



SCoT

de l'aire
métropolitaine
bordelaise



Document d'Orientation et d'Objectifs

2

Rapport principal

Document d'aménagement commercial

Dispositions particulières liées à la loi Littoral

Cartographies

Atlas des territoires

Espaces agricoles, naturels et forestiers protégés

Enveloppes urbaines et secteurs de constructions isolées

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise

approuvé le 13 février 2014

modifié le 2 décembre 2016, 30 avril 2021, 7 avril 2023, 12 mai 2023

a'urba.

agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

Ambarès-et-Lagrave
Ambès
Arcins
Arsac
Artigues-près-Bordeaux
Ayguemorte-les-Graves
Baron
Bassens
Baurech
Beautiran
Bègles
Beychac-et-Caillau
Blanquefort
Blésignac
Bonnetan
Bordeaux
Bouliac
Bruges
Cabanac-et-Villagrains
Cadaujac
Camarsac
Cambes
Camblanes-et-Meynac
Canéjan
Cantenac
Capian
Carbon-Blanc
Cardan
Carignan-de-Bordeaux
Castres-Gironde
Cénac
Cenon
Cestas
Créon
Croignon
Cursan
Cussac-Fort-Médoc
Eysines
Fargues-Saint-Hilaire
Floirac
Gradignan
Haux
Isle-Saint-Georges
La Brède
La Sauve
Labarde
Lamarque
Langoiran
Latresne
Le Bouscat
Le Haillan
Le Pian-Médoc
Le Pout
Le Taillan-Médoc
Le Tourne
Léognan
Lestiac-sur-Garonne
Lignan-de-Bordeaux
Lormont
Loupes
Ludon-Médoc
Macau
Madirac
Margaux
Martignas-sur-Jalle
Martillac
Mérignac
Montussan
Paillet
Parempuyre
Pessac
Pompignac
Quinsac
Rions
Sadirac
Saint-Aubin-de-Médoc
Saint-Caprais-de-Bordeaux
Saint-Genès-de-Lombaud
Saint-Jean-d'Ilac
Saint-Léon
Saint-Loubès
Saint-Louis-de-Montferrand
Saint-Médard-d'Eyrans
Saint-Médard-en-Jalles
Saint-Morillon
Saint-Selve
Saint-Sulpice-et-Cameyrac
Saint-Vincent-de-Paul
Sainte-Eulalie
Salleboeuf
Saucats
Soussans
Tabanac
Talence
Tresses
Villenave-d'Ornon
Villenave-de-Rions
Yvrac

Sommaire

Préambule	4
1 Les Zones d'aménagement commercial (ZACom).....	6
<hr/>	
2 Les conditions d'implantation au sein des Zones d'aménagement commercial (ZACom) des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'organisation du territoire	7
<hr/>	
3 Les périmètres des ZACom	7
<hr/>	
Les trois pôles régionaux	9
Zone d'aménagement commercial de niveau 1	
Les huit pôles commerciaux structurants d'agglomération	13
Zone d'aménagement commercial de niveau 2	

Préambule

Pendant des décennies, le commerce s'est développé selon des logiques qui lui étaient propres mais découplées des politiques d'aménagement et de développement du territoire. Perçu principalement comme un levier de développement économique, il a perdu ses fonctions originelles : servir les populations, jouer le rôle d'animateur urbain et être un vecteur de lien social dans les espaces ruraux.

Les objectifs du SCoT (PADD)

Intégrant les nouvelles obligations juridiques, le SCoT propose de réorienter le développement commercial au service du territoire et de ses populations, dans une logique de proximité et de développement durable. Il fixe ainsi dans le Projet d'aménagement et de développement durables (PADD) les objectifs suivants :

- adapter l'appareil commercial aux différents contextes territoriaux et à l'évolution démographique des territoires et des besoins des habitants. Il s'agit ainsi de renforcer le cœur marchand de Bordeaux, vitrine du dynamisme commercial métropolitain, de favoriser la diversification du tissu commercial pour répondre au mieux aux attentes des habitants et de contenir les grandes concentrations commerciales qui apparaissent aujourd'hui suffisamment structurées pour répondre à la demande des prochaines années ;
- intégrer l'organisation commerciale dans l'armature urbaine proposée par le SCoT et dans le processus de fabrication de la ville, ce qui implique, notamment, une cohérence avec les ambitions démographiques affichées sur les territoires dessinés par le SCoT ;
- façonner un réseau commercial de proximité qui s'insère au cœur des centralités et des espaces d'intensification urbaine au plus près des besoins ;
- impulser une démarche de « réappropriation » urbaine, multifonctionnelle et durable des pôles commerciaux métropolitains afin d'intégrer pleinement ces espaces au processus de fabrication de la ville.

Les objectifs en termes d'urbanisme commercial dans le projet (DOO)

Le volet urbanisme commercial du Document d'orientations et d'objectifs, regroupé principalement dans la partie V sous l'intitulé « Mettre l'équipement commercial au service du développement des territoires », précise les objectifs relatifs à l'équipement commercial et artisanal. Il définit les localisations préférentielles des commerces afin de répondre aux exigences d'aménagement du territoire, notamment en matière de revitalisation des centres-villes, de cohérence entre équipements commerciaux, desserte en transports, notamment collectifs, et maîtrise des flux de marchandises, de consommation économe de l'espace et de protection de l'environnement, des paysages, de l'architecture et du patrimoine bâti.

Dans ce cadre, le projet décline deux grands objectifs :

- le recentrage du commerce autour des espaces de centralités et d'intensification urbaine, afin de redonner au commerce sa fonction de proximité et d'animateur urbain et rural ;
- la mise en place des conditions nécessaires à la requalification des grands pôles commerciaux métropolitains, qu'il s'agisse des pôles régionaux et des pôles structurant d'agglomération, afin de les faire évoluer vers des sites multifonctionnels à dominante commerciale, atténuant notamment les impacts sur le fonctionnement du territoire en termes de déplacement, d'intégration et de consommation foncière.

Le DOO précise ce dernier objectif en le déclinant selon trois grands axes :

- la stabilisation des pôles commerciaux, leur évolution étant donc permise mais encadrée spatialement ;
- la requalification des sites existants dans un souci de mixité, d'aménagement durable et dans une logique globale de projet ;
- la densification et l'intégration urbaine de ces pôles.

Les conditions d'implantation des équipements commerciaux susceptibles d'avoir un impact sur l'organisation du territoire (DAC)

En complément des dispositions du DOO relatives aux conditions de requalification des grands pôles commerciaux métropolitains, le présent Document d'aménagement commercial (DAC) :

- localise les Zones d'aménagement commercial (ZACom) en prenant en compte les exigences d'aménagement du territoire et de développement durable ;
- détermine dans ces zones les conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'organisation du territoire.

L'inscription en tant que ZACom se justifie par la complexité des enjeux urbains de ces sites et par la mise en place d'une démarche de requalification spécifique.

Les ZACom concernent les pôles les plus structurants pour le fonctionnement du territoire, c'est-à-dire les pôles commerciaux régionaux et les pôles commerciaux structurants d'agglomération identifiés sur la carte du DOO « le maillage commercial ».

En effet, l'attractivité de ces grands pôles, qui dépasse largement l'échelle de la proximité, leur confère un rôle particulier dans le fonctionnement à l'échelle de l'agglomération. Générant des flux très importants de déplacements, source de congestion, ces pôles présentent bien souvent une consommation foncière excessive, un caractère monofonctionnel exclusif et une insertion urbaine et paysagère peu qualitative. En outre, leur localisation stratégique en entrée de ville ou proche des tissus urbains de centralité, pose des enjeux de requalification, d'intégration et d'articulation urbaine (paysagère et architecturale notamment), allant vers une plus grande mixité fonctionnelle.

Ainsi, les dispositions du DAC, associées aux orientations du DOO, permettent d'articuler les espaces commerciaux avec leur environnement, de prendre en compte la gestion des déplacements et d'impulser une démarche de projet et de requalification sur les périmètres. Ces périmètres correspondent au cœur des espaces commerciaux monofonctionnels, où la restructuration urbaine et l'intensification commerciale seront les plus importantes. Ils seront repris dans les PLU et pourront être adaptés, lors de la mise en place de projet de requalification.

Les Zones d'aménagement commercial (ZACom) identifiées

Les ZACom sont au nombre de onze.

> Les trois pôles régionaux (Zacom de niveau 1)

1. Mérignac-Soleil
2. Bordeaux-Lac
3. Bègles / Villenave-d'Ornon

> Les huit pôles commerciaux structurants d'agglomération (Zacom de niveau 2)

4. Pessac / Gradignan-Bersol
5. Villenave d'Ornon
6. Bouliac / Floirac
7. Lormont / Artigues-près-Bordeaux
8. Artigues-près-Bordeaux Feydeau
9. Saint-Médard-en-Jalles Ouest
10. Sainte-Eulalie Grand Tour
11. Le Pian-Médoc

1. Les Zones d'aménagement commercial (ZACom)

Les sites identifiés comme faisant l'objet d'un périmètre de ZACom doivent inscrire leur développement au regard des dispositions générales ci-dessus et des dispositions prévues au point V du rapport principal du DOO.

Les périmètres de ZACom, définis dans le présent DAC, pourront être intégrés par les documents d'urbanisme locaux sous forme d'Orientations d'aménagement et de programmation (OAP), afin de consolider l'émergence d'un projet de renouvellement urbain.

Ces emprises correspondent aux espaces privilégiés d'accueil des implantations les plus importantes, ayant un impact significatif sur le fonctionnement du territoire.

Comme défini dans le chapitre V du rapport principal du DOO, l'impact significatif sur l'organisation du territoire, peut être analysé au regard d'un des critères suivants :

- de la consommation foncière : supérieure à 10 000 m² ;
- de l'emprise au sol des bâtiments : supérieure à 2 500 m² de surface plancher ;
- des flux de déplacement : augmentation significative des flux automobiles (quantification ?), suivant les contextes territoriaux ;
- de l'insertion urbaine et/ou paysagère : impossible à mettre en place pour des raisons de sécurisation des espaces de stockages extérieurs et des aires de livraison ;
- ou des nuisances (visuelles, sonores ou olfactives) potentielles générées par l'augmentation des flux automobiles et logistiques.

2. Les conditions d'implantation au sein des Zones d'aménagement commercial (ZACom) des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'organisation du territoire

Tout nouveau projet d'implantation, qu'il s'agisse d'une création ou d'une extension doit :

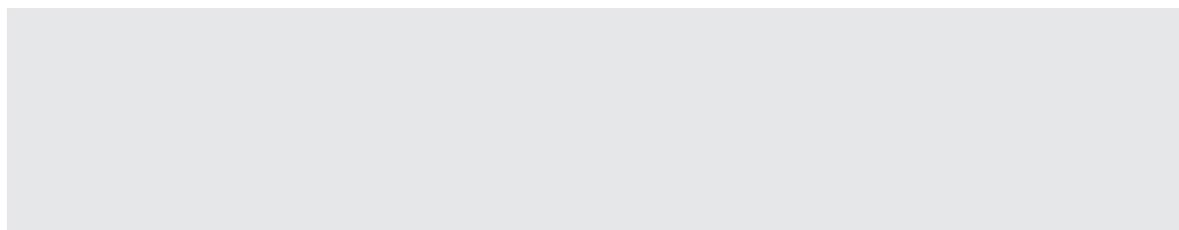
- analyser son impact sur les flux de transport générés par leur implantation et démontrer que ces flux n'entraînent pas une congestion supplémentaire du site, tant du point de vue des accès que des déplacements internes ;
- traiter de manière privilégiée, au niveau notamment de la fonctionnalité, de la sécurité et de la qualité des cheminements vers le domaine public et les magasins riverains, l'accessibilité par les transports collectifs et les modes actifs (vélo, marche à pied, etc.) ;
- réduire les effets d'enclave de certains sites monofonctionnels au sein du tissu urbain en ouvrant le projet vers la rue et les magasins riverains ou en maintenant et générant des porosités avec l'environnement notamment urbain ;
- porter des réelles exigences en termes de qualités urbaine et paysagère, en promouvant le rapport du point de vente à la rue (effet vitrine), en minimisant les impacts visuels du stationnement et des façades aveugles, en traitant spécifiquement les interfaces ou covisibilités avec des espaces urbains et naturels environnants ;
- garantir une gestion économe du foncier en proposant des solutions de densification des polarités commerciales au niveau de la conception du magasin, des surfaces de ventes extérieures et du stationnement ;
- proposer des solutions ambitieuses à l'égard des critères environnementaux, dont notamment la limitation de la pollution des sols, la réduction des émissions et rejets dans l'air, dans l'eau, l'optimisation des performances énergétiques des bâtiments (BBC ou THPE), l'organisation de la collecte sélective et le tri des déchets, le traitement des eaux de ruissellements, la rationalisation des aires de livraison et de stationnement, la promotion de services de proximité pour les salariés ;
- valoriser les espaces de biodiversité et de paysages naturels des ZACom, tout comme les zones de contact entre projets commerciaux et les espaces naturels et paysagers attenants ;
- porter une réflexion particulière à la valorisation des surfaces offertes par les espaces de stationnement et les toitures des bâtiments (végétalisation, centrale photovoltaïque, construction de logements, stationnement, etc.).

Parallèlement, dans le cas de projet d'extension, les emprises dédiées aux voiries, espaces de livraison et de stationnement doivent rester limitées. Il doit également renforcer la végétalisation du site.

Sur 50 % des nouvelles surfaces dédiées au stationnement (espace stationnement et zone logistique), chaque projet doit proposer une solution de mutualisation avec des stationnements existants et/ou une intégration du stationnement en super-structure ou dans un bâtiment existant ou en création (en rez-de-chaussée ou en toit terrasse).

3. Les périmètres des Zones d'aménagement commercial (ZACom)

Les trois pôles régionaux



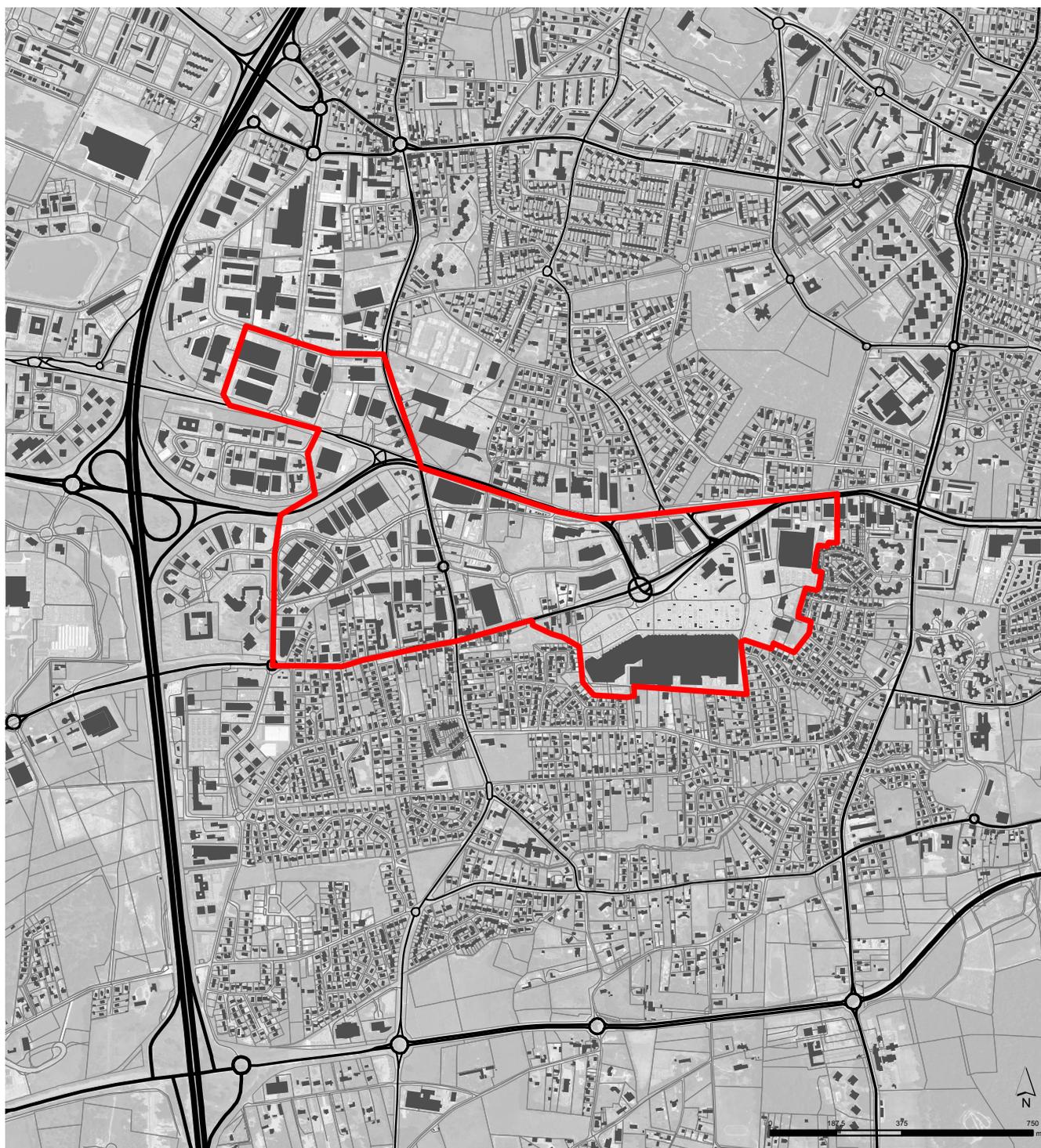
Zones d'aménagement commercial de niveau 1

1. Mérignac-Soleil

Le site de Mérignac-Soleil est le premier site commercial de l'agglomération. Structuré autour de l'hypermarché, il s'apparente à une enclave au milieu d'un tissu urbain et économique de plus en plus dense. Accentuée par la desserte en tramway et la démarche 50 000 logements, fragilisée par des équipements vieillissants, la restructuration du site est obligatoire pour favoriser son évolution et sa pérennité.

Son intégration urbaine est le premier enjeu. Une intégration qui sera favorisée par une mixité fonctionnelle intégrant de l'habitat et un désenclavement du site via des perméabilités fonctionnelles créées entre tissu résidentiel et commercial.

Le périmètre correspond au cœur du projet urbain, articulé avec le projet 50 000 logements. Il représente également l'espace de développement prioritaire du pôle commercial.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

2. Bordeaux-Lac

Second pôle de l'agglomération, Bordeaux-Lac est porté par trois établissements phare dont un hypermarché. Sa dynamique de projet devrait lui permettre de devenir le premier espace commercial de l'agglomération. Une dynamique qui est également urbaine avec la création de l'écoquartier Ginko et l'arrivée prochaine du Tramway.

Situé en intra-rocade et à proximité du PAE des Bassins à flot, son évolution pose aujourd'hui la question du degré de mixité à travailler, et de sa capacité à intégrer une programmation résidentielle.

Son périmètre resserré s'inscrit en lien avec la réflexion 50 000 logements et avec la création du quartier Ginko. Il correspond aux espaces commerciaux monofonctionnels les plus lourds et nécessitant une démarche d'intégration urbaine forte, notamment en termes de déplacement.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

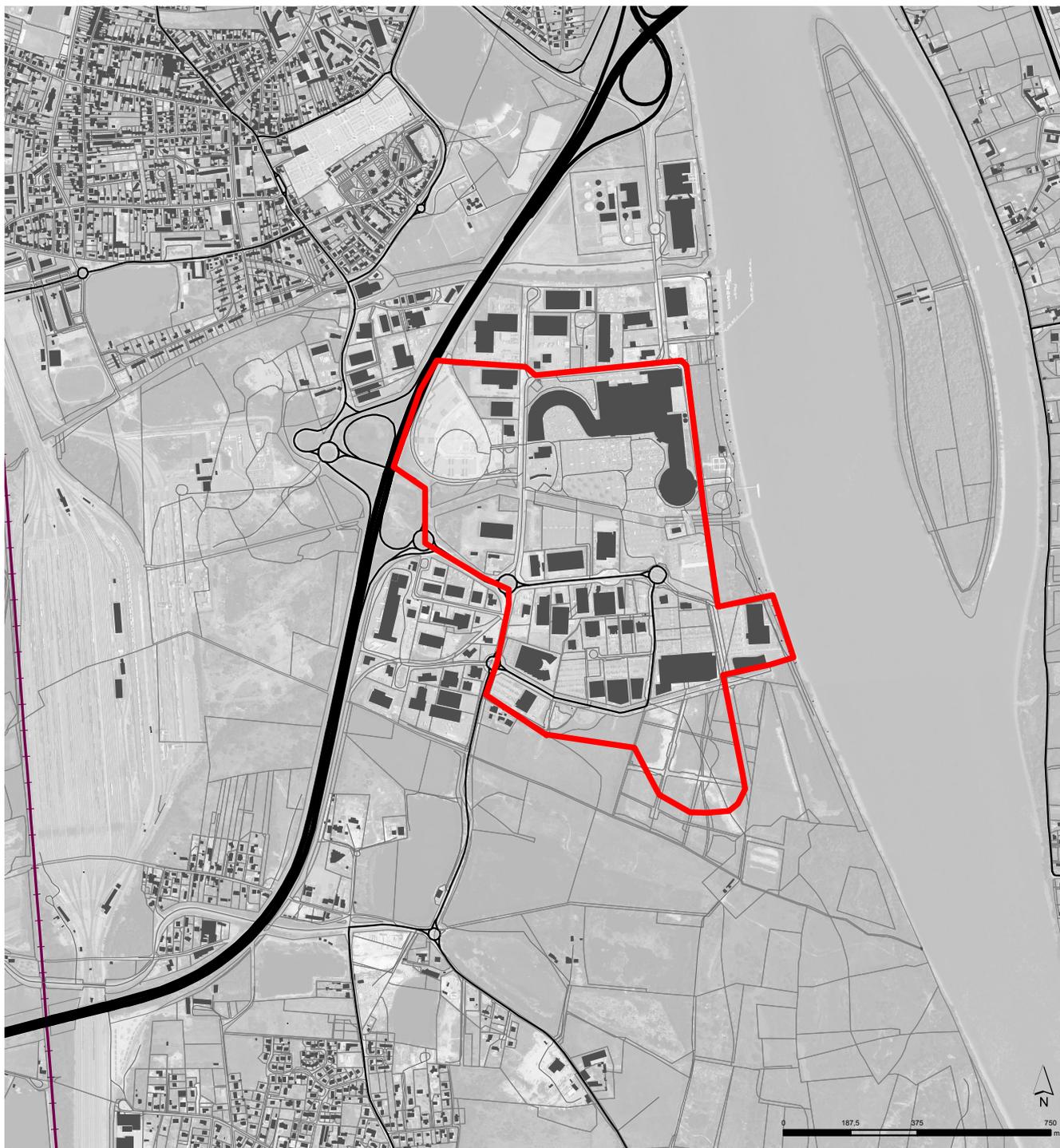
SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

3. Bègles / Villenave-d'Ornon

Le site économique de « Tartifume » est placé dans le secteur sud de l'agglomération bordelaise. Initiée par une procédure de ZAC, la dynamique urbaine de ce secteur s'étend aussi sur la commune de Villenave-d'Ornon (domaine de Geneste). Localisé le long de la rocade sur près de 75 hectares, il est enclavé entre la rocade et le fleuve et est marqué par une accessibilité dégradée et peu lisible.

Économiquement, le site connaît une dynamique qui tend à conforter le pôle commercial constitué autour du centre commercial des Rives d'Arcins, créé en 1995. Cette dynamique se traduit par de nouveaux projets commerciaux (programme de la Goutte d'eau, extension du centre commercial, etc.) qui accompagnent des mutations foncières et accentuent la spécialisation commerciale du site.

Le périmètre de la ZACom flèche les espaces marqués par un enjeu d'intégration paysagère et de gestion des déplacements, notamment en transport collectif : l'espace de développement des Rives d'Arcins et la partie commerciale du projet « domaine de Geneste ».



Document d'aménagement commercial

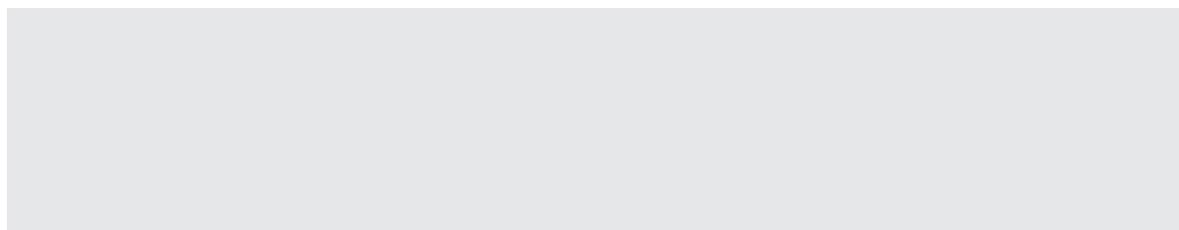
Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

Les huit pôles commerciaux structurants d'agglomération



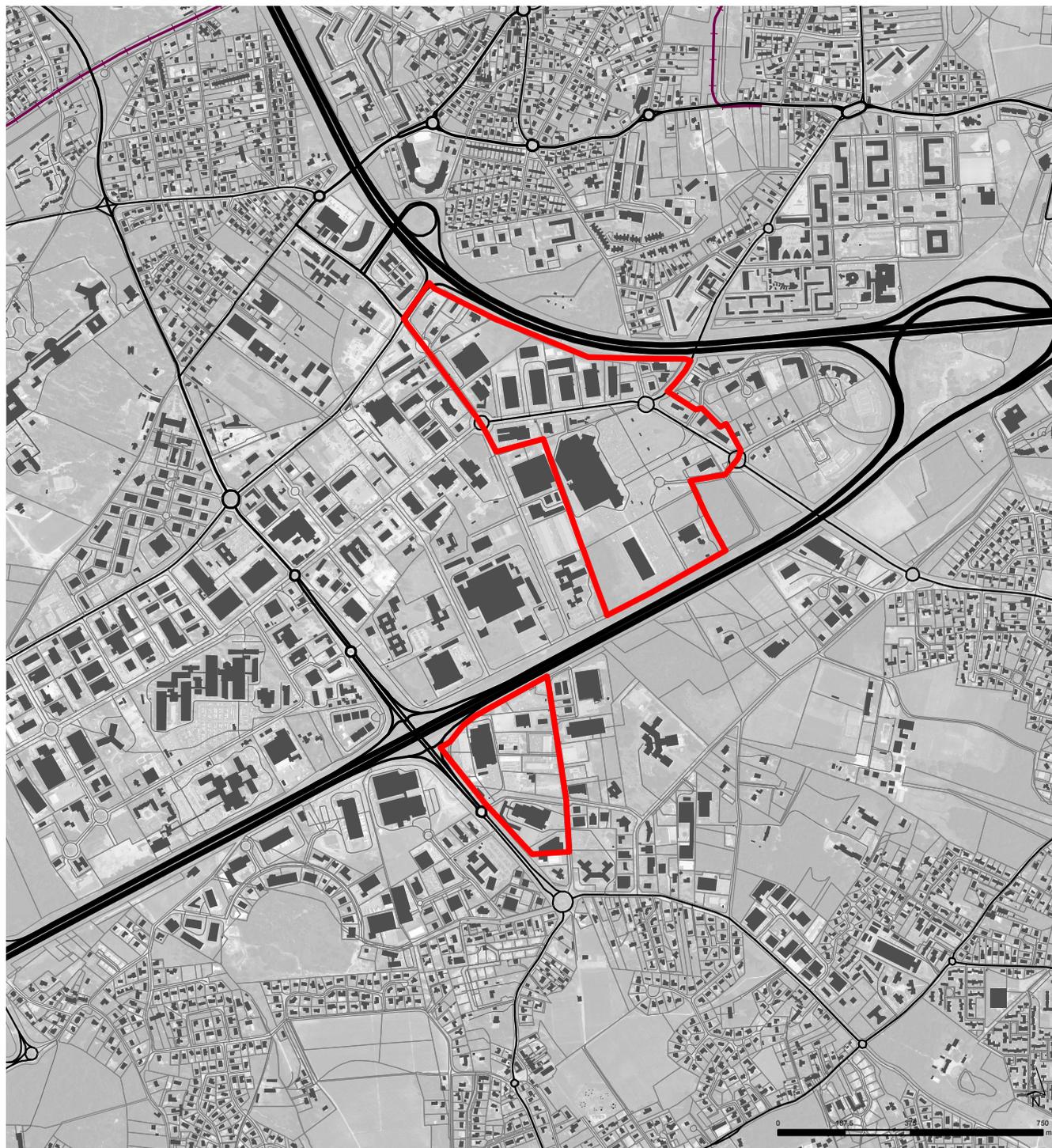
Zones d'aménagement commercial de niveau 2

4. Pessac / Gradignan Bersol

Bersol est un pôle porté par l'hypermarché, dont l'environnement et le traitement paysager apparaissent comme réussis. Pessac-Bersol est aujourd'hui, un pôle requalifié, avec la réalisation de l'extension de la galerie commerciale +5 900 m² avec des enseignes nationales locomotives.

D'un point de vue urbain, le site est inséré au coeur d'un des principaux sites économiques de l'agglomération, la vocation économique tend à se renforcer. De plus, l'arrivée du tramway à l'est du site, pose de fort enjeu de mixité fonctionnelle, avec une complémentarité des fonctions recherchées. Ces dynamiques urbaines contraignent fortement l'évolution du site et imposent à terme une restructuration, source d'optimisation foncière et de visibilité.

Le périmètre correspond aux espaces préférentiels d'implantation de projets ayant un impact significatif et nécessitant une démarche d'intégration facilitant l'articulation avec les tissus économiques, non commerciaux environnants.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

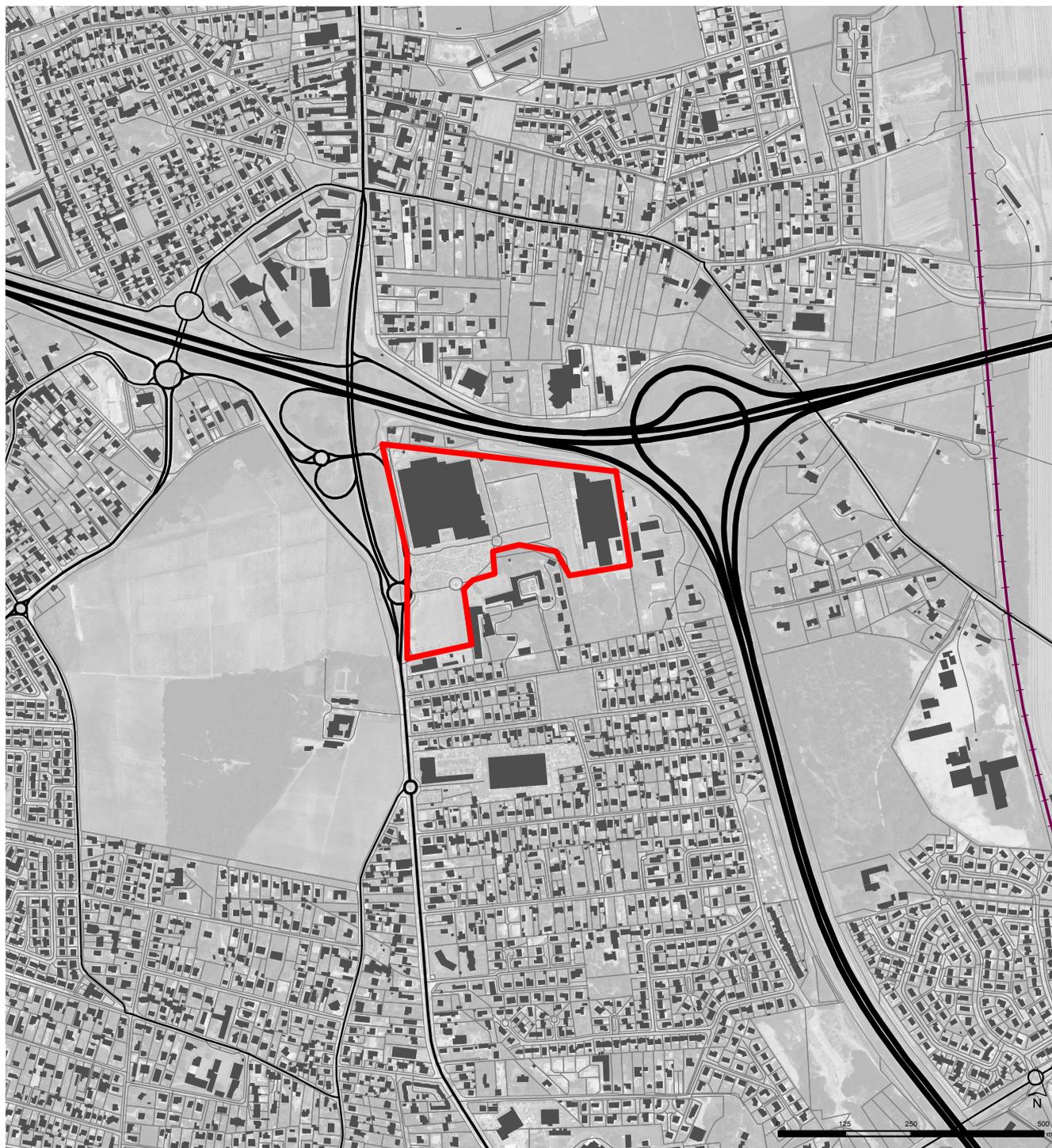
SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

5. Villenave-d'Ornon

Le site de Villenave-d'Ornon est un pôle situé à proximité de l'autoroute mais dont l'accessibilité reste compliquée. Porté par l'hypermarché, il est aujourd'hui obsolète et les enseignes locomotives sont peu nombreuses.

Sans véritable réserve foncière, le site devra se restructurer autour de son foncier et optimiser ce dernier. L'arrivée à proximité du tramway et la présence d'un site 50 000 logements de l'autre côté de la rocade, pourraient être des atouts, qui nécessiteront la mise en place de liaisons douces de part et d'autre de la rocade.

Ce périmètre restreint tient compte de la démarche 50 000 logements et cible principalement l'enjeu de requalification urbaine en front de rocade des enseignes commerciales.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

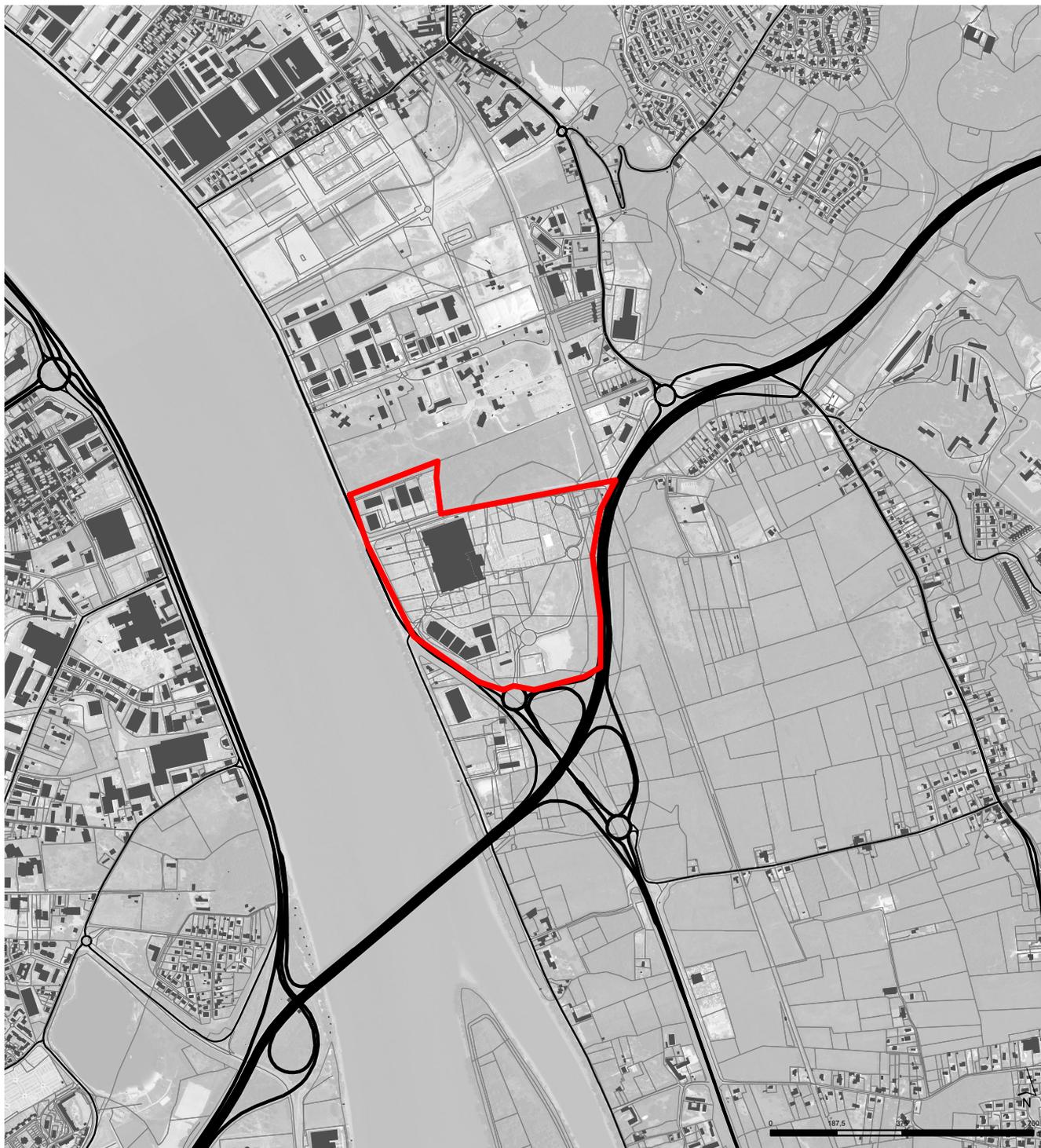
SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

6. Bouliac / Floirac

Même s'il reste attractif, le site est un pôle commercial souvent perçu comme inachevé malgré ses enseignes locomotives. En effet, sa galerie apparaît peu développée selon les entretiens.

Directement desservi par la rocade, le site est isolé et demeure loin du tissu urbain. Ses perspectives de développement restent encore floues, et l'enjeu de ce site tient à sa capacité à requalifier ses aménagements, et optimiser ses disponibilités foncières (réserves comme espaces de stationnement).

Le périmètre répond aux enjeux de désenclavement de l'espace commercial dont les perspectives d'évolution dépendront du risque inondation.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

7. Lormont / Artigues-près-Bordeaux

Le site est un pôle commercial qui propose une offre variée et attractive, autour de l'hypermarché. Il est bien accessible par la voiture mais aussi par les transports en commun grâce à la proximité du tram. L'aménagement du site, relativement qualitatif, doit toutefois permettre une meilleure sécurisation du site et intégration architecturale.

Son évolution, s'étendant jusqu'à la RN 89, reste toutefois à encadrer et à insérer dans le tissu urbain contigu.

Le périmètre multi-site de cette ZACom, s'étendant jusqu'à la RN 89 et le long de l'A 10, correspond à la volonté d'encadrer et d'insérer dans le tissu urbain contigu des poches commerciales éclatées.



Document d'aménagement commercial

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

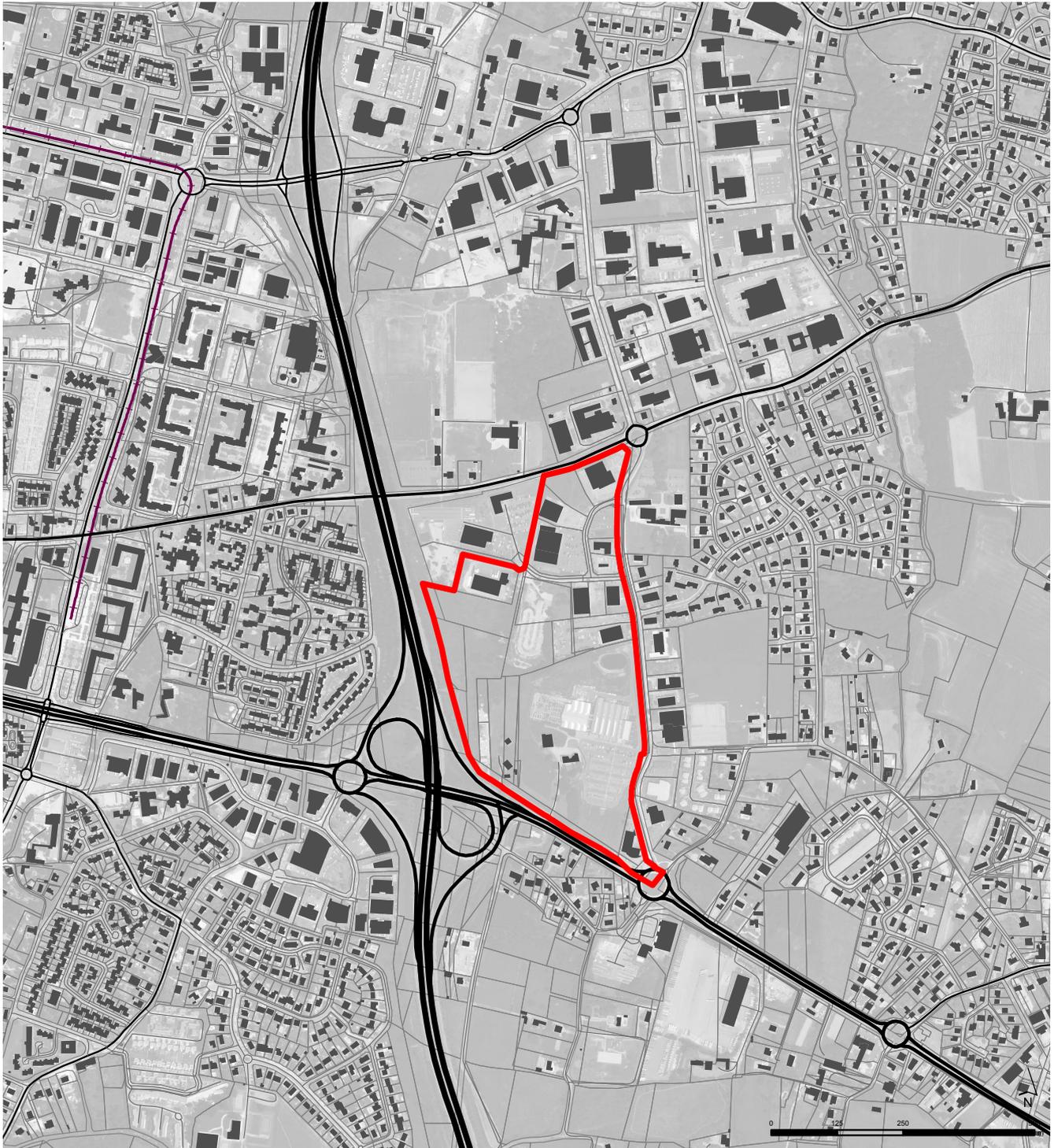
Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

8. Artigues-près-Bordeaux Feydeau

Le site de Feydeau est aujourd'hui un pôle commercial en devenir. Partiellement urbanisé, bénéficiant d'une situation urbaine particulièrement favorable le long de la rocade bordelaise, il constitue un support de développement commercial nécessaire à l'échelle de la rive droite de l'agglomération.

Le périmètre s'inscrit dans une double problématique : la valorisation de la frange rocade et l'articulation avec les tissus urbains et économiques environnants, afin de limiter les effets de congestion.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

9. Saint-Médard-en-Jalles Ouest

Le site est un pôle commercial qui bénéficie d'une bonne image, grâce à son offre large et diversifiée, autour de l'hypermarché. À proximité d'un environnement naturel attractif et sensible (site de Thil-Ganarde), il est intégré dans le tissu urbain et au contact d'une zone artisanale.

Sa localisation permet d'envisager une intégration urbaine et architecturale bien plus forte du site, afin de l'insérer totalement dans l'espace urbain environnant. Le degré de mixité avec le tissu économique est également posé.

Le périmètre correspond aux espaces urbains marqués par un besoin d'intensification et d'intégration, afin de favoriser l'évolution du site.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

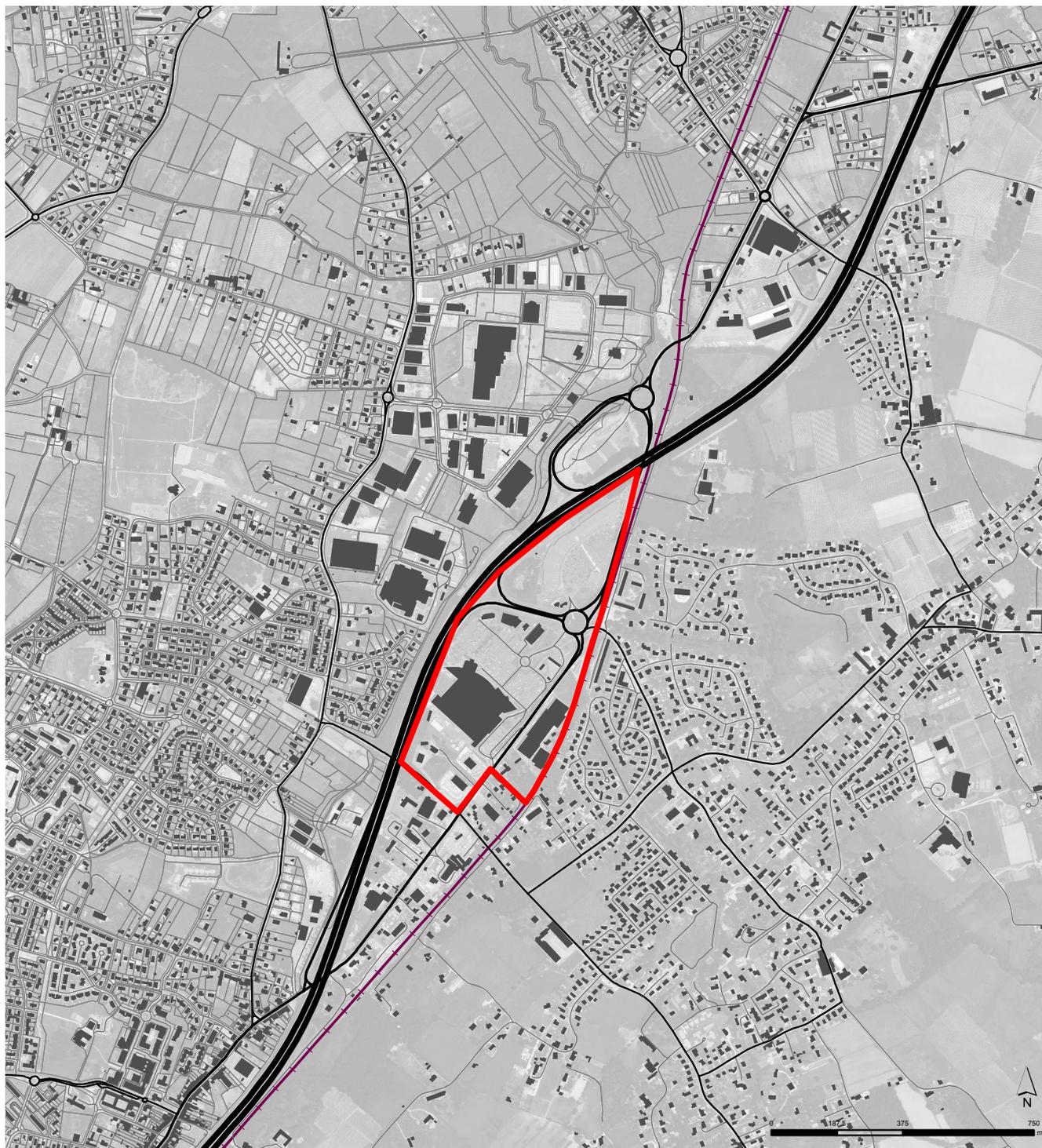
SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

10. Sainte-Eulalie Grand Tour

Le site possède une architecture atypique et une image moderne. Son offre diversifiée, avec ses nombreuses enseignes et magasins multimarques, et sa proximité avec l'autoroute font du site Grand Tour un pôle attractif.

Toutefois, la complexité de son fonctionnement interne ne rend pas le site lisible. De plus, sa localisation (entre l'autoroute et la voie ferrée) contraint fortement l'évolution de ce pôle commercial, qui ne dispose pas de potentiel foncier.

Le périmètre intègre donc ces problématiques et définit l'espace d'action prioritaire.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

11. Le Pian-Médoc

Porté par un hypermarché, le site bénéficie d'une dynamique de projet importante. Au sein de secteurs résidentiels en développement, il est situé sur un axe de communication desservant le Médoc, à égale distance des centralités des communes du Pian-Médoc et de Parempuyre.

Le périmètre correspond au secteur dont le traitement urbain, architectural et paysager devra garantir une entrée de ville de qualité, non soumise à la congestion automobile.



Document d'aménagement commercial

Sources : © IGN Orthophoto 2010 - © IGN BdTopo2010 - © aurba
Fond cartographique indicatif

aurba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016

SCoT de l'aire métropolitaine bordelaise approuvé le 13 février 2014 - modifié le 2 décembre 2016
Document d'orientation et d'objectifs - Document d'aménagement commercial

a'urba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

Agence d'urbanisme Bordeaux Métropole Aquitaine
Hangar G2 - Bassin à flot n°1 BP 71 - F-33041 Bordeaux Cedex
tél.: 33 (0)5 56 99 86 33 | fax : 33 (0)5 56 99 89 22
www.aurba.org

© aurba | décembre 2016