



**ADEUS**

---

**SYNDICAT MIXTE POUR LE  
SCHEMA DIRECTEUR  
DE LA REGION DE STRASBOURG**

---

**COMMISSION DE TRAVAIL N°3  
*DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE***

---

**Restitution de la réunion  
du 27 mars 2000**

---

**AGENCE DE DEVELOPPEMENT  
ET D'URBANISME  
DE L'AGGLOMERATION  
STRASBOURGEOISE**  
9, Rue Brûlée + B.P. 47R2  
67002 Strasbourg Cedex  
**Tél. 03 88 21 49 00**  
Fax 03 88 75 79 42

---



---

**ETAIENT PRESENTS :**

---

**Membres élus délégués**

---

Madame	MOEGLEN Yveline	Communauté Urbaine de Strasbourg Présidente de la commission 3
Monsieur	GALEA Jean Michel	Communauté de Communes du Pays d'Erstein

**Personnes publiques associées**

---

Mesdames	SIEBERT Christine DELSOL Sandrine	Conseil Régional Alsace - DAT Service Economie - Conseil Général du Bas-Rhin
Monsieur	CLAVERIE Jean-Claude	Direction Départementale de l'Équipement
Madame	BRUNEAU Alix	Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt
Madame	MEYER Brigitte	Service Départemental d'Aménagement et d'Urbanisme - Conseil Général du Bas-Rhin
Messieurs	FUCHSBAUER François ZUGMEYER François SALSAC Jacques	Chambre de Métiers d'Alsace Chambre d'Agriculture Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin
Madame	DANON Dominique	Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin
Messieurs	LEROY Denis  MALZAK Stéphanie	Service Commerce Communauté Urbaine de Strasbourg Mairie de Lingolsheim

**Participants allemands**

---

Messieurs	FOMFERRA Joachim FUNK Marc HIMMELSBACH Rolf GIENCKE Rolf-Pete KUHNS Jürgen	Ville d'Offenburg Ville de Kehl Ville de Lahr Regionalverband Südlich Oberrhein Ville d'Offenburg
-----------	--	---

## **Autres participants**

---

Messieurs	REVERDY Michel	Directeur du Syndicat Mixte
	BAYLE André	Directeur du Port Autonome de Strasbourg
	MAUCHOFFE André	Consultant
	HERTZOG Didier	ADIRA

## **Participants de l'Agence d'Urbanisme**

---

Mesdames	KOENIG Colette	Animatrice de la commission
	VIGNERON Fabienne	Responsable thématique de la commission 3
	SCAREVELLA Julien	Assistant d'études
Monsieur	DIEBOLD Francis	

## **PERSONNES EXCUSÉES**

---

Mesdames, Messieurs

ARLEN René	Maire de Hoerd
BAUMERT Roger	Communauté Urbaine de Strasbourg
BUR Yves	Maire de Lingolsheim
DEBS Philippe	Maire d'Entzheim
DREYER Nicolas	Communauté Urbaine de Strasbourg
ENGLERT	Kreistag Ortenaukreis
GARCIA Alain	Maire d'Oberschaeffolsheim
GILLIG M. Hélène	Communauté Urbaine de Strasbourg
GRIGNON Francis	Communauté de Communes du Pays d'Erstein
GUICHARD François	Communauté Urbaine de Strasbourg
HOFFMANN	Communauté de Communes de Gamsheim-Kilstett
LIENHARD Claude	Adjoint au maire de Strasbourg
MARTY Claude	Maire de Reichstett
MULLER Alfred	Maire de Schiltigheim
MULLER Jean-Paul	Maire de Lipsheim
OEHLE	Communauté Urbaine de Strasbourg
REIBEL Constant	Maire de Duttlenheim
REICHARDT André	Maire de Souffelweyersheim
RICHARDOT Jean-Marie	CCI - (représenté par M. SALSAC)
RIES Roland	Maire de Strasbourg
SCHAAL Roland	Maire d'Eschau
SCHNEIDER André	Maire d'Hoenheim
SCHLICHTER Rémy	Maire de Wolfisheim

---

## POINTS-CLES DE LA REUNION

---

Madame la Présidente ouvre cette session de la commission développement économique en présentant les grands enjeux et le rôle stratégique du commerce dans l'aménagement du territoire.

Le compte-rendu de la session précédente, n'amenant aucun commentaire, est validé.

**Trois exposés**<sup>1</sup> permettent d'introduire le débat :

- Les grands éléments de cadrage sur l'évolution du commerce, de la distribution, et de la consommation ainsi que la réglementation en cours pour les implantations commerciales en France (intervention de Mme KOENIG).
- La situation du commerce dans le Kreis de l'Ortenau et la planification allemande en matière d'implantation commerciale (intervention de M. GIENCKE)

Evolution de la structure des commerces (type de commerce et surface) :

En Allemagne comme en France, les grandes tendances d'évolution sont similaires.

Planification :

Les implantations commerciales sont étroitement corrélées à la hiérarchie des centres urbains. Ainsi, les surfaces commerciales supérieures à 700 m<sup>2</sup> s'établissent dans les centres supérieurs ou moyens. Aucune implantation de ce type ne peut donc se réaliser dans un centre inférieur. Si l'Ortenaukreis présente 451 000 m<sup>2</sup> de surface de vente, 90 % se situent dans les communes d'Offenbourg, Achern, Haslach, Kehl et Lahr.

Pour l'implantation des grandes surfaces commerciales, les consensus intercommunaux sont encouragés et 90 % des cas sont réglés ainsi. Un projet, pour être autorisé, doit répondre à différents critères : hiérarchie des fonctions urbaines, gamme de produits, adéquation au plan d'urbanisme.

- Présentation de l'armature commerciale dans l'aire du Schéma Directeur : les grandes formes de distribution, les concentrations commerciales, les évolutions récentes ainsi que les comportements d'achats transfrontaliers (intervention de Mme VIGNERON)

Si l'offre commerciale bas-rhinoise est dense (1,2 million de m<sup>2</sup> de surface de vente répartis entre les grandes surfaces (70 %) et le petit commerce (30 %)), l'agglomération strasbourgeoise représente 50 % de l'offre du département et 90 % de celle du Schéma Directeur.

Les pratiques d'achat transfrontalières :

En France, les allemands achètent essentiellement des denrées alimentaires alors que les achats des français en Allemagne se portent davantage sur l'équipement de la maison et le loisir.

---

1. Une copie des transparents projetés en séance est disponible, sur demande, auprès de l'ADEUS.

**Le débat** animé par André MAUCHOFFE porte sur :

"Quelle place faut-il réserver au commerce dans l'aménagement du territoire ?".

Dans le Schéma Directeur qui préconise l'avenir du territoire, il convient de se poser la question du développement spatial du commerce.

Parmi les grandes tendances dont il faut tenir compte :

- Le commerce est une activité vivante qui évolue souvent et rapidement (nouvelles formes de distribution, nouveaux produits, ...).
- La distribution est de plus en plus consommatrice de surfaces.
- C'est le supermarché qui, de plus en plus, devient le commerce de proximité ; sa taille moyenne augmentant (passant d'environ 800 m<sup>2</sup> il y a encore quelques années à 2 000 m<sup>2</sup> voire plus aujourd'hui), la question de sa localisation est stratégique.
- Le nécessaire équilibre à planifier entre les implantations commerciales en centre ville, quartiers et en périphérie.
- Les impacts des projets commerciaux déjà réalisés doivent être mesurés.
- L'accessibilité reste une préoccupation primordiale : routes, autres moyens de transport.
- Le commerce a un rôle social et d'animation : c'est un service public de droit privé ...
- Un objectif global "qualité" doit être recherché : qualité du bâti, qualité pour le consommateur, insertion dans l'environnement (traitement des déchets), insertion dans le tissu urbain (entrées de villes).

Autres points soulevés :

- Prise en compte des besoins, qui sans doute vont s'avérer croissants, pour des populations spécifiques, en particulier, les personnes âgées :  
Comment développer les services et le commerce de proximité ?  
La livraison à domicile est un service qui est de plus en plus proposé et demandé.  
Schéma Départemental d'Urbanisme Commercial :  
Une initiative a été prise par les principaux acteurs départementaux (Chambre de Commerce, Chambre de Métiers, Communauté Urbaine de Strasbourg, Conseil Général, Association des Maires du département) pour engager une démarche visant à aboutir à une charte pour le développement du commerce dans le département du Bas-Rhin. Un état des lieux et des propositions ont été faits et une consultation est en cours sur l'objectif de la charte.  
Du côté du l'Ortenaukreis, une telle initiative a déjà été prise par le Regionalverband du Rhin supérieur Sud : "Gemeinsame Ziele für den Einzelhandel - Eine Einladung des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein".  
Ainsi, parmi les critères permettant d'évaluer l'opportunité de l'implantation d'une grande surface, on trouve : la hiérarchie des centres urbains (fonctions urbaines), l'assortiment de marchandises proposés et l'intégration du projet dans son environnement.  
Quels sont les objectifs de cette démarche : maintien et renforcement de la fonction approvisionnement au regard de la hiérarchie des fonctions urbaines des cen-

tres, maintien et renforcement du commerce en centre ville, préservation du commerce de proximité dans toutes les localités (villes, villages, centres inférieurs, ...), éviter des effets négatifs en matière de transport et d'environnement commercial.

- Concernant le projet d'un magasin d'usine à Söllingen (hors du périmètre de l'Ortenaukreis) : le Regionalverband de Karlsruhe est compétent en ce qui concerne la procédure d'aménagement. Les magasins d'usine relèvent de la même procédure que les grandes surfaces de plus de 700 m<sup>2</sup>.
- Le commerce rural : en Allemagne aussi, la surcapacité commerciale des grands centres entraîne une diminution des petits commerces dans les villages.
- Le commerce sur internet et son évolution. Aujourd'hui, cette forme de vente est encore "*confidentielle*". Globalement, elle représente moins d'1 % du chiffre d'affaires.

La prochaine réunion est fixée au 5 octobre 2000 à 16 heures.

Yveline MOEGLLEN  
*Présidente de la commission n°3*

*Pièces jointes :*

- Fiche "Développement économique" : Position transfrontalière et attractivité du commerce
- Fiche "Développement économique" : L'armature commerciale dans l'aire du Schéma Directeur
- Intervention de Monsieur GIENCKE (version allemande - traduction française en cours)