

Monsieur le Président  
PETR du Pays de Saverne, Plaine et Plateau  
16 rue du Zornhoff  
67700 Saverne

Dossier suivi par :  
Romane HAUSWALD  
Chargée de missions  
Direction Attractivité et Développement des Territoires  
Tél : +33 7 61 72 83 06  
Courriel : r.hauswald@alsace.cci.fr

Strasbourg, le 25 août 2025

**Objet :** Avis CCI Alsace Eurométropole  
Projet de modification n°1 du SCoT du Pays de Saverne, Plaine et Plateau

Monsieur le Président,

Par courrier réceptionné le 17 juillet 2025, vous avez sollicité l'avis de la CCI Alsace Eurométropole sur le projet de modification n°1 du SCoT du Pays de Saverne, Plaine et Plateau. Ces modifications portent sur le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) et touchent plus particulièrement les objectifs 2 et 3 correspondants respectivement au volet commerce et au Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique (DAACL).

Nous notons avec intérêt votre engagement pour favoriser l'attractivité économique et commerciale de votre territoire, au travers des évolutions envisagées.

L'examen du dossier, transmis dans le cadre de la consultation des personnes publiques associées, nous amène à formuler des observations développées dans le document joint au présent courrier.

Après analyse par notre service compétent, la CCI Alsace Eurométropole émet un avis favorable sur ce dossier, sous réserve de la prise en compte de nos remarques.

Restant à votre disposition pour tout échange complémentaire, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de nos salutations distinguées.

Le Directeur Attractivité et Développement  
des Territoires  
CCI Alsace Eurométropole



Olivier SCHMITT

PJ : Avis CCIAE

## AVIS DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE SUR LA MODIFICATION DU SCoT DU PAYS DE SAVERNE, PLAINE ET PLATEAU

La CCI Alsace Eurométropole a pris part aux réunions de travail, avec les autres personnes publiques associées, portant sur le présent projet de modification du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) du Pays de Saverne, Plaine et Plateau et a analysé le dossier réceptionné le 17 juillet 2025.

Nous saluons la qualité générale du document et vous remercions pour la démarche constructive et collaborative dans laquelle il s'inscrit. Néanmoins, l'analyse du dossier amène encore quelques observations développées ci-dessous.

### OBJECTIF 2 : RENOUVELER L'ATTRACTIVITE COMMERCIALE DES CENTRALITES ET CŒURS DE VILLAGES

#### ELEMENTS DE CADRAGE :

Après relecture des activités inscrites dans le champ d'application des objectifs 2 et 3 du DOO, nous aimerions vous suggérer d'ajouter quelques activités à votre liste :

- 10.13H Préparation de produits à base de viande associée à leur vente au détail
- 32.12Y Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie
- 32.13Y Fabrication d'articles de bijouterie fantaisie et articles similaires
- 96.30Y Services funéraires et activités connexes

L'absence des services de réparation et d'entretien de biens divers dans cette liste, nous a également interpellé. Ces activités consistent également en l'accueil d'une clientèle où s'effectue la vente de services, ainsi nous nous questionnons sur le choix de ne pas les inscrire dans le champ d'application. Il s'agit notamment des sous-classes :

- 95.23Y Réparation et entretien de chaussures et d'articles en cuir
- 95.25Y Réparation et entretien d'articles d'horlogerie et de bijouterie
- 95.22Y Réparation et entretien d'appareils électroménagers et d'équipements pour la maison et le jardin
- 95.24Y Réparation et entretien de meubles et d'équipements du foyer
- 95.10Y Réparation et entretien d'ordinateurs et d'équipements de communication
- 95.21Y Réparation et entretien de produits électroniques grand public
- **95.29G Réparation et entretien de cycles et autres engins de la mobilité douce**

De plus, il nous semblait que vous souhaitiez ajouter la restauration de type rapide (56.11J) et les activités de débit de boissons (56.30Y) mais ils n'apparaissent pas dans la liste. Nous en concluons que cette décision a été rejetée en comité syndical.

## 2.1 – RENFORCER LE ROLE COMMERCIAL DES CENTRALITES DU TERRITOIRE

Nous déduisons de ce paragraphe que les commerces, quelles que soient leurs caractéristiques, sont encouragés à s'implanter de manière préférentielle dans les coeurs de ville. Toutefois, il ne s'agit-là que d'une orientation, notamment pour les commerces de moins de 400m<sup>2</sup>, dont l'implantation n'a pas vocation à être règlementée dans les SCoT. Nous encourageons donc les Plans Locaux d'Urbanisme à s'emparer de cette orientation afin de spécifier les dispositions quant aux périmètres d'implantation commerciale effectifs dans leurs communes, en veillant à limiter les commerces dit « de flux » et dans une logique de contribution au dynamisme des coeurs de villes et villages.

### 2.1.D – AUGMENTER LA PART LOCALE DE CONSOMMATION DES PRODUCTIONS LOCALES

Dans la première phrase, s'agirait-il de préciser : « *La vente directe des produits de l'exploitation, en magasin ou distributeurs, est une prolongation directe ...* » ?

Bien que le SCoT ne puisse cadrer davantage cette partie, nous souhaitons faire part de notre position. D'une part, la CCI serait favorable à une limitation de la surface des points de vente à la ferme, par exemple à 80 m<sup>2</sup> ou 100 m<sup>2</sup>. D'autre part, une telle restriction semble d'autant plus nécessaire pour les points de vente collectifs, afin d'éviter l'émergence de points de ventes s'apparentant à de véritables « petits supermarchés » en dehors des localisations préférentielles définies dans le DAACL, au risque de déséquilibrer la dynamique commerciale souhaitée.

## OBJECTIF 3 : DEVELOPPER LE COMMERCE DE FAÇON COMPLEMENTAIRE ENTRE LES CENTRALITES COMMERCIALES ET LES SECTEURS PERIPHERIQUES (VALANT DAACL)

### DEFINITION :

Ce volet a vocation à réglementer les commerces de détail importants et les équipements de logistique commerciale importants, correspondant à des surfaces de plus de 400m<sup>2</sup>. Afin de clarifier la notion de « commerce de détail important », nous vous encourageons à préciser la définition et à souligner que nous parlons ici de surface de vente. L'enjeu est d'exclure de manière claire les espaces de stockage ou administratifs du décompte.

### 3.1.B – LES CONDITIONS D’IMPLANTATION AU SEIN DES CENTRALITES COMMERCIALES

Les centralités commerciales ont vocation à accueillir tous les types de commerces, listés dans l’objectif 2, de plus de 400m<sup>2</sup> de surface de vente, sans limite dans les centralités structurantes et intermédiaires et jusqu’à 800m<sup>2</sup> dans les centralités locales. La CCI entend ces dispositions.

Comme évoqué durant les précédents échanges, la CCI craint un risque de confusion entre les notions de « *centralité commerciale* » et de « *centralité par rapport à l’armature urbaine* ». Il s’agirait notamment de lever le doute dans les phrases suivantes :

- Dans le paragraphe : « *En lien avec les objectifs de développement de l’offre commerciale au sein des centralités, l’objectif est ...* » (partie 3.1.b), il serait utile de préciser le type de centralité. Parle-t-on des « *centralités commerciales* » ou des « *centralités de l’armature urbaine* » ?
- Même remarque lorsque vous écrivez : « *L’attractivité des centralités doit être traitée de manière transversale ...* » dans la partie 2.1.

### 3.2.B – LES CONDITIONS D’IMPLANTATION AU SEIN DES SECTEURS D’IMPLANTATION PERIPHERIQUES (SIP)

La CCI appuie l’encadrement des implantations commerciales dans les SIP et n’a pas de remarque complémentaire. Toutes nos observations ont trouvé justification au cours des échanges avec les services du PETR du Pays de Saverne, Plaine et Plateau.

### 3.3 – LOCALISATION DES CENTRALITES COMMERCIALES ET DES SECTEURS D’IMPLANTATION PERIPHERIQUE

Les délimitations proposées englobent des linéaires commerciaux bien établis. Les périmètres ont par ailleurs vocation à être précisés dans les Plans Locaux d’Urbanisme ; toutefois, en l’état, ils nous apparaissent d’ores et déjà comme compatibles avec les enjeux de préservation du tissu commercial des centres-villes et de renforcement de leur attractivité.