



PLAN LOCAL D'URBANISME INTERCOMMUNAL
DU PAYS D'AIX

CONSTRUISONS ENSEMBLE
LE PAYS D'AIX DE DEMAIN



OAP SECTEUR STRATÉGIQUE

PLAN DE CAMPAGNE

PLUi du Pays d'Aix approuvé le 05 décembre 2024



POURQUOI CRÉER DES OAP SUR DES SECTEURS STRATÉGIQUES ?

Sur le territoire du Pays d'Aix, de grands secteurs apparaissent comme stratégiques car ils concentrent des enjeux forts pour mener à bien le projet de territoire exprimé dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables. Mêlant à la fois des enjeux sociaux, économiques et environnementaux, ces secteurs subissent des pressions urbaines et anthropiques qu'il est nécessaire de maîtriser pour mettre en œuvre un développement durable et écoresponsable du territoire.

Ces secteurs identifiés comme stratégiques, au nombre de cinq, font chacun l'objet d'un document d'Orientations d'Aménagement et de Programmation spécifique :

- L'OAP AXE AIX – CABRIÈS – VITROLLES
- L'OAP PLAN DE CAMPAGNE
- L'OAP HAUTE VALLÉE DE L'ARC
- L'OAP VAL DE DURANCE
- L'OAP GRAND SITE CONCORS SAINTE-VICTOIRE

// Qu'est qu'une OAP ?

Un document d'Orientations d'Aménagement et de Programmation est une pièce qui vise à compléter le règlement écrit et graphique d'un PLUi. Il est opposable aux autorisations d'urbanisme (permis de construire, permis d'aménager...) dans un rapport de compatibilité¹ alors que le règlement s'applique dans un rapport de conformité². Ainsi, l'OAP se place dans un rapport plus souple de non contrariété entre deux normes.

// A qui s'adresse l'OAP ?

Une OAP s'adresse à l'ensemble des porteurs de projet sur le territoire du PLUi. Elle permet également aux services instructeurs de guider les professionnels et les particuliers afin que leurs projets répondent aux objectifs du Projet d'Aménagement et de Développement Durables et respectent le règlement du PLUi.

// Comment appliquer une OAP "secteur stratégique" ?

Elle s'applique sur le secteur représenté sur la carte, exceptés sur les sites du CEA de Cadarache et d'ITER compte tenu de la nature de leurs activités. Elle s'applique sur une parcelle de la même manière que les trois OAP thématiques ainsi que l'OAP sectorielle le cas échéant.

¹ Le rapport de compatibilité implique qu'un projet ne doit pas faire obstacle ou être contraire à une disposition du document et à sa mise en œuvre (exemple : "dans les volumes équivalents au contexte urbain" = hauteur du projet appréciée par rapport aux hauteurs environnantes).

² Le rapport de conformité exige que le projet soit strictement conforme au règlement écrit et graphique (exemple : "règle de hauteur à 12 mètres" = le projet doit respecter strictement la hauteur de 12 mètres).

Renouveler l'attractivité de Plan de Campagne



La zone commerciale de Plan de Campagne est positionnée au barycentre de trois grands pôles métropolitains qui concentrent un nombre d'habitants et d'emplois importants : le bassin marseillais, le bassin de Marignane-Vitrolles et le bassin aixois. Ce positionnement stratégique contribue au fait qu'elle est aujourd'hui la principale zone commerciale de la métropole, qu'il s'agisse de l'importance et de la diversité de son offre, de sa fréquentation, de son étendue. Son leadership et son rayonnement concernent en premier lieu l'équipement de la maison puis le bricolage - jardinage, l'équipement de la personne et la culture et les loisirs. Mais Plan de Campagne n'est pas qu'un lieu de consommation : avec une offre importante de loisirs sur le site (restaurants, cinémas, activités ludiques, etc.), c'est aussi un lieu populaire de grande promenade et de flânerie, où l'on vient se détendre à la journée.

Mais malgré ce rayonnement, elle est aujourd'hui décriée pour des raisons de consommation d'espace, de concurrence des centres-villes, de flux automobiles générés... comme toutes les zones commerciales périphériques. Qui plus est, l'image parfois dégradée de la zone, les difficultés d'accès et les évolutions des pratiques commerciales menacent sa vitalité économique.

Enfin, la zone de Plan de Campagne est aussi impactée par le contexte de suroffre commerciale à l'échelle métropolitaine. En effet, le Pays d'Aix, comme l'ensemble de la Métropole, dispose d'un appareil commercial développé, diversifié et largement suffisant pour répondre aux besoins des habitants.

De manière plus générale, l'attractivité des grandes zones commerciales se tarie aujourd'hui et la tendance est à une diversification des fonctions, vers les loisirs, la culture, l'habitat, le bureau, les grands équipements. Parallèlement, l'offre commerciale se redéploie dans la proximité, notamment pour le commerce de quotidien, un développement à limiter et circonscrire sur des sites ramassés, dans les centres villes, les quartiers et zones pavillonnaires densément peuplées, afin d'éviter une trop grande dispersion de cette offre.

Ainsi, pour préserver son attractivité et son dynamisme économique, Plan de Campagne doit se réinventer et mieux répondre aux attentes de la population.

CONFORTER LE RAYONNEMENT DE LA ZONE COMMERCIALE DE PLAN DE CAMPAGNE

Les évolutions sociétales de ces dernières années fragilisent le commerce traditionnel tel qu'il est présent à Plan de Campagne. Premièrement, la forte croissance du e-commerce représente des risques pour les commerces physiques, notamment sur l'équipement de la maison et l'équipement de la personne, secteurs qui sont des spécialisations fortes de Plan de Campagne. Deuxièmement, les attentes des clients changent avec la prise de conscience de l'impact écologique et sociétal de la surconsommation. Les clients expriment de plus en plus le besoin de consommer moins et mieux. Face à ces constats, le maintien de l'attractivité de Plan de Campagne passe par un renouvellement de son offre et une montée en gamme qualitative qui lui permettront de s'adapter aux attentes des consommateurs.

Il faut également prendre en compte le fait que l'offre de Plan de Campagne, comme des autres grandes zones périphériques, concurrence particulièrement les centres villes sur l'équipement de la personne et dans une moindre mesure l'équipement de la maison. Néanmoins, Plan de Campagne est marquée par une forte spécialisation sur l'équipement de la maison et le bricolage-jardinage, des fonctions moins présentes en ville sur lesquelles la zone peut maintenir son rayonnement.

- » Conforter Plan de Campagne comme zone commerciale de référence et accompagner l'évolution des pratiques commerciales : évolution des espaces, intégration du commerce en ligne, mutualisation du stockage avec les commerces de centre-ville...
- » Maintenir des capacités d'accueil pour faciliter le renouvellement urbain et la renaturation afin d'améliorer l'organisation de la zone.
- » Maintenir une diversité de gammes parmi les enseignes présentes pour satisfaire les besoins d'une clientèle variée.
- » Maîtriser le développement de l'offre alimentaire et des enseignes liées à l'équipement de la personne, qui font l'attractivité des centres-villes.
- » Privilégier l'implantation d'activités ludiques, sportives et culturelles de grande taille qui ne trouvent pas de place en centre-ville, notamment pour renforcer l'axe des loisirs.
- » Permettre l'évolution des activités vers des services à la personne / tertiaire.
- » Encourager la mutualisation des espaces de stockage, de click and collect, etc.



ACCOMPAGNER L'ÉVOLUTION DE LA MIXITÉ DES FONCTIONS URBAINES SUR LE SECTEUR DE PLAN DE CAMPAGNE

Le secteur de Plan de Campagne est fortement dépendant de la voiture. La part des déplacements en transports collectifs est faible et les déplacements en modes actifs sont quasi-inexistants. Néanmoins, des projets de transport structurants vont voir le jour ; ils constituent une véritable opportunité pour produire du logement à proximité de transports collectifs performants.

- » Conditionner le développement de tout nouveau secteur à la réalisation de la halte ferroviaire, en phasant l'urbanisation en lien avec la proximité du pôle d'échanges multimodal.
- » Développer une offre de logements variés à proximité du pôle d'échanges multimodal de Plan de Campagne.
- » Mobiliser en priorité les friches et les espaces déjà artificialisés pour accueillir le développement urbain.
- » Renforcer l'offre en équipements pour mieux répondre aux besoins de la population.
- » Relier les nouveaux secteurs de développement aux transports collectifs par des aménagements dédiés aux modes actifs agréables et sécurisés.

AMÉLIORER L'ACCESSIBILITÉ À LA ZONE ET EN SÉCURISER LES ACCÈS

Plan de Campagne est un espace stratégique en matière de déplacements. La zone est située au barycentre de la métropole, sur un nœud routier majeur à l'intersection de trois axes particulièrement empruntés que sont l'A51 et la RD543 assurant les liaisons nord-sud et la RD6 pour les liaisons est-ouest. De ce positionnement résultent des problèmes de saturation des réseaux routier et autoroutier, liés à sa fréquentation de la zone mais aussi aux déplacements domicile-travail qui y transitent. Cette congestion peut s'avérer accidentogène (remontées de file sur autoroute...) et pose aussi des questions de sécurité publique en cas de nécessité d'évacuation de la zone.

- » Accompagner la création du pôle d'échanges multimodal de Plan de Campagne, lieu d'intermodalité intégrant notamment la desserte ferroviaire Aix - Gardanne - Marseille, le Zénibus Maignane - Les Pennes Mirabeau et un parc-relais.
- » Aménager les voiries pour pacifier le trafic routier.
- » Organiser les pratiques cyclables et piétonnes au sein de la zone en sécurisant les déplacements, en les rendant agréables et en limitant les déplacements en voiture.
- » Connecter la zone commerciale aux différentes zones urbaines environnantes par des cheminements appropriés.
- » Organiser un espace de retrait des achats pour diminuer les déplacements véhiculés internes de la clientèle.
- » Conditionner l'implantation d'opérations nouvelles (l'ouverture à l'urbanisation de nouveaux secteurs) à la mise en œuvre des aménagements routiers et autoroutiers nécessaires.

RÉDUIRE LA VULNÉRABILITÉ DE LA ZONE FACE AUX RISQUES NATURELS ET AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

La zone commerciale est soumise aux risques naturels. La présence au nord du plateau de l'Arbois expose la zone au risque feu de forêt, mais celle-ci est surtout concernée par un risque inondation important. Ce dernier est lié au cumul de deux facteurs : un site en cuvette dont l'exutoire naturel des eaux de pluie, le vallon de Baume-Baragne, est très étroit et une imperméabilisation quasi-intégrale de Plan de Campagne qui empêche l'infiltration des eaux pluviales.

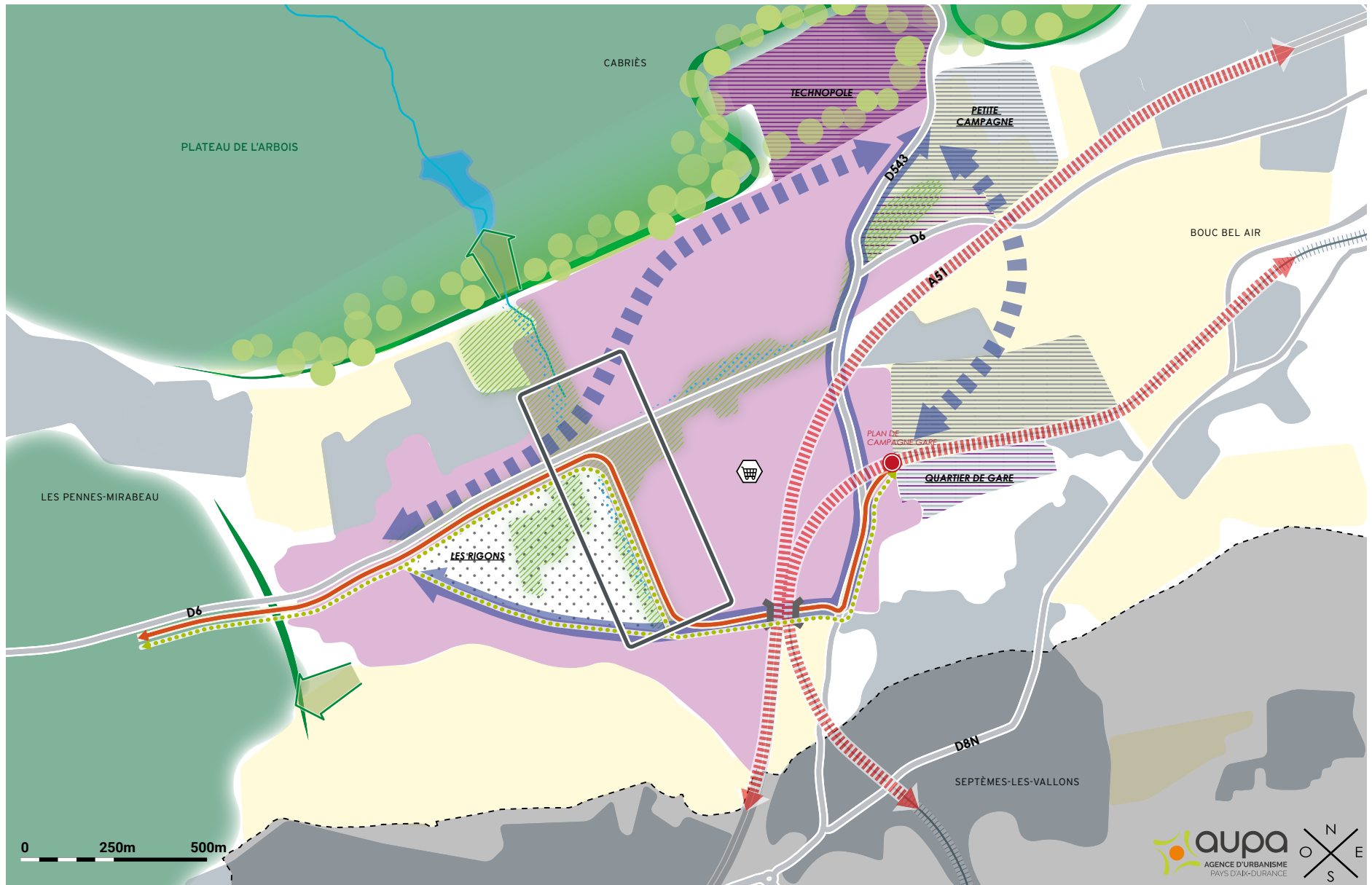
Cette configuration de cuvette couplée à l'imperméabilisation entraîne également un phénomène d'îlot de chaleur urbain qui rend très inconfortable la zone en période estivale et engendre des dépenses énergétiques importantes.

- » Conditionner les nouvelles opérations à la bonne prise en compte des risques naturels inondation et feu de forêt.
- » Engager un processus de désimperméabilisation de la zone.
- » Créer des îlots de fraîcheur par la renaturation partielle du cœur de zone et la création d'aménagements paysagers favorables au stockage et à l'infiltration des eaux pluviales (bassins de rétention paysagers/noues paysagères).
- » Préserver et donner plus d'espace à l'alignement de platanes menant au hameau.

AMÉLIORER L'IMAGE DE PLAN DE CAMPAGNE ET VALORISER SON ENVIRONNEMENT NATUREL

Le développement de Plan de Campagne s'est fait au coup par coup, au gré des opportunités foncières. De cette expansion non encadrée et non maîtrisée est né un paysage caractéristique des zones commerciales : architecture de "boîte à chaussures", prolifération des enseignes et des signalétiques, espaces non bâtis bitumés... Ces éléments confèrent à la zone une identité visuelle forte mais peu qualitative. Des efforts en matière de qualité architecturale, urbaine et paysagères ont récemment été entrepris, mais ils ne permettent pas encore de changer le visage de la zone.

- » Mettre en œuvre une insertion paysagère et une écriture architecturale qualitative des bâtiments et encourager la rénovation du bâti.
- » Réduire la signalétique et l'homogénéiser en termes de localisation, d'alignement, de couleurs...
- » Traiter la cinquième façade en lui donnant une fonction : toiture-terrace accessible, toiture végétale, panneaux photovoltaïques, etc.
- » Créer des espaces publics et des cheminements de qualité, supports d'aménités.
- » Développer les performances énergétiques des bâtiments, par exemple par l'installation de panneaux photovoltaïques, diminution de l'éclairage la nuit, etc.
- » Limiter les grands linéaires de parking, mutualiser les surfaces de stationnement, développer les parkings silos et encourager les systèmes de protections solaires (ombrières).
- » Apporter un traitement paysager à l'axe des loisirs.
- » Préserver les masses boisées existantes bordant le nord de la zone.
- » Aménager des accès piétonniers vers les espaces naturels, notamment vers le plateau de l'Arbois via le vallon de Baume-Baragne.
- » Restructurer et requalifier la zone commerciale et les zones d'habitat en périphérie pour traiter les lisières urbaines.
- » Soutenir l'agriculture urbaine et péri-urbaine pour leur rôle dans la qualité des lisières urbaines et la composition de coupures urbaines.



CONFORTER LE RAYONNEMENT DE LA ZONE COMMERCIALE DE PLAN DE CAMPAGNE



Conforter Plan de Campagne comme zone commerciale de référence



Privilégier les activités peu concurrentielles avec les centres-villes : équipement de la maison, bricolage-jardinage, activités ludiques, sportives et culturelles de grande taille...



Requalifier et pacifier le cœur de la zone commerciale pour créer un espace récréatif (espaces publics et cheminements en faveur des modes actifs, désimperméabilisation partielle, aires de jeux, événementiel...)

ACCOMPAGNER L'ÉVOLUTION DU SECTEUR DE PLAN DE CAMPAGNE



Secteur de projet à dominante d'habitat et d'équipement



Secteur de développement économique d'activités mixte



Secteur de projet d'habitat, d'équipement et de développement économique d'activités mixte



Périmètre de recomposition urbaine potentielle

TECHNOPOLE Nom des secteurs de projet

AMÉLIORER L'ACCESSIBILITÉ À LA ZONE ET EN SÉCURISER LES ACCÈS



Accompagner la création du pôle d'échanges multimodal de Plan de Campagne qui sera desservi par :



Réseau Express Métropolitain Ter+ / Car+



Zénibus



Réseau vélo structurant



Etudier l'aménagement d'un axe de contournement de la zone commerciale

RÉDUIRE LA VULNÉRABILITÉ DE LA ZONE ET VALORISER SON ENVIRONNEMENT NATUREL



Créer des îlots de fraîcheur par la renaturation partielle et la création d'aménagements paysagers



Préserver les masses boisées existantes bordant le nord de la zone.



Aménager des accès aux massifs pour des départs de randonnée



Préserver des limites d'urbanisation nettes à l'interface avec les espaces naturels

FOND DE CARTE



Routes



Voies ferrées



Cours d'eau



Espaces d'optimisation urbaine



PLAN LOCAL D'URBANISME INTERCOMMUNAL
DU PAYS D'AIX