

PLUiH  
4-6  
OAP  
OAP thématique  
commerces



Vu pour être annexé à la délibération  
du Conseil communautaire en date du 21/12/2023  
Le Président, Simon Plénet

OAP COMMERCES .....	3
1. Objectifs et principes .....	4
1.1. Les objectifs pour l'organisation du commerce .....	4
1.2. La définition des activités concrètes.....	4
1.3. Les principes d'organisation .....	5
2. Les localisations préférentielles du commerce.....	5
2.1. Les espaces de centralité .....	5
2.2. Les secteurs d'implantation périphérique (SIP).....	6
2.3. Les implantations de lieux de retrait d'achats dématérialisés .....	8
2.4. Les implantations d'entrepôts logistiques .....	8
2.5. Les implantations de points de vente de producteurs.....	8
2.6. Les implantations hors centralités et périphéries.....	8

# OAP COMMERCES

Volet commerces et centralités du PLUiH

LES PARTIS-PRIS DE  
L'OAP COMMERCES

# 1. Objectifs et principes

Le commerce constitue une composante essentielle de l'armature urbaine du territoire d'Annonay Rhône Agglo. Il contribue à l'animation de la vie locale dans les centralités, il participe au rayonnement économique du territoire et permet d'asseoir l'attractivité touristique. Avec l'apparition des circuits digitaux, le commerce vit aussi un profond bouleversement. En ce sens il est essentiel d'organiser son développement pour l'adapter à l'armature urbaine du territoire et aux évolutions des modes de vie.

## 1.1. Les objectifs pour l'organisation du commerce

La présente orientation d'aménagement et de programmation dédiée aux commerces est conçue pour cultiver six objectifs stratégiques :

- ▶ Revitaliser et densifier les centres-bourgs pour proposer un commerce de proximité attractif. Il s'agit de fixer une ambition forte, d'orienter le développement du commerce de proximité vers les centralités qu'elles soient rurales (centres-bourgs) ou urbaines (pôles de quartier).
- ▶ Renforcer l'attractivité du centre-ville d'Annonay avec une ambition forte d'affirmer un positionnement commercial majeur pour le cœur d'agglomération autour de leviers qualitatifs (la singularité) et en anticipant l'apparition d'espaces de mutation.
- ▶ Privilégier un développement par densification pour prévenir le risque de friches qui met au centre de la réflexion l'économie de foncier et la volonté de construire le commerce en capitalisant sur les possibilités de densification des zones existantes.
- ▶ Rechercher une cohérence des implantations commerciales avec l'armature urbaine du territoire avec la volonté d'organiser clairement les rapports centralités / secteurs d'implantation périphérique et en évitant les implantations de commerce pensées dans une seule logique de captation des flux routiers. Il s'agira d'éviter les implantations hors des espaces dédiés aux commerces en particulier sur les zones d'activités économiques, le long des grands axes de circulation, au niveau des ronds-points.
- ▶ Améliorer le confort des espaces commerciaux et la mixité de fonction par une montée en qualité des espaces commerciaux sur le plan urbain (cheminements, enlèvement...) et sur le volet services. Il est souligné que le confort passe aussi par une stratégie de proposer aux habitants des mixités de fonction commerces/loisirs en périphérie et commerces/services en centralité.

- ▶ Faire évoluer l'offre en fixant comme élément d'appréciation la recherche de diversité et non la croissance quantitative des surfaces afin de promouvoir un développement orienté vers la différenciation qui permette d'élargir le rayonnement de l'agglomération.

## 1.2. La définition des activités concrètes

Les dispositions du PLUiH ont vocation à organiser les implantations des activités de commerce. Terme qui s'entend comme toute activité de vente de biens ou services dans des conditionnements adaptés à une clientèle de particuliers générant des flux de véhicules particuliers ou de transport en commun que la transaction soit réalisée sur place ou par voie dématérialisée. Sont exclus de cette définition les restaurants dont les caractéristiques d'insertion urbaine et d'animation locale sont spécifiques. Les show-rooms, magasins d'usine ne rentrent pas dans cette classification sous réserve que leur surface ne dépasse pas 15% de la surface de l'unité bâtie dans la limite de 1 500 m<sup>2</sup> de surface de vente et que l'impact sur les flux de véhicule soit réduit.

En regard de l'arrêté ministériel du 10 novembre 2016 complété par l'arrêté du 22 mars 2023 précise désormais chacune des sous-destinations de l'article R.151.28. Les dispositions du PLUiH portent ainsi sur les sous-destinations suivantes :

- ▶ **La sous-destination "artisanat et commerce de détail"** recouvre les constructions destinées aux activités artisanales de production, de transformation, de réparation ou de prestations de services, les constructions commerciales avec surface de vente destinées à la présentation ou à l'exposition de biens et de marchandises proposées à la vente au détail à une clientèle, ainsi que les locaux dans lesquels sont exclusivement retirés par les clients les produits stockés commandés par voie télématique.
- ▶ **La sous-destination "activité de service où s'effectue l'accueil d'une clientèle"** recouvre les bâtiments destinés à l'accueil d'une clientèle pour la conclusion directe de contrats de vente de services ou de prestation de services et accessoirement la présentation de biens.
- ▶ **La sous-destination "restauration"** recouvre les constructions destinées à la restauration sur place ou à emporter avec accueil d'une clientèle »

### 1.3. Les principes d'organisation

Le PLUiH décline ces objectifs en combinant OAP et règlements graphique et écrit.

- ▶ Le volet visant à prendre en compte les spécificités des centralités urbaines comme maillon essentiel de l'armature commerciale dans une vision globale de leur attractivité est pris en compte dans cette OAP thématique dédiée au commerce. Cette dernière vise à définir les centralités urbaines du territoire. Elle indique les secteurs préférentiels de développement du commerce retenus dans le cadre de la délivrance des autorisations d'urbanisme.
- ▶ L'encadrement des secteurs d'implantation périphérique est réalisé dans le règlement écrit et traduit spatialement sur le règlement graphique.
- ▶ Les règles spécifiques à la protection des linéaires commerciaux dans les centralités, identifiés au règlement graphique, seront déclinées dans le règlement écrit

## 2. Les localisations préférentielles du commerce

Le PLUiH fixe comme priorités majeures : la revitalisation et la densification des centres-bourgs pour proposer un commerce de proximité attractif, le renforcement de l'attractivité du centre-ville d'Annonay comme polarité majeure, la régénération des secteurs d'implantation périphérique et l'interdiction des implantations commerciales hors des polarités commerciales ci-dessous.

### 2.1. Les espaces de centralité

Sous le terme centralité s'entendent les centres-villes, centres-bourgs, pôles de quartiers qui se caractérisent de manière simultanée par une densité en habitat parmi les plus élevées de la commune, par l'existence de services non-marchands (services-publics, services médicaux...), par la présence d'un lieu de sociabilisation public (place, espace public), par une offre commerciale. Le terme centralité est associé à des espaces existants et à des espaces futurs (nouveaux quartiers...) qui respecteront ces caractéristiques. Le volet cartographique de l'OAP centralité précise les périmètres de ces centralités. Le développement du commerce y est encouragé.

#### 2.1.1. LE CENTRE-VILLE D'ANNONAY

Le centre-ville d'Annonay (voir périmètre reporté sur le zonage) est reconnu comme une « centralité urbaine majeure » du fait de son rôle prépondérant dans l'armature commerciale de l'agglomération et de sa fonction vitrine du territoire. Ainsi, la **centralité**

majeure de l'Agglomération constitue donc un site prioritaire d'implantation pour tout type d'activités commerciales dans la mesure où elle constitue le moteur de l'offre commerciale de l'agglomération. Le développement commercial y est encouragé par :

- ▶ La possibilité d'accueil de nouveaux commerces de tout type de formats et d'activités.
- ▶ L'implantation prioritaire au sein de l'agglomération des activités commerciales structurantes orientées vers la satisfaction des besoins des touristes à savoir les sous destinations restauration hébergement touristique.



*Délimitation du périmètre de centralité majeur de la commune d'Annonay*

#### 2.1.2. LES CENTRALITÉS DE PROXIMITÉ DE TOUTES LES COMMUNES ET LES PÔLES DE QUARTIER D'ANNONAY

Les centralités de proximité et les pôles de quartier ont pour vocation d'accueillir **les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente ou les ensembles commerciaux de moins de 1000 m<sup>2</sup> de surface de vente** permettant de répondre aux premiers besoins de la population.

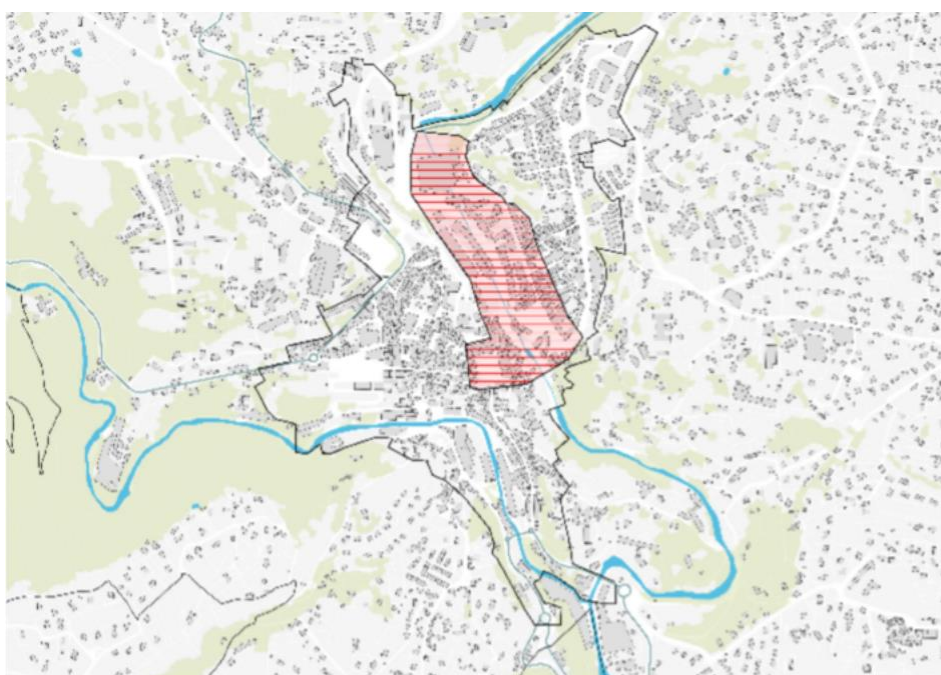
### 2.1.3. LE PARCOURS MARCHAND D'ANNONAY

Le centre-ville d'Annonay se caractérise par l'existence d'un parcours marchand restreint présentant une thématique marchande forte en équipement de la personne ou cafés-restaurants notamment. Ils constituent des linéaires commerciaux à préserver et développer puisqu'ils constituent des moteurs d'attractivité pour le centre-ville.

L'implantation de services marchands (banques, assurances, agences immobilières) peut ainsi constituer une fragilité pour ce secteur structurant du centre-ville. Ainsi dans le périmètre du parcours marchand identifié sur la carte ci-après :

- ▶ Le changement de destination vers du logement est interdit
- ▶ L'implantation d'activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle de type services aux entreprises (expert-comptable par exemple) ainsi que les banques, assurances, mutuelles, agences immobilières... est interdite dans les locaux en rez-de-chaussée

#### Secteur de protection renforcée du commerce sur le centre-ville d'Annonay



### 2.1.4. LE CAS PARTICULIER DES ACTIVITÉS DE RESTAURATION

Par leur rôle sur l'animation de la vie locale, la création de lien social, les cafés et les restaurants constituent des piliers de l'attractivité des centralités. Pour autant, ils peuvent aussi mailler le territoire pour apporter des services aux actifs et aux touristes. A ce titre leur implantation hors des périmètres de centralité est autorisée à condition que celle-ci s'effectue par réutilisation d'un bâtiment existant, en réhabilitation ou en changement de destination.

## 2.2. Les secteurs d'implantation périphérique (SIP)

### 2.2.1. LES SURFACES MINIMALES POUR ACCÉDER AUX SIP

Ces espaces de périphérie auront vocation à accueillir les activités commerciales qui ne peuvent trouver leur place dans les centralités du fait de la taille des surfaces de vente et/ou des conditions de stockage et/ou des nuisances pour les habitants- riverains.

A l'échelle de l'agglomération, deux secteurs d'implantation périphérique sont retenus :

- ▶ La zone commerciale de Davézieux
- ▶ La zone commerciale des Six Chemins à Annonay



Ces pôles ont pour vocation à accueillir le commerce de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente dans les conditions suivantes :

- ▶ La densification des espaces commerciaux existants en périphérie se fera en densification des enveloppes déjà définies.
- ▶ Pour les projets de création ou de modification mixant plusieurs locaux commerciaux, la surface de plancher associée à chaque local commercial (au sens de local avec accès différencié à l'intérieur ou à l'extérieur du bâtiment) doit respecter ce seuil. Ainsi, est interdite la division de locaux commerciaux conduisant à la création de nouveaux locaux qui, pris individuellement, ne respectent pas les seuils minimums définis.

## 2.2.2. LES CONDITIONS D'AGRANDISSEMENT ET DE DENSIFICATION DES SIP

Dans une logique de gestion économe du foncier, de confortement du commerce en faveur des espaces urbains où vivent les citoyens et dans une logique de moindre déplacement, les SIP construites autour d'un principe de flux automobile voient leur aménagement encadré. **Ainsi l'augmentation des surfaces sera limitée à 5% du plancher commercial existant à la date d'approbation du PLUiH à l'échelle du Secteur d'Implantation Périphérique concerné.** Cette augmentation pourra être réalisée par :

- ▶ Agrandissement des surfaces existantes dans la limite de 1 200 m<sup>2</sup> de surface de plancher sur le SIP avec conditionnement de tout projet d'agrandissement ou de création à une désartificialisation de 20 % de la surface de la parcelle.
- ▶ Déconstruction / reconstruction de surfaces existantes tout en conservant un principe d'équivalence entre surfaces déconstruites et surfaces reconstruites
- ▶ Utilisation d'espaces interstitiels libres ou non bâtis dans la limite de la construction de 3 000 m<sup>2</sup> de surfaces de plancher.
- ▶ La non-augmentation des surfaces de vente et de plancher des hypermarchés et supermarchés implantés en SIP

Ces orientations s'entendent dans le cadre de la non-ouverture à l'urbanisation commerciale de nouveaux fonciers en continuité des secteurs d'implantation périphérique (zone commerciale du Mas à Davézieux et secteur des Six Chemins à Annonay) sur un principe de construction sans extension du foncier déjà mobilisé.

Afin de s'adapter aux mutations du commerce, les opérateurs commerciaux libérant, par déplacement, une cellule commerciale, devront proposer une solution commerciale ou non commerciale évitant l'apparition d'une friche. A ce titre tout bâtiment commercial

vacant depuis 5 ans ou plus ne pourra plus être ré-utilisé à finalité commerciale.

En complément, et dans une logique de renouvellement urbain, le développement de la multifonctionnalité en accueillant des activités de loisirs (hors cinéma) et des activités économiques non commerciales pour créer de la continuité avec les espaces existants aux franges est encouragée.

## 2.2.3. LES PRINCIPES D'AMÉNAGEMENT

**Règles d'implantation liées à la régénération qualitative des espaces de périphérie.** Les implantations commerciales ont été souvent réfléchies à la parcelle avec une prise en compte insuffisante d'une stratégie globale de zone. L'aménagement des SIP devra intégrer des principes architecturaux et urbanistiques basés sur la recherche d'une mutualisation des accès et des stationnements, ainsi que par une attention particulière portée au traitement paysager de ces espaces. Les constructions nouvelles devront concourir de manière générale à l'économie de foncier, à l'amélioration de la qualité des entrées de ville et des accessibilités pour un usage plus modéré de la voiture et pour stimuler l'accès piétons et deux roues. Toute construction nouvelle ou projet de requalification devra proposer des solutions de mutualisation des espaces extérieurs (stationnement, zone de livraison, accès...) avec les espaces commerciaux en limite de terrain, sauf impossibilités techniques.

## LES REGLES LIEES AU DEVELOPPEMENT DURABLE

Pour promouvoir une nouvelle approche de l'aménagement des espaces commerciaux plus respectueuse de l'environnement, des conditions de travail et du confort des usagers, des critères liés à l'application du développement durable aux espaces commerciaux peuvent être intégrés pour analyser les autorisations.

Ainsi, tout nouveau projet de création d'une surface de plus de 200 m<sup>2</sup> de surface de plancher ou conduisant à dépasser 200 m<sup>2</sup> de surface de vente devra répondre aux orientations suivantes :

### Concernant l'amélioration de l'accessibilité globale des sites commerciaux, le projet devra :

- ▶ Être desservi par un arrêt de transport en commun à moins de 500 m.
- ▶ Développer des liaisons sécurisées et continues pour les modes actifs (cheminements piétons, itinéraires cyclables), depuis les lieux de vie (habitat, emploi) et les centralités les plus proches ainsi que, le cas échéant, depuis les arrêts de transports en commun mais aussi sur la zone elle-même et depuis les autres commerces.

- ▶ Proposer une solution de mutualisation de stationnement avec les points de vente voisins.
- ▶ Prioriser les stationnements intégrés au bâti (en sous-sol, toiture...)
- ▶ Comprendre des revêtements de surface, des aménagements hydrauliques ou des dispositifs végétalisés favorisant la perméabilité et l'infiltration des eaux pluviales ou leur évaporation et préservant les fonctions écologiques des sols.
- ▶ Prévoir un nombre minimum de places de stationnement pour vélos.
- ▶ Intégrer des bornes de recharge de véhicules électriques.

**Concernant l'amélioration de la qualité architecturale et l'intégration paysagère des équipements commerciaux, le projet devra :**

- ▶ Porter un effort particulier à l'intégration paysagère des bâtiments et des parkings (impact visuel, hauteurs, volumes...) ainsi qu'à la cohérence architecturale des bâtiments et des extérieurs.
- ▶ Reconstituer un front bâti cohérent avec les commerces voisins
- ▶ Prendre en compte le fonctionnement naturel du site et de ses abords (haie- talus-fossé, biodiversité, continuités écologiques, choix de la palette végétale...),
- ▶ Privilégier le recours à des systèmes sobres en eau pour la construction des bâtiments (ex : filière sèche, matériaux biosourcés, matériaux de réemploi et recyclage, etc...)

**Concernant l'enjeu énergétique, le projet devra :**

- ▶ Apporter des solutions de sobriété énergétique pour toute construction
- ▶ Optimiser le rendement des dispositifs d'éclairage, de refroidissement, de chauffage, d'équipements frigorifiques, etc.
- ▶ Optimiser les apports de lumière naturelle (puits de lumière, etc.) et en privilégiant un système d'éclairage peu énergivore.

**Concernant la protection de la ressource en eau le projet devra :**

- ▶ Proposer une solution de gestion, voire de réutilisation des eaux de pluie, en favorisant l'infiltration et la rétention des eaux pluviales sur la zone (noue, bassin en surface ou enterré, toiture végétalisée, parking perméable...).
- ▶ Proposer des solutions performantes permettant d'économiser l'eau

## 2.3. Les implantations de lieux de retrait d'achats dématérialisés

Le PLUiH a pour vocation d'organiser les formes futures de commerce. C'est pourquoi la définition du terme « commerce » inclut les points de retrait de produits achetés par voie dématérialisée et les automates délivrant des produits alimentaires ou non. A ce titre les drives, distributeurs automatiques ne pourront s'implanter que dans centralités c'est-à-dire centres bourgs, centres- villes et cœur de quartier.

## 2.4. Les implantations d'entrepôts logistiques

Les entrepôts de logistique commerciale (liés au e-commerce ou à la livraison des commerces eux-mêmes) doivent ainsi répondre pleinement aux objectifs poursuivis par l'OAP commerce avec un principe de non-étalement urbain et d'implantation par renouvellement urbain. Leur implantation ne doit pas perturber non plus la circulation et ne doit pas générer de nouveaux flux. A ce titre les entrepôts devront s'implanter au plus près des commerces qu'ils livrent à savoir dans les SIP. Ils pourront s'implanter en dehors des espaces préférentiels de commerce, à condition de s'inscrire dans une zone d'activité économique.

## 2.5. Les implantations de points de vente de producteurs

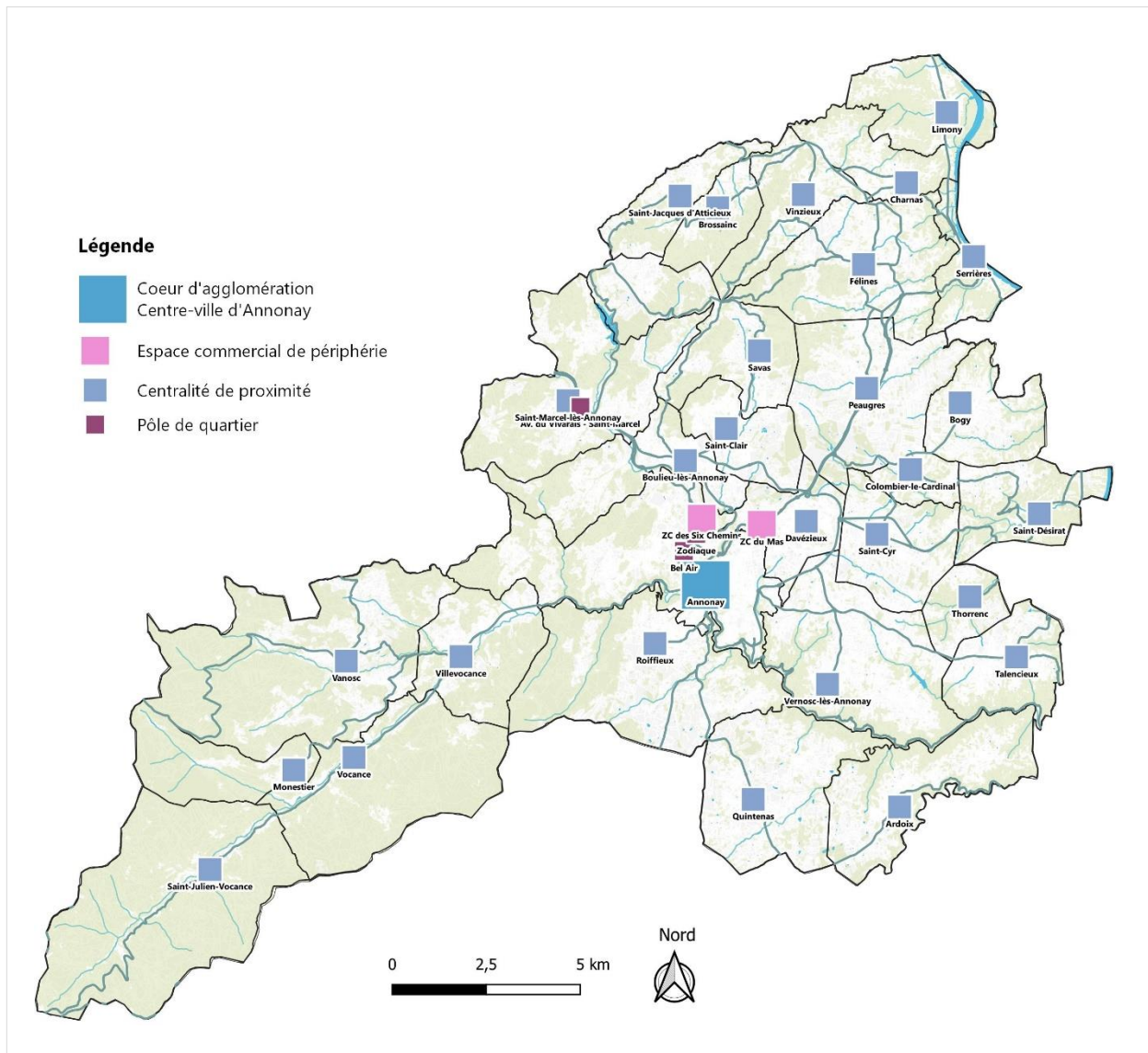
Les points de vente de producteurs répondent à des fonctions de proximité en particulier alimentaire et doivent s'intégrer dans une logique commerciale au regard des flux qu'ils génèrent et du service qu'ils apportent. De ce fait, les espaces de vente de produits sur l'exploitation doivent être limités à la commercialisation des produits issus de l'activité. Leur surface est limitée à 50 m<sup>2</sup>. Au-delà, les espaces de ventes devront se conformer aux orientations précédentes.

## 2.6. Les implantations hors centralités et périphéries

Le commerce, quelque-soit sa taille ne pourra s'implanter hors centralité et/ou hors SIP mentionnés ci-dessus. Les commerces implantés hors de ces localisations préférentielles, à la date d'approbation du PLUiH conserveront leur fonction mais ne pourront augmenter leur surface. Leur transformation non commerciale sera facilitée



# Document cartographique



## Les localisations préférentielles du commerce sur Annonay Rhône Agglo