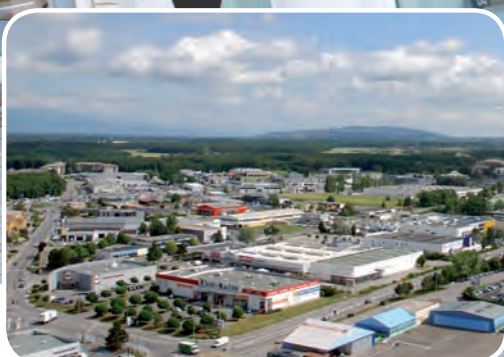




Annemasse **Agglo**

Annemasse - Les Voirons Agglomération

# Document d'aménagement commercial (DAC)



**Intégré au SCOT d'Annemasse Agglo**

Par délibération du Conseil Communautaire  
du 4 juillet 2012

# PREAMBULE

## Un document qui s'inscrit dans un contexte en évolution

Après avoir longtemps été régulé à travers les Commissions Départementales d'Équipement Commercial (CDEC), sur des critères de décision essentiellement économiques, le commerce doit aujourd'hui être réfléchi à travers un nouveau prisme. La loi Solidarités et Renouvellement Urbain (SRU) a commencé à impulser la prise en compte du commerce via des documents d'urbanisme (Schéma de Cohérence Territoriale, Plans Locaux d'Urbanisme), et a ainsi donné aux collectivités des outils pour définir les localisations préférentielles pour le commerce. La Loi de Modernisation de l'Économie (LME), du 4 août 2008, a créé les Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC), qui délivrent les autorisations d'exploitation commerciale, tout comme les CDEC, mais au regard de critères d'aménagement du territoire et de développement durable. La LME donne également la possibilité aux Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) d'intégrer un Document d'Aménagement Commercial (DAC).

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (Grenelle II) et la réforme de l'urbanisme commercial en cours (proposition de loi dite « Ollier »), tendent à confirmer le rôle croissant des documents d'urbanisme en matière de régulation des implantations commerciales, en faisant du DAC un élément de contenu obligatoire des SCOT, et en dotant ce document de moyens de régulation plus ambitieux. Les documents d'urbanisme sont voués à devenir le moyen principal, pour les collectivités, d'orienter le développement commercial sur leur territoire dans le cadre de cette nouvelle législation.

Les élus de la Communauté d'Agglomération « Annemasse – les Voirons » ont souhaité saisir l'opportunité qui leur est donnée par le législateur d'élaborer un Document d'Aménagement Commercial, afin de confirmer les orientations du SCOT sur le développement économique et faciliter leur mise en œuvre, notamment à travers les PLU et les autorisations délivrées en CDAC.

*Ce document a été réalisé en partenariat avec la Maison de l'Économie-Développement, AID Observatoire, INDDIGO et Droit Public Consultants.*



# Sommaire

|                                                               |   |
|---------------------------------------------------------------|---|
| Un document qui s'inscrit dans un contexte en évolution ..... | 3 |
| Sommaire .....                                                | 5 |



## **PARTIE I - L'urbanisme commercial sur l'agglomération annemassienne**

... 9

|                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| I - Une stratégie inscrite dans le Schéma de Cohérence Territoriale .....                                                | 9  |
| A. Contexte d'élaboration du SCOT .....                                                                                  | 9  |
| B. Une réponse forte apportée dans le SCOT .....                                                                         | 10 |
| II - Enjeux issus de l'état des lieux de l'appareil commercial .....                                                     | 11 |
| A. Polariser et hiérarchiser les fonctions commerciales .....                                                            | 11 |
| B. Favoriser la vitalité des centralités du territoire .....                                                             | 15 |
| C. Améliorer la qualité et la fonctionnalité des pôles commerciaux.....                                                  | 16 |
| D. Favoriser un aménagement commercial durable .....                                                                     | 21 |
| III - Des outils mis en œuvre : Quel bilan ? .....                                                                       | 22 |
| A. La Charte de développement commercial.....                                                                            | 22 |
| B. La mise en place d'un Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC) d'Agglomération..... | 24 |
| C. La mise en œuvre du SCOT .....                                                                                        | 25 |
| D. Enjeux pour le DAC en tant que nouvel outil de planification.....                                                     | 26 |



## **PARTIE II - Méthodologie de hiérarchisation des fonctions commerciales**

. 29

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| I - Hiérarchisation des pôles commerciaux .....     | 29 |
| II - Déclinaison des orientations spatialisées..... | 32 |



## **PARTIE III - Objectifs et orientations d'aménagement commercial**

. 37

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Documents et actes concernés par le DAC .....                                                         | 37 |
| Champ d'application .....                                                                             | 37 |
| Définitions .....                                                                                     | 38 |
| I - Une priorité au maintien et au développement d'une offre commerciale au cœur des centralités..... | 39 |
| A. Objectifs .....                                                                                    | 39 |
| B. Orientations d'ordre général .....                                                                 | 39 |
| II - Des fonctions commerciales polarisées, hiérarchisées et complémentaires.....                     | 42 |
| A. Objectifs .....                                                                                    | 42 |
| B. Orientations d'ordre général .....                                                                 | 42 |
| C. Orientations par niveau de fonction commerciale .....                                              | 44 |
| III - Améliorer la qualité et la fonctionnalité des pôles commerciaux.....                            | 49 |
| A. Objectifs .....                                                                                    | 49 |
| B. Orientations d'ordre général .....                                                                 | 49 |
| IV - Favoriser un aménagement commercial durable .....                                                | 54 |
| A. Objectifs .....                                                                                    | 54 |
| B. Orientations d'ordre général .....                                                                 | 54 |



## **PARTIE IV - Délimitation des Zones d'Aménagement Commercial**

**. 61**

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| I - Centre-bourgs, centre-villages, centres de quartier .....  | 63 |
| Hiérarchisation : Pôles de proximité .....                     | 63 |
| II - Zone d'activités Annemasse - Ville-la-Grand .....         | 67 |
| Hiérarchisation : Pôle majeur de périphérie .....              | 67 |
| III - Shopping Etrembières .....                               | 68 |
| Hiérarchisation : Pôle majeur de périphérie .....              | 68 |
| IV - Centre d'agglomération .....                              | 69 |
| Hiérarchisation : Pôle majeur de centralité .....              | 69 |
| V - La Châtelaine Gaillard .....                               | 70 |
| Hiérarchisation : Pôle secondaire .....                        | 70 |
| VI - Les Vouards – Saint Cergues .....                         | 71 |
| Hiérarchisation : Pôle secondaire .....                        | 71 |
| VII - PAE de la Menoge Bonne .....                             | 72 |
| Hiérarchisation : Pôle secondaire .....                        | 72 |
| VIII - Borly/Les Erables - Cranves-Sales Vétraz-Monthoux ..... | 73 |
| Hiérarchisation : Pôle secondaire .....                        | 73 |
| IX - Route de Genève - Gaillard .....                          | 74 |
| Hiérarchisation : Pôle-relais .....                            | 74 |
| X - Le Perrier - Livron Annemasse .....                        | 75 |
| Hiérarchisation : Pôle-relais .....                            | 75 |
| XI - Etoile Annemasse-Genève .....                             | 76 |
| Hiérarchisation : Pôle en devenir .....                        | 76 |
| XII - Site des Iles - ZAC Bois d'Arve Etrembières .....        | 77 |
| Hiérarchisation : Pôle en devenir .....                        | 77 |



## **PARTIE V - Guide d'application du DAC**

**. 80**

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| I - Traduction des surfaces de vente en surface de plancher .....        | 80 |
| II - Mise en œuvre des orientations concernant les niveaux d'offre ..... | 80 |
| III - Accessibilité des commerces .....                                  | 81 |



Annemasse **Agglo**

Annemasse - Les Voirons Agglomération



**PARTIE I**

# L'urbanisme commercial sur l'agglomération annemassienne

- Une stratégie inscrite dans le SCOT d'Annemasse Agglo
- Enjeux issus de l'état des lieux de l'appareil commercial
- Des outils mis en œuvres : quel bilan?

photo : © Bruno Pilla

**Intégré au SCOT d'Annemasse Agglo**

Par délibération du Conseil Communautaire  
du 4 juillet 2012



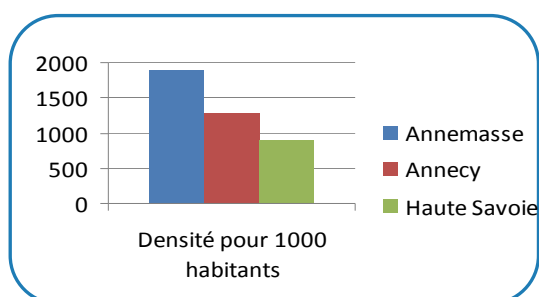
## **I - Une stratégie inscrite dans le Schéma de Cohérence Territoriale**

### **A. Contexte d'élaboration du SCOT**

#### **1- Un territoire commercialement attractif**

Le territoire d'Annemasse - Les Voirons Agglomération, a connu, durant les dernières décennies, un élan économique important. Sa situation frontalière, en première couronne de l'agglomération genevoise, en a fait un territoire très attractif, notamment d'un point de vue commercial. Certaines particularités de l'appareil commercial d'Annemasse Agglo s'expliquent par la proximité de Genève et de la Suisse :

- les activités commerciales implantées sur le territoire d'Annemasse Agglo disposent d'une zone de chalandise qui inclut une partie des habitants du Canton de Genève. En effet, traditionnellement, le commerce annemassien est attractif vis-à-vis de Genève grâce à des prix globalement sensiblement inférieurs à ceux pratiqués en Suisse, et grâce à un appareil commercial plus structuré. Néanmoins, ce phénomène doit être nuancé, car le niveau des prix est pour partie fonction de la parité Euro / Franc Suisse. En outre, l'appareil commercial genevois tend à se structurer.
- d'autre part, une partie importante de la zone de chalandise « française » dépassant les frontières du territoire d'Annemasse Agglo et captée par le commerce annemassien est constituée de travailleurs frontaliers, ou de suisses résidant en France et exerçant leur activité professionnelle à Genève. Or, cette population dispose en général d'un pouvoir d'achat sensiblement supérieur aux moyennes nationales et mêmes départementales.



Source : DDCCRF, 2008

Ainsi, la conjonction de ces phénomènes permet à l'appareil commercial d'Annemasse Agglo de disposer d'une zone de chalandise large et bénéficiant d'un pouvoir d'achat important. En conséquence, c'est un territoire attractif pour les grandes enseignes, disposant d'un tissu commercial fortement développé à ce jour. Ainsi, ce sont plus de 54 000 m<sup>2</sup> de surface de vente qui ont été autorisées entre 2005 et 2010, en création ou en extension, sur l'ensemble du territoire.

## 2- Un développement commercial mal maîtrisé

Cette dynamique a eu des conséquences en matière de dimensionnement global de l'offre commerciale, de déplacements, de consommation d'espace, mais aussi sur la qualité architecturale et paysagère des urbanisations, notamment en entrée de ville. Ce constat d'un développement essentiellement périphérique est enfin associé à une stagnation, voire un déclin des commerces de centralité<sup>1</sup> au sens du SCOT<sup>2</sup>.

Par ailleurs, l'activité industrielle a constitué et constitue toujours une composante forte de l'économie du territoire, mais a connu elle aussi un déclin marqué durant les dernières années. De nombreux espaces autrefois dédiés aux activités industrielles et artisanales, ont muté vers une vocation commerciale, entraînant la mise en place de zones d'activités mixtes (commerce – industrie – artisanat), dont les conditions s'avèrent souvent peu favorables au maintien d'autres activités non commerciales sur le territoire (conflits d'usages, hausse des prix du foncier...). On note ainsi une diminution du nombre d'établissements industriels, passé de 265 à 211 entre 2003 et 2008<sup>3</sup>. La mixité de ces zones d'activité entraîne également une perte de lisibilité des clients et/ou investisseurs de chaque type d'activité.

### B. Une réponse forte apportée dans le SCOT

Le volet économique du SCOT de l'agglomération d'Annemasse repose sur un grand objectif de « maintien d'une économie dynamique et diversifiée », traduisant un refus d'axer le développement économique sur les seules activités commerciales et de services, un tel développement « mono-fonctionnel » pouvant induire une dépendance trop forte vis-à-vis des consommateurs genevois, et demeurer fragile. Cet objectif global se décline à travers quatre grands principes :

- Soutenir le développement des activités de production, en développant une offre foncière nouvelle, mais aussi en affirmant la vocation industrielle et artisanale de certains tènements dans les pôles mixtes existants,
- Maîtriser le développement de l'offre commerciale : Le SCOT de la région d'Annemasse identifie pour cela des localisations préférentielles pour le développement commercial, qui sont les centres urbains et pôles d'activités de périphérie existants. Il s'agit de polariser le développement dans ces localisations et de ne pas créer de nouveaux espaces dédiés au commerce sur le territoire<sup>4</sup>,
- Maintenir, structurer et dynamiser les activités commerciales et de services dans les centralités : Le SCOT affirme pour cela le rôle des centralités en matière d'accueil du développement commercial, et les identifie comme des localisations préférentielles pour ces développements. Par ailleurs, il limite le développement commercial dans les pôles d'activités de périphérie, à des développements ne portant pas atteinte à la vitalité économique des centralités,
- Améliorer la qualité des pôles d'activités, notamment en attribuant des vocations claires aux différents pôles (commerciale, mixte), et en énonçant des orientations générales pour les nouveaux développements, qui doivent apporter une plus value en terme de qualité architecturale et paysagère par rapport à l'existant.

<sup>1</sup> Cf. lexique p. 23 du SCOT

<sup>2</sup> SCOT : Schéma de Cohérence Territoriale

<sup>3</sup> Source : Bilan de la Charte de Développement commercial, MED, 2009

<sup>4</sup> Hors site des Iles, identifié dans le SCOT comme un grand projet de développement pouvant notamment accueillir du développement commercial

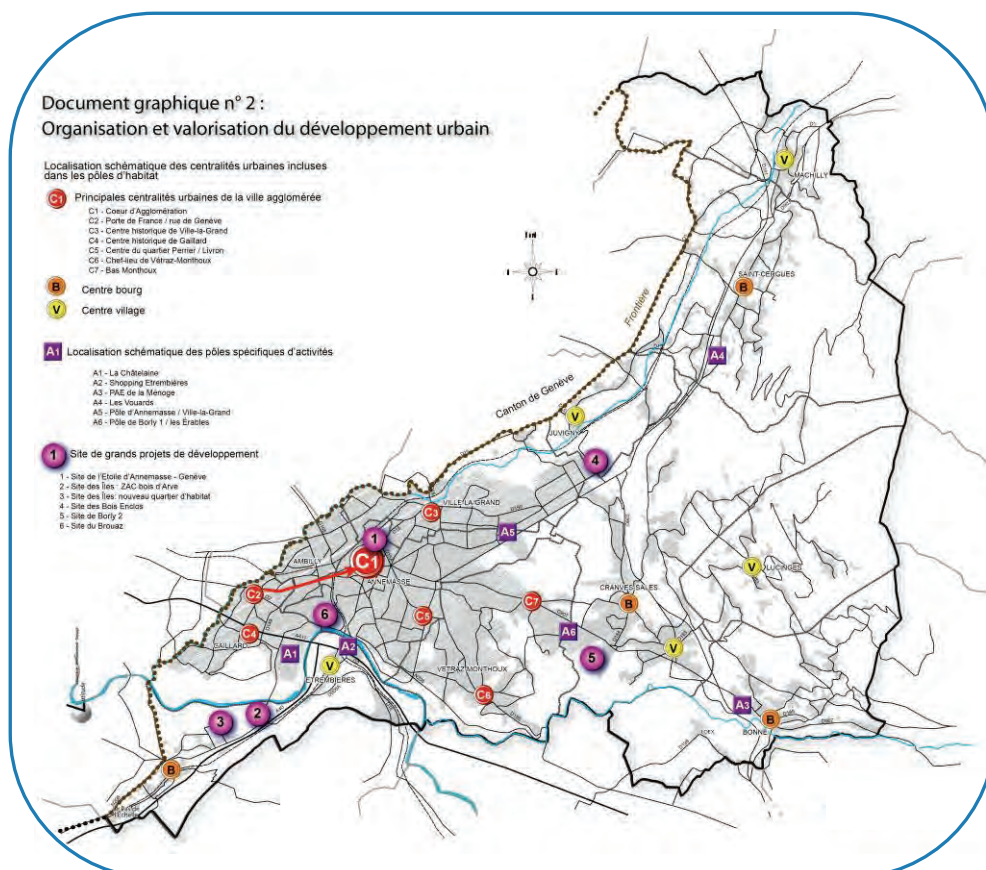
Le Document d'Aménagement Commercial s'inscrit dans une logique de déclinaison des orientations et principes fondateurs du SCOT. Il répond à la fois à des enjeux issus de constats concernant l'équipement commercial (articulation avec les autres fonctions urbaines et avec les principes d'aménagement du territoire et de développement durable sur lesquels doit reposer le DAC), et à des enjeux issus du bilan de la mise en œuvre du SCOT et de la Charte de développement commercial (effet de ces outils sur les problématiques identifiées).

## II - Enjeux issus de l'état des lieux de l'appareil commercial

### A. Polariser et hiérarchiser les fonctions commerciales

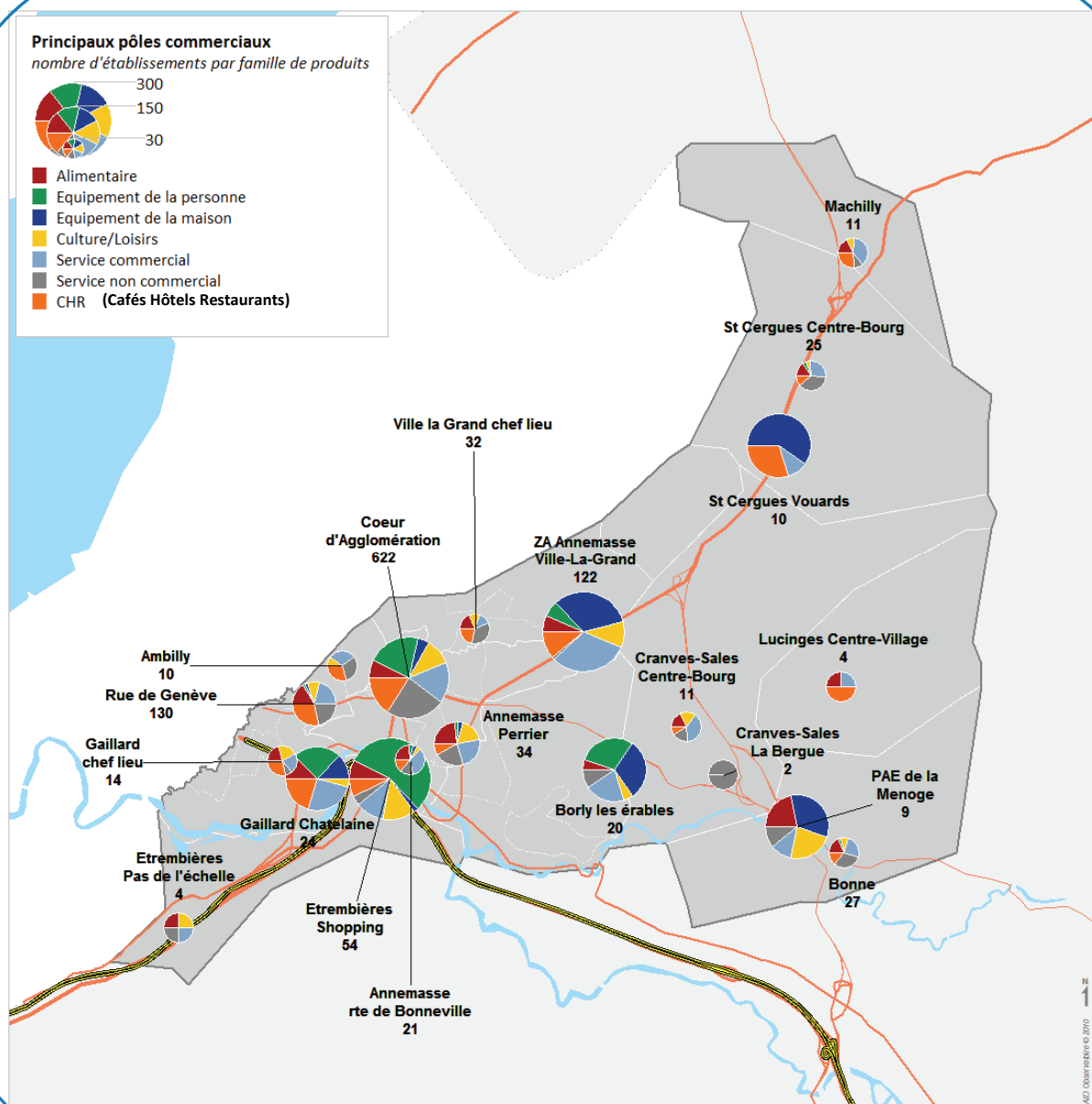
Le territoire d'Annemasse Agglo s'articule autour de la ville agglomérée, qui accueille la majorité de la population et des emplois, et d'un territoire plus périurbain à l'Est, sur les contreforts du massif des Voirons, dont l'armature urbaine est moins dense et plus disséminée. Le territoire connaît une dynamique de développement forte, d'un point de vue démographique, mais aussi économique, et subit des pressions d'urbanisation, amplifiées par le contexte frontalier dans lequel elle se trouve. L'une des orientations fortes du SCOT est d'enrayer ce phénomène d'étalement urbain et de mitage, à travers le recentrage de l'urbanisation dans les enveloppes urbaines, et le développement de formes urbaines moins consommatrices d'espace. Le SCOT donne des orientations fortes pour que le développement urbain à venir se fasse au cœur des pôles d'habitats (centralités urbaines, villageoises et de quartier).

*Document graphique n°2 du DOG du SCOT  
Organisation et valorisation du développement urbain*



L'organisation commerciale du territoire s'appuie sur cette structuration, avec une majorité de l'offre concentrée dans la ville agglomérée, et un maillage de l'offre moins dense et moins diversifié (rôle de proximité) dans la partie Est du territoire. L'organisation actuelle de l'offre commerciale s'appuie sur un pôle majeur de centralité (le centre-ville d'Annemasse, rayonnant sur l'agglomération), des pôles de périphérie, de rayonnement intercommunal à supra territorial, et des pôles dont la fonction est d'avantage une fonction de proximité, situés au cœur des densités urbaines.

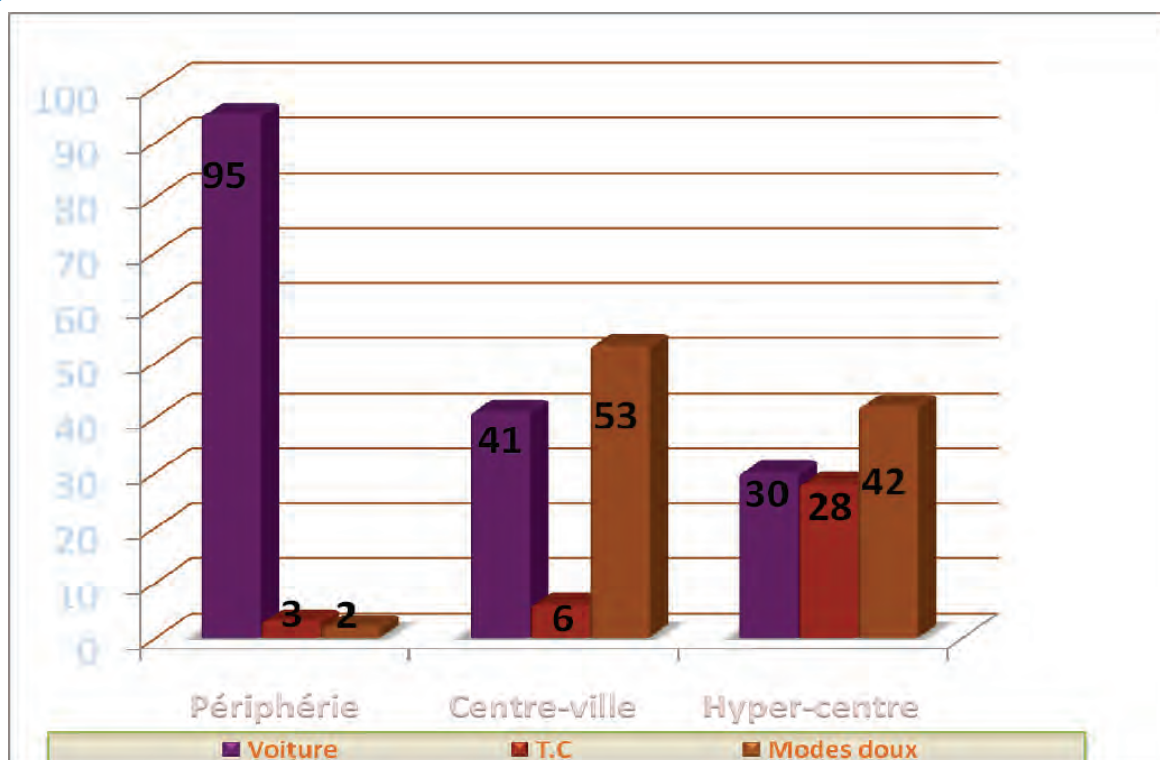
#### Composition des principaux pôles commerciaux identifiés par le SCOT



Le développement récent de l'offre commerciale s'est effectué majoritairement sur les espaces périphériques, et à travers des formes urbaines peu qualitatives et consommatrices d'espace avec des conséquences de plusieurs ordres en matière d'aménagement du territoire :

- Des développements périphériques, dans une logique « tout voiture » : Les grandes et moyennes surfaces se sont fortement développées dans les espaces de périphérie, qui sont beaucoup moins contraignants, en termes d'accessibilité routière et de disponibilités foncières, que les centralités. S'il est évident que certaines activités peuvent difficilement s'implanter au cœur du tissu urbain (TV, Hifi, électroménager, bricolage/jardinage...), du fait de besoins fonciers importants, mais aussi en lien avec la nature des biens dont il est question (biens pondéreux favorisant une accessibilité motorisée, risquant de congestionner les centres-villes), les conditions sont différentes pour d'autres catégories d'activités. Les commerces de proximité, d'équipement de la personne, de biens culturels, mais également les commerces alimentaires, au-delà de leur rôle en terme de dynamisation des centralités, sont plus facilement associés à des modes de transports collectifs ou doux, et plus étroitement liés à des logiques d'achat plaisir (biens culturel, équipement de la personne). Malgré l'existence d'une desserte en transports en commun plus ou moins performante sur la majeure partie des pôles de périphérie, l'accessibilité y reste essentiellement automobile. La configuration spatiale de ces pôles (commerces éloignés les uns des autres notamment du fait de la présence des nappes de parkings non mutualisés, cheminements doux inexistant, mixité des activités) en elle-même limite les possibilités de déplacements doux au sein des pôles. A titre d'exemple, les modes d'accès principaux selon les différentes localisations, issus de l'enquête comportements d'achats réalisée par la CCI de Lyon en 2007 sont les suivants :

*Moyens de transport et consommation*

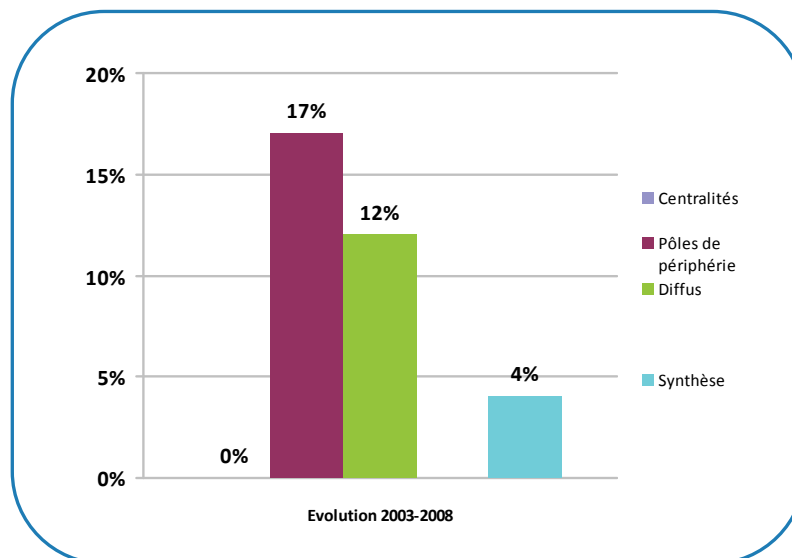


Source : 8ème enquête sur les comportements d'achats des ménages de la région lyonnaise et du Rhône, CCI de Lyon, 2007

Au vu de ces éléments, la composition des pôles de périphérie en termes de typologie d'activités mérite d'être réfléchi, au regard :

- de l'impact que ces développements périphériques peuvent avoir sur les centralités, principales comme secondaires,
  - des impacts en termes de déplacements et des capacités de report modal suscitées par les différentes catégories d'activités. En effet, certaines activités commerciales engendrent des déplacements essentiellement motorisés (notamment lorsqu'il s'agit de biens pondéreux), alors que d'autres renvoient davantage à des logiques d'achats plaisir ou de grande proximité, et sont plus couramment effectués par des modes de transports doux ou collectifs. L'enjeu induit est ici de mettre en adéquation modes d'accès principaux aux pôles (cf. graphique ci-dessus), et typologie d'offre commerciale implantée dans ces localisations.
- Un phénomène de « mitage commercial » limitant les possibilités de rationalisation des déplacements : la Maison de l'Economie-Développement (MED) a réalisé un suivi du nombre d'établissements de commerce de proximité, selon le type de localisation (centralité, périphérie, diffus). Ce suivi met en évidence qu'entre 2003 et 2008, le nombre de commerces traditionnels (< 300 m<sup>2</sup>) a augmenté de 4% sur l'ensemble de l'agglomération. Dans le diffus, c'est-à-dire hors centralités et hors zones périphériques constituées, le nombre de commerces traditionnels s'est accru de 12% sur cette période. La dilution de l'offre commerciale, son implantation isolée sur des axes de passage, contribue aux phénomènes de mitage et d'étalement urbain déjà marqués que connaît le territoire, et favorise là encore l'utilisation de la voiture pour l'acte d'achat.

*Evolution du nombre d'établissements traditionnels (< 300m<sup>2</sup>) par catégorie de localisation*



Source : Bilan de la Charte de développement commercial, MED, 2009

Ces constats, en lien avec les orientations générales du SCOT notamment en matière d'objectifs d'accueil de population dans les différents secteurs du territoire, induisent des enjeux auxquels devra répondre le DAC :

- Favoriser une organisation commerciale cohérente avec l'organisation actuelle et future des autres fonctions urbaines (habitat, équipements, emplois),

- Favoriser la polarisation et la concentration des développements, et limiter l'implantation disséminée des activités commerciales, qui contribue au phénomène d'étalement urbain et de consommation foncière, dans une logique de rationalisation des déplacements,
- Favoriser l'adéquation entre modes d'accès et typologie des développements dans les zones dédiées aux commerces.

## B. Favoriser la vitalité des centralités du territoire

Au-delà de leurs impacts sur les déplacements et la consommation foncière, les modalités de développement évoquées au paragraphe précédent ne favorisent pas l'animation et la vitalité économique des centralités. Le développement conséquent de l'offre en périphérie n'a pas été accompagné d'un développement de l'offre commerciale dans les centralités du territoire.

Ces évolutions sont toutefois variables selon les centralités. Le tableau ci-après détaille l'évolution du nombre de commerces traditionnels par pôle. Certaines centralités apparaissent véritablement en difficultés (Moëlllesulaz – Rue de Genève, Ambilly, Gaillard centre), d'autres connaissent globalement une stagnation (Bonne centre, Le Perrier, Ville La Grand). Le centre-ville d'Annemasse ou le centre-bourg de Cranves-Sales se sont globalement développés sur cette même période.

*Evolution du nombre d'établissements par pôles d'implantation*

| Pôles                         | 2003        | Poids des pôles 2003 | 2008        | Poids des pôles 2008 | Evo.03-08  |            |
|-------------------------------|-------------|----------------------|-------------|----------------------|------------|------------|
| AMBILLY CENTRE                | 19          | 2%                   | 9           | 1%                   | -10        | -53%       |
| ANNEMASSE CENTRE              | 523         | 46%                  | 538         | 45%                  | +15        | +3%        |
| BONNE CENTRE                  | 24          | 2%                   | 23          | 2%                   | -1         | -4%        |
| BORLY/ERABLES                 | 9           | 1%                   | 18          | 2%                   | +18        | +50%       |
| CRANVES-SALES CENTRE          | 16          | 1%                   | 22          | 2%                   | +6         | +38%       |
| GAILLARD CENTRE               | 13          | 1%                   | 9           | 1%                   | -4         | -31%       |
| LUCINGES CENTRE               | 3           | 0%                   | 4           | 0%                   | +1         | +33%       |
| MACHILLY CENTRE               | 5           | 0%                   | 2           | 0%                   | -3         | -60%       |
| MOELLESULLAZ/RUE DE GENEVE    | 181         | 16%                  | 141         | 12%                  | -40        | -22%       |
| PERRIER-LIVRON                | 17          | 1%                   | 19          | 2%                   | +2         | +12%       |
| ROMAGNY                       | 7           | 1%                   | 6           | 1%                   | -1         | -14%       |
| ROUTE DE BONNEVILLE           | 20          | 2%                   | 14          | 1%                   | -6         | -30%       |
| SAINT CERGUES CENTRE          | 11          | 1%                   | 17          | 1%                   | +6         | +55%       |
| SHOPPING ETREMBIERES          | 23          | 2%                   | 38          | 3%                   | +15        | +65%       |
| VETRAZ MONTHOUX CENTRE        | 2           | 0%                   | 1           | 0%                   | -1         | -50%       |
| VILLE LA GRAND CENTRE         | 16          | 1%                   | 15          | 1%                   | -1         | -6%        |
| VOUARDS                       | 4           | 0%                   | 8           | 1%                   | +4         | +50%       |
| ZAE ANNEMASSE -VILLE LA GRAND | 62          | 5%                   | 69          | 6%                   | +7         | +11%       |
| <b>Total</b>                  | <b>1148</b> | <b>100,0%</b>        | <b>1199</b> | <b>100,0%</b>        | <b>+51</b> | <b>+4%</b> |

Source : Bilan de la Charte de développement commercial, MED, 2009



Ce constat sur la stagnation, voire le déclin des commerces dans les centralités, s'oppose aux logiques de développement urbain affichées dans le SCOT. En effet, les centralités urbaines, centres-bourgs et centre-villages ainsi que leur proximité immédiate vont accueillir la majorité des nouveaux habitants dans les années à venir, mais aussi des équipements, et une part non négligeable des emplois.

Un des grands enjeux du Document d'Aménagement Commercial d'Annemasse-Les Voirons Agglomération est donc d'opérer un rééquilibrage entre développement périphérique et renforcement commercial des centralités, et notamment :

- d'inscrire le développement commercial dans une logique de mixité des fonctions urbaines, et de rapprochement entre fonction commerciale et autres fonctions urbaines, notamment pour des achats réguliers,
- de conforter le centre-ville d'Annemasse en tant que pôle majeur d'agglomération, et de renforcer son attractivité commerciale, parallèlement à la réalisation de grands projets urbains et d'infrastructures, qui viendront renforcer son rôle à l'échelle de la grande agglomération franco-valdo genevoise (CEVA, transports collectifs en site propre, Etoile-Annemasse-Genève, Chablais Parc).

## C. Améliorer la qualité et la fonctionnalité des pôles commerciaux

A l'échelle de chacun des pôles commerciaux et notamment des pôles de périphérie, l'état des lieux met en évidence un certain nombre de dysfonctionnements concernant la qualité des développements commerciaux (bâti, espaces extérieurs, signalétique) et des espaces publics associés.

Dans les pôles mixtes (commerces et activités de production), les espaces commerciaux s'avèrent peu lisibles et peu différenciés des espaces dédiés aux activités de production en termes d'aménagement de l'espace public (voirie notamment).

*Des commerces et activités de production souvent implantés de façon contigüe au sein des pôles de périphérie*



Au sein des espaces commerciaux, la hiérarchisation du réseau de voirie est difficile à identifier, notamment du fait d'un traitement non différencié entre voies principales, voies secondaires et voies de desserte, la plupart du temps larges et sans ligne centrale, disposant uniquement d'un éclairage de caractère routier (type « grands mâts »).

Les contraintes de gabarit des voies propres aux zones économiques (circulation facilitée des poids lourds, aires de retournement...) limitent les possibilités d'aménagement adaptées à une fréquentation individuelle (motorisée ou non) vers les espaces commerciaux. Par exemple, la largeur des voies pour l'accès en voiture pourrait être réduite avec une végétalisation centrale (meilleure insertion paysagère, circulation à vitesse apaisée du fait du rétrécissement des voies, ombrage, etc.). De fait, la conciliation du double usage des zones mixtes est intrinsèquement défavorable à un aménagement de l'espace public de qualité à destination commerciale.

*Voirie secondaire très large, sans ligne centrale et avec un éclairage routier*



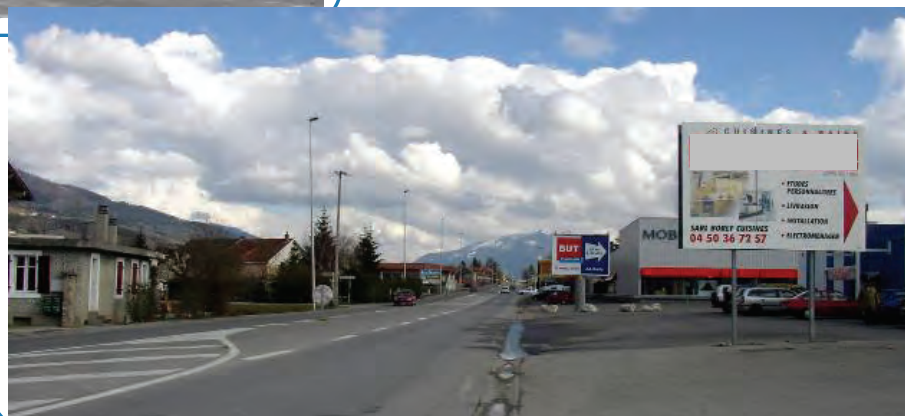
*Exemple d'aménagement de voirie (hors territoire Annemasse Agglo) : les plantations séparent la voie cyclable de la bande roulante, une voie centrale est réservée pour tourner à droite ou à gauche, la réduction de la largeur de voie incite à rouler moins vite*

Les aménagements privés et publics, aux abords des commerces, généralement peu favorables à une pratique sécurisée des modes doux, favorisent une accessibilité uniquement motorisée aux pôles commerciaux et entre les magasins au sein des pôles. La sectorisation des flux est en effet rarement optimum sur le plan de la sécurité, et on note un déficit d'abris vélos et de cheminements piétons sécurisés (trottoirs surélevés, cheminements plantés) à disposition de la clientèle et des salariés. Les flux routiers sont largement prédominants ; l'offre largement dimensionnée de stationnement gratuit incite également aux déplacements motorisés.



*Même dans cet espace très fréquenté, il n'y a pas de passage piétonnier, de piste cyclable, d'abri vélos*

*Une nette prédominance de la voiture notée également dans les zones commerciales mixées d'habitat*



Des équipements commerciaux peu qualitatifs d'un point de vue architectural et paysager, et pourtant implantés pour beaucoup en entrée de ville et d'agglomération. Les bâtiments en « boîte à chaussure » ne se différencient que par les enseignes ; la conséquence directe de cette absence de maîtrise qualitative est une véritable perte d'identité. Aucun repère ne permet de différencier l'entrée de l'agglomération annemassienne de n'importe quelle autre agglomération française. Pourtant, ceci est un enjeu d'autant plus important que l'agglomération et la ville d'Annemasse concentrent leurs efforts pour améliorer les espaces de centralité (projet des « trois places », projet Etoile... à Annemasse) et ainsi renforcer l'identité urbaine de l'agglomération.

En matière de traitement des limites, les clôtures, hétérogènes sur le plan des matériaux utilisés (fer, bois, plastique...), des couleurs ou de leur dimension, ainsi que les stockages en façade, sont légion. Pourtant, la prise en compte du traitement des limites (par les documents d'urbanisme, au travers du règlement ou de chartes annexées) peut améliorer très nettement la perception des zones commerciales.

Enfin, le paysage visuel est souvent surchargé le long des voiries et sur les façades par une profusion d'enseignes et de panneaux publicitaires de tailles, couleurs, formes et positions aléatoires, changeant au gré des reprises. Les entrées de territoire sont peu traitées sous forme de séquences différenciées, induisant un sentiment d'espaces « sur-ouverts » et « sur-étalés », en l'absence de verticales et de cadrage (bâtiments souvent bas et étalés). La qualité paysagère est généralement donnée par les arrière-plans naturels (vues sur le Salève depuis la zone de la Châtelaine) ou par la conservation de la végétation originelle du site (grands arbres).



*Des espaces visuellement surchargés le long des voiries*



*Les bâtiments en « boîte à chaussure » ne se différencient que par les enseignes*



La végétalisation est souvent rare ou traitée à minima par des bandes herbeuses, alors même qu'elle peut facilement être utilisée comme élément d'embellissement et de technique (exemple : noue végétalisée dans le cadre du traitement en surface des eaux pluviales). Les plantations « alibi », insuffisantes et chétives, ne peuvent apporter un ombrage efficace et du confort à l'utilisateur. Hors « magasin-concept » (jardinage...), le végétal constitue ainsi un élément sous-utilisé, notamment dans les zones périphériques. Son exploitation en tant qu'espace de transition et écran visuel permet pourtant d'améliorer significativement la qualité de ces secteurs, sans forcément nécessiter d'entretien contraignant. En centre-ville, la végétalisation devient clairement un facteur d'attractivité lorsqu'elle existe, donnant aux lieux un véritable caractère de « balade » et un ombrage limitant les phénomènes d'îlots de chaleur.

*Des espaces sur-minéralisés, des buis en plastique*



*En zone d'activités, en entrée de territoire ou en centre-ville, les plantations « cadrent » l'espace, lui donnent de l'épaisseur et peuvent constituer un véritable facteur d'attractivité*



*Exemple de végétalisation avec entretien limité : un gazon fleuri, tel qu'utilisé le long de la RD907*

Ces constats mettent en exergue la nécessité d'encadrer le développement et l'aménagement des pôles pour améliorer leur fonctionnalité et notamment :

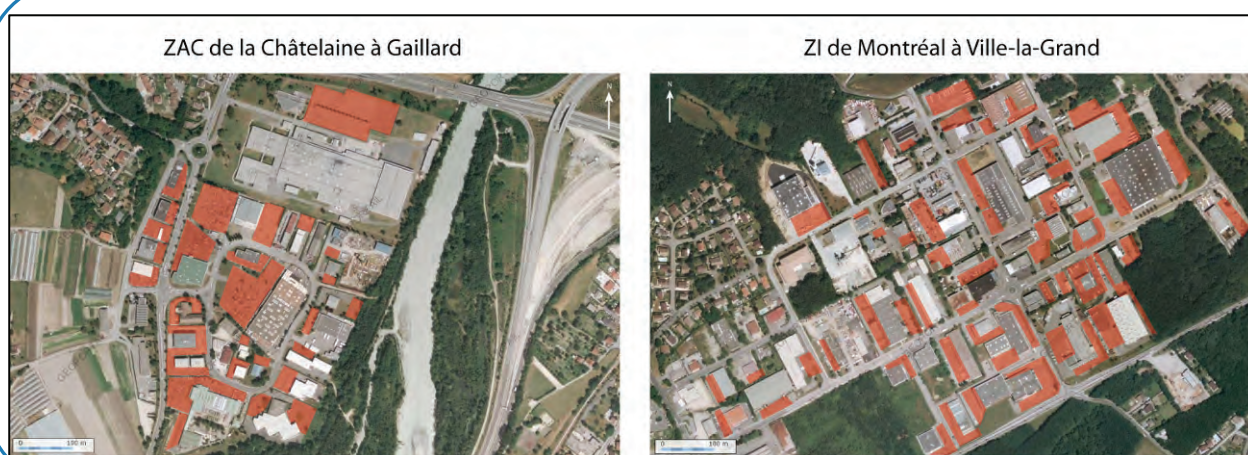
- Favoriser une accessibilité aux pôles, et des déplacements à l'intérieur des pôles, via des modes alternatifs à la voiture, en cherchant à rééquilibrer modes d'accès, typologie des commerces et localisation des zones commerciales, ainsi qu'en développant des accès sécurisés par les modes doux ;
- Améliorer la lisibilité et l'attractivité des pôles commerciaux, à travers une approche globale sur chacun des pôles, une recherche d'harmonisation et la mise en place d'aménagements publics différenciés entre secteurs commerciaux et non commerciaux (traitement des voies, mobilier urbain, signalétique...) ;
- Améliorer la qualité architecturale et paysagère des entrées de ville, notamment en incitant les distributeurs à se tourner vers des formes de développement plus qualitatives de ce point de vue, en valorisant l'intérêt esthétique et technique du végétal, en cherchant à hiérarchiser et redimensionner les espaces publics et privés et en entretenant les aménagements.

## D. Favoriser un aménagement commercial durable

L'analyse qualitative des pôles commerciaux, et notamment des pôles de périphérie, met en évidence des formes d'urbanisation commerciale développées par les distributeurs - et peu encadrées jusqu'à présent - globalement peu respectueuses de l'environnement.

La faible densité des pôles périphériques, souvent liée aux surfaces de stationnement associées aux bâtiments commerciaux et individualisées pour chaque établissement, induit une emprise foncière relativement élevée. Cette consommation de foncier s'accompagne généralement d'une imperméabilisation des sols et de la nécessité accrue de gérer les eaux pluviales (récupération des eaux, aggravation des risques d'inondation par débordement). Certains exemples de construction en étage, de stationnement sur toit ou mutualisé entre enseignes sont néanmoins visibles sur le territoire.

### *L'emprise spatiale des places de parking dans les parcs d'activité*



Source : Annemasse Agglo, 2008

L'état des lieux met également en évidence le peu d'initiatives mises en œuvre par des distributeurs et les acteurs publics pour limiter la consommation énergétique des bâtiments, ou réduire les consommations liées à l'éclairage extérieur. Les « bonnes pratiques » en matière de réduction de la dépense énergétique existant pourtant : production photovoltaïque, puits de lumière, brise-vues, ampoules extérieures et intérieures basse consommation, optimisation des dispositifs de froid (vitrines..), gestion technique centralisée... Question éclairage public, les candélabres calibrés sur les espaces « tout voiture » sont fortement consommateurs d'énergie (halogènes) et entraînent des phénomènes de pollution lumineuse pour les riverains ainsi que pour la faune.

L'absence de démarches collectives dans le cadre de la gestion des ressources et des déchets est également prégnante dans les pôles d'activités de périphérie. On note ainsi une intégration inégale des points de collecte des déchets (clients, commerçants).

Enfin, l'aménagement des pôles est globalement peu réfléchi en tenant compte des continuités écologiques, et ont pour conséquence la constitution fréquente d'obstacles infranchissables pour la faune (clôtures...). Pourtant, les zones commerciales périphériques sont souvent limitrophes de continuités écologiques d'intérêt supra-communal.

*Exemple : secteur de Borly*



Ces constats mettent en évidence un enjeu d'amélioration de la qualité environnementale pour chaque nouveau développement, mais aussi d'amélioration de la qualité globale des pôles pouvant nécessiter une approche d'ensemble sur certaines localisations, sur les cibles précédemment évoquées.

### **III - Des outils mis en œuvre : Quel bilan ?**

#### **A. La Charte de développement commercial**

Annemasse-Les Voirons Agglomération s'est dotée d'une Charte de développement commercial approuvée en juin 2005, déclinant les orientations générales du SCOT. Cette charte, élaborée pour une période de 5 ans et aujourd'hui caduque, reposait sur 5 grands axes d'orientations :

- Le repositionnement du développement des moyennes et grandes surfaces alimentaires dans les centralités du territoire,
- Le confortement des pôles commerciaux de proximité,
- La structuration économique et spatiale des principaux pôles commerciaux, et notamment la traduction du SCOT en ce qui concerne le double-zonage des pôles d'activités mixtes,
- La réalisation d'implantations commerciales à forte valeur ajoutée,
- La programmation d'un pôle marchand d'excellence sur le site des Iles à Etrembières.

Suite à la mise en œuvre de cet outil, un bilan a été réalisé, afin de mettre en évidence le degré de compatibilité des développements qui ont eu lieu avec ces orientations, ainsi que leur effet sur le tissu économique. Le bilan met en évidence que sur 24 385 m<sup>2</sup> demandés en Commission Départementale<sup>5</sup>, 14 894 ont été autorisés dont 2 720 en Commission Nationale<sup>6</sup>. Sur le plan quantitatif, la Charte de développement commercial a donc permis d'atteindre au moins partiellement l'objectif de maîtrise du développement des grandes surfaces affiché dans le SCOT. Un bilan plus approfondi permet de faire trois constats sur la mise en œuvre de cet outil :

- Un double-zonage des pôles d'activités de périphérie fonctionnel : dans ces localisations, aucune implantation de commerces de plus de 300 m<sup>2</sup> n'a eu lieu en dehors des secteurs identifiés comme destinés au commerce dans la Charte de développement commercial. Malgré le respect de ces orientations, aucun impact n'a été relevé vis-à-vis du déclin de l'industrie sur le territoire, le commerce n'étant pas le seul facteur en cause (- 20% d'établissements entre 2003 et 2008 et - 16% d'emplois). Cela a cependant permis de préserver des îlots dédiés à l'industrie.
- Un commerce de centralité qui stagne : malgré l'orientation de la Charte de développement commercial, visant à recentrer le développement des grandes et moyennes surfaces alimentaires en centralité, sur 2350 m<sup>2</sup> autorisés en alimentaire, seuls 290 l'ont été en centralité au sens du SCOT. Par ailleurs, les constats exposés au 2.2. du présent chapitre, concernant l'évolution du commerce traditionnel mettent en évidence que la Charte de développement commercial n'a pas véritablement contribué à l'objectif de renforcement commercial des centralités du territoire. Cela peut être attribué d'une part au manque d'initiative de la part des opérateurs à l'intérieur des centralités mais aussi au fait que les orientations sur les développements à privilégier dans les pôles d'activités de périphérie n'ont pas été respectées. La Charte proposait notamment, sur certains pôles périphériques, des développements ciblés sur des équipements lourds (équipement lourd de la maison, automobile), et ces préconisations ont peu été suivies. Des développements sur la thématique de l'équipement de la personne ont été autorisés sur ces localisations, et ont pu freiner l'implantation d'activités notamment dans le centre-ville d'Annemasse.
- Des orientations qualitatives peu effectives : les orientations concernant la plus-value apportée par les nouveaux développements (qualité et diversité commerciale apportée par les développements, aspects des développements...) n'ont pas véritablement impulsé de dynamique en ce sens. En effet, très peu de nouvelles implantations ont apporté une vraie plus value sur ces aspects. Les difficultés de mise en œuvre de ces orientations qualitatives ont mis en évidence la nécessité d'être précis dans ces orientations, afin de pouvoir évaluer la compatibilité des projets sans difficultés, et inciter les porteurs de projets à améliorer leurs performances sur des cibles identifiées.

---

<sup>5</sup> CDEC ou CDAC

<sup>6</sup> CNEC ou CNAC



Les objectifs du SCOT, déclinés dans la Charte de développement commercial n'ont globalement pas été atteints (maintien de l'industrie et renforcement des centralités), mais cette période d'application a permis de tirer plusieurs enseignements :

- La délimitation fine des tènements destinés à accueillir du commerce est une mesure simple d'application et efficace.
- Les orientations pour le maintien et le renforcement commercial des centralités, (notamment les préconisations de la charte de développement commerciale sur les développements de grandes et moyennes surfaces alimentaires) ont été difficilement applicables.
- L'application de la Charte de développement commercial n'a pas non plus été optimale concernant les aspects qualitatifs du développement commercial (plus value apportée par les projets), notamment en lien avec le manque de clés de mise en œuvre de ces critères.

## **B. La mise en place d'un Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC) d'Agglomération**

Le PADD du SCOT et la Charte de Développement Commercial ayant défini la volonté politique du territoire en matière de développement commercial, Annemasse Agglo s'est engagée dans une démarche concrète : le FISAC. Il s'agit d'un outil financier qui permet aux collectivités locales de bénéficier de subventions étatiques pour les aider à favoriser le maintien et le développement des activités de proximité.

Sur le territoire, le FISAC a été sollicité à deux niveaux :

- Au niveau communal, des actions principalement d'investissement (acquisition de locaux commerciaux, aménagements de parkings et de signalétique, etc.) ont été menées par plusieurs communes de l'agglo. Les communes d'Annemasse et de Gaillard se sont engagées dans des programmes plus vastes de dynamisation des unions commerciales, d'animations et d'études de développement commercial.
- Au niveau de l'agglomération, une première tranche d'actions de fonctionnement a permis de renforcer la gouvernance entre les acteurs publics et privés du commerce et de l'artisanat, en partenariat avec l'Etat et les chambres consulaires. Une seconde tranche est en cours d'instruction au printemps 2011, afin de renforcer les actions d'animation, de structuration et de professionnalisation de l'offre commerciale et artisanale de proximité.

La gouvernance au cœur de ce dispositif a permis l'émergence de projets partagés par l'ensemble des acteurs, tant à des niveaux communaux qu'intercommunaux. Les acteurs privés sont parties prenantes des décisions et des propositions en matière de commerce et d'artisanat sur l'ensemble du territoire d'Annemasse Agglo.

## C. La mise en œuvre du SCOT

Approuvé le 28 novembre 2007, le SCOT oriente les choix des élus en matière d'implantation commerciale, dans le cadre des CDAC et de l'élaboration des documents d'urbanisme communaux, dont les choix doivent entrer en compatibilité avec ce document.

Force est de constater qu'un certain nombre d'arbitrages ont été difficilement réalisables sur la base du SCOT, car si les fondements et objectifs de ce document sont fortement affirmés, et si l'identification des localisations préférentielles est lisible et permet d'effectuer des arbitrages claires, un certain nombre de précisions et clés de mise en œuvre paraissent essentielles à son application. Les principaux points de difficultés concernant les arbitrages sur les projets commerciaux ont concerné :

- La mise en œuvre de l'orientation générale du SCOT selon laquelle « le développements commercial futur dans les pôles spécifiques d'activités de périphérie ne devra pas compromettre le maintien d'une fonction commerciale attractive dans les centralités urbaines du territoire ». Les difficultés ont porté sur l'identification des typologies de développement entrant dans le champ de la compatibilité avec cette orientation.
- La mise en œuvre de l'orientation selon laquelle « les projets de nouvelles constructions ou de requalification du bâti existant devront apporter une véritable plus value sur le plan architectural et paysager par rapport au préexistant. Une consommation plus économe du foncier par les bâtiments d'activités et par leurs surfaces de stationnement sera recherchée. » En l'absence de grille d'analyse précise de la qualité des projets sur le plan architectural, paysager, et environnemental, et en l'absence de précisions sur le niveau d'attente de la collectivité quant aux autres critères qualitatifs, la compatibilité des nouveaux développements et des dispositions du PLU avec cette orientation s'avère parfois difficile à évaluer. Il est aujourd'hui nécessaire d'aller plus loin. Au-delà de l'analyse des projets au cas par cas, une meilleure lisibilité pour les porteurs de projets des attentes de la collectivité sur ce point, permettrait une prise en compte de cette problématique en amont de l'élaboration des projets de nouveaux développements.

Par ailleurs, le suivi des projets commerciaux dans le cadre de la mise en œuvre du SCOT a mis en évidence une « gouvernance » et des échanges « collectivités / porteurs de projets » encore trop peu développés pour permettre au SCOT d'atteindre les buts fixés.



## D. Enjeux pour le DAC en tant que nouvel outil de planification

Au vu de la mise en œuvre de la Charte de développement commercial, et du SCOT d'Annemasse Agglo, et de leur effet sur le tissu économique, un certain nombre d'enjeux en lien avec l'élaboration d'un Document d'Aménagement Commercial peuvent être mis en évidence :

- ✓ Préciser l'identification des localisations préférentielles pour le développement commercial par une délimitation des zones concernées, au sein d'un document unique et opposable. Comme l'a montré la mise en œuvre de la Charte de développement commercial, les zonages sont un moyen efficace de maîtriser les implantations diffuses de grandes et moyennes surfaces, et de préserver des espaces dédiés à l'industrie dans les pôles d'activités mixtes,
- ✓ Donner des orientations claires permettant de réaliser des arbitrages sur les développements commerciaux dans les pôles de périphérie, afin de ne pas porter atteinte à la vitalité économique des centralités. Pour cela, le DAC propose une hiérarchisation des fonctions commerciales à l'échelle de l'agglomération et identifie les typologies de développement à privilégier dans les centralités. Le DAC apporte dans ce cadre une réelle plus-value par rapport à la Charte de développement commercial, dans la mesure où il constitue un document opposable aux décisions des CDAC et aux PLU, et par ce biais aux autorisations d'urbanisme.
- ✓ Préciser le niveau d'exigence de la collectivité en matière de qualité des développements (architecturale, paysagère, environnementale), afin de donner plus de lisibilité aux porteurs de projets sur les objectifs à atteindre en la matière, et de permettre à la collectivité de disposer d'un outil d'évaluation de la compatibilité des projets avec le SCOT sur ce point. Il s'agira notamment d'identifier les cibles sur lesquelles les nouveaux développements devront faire preuve d'exemplarité (stationnement, végétalisation, densité des constructions, matériaux...), et dans la mesure du possible, de préciser l'objectif à atteindre (niveau d'attente) pour chacune de ces cibles.



Annemasse **Agglo**

Annemasse - Les Voirons Agglomération

## PARTIE II

# Méthodologie de hiérarchisation des fonctions commerciales

- Hiérarchisation des pôles commerciaux
- Déclinaison des orientations spécialisées

**Intégré au SCOT d'Annemasse Agglo**

Par délibération du Conseil Communautaire  
du 4 juillet 2012



Le Document d'Aménagement Commercial répond à un enjeu d'identification et de hiérarchisation des fonctions commerciales à l'échelle du territoire, afin de favoriser la complémentarité entre pôles commerciaux dans la réponse aux besoins de la population et surtout d'opérer un développement commercial en cohérence avec les logiques d'aménagement du territoire.

### I - Hiérarchisation des pôles commerciaux

Afin de donner des orientations spatialisées et différenciées selon les pôles commerciaux, et de s'inscrire dans les logiques précitées, une hiérarchisation des pôles commerciaux a été effectuée en tenant compte de plusieurs éléments :

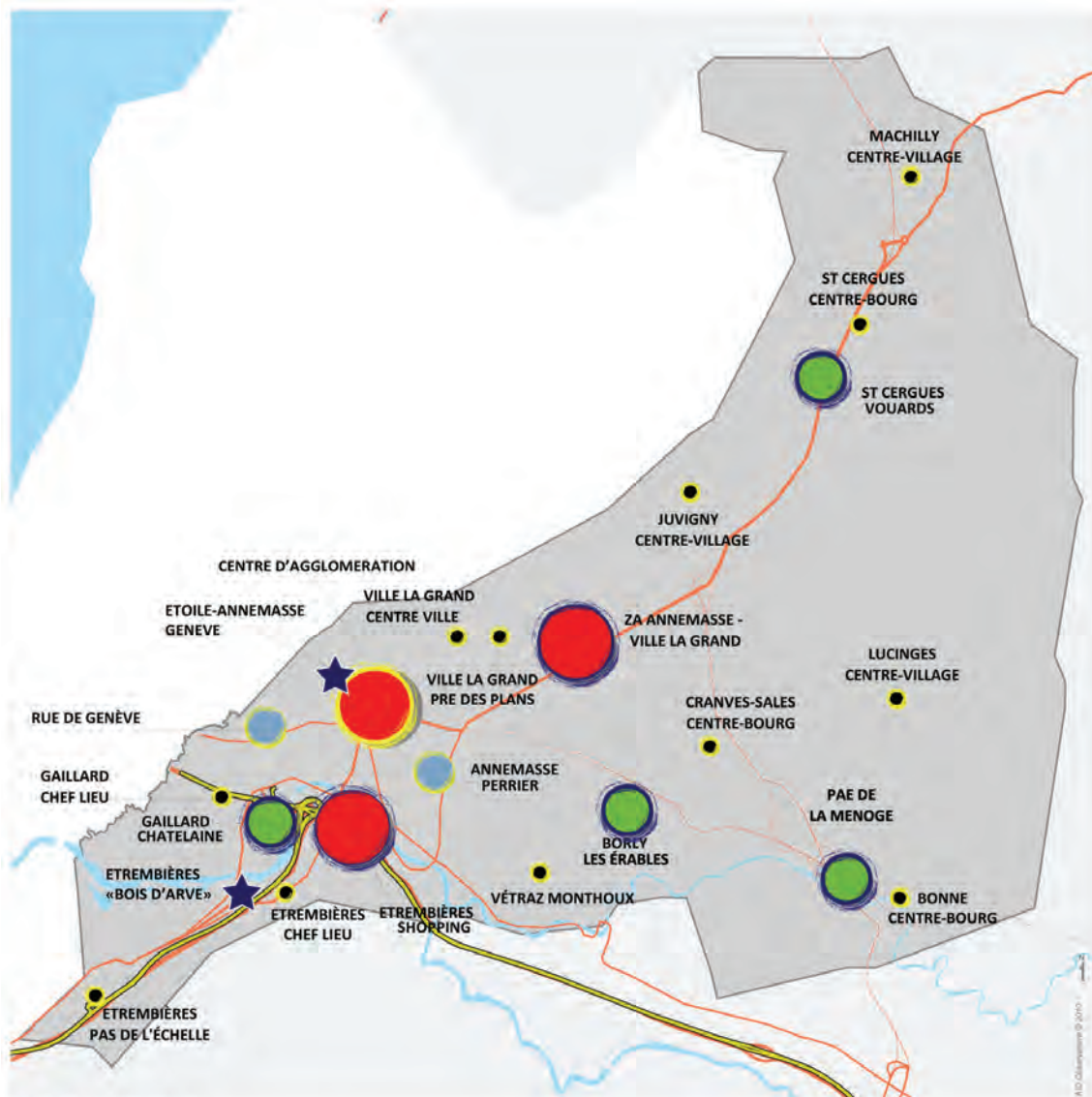
- Le niveau de fonction commerciale des pôles (cf. tableau ci-après) : il s'agit de définir des niveaux hiérarchiques en terme de rayonnement commercial des pôles et de besoins couverts. L'objectif est de pouvoir ainsi considérer de manière différenciée les pôles répondant à des besoins de proximité et rayonnant à l'échelle d'une commune ou d'un quartier, par rapport à des polarités répondant à une plus grande diversité de besoins et rayonnant à l'échelle du territoire dans son ensemble ou au delà.
- Le positionnement dans le SCOT : le SCOT identifie deux catégories de localisations préférentielles pour le développement commercial : les centralités urbaines, villageoises et de quartier, et les pôles spécifiques d'activités de périphérie. Les centralités et leurs proximités immédiates sont destinées à accueillir l'essentiel de la croissance démographique, ainsi que des emplois et des équipements. Les pôles spécifiques d'activités de périphérie accueillent essentiellement des activités économiques et font l'objet d'orientations spécifiques de développement dans le cadre du SCOT. Il apparaissait comme primordial de distinguer ces deux catégories de localisations dans les orientations, pour répondre aux objectifs précités. Le SCOT identifie également des sites de grands projets qui pourront accueillir du développement commercial sous certaines conditions. Il s'agissait également de repositionner ces pôles dans la hiérarchie, à partir de la vocation qui leur est attribuée dans le SCOT.

Cinq niveaux de fonction commerciale ont été identifiés sur l'agglomération, et permettront de donner des orientations spatialisées, tenant compte des caractéristiques propres à chaque catégorie. Le projet « Etoile Annemasse-Genève » fera émerger une nouvelle fonction commerciale, appelée ici fonction « gare ».

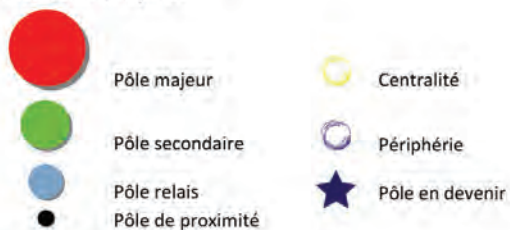
*Définition des niveaux de fonction commerciale sur le territoire d'Annemasse*

| Fonction commerciale                                        | Aire d'influence                                                | Fréquence d'achat              |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| <b>Fonctions commerciales identifiées sur le territoire</b> |                                                                 |                                |
| Majeure de périphérie                                       | Genevois haut savoyard + Suisse<br>(>100 000 habitants)         | Occasionnelle à exceptionnelle |
| Majeure de centralité                                       |                                                                 | Quotidienne à exceptionnelle   |
| Secondaire                                                  | Rayonnement à l'échelle du SCOT<br>(50 000 à 100 000 habitants) | Hebdomadaire à occasionnelle   |
| Relais                                                      | Une à plusieurs communes                                        | Hebdomadaire/Quotidiens        |
| Proximité                                                   | Locale : Une commune/un quartier                                | Quotidiens                     |
| <b>Fonction commerciale en devenir</b>                      |                                                                 |                                |
| Fonction commerciale                                        | Aire d'influence                                                | Fréquence d'achat              |
| Gare                                                        | Genevois Haut-Savoyard + Suisse                                 | Quotidienne à occasionnelle    |





Hiérarchie des pôles



## II - Déclinaison des orientations spatialisées

Les orientations spatialisées proposées dans la partie IV du présent document distinguent 5 niveaux d'offre commerciale, dont les impacts sur l'aménagement du territoire et le développement durable sont suffisamment hétérogènes pour mériter de les différencier. Ces orientations spatialisées consistent à identifier, pour chaque niveau de fonction commerciale (majeur de centralité, majeur de périphérie, secondaire, relais, proximité), les typologies de développement à privilégier (niveaux d'offre).

### Définition des niveaux d'offre

| Niveau d'offre | Fréquences d'achats      | Types d'activités concernées                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Aire d'influence principale             |
|----------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Niveau 1       | Quotidienne              | Boulangerie, boucherie – charcuterie, tabac – presse, fleurs, épicerie, petites surfaces alimentaires, services et artisans....                                                                                                                                                                                                                        | Locale (commune, quartier)              |
| Niveau 2       | Hebdomadaire             | Alimentaire généraliste, surgelés, alimentaire spécialisé, produits d'hygiène et d'entretien...                                                                                                                                                                                                                                                        | > 2500 habitants                        |
| Niveau 3       | Occasionnelle « légère » | Habillement, vêtements-chaussures de sport, chaussures, optique, parfumerie – produits de beauté, bijouterie, horlogerie, vaisselle – couvert - art de la table, linge de maison, librairie – papeterie – CD/DVD, jeux - jouets, petite décoration, petit électroménager, radio-Hifi (radio réveil, MP3...)                                            | > 10 000 habitants                      |
| Niveau 4       | Occasionnelle « lourde » | Petit bricolage (visserie, cordages, joints colle...), gros bricolage, matériaux, petit électro ménager, dépôt-vente, petit mobilier, matériel d'entretien extérieur (motoculteur, tondeuse...), gros articles de sport, informatique (matériel et consommable), animalerie, jardinerie, produits phytosanitaire, réparation auto, accessoires auto... | > 10 000 habitants                      |
| Niveau 5       | Exceptionnelle           | Mobilier, gros électroménager, matériaux – revêtements, luminaires, aménagement, de la maison (cuisines, salles de bains) concessionnaires automobiles...                                                                                                                                                                                              | > 30 000 habitants voire métropolitaine |

| Niveau d'offre | Modes dominants d'accès et de transport des achats | Emprises foncières ou bâties <sup>7</sup> | Impact sur animation des centralités |
|----------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------|
| Niveau 1       | Modes doux<br>Transports en commun<br>Motorisée    | Faible                                    | Fort                                 |
| Niveau 2       | Modes doux<br>Transports en commun<br>Motorisée    | Faible à moyenne                          | Fort                                 |
| Niveau 3       | Modes doux<br>Transports en commun<br>Motorisée    | Faible à moyenne                          | Fort                                 |
| Niveau 4       | Motorisée                                          | Moyenne à importante                      | Faible                               |
| Niveau 5       | Motorisée                                          | Moyenne à importante                      | Faible                               |

Les aires d'influence et fréquences d'achats auxquelles les différents niveaux d'offre correspondent renvoient à des typologies d'activités différentes qui n'induisent pas toutes les mêmes contraintes d'implantation (emprise foncière, modes d'accès...) et les mêmes comportements de déplacements (fréquence des déplacements, origine de la clientèle...).

A titre d'exemple, l'offre de niveau 1 nécessite une zone de chalandise relativement restreinte pour fonctionner et va générer des déplacements très fréquents, souvent de courte distance. Afin de répondre à un enjeu de rationalisation des déplacements, il est préférable que cette offre soit maillée finement sur le territoire, au plus près des densités urbaines (habitats, emplois, équipements). Une telle logique d'implantation permet une desserte optimale des populations sur ces achats très fréquents, mais favorise également le recours à des modes de déplacements doux. L'offre de niveau 1 contribue également particulièrement à l'animation des centralités urbaines, et peu s'y implanter relativement facilement car elle nécessite des emprises foncières restreintes. C'est en ce sens que cette offre sera privilégiée dans les centralités.

A contrario, l'offre de niveau 5 rayonne sur un périmètre supra territorial, et nécessite en ce sens de très bonnes conditions d'accessibilité. Cette offre renvoie à des équipements qui nécessitent de fortes emprises foncières, qui seront difficiles à trouver en centralité (sauf concept spécifique). Il est par ailleurs pertinent de concentrer cette offre sur un nombre restreint de sites, pour permettre au consommateur de satisfaire ses besoins de comparaison souvent associés à ce type d'achats, sans parcourir une multitude de sites. La concentration de l'offre de niveau 5 répond également à une logique de développement favorisant la lisibilité de l'offre à l'échelle de l'agglomération, et son attractivité. Cela explique le choix d'Annemasse-Les Voirons Agglomération de concentrer ces développement sur les pôles majeurs.

<sup>7</sup> Faible : moins de 500 m<sup>2</sup> de surface de plancher  
Moyenne : 500 à 3 000 m<sup>2</sup> de surface de plancher  
Importante : plus de 3 000 m<sup>2</sup> de surface de plancher







Annemasse **Agglo**

Annemasse - Les Voirons Agglomération

### PARTIE III

# Objectifs et orientations d'aménagement commercial

- Une priorité au maintien et au développement d'une offre commerciale au cœur des centralités
- Des fonctions commerciales polarisées, hiérarchisées et complémentaires
- Des pôles commerciaux qualitatifs, fonctionnels et intégrés dans leur environnement
- Un aménagement commercial durable

**Intégré au SCOT d'Annemasse Agglo**

Par délibération du Conseil Communautaire  
du 4 juillet 2012



## **Documents et actes concernés par le DAC**

Les objectifs et orientations énoncés par le présent document s'imposent, dans un rapport de compatibilité, aux documents d'urbanisme locaux des communes appartenant à la Communauté d'Agglomération d'Annemasse (Plans Locaux d'Urbanisme PLU), au Programme Local de l'Habitat (PLH), au Plan de Déplacements Urbains (PDU), aux procédures de Zones d'Aménagements Concerté (ZAC), aux autorisations d'urbanisme (restreintes aux autorisations de lotir et permis de construire des constructions supérieures à plus de 5000 m<sup>2</sup> de SP<sup>8</sup>), ainsi qu'aux autorisations d'exploitation commerciale. Lorsque ces prescriptions ne concernent pas l'intégralité de ces documents, le ou les documents concernés sont systématiquement identifiés dans le texte.

## **Champ d'application**

Le présent document s'applique aux commerces de détail<sup>9</sup> et activités artisanales inscrites au registre du commerce. Ne sont pas concernés par les orientations de ce document, le commerce de gros<sup>9</sup>, les activités non commerciales, et notamment l'artisanat de production, l'industrie, les activités de bureau, les services aux entreprises, l'hôtellerie et la restauration. Les activités agricoles et artisanales<sup>10</sup> avec point de vente ne sont pas non plus concernées par les orientations de ce document, dans la mesure où la surface de vente n'excède pas 30% de la surface de plancher globale dédiée à l'activité.

---

<sup>8</sup> SP : Surface de Plancher

<sup>9</sup> Le commerce de détail est défini dans la circulaire du 16 janvier 1997 portant application des dispositions de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 : « La notion de commerce de détail soumis à autorisation préalable d'exploitation peut s'entendre des magasins où s'effectuent essentiellement la vente de marchandises à des consommateurs pour un usage domestique. Entrent également dans cette catégorie les commerces de gros qui pratiquent une activité significative de commerce de détail. Cette définition inclut notamment la vente d'objets d'occasion (brocantes, dépôts-vente, commerce de véhicules d'occasion, antiquaires...) ».

<sup>10</sup> Telles que définies par le décret n°98-247 du 2 avril 1998 relatif à la qualification artisanale et au répertoire des métiers

## Définitions

**Rappel** : les différents pôles commerciaux constituant les localisations préférentielles du SCOT ont été hiérarchisés par « niveaux de fonction commerciale » (pôle majeur de périphérie, pôle secondaire...) <sup>11</sup>. A chacun de ces pôles correspond une ou plusieurs Zones d'Aménagement Commercial (« ZACOM ») délimitées dans la partie IV du présent document.

Seront considérés comme des « nouvelles implantations » dans le présent document :

- la construction de nouveaux magasins,
- la création de nouveaux ensembles commerciaux <sup>12</sup>,
- le changement de destination d'un bâtiment initialement non commercial à du commerce <sup>13</sup>,
- les déplacements de magasins <sup>14</sup>,
- les mutations impliquant une évolution du niveau d'offre <sup>15</sup> du point de vente.

Seront considérés comme relevant de la « gestion des activités existantes » dans le présent document :

- l'extension de la surface de vente d'une activité existante,
- l'extension des ensembles commerciaux existants <sup>12</sup>,  
Ainsi que, qu'elles soit accompagnées ou non d'une extension concomitante :
- la démolition-reconstruction sur site et la restructuration d'un magasin existant,
- les déplacements de magasins au sein d'une même ZACOM,
- les mutations n'impliquant pas une évolution du niveau d'offre <sup>15</sup> du point de vente.

Le DAC énonce dans cette partie III des rappels de contexte, objectifs, orientations et recommandations. Dans le rédactionnel des orientations I à IV, les objectifs et orientations opposables aux documents et actes de rang inférieur figurent dans un cadre au fond bleu. Les recommandations, qui correspondent à des incitations permettant la mise en œuvre efficace des objectifs et orientations sont quant à elles insérées dans un cadre à fond vert.

<sup>11</sup> Cf. partie II du présent document, et notamment carte « hiérarchisation des pôles par niveau de fonction commerciale » p. 31.

<sup>12</sup> Au sens de l'article L752-3 du code du commerce.

<sup>13</sup> Changement de destination entre les catégories définies à l'article R.123-9 du Code de l'Urbanisme.

<sup>14</sup> Sauf au sein d'une même ZACOM, considérés comme de la gestion de l'existant (cf. définition de la « gestion des activités existantes »).

<sup>15</sup> Evolution d'un niveau d'offre à un autre ; niveaux d'offre, de 1 à 5, identifiés dans la partie « méthodologie de hiérarchisation des fonctions commerciale » du présent document p.32.

# I - Une priorité au maintien et au développement d'une offre commerciale au cœur des centralités

## A. Objectifs

- ✓ Conforter les centralités urbaines du territoire, objectif fort affirmé dans le PADD du SCOT et décliné à plusieurs niveaux :
  - Le maintien, la structuration et la dynamisation des activités commerciales et de services dans les centralités urbaines du territoire, en veillant à ce qu'elles ne soient pas fragilisées par le développement des zones économiques de périphérie.
  - Le confortement du cœur d'agglomération, à travers le développement d'un projet urbain ambitieux, mais aussi la recherche d'une attractivité en matière d'équipements et d'activités notamment commerciales.
- ✓ Favoriser un développement commercial cohérent avec le développement de l'habitat et des autres fonctions urbaines : il s'agit de favoriser la mixité des fonctions urbaines, afin de limiter les déplacements motorisés spécifiques au motif « achat », et d'apporter à la population une desserte en commerces de proximité au plus près des lieux de résidence.

## B. Orientations d'ordre général

### 1- Orientation pour favoriser l'implantation des commerces dans les centralités

Les PLU délimitent, au sein des centres d'agglomération, centres-villes, centres-bourgs, centres-villages, et centres de quartiers identifiés dans le présent document, des périmètres au sein desquels l'implantation d'activités commerciales sera privilégiée. Ces périmètres doivent être compatibles avec la délimitation des ZACOM identifiées dans le présent document et correspondent également aux micro-polarités entrant dans le cadre des exceptions de l'orientation II.B.

A l'intérieur de ces périmètres, les communes veilleront à instaurer des règles incitatives pour l'implantation des commerces, notamment en matière de traitement de l'espace public, de stationnement, d'alignement et de caractéristiques du bâti.

#### *Recommandations du DAC*

Afin d'assurer leur compatibilité avec l'objectif précité, les PLU pourront, par exemple, inscrire les dispositions suivantes :

- recul limité par rapport à la voie pour l'implantation des bâtiments sur les axes marchands
- homogénéité des règles de recul des bâtiments par rapport à la voie sur un même axe,
- mise en place de linéaires « commerce, artisanat et service » au titre de l'article L 123-1-5 7°bis du code de l'urbanisme,



- nombre « plancher » de places de stationnements par local commercial peu contraignant en centralité (accompagné, par exemple, d'une politique de promotion de la rotation des places).

Par ailleurs, il est à noter que les professions libérales et activités médicales contribuent également fortement à l'animation des centralités. Il est recommandé de favoriser leur implantation au cœur des centralités.

La mise en place d'une politique foncière (ex : droit de préemption urbain sur les murs et droit de préemption sur les fonds de commerce, sur certains secteurs ciblés) permet également à la collectivité d'intervenir en vue de préserver une destination « commerce de proximité » aux locaux commerciaux.

Les collectivités pourront par ailleurs utiliser la possibilité laissée par le législateur d'exonérer totalement ou partiellement de taxe d'aménagement, les commerces de détail d'une surface inférieure à 400 mètres carrés, en vue d'assurer le maintien du commerce de proximité.

## 2- Orientations relatives aux pôles de périphérie

Le SCOT affirme, dans ses orientations générales, que « d'une manière générale, le développement commercial futur dans les pôles spécifiques d'activités "de périphérie" existants ne devra pas compromettre le maintien d'une fonction commerciale attractive dans les centralités urbaines du territoire »<sup>16</sup>. Parmi les cinq niveaux d'offre identifiés dans la partie « méthodologie de hiérarchisation des fonctions commerciale » du présent document, les niveaux 1, 2 et 3 contribuent particulièrement à l'animation des centralités. En outre, l'offre de niveaux 1 et 2 répond à des achats réalisés très fréquemment. Il est particulièrement important de rapprocher cette offre des pôles d'habitat, afin de rationaliser les déplacements liés à ces achats. Par ailleurs, l'attractivité du centre d'agglomération d'Annemasse repose en grande partie sur la densité et la diversité de l'offre de niveau 3. C'est sur ces constats que s'appuie l'orientation ci-dessous, relative aux implantations commerciales dans les pôles de périphérie.

Les équipements commerciaux de type "galerie marchande" (regroupement de commerces au sein d'un même espace piétonnier couvert ou non couvert, juridiquement dénommés « ensembles commerciaux »<sup>12</sup>) accueillent, la plupart du temps, des commerces de niveau 1 et 3. Il est proposé, à travers l'orientation ci-dessous relative aux ensembles commerciaux, et pour répondre aux objectifs précités, de contraindre le développement de ces équipements dans les pôles de périphérie.

<sup>16</sup> Cf. SCOT de la région d'Annemasse, p. 301

Les nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3 sont exclues dans les pôles de périphérie (pôles secondaires et pôles majeurs de périphérie).

|                                              | Centralités | Pôles de périphérie |                                              |
|----------------------------------------------|-------------|---------------------|----------------------------------------------|
| <b>Achats quotidiens – niveau 1</b>          | X           | -                   | ■ Implantation dans toutes les localisations |
| <b>Achats hebdomadaires – niveau 2</b>       | X           | -                   | ■ Implantations dans certaines localisations |
| <b>Achats occasionnels légers – niveau 3</b> | X           | -                   | ■ Implantation exclue                        |
| <b>Achats occasionnels lourds – niveau 4</b> | X           | X                   |                                              |
| <b>Achats exceptionnels – niveau 5</b>       | X           | X                   |                                              |

Cette disposition s'applique aux ensembles commerciaux pour qui la création de cellules commerciales de niveau 1, 2 et 3 est exclue dans les pôles majeurs de périphérie et les pôles secondaires. Les auteurs des PLU, et membres de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial veilleront à la mise en œuvre de cette disposition.

Par ailleurs, les ensembles commerciaux totalement ou partiellement composés de cellules de niveau 1, 2 et 3, implantés dans les pôles majeurs de périphérie et dans les pôles secondaires à la date d'approbation du DAC, pourront s'étendre de manière limitée<sup>17</sup> ; afin de respecter les objectifs poursuivis par cette orientation, les auteurs des PLU et membres de la CDAC veilleront à éviter, lors de la mise en œuvre de l'extension, la création de nouvelles cellules commerciales de niveau 1, 2 et 3 au sein de ces ensembles existants<sup>18</sup>.

<sup>17</sup> Concernant la notion d' « extension limitée », on se référera à la définition énoncée au II B de la partie III du présent document.

<sup>18</sup> Cette disposition est applicable dans le cadre d'une extension ou d'une réorganisation des surfaces de vente autorisées à la date d'adoption du DAC.



## II - Des fonctions commerciales polarisées, hiérarchisées et complémentaires

### A. Objectifs

- ✓ Limiter les phénomènes d'étalement urbain et de mitage commercial (implantation disséminée de constructions, en zone rurale ou périphérie d'agglomération, entraînant une détérioration du paysage et des risques de pollution du milieu naturel) en favorisant la polarisation des équipements commerciaux, et en évitant les implantations d'équipements commerciaux isolés des équipements publics, zones d'habitat denses et des autres équipements commerciaux existants.
- ✓ Favoriser l'adéquation entre les caractéristiques des localisations préférentielles pour le développement commercial (desserte routière et en transports collectifs, disponibilités foncières, situation en centralité ou en périphérie), et les différents niveaux d'offre<sup>19</sup> qui pourront s'y développer. Il s'agit de prendre en compte les nécessités de fonctionnement des commerces (dimensionnement, emprise foncière à mobiliser, qualité de l'accessibilité...), et les impacts induits sur l'environnement (flux de déplacements générés, capacités de report modal...), ces éléments étant variables selon le type de commerce considéré (commerce de proximité/grandes et moyennes surfaces, commerces de biens pondéreux/non pondéreux, commerce répondant à des besoins courants/occasionnels/exceptionnels). Ainsi, il s'agit globalement :
  - de rapprocher l'offre des densités urbaines et des zones d'habitat pour les achats courants (quotidiens, hebdomadaires voire occasionnels légers), afin de garantir des modes d'accès diversifiés, de limiter les déplacements motorisés spécifiques au motif « achat », d'apporter à la population une desserte en commerces de proximité au plus près des lieux de résidence et de favoriser une animation urbaine en complémentarité avec les autres fonctions territoriales ;
  - de développer, en particulier en zones commerciales périphériques, des implantations plus excentrées et au dimensionnement supérieur pour les activités répondant à des achats exceptionnels ou occasionnels lourds, nécessitant généralement des accessibilités motorisées et des besoins fonciers importants.

### B. Orientations d'ordre général

Les nouvelles implantations d'activités commerciales<sup>19</sup> dont la surface de vente créée est supérieure ou égale à 300 m<sup>2</sup> s'effectuent prioritairement à l'intérieur des ZACOM délimitées dans la partie IV du présent document.

La gestion des activités existantes en ZACOM dépend des orientations relatives à chaque niveau de fonction commerciale, et est précisée à l'orientation II C du présent chapitre.

<sup>19</sup> Les notions de « nouvelles implantations » et de « gestion des activités existantes » sont définies p. 38 du présent document.

En dehors des ZACOM, il s'agira d'éviter tous nouveaux développements commerciaux, quelle qu'en soit la surface. Par exception à ce principe :

- De nouvelles implantations commerciales de proximité<sup>20</sup> pourront être admises, dans des secteurs identifiés dans le plan de zonage des PLU, et si elles répondent à l'un des objectifs suivants :
  - permettre, au sein de certaines zones d'habitat, la structuration de micro-polarités commerciales et de services au dimensionnement limité, répondant à des fonctions de proximité ;
  - permettre la structuration de micro-polarités commerciales et de services au dimensionnement limité en lien direct avec le fonctionnement d'équipements.
- La gestion des activités existantes<sup>19</sup> sera admise pour permettre leur bon fonctionnement. Dans ce cadre, l'extension de ces activités existantes situées hors ZACOM sera limitée. Afin de répondre au mieux aux objectifs précités, la notion d'extension « limitée » nécessite d'être précisée. L'impact des extensions sur l'aménagement du territoire et les flux de déplacements étant variable selon la taille des équipements considérés, on entendra par « extension limitée », une ou plusieurs extensions, dont le cumul permet de respecter les équilibres indiqués dans le tableau ci-après :

|                                          | <= 300 m <sup>2</sup> | 301 à 1000 m <sup>2</sup> | 1001 à 2500 m <sup>2</sup> | 2501 à 4000 m <sup>2</sup> | 4001 à 8000 m <sup>2</sup> | > 8000 m <sup>2</sup> |
|------------------------------------------|-----------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Extension maximale (%)                   | 100 %                 | 75 %                      | 30%                        | 25%                        | 20%                        | 15%                   |
| Plafond surface suppl. (m <sup>2</sup> ) | 200 m <sup>2</sup>    | 300 m <sup>2</sup>        | 500 m <sup>2</sup>         | 800 m <sup>2</sup>         | 1000 m <sup>2</sup>        | 1300 m <sup>2</sup>   |

Les différents seuils sont exprimés en pourcentage de la surface de vente autorisée à la date d'approbation du DAC. Ces valeurs sont exprimées en termes d'objectifs de non-dépassement des seuils mentionnés. Elles s'appliquent aux projets d'aménagement commercial soumis à autorisation ainsi qu'aux documents d'urbanisme locaux en termes de compatibilité.

Plus particulièrement, pour l'application de cette disposition pour les ensembles commerciaux situés hors ZACOM<sup>21</sup>, c'est la surface de vente totale de l'ensemble commercial qui est à prendre en compte. De plus, afin de respecter les objectifs poursuivis par les orientations exposées au I et II du présent document, les auteurs des PLU et membres de la CDAC veilleront à éviter la création de nouvelles cellules commerciales au sein de ces ensembles existants<sup>22</sup>.

#### Recommandations du DAC

Exemples de micro-polarités commerciales, destinés à l'implantation de commerces de proximité, pouvant être définis par les documents d'urbanisme locaux : quartiers du Livron et de Romagny à Annemasse, quartiers de la Martinière et des Négociants à Ambilly, carrefours de la Route de Genève à Ambilly et Gaillard, secteur Bas-Monthoux à Vétraz-Monthoux, quartier des Terreaux à Gaillard...

<sup>20</sup> L'offre de proximité se caractérise par une offre de dimensionnement limité composée de services et commerces traditionnels (inférieurs à 300 m<sup>2</sup> de surface de vente) et dont l'aire d'influence est locale (échelle du quartier, voire de la commune).

<sup>21</sup> Rappel : les dispositions concernant les ensembles commerciaux de périphérie sont exposées dans la partie I B 2 du présent document « orientations relatives aux pôles de périphérie »

<sup>22</sup> Cette disposition est applicable dans le cadre d'une extension ou d'une réorganisation des surfaces de vente autorisées à la date d'adoption du DAC.



## C. Orientations par niveau de fonction commerciale

L'orientation précédente répond à l'objectif de polarisation des équipements commerciaux, au sein des localisations préférentielles identifiées dans le SCOT. Le Document d'Aménagement Commercial a également un rôle de hiérarchisation des fonctions commerciales, et c'est l'objet des orientations suivantes. Il s'agit de privilégier certaines typologies de développements dans les localisations préférentielles, selon les caractéristiques de ces dernières notamment en termes localisation par rapport au tissu urbain, et de conditions d'accessibilité. Il s'agit de favoriser l'adéquation entre les caractéristiques de ces localisations, et les développements commerciaux à privilégier, afin d'en limiter les impacts sur l'aménagement du territoire et le développement durable.

En fonction de ses caractéristiques, chaque niveau hiérarchique fait l'objet d'orientations sur les niveaux d'offres qu'il accueillera de manière préférentielle. Les niveaux hiérarchiques et les niveaux d'offre dont il est fait référence dans la suite du document, sont ceux identifiés à la partie 2 du DAC (« *méthodologie de hiérarchisation des fonctions commerciales* »).

Les orientations 1 à 5 du présent chapitre définissent les niveaux d'offre<sup>23</sup> à développer de manière préférentielle pour chaque niveau de fonction commerciale identifié<sup>11</sup>, afin de répondre au mieux aux objectifs précités. Il s'agira d'éviter les nouvelles implantations ne s'inscrivant pas en compatibilité avec ces orientations, notamment par l'intermédiaire des autorisations et avis délivrés en CDAC.

Par exception à ce principe, et pour favoriser le bon fonctionnement des activités existantes, les activités implantées dans les ZACOM à la date d'approbation du DAC, mais qui ne s'inscrivent pas en compatibilité avec les orientations de développement des pôles exposées au II.C. 1 à 5 du présent chapitre, pourront bénéficier d'extensions limitées (se reporter, pour la définition des termes « extension limitée » au II B p. 42).

### 1- Orientations pour la fonction majeure de périphérie

Les pôles majeurs de périphéries (zone d'activité Annemasse-Ville La Grand, Shopping Etrembières), concentrent une offre commerciale très développée, bénéficient d'une bonne accessibilité motorisée et d'une bonne visibilité, et rayonnent de ce fait sur une zone de chalandise élargie (> 100 000 habitants).

L'offre de niveau 5 correspond à une offre de rayonnement élargie, et engendrant des comportements de déplacement spécifiques (déplacements rares mais pouvant être de longue distance) et principalement motorisés, en lien avec les caractéristiques des biens de consommation auxquels elle renvoie (biens pondéreux). Enfin, ces biens représentent souvent un investissement significatif, et engendrent de ce fait une attitude comparative de la part du consommateur, qui aura besoin de se rendre dans une multitude de points de vente avant de réaliser un acte d'achat. La concentration a par conséquent été privilégiée sur cette catégorie d'offre.

<sup>23</sup> Niveaux d'offre, de 1 à 5, identifiés dans la partie « méthodologie de hiérarchisation des fonctions commerciale » du présent document p.32

La logique retenue concernant les pôles majeurs de périphérie consiste donc à y privilégier les développements de niveau 5, ces localisations possédant des caractéristiques en termes d'accessibilité, de visibilité et de diversité de l'offre permettant de répondre efficacement aux exigences de fonctionnement de cette catégorie d'offre, et d'en limiter au mieux les impacts sur l'aménagement du territoire. Par ailleurs, il est à noter que les impacts induits en matière de déplacements et de consommation foncière de l'offre des niveaux 4 et 5 s'avèrent relativement similaires : mode d'accès et de transport des achats principalement motorisé, emprise foncière nécessaire plutôt élevée. L'impact sur l'animation des centralités de ces deux niveaux d'offre s'avère également assez faible, ce qui leur confère un positionnement adapté aux zones périphériques. Dans ce cadre, et afin de garantir une diversité de l'offre et une bonne lisibilité commerciale, il est proposé d'admettre, de manière exceptionnelle, les nouvelles implantations de niveau 4 dans les pôles majeurs de périphérie.

Les pôles majeurs de périphérie sont des localisations préférentielles pour des nouvelles implantations de niveau 5. Ils pourront admettre, de manière exceptionnelle, les nouvelles implantations de niveau 4.

## 2- Orientations pour la fonction majeure de centralité

Le centre-ville d'Annemasse concentre un grand nombre d'emplois, de logements, et d'équipements, et doit à ce titre assurer une fonction de réponse aux besoins réguliers (quotidiens et hebdomadaires). Il est par ailleurs un pôle majeur à l'échelle du territoire, et fait l'objet de grands projets qui vont venir renforcer son rôle de cœur d'agglomération (projet Etoile Annemasse-Genève, projet Chablais Parc...) ainsi que les liens avec Genève et les autres territoires limitrophes (projet CEVA<sup>24</sup>). La fonction commerciale participe à l'animation de ce centre-ville rayonnant sur l'agglomération, à son image et à son attractivité globale ; les orientations du DAC concernant ce pôle s'inscrivent par conséquent dans un objectif de renforcement de ce positionnement majeur. Il a été choisi de favoriser le développement de l'ensemble des niveaux d'offre dans ce « centre d'agglomération », tout en veillant à prendre notamment en compte les contraintes d'accessibilité routière inhérentes à cette localisation.

Le pôle majeur de centralité est une localisation préférentielle pour les nouvelles implantations de niveau 1, 2, 3, 4 et 5.

Le centre d'agglomération présente une accessibilité routière plus contrainte que les pôles majeurs de périphérie et les pôles secondaires. De ce fait, préalablement à la délivrance des autorisations d'exploitation commerciale, le porteur de projet devra fournir des éléments portant sur l'accessibilité à l'établissement (entrée/sortie pour les automobiles, implantation du parking, accessibilité piétons et cycles) permettant de juger de la compatibilité de son projet avec le fonctionnement du centre d'agglomération<sup>25</sup>.

Concernant plus particulièrement les flux de marchandises, la compatibilité des projets avec cette orientation pourra notamment être évaluée au regard du tonnage et du nombre de véhicules de livraisons attendus ou des emplacements livraisons prévus.

<sup>24</sup> CEVA : Liaison ferroviaire Cornavin – Eaux Vives - Annemasse

<sup>25</sup> En application de la circulaire du 31 décembre 2009 relative au rôle des services de l'état chargés de l'urbanisme et de l'environnement dans la mise en œuvre des dispositions sur l'aménagement commercial.



### 3- Orientations pour la fonction secondaire

Les pôles secondaires, au nombre de quatre sur le territoire (Les Vouards à Saint Cergues, La Menoge à Bonne, La Châtelaine à Gaillard, Borly/Les Erables à Vétraz-Monthoux et Cranves-Sales), sont tous des pôles spécifiques d'activités de périphérie au sens du SCOT. Le SCOT affirme que les développements commerciaux au sein de ces localisations, ne doivent pas porter atteinte au maintien et au développement d'une fonction commerciale attractive dans les centralités du territoire. Par ailleurs, ces localisations bénéficient d'une bonne accessibilité motorisée.

L'offre de niveau 4 renvoie à des activités générant des comportements de déplacements principalement motorisés (biens pondéreux), et à des équipements nécessitant généralement une emprise foncière importante, et de ce fait peu adaptés à une implantation en centralité. Cette offre renvoie par ailleurs à des achats qui restent relativement fréquents, et qu'il convient, de ce fait, de rapprocher des lieux d'habitation, en appliquant une logique de maillage, à l'échelle de bassins de vie internes au territoire.

Il a été choisi de privilégier le développement de l'offre de niveau 4 sur les pôles secondaires, pour s'inscrire dans cette logique de desserte optimale des populations, pour améliorer leur lisibilité commerciale et pour développer des complémentarités entre offre de périphérie et offre de centralité. Par ailleurs, comme il l'a été expliqué ci-avant, les impacts induits en matière de déplacements et de consommation foncière de l'offre des niveaux 4 et 5 s'avèrent relativement similaires. Il est donc proposé d'admettre, de manière exceptionnelle, les nouvelles implantations de niveau 5 dans les pôles secondaires.

- **Orientations applicables à l'ensemble des pôles de fonction secondaire**

Les pôles secondaires sont des localisations préférentielles pour les nouvelles implantations de niveau 4. Ils pourront admettre, de manière exceptionnelle, les nouvelles implantations de niveau 5.

- **Orientations spécifiques pour le pôle des Vouards :**

Le pôle des Vouards, tel qu'identifié dans le document graphique en quatrième partie de ce document, bien que bénéficiant d'un rayonnement local, accueille à ce jour des équipements commerciaux répondant à des besoins exceptionnels, sur la thématique de l'aménagement très lourd de la maison (cheminées, vérandas, piscines...). Afin de répondre au mieux aux objectifs spécifiques du SCOT sur ce pôle, et notamment le maintien de la dualité des fonctions économiques, il est proposé de renforcer cette vocation dans l'espace urbanisé existant, et de consacrer les espaces fonciers disponibles en continuité au sud du pôle existant (hors ZACOM) à de l'artisanat lié à l'aménagement « lourd » de la maison et aux énergies renouvelables.

Afin de conserver une cohérence à l'échelle du pôle dans son ensemble (ZACOM et espaces dédiés à l'artisanat), le pôle des Vouards est une localisation préférentielle pour les nouvelles implantations de niveau 5. Ces développements devront cependant contribuer à conforter le pôle des Vouards dans sa vocation actuelle. Cette disposition est une dérogation à l'orientation applicable à l'ensemble des pôles secondaires.

## 4- Orientations pour les pôles-relais et de proximité

Les pôles-relais et de proximité sont situés au cœur des centralités urbaines du territoire, et permettent de constituer un maillage fin de l'offre commerciale sur le territoire. Ils assurent à ce jour la réponse, plus ou moins complète selon les pôles, aux achats réguliers (achats quotidiens et hebdomadaires). Ces achats renvoient à l'offre de niveaux 1 et 2 générant des déplacements généralement de courte distance mais très fréquents. Afin de répondre à un enjeu de limitation des déplacements motorisés, mais aussi de s'inscrire dans une logique de desserte optimale de la population, il s'agit de privilégier le développement de ces catégories d'offre au plus près des pôles d'habitat, d'emplois et d'équipements du territoire.

Le pôle-relais « Route de Genève » est situé le long de la future ligne de tramway qui reliera directement le centre-ville d'Annemasse à Genève, et le pôle du Perrier-Livron fait l'objet d'un projet de rénovation urbaine (ANRU). De ce fait, ils sont tous deux voués à être confortés en tant que centralités urbaines. Le développement d'une offre de niveau 3 contribuera à diversifier les fonctions commerciales au sein de ces pôles et à cet objectif de confortement.

### • *Orientations communes à l'ensemble des pôles-relais et de proximité*

Les pôles relais sont des localisations préférentielles pour les nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3. Les pôles de proximité sont des localisations préférentielles pour les nouvelles implantations de niveau 1 et 2.

### • *Orientations spécifiques au pôle-relais « Porte de France – Rue de Genève »*

Le SCOT actuellement en vigueur demande, dans ses orientations générales, à ce que soit mis en place un séquençage des secteurs à vocation commerciale sur l'axe « route de Genève »<sup>26</sup>. Le document graphique annexé au DAC traduit cette orientation en délimitant les secteurs à vocation commerciale, à partir des polarités commerciales structurées sur cet axe, des futurs points d'arrêt du tramway et de la structuration actuelle ou à venir des îlots.

L'emplacement des arrêts du tramway n'étant encore pas précisément arrêté à ce jour, et le projet urbain accompagnant ce transport en commun en site propre non formalisé, le plan local d'urbanisme de chacune des communes concernées pourra apporter des modifications à la proposition de ZACOM formalisée dans le présent document, en lien avec l'avancement de ce projet. L'évolution du périmètre de ces ZACOM devra cependant respecter un principe de polarisation et de séquençage, afin d'éviter la dilution du développement commercial sur cet axe.

<sup>26</sup> Cf. SCOT p. 301

## 5- Orientations pour les pôles commerciaux en devenir

Le SCOT identifie des sites de Grands projets pouvant accueillir des équipements commerciaux dans des conditions qu'il précise dans ses orientations générales<sup>27</sup>. Le présent document identifie ces sites comme des localisations préférentielles pour le développement commercial et précise les orientations du DOG.

### • Orientations spécifiques pour le site du grand projet de l'Étoile Annemasse-Genève

Ce site de grand projet de développement, à cheval sur les communes d'Annemasse, Ville-la-Grand et Ambilly, fera émerger deux nouveaux pôles d'animation commerciale dans son périmètre : le pôle de proximité de l'« hôpital d'Ambilly », qui prendra forme dans le secteur occupé actuellement par les bâtiments de l'hôpital et destiné à accueillir des logements et des activités de formation, et le « pôle-gare », nouvelle fonction commerciale dont le rôle sera notamment d'accompagner le développement de la clientèle « voyageurs ».

Cette nouvelle fonction de « pôle-gare » a la particularité de disposer d'un rayonnement supra territorial, tout en répondant à des fréquences d'achats quotidienne à hebdomadaire, en lien avec les flux de déplacements en transports en commun. Il est donc localisé en lien direct avec le futur bâtiment voyageur, permettant de capter le flux des usagers qui empruntera le nouveau franchissement. Il est par ailleurs situé à proximité immédiate du centre-ville d'Annemasse ; il s'agit de ce fait d'assurer la cohérence entre ces deux pôles commerciaux.

Le pôle-gare est une localisation préférentielle pour des nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3. Le pôle de proximité de l'« hôpital d'Ambilly » est une localisation préférentielle pour des nouvelles implantations de niveau 1 et 2. Afin de ne pas porter atteinte à la vitalité économique du centre d'agglomération et des polarités commerciales existantes sur Ambilly et Ville-la-Grand, les PLU des communes d'Annemasse, de Ville-la-Grand et d'Ambilly définiront une surface commerciale maximale par unité commerciale.

### • Orientations spécifiques pour le site des Iles

Le SCOT, dans ses orientations spécifiques pour l'aménagement du deuxième sous-secteur du site des Iles dite « ZAC Bois d'Arve », impose de définir un projet d'ensemble répondant aux deux grands objectifs suivants : « renforcer et diversifier l'offre du territoire en terme de loisirs (notamment en terme de loisirs « sportifs ») » et « créer un nouveau pôle d'activités économiques (...) de préférence en lien avec cette fonction de loisirs »<sup>28</sup>.

Afin de répondre au mieux aux objectifs spécifiques du SCOT concernant ce site de grand projet de développement, et en complément des orientations exposées dans le Document d'Orientations Générales du SCOT<sup>28</sup>, le PLU de la commune d'Etrembières, ainsi que le règlement de la future ZAC intégreront des dispositions limitant la surface de plancher commerciale totale sur le site. Cette limite ne devra pas excéder 27 000 m<sup>2</sup> (valeur exprimée en termes d'objectif de non-dépassement).

<sup>27</sup> Cf. SCOT p. 311  
<sup>28</sup> Cf. SCOT p. 315

# Améliorer la qualité et la fonctionnalité des pôles commerciaux

## D. Objectifs

- ✓ Améliorer la lisibilité des pôles commerciaux, entre les secteurs dédiés aux commerces et les secteurs dédiés aux activités non commerciales (notamment activités industrielles et artisanales) ;
- ✓ Préserver et revaloriser l'aspect paysager des zones commerciales, souvent situées en entrées de territoire ;
- ✓ Veiller à ce que le développement commercial autorisé soit cohérent avec la desserte en transports publics et avec la capacité routière, de façon à ce que le fonctionnement urbain au sein et à proximité de ces zones ne soit pas perturbé ;
- ✓ Favoriser le report modal vers les transports en commun, renforcer la qualité de la desserte par les modes doux afin de permettre un accès diversifié aux commerces et une déambulation sécurisée dans chaque pôle commercial.

## E. Orientations d'ordre général

### 1- Orientations en matière de lisibilité des pôles commerciaux et qualité des espaces publics

La plupart des zones périphériques du territoire ont progressivement muté d'une vocation de production (industrie, artisanat) à une situation commerciale, bâtiment par bâtiment. Il résulte aujourd'hui de ce phénomène des zones mixtes, souffrant d'un manque de lisibilité entre les différents secteurs d'activité, ce qui pénalise les activités commerciales comme les activités de production. L'état des lieux met également en exergue le manque d'homogénéité dans l'aménagement urbain d'ensemble, peu de zones ayant fait l'objet à ce jour d'un programme d'aménagement – ou de requalification - global.

Dans les pôles répondant à une fonction commerciale majeure de périphérie ou secondaire, les documents d'urbanisme locaux assureront leur compatibilité avec le DAC en définissant spécifiquement des zones à vocation commerciale principale et en travaillant des règles adaptées à ce type d'activités, dans l'objectif de valoriser et mettre en évidence leur identité commerciale.

Pour les autres pôles, la qualité paysagère des espaces commerciaux sera traitée dans les documents d'urbanisme locaux à l'échelle des quartiers et des centralités<sup>1</sup>.

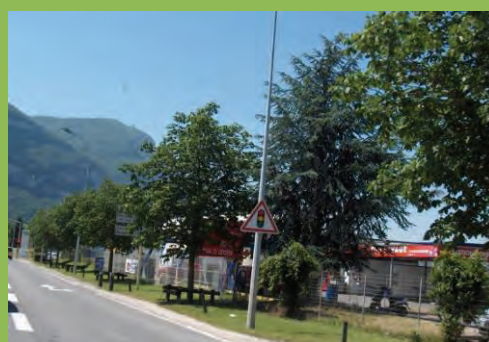


### *Recommandations du DAC*

Afin d'assurer leur compatibilité avec l'objectif précité, les PLU pourront, par exemple, développer des orientations d'aménagement relatives aux zones à vocation commerciale principale, situées le long d'axes d'entrée de ville ou d'agglomération. Ces orientations pourront porter sur la mise en valeur, la réhabilitation, la restructuration ou l'aménagement de ces zones commerciales, en utilisant les possibilités offertes par le PLU pour l'intégration du projet au milieu environnant bâti et naturel, la qualité architecturale du bâti et le traitement des façades, l'organisation et le traitement des espaces de stationnement ou encore la consommation d'espace.

Il est également recommandé la mise en place d'un règlement de publicité local, communal ou intercommunal, afin d'intervenir sur la signalétique et le mobilier urbain.

### *Exemples d'aménagements paysagers apportant une qualité des espaces publics*



## **2- Orientations relatives à la qualité paysagère des zones commerciales**

Toutes les zones commerciales périphériques sont situées en entrée de territoire, véritables « portes d'entrée » et axes de passage principaux du territoire aggloméré. Conformément aux orientations du SCOT, il convient de leur porter une attention toute particulière, en ce qu'elles constituent souvent la première image perçue. Le SCOT identifie graphiquement les différentes séquences à traiter, et indique les modalités de préservation, restauration et structuration de celles-ci<sup>29</sup>. L'état des lieux du DAC sur les zones commerciales a montré spécifiquement le manque de qualité architecturale et visuelle des développements commerciaux, lié principalement à l'aspect des bâtiments et aux espaces extérieurs privatifs. Dans ce cadre, la végétalisation des sites (pelouses, bandes herbeuses, plantations en limite ou dans les espaces de stationnement...) a notamment été pointée comme particulièrement pauvre. En matière d'intégration paysagère, le DAC cherche en conséquence à agir sur ces éléments précis.

<sup>29</sup> Cf. Orientation 3.4.2.3 du SCOT p.304-305

Rappel du SCOT : « les projets de nouvelles constructions ou de requalification du bâti existant devront apporter une véritable plus-value sur le plan architectural et paysager, par rapport au préexistant »<sup>30</sup>.

Sur le plan paysager, cette plus value pourra être appréciée en fonction du traitement des espaces extérieurs autour des surfaces commerciales. Sur le plan architectural, la plus value sera appréciée en fonction de la cohérence d'ensemble entre le volume des bâtiments et la taille de la parcelle, la hauteur des bâtiments environnants, le type de matériaux utilisés et la couleur de ces derniers.

Afin de garantir le respect de l'objectifs de revalorisation paysagère des zones commerciales<sup>31</sup>, les documents d'urbanisme locaux, les projets de plus de 5000 m<sup>2</sup> de surface de plancher comprenant de la surface de vente, les dossiers de ZAC et les dossiers de demande d'autorisation d'exploitation commerciale devront notamment préciser les éléments suivants :

- le traitement des façades (*palette de couleur, matériaux, position et taille des enseignes...*) ;
- le traitement des limites (*hauteur, couleur et composition des clôtures ou haies...*) ;
- la constitution des espaces verts (*essences, nombre de plantations, localisations...*), notamment sur les espaces de stationnement. Les surfaces libres de toute occupation devront être prioritairement traitées en espace vert, préférentiellement en pleine terre, et les arbres à haute tige seront privilégiés sur les espaces de stationnement ;
- le traitement paysager dédié aux infrastructures et équipements dédiés aux modes doux (piétons, cycles) ;
- les aménagements choisis permettant de dissimuler et mutualiser les emplacements de stockage avant collecte des déchets ;
- l'intégration du stockage de matériaux en extérieur, le cas échéant.

Les documents d'urbanisme locaux respecteront l'objectif de revalorisation paysagère, notamment par la définition d'objectifs et de dispositions précis et ambitieux en matière de traitement végétal.

#### *Recommandations du DAC*

Afin d'assurer leur compatibilité avec l'objectif précité, les PLU pourront, par exemple, utiliser les outils suivants :

- établissement d'une palette de couleur des façades ;
- harmonisation de la couleur et de la hauteur des clôtures éventuellement admises à l'article 11 ;
- interdiction du stockage de matériaux en limite de parcelle, si une haie végétale d'essence locale n'assure pas de brise vue...

<sup>30</sup> Cf. p 301 du SCOT

<sup>31</sup> Les éléments d'appréciation des membres de la CDAC et les informations que les pétitionnaires doivent fournir en composition du dossier sont précisés aux articles L 752-6 et R 752-7 du code de commerce.



### 3- Accessibilité par les véhicules légers, par les transports publics et par les modes doux

Pour mémoire, les déplacements des clients représentent le premier poste d'émission de Gaz à Effet de Serre (GES) des Grandes et Moyennes Surfaces. Dans un objectif de réduction de GES, et dans un souci d'adaptation aux évolutions législatives, environnementales et sociétales, le DAC cherche à développer et optimiser les liaisons « modes doux » (piétons, cycles) et à favoriser le report modal de la clientèle vers des modes de transport plus respectueux de l'environnement.

Par ailleurs, les implantations commerciales génèrent généralement de nombreux flux VP, ce qui peut poser des problèmes de circulation dans certains secteurs. Il convient donc de faire en sorte, notamment, que la configuration et l'emplacement des accès aux établissements ne soit pas source d'insécurité ou de difficultés de circulation.

Les documents d'urbanisme locaux devront être compatibles avec l'objectif de favoriser l'utilisation des modes doux et la multi-modalité avec les transports publics, objectif devant permettre d'assurer une continuité des espaces dédiés aux déplacements en modes doux depuis les zones commerciales vers les points d'arrêt des transports collectifs et vers les zones d'habitat à proximité.

Dans ce même but, les projets de plus de 5000 m<sup>2</sup> de surface de plancher comprenant de la surface de vente, les dossiers de ZAC et les demandes d'autorisation d'exploitation commerciale devront justifier de leur insertion dans le réseau de modes doux existant, et prévoir des accès piétons sécurisés à l'intérieur de l'espace englobant le projet d'exploitation commerciale.

Par ailleurs, les projets de plus de 5000 m<sup>2</sup> de surface de plancher comprenant de la surface de vente, les dossiers de ZAC et les demandes d'autorisation d'exploitation commerciale devront être compatibles avec l'objectif d'insertion dans le réseau de transports collectifs, lequel pourra s'apprécier au regard des secteurs desservis, de la fréquence de cette desserte, du trajet de la ou des lignes concernées, de la nature de l'équipement desservi...

Dans un objectif d'accessibilité VP<sup>32</sup> sécurisé, le porteur de projet veillera à ne pas générer de dysfonctionnements, de perturbation excessive et de dégradation de la sécurité des voies connectées au nouvel équipement commercial.

Dans ce même objectif, la compatibilité des projets avec cette orientation pourra notamment être évaluée au regard de l'effet du projet sur les flux de transport, et notamment : déplacements générés par le projet (clientèle et personnel), déplacements et stationnement des véhicules de livraison des marchandises.

#### *Recommandations du DAC*

En vue de respecter l'objectif d'accès aux zones commerciales par les modes doux, les documents d'urbanisme communaux pourront prévoir de relier les zones commerciales aux axes de mobilité douce prévus par le Plan de Déplacement Urbain d'Annemasse Agglo, dès lors que ce dernier sera approuvé.

<sup>32</sup> VP : véhicules particuliers

Toujours dans ce même objectif, il apparaît pertinent de ne pas clôturer certains espaces privés situés dans un rayon de 500 m autour des points d'arrêt de transport en commun, afin de permettre la diminution des distances d'accès à ces arrêts, pour la clientèle comme pour les salariés des commerces. Cette recommandation peut être mise en œuvre dans les documents d'urbanisme locaux, et par les enseignes en aménagement de leurs espaces extérieurs.

Le respect de la sécurité des accès aux commerces pourra notamment être mis en œuvre par :

- la réalisation de voies d'insertion suffisamment larges,
- un retrait des stationnements par rapport au réseau routier
- la limitation des obstacles à proximité de la chaussée et/ou dénivelé qui peuvent rendre difficile l'insertion des véhicules dans la circulation et l'accès au commerce.

#### *Rappel législatif et réglementaire*

Le décret n° 2006-555 du 17 mai 2006 de la loi n°2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, impose aux commerces d'être accessibles aux personnes handicapées au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2015. Pris en application de ce décret, l'arrêté du 1<sup>er</sup> août 2006 fixe les règles pour l'accessibilité à respecter dans le cadre de nouvelles constructions, et l'arrêté du 21 mars 2007 apporte quelques modalités d'applications pour les commerces existants.



### III - Favoriser un aménagement commercial durable

#### A. Objectifs

- ✓ Améliorer l'insertion des zones dans leur environnement : respect des caractéristiques environnementales du secteur des zones projetées, réhabilitation de corridors écologiques, limitation de la perturbation du trafic existant ;
- ✓ Limiter globalement l'impact environnemental des zones en incitant notamment à la requalification des zones existantes et à la mutualisation de la gestion des ressources (eau, déchets, production de chaleur et de froid, recherche d'équipements économes en énergie, gestion intégrée des eaux pluviales, etc.) ;
- ✓ Limiter la consommation d'espace en permettant une densification raisonnée et qualitative des développements dans les zones commerciales.

#### B. Orientations d'ordre général

La préservation des ressources constitue aujourd'hui un nouveau défi du développement commercial. Après la prise en compte de critère « environnementaux » dans l'urbanisme et l'habitat, le monde du commerce se doit aujourd'hui d'intégrer cette problématique. Le DAC s'avère l'outil approprié pour aller plus loin, sur les cibles dont l'état des lieux a évoqué la faiblesse de traitement : préservation de la biodiversité, réduction des dépenses énergétiques, limitation de la consommation de la ressource « sol », développement d'équipements mutualisés... Une réelle durabilité sera recherchée, au-delà du seul effet « cosmétique », dans les nouveaux projets d'urbanisation et d'aménagement comme en requalification de zones ou reprise plus ponctuelle de bâtiments.

#### 1- Densité et économie d'espace

En matière d'économie d'espace, la densité des zones commerciales en '*surface commerciale par superficie totale utilisée*' est faible sur l'agglomération. La réalisation de bâtiments pouvant accueillir plusieurs enseignes, et l'optimisation des zones de stationnement s'avère donc des pistes majeures de densification des zones commerciales existantes, particulièrement en périphérie.

En conséquence, et afin d'assurer la compatibilité avec l'objectif précité, les documents d'urbanisme locaux devront rendre possible la densification des zones commerciales.

Les projets de plus de 5000 m<sup>2</sup> de surface de plancher comprenant de la surface de vente, les dossiers de ZAC et les demandes d'autorisation d'exploitation commerciale devront être compatibles avec cet objectif d'économie d'espace, par exemple en agissant sur :

- la construction sur plusieurs niveaux
- l'intégration de tout ou partie du stationnement en sous-sol, rez-de-chaussée ou toit terrasse

### *Recommandations du DAC*

Afin d'assurer leur compatibilité avec l'objectif précité, les PLU pourront notamment :

- agir sur les règles de volume et gabarit des bâtiments (hauteur, reculs par rapport aux limites, CES, COS, surface libre de l'article 11...) ;
- définir une densité minimale s'appliquant aux nouvelles implantations commerciales ;
- rendre possible la mutualisation des parkings entre enseignes.

Les communes pourront également utiliser la disposition prévue à l'article L 128-1 du Code de l'Urbanisme, permettant de rendre possible la densification jusqu'à 30% de l'existant pour les bâtiments satisfaisant des critères de performance énergétique élevés ou avec intégration d'équipements de production d'énergie renouvelable.

Les documents d'urbanisme locaux respecteront l'objectif de lutte contre la consommation de l'espace notamment par la définition d'une politique de stationnement dédiée et adaptée aux besoins des implantations commerciales.

### *Recommandations du DAC*

Exemples de valeurs moyennes « plafond » souhaitables pour les documents d'urbanisme locaux et les projets commerciaux en zone périphérique :

- une aire de stationnement « 2 roues » pour 70 m<sup>2</sup> SP, dont la moitié pour les « 2 roues » non motorisés (soit par exemple (soit 12 arceaux vélos et 12 emplacements motos environ pour une superficie de 1700m<sup>2</sup>) ;
- cinq places de stationnement pour un commerce de 300 m<sup>2</sup> SP ;
- une place de stationnement pour 80m<sup>2</sup> SP, pour les commerces d'une surface de plancher de 300 à 1000 m<sup>2</sup> ;
- une place de stationnement pour 40m<sup>2</sup> de SP pour les commerces d'une surface de plancher supérieure à 1000 m<sup>2</sup> ;
- une aire de livraison (équivalant, en surface au sol, à 2 aires de stationnement) pour 300m<sup>2</sup> SP, + 1 aire poids lourd pour 1200m<sup>2</sup> SP
- une ou plusieurs places réservées aux « familles » en entrée de magasin, afin d'éviter la circulation d'enfants sur l'ensemble du parking.

Le Plan de Déplacements Urbains d'Annemasse Agglo pourra venir préciser ces préconisations, par secteur ou par typologie d'activité.

## 2- Energie

Dans l'objectif de tendre vers une baisse des consommations énergétiques (respect des engagements nationaux « 3x20% »<sup>33</sup>, pour toute création de surface de vente réalisée dans le cadre d'une nouvelle implantation commerciale ou de la gestion des activités existantes<sup>34</sup>, les demandes d'autorisation devront préciser de quelle manière leur projet permet d'atteindre ces objectifs de réduction des besoins en énergie, principalement pour le chauffage, le refroidissement et l'éclairage.

<sup>33</sup> Moins 20% d'émission de GES, moins 20% de consommation énergétique et plus 20% d'énergies renouvelables en 2020 par rapport à 1990.

<sup>34</sup> Cf. définitions p. 38 du présent document. Cette disposition s'applique aux demandes d'autorisation d'exploitation commerciale, à la réalisation d'opérations de plus de 5000 m<sup>2</sup> SP comprenant du commerce et à la création de Zones d'Aménagement Concerté (ZAC).



La bonne conception de l'enveloppe et de la structure des bâtiments en projet contribue à réduire les besoins en énergie de fonctionnement, principalement pour le chauffage, le refroidissement et l'éclairage.

Pour garantir le respect de l'objectif de réduction d'énergie, l'analyse des dossiers de demandes d'autorisation d'exploitation commerciale pourra notamment porter sur :

- l'enveloppe du bâtiment (toiture terrasse végétalisée, isolation...) ;
- les types d'énergie utilisés ainsi que le rendement des dispositifs de chauffage et refroidissement prévus ;
- le système de vitrage (les doubles vitrages peu émissifs sont à privilégier, pour limiter l'entrée de chaleur l'été et réduire les consommations énergétiques l'hiver) ;
- la présence éventuelle de « puit(s) de lumière » ;
- le système de ventilation (étudié selon le degré d'occupation des locaux) ;
- les équipements d'éclairage projetés (éclairage des circulations par spot encastré à diodes ou par tubes type T5 à haut rendement lumineux, commande de l'éclairage par horloge...) ;
- le revêtement des zones de stationnement...

La mise en compatibilité des documents d'urbanisme locaux en matière d'économies d'énergies impliquera de favoriser toutes dispositions en termes d'implantation, de volumétrie et d'aspect extérieur encourageant les économies d'énergie dans les bâtiments. Les règles des documents d'urbanisme locaux ne devront pas aboutir à entraver toute solution en faveur d'une diminution de consommation énergétique, sous réserve de leur bonne insertion paysagère.

### 3- Biodiversité – eau - déchets

Rappel : les documents d'urbanisme locaux doivent être compatibles avec les dispositions du SCOT portant sur les espaces naturels et agricoles. A ce titre, lors de la transcription graphique des ZACOM, ils devront veiller au respect des périmètres de protection délimités dans le SCOT<sup>35</sup>. Ils devront également définir des règles adaptées à leur préservation ou à leur réhabilitation.

Les nouveaux projets d'aménagement et d'urbanisation de plus de 5000 m<sup>2</sup> SP et de ZAC, ainsi que les projets de requalification globale de zones commerciales devront également considérer la préservation et la réhabilitation des continuités écologiques comme un élément majeur à traiter.

Toujours dans un objectif de bonne insertion environnementale, dans les documents d'urbanisme locaux, et pour les projets de création ou requalification de zones à dominante commerciale, les haies végétales reflétant la végétation locale seront privilégiées afin qu'elles constituent des points de refuge et de nourrissage efficaces pour la petite faune.

#### *Recommandations du DAC*

Les documents d'urbanisme locaux sont invités à prendre en considération les continuités écologiques connues par toute autre source d'information (exemple : *Etude des continuités écologiques de l'agglomération Franco Valdo Genevoise* de 2010).

<sup>35</sup> Cf. SCOT p.294

Concernant la réhabilitation de corridors à petite faune dans les ZACOM, il est suggéré le cas échéant de privilégier les espèces mellifères et/ou qui produisent des fruits utiles à la petite faune locale.

Concernant la problématique des eaux pluviales, toute solution visant à réduire les surfaces imperméabilisées et à assurer une rétention des eaux pluviales à l'échelle de chaque opération, à ciel ouvert, ou non, est à rechercher. Toute création de surface de vente réalisée dans le cadre d'une nouvelle implantation commerciale ou de la gestion des activités existantes devra privilégier, dans le traitement des surfaces, une mixité des revêtements pour réserver des zones non imperméabilisées dédiées à l'infiltration des eaux de l'ensemble de la parcelle.

#### *Recommandations du DAC*

En matière de gestion des eaux, les demandes d'autorisation d'exploitation commerciale pourront privilégier la récupération des eaux pluviales pour un usage extérieur (arrosage par exemple).

En cas de nouvelle construction<sup>36</sup>, les projets pourront privilégier une conduite de projet répondant aux principes des chantiers « verts » (moindre production de déchets, tri des déchets de chantier, limitation des nuisances pour les riverains, etc.)

---

<sup>36</sup> Construction ou reconstruction d'un nouveau magasin, extension de magasin existant.





Annemasse **Agglo**  
Annemasse - Les Voirons Agglomération



**PARTIE IV**

# Document

## portant délimitation des Zones d'Aménagement Commercial (ZACOM)

**Intégré au SCOT d'Annemasse Agglo**  
Par délibération du Conseil Communautaire  
du 4 juillet 2012



Les zones d'aménagement commercial (ZACOM) délimitées dans cette partie IV correspondent aux pôles commerciaux identifiés et hiérarchisés dans la partie II du présent document. Le SCOT identifie notamment les centralités urbaines du territoire comme des localisations préférentielles pour le développement commercial, dans un objectif de maintien et de renforcement de leur vitalité économique. Il identifie également les pôles de périphérie existants, mais précise que leur développement ne doit pas compromettre le dynamisme des activités implantées en centre-ville. Seul un nouveau site de développement commercial majeur « d'excellence » (le site des Iles) est identifié dans le SCOT, pour répondre à un objectif de renforcement de l'attractivité de l'agglomération. Enfin, des sites de grands projets sont identifiés comme pouvant être des localisations préférentielles pour le développement commercial, mais dans des conditions à définir dans le cadre du projet global.

La délimitation précise des ZACOM repose à la fois sur les orientations générales du SCOT, et sur la prise en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement et de qualité de l'urbanisme. Les objectifs poursuivis dans ce travail de délimitation des ZACOM sont notamment :

- Optimiser l'occupation de l'espace dans les pôles de périphérie et privilégier la densification,
- Limiter l'étalement urbain et le « grignotage » des espaces naturels et agricoles, en favorisant la densification des pôles plutôt que l'extension des espaces dédiés au commerce,
- Maintenir, sur les pôles de périphérie identifiés comme tels dans le SCOT, la dualité des fonctions économiques, en préservant des îlots dédiés à l'industrie et l'artisanat. La délimitation des espaces dédiés au commerce a été réalisée de manière à maintenir, autant que faire se peut, des îlots continus et de taille relativement importante dédiés à l'industrie et l'artisanat, afin de favoriser la lisibilité de la vocation des espaces, leur aménagement différencié, et de limiter les conflits d'usages. Les espaces dédiés à l'industrie et l'artisanat dont la vocation est encore affirmée aujourd'hui ont été préservés dans cette logique.
- Prévoir des enveloppes foncières limitant les risques de développements générant des flux routiers qui ne pourront être absorbés par le réseau routier,
- Favoriser une accessibilité multimodale des espaces dédiés au commerce, générateurs de flux de clientèle mais aussi d'actifs.

Chacune des localisations préférentielles fait l'objet d'un document graphique portant délimitation des ZACOM. Pour chaque localisation sont également indiqués des éléments descriptifs sur les principaux enjeux et caractéristiques de ces pôles, un rappel des principales orientations s'appliquant au pôle, ainsi que des recommandations le cas échéant. Les auteurs des PLU veilleront à retranscrire et préciser les délimitations inscrites dans ce document graphique.

Les autorités administratives chargées d'appliquer ces dispositions disposent d'une marge d'appréciation qui s'exerce dans le cadre de l'obligation de compatibilité avec le DAC.

Chaque fiche-pôle est constituée :

- d'éléments de contexte (constats<sup>37</sup>)
- d'une lecture des principaux enjeux du pôle
- d'un rappel des principales orientations opposables s'appliquant à la ZACOM<sup>38</sup> (fond bleu)
- de recommandations pouvant être mises en œuvre par les acteurs publics (collectivités) ou privés (fond vert)
- d'une (ou plusieurs) représentation(s) cartographique(s) pour la délimitation des ZACOM.

---

<sup>37</sup> Pour les activités commerciales, source : repérage AID Observatoire, 2010

<sup>38</sup> Ce rappel ne reprend qu'une partie des orientations applicables à chaque pôle. Pour une lecture complète, il convient de se reporter aux parties I, II et III du présent document.

# I - Centre-bourgs, centre-villages, centres de quartier

## Hierarchisation : Pôles de proximité

### Constats

#### Activité commerciale :

- Pôles commerciaux composés de 4 à 22 activités de proximité ; équipés en fonction de la taille de la zone de chalandise
- Thématiques apportant une réponse diversifiée aux besoins de proximité : principalement alimentaire, Cafés-Hôtels-Restaurants, services commerciaux (cordonnerie, pressing...) et non commerciaux (agences immobilières, banque), culture-loisirs
- Quelques projets de RDC en cours : chef-lieu Etrembières, chef-lieu Vétraz-Monthoux Plusieurs secteurs de centre situés à proximité de zones commerciales de périphérie (centre-bourg de Cranves-Sales, centre-bourg de Bonne, chef-lieu Etrembières...)

#### Accessibilité :

- Accessibilité généralement multimodale
- Secteurs desservis en partie par le réseau de transport urbain (centres de Ville-la-Grand, Gaillard...)

#### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Commerces généralement implantés sous forme de RDC commerciaux avec logements à l'étage
- Lisibilité du centre commercial parfois difficile lorsque trop dilué (Saint-Cergues)

### Enjeux

- ✓ Concentration des activités
- ✓ Recherche de complémentarité avec les zones de périphérie proches
- ✓ Intégration des commerces à un aménagement global de centre, en lien avec des espaces publics de qualité (placette...)
- ✓ Développement d'une accessibilité multimodale, notamment piétons/cycles et PMR

### Orientations particulières

- Localisations préférentielles pour les nouvelles implantations de niveau 1 et 2.
- Délimitation de périmètres, au sein desquels l'implantation commerciale est privilégiée et les règles d'urbanisme incitatives, dans les documents d'urbanisme locaux

## Recommandations particulières

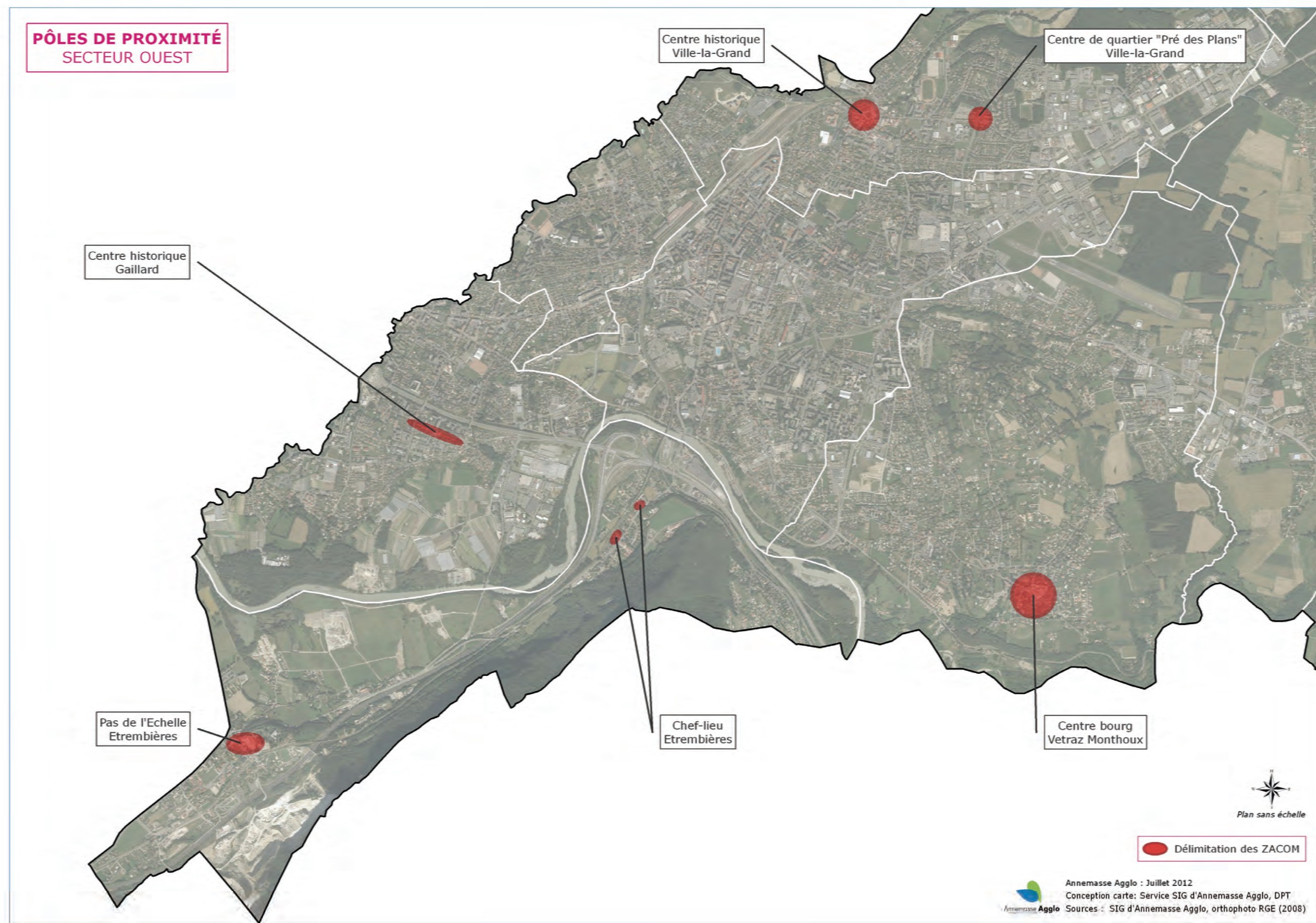
Taille indicative de développement commercial global pour chaque ZACOM (en m<sup>2</sup> surface de vente, à échéance DAC)

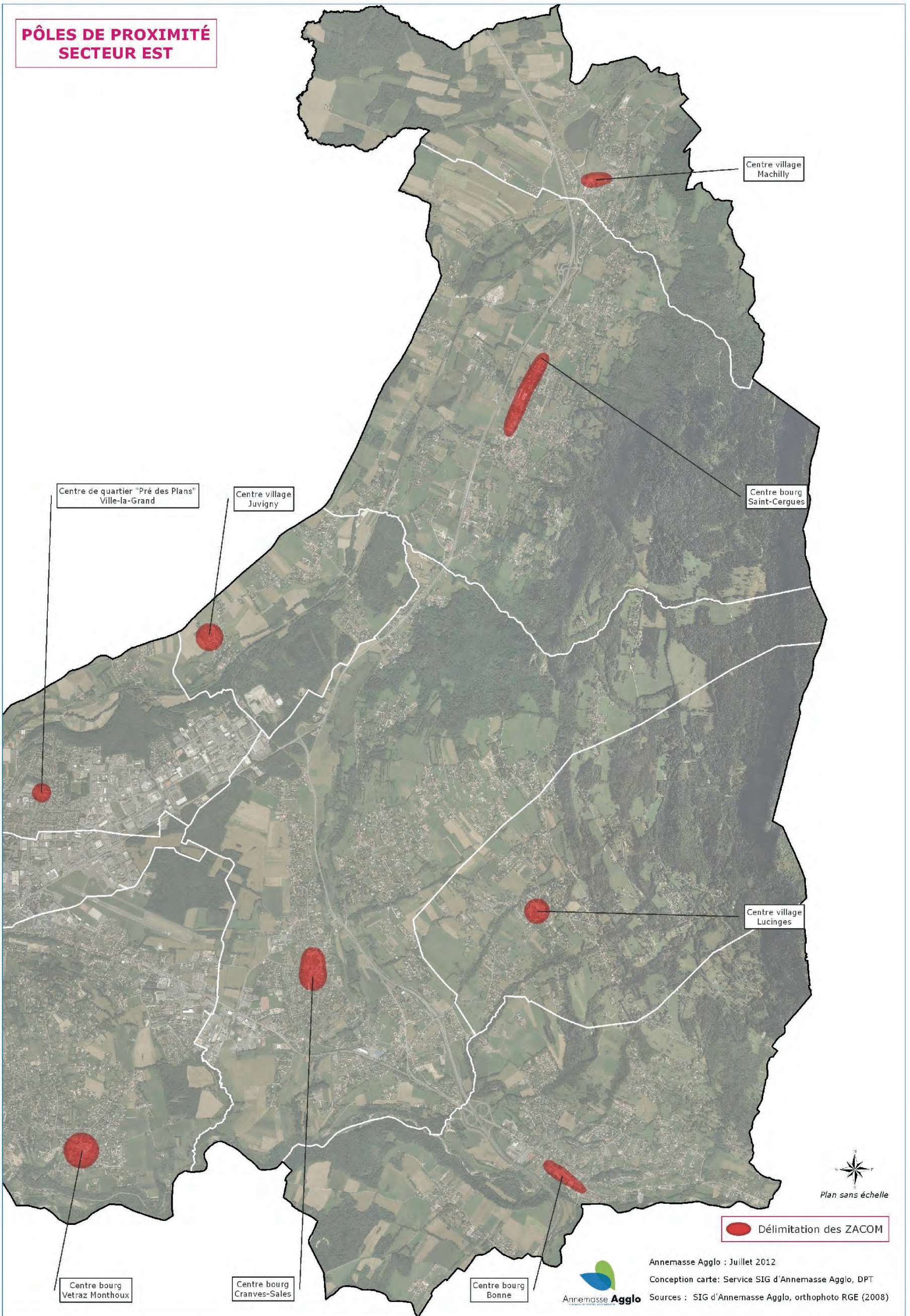
- Centre-villages de Lucinges, Machilly, Juvigny, chef-lieu d'Etrembières et Pas de l'Echelle : inférieur à 200 m<sup>2</sup>
- Centre historique de Gaillard, centre-bourg de Saint-Cergues, chef-lieu de Vétraz-Monthoux, et quartier des négociants à Ambilly : 200 à 400 m<sup>2</sup>
- Centre historique de Ville-la-Grand, chef-lieu de Cranves-Sales et centre-bourg de Bonne : 400 à 600 m<sup>2</sup>.

## Délimitation des Zones d'Aménagement Commercial

Cf. p. 65 (pôles de proximité secteur Ouest) et 66 (pôles de proximité secteur Est).

## Délimitation des Zones d'Aménagement Commercial





## II - Zone d'activités Annemasse - Ville-la-Grand

### Hiérarchisation : Pôle majeur de périphérie

#### Constats

##### Activité commerciale :

- Concentration forte de commerces de plus de 300 m<sup>2</sup> (75 300 m<sup>2</sup> de surface de vente)
- Pôle mixte traditionnellement dédié aux activités industrielles, ayant muté pour une partie du secteur en activités commerciales ; pôle fortement développé sur les achats occasionnels lourds et exceptionnels (mobilier, électroménager, aménagement intérieur, bricolage, concessions automobiles)

##### Accessibilité :

- Bonnes infrastructures de desserte routière depuis le nord de l'agglomération (Chablais) et depuis le contournement de l'agglomération par la RD903, mais avec le constat d'un congestionnement récurrent, notamment aux heures de pointe : des encombrements sur la RD1206 sont relevés chaque matin et chaque soir autour de 18h. Le projet de requalification de la RD 1206 devrait permettre de diminuer les points de congestion, d'éviter les flux de transit dans la zone et de sécuriser les accès et les pratiques « modes doux ».
- Peu d'aménagements pour les modes doux et pas de continuité des itinéraires sur l'ensemble de la zone
- Desserte par deux lignes du réseau de transports urbains (fréquence 25 minutes en semaine, 45 minutes le samedi) et projet de BHNS desservant la zone (moyen terme ; 1 bus toutes les 10 mn en heures de pointe)

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Peu de lisibilité entre les espaces commerciaux et non commerciaux (caractère extensif et dispersé du pôle)
- Bâtiments commerciaux peu qualitatifs architecturalement et énergétiquement (une plus-value est attendue par la réalisation des nouveaux projets)
- Manque d'aménagements et d'homogénéité dans le traitement des parcelles privées (notamment clôtures), qu'accentue la très faible végétalisation des abords de voirie
- Offre de stationnement gratuit surdimensionnée et non mutualisée entre entreprises
- Présence d'une continuité écologique au nord de la zone (secteur 'des chasseurs')

#### Enjeux

- ✓ Intégration paysagère sur l'axe majeur en entrée d'agglomération
- ✓ Maintien de la dualité des fonctions économiques et de la diversité des emplois
- ✓ Renforcement de l'attractivité de chaque fonction en travaillant la lisibilité et l'organisation de chaque secteur
- ✓ Amélioration de la qualité des aménagements, pour les nouveaux projets comme en requalification
- ✓ Amélioration des conditions d'accessibilité par les « modes doux »
- ✓ Densification qualitative
- ✓ Respect des continuités écologiques

— ZACOM

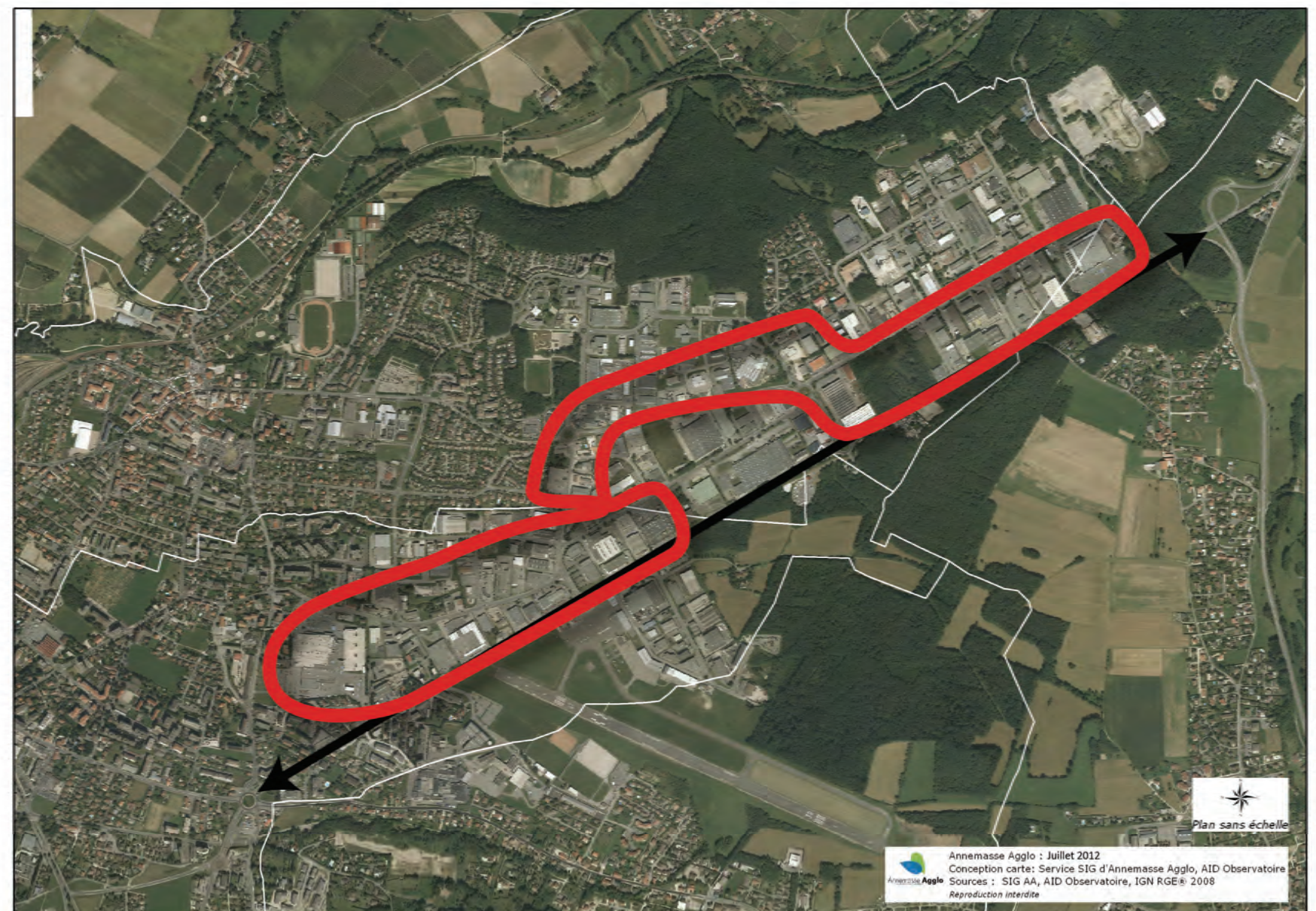
#### Orientations particulières

- Nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3 exclues (gestion de l'existant admise)
- Localisation préférentielle pour des nouvelles implantations de niveaux 5, et de manière exceptionnelle pour des nouvelles implantations de niveau 4
- Délimitation des tènements à vocation commerciale pour répondre aux enjeux de lisibilité et de préservation des activités de production, en compatibilité avec la ZACOM
- Mise en place d'une continuité « modes doux » dans les documents d'urbanisme
- Travailler les possibilités de densification du site

#### Recommandations particulières

En complément des possibilités offertes au PLU, mise en place d'une charte paysagère intercommunale à l'échelle du pôle  
Mise en place d'aménagements différenciés entre espaces commerciaux et non commerciaux  
Mise en place d'aménagements permettant de sécuriser et de développer la pratique cyclable et les parcours piétons, notamment en lien avec les futurs arrêts BHNS et sur la traversée des voies  
Lancement d'une réflexion sur la mutualisation d'équipements énergétiques (réseau de chaleur...)

#### Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



### III - Shopping Etrembières

#### Hiérarchisation : Pôle majeur de périphérie

#### Constats

##### Activité commerciale :

- Ensemble commercial composé d'un hypermarché et d'une galerie marchande (11 105m<sup>2</sup> de surface de vente)
- Thématiques principales : alimentaire, équipement de la personne, sport

##### Accessibilité :

- Très bonne accessibilité routière par l'A40
- Saturation des voies d'approche au site (route d'Etrembières, rue de la Libération, diffuseur autoroutier, avenue de l'Europe/quai d'Arve) en heures de pointes
- Modes doux : trottoirs continus jusqu'au centre-ville d'Annemasse, mais cadre d'accès peu attractif (fortes nuisances liées aux flux routiers) et difficile (effets de coupures liés aux flux de trafic et au gabarit des voies, aux différents franchissements et au manque d'aménagements dédiés pour les cycles)
- Desserte par la ligne 5 du réseau de transports urbains (fréquence 30 à 40 minutes de 6h30 à 19h30) : fréquence insuffisante pour « concurrencer » la liaison piétonne avec le centre-ville d'Annemasse (15 minutes à pied)

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Sensibilité particulière sur le plan visuel (position en contrebas de la voie d'accès depuis l'A40 et Etrembières) : hauteur actuelle du site maximale compte tenu de l'écran qu'il constitue sur l'Arve et Annemasse depuis l'entrée d'agglomération
- Densité actuelle du site optimale (3 niveaux dont un niveau de parking)
- Site situé dans une ZNIEFF de type 2 et dans une zone d'aléa d'inondation (l'urbanisation des zones encore disponibles sur le tènement peut créer un risque supplémentaire lié à l'aléa d'inondation sur le site en lui-même et pour l'aval).

#### Enjeux

- ✓ Recherche de complémentarité avec le centre-ville d'Annemasse
- ✓ Développement d'une accessibilité multimodale, notamment piétons/cycles, au regard de la saturation routière
- ✓ Enjeux paysagers forts en continuité de la pénétrante verte de l'Arve et en entrée d'agglomération
- ✓ Préservation des espaces non urbanisés du tènement et densification « par l'intérieur »
- ✓ Respect de la continuité écologique le long de l'Arve, dans sa largeur matérialisée par la végétation rivulaire

#### Orientations particulières

- Nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3 exclues (gestion de l'existant admise)
- Localisation préférentielle pour des nouvelles implantations de niveaux 5, et de manière exceptionnelle pour des nouvelles implantations de niveau 4
- Pas de création de nouvelles cellules commerciales inférieures à 300 m<sup>2</sup>

#### Recommandations particulières

Pas d'urbanisation des surfaces encore non imperméabilisées

Pas d'extension de l'ensemble commercial en hauteur

Le regroupement des enseignes dans un même ensemble commercial permet d'envisager un travail efficace sur la réduction des pollutions lumineuses et de la dépense énergétique émanant du site

#### Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



— ZACOM

## IV - Centre d'agglomération

### Hiérarchisation : Pôle majeur de centralité

#### Constats

##### Activité commerciale :

- 275 activités commerciales (660 locaux d'activités) dominées par l'équipement de la personne (50%)
- Densité de locaux importante : volume d'offre équivalent à un centre-ville d'une commune deux fois plus peuplée
- Concentration d'enseignes nationales sur les rues du Commerce, de la Gare et République
- Le projet Chablais Parc (ensemble commercial de centre-ville) opérera un renforcement de l'offre commerciale de centre-ville et une probable extension en direction de la gare

##### Accessibilité :

- Accessibilité routière limitée
- Très bonne desserte en transports en commun : Gare d'Annemasse (liaisons avec Genève, Annecy, Thonon notamment) et projet de renforcement des liaisons avec Genève (CEVA), desserte par 5 lignes de Transports en commun routiers, projets de BHNS et de Tramway
- Bonne accessibilité modes doux (rues piétonnes, continuité des cheminements piétons et étude de piétonisation en cours)

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Manque de cohérence architecturale

#### Enjeux

- ✓ Maintien de la vitalité économique du centre d'agglomération
- ✓ Densification commerciale dans des secteurs ciblés

#### Orientations particulières

- Localisation préférentielle pour des développements de niveaux 1 à 5
- Des développements conditionnés au fait de ne pas aggraver les phénomènes de congestion, notamment liés au transport de marchandises dans le centre d'agglomération

#### Recommandations particulières

Réflexion sur le maillage des liaisons piétonnes et cyclables  
Mise en place d'un linéaire « commerce, artisanat et service » dans le document d'urbanisme  
Etablissement d'un nuancier de couleurs pour les façades en annexe du document d'urbanisme  
Mise en place d'une politique foncière active permettant notamment la restructuration vers des cellules de plus grande surface

— ZACOM

## Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



## V - La Châtelaine Gaillard

### Hiérarchisation : Pôle secondaire

#### Constats

##### Activité commerciale :

- Concentration de commerces de grande distribution : 18 463 m<sup>2</sup> de surface de vente (commerces > 300 m<sup>2</sup>)
- Thématique(s) dominante(s) : alimentaire, bricolage/jardinage, équipement du foyer léger

##### Accessibilité :

- Très bonne accessibilité routière : accès principal par la route de la zone, rue de l'Industrie et indirectement par l'A40 (diffuseur à moins de 1 000 m) mais encombrements récurrents aux heures de pointe
- Essentiel du trajet cyclable depuis Annemasse – Ambilly aménagé (partie terminale entre le collège et la zone non aménagée)
- Pas de desserte directe en transports en commun : arrêt le plus proche à 250 m avec une fréquence de desserte largement insuffisante pour présenter une attractivité de ce mode de transport (ligne 6 Gaillard/Ville La Grand, fréquence de 45 minutes de 6h30 à 19h30 du lundi au samedi)

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Traitement qualitatif végétal le long des voies d'accès
- Au sein de la zone, plusieurs parcelles végétalisées de façon qualitative, et d'autres à contrario avec des zones de stationnement immenses qui dévalorisent le site

#### Enjeux

- ✓ Conserver la pluralité des fonctions économiques du pôle
- ✓ Amélioration des accès modes doux
- ✓ Réduction de la pollution lumineuse et des consommations énergétiques
- ✓ Respect d'une bande non construite et végétalisée le long des berges de l'Arve

#### Orientations particulières

- Nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3 exclues (gestion de l'existant admise)
- Localisation préférentielle pour des développements de niveau 4, et de manière exceptionnelle de niveau 5
- Rendre possible la densification du site

#### Recommandations particulières

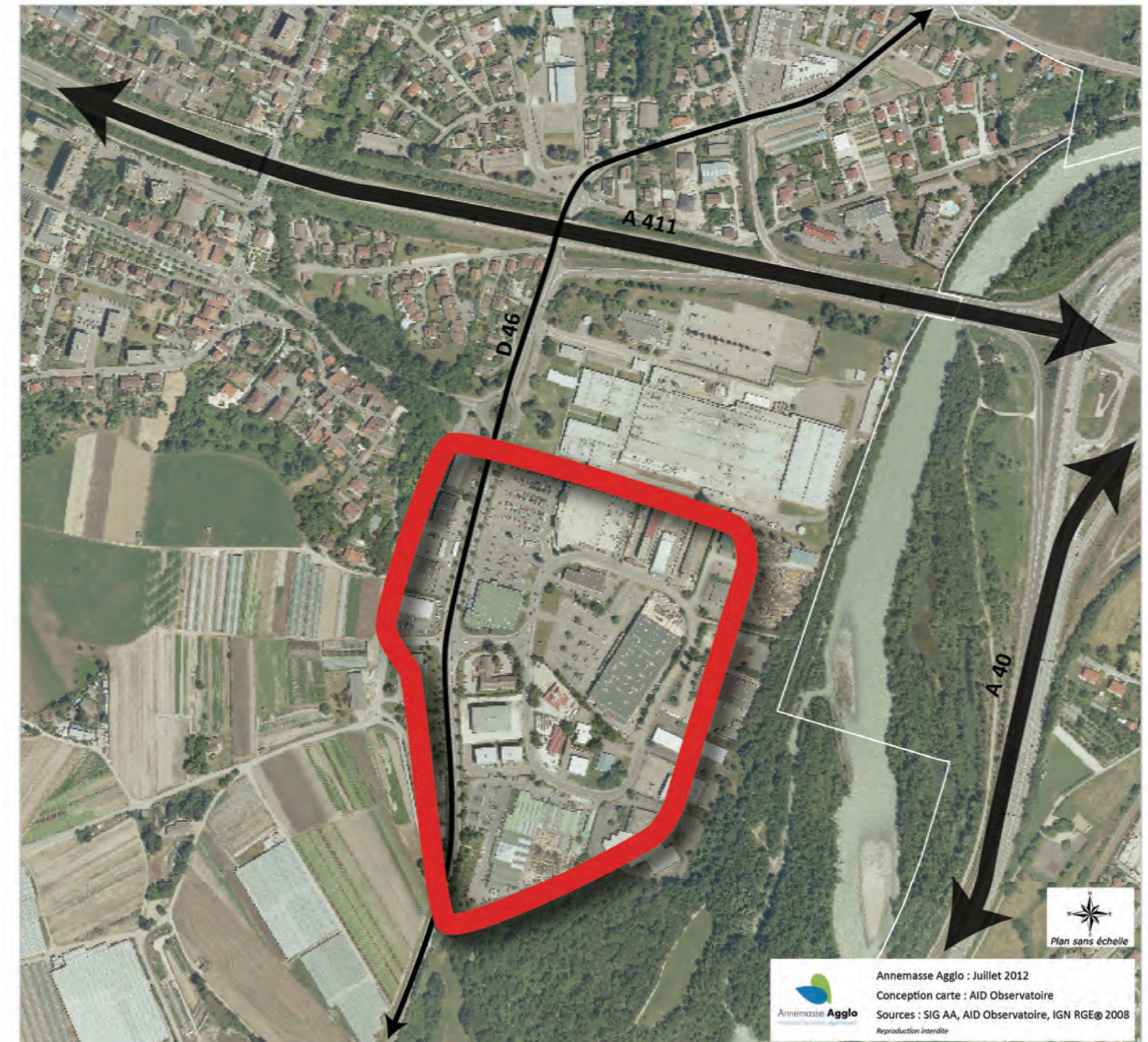
En cohérence avec les dispositions du SCOT<sup>39</sup>, il est recommandé de préserver les activités de production encore présentes sur le site. Le choix de mettre en œuvre cette recommandation appartiendra néanmoins à la commune, dans le cadre de son document d'urbanisme.

Mise en place d'un plan de signalétique et d'aménagement global, pour favoriser la lisibilité et la visibilité des secteurs commerciaux.

Finalisation de l'accès cyclable à la zone depuis le collège.

<sup>39</sup> Cf. SCOT p. 148-149 : « L'enjeu prioritaire est donc d'accompagner qualitativement cette évolution vers une vocation commerciale dominante, dans une logique de plus forte attractivité commerciale. Mais les communes pourront se montrer plus ou moins offensives pour accélérer ou non cette évolution : rien ne les empêche de préserver du développement commercial quelques poches industrielles et artisanales au sein de ces pôles, si elles le souhaitent, dans le respect des objectifs de diversité économique affichés par le PADD. Il convient de noter à ce titre la particularité du pôle d'activité de la Châtelaine, conservant une fonction de production encore significative qu'il serait intéressant de préserver ».

## Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



— ZACOM

## VI - Les Vouards – Saint Cergues

### Hiérarchisation : Pôle secondaire

#### Constats

##### Activité commerciale :

- Pôle mixte : Hôtellerie, restauration, commerce, artisanat
- Thématique plutôt bien affirmée en aménagement lourd de la maison (piscines, cheminées, vérandas)

##### Accessibilité :

- Très bonne accessibilité routière ; la mise à « 2 fois 2 voies » de la RD 1206 sur la section Machilly-Chasseurs (porté par l'Etat) améliorera et sécurisera nettement l'accès à cette partie du territoire. L'accessibilité routière deviendra excellente.
- Pas de cheminements doux pour accéder à la zone, mais la nature de la zone, sa localisation et sa spécialisation ne sont globalement pas favorable à ces modes d'accès
- Pôle non desservi par des lignes de transport en commun régulières

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Présence de milieu humide (résurgences des Voirons) dans les espaces cultivés situés au sud de la zone commerciale, accueillant des plantes caractéristiques des zones humides et témoignant d'un intérêt écologique
- Site longé au sud par une ZNIEFF de type 2
- Secteur sud du site inclus dans le corridor biologique Voirons, Vallée du Garon, Plaine de Jussy
- Sensibilité paysagère forte du fait de la situation en entrée de ville/agglomération

#### Enjeux

- ✓ Conforter le pôle dans sa thématisation (en lien avec l'accessibilité quasi-exclusivement routière)
- ✓ Sécurisation des accès (en lien avec le projet de l'Etat)
- ✓ Enjeu paysager en entrée de ville, notamment en requalification de la zone existante

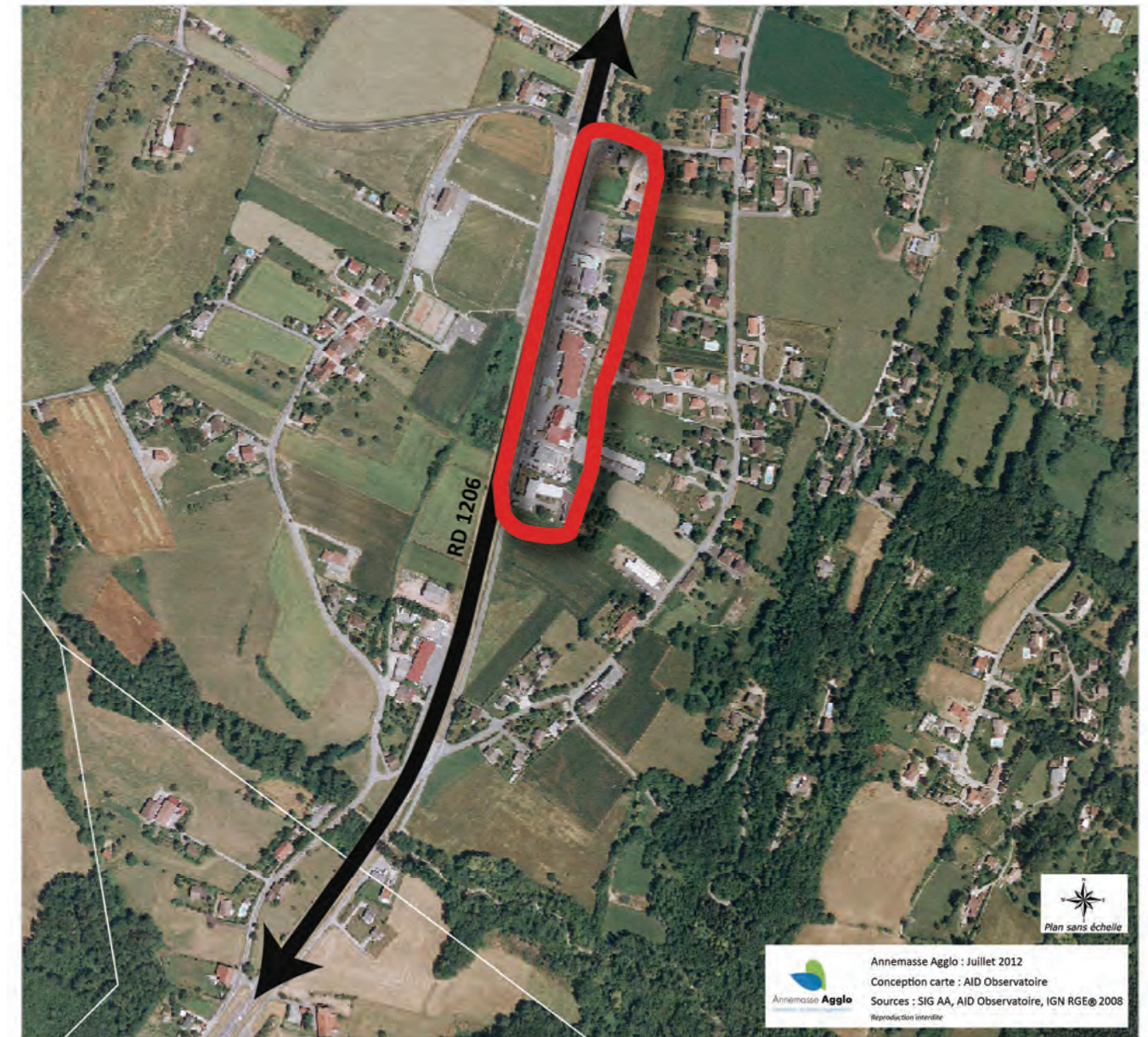
#### Orientations particulières

- Nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3 exclues (gestion de l'existant admise)
- Localisation préférentielle pour des développements de niveau 5

#### Recommandations

Densification prioritaire sur les espaces actuellement commerciaux  
Développement complémentaire des espaces adjacents (sud de la zone) sur de l'artisanat lié à l'habitat et aux énergies renouvelables

## Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



— ZACOM

## VII - PAE de la Menoge Bonne

### Hiérarchisation : Pôle secondaire

#### Constats

##### Activité commerciale :

- Pôle accueillant 4 activités commerciales et de services pour un total de 5 636 m<sup>2</sup> de surface de vente de plus de 300 m<sup>2</sup>
- Thématiques : alimentaire, bricolage/jardinage

##### Accessibilité :

- Bonne desserte routière le long de la route départementale
- Accès piéton depuis le centre de Bonne par un trottoir continu
- Pas d'accès sécurisé pour les cycles le long de la route
- Desservi par les lignes 4 et 5 du réseau de transports urbains, en direction de Cranves-Sales, Vétraz-Monthoux et Annemasse (n° 4 : un bus toutes les 25 minutes entre 6h et 20h en semaine et un bus toutes les 45 minutes aux horaires d'ouverture le samedi ; n° 5 : un bus toutes les 25 minutes entre 6h et 20h en semaine et un bus toutes les 45 minutes aux horaires d'ouverture le samedi)

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Absence de plantations sur l'emprise publique, volume des bâtiments massif dans un secteur plutôt préservé, manque d'intégration par végétation
- Site particulièrement sensible visuellement en entrée de bourg
- Site longé par la Menoge, cours d'eau connu pour ses débordements de type torrentiels
- Présence d'une zone boisée le long de la Menoge à préserver dans toute son épaisseur (circulation de la faune, débordements de la Menoge)
- La gestion des eaux pluviales ne tient pas compte des enjeux de débordement à l'aval du cours d'eau, où une absence de rejet direct dans la rivière aurait permis de tamponner les épisodes pluvieux
- Eclairage public de type routier inadapté à des circulations piétonnes à favoriser en direction de la centralité de Bonne

#### Enjeux

- ✓ Complémentarité des développements avec le centre-bourg de Bonne
- ✓ Végétalisation des abords de la zone, pour favoriser son intégration vis-à-vis du centre de Bonne
- ✓ Enjeux paysagers forts en entrée de ville
- ✓ Eviter de nouvelles imperméabilisations du sol

#### Orientations particulières

- Nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3 exclues (gestion de l'existant admise)
- Localisation préférentielle pour des développements de niveau 4, et de manière exceptionnelle de niveau 5

#### Recommandations

Préservation d'un sous-secteur artisanal avec ou sans point de vente en vue de maintenir la dualité des fonctions économiques sur ce pôle et de chercher des développements complémentaires avec le centre-bourg

Limiter les nouvelles imperméabilisations des sols et adapter la gestion des eaux pluviales aux enjeux de débordement

## Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



— ZACOM

## VIII - Borly/Les Erables - Cranves-Sales Vétraz-Monthoux

### Hiérarchisation : Pôle secondaire

#### Constats

##### Activité commerciale :

- Pôle mixte : commerce/artisanat/industrie
- Plancher commercial (commerces > 300 m<sup>2</sup> de surface de vente) de 12 720 m<sup>2</sup>, dominé par l'équipement de la maison (Mobilier, Bricolage, aménagement intérieur, matériaux...)

##### Accessibilité :

- Accessibilité routière par la Route de Taninges (RD 907)
- Flux élevés de trafic, nécessitant de limiter les accès depuis cette route vers les zones commerciales
- Secteur concerné par un maillage fin de pistes cyclables bidirectionnelles en cours d'aménagement permettant de relier Annemasse et Cranves-Sales.
- Site traversé par 2 lignes du réseau de transports urbains bien positionnées mais dont la fréquence reste insuffisante : n° 4 (Annemasse centre/Vétraz-Monthoux/Cranves-Sales) et n°5 (Etrembières/Annemasse /Vétraz Monthoux/Cranves Sales) : un bus toutes les 25 minutes entre 6h et 20h en semaine, et un bus toutes les 45 minutes aux horaires d'ouverture le samedi

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Secteur très sensible sur le plan paysager, marqué par un mode d'urbanisation déstructuré qui péjore la qualité de cette entrée d'agglomération
- Quelques rares cônes de vue encore présents, contribuant à séquencer le secteur, manque de repères visuels et d'élément paysager structurants
- Peu de lisibilité externe de la zone du fait de l'hétérogénéité des occupations du sol (artisanat, commerces, logement...), peu de traitement végétalisé des espaces publics
- Continuité écologique d'intérêt d'agglomération qui, de part l'urbanisation actuelle, semble définitivement détruite

#### Enjeux

- ✓ Maintien de la dualité des fonctions commerciales
- ✓ Lisibilité des secteurs commerciaux
- ✓ Limitation des flux automobiles
- ✓ Intégration paysagère en entrée d'agglomération
- ✓ Restauration du corridor écologique

#### Orientations particulières

- Délimitation des tènements à vocation commerciale pour répondre aux enjeux de lisibilité et de préservation des activités de production, en compatibilité avec la ZACOM
- Nouvelles implantations de niveau 1, 2 et 3 exclues (gestion de l'existant admise)
- Localisation préférentielle pour des développements de niveau 4, et de manière exceptionnelle de niveau 5
- Implantation commerciale à l'extrémité Est conditionnée à la réalisation d'un ouvrage destiné à améliorer et sécuriser l'accès routier et à une étude de requalification de l'entrée d'agglomération (en orange sur la carte)

#### Recommandations

Aménagement de continuités végétalisées en lien avec les espaces d'intérêt écologique connus  
Mener un projet d'aménagement global (réflexion sur la mutualisation des stationnements, accès unique à la zone commerciale via le nouveau rond point et desserte via des voies internes, lisibilité, performance des développements sur les tènements encore non construits...)  
Développements complémentaires à la future zone artisanale de Borly II

#### Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



## IX - Route de Genève - Gaillard

### Hierarchisation : Pôle-relais

#### Constats

##### Activité commerciale :

- 149 locaux d'activités, dont 19 vacants et 38 commerces sur l'ensemble de la route de Genève ; commerce en difficulté (mutation vers les services, taux de vacance élevé)
- Thématique dominante : alimentaire, services/professions libérales

##### Accessibilité :

- Accessibilité motorisée contrainte, la route de Genève étant le principal axe urbain permettant de relier l'agglomération d'Annemasse à Genève, elle est systématiquement saturée aux heures de pointe
- Bonne accessibilité en transports publics : les lignes 1 et 2 assurent la liaison entre le terminus du Tram de Moëllésulaz et le centre d'Annemasse le long de la route de Genève, avec un bus toutes les 25 minutes pour chaque ligne (mais qui ne se traduit pas par un bus toutes les 12 minutes pour autant). Le centre d'Ambilly est relié à une partie de la rue de Genève par la ligne 3 mais les secteurs situés au sud de la Route de Genève ne sont pas reliés à cet axe par les transports en commun
- Projet de Tram reliant Annemasse à Chêne Bourg empruntant la route de Genève jusqu'à porte de France et au-delà
- Projet de bande cyclable bidirectionnelle

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Espaces publics et architecture peu homogène

#### Enjeux

- ✓ Pérennité des activités
- ✓ Requalification urbaine
- ✓ Identification de séquences commerciales à maintenir et dynamiser pour renforcer l'image du « quartier-rue »

#### Orientations particulières

- Délimitation des séquences commerciales (cette délimitation pouvant évoluer en lien avec l'évolution du projet de tramway - emplacement des arrêts)
- Localisation préférentielle pour des développements de niveaux 1, 2 et 3

#### Recommandations

S'appuyer sur le projet de tramway pour améliorer la qualité et la fonctionnalité de l'environnement commercial

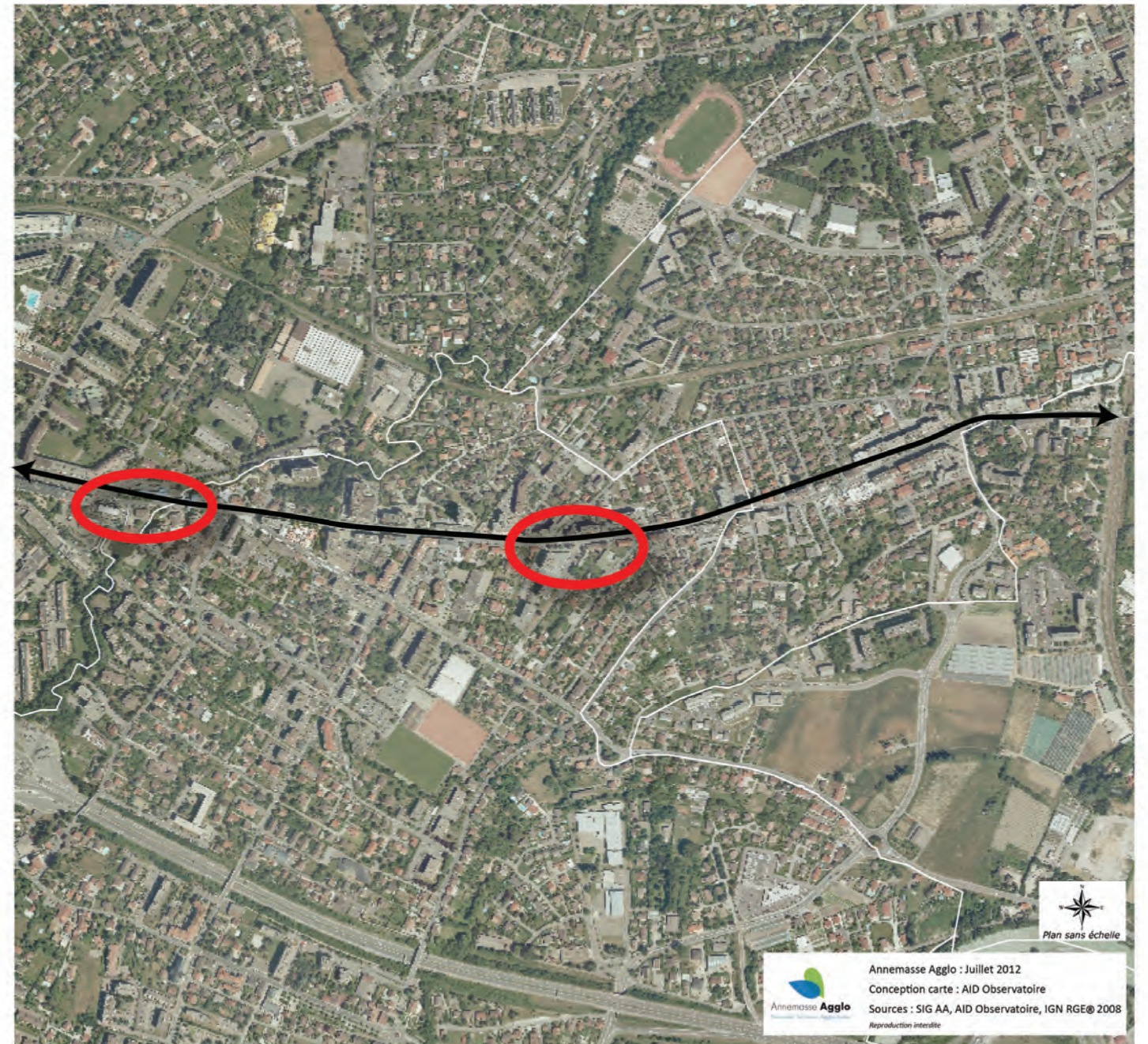
Réflexion sur le maillage des liaisons piétonnes et cyclables en lien avec les futurs arrêts TC

Mise en place d'un linéaire « commerce, artisanat et service » dans le document d'urbanisme

Etablissement d'un nuancier de couleurs pour les façades en annexe du document d'urbanisme

Mise en place d'une politique foncière active permettant notamment la restructuration vers des cellules de plus grande surface

## Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



## X - Le Perrier - Livron Annemasse

### Hierarchisation : Pôle-relais

#### Constats

##### Activité commerciale :

- Locomotive alimentaire « Carrefour Market » (1390 m<sup>2</sup> de surface de vente) et offre de complément en commerces et services de proximité en galerie marchande et place du Jumelage (34 activités dont 16 commerces)
- Problématique qualitative : centre commercial vieillissant, commerces peu qualitatifs
- Présence de quelques cellules commerciales avenue de Verdun, déconnectées du pôle marchand principal, très peu qualitatives.

##### Accessibilité :

- Desserte du quartier par le futur Bus à Haut Niveau de Service
- Desserte du quartier par le futur Tramway reliant Annemasse à Genève

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Le Perrier fait l'objet d'un projet de rénovation urbaine (ANRU) qui aura un impact sur l'attractivité de la polarité marchande, le volume et la typologie de la clientèle, et confortera cet espace en tant que centralité urbaine de la ville d'Annemasse

#### Enjeux

- ✓ Maintien et confortement de la polarité marchande (accompagnement du projet ANRU)
- ✓ Pérennité des activités
- ✓ Requalification urbaine

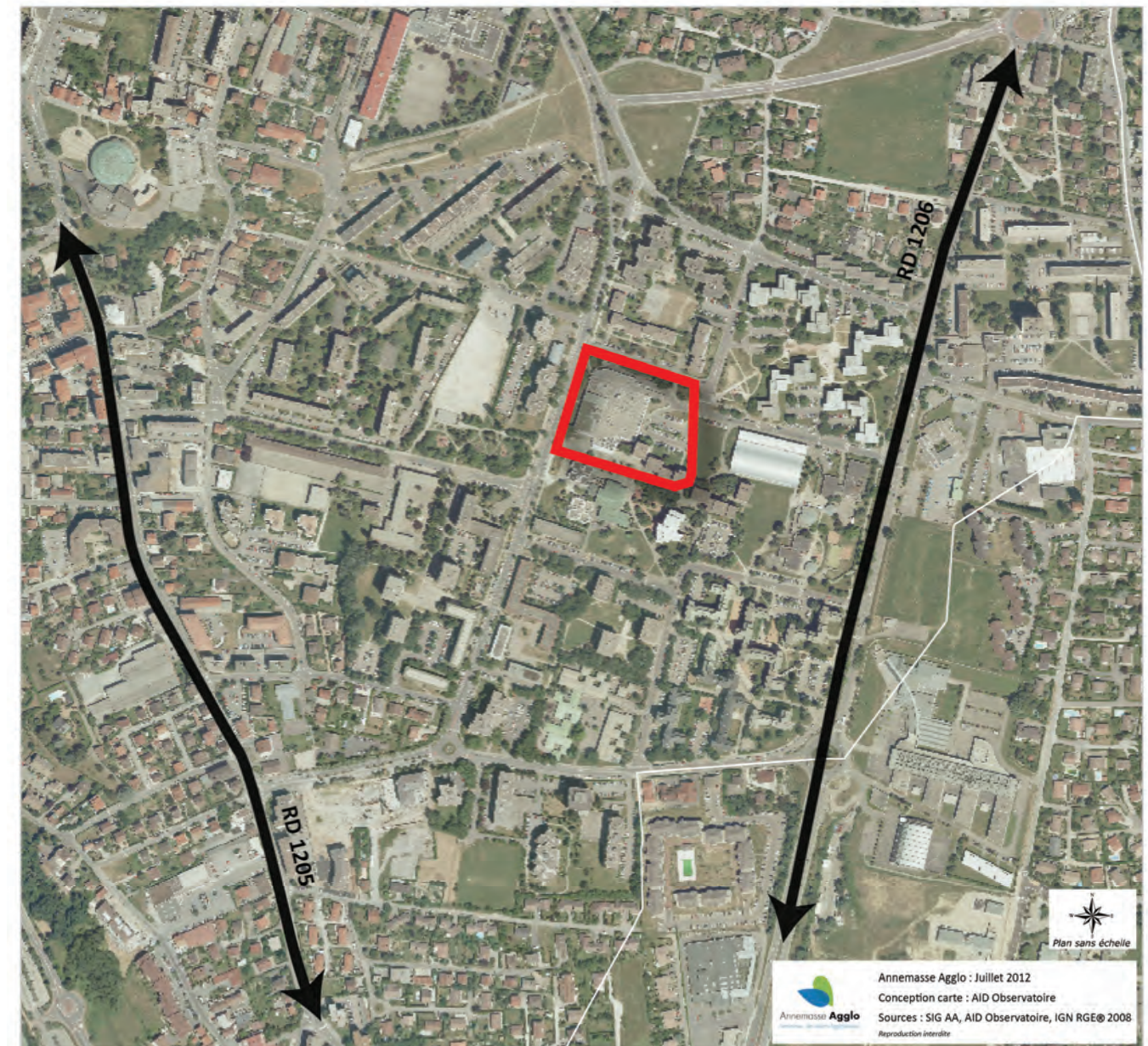
#### Orientations particulières

- Localisation préférentielle pour des développements de niveaux 1, 2 et 3

#### Recommandations

Modernisation du centre commercial et de l'environnement commercial  
Favoriser l'implantation d'activités plus qualitatives en lien avec l'évolution des profils de clientèle  
Conforter et améliorer les accès modes doux, notamment vers les arrêts TCSP

## Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



— ZACOM

## XI - Etoile Annemasse-Genève

### Hiérarchisation : Pôle en devenir

*Note : la ZACOM « Gare d'Annemasse » fera émerger la fonction de « pôle-gare ». La ZACOM « Hôpital d'Ambilly », qui fait partie intégrante du projet « Etoile Annemasse-Genève », constituera un pôle de proximité.*

### Constats

#### Activité commerciale :

- Pas d'activité commerciale sur la gare en elle-même aujourd'hui, présence d'activités rue de la gare (cafés-hôtels-restaurants notamment et commerce de proximité)
- Proximité immédiate du centre-ville d'Annemasse et notamment du projet Chablais Parc (à 80 m)

#### Accessibilité :

- Très bonne accessibilité par les transports en commun routiers et ferroviaires (renforcement de la desserte ferrée à venir [projet de RER transfrontalier Cornavin - Eaux Vives - Annemasse CEVA] et desserte par le futur BHNS)
- Projet majeur de pôle d'échange multimodal
- Accessibilité motorisée limitée actuellement (gabarit des voies limité et phénomènes de congestion fréquents pour accéder à la gare) comme à terme (flux de véhicules légers détournés du parvis)

#### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Projet urbain d'envergure métropolitaine autour de la gare (développement d'activités tertiaires notamment pôle hôtelier – bureaux).

### Enjeux

- ✓ Développement d'un pôle commercial lié aux flux de passage
- ✓ Accompagnement du projet urbain Etoile-Annemasse-Genève
- ✓ Complémentarité avec le centre d'agglomération

### Orientations particulières

- Le pôle de proximité de l'« hôpital d'Ambilly » est une localisation préférentielle pour des développements de niveau 1 et 2.
- Le pôle-gare de la gare d'Annemasse est une localisation préférentielle pour des développements de niveau 1, 2 et 3.

Afin de ne pas porter atteinte à la vitalité économique du centre d'agglomération et des polarités commerciales existantes sur Ambilly et Ville-la-Grand, les PLU des communes d'Annemasse, de Ville-la-Grand et d'Ambilly définiront une surface commerciale maximale par unité commerciale.

### Recommandations

Afin de garantir la vitalité économique des pôles commerciaux situés à proximité du projet « Etoile Annemasse-Genève », il est recommandé de limiter le développement commercial à environ :

- 2000 m<sup>2</sup> de surface de vente pour la ZACOM Gare d'Annemasse
- 2000 m<sup>2</sup> de surface de vente pour la ZACOM « pôle de proximité » du secteur de l'hôpital d'Ambilly.

## Délimitation des Zones d'Aménagement Commercial



— ZACOM

## XII - Site des Iles - ZAC Bois d'Arve Etrembières

### Hierarchisation : Pôle en devenir

#### Constats

##### Accessibilité :

- Accessibilité routière par la RD 1206 (en heure de pointe, 1000 véh./heure)
- Desserte en transport en commun par la ligne 5 du réseau de transports urbains (fréquence 30 à 40 minutes aux heures de pointe)
- Développement d'un pôle commercial conditionné dans le SCOT à la mise en place d'une desserte TC régulière (connexion au cœur d'agglomération), à l'intégration d'une liaison douce en direction du pas de l'échelle, et à l'amélioration de l'accessibilité routière.
- Cheminements cyclables existants le long des berges de l'Arve
- Possibilité d'amélioration de l'accès depuis le Pas de l'Echelle et les pôles urbains centraux à étudier, notamment par l'amélioration des modalités de franchissement de l'Arve

##### Qualité des aménagements, insertion urbaine, lisibilité :

- Site très sensible sur le plan paysager (entrée d'agglomération, au cœur d'un écrin naturel, forte visibilité depuis l'A40)
- Site situé dans une ZNIEFF de type 2 et partiellement couvert par la zone d'aléa d'inondation de l'Arve.
- Secteur situé au sein d'une zone favorable au passage de la faune entre le Salève et l'Arve

#### Enjeux

- ✓ Développement d'un pôle d'excellence d'envergure transfrontalière, de très haute qualité environnementale
- ✓ Développement d'une accessibilité multimodale sécurisée pour chaque mode (routier, TC, piéton, cycle)
- ✓ Intégration paysagère et environnementale
- ✓ Définition d'un projet d'ensemble

#### Orientations particulières

- Respect de l'ensemble des orientations particulières du SCOT sur ce site<sup>40</sup>
- Surface de plancher commerciale totale limitée à 27 000 m<sup>2</sup>

#### Délimitation de la Zone d'Aménagement Commercial



— ZACOM

<sup>40</sup> Cf. SCOT p. 315 : « Orientations spécifiques pour l'aménagement du deuxième sous-secteur, dit de la « ZAC Bois d'Arve »

L'aménagement de ce sous-secteur de la « ZAC Bois d'Arve » correspond au développement d'un pôle d'excellence au sens du SCOT, conçu pour avoir un rayonnement au minimum à l'échelle de l'agglomération franco-genevoise. Il s'agira donc de définir un projet d'ensemble (dont la mise en œuvre pourra néanmoins s'effectuer en différentes phases), intégrant trois composantes (économique, équipements et espaces naturels) et répondant aux deux grands objectifs suivants :

- renforcer et diversifier l'offre du territoire en terme de loisirs (notamment en terme de loisirs « sportifs ») : cette nouvelle offre créée en terme de loisirs devra permettre d'attirer des populations extérieures, contribuant ainsi à l'affirmation de la fonction touristique du territoire. Elle pourra s'appuyer notamment sur l'accueil d'équipements privés et/ou publics structurants sur le site, liés à cette fonction de loisirs.
- créer un nouveau pôle d'activités économiques (activités commerciales, de services, voire artisanales), ce pôle étant nécessairement thématisé et à fort rayonnement, et de préférence en lien avec cette fonction de loisirs (et notamment de loisirs « sportifs »). Ce pôle thématisé devra apporter une plus-value réelle par rapport à l'offre commerciale déjà existante sur le territoire et contribuer ainsi au rayonnement recherché pour le pôle d'excellence dans son ensemble. (...) »



Annemasse **Agglo**

Annemasse - Les Voirons Agglomération

PARTIE V

# Guide d'application du DAC

**Intégré au SCOT d'Annemasse Agglo**

Par délibération du Conseil Communautaire  
du 4 juillet 2012



Ce guide constitue un outil pratique indicatif à l'attention des communes et porteurs de projet.

## **I - Traduction des surfaces de vente en surface de plancher**

Afin de favoriser la mise en œuvre de ce document, notamment dans le cadre de l'élaboration et de l'application des PLU (délivrance des autorisations d'urbanisme), il est proposé d'introduire un rapport moyen entre surface de vente et surface de plancher, qui permettra de traduire les orientations du document d'aménagement commercial dans les PLU.

Le rapport proposé est le suivant :

- Offre de niveau 2 : Surface de plancher = 1,5 x surface de vente.
- Offre de niveaux 1, 3, 4 et 5 : Surface de plancher = 1,25 x surface de vente.

## **II - Mise en œuvre des orientations concernant les niveaux d'offre**

Afin de faciliter la mise en œuvre des orientations relatives aux niveaux d'offre à privilégier dans les différentes catégories de localisation, une correspondance a été établie entre la nomenclature NAF (INSEE) et les différents niveaux d'offre tels que définis dans la partie 2 du présent document.

| <b>Intitulé de poste NAF Nouveau NAF</b>                                                       | <b>Niveau d'offre</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers                                        | Niveau 5              |
| Commerce d'autres véhicules automobiles                                                        | Niveau 5              |
| Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m2 et plus)  | Niveau 4              |
| Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé | Niveau 5              |
| Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé                           | Niveau 5              |
| Commerce de détail de meubles                                                                  | Niveau 5              |
| Commerce de détail de produits surgelés                                                        | Niveau 2              |
| Magasins multi-commerces                                                                       | Niveau 2              |
| Hypermarchés                                                                                   | Niveau 2              |
| Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé                                         | Niveau 2              |
| Supermarchés                                                                                   | Niveau 2              |
| Grands magasins                                                                                | Niveau 3              |
| Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé                     | Niveau 3              |
| Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé                                           | Niveau 3              |
| Commerce de détail de livres en magasin spécialisé                                             | Niveau 3              |
| Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé                              | Niveau 3              |
| Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé                   | Niveau 3              |
| Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé                                     | Niveau 3              |
| Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé                                         | Niveau 3              |
| Commerce de détail de la chaussure                                                             | Niveau 3              |
| Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage                                     | Niveau 3              |
| Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé                | Niveau 3              |
| Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé              | Niveau 3              |
| Commerces de détail d'optique                                                                  | Niveau 3              |

|                                                                                                                                  |                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Autres commerces de détail spécialisés divers                                                                                    | Niveau 3                                                                                                   |
| Réparation de chaussures et d'articles en cuir                                                                                   | Niveau 3                                                                                                   |
| Réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie                                                                              | Niveau 3                                                                                                   |
| Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé                                                                     | Niveau 3 (<2000m <sup>2</sup> de surface de vente) ou Niveau 5 (> 2000 m <sup>2</sup> de surface de vente) |
| Entretien et réparation de véhicules automobiles légers                                                                          | Niveau 4                                                                                                   |
| Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles                                                                           | Niveau 4                                                                                                   |
| Commerce de détail d'équipements automobiles                                                                                     | Niveau 4                                                                                                   |
| Commerce et réparation de motocycles                                                                                             | Niveau 4                                                                                                   |
| Autres commerces de détail en magasin non spécialisé                                                                             | Niveau 4                                                                                                   |
| Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé                                                             | Niveau 4                                                                                                   |
| Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m <sup>2</sup> )                      | Niveau 4                                                                                                   |
| Commerce de détail d'autres équipements du foyer                                                                                 | Niveau 4                                                                                                   |
| Commerce de détail de biens d'occasion en magasin                                                                                | Niveau 4                                                                                                   |
| Réparation d'appareils électroménagers et d'équipements pour la maison et le jardin                                              | Niveau 4                                                                                                   |
| Réparation de produits électroniques grand public                                                                                | Niveaux 3 à 4                                                                                              |
| Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé                                   | Niveau 4                                                                                                   |
| Charcuterie                                                                                                                      | Niveau 1                                                                                                   |
| Cuisson de produits de boulangerie                                                                                               | Niveau 1                                                                                                   |
| Boulangerie et boulangerie-pâtisserie                                                                                            | Niveau 1                                                                                                   |
| Pâtisserie                                                                                                                       | Niveau 1                                                                                                   |
| Transformation du thé et du café                                                                                                 | Niveau 1                                                                                                   |
| Fabrication de condiments et assaisonnements                                                                                     | Niveau 1                                                                                                   |
| Fabrication de plats préparés                                                                                                    | Niveau 1                                                                                                   |
| Fabrication d'autres produits alimentaires n.c.a.                                                                                | Niveau 1                                                                                                   |
| Production de boissons alcooliques distillées                                                                                    | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce d'alimentation générale                                                                                                 | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé                                                                    | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé                                              | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé                                                    | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé                                                       | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé                                                                             | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé                                                             | Niveau 1                                                                                                   |
| Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé                                                                    | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé                                                             | Niveau 1                                                                                                   |
| Services des traiteurs                                                                                                           | Niveau 1                                                                                                   |
| Blanchisserie-teinturerie de détail                                                                                              | Niveau 1                                                                                                   |
| Coiffure                                                                                                                         | Niveau 1                                                                                                   |
| Soins de beauté                                                                                                                  | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé | Niveau 1 (<300m <sup>2</sup> de surface de vente) ou Niveau 4 (> 300 m <sup>2</sup> de surface de vente)   |
| Supérettes                                                                                                                       | Niveau 1                                                                                                   |
| Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé                                                    | Niveau 1                                                                                                   |

### III - Accessibilité des commerces

Le décret n° 2006-555 du 17 mai 2006 de la loi n°2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, impose aux commerces d'être accessibles aux personnes handicapées au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2015.

Afin d'aider les commerces à satisfaire cette obligation, Annemasse Agglo a publié une présentation pédagogique rappelant les obligations et préconisant des conseils techniques précis et illustrés en matière de stationnement, de cheminements extérieurs, d'accès, d'escaliers... cette présentation est disponible sur le site [www.annemasse-agglo.fr](http://www.annemasse-agglo.fr).

