

Document d'Aménagement Artisanal et Commercial



Comme indiqué au 3.2.13 du volet 3 du DOO, les documents d'urbanisme devront encadrer les possibilités d'implantation des commerces dans le respect des localisations et des conditions d'implantation établis par le présent DAAC et contenus dans les fiches suivantes.

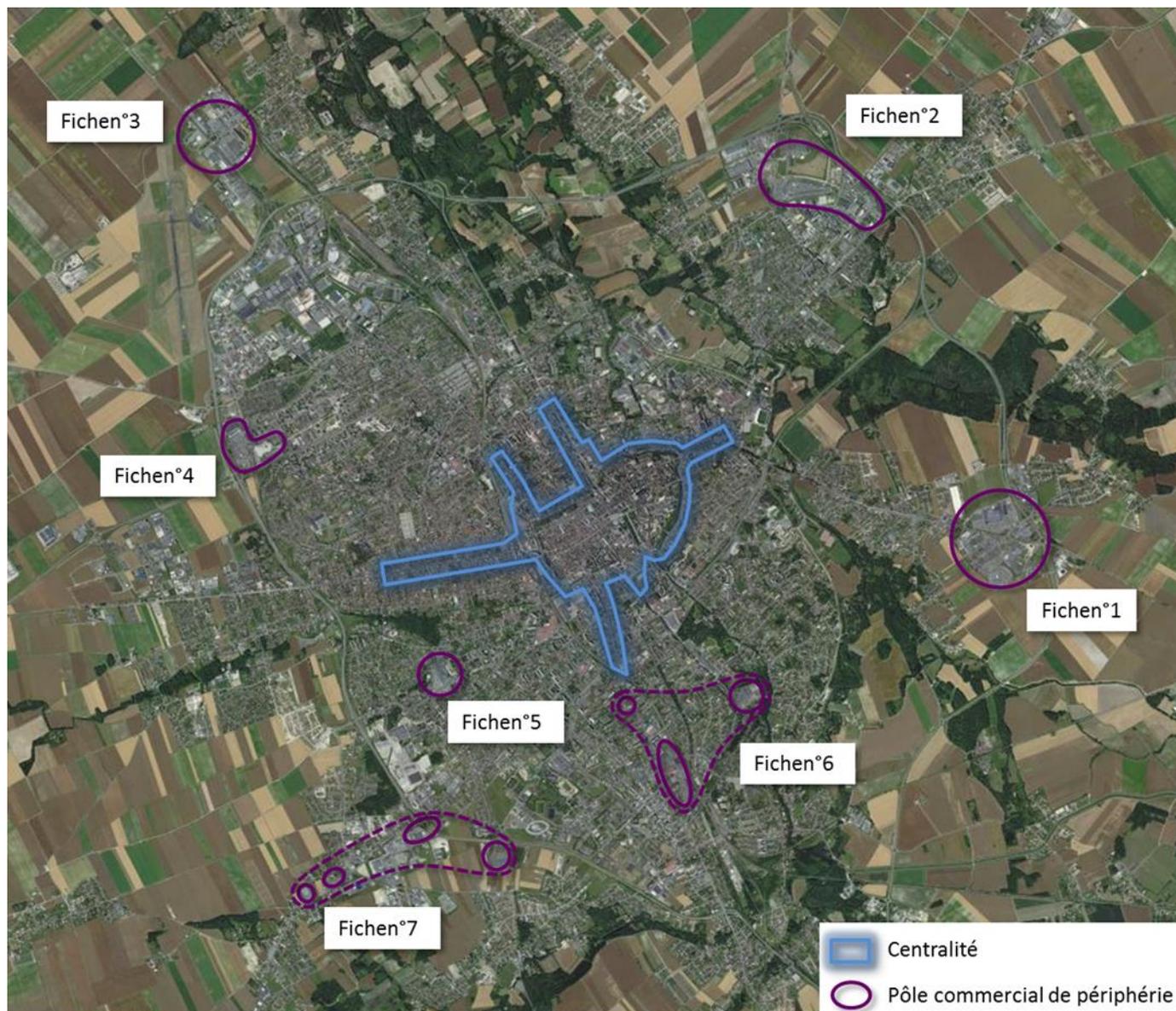
Les localisations et conditions d'implantation déterminées dans les fiches ci-après s'ajoutent aux orientations et objectifs des 3.2.10 à 3.2.14 du volet 3 du DOO.

Le présent DAAC définit les conditions qui doivent être respectées en matière d'utilisation prioritaire des surfaces commerciales vacantes, d'optimisation des surfaces dédiées au stationnement, de desserte par les transports collectifs, d'accessibilité aux piétons et aux cyclistes, de qualité environnementale, architecturale et paysagère. Ces conditions sont définies de manière générale par le biais des orientations 3.2.8 et 3.2.14 du volet 3 du DOO et de manière particulière au sein de chaque fiche détaillée ci-après.

1. Les pôles urbains - niveau 1

1.1. Le pôle urbain majeur de l'agglomération troyenne

Plan de composition d'ensemble du pôle urbain majeur de l'agglomération troyenne



Note : Les centralités figurant au sein du DAAC n'ont qu'un caractère illustratif et devront être délimitées dans les documents d'urbanisme en lien avec la définition et les critères donnés au 3.2.11 du volet 3 du DOO.

Fiche n°1 : Le Pôle de Saint-Parres-aux-Tertres / Villechétif



Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Conserver un positionnement mass market²⁹ qui soit complémentaire et ne remette pas en cause la vitalité des centralités et notamment du centre-ville de Troyes (en termes de types d'activités et de formats de vente).
- Eviter le développement de surfaces de vente de moins de 300 m² (création ou division cellulaire) et limiter ce format aux seules centralités afin de conserver une complémentarité.
- Eviter les nouvelles surfaces de vente alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités). Les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.
- Moderniser les commerces existants : l'agrandissement³⁰ pour modernisation de surfaces existantes est permis à foncier constant, dans la mesure où la nouvelle surface de plancher ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT.

²⁹ Grande distribution / marché grand public

³⁰ Par extension ou reconstruction-extension sur site

- Afin de permettre la modernisation et la requalification du secteur situé au nord des R.D. 619 et 147, il sera possible de mobiliser une partie du foncier situé au nord de l'hypermarché (identifié comme « secteur pouvant faire l'objet d'une requalification »), dans la mesure où :
 - o le projet propose une requalification globale de ce secteur à travers un plan d'aménagement d'ensemble,
 - o la surface de plancher totale proposée par le projet ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT,
 - o l'hypermarché ne dépasse pas les 10 883 m² de surface de vente actuels,
 - o la surface de plancher de la galerie marchande future ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT,
 - o le projet prévoit le démantèlement des locaux commerciaux anciens (dont la commercialité sera perdue)³¹.

Orientations et objectifs en matière d'aménagement :

- Améliorer l'accessibilité de l'ensemble de la zone commerciale par le réseau routier et les modes de déplacements doux (piétons, deux-roues...) en complémentarité avec la desserte en transports collectifs et en lien avec les aménagements déjà menés sur Begreen (notamment dans le cadre de la requalification du secteur situé au nord des R.D. 619 et 147).
- Améliorer la lisibilité des différents sous espaces marchands.
- Homogénéiser la qualité architecturale des différentes structures commerciales.

³¹ En lien avec l'article L.752-1 du code du commerce

Fiche n°2 : Le Pôle de Pont-Sainte-Marie / Creney-près-Troyes / Lavau

Secteur Mac Arthur Glen, Marques City

Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Conforter ce site commercial historique, vecteur d'attractivité pour l'agglomération, en permettant le développement de l'offre liée aux centres de marques (prêt à porter, équipement de la maison, etc.) à foncier constant. Ce site n'a pas vocation à accueillir de nouvelles activités commerciales de type mass market³².
- Permettre le développement de surfaces de vente de moins de 300 m² répondant au positionnement de la zone commerciale (offre de type centre de marques). L'offre commerciale de moins de 300 m² de surface de vente répondant à un besoin de proximité est à privilégier dans les centralités environnantes (alimentaire notamment).
- Eviter les nouvelles surfaces de vente alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités). Les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.

³² Grande distribution / marché grand public

- Permettre l'agrandissement³³ pour modernisation du supermarché existant, dans la mesure où celui-ci ne dépasse pas une surface de vente de 3 000 m².
- Lutter contre la dégradation des infrastructures (Marques city) et contre la vacance commerciale en permettant la mutation des friches commerciales (identifiées par des pointillés sur la cartographie ci-avant) vers d'autres activités (économiques...).

Secteur Les Dames Blanches, Le Moutot

Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Limiter le développement commercial du secteur (tout type de commerce et tout format de vente) au seul projet autorisé en CDAC le 13 février 2017 (6 440 m²).
- En l'absence de réalisation du projet autorisé en CDAC le 13 février 2017, la vocation commerciale du foncier concerné devra être réinterrogée pour évaluer la pertinence de la vocation commerciale du site du Moutot.
- Autoriser la densification sur le site des Dames Blanches uniquement pour des activités non commerciales ayant trait à la culture et aux loisirs (salles de sport, espaces récréatifs...).

Orientations et objectifs communs à l'ensemble du pôle en matière d'aménagement :

- Favoriser la mutualisation des espaces de stationnement et améliorer l'accessibilité et les liaisons (tous modes) entre les différents secteurs du pôle.
- Assurer une cohérence des aménagements et des traitements paysagers à l'échelle l'ensemble du pôle.

³³ Par extension ou reconstruction-extension

Fiche n°3 : Le Pôle de Barberey-Saint-Sulpice



Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Conserver un positionnement mass market³⁴ qui soit complémentaire et ne remette pas en cause la vitalité des centralités et notamment du centre-ville de Troyes (en termes de types d'activités et de formats de vente).
- Eviter le développement de surfaces de vente de moins de 300 m² (création ou division cellulaire) et limiter ce format aux seules centralités afin de conserver une complémentarité.
- Eviter les nouvelles surfaces de vente alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités). Les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.
- Moderniser les commerces existants : l'agrandissement³⁵ pour modernisation de surfaces existantes est permis à foncier constant, dans la mesure où la nouvelle surface

³⁴ Grande distribution / marché grand public

³⁵ Par extension ou reconstruction-extension sur site

de plancher ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT.

Orientations et objectifs en matière d'aménagement :

- Améliorer la lisibilité des espaces commerciaux en travaillant sur la création de liens entre les diverses entités et un traitement urbain plus homogène.
- Améliorer la qualité paysagère globale en faisant du végétal un facteur de lien et d'homogénéité entre les espaces.
- Renforcer l'accessibilité modes doux, en complémentarité avec la desserte en transports collectifs, afin que la zone commerciale puisse être lue et pratiquée comme un pôle de proximité pour les habitants de la commune.

Fiche n°4 : Le Pôle de La-Chapelle-Saint-Luc / Sainte-Savine



Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Conserver un positionnement mass market³⁶ qui soit complémentaire et ne remette pas en cause la vitalité des centralités et notamment du centre-ville de Troyes (en termes de types d'activités et de formats de vente).
- Eviter le développement de surfaces de vente de moins de 300 m² (création ou division cellulaire) et limiter ce format aux seules centralités afin de conserver une complémentarité.
- Eviter les nouvelles surfaces de vente alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités). Les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.

³⁶ Grande distribution / marché grand public

- Moderniser les commerces existants : l'agrandissement³⁷ pour modernisation de surfaces existantes est permis à foncier constant, dans la mesure où la nouvelle surface de plancher ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT.
- Favoriser le réemploi de l'espace identifié comme « friche commerciale » en encourageant l'accueil sur ce foncier d'un équipement commercial d'ampleur non présent actuellement sur l'agglomération (type bricolage/équipement de la maison). Afin de conserver une complémentarité avec les commerces de centralité, ce site ne devra pas permettre l'accueil de commerce de moins de 300 m². Toutefois, afin de favoriser une mixité au niveau commercial et économique, au minimum 15 à 30% de la surface totale du foncier devra être destinée à accueillir des activités économiques ou artisanales avec ou sans showroom³⁸.

Note : Si le projet venait à occuper seulement une partie des 8 ha disponibles, le reste du foncier disponible devra être dédié à des activités économiques et artisanales avec ou sans showroom.

Orientations et objectifs en matière d'aménagement :

- Développer les aménagements pour améliorer et sécuriser la continuité piétonne entre le centre commercial et les quartiers d'habitations.
- Tout projet commercial sur l'espace identifié comme « friche commerciale » devra s'inscrire dans une dynamique d'amélioration qualitative du site en lien avec le traitement du reste du pôle et la ville (circulation, continuité piétonne, intégration du bâti dans son environnement...).

³⁷ Par extension ou reconstruction-extension sur site

³⁸ Pour rappel : Est considérée comme activité artisanale avec showroom toute activité artisanale dont la surface de vente ne dépasse pas 30% de la surface plancher

Fiche n°5 : Le Pôle de Saint-André-les-Vergers



Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Permettre le développement commercial d'une offre répondant à des besoins de proximité (alimentaire, services, non alimentaire de proximité...) à foncier constant, dans une logique d'amélioration de la desserte de proximité de ce secteur urbain.
- Eviter le développement de surfaces de vente de moins de 300 m² (création ou division cellulaire) et limiter ce format aux seules centralités afin de conserver une complémentarité, sauf si ce développement s'intègre dans un projet mixte de renouvellement urbain (logement avec rez-de-chaussée commercial).
- Eviter les nouvelles surfaces de vente alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités). Les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.
- Moderniser les commerces existants : l'agrandissement³⁹ pour modernisation de surfaces existantes est permis à foncier constant, dans la mesure où la nouvelle surface de plancher ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT.

³⁹ Par extension ou reconstruction-extension sur site

- Afin de permettre la modernisation et/ou le renouvellement urbain de du cœur de la zone (centre commercial), il sera possible de mobiliser le foncier de l'ancienne jardinerie, dans la mesure où :
 - o le projet propose une requalification globale de ce secteur à travers un plan d'aménagement d'ensemble,
 - o la surface de plancher totale proposée par le projet ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT,
 - o l'hypermarché ne dépasse pas les 10 900 m² de surface de vente actuels,
 - o la surface de plancher de la galerie marchande future ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT,
 - o le projet prévoit le démantèlement des locaux commerciaux anciens (dont la commercialité sera perdue)⁴⁰.

Orientations et objectifs en matière d'aménagement :

- Encourager la requalification du bâti (renouvellement urbain, logement avec rez-de-chaussée commercial) sur l'ensemble du site et notamment le long des avenues Charles de Refuge et de l'Île Germaine.

⁴⁰ En lien avec l'article L752-1 du code du commerce

Fiche n°6 : Le Pôle de Saint-Julien-les-Villas

Secteur Marques Avenue

Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Anticiper la fermeture des bâtiments Marques Avenue et encourager la mutation du site vers d'autres activités (économique, équipement public, projet mixte...)
- Permettre le développement commercial de type pied d'immeuble sur une offre de proximité, dans l'éventualité d'un projet de mutation allant vers de la mixité fonctionnelle (habitat, commerce...).
- Éviter les nouvelles surfaces de vente alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités). Les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.

Orientations et objectifs en matière d'aménagement :

- Requalifier l'axe d'entrée de ville du boulevard de Dijon (devantures, charte enseignes, règlement de publicité, traitement de l'espace public...)

Secteur Rives de Seine

Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Permettre le développement commercial d'une offre répondant à des besoins de proximité (alimentaire, services, non alimentaire de proximité...) à foncier constant, dans une logique d'amélioration de la desserte de proximité de ce secteur urbain.
- Moderniser les commerces existants : l'agrandissement⁴¹ pour modernisation de surfaces existantes est permis à foncier constant, dans la mesure où la nouvelle surface de plancher ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT.
- Permettre le développement d'une offre commerciale de proximité dans l'éventualité de projets de mutation allant vers de la mixité fonctionnelle (habitat, commerce, activité...) sur les sites identifiés comme « à faire muter à moyen - long terme » :
 - o de type commerce en pied d'immeuble (le long de la rue Moulin le Roi et du rond-point avec l'avenue Michel Baroin),
 - o de type programme de réhabilitation mixte (ancien site usinier en rives de Seine).

Orientations et objectifs en matière d'aménagement :

- Retravailler l'accessibilité piétonne du site (intégration de continuités piétonnes en lien avec le tissu urbain).
- Renforcer l'aménagement de l'espace public et l'intégration paysagère du site.
- Encourager la requalification du bâti vieillissant sur l'ensemble du site, le renouvellement urbain (logement avec rez-de-chaussée commercial...) notamment le long de la rue Moulin le Roi et du rond-point avec l'avenue Michel Baroin ainsi que la restauration de l'ancien site usinier et la mise en valeur des rives de Seine.

⁴¹ Par extension ou reconstruction-extension sur site

Fiche n°7 : Le Pôle de Rosières-près-Troyes / Saint-André-les-Vergers / Saint-Germain

Orientations et objectifs en matière de commerce :

- Limiter le développement commercial de l'axe (route d'Auxerre et rocade sud).
- Éviter le développement de surfaces de vente de moins de 300 m² (création ou division cellulaire) et limiter ce format aux seules centralités afin de conserver une complémentarité.
- Éviter les nouvelles surfaces de vente alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités). Les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.
- Moderniser les commerces existants : l'agrandissement⁴² pour modernisation de surfaces existantes est permis à foncier constant, dans la mesure où la nouvelle surface de plancher ne dépasse pas de plus de 10% celle qui existe à la date d'approbation du SCoT.

Orientations et objectifs en matière d'aménagement :

- Travailler sur la mutualisation des stationnements lorsque cela est possible (commerces et activités mitoyennes).
- Améliorer la qualité paysagère de l'axe.
- Créer des aménagements sécurisés pour les modes de déplacements doux (en complémentarité avec la desserte en transports collectifs) sur les axes principaux, en lien avec les zones d'habitat (le secteur étant presque exclusivement routier à ce jour).
- Engager un travail pour améliorer la lisibilité et l'accessibilité des commerces présents sur le site.

⁴² Par extension ou reconstruction-extension sur site

1.2. Les autres pôles urbains

Orientations et objectifs communs aux localisations préférentielles des autres pôles urbains en matière de commerce :

- Limiter le développement des surfaces de vente de moins de 300 m² (par création ou division cellulaire) au(x) seul(s) espace(s) de centralité afin de conserver une complémentarité centre - périphérie.
- Eviter l'implantation de nouvelles surfaces alimentaires de plus de 1000 m² (pas de nouveaux supermarchés souhaités) dans les pôles commerciaux de périphérie⁴³ et privilégier un renforcement de l'existant (requalification, modernisation, agrandissement...):
- Dans les pôles commerciaux de périphérie, les surfaces de vente alimentaires entre 300 et 1000 m² devront répondre à un besoin identifié avéré et ne devront pas remettre en cause la vitalité des centralités.

Orientations et objectifs communs aux pôles commerciaux de périphérie des autres pôles urbains en matière d'aménagement :

- Valoriser, restructurer et affirmer la vocation commerciale des pôles commerciaux de périphérie, généralement mixés avec l'activité économique et au traitement très peu qualitatif. Améliorer leur lisibilité et harmoniser leurs traitements urbains et paysagers pour créer une cohérence avec les zones et agglomérations auxquelles ils se rattachent.
- Améliorer un traitement architectural souvent peu valorisant et en rupture avec le reste des agglomérations (encourager la mixité et le commerce en pied d'immeuble dans les secteurs les plus urbains).
- Favoriser des déplacements doux sécurisés et agréables, connectés à l'ensemble de l'agglomération afin de jouer la carte de l'intégration et de la proximité.

Ces reconquête, affirmation et requalification des pôles commerciaux de périphérie pourront notamment se faire par la mise en valeur des espaces identifiés comme « secteur pouvant faire l'objet d'une requalification ».

⁴³ Cette disposition ne concerne pas l'extension ou la reconstruction-extension sur site ou pôle (notamment lorsque celui-ci est concerné par un secteur à requalifier) d'une surface alimentaire existante avec ou sans agrandissement

Fiche n°8 : Le Pôle d'Arcis-sur-Aube



Fiche n°9 : Le Pôle de Bienne-le-Château



Fiche n°10 : Le Pôle de Bar-sur-Aube



Fiche n°11 : Le Pôle de Vendeuvre-sur-Barse



Fiche n°12 : Le Pôle de Bar-sur-Seine

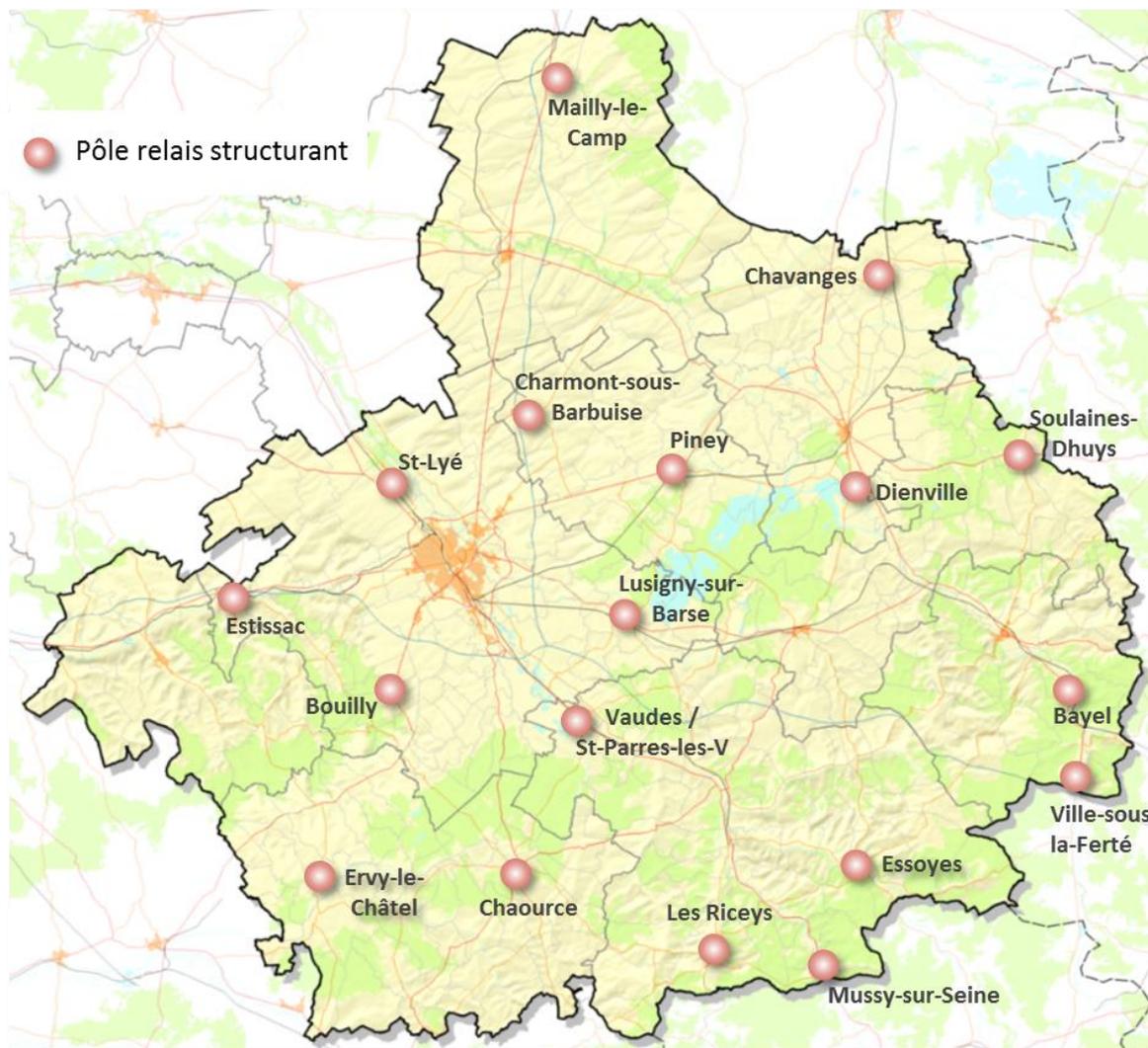


Fiche n°13 : Le Pôle d'Aix-Villemaur-Pâlis



2. Les pôles relais structurants - niveau 2

Fiche n°14 : Les pôles relais structurants



Orientations et objectifs communs aux pôles relais structurants en matière de commerce :

- Par dérogation aux règles fixées au 3.2.11 du volet 3 du DOO :
 - o Pour les communes « pôles relais structurant » bénéficiant d'une grande surface alimentaire située hors centralité : permettre l'agrandissement⁴⁴ pour modernisation de cette locomotive commerciale alimentaire, à condition que la surface de vente ne dépasse pas 2 000 m² afin de répondre aux besoins des habitants du bassin de vie.
 - o Pour les communes « pôles relais structurant » ne bénéficiant d'aucune grande surface alimentaire (plus de 300 m²), l'implantation d'un tel établissement pourra

⁴⁴ Par extension ou reconstruction-extension sur site

être autorisée en dehors de la centralité dès lors qu'aucune solution d'implantation au sein de celle-ci n'aura pu être trouvée. Cette implantation se fera dans la recherche de la plus grande proximité avec le centre, en évitant la simple logique de captation de flux routiers et dans la même limite de surface de vente que précédemment (2 000 m²).⁴⁵

- Permettre le développement⁴⁶ d'activités commerciales non alimentaires de plus de 300 m² de surface de vente de type bricolage / jardinage en dehors de la centralité dès lors qu'aucune solution d'implantation au sein de celle-ci n'aura pu être trouvée. Cette implantation se fera dans la recherche de la plus grande proximité avec le centre, en évitant la simple logique de captation de flux routiers.
- Accompagner les dynamiques en matière de commerce non sédentaire et encourager le développement de ce type d'initiative notamment dans les centralités.

Orientations et objectifs communs aux pôles relais structurants en matière d'aménagement :

Les commerces ont vocation à faire partie intégrante de l'agglomération et non à se distinguer comme constituant des « zones ». Cette intégration sera recherchée à tous les niveaux (urbain, architectural, paysager, signalétique, accessibilité, déplacements...).

3. Les communes intermédiaires et autres communes - niveaux 3 et 4

3.1. Les communes intermédiaires - niveau 3

Ces communes ont une vocation commerciale intermédiaire et de proximité correspondant aux commerces présentant jusqu'à 1 000 mètres carrés de surface de vente, pour des fréquences d'achat de type quotidien à hebdomadaire, à une échelle communale ou intercommunale.

Ces commerces s'implanteront en centralité. (Cf pages 38 à 40)

3.2. Les autres communes - niveau 4

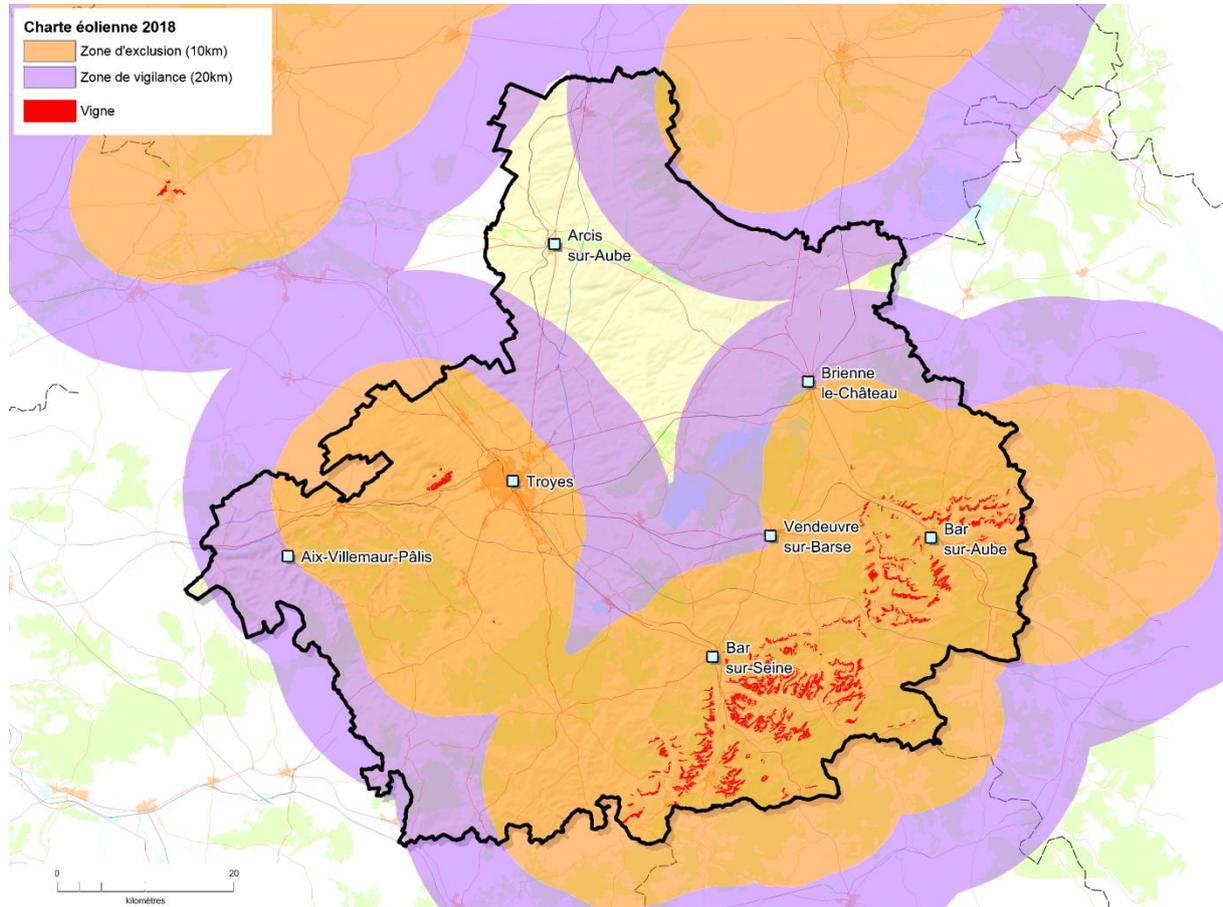
Ces communes ont une vocation commerciale de proximité correspondant aux commerces de moins de 300 mètres carrés de surface de vente et aux achats courants ou quotidiens, à l'échelle d'une commune ou d'un quartier.

Ces commerces s'implanteront en centralité. (Cf pages 38 à 40)

⁴⁵ Peut être vue comme implantation répondant à cette orientation le déménagement d'une grande surface alimentaire existante ayant pour but un rapprochement de la centralité dès lors que la vocation de commerce alimentaire de l'ancienne surface n'est pas maintenue

⁴⁶ A travers une extension, une reconstruction-extension sur site, un déménagement permettant un rapprochement de la centralité ou une implantation

Aires d'influence Paysagère (AIP) 2018
(Charte éolienne des Coteaux, Maisons et Caves de Champagne - UNESCO)



Syndicat D'Etude, de Programmation et d'Aménagement de la Région Troyenne
28 boulevard Victor Hugo
10 000 TROYES
www.syndicatdepart.fr

MAI 2019