

# Nouveau CoDT

## *Focus sur la planification et la gestion des implantations commerciales*



Gembloux - 12 juin 2024

# Programme

- **SDT – Les objectifs régionaux et implications**  
*Par Camille Lhote, Directrice - UpCity*
- **SDC et son volet commercial : la stratégie communale en matière de développement des implantations commerciales**  
*Par Guénaël Devillet, Directeur - SEGEFA*  
*et Séverine Gurdal, Attachée spécifique, Département Territoire et Développement - Commune de Fléron*
- **Commerce et permis d'urbanisme : le champ d'application**  
*Par Thibault Ceder, Conseiller expert - UVCW*
- **Implantations commerciales : la rédaction des demandes de permis**  
*Par Cédric Lambrechts, Directeur - Intersectio*
- **La motivation de la décision relative aux demandes de permis**  
*Par Nathalie Van Damme, Avocate - Elegis*



# SDT – Les objectifs régionaux et implications

**Camille Lhote**  
Directrice - UpCity





# UPcity

**CoDT, SDT et SDC :**  
**Focus sur la planification commerciale et la gestion des implantations commerciales**  
*SDT – Les objectifs régionaux et implications*

*Camille Lhote - Directrice d'UPcity*



# UPcity<sup>↑</sup>

**Bureau de consultance stratégique  
spécialisé dans l'équilibre, la gestion et  
le développement des territoires**

## Contexte et enjeux de ce « nouveau » SDT

### 2022-2024 : Mission de mise à jour du SDT

- Intégrer le SRDC dans le SDT pour simplifier les procédures et amener plus de cohérence dans la poursuite des objectifs régionaux.

*Régulariser le développement commercial en se basant sur des principes liés à l'aménagement du territoire*

- Réelle révolution en matière d'implantations commerciales avec une adaptation également du CoDT. Rapatrier la réglementation des implantations commerciales vers celle de l'aménagement du territoire, pour dorénavant éviter un régime particulier tant de planification que d'autorisation.



Logiques de liberté d'installation et développement économique (RW, France, ...)

VS

Logiques d'implantations commerciales « aménagistes » (RF, Pays-Bas, Allemagne, ...)



## Contexte et enjeux de ce « nouveau » SDT

### Des enjeux importants mis en avant dans la DPR :

- « *La revitalisation des centres-villes ne peut s'envisager selon la perspective isolée de la problématique commerciale... Les moyens de redynamiser le tissu commercial s'inscrivent dans une approche multifactorielle qui doit prendre en compte les différents déterminants du centre-ville (aménagement urbain, logement, accessibilité, qualité et fonctionnalité de l'espace public, stationnement, diversité des services aux usagers, etc.)... »*

#### **A l'échelle régionale**

- Tendre vers un seul document indicatif de référence sur l'ensemble du territoire régional
- Le permis d'implantation commerciale devient un permis d'urbanisme.

#### **A l'échelle communale, ou supracommunale**

- Le SCDC disparaît au profit d'un volet commercial faisant partie intégrante des SDC-SDP
- Les communes pourront bénéficier d'un soutien en expertise pour l'élaboration du volet commercial de leur SDC

## Contexte et enjeux de ce « nouveau » SDT

### Nécessité d'une nouvelle approche de la gestion des implantations commerciales

- Cohérence avec réforme du CoDT
- Vision aménagiste : Gérer son développement en se basant sur des principes liés à l'aménagement du territoire. **Utiliser les critères en lien avec aménagement du territoire**
- **Intégration dans des objectifs prédéfinis (précédent SDT)**

*Pour rappel :*

*Sur le plan juridique, le schéma de développement du territoire a valeur indicative. Il est possible de s'en écarter moyennant le respect des conditions et selon les modalités procédurales fixées par le CoDT*

## Contexte et enjeux de ce « nouveau » SDT

20 objectifs régionaux de développement territorial et d'aménagement qui ont pour finalité :

**Optimisation spatiale (lutte contre l'étalement urbain et zéro artificialisation)**

**Développement socio-économique et de l'attractivité territoriale**

**Gestion qualitative du cadre de vie**

**Maitrise de la mobilité**

Des mesures  
concrètes  
pour  
optimiser le  
territoire

En maîtrisant  
l'artificialisation

En luttant contre  
l'étalement  
urbain

## Les changements

### RÉFORME DU CODT > LE LIEN AVEC LE SDT



Un changement radical : **abrogation du décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales**

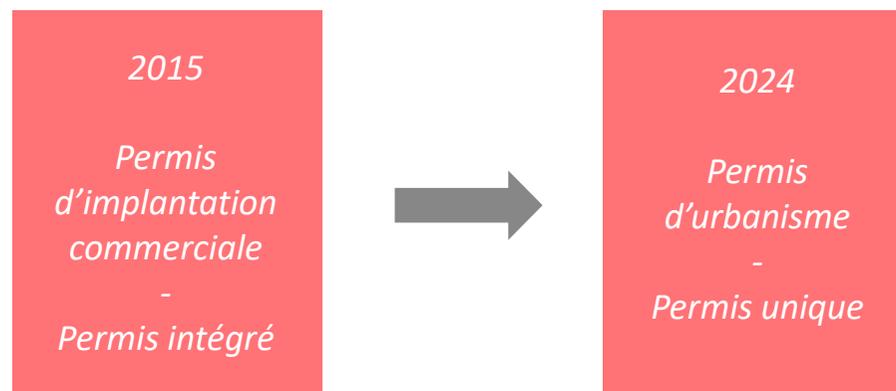
- **Nécessité d'intégrer cette thématique dans le CoDT. La politique commerciale sera traitée comme un volet de l'aménagement du territoire dans une vision intégrée des processus**
- **La planification commerciale s'effectuera au travers des schémas établis par le CoDT : SDT, SDP, SDC**
  - **Le schéma Communal de Développement Commercial (SCDC) sera dorénavant intégré au Schéma de Développement Communal (SDC)**
  - **Les schémas de développement communaux « thématiques », centrés sur l'optimisation spatiale, devront intégrer un volet relatif à la planification commerciale**

➤ Pour éviter un vide juridique suite à l'abrogation du décret de 2015, les centralités et mesures du SDT s'appliqueront **immédiatement aux permis concernant une implantation commerciale**, sans attendre le délai de 6 ans au terme duquel elles s'imposeraient à tous types de permis.

Le CoDT va mettre en application les mesures du SDT. Les révisions de plan de secteurs vont s'en inspirer, il va être décliné dans les différents outils (guides d'urbanisme, etc.)

## Les changements

### LES AUTORISATIONS



- Le **champ d'application** des implantations commerciales soumises à régulation reste identique à celui du décret de 2015.
- **Partage de compétences :**
  - Le seuil de 400 m<sup>2</sup> pour la soumission à permis de nouveaux commerces peut être ramené à **200 m<sup>2</sup>** par une **délibération du conseil communal**
  - **Projet de 400 à 1.500 m<sup>2</sup> : compétence communale** (au lieu de la limite de 2.500 m<sup>2</sup> actuellement) si le projet se situe, en tout ou en partie, en dehors d'une centralité définie par un schéma communal (ou en l'absence de centralité). Si le projet se situe dans une centralité, le seuil passe à 2.500 m<sup>2</sup>.
  - **Au-delà de 2.500 m<sup>2</sup>**, le permis est délivré par le **fonctionnaire délégué**.

## Les changements

- Les **procédures** de traitement de permis s'intègrent dans le canevas CoDT avec certaines spécificités :
  - l'avis obligatoire des communes limitrophes lorsque le projet vise la création d'une surface commerciale nette égale ou supérieure à 1.000 m<sup>2</sup>
  - la tenue systématique d'une enquête publique (réduite à 15 jours) pour les projets supérieurs à 400 m<sup>2</sup>
  
- **L'Observatoire du commerce** est conservé sous la forme d'une nouvelle section du pôle « Aménagement » du CESE qui sera consulté pour des projets de création de nouvelle surface commerciale nette égale ou supérieure à 1.000 m<sup>2</sup>. **La direction des implantations commerciales** est conservée et sera consultée dans les mêmes hypothèses.
  
- La **Commission d'avis sur les recours** verra sa composition complétée de quatre membres, dont l'expertise est reconnue dans ce domaine, lorsqu'elle statuera sur des permis relatifs à des commerces soumis à permis d'urbanisme.

	Compétence	Consultation FD	Consultation Pôle AT	Consultation DIC	Consultation communes limitrophes
<b>En centralité établie par un schéma communal ou pluricommunal</b>					
de 400 à 999m <sup>2</sup>	Collège	Non	Non	Non	Non
de 1.000m <sup>2</sup> à 1.499m <sup>2</sup>	Collège	Non	Oui	Oui	Oui
de 1.500m <sup>2</sup> à 2.499m <sup>2</sup>	Collège	Non	Oui	Oui	Oui
au-delà de 2.500m <sup>2</sup>	FD	/	Oui	Oui	Oui
<b>Hors centralité établie par un schéma communal ou pluricommunal / en l'absence de centralité établie par un schéma communal ou pluricommunal</b>					
de 400 à 999m <sup>2</sup>	Collège	Oui	Non	Non	Non
de 1.000m <sup>2</sup> à 1.499m <sup>2</sup>	Collège	Oui	Oui	Oui	Oui
de 1.500m <sup>2</sup> à 2.499m <sup>2</sup>	FD	/	Oui	Oui	Oui
au-delà de 2.500m <sup>2</sup>	FD	/	Oui	Oui	Oui

## Les changements

### L'APPARITION D'UN NOUVEAU CONCEPT

Centralités = Concept qui permet d'orienter les projets préférentiellement vers les lieux les mieux équipés

#### Définition :

Partie de villes et de villages qui cumule :

- une **concentration en logements**,
- une **proximité aux services et équipements**
- une **bonne accessibilité** en transport en commun.

Parmi ces centralités, on distingue :

- **les « centralités villageoises »**,
- **les « centralités urbaines »** et
- **les « centralités urbaines de pôle »**.

Le SDT définit les centralités en première approche



## Les changements

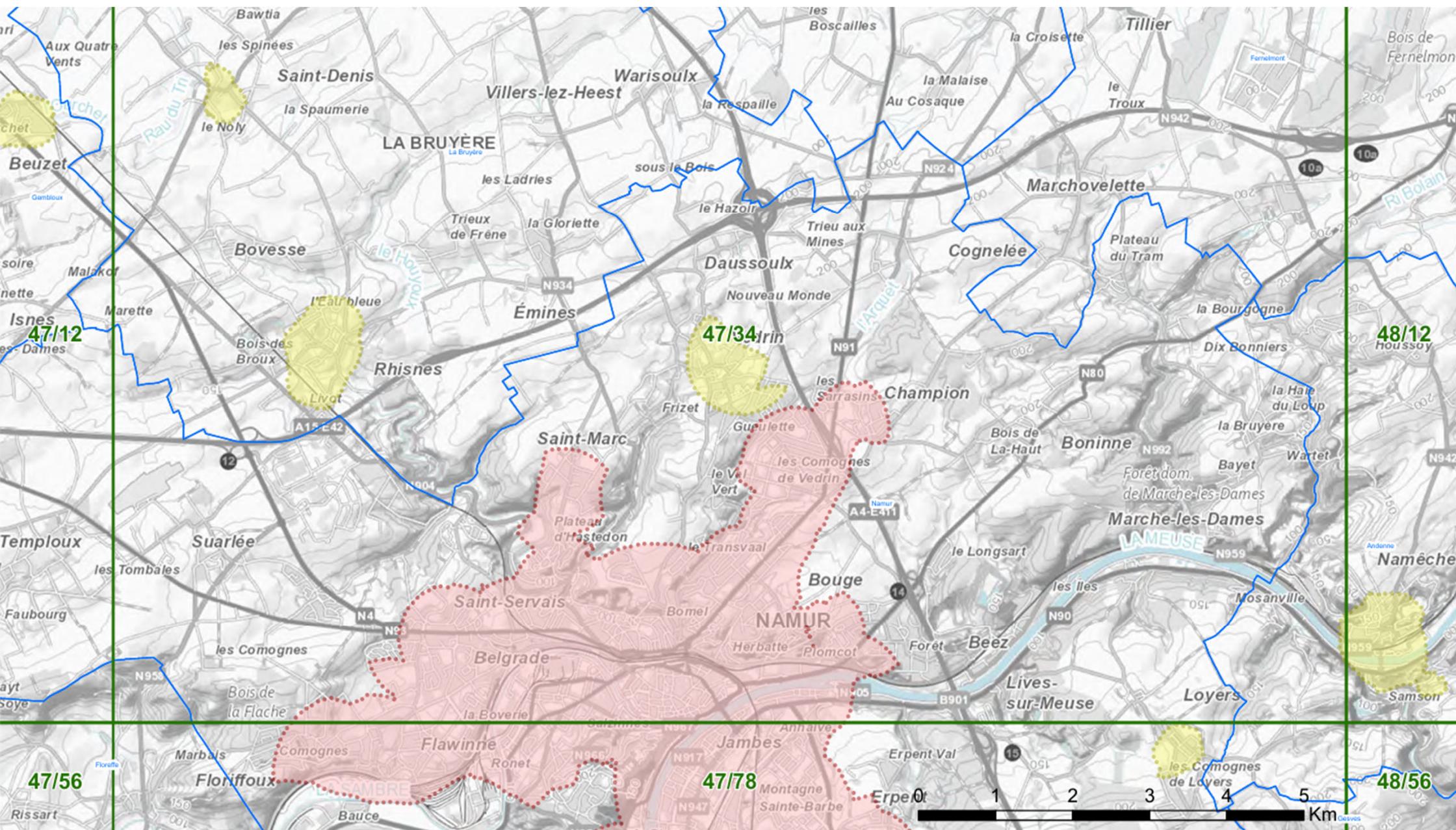
- Les centralités sont cartographiées dans un atlas imprimé au format A3.
- Les centralités cartographiées permettent d'appliquer les mesures guidant l'urbanisation définies dans le SDT.
- Les périmètres de centralités sont représentés cartographiquement par un pointillé dont les points ont un diamètre de 50 mètres ce qui permet une marge d'interprétation des limites de centralités.

Si une commune met en place un SDC ou SDP dans les 6 ans, les **centralités** seront redéfinies dans ce SDC / SDP

Si ce n'est pas le cas, les centralités sont inscrites dans le SDT ainsi que les mesures qui s'y appliquent (mesures guidant l'urbanisation).

Les mesures guidant l'urbanisation présentent des mesures chiffrées qui encadrent l'urbanisation au regard de l'optimisation spatiale.

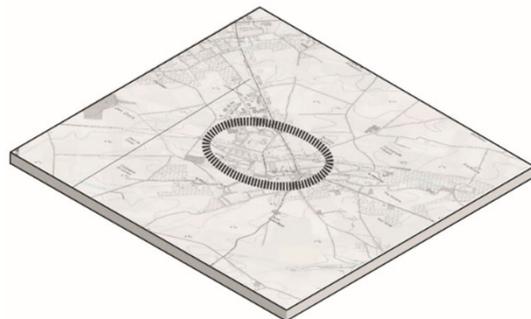
Elles **s'adressent à tous les acteurs de l'aménagement du territoire souhaitant concrétiser un projet d'aménagement et/ou d'urbanisme au sein du territoire (en centralité, bordure de centralité ou espace excentré).**



## BALISES ET DÉLIMITATION CENTRALITÉS

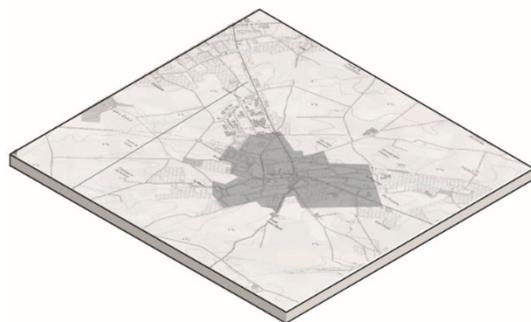


### Situation de base



### SDT

Premiers périmètres des centralités et balises  
Approche systématique à l'aide d'un SIG et sur la base de critères objectifs et quantifiables  
Opérationnalisation à l'échelle régionale



### SDC/SDP

Périmètres des centralités ajustés en respectant les balises du SDT  
Approche fine à l'aide d'analyses de terrain  
Opérationnalisation à l'échelle (pluri)communale

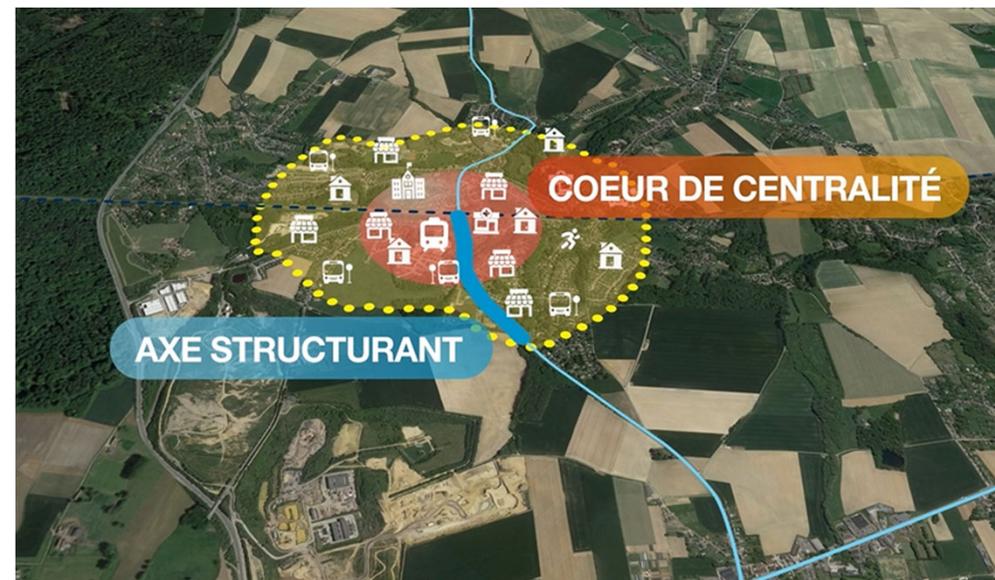
## LES CŒURS

Les « **cœurs de centralité** » concernent des « **quartiers des centralités concentrant des logements, des commerces d'achats légers (intégré un mix commercial diversifié), des services et des équipements ou disposant d'un nœud de transports en commun.**

Les cœurs de centralité sont **par exemple** :

- **les quartiers de l'hypercentre** concentrant les commerces d'achats légers (intégrés à un mix commercial diversifié), les services et équipements ;
- **les quartiers péricentraux rassemblant les commerces, services et équipements de proximité** ;
- **les quartiers de gares ou de nœuds de transports en commun** dont l'urbanisation est à renforcer en complémentarité de l'hypercentre ».

Les **cœurs excentrés** : dans les espaces excentrés, le quartier du centre historique des villes et villages ou la partie de quartier résidentiel qui présente une forme d'urbanisation compacte, qui concentre, à l'échelle de la commune et de ses anciennes sections, un nombre plus important de logements et qui dispose d'équipements et services de proximité et/ou de commerces facilement accessibles par les modes actifs



## LES ESSENTIELS À RETENIR



Le **mix commercial** et la **taille d'un projet** seront déterminants pour sa localisation.

Il n'y aura **plus de nodules commerciaux**, mais bien des **centralités, définies dans un premier temps dans le SDT**. Au sein de ces centralités, des **périmètres de densification commerciale** pourront être définis.

La **concentration commerciale** est préférée à sa dispersion.

Le pouvoir est donné aux conseils communaux de **soumettre à permis des commerces de plus de 200 m<sup>2</sup>**.



## QUE RETENIR POUR LES COMMUNES ?

### Plus d'autonomie pour les communes qui prennent en main leur stratégie commerciale

Plus vous prenez les choses en main, plus vous gagnez en indépendance.

- **Intégration d'un volet commercial dans les SDC et SDP.** Ces volets pourront s'appuyer sur les analyses contextuelles fournies par les Agences de développement territorial (intercommunales). La Région viendra appuyer ces dernières sur le plan commercial.

- **Une autonomie qui sera donc variable d'une commune à l'autre**

**Grâce à un SDC (ou SDP), la commune sera en mesure de revoir les limites de ses centralités et mieux appréhender les logiques commerciales de son territoire.**

**Meilleure prise en compte des spécificités locales et des projets à venir**

→ rendre un avis pour les permis à partir de 200 m<sup>2</sup> via délibération du conseil

→ Si centralité définie par un SDC / SDP, la compétence communale jusqu'à 2.500 m<sup>2</sup> reste d'application.

L'enjeu de la planification commerciale

## QUE RETENIR POUR LES COMMUNES ?

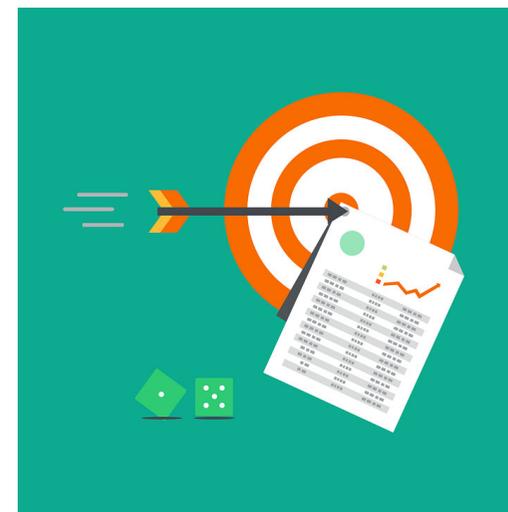
### La **planification commerciale** : quels outils pour les communes ?

#### **Le SDT : Enjeux, principes et mesures**

L'intégration du volet commercial dans les SDC et SDP

Les fiches commerces par commune qui seront délivrées par la Région wallonne

Le pouvoir donné aux conseils communaux de **soumettre à permis des commerces de plus de 200 m<sup>2</sup>**.



## SDT : Structure : Comprendre les enjeux, principes et mesures

**SA3com : Anticiper les besoins économiques dans une perspective de développement durable et de gestion parcimonieuse du sol**

### Enjeux

#### SA3com.E1

L'implantation des commerces de détail de plus de 400 m<sup>2</sup> doit être encadrée et optimisée afin de limiter l'artificialisation des terres, réduire l'étalement urbain et éviter l'apparition de friches commerciales.

#### SA3com.E2

L'implantation des commerces de détail, en particulier ceux de plus de 400 m<sup>2</sup>, doit convenir aux besoins de la population résidente et de passage. La croissance démographique et le vieillissement de la population doivent également être pris en considération.

#### SA3com.E3

L'attractivité des centralités urbaines et villageoises doit être renforcée en y soutenant le développement du commerce, y compris celui de plus de 400 m<sup>2</sup>.

#### SA3com.E4

L'implantation des commerces de détail, en particulier ceux de plus de 400 m<sup>2</sup>, doit répondre aux exigences d'implantation liées aux types d'achats considérés (alimentaires/légers/lourds) et à l'e-commerce.

### Principes de mise en œuvre

#### SA3com.P1

Les ensembles commerciaux de plus de 400 m<sup>2</sup> s'implantent dans les centralités et préférentiellement dans les centralités urbaines et urbaines de pôles. Les localisations de premier choix sont les espaces où l'activité commerciale est déjà concentrée, situés près des nœuds de transports en commun, aisément accessibles en modes actifs ou partagés.

#### SA3com.P2

La localisation de commerces de plus de 400 m<sup>2</sup> est adaptée pour répondre aux besoins actuels et projetés de la population résidente et de passage. Elle ne perturbe pas les rapports entre les différents types de centralités et tient compte de la nature des achats que le commerce propose (alimentaires/légers/lourds).

#### SA3com.P3

Les disponibilités foncières commerciales, bien situées dans les centralités, sont préservées, voire mises en œuvre, pour permettre, entre autres, l'implantation de surfaces commerciales ou ensembles commerciaux de plus de 400 m<sup>2</sup>.

#### SA3com.P4

Lorsque cela est possible, l'implantation de surfaces commerciales ou ensembles commerciaux de plus de 400 m<sup>2</sup> favorise les 4 principes suivants :

- favoriser la réaffectation de cellules commerciales vides, tout particulièrement en centralité, pour de nouvelles activités commerciales, en fusionnant les cellules mitoyennes pour en former de plus grandes ou encore en reconvertissant les cellules isolées ou inadaptées à d'autres fonctions ;
- favoriser la mixité fonctionnelle en complétant les activités commerciales par d'autres fonctions urbaines (services, bureaux, loisirs, etc.) et, de ce fait, permettre aux clients d'accéder à une diversité d'équipements et de services. L'accueil de commerces « hybrides » ou encore la mise en place de « colocations commerciales » contribuent également à la mixité fonctionnelle ;
- permettre l'utilisation temporaire des cellules commerciales ;
- renforcer la compacité des bâtiments et limiter l'imperméabilisation notamment des espaces de stationnement.

# Mesures de gestion et de programmation

## Au niveau régional (et communal)

### SA3com.M1

Dans les espaces excentrés, favoriser le maintien, ou le cas échéant la réduction, des sites commerciaux existants et, à défaut, permettre leur extension.

Dans ce cadre, en cas de restructuration des surfaces et ensembles commerciaux dont la superficie commerciale nette totale projetée est supérieure à 400 m<sup>2</sup> :

- permettre l'augmentation de la superficie commerciale nette en achats alimentaires ;
- éviter l'augmentation de la superficie commerciale nette en achats légers ;
- permettre l'augmentation de la superficie commerciale nette en achats lourds à condition que le projet présente une bonne accessibilité en transports en commun et en modes actifs.

En cas d'extension, privilégier le comblement du tissu bâti existant.

### SA3com.M2

Dans les espaces excentrés, éviter la création de nouveaux sites commerciaux dont la superficie commerciale nette dépasse 400 m<sup>2</sup>.

### SA3com.M3

Dans les centralités, favoriser la restructuration des surfaces ou ensembles commerciaux existants, en particulier ceux de plus de 400 m<sup>2</sup>.

### SA3com.M4

Dans les centralités, renforcer principalement les quartiers avec une forte concentration commerciale par la restructuration des ensembles commerciaux existants, et par la localisation en leur sein des moyennes surfaces commerciales (comprises entre 400 et 1500 m<sup>2</sup>) et des commerces de proximité (< 400 m<sup>2</sup>).

### SA3com.M5

Favoriser l'implantation de nouvelles surfaces ou ensembles commerciaux, en particulier ceux de plus de 400 m<sup>2</sup>, de toutes catégories d'achats dans les centralités urbaines et urbaines de pôles.

N'admettre l'implantation de nouvelles surfaces ou ensembles commerciaux dans les centralités villageoises, que dans les cas suivants :

- achats légers, uniquement pour les commerces dits "centralisants" de moins de 1500 m<sup>2</sup> ;
- achats alimentaires ;
- achats lourds de moins de 1500 m<sup>2</sup>.

## Au niveau communal

### SA3com.M6

Dans les schémas de développement communaux (SDC) et pluricommunaux (SDP), inclure un volet commercial comprenant :

- l'évaluation de l'équipement en achats alimentaires/légers/lourds, des commerces selon leur taille, de la vacance, etc ;
- l'évaluation du développement commercial attendu en vue de :
  - répondre aux besoins de la population résidente et de la clientèle de passage ;
  - renforcer la mixité fonctionnelle ;
  - concentrer le commerce dans les centralités.
- l'identification des périmètres de densification commerciale et des sites commerciaux stratégiques à réhabiliter.

### SA3com.M7

Dans les schémas de développement communaux et pluricommunaux, traiter des implantations commerciales de moyennes (400 à 1.500 m<sup>2</sup>) et grandes (> 1.500 m<sup>2</sup>) surfaces dans le volet relatif aux commerces conformément à la mesure M6 de l'objectif SA3com.

## SDT : Structure : Comprendre les enjeux, principes et mesures

### CC3 : Assurer l'accès à tous à des services, des commerces de proximité et des équipements dans une approche territoriale cohérente

## Enjeux

#### CC3.E1

Le développement des commerces, services, équipements et espaces publics ou communautaires doit rencontrer les besoins des habitants en tenant compte des dynamiques et des spécificités territoriales.

#### CC3.E2

L'offre en services et équipements publics doit être répartie sur le territoire en s'appuyant sur la structure territoriale et, le cas échéant, sur les centralités.

#### CC3.E3

L'attractivité des centralités doit être renforcée. Les commerces de proximité et de moyenne surface doivent y être localisés préférentiellement notamment pour réduire la vacance commerciale.

#### CC3.E4

L'usage du numérique doit faciliter l'accès aux services, surtout pour les personnes les plus éloignées de ceux-ci.

#### CC3.E5

En ce qui concerne les équipements techniques, la mise en conformité des réseaux d'épuration telle qu'exigée par l'Union européenne est un enjeu majeur au niveau environnemental.

## Principes de mise en œuvre

### Recentrer le développement de services, d'équipements et de commerces de proximité

#### CC3.P1

La localisation des services et équipements d'échelle supracommunale destinés aux activités scolaires, socio-culturelles, sportives, administratives, hospitalières, etc. est privilégiée dans les centralités urbaines de pôles. Les services de base (gardes d'enfants, enseignement, soins de santé, commerces alimentaires, etc.) sont concentrés dans les centralités urbaines et villageoises afin d'être proches des usagers. La localisation des établissements d'accueil et d'hébergement des aînés tient compte des besoins par arrondissement conformément aux règles en vigueur dans le Code wallon de l'action sociale et de la santé.

#### CC3.P2

Les surfaces commerciales de proximité sont développées de façon à renforcer les centralités urbaines et villageoises ainsi que les cœurs excentrés, et non de manière isolée ou linéaire, le long des voiries régionales. Par ailleurs, les comptoirs de vente directe entre le producteur (lié aux ressources primaires) et le consommateur sont admis dans les espaces excentrés, y compris en dehors de leurs cœurs.

#### CC3.P3

Les principes de développement commercial présentés en SA3com.P4 (intensification, mixité fonctionnelle, utilisation temporaire, etc.) sont également d'application pour les surfaces commerciales de moins de 400 m<sup>2</sup> (traités dans le présent objectif CC3).

#### CC3.P4

Afin de renforcer la cohésion sociale et territoriale, un réseau d'équipements collectifs « de proximité » est, d'une part, mis en place dans les centralités (notamment autour des plateformes d'échange modal et des commerces de proximité) et, d'autre part, pérennisé dans les cœurs excentrés. Ces équipements collectifs sont partagés, multifonctionnels et flexibles (maisons multi-services, maisons rurales, maisons de villages, équipements récréatifs, etc.).

#### CC3.P5

Les services, commerces et équipements d'échelle locale sont concentrés dans les cœurs de centralité pour favoriser la mixité fonctionnelle et faciliter l'accessibilité à pied, à vélo ou en transports en commun.

#### CC3.P6

Les commerces « centralisants » sont implantés principalement dans les centralités.

#### CC3.P7

Les commerces « polarisants » sont implantés principalement dans les centralités urbaines (et idéalement la catégorie léger dans leurs cœurs de centralité).

# Mesures de gestion et de programmation

## Au niveau régional :

### CC3.M1

Prendre les mesures nécessaires pour disposer d'un réseau de transport routier efficace et sûr :

- Renforcer l'offre de transports en commun dans et vers les centralités urbaines de pôles, en ce compris en soirée ;
- Adapter et promouvoir l'offre de transport à la demande ;
- Encourager le commerce dans les cœurs de centralité en utilisant des technologies d'information en temps réel des usagers quant à la disponibilité des parkings, notamment dans le cadre d'une approche multimodale (gare, parking de dissuasion, etc.).

### CC3.M2

Soutenir le développement des commerces de proximité et encadrer celui du secteur HoReCa dans les centralités, et les cœurs excentrés notamment à travers :

- Les plans spécifiques à destination des commerces de proximité et du secteur HoReCa (Ex : Plan Horizon Proximité), permettant de cerner les problèmes rencontrés, d'y apporter des aides financières et de l'accompagnement, et intégrant la digitalisation de ces secteurs d'activité ;
- Une harmonisation des règles en vigueur pour ces secteurs ;
- Le développement de dispositifs permettant de garantir la qualité tels le développement de labels « artisans », des formations sectorielles spécifiques et des certifications obligatoires au niveau sécurité et hygiène.

### CC3.M3

Doter les villes et communes d'instruments en matière de revitalisation commerciale afin de leur permettre d'être davantage actrices du développement commercial de leur territoire et de l'équilibre de celui-ci. Mobiliser pour ce faire les organismes déjà en place : régies communales autonomes, agences de développement local, ou en leur absence, les services de développement économique et d'attractivité.

### CC3.M4

Réaliser les réseaux de transports d'eau tels que prévus dans le Schéma régional d'exploitation des ressources en eau (SREERE) : sécurisation de La Louvière, bouclage de Charleroi, liaison Néblon-Durbuy, valorisation des eaux d'exhaure à Florennes vers Charleroi et Walcourt, liaison Hôllogne-Arbre à la Croix, liaison Arbre à la Croix-Andenne, liaison Andenne-Wellin, liaison Ghlin-Transhennuyère, sécurisation Brabant wallon Est, sécurisation Vielsalm, Arlon-Messancy, Houffalize.

## Au niveau communal :

### CC3.M5

Dans les schémas de développement communaux ou pluricommunaux, traiter des implantations commerciales de petites surfaces (< 400 m<sup>2</sup>), notamment de proximité, dans le volet relatif aux commerces conformément à la mesure M6 de l'objectif SA3com.

## | SDT & Commerce > Mesures guidant l'urbanisation liées aux implantations commerciales

Surfaces ou ensembles commerciaux <sup>1</sup> de moins de 400 m <sup>2</sup>	Dans les espaces excentrés	Dans la centralité		
		Centralité villageoise	Centralité urbaine	Centralité urbaine de pôle
<b>Achats légers</b>	Admissible uniquement pour les commerces de proximité.	Admissible, en favorisant la concentration de ce type d'activité dans les cœurs de centralités.		
<b>Achats alimentaires</b>	Admissible à condition de privilégier une implantation dans les cœurs excentrés ou d'être un comptoir de vente directe entre le producteur (lié aux ressources primaires) et le consommateur.	Admissible, en vue de répondre aux besoins de proximité de la population locale.		
<b>Achats lourds</b>	Admissible à condition de privilégier une implantation dans les cœurs excentrés.	Admissible, en vue de répondre aux besoins de proximité de la population locale.		

➤ **Achats légers** : achats non pondéreux et non volumineux relatifs à l'équipement de la personne, à l'équipement de la maison et aux loisirs

➤ **Achats lourds** : achats pondéreux ou volumineux relatifs à l'équipement de la maison et aux loisirs

**Commerce de proximité** : Commerces de consommation quotidienne ou régulière de type alimentation, livres, journaux et papeterie, petit format de bricolage, pharmacie, etc.

Surfaces ou ensembles commerciaux <sup>1</sup> de 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup>	Dans les espaces excentrés	Dans la centralité		
		Centralité villageoise	Centralité urbaine	Centralité urbaine de pôle
<b>Achats légers</b>	À éviter.	À éviter, excepté pour les commerces considérés comme "centralisants".	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton. Favoriser les projets localisés dans les cœurs de centralités.	
<b>Achats alimentaires</b>	À éviter, sauf en restructuration d'ensembles ou de surfaces existants.	Admissible.	Admissible, en complément de l'offre commerciale des cœurs de centralités, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	
<b>Achats lourds</b>	À éviter, sauf en complément d'ensembles commerciaux denses existants présentant une bonne accessibilité en transports en commun et en modes actifs.	Admissible.	Admissible, à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	

**Commerce centralisant** : Commerce de détail qui s'intègre dans un quartier mixte en complémentarité avec d'autres commerces.

## | SDT & Commerce > Mesures guidant l'urbanisation liées aux implantations commerciales

Surfaces ou ensembles commerciaux <sup>1</sup> de plus de 1.500 m <sup>2</sup>	Dans les espaces excentrés	Dans la centralité		
		Centralité villageoise	Centralité urbaine	Centralité urbaine de pôle
<b>Achats légers</b>	À éviter.	À éviter.	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton. Favoriser les projets localisés dans les cœurs de centralités.	
<b>Achats alimentaires</b>	À éviter, sauf en restructuration d'ensembles ou de surfaces existants.	Admissible.	Admissible, en complément de l'offre commerciale des cœurs de centralités, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	
<b>Achats lourds</b>	À éviter, sauf en complément d'ensembles commerciaux existants, et à condition que le projet présente une bonne accessibilité en transports en commun et en modes actifs.	À éviter.	Admissible si la centralité est située à plus de 30 minutes en transports en commun d'une centralité urbaine de pôle, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.

- **Achats légers** : achats non pondéreux et non volumineux relatifs à l'équipement de la personne, à l'équipement de la maison et aux loisirs
  
- **Achats lourds** : achats pondéreux ou volumineux relatifs à l'équipement de la maison et aux loisirs

**Cœur de centralité** : Quartier des centralités concentrant des logements, des commerces d'achats légers (intégrés un mix commercial diversifié), des services et des équipements ou disposant d'un nœud de transports en commun.

Les cœurs de centralité sont par exemple :

- les quartiers de l'hypercentre concentrant les commerces d'achats légers (intégrés à un mix commercial diversifié), les services et équipements ;
- les quartiers péricentraux rassemblant les commerces, services et équipements de proximité ;
- les quartiers de gares ou de nœuds de transports en commun dont l'urbanisation est à renforcer en complémentarité de l'hypercentre.

- **Ces 3 tableaux montrent que la localisation favorisée pour tous les types d'achats sont les centralités urbaines et urbaines de pôle.**

## GUIDE CONCRET D'UTILISATION EN 4 ÉTAPES

1

**Cibler** le type d'implantation commerciale concerné

2

**Identifier la catégorie de surface** commerciale dans laquelle le projet ou l'ensemble commercial se trouve

3

**Déterminer la typologie** commerciale

4

**Suivre les recommandations de localisation** du projet ou de l'ensemble commercial, en lien avec la structure territoriale

## Quels changements dans la dernière version approuvée ?

- ❑ Un rééquilibrage a été opéré afin de prendre davantage en compte les **territoires ruraux** : nouvelle ambition + caractère polycentrique de certaines communes
- ❑ Le concept de **cœurs excentrés** davantage développé afin de permettre une consolidation des activités plus importantes
- ❑ Plus de souplesse pour les communes qui souhaitent **créer des centralités supplémentaires** : les communes pourront donc créer de nouvelles centralités
- ❑ Confirmation que les communes auront bien **6 ans** (et non 5 comme annoncé dans le premier projet) pour établir leurs périmètres de centralité

## Quels changements dans la dernière version approuvée ?

Pour le **commerce** :

### Commerces en bordure de centralité

Une surface ou un ensemble commercial existant qui s'étend à la fois en centralité et en espace excentré est considéré comme entièrement situé dans une centralité pour autant qu'il :

- i. assure une transition urbanistique adaptée entre la centralité et les espaces excentrés ;
- ii. ne déforce pas les centralités ;
- iii. marque les entrées de centralités ;
- iv. dispose d'une offre en transports en commun et d'un accès aisé par les modes actifs.

### Cœurs excentrés et lien avec activités commerciales

### Reformulation de certains principes pour davantage de clarté

Exemple : SA3com.M1

*Dans les espaces excentrés, favoriser le maintien, ou le cas échéant la réduction, des sites commerciaux existants et, à défaut, permettre leur extension.*

## QUE RETENIR ?



### ❑ Importance du **lien entre SDT et CoDT**

Le CoDT va mettre en application les mesures du SDT. Les révisions de plan de secteurs vont s'en inspirer, il va être décliné dans les différents outils (guides d'urbanisme, etc.)

### ❑ La Wallonie avait besoin d'une **ligne de conduite** claire avec des mesures fortes pour atteindre les objectifs fixés (Green Deal, Accord de Paris, Plan de relance, etc.)

### ❑ Le SDT donne également une ligne de conduite pour que les **autorités communales** puissent concevoir une stratégie territoriale à leur niveau.

- Inciter les communes à élaborer un SDC/SDP
- Donner **plus de pouvoirs aux communes** à condition d'avoir une stratégie

→ **PLANIFICATION COMMERCIALE**

## QUE RETENIR ?

- ❑ Tout nouveau développement commercial ne sera pas interdit, il donne un **cadre** pour privilégier certains types de développements et en freiner d'autres.
- ❑ Enjeu de **maintenir une expertise commerciale**
  - Les instances actuelles seront toujours mobilisées et disponibles en fonction des projets (DIC, Pôle Aménagement, etc.)
  - Les bureaux d'études
  - Au niveau local : service de développement économique, urbanisme, ADL, etc.
- ❑ Ne pas oublier que le commerce n'est qu'une des variables pour stimuler la redynamisation des territoires. Il est donc crucial de **promouvoir une approche globale et locale** pour rendre les villes plus désirables et les préparer à répondre aux enjeux de demain.



## L'ENJEU DE LA PLANIFICATION COMMERCIALE

Les essentiels à retenir pour les futures autorisations commerciales

Localisation

Taille

Mix commercial

*Plus vous maîtrisez ces trois variables, plus vous maîtrisez la dynamique commerciale de votre territoire*



**Planification : un niveau suffisant pour donner une ligne de conduite claire sans entrainer un cadre trop contraignant qui limiterait tout développement commercial, même cohérent.**

Merci pour votre attention



# UPcity

Bureau de consultance stratégique  
spécialisé dans l'équilibre, la gestion et le  
développement des territoires

 **Ensemble, libérons pleinement  
le potentiel de votre territoire !**

Parc scientifique Initialis  
Rue René Descartes, 2  
B - 7000 Mons  
T : +32 (0)65 98 04 67

Boulevard de Leeds, 253  
59777 Lille  
+33 (0)3 74.09.55.00

[info@up-city.be](mailto:info@up-city.be)

[www.up-city.be](http://www.up-city.be)

# SDC et son volet commercial : la stratégie communale en matière de développement des implantations commerciales

***Guénaël Devillet***  
Directeur  
SEGEFA - ULiège

***Séverine Gurdal***  
Attachée spécifique  
Commune de Fléron



# Retour d'une expérience

## Commune de Fléron

**Pour la Commune de Fléron :**

Séverine GURDAL, Cheffe du Département Territoire et Développement

**Pour le SEGEFA-Uliège :**

Guénaël DEVILLET, Directeur



## Au niveau communal

### SA3com.M6

Dans les schémas de développement communaux et pluricommunaux, inclure un volet commercial comprenant :

- L'évaluation de l'équipement en achats alimentaires/légers/lourds, des commerces selon leur taille, de la vacance, etc ;
- L'évaluation du développement commercial attendu en vue de :
  - répondre aux besoins de la population résidente et de la clientèle de passage ;
  - renforcer la mixité fonctionnelle ;
  - concentrer le commerce dans les centralités.
- L'identification des périmètres de densification commerciale et des sites commerciaux stratégiques à réhabiliter.

### SA3com.M7

Dans les schémas de développement communaux et pluricommunaux, traiter des implantations commerciales de moyennes (400 à 1.500 m<sup>2</sup>) et grandes (> 1.500 m<sup>2</sup>) surfaces dans le volet relatif aux commerces conformément à la mesure M6 de l'objectif SA3com.

# Mesures guidant l'urbanisation liées aux implantations commerciales

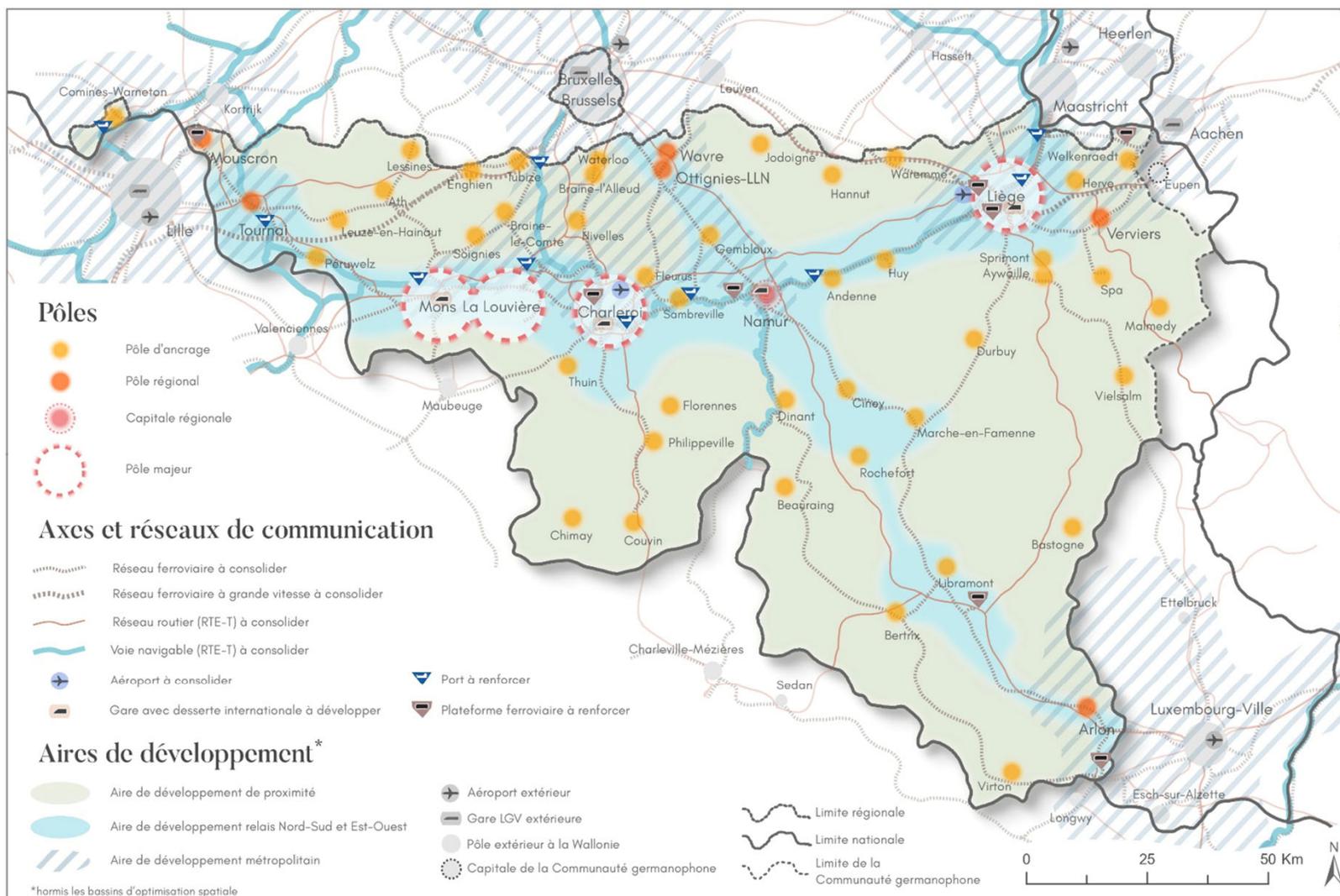
Surfaces ou ensembles commerciaux <sup>1</sup> de 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup>	Dans les espaces excentrés	Dans la centralité		
		Centralité villageoise	Centralité urbaine	Centralité urbaine de pôle
<b>Achats légers</b>	À éviter.	À éviter, excepté pour les commerces considérés comme "centralisants".	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton. Favoriser les projets localisés dans les cœurs de centralités.	
<b>Achats alimentaires</b>	À éviter, sauf en restructuration d'ensembles ou de surfaces existants.	Admissible.	Admissible, en complément de l'offre commerciale des cœurs de centralités, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	
<b>Achats lourds</b>	À éviter, sauf en complément d'ensembles commerciaux denses existants présentant une bonne accessibilité en transports en commun et en modes actifs.	Admissible.	Admissible, à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	

+

Surfaces ou ensembles commerciaux <sup>1</sup> de plus de 1.500 m <sup>2</sup>	Dans les espaces excentrés	Dans la centralité		
		Centralité villageoise	Centralité urbaine	Centralité urbaine de pôle
<b>Achats légers</b>	À éviter.	À éviter.	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton. Favoriser les projets localisés dans les cœurs de centralités.	
<b>Achats alimentaires</b>	À éviter, sauf en restructuration d'ensembles ou de surfaces existants.	Admissible.	Admissible, en complément de l'offre commerciale des cœurs de centralités, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	
<b>Achats lourds</b>	À éviter, sauf en complément d'ensembles commerciaux existants, et à condition que le projet présente une bonne accessibilité en transports en commun et en modes actifs.	À éviter.	Admissible si la centralité est située à plus de 30 minutes en transports en commun d'une centralité urbaine de pôle, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton.

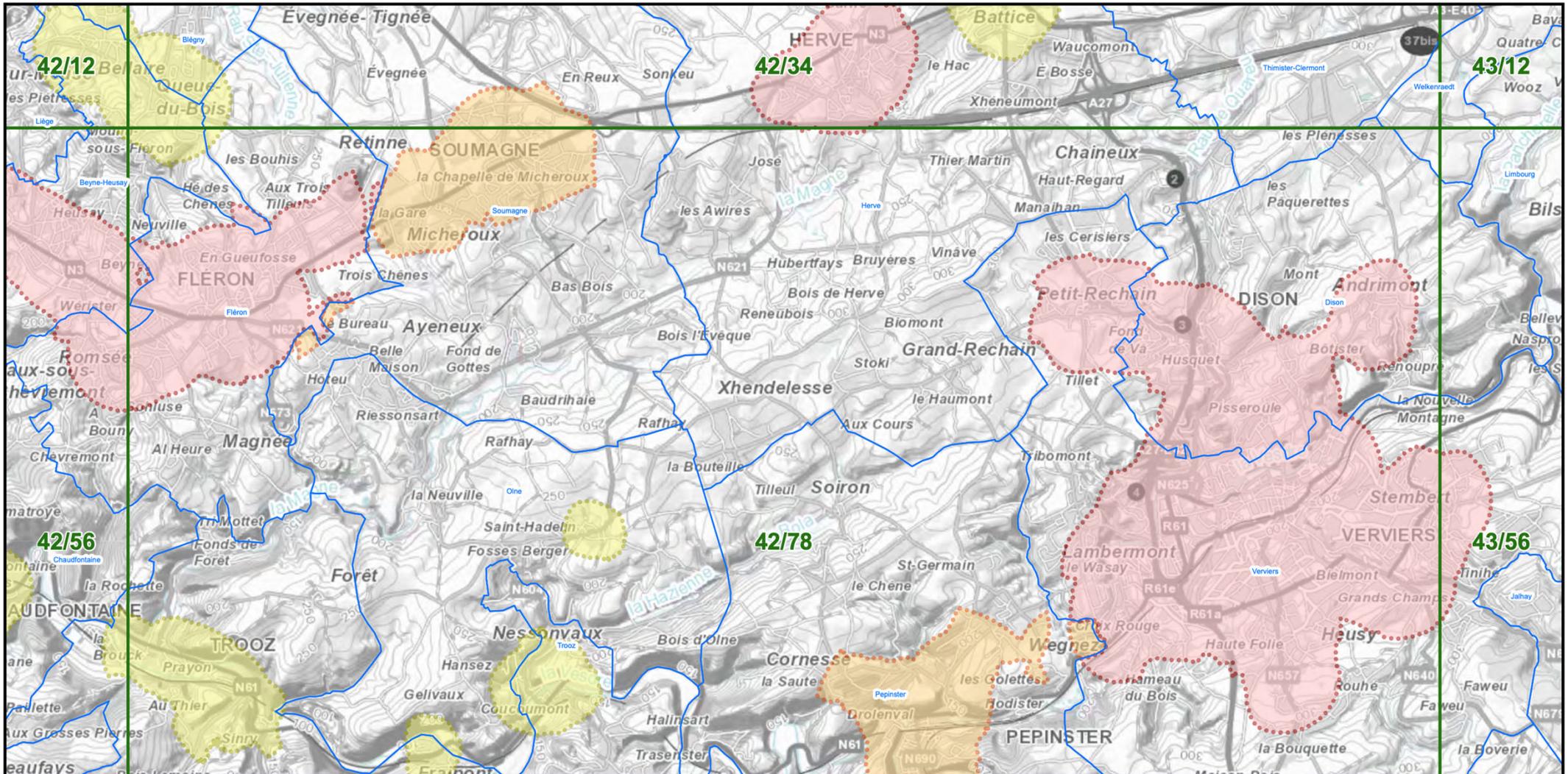
SDT

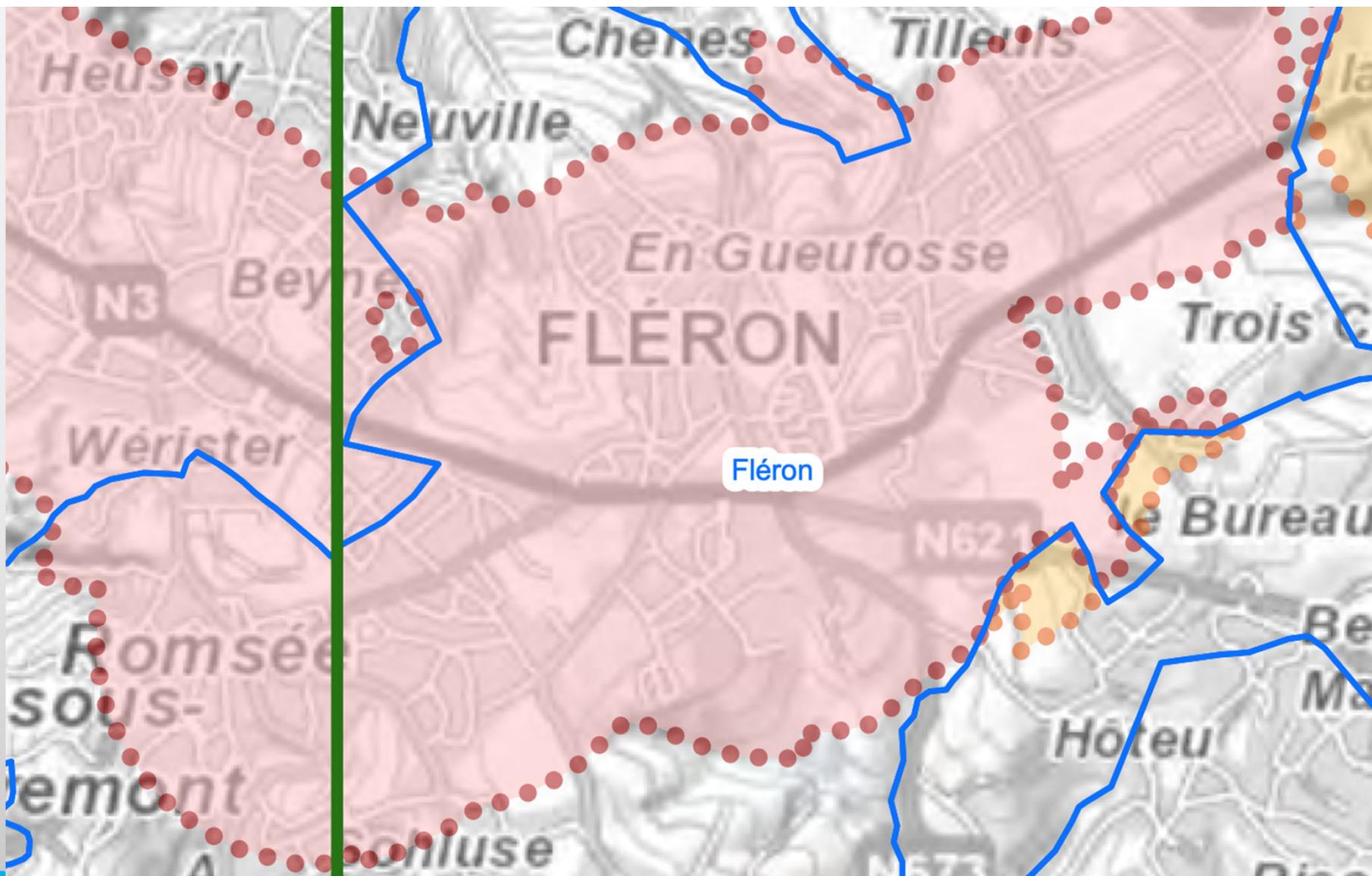




Structure territoriale  
SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE







## **SDT**

### **Achats alimentaires :**

Achats réalisés à une fréquence d'une à plusieurs fois par semaine (en moyenne) pour répondre aux besoins d'alimentation du ménage.

### **Achats légers :**

Achats de produits non pondéreux réalisés à une fréquence d'une fois tous les deux mois (en moyenne), essentiellement relatifs à l'équipement de la personne (vêtements, chaussures, accessoires, soins du corps, pharmacies, etc.), à l'équipement de la maison pour des produits légers (articles de ménage et décoration) et aux loisirs pour des produits légers (sports, librairie, multimédia, etc.).

### **Achats lourds :**

Achats de produits pondéreux réalisés à une fréquence faible (de plusieurs fois par an), essentiellement relatifs à l'équipement de la maison pour des produits lourds (meubler, appareils électroménagers, bricolage) et aux loisirs pour des produits lourds (transport, gros équipements de sport, camping, animaux).



## **SDT**

### **Périmètre de densification commerciale :**

Périmètre qui concentre spatialement les activités commerciales afin d'atteindre une masse critique de commerces. Ces périmètres correspondent généralement aux rues et artères commerçantes principales des cœurs de centralités et sont définis sur la base de l'appareil commercial existant et autres activités génératrices de flux (banques, postes, bâtiments publics, etc.). Ils bénéficient d'une bonne accessibilité multimodale et participent à la mixité des fonctions urbaines. Définis dans le cadre des Schémas de développement communaux et pluri communaux, ces périmètres peuvent faire l'objet de conditions particulières pour faciliter les implantations commerciales : subsides publics, aménagements urbains, démarches administratives facilitées, etc.



## SDT

### Cœur de centralités :

Quartier des centralités concentrant des logements, des commerces d'achats légers (intégrés un mix commercial diversifié), des services et des équipements ou disposant d'un nœud de transports en commun.

Les cœurs de centralité sont par exemple :

- les quartiers de l'hypercentre concentrant les commerces d'achats légers (intégrés à un mix commercial diversifié), les services et équipements ;
- les quartiers péricentraux rassemblant les commerces, services et équipements collectifs de proximité ;
- les quartiers de gares ou de nœuds de transports en commun dont l'urbanisation est à renforcer en complémentarité de l'hypercentre.

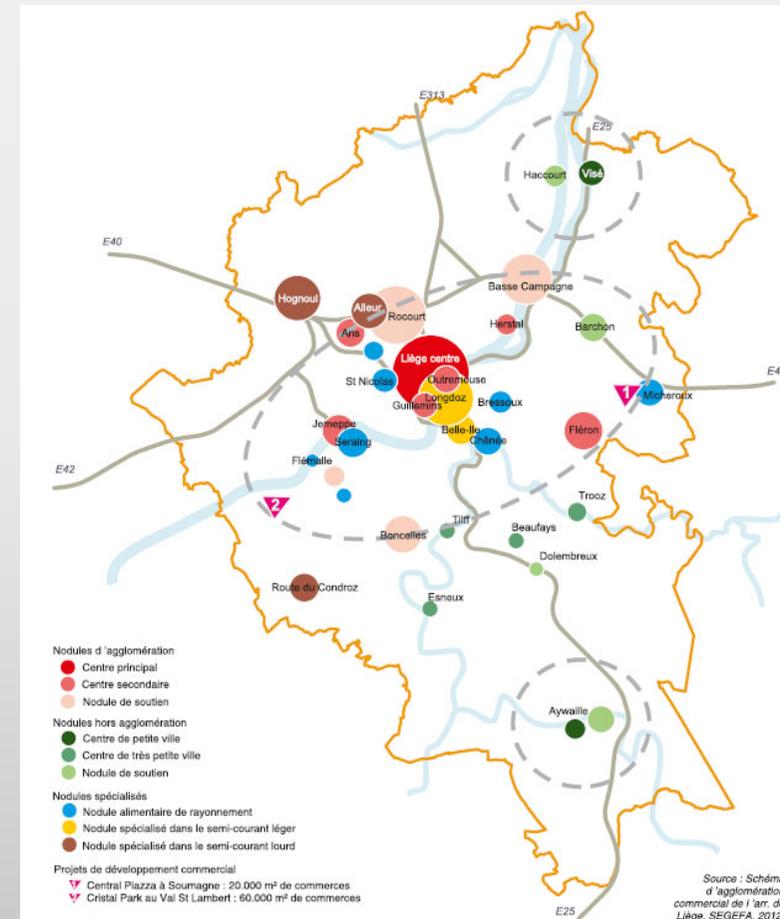
Il est fait référence au concept de cœur de centralité en se fondant sur une analyse de terrain ou le cas échéant sur son identification dans un schéma de développement communal ou pluri communal.



# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

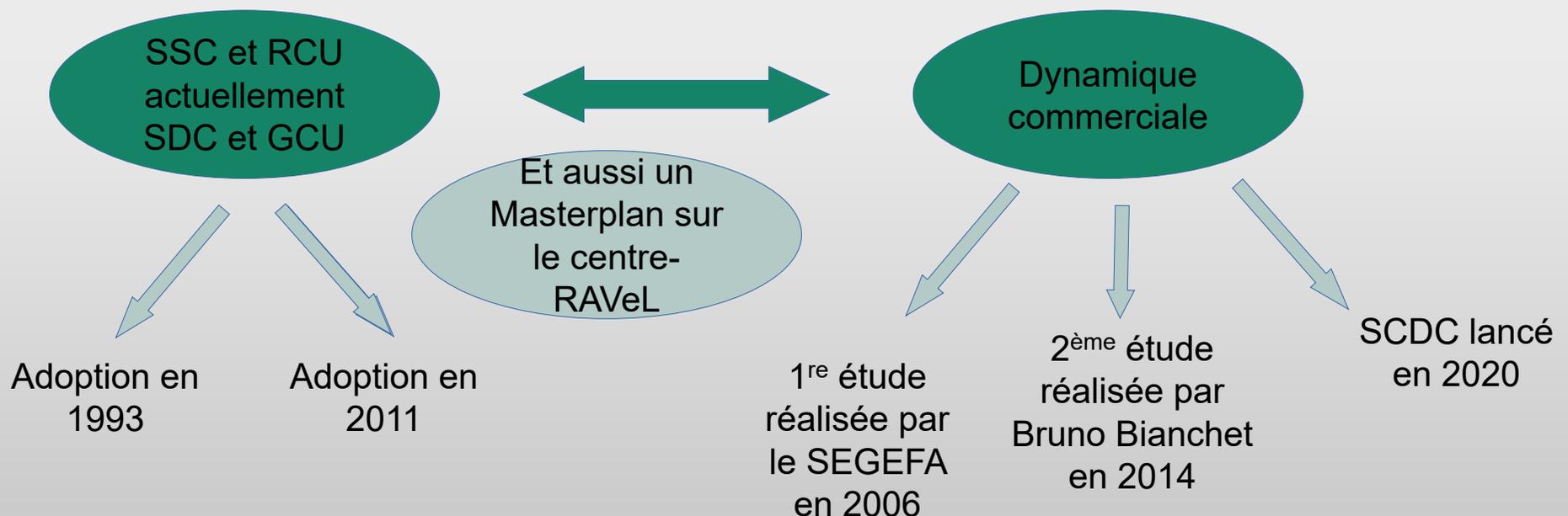
La Commune de Fléron est située dans l'Arrondissement de Liège.

L'activité commerciale est un pilier fort du développement économique. Fléron a toujours exercé le rôle de pôle commercial à l'Est de Liège, ce qui représente 36.000 m<sup>2</sup> de surface nette de vente et 250 points de vente. Ce pôle commercial est la principale richesse économique de Fléron.



# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

La Commune de Fléron travaille depuis de nombreuses années sur ses outils d'aménagement du territoire.



# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

Le Schéma Communal de Développement Commercial a été lancé en mai 2020 et approuvé par le Conseil communal le 19 décembre 2023.

Lors du lancement de ce nouveau marché, l'étude se basait sur les objectifs suivants :

- 1) réfléchir de manière structurée à l'avenir commercial de son territoire ;
- 2) analyser son territoire, en relation avec les autres outils existants, notamment en matière d'aménagement du territoire ;
- 3) développer une stratégie ou une vision communale en matière commerciale.



# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

Le Schéma Communal de Développement Commercial comprenait 3 phases :

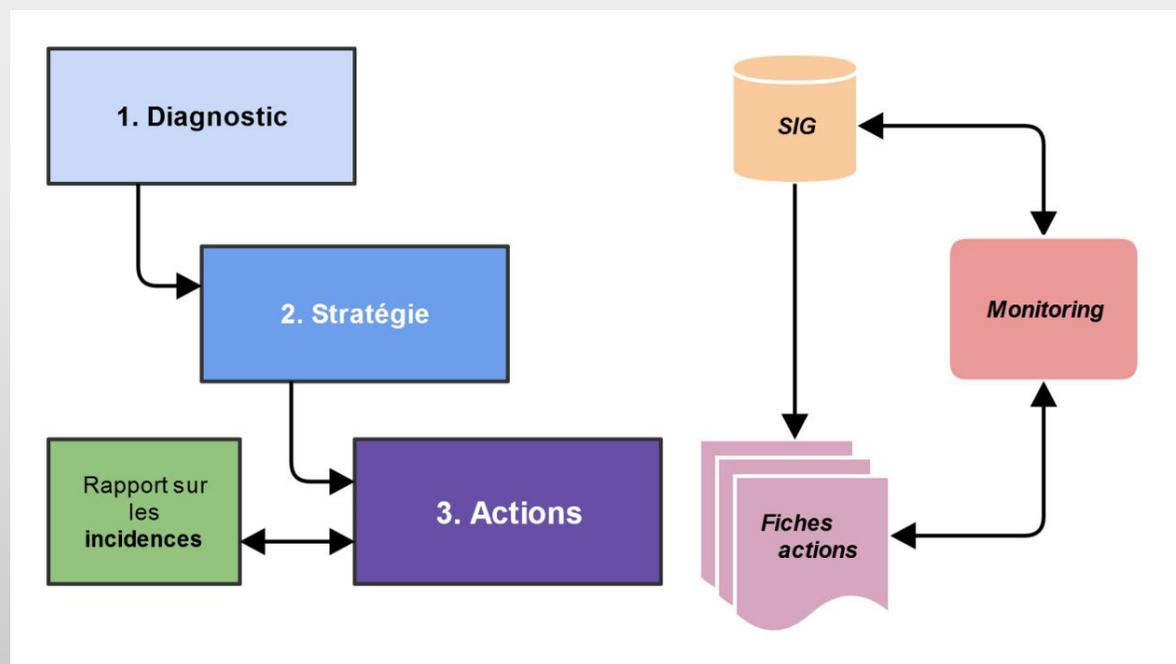
- 1) le diagnostic commercial
  - 2) les scénarios et les options de développement
  - 3) les plans d'actions
- et un rapport sur les incidences environnementales.



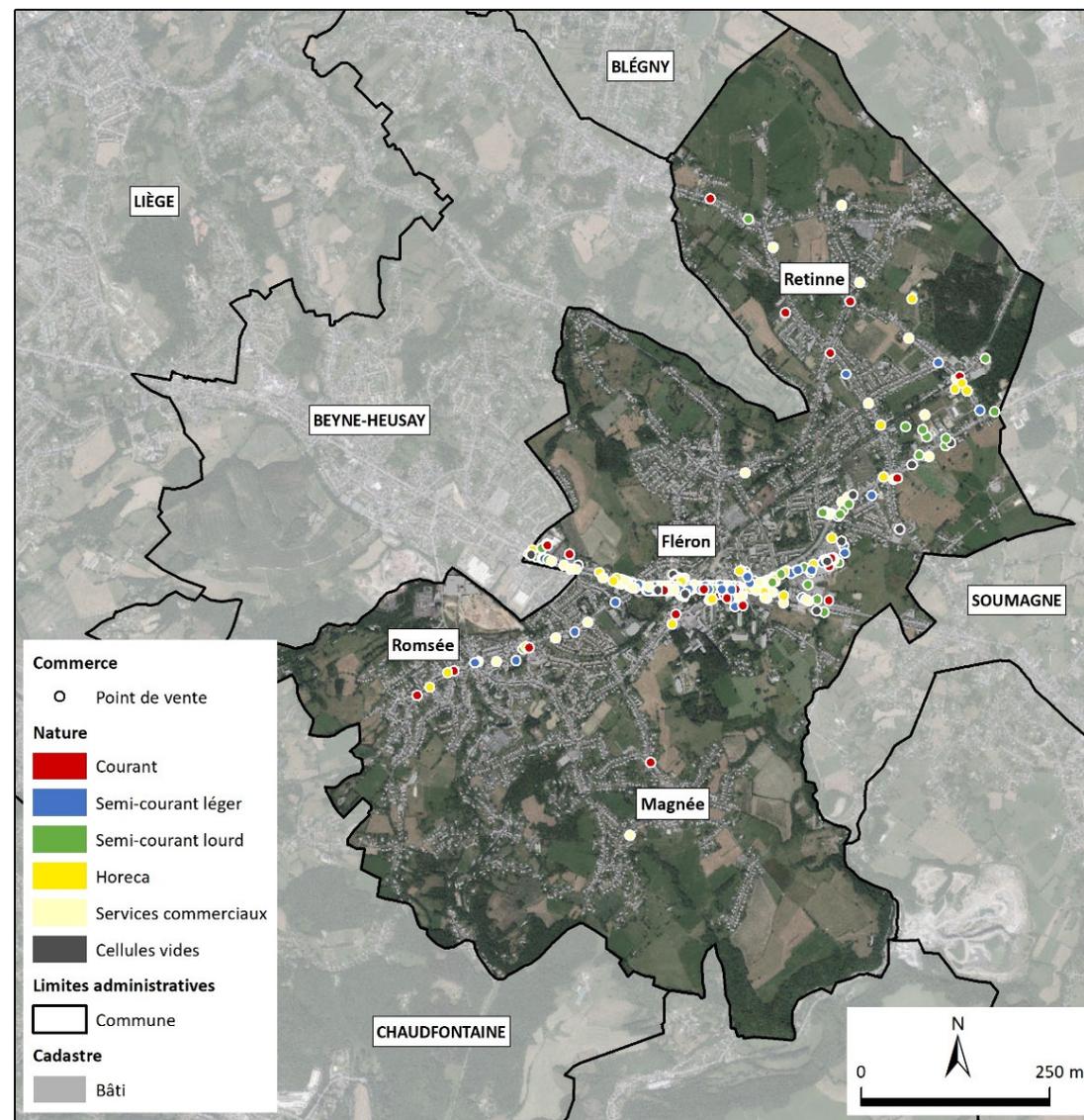
# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

Le Schéma communal de développement commercial comprenait 3 phases :

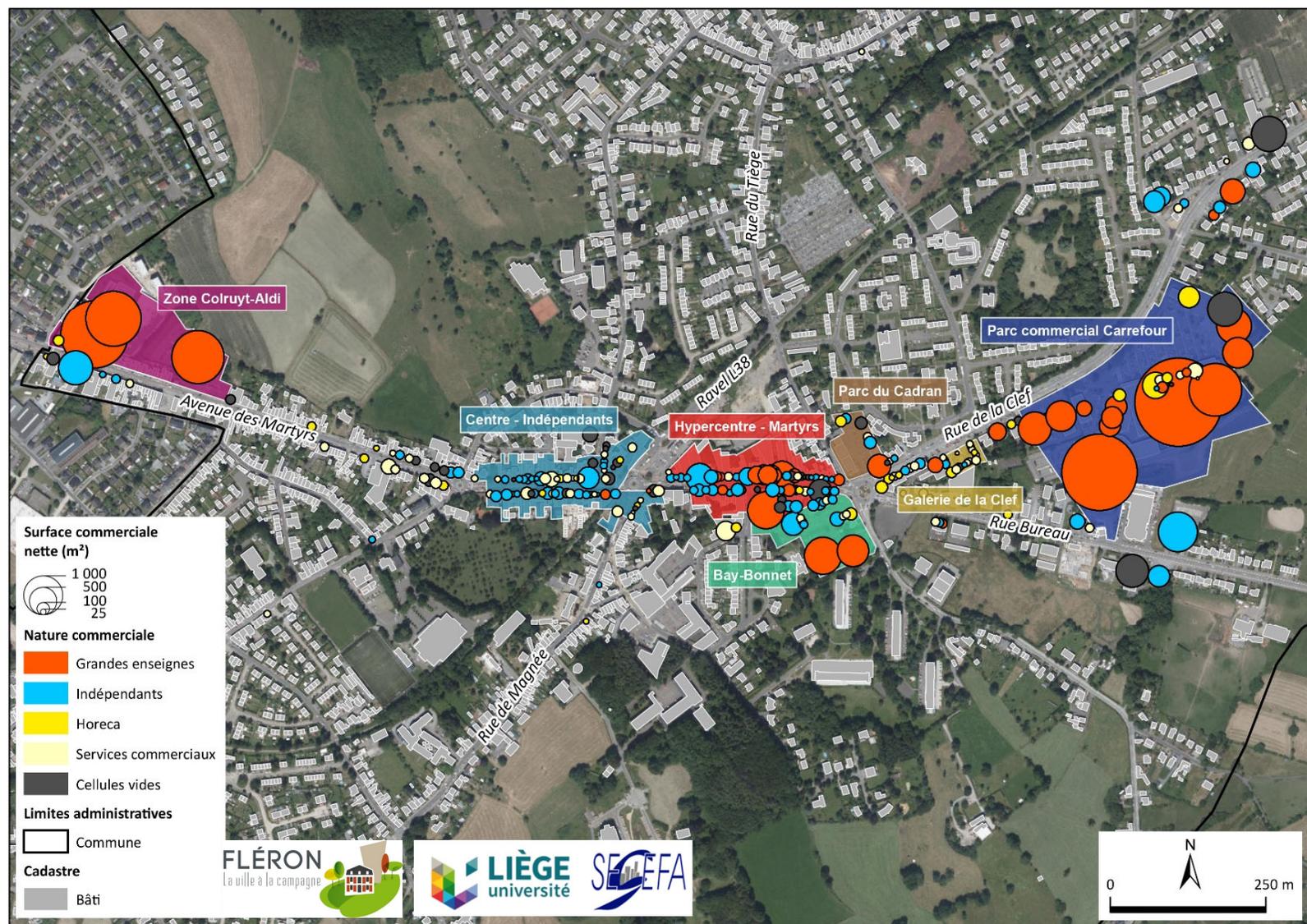
- 1) le diagnostic commercial
  - 2) les scénarios et les options de développement
  - 3) les plans d'actions
- et un rapport sur les incidences environnementales.



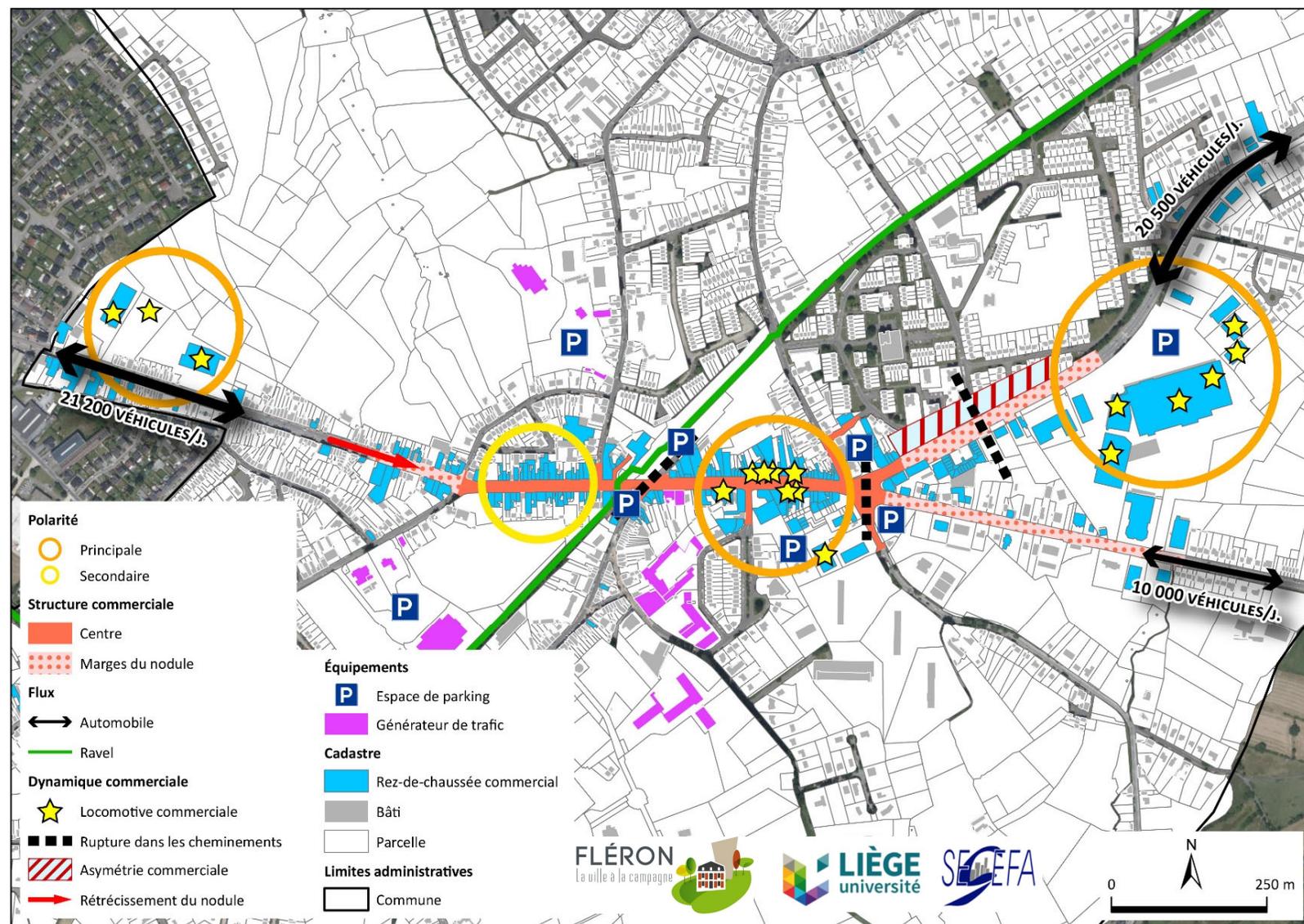
# Périmètres de densité commerciale du centre-ville de Fléron



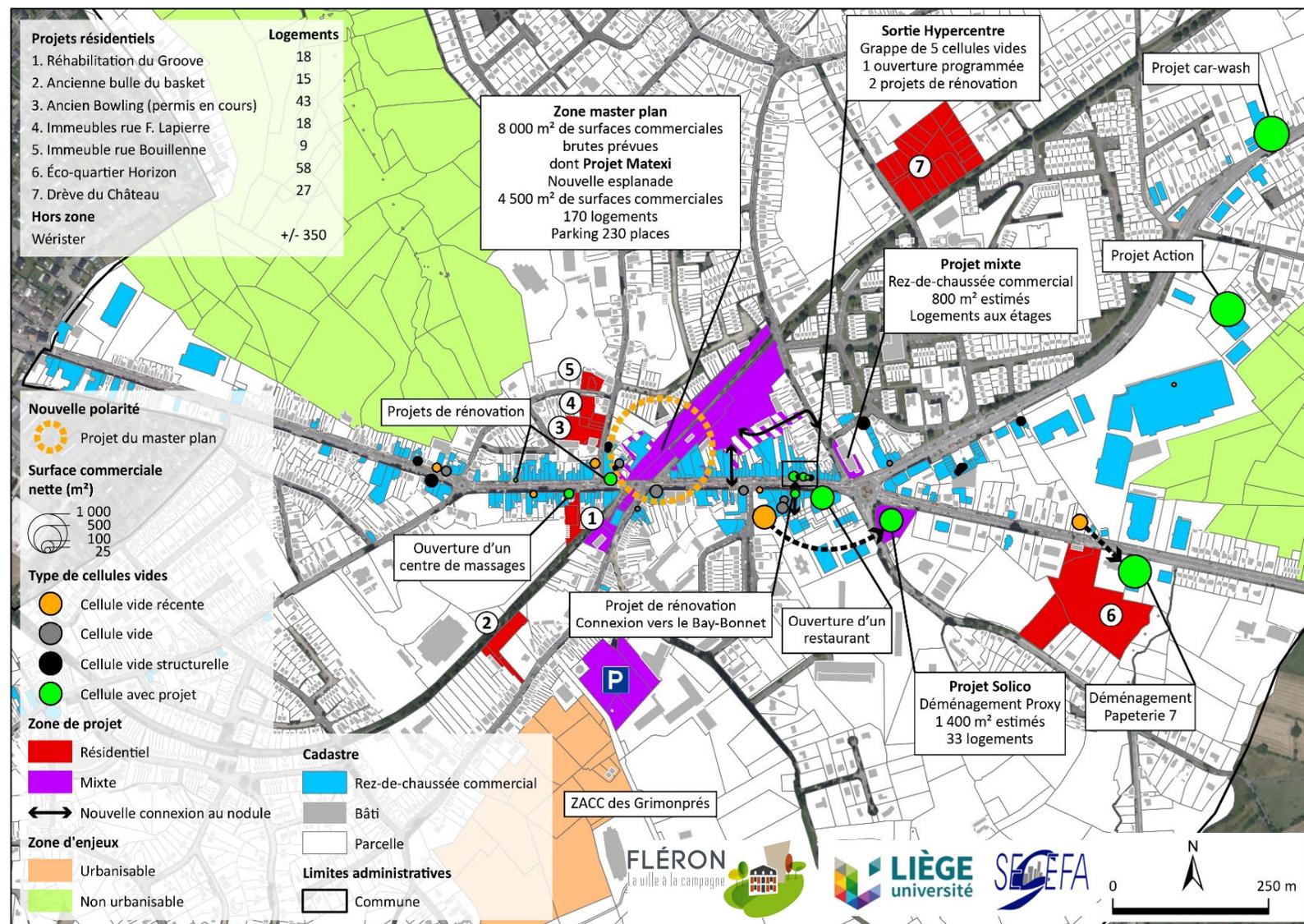
# Périmètres de densité commerciale du centre-ville de Fléron



# Schématisation du fonctionnement commercial du centre-ville de Fléron



# Zones d'enjeux à Fléron



Scénario de centralité :

Choix de renforcer le cœur de la centralité



## Scénario de centralité

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>• Réalisation d'un projet majeur ayant pour objectif de positionner Fléron comme la première destination commerciale de la zone et de fermer la porte à d'autres projets</li><li>• Renforcement de l'attractivité du centre traditionnel et lancement d'une nouvelle dynamique commerciale</li><li>• Le projet central s'inscrit en réponse aux faiblesses identifiées lors du diagnostic (horeca par exemple)</li><li>• Création de cellules commerciales de taille plus importante dans le centre traditionnel</li><li>• Le scénario s'appuie sur des projets multifonctionnels visant également à renforcer la densité urbaine du centre-ville</li><li>• Encouragement à la mobilité durable, basée sur la multimodalité</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'enjeu principal est de créer une polarité urbaine et commerciale (alors que la structure actuelle est un axe routier)</li><li>• Pas de cheminement piéton des chalands prévu (problématique de faire fonctionner une voie sans issue)</li><li>• Le scénario nécessite un accompagnement rigoureux</li><li>• Longue période de travaux à prévoir</li><li>• Nécessite un appui sur l'investissement privé</li><li>• Transferts d'enseignes possibles entre l'avenue des Martyrs et la nouvelle place</li></ul> 



# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

La validation du scénario permet de vérifier l'adéquation de celui-ci avec les ambitions et les objectifs locaux.

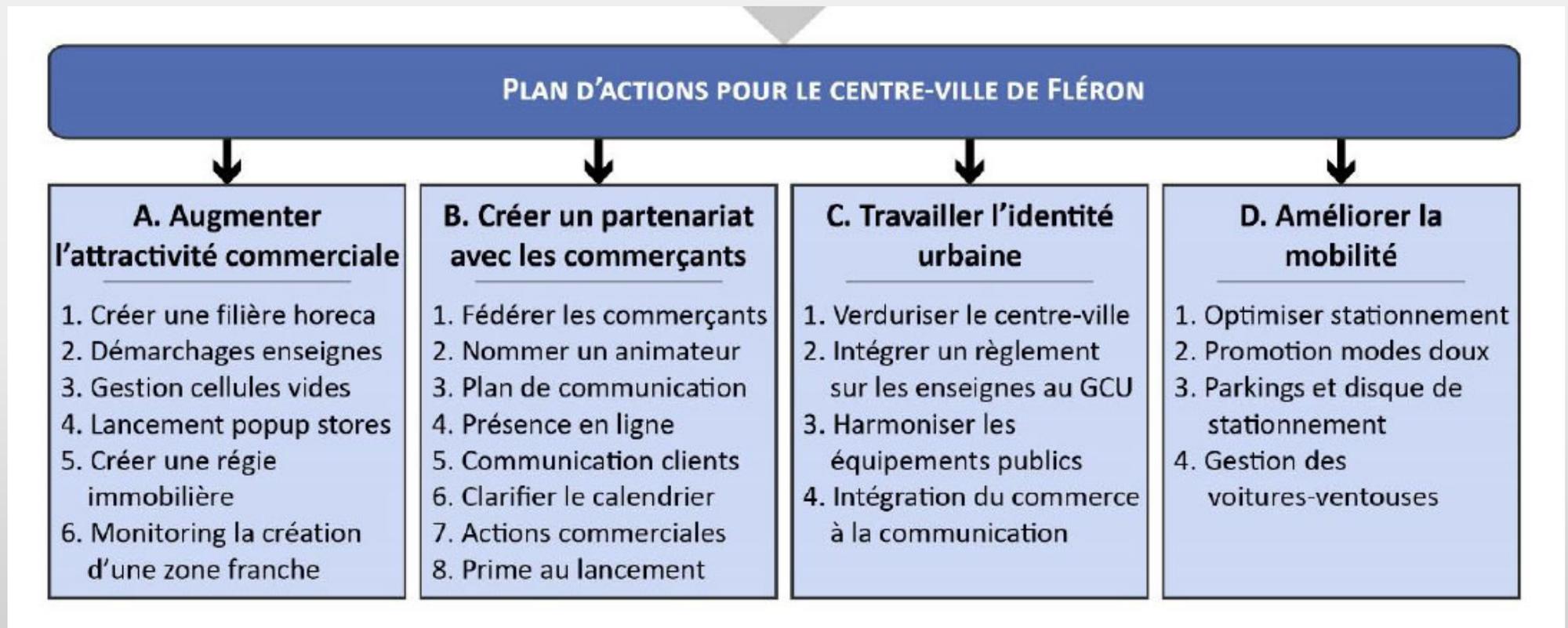
- Renforcer l'attractivité de Fléron et son rôle d'axe commerçant et historique ;
- Augmenter la surface commerciale active de 5.000 à 8.000 m<sup>2</sup>, en concordance avec la croissance démographique attendue (plus de 1.000 logements sont en cours de réalisation ou à l'étude à Fléron) ;
- Accueillir un projet urbain et commercial structurant dans le centre-ville ;
- Développer une filière Horeca, particulièrement en restauration, en réponse au manque identifié lors du diagnostic.

Ce scénario a été mis en adéquation :

- avec le Schéma régional de développement commercial,
- avec les plans et documents stratégiques locaux dont le Masterplan, le Plan communal de Mobilité et les enjeux plus urbains de mobilité dont les futurs travaux du Busway.



# Retour d'une expérience – Commune de Fléron



	T1 (1 à 3 ans)	T2 (3 à 6 ans)	T3 (6 à 9 ans)
Attractivité	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gérer cellules vides</li> <li>2. Démarchage enseignes</li> <li>3. Pop-up store</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Créer une filière horeca</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agence immobilière commerciale</li> <li>2. Zone franche commerciale</li> </ol>
Partenariat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Créer une prime</li> <li>2. Nommer un animateur</li> <li>3. Fédérer les commerçants</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plan de communication</li> <li>2. Présence en ligne</li> <li>3. Communication clients</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Calendrier d'animations</li> <li>2. Actions commerciales</li> </ol>
Identité	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Application du GCU</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verduriser le centre-ville</li> <li>2. Communication et promotion de la commune</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harmoniser les équipements et aménagements publics</li> </ol>
Mobilité	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimiser le stationnement</li> <li>2. Communication parkings et disque</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promotion des modes doux</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gestion des voitures ventouses</li> </ol>

# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

<b>Action n°4</b>	<b>Offrir la possibilité de pop-up stores dans certaines cellules vides structurelles</b>
<b>Objectifs</b>	Reconvertir une cellule vide structurelle en pop-up store / incubateur commercial
<b>Calendrier</b>	Q2 2023
<b>Illustration de l'action</b>	<p>Exemple de popup store à Esch-sur-Alzette</p> 
<b>Descriptif</b>	<p>La présence de cellules vides dans le centre de Fléron a tendance à ternir l'image de la ville. Avec la volonté de combler ces vides et d'apporter une nouvelle offre commerciale. L'objectif est de permettre à de jeunes starters ou des indépendants de tester leurs propositions commerciales, leurs créations à certains moments de l'année et pendant un temps limité. Cela donne l'opportunité à ceux-ci de faire découvrir leur projet, leur offre et de tester l'engouement des clients avant d'envisager, idéalement, une implantation définitive dans le centre de Fléron.</p> <p>Ce projet consisterait à mettre une surface vide (de minimum 60 m<sup>2</sup>) en location à un prix et avec un bail flexible pour les entrepreneurs (projets commerciaux) proposant des produits non encore représentés dans le centre-ville ou de niche. Pour ce faire, la Commune de Fléron pourrait se porter acquéreuse d'une cellule vide structurelle dans le but d'y créer ce pop-up store. D'autres solutions, en accord avec les propriétaires de cellules commerciales vides, pourraient aussi être initiées.</p>
<b>Prérequis et aspects techniques liés à l'action</b>	Action n°3
<b>Porteur</b>	Commune de Fléron
<b>Partenaires potentiels</b>	Propriétaire(s) de cellule vide
<b>Budget</b>	8 000 € / an / cellule
<b>Mode de financement</b>	Commune de Fléron

<b>Action n°9</b>	<b>Établir un plan de communication commerce</b>
<b>Objectifs</b>	Doter Fléron d'une image marketing et d'outils de communication vers les acteurs du commerce et les chaland
<b>Calendrier</b>	2023
<b>Illustration de l'action</b>	<p>Exemple d'Outremeuse par la Ville de Liège</p> 
<b>Descriptif</b>	<p>La Commune de Fléron a aujourd'hui besoin d'outils de communication coordonnés afin d'assurer la promotion d'une vision globale et attractive de la ville. Cette stratégie de communication globale doit notamment s'appuyer sur la définition d'une identité forte servant à communiquer vers les investisseurs et les visiteurs, et qui pourra être exploitée de manière thématique sur différents supports (slogan, logo, plaquette, etc.).</p> <p>Cette action doit faire l'objet d'un plan de communication élaboré avec un bureau professionnel notamment dans les choix et la manière de transmettre l'information. Les outils dont dispose la Commune sont multiples : du site internet au format « revue local », en passant par les médias classiques (presse-radio-TV locale) et les réseaux sociaux. La communication en matière de commerce doit également contribuer à renforcer l'image de la Commune de Fléron : le caractère historiquement commercial du centre-ville doit devenir un élément attractif, s'intégrer à la vision promue par les autorités locales et compléter les projets urbains du programme de ville. Le plan de communication doit porter la vision stratégique du commerce à Fléron et doit permettre de communiquer sur le travail effectué vers les acteurs du commerce, les habitants et les chaland.</p>
<b>Prérequis et aspects techniques liés à l'action</b>	-
<b>Porteur</b>	Commune de Fléron
<b>Partenaires potentiels</b>	Association mixte entre commerçants et administration / ASBL Fléron shopping
<b>Budget</b>	15 000 €
<b>Mode de financement</b>	Commune de Fléron



# Retour d'une expérience – Commune de Fléron

Action n°15	Verduriser le centre-ville
Objectifs	Améliorer le cadre urbain et inciter à la flânerie dans le centre-ville de Fléron
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	Exemple de verdurisation dans le cadre d'un réaménagement d'axe 
Descriptif	<p>Une verdurisation du centre-ville permet d'améliorer le cadre urbain et d'inciter à la flânerie dans le centre. Cette verdurisation peut s'effectuer par différentes méthodes comme la pose de mobilier urbain (peu contraignant), le lancement d'une campagne de plantation ou la fleuraison de façade en coopération avec les occupants.</p> <p>Le projet du Master Plan et le réaménagement de la N3 constituent des opportunités pour des opérations plus importantes, comme cela a été le cas dans d'autres villes. Dans la même optique, une réflexion sur la présence de l'eau dans le centre-ville pourrait être envisagée par la Ville (bien que les contraintes techniques soient plus importantes). De manière générale, ce type d'action doit viser à renforcer le caractère « à la campagne » de la commune de Fléron (en lien avec son slogan) et permettre de proposer un cadre agréable aux chalandes et visiteurs.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	Promoteur(s) immobiliers et Région wallonne
Budget	Indéterminé
Mode de financement	Commune de Fléron / Promoteur(s) immobiliers / Région wallonne

Action n°20	Renforcer la communication autour des modes doux
Objectifs	Promouvoir les alternatives à la voiture et inciter à une mobilité durable
Calendrier	Permanent
Illustration de l'action	
Descriptif	<p>Le projet du Master Plan est axé autour de la mobilité douce, et va s'articuler autour de la ligne 38 du RAVeL. En développant une offre horeca complémentaire à cet axe, le projet va renforcer les flux dans le centre-ville. Il constitue donc une opportunité de réfléchir à la problématique de la mobilité douce dans le centre de Fléron.</p> <p>Le RAVeL doit devenir une réelle synergie à l'offre commerciale, comme ce qui peut être observé à Tiff par exemple. Fléron doit pouvoir proposer des infrastructures adaptées (sites propres, arceaux de stationnement, borne de recharge et de réparation, etc.), une offre commerciale spécifique (ex : coffee ride à Stavelot, MUR - coffee &amp; cycling à Huy, un vélociste), et communiquer autour de celles-ci. En effet, certains chalands fréquentant Fléron à vélo ne sont pas toujours au courant des infrastructures existantes (pour stationner son vélo par exemple), et la réalisation du projet pourrait permettre davantage de visibilité à la mobilité vélo à Fléron.</p>
Prérequis et aspects techniques liés à l'action	-
Porteur	Commune de Fléron
Partenaires potentiels	-
Budget	3 000 €
Mode de financement	-

Merci de votre attention.

**Pour la Commune de Fléron,**

Séverine GURDAL, Cheffe du Département Territoire et Développement



# Commerce et permis d'urbanisme : le champ d'application

**Thibault Ceder**  
Conseiller expert  
UVCW





Union des Villes  
et Communes  
de Wallonie asbl

**CoDT**

---

**Commerce et permis d'urbanisme  
Le champ d'application**

---

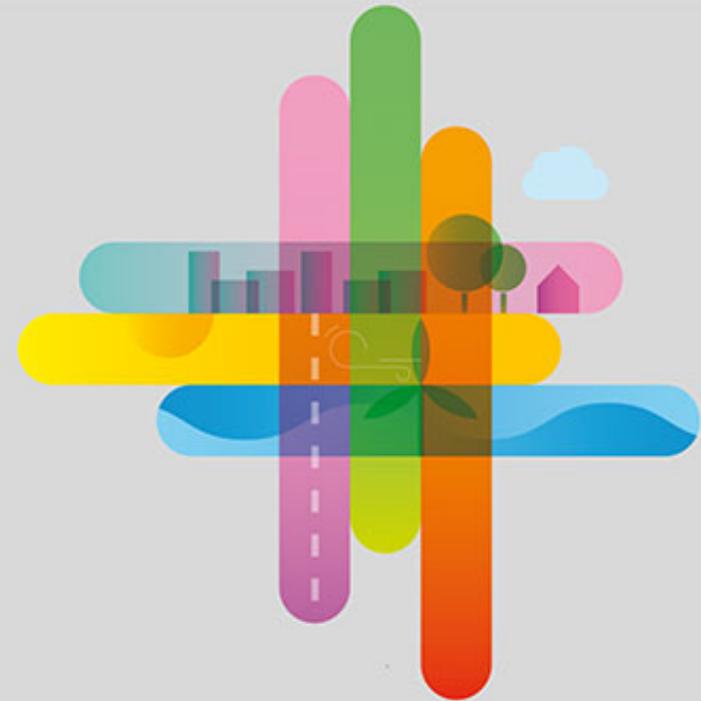
THIBAUT CEDER

~~Décret du 5 février 2015  
relatif aux implantations  
commerciales~~



**CoDT**

1<sup>er</sup> août 2024



~~Permis d'implantation  
commerciale (PIC)~~

X

~~permis intégrés (PI)~~



**Permis d'urbanisme**

X

**Permis unique**



1

## ACTIVITÉS

Commerce de détail ?



# QUATRE

## *NOTIONS*

1

## ACTIVITÉS

Commerce de détail ?



2

## TYPOLOGIE

Léger/alimentaire/lourd ?



3

## SURFACE

400 m<sup>2</sup>



4

## PERMIS ?

D.IV.4 8° ?



# 1

## ACTIVITÉS

Commerce de détail ?



D.IV.4/1

### 4 caractéristiques :

- il s'agit d'une unité de distribution
- dont l'activité consiste à revendre de manière habituelle des marchandises à des consommateurs
- en nom propre et pour compte propre
- sans faire subir à ces marchandises d'autre traitement que les manipulations usuelles dans le commerce.

### Circulaire du 17 avril 2018

- Stations-services
- Concessions automobiles ou voitures d'occasions
- Les UD dédiées à l'exposition de sanitaires/SDB/cuisines/...

# 2

## TYPOLOGIE

Léger/alimentaire/lourd ?



D.IV.4/1



### LEGER

Non **pondéreux** ET  
non **volumineux**

Relatifs à

- Équipement de la **personne**
- Equipement de la **maison**
- Aux **loisirs**



### ALIMENTAIRE

Achats de produits **alimentaires** pour répondre aux besoins de **consommation personnelle**



### LOURD

**Pondéreux** OU **volumineux**

Relatifs à

- Equipement de la **maison**
- Aux **loisirs**

# 2

## TYPOLOGIE

Léger/alimentaire/lourd ?  
« Isolés » / ensemble ?



D.IV.4/1



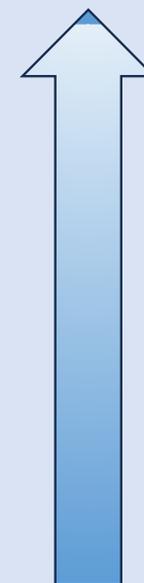
**LEGER**



**ALIMENTAIRE**



**LOURD**



*+ sensible*

*- sensible*

Un commerce appartient à la catégorie la plus sensible dont relève au minimum :

- **15 %** des articles commercialisés
- ou + de **200m<sup>2</sup>** de surface commerciale nette.

# 2

## TYPOLOGIE

Léger/alimentaire/lourd ?



D.IV.4/1

Etablissement de  
commerce de détail

X

Ensemble  
commercial



= **ensemble** d'établissements de commerce de détail :

- situés ou non dans des **bâtiments** séparés
- qu'une même **personne** en soit ou non le promoteur, le propriétaire, l'exploitant ou le titulaire du permis
- qui sont réunis sur un **même site**
- entre lesquels il existe un, **lien de droit ou de fait** notamment sur le plan financier, commercial ou matériel ou qui font l'objet d'une **procédure commune** concertée en matière de permis d'urbanisme ou de permis unique

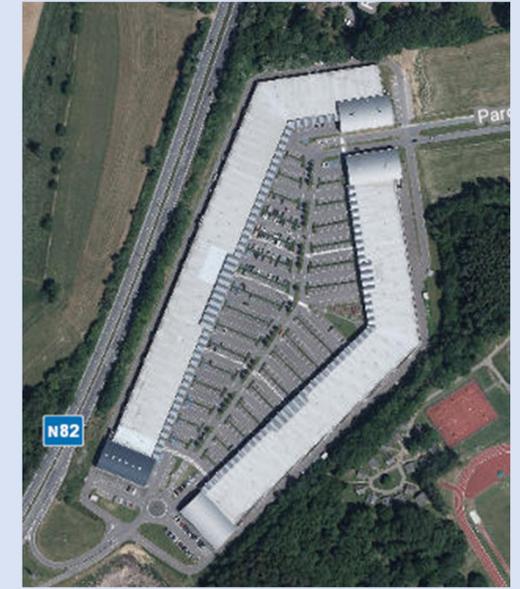
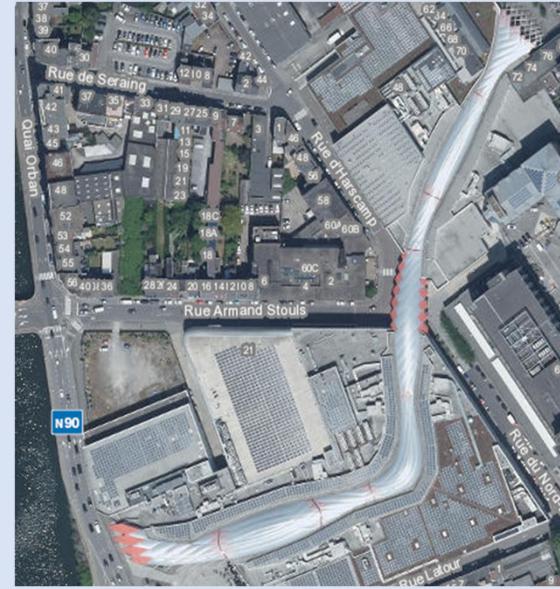
# 2

## TYPOLOGIE

Léger/alimentaire/lourd ?



D.IV.4/1



# 3

## SURFACE

400 m<sup>2</sup>



D.IV.4/1

### La surface commerciale nette (SCN)

La surface *destinée à la vente* et *accessible au public* y compris les surfaces *non couvertes*.

Cette surface inclut notamment :

- les zones de caisses,
- les zones situées à l'arrière des caisses
- et les halls d'entrée lorsque ceux-ci sont aussi utilisés à des fins d'expositions ou de ventes de marchandises.

Fait générateur = **400 m<sup>2</sup>**

Mais, par délibération, le conseil communal peut baisser le seuil à **200 m<sup>2</sup>**

# 4

## PERMIS ?

D.IV.4 8°



D.IV.4

### 5 hypothèses

- I. Construction *d'un établissement* de commerce de détail d'une surface commerciale nette  $> 400 \text{ m}^2$
- II. Projet *d'ensemble commercial*  $> 400 \text{ m}^2$
- III. Projet *d'extension*
  - de plus de 20 % de la SCN existante,
  - de plus  $300 \text{ m}^2$  de SCN supplémentaire.D'un établissement de commerce de détail ou d'un ensemble commercial :
  - ayant déjà  $> 400 \text{ m}^2$
  - dépassant  $400 \text{ m}^2$  par la réalisation du projet
- IV. Projet d'exploitation d'un commerce de détail/ensemble commercial  $> \text{à } 400 \text{ m}^2$  dans un immeuble existant qui n'était *pas affecté à une activité commerciale*

# 4

## PERMIS ?

D.IV.4 8°



D.IV.4

### 5 hypothèses

V. *Modifier de manière importante la nature de l'activité commerciale d'un établissement de commerce de détail/ensemble commercial > 400 m<sup>2</sup>*

➔ commerce change de catégorie

➔ **25 % ou +** des articles commercialisés changent de catégorie :

- a) d'achat lourd vers achat alimentaire ou achat léger
- b) d'achat alimentaire vers achat léger

➔ **200 m<sup>2</sup> ou +** de surface commerciale nette changent de catégorie :

- a) d'achat lourd vers achat alimentaire ou achat léger
- b) d'achat alimentaire vers achat léger.

# 4

## PERMIS ?

D.IV.4 8°



D.IV.4

### ≠ Activités de « services » (D.IV.4 7° et R.IV.4-1)

La modification de la destination de tout ou partie d'un bien (..) est celle qui crée, dans une construction existante, **dans une installation fixe ou mobile** ou en dehors de celle-ci, une nouvelle fonction différente de la fonction principale établie sur le bien et qui consiste selon le cas en la mise en œuvre : (...)

5° d'une offre en vente ou en échange de ~~biens et~~ services sur un espace supérieur à trois cents mètres carrés, ~~dans la mesure où le bien se situe en dehors d'une zone de d'activité économique mixte visée à l'article D.II.29 ou d'une zone d'aménagement communal concerté à caractère économique visée à l'article D.II.32 et destinée à recevoir les activités visées à l'article D.II.29.~~

# Implantations commerciales : la rédaction des demandes de permis

**Cédric Lambrechts**  
Directeur  
Intersectio



# Implantations commerciales :

La rédaction des demandes de permis

Régime en vigueur en Région wallonne à.p.d. 1/8/2024

intersectio

*Intersectio S.R.L.*  
**Cédric Lambrechts**

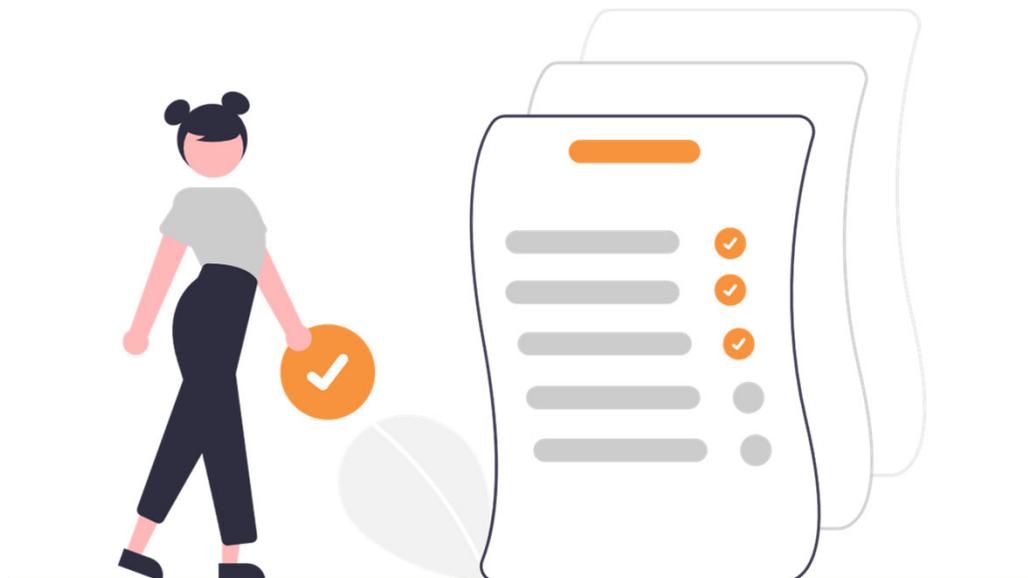


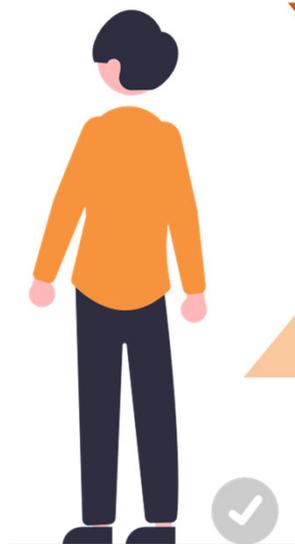
Union des Villes  
et Communes  
de Wallonie asbl

# UVCW – Matinée d'Étude Mixte 12/6/2024

La rédaction des demandes de permis : programme

1. Contenu du volet implantation commerciale d'une demande de permis d'urbanisme : 2015 → 2024
2. Contenu du volet implantation commerciale d'une demande de permis d'urbanisme : > 1/8/2024
3. Annexes supplémentaires à celles requises par l'Annexe 5/1





# 1. Contenu d'une demande de permis d'implantation commerciale : 2015 → 2024

# Contenu de la demande de permis

Régime 2015 → 2024



**Demande de permis intégré - Volet implantation commerciale**

Extension (après reconstruction) du supermarché ALDI de Wavre.  
 Fait générateur : extension d'un ensemble commercial existant.

Chaussée de Louvain, 314, 1300 Wavre.

ID Logic : 25112\_2023\_10716

**Le demandeur :**

ALDI Real Estate S.A.  
 BE0759.588.984  
 Keerstraat, 4  
 9420 Erpe-Mere

SEPTEMBRE 2023  
 DOSSIER RÉALISÉ PAR INTERSECTIO S.R.L.

CONTACT : Cédric Lambrechts - 33, Avenue des Cinq Bonniers 1150 Bruxelles - +32-477-853820  
[cedric.lambrechts@intersectio.be](mailto:cedric.lambrechts@intersectio.be)

RECONSTRUCTION & EXTENSION ALDI WAVRE

**1. PLAN DE L'ÉTUDE**

1. PLAN DE L'ÉTUDE	2
2. INTRODUCTION GÉNÉRALE	3
2.1. OBJET DE LA DEMANDE	3
2.1.1. ALDI À WAVRE	3
2.1.2. L'EXTENSION PROJETÉE	5
2.1.3. FAIT GÉNÉRATEUR	6
2.2. NOTE À L'ATTENTION DU COLLEGE DES BOURGEMESTRE ET ÉCHEVINS DE LA VILLE DE WAVRE - APPLICATION DU DÉCRET DU 05 FÉVRIER 2015	7
2.2.1. LA SÛRTE REFORME DE L'ÉTAT	7
2.2.2. LE PERMIS INTÉGRÉ	7
2.2.3. LA PROCÉDURE DE DEMANDE DE PERMIS INTÉGRÉ CONFORMEMENT AU DÉCRET DU 05 FÉVRIER 2015	7
2.3. SYNTHÈSE DU PROJET - RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX	11
3. FORMULAIRE D'INTRODUCTION D'UNE DEMANDE DE PERMIS INTÉGRÉ	14
4. LES EXPLOITANTS ALDI & RENMANS	28
4.1. ALDI	28
4.2. RENMANS	33
5. LOCALISATION SPATIALE DU PROJET	35
6. LES CRITÈRES DE DÉLIVRANCE	44
6.1. LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS	44
6.1.1. FAVORISER LA MISE COMMERCIALE	56
6.1.2. ÉVITER LE RISQUE DE RUPTURE D'APPROVISIONNEMENT DE PROXIMITÉ	63
6.2. LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT URBAIN	68
6.2.1. ABSENCE DE RUPTURE D'ÉQUILIBRE ENTRE LES DIFFÉRENTES FONCTIONS URBAINES	68
6.2.2. INSERTION DE L'IMPLANTATION COMMERCIALE DANS LES PROJETS LOCAUX DE DÉVELOPPEMENT ET DANS LA DYNAMIQUE PROPRE DU MODÈLE URBAIN	72
6.3. LA ROUTE SOCIALE	76
6.3.1. DENSITÉ DE L'EMPLOI	78
6.3.2. QUALITÉ ET DURABILITÉ DE L'EMPLOI	80
6.4. LA CONTRIBUTION À UNE MOBILITÉ PLUS DURABLE	82
6.4.1. MOBILITÉ DURABLE	82
6.4.1.1. Clientèle motorisée	84
6.4.1.2. Clientèle non-motorisée	84
6.4.2. ACCESSIBILITÉ SANS CHARGE SPÉCIFIQUE POUR LA COLLECTIVITÉ	88
7. NOTICE D'ÉVALUATION DES INCIDENCES SUR L'ENVIRONNEMENT	91
8. CONCLUSION	92

Septembre 2023

RECONSTRUCTION & EXTENSION ALDI WAVRE

**2. INTRODUCTION GÉNÉRALE**

**2.1. OBJET DE LA DEMANDE**

**2.1.1. ALDI À WAVRE**

Le supermarché concerné par la présente demande se trouve en Province du Brabant Wallon, sur le territoire de la Ville de Wavre, au nord de son centre-ville.

Il s'agit d'une configuration de type "ensemble commercial", ALDI faisant partie d'un complexe occupé également par DreamLand, Tom&Co et Extra.

Cet ensemble commercial se trouve le long de la Chaussée de Wavre (N268).

Le discounter allemand ALDI a ouvert sa filiale de Wavre en 2001 sur une surface commerciale nette de 600 m<sup>2</sup>.

En 2008, ALDI obtint un permis socio-économique ainsi qu'un permis d'urbanisme lui permettant de passer à 1.004 m<sup>2</sup> (Renmans inclus) de surface commerciale nette (copie du permis socio-économique en annexe).

ALDI y propose, depuis plus de 20 ans déjà, un assortiment de proximité aux meilleurs prix à toute une poche de population.

Mais le gabarit ne correspond plus aux normes actuelles d'ALDI qui ont considérablement évolué les dernières années. La surface commerciale nette "type" d'ALDI se décline aujourd'hui selon 2 formats (qui dépendent de la localité, de la densité, de la concurrence et de la couverture propre de l'enseigne). Elle oscille désormais entre 1.000 et 1.350 m<sup>2</sup>, pour le confort de la clientèle comme du personnel et l'élargissement de l'assortiment.

Septembre 2023

RECONSTRUCTION & EXTENSION ALDI WAVRE

ALDI a donc entrepris une vaste opération de rénovation et d'extension de son parc de magasins il y a quelques années. L'image de marque du distributeur a évolué et l'identité d'un concept passe également par l'aspect esthétique du point de vente, quel que soit le profil socio-économique de la région.

**ALDI à Wavre :**

**Identité visuelle ALDI 2023 (ne correspond pas exactement au concept déployé à Wavre) :**

**Projection 3D ALDI Wavre après reconstruction :**

Septembre 2023

# Contenu de la demande de permis

Régime 2015 → 2024



- 1 Identification de l'auteur de l'étude sous-tendant le projet
- 2 Présentation du projet
- 3 Description de la stratégie globale de l'entreprise dans laquelle le projet s'inscrit ainsi que des raisons justifiant le projet ;
- 4 Dans le cas d'une relocalisation : la valeur ajoutée pour le magasin, son attractivité et son environnement, la fermeture de l'établissement de commerce de détail existant et la nouvelle destination du bâtiment ;
- 5 Un historique de l'entreprise et une description de son activité (type de vente, etc.)
- 6 Le montant de l'investissement
- 7 Toute cartographie relative à la localisation du projet (plan cadastral, plan de secteur, plan communal d'aménagement, etc.)
- 8 Tout document existant au niveau communal permettant d'évaluer correctement ledit projet (plan de mobilité, aménagement du territoire, schéma de développement commercial etc.)
- 9 Toute représentation graphique ou photographique permettant de visualiser la future implantation dans son espace (modèles graphiques, plans, etc.)
- 10 Plan masse de l'établissement de commerce de détail et de ses cellules identifiant la surface commerciale nette

**11 Tout document complémentaire permettant au demandeur de préciser ou documenter la justification des 4 critères d'appréciation**

# Contenu de la demande de permis

Régime 2015 → 2024

## Décret 2015 : 4 critères d'appréciation

1 Protection du consommateur

2 Environnement urbain

3 Politique sociale

4 Mobilité durable

1. PLAN DE L'ÉTUDE	
1. PLAN DE L'ÉTUDE.....	2
2. INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	3
2.1. OBJET DE LA DEMANDE.....	3
2.1.1. CONTEXTE GÉNÉRAL DU PROJET.....	3
2.1.2. ENSEMBLE COMMERCIAL - BISCUITERIE DE THOREMBAIS.....	5
2.1.3. FAIT GÉNÉRATEUR.....	5
2.2. NOTE À L'ATTENTION DU COLLÈGE DES BOURGMESTRE ET ÉCHEVINS DE LA VILLE DE NAMUR - APPLICATION DU DÉCRET DU 05 FÉVRIER 2015.....	7
2.2.1. LA SIXIÈME RÉFORME DE L'ÉTAT.....	7
2.2.2. LE PERMIS INTÉGRÉ.....	7
2.2.3. LA PROCÉDURE DE DEMANDE DE PERMIS INTÉGRÉ CONFORMÉMENT AU DÉCRET DU 05 FÉVRIER 2015.....	7
2.3. SYNTHÈSE DU DOSSIER - RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....	11
3. FORMULAIRE D'INTRODUCTION.....	15
4. LE DEMANDEUR - L'EXPLOITANT.....	30
4.1. COLRUYT GROUP.....	30
4.2. L'ENSEIGNE COLRUYT.....	37
5. LOCALISATION SPATIALE DU PROJET.....	38
6. LES 4 CRITÈRES DE DÉLIVRANCE.....	51
6.1. LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS.....	51
6.1.1. FAVORISER LA MIXITÉ COMMERCIALE.....	64
6.1.2. ÉVITER LE RISQUE DE RUPTURE D'APPROVISIONNEMENT DE PROXIMITÉ.....	73
6.2. LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT URBAIN.....	78
6.2.1. ABSENCE DE RUPTURE D'ÉQUILIBRE ENTRE LES DIFFÉRENTES FONCTIONS URBAINES.....	78
6.2.2. INSERTION DE L'IMPLANTATION COMMERCIALE DANS LES PROJETS LOCAUX DE DÉVELOPPEMENT ET DANS LA DYNAMIQUE PROPRE DU MODÈLE URBAIN.....	84
6.3. LA POLITIQUE SOCIALE.....	94
6.3.1. DENSITÉ DE L'EMPLOI.....	94
6.3.2. QUALITÉ ET DURABILITÉ DE L'EMPLOI.....	97
6.4. LA CONTRIBUTION À UNE MOBILITÉ PLUS DURABLE.....	100
6.4.1. MOBILITÉ DURABLE.....	100
6.4.1.1. Clientèle motorisée.....	101
6.4.1.2. Clientèle non-motorisée.....	102
6.4.2. ACCESSIBILITÉ SANS CHARGE SPÉCIFIQUE POUR LA COLLECTIVITÉ.....	106
7. NOTICE D'ÉVALUATION DES INCIDENCES SUR L'ENVIRONNEMENT.....	109
8. CONCLUSION.....	110

# Contenu de la demande de permis

Régime 2015 → 2024



The screenshot displays the LOGIC web application interface. At the top, there is a browser window with navigation buttons and a search bar. Below the browser, the application header features the SPW logo (Service public de Wallonie) and the title "LOGIC Localisation et Gestion des Implantations Commerciales". A search bar with the placeholder text "commune, ville, adresse..." is positioned above a map of Wallonia. The map shows various municipalities and a central menu box. The menu box contains the following options:

- Bienvenue sur l'interface**
- Je suis un Demandeur**
- Je suis une Commune**
- Mode d'emploi**
- Contact LOGIC**

# Contenu de la demande de permis

Régime 2015 → 2024

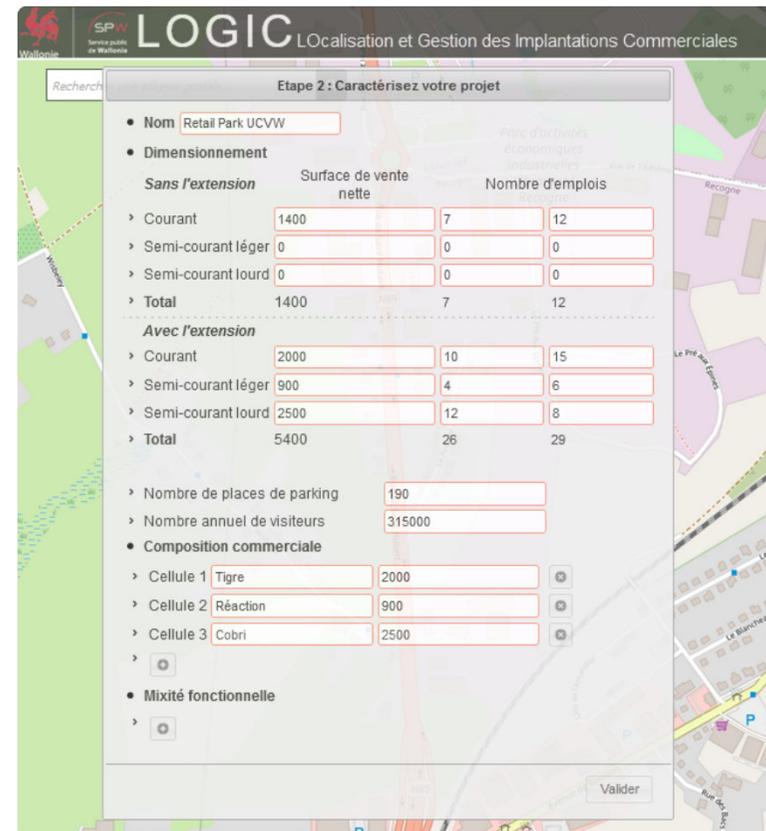
Actuellement : courants d'achat « dominants »

1 Courant

2 Semi-courant léger

3 Semi-courant lourd

Pas de sous-secteur à renseigner dans Logic



The screenshot shows the 'Etape 2 : Caractériser votre projet' window in the LOGIC software. The project name is 'Retail Park UCWV'. The interface is divided into sections for 'Sans l'extension' and 'Avec l'extension', each with a table for 'Surface de vente nette' and 'Nombre d'emplois'. There are also input fields for 'Nombre de places de parking' and 'Nombre annuel de visiteurs'. The 'Composition commerciale' section lists three cells: 'Tigre' (2000), 'Réaction' (900), and 'Cobri' (2500). A 'Mixité fonctionnelle' section is also present. A 'Valider' button is at the bottom right.

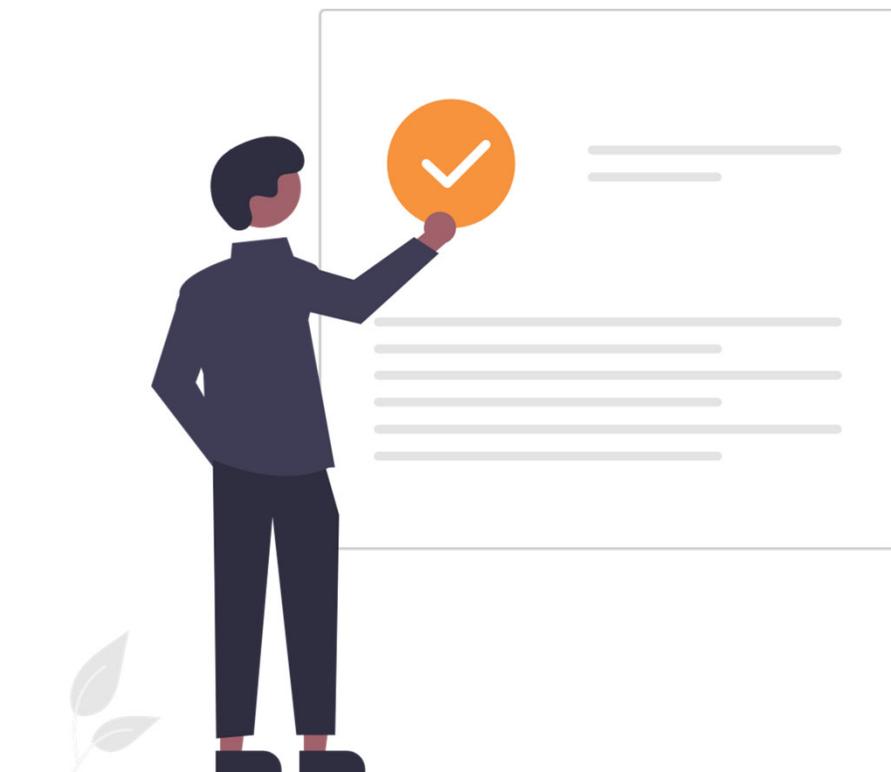
	Surface de vente nette	Nombre d'emplois	
<b>Sans l'extension</b>			
> Courant	1400	7	12
> Semi-courant léger	0	0	0
> Semi-courant lourd	0	0	0
> Total	1400	7	12
<b>Avec l'extension</b>			
> Courant	2000	10	15
> Semi-courant léger	900	4	6
> Semi-courant lourd	2500	12	8
> Total	5400	26	29

Nombre de places de parking: 190  
Nombre annuel de visiteurs: 315000

Composition commerciale:

- Cellule 1 Tigre: 2000
- Cellule 2 Réaction: 900
- Cellule 3 Cobri: 2500

Mixité fonctionnelle: [ ]

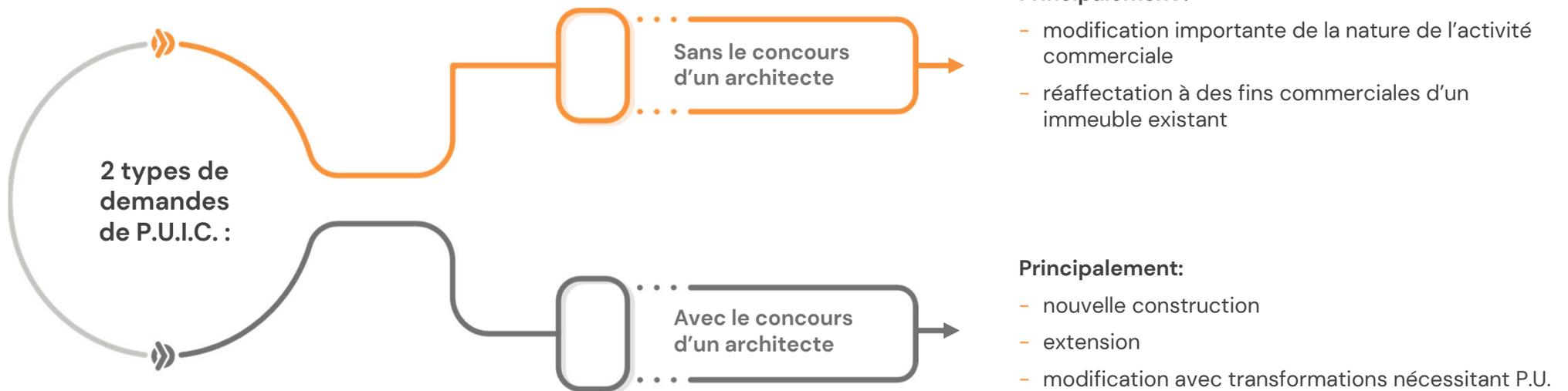


## 2. Contenu du volet implantation commerciale d'une demande de permis d'urbanisme : > 01/08/2024

# Contenu de la demande de permis

Types de demandes de permis

## Permis d'urbanisme pour implantations commerciales



Implantation commerciale : contenu identique (mais formulaires supplémentaires si urba)

# Région wallonne : 2015 vs 2024

Comparaison des systèmes



## Système actuel (2015 → 2024)

Point de départ :  
« Permis  
d'implantation  
commerciale »

Point de départ :  
« Permis  
d'urbanisme »

Point de départ :  
« Permis  
d'environnement »

Sans I.C.  
« Permis  
unique »

« Permis intégré »



>01/08/2024

Point de départ :  
« Permis  
d'urbanisme »

Point de départ :  
« Permis  
d'urbanisme pour  
implantation  
commerciale »

« Permis  
d'urbanisme »

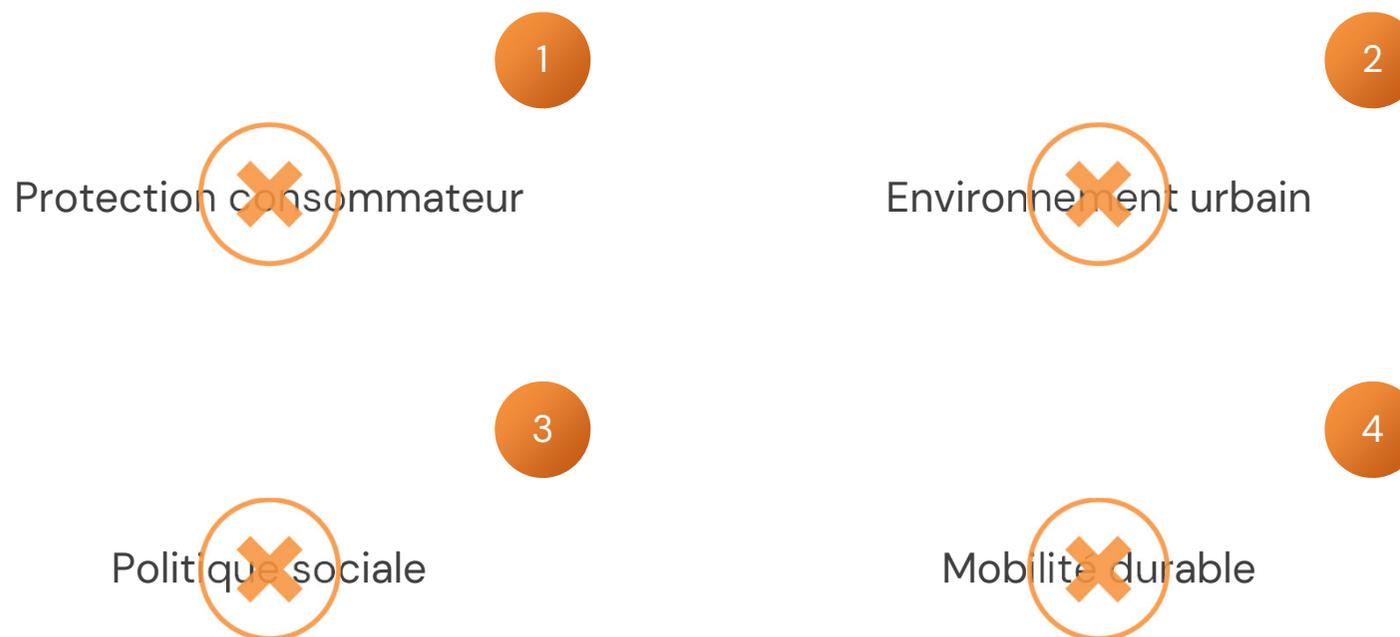
Point de départ :  
« Permis  
d'environnement »

« Permis unique »

# Contenu de la demande de permis

Impact principal de la réforme 01/08/2024 sur le **contenu** des demandes de permis IC

## Suppression des 4 critères de délivrances spécifiques aux commerces



Désormais : critères généraux du CoDT & S.D.T

# Contenu de la demande de permis

Bon sens : informer au mieux l'autorité compétente



Bien informer l'autorité compétente afin de lui permettre d'évaluer correctement le projet



Qui ?



Quoi ?



Où ?



Combien ?

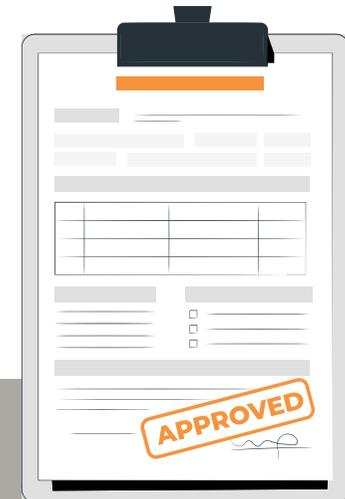
# Contenu de la demande de permis

Annexe 5/1

Annexe 5/1 au Code du Développement Territorial



Demande de permis d'urbanisme portant sur  
l'implantation d'un commerce au sens de l'article  
D. IV.4, alinéa 1<sup>er</sup>, 8<sup>o</sup> du CoDT

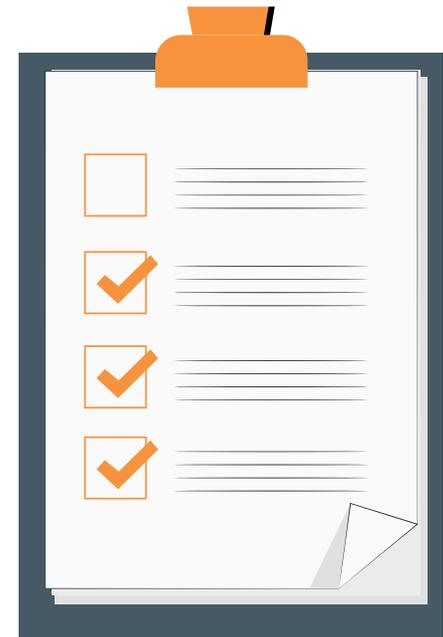


# Contenu de la demande de permis

Annexe 5/1

Cadres à compléter dans l'Annexe 5/1

- ✓ Demandeur/auteur
- ✓ Objet de la demande (fait générateur)
- ✓ Commerces & catégories
- ✓ Coordonnées d'implantation
- ✓ Antécédents
- ✓ Situation juridique du bien
- ✓ Optimisation spatiale (S.D.T.)
- ✓ Dérogations & écarts
- ✓ Code de l'environnement
- ✓ Formulaire statistique
- ✓ Annexes à fournir



# Contenu de la demande de permis

Annexe 5/1

N° CELLULE	SCN EXISANTE ET AUTORISÉE (m <sup>2</sup> )	SCN PROJETÉE (m <sup>2</sup> )
<b>SCN LÉGER TOTAL</b>		
ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE : vêtements, chaussures, accessoires, soins du corps,...		
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON : article de ménage, décoration,...		
ÉQUIPEMENT DE LOISIRS : sport, librairie-papeterie, multimédia, animaux...		
<b>SCN ALIMENTAIRE TOTAL:</b> alimentation générale ou spécialisée		
<b>SCN LOURD</b>		
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON (mobilier, textiles, électroménagers, bricolage,...)		
LOISIRS (transports, sport, animaux...)		
<b>SURFACE COMMERCIALE NETTE TOTALE</b>		

**Au regard de la SCN de la cellule, ce commerce présent les pourcentages suivants:**

- .....% d'activités commerciales de type « achats légers » ;
- .....% d'activités commerciales de type « achats alimentaires » ;
- .....% d'activités commerciales de type « achats lourds ».

# Contenu de la demande de permis

Annexe 5/1



## Cadre 7 – Optimisation Spatiale Lutte contre l'étalement urbain

<b>Centralité villageoise</b>	Oui/Non Justification : _____
<b>Centralité urbaine</b>	Oui/Non Justification : _____
<b>Centralité urbaine de pôle</b>	Oui/Non Justification : _____
<b>Cœur de centralité</b>	Oui/Non Justification : _____
<b>Axe structurant de centralité</b>	Oui/Non Justification : _____

# Contenu de la demande de permis

Annexe 5/1

## Cadre 8 – Liste et motivation des dérogations et écarts

Lorsque la demande implique une dérogation au plan de secteur ou aux normes du guide régional d'urbanisme, ou un écart à un schéma, à une carte d'affectation des sols, aux indications d'un guide d'urbanisme, ou au permis d'urbanisation, la justification du respect des conditions fixées par les articles D.IV.5 à D.IV.13 du CoDT :

---

---

---

# Contenu de la demande de permis

## Catégories d'achat

**Bien estimer et préciser les catégories d'achat (ex-courants d'achat) :**

1

### Commerces d'achats légers

- Équipement personne
- Équipement maison
- Équipement loisirs

2

### Commerces d'achats alimentaires

3

### Commerces d'achats lourds

- Équipement maison
- Équipement loisirs

**Préciser les m<sup>2</sup> et les % en cas de mix et en cas d'ensembles commerciaux**



**Désormais (↔ 2015) :**

- Ventiler/panacher (léger/alimentaire/lourd)
- Renseigner sous-catégories

# Contenu de la demande de permis

Catégories d'achat

Sensibilité :



**CoDT : "Un commerce appartient à la catégorie la plus sensible dont relève au minimum 15 % des articles commercialisés ou >200 m<sup>2</sup> S.C.N."**

# Contenu de la demande de permis

## Catégories – exemple 1

### Exemple 1 : nouveau magasin de non-food « Réaction » (S.C.N. totale 900 m<sup>2</sup>)

N° CELLULE	SCN PROJETÉE (m <sup>2</sup> )
<b>SCN LÉGER TOTAL</b>	<b>630 m<sup>2</sup></b>
ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE : vêtements, chaussures, accessoires, soins du corps,...	45 m <sup>2</sup>
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON : article de ménage, décoration,...	405 m <sup>2</sup>
ÉQUIPEMENT DE LOISIRS : sport, librairie-papeterie, multimédia, animaux...	180 m <sup>2</sup>
<b>SCN ALIMENTAIRE TOTAL: alimentation générale ou spécialisée</b>	<b>90 m<sup>2</sup></b>
<b>SCN LOURD</b>	<b>180 m<sup>2</sup></b>
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON (mobilier, textiles, électroménagers, bricolage,...)	135 m <sup>2</sup>
LOISIRS (transports, sport, animaux...)	45 m <sup>2</sup>
<b>SURFACE COMMERCIALE NETTE TOTALE</b>	<b>900 m<sup>2</sup></b>

Au regard de la SCN de la cellule, ce commerce présent les pourcentages suivants:  
 70,00 % d'activités commerciales de type « achats légers » ;  
 10,00 % d'activités commerciales de type « achats alimentaires » ;  
 20,00 % d'activités commerciales de type « achats lourds ».

## /// RÉACTION



# Contenu de la demande de permis

## Catégories – exemple 2

### Exemple 2 : nouveau magasin de bricolage « Cobri » (S.C.N. totale 2.500 m<sup>2</sup>)

N° CELLULE	SCN PROJETÉE (m <sup>2</sup> )
<b>SCN LÉGER TOTAL</b>	<b>300 m<sup>2</sup></b>
ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE : vêtements, chaussures, accessoires, soins du corps,...	50 m <sup>2</sup>
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON : article de ménage, décoration,...	200 m <sup>2</sup>
ÉQUIPEMENT DE LOISIRS : sport, librairie-papeterie, multimédia, animaux...	50 m <sup>2</sup>
<b>SCN ALIMENTAIRE TOTAL: alimentation générale ou spécialisée</b>	<b>0 m<sup>2</sup></b>
<b>SCN LOURD</b>	<b>2.200 m<sup>2</sup></b>
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON (mobilier, textiles, électroménagers, bricolage,...)	2.150 m <sup>2</sup>
LOISIRS (transports, sport, animaux...)	50 m <sup>2</sup>
<b>SURFACE COMMERCIALE NETTE TOTALE</b>	<b>2.500 m<sup>2</sup></b>

Au regard de la SCN de la cellule, ce commerce présente les pourcentages suivants:  
 12,00 % d'activités commerciales de type « achats légers » ;  
 0,00 % d'activités commerciales de type « achats alimentaires » ;  
 88,00 % d'activités commerciales de type « achats lourds ».

# Cobri



# Contenu de la demande de permis

## Catégories – exemple 3

### Exemple 3 : extension d'un supermarché « Tigre » (S.C.N. totale 1.400 → 2.000 m<sup>2</sup>)

N° CELLULE	SCN EXISANTE ET AUTORISÉE (m <sup>2</sup> )	SCN PROJETÉE (m <sup>2</sup> )
<b>SCN LÉGER TOTAL</b>	<b>225 m<sup>2</sup></b>	<b>325 m<sup>2</sup></b>
ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE : vêtements, chaussures, accessoires, soins du corps,...	100 m <sup>2</sup>	125 m <sup>2</sup>
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON : article de ménage, décoration,...	50 m <sup>2</sup>	75 m <sup>2</sup>
ÉQUIPEMENT DE LOISIRS : sport, librairie-papeterie, multimédia, animaux...	75 m <sup>2</sup>	125 m <sup>2</sup>
<b>SCN ALIMENTAIRE TOTAL: alimentation générale ou spécialisée</b>	<b>1.125 m<sup>2</sup></b>	<b>1.600 m<sup>2</sup></b>
<b>SCN LOURD</b>	<b>50 m<sup>2</sup></b>	<b>75 m<sup>2</sup></b>
ÉQUIPEMENT DE LA MAISON (meublier, textiles, électroménagers, bricolage,...)	25 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>
LOISIRS (transports, sport, animaux...)	25 m <sup>2</sup>	25 m <sup>2</sup>
<b>SURFACE COMMERCIALE NETTE TOTALE</b>	<b>1.400 m<sup>2</sup></b>	<b>2.000 m<sup>2</sup></b>

Au regard de la SCN de la cellule, ce commerce présente les pourcentages suivants:  
 16,25 % d'activités commerciales de type « achats légers » ;  
 80,00 % d'activités commerciales de type « alimentaires » ;  
 3,75 % d'activités commerciales de type « achats lourds ».



# Contenu de la demande de permis

## Catégories – exemple 4

Exemple 4 : ensemble commercial (S.C.N. totale 5.400 m<sup>2</sup>).

Annexe 5/1 : « Si le projet comprend plusieurs cellules commerciales, il y a lieu de produire un cadre par cellule. »

///RÉACTION

Cobri



En cas d'ensemble commercial, un tableau récapitulatif n'est pas un luxe superflu!

RETAIL PARK UVCW : CATÉGORIES & SCN											
Catégories & assortiments								Proportions catégories par enseigne			
Enseigne	Léger			Alimentaire	Lourd		Total par enseigne	Léger	Alimentaire	Lourd	Check
	Personne	Maison	Loisirs		Maison	Loisirs		%	%	%	
Réaction (non-food)	45 m <sup>2</sup>	405 m <sup>2</sup>	180 m <sup>2</sup>	90 m <sup>2</sup>	135 m <sup>2</sup>	45 m <sup>2</sup>	900 m <sup>2</sup>	70,00%	10,00%	20,00%	100,00%
Cobri (bricolage)	50 m <sup>2</sup>	200 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	2.150 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>	2.500 m <sup>2</sup>	12,00%	0,00%	88,00%	100,00%
Tigre (supermarché)	125 m <sup>2</sup>	75 m <sup>2</sup>	125 m <sup>2</sup>	1.600 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>	25 m <sup>2</sup>	2.000 m <sup>2</sup>	16,25%	80,00%	3,75%	100,00%
Assortiment		220 m <sup>2</sup>	680 m <sup>2</sup>	355 m <sup>2</sup>	1.690 m <sup>2</sup>	2.335 m <sup>2</sup>	120 m <sup>2</sup>	5.400 m <sup>2</sup>			
Catégorie	SCN	1.255 m <sup>2</sup>			1.690 m <sup>2</sup>	2.455 m <sup>2</sup>					
	% de l'ensemble comm	23,24%			31,30%	45,46%		100%			

# Contenu de la demande de permis

Surface commerciale nette : 2 types d'implantations commerciales

## Implantation solitaire



- ✓ À.p.d. **400 m<sup>2</sup>** (ou 200 m<sup>2</sup>...)
- ✓ De surface commerciale **nette**
- ✓ = surface de vente accessible au public

## Ensemble commercial



- ✓ À.p.d. **400 m<sup>2</sup>** (ou 200 m<sup>2</sup>...)
- ✓ De surface commerciale **nette**
- ✓ = surface de vente accessible au public
- ✓ Il faut toujours prendre en considération la surface nette globale du complexe!

# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – **vision/intention d'Intersectio**

Informations **de base** permettant de bien cerner le projet :

- 1 Introduction générale & contexte
- 2 Antécédents éventuels
- 3 Aspects particuliers (p.ex. ensemble commercial, déménagement)
- 4 Synthèse procédure
- 5 **Formulaire (Annexe 5/1) – surfaces et catégories**
- 6 Le demandeur
- 7 L'exploitant
- 8 **Localisation spatiale & cartographie**
- 9 Zone de chalandise
- 10 Paramètres socio-économiques (démographie, revenus)
- 11 **Accessibilité & mobilité**
- 12 **Atouts majeurs du projet**



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – **vision/intention d'Intersectio**

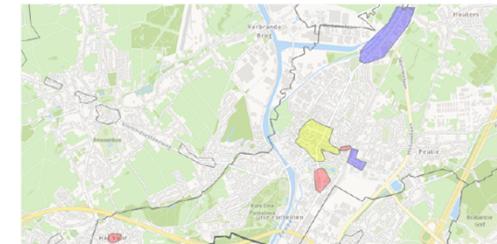
## Précisions attendues – diagnostic offre commerciale (région) et fiches communes

### Rapport detailhandel Vilvoorde



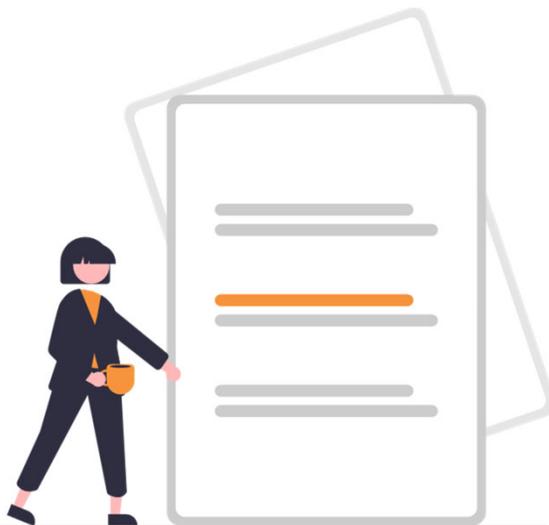
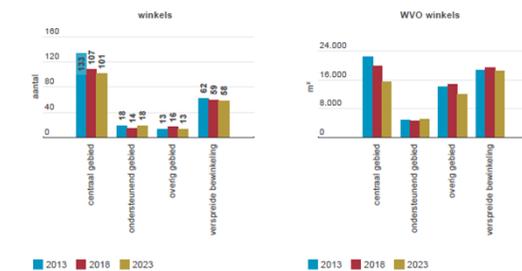
De provincies brengen informatie uit diverse bronnen samen en baseren hierop hun studies en analyses. Deze kennis en ervaring staan ter beschikking van lokale besturen. Dit rapport kwam tot stand als samenwerking van de [interprovinciale werking Data & Analyse](#) en de [interprovinciale werking Detailhandel](#).

Kaart 4 | Kaart met de winkelgebieden in Vilvoorde (2023)



Centraal Ondersteunend Overig  
Boris Loontjens | provincie.nl/intersectio

Grafiek 10 | Evolutie winkels en winkelvloeroppervlakte naar type winkelgebied in Vilvoorde (2013, 2018 en 2023)



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – **vision/intention d'Intersectio**

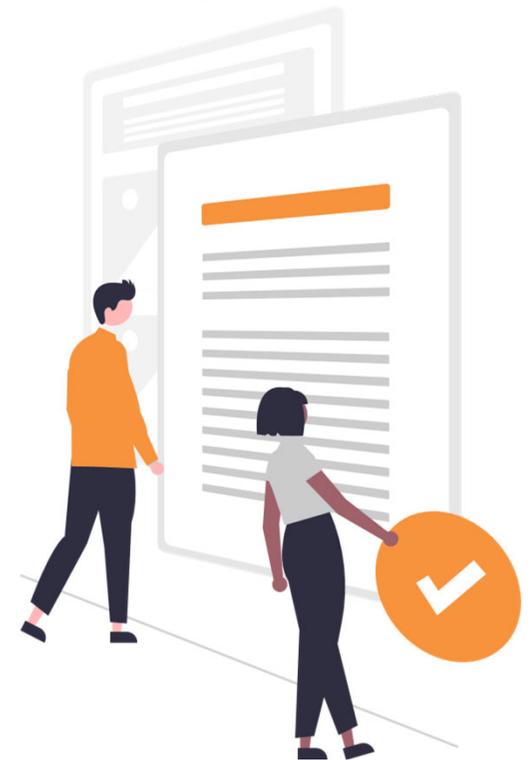


# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – **vision/intention d'Intersectio**

Informations **plus pointues** (& “nouvelles”) permettant de bien cerner le projet

- ✓ Objectifs généraux du S.D.T. :
  - lutte contre étalement urbain & utilisation rationnelle territoire et ressources
  - développement socio-économique & attractivité territoriale
  - gestion qualitative du cadre de vie
  - maîtrise de la mobilité
- ✓ Cartographie S.D.T.
- ✓ Mesures de gestion et de programmation (région & commune) : check si projet compatible

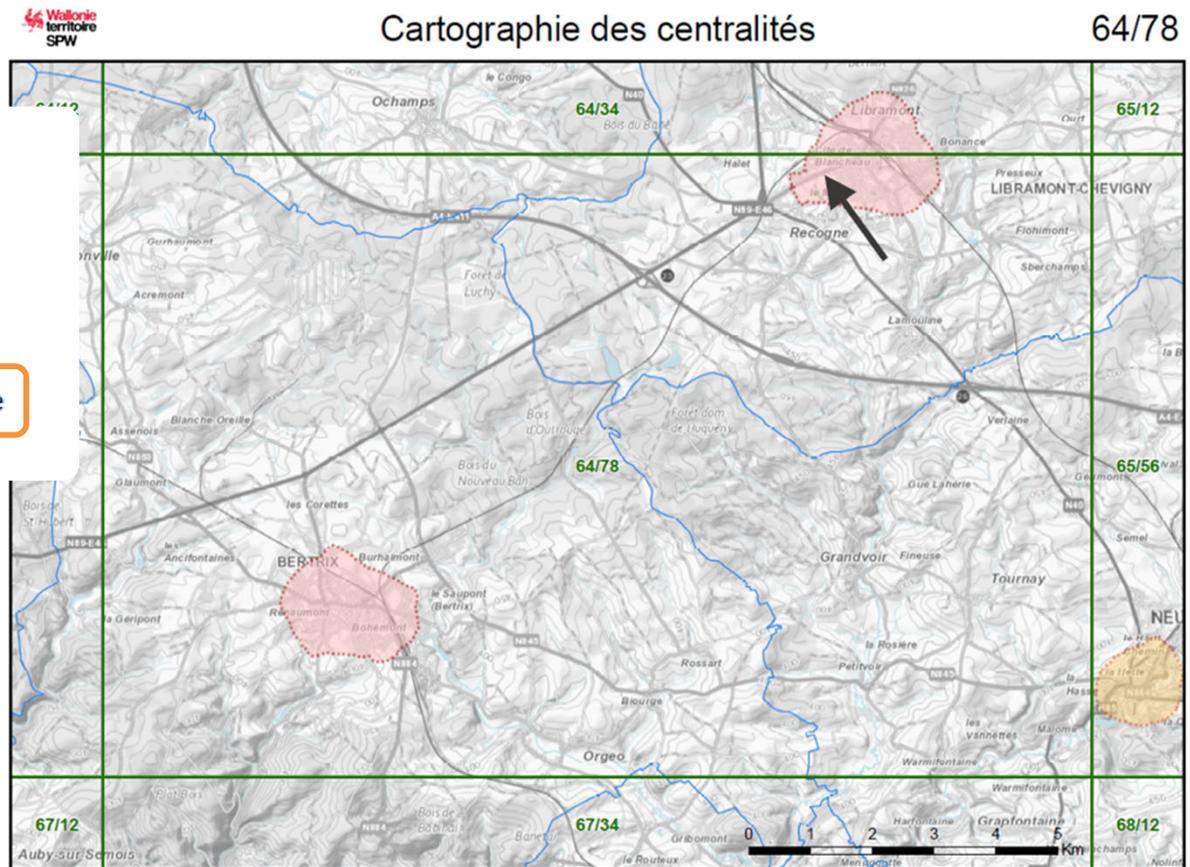
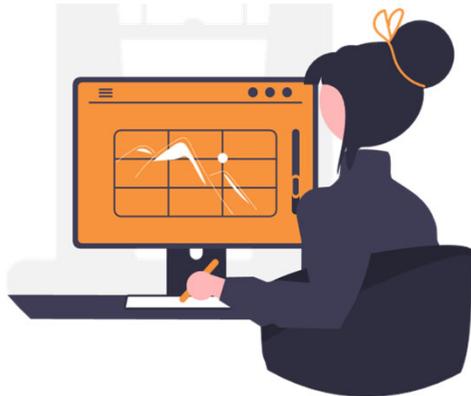


# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – **vision/intention d'Intersectio**

## Check planologique S.D.T.

-  Trame des cartes | Raamwerk van de kaarten
-  Communes | Gemeenten
-  Centralité villageoise | Centrale dorpsfunctie
-  Centralité urbaine | Centrale stadsfunctie
-  Centralité urbaine de pôle | Centrumstedelijke kernfunctie



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – **vision/intention d'Intersectio**

Check mesures S.D.T.

## Mesures guidant l'urbanisation liées aux implantations commerciales

Surfaces ou ensembles commerciaux de 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup>	Dans les espaces excentrés	Dans la centralité		
		Centralité villageoise	Centralité urbaine	Centralité urbaine de pôle
<b>Achats légers</b>	À éviter	À éviter, excepté pour les commerces considérés comme "centralisants".	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton. Favoriser les projets localisés dans les cœurs de centralités.	
<b>Achats alimentaires</b>	À éviter, sauf en restructuration d'ensembles ou de surfaces existants.	Admissible	Admissible, en complément de l'offre commerciale des cœurs de centralités, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton	
<b>Achats lourds</b>	À éviter, sauf en complément d'ensembles commerciaux denses existants présentant une bonne accessibilité en transports en commun et en modes actifs.	Admissible	Admissible, à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton	



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 - exemple



Exemple : construction nouvelle d'un supermarché dont SCN >1.500 m<sup>2</sup>

FICHE TECHNIQUE DU PROJET			
S.C.N. totale		1.600 m <sup>2</sup>	
Catégories d'achat	Léger	160 m <sup>2</sup>	10 %
	<b>Alimentaire</b>	<b>1.360 m<sup>2</sup></b>	<b>85 %</b>
	Lourd	80 m <sup>2</sup>	5 %
Localisation (S.D.T.)	Centralité urbaine de pôle		

# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – exemple

Check mesures S.D.T.

## Mesures guidant l'urbanisation liées aux implantations commerciales

Surfaces ou ensembles commerciaux de plus de 1.500 m <sup>2</sup>	Dans les espaces excentrés	Dans la centralité		
		Centralité villageoise	Centralité urbaine	Centralité urbaine de pôle
<b>Achats légers</b>	À éviter	À éviter	Admissible à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton. Favoriser les projets localisés dans les cœurs de centralités.	
<b>Achats alimentaires</b>	À éviter, sauf en restructuration d'ensembles ou de surfaces existants.	Admissible	<b>Admissible, en complément de l'offre commerciale des cœurs de centralités, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton</b>	
<b>Achats lourds</b>	À éviter, sauf en complément d'ensembles commerciaux existants, et à condition que le projet présente une bonne accessibilité en transports en commun et en modes actifs.	À éviter	Admissible, si la centralité est située à plus de 30 minutes en transports en commun d'une centralité urbaine de pôle, et à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton	Admissible, à condition de présenter au moins 10 commerces de détail à moins de 500 m de cheminement piéton



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – analyse spatiale requise par le S.D.T.



**Analyse spatiale requise :**  
y a-t-il au moins  
10 commerces de détail à  
moins de 500 m de  
cheminement piéton autour  
du projet ?



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – analyse spatiale requise par le S.D.T.

**Analyse spatiale requise :**  
accessibilité en transports en commun et en modes actifs



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – **vision/intention d'Intersectio**

## S.C.D.C. 2015 → S.D.C.

### Pôles urbains - hypercentre et gare

- Acceptation de la perte du rôle de shopping du centre-ville et positionnement comme pôle convivial spécialisé en HoReCa, commerces de proximité et spécifiques
- Amélioration de la lisibilité de l'offre commerciale en travaillant sur la spécialisation et le positionnement des différents quartiers

### Pôles de retail parks planifiés

- Développement sur les superficies autorisées au moment de la rédaction de ce rapport
- Renforcement de la spécialisation de chacun de ces pôles : équipement de la personne pour l'Hydrion et équipement de la maison et sport à Sterpenich
- Déplacement possible depuis l'extérieur de ces périmètres de développement prioritaire vers l'intérieur si un projet de requalification existe pour la cellule désertée
- Superficie minimale des cellules : 400 m<sup>2</sup>

### Polarités d'axe

- Renforcement de la spécialisation existante pour chacune de ces polarités : équipement de la maison et grandes surfaces alimentaires pour La Posterie et équipement de la maison, grandes surfaces alimentaires et combustibles et matériel de transport pour La Spetz
- Développement possible du solde de m<sup>2</sup> calculé dans le potentiel de développement dans ces polarités
- Déplacement possible depuis l'extérieur de ces périmètres de développement prioritaire vers l'intérieur si un projet de requalification existe pour la cellule désertée
- Superficie minimale des cellules : 400 m<sup>2</sup> (sauf pour des déplacements de commerces existants)

### Axe de commerces individuels

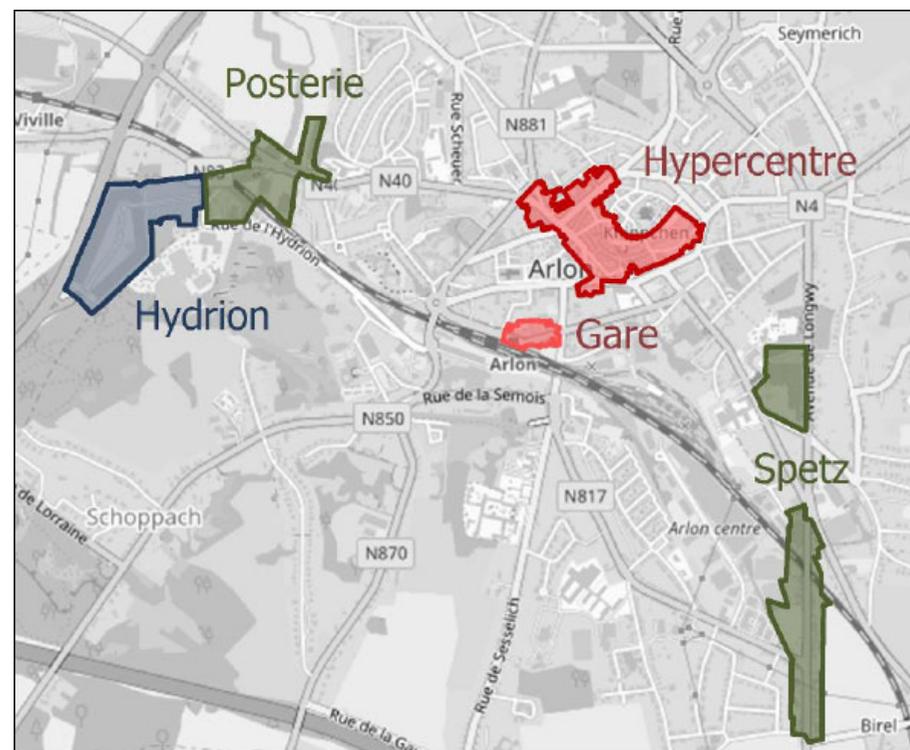
- Développement uniquement dans le secteur des combustibles et matériel de transport pour renforcer cette spécialisation déjà existante
- Déplacement possible depuis l'extérieur de ces périmètres de développement prioritaire vers l'intérieur si un projet de requalification existe pour la cellule désertée

### Périmètres stratégiques

- Pôle urbain - hypercentre
- Pôle urbain - gare
- Pôle retail park planifié
- Pôle d'axe

### Axe stratégique

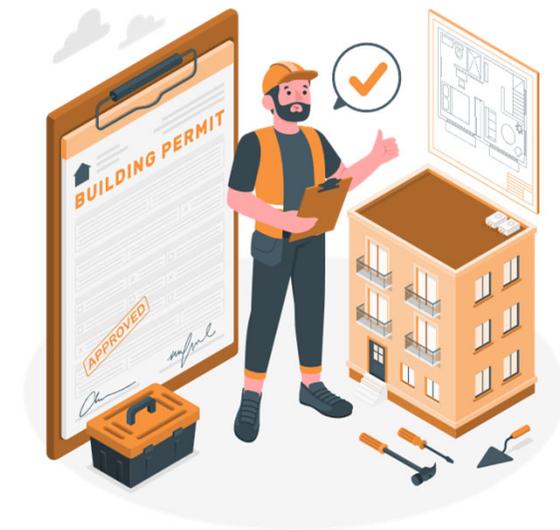
- Commerces d'axe individuels



# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – annexes requises par l'Annexe 5/1

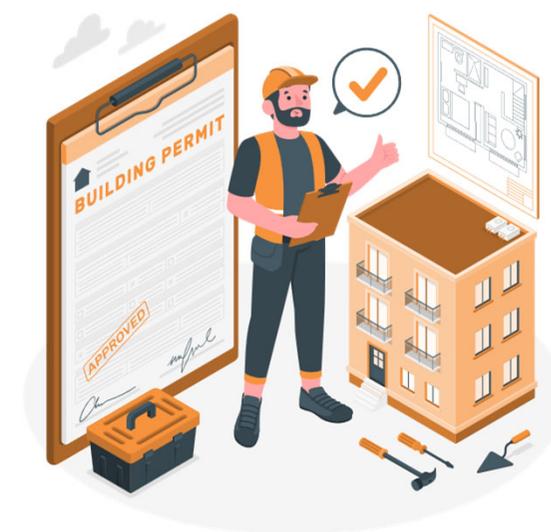
- ✓ Plan contexte urbanistique et paysager (échelle 1/1.000 ou 1/500)
  - orientation
  - voies de desserte
  - dans rayon 50 m : implantation, nature, affectation des constructions existantes
  - indication numérotée des prises de vues du reportage photographique
  - dans rayon 100 m : indication des emplacements des aires de stationnement
- ✓ Reportage photographique
  - 2 prises de vue (front de voirie & depuis le bien vers en face)
  - 3 prises de vue afin de visualiser les limites du bien et les constructions voisines



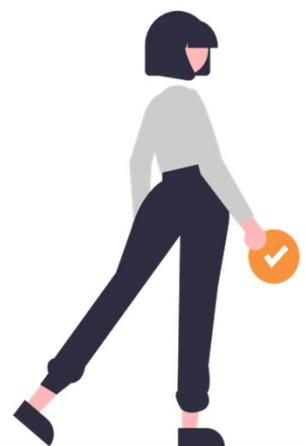
# Contenu de la demande de permis

Régime à.p.d. 01/08/2024 – annexes requises par l'Annexe 5/1

- ✓ Plan occupation parcelle
  - limites de la parcelle
  - implantation constructions existantes
  - servitudes
  - aménagement maintenu/projeté (+ recul, clôtures, dépôts, stationnement, végétation, ...)
  - aménagement abords
- ✓ Vue en plan de chaque niveau avec affectations
  - délimitation cellules commerciales
  - nom des enseignes & surfaces commerciales nettes
  - délimitation autres fonctions & superficies
  - accès et sortie de secours
- ✓ Plan ou schéma des enseignes et dispositifs publicitaires







### 3. Annexes supplémentaires à celles requisies par l'Annexe 5/1



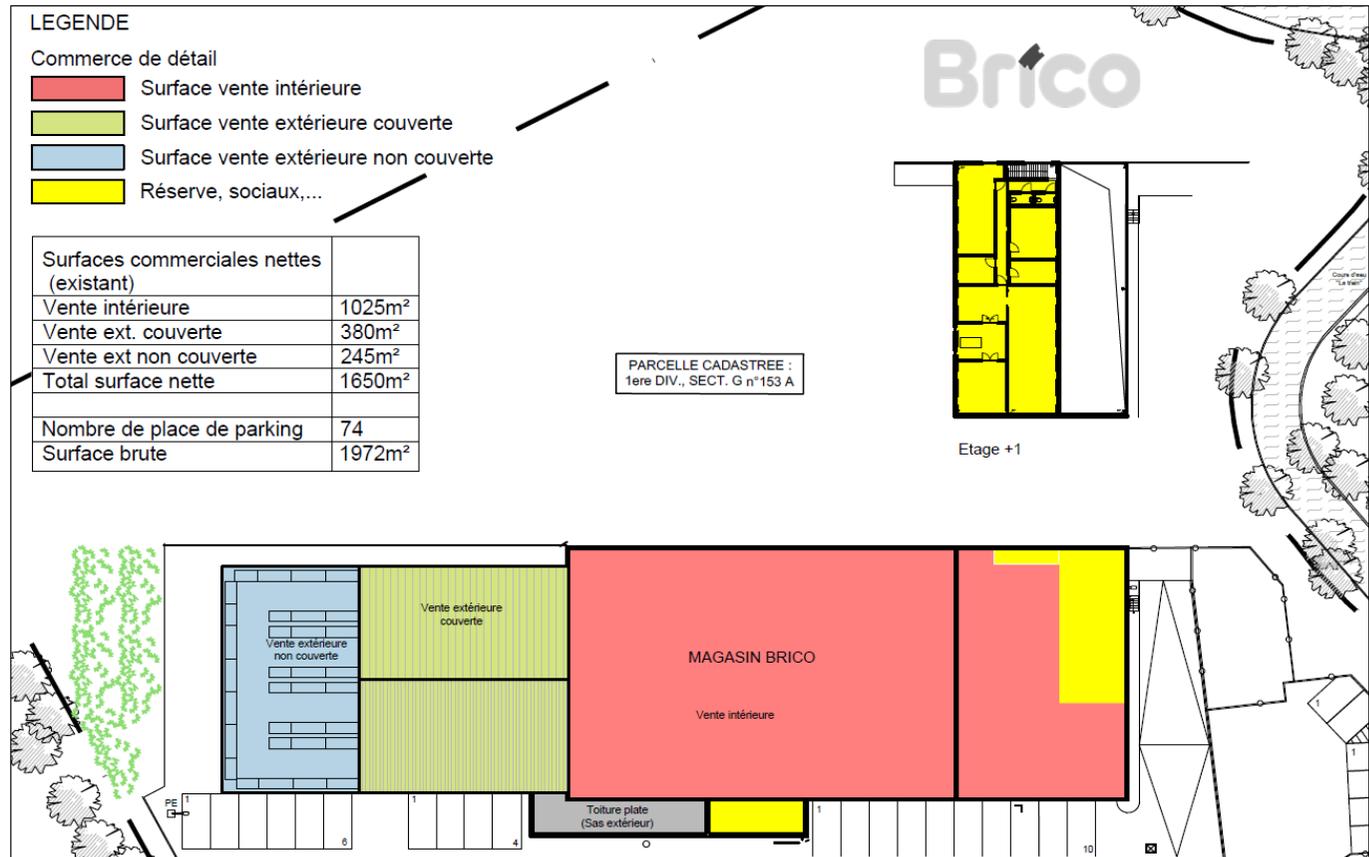
# Annexes

Plan masse à fournir par le demandeur: surface commerciale **nette** (implantation solitaire)

Implantation solitaire



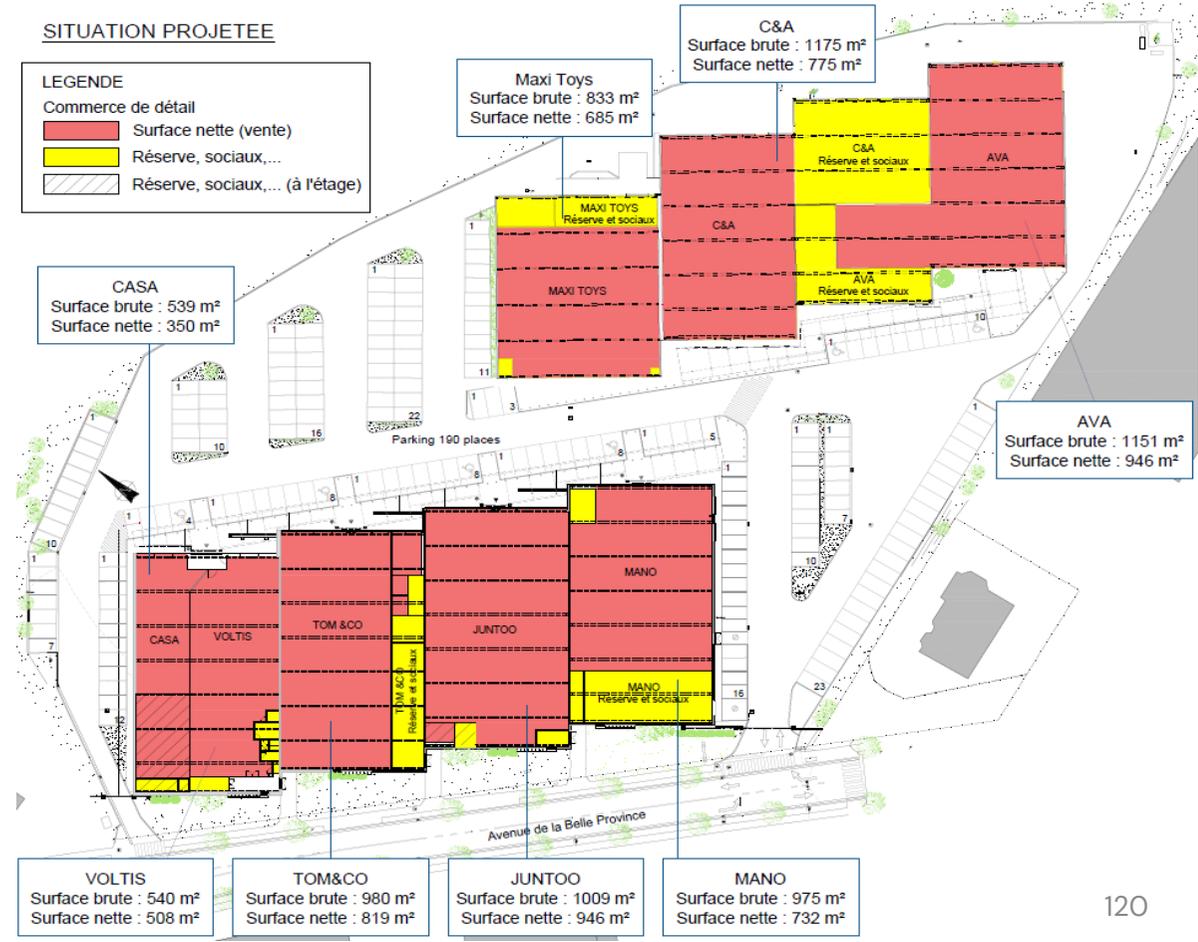
(avec S.C.N. extérieure)



# Annexes

Plan masse à fournir par le demandeur : surfaces commerciales **nettes** (ensemble commercial)

## Ensemble commercial



# Annexes

## Historique & antécédents (généralement en cas d'extensions & de modifications)

VILLE DE WAVRE



Service Urbanisme  
Place de l'Hôtel de Ville  
1300 Wavre

Tél : 010/230-371  
Fax : 010/230-369  
E-mail : urbanisme@wavre.be

006186

Votre correspondant : Robert Miesse

N/Réf. : RM/mm/08/04 ic (à rappeler dans toute correspondance)  
Objet : Demande concernant une implantation commerciale située chaussée de Louvain, 310-320 à Wavre.

Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous transmettre, en annexe, la décision du Collège communal relative à votre demande d'implantation commerciale.

Il vous appartient, conformément aux dispositions de l'article 12 de la loi du 13 août 2004 relative à l'autorisation d'implantations commerciales, d'afficher l'avis ci-joint à un endroit où le projet d'implantation commerciale jouxte une voie publique. Si le projet jouxte plusieurs voies publiques, cet avis doit être affiché sur chacune d'elles.

L'avis doit être apposé sur une clôture, un mur ou un panneau placé à la limite entre le terrain ou l'accès au terrain et la voie publique, parallèlement à la voie publique et à hauteur des yeux.

Il doit être affiché dans les huit jours qui suivent la notification de la décision, avant l'ouverture du chantier et pendant toute la durée de celui-ci jusqu'à l'ouverture de l'implantation commerciale. Pendant ce délai, l'autorisation ainsi que les dossiers y annexés ou une copie de ceux-ci doivent se trouver en permanence à la disposition des agents compétents sur les lieux de l'implantation commerciale faisant l'objet de l'autorisation.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

Pour le Collège,  
Le Secrétaire communal f.f.,



Patricia ROBERT

Annexes

Wavre, le 09 DEC. 2008

LETTRE RECOMMANDEE AVEC  
ACCUSE DE RECEPTION

ALDI GEMBOLOUX S.A.  
Parc Crealys,  
5032 Gembloux

Le Premier Echevin,  
Bourgmestre faisant fonction



Françoise PIGEOLET



Wallonie



Service public  
de Wallonie

Réf. Commune : PLE/MCO/17/03 PI  
Réf. DGO6 (FIC) : DIC/WAE072/PI/PNI/VGE/2017-0148  
Réf. DGO4 (FD) : F0610/25112/PIC/2017.3

DÉCRET DU 5 FÉVRIER 2015 RELATIF AUX IMPLANTATIONS COMMERCIALES

### PERMIS INTEGRE

DECISION

Décision visée à l'article 96 du décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales, concernant la demande de permis intégré introduite par la SPRL EXTRA DISTRILED CENTRE (Blokkestraat 57 - 8550 Zwevegem) et consistant en l'extension d'une surface commerciale EXTRA et la création de nouveaux emplacements de parking au sein d'un ensemble commercial situé Chaussée de Louvain, 310 à 1300 Wavre.



Merci pour votre attention





## Contact Information

**Intersectio S.R.L.**  
Cédric Lambrechts

 +32.477.85.38.20

 [cedric.lambrechts@intersectio.be](mailto:cedric.lambrechts@intersectio.be)

 [www.intersectio.be](http://www.intersectio.be)

Toutes les informations contenues dans le présent exposé ont un caractère strictement informatif et sont données sous toute réserve généralement quelconque. Les informations ainsi communiquées ne peuvent en aucun cas être publiées sur quelconque support (site internet, revue, ...) ni transmises à des tiers sans l'autorisation écrite et préalable d'Intersectio SRL. Les informations contenues dans cet exposé reposent sur des sources sûres et fiables ; néanmoins, elles sont également le fruit de réflexions et d'interprétations. Dès lors, Intersectio SRL ne peut garantir ni l'exactitude ni l'exhaustivité de ces informations et décline toute responsabilité à l'égard des dommages attribuables à leur utilisation.

# La motivation des permis

**Nathalie Van Damme**

Avocate

Elegis



# CoDT, SDT ET SDC : FOCUS SUR LA PLANIFICATION COMMERCIALE ET LA GESTION DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES

## La motivation des décisions de permis

12 juin 2024 – Nathalie Van Damme

# Etape 1 – La demande porte-t-elle sur une implantation commerciale ?

## 5 faits générateurs :

### a) Nouvelle surface commerciale

D.IV.4, alinéa 1<sup>er</sup>, 8<sup>o</sup>, a)

réaliser une construction nouvelle

→ 400 m<sup>2</sup> de surface commerciale nette

→ possibilité pour le conseil de descendre à 200 m<sup>2</sup>

# Etape 1 – La demande porte-t-elle sur une implantation commerciale ?

## b) Nouvel ensemble commercial

D.IV.4, alinéa 1<sup>er</sup>, 8<sup>o</sup>, b)

réaliser un projet d'ensemble commercial

→ 400 m<sup>2</sup> de surface commerciale nette

→ possibilité pour le conseil de descendre à 200 m<sup>2</sup>

# Etape 1 – La demande porte-t-elle sur une implantation commerciale ?

## c) Extension

**D.IV.4, alinéa 1<sup>er</sup>, 8<sup>o</sup>, c)**

dans un établissement de commerce de détail ou un ensemble commercial

- qui a déjà 400 m<sup>2</sup> de surface commerciale nette
  - extension de plus de 20 % de la surface commerciale nette
  - extension de plus de 300 m<sup>2</sup>
- qui atteint les 400 m<sup>2</sup> du fait de l'extension
  - extension de plus de 20 % de la surface commerciale nette
  - extension de plus de 300 m<sup>2</sup>

# Etape 1 – La demande porte-t-elle sur une implantation commerciale ?

## d) Changement d'affectation d'un bâtiment existant

**D.IV.4, alinéa 1<sup>er</sup>, 8<sup>o</sup>, d)**

réaliser un projet d'exploitation d'un ou plusieurs établissements de commerce de détail ou d'un ensemble commercial dans un immeuble existant qui n'était pas affecté à une activité commerciale

→ 400 m<sup>2</sup> de surface commerciale nette

→ possibilité pour le conseil de descendre à 200 m<sup>2</sup>

# Etape 1 – La demande porte-t-elle sur une implantation commerciale ?

## e) Modification importante de la nature de l'activité commerciale

**D.IV.4, alinéa 1<sup>er</sup>, 8<sup>o</sup>, e)**

modifier de manière importante la nature de l'activité commerciale d'un établissement de commerce de détail ou d'un ensemble commercial dans un immeuble déjà affecté à des fins commerciales existant de 400 m<sup>2</sup>

→ 25 % de

- Lourd vers léger ou alimentaire
- Alimentaire vers léger

→ 200 m<sup>2</sup> de

- Lourd vers léger ou alimentaire
- Alimentaire vers léger

# Etape 1 – La demande porte-t-elle sur une implantation commerciale ?

La présentation n'évoque pas l'hypothèse où le conseil communal a descendu le fait générateur à 200 m<sup>2</sup>

# Etape 2- La demande est-elle recevable et complète ?

## 1. Formulaires à utiliser

a) Toujours le formulaire 5/1

b) En plus, éventuellement les autres formulaires ad hoc en fonction de l'objet de la demande

→ logique habituelle du CoDT

# Etape 2- la demande est-elle recevable et complète ?

## 2. Evaluation des incidences

Application du Livre 1er du Code de l'environnement :

→ EIE obligatoire dans certains cas

→ dans les autres cas, notice qui permet d'apprécier au cas par cas si une EIE est nécessaire

## 3. Le cas échéant – voiries

Application du décret du 6 février 2014 relatif à la voirie communale

# Etape 3 – Quelle procédure d’instruction suivre ?

## 1. Compétence et consultations

	COMPÉTENCE	CONSULTATION FD	CONSULTATION PÔLE AT	CONSULTATION DIC	CONSULTATION COMMUNES LIMITOPHES
<b>EN CENTRALITÉ ÉTABLIE PAR UN SCHÉMA COMMUNAL - PLURICOMMUNAL</b>					
400 m <sup>2</sup> – 999 m <sup>2</sup>	Collège	Non	Non	Non	Non
1.000 m <sup>2</sup> – 1.499 m <sup>2</sup>	Collège	Non	Oui	Oui	Oui
1.500 m <sup>2</sup> – 2.499 m <sup>2</sup>	Collège	Non	Oui	Oui	Oui
=/>2.500 m <sup>2</sup>	FD	/	Oui	Oui	Oui
<b>HORS CENTRALITÉ ÉTABLIE PAR UN SCHÉMA COMMUNAL – PLURICOMMUNAL / EN L’ABSENCE DE CENTRALITÉ ÉTABLIE PAR UN SCHÉMA COMMUNAL - PLURICOMMUNAL</b>					
400 m <sup>2</sup> – 999 m <sup>2</sup>	Collège	Oui	Non	Non	Non
1.000 m <sup>2</sup> – 1.499 m <sup>2</sup>	Collège	Oui	Oui	Oui	Oui
1.500 m <sup>2</sup> – 2.499 m <sup>2</sup>	FD	/	Oui	Oui	Oui
=/>2.500 m <sup>2</sup>	FD	/	Oui	Oui	Oui

# Etape 3 – Quelle procédure d’instruction suivre ?

Tant que la nouvelle section du Pôle « Aménagement du territoire » n’est pas constituée, la consultation se fait via l’Observatoire du commerce

## 2. Enquête publique

→Toujours

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

## 1. Appliquer les « critères » du CoDT

Suppression des 4 critères du décret du 5 février 2015 relatif aux implantations commerciales

Application possible de tous les critères ordinaires du CoDT, à savoir ceux qui découlent des besoins que le CoDT se donne pour mission de rencontrer au travers du développement durable et attractif du territoire

Article D.I.1, alinéa 3

« Le développement durable et attractif du territoire rencontre ou anticipe de façon équilibrée les besoins sociaux, économiques, démographiques, énergétiques, patrimoniaux, environnementaux et de mobilité de la collectivité, en tenant compte, sans discrimination, des dynamiques et des spécificités territoriales, ainsi que de la cohésion sociale »

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

## 2. Concernant la localisation, identifier les balises planologiques

### a) Communes ayant un SCDC

SCDC vaut SDC pour permis commerce (sauf l'effet de décentralisation simplifiée)

Mais le SDT abroge tacitement les parties de SDC non conformes

→ sur ces points d'incompatibilité, application du SDT (voir ci-dessous)

## Etape 4 – Comment apprécier la demande?

### b) Communes n'ayant pas de SCDC

Application immédiate du SDT → centralités et mesures – et uniquement cela

Dans SDT, 2 « blocs » de mesures « commerces » :

- **SA3Com  $\geq 400 \text{ m}^2$**
- **CC3  $< 400 \text{ m}^2$  → donc jamais applicable aux demandes de permis « commerces » au sens D.IV.4, §1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, 8<sup>o</sup>**

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

c) Communes ayant adopté un SDC « nouvelle génération »

Application du SDC

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

## 3. Appliquer les balises planologiques

### a) Qualifier le commerce

#### i. Léger/alimentaire/lourd

Défini par le CoDT. Article D.IV.4/1, §3, alinéa 2

**Commerce d'achat léger**- commerce dans lequel sont réalisés des achats non pondéreux et non volumineux relatifs :

a) à l'équipement de la personne

b) à l'équipement de la maison

c) et aux loisirs

# Etape 4 – Comment apprécier la demande?

**Commerce d'achat alimentaire** - commerce dans lequel sont réalisés des achats de produits alimentaires pour répondre aux besoins de consommation personnelle

**Commerce d'achat lourd** - commerce dans lequel sont réalisés des achats pondéreux ou volumineux relatifs :

a) à l'équipement de la maison

b) aux loisirs

## Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

ii. De 400 m<sup>2</sup> à 1.500 m<sup>2</sup> / plus de 1.500 m<sup>2</sup>

iii. Centralisant

Défini par le SDT

« Commerce de détail qui s'insère harmonieusement au sein d'un quartier mixte et s'intègre en complémentarité avec d'autres commerces permettant ainsi de contribuer à l'animation de l'espace public et à la vitalité du quartier »

Utilisé uniquement pour le léger en centralité villageoise

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

## iv. Polarisant

Défini par le SDT

« Commerce de détail qui attire une clientèle à large échelle. Exemples de catégories commerciales « polarisantes » : magasins de vêtements, chaussures, accessoires, sports, mobilier, électroménager, multimédia, décoration, etc. »

Utilisé uniquement pour  $< 400\text{m}^2$  → donc jamais applicable aux demandes de permis « commerces » au sens D.IV.4, §1er, alinéa 1er, 8°

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

## b) Localiser le projet

- i. Espace excentré/centralité villageoise/centralité urbaine/centralité de pôle ( tous types de projet)

Cartographiés dans le SDT

## Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

- ii. Cœur de centralité (de 400 m<sup>2</sup> à 1.500 m<sup>2</sup> / plus de 1.500 m<sup>2</sup> - léger en centralité urbaine et centralité urbaine de pôle)

Non cartographié, mais défini dans le SDT

« Quartier des centralités concentrant des logements, des commerces d'achats légers (intégrés un mix commercial diversifié), des services et des équipements ou disposant d'un nœud de transports en commun.

Les cœurs de centralité sont par exemple :

- les quartiers de l'hypercentre concentrant les commerces d'achats légers (intégrés à un mix commercial diversifié), les services et équipements ;
- les quartiers péricentraux rassemblant les commerces, services et équipements collectifs de proximité ;
- les quartiers de gares ou de nœuds de transports en commun dont l'urbanisation est à renforcer en complémentarité de l'hypercentre.

Il est fait référence au concept de cœur de centralité en se fondant sur une analyse de terrain ou le cas échéant sur son identification dans un schéma de développement communal ou pluricommunal »

## Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

- iii. Ensemble existant (de 400 m<sup>2</sup> à 1.500 m<sup>2</sup> / plus de 1.500 m<sup>2</sup> - alimentaires et lourds en espaces excentrés)
  
- iv. Au moins 10 commerces de détail à proximité (de 400 m<sup>2</sup> à 1.500 m<sup>2</sup> / plus de 1.500 m<sup>2</sup> - léger, alimentaire et lourds en centralité urbaine et urbaine de pôle)

Logic reste accessible comme banque de données

## Etape 4 – Comment apprécier la demande?

- v. 500 mètres des cheminements piéton (de 400 m<sup>2</sup> à 1.500 m<sup>2</sup> / plus de 1.500 m<sup>2</sup> - léger, alimentaire et lourds en centralité urbaine et urbaine de pôle)
- vi. Qualité de l'accessibilité en transport en commun et en modes actifs (de 400 m<sup>2</sup> à 1.500 m<sup>2</sup> / plus de 1.500 m<sup>2</sup> - lourd)
- vii. Centralité urbaine à au moins 30 minutes en transport en commun d'une centralité urbaine de pôle (plus de 1.500 m<sup>2</sup> – lourd)

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

## Synthèse – éléments de localisation à identifier par type de projet

	LÉGER	ALIMENTAIRE	LOURD
<b>LOCALISATION PRIMAIRE</b>			
<b>ESPACE EXCENTRÉ</b>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>
<b>CENTRALITÉ VILLAGEOISE</b>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>
<b>CENTRALITÉ URBAINE</b>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>
<b>CENTRALITÉ DE PÔLE</b>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup>

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

	LÉGER	ALIMENTAIRE	LOURD
<b>LOCALISATION AFFINÉE</b>			
<b>ENSEMBLE EXISTANT</b>	/	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup> Localisation primaire : - espace excentré	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup> Localisation primaire : - espace excentré
<b>AU MOINS 10 COMMERCES DE DÉTAIL À PROXIMITÉ</b>	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup> Localisation primaire : - centralité urbaine - centralité urbaine de pôle	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup> Localisation primaire : - centralité urbaine - centralité urbaine de pôle	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup> Localisation primaire : - centralité urbaine - centralité urbaine de pôle

# Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

	LÉGER	ALIMENTAIRE	LOURD
<b>LOCALISATION AFFINÉE SUITE</b>			
<b>BONNE ACCESSIBILITÉ EN TRANSPORT EN COMMUN ET MODE ACTIFS</b>	/	/	De 400 m <sup>2</sup> à 1.500 m <sup>2</sup> / plus de 1.500 m <sup>2</sup> Localisation primaire : - espace excentré - centralité villageoise - centralité urbaine - centralité urbaine de pôle
<b>CENTRALITÉ URBAINE À AU MOINS 30 MINUTES EN TRANSPORT EN COMMUN D'UNE CENTRALITÉ URBAINE DE PÔLE</b>	/	/	Plus de 1.500 m <sup>2</sup> Localisation primaire : - espace excentré - centralité villageoise - centralité urbaine - centralité urbaine de pôle

## Etape 4 – Comment apprécier la demande?

c) Croiser la qualification du commerce et sa localisation pour obtenir une recommandation

→ « à éviter » / « admissible »

d) Si « à éviter », éventuellement, accorder un écart

D.IV.5, alinéa 2 :

« Un permis ou un certificat d'urbanisme n° 2 peut s'écarter des indications du schéma de développement du territoire visées à l'article D.II.2, §4, 3°, moyennant une motivation démontrant que l'écart :

1° ne compromet pas les objectifs de développement territorial ou d'aménagement du territoire contenus dans le schéma de développement du territoire ;

2° est justifié par les spécificités locales ;

3° contribue à la protection, à la gestion ou à l'aménagement des paysages bâtis ou non bâtis ».

## Etape 4 – Comment apprécier la demande ?

### 3. Le cas échéant, imposer des conditions ou des charges d'urbanisme

**Merci pour votre attention**



# Merci pour votre participation !

Notre prochain rendez-vous « Nouveau CoDT » :

Colloque mixte  
**Nouveau CoDT - Colloque - Présentation de la partie réglementaire du CoDT**  
26 juin 2024 de 9 à 12h30

Info & inscription : <https://www.uvcw.be/formations/4746>

## A bientôt !

