

Commission Départementale
d'Aménagement Commercial du Nord

**Demande d'autorisation d'extension
d'un magasin à l'enseigne ALDI MARCHE**

se traduisant par l'extension d'un ensemble commercial existant



Surface de vente demandée : 249,78 m²

Lieu : Commune de BAILLEUL

Rue de Lille

Demande présentée par la Société par Actions Simplifiée :

« IMMALDI ET COMPAGNIE »

dont le siège social est situé 13 avenue Clément Ader, Parc d'Activités de la Goële
à DAMMARTIN EN GOELE (77230)

Octobre 2016



SOMMAIRE

| | |
|------------------------------|----|
| Synthèse de la demande | 01 |
|------------------------------|----|

RENSEIGNEMENTS RELATIFS AU DEMANDEUR ET AU PROJET

| | |
|---|----|
| I. Informations relatives au demandeur..... | 02 |
| II. Présentation du projet | 03 |
| III. Conditions de réalisation du projet..... | 25 |

INFORMATIONS RELATIVES A LA ZONE DE CHALANDISE ET A L'ENVIRONNEMENT PROCHE DU PROJET

| | |
|---|----|
| I. La zone de chalandise..... | 27 |
| II. Au sein de la zone de chalandise..... | 32 |
| III. Hors de la zone de chalandise | 37 |
| IV. Description de l'environnement proche du projet | 40 |
| V. Dessertes de la zone de chalandise | 47 |

EFFETS DU PROJET EN MATIERE D'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE

| | |
|---|----|
| I. Compatibilité avec les documents d'urbanisme | 50 |
| II. Contribution à l'animation des principaux secteurs existants..... | 55 |
| III. Prise en compte de l'objectif de compacité des bâtiments et aires de stationnement.. | 57 |
| IV. Evaluation des flux journaliers de circulation des véhicules générés par le projet..... | 62 |
| V. Evaluation des flux journaliers des véhicules de livraison générés par le projet | 67 |
| VI. Distance du projet par rapport aux arrêts des moyens de transports collectifs..... | 71 |
| VII. Analyse prévisionnelle des flux de déplacement selon les modes de transport..... | 77 |
| VIII. Aménagements envisagés de la desserte du projet..... | 77 |

EFFETS DU PROJET EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

| | |
|---|----|
| I. Politique de responsabilité sociétale de l'enseigne Aldi Marché | 78 |
| II. Mesures destinées à réduire la consommation énergétique des bâtiments | 81 |
| III. Produits et équipements de construction et de décoration utilisés dans le projet | 87 |
| IV. Gestion des eaux pluviales et mesures propres à limiter l'imperméabilisation des sols | 88 |
| V. Réduction des pollutions associées à l'activité..... | 90 |
| VI. Nuisances générées par le projet et mesures propres à en limiter l'ampleur | 95 |
| VII. Zones de protection de la faune et de la flore et mesures compensatoires envisagées | 97 |

EFFETS DU PROJET EN MATIERE DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR

| | |
|--|-----|
| I. Distance par rapport aux principales zones d'habitation de la zone de chalandise..... | 99 |
| II. Contribution à l'amélioration du confort d'achat..... | 100 |
| III. Mesures propres à valoriser les filières de production locales et partenariats locaux ... | 105 |
| IV. Situation en termes de risques naturels, technologiques ou miniers | 108 |

EFFETS DU PROJET EN MATIERE SOCIALE

| | |
|---|-----|
| I. Sur le commerce de centre-ville..... | 111 |
| II. Sur l'emploi..... | 112 |

SYNTHESE DE LA DEMANDE

Cette demande a pour objet la modernisation du site ALDI Marché de BAILLEUL. Le site, localisé rue de LILLE, accueille à ce jour un supermarché à l'enseigne ALDI Marché, une boucherie située à l'intérieur du même bâtiment ainsi que plusieurs cellules commerciales dans un bâtiment mitoyen. Le projet consiste en **une réhabilitation complète du site** par la destruction du magasin ALDI actuel, la reconstruction d'un nouveau magasin selon le nouveau concept ALDI Marché, et le déplacement du magasin HENRI BOUCHER en remplacement du salon TCHIP COIFFURE. Une cellule vide de l'ensemble commercial sera également détruite pour réaménager le parking. La surface de vente demandée est de 249,78 m².

Le magasin ALDI Marché a été ouvert il y a 26 ans. Il n'a pas été modifié depuis cette date, et n'est plus adapté aux attentes de sa clientèle et de son personnel. La construction est vétuste, les aménagements extérieurs sont également peu attractifs. Il s'agit donc **d'un projet de réhabilitation globale dont l'objectif est de redonner au site une image positive** pour proposer à la clientèle un magasin au dernier concept, mettre à disposition du personnel des installations neuves et performantes, valoriser le site avec la construction d'un bâtiment moderne et mieux intégré dans son environnement et améliorer les aménagements extérieurs pour en améliorer l'aspect.

Le projet est parfaitement cohérent en matière d'aménagement du territoire. Il est localisé en zone Uba du Plan Local d'Urbanisme Intercommunal, et compatible avec les dispositions du SCOT. Au cœur du tissu urbain, il permet une amélioration de l'offre de proximité. Le site est parfaitement accessible par modes de déplacements doux, la rue de LILLE étant notamment équipée de bandes cyclables. L'arrêt de transport en commun est proche. Le projet prévoit le renforcement des aménagements piétonniers sur le site avec la matérialisation de cheminements sécurisés sur l'espace de stationnement. Un parking pour les deux roues est également aménagé en façade avant du magasin.

La réalisation améliore également nettement la place du site dans son environnement. Le bâtiment, neuf et conforme aux dernières normes d'isolation, sera équipé d'installations énergétiques neuves et performantes. En lieu et place d'une construction vétuste sur une surface enrobée et presque totalement dépourvue de végétation, la nouvelle implantation prévoit une construction moderne laissant une large place aux façades vitrées.

Le nouveau magasin sera constitué d'un bandeau saillant sur les quatre façades et réalisé en Trespa Gris souris. La partie basse sera quant à elle réalisée en briques de parement. L'entrée du magasin est composée par un mur rideau (vitrines hautes) qui marque l'entrée. La végétalisation du site est également renforcée, avec la plantation de 17 arbres de haute tige et de plusieurs haies pour l'agrément du parking, et l'engazonnement des délaissés à l'arrière des bâtiments.

Ce dossier contient tous les éléments nécessaires à son appréciation. Pour tout renseignement complémentaire cependant, nous nous tenons à votre disposition aux coordonnées figurant en page 2 du document.



RENSEIGNEMENTS RELATIFS AU DEMANDEUR ET AU PROJET

I. INFORMATIONS RELATIVES AU DEMANDEUR

1. IDENTITE

La demande est présentée par la Société par Actions Simplifiée « IMMALDI ET COMPAGNIE » dont le siège social est situé à DAMMARTIN EN GOELE (77230), 13 avenue Clément Ader, Parc d'Activités de la Goële.

La société est immatriculée au registre du commerce et des sociétés de MEAUX sous le numéro 378 568 638. Vous trouverez ci-après son extrait K-Bis.

2. QUALITE

La société « IMMALDI ET COMPAGNIE » agit dans ce dossier en qualité de **propriétaire et future propriétaire des constructions.**

3. CORRESPONDANCE

Toute correspondance relative à la présente demande pourra être adressée à :

Société « ALDI BOIS GRENIER »
Eric DELESALLE
Responsable Développement
Rue Pasteur
ZI de la Houssoye
59280 BOIS GRENIER
Tél : 03.20.17.59.03
Mobile : 06.85.76.90.23
Mail : eric.delesalle@aldi.fr

Pour toute information préalable à l'enregistrement, ou pour tout renseignement technique concernant le présent dossier de demande, vous pouvez également contacter :

Société CEDACOM
Monsieur Patrick DELPORTE
105 boulevard EURVIN – Bât E
62200 Boulogne sur mer
Tél : 09.66.85.82.68
Fax : 03.21.80.82.68
Courriel : cedacom@wanadoo.fr



N° de gestion 1996B00363

Extrait Kbis

EXTRAIT D'IMMATRICULATION PRINCIPALE AU REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS
à jour au 3 juillet 2016

IDENTIFICATION DE LA PERSONNE MORALE

| | |
|--|--|
| <i>Immatriculation au RCS, numéro</i> | 378 568 638 R.C.S. Meaux |
| <i>Date d'immatriculation</i> | 21/03/1996 |
| <i>Transfert du</i> | R.C.S. de Douai en date du 01/01/1996 |
| <i>Date d'immatriculation d'origine</i> | 10/07/1990 |
| <i>Dénomination ou raison sociale</i> | IMMALDI ET COMPAGNIE |
| <i>Forme juridique</i> | Société par actions simplifiée |
| <i>Capital social</i> | 100 000 000,00 Euros |
| <i>- Mention n° 2 du 20/07/2009</i> | Augmentation de capital social & Fusion absorption des sociétés : ETABLISSEMENTS F.CICCOLI ET FILS R CS 054802483- SCI LA MADELEINE RCS 394161814 SCI A LDI VAISON LA ROMAINE RCS 398483792- SCI ALDI ILLZ ACH RCS 391890191 - SCI ALDI MONTATAIRE RCS 401458 914- SC ALDI AUXERRE RCS 305377327- SCI DU PARC RC S 442409017- SC ALDI BALYE LES MINES RCS 424668036 - SAS IMA 1 RCS 378568810- SAS IMA 2 RCS 493317937 - SNC STAIRBEL RCS 404059347- SNC LOCADIA RCS 3936 33201 - SCI LES GENETS RCS 391881539 AVEC EFFET RE TROACTIF AU 01.01.2009 |
| <i>Adresse du siège</i> | 13 rue Clément Ader Parc d Activité de la Goële 77230 Dammartin-en- Goële |
| <i>Nomenclature d'activités française (code NAF)</i> | 6820B |
| <i>Durée de la personne morale</i> | Jusqu'au 09/07/2089 |
| <i>Date de clôture de l'exercice social</i> | 31 décembre |

GESTION, DIRECTION, ADMINISTRATION, CONTROLE, ASSOCIÉS OU MEMBRES

Président

| | |
|------------------------|--|
| <i>Dénomination</i> | ALDI |
| <i>Forme juridique</i> | Société à responsabilité limitée |
| <i>Adresse</i> | 13 rue Clément Ader Parc d'Activité de la Goële 77230 Dammartin-en- Goële |

Commissaire aux comptes titulaire

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Dénomination</i> | COMPAGNIE FIDUCIAIRE FRANCO ALLEMANDE - COFFRA |
| <i>Forme juridique</i> | Société anonyme |
| <i>Adresse</i> | 155 boulevard Haussmann 75008 Paris |
| <i>Immatriculation au RCS, numéro</i> | 334 591 724 Paris |

Commissaire aux comptes suppléant

| | |
|--|--------------------------|
| <i>Nom, prénoms</i> | BRANDEL Anthony |
| <i>Date et lieu de naissance</i> | Le 22/02/1954 à PARIS 16 |
| <i>Nationalité</i> | Française |
| <i>Domicile personnel ou adresse professionnelle</i> | 3 rue Dulong 75017 Paris |

SOCIÉTÉ RESULTANT D'UNE FUSION OU D'UNE SCISSION

| | |
|--------------------------------------|---|
| <i>- Mention n° 12 du 19/08/2015</i> | SOCIÉTÉ AYANT PARTICIPE A L'OPERATION DE FUSION : DENOMINATION ISATHI FORME JURIDIQUE SOCIÉTÉ CIVILE SIEGE SOCIAL 13 RUE CLEMENT ADER PARC D ACTIVITE DE LA GOELE 77230 DAMMARTIN EN GOELE RCS 449355171 |
| <i>- Mention n° 13 du 19/08/2015</i> | SOCIÉTÉ AYANT PARTICIPE A L'OPERATION DE FUSION : DENOMINATION SCI ALBASUD 2001 FORME JURIDIQUE SCI SIEGE |

N° de gestion 1996B00363

- Mention n° 14 du 19/08/2015

SOCIAL 13 RUE CLEMENT ADER PARC D ACTIVITE DE LA GOELE
77230 DAMMARTIN EN GOELE RCS 435271747

SOCIETE AYANT PARTICIPE A L'OPERATION DE FUSION :
DENOMINATION SCI SDIC FORME JURIDIQUE SCI SIEGE SOCIAL
13 RUE CLEMENT ADER PARC D ACTIVITE DE LA GOELE 77230
DAMMARTIN EN GOELE RCS 507642627

- Mention n° 15 du 19/08/2015

SOCIETE AYANT PARTICIPE A L'OPERATION DE FUSION :
DENOMINATION 2M FORME JURIDIQUE SARL SIEGE SOCIAL 13
rue clement ader parc d 'activite de la goele 77230 Dammartin en goele RCS
498329234

RENSEIGNEMENTS RELATIFS A L'ACTIVITE ET A L'ETABLISSEMENT PRINCIPAL

| | |
|--|--|
| <i>Adresse de l'établissement</i> | 13 rue Clément Ader Parc d Activité de la Goële 77230 Dammartin-en-Goële |
| <i>Activité(s) exercée(s)</i> | Exploitation d'immeubles acquisition, vente, gestion, location, exploitation d'immeubles et de tous autres meubles et immobilisations. |
| <i>Nomenclature d'activités française (code NAF)</i> | 6820B |
| <i>Date de commencement d'activité</i> | 09/09/1991 |
| <i>Origine du fonds ou de l'activité</i> | Création |
| <i>Mode d'exploitation</i> | Exploitation directe |

Le Greffier



FIN DE L'EXTRAIT

II. PRESENTATION DU PROJET

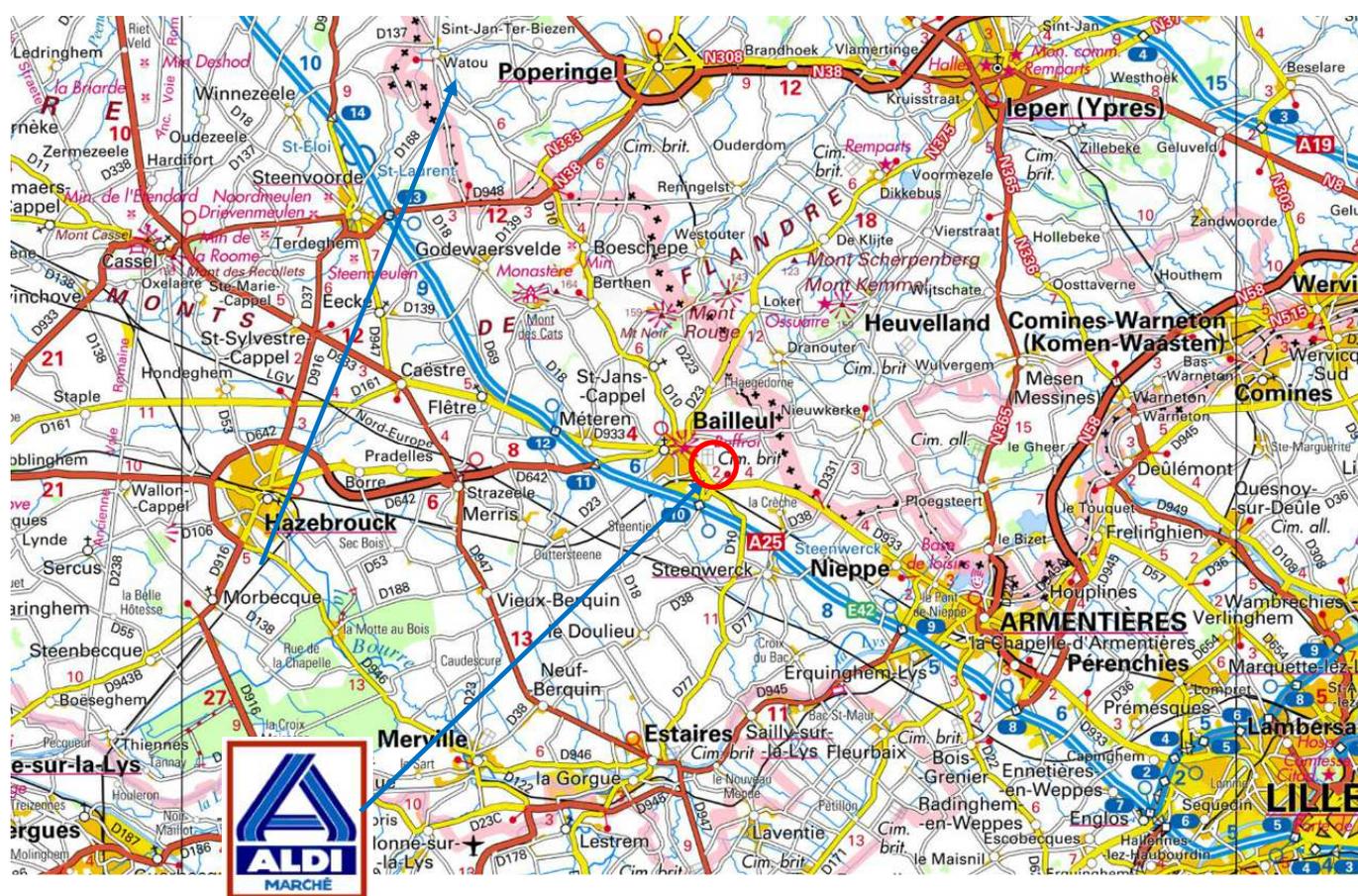
1. LA LOCALISATION DU PROJET

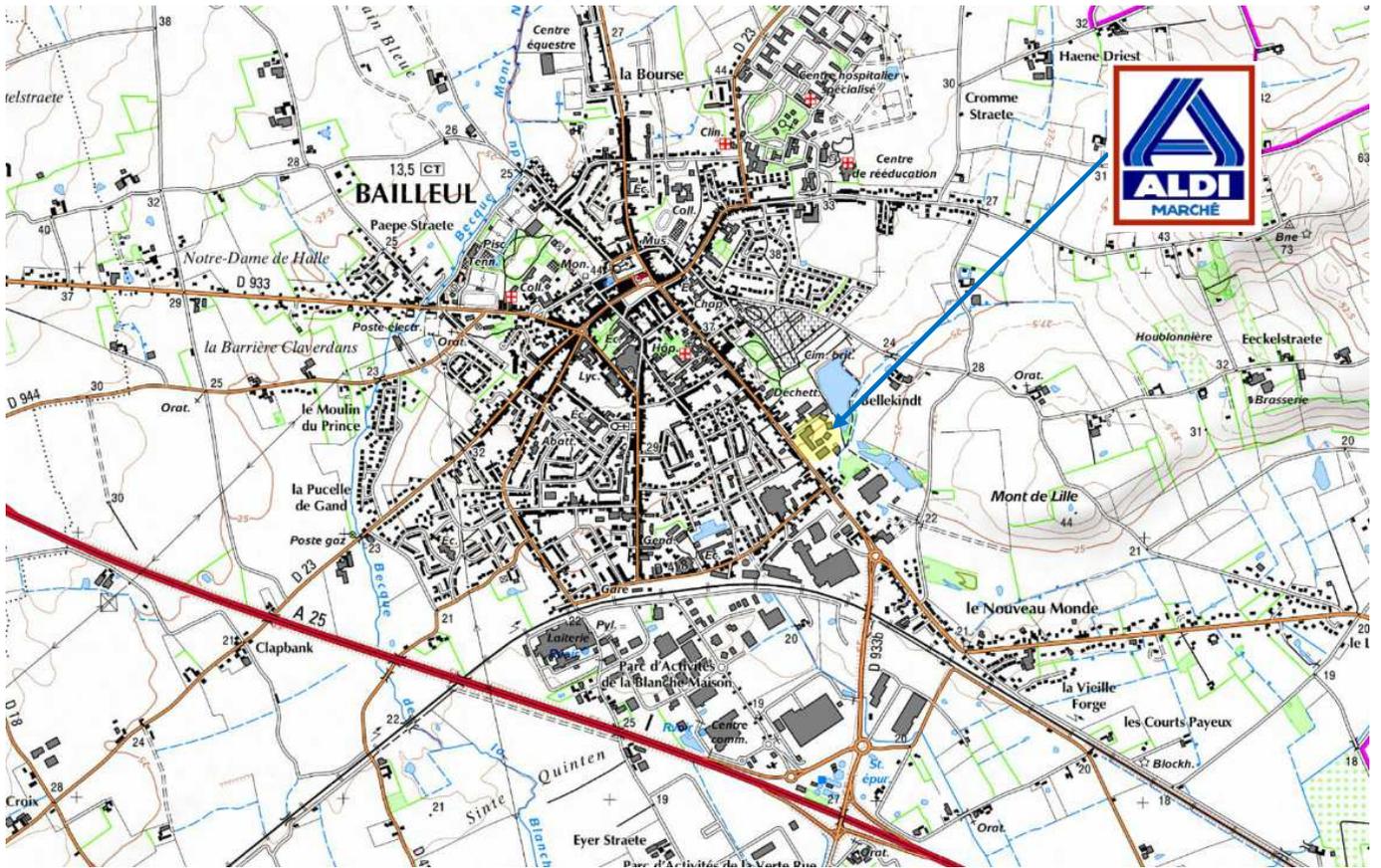
L'adresse du projet est : 167 rue de Lille à BAILLEUL (59270).

Le site accueille à ce jour un supermarché à l'enseigne ALDI Marché, une boucherie située à l'intérieur du même bâtiment ainsi que plusieurs cellules commerciales (coiffeurs, boulangerie et deux cellules vacantes).

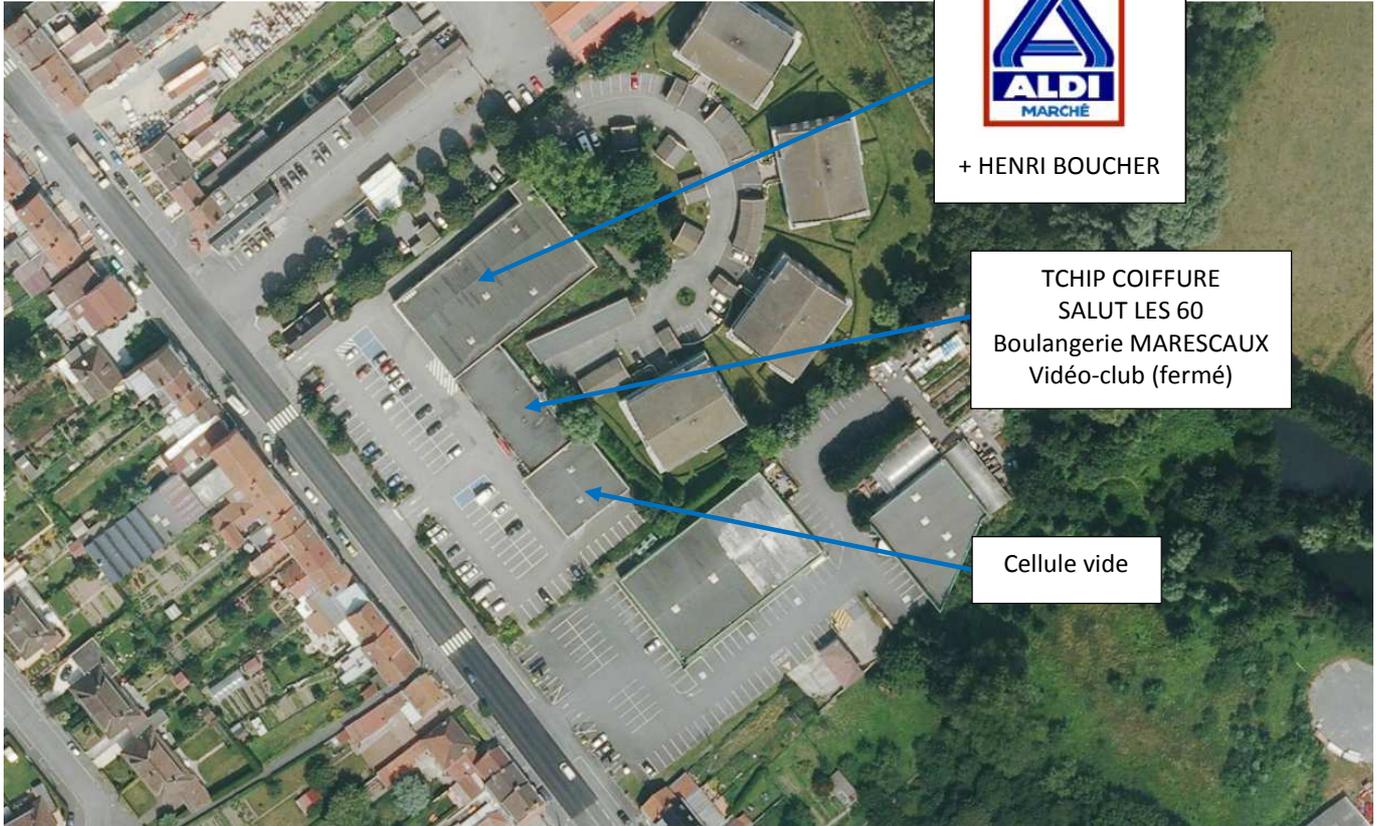
Le projet consiste en **une réhabilitation globale de l'ensemble commercial** par :

- La démolition du magasin ALDI actuel (comprenant HENRI BOUCHER), et la construction en lieu et place d'un nouveau bâtiment selon le nouveau concept ALDI ;
- Le déplacement de la boucherie HENRI BOUCHER dans la cellule commerciale accueillant l'enseigne TCHIP COIFFURE ;
- La démolition de la cellule commerciale vide à l'extrémité Sud-Est de l'ensemble commercial pour le réaménagement de l'espace de stationnement.

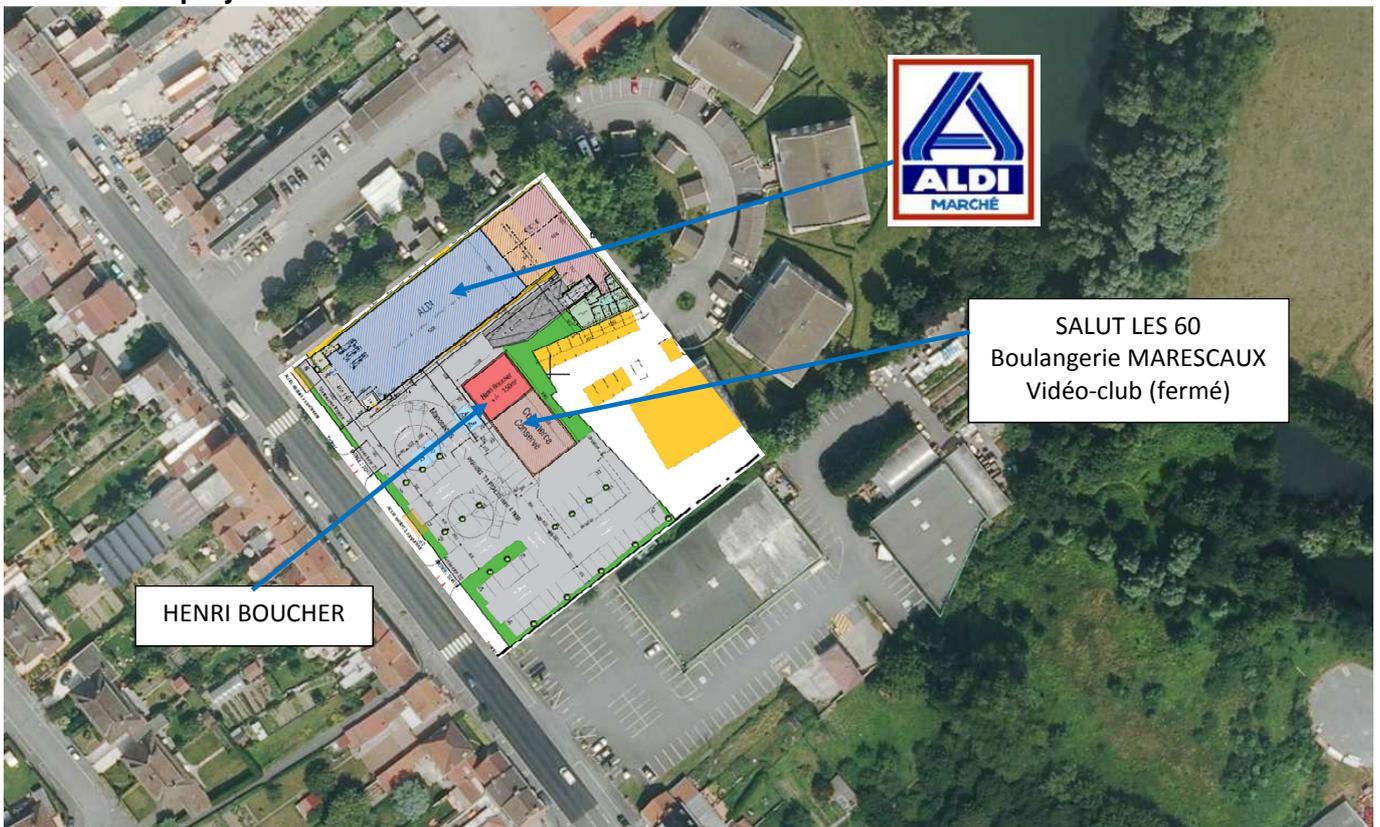


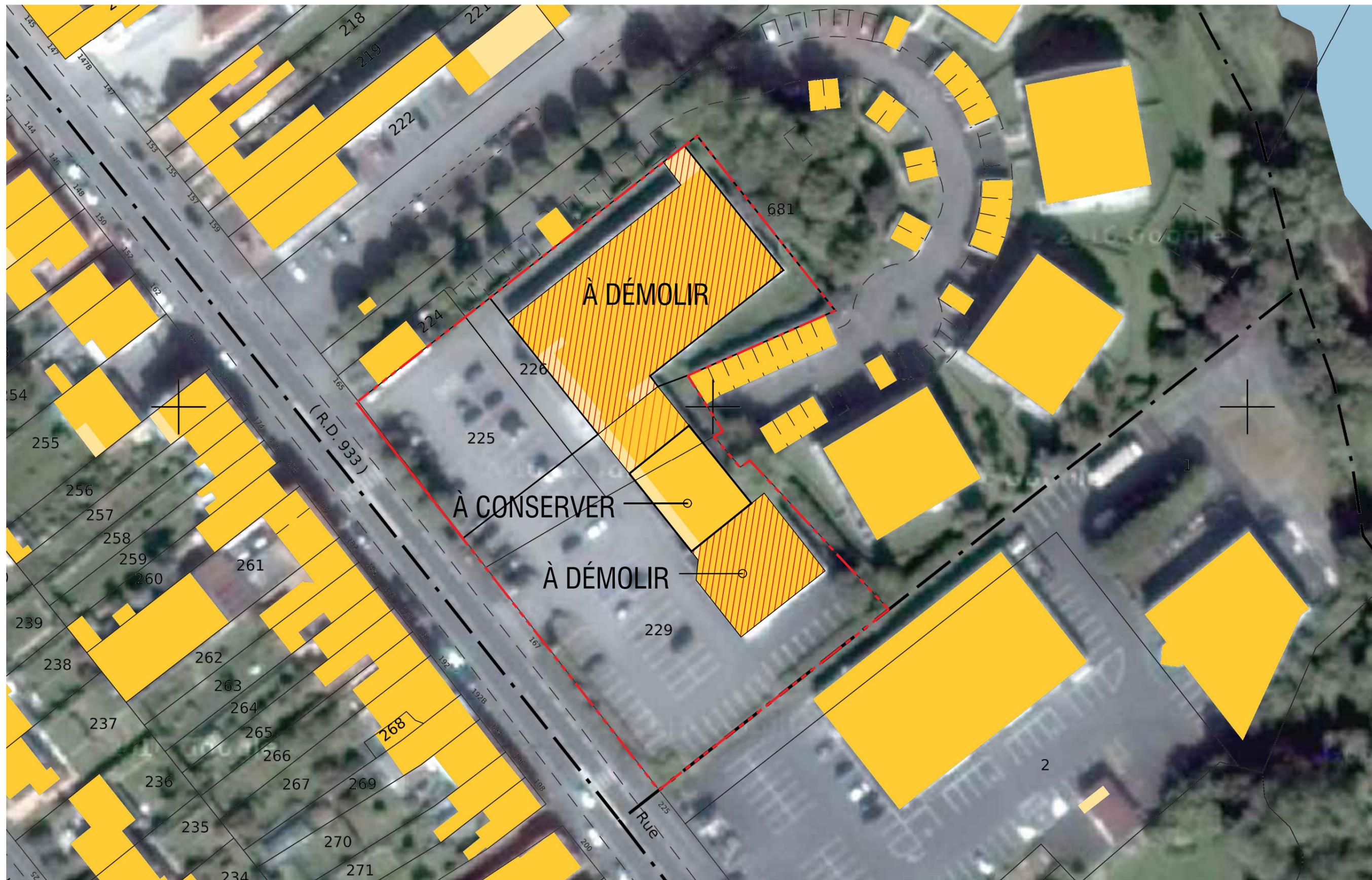


Site du projet – Etat actuel



Site du projet – Etat futur





ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché

PLAN DEMOLITIONS
CDAC

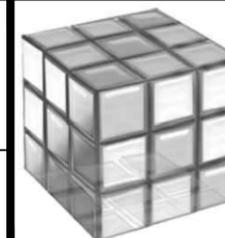
CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL

SECTION 000 AN 225 226 ET 229

Echelle:

Date:

02/09/2016



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16



ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché

PLAN MASSE AÉRIEN
CDAC

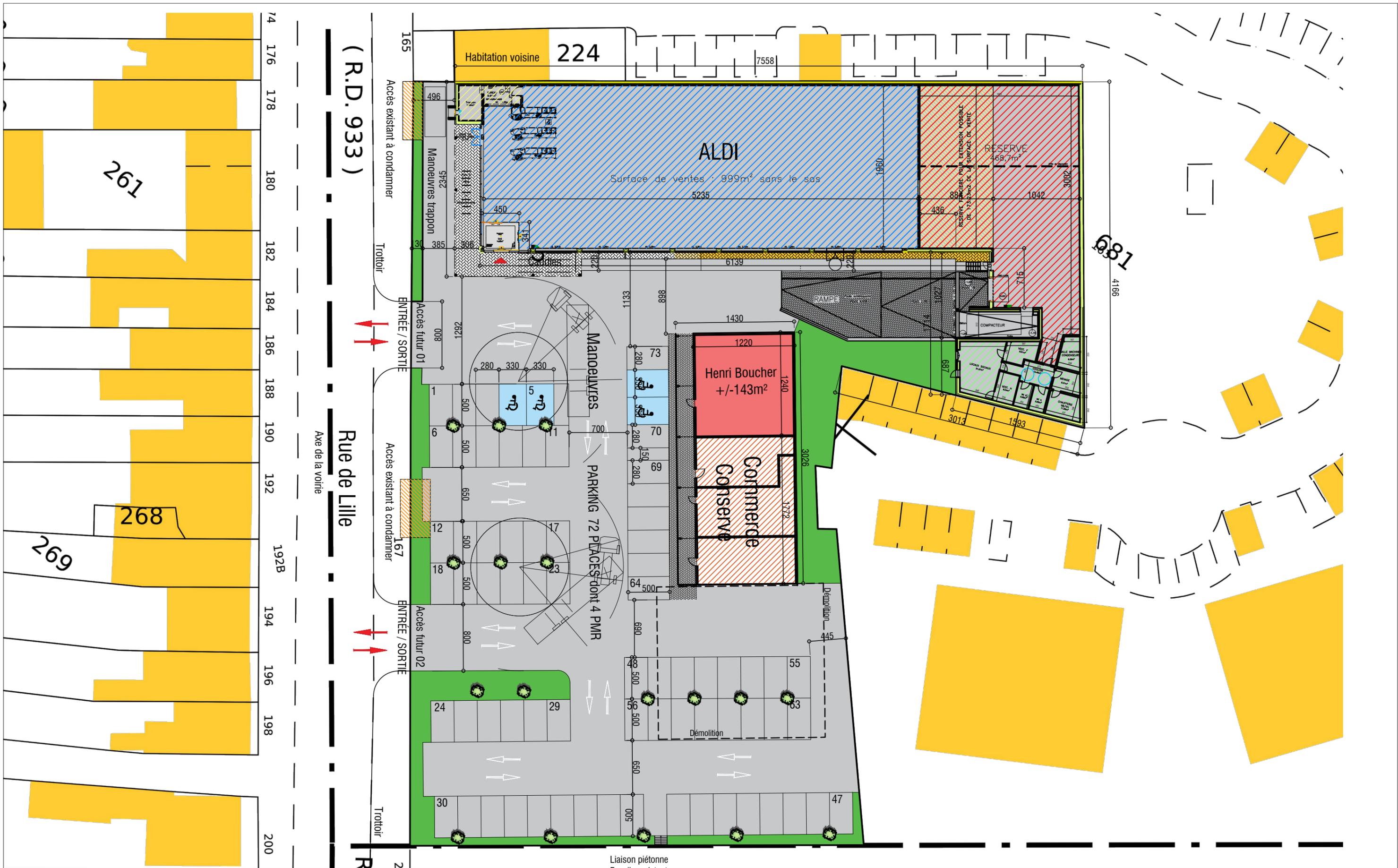
CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL

SECTION 000 AN 225 226 ET 229

| | |
|----------|------------|
| Echelle: | Date: |
| | 02/09/2016 |



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16



ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché

PLAN MASSE
CDAC

CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL

SECTION 000 AN 225 226 ET 229

Echelle:
1/400

Date:
02/09/2016



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16

2. DESCRIPTION DU PROJET

2.1. Surface de vente et nature d'activités

Les surfaces de vente demandées dans le cadre de la réalisation du projet sont les suivantes :

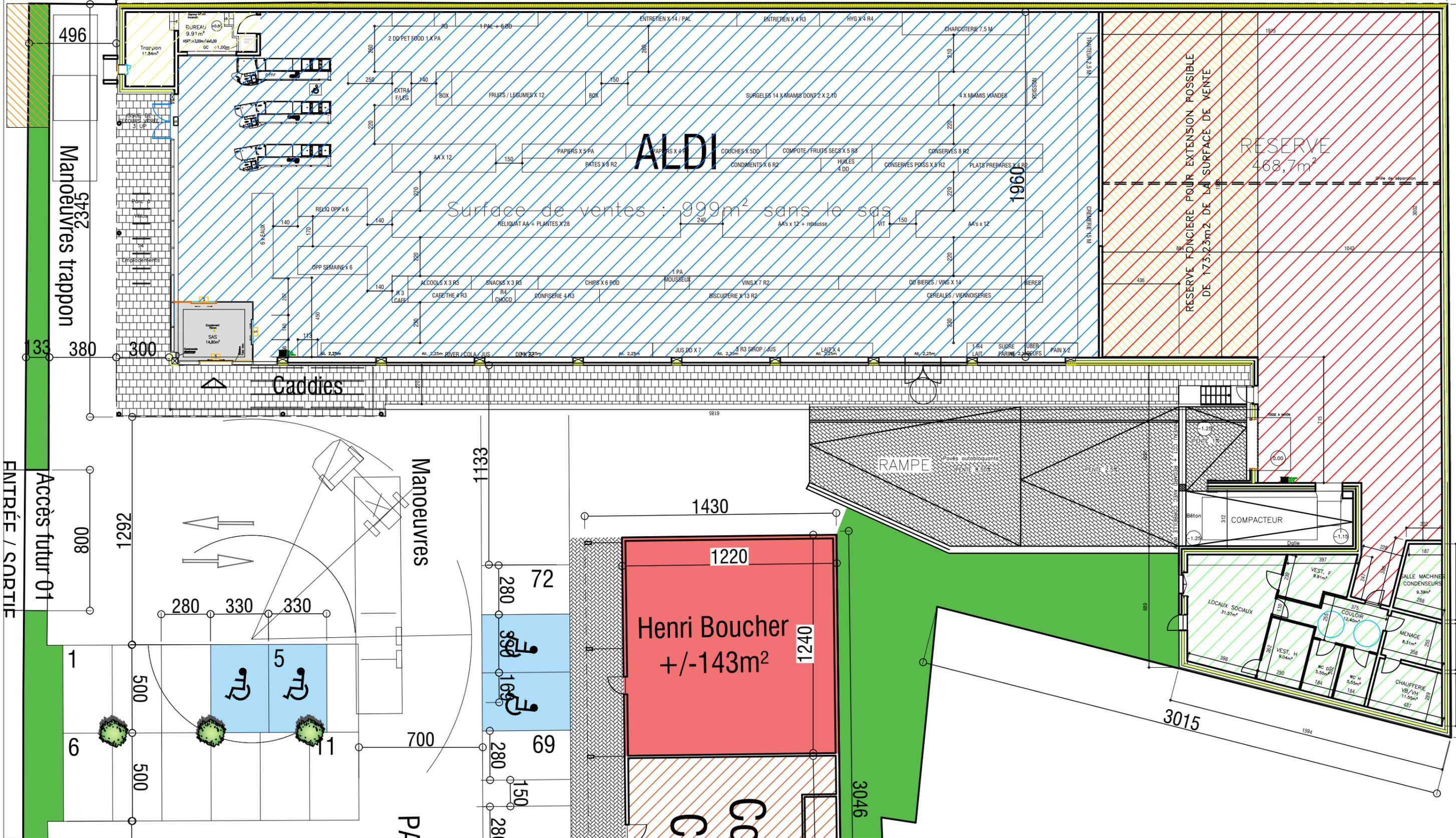
| Commerces | Nature d'activité | Surface de vente actuelle (m ²) | Surface de vente demandée (m ²) | Surface de vente future (m ²) |
|-----------------------|--------------------------|---|---|---|
| ALDI Marché | Supermarché Secteur 1 | 650 | + 349 | 999 |
| HENRI BOUCHER | Boucherie Secteur 1 | 50 | 0 | 50 |
| TCHIP COIFFURE | Coiffure Secteur 2 | 99,22 | - 99,22 | 0 |
| SALUT LES 60 | Coiffure Secteur 2 | 37,83 | 0 | 37,83 |
| BOULANGERIE MARESCAUX | Boulangerie Secteur 1 | 27,88 | 0 | 27,88 |
| VIDEO CLUB (fermé) | Secteur 2 | 66,55 | 0 | 66,55 |
| TOTAL | | 931,48 | + 249,78 | 1 181,26 |

Le projet conduit donc à une extension de 249,78 m² de surface de vente de l'ensemble commercial.

Nota : le site comprend également une cellule vide (ancien magasin LA HALLE O CHAUSSURES) dont les droits commerciaux sont caduques et qui sera démolie dans le cadre de la réalisation du projet.

2.2. Plans d'aménagements intérieurs

Vous trouverez ci-après le plan d'aménagement intérieur indicatif du futur magasin ALDI MARCHE présentant les espaces réservés à la circulation de la clientèle et du personnel, et l'emplacement des caisses, ainsi que le plan d'agencement actuel et futur des cellules commerciales du site.



ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché
PLAN AMÉNAGEMENT ALDI
CDAC

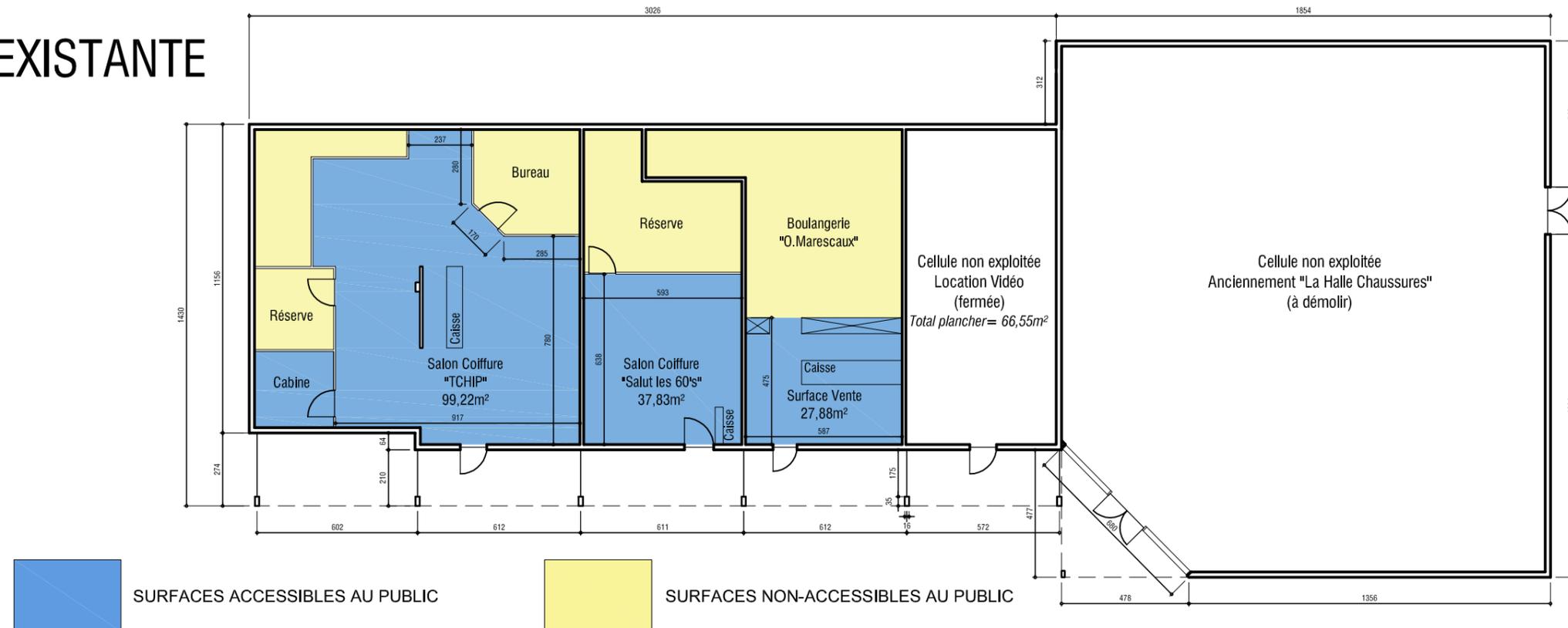
CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL
SECTION 000 AN 225 226 ET 229

Echelle: 1/200
Date: 02/09/2016

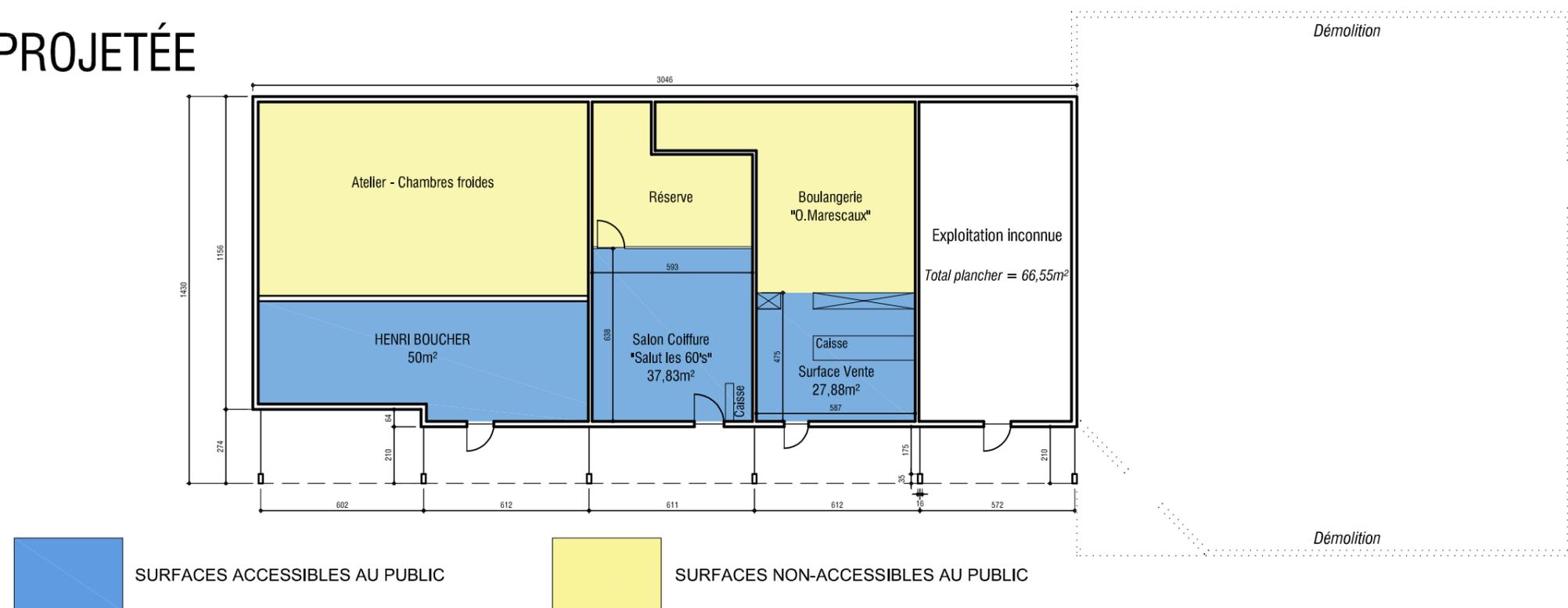
Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16



SITUATION EXISTANTE



SITUATION PROJÉTÉE



ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché

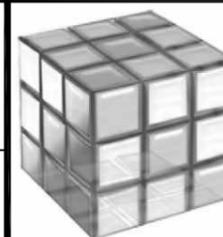
PLAN CELLULES COMMERCIALES
CDAC

CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL

SECTION 000 AN 225 226 ET 229

Echelle:
1/200

Date:
19/09/2016



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16

2.3. Présentation de l'enseigne ALDI Marché

Dans le cadre de son concept, la société ALDI Marché propose une gamme de produits répondant aux besoins élémentaires des consommateurs.

Les produits proposés sont donc essentiellement liés à « l'épicerie sèche », sucrée et salée et aux liquides.

En matière de produits frais, le magasin ne présente qu'une vingtaine de références en fruits et légumes, crèmerie et fromages préemballés, avec un rayon de surgelés.

Un rayon restreint de produits liés à l'entretien de la maison et à la parfumerie complète l'offre alimentaire.

Enfin, le magasin comprend un rayon « Actualités » proposant ponctuellement des articles sélectionnés par ALDI Marché pour leur exceptionnel rapport qualité prix. Ces articles sont de nature très diverse (Hifi Vidéo, Informatique, Bricolage...).

ALDI ouvre son premier magasin français en janvier 1988 à CROIX, dans le Nord.

Le concept ALDI repose sur la volonté de proposer aux consommateurs **des produits de qualité au meilleur prix permettant à toutes les catégories de population « d'acheter intelligent »**.

En effet, aujourd'hui, les consommateurs gèrent beaucoup plus leurs achats, en se montrant plus exigeants sur la qualité, tout en segmentant plus fortement le contenu de leurs achats.



Pionnier du discount

Présentation du groupe ALDI Nord
Le groupe ALDI Nord dispose de magasins en Allemagne, en Belgique, au Danemark, en Espagne, en France, au Luxembourg, aux Pays-Bas, en Pologne et au Portugal. Notre bureau à Hong Kong témoigne de notre volonté d'établir des standards responsables tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

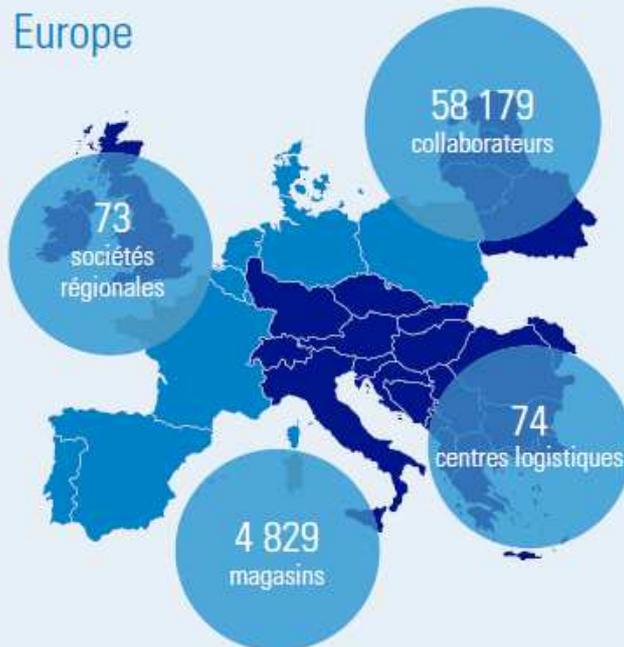
100 ANS DE TRADITION COMMERCIALE

La marque ALDI symbolise mieux que toute autre le succès du concept de discount. Le premier jalon fut posé en 1913 : le petit magasin alimentaire original, implanté dans le quartier de Schönebeck à Essen, s'est développé pour devenir le groupe ALDI Nord désormais représenté par plus de 70 sociétés régionales juridiquement indépendantes dans neuf pays européens. Hier comme aujourd'hui, nous restons fidèles à notre engagement : « La meilleure qualité au meilleur prix ».

Nous nous concentrons sur l'essentiel : nos clients. Pour eux, nous approvisionnons chaque jour nos magasins en produits alimentaires et en biens de consommation (non alimentaires) de grande qualité. Nous

leur proposons en outre de nouveaux articles ponctuels deux fois par semaine. Les marques de distributeur d'ALDI Nord constituent la base de notre assortiment de produits qui est complétée par une sélection d'articles de marque. Dans de nombreux pays, des services en ligne sont par ailleurs proposés sous la marque ALDI tels que des voyages, des services de photographie, de musique ou de téléphonie mobile, ou encore d'envoi de fleurs. Les dernières distinctions que nous avons obtenues témoignent de la confiance que nos clients nous accordent. Ces distinctions sont, par exemple, le titre de « Marque de l'année 2015 » dans la catégorie « Détaillant alimentaire » ou encore la cinquième place de l'étude « European Trusted Brands 2015 » dans la catégorie « Commerce de détail alimentaire ».

Europe



Asie



Magasins et collaborateurs

Nombre total de magasins et nombre de collaborateurs (en nombre de personnes) par sexe et par région au jour de référence le 31/12.

| | 2014 | | 2015 | | |
|------------------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Nombre de magasins | Nombre de collaborateurs | Nombre de magasins | Nombre de collaborateurs | dont femmes ¹ |
| Belgique / Luxembourg ² | 460 | 6 116 | 461 | 6 256 | 4 452 |
| Danemark | 227 | 1 985 | 220 | 2 037 | 1 051 |
| Allemagne | 2 387 | 29 568 | 2 339 | 31 429 | 22 521 |
| France | 908 | 6 947 | 899 | 7 420 | 4 533 |
| Pays-Bas | 500 | 5 859 | 498 | 6 291 | 3 893 |
| Pologne | 93 | 871 | 105 | 1 160 | 1 002 |
| Portugal | 47 | 484 | 47 | 613 | 416 |
| Espagne | 245 | 2 463 | 260 | 2 973 | 1 889 |
| Groupe | 4 867 | 54 293 | 4 829 | 58 179 | 39 757 |



Avec environ

93 %

de marques de distributeur dans notre assortiment de produits standard, nous pouvons exercer une influence positive sur la conception de nos produits.

Environ

1,2 milliard

Nos clients ont réalisé environ 1,2 milliard d'actes d'achats dans nos magasins en 2015.



7 798 MWh

En 2015, nos installations photovoltaïques ont produit 7 798 MWh d'électricité à l'échelle du groupe.

2 308

Au cours de l'année considérée, 2 308 apprentis travaillaient au sein de notre entreprise.



21,8 milliards

En 2015, le groupe ALDI Nord a réalisé un chiffre d'affaires net de 21,8 milliards d'euros.

Environ

49 %



Dès 2015, les achats d'articles de marque de distributeur contenant du cacao certifié/vérfié durable représentaient une part d'environ 49 %.

Les points clés de ce concept sont les suivants :

- Une constance dans la qualité des produits vendus aux meilleures conditions (prix bas et durables)
- Une sélection de 1 300 produits de base en épicerie sèche, liquides, crèmerie, surgelés entretien hygiène à des prix compétitifs
- Une **logistique performante** et une gestion rigoureuse pour offrir ces prix bas aux consommateurs
- Une relation partenariale avec les fournisseurs, dont plus de 70 % de sociétés françaises : les contrats d’approvisionnement sur une longue durée permettent aux fournisseurs d’anticiper sans crainte d’être brutalement déréférencés. L’enseigne, sur la base d’engagements mutuels, entretient d’excellentes relations commerciales avec ses fournisseurs
- Un magasin volontairement limité à une offre de 1 300 produits et n’exploitant **aucun rayon de type traditionnel** tels que la boulangerie, pâtisserie, poissonnerie boucherie, charcuterie et fromage à la coupe, et seulement **25 références** en fruits et légumes essentiellement préemballés (pour mémoire, les hypermarchés et supermarchés commercialisent généralement plus de 18 000 références alimentaires)
- Les rayons frais sont situés au plus près des réserves et des chambres froides
- Un nombre réduit de références pour des **achats en confiance**
- **Des courses simplifiées** pour un **service qualité**
- **Une présentation systématique et claire pour réduire la recherche et les pertes de temps.** Les allées de circulation sont larges afin de permettre une circulation facile et une bonne lisibilité des produits pour la clientèle, un réassort mécanisé (transpalette) et un entretien facile des surfaces pour le personnel
- **La polyvalence du personnel pour limiter les attentes en caisse**
- **Des magasins faciles d’accès et de stationnement pour une vraie proximité** avec les clients.

2.4. Motivations de la demande

Le magasin ALDI Marché a été ouvert il y a 26 ans à BAILLEUL. Il n'a pas été modifié depuis cette date, et n'est plus adapté aux attentes de sa clientèle et aux attentes de son personnel.

La construction, qui est vétuste, accueille également une boucherie (située à l'entrée du bâtiment), et quelques cellules commerciales (coiffeurs, boulangerie). L'ensemble est dégradé par le temps.

Les aménagements extérieurs sont également peu attractifs.

La société ALDI souhaite donc **réhabiliter entièrement le site pour lui redonner un aspect positif**. Ceci permettra notamment de :

- Mettre à la disposition de la clientèle un magasin ALDI Marché au dernier concept, avec une présentation améliorée des gammes de produits et des conditions d'accueil plus agréables pour la clientèle (le nombre et la nature des produits proposés ne sont pas modifiés)
- Mettre en place un magasin plus adapté pour le personnel, avec des installations neuves et performantes facilitant les conditions de travail et de manutention
- Permettre à la boucherie indépendante située dans le bâtiment d'améliorer également son fonctionnement, en prenant place dans un bâtiment neuf reconstruit
- Valoriser le site avec la construction d'un bâtiment moderne et mieux intégré dans son environnement
- Améliorer les aménagements extérieurs, en particulier avec de nouvelles plantations, pour en améliorer l'aspect.

Magasin ALDI actuel :





Nouveau concept ALDI (magasin de MARQUETTE LEZ LILLE)







2.5. Autres renseignements

2.5.1. Ensemble commercial existant

Le magasin ALDI forme un ensemble commercial avec les activités suivantes, au moment où nous rédigeons ce dossier :

| Enseigne | Activité | Surface de vente (m²) |
|-----------------------|-----------------|---|
| ALDI MARCHE | Supermarché | 650 |
| HENRI BOUCHER | Boucherie | 50 |
| TCHIP COIFFURE | Coiffure | 99,22 |
| SALUT LES 60 | Coiffure | 37,83 |
| Boulangerie MARESCAUX | Boulangerie | 27,88 |

(Source : base LSA Expert - Repérage sur site)

Le site accueille également deux cellules vides (dont une qui sera détruite dans le cadre du projet).

Par ailleurs, un second ensemble commercial est localisé dans le prolongement de celui ALDI, en façade Est, où on relève les activités suivantes : BOULANGERIE LOUISE, CHIC EN FRIP (friperie dépôt-vente), LES TRESORS D'AXEL ET ZELIE (dépôt-vente vêtements enfants), HALLE FRUITS ET LEGUMES, ELEPHANT BLEU, parc de jeux récréatifs.

2.5.2. Parc de stationnement

Situation actuelle

En l'état, le site propose un total de 92 places de stationnement, dont 4 réservées aux personnes à mobilité réduite.

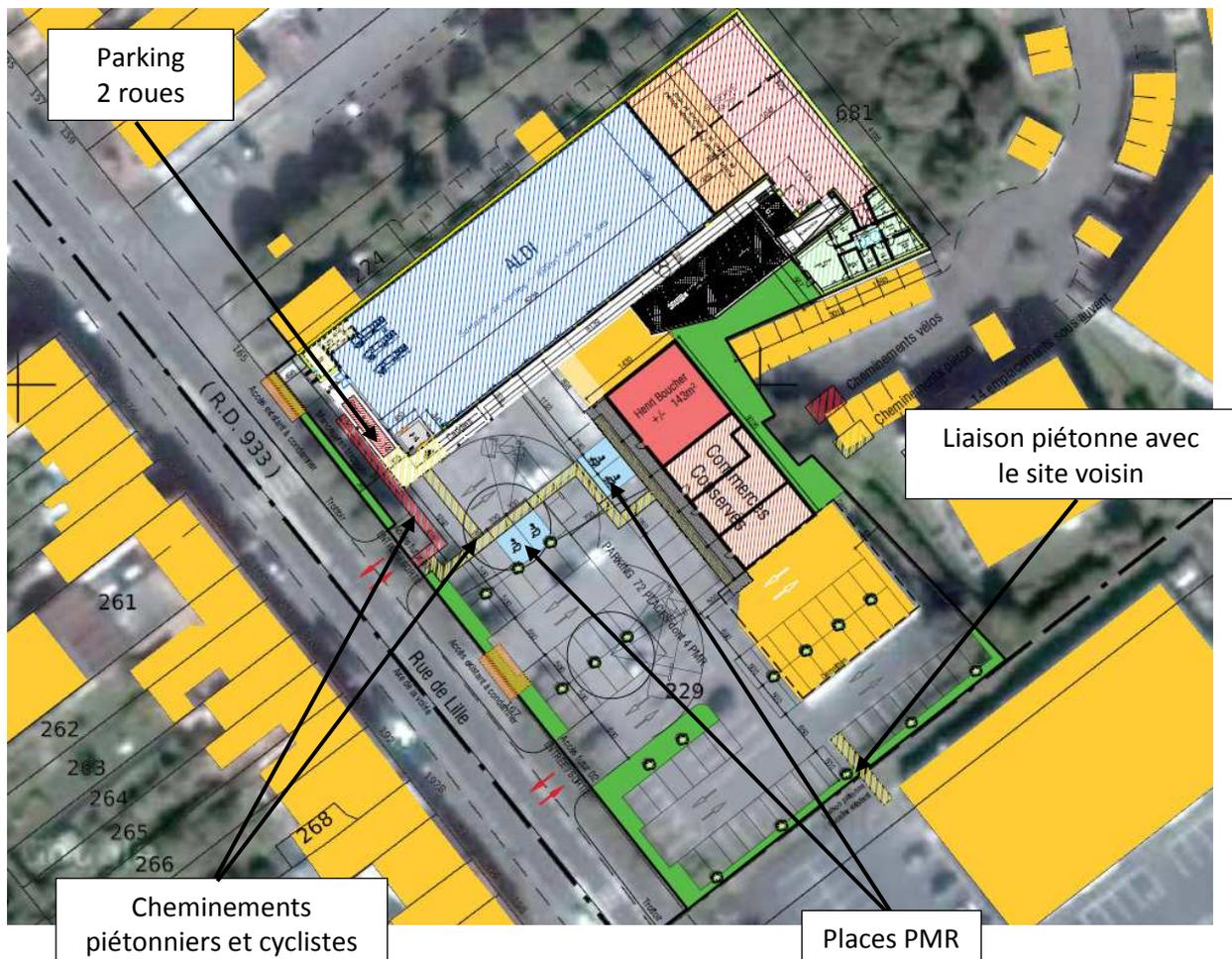
L'espace de stationnement est bitumé dans sa totalité, sans végétalisation (ou presque).



Situation future

La réalisation du projet apporte les modifications suivantes à cette situation :

- La capacité totale du parc de stationnement est portée à 72 places, suffisantes pour répondre aux besoins de la clientèle et du personnel. Ceci s'accompagne d'un élargissement de toutes les places dont la largeur passe de 2,50 m à 2,80 m pour apporter plus de confort à la clientèle
- Parmi ces places, 4 sont réservées aux personnes à mobilité réduite, et situées à proximité de l'entrée des commerces
- Un parc pour les 2 roues est créé en façade Sud-Ouest, comportant 14 emplacements
- Les deux accès existants pour les véhicules sont déplacés pour permettre une meilleure circulation des véhicules sur le site
- Des cheminement piétons et cycles sont créés pour relier l'espace public à l'entrée du magasin
- La connexion piétonne avec le site voisin est conservée (par un escalier)



2.5.3. Aménagements paysagers en pleine terre

Situation actuelle :

L'ensemble commercial où s'intègre le magasin ALDI est peu végétalisé. Il se compose simplement :

- De quelques bandes engazonnées plantées d'arbustes en bordure de la rue de LILLE ;
- D'une bande plantée de quelques arbres de haute tige en face du magasin ALDI, également en bordure de la rue de LILLE ;
- D'une haie de petits arbustes plantée en limite Sud-Est de la parcelle ;
- D'une haie en limite Nord de parcelle, le long du quai de livraisons.



Situation future :

Les espaces verts représenteront 468 m², soit environ 10 % de la superficie du terrain.

Le paysagement du site sera réalisé de la façon suivante :

- Engazonnement sur le délaissé à l'arrière des bâtiments
- Les espaces verts en front de voirie et périphéries des zones dédiées à la circulation et au stationnement seront recouverts de plantes couvre-sols
- 17 arbres à haute tige ainsi que plusieurs haies pour l'agrément du parking seront répartis à la périphérie du parc de stationnement et dans les doubles bandes de parking

Les essences choisies seront les suivantes :

- Carpinus Betula 'Fastigiata'
- Nothofagus
- Betula Utilis Doorenbos
- Acer Platanoides Crimson Sentry
- Liquidambar
- Lonicera Nitida



Figure 1 : Carpinus Betula 'Fastigiata'



Figure 2 : Nothofagus



Figure 3 : Betula Utilis Doorenboss



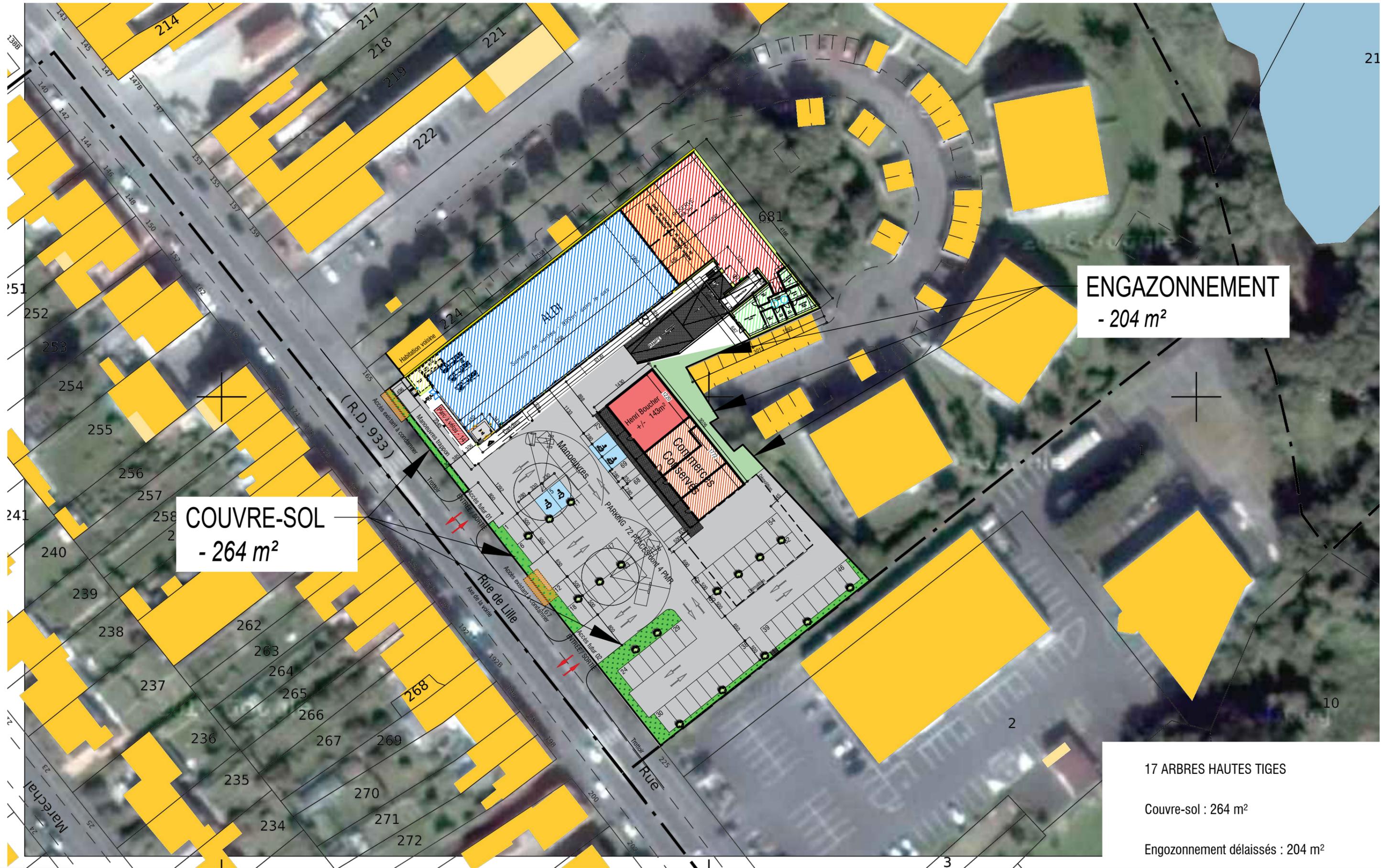
Figure 4 : Liquidambar



Figure 1 : Lonicera Nitida



Figure 2 : Acer Platanoides Sentry



COUVRE-SOL
- 264 m²

ENGAZONNEMENT
- 204 m²

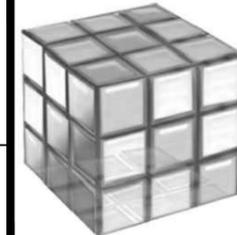
17 ARBRES HAUTES TIGES

Couvre-sol : 264 m²

Engazonnement délaissés : 204 m²

ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché

CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16

ESPACES VERTS – VÉGÉTALISATION
CDAC

SECTION 000 AN 225 226 ET 229

Echelle:

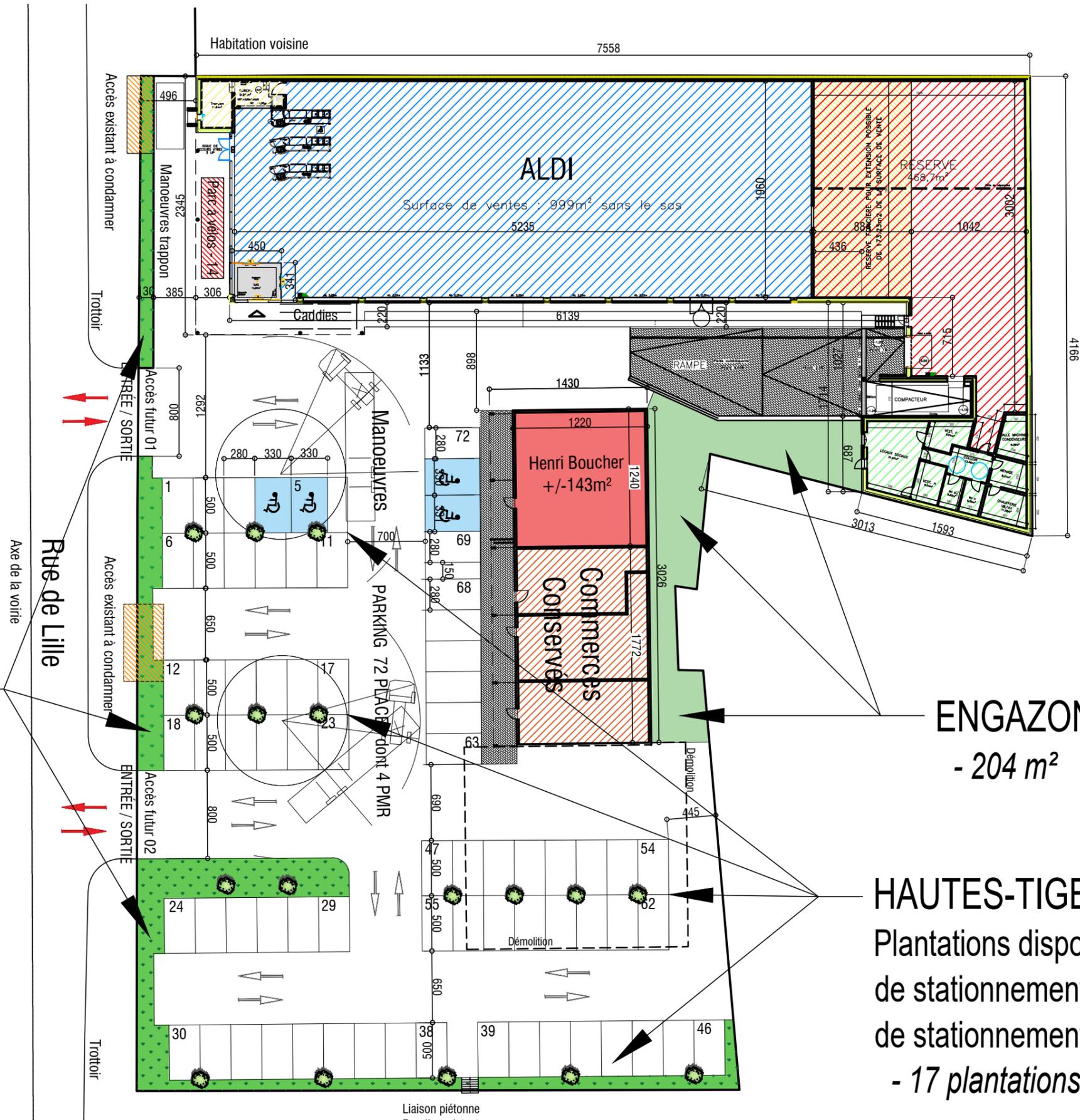
Date:

02/09/2016

COUVRE-SOL
- 264 m²

ENGAZONNEMENT
- 204 m²

HAUTES-TIGES - Essences Locales
Plantations disposées en périphérie du parc de stationnement et dans les doubles bandes de stationnement.
- 17 plantations hautes-tiges



ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché

CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL
SECTION 000 AN 225 226 ET 229

PLAN ESPACES VERTS
CDAC

Echelle: 1/400
Date: 02/09/2016



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16

2.5.4. Activités annexes

Le projet ne s'accompagne d'aucune activité annexe.

3. HISTORIQUE

Le magasin ALDI a ouvert ses portes en 1990 sur sa surface de vente actuelle. Aucune demande n'a été présentée à ce jour auprès de la C.D.A.C.

III. CONDITIONS DE REALISATION DU PROJET

1. LA MAITRISE DU FONCIER

1.1. Ensemble immobilier concerné

L'ensemble immobilier concerné par le projet est cadastré :

| Commune | Section | Parcelle | Contenance (m ²) |
|----------|---------|----------|------------------------------|
| BAILLEUL | AL | 225 | 999 |
| | | 226 | 2 325 |
| | | 229 | 2 556 |

1.2. Extrait de plan cadastral

Vous trouverez ci-après un plan cadastral faisant apparaître l'emprise foncière concernée.

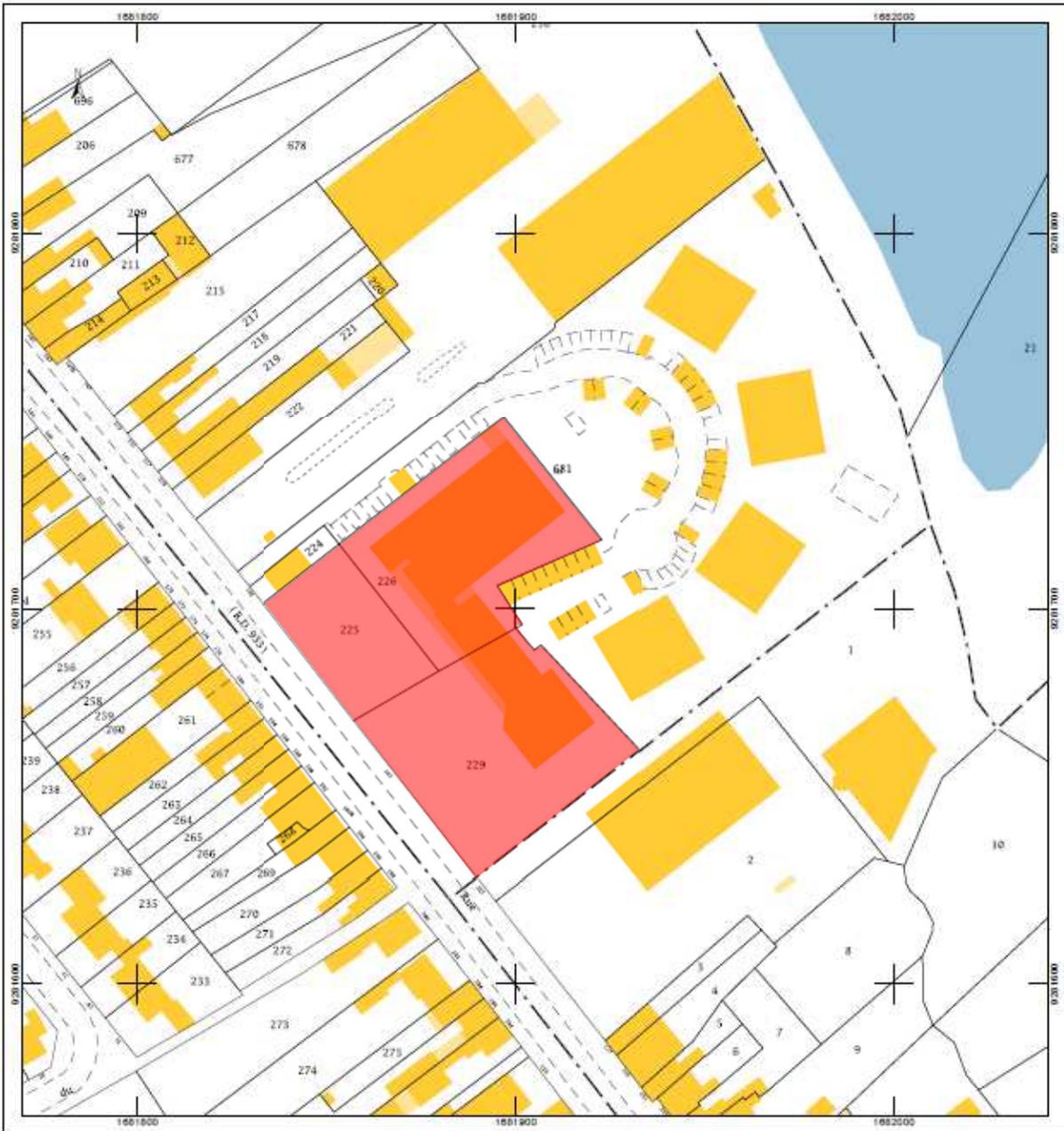
1.3. Maîtrise foncière du projet

L'ensemble immobilier concerné par la demande appartient à une copropriété dont fait partie la société IMMALDI.

Vous trouverez ci-après :

- Un relevé de propriété émanant du centre des Impôts Fonciers confirmant cette situation ;
- Le procès-verbal de l'assemblée générale extraordinaire de la copropriété en date du 2 février 2016, autorisant la société IMMALDI à déposer la demande.

| | | |
|--|--|---|
| Département : NORD-LILLE Commune : BAILLEUL | DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES EXTRAIT DU PLAN CADASTRAL | Le plan visualisé sur cet extrait est géré par le centre des Impôts foncier suivant : HAZEBROUCK 59190 59190 Hazebrouck tel. 03.26.42.61.72 -fax 03.26.42.61.98 odif.hazebrouck@dgtf.finances.gouv.fr |
| Section : AL Feuille : 000 AL 01 Échelle d'origine : 1/1000 Échelle d'édition : 1/1000 Date d'édition : 08/06/2016 (fuseau horaire de Paris) Coordonnées en projection : RGF93CC50 ©2016 Ministère des Finances et des Comptes publics | Cet extrait de plan vous est délivré par : cadastre.gouv.fr | |



DIRECTION GÉNÉRALE DES
FINANCES PUBLIQUES

EXTRAIT DU PLAN CADASTRAL

Département :
NORD-LILLE

Commune :
BAILLEUL

Section : AL
Feuille : 000 AL 01

Échelle d'origine : 1/1000
Échelle d'édition : 1/1000

Date d'édition : 31/05/2016
(fuseau horaire de Paris)

Coordonnées en projection : RGF93CC50

Le plan visualisé sur cet extrait est géré par le
centre des impôts foncier suivant :
HAZEBROUCK
59190
59190 Hazebrouck
tél. 03.28.42.61.72 -fax 03.28.42.61.98
cdif.hazebrouck@dgfip.finances.gouv.fr

Cet extrait de plan vous est délivré par :

cadastre.gouv.fr
©2016 Ministère des Finances et des Comptes
publics



RELEVÉ DE PROPRIÉTÉ

| ANNEE DE MAJ | 2015 | DEP DIR | 59 1 | COM | 043 BAILLEUL | ROLE | A | RELEVÉ DE PROPRIÉTÉ | | | | | | | | | | | | | | NUMERO COMMUNAL | *00034 | | | | |
|----------------------------|---------|----------------|--------|---------------------|--------------|-------------------------|-----|---------------------|-----|----------|----------|---------------------|--------|-----|---------|-------|------------------|-------|---------|--------|--------|-----------------|--------|-------|------|--|--|
| Propriétaire | | PBFHT5 | | LES COPROPRIÉTAIRES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 167 RUE DE LILLE | | 59270 BAILLEUL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROPRIÉTÉS BATIES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DESIGNATION DES PROPRIÉTÉS | | | | | | IDENTIFICATION DU LOCAL | | | | | | EVALUATION DU LOCAL | | | | | | | | | | | | | | | |
| AN | SECTION | N° PLAN | C PART | N° VOIRIE | ADRESSE | CODE RIVOLI | BAT | ENT | NIV | N° PORTE | N° INVAR | S TAR | M EVAL | AF | NAT LOC | CAT | REVENU CADASTRAL | COLL | NAT EXO | AN RET | AN DEB | FRACTION RC EXO | % EXO | TX OM | COEF | | |
| REV IMPOSABLE | | 0 EUR | | COM | | R EXO | | 0 EUR | | R EXO | | 0 EUR | | DEP | | R EXO | | 0 EUR | | R IMP | | 0 EUR | | | | | |

| PROPRIÉTÉS NON BATIES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|---------|---------------|-----------|--------------|-------------|--------------|-------|-------|-------|----------|--------|----------|--------------------|------------------|--------|---------|--------|-----------------|-------|-------|---------------|--------|--|-------|--|
| DESIGNATION DES PROPRIÉTÉS | | | | | | EVALUATION | | | | | | | | | | | | | | | LIVRE FONCIER | | | | |
| AN | SECTION | N° PLAN | N° VOIRIE | ADRESSE | CODE RIVOLI | N° PARC PRIM | FP/DP | S TAR | SUF | GR/SS GR | CLASSE | NAT CULT | CONTENANCE HA A CA | REVENU CADASTRAL | COLL | NAT EXO | AN RET | FRACTION RC EXO | % EXO | TC | Feuille | | | | |
| 93 | AL | 225 | 167 | RUE DE LILLE | 0340 | | 1 | A | | S | | | 9 99 | 0 | | | | | | | | | | | |
| 93 | AL | 226 | 167 | RUE DE LILLE | 0340 | | 1 | A | | S | | | 23 25 | 0 | | | | | | | | | | | |
| 93 | AL | 229 | 167 | RUE DE LILLE | 0340 | | 1 | A | | S | | | 25 56 | 0 | | | | | | | | | | | |
| HA A CA | | REV IMPOSABLE | | 0 EUR | | COM | | R EXO | | 0 EUR | | R EXO | | 0 EUR | | TAXE AD | | R IMP | | 0 EUR | | MAJ TC | | 0 EUR | |
| CONT | 58 80 | | R IMP | | 0 EUR | | R IMP | | 0 EUR | | R IMP | | 0 EUR | | MAJ TC | | 0 EUR | | | | | | | | |

Source : Direction Générale des Finances Publiques page : 1

ASSEMBLEE GENERALE EXTRAORDINAIRE DU 02/02/2016

COPROPRIETE 167 RUE DE LILLE
167 RUE DE LILLE
59270 BAILLEUL

Procès-Verbal

Sur convocation du syndic, GUY HOQUET - SARL BAILLEULIMMO, Administrateur d'immeuble et syndic en exercice, par lettre recommandée avec accusé de réception, les copropriétaires de l'immeuble sus-énoncé se sont réunis en Assemblée Générale Extraordinaire.

4 Copropriétaires sur 5 totalisant 960/1000 Tantièmes sont présents ou valablement représentés ainsi qu'en fait foi la feuille de présence.

La séance est déclarée ouverte à 14:14 après signature de la feuille de présence.

Ne sont ni présents ou représentés : L'IMMOBILIERE EUROPEENNE DES M (40) Représentant 40 / 1000 Tantièmes. Le pouvoir reçu le 02/02/2016 par lettre recommandée a été refusé d'être porté par les membres du conseil syndical présents.

RESULTAT DES VOTES

1. NOMINATION DU PRESIDENT DE SEANCE (art 24)

Est candidat : **Monsieur DELESALLE**

- Ont voté pour : **960/ 960 Tantièmes**
- Se sont abstenus : **Néant**
- Ont voté contre : **Néant**

En conséquence de quoi cette résolution est **acceptée** à l'unanimité des copropriétaires présents ou représentés.

2. NOMINATION DES SCRUTATEURS DE SEANCE (art 24)

Est candidate : **Madame KOUKUYT PLANCKE**

- Ont voté pour : **960 / 960 Tantièmes**
- Se sont abstenus : **Néant**
- Ont voté contre : **Néant**

En conséquence de quoi cette résolution est **acceptée** à l'unanimité des copropriétaires présents ou représentés.

3. NOMINATION DU SECRETAIRE DE SEANCE (art 24)

L'Assemblée Générale désigne La SARL BAILLEULIMMO, en qualité de Syndic, comme **secrétaire de séance**.

- Ont voté pour : **960 / 960 Tantièmes**
- Se sont abstenus : **Néant**
- Ont voté contre : **Néant**

En conséquence de quoi cette résolution est **acceptée** à l'unanimité des copropriétaires présents ou représentés.

NK

ED

SB

4. AUTORISATION DONNER A IMMALDI DE DEPOSER UN PERMIS DE CONSTRUIRE A LA MAIRIE DE BAILLEUL AINSI QU'UN DOSSIER A LA CDAC (art 26)

L'assemblée générale autorise la société immaldi ou aldi à déposer un permis de construire à la mairie de bailleul ainsi qu'un dossier à la commission départementale d'aménagement commerciale pour le projet qu'elle souhaite réaliser. Il est important de préciser que cette autorisation n'octroi en rien à immaldi ou aldi l'acquisition, l'échange ou l'utilisation de partie commune, cela fera l'objet d'une prochaine assemblée extraordinaire en fonction du résultat des demandes.

4 Copropriétaires sur 5 convoqués sont présents lors du vote

- Ont voté pour : **960 / 1000 Tantièmes**
- Se sont abstenus : **Néant**
- Ont voté contre : **Néant**

En conséquence de quoi cette résolution est **acceptée** à la majorité de tous les copropriétaires (présents, représentés ou absents).

➤ **Plus personne ne demandant la parole, la séance est levée à 14:25.**

Le Président,
M. DELESALLE

1^{er} Assesseur,
Mme KOUKUYT
PLANCKE

Le secrétaire
SARL BAILLEULIMMO



Rappel : Alinéa 2 de l'article 42 de la loi du 10 Juillet 1965.

« Les actions qui ont pour objet, de contester les décisions des assemblées Générales, doivent à peine de déchéance, être introduites par les Copropriétaires opposants ou défaillants dans un délai de 2 mois, à compter de la notification des dites décisions, qui leur est faite à la diligence du syndic (L.n.85-1470,31 déc. 1985, art 4),

Dans un délai de deux mois à compter de la tenue de l'Assemblée Générale sauf en cas d'urgence, l'exécution par le Syndic des travaux décidés par l'Assemblée Générale, en application des articles 25 et 26, est suspendue jusqu'à l'expiration du délai mentionné à la première phrase du présent alinéa. »

**INFORMATIONS RELATIVES
A LA ZONE DE CHALANDISE ET A
L'ENVIRONNEMENT PROCHE DU PROJET**

1. JUSTIFICATION DES DELIMITATIONS DE LA ZONE DE CHALANDISE

Article R752-3 du Code de Commerce.

Pour l'application du présent titre, constitue la zone de chalandise d'un équipement faisant l'objet d'une demande d'autorisation d'exploitation commerciale l'aire géographique au sein de laquelle cet équipement exerce une attraction sur la clientèle. Elle est délimitée en tenant compte notamment de la nature et de la taille de l'équipement envisagé, des temps de déplacement nécessaires pour y accéder, de la présence d'éventuelles barrières géographiques ou psychologiques et de la localisation et du pouvoir d'attraction des équipements commerciaux existants.

❖ L'attractivité du territoire Bailleulois

Le magasin ALDI est localisé sur un linéaire très passant (la rue de LILLE, axe principal d'entrée et de sortie à l'Est de BAILLEUL) qui accueille de nombreuses activités en direction du cœur de ville. Il se situe également à proximité de la ZAC du Nouveau Monde et de la ZAC de la Maison Blanche qui accueillent de nombreuses activités commerciales en bordure de l'autoroute A25. Le projet de rénovation du magasin ALDI participe donc à cette attractivité globale.

❖ L'antériorité d'activité du magasin

Le magasin ALDI Marché est ouvert depuis de nombreuses années. Cette expérience lui permet de bien connaître la provenance de sa clientèle, et la réalisation du projet n'est pas de nature à modifier sensiblement cette provenance.

❖ La localisation géographique du projet : les conditions de dessertes actuelles et futures selon les différents modes de déplacement

La zone de chalandise du projet tient principalement compte des temps de déplacement pour rejoindre le site du projet selon les différents modes de déplacement.

➡ SUR LE PLAN ROUTIER

La rue de LILLE lui assure en effet une desserte rapide du Nord-Ouest au Sud-Est, soit en direction (ou en provenance) du centre de BAILLEUL, soit depuis l'Est du territoire, soit même depuis l'autoroute A 25 car son échangeur se trouve à relative proximité du site. Cette situation n'est pas modifiée par la réalisation du projet.

➤ SUR LE PLAN DES TRANSPORTS COLLECTIFS

Le site du projet est desservi par le réseau ARC EN CIEL 1 avec l'arrêt « Rue de Lille » de la ligne 108 situé à proximité du magasin. Cette situation n'est pas modifiée par la réalisation du projet.

➤ LA ZONE « PIETON ET CYCLISTE »

Sur le plan des modes de déplacements doux, la rue de LILLE est équipée de larges trottoirs permettant la circulation des piétons (et des cycles) depuis le cœur de ville jusqu'à sa sortie Est. Il en va de même de toutes les voies attenantes. Cette situation n'est pas modifiée par la réalisation du projet.

❖ Les conditions de concurrence et l'offre commerciale environnante

Les limites d'attractivité du magasin sont également conçues en fonction des alternatives commerciales pour la population. Il s'agit principalement :

- Au Sud-Est, des pôles commerciaux de NIEPPE et ARMENTIERES ;
- A l'Est, des pôles commerciaux d'HAZEBROUCK ;
- Au Sud-Ouest, des pôles commerciaux de LA GORGUE et MERVILLE ;
- Au Nord, du commerce de STEENVOORDE et TERDEGHEM.

❖ Fréquentation touristique

Sur le territoire de l'arrondissement de DUNKERQUE, dont fait partie BAILLEUL, l'INSEE relève les équipements suivants :

| | |
|---|-------|
| Nombre de chambres d'hôtel au 01/01/2016 | 1 672 |
| Nombre d'emplacements de camping au 01/01/2016 | 6 715 |
| Autres hébergements collectifs au 01/01/2016 | 600 |
| Résidences secondaires en 2013 | 5 463 |

Le nombre de résidences principales étant de 154 249 et sur la base d'un taux d'occupation moyen de 4 mois dans l'année, ces équipements représentent un apport hors zone de :
 $(1\ 672 + 6\ 715 + 600 + 5\ 463) * 4 / 12 / 154\ 249 * 100 = 3,1 \%$, soit un apport relativement faible.

❖ **Barrières physiques ou psychologiques**

Les délimitations de la zone de chalandise ne sont soumises à aucune barrière naturelle ou psychologique significative, même si la frontière Belge (toute proche) induit des spécificités de comportement d'achat pour les deux populations frontalières.

De l'étude de ces différents critères, il ressort que la zone de chalandise de notre projet peut être divisée de la manière suivante :

- La zone primaire intègre la commune de BAILLEUL, d'où le site du projet est accessible par tous modes de déplacements ;
- La zone secondaire rassemble les communes situées au plus à 10 minutes (trajet voiture) du site du projet (source : logiciel Via Michelin).

2. POPULATIONS

(Source : INSEE - Population municipale 2013 et 1999)

➤ La zone primaire

La zone primaire rassemble **la commune de BAULLEUIL** qui compte **14 389 habitants** au dernier recensement général de la population, en progression démographique de 1,79 % entre les recensements de 1999 et 2013.

| | | Population 2013 | Population 1999 | Ecart entre 2013 et 1999 (en %) |
|----------------------------------|----------|--------------------|--------------------|---------------------------------------|
| 59043 | Bailleul | 14 389 | 14 136 | 1,79 |
| Total de la zone primaire | | 14 389 | 14 136 | 1,79 |

➤ La zone secondaire

La zone secondaire rassemble **7 communes et 10 818 habitants** au dernier recensement général de la population, en progression démographique de 11,00 % entre les recensements de 1999 et 2013.

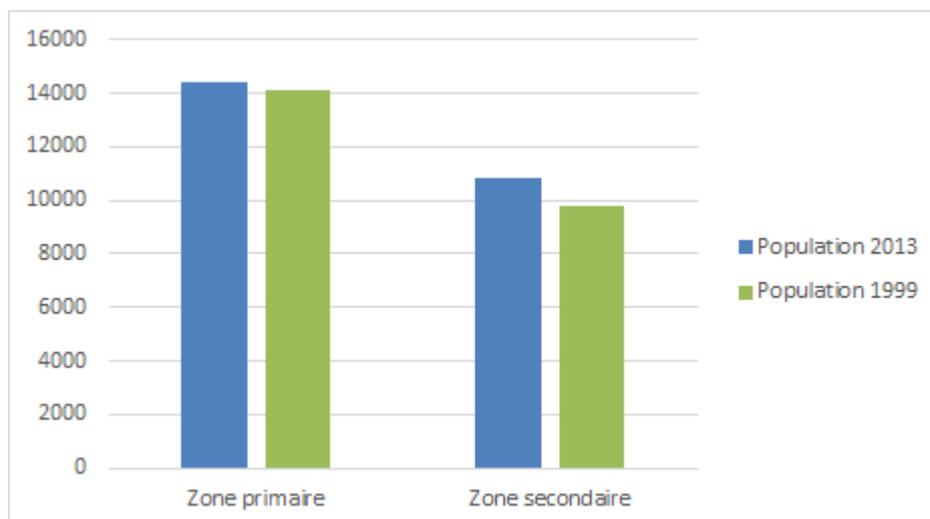
| | | Population 2013 | Population 1999 | Ecart entre 2013 et 1999 (en %) |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------|
| 59073 | Berthen | 507 | 517 | -1,93 |
| 59237 | Flêtre | 979 | 743 | 31,76 |
| 59399 | Merris | 1 042 | 957 | 8,88 |
| 59401 | Méteren | 2 157 | 2 116 | 1,94 |
| 59535 | Saint-Jans-Cappel | 1 713 | 1 472 | 16,37 |
| 59581 | Steenwerck | 3 466 | 3 260 | 6,32 |
| 59582 | Strazeele | 954 | 681 | 40,09 |
| Total de la zone secondaire | | 10 818 | 9 746 | 11,00 |

➤ **Total de la zone de chalandise**

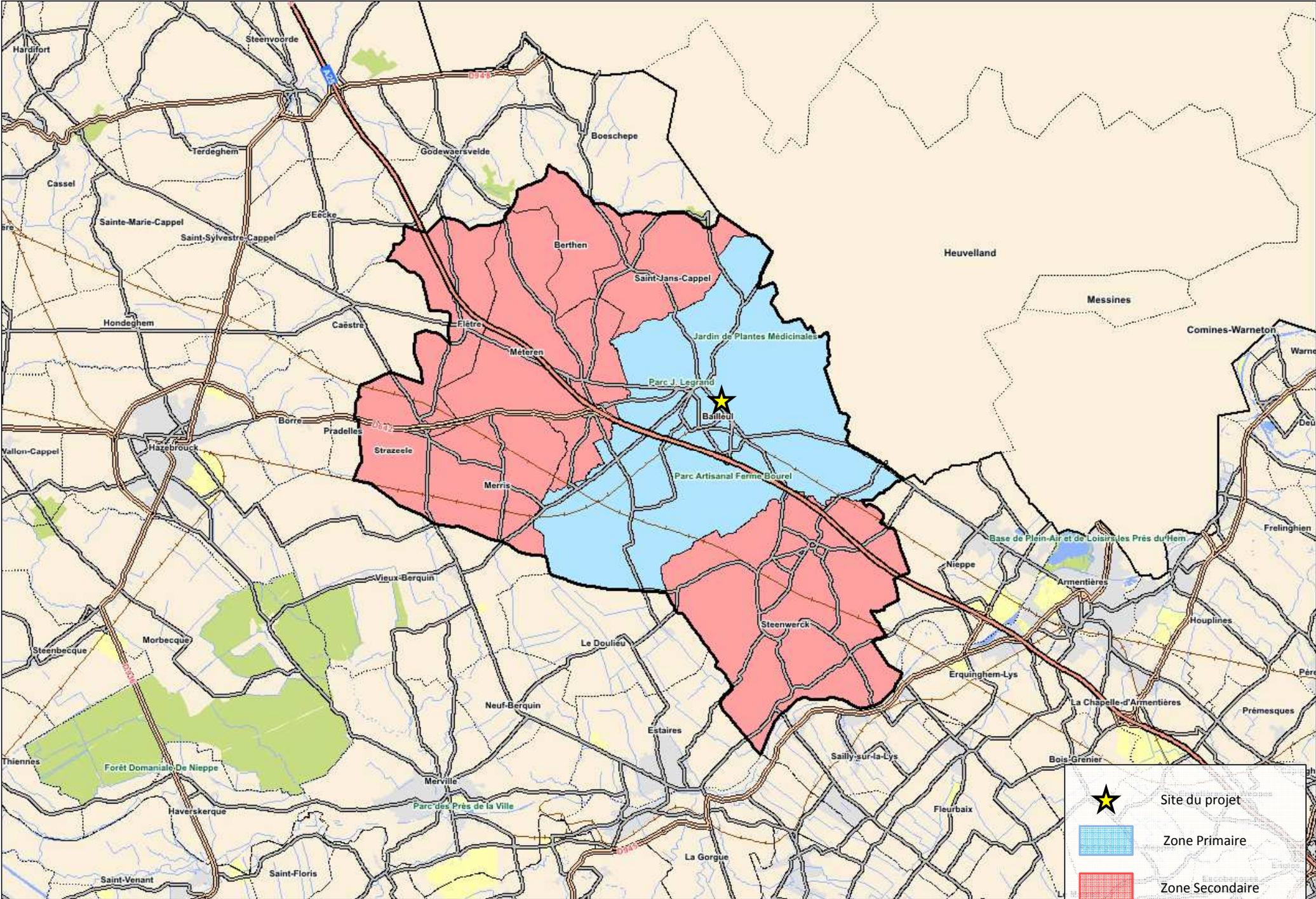
Au total, notre zone de chalandise présente les populations suivantes :

| | Population 2013 | Population 1999 | Ecart entre 2013 et 1999 (en %) |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------|
| Zone primaire | 14 389 | 14 136 | 1,79 |
| Zone secondaire | 10 818 | 9 746 | 11,00 |
| Total de la zone de chalandise | 25 207 | 23 882 | 5,55 |

Elle rassemble **9 communes et 25 207 habitants** au dernier recensement général de la population, en progression démographique de 5,55 % entre les recensements de 1999 et 2013.



La zone de chalandise



II. AU SEIN DE LA ZONE DE CHALANDISE

1. POLES D'ACTIVITES COMMERCIALES

1.1 Pôles d'attraction commerciale principaux

(Source : base LSA expert – repérage sur site)

Le territoire présente plusieurs pôles commerciaux principaux :

1) **Le pôle commercial principal est le centre LECLERC de BAILLEUL, prolongé par le Parc commercial du Nouveau Monde.**

Rapidement accessible depuis l'autoroute A 25, les deux sites commerciaux sont voisins. Le centre LECLERC propose l'hypermarché le plus grand du territoire complété par une galerie commerciale (institut UNE HEURE POUR SOI, parapharmacie LECLERC, Access Coiffure, ATOL, AUDITION CONSEIL, Presse, agence bancaire), et quelques activités dans son environnement immédiat : DRIVE E.LECLERC, SPEEDY, MC DONALD'S, HOTEL F1, ELEPHANT BLEU et station-service.

Le Retail Park du Nouveau Monde propose quant à lui une offre spécialisée très diversifiée en Grandes et Moyennes surfaces, au moment où nous rédigeons ce dossier : DECATHLON, KIABI, QUICK, AUBERT, KING JOUET, GENERALE D'OPTIQUE, LA HALLE, GRAIN DE MALICE, GIFU, FEU VERT, CHAUSSEA, BRICE, JULES, BIZBEE, ZEEMAN, OPTICAL CENTER, MIM, ORCHESTRA, CELIO, CCV, MAGIK DEPOT, C&A, GAMM VERT, BUREAU VALLEE, CHEZ SOA.



Le site est localisé à environ 1 km du magasin ALDI.

- 2) Le centre INTERMARCHE, situé à quelques mètres du magasin ALDI, constitue à ce titre un pôle commercial de moindre importance (en termes de taille et de surface), occupant une localisation intermédiaire entre le centre LECLERC et le cœur de ville de BAILLEUL. Il comporte un centre NORAUTO confortant son attractivité, ainsi qu'un magasin à l'enseigne BRICO DEPÔT qui lui fait face.**

3) Le cœur de ville de BAILLEUL

Le cœur de ville commerçant de BAILLEUL s'étend sur un assez large périmètre globalement limité par :

- La rue de LILLE au Sud-Est, qui constitue l'axe routier majeur d'entrée dans la ville au Sud-Est (et mène vers le magasin ALDI) ;
- La rue de CASSEL à l'Ouest ;
- La rue d'YPRES à l'Est.

L'artère commerçante principale est la rue d'Occident, qui mène à la Place Charles de GAULLE, véritable centre névralgique de la ville...

Il s'agit d'un commerce très diversifié, composé d'une majorité de commerçants indépendants avec une large place aux activités alimentaires de proximité, aux services et aux cafés restaurants.



Composé de plusieurs centaines d'activités commerciales, artisanales et de services, le cœur de ville de BAILLEUL est proche du centre ALDI (moins d'un kilomètre entre la Grand Place et le site du projet).

1.2 Magasins alimentaires

(Source : base LSA Expert – pagesjaunes.fr, supérette et alimentation générale)

| Commune | Enseigne | Activité | Adresse | Surface de vente (m ²) | Distance par rapport au site du projet |
|---------|----------|----------|---------|------------------------------------|--|
|---------|----------|----------|---------|------------------------------------|--|

| Zone primaire | | | | | |
|---------------|-------------------|---------------|--------------------------|------|------------|
| BAILLEUL | ALDI | Hard Discount | Rue de Lille | 650 | - |
| | CARREFOUR CONTACT | Supermarché | Rue Dufour | 750 | 1 km/3 min |
| | CARREFOUR EXPRESS | Supérette | Rue d'Occident | 260 | 1 km/2 min |
| | E.LECLERC | Hypermarché | Avenue de l'Europe | 5337 | 2 km/3 min |
| | INTERMARCHE | Supermarché | Rue de Lille | 2180 | 300 m |
| | LIDL | Hard Discount | Avenue des Nations Unies | 940 | 2 km/4 min |

| Zone secondaire | | | | | |
|-------------------|-------------------------|-----------|----------------|-----|------------|
| METEREN | PROXI | Supérette | Rue Nationale | 115 | 7 km/6 min |
| SAINT JANS CAPPEL | AU MARCHÉ DE SAINT JANS | Supérette | Rue de Berthen | Nr | 5 km/8 min |

1.3. Décisions

(Source : portails Internet de la Préfecture du Nord et de la CNAC)

Le 2 avril 2015 : autorisation d'extension de 630 m² de la surface actuelle de 2 180 m² pour atteindre une surface de vente totale de 2 810 m² du magasin INTERMARCHE à BAILLEUL, rue de Lille.

2. RECENSEMENT DES SURFACES COMMERCIALES CONCERNEES PAR LE PROJET DANS LA ZONE DE CHALANDISE (COMMERCE ET ARTISANAT)

(Source : fichiers BEYOND INSEE)

Le tableau ci-après présente, pour chacune des communes de la zone de chalandise, le recensement des commerces relevant des secteurs d'activités du projet.

| |
|---|
| 1013B - Charcuterie |
| 1071C - Boulangerie et boulangerie-pâtisserie |
| 1071D - Pâtisserie |
| 4711A - Commerce de détail de produits surgelés |
| 4711B - Commerce d'alimentation générale |
| 4711C - Supérettes |
| 4711D - Supermarchés |
| 4711E - Magasins multi-commerces |
| 4711F - Hypermarchés |
| 4719A - Grands magasins |
| 4719B - Autres commerces de détail en magasin non spécialisé |
| 4721Z - Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé |
| 4722Z - Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé |
| 4723Z - Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé |
| 4724Z - Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé |
| 4725Z - Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé |
| 4729Z - Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé |

| 1013B | 1071C | 1071D | 4711B | 4711D | 4711F | 4719B | Total |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

| Zone primaire | | | | | | | | | |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 59043 | Bailleul | - | 7 | 2 | - | 2 | 1 | 1 | 13 |
| Total de la zone primaire | | 0 | 7 | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 | 13 |

| Zone secondaire | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 59237 | Flêtre | - | 1 | - | - | - | - | - | 1 |
| 59399 | Merris | - | 1 | - | - | - | - | - | 1 |
| 59401 | Méteren | 1 | 1 | - | - | - | - | - | 2 |
| 59535 | Saint-Jans-Cappel | - | - | 1 | - | - | - | - | 1 |
| 59581 | Steenwerck | - | 2 | - | - | - | - | 2 | 4 |
| 59582 | Strazeele | - | - | - | 1 | - | - | - | 1 |
| Total de la zone secondaire | | 1 | 5 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | 10 |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Total de la zone de chalandise | 1 | 12 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 23 |
|---------------------------------------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|

| 4721Z | 4722Z | 4723Z | 4724Z | 4725Z | 4729Z | Total |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

| Zone primaire | | | | | | | | |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 59043 | Bailleul | 3 | 4 | 1 | - | - | 2 | 10 |
| Total de la zone primaire | | 3 | 4 | 1 | 0 | 0 | 2 | 10 |

| Zone secondaire | | | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 59237 | Flêtre | - | - | - | - | - | - | 0 |
| 59399 | Merris | - | - | - | - | - | - | 0 |
| 59401 | Méteren | - | - | - | - | - | - | 0 |
| 59535 | Saint-Jans-Cappel | - | - | - | 2 | 1 | - | 3 |
| 59581 | Steenwerck | 1 | 1 | - | 1 | - | - | 3 |
| 59582 | Strazeele | - | - | - | - | - | - | 0 |
| Total de la zone secondaire | | 1 | 1 | 0 | 3 | 1 | 0 | 6 |

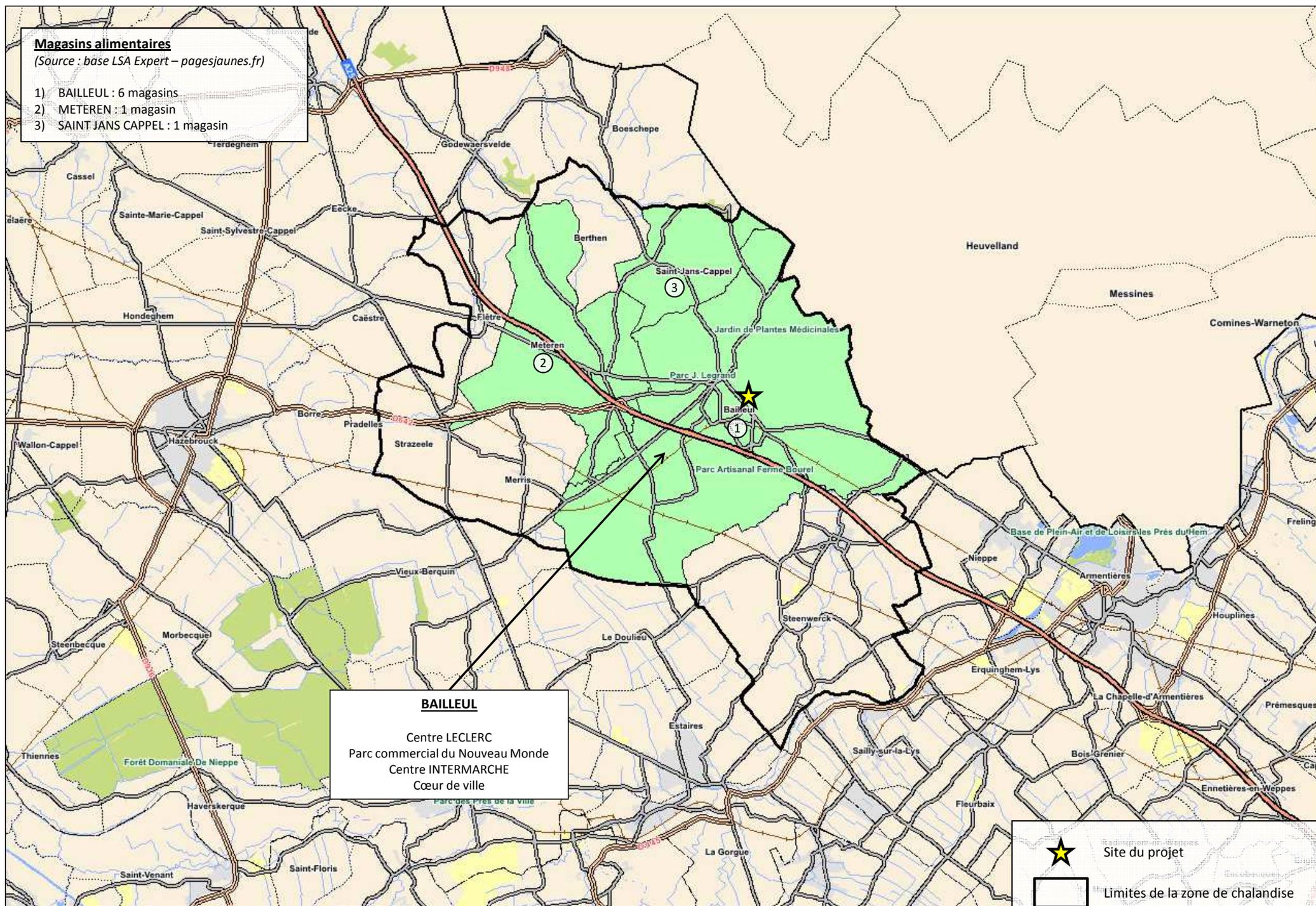
| | | | | | | | |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Total de la zone de chalandise | 4 | 5 | 1 | 3 | 1 | 2 | 16 |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|

Les pôles commerciaux de la zone de chalandise

Magasins alimentaires

(Source : base LSA Expert – pagesjaunes.fr)

- 1) BAILLEUL : 6 magasins
- 2) METEREN : 1 magasin
- 3) SAINT JANS CAPPEL : 1 magasin



BAILLEUL

Centre LECLERC
Parc commercial du Nouveau Monde
Centre INTERMARCHE
Cœur de ville



Site du projet



Limites de la zone de chalandise

III. HORS DE LA ZONE DE CHALANDISE

(Source : base LSA Expert)

1. CENTRES COMMERCIAUX PRINCIPAUX

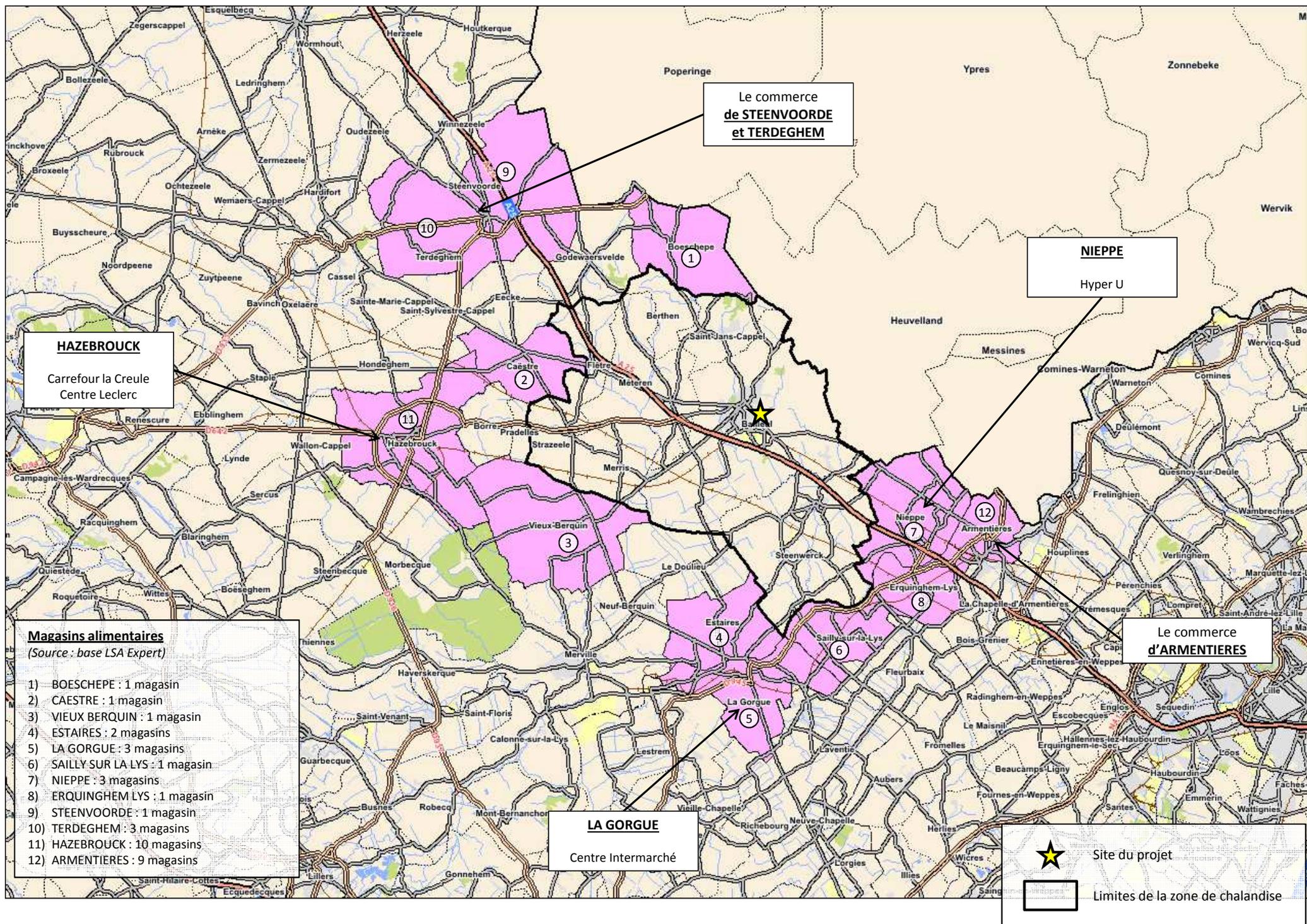
| Pôle Commercial | Localisation | Caractéristiques principales | Distance par rapport au site du projet |
|---|-------------------------------------|--|--|
| HYPER U | Drève du Bailly 59 - NIEPPE | Plusieurs surfaces spécialisées (ACTION, GEO, PACIFIC PECHE, etc.) organisées autour d'un hypermarché HYPER U (3 762 m ²) localisé en bordure de l'autoroute A25 entre Bailleul et Lille. Il s'implante dans un secteur mixte qui comprend de nombreuses activités industrielles, artisanales et tertiaires. | 12 km 11 min |
| CARREFOUR LA CREULE | Rue Notre-Dame 59 - HAZEBROUCK | Surface GLA : 6 130 m ² 14 boutiques - 444 places de parking Hypermarché : CARREFOUR (5 090 m ²) | 18 km 16 min |
| Centre LECLERC | Rue de l'Epeule 59 - HAZEBROUCK | Centre commercial au Sud-Est de la ville qui se développe autour d'un hypermarché LECLERC moderne et attractif (6 500 m ²), complété par plusieurs moyennes surfaces spécialisées : LA HALLE, KIABI, INTERSPORT, ALDI, etc. | 19 km 23 min |
| Le commerce d'ARMENTIERES | Au Sud-Est de BAILLEUL | Situé à la porte de l'agglomération Lilloise, le commerce d'ARMENTIERES comprend un hypermarché CARREFOUR (4 800 m ²), des enseignes alimentaires variées (ALDI, LIDL, PICARD, MATCH, etc.) et des surfaces spécialisées | 14 km 16 min |
| Le commerce de STEENVOORDE et TERDEGHEM | Au Nord-Ouest de BAILLEUL | Pôle commercial intermédiaire où on localise principalement les enseignes alimentaires ALDI, CARREFOUR MARKET, SUPER et le magasin MR.BICOLAGE | Entre 18 et 20 km Environ 15 min |
| Centre INTERMARCHE | Avenue des Aulnes 59 - LA GORGUE | Pôle commercial structuré autour de l'hypermarché INTERMARCHE (4 600 m ²) avec plusieurs enseignes spécialisées comme LES BRICONAUTES, CHAUSS 'EXPO, etc. On relève également les magasins ALDI et LIDL sur la commune | 16 km 20 min |

2. MAGASINS ALIMENTAIRES

| Commune | Enseigne | Activité | Adresse | Surface de vente (m ²) | Distance par rapport au site du projet |
|-------------------|-------------------|----------------------|--------------------------|------------------------------------|--|
| BOESCHEPE | VIVAL | Magasin de proximité | Grande Place | 100 | 9 km/15 min |
| CAESTRE | CARREFOUR CONTACT | Supermarché | Route d'Hazebrouck | 770 | 14 km/15 min |
| VIEUX BERQUIN | CARREFOUR CONTACT | Magasin de proximité | Rue d'Estaires | 399 | 10 km/16 min |
| ESTAIRE | DIA% | Hard Discount | Rue du Président Kennedy | 750 | 14 km/22 min |
| | MARKET | Hypermarché | Rue de Merville | 3 000 | 17 km/28 min |
| LA GORGUE | ALDI | Hard Discount | Rue de la Lys | 625 | 15 km/19 min |
| | INTERMARCHE | Hypermarché | Avenue des Aulnes | 4 600 | 16 km/20 min |
| | LIDL | Hard Discount | Rue de la Coquenesse | 900 | 14 km/19 min |
| SAILLY SUR LA LYS | CARREFOUR CONTACT | Supermarché | Rue de la Lys | 585 | 14 km/14 min |
| NIEPPE | DIA% | Hard Discount | Rue d'Armentières | 628 | 12 km/11 min |
| | E.LECLERC DRIVE | Drive Out | ZA les Trois Tilleuls | - | 10 km/11 min |
| | HYPER U | Hypermarché | Rue Drève du Bailly | 3 762 | 10 km/11 min |
| ERQUINGHEM LYS | MARKET | Supermarché | Rue d'Armentières | 2 000 | 12 km/11 min |
| STEENVOORDE | COCCIMARKET | Magasin de proximité | Grand Place Ségard | 300 | 19 km/15 min |
| TERDEGHEM | ALDI | Hard Discount | Route d'Eecke | 750 | 18 km/14 min |
| | CARREFOUR MARKET | Supermarché | Route d'Eecke | 1 200 | 18 km/14 min |
| | SUPER U | Supermarché | Route d'Hazebrouck | 2 150 | 19 km/14 min |
| HAZEBROUCK | ALDI | Hard Discount | Rue du Milieu | 828 | 19 km/25 min |
| | BIOCOOP | Magasin bio | Avenue de la Haute Loge | 240 | 21 km/20 min |
| | CARREFOUR | Hypermarché | CC Carrefour La Creule | 5 090 | 18 km/16 min |
| | CARREFOUR CITY | Magasin de proximité | Place De Gaulle | 292 | 18 km/21 min |
| | E.LECLERC | Hypermarché | Rue de l'Epeule | 6 500 | 19 km/24 min |
| | COCCIMARKET | Magasin de proximité | Rue du Docteur Samsoën | 256 | 18 km/19 min |
| | E.LECLERC DRIVE | Drive Out | Rue du Milieu | - | 19 km/25 min |
| | LA VIE CLAIRE | Magasin bio | Place De Gaulle | 120 | 18 km/21 min |
| | LIDL | Hard Discount | PAC La Creule | 732 | 17 km/17 min |
| | PICARD | Freezer Center | Rue Notre-Dame | 270 | 17 km/17 min |

| Commune | Enseigne | Activité | Adresse | Surface de vente (m²) | Distance par rapport au site du projet |
|----------------|-----------------|----------------------|------------------------|---|---|
| ARMENTIERES | ALDI | Hard Discount | Rue des Résistants | 787 | 12 km/13 min |
| | CARREFOUR | Hypermarché | Avenue Aristide Briand | 4 800 | 15 km/17 min |
| | CARREFOUR CITY | Magasin de proximité | Rue de Lille | 200 | 15 km/16 min |
| | COCCINELLE | Magasin de proximité | Place De Gaulle | 380 | 13 km/16 min |
| | DIA% | Hard Discount | Avenue Marc Sangnier | 789 | 14 km/22 min |
| | LIDL | Hard Discount | Boulevard Faidherbe | 980 | 12 km/13 min |
| | LIDL | Hard Discount | Quai de Beauvais | 780 | 15 km/18 min |
| | PICARD | Freezer Center | Rue des Résistants | 248 | 12 km/13 min |
| | MATCH | Supermarché | Rue Nicolas Leblanc | 1 600 | 13 km/14 min |

Les pôles commerciaux hors de la zone de chalandise



IV. DESCRIPTION DE L'ENVIRONNEMENT PROCHE DU PROJET

1. ACTIVITES COMMERCIALES, INDUSTRIELLES, ARTISANALES ET TERTIAIRES

Le magasin ALDI est localisé au sein d'un ensemble commercial situé en bordure de la rue de LILLE, dont la description a déjà été donnée à la rubrique relative à la notion d'ensemble commercial.

Axe principal d'entrée dans BAILLEUL au Sud Est, la rue de LILLE relie les secteurs Sud et Est de la commune (parcs d'activités notamment) au cœur de ville, et alterne habitat et activités sur toute sa distance jusqu'à la GRAND PLACE. Le centre de BAILLEUL est déjà décrit dans ce dossier à la rubrique consacrée aux pôles commerciaux de la zone de chalandise.

Au Sud du magasin, au bord de l'avenue de la LIBERATION, on relève un ensemble de bâtiments avec les activités : PAYSAGISTE DES FLANDRES, Logistique des FLANDRES, ABRITOIT, point de service AIXAM.

Puis on arrive au site du magasin INTERMARCHÉ, à quelques centaines de mètres du magasin ALDI, où sont localisés un centre d'entretien NORAUTO (et la Ferme de la HULOTTE à côté), une station-service, une station de lavage automobile, un kiosque à pizzas et une friterie. En face de l'INTERMARCHÉ, la concession CITROEN, le magasin BRICO DEPÔT ainsi qu'un bâtiment d'activités (assurances et services à domicile).

Enfin, à l'arrière du bâtiment INTERMARCHÉ : les dépôts de l'entreprise PARAGON (logistique), des bâtiments d'activités accueillant les entreprises VANPOUILLE (négoce de boissons), FJDM (bâtiment), le PIZZAIOLO, le garage MILLE.

Au Sud et au Sud-Est du projet se développent plusieurs parcs d'activités :

- De l'autre côté de l'autoroute A 25, le Parc d'activités de la VERTE RUE.

En cours de développement, le site accueille les entreprises DECEUNINCK, EDISAC, BULLE DE LINGE, FORM'ARCHITECTES, BALLOY METALLERIE, DUPLI DATA, DEVOLDERE, AX SYSTEM, DECO STORES ainsi que le centre de tri de LA POSTE.

- Un peu plus haut vers l'A25, le parc artisanal de la FERME BOUREL.



- De l'autre côté de l'A25, le Parc d'activités de la BLANCHE MAISON rassemble une cinquantaine d'activités, avec une forte dominante artisanale et industrielle, dont un supermarché LIDL et une cellule destinée à l'implantation prochaine d'un groupement de producteurs.



Il est prolongé à l'Est par l'usine PGI et par le centre commercial LECLERC, dont la description a déjà été donnée précédemment dans ce dossier, puis plus à l'Est, en direction du centre de BAILLEUL, le pôle commercial du Nouveau Monde.

On relève enfin le magasin CARREFOUR CONTACT (ancien ED) à l'Ouest du magasin ALDI, au croisement de la rue DUFOUR et de l'avenue de WERNE.

2. EQUIPEMENTS PUBLICS

On relèvera à ce titre :

- Au sud du site, en contrebas du pont enjambant la voie ferrée, l'aire des gens du voyage ;
- En remontant la rue de LILLE en direction du centre-ville, le service voirie du département du NORD et l'Unité Territoriale de Prévention et d'Action Sociale du Conseil Général du NORD (voisine du magasin) ;
- Un peu plus haut en direction du centre, l'Hôpital général ;
- Au cœur de ville, les équipements publics principaux de la commune : mairie, office de tourisme, poste, musée ;
- A l'Ouest : la gare et la gendarmerie.

3. ACTIVITES AGRICOLES

Au cœur du tissu urbain, le magasin n'est immédiatement environné par aucune activité agricole. Celles-ci se développent :

- A l'Est du site en direction de la Belgique toute proche ;
- Au Sud-Ouest de l'A25 en direction de VIEUX BERQUIN.

4. NATURE DE L'HABITAT

Le magasin ALDI est environné en façade Est (à l'arrière) par la « Résidence du Parc des Monts de Flandre » qui regroupent des immeubles collectifs de standing. C'est sa seule mitoyenneté directe avec l'habitat.

L'habitat pavillonnaire se situe ensuite au Sud-Est du magasin et de part et d'autre de la rue de LILLE. Il se poursuit également en direction du cœur de ville en remontant cette même rue de LILLE. Il s'agit pour l'essentiel de maisons d'habitation mitoyennes ou isolées.

Plusieurs secteurs d'habitat collectif sont néanmoins présents notamment au Sud-Est dans le secteur du Nouveau Monde, et au Nord-Ouest en remontant vers le centre-ville.

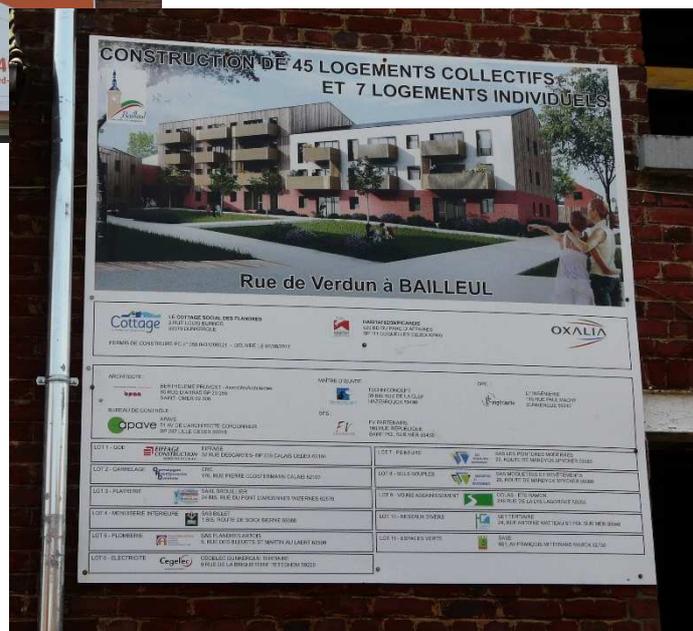
5. AUTRES ELEMENTS NOTABLES

5.1. Opérations d'urbanisme - Programmes de logement

(Source : service urbanisme de BAILLEUL - repérage sur site)

On relève à ce titre :

- Un important programme de logements dans l'avenue de la LIBERATION, au Sud-Ouest du magasin, pour lequel un permis de construire a été accordé le 16 décembre 2015 et qui prévoit la construction de 47 maisons et 36 appartements sur le site de l'ancienne Conserverie ;
- Dans la rue de VERDUN, au Nord-Ouest, un programme de 45 logements collectifs et 7 logements individuels porté par « Le Cottage Social des Flandres » et « Habitat 62/59/Picardie » ;
- Au Nord du site (hors périmètre), la finalisation de la tranche 3 de la ZAC des Collines, avec les dernières maisons qui sont en cours de construction.



5.2. Quartiers prioritaires de la ville et zone franche urbaine

(Source : sig.ville.gouv.fr)

Le site du projet n'est ni intégré dans le périmètre d'un quartier prioritaire de la politique de la Ville, ni situé en zone franche urbaine, comme le montre la carte ci-après.

Système d'information géographique de la politique de la ville

The screenshot displays the web interface of the 'Système d'information géographique de la politique de la ville'. The interface includes a navigation bar with 'Accueil', 'Le SIG', 'Territoires', 'Aide', and 'Contact'. A search bar is present with the text 'Rechercher un territoire : Par son nom' and a 'Historique de navigation' dropdown. The location is set to 'France > Nord-Pas-de-Calais-Picardie > Département : Nord'. The main map area shows an aerial view of Bailleul, with several layers overlaid: 'Quartiers d'intérêt national du NPNRU' (checked), 'Quartiers prioritaires' (checked), 'Quartier prioritaire - bande de 300m*' (unchecked), 'Zlu' (checked), 'Zus' (unchecked), 'Quartiers Cucs hors Zus' (checked), and 'Etablissements scolaires' (unchecked). The map also shows 'Clapbank', 'Ravensberg', and 'le Nouveau Monde'. A black arrow points from a box labeled 'Site du projet' to a specific location on the map. The interface also features a 'Couches' panel on the left and a 'Outils' panel on the right with various map controls. Logos for 'geoportail', 'IGN', 'eurogeographic', 'ANRU', 'cget', and 'pp3c' are visible at the bottom of the map area.

Site du projet

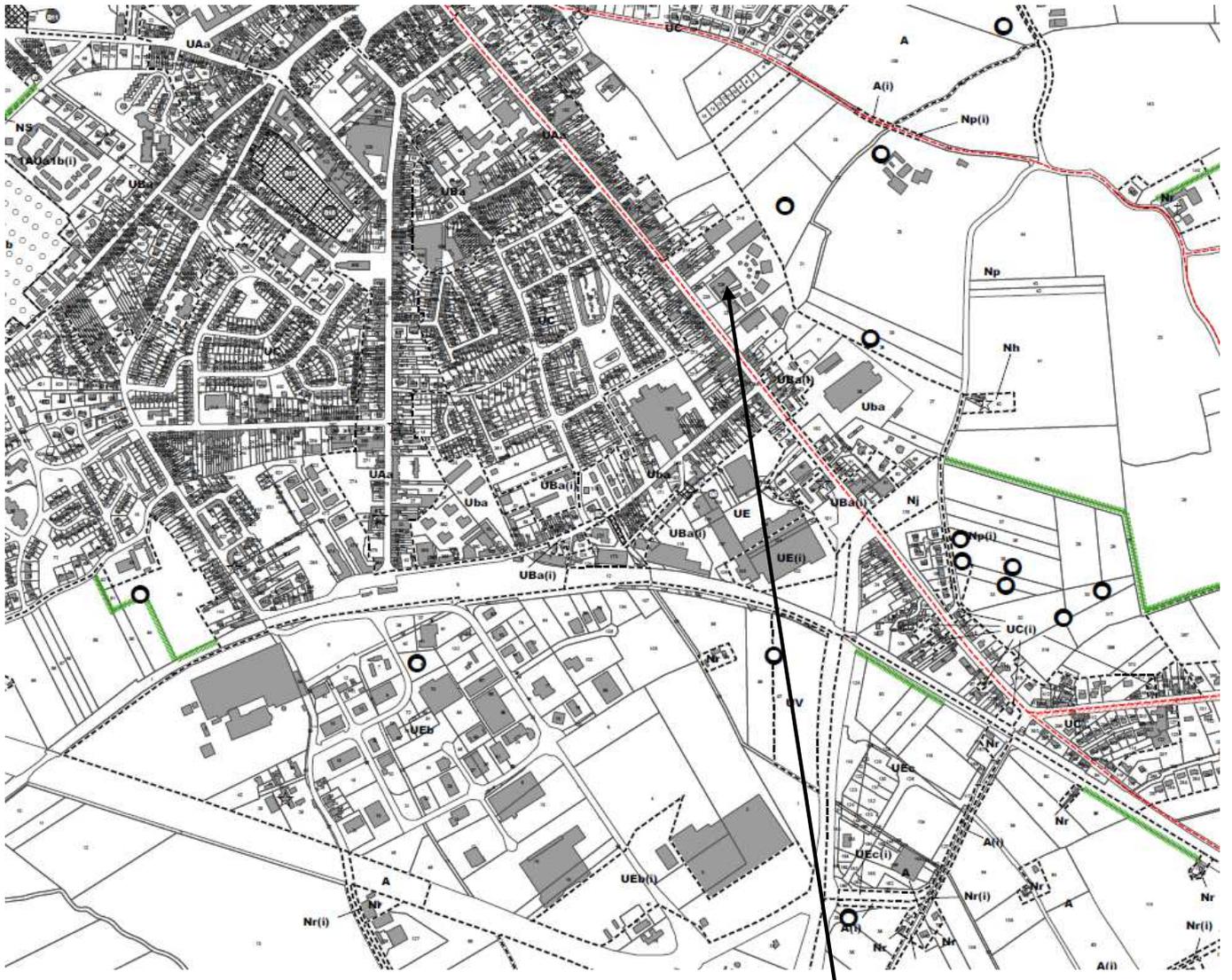
5.3. Disponibilités foncières

(Source : portail internet communal)

Le site du projet est localisé en zone UBa du PLUi. La zone UB est une « zone urbaine mixte de densité forte affectée à l'habitat, aux commerces, services, bureaux, équipements publics ou d'intérêt collectif et activités », et le secteur UBa correspond « au périmètre de l'extension des centres de Bailleul et de Nieppe ».

On relève dans l'environnement proche du site :

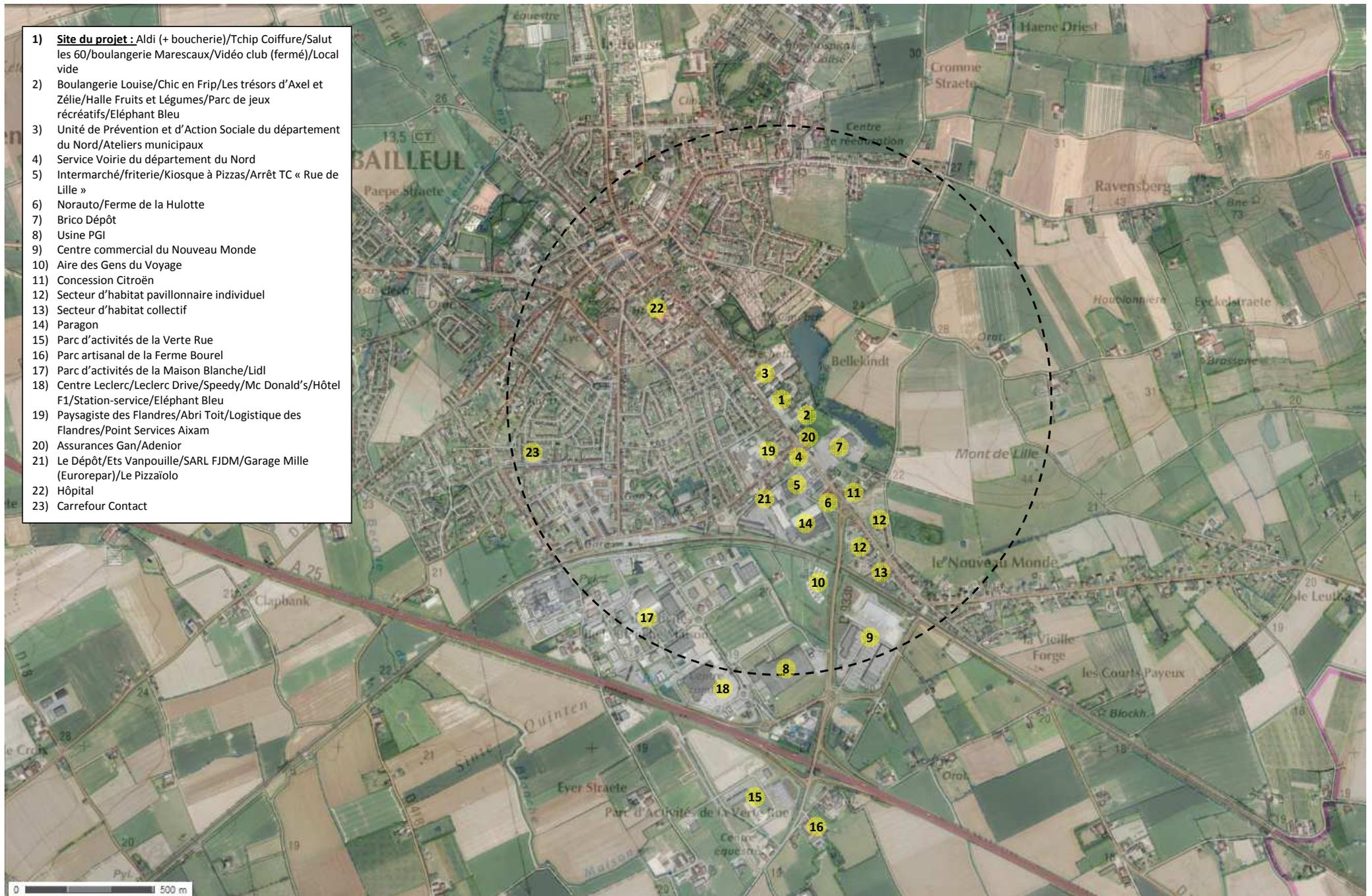
- Au Nord et Nord-Ouest, des zones classées UAa en remontant vers le centre de BAILLEUL, « correspondant au périmètre d'une zone urbaine mixte centrale au caractère dominant d'architecture néo flamande de Bailleul » ;
- A l'Ouest, des zones classées UC, « zone urbaine mixte de densité moyenne » ;
- Au Sud et Sud-Ouest, des zones classées UE, UEb et UEc. La zone UE est une « zone spécifique principalement destinée à accueillir des activités économiques », le secteur UEc étant « une zone à vocation strictement commerciale » ;
- Au Sud, des zones agricoles (A) ;
- A l'Est et au Sud-Est, des zones naturelles Np, Nh, Nj, des zones UC et UD « zone urbaine mixte de densité faible ».



Site du projet

Les environs du projet sur une distance d'environ 1 kilomètre

- 1) **Site du projet** : Aldi (+ boucherie)/Tchip Coiffure/Salut les 60/boulangerie Marescaux/Vidéo club (fermé)/Local vide
- 2) Boulangerie Louise/Chic en Frip/Les trésors d'Axel et Zélie/Halle Fruits et Légumes/Parc de jeux récréatifs/Eléphant Bleu
- 3) Unité de Prévention et d'Action Sociale du département du Nord/Ateliers municipaux
- 4) Service Voirie du département du Nord
- 5) Intermarché/friterie/Kiosque à Pizzas/Arrêt TC « Rue de Lille »
- 6) Norauto/Ferme de la Hulotte
- 7) Brico Dépôt
- 8) Usine PGI
- 9) Centre commercial du Nouveau Monde
- 10) Aire des Gens du Voyage
- 11) Concession Citroën
- 12) Secteur d'habitat pavillonnaire individuel
- 13) Secteur d'habitat collectif
- 14) Paragon
- 15) Parc d'activités de la Verte Rue
- 16) Parc artisanal de la Ferme Bourel
- 17) Parc d'activités de la Maison Blanche/Lidl
- 18) Centre Leclerc/Leclerc Drive/Speedy/Mc Donald's/Hôtel F1/Station-service/Eléphant Bleu
- 19) Paysagiste des Flandres/Abri Toit/Logistique des Flandres/Point Services Aixam
- 20) Assurances Gan/Adenior
- 21) Le Dépôt/Ets Vanpouille/SARL FJDM/Garage Mille (Eurorepar)/Le Pizzaiolo
- 22) Hôpital
- 23) Carrefour Contact



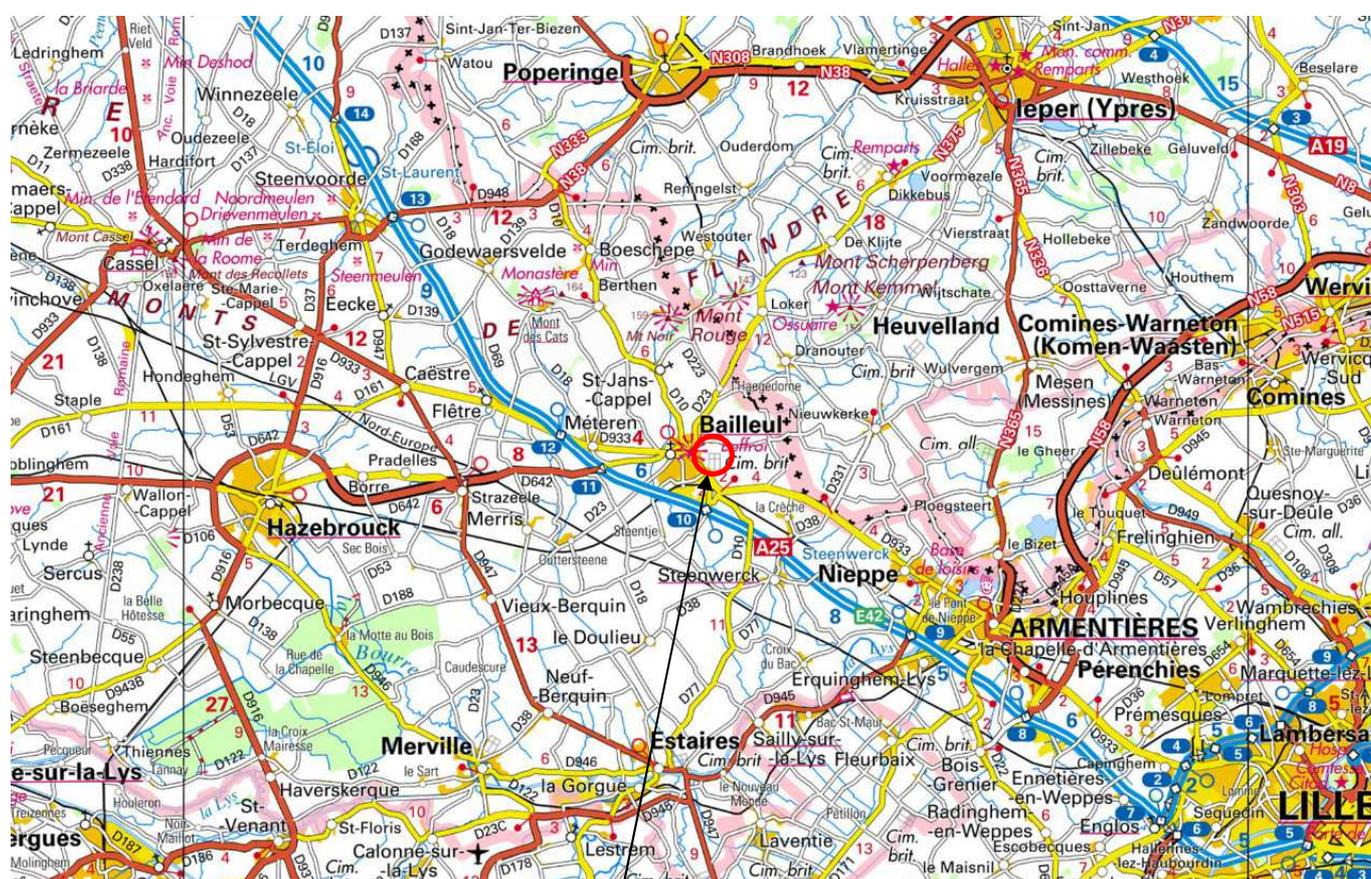
V. DESSERTES DE LA ZONE DE CHALANDISE

1. SUR LE PLAN ROUTIER

Sur le plan routier, le site du projet est accessible :

- Depuis le Nord et le Nord-Est, par la D10 et la D23 qui se connectent au cœur de ville de BAILLEUL ;
- Depuis l'Ouest, par la D161 et la D642 ;
- Depuis le Sud et le Sud-Est par la D77 et la D933 qui se connectent à la rue de LILLE.

Le site bénéficie également de la desserte de l'autoroute A25 entre DUNKERQUE et LILLE, avec deux échangeurs situés à l'Est et au Sud du site.



Site
du projet

2. SUR LE PLAN DES TRANSPORTS EN COMMUN

La commune de BAILLEUL est desservie par le réseau ARC EN CIEL 1 géré par le Conseil Départemental du NORD.

Le site du projet est desservi par les lignes 108 et 109 du réseau. Par ailleurs, le réseau ARC EN CIEL dessert l'ensemble des communes de la zone de chalandise.

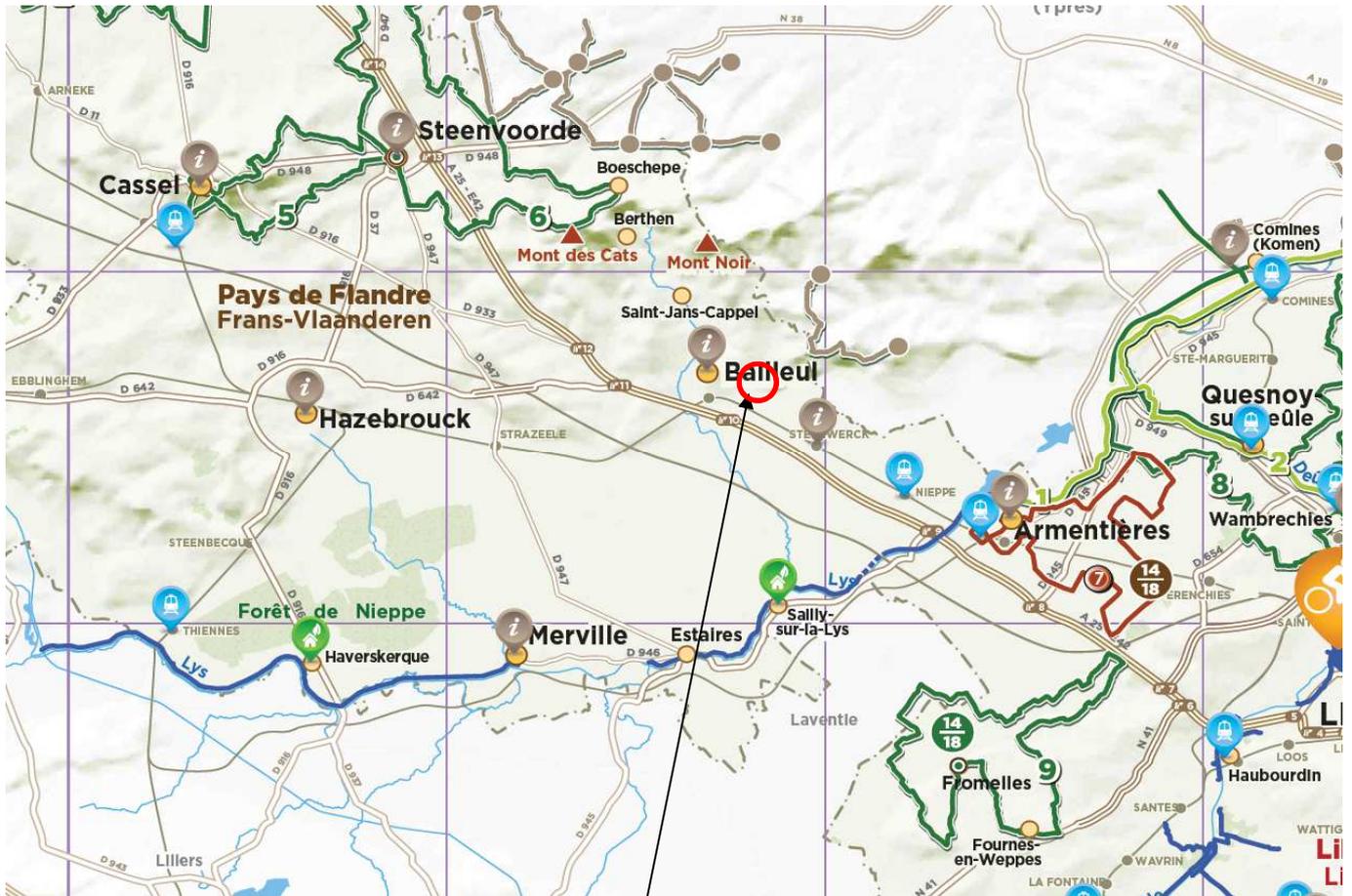


Site
du projet

3. SUR LE PLAN PEDESTRE ET CYCLISTE

Le site du projet est situé en bordure de la rue de LILLE qui dispose de cheminements sécurisés pour piétons et cycles depuis l'ensemble des quartiers d'habitations environnants et depuis le centre-ville de BAILLEUL.

Vous trouverez ci-après, pour information, un extrait de la carte des circuits cyclistes du Nord (source : www.tourisme-nord.fr)



Site
du projet

EFFETS DU PROJET EN MATIERE D'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE

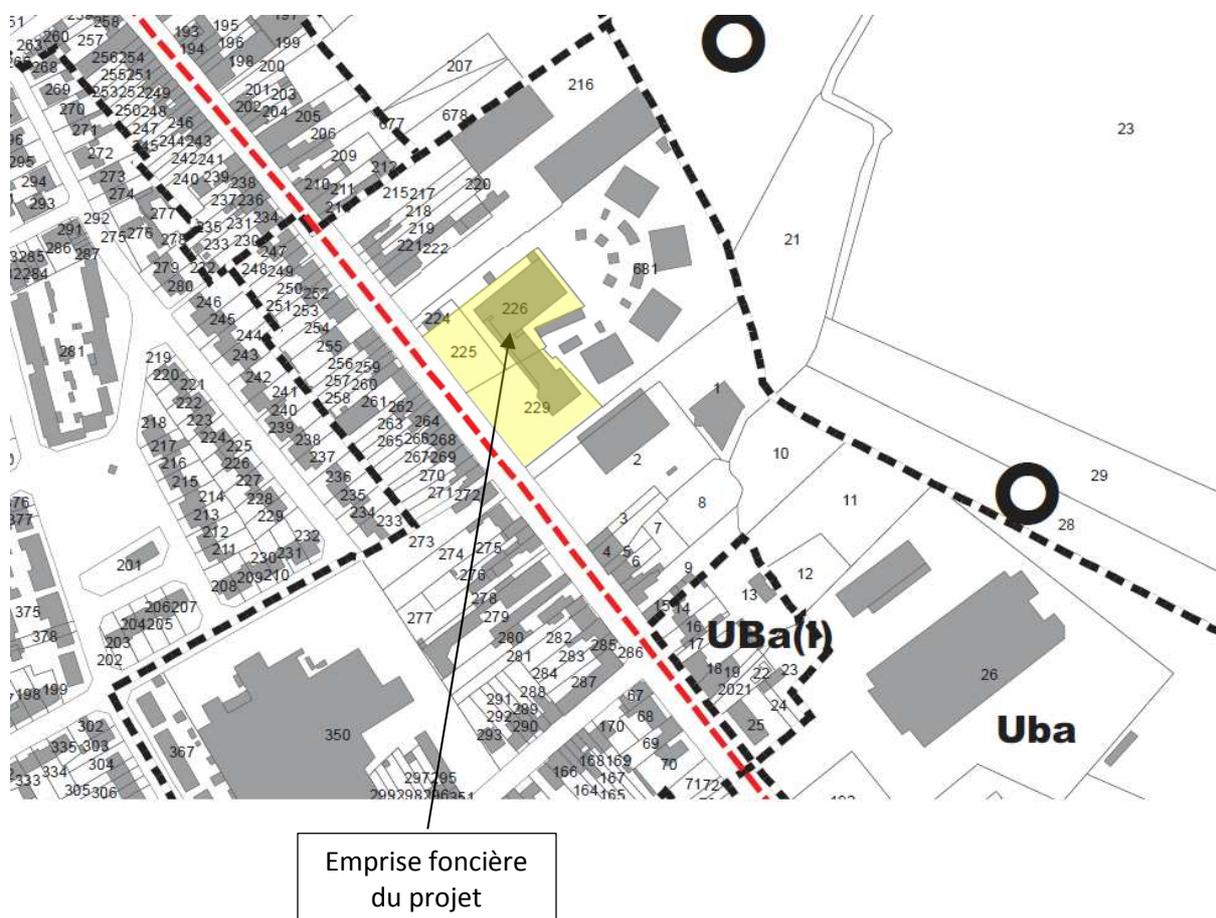
I. COMPATIBILITE AVEC LES DOCUMENTS D'URBANISME

↳ Compatibilité avec le Plan Local d'Urbanisme

(Source : commune de Bailleul)

La commune de BAILLEUL est actuellement couverte par le périmètre du Plan Local d'Urbanisme Intercommunal de la Communauté de Communes Monts de Flandre et Plaine de Lys.

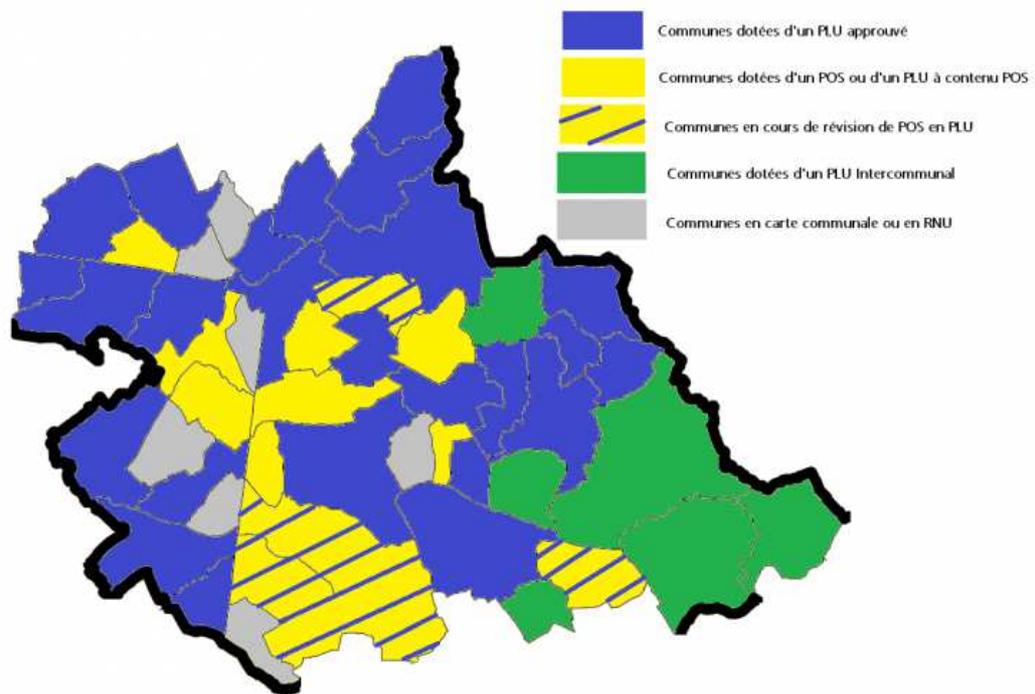
L'emprise foncière du projet est localisée en zone UBa du PLUi. La zone UB est une « zone urbaine mixte de densité forte affectée à l'habitat, aux commerces, services, bureaux, équipements publics ou d'intérêt collectif et activités », et le secteur UBa correspond « au périmètre de l'extension des centres de Bailleul et de Nieppe ».



Le projet est donc compatible avec les dispositions d'occupation du P.L.U. Il respectera en tous points ses prescriptions et ses composantes techniques, qui seront validées lors de l'instruction de la demande de permis de construire.

Nota : depuis le 1^{er} janvier 2014, la commune de BAILLEUL fait partie de la Communauté de Communes de FLANDRE INTERIEURE, issue de la fusion de plusieurs intercommunalités dont la Communauté de Communes Monts de Flandre Plaine de Lys.

A l'heure actuelle, il y a une hétérogénéité des documents d'urbanisme à l'échelle des communes de la Communauté de Communes de FLANDRE INTERIEURE (CCFI). Ainsi, 31 communes sur 50 disposent d'un PLU communal ou intercommunal, et 4 communes sont en cours de révision de POS (Plan d'Occupation des Sols) valant élaboration de PLU.



La CCFI a donc prescrit par délibération du 30 septembre 2014 le lancement d'une procédure de Plan Local d'Urbanisme Intercommunal sur son territoire.

Le PLUi de la CCFI est actuellement en cours d'élaboration, son approbation prévisionnelle est fixée à la fin de l'année 2017.

Compatibilité avec le Schéma de cohérence territoriale (SCOT)

(Source : portail internet payscoeurdeflandre.net)

Le SCOT de Flandre intérieure a été approuvé le 17 avril 2009. Son périmètre couvre les communautés de communes de Flandre Intérieure et Flandre-Lys.

Son périmètre initial a été agrandi à **58 communes** depuis le 1^{er} janvier 2014 et la création de la communauté de communes de Flandre Intérieure. Ce bassin de vie couvre aujourd'hui **138 000 habitants**.

Courant 2014, le Syndicat mixte du Pays Cœur de Flandre a réalisé **l'analyse des résultats d'application** du SCOT de Flandre Intérieure, conformément au Code de l'Urbanisme, afin de faire le point à l'issue de 6 années de mise en œuvre du document. Les élus ont pris connaissance et validé ce bilan en février 2015. Au regard de ces résultats, de l'évolution réglementaire, suite aux Lois de Grenelle I et II et à la Loi ALUR, ainsi que l'évolution des limites administratives du territoire ont conduit les élus à décider de la mise en révision du SCOT de Flandre Intérieure le 23 juin 2015.

Dans le Document d'Orientations Générales (DOG) actuellement opposable, on retrouve les préconisations suivantes en matière de commerce à la rubrique « Le développement économique » :

« Le développement du commerce de Flandre Intérieure s'effectue dans un contexte où la métropole Lilloise constitue le pôle d'attraction majeur de Flandre intérieure grâce à la diversité de son offre, à la présence de locomotives régionales et d'enseignes nationales à forte notoriété. Les pôles commerciaux internes au territoire s'articulent entre pôles de proximité (Hazebrouck, Bailleul) et pôles-relais (Merville, Estaires, Steenvoorde...). La densité des commerces d'une surface supérieure à 300 m² est inférieure à celle du département pour l'alimentaire (légèrement), et surtout pour les jardineries, l'automobile, les jeux et jouets, l'ameublement, la maroquinerie. En revanche, l'habillement et le bricolage sont très bien représentés. Le petit commerce de centre-ville ou de centre-bourg est dense, mais concentré (80 % des 1 100 commerces dans 11 communes) ».

« Le développement prioritaire du commerce s'effectuera : (...)

- *Dans les villes principales du territoire (et notamment Hazebrouck, Bailleul, Merville) où le commerce doit limiter l'évasion commerciale constatée et participer du développement des pôles de centralité du territoire.*

Ce développement pourra prendre la forme d'extensions ou de création de pôles commerciaux nouveaux, centrés à la fois sur l'alimentaire et sur l'équipement de la personne et de la maison, notamment dans les secteurs où le taux d'équipement du territoire est faible (automobile, jardinage, ameublement, jeux, etc...). Ces pôles commerciaux viseront également à répondre à de nouveaux besoins non satisfaits, dans une perspective de modernité et d'innovation auxquelles le commerce doit également concourir.

(...) La mise en place d'une structure facilitant la préemption des murs de commerces de centre-ville pour en faciliter le maintien et aider au développement ».

(...) Dans le cas de pôles périphériques, les projets devront être qualitatifs en matière de plantations et de lieux de convivialité, et en termes de lien fonctionnel avec le centre-ville quand cela est possible.

Ces développements économiques ne porteront pas atteinte au maintien et au développement des commerces de centre-ville, mais au contraire développeront une complémentarité périphérie/centre-ville dans l'optique d'une affirmation globale du pôle commercial.

- *Le développement commercial de Flandre Intérieure portera également sur les nouveaux quartiers développés dans le cadre des orientations du SCOT, en fonction du développement résidentiel constaté ou effectivement programmé, et afin d'assurer un équilibre entre commerce, grand et petit, et l'évolution du nombre de logements, ou de nouveaux pôles de proximité intégrant alimentaire et non-alimentaire pourront être programmés afin également d'assurer une mixité fonctionnelle à ces quartiers.*

Ce développement sera centré sur les commerces de proximité, liés aux nouvelles urbanisations dans une optique de création ou de renforcement de « pôles de centralité » secondaire, et, en fonction de la taille de ceux-ci, pourront prendre la forme de nouveaux pôles commerciaux dont l'importance sera liée à l'évolution de la zone de chalandise.

- *Dans tous les cas, les nouveaux pôles commerciaux, privilégieront l'accès par les transports collectifs. »*

Le projet d'extension du magasin ALDI de BAILLEUL respecte entièrement ces principes :

- **Il prend place dans un pôle de proximité identifié au SCOT ;**
- **Il contribue à limiter l'évasion commerciale et participe au développement des pôles de centralité ;**
- **Le projet se traduit par une extension d'un commerce existant centré sur l'alimentaire ;**
- **Il contribue à moderniser un pôle commercial déjà existant sur le territoire avec un traitement paysager qualitatif ;**
- **Le projet est accessible facilement par transports collectifs, toutes les communes de la zone de chalandise étant desservies par le réseau ARC EN CIEL 1.**

Effets sur les projets d'aménagement de la zone de chalandise

Le projet de réhabilitation du magasin ALDI MARCHE de BAILLEUL s'inscrit pleinement dans les projets d'aménagements de la zone de chalandise.

Il répond notamment aux objectifs d'aménagements fixés par le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) du SCOT de Flandre Intérieure (page 23) :

« Des pôles économiques à conforter

Les autres pôles économiques du territoire (et les entreprises, qui au sein des pôles précédemment évoqués, ne rentrent pas dans les catégories évoquées) verront leur développement économique conforté par le développement mesuré des parcs d'activité, par extension ou par création, en fonction des besoins recensés à l'échelle de l'ensemble du territoire par le développement des zones artisanales, et, le cas échéant, par une requalification des parcs et des zones commerciales existants.

Ces développements économiques ne porteront pas atteinte au maintien et au développement des commerces de centre-ville, ou de centre-bourg, tout en autorisant le développement des surfaces commerciales plus importantes, tant pour l'alimentaire que pour le non-alimentaire, en fonction des besoins nouveaux générés par le développement de l'habitat. »

Le projet est cohérent avec ces orientations, car il permet de moderniser un commerce existant et situé à forte proximité du centre-ville de BAILLEUL, au sein d'un ensemble commercial existant pour conforter son activité.

II. CONTRIBUTION A L'ANIMATION DES PRINCIPAUX SECTEURS EXISTANTS

Le succès du concept ALDI Marché repose sur un nombre très restreint de références (1 300) conçues selon le principe : 1 besoin = 1 produit.

Il en résulte que les magasins ne se concentrent que sur les besoins les plus basiques d'une famille. Sur ce nombre limité de produits, ils proposent un excellent rapport qualité prix.

Par exemple, une famille pourra y trouver la marque ALDI d'eau minérale, mais aucune des marques habituellement rencontrées dans un supermarché ou un hypermarché classique. Si elle souhaite en changer, cette famille pourra trouver des articles de marque nationale dans d'autres points de vente. Ceci oblige ALDI Marché à rechercher la meilleure qualité possible pour chaque produit.

Cette caractéristique rend l'enseigne complémentaire des autres formes de commerce existant :

- Les hypermarchés ou supermarchés classiques, qui proposent des gammes beaucoup plus larges (plusieurs milliers de références, dans de nombreux secteurs) mais également plusieurs références pour chaque nature d'activité (souvent une ou plusieurs marques nationales, une marque distributeur, une référence en premier prix) ;
- Le commerce traditionnel, pour l'ensemble des produits frais qui ne sont traités que de manière très basique chez ALDI.

Le magasin ALDI Marché de BAILLEUL répond à ce principe. Pleinement intégré au tissu urbain, il permet à l'ensemble de la population du territoire de trouver un choix très sélectionné d'articles présentant un excellent rapport qualité prix, en pleine complémentarité de l'offre présente dans les autres formes de commerces. La modernisation du magasin présentée au travers de cette demande permettra de conforter cette situation.

Par ailleurs, le magasin de BAILLEUL fait don de ses produits alimentaires encore consommables mais ne pouvant plus être vendus à des associations caritatives locales.

« Éviter les excédents, faire don des marchandises ne pouvant plus être vendues : »

Depuis des années, la réduction du gaspillage de denrées alimentaires est l'une des principales préoccupations des organismes de protection de l'environnement, des associations de protection des consommateurs et des gouvernements.

Nous souhaitons sensibiliser nos clients à la gestion responsable des denrées alimentaires. Pour être crédibles, nous devons appliquer ce principe à nos propres processus. Afin d'éviter les excédents, nous gérons nos stocks très consciencieusement. En Allemagne, en France et en Pologne nous proposons les produits carnés frais et les poissons frais dont la date limite de consommation est proche à des prix réduits.

Malgré ce genre de mesures et une planification minutieuse, nous ne pouvons pas toujours vendre l'intégralité de nos articles. Nous devons éliminer les marchandises consommables qui ne correspondent plus à nos exigences de qualité et de fraîcheur. À l'échelle du groupe, de nombreux produits alimentaires qui ne peuvent plus être vendus mais encore consommables font l'objet de dons. De nombreuses sociétés d'ALDI Nord coopèrent en outre avec des organisations caritatives et des organismes d'aide alimentaire régionaux. Au cours de l'année considérée, environ 62 % de nos magasins ont fait don de leurs produits alimentaires encore consommables mais ne pouvant plus être vendus. Dans certains pays, les articles non entamés issus des dégustations quotidiennes et les échantillons font également l'objet de dons.

À l'horizon 2017, nous élaborerons une directive applicable à l'échelle du groupe concernant le traitement des produits alimentaires ne pouvant plus être vendus dans les différents magasins afin de garantir une approche unique dans les différents pays. Nous avons fixé cet objectif dans notre programme RSE. »



III. PRISE EN COMPTE DE L'OBJECTIF DE COMPACTE DES BATIMENTS ET AIRES DE STATIONNEMENT

↳ Compacité des bâtiments et des aires de stationnement

Le projet est compact par nature. Il consiste en une réhabilitation d'un ensemble commercial existant, sans imperméabilisation supplémentaire et sans consommation foncière excessive.

Par ailleurs, le projet respecte les dispositions de la loi ALUR :

- Surface dédiée au stationnement : 1 018 m²
- Surface plancher des commerces : 2 112,95 m²
- Ratio loi ALUR : $1\ 018 / 2\ 112,95 = 0,48$

Le ratio est donc nettement inférieur au ratio de 75 % prescrit par la loi.

↪ Intégration architecturale du projet

ETAT ACTUEL DU SITE :

Le site accueille actuellement un ensemble commercial composé de plusieurs cellules dont le magasin ALDI.

Le bâtiment est vieillissant, les abords du site et l'espace de stationnement sont vétustes.

Quelques espaces verts sont présents aux abords de la parcelle.







LE PROJET :

La construction de ce nouveau magasin permet la création d'une surface commerciale sur base du nouveau concept ALDI. Ainsi le nouveau concept mis en œuvre permet de donner plus de clarté, de visibilité et de modernité au magasin, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur.

Le nouveau magasin sera constitué d'un bandeau de 2,00 m en partie haute, saillant sur les quatre façades et réalisé en Trespa Gris souris. La partie basse sera quant à elle réalisée en briques de parement.

L'entrée du magasin est composée par un mur rideau (vitrines hautes) qui marque l'entrée et par un auvent qui abrite le parc à caddies. Une enseigne y sera apposée et ne dépassera pas de l'acrotère du bâtiment.

Le rythme des poteaux ne sera pas visible depuis l'extérieur, rendant plus fluide et plus légère les façades.

Un trappon sera présent sur la façade latérale du magasin, une enseigne sera prévue en façade principale.

L'implantation du bâtiment respectera les alignements et reculs prévus au règlement.

Les caractéristiques techniques de la construction sont les suivantes :

- Murs partie basse : brique de parement ton gris Réf. Typ Vulkano NF anthrazite grau glatt
- Murs partie haute : bardage TRESPA Gris souris fixations visibles
- Auvent : bardage TRESPA Gris souris fixations visibles
- Menuiseries extérieures : en aluminium laqué gris foncé RAL 7016
- Toiture avec une charpente en lamellé collé, des bacs nervurés, un isolant et une étanchéité en FPO de teinte beige (membrane sarnafil)
- Stationnements : enrobé noir
- Trappon : Structure béton gris
- Rampe de quai : béton gris pour les murs, pavés autobloquants au sol
- Zone piétonne et aire de stationnement des 2 roues réalisées en pavés autobloquants.

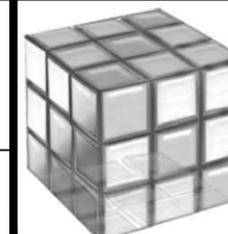


ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché
INTÉGRATION DANS LE CONTEXTE
CDAC

CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL
SECTION 000 AN 225 226 ET 229

Echelle:
1/—

Date:
30/06/2016



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloosse Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16

IV. EVALUATION DES FLUX JOURNALIERS DE CIRCULATION DES VEHICULES GENERES PAR LE PROJET

1. DESSERTE DU PROJET POUR LES VEHICULES LEGERS

1.1. Situation actuelle

Le magasin ALDI est accessible :

- 1) Depuis le centre-ville de BAILLEUL et les quartiers environnants par la rue de LILLE, axe principal qui traverse la commune du Nord au Sud ;
- 2) L'ensemble commercial dispose d'un premier accès en entrée-sortie situé en face de la boulangerie, par simple tourne à gauche ou à droite ;
- 3) Un second accès, également en entrée-sortie, est disponible à l'extrémité Ouest de l'emprise foncière du site.



1



2



3



Le site bénéficie donc d'une bonne accessibilité pour les véhicules légers.

1.2. Situation future

Le magasin reste accessible depuis la rue de LILLE.

La reconfiguration des bâtiments sur le site nécessite cependant le déplacement des deux accès :

- L'accès en limite Ouest de parcelle est déplacé, le nouveau bâtiment du magasin ALDI étant orienté dans l'autre sens ;
- L'accès face à la boulangerie est de ce fait déplacé également pour laisser un espace suffisant entre les deux accès.



2. FLUX DE VOITURES PARTICULIERES

- Flux de clientèle

Dans sa configuration actuelle, le magasin ALDI Marché accueille en moyenne 2 358 clients par semaine, soit 393 clients par jour. Cette fréquentation peut augmenter d'environ 30 % les jours de plus grande affluence, soit 510 clients.

- Flux de véhicules

Pour évaluer les flux de véhicules particuliers induits par ces données, plusieurs effets doivent être pris en compte :

- ✎ Les clients se rendant sur le site dans le même véhicule (covoiturage). Nous considérons que cela représente 1 client sur 10.
- ✎ Les visiteurs fréquentant le site à pied, en transports en commun ou par cycle. Compte tenu de la localisation géographique du site, au cœur du tissu urbanisé, il est raisonnable de considérer que la part de clientèle circulant en mode doux peut représenter environ 10 % du total.

En considérant globalement ces éléments, le site accueille donc les flux de véhicules légers suivants :

- Hypothèse moyenne : $393 * 0,9 * 0,9 = 318$ **véhicules par jour**
- Hypothèse haute : $510 * 0,9 * 0,9 = 413$ **véhicules par jour**

Le projet se traduit par une augmentation effective de surface de vente de 54 %. Ceci ne correspond pas à une augmentation corrélée du nombre de clients, car le projet a essentiellement pour objectif de moderniser le magasin et de l'adapter à une clientèle existante. Nous considérons que l'augmentation attendue du nombre effectif de clients peut être chiffrée à 15 % (soit un quart de l'augmentation de surface). Ceci permet d'évaluer les flux supplémentaires suivants, induits par la réalisation du projet :

- Hypothèse moyenne : $393 * 15 \% = 59$ **véhicules supplémentaires par jour**
- Hypothèse haute : $510 * 15 \% = 77$ **véhicules supplémentaires par jour**

Au jour de plus haute affluence la réalisation du projet se traduit donc par un flux supplémentaire d'environ 77 véhicules par jour, ce qui représente au maximum 7 véhicules par heure d'ouverture du point de vente. L'augmentation est donc tout à fait marginale et pourra aisément être absorbée par les infrastructures existantes.

1. DESSERTE DU PROJET POUR LES VEHICULES DE LIVRAISON

1.1. Situation actuelle

Les accès pour les véhicules de livraison sont identiques aux accès des véhicules légers.

Dans le cadre de la configuration actuelle du bâtiment, les livraisons sont réalisées en façade Nord par un quai de déchargement accolé à la construction.

1.2. Situation future

La localisation du bâtiment étant modifiée sur la parcelle, les livraisons seront désormais réalisées en façade Sud-Est de la nouvelle construction.

Les véhicules de livraisons emprunteront les nouveaux accès pour rejoindre le quai de livraisons, après manœuvre.

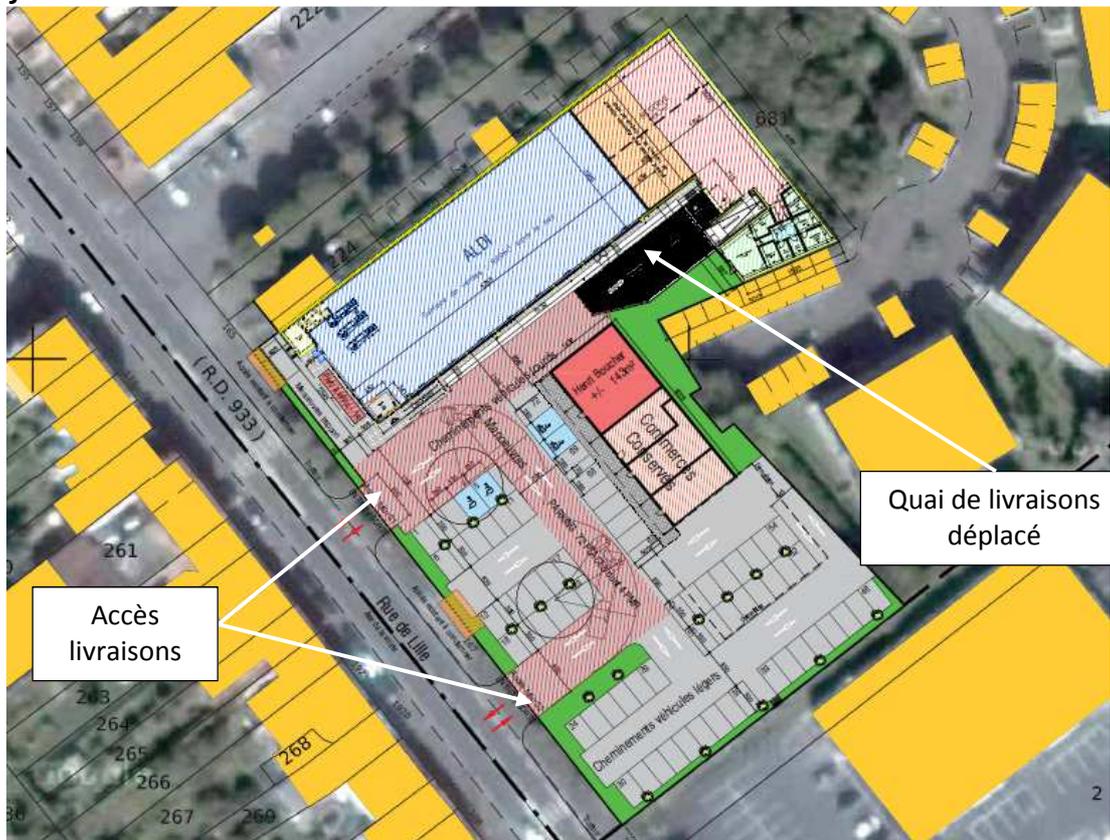
A noter que toutes les livraisons par véhicules lourds **se font obligatoirement avant les horaires d'ouverture du magasin à la clientèle**, de manière à éviter toute interaction entre véhicules lourds et légers à l'intérieur du site.

Etat actuel



Quai de livraisons

Etat futur



Accès livraisons

Quai de livraisons déplacé

2. FLUX DE VEHICULES DE LIVRAISON

S'agissant des véhicules de livraison, les magasins sont approvisionnés :

| Commerce | Fréquence de livraisons | Type de véhicules utilisés |
|-----------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| ALDI Marché | 1 fois/jour | Camion ALDI 38 T |
| Boucherie | 1 fois/jour | Camion 19T |

Comme indiqué précédemment, les livraisons sont exclusivement réalisées en début de matinée, en dehors des horaires d'ouverture à la clientèle, pour éviter toute interaction entre véhicules clientèle et véhicules de livraisons.



- Cheminements véhicules légers
- Cheminements véhicules lourds

Stationnement 73 places - dont 4 PMR

ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
ALDI marché
CHEMINEMENTS VÉHICULES AÉRIEN
CDAC

CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL
SECTION 000 AN 225 226 ET 229

| | |
|----------|------------|
| Echelle: | Date: |
| | 02/09/2016 |



Auteur de projet
AADE sprl
Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
Rue des Telliers, 6/5
7000 MONS (Belgique)
email : info@aade.pro
Tél : 06.16.89.73.16

3. CAPACITE RESIDUELLE D'ACCUEIL DES INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT EXISTANTES

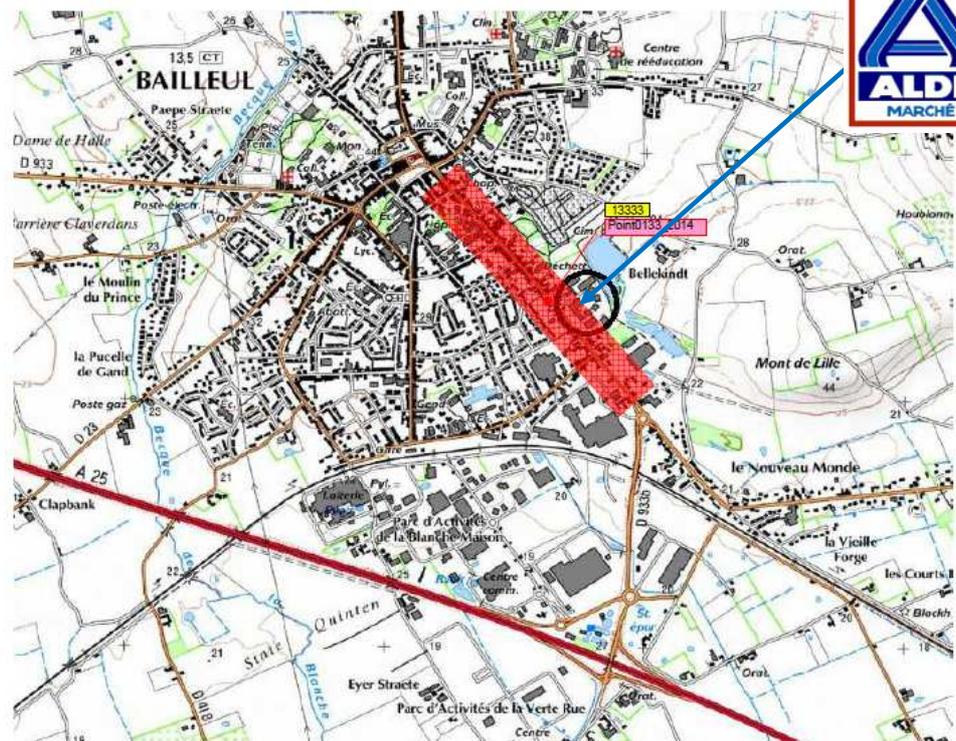
(Source : conseil départemental du Nord)

Les comptages les plus récents réalisés par le Conseil Départemental du Nord relèvent en 2014 sur la rue de LILLE (D933), à forte proximité du magasin ALDI, un trafic moyen journalier (MJO) de 13 333 véhicules, comme indiqué sur la carte ci-après.



Objet : Renseignement Comptages

Carte des Flux sur la RD933
commune de Bailleul.



Les flux engendrés par la réalisation du projet sont donc marginaux par rapport au trafic actuel.

L'arrêt est desservi par les lignes 108 et 109 du réseau, selon la fréquence suivante

| | Ligne 108 | | Ligne 109 | |
|---------------------------------|--|--|---|---|
| | <i>Sens Boeschepe/ Armentières</i> | <i>Sens Armentières/ Boeschepe</i> | <i>Sens Winnezeele/ Armentières</i> | <i>Sens Armentières/ Winnezeele</i> |
| Fréquence | Du lundi au samedi | | Du lundi au samedi | |
| Nombre de passages | 5 | 4 | 5 | |
| Horaire 1 ^{er} passage | 6h55 | 11h29 | 6h53 | 7h56 |
| Horaire dernier passage | 18h42 | 19h44 | 17h25 ou 17h18 (selon période) | 19h15 |

Par ailleurs, le réseau ARC EN CIEL 1 dessert l'ensemble des communes de la zone de chalandise.

Le site bénéficie donc d'une bonne desserte par transports en commun.

1.2. Desserte future

A notre connaissance, cette situation n'est pas susceptible d'être modifiée.

2. DESSERTE PEDESTRE ET CYCLISTE DU PROJET

2.1. Desserte actuelle

Le magasin ALDI est **parfaitement accessible pour les piétons et les cycles** :

- La rue de LILLE dispose de part et d'autre de la voirie de larges trottoirs permettant la circulation des piétons (et des cycles) ;
- Cet aménagement se poursuit jusqu'au cœur de ville au Nord-Ouest et jusqu'au quartier du nouveau monde au Sud-Est. La chaussée est pourvue de passages protégés.
- Une bande cyclable, passant devant le magasin, est également présente en direction du centre-ville de BAILLEUL ;
- Un escalier permet de connecter l'ensemble commercial ALDI avec le petit ensemble commercial situé juste à côté, au Sud-Est.



1



2



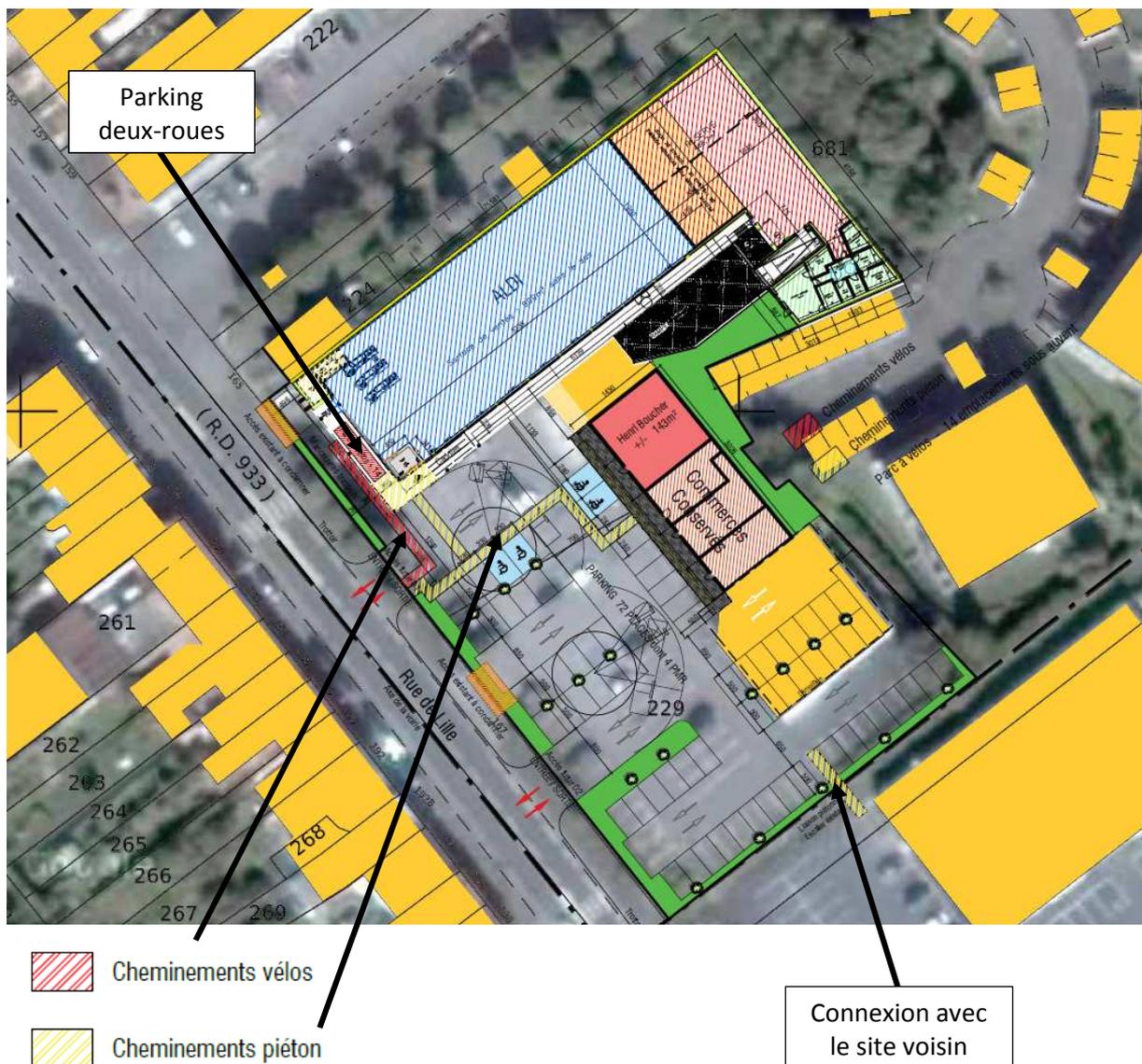


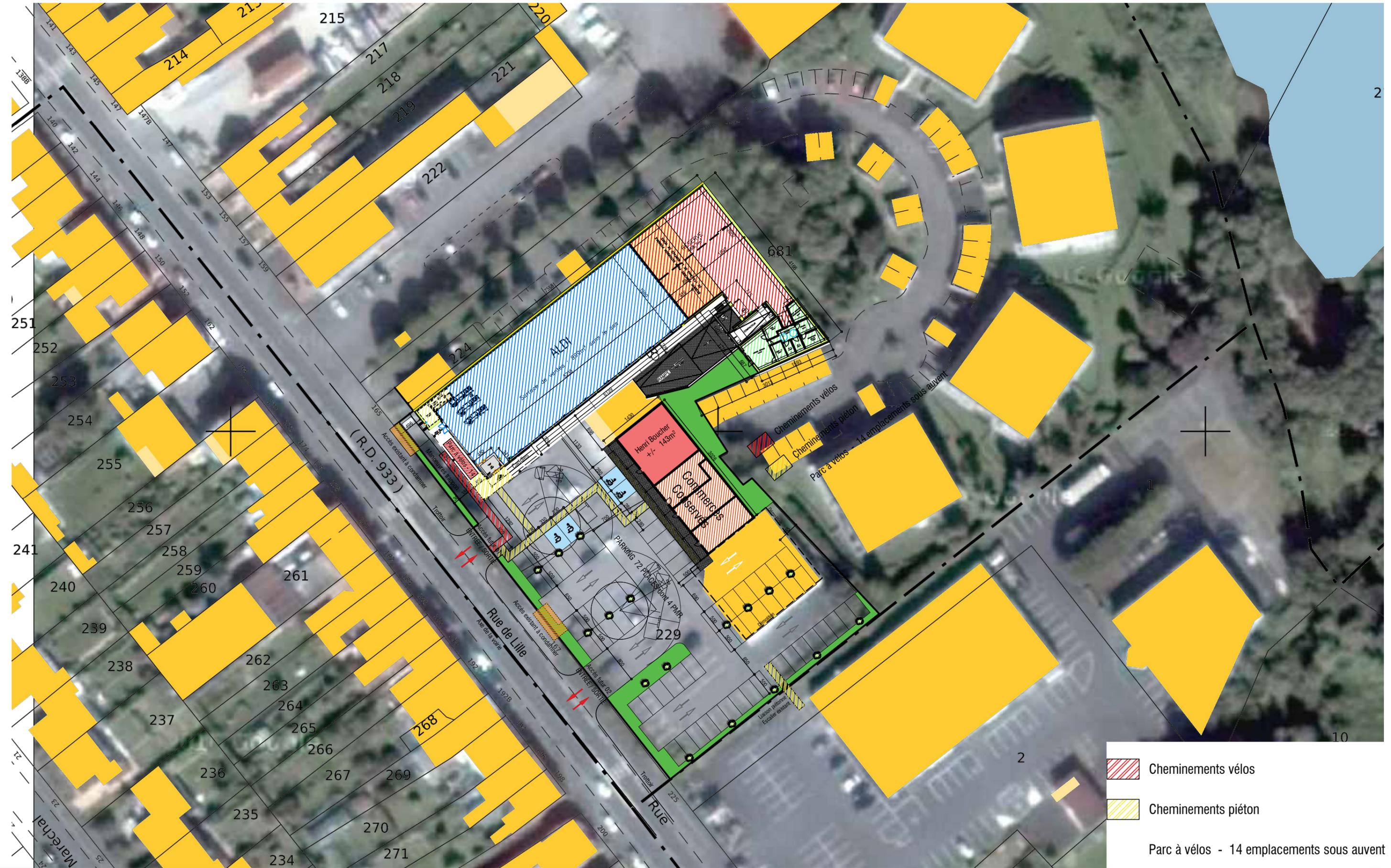
2.2. Desserte future

L'accessibilité piétonne et cycliste du site est renforcée par la réalisation du projet, des cheminements piétonniers matérialisés au sol permettant de rejoindre l'entrée du magasin en toute sécurité depuis l'espace public.

La liaison piétonne existante avec le site voisin (par un escalier) est conservée.

Un cheminement pour les cycles permettra également de rejoindre l'espace de stationnement pour les deux-roues aménagé en façade Sud-Ouest du bâtiment.





ALDI MAITRE DE L'OUVRAGE:
 ALDI marché
 CHEMINEMENTS PIÉTONS AÉRIEN
 CDAC

CONSTRUCTION D'UNE CELLULE COMMERCIALE SOUS ENSEIGNE ALDI MARCHÉ
 RUE DE LILLE (RD933) - 59270 BAILLEUL
 SECTION 000 AN 225 226 ET 229

| | |
|----------|------------|
| Echelle: | Date: |
| | 02/09/2016 |



Auteur de projet
 AADE sprl
 Atelier d'Architecture Deloose Elmas s.p.r.l.
 Rue des Telliers, 6/5
 7000 MONS (Belgique)
 email : info@aade.pro
 Tél : 06.16.89.73.16

VII. ANALYSE PREVISIONNELLE DES FLUX DE DEPLACEMENT SELON LES MODES DE TRANSPORT

Le tableau ci-après présente la part de la population de la zone de chalandise susceptible d'accéder au site du projet selon le mode de transport utilisé :

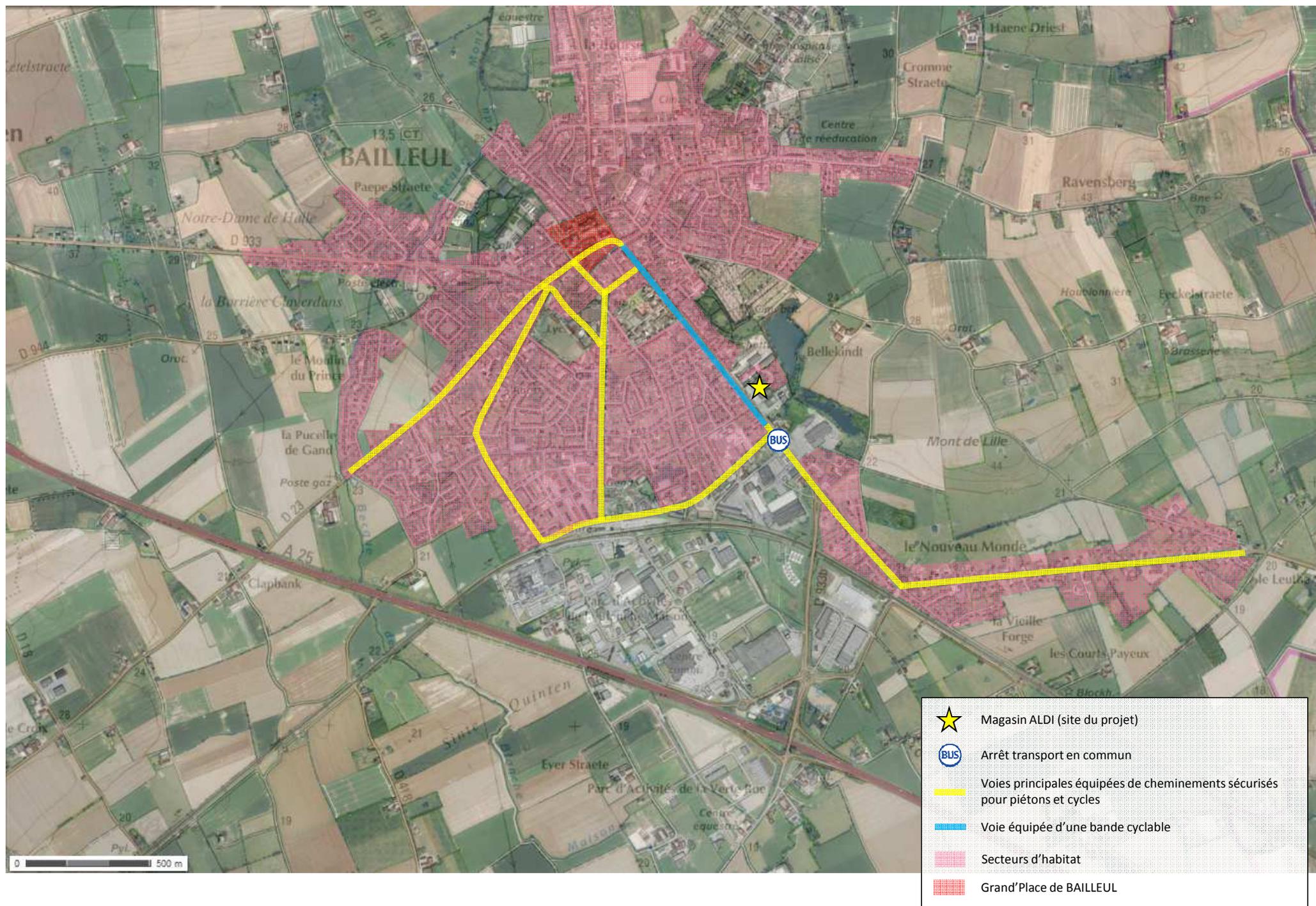
| | |
|---|-------|
| Part de la population susceptible de fréquenter le site du projet à pied (1) | 29 % |
| Part de la population susceptible de fréquenter le site du projet à vélo (1) | 57 % |
| Part de la population susceptible de fréquenter le site du projet par transports en commun (réseau ARC EN CIEL 1) | 100 % |
| Part de la population susceptible de fréquenter le site du projet en automobile | 100 % |

(1) Dans des conditions normales de déplacement

VIII. AMENAGEMENTS ENVISAGES DE LA DESSERTE DU PROJET

Aucun aménagement de la desserte n'est envisagé avec la réalisation du projet.

Dessertes et zones d'habitat



EFFETS DU PROJET EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

I. POLITIQUE DE RESPONSABILITE SOCIETALE DE L'ENSEIGNE ALDI MARCHE

« Les valeurs traditionnelles du commerce constituent les fondements du succès pérenne du groupe ALDI Nord. À l'avenir, nous souhaitons poursuivre la définition de normes simples, responsables et fiables pour le commerce de détail. Notre objectif est de contribuer ainsi à un développement positif et durable sur tous les périmètres de notre activité.

En tant que distributeur international, nous avons conscience de l'impact environnemental et social de notre activité. La politique de responsabilité sociétale de l'entreprise (politique RSE) définit notre conception de la responsabilité dans les cinq domaines d'action sur lesquels nous pouvons agir. Nous avons formulé des objectifs RSE concrets dans ces domaines d'action et les avons ancrés de façon stratégique au sein de notre entreprise. »

Nos cinq champs d'action



L'estime portée aux collaborateurs implique pour nous d'être un employeur responsable et fiable. Nous souhaitons que les collaborateurs soient fiers de travailler pour ALDI Nord.



La gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement fait référence à la prise de responsabilité liée à la culture de matières premières durables de même qu'à l'amélioration des conditions sociales et environnementales sur les sites de production de nos fournisseurs.



La préservation des ressources comprend des mesures de protection du climat et de l'environnement au sein des magasins, de la logistique et sur les sites administratifs.



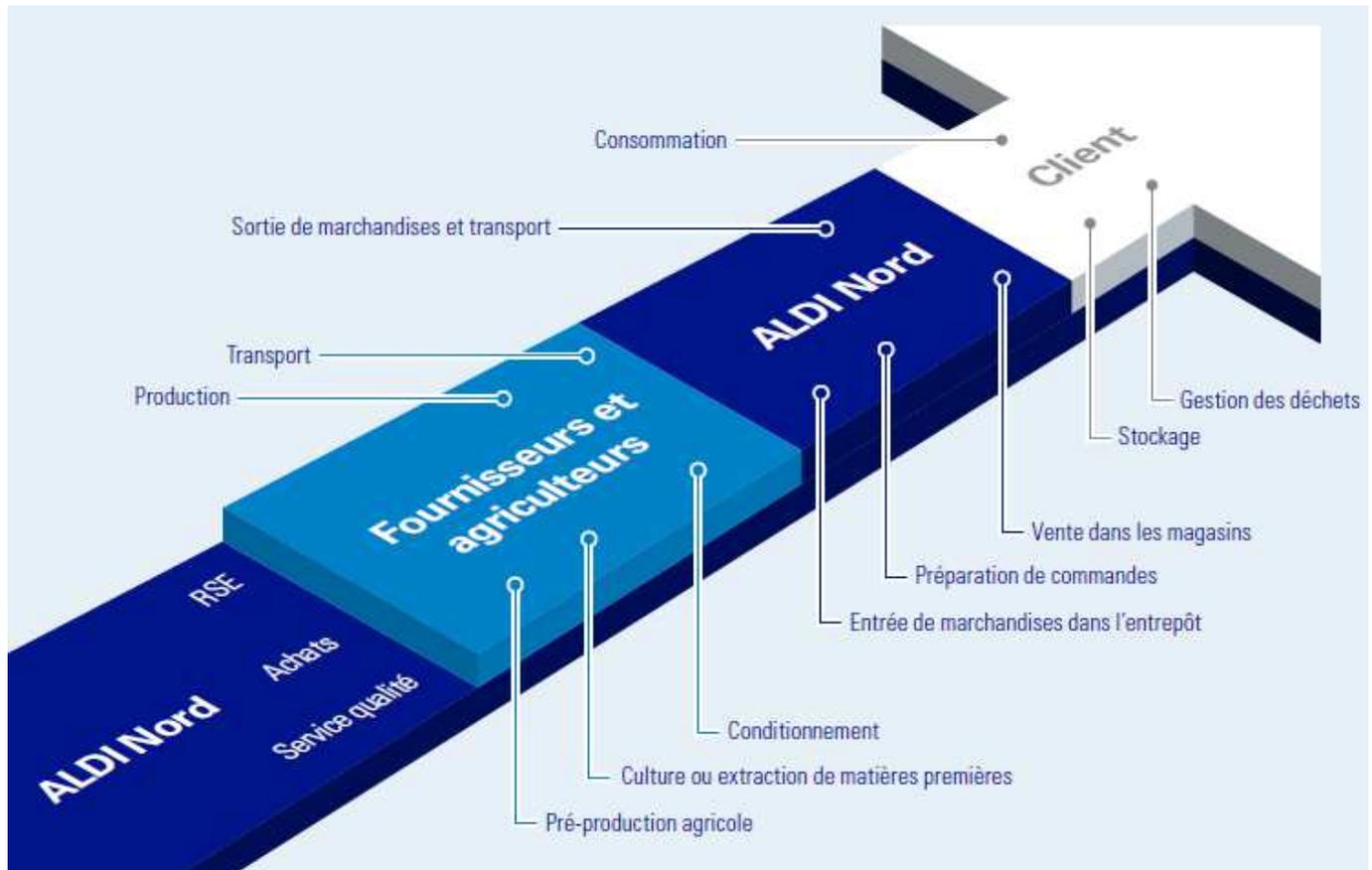
Engagement sociétal. Il s'agit pour nous d'utiliser nos compétences et notre expérience pour relever les défis de la société au-delà de notre activité principale. Pour ce faire, nous avons également créé en 2015 la fondation ALDI Nord Stiftungs GmbH.



La promotion du dialogue signifie que nous invitons les clients, les collaborateurs et autres parties prenantes à dialoguer de manière proactive. Notre volonté est de mettre en place un dialogue transparent et sincère.

Chaîne de création de valeur d'ALDI Nord

« Avec une moyenne de 1 300 produits issus de 70 catégories de produits, nous proposons à nos clients un assortiment diversifié et varié. Les marques de distributeur, auxquelles nous appliquons nos exigences de qualité, représentent environ 93 % de notre assortiment standard. Des produits de marques nationales complètent notre offre. Nous proposons par ailleurs des actions ponctuelles par l'intermédiaire de notre tract hebdomadaire ALDI Infos. Elles comprennent, entre autres, des produits textiles et chaussures, des produits électroniques, d'entretien de la maison, de bricolage et de jardinage.



Avec le développement considérable de notre assortiment, les chaînes d'approvisionnement mondiales et un réseau de fournisseurs dense font désormais partie intégrante de nos processus d'achat. Dans ce contexte, les étapes préalables à l'obtention du produit transformé et conditionné varient fortement d'un article à l'autre : la viande et les produits à base de viande subissent par exemple de nombreuses étapes de création de valeur, de la culture des aliments à l'abattage et la transformation, en passant par l'élevage et l'engraissement des animaux. Le poisson est pêché en mer ou élevé en aquaculture, transformé (en mer ou à terre), avant d'être conditionné et transporté. Les matières premières telles que le café ou les bananes sont cultivées par des coopératives et livrées dans nos magasins par l'intermédiaire d'exportateurs, d'importateurs et de grossistes. »

« En tant qu'entreprise commerciale, nous pouvons influencer de différentes manières les processus de la chaîne de création de valeur. Notre objectif est d'agir partout où nous le pouvons. Cela passe notamment par le service qualité, le service RSE, les achats, la logistique ainsi que les processus internes et liés aux magasins. Les politiques d'achat et autres programmes nous permettent d'agir indirectement sur les processus se déroulant en amont chez les sous-traitants ou les producteurs. Nous pouvons, par exemple, sensibiliser nos clients aux thématiques du développement durable notamment grâce à la publicité et aux informations relatives aux produits. »

« ALDI TOUT SIMPLEMENT » : Principes directeurs et politiques

« Notre modèle d'entreprise « ALDI Tout Simplement » décrit notre volonté de continuer à définir à l'avenir des normes au sein du commerce alimentaire de détail et de consolider constamment la position d'ALDI Nord sur le marché.

« Simplicité, responsabilité et fiabilité » sont les trois valeurs clés qui y sont définies. Ces principes directeurs fournissent une orientation claire aux collaborateurs du groupe et leur offrent un support concret pour appliquer nos valeurs dans leurs activités quotidiennes. Leur introduction a débuté à l'automne 2014 avec des groupes de travail et l'information des collaborateurs.

La politique RSE qui s'applique également à l'ensemble du groupe définit la conception de la responsabilité d'ALDI Nord. Elle relie les contenus RSE aux valeurs clés des principes directeurs et fournit des informations concrètes sur les domaines d'action dans lesquels nous appliquons notre responsabilité de l'entreprise. Les objectifs et mesures à mettre en œuvre sont identifiés dans le programme RSE. La politique RSE a été publiée fin 2015. La question de la responsabilité s'ajoute donc clairement à celles du prix et de la qualité dans notre promesse. »



II. MESURES DESTINEES A REDUIRE LA CONSOMMATION ENERGETIQUE DES BATIMENTS

↳ Enveloppe du bâtiment

Le projet est un bâtiment neuf en rez-de-chaussée. Il respectera la **Réglementation Thermique 2012** avec l'installation d'équipements techniques performants et une mise en œuvre soignée des matériaux afin de respecter les critères de perméabilité à l'air du bâtiment.

Les matériaux et caractéristiques mis en œuvre sont les suivants :

↳ Isolation thermique sous dallage et sur parois enterrées et sur longrines :

Isolation thermique sur parois verticales extérieures enterrées par panneau isolant avec dispositif de drainage et couche de protection.

Sous dallage : Isolant en polystyrène expansé ou extrudé (classe incompressible) épaisseur 5-6 cm

↳ Murs double avec isolation par l'extérieur :

Composition du double mur : Blocs de béton creux (paroi interne) + isolation thermique laine minérale épaisseur 10 cm + lame d'air + briques (paroi externe).

Mise en œuvre en pied de murs, entre les deux maçonneries, d'un isolant en panneaux de polystyrène extrudé de 100 mm d'épaisseur, Référence DS 300 Standard Fabricant JACKODUR avec un $R=2,85 - W/m.K$ 0,035, sur une hauteur de 0,60 m servant de support aux panneaux en laine minérale sur toute la périphérie du bâtiment.

Fixation par attaches métalliques chevillées au support avec rosaces de maintien.

Mise en œuvre d'une coupure de capillarité en pied et des dispositifs de collecte et d'évacuation des eaux au-dessus de l'isolant en polystyrène en pied de mur et des linteaux.

Mise en œuvre, au-dessus des panneaux de polystyrène extrudé, d'un isolant en panneaux de laine de verre semi-rigide revêtu sur une face d'un voile de verre noir résistant de 100 mm d'épaisseur, Référence URSA Façade Noir 38P Fabricant URSA GEO avec un $R=2,65 - W/m.K$ 0,038, sur toute la hauteur du bâtiment.

Fixation par attaches métalliques chevillées au support avec rosaces de maintien.

↳ Couverture Etanchéité :

Bacs acier

Etanchéité en bac acier galvanisé de 75 / 100ème d'épaisseur minimum, type NERVOBAC 38 ou HACOERBO 40 SR, ou similaire, pour utilisation en support d'isolation thermique, d'étanchéité et de panneaux photovoltaïque préalablement accepté par ALDI ou IMMALDI.

Costières

Costières métalliques avec isolation incorporée pour les lanterneaux posés sur les chevêtres du lot charpente.

Isolation thermique

Isolation thermique par panneaux de laine de roche à forte masse volumique de type ROCKWOOL (classe de compressibilité : C) d'une épaisseur totale de 160mm minimum (R = 4,10) en deux couches croisées.

Les panneaux sont posés en quinconce et toutes les liaisons avec les parties verticales du bâtiment seront réalisées de façon à ne pas occasionner de pont thermique.

La fixation des panneaux de laine de roche au support bac acier sera réalisée à l'aide d'un attelage ISOLFIX à rupture de pont thermique.

Les panneaux de laine de roche doivent bénéficier d'un avis technique et d'un classement de réaction au feu MO.

↳ **Bardage :**

Obturation entre mur rideau / sous face couverture

Mise en œuvre de :

- Equerré galva 50 x 50 verticalement sur ferme pour recevoir les plateaux de bardage + joint étanchéité à l'air 20 x 3 type LRC Eco de chez Etanco entre cornière et ferme.
- Plateaux de bardage type 90 BS de chez Arcelor horizontalement pour recevoir l'isolation + joint étanchéité à l'air 20 x 3 type LRC Eco de chez Etanco entre plateau et cornière (verticalement) et plateau et lisse dessus mur rideau (horizontalement).
- Closoir cranté mousse PE chez Etanco entre dessus lèvre haute plateau et bac de couverture.
- Isolation laine de roche type Rockbardage ép. 130 mm.

Obturation entre sous face couverture et maçonnerie.

Mise en œuvre de :

- Equerré galva 50 x 50 verticalement sur ferme pour recevoir les plateaux de bardage + joint étanchéité à l'air 20 x 3 type LRC Eco de chez Etanco entre cornière et ferme.
- Plateaux de bardage type 90 BS de chez Arcelor horizontalement pour recevoir l'isolation + joint étanchéité à l'air 20 x 3 type LRC Eco de chez Etanco entre plateau et cornière (verticalement) et plateau et lisse dessus maçonnerie (horizontalement).
- Closoir cranté mousse PE chez Etanco entre dessus lèvre haute plateau et bac de couverture.
- Isolation laine de roche type Rockbardage ép. 130 mm.

Closoir dessus ferme au-dessus mur rideau et isolation.

Mise en œuvre de :

Zed galva dessus bac à dessus ferme + joint étanchéité à l'air 20x3 types IRC Eco de chez Etanco entre bac et zed et entre ferme et zed (à poser en même temps que le bac acier).

Isolation laine de roche type Rockbardage ép. 130 mm.

↳ Bandeau périphérique

Bardage rapporté Trespa Meteon ; Teinte - A 21.5.1 / ST Gris souris ; Système de Fixation par rivets sur ossature métallique TS 700.

Description

Mise en œuvre d'un bardage rapporté ventilé ou d'un vêtage ventilé constitué de panneaux plans à base de résines thermodurcissables renforcées de manière homogène par des fibres de bois ou cellulosiques et fabriqué sous haute pression et à haute température. Les panneaux sont fixés par rivets sur ossature métallique. Ce système est mis en œuvre conformément à un Avis Technique du CSTB 2/10-1397 (Trespa® Meteon® système TS700).

Bardage Trespa double peau en bandeau dessus maçonnerie

Mise en œuvre de :

- Plateaux de bardage type 90 BS de chez Arcelor horizontalement sur chandelles verticales charpentier pour recevoir l'isolation + joint étanchéité à l'air 20x3 type IRC Eco de chez Etanco, entre plateau et lisse contre bardage et plateau et lisse basse (horizontalement) puis entre plateau et chandelles (verticalement).
- Isolation laine de roche type Rockbardage ep 130 mm.
- Pare pluie type Protek'bardage de chez Siplast.
- Ossature secondaire galva tous les 600 mm verticalement sur plateaux de bardage par vis écartement (40mm) type Fastop 5.5x70 + ossature de renfort horizontalement en haut et en bas.
- Panneaux TRESPA ep 10 mm fixation par rivets D16.
- Equerre galva arrière plateau entre dessus lisse basse et plateaux + joint étanchéité à l'air 20x3 type IRC Eco de chez Etanco.

Le magasin disposera également d'un SAS d'entrée vitré, ce qui permet de limiter considérablement les déperditions thermiques.



↳ Eclairage

- Apport d'éclairage naturel

Le nouveau concept ALDI Marché prévoit l'installation d'un mur rideau en façade avant du nouveau bâtiment (côté rue), permettant ainsi de faire entrer la lumière naturelle sur les caisses et l'avant du magasin.

Cet apport est renforcé par la présence de larges surfaces vitrées en façades Sud et Nord du bâtiment, permettant d'éclairer naturellement la surface de vente et les locaux sociaux (cf. photo du magasin de MARQUETTE LEZ LILLE ci-après).



- Eclairage artificiel

Les systèmes d'éclairage intérieur seront équipés de Leds (zone de vente, locaux administratifs et sociaux).

Le système d'allumage de l'éclairage de la surface de vente est réglé de façon à n'éclairer que les parties utilisées et avec une intensité en adéquation avec les besoins. Ainsi, en dehors des périodes d'ouverture du magasin au public (9h00 – 19h), seulement un tiers de la capacité d'éclairage est utilisé.

L'éclairage est réalisé par des appareils équipés de ballasts électroniques, moins énergivores qu'un système de base et d'une durée de vie plus importante. Dans les sanitaires et les vestiaires, des détecteurs de présence couplés à une temporisation sont installés.

↳ Chauffage, climatisation, ventilation

Le nouveau magasin ALDI Marché sera équipé d'un système de chauffage par aérothermes fonctionnant au gaz, programmables à distance et avec destratificateurs d'air (rabbattant la chaleur au sol).

Le système est à haute performance énergétique et spécialement conçu pour la ventilation et le chauffage de grands volumes.

↳ Froid

Les meubles surgelés sont fermés.

Cette situation ne sera pas modifiée par la réalisation du projet.



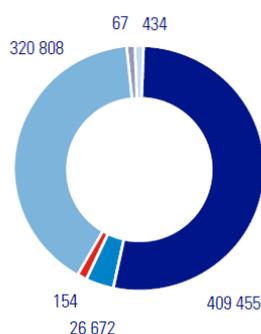
Notre nouveau concept de magasin : des locaux lumineux et économes en énergie

Avec une surface moyenne de 1 000 à 1 200 mètres carrés, les nouveaux magasins d'ALDI Nord offrent beaucoup plus d'espace à nos clients et à nos collaborateurs. Des baies vitrées permettent à la lumière du jour de pénétrer largement et réduisent les besoins en éclairage artificiel. Dans les endroits où celui-ci est toutefois nécessaire, des lampes LED encore plus économes en énergie seront installées dès 2016. En Belgique, le premier magasin à avoir été conçu selon le nouveau concept a ouvert en 2011 à Mariakerke. Les premières ouvertures de magasins conçus selon ce concept ont été planifiées dès 2012 à l'échelle du groupe.

Consommation énergétique

En 2015, nos magasins ont consommé environ 172 kWh d'électricité par mètre carré de surface utile. Cette valeur s'élevait à environ 39 kWh par mètre carré dans nos centres logistiques et les administrations annexes. Une ventilation détaillée de notre consommation par source d'énergie est disponible en page 68.

Consommation d'énergie indirecte



■ Gaz naturel ■ Fuel ■ Biogaz
■ Diesel (y compris groupes électrogènes diesel)
■ Essence ■ Gaz de pétrole liquéfié

Consommation d'énergie directe

Consommation d'énergie directe dans les bâtiments et la logistique, ventilée selon les sources d'énergie (en MWh)¹

La majeure partie de la consommation d'énergie directe est liée à l'utilisation de gaz naturel pour la production de chaleur et à l'utilisation de diesel en tant que carburant en logistique. La consommation totale a légèrement augmenté par rapport à 2014. Cela est notamment lié à une consommation accrue de gaz naturel en raison d'un hiver plus rigoureux dans certains pays ainsi qu'à l'expansion de certains sites.

| | 2014 | 2015 ☺ |
|------------------------------------|---------|---------|
| Belgique / Luxembourg ² | 99 607 | 109 350 |
| Danemark | 18 309 | 19 783 |
| Allemagne | 370 237 | 385 846 |
| France | 142 110 | 144 412 |
| Pays-Bas | 76 905 | 80 119 |
| Pologne | 9 092 | 12 896 |
| Portugal | 989 | 1 013 |
| Espagne | 4 199 | 4 171 |
| Groupe | 721 448 | 757 590 |

¹ Les données reposent partiellement sur des estimations et des extrapolations.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « A propos » page 84).

III. PRODUITS ET EQUIPEMENTS DE CONSTRUCTION ET DE DECORATION UTILISES DANS LE PROJET

Pour la qualité environnementale des principes constructifs, procédés et matériaux de construction mis en œuvre sur le bâtiment, les impacts environnementaux et sanitaires seront maîtrisés et contrôlés.

A ce titre, une évaluation de la qualité environnementale et sanitaire des matériaux sera menée avec pour objectif la mise en œuvre :

- De produits sains pour l'environnement et la santé du personnel et des clients, notamment en ce qui concerne les émissions de Composés Organiques Volatils (COV) dont les Formaldéhydes réémis par les matériaux ;
- De matériaux à valeur ajoutée environnementale en termes d'énergie grise, d'émissions de CO2...

De plus, les colles, peintures, vernis et lasures justifieront d'une marque NF environnement, Ange Bleu, Ecolabel européen, Cygne Blanc ou de toute autre marque environnementale équivalente. Les peintures en phase aqueuse sont à privilégier et les pigments à base de métaux lourds (plomb, cadmium, chrome) sont à proscrire.

Pour les équipements techniques, notamment les installations frigorifiques, l'usage des CFC (chlorofluorocarbures) et des HCFC (hydrochlorofluorocarbures) est actuellement interdit.



Les matériaux utilisés sur le projet bénéficieront de labels environnementaux (NF Environnement, Ecolabel européen ou autres labels écologiques) attestant de leur faible impact sur la santé et l'environnement.

IV. GESTION DES EAUX PLUVIALES ET MESURES PROPRES A LIMITER L'IMPERMEABILISATION DES SOLS

↳ Imperméabilisation du site

La réalisation du projet se fait sur une parcelle déjà bitumée, sans consommation foncière supplémentaire. Elle ne génère donc **aucune imperméabilisation supplémentaire sur le site.**

L'amélioration du paysagement sur le site permettra également d'améliorer sa perméabilité, notamment par les surfaces engazonnées qui permettent l'infiltration des eaux pluviales.

↳ Gestion des eaux pluviales et de ruissellement

Les eaux pluviales et de ruissellement sont captées sur les toitures et à l'aide des avaloirs repartis sur l'ensemble des voiries et des aires dédiées au stationnement.

Après traitement, elles sont dirigées vers un bassin de rétention d'eau puis acheminées vers le réseau public avec un débit de fuite de 2l/sec (ou équivalent à celui imposé par les règlements en vigueur). Un bureau d'étude se chargera de calculer et dimensionner le bassin ainsi que les débits de rejet.

↳ Gestion des eaux usées

Les eaux usées sont récoltées et redirigées vers le réseau d'assainissement public.

↳ Dispositions spécifiques aux magasins

Les magasins sont très peu consommateurs d'eau et il s'agit uniquement des besoins du personnel (installations sanitaires). La consommation est de l'ordre de 50 m3 par an en moyenne. Les installations seront équipées de dispositifs de distribution économes tels que :

- Temporisation sur robinetterie ;
- Réservoir de chasse à faible contenance ;
- Conduites parfaitement étanches et pérennes dans le temps ;
- Système de détection de fuite et limiteur de surpression ;
- Mise en place de clapets anti-retour sur le réseau d'eau pour éviter toute pollution du réseau.

D'autres actions viennent se greffer à cette démarche telle que l'utilisation d'autolaveuses équipées du système ECHO² permettant de nettoyer un magasin sans produits et en économisant 70 % d'eau.



- **Gestion du chantier**

Afin de limiter l'impact de construction du nouveau bâtiment, un pilotage sera mis en place afin de définir et de suivre les efforts demandés tout au long de la phase chantier. Les cibles traitées seront les suivantes :



- Réduction des nuisances pour l'environnement et le voisinage
- Gestion différenciée des déchets de chantier.

Les différents éléments composant la démarche seront intégrés aux documents de consultation des entreprises, aux pièces constitutives des marchés de travaux et revêtiront un caractère contractuel entre les entreprises et le maître d'ouvrage. Le CCAG (Cahier des Clauses Générales Administratives), commun à tous corps d'état, présentera la démarche aux entreprises consultées, les rappels réglementaires et imposera les conditions visant à la remplir telles que :

- Organisation et gestion du tri sélectif à la charge de l'entreprise Gros Œuvre, gestionnaire du compte prorata (compte inter entreprise dédié au fonctionnement du chantier)
- Emploi de matériel bien entretenu (limitation des nuisances sonores et pollutions accidentelles des engins mécaniques)
- Interdiction de brûler sur le chantier, d'abandonner ou d'enfermer des déchets
- Obligation du respect du tri sélectif mis en place (pénalités économiques appliquées dans le cas contraire)
- Respect et maintien en état des abords du chantier
- Formation des personnels du chantier au respect de la démarche
- Récupération des effluents de nettoyage (nettoyage hebdomadaire)
- Nettoyage des voies d'accès au chantier et des camions en sortie de chantier pour limiter les apports de terres sur la voie publique

Le niveau de tri retenu est le suivant (mis en place par le Gros Œuvre) :

- Déchets inertes : 1 benne à gravats
- Déchets industriels banals : 1 benne à bois, métaux, cartons/plastiques
- Déchets ménagers et assimilés : 1 benne pour contenant à déchets type emballage de repas et autres déchets non valorisables.

Une gestion différenciée des déchets issus de la construction sera effectuée sur le chantier par bennes correspondant aux différentes catégories de déchets. Les bennes comportant des déchets « légers » seront bâchées pour éviter l'envol de matériaux.

- **Gestion des déchets d'activité**

Situation actuelle

→ **IDENTIFICATION DES DIFFERENTS TYPES DE DECHETS**

L'exploitation des magasins génère des déchets de diverses natures :

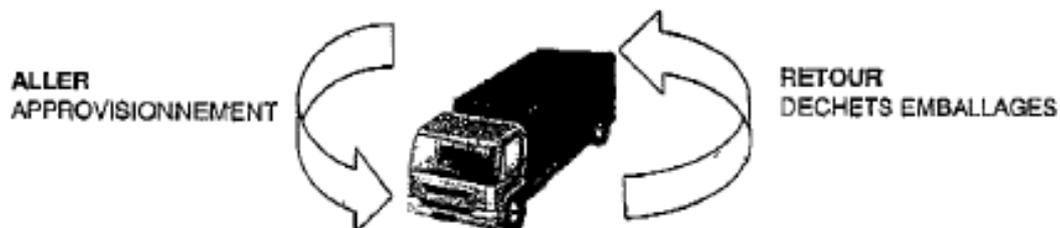
- Déchets d'emballages (cartons, matières plastiques, cagettes, palettes, polystyrènes...);
- Déchets assimilables aux ordures ménagères (déchets déposés par les clients dans les poubelles du parking, les bureaux et locaux sociaux, produits périmés...);
- Déchets d'équipements électriques et électroniques (D3E);
- Piles (collecte à l'usage de la clientèle).

→ **COLLECTE ET TRI**

Dans le magasin ALDI Marché, la presse pour cartons est accessible pour le chargement directement depuis l'espace de réserves.

La société ALDI a mis en place un dispositif de tris multiples pour valoriser et limiter au mieux la production de déchets d'activité du site.

L'ensemble des déchets d'emballages (cartons, plastiques) est trié, compressé avant d'être réacheminé aux entrepôts qui en assurent la valorisation par le biais d'une société prestataire. Ce réacheminement s'effectue en retour de livraisons, ce qui permet aux camions de ne pas repartir à vide.



Les palettes en bois sont consignées et également réacheminées aux entrepôts.

Les déchets assimilables aux ordures ménagères (DIB), peu nombreux, sont stockés dans des containers situés dans un local fermé. Ils sont collectés par le système local de traitement des ordures ménagères. Les bacs sont sortis par le personnel les jours de collecte.

Un récupérateur de piles est à la disposition de la clientèle à l'entrée du magasin. Il est récupéré sur demande par un prestataire spécialisé.

Le magasin collecte également les déchets d'aménagements électriques et électroniques (D3E). Ces déchets sont stockés dans un local fermé dans l'attente d'un volume suffisant pour une prise en charge par un prestataire spécialisé.

Pour la boucherie, il s'ajoute les déchets organiques (notamment les SUIFS ET MOELLE EPINIÈRE). Ils font l'objet d'un stockage réfrigéré dans un local approprié avant enlèvement par une société spécialisée.

Le volume global de déchets générés par l'activité est d'environ 300 l/semaine.

Le site intègre également poubelles sur l'espace de stationnement ainsi qu'un réceptacle de l'association LE RELAIS pour les textiles.



Situation future

La réalisation du projet prévoit l'installation d'un compacteur pour les cartons qui sera installé à côté du quai de livraisons.

Le personnel dépose les déchets cartons par une trappe disponible depuis la réserve, et les déchets sont compactés automatiquement.

Un contrat sera établi avec une société spécialisée qui sera chargée de relever le contenu du compacteur régulièrement, et s'occupera de la valorisation des déchets cartons.



Sacs

Fabriqué de manière durable et respectueuse de l'environnement, le cabas réutilisable complète depuis 2014 notre gamme de sacs à anses, sacs isothermes, sachets de pain et sacs pour fruits et légumes. Il est distribué depuis 2012 au Portugal. En 2015, nous avons vendu plus de six millions de cabas réutilisables dans l'ensemble des pays d'implantation du groupe.

RÉUTILISABLE

Réutilisable et recyclable : le cabas réutilisable est principalement constitué de bouteilles en PET recyclées. Il peut être réutilisé jusqu'à 200 fois.



RECYCLAGE

Le cabas réutilisable permet de transporter plus de 20 bouteilles vides d'1,5 litre en PET pour les déposer dans l'un de nos automates à consigne.

LABEL ÉCOLOGIQUE

Nos sacs standards, vendus dans l'ensemble des pays d'implantation du groupe, sont également fabriqués à partir de matériaux recyclés. Ils portent le label Ange Bleu depuis plus de 15 ans.

VI. NUISANCES GENEREES PAR LE PROJET ET MESURES PROPRES A EN LIMITER L'AMPLEUR

- **Nuisances visuelles et lumineuses**

Installé au sein d'un ensemble commercial existant, le magasin ALDI MARCHE est parfaitement inséré dans le tissu urbain qui l'entoure. En réhabilitant le site, le projet améliore cette situation par une architecture moderne.

En termes de limitations des nuisances visuelles, le bâtiment n'est pas haut et il est séparé des habitations par des haies végétales. Il ne constitue donc aucune nuisance pour les environs, et la réalisation du projet confortera cette situation.

Les enseignes sont apposées strictement sur les emplacements prévus à cet effet, elles seront couplées à une horloge crépusculaire et ne généreront aucune nuisance visuelle excessive pour les environs.

- **Nuisances sonores**

L'exploitation du magasin n'engendre aucune nuisance sonore particulière pour son environnement.

Les livraisons sont actuellement réalisées en façade Nord du bâtiment. Elles seront déplacées en façade Sud pour limiter les nuisances sonores éventuelles pour l'environnement. Les livraisons s'effectuent par ailleurs moteur coupé.

- **Nuisances olfactives**

L'activité du magasin ALDI MARCHE ne génère aucune nuisance olfactive pour son environnement proche.

- **Confort d'usage et qualité sanitaire des espaces**

Dans la continuité de ces dispositifs, afin de renforcer la qualité environnementale du projet, toutes les mesures seront prises pour garantir le confort d'usage :

- L'accessibilité est assurée en tout point de la parcelle, et la signalétique sera adaptée aux déficiences usuelles (places de stationnement réservées à proximité des entrées du magasin, surface de vente de plein pied, cheminements piétons suffisamment larges...).
- En termes d'ergonomie : la simplicité des distributions intérieures et extérieures contribue à faciliter les interventions d'entretien, tout en limitant leur importance : des espaces bien conçus sont logiquement moins susceptibles d'être dégradés. Le choix de matériaux pérennes et d'entretien aisé conforte ce principe.

- **La qualité sanitaire concerne**

- L'air

Les matériaux intérieurs liés à la rénovation du bâtiment seront choisis pour leur faible émissivité en composés organiques volatils (COV), responsables de la dégradation de la qualité de l'air intérieur.

Parmi les critères : peintures et solvants à teneur faible voire nulle en COV, colles classées EMICODE EC1, panneaux dérivés de bois de classe A ou 1...

La ventilation mécanique assure en parallèle un renouvellement suffisant pour assainir l'air. Aucune source de pollution extérieure particulière n'a, par ailleurs, été identifiée.



- L'eau

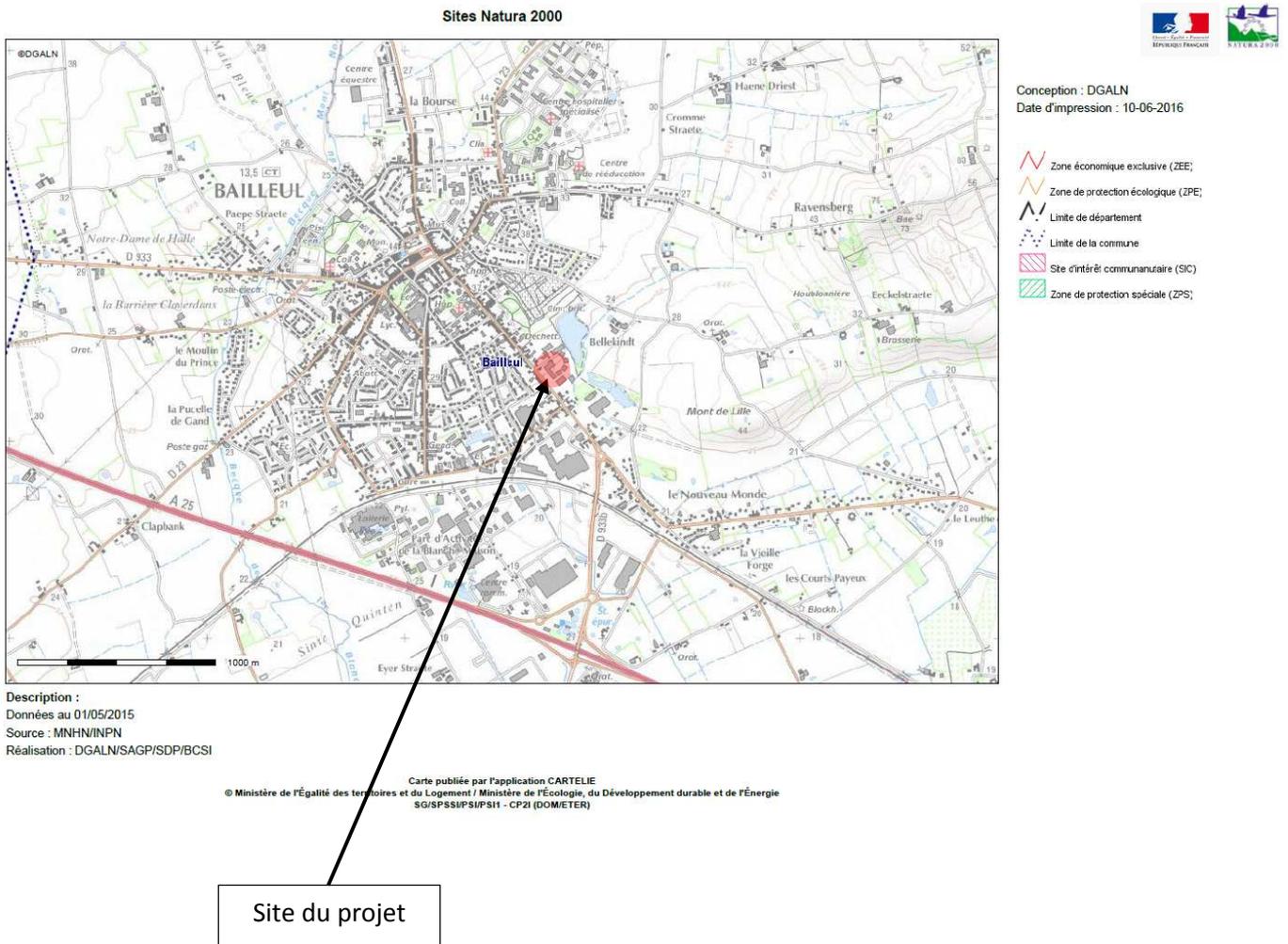
Le cuivre sera privilégié pour l'adduction d'eau potable. Des traitements adéquats (tartre, calcaire) seront mis en place selon les données physiques de l'eau.

VII. ZONES DE PROTECTION DE LA FAUNE ET DE LA FLORE ET MESURES COMPENSATOIRES ENVISAGEES

1. SITE NATURA 2000

(Source : cartelie.application.developpement-durable.gouv.fr)

Le site n'est pas concerné par un périmètre NATURA 2000, comme le montre la carte ci-après.

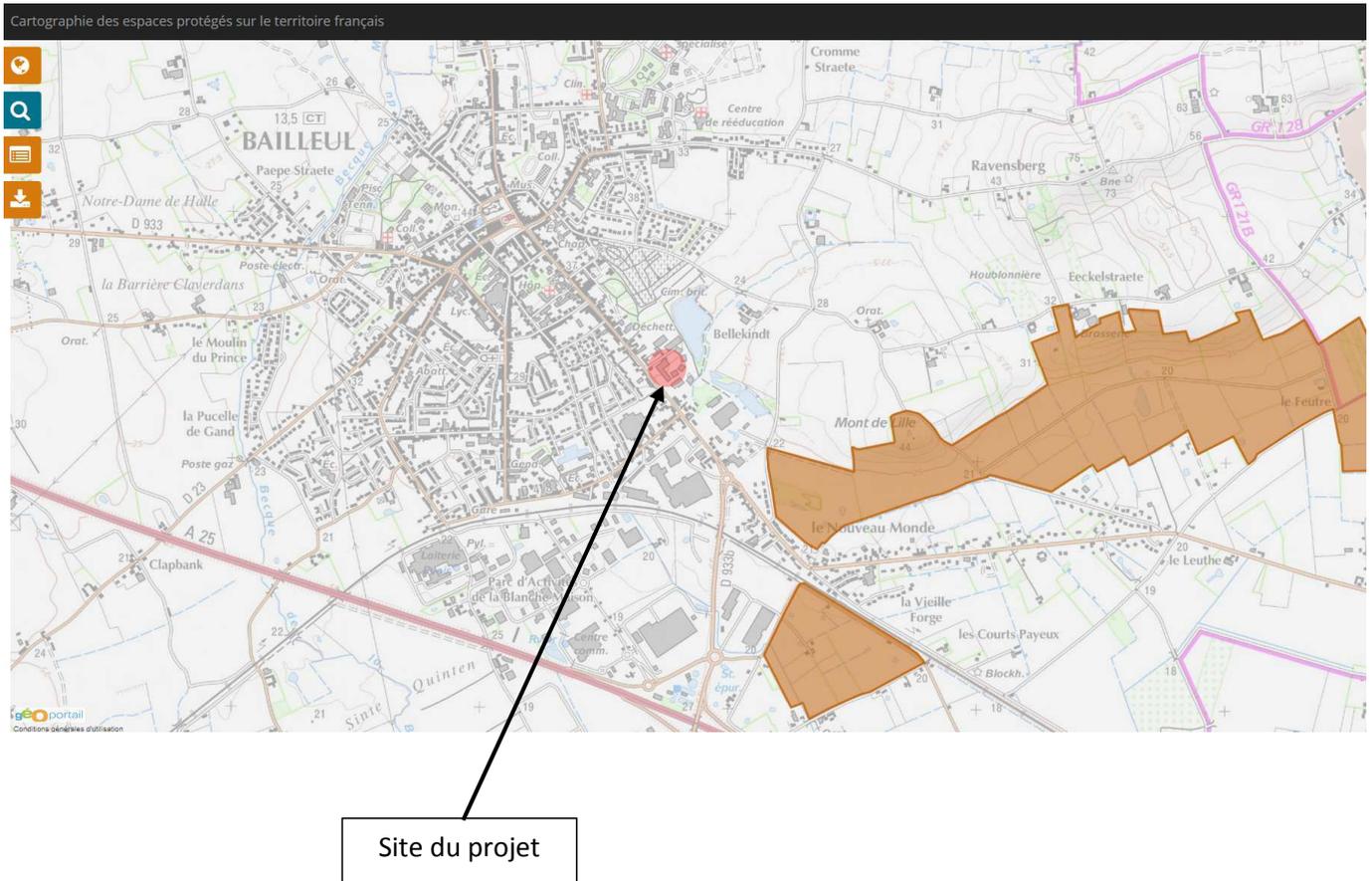


2. PROTECTIONS PARTICULIERES AU TITRE DE LA BIODIVERSITE

(Source : portail INPN - Cartographie des espaces protégés sur le territoire français)

La commune de BAILLEUL est concernée par le périmètre de la ZNIEFF de type 1 « Les prairies bocagères de Bailleul ».

Le site n'est pas concerné par ce périmètre comme le montre la carte ci-après.





EFFETS DU PROJET EN MATIERE DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR

I. DISTANCE PAR RAPPORT AUX PRINCIPALES ZONES D'HABITATION DE LA ZONE DE CHALANDISE

Le tableau ci-après présente la distance du projet par rapport aux cœurs des communes regroupant les principales zones d'habitation de la zone de chalandise (communes de plus de 1 000 habitants au recensement INSEE de la population 2013) :

| | Distance par rapport au site du projet (en km) | Distance par rapport au site du projet (en min) |
|-------------------|--|---|
| Bailleul | 1 | 2 |
| Méteren | 4 | 7 |
| Saint-Jans-Cappel | 4 | 7 |
| Steenwerck | 6 | 8 |

(Source : logiciel Via Michelin)

II. CONTRIBUTION A L'AMELIORATION DU CONFORT D'ACHAT

- **Accès**

S'agissant des accès et comme il a été dit, ceux-ci sont sécurisés et assurent une parfaite protection des visiteurs.

Il y a peu d'interaction entre les véhicules légers et les véhicules lourds, les livraisons étant réalisées en dehors des heures d'ouverture des magasins.

- **Accessibilité pour les personnes à mobilité réduite**

Comme indiqué précédemment dans ce dossier, le projet intègre un cheminement piétonnier reliant l'espace public et l'espace de stationnement à l'entrée du magasin ALDI. Ces conditions d'accès sont adaptées aux personnes à mobilité réduite.

De même, l'aménagement intérieur est prévu pour assurer le déplacement des personnes handicapées.

La conformité des installations sanitaires PMR sera réalisée en conformité avec la réglementation, et leur ouverture sera par ailleurs soumise à l'approbation des services compétents.

Les personnes à mobilité réduite disposeront de quatre places réservées en façade avant du magasin, à proximité de l'entrée.

- **Service à la clientèle**

Les magasins « ALDI » permettent à **des clients de toutes conditions**, d'accéder à des produits d'un très bon rapport qualité-prix.

Les économies réalisées permettent aux consommateurs d'augmenter leur pouvoir d'achat, et de le consacrer à d'autres dépenses.

De plus, chaque magasin « ALDI » apporte à la clientèle un maximum de confort.

Les places de stationnement sont **nombreuses** et toutes situées à forte proximité de l'entrée du magasin.

Les caddies sont immédiatement **disponibles**. Ils sont protégés sous un auvent et ne sont jamais exposés à la pluie.

Le personnel du magasin est très disponible et renseigne la clientèle **sur simple demande**. Les rayons du magasin sont réapprovisionnés en permanence pour éviter les ruptures.

En matière de qualité, ALDI apporte à sa clientèle la meilleure des garanties. Lorsqu'un client n'est pas satisfait de la qualité d'un produit, il peut le rapporter sans autre justification. Il est alors remboursé de son achat, sans aucune discussion.

S'agissant des produits proposés en magasin, l'un des points forts de l'entreprise est en fait de développer un partenariat étroit et suivi avec ses fournisseurs, souvent régionaux et selon des cahiers des charges de qualité très précis.

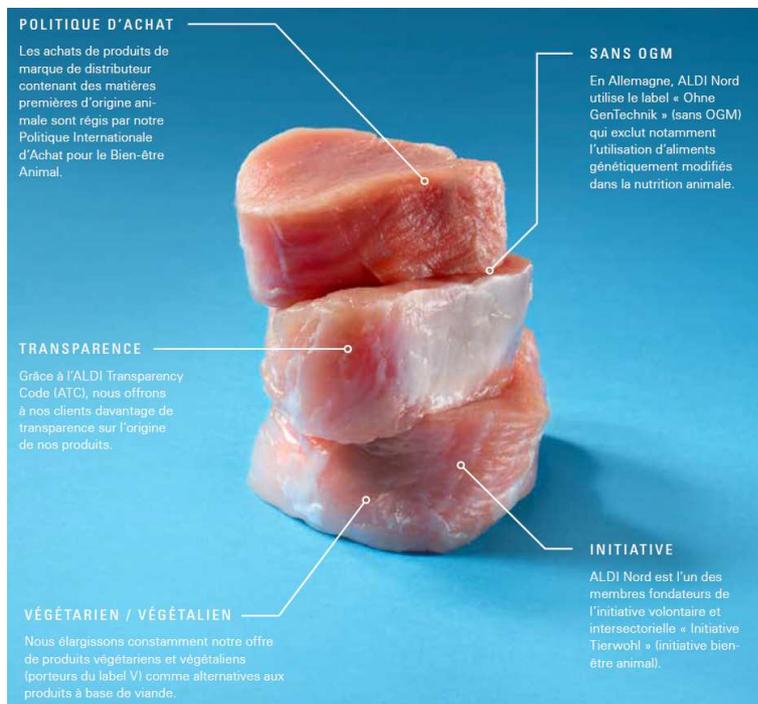
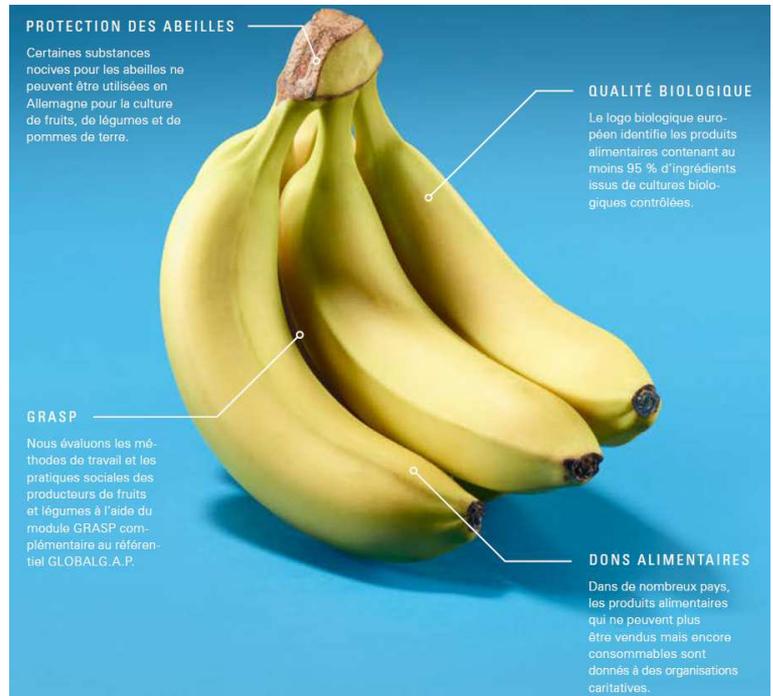
Avec un nouveau moderne et plus accueillant, l'enseigne améliorera le service rendu à sa clientèle à tous points de vue.

- **Produits**

« Nos produits sont fabriqués presque exclusivement pour le groupe ALDI Nord : ce sont nos marques de distributeur. Nous disposons d'une influence déterminante sur leur conception et leur production et sommes donc en mesure d'y appliquer directement les principes de durabilité.

Fruits et légumes

Chaque magasin du groupe ALDI Nord propose en moyenne 80 fruits et légumes à ses clients, dont un nombre croissant est porteur du label biologique européen, Fairtrade ou Vérifié Rainforest Alliance™. Nous complétons notre assortiment standard en fonction des saisons en y ajoutant par exemple des asperges au printemps ou des potirons en automne. Nous encourageons nos clients à adopter un mode de vie équilibré grâce à des idées de recettes.

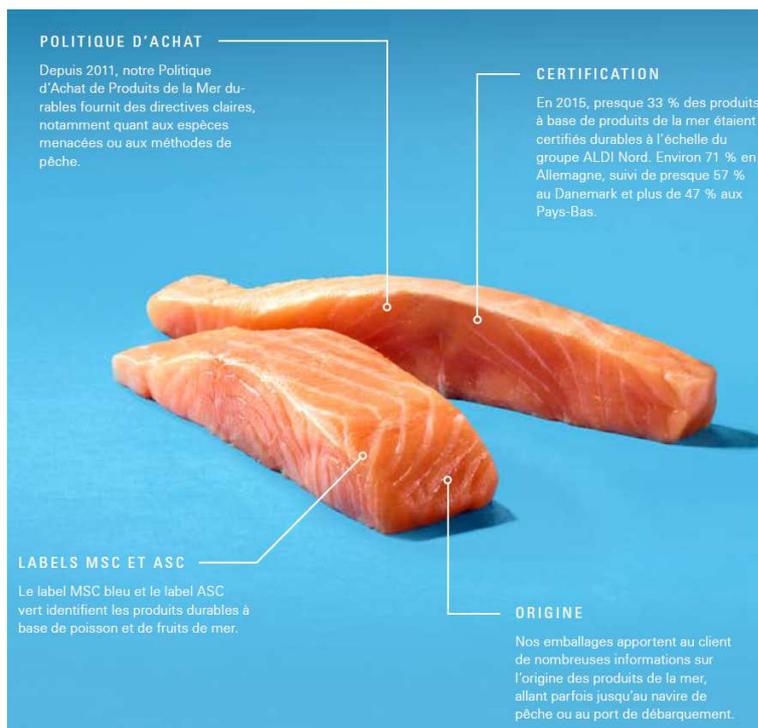


Viande

Chez ALDI Nord, les clients bénéficient d'un large assortiment d'articles de viande : des produits classiques et populaires tels que les blancs de poulet, le filet de porc ou la charcuterie, mais aussi des produits saisonniers tels que les grillades en été. Nous proposons par ailleurs un nombre croissant d'alternatives végétariennes ou végétaliennes. »

Café

Espresso, café moulu ou en grains : avec les marques Markus et Moreno, nous proposons à nos clients une grande variété de cafés, y compris biologiques et équitables dans de nombreux pays. Nous utilisons des variétés de café de grande qualité dont un nombre croissant provient de sources certifiées ou vérifiées durables.



Poisson

Nous proposons un large assortiment de produits à base de poisson et de fruits de mer : outre les produits traditionnels tels que les bâtonnets et filets de poisson, chez ALDI Nord les clients peuvent également acheter du saumon fumé, des sushis ou encore des crevettes issues de l'agriculture biologique.

Nous développons notre assortiment de poissons frais, notamment en Allemagne, en Belgique, au Danemark, en Espagne, en France et en Pologne.

POLITIQUE D'ACHAT
Politique Internationale d'Achat de Cacao : nous nous engageons à certifier 100 % de nos produits de marque de distributeur à base de cacao d'ici la fin de l'année 2017.

CERTIFICATION UTZ
UTZ est l'un des principaux programmes de durabilité pour le cacao, le café et le thé. « UTZ » signifie « bon » en langue maya.

MARQUE FAIR
Le chocolat FAIR est disponible dans plusieurs pays. FAIR est notre marque de distributeur pour les produits porteurs du label Fairtrade.

INITIATIVE
Avec nos partenaires, nous nous engageons pour une culture durable du cacao et pour la transparence dans la chaîne d'approvisionnement par le biais du Forum allemand pour le cacao durable (FNK).

Cacao

Le cacao est présent dans de nombreux produits d'ALDI Nord : tels que le chocolat ou la pâte à tartiner, mais il s'agit aussi d'un ingrédient important dans la fabrication de confiseries, de glaces, de céréales ou de biscuits. Les produits à base de cacao font également partie intégrante de notre assortiment de produits ponctuels, qu'ils se présentent sous la forme de pères Noël ou de lapins de Pâques en chocolat. Une part croissante de notre cacao provient de sources certifiées.

Bois, carton et papier

Le bois, le carton et le papier sont employés dans de nombreux produits : des mouchoirs aux rouleaux de papier absorbant, en passant par les crayons de couleur et le mobilier de jardin. Nous utilisons également le carton pour les emballages et le transport de nos produits et nous employons du papier dans nos bureaux et pour nos supports promotionnels, comme par exemple notre tract ALDI Infos. »

CERTIFICATION
En 2015, plus de 41 % des produits achetés étaient certifiés FSC® ou PEFC.

LABEL FSC®
Le label FSC® identifie les produits à base de bois issus de forêts gérées de manière responsable.

SÉLECTION DES PRODUITS
En 2017, nous publierons une Politique Internationale d'Achat pour le Bois, le Carton et le Papier qui s'appliquera à l'ensemble du groupe.

III. MESURES PROPRES A VALORISER LES FILIERES DE PRODUCTION LOCALES ET PARTENARIATS LOCAUX

Producteurs locaux

Vous trouverez ci-après la liste des nombreux producteurs locaux avec lesquels l'enseigne ALDI Marché travaille dans la région NORD PAS DE CALAIS :

| | | |
|------------------------------------|------------------------|---|
| ASSEMAN DEPREZ | MERVILLE | Pois cassés, Haricots blancs, Lentilles |
| BELL BONDUELLE EUROPE LONG LIFE | VILLENEUVE D'ASCQ | Macédoine, garnitures légumes, maïs doux x3, salsifis, bocal pois carotte |
| BRASSERIE ST OMER | ST OMER | Bière boîte 33cl, bière boîte 50cl, bière 10x25cl, bière spéciale 6x25cl, bière ambrée x6, bière blonde x24 |
| CERELIA | LIEVIN | Pâte feuilletée pur beurre, pâte brisée, pâte à pizza, pâte feuilletée |
| CHARLET | BOIS GRENIER | Navets, Pots au feu, Carottes |
| CHARLET BAZON | BOIS GRENIER | Oignons, échalotes, céleri, poireaux |
| CHOCMOD | RONCQ | Guimauves chocolat Pâques |
| COMPAGNIE FRUITIERE | BOIS GRENIER | Bananes |
| COVINOR | RAISMES | Vinaigrette, sauce crudités |
| DELPIERRE | HESDIN L'ABBE | Salades de thon |
| DESOBRY | MARCQ EN BAROEUL | Assortiment de biscuits |
| ELLIPSE | ROUBAIX | Brosses à dents à piles, brossettes, rasoirs jetables |
| FERME DE LA GONTIERE | COMINES | Champignons |
| FRUIDOR TERROIRS | LOMME | Fruits et Légumes |
| JEAN CABY | ST ANDRE | Saucisses de Strasbourg, knacks de volaille |
| JEAN CARTON | WARHEM | Œufs x10, œufs x30 |
| LE CENTURION | LIBERCOURT | Mimolette extra vieille |
| LES BRASSEURS DE GAYANT | DOUAI | Bière blonde d'abbaye 75cl |
| LOYEZ WOESSEN | PHALEMPIN | Beurre moule doux 500g, beurre moule 1/2 sel 500g, beurre doux 250g, beurre 1/5 sel 250g |
| MARINE HARVEST | BOULOGNE/MER | Filets de saumon, dos de cabillaud |
| MC CAIN | HARNES | Wedges |
| MENISSEZ | MAUBEUGE | Pain précuit, baguette précuite, pains cuits en magasin |
| NICOLS | BERTRY | Désodorisant mèche, blocs WC |
| PERSYN | MONTIGNY EN GOHELLE | Coupes glacées |
| PIDY | HALLUIN | Bouchées à garnir |
| SARBEC | NEUVILLE EN FERRAIN | Shampooing douche enfant, lingettes ménagères |
| SOUFFLET ALIMENTAIRE | VALENCIENNES | Riz long étuvé, riz étuvé x5, riz basmati |
| SOUP'IDEALE | ARRAS | Soupes |
| SOURCE ROXANE | PERENCHIES | Eau de source 2 litres Mérignies |

| | | |
|-----------------|--------------------------|---|
| UNITED PET FOOD | WIMILLE | Croquettes chat 2kg, croquettes chien 4kg |
| VANDEPUTTE | RONCQ | Liquide vaisselle 500ml, nettoyant ménager 1,25l, super dégraissant 1l, spray désinfectant, lessive liquide 3l 40 lavages, lessive liquide 3l Marseille |
| VARRAS | SAULTY | Pommes, poires, pdt sous vide, betteraves rouges |
| VERPOM | ST SYLVESTRE CAPPELLE | Pommes de terre |
| VERQUIN | TOURCOING | Pâtes à mâcher, caramels croquants |

La démolition du bâtiment actuel, la reconstruction du nouveau magasin et l'aménagement des espaces extérieurs représentent un lourd chantier confié en priorité à des entreprises locales ou régionales.

Ci-après la liste des entreprises consultées régulièrement par l'enseigne ALDI pour la construction de ses magasins :

| FAUX-PLAFONDS | |
|---|--------------------------------|
| SAPISO | 62 - COURCELLES LES LENS |
| SERRURERIE | |
| FERMEUROP | 60 - MOUY |
| DAMETAL - Jorge DA SILVA | 59 - LOMME |
| GERARD DENEUVILLE - Frédéric FERLIN | 62 - SAINT NICOLAS LES ARRAS |
| MENUISERIES ALU MIROITERIE | |
| MIROITERIE BOCAERT | 62 - ANNEZIN |
| GERARD DENEUVILLE - Frédéric FERLIN | 62 - SAINT NICOLAS LES ARRAS |
| PLOMBERIE CHAUFFAGE | |
| SETEB | 59 - DOUAI |
| NESTIER - Christian BECQUART | 62 - MAZINGHEM |
| J.BELEC - Mr JACQUEMARS | 08 - RETHEL |
| ELECTRICITE | |
| TEG - Mrs LEMAIRE ou BEUGNETTE | 57 - MARLY |
| ROMELEC - Mr ROMAGNELO | 59 - INCHY EN CAMBRAIS |
| POUCHAIN - Philippe COISNE | 59 - LA CHAPELLE D'ARMENTIERES |
| ETS BERTIN ELECTRICITE - Mr LOGIA | 59 - CAMBRAI |
| Groupe FAUCHE - Christian VALET | 59 - LESQUIN |
| MENUISERIES BOIS / PLATRERIE - CLOISON - DOUBLAGES | |
| SARL ROOS - Michel ROOS | 62 - FREVIN CAPELLE |
| SOBATNORD - Fabien LEROY | 59 - DOUAI |
| BER - Mr RUTECKI | 59 - VILLENEUVE D'ASCQ |
| PEINTURES | |
| Lermytte | 62 - MAZINGHEM |
| LETRAM - Jean-Marie BECOURT | 62 - SAINT NICOLAS LES ARRAS |
| CAMELEON - Phippe TRUBERT | 59 - LA NEUVILLE |

| PEINTURES | |
|---|---------------------------|
| BER - Mr RUTECKI | 59 - VILLENEUVE D'ASCQ |
| ALARME | |
| NORD PROTECTION - Philippe GROLEZ | 62 - FRESNE LES MONTAUBAN |
| FRIGORISTE | |
| THELIA - Jerome GOETZ | 59 - FLERS EN ESCREBIEUX |
| JOHSON CONTROLS - Sébastien DEREGNAUCOURT | 59 - VILLENEUVE D'ASCQ |

Par ailleurs, l'exploitation courante des magasins nécessite également l'intervention d'entreprises artisanales locales qui assurent les services traditionnels :

- ✓ Entretien des bâtiments ;
- ✓ Chauffage climatisation entretien électrique ;
- ✓ Nettoyage ;
- ✓ Entretien des espaces verts ;
- ✓ Gardiennage ;
- ✓ Etc.

Stagiaires

L'enseigne ALDI Marché travaille également avec des centres de formation de la région pour recruter ses salariés sous contrats en alternance :

- SIADEP (CCI de Lens), rue Marcel Sembat à LENS (62)
- CEPRECO (CCI de Lille), rue André Chenier à ROUBAIX (59)
- CFA (Saint-Omer) AGF CPS, Z.I du Brockus à SAINT OMER (62)

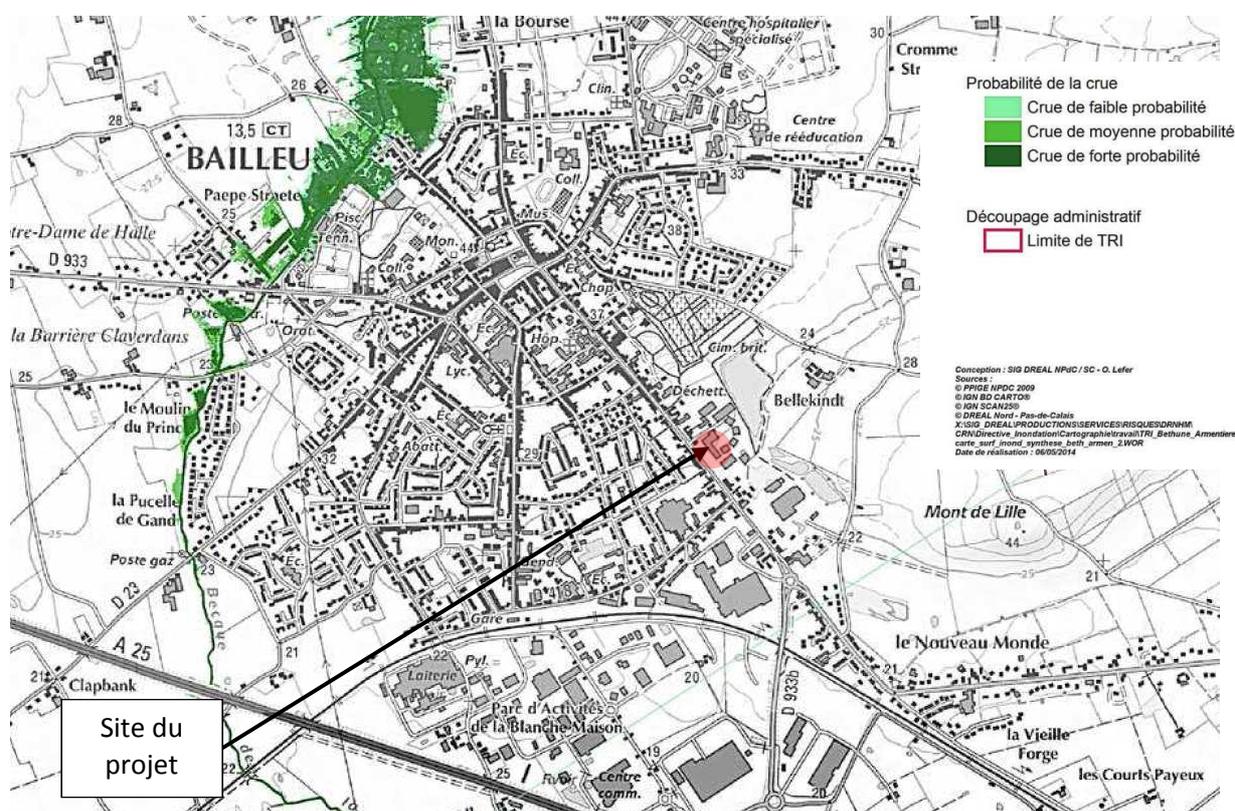
IV. SITUATION EN TERMES DE RISQUES NATURELS, TECHNOLOGIQUES OU MINIER

(Source : INPN - portail internet de la préfecture du Nord)

La commune de BAILLEUL Est concernée par le périmètre d'un Plan de Prévention des Risques Inondation au titre des catastrophes naturelles, prescrit le 13 février 2001 pour l'aléa « Inondation ».

Comme indiqué dans la fiche synthétique ci-après, « aucune cartographie n'est disponible, les études d'élaboration du plan de prévention des risques d'inondation pris au titre des catastrophes naturelles le 13 février 2001, n'ayant pas été entreprises ».

La commune de BAILLEUL fait également partie du Territoire à Risque Important (TRI) de Béthune-Armentières dans le cadre de la directive Inondation. Le site du projet n'est pas concerné par ce périmètre, comme le montre la carte ci-après (source : DREAL)



Par ailleurs, la commune est située dans une zone de sismicité faible.



code postal : 59270

Commune de BAILLEUL

code Insee : 59043

www.nord.gouv.fr

Fiche communale d'informations sur les risques naturels, miniers et technologiques

pour l'application des I, II de l'article L 125-5 du Code de l'environnement

1. Fiche communale annexée à l'arrêté préfectoral

n° du mis à jour le

servitudes

2. Situation de la commune au regard d'un ou plusieurs plans de prévention de risques [PPR]

2.1 La commune est située dans le périmètre d'un PPR naturels miniers technologiques non PPR inondation au titre des catastrophes naturelles date aléa

Les documents de référence mentionnés à l'article R125-24 du Code de l'environnement sont :

consultable sur Internet ? consultable sur Internet ? consultable sur Internet ?

Le règlement de ce PPR intègre des prescriptions de travaux

oui non 2.2 La commune est située dans le périmètre d'un PPR naturels miniers technologiques non date aléa

Les documents de référence mentionnés à l'article R125-24 du Code de l'environnement sont :

consultable sur Internet ? consultable sur Internet ? consultable sur Internet ?

Le règlement de ce PPR intègre des prescriptions de travaux

oui non 2.3 La commune est située dans le périmètre d'un PPR naturels miniers technologiques non date aléa

Les documents de référence mentionnés à l'article R125-24 du Code de l'environnement sont :

consultable sur Internet ? consultable sur Internet ? consultable sur Internet ?

Le règlement de ce PPR intègre des prescriptions de travaux

oui non 2.4 La commune est située dans le périmètre d'un PPR naturels miniers technologiques non date aléa

Les documents de référence mentionnés à l'article R125-24 du Code de l'environnement sont :

consultable sur Internet ? consultable sur Internet ? consultable sur Internet ?

Le règlement de ce PPR intègre des prescriptions de travaux

oui non

3. Situation de la commune au regard du zonage réglementaire pour la prise en compte de la sismicité

en application de l'article R 563-4 du code de l'environnement.

La commune est située dans une zone de sismicité

| | | | | |
|--------|---------|---------|----------|-------------|
| Forte | Moyenne | Modérée | Faible | Très faible |
| zone 5 | zone 4 | zone 3 | zone 2 X | Zone 1* |

* Il n'existe aucune obligation réglementaire pour le niveau 1 de sismicité

Le document de référence mentionné à l'article R125-24 du Code de l'environnement est :

Article D 563-8-1 du Code de l'environnement sur la répartition des communes entre les cinq zones de sismicité
<https://www.legifrance.gouv.fr/>

consultable sur Internet :

pièces jointes

4. Cartographie

extraits de documents ou de dossiers permettant la localisation des immeubles au regard des risques encourus en application de l'article R125-26 du Code de l'environnement

- a) aucune cartographie n'est disponible, les études d'élaboration du plan de prévention des risques d'inondation pris au titre des catastrophes naturelles le 13 février 2001, n'ayant pas été entreprises.
- b) Les cartographies de l'aléa et des risques réalisées, dans le cadre de la Directive Inondation, à l'échelle du Territoire à Risque Important (TRI) de Béthune-Armentières dont la commune fait partie, sont consultables sur Internet :
<http://www.nord-pas-de-calais.developpement-durable.gouv.fr/?Directive-Inondation-5230>

5. Arrêtés portant ou ayant porté reconnaissance de l'état de catastrophe naturelle ou technologique à la date de l'édition de la présente fiche communale

! La liste actualisée des arrêtés est consultable sur le site portail www.prim.net dans la rubrique : Ma commune face aux risques

catastrophes naturelles

nombre

catastrophes technologiques

nombre

Le préfet du Nord

site *
www.nord.gouv.fr

EFFETS DU PROJET EN MATIERE SOCIALE

I. SUR LE COMMERCE DE CENTRE-VILLE

Les magasins ALDI proposent une offre de produits très sélectionnés et très majoritairement dans les domaines de l'épicerie, des liquides et du DPH (droguerie Parfumerie Hygiène).

Les rayons frais sont limités et l'offre est présentée le plus souvent sous forme préemballée.

Il en résulte que cette offre est fortement complémentaire du commerce traditionnel – boulangerie, boucherie, crèmerie, fruits et légumes – dont le positionnement est précisément de proposer des produits ultra frais.

Pour cette raison, l'enseigne ALDI Marché est régulièrement sollicitée par des collectivités qui souhaitent dynamiser un quartier ou un centre bourg et l'implantation d'ALDI permet d'accueillir ou de conforter des commerces complémentaires soit sur le site lui-même lorsque le foncier le permet, soit à proximité.

Dans ces conditions, ALDI Marché est peu concurrent des commerces du centre de BAILLEUL. L'enseigne permet au contraire, au cœur du tissu urbain et à proximité de l'hyper-centre, de conforter l'attractivité commerciale du secteur et de la commune dans son ensemble.

II. SUR L'EMPLOI

1. EMPLOIS DIRECTS CREES

Actuellement, le magasin ALDI Marché emploie 5 personnes en contrat à durée indéterminée.

Avec la réalisation du projet, **3 emplois supplémentaires seront créés**, également en contrat à durée indéterminée.

Il faut utilement signaler que ces emplois sont :

- De proximité. L'enseigne ALDI Marché souhaite systématiquement embaucher des personnels qui résident sur le territoire, au plus proche de leur lieu de travail (ce qui simplifie la vie des salariés comme celle de l'entreprise) ;
- Qualifiants. Les métiers du commerce sont ouverts aux candidats qui n'ont pas forcément un haut niveau de qualification et qui peuvent ensuite apprendre un véritable métier, dans un secteur qui embauche en toutes circonstances ;
- Non délocalisables. Les emplois créés par le commerce sont pérennes et non transférables hors du territoire national.

Les emplois du magasin ALDI Marché s'ajoutent aux autres emplois déjà existants sur le site.

2. CONDITIONS DE TRAVAIL DU PERSONNEL

La réalisation du projet améliorera considérablement les conditions de travail du personnel, qui attend sa réalisation avec impatience :

- Surface d'exposition mieux organisée comportant des linéaires neufs et modernes facilitant les conditions de réapprovisionnement des rayons ;
- Installations logistiques (quai, réserve, matériels...) neuves et fonctionnelles ;
- Locaux administratifs et sociaux modernisés. Chaque magasin ALDI comporte, en plus de la surface de vente et des réserves, un local très bien aménagé (cuisine, sanitaires, vestiaire) réservé au personnel ainsi qu'un bureau pour le responsable du magasin.



3. FORMATION

En matière de formation, la politique de recrutement d'ALDI privilégie l'embauche de jeunes salariés peu qualifiés dont la formation est assurée par l'entreprise. Signe de fidélité à l'entreprise, ALDI est l'une des enseignes de la distribution qui conserve le plus facilement son personnel. La promotion interne joue à plein, et offre de réelles opportunités d'évolution aux salariés.

25 % des hôtesses de caisse sont promues assistantes chef de magasin, puis chef de magasin. Ces dernier(e)s ont ensuite la possibilité d'accéder à différentes fonctions d'encadrement et de responsabilités.

4. ACCORDS AVEC LES SERVICES LOCAUX CHARGES DE L'EMPLOI

Les recrutements seront toujours menés en concertation avec les collectivités locales et le Pôle Emploi concerné.

5. POLITIQUE SALARIALE ALDI

Nos collaborateurs sont la base de notre succès

Plus de 58 000 collaborateurs contribuent de façon décisive au succès durable du groupe ALDI Nord. La simplicité des structures et la clarté des responsabilités caractérisent notre travail. Nos actions sont axées sur la performance et nous mettons l'accent sur une démarche sincère, collaborative et respectueuse. Cette estime que nous portons à nos collaborateurs est ancrée dans notre modèle d'entreprise « De véritables commerçants » et dans notre Politique RSE (Simplement responsable) et fait partie intégrante de notre système de management.

A l'avenir, ALDI Nord poursuivra sur la voie du succès, et ce, conjointement avec ses collaborateurs. Nous devons pour ce faire recruter les meilleurs talents, fidéliser durablement les collaborateurs et renforcer leur identification à l'entreprise. En effet, ils doivent être fiers de travailler chez ALDI Nord.

Plus de flexibilité grâce à une organisation décentralisée

La responsabilité des questions liées au personnel est ancrée de manière décentralisée dans l'ensemble des sociétés d'ALDI Nord : celles-ci élaborent leurs propres mesures en matière de personnel. Les principes et le modèle de management qui en découle constituent une base commune. Cette structure organisationnelle permet d'adapter les mesures aux particularités locales du marché du travail.

Nous valorisons le travail

Les collaborateurs d'ALDI Nord sont rémunérés de façon juste et adaptée au travail réalisé. Au sein du groupe, les femmes et les hommes perçoivent évidemment la même rémunération pour un même travail.

Les apprentis d'ALDI Nord figurent parmi les meilleurs du secteur

L'apprentissage constitue un élément important pour assurer l'avenir du groupe : avec environ 2 000 apprentis, les sociétés régionales allemandes comptent parmi les entreprises qui forment le plus d'apprentis dans le secteur du commerce de détail en Allemagne ; en 2015, le groupe accueillait environ 2 300 apprentis. 74 % des apprentis allemands ont été embauchés par le groupe ALDI Nord en 2015. D'autres pays d'implantation du groupe proposent des programmes d'apprentissage ou des offres similaires, par exemple le Danemark, l'Espagne, la France, les Pays-Bas.

Nombre d'apprentis et d'étudiants en alternance

Nombre d'apprentis et d'étudiants en alternance au jour de référence le 31/12

Le modèle de formation appliqué en Allemagne n'est pas utilisé dans tous les pays. Les données relatives au nombre d'apprentis sont donc limitées à l'Allemagne, au Danemark et à la France. Le système utilisé aux Pays-Bas et en Espagne n'est pas pris en compte pour l'établissement des indicateurs puisque les modèles de formation ne sont pas identiques. En Allemagne, nous proposons en outre des formations en alternance.

| | 2014 | | 2015 | |
|-----------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------|
| | Apprentis | Étudiants en alternance | Apprentis | Étudiants en alternance |
| Danemark | 54 | – | 53 | – |
| Allemagne | 2 330 | 117 | 2 014 | 92 |
| France | 187 | – | 241 | – |
| Total | 2 571 | 117 | 2 308 | 92 |



Dans ce projet, nos nouvelles recrues acquièrent toutes les compétences et expériences nécessaires.

Un magasin ALDI géré par des apprentis

Chez ALDI Nord, les formations se caractérisent par l'importance accordée à la pratique et la précocité de la prise de responsabilités. Depuis 2014 en Allemagne, dans le cadre du projet « Un magasin ALDI aux mains des apprentis », les apprentis occupent des postes à responsabilités dès leur intégration à l'« ALDI Azubi Camp ». Pendant deux semaines, une équipe composée d'apprentis en troisième année d'apprentissage prend en charge la direction et l'exploitation d'un magasin d'ALDI Nord dans son ensemble, et ce, de la réception des marchandises jusqu'à la caisse, en passant par la présentation, la vente, la gestion du personnel et les conseils à la clientèle. Les apprentis changent de poste quotidiennement et occupent l'ensemble des positions existantes. Des instructeurs expérimentés les accompagnent.

Ce projet offre très tôt aux apprentis un aperçu des perspectives professionnelles et développe leur sens des responsabilités et du management. Les défis communs renforcent en outre l'esprit d'équipe. Au Danemark, les apprentis ont également la possibilité de prendre en charge la direction d'un magasin pendant une semaine.

« Ce projet permet à nos apprentis de mettre en pratique leurs connaissances théoriques et ainsi d'identifier leurs qualités personnelles. »

Reinhard Giese, Directeur de la société de Herten.