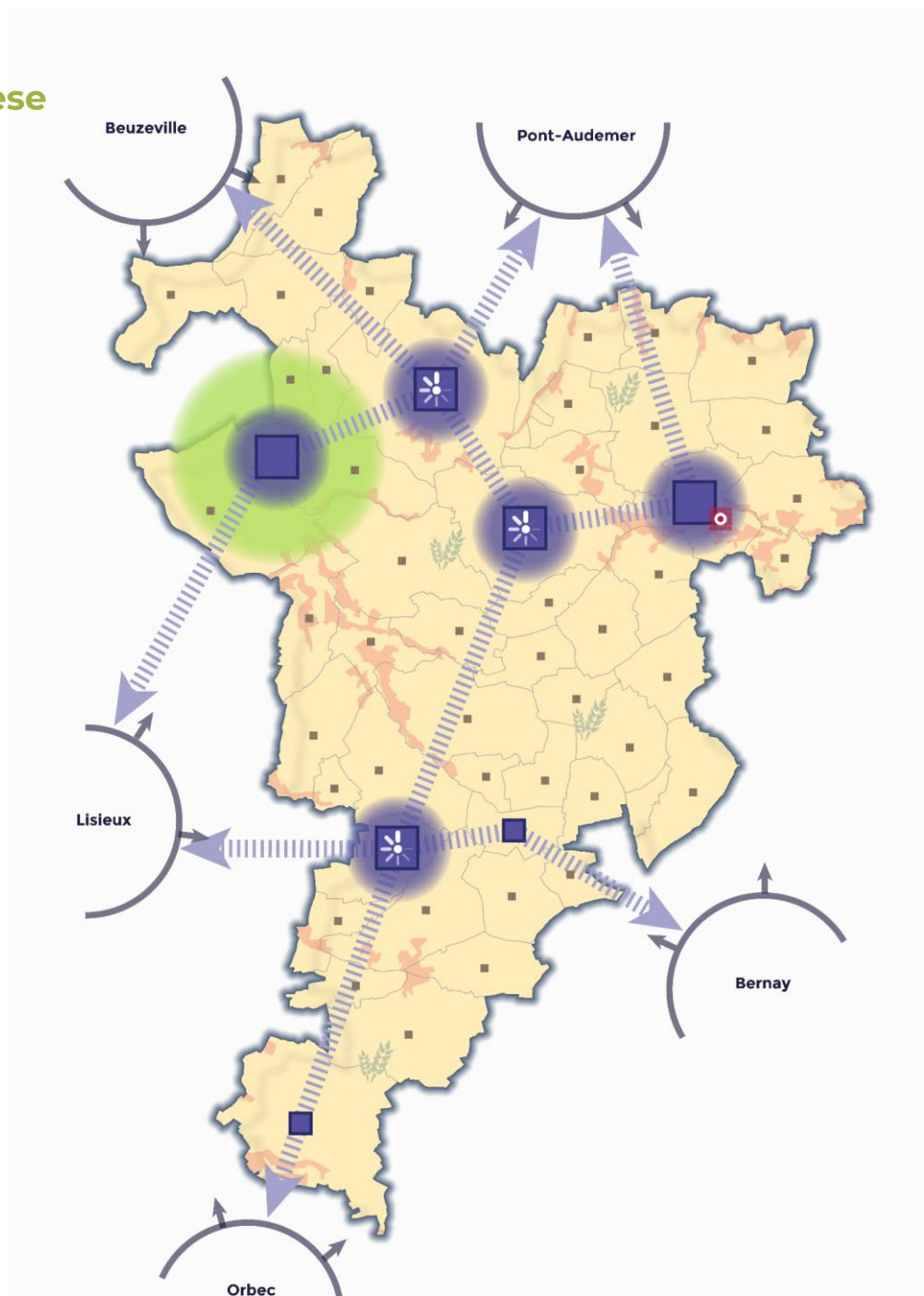
La stratégie commerciale



Extraits du PADD – carte de synthèse

Axe 2 : Pérenniser nos caractéristiques économiques en lien avec l'identité du territoire

-  Pérenniser nos centres-bourgs commerçants
-  Permettre l'implantation du commerce
-  Zones d'activités à développer
-  Renforcer les liens entre les pôles économiques internes et externes
-  Pérenniser et développer les activités agricoles
-  Zone touristique majeure
-  Site touristique à développer
-  Permettre le développement des activités artisanales existantes
-  Pôles extraterritoriaux influents





Orientations de l'OAP Commerce



Orientations de l'OAP commerce



Les localisations préférentielles

Comme le précise l'article L.141-16 du Code de l'urbanisme, l'OAP commerce « *définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs de revitalisation des centres-villes, de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l'espace et de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture* ».

Une armature territoriale

Par conséquent, en fonction de la structuration, du fonctionnement de la CC Lieuvin Pays d'Auge et des morphologies urbaines, plusieurs types de localisations préférentielles sont à distinguer :

- 5 centralités commerciales de niveau 1,
- 46 centres-bourgs de niveau 2, communes ne disposant pas de commerce ou quelques commerces.

Le territoire présente la particularité de ne posséder aucun secteur périphérique, aucune zone commerciale. Les plus proches sont situées à Bernay, Pont-Audemer et Lisieux.

Centralité commerciale de niveau 1 (centre-bourgs commerciaux)

Ces zones correspondent aux secteurs des centre-bourgs des communes de Corneilles, Epaignes, Lieurey, Saint-Georges du Vivre et Thiberville dans lesquels sont implantées ou ont vocation à être implantées certaines activités commerciales.

Centre-bourg de niveau 2 (autres centres-bourgs)

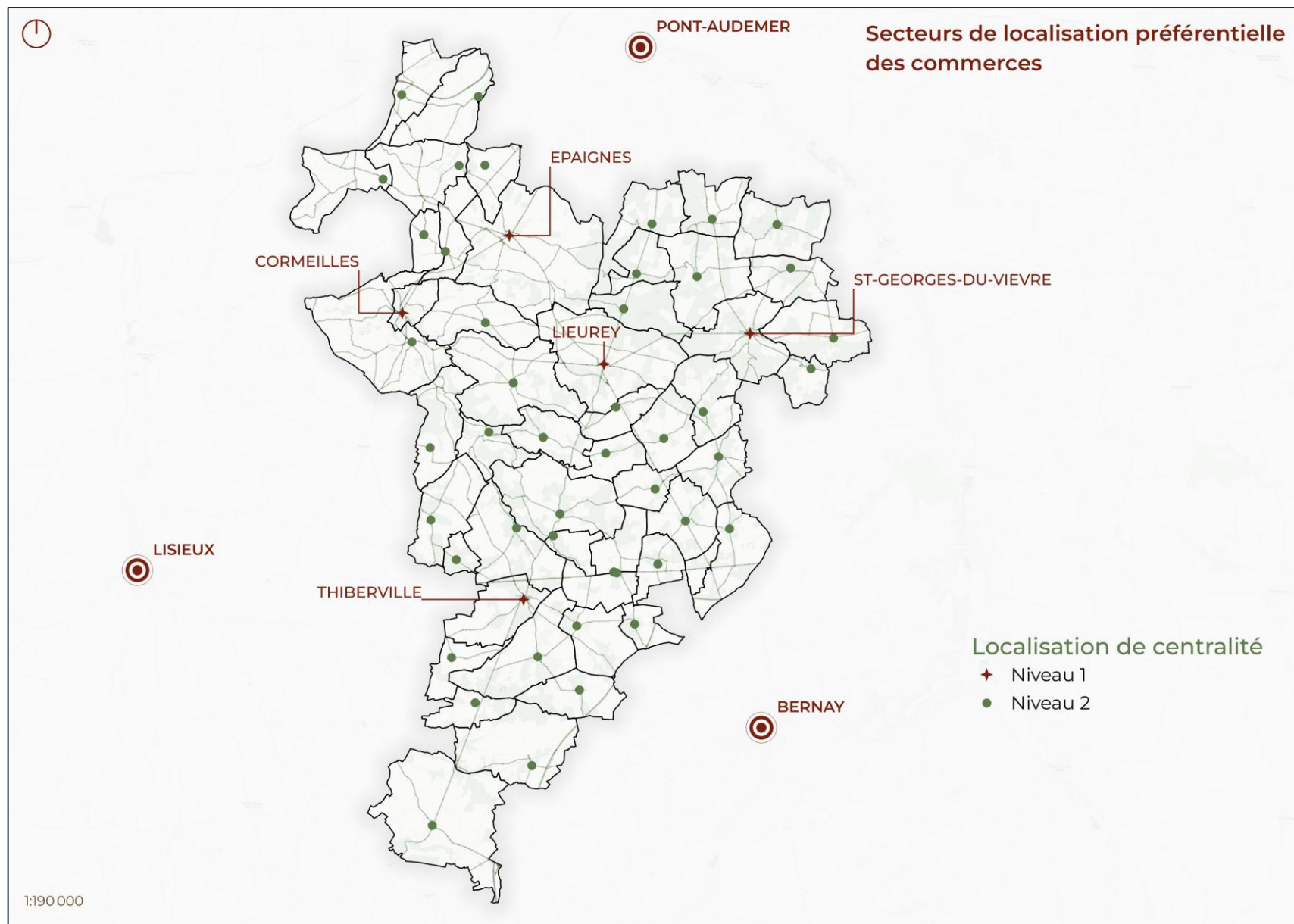
Ces zones correspondent aux secteurs des centre-bourgs des autres communes, dans lesquels peuvent être implantées certaines activités commerciales. Certaines communes ne concentrent pas de commerce au sein de leur centre-bourg.



Orientations de l'OAP commerce



Synthèse des localisations préférentielles





Orientations de l'OAP commerce



Le renforcement des centralités

Des prescriptions d'aménagement sont déclinées par thématique :

Intégration urbaine et architecturale

- Garantir une insertion harmonieuse des commerces au sein des secteurs de centralités gage d'attractivité et de dynamisme urbain ;
- Présenter une architecture qualitative cohérente par rapport à l'immeuble dans lequel il s'insère ;
- Travailler à une harmonie des façades à l'échelle de la polarité ;
- Respecter les codes architecturaux des bâtiments pour l'implantation des enseignes (lignes de force des bâtiments, etc.) ;
- Limiter le nombre d'enseignes ;
- Appliquer les mêmes prescriptions lors du réinvestissement de locaux vacants.

Gestion du foncier

- Faciliter le réinvestissement de locaux vacants lorsqu'il correspond aux besoins du projet identifié afin de limiter la construction neuve dans des secteurs aux densités bâties élevées ;

Déplacements

- Permettre une accessibilité modes doux, à minima piétonne, aux commerces et services ;
- Limiter les nuisances engendrées par le trafic routier fort en réfléchissant à la mise en place d'aménagements dédiés ;
- Mener une réflexion globale au sujet du stationnement à l'échelle de la polarité ;
- Favoriser la mutualisation et la réutilisation du stationnement existant afin de désengorger les fronts de commerces des flux voitures et de mettre les vitrines en avant.



Orientations de l'OAP commerce – Dispositions par localisation préférentielle

Des dispositions sont définies en fonction des surfaces de vente et du mode d'implantations, par localisation préférentielle. Ces dispositions sont cumulatives.



Les surfaces de vente en fonction des localisations préférentielles

Localisation de centralité

Concernant les secteurs de localisations préférentielles de **centralité de niveau 1**, **aucun seuil minimal ou maximal de surface de vente** n'est instauré, afin de favoriser l'implantation de tout type d'activités tant des achats dits quotidiens qu'occasionnels et de permettre la diversité et la densité des activités commerciales sur ces secteurs.

La surface de vente est limitée à **300 m²** dans les secteurs préférentiels des **centralités de niveau 2**, ce seuil a été établi en cohérence avec le fonctionnement commercial du territoire et les locaux disponibles.

Localisation de périphérie

Pour rappel, aucune localisation préférentielle de périphérie n'est définie sur le territoire.

Tableau de synthèse

	Commerce < 300 m ² surface de vente	Commerce > 300 m ² surface de vente
Centralité de niveau 1	Autorisé	Autorisé
Centralité de niveau 2	Autorisé	Interdit



Orientations de l'OAP commerce – Dispositions par localisation préférentielle



Le mode d'implantation

Il existe différents moyens d'implanter une activité commerciale :

- Création d'un nouveau commerce : cela consiste à la construction d'un bâtiment permettant l'accueil d'une surface commerciale ou un changement de destination d'un bâtiment existant (exemple : un logement en RDC transformé en boulangerie).
- Installation d'un nouveau commerce : Il s'agit d'un changement d'activité commerciale dans un local existant (exemple : la fermeture d'un commerce A installé dans un local, celui-ci est vendu à l'activité B pour y implanter son commerce).
- Modifications de commerces existants : Cela prend la forme d'agrandissement de commerce, de réhabilitation des locaux accueillant une activité.
- Subdivision de commerces existants : Il s'agit d'une division d'un bâtiment commercial afin d'accueillir une deuxième ou plusieurs activités au sein du dit bâtiment.

	Mode d'implantation			
	Création d'un nouveau commerce	Installation d'un nouveau commerce	Modification d'un commerce existant	Subdivision de commerce existant
Centralité de niveau 1	Autorisé	Autorisé	Autorisé	Autorisé
Centralité de niveau 2	Autorisé	Autorisé	Autorisé	Autorisé
<i>En dehors des localisations préférentielles</i>	Interdit	Autorisé	Autorisé	Interdit



Orientations de l'OAP commerce – Dispositions par localisation préférentielle



Synthèse

	Création d'un nouveau commerce	Installation d'un nouveau commerce	Modification d'un commerce existant	Subdivision de commerce existant
Centralité de niveau 1	Autorisé	Autorisé	Autorisé	Autorisé
Centralité de niveau 2	Autorisé Surface de vente < 300 m ²	Autorisé	Autorisé	Autorisé Surface de vente < 300 m ²
En dehors des localisations préférentielles	Interdit	Autorisé	Autorisé	Interdit



CC Lieuvin Pays d'Auge

Plan Local d'Urbanisme intercommunal



Groupement

Géostudio (mandataire) / Gama (co-traitant)