


## 4.2 La requalification des pôles de périphérie

Collectivités	Moyen-long terme
<p><b>Objectif :</b></p> <p>Les éléments de diagnostic du SMAC sur l'offre commerciale du territoire ont mis en avant la nécessité de travailler sur la requalification des zones commerciales du territoire. Les zones commerciales du Genevois Français, pâtissent aujourd'hui de problématiques en matière d'accessibilité, de qualité des sites, etc. Le développement au coup par coup des zones commerciales, avec des équipements de type « boîte à chaussure », qui s'est opéré en France depuis les années 70-80 génère aujourd'hui des interrogations fortes en matière d'aménagement commercial. Les nouveaux sites beaucoup plus qualitatifs et attractifs viennent faire concurrence à ces zones vieillissantes, posant ainsi la question de la requalification de zones commerciales souvent structurantes pour le territoire afin d'éviter les friches.</p> <p>La présente fiche a pour objectif d'évoquer les outils à disposition des collectivités en matière de requalification de ces zones commerciales « ancienne génération ».</p>	
<p><b>Comment :</b></p> <p>Tout comme la question de la redynamisation des centralités, la question de la requalification des zones commerciales reste un sujet relativement complexe et coûteux. Le schéma ci-dessous s'attache à traduire les outils qu'il est possible de mobiliser selon le niveau d'ambition en matière de requalification que les collectivités souhaitent mettre en œuvre.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start; margin-top: 20px;"> <div style="border-left: 1px dashed orange; padding-left: 10px; width: 30%;"> <p>Règlement du PLU, conditions d'implantation dans le SCoT, chartes : amélioration au fil des projets</p> </div> <div style="border-left: 1px dashed orange; border-right: 1px dashed orange; padding: 0 10px; width: 30%;"> <p>Outils définissant un projet d'aménagement d'ensemble et s'imposant aux projets privés : OAP</p> </div> <div style="border-right: 1px dashed orange; padding-right: 10px; width: 30%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Outils d'aménagement (ZAC) : promoteur aménageur investisseur unique (création de m<sup>2</sup> importante si portage privé)</li> <li>• Acquisition foncière par la collectivité. Projet de requalification mené par la collectivité</li> </ul> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p><b>Niveau d'ambition</b></p> </div> <p>Le premier élément indispensable et peu coûteux à disposition des collectivités est la retranscription des objectifs de requalification des zones commerciales dans le PLU(i) et dans le SCoT. D'autres outils tels que les chartes peuvent aussi venir en appui, bien qu'elles restent non opposables. Ces outils réglementaires permettent de faire en sorte que les nouveaux développements se fassent selon des règles et dans des secteurs bien précis, afin d'améliorer la situation au fil des projets.</p> <p>Afin d'aller plus loin dans cette démarche, certaines collectivités ont mis en place des OAP venant compléter les règlements des PLU(i) pour définir plus précisément le niveau d'ambition sur leurs zones commerciales. Les OAP permettent de définir un projet d'aménagement d'ensemble s'imposant aux projets des privés. Cet outil reste facile à mettre en place dans le cadre d'une révision/modification du PLU(i).</p> <p>Enfin, les collectivités qui souhaitent engager une requalification lourde et dans un laps de temps plus resserré peuvent mobiliser des outils complémentaires (ZAC) et mettre en place des moyens plus importants (acquisitions foncières, etc.). Le coût de requalification étant généralement lourd, les collectivités se tournent bien souvent vers des partenariats publics/privés permettant de limiter le niveau de financement de la collectivité. A ce jour, les exemples de requalification qui ont vu le jour ou qui sont en cours actuellement, ont nécessité des contreparties afin de permettre de mobiliser ces acteurs privés.</p> <p>L'exemple ci-après permet de mettre en avant une collectivité ayant mobilisé tous les moyens à sa disposition pour travailler sur la requalification d'une zone commerciale :</p>	

### L'exemple de Vendenheim zone commerciale en périphérie de Strasbourg



Plan d'aménagement d'ensemble de l'OAP du PLU

-  périmètre de la ZAC
-  secteur à dominante habitat
-  secteur à dominante activités et commerce
-  secteur à dominante de loisir à optimiser
-  espace agricole à préserver / valoriser
-  espace public à aménager / valoriser
-  polarité commerciale structurante à aménager / à développer
-  gare ferroviaire et polarité potentielle à développer
-  principe de voirie primaire
-  principe de bouclage des circulations
-  nouvel accès depuis l'échangeur à créer
-  réseau vélo structurant existant / à créer / à améliorer
-  principe de chemin modes actifs à créer
-  continuité écologique, paysagère à conforter / à créer
-  berges à aménager
-  principe de mail privilégiant les modes actifs
-  espace de transition à traiter
-  façade à valoriser
-  perméabilité visuelle à maintenir / à créer

La zone commerciale de Vendenheim regroupe environ 150 000m<sup>2</sup> de surface de vente. La collectivité a souhaité traiter la requalification de cette zone commerciale majeure à l'échelle du territoire. Un partenariat public-privé a été mis en place sur ce projet. Ainsi sur les 73 millions d'investissement nécessaire à la requalification de cet espace, 9,7 millions ont été apportés par l'Eurométropole et le reste par le promoteur, aménageur investisseur (Frey) en contre partie de la mise à disposition de foncier permettant la création de 50 000 m<sup>2</sup> de surface de vente supplémentaire.