



**Demande de  
mise en œuvre d'une procédure d'aménagement du  
territoire pour le projet « Extension du Fashion Ou-  
tlet de Zweibrücken »**

conformément à l'article 15 de la loi sur l'aménagement du territoire (ROG)  
en lien avec l'article 17 de la loi sur l'aménagement du territoire (LPIG)

VIA Outlets Zweibrücken B.V.  
Coolsingel 61, 7e étage (à droite)  
NL-3012 AB Rotterdam  
Pays-Bas

Résumé du 14.09.2021

## TABLE DES MATIERES

<b>I. OBJET DE LA DEMANDE ET DEMANDEUR .....</b>	<b>3</b>
1 Objet de la demande .....	3
2 Nécessité d'une procédure de planification régionale .....	5
<b>II. DISPOSITIONS PREVUES DANS LE PLAN DE DEVELOPPEMENT .....</b>	<b>5</b>
<b>III. APERÇU DES PRINCIPAUX SITES ALTERNATIFS EXAMINES PAR LE DEVELOPPEUR DE LA PLANIFICATION OU DE LA MESURE ET DES PRINCIPALES RAISONS DE LEUR SELECTION .....</b>	<b>7</b>
<b>IV. SPECIFICATIONS DE PLANIFICATION .....</b>	<b>8</b>
<b>V. DESCRIPTION DE L'IMPACT DU PROJET SUR LE DEVELOPPEMENT SPATIAL ET DE L'HABITAT DE LA ZONE ET DESCRIPTION DES AUTRES EFFETS SIGNIFICATIFS SUR L'HABITAT ET LES INFRASTRUCTURES ...</b>	<b>9</b>
1 Incidences sur les transports.....	9
2 Impact sur le commerce de détail.....	10
2.1 Zone d'attraction et potentiel de population .....	11
2.2 Pouvoir d'achat.....	13
2.3 Chiffre d'affaires prévu et source du chiffre d'affaires de la ZFO.....	13
2.4 Mouvements du pouvoir d'achat .....	14
2.5 Effets possibles de l'extension prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken sur certains lieux centraux de la zone de chalandise de proximité (zone I).....	17
2.6 Effets possibles de l'extension prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken sur certains sites centraux de la zone de chalandise moyenne (zone II).....	17
2.7 Effets sur la structure de l'emplacement central.....	17
2.8 Effets sur l'approvisionnement local.....	18
2.9 Effets possibles en fonction des couloirs de surface de vente maximale dans les différentes gammes de produits. ....	18
3 Effets économiques et touristiques régionaux .....	18
4 Autres effets significatifs du projet sur les établissements humains et les infrastructures.....	19
5 Évaluation sommaire du plan proposé au regard des objectifs et des principes de l'aménagement du territoire.....	19
<b>VI. RESUME GENERALEMENT COMPREHENSIBLE.....</b>	<b>21</b>
1 Résumé des effets sur la structure spatiale et de peuplement.....	21
2 Résumé des incidences sur l'environnement .....	23
3 Conclusion générale .....	24

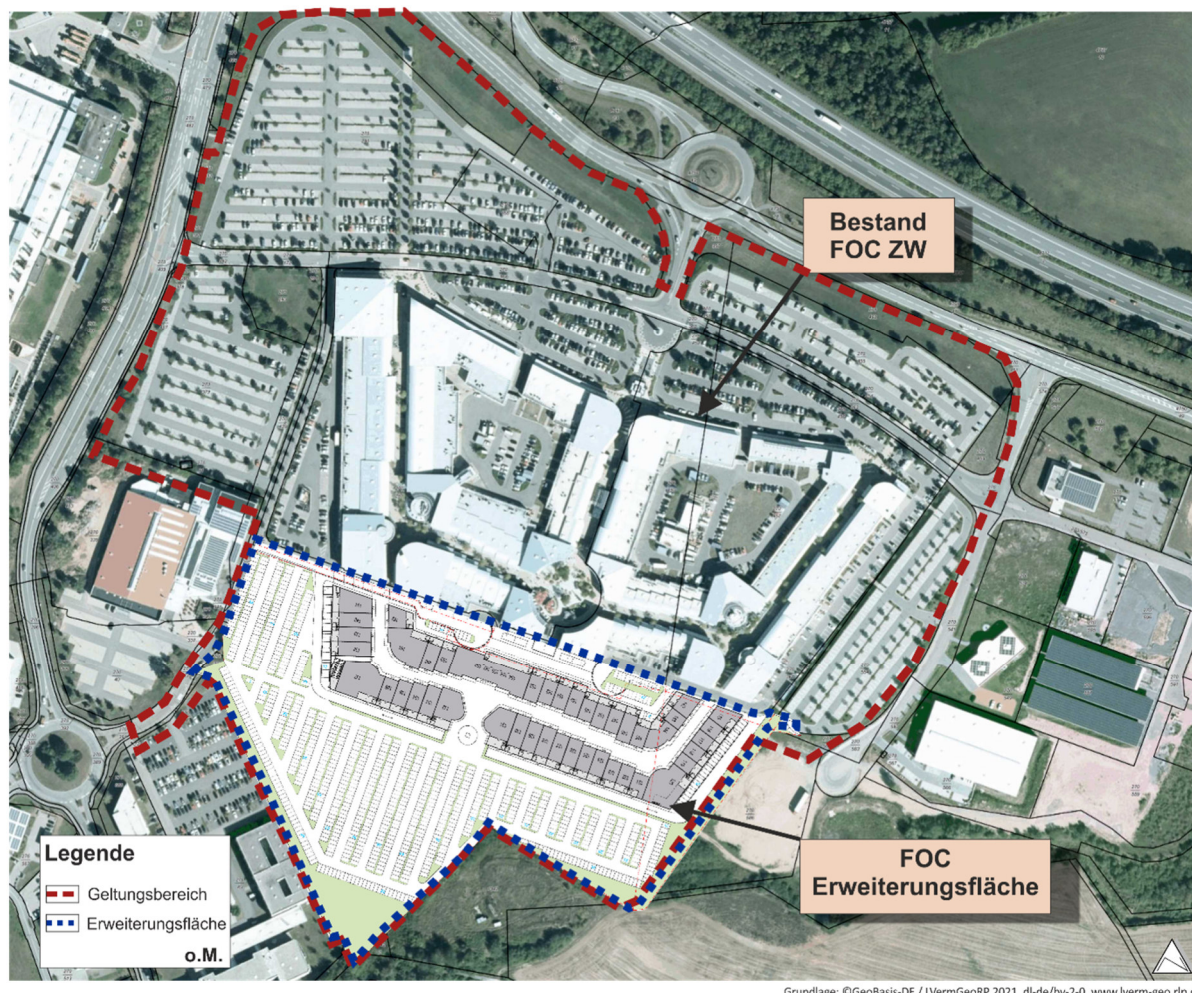
**VII. REPERTOIRE DES ILLUSTRATIONS ..... 26**

**I. OBJET DE LA DEMANDE ET DEMANDEUR**

**1 Objet de la demande**

L'exploitant du Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO), VIA Outlets Zweibrücken B.V., a l'intention, en raison d'objectifs concrets, de préparer l'extension du Zweibrücken Fashion Outlet déjà existant en termes de droit de la construction. La zone du plan, d'environ 21,6 ha, est située au sud de l'autoroute A8 et au sud-est du centre-ville de Zweibrücken. Il comprend la zone de l'actuel Zweibrücken Fashion Outlet (centre) ainsi que la zone d'extension prévue au sud (cf. Figure 1), qui doit également être incluse dans le périmètre du plan de développement.

Sur le site de Zweibrücken, il est prévu d'agrandir le Zweibrücken Fashion Outlet existant, dont la surface de vente est actuellement d'environ 21 000 m<sup>2</sup>, pour la porter à un total de 29 500 m<sup>2</sup>. Le projet d'extension doit être réalisé dans le style du bâtiment existant, l'extension



**Figure 1 : Plan du site/concept du site (représentation personnelle).**

spatiale s'arrimant directement au sud du bâtiment existant et reprenant et poursuivant les structures de cheminement existantes du centre. Des places de stationnement supplémentaires doivent être créées au sud et à l'ouest de la zone d'extension (cf. Figure 1).

Dans le cadre de la 5e phase d'expansion, il est prévu de créer environ 40 à 50 nouveaux magasins d'usine, principalement dans le segment haut de<sup>1</sup> gamme et de luxe. L'élargissement de la ZFO est une condition préalable pour rester globalement attractif grâce à davantage de marques, principalement des fabricants de marques de haute qualité dans le segment luxe/premium, et pour développer un attrait accru pour les clients au pouvoir d'achat supérieur à la moyenne provenant de grandes zones de chalandise. À l'avenir, les ventes seront également conçues avec l'utilisation de techniques et de canaux contemporains et numériques pour soutenir les ventes, comme il est d'usage dans le secteur.

Outre les aspects d'économie de marché, l'objectif de l'exploitant est de générer des effets de synergie entre l'économie régionale et le tourisme. Outre le renforcement de la fonction du ZFO en tant qu'aimant à visiteurs pour la région grâce à une expansion et à un marketing plus intensif, des offres complémentaires doivent être développées en coopération avec les acteurs touristiques de la région afin de prolonger la durée du séjour des touristes dans la région et de combiner l'expérience du shopping avec les segments clés de la région (tourisme de nature, randonnée, cyclisme, etc.).

Pour la zone d'extension, le plan d'aménagement à valeur juridique « Umfeld-DOZ, 1. Änderung » (2017) définit une zone spéciale « Parken-Designer Outlet Center Zweibrücken (DOZ) ».

La zone existante de l'actuel « Zweibrücken Fashion Outlet » est désignée comme une zone spéciale « Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)/Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung » – Partie FOC (A) » dans le plan d'aménagement juridiquement valable « Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)/Freizeit- und Erlebnisbereich », qui sert notamment à accueillir un centre de magasins d'usine pour les produits de marque, des magasins de détail pour le shopping d'expérience et des installations d'expérience ainsi que des installations de loisirs.

La procédure de plan d'aménagement englobant la zone existante et la zone d'extension doit être menée comme une procédure de modification. Le plan de développement existant sera prolongé et ne sera pas annulé.

L'objectif du plan de développement « **Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken** » est d'agrandir l'actuel Fashion Outlet de Zweibrücken d'une surface de vente supplémentaire d'environ 8500 m<sup>2</sup>, en tenant compte des entreprises existantes. Le promoteur a l'intention d'agrandir le Zweibrücken Fashion Outlet existant en direction du sud afin de permettre une sécurité de

---

<sup>1</sup> Les produits de marque des fabricants de marques haut de gamme dans le segment luxe/premium sont ceux qui, selon leur politique d'implantation connue, s'adressent également aux clients nationaux et internationaux avertis ayant un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne dans les segments de prix supérieurs (premium) et supérieurs (luxe).

planification et d'investissement ainsi qu'un développement durable et commercialisable (notamment la compétitivité vis-à-vis du commerce en ligne).

La zone d'expansion dans la zone du plan est indiquée dans le plan d'occupation des sols de 2005 (modification partielle 14 « Umfeld-DOZ ») comme une « zone de construction spéciale Parken Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) ». Il y a un besoin de changement en raison de l'expansion du « Zweibrücken Fashion Outlet » avec l'objectif « commerce de détail à grande échelle ». Le plan d'occupation des sols juridiquement valable est donc mis à jour parallèlement à l'élaboration du plan de développement « Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken ».

Le volume d'investissement est d'environ 45 à 50 millions d'euros.

Dans le cadre du processus de coordination continue, il a été convenu de mener une procédure de planification régionale avec une procédure intégrée de déviation des objectifs en liaison avec les procédures de plan d'occupation des sols urbains.

La décision de principe concernant l'extension de surface prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken a été prise lors de la 119e réunion de l'assemblée d'association du Zweckverband Entwicklungsgebiet Flugplatz Zweibrücken (autorité de planification) le 19 novembre 2019.

## 2 Nécessité d'une procédure de planification régionale

L'extension prévue du « Zweibrücken Fashion Outlet » existant comprend environ 8500 m<sup>2</sup> de surface de vente (SDV). Le projet est donc spatialement significatif. C'est pourquoi une procédure de planification régionale doit être menée après consultation du SGD Süd. Conf. à sa lettre du 23 mars 2021, le ministère de l'Intérieur et des Sports de Rhénanie-Palatinat a annoncé que la SGD Süd avait été chargée de réaliser la procédure d'aménagement du territoire.

Au cours de la procédure de planification régionale, une évaluation préliminaire doit être effectuée pour déterminer l'obligation d'EIE.

## II. DISPOSITIONS PREVUES DANS LE PLAN DE DEVELOPPEMENT

### Dispositions prévues dans le plan de développement

Afin de mettre en œuvre la planification, il est nécessaire de modifier les plans d'aménagement juridiquement valables « *Umfeld-DOZ, 1. Änderung* » et *Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung* » – partie FOC (A) ». La procédure de plan d'aménagement englobant la zone existante et la zone d'extension doit être menée comme une procédure de modification. Le plan de développement existant sera prolongé et ne sera pas annulé. Un plan d'aménagement uniforme portant la désignation « **Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken** » (centre de magasins d'usine de Zweibrücken) avec une zone spéciale « **SO-**

**B »** (zone existante) et une zone spéciale « **SO-E** » (zone d'extension) sera établi pour la zone existante et la zone d'extension.

Pour le « Zweibrücken Fashion Outlet » existant, il y a environ 130 contrats de location « actifs » avec des durées allant jusqu'à 10 ans et qui, conformément aux dispositions du plan d'aménagement précédent, ne contiennent aucune réglementation sur la taille des surfaces de vente des différentes gammes ou catégories de produits. Le plan d'aménagement susmentionné ne contient que des stipulations sur la surface de vente totale de tous les commerces de détail (21 000 m<sup>2</sup>) ainsi que des réglementations sur la taille maximale autorisée de la surface de vente par commerce de détail (1500 m<sup>2</sup>). L'état existant résultant des permis de construire existants ne doit pas être affecté (état protégé).

Il découle de cette norme actuelle d'une procédure d'aménagement du territoire et de plan de développement que l'expansion envisagée de la ZFO (ci-après : zone d'expansion) nécessite également des spécifications de la taille des différentes gammes de produits autorisées. Afin de pouvoir évaluer les effets de la ZFO élargie, c'est-à-dire de la zone existante et de la zone élargie, il faut procéder à une adaptation de la zone existante dans le but d'y fixer également les tailles totales autorisées des surfaces de vente des gammes de produits autorisées. Cela signifie qu'un nouveau plan de développement global sera établi pour la zone d'expansion existante et future, dont l'impact global pourra être prévu et évalué juridiquement dans le cadre de la procédure de planification régionale, de la procédure de déviation des objectifs et de la procédure de plan de développement.

Cependant, cette approche réglementaire se heurte à des problèmes liés au droit de l'urbanisme et à l'existence réelle de la zone existante et du fonctionnement de la ZFO.

La solution consiste à limiter les surfaces de vente autorisées liées aux assortiments dans la zone d'extension tant que des modifications des surfaces de vente affectant les assortiments dans la zone existante ne peuvent être empêchées en raison de la protection des contrats de location existants.

La restriction dans la zone d'expansion garantit que la surface totale de toutes les gammes de produits et la surface de vente totale des gammes de produits spécifiquement autorisées dans les zones existantes et d'expansion ne sont dépassées à aucun moment. Cela garantit en outre que l'analyse d'impact de l'expert peut servir de base à la procédure de modification du plan de développement de manière uniforme pour les zones existantes et les zones d'expansion.

### Vente d'articles de marque de fabricants de marques de qualité dans le segment du luxe et du haut de gamme

Dans le cadre de l'extension de la ZFO, il convient d'examiner si des « articles de marque de fabricants de marques de qualité dans le segment du luxe et du haut de gamme » doivent être fournis sur (certaines parties de) la zone d'extension.

### Système de contrôle possible

Le plan de développement stipule que des articles de marque (exclusivement/partiellement) de fabricants de marques de qualité dans le segment du luxe et du premium doivent être proposés dans les zones d'expansion.

Les segments luxe et premium sont des articles de marque qui se situent dans les segments de prix supérieur et haut de gamme. Par conséquent, ces produits de marque s'adressent à des clients nationaux et internationaux avertis disposant d'un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne.

### Résolution des conflits

Si les parties contractantes ne parviennent pas à se mettre d'accord sur la classification « production de marques de haute qualité du segment du luxe et du premium », un expert (...) est chargé de donner son avis. L'expert soumet son avis à toutes les parties contractantes en même temps.

### Zones de parcelles surconstructibles

Les zones du site qui peuvent être construites et celles qui ne peuvent pas l'être doivent être définies par des limites de construction par rapport au site existant et à la zone d'expansion prévue. Cela permet une expansion dans le sens d'une augmentation de la surface de vente du « Zweibrücken Fashion Outlet », mais limite l'emplacement dans l'espace.

En outre, d'autres dispositions telles que le degré d'utilisation des bâtiments ou les dispositions relatives aux espaces verts sont incluses dans le plan d'aménagement.

## **III. APERÇU DES PRINCIPAUX SITES ALTERNATIFS EXAMINÉS PAR LE DÉVELOPPEUR DE LA PLANIFICATION OU DE LA MESURE ET DES PRINCIPALES RAISONS DE LEUR SÉLECTION**

Comme décrit au préalable, le projet en question est l'extension du Zweibrücken Fashion Outlet déjà existant. Étant donné qu'il s'agit d'une modification de la situation existante ou d'une extension de la situation existante dans le but de développer les structures opérationnelles contemporaines sur un site existant, la zone du plan est définie en termes de localisation.

Compte tenu de la zone d'attraction du Zweibrücken Fashion Outlet dans la ville indépendante de Zweibrücken, de son emplacement bien établi dans la zone située au nord de l'aérodrome de Zweibrücken et des très bonnes liaisons de transport, le site se prête parfaitement à l'expansion prévue. Les sites présentant un degré d'adéquation comparable ne sont pas évidents dans les environs immédiats de la zone du plan.

## IV. SPECIFICATIONS DE PLANIFICATION

Les exigences de la planification régionale de la Rhénanie-Palatinat sont définies dans le programme de développement régional de la Rhénanie-Palatinat (LEP IV)<sup>2</sup> de novembre 2008, actuellement en vigueur, et dans le plan de développement régional du Palatinat occidental IV d'août<sup>3</sup> 2012.

L'évaluation des objectifs à prendre en compte pour la procédure d'aménagement du territoire avec écart intégré par rapport aux objectifs est effectuée dans la V 5 Évaluation sommaire du plan proposé au regard des objectifs et des principes de l'aménagement du territoire.

### Plan d'occupation des sols

Le plan d'occupation des sols de la ville de Zweibrücken en vigueur depuis 2005 indique une zone de construction spéciale « DOZ zone de loisirs et d'expériences » pour le domaine d'application du plan d'aménagement « Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung » – partie FOC (A).

Conf. à la modification 14 du plan partiel d'affectation de 2018, la zone couverte par le plan d'aménagement « Umfeld – DOZ, 1. Änderung » est désignée comme « Sonderbaufläche Parken Designer Outlet Center Zweibrücken DOZ ».

Le FNP doit être modifié en conséquence pour la zone d'expansion.

### Des plans de développement juridiquement valables

Les plans d'aménagement suivants, juridiquement valables, existent pour le site du projet :

« *Umfeld – DOZ, 1. Änderung* » (2018) :

Pour la zone d'extension, le plan de développement « Umfeld-DOZ », 1er amendement, définit une autre zone spéciale « Parken-Designer Outlet Center Zweibrücken (DOZ) ».

« *Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)/ Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung – 1. Teil FOC (A)* » (2003) :

La zone existante de l'actuel « Zweibrücken Fashion Outlet » est désignée comme une zone spéciale "Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung" – Partie FOC (A) » dans le plan d'aménagement juridiquement valable « Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)/Freizeit- und Erlebnisbereich », qui sert notamment à accueillir un centre de magasins d'usine pour les produits de marque, des magasins de détail pour le shopping d'expérience et des installations d'expérience ainsi que des installations de loisirs.

---

<sup>2</sup> Ministère de l'intérieur et des sports (ed.) : Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) – Herausforderungen erkennen, nachhaltig handeln, Zukunft gestalten ; 2008, Mainz.

<sup>3</sup> Planungsgemeinschaft Westpfalz (ed.) : Plan régional de développement spatial du Palatinat occidental IV ; août 2012, Kaiserslautern. → La mise à jour partielle du Schéma régional d'aménagement du territoire du Palatinat occidental a eu lieu en 2014, 2016 et 2018.



La procédure de plan d'aménagement englobant la zone existante et la zone d'extension doit être menée comme une procédure de modification et d'extension. Le plan de développement existant ne doit pas être annulé.

### **Concept de commerce de détail de la ville de Zweibrücken (mise à jour)**

La ville indépendante de Zweibrücken dispose d'un concept actualisé de commerce de détail et de centre avec une liste de gammes de produits, qui a été adopté par le conseil municipal de Zweibrücken le 13.05.2020 et sur la base duquel l'emplacement du Zweibrücken Fashion Outlet est un emplacement spécial.

### **Concept de commerce de détail VG Zweibrücken-Land**

Lors de sa séance du 14 juin 2018, le Conseil d'association de Zweibrücken-Land a décidé d'élaborer un concept de commerce de détail. Le projet de concept de commerce de détail de la municipalité d'association de Zweibrücken-Land est disponible, mais il n'y a toujours pas de déclaration coordonnée de l'autorité de planification du Land supérieur et de la communauté de planification du Palatinat occidental. Le concept commercial de la commune de Zweibrücken-Land de février 2019 tient compte de la situation concurrentielle régionale, notamment avec le Factory Outlet Centre (FOC) Zweibrücken et le centre-ville de Zweibrücken, avec les centres-villes de Homburg et de Pirmasens et avec la situation commerciale de la commune de Zweibrücken-Land. Le FOC est décrit comme un site de vente au détail d'importance suprarégionale avec environ 21 000 m<sup>2</sup> de surface de vente, offrant principalement les segments de l'habillement, de la chaussure et du sport. « Idéalement situé sur l'autoroute A8, FOC Zweibrücken représente l'un des plus grands centres de vente au détail d'Europe et attire également des clients de France. »<sup>4</sup>

Une expansion du commerce de détail dans le VG Zweibrücken-Land n'est pas à prévoir en raison des structures de peuplement et des structures concurrentielles régionales.<sup>5</sup>

## **V. DESCRIPTION DE L'IMPACT DU PROJET SUR LE DEVELOPPEMENT SPATIAL ET DE L'HABITAT DE LA ZONE ET DESCRIPTION DES AUTRES EFFETS SIGNIFICATIFS SUR L'HABITAT ET LES INFRASTRUCTURES**

### **1 Incidences sur les transports**

« En ce qui concerne l'impact possible sur le trafic, il convient tout d'abord de noter de manière générale que chaque immeuble de vente au détail nouvellement construit ou chaque extension de la surface de vente d'un emplacement de vente au détail entraîne dans une certaine mesure une augmentation du volume de trafic dans la zone d'emplacement correspondante. Il est

---

<sup>4</sup> BBE, 2019.

<sup>5</sup> ibid, 2019.

important de noter que tout le trafic qui est attiré par une propriété commerciale n'est pas généré en premier lieu. Il s'agit surtout d'un déplacement du trafic déjà existant vers de nouveaux lieux. »<sup>6</sup>

En résumé, l'expert conclut que l'extension du Fashion Outlet de Zweibrücken entraînera une augmentation d'environ 750 véhicules par jour et par direction, en supposant la charge de trafic actuelle d'environ 3800 accès et départs (jour ouvrable normal).<sup>7</sup>

Toutes les autres sections transversales considérées dans la zone d'étude ne présentent que de faibles augmentations du trafic, de l'ordre de 1 à 3 %, du fait de l'extension.

L'étude de potentiel ne peut pas servir de base pour établir une différenciation détaillée des différents scénarios (jour ouvrable, jour de semaine pendant les vacances, samedi, dimanche ouvert, jour de pont, etc.) L'affirmation selon laquelle, après l'extension du FOC, il faut s'attendre à un niveau de pollution légèrement plus élevé le samedi et à un niveau de pollution comparable à celui d'un jour ouvrable normal le dimanche, lorsque les ventes sont ouvertes, doit donc être considérée comme une estimation, en raison des données de base actuellement disponibles. »<sup>8</sup>

Des enquêtes détaillées sur le trafic ont été réalisées en juillet/août 2021. L'étude de trafic est toujours en cours et sera disponible pour la conférence d'application en novembre 2021.

## 2 Impact sur le commerce de détail

La pandémie de Covid-19 a exercé une pression énorme sur le secteur du commerce de détail, en particulier sur le secteur de l'habillement et de la chaussure. « Sur toute l'étendue du marché, des baisses significatives des ventes sont déjà évidentes, en particulier dans les gammes de produits pertinentes pour un centre d'achat, en raison du 1er verrouillage en mars et avril 2020 et des restrictions qui en découlent (accessibilité des magasins, exigences de masquage, espacement, etc.). »<sup>9</sup> La situation a encore été aggravée par les effets du 2e confinement (depuis mi-décembre 2020), notamment en lien avec l'annulation des affaires de Noël. Par conséquent, la mesure dans laquelle la pandémie de Corona affecte le secteur du commerce de détail a été examinée.

Les études ont montré que les grandes villes ayant des zones de chalandise étendues et une part élevée de clientèle touristique sont plus touchées que les petites villes et municipalités. En outre, on peut noter que les secteurs respectifs du commerce de détail sont affectés à des degrés divers. La mode, par exemple, est l'un des grands « perdants », tandis que l'alimentation, les produits pharmaceutiques et surtout les achats en ligne font partie des grands « gagnants ». La baisse des ventes a été partiellement compensée par les mesures de soutien gouvernementales. Une autre conséquence de la pandémie de Coronavirus est la fermeture d'entreprises. Toutefois, il convient de souligner ici que la plupart des fermetures d'entreprises

---

<sup>6</sup> ecostra, 2019.

<sup>7</sup> Vertec, 2020.

<sup>8</sup> Vertec, 2020.

<sup>9</sup> ecostra, 2021

concernaient des sociétés qui présentaient déjà une situation commerciale critique et des problèmes structurels avant la pandémie.

La pandémie de Corona a un effet accélérateur sur les changements structurels dans le secteur du commerce de détail.

Il y a une baisse des ventes due à la pandémie de Coronavirus. Lorsque les entreprises quittent le marché en raison de la baisse de leurs ventes, le volume de ventes restant ne se dissout pas, mais le pouvoir d'achat correspondant cherche de nouvelles destinations. Par conséquent, on peut supposer que le changement structurel du commerce accéléré par le Coronavirus offre également des opportunités spéciales pour les entreprises qui ont survécu aux effets de la pandémie de Covid.<sup>10</sup>

## 2.1 Zone d'attraction et potentiel de population

« La zone d'attraction du Fashion Outlet de Zweibrücken couvre l'ensemble du territoire de la Sarre et du sud de la Rhénanie-Palatinat, ainsi que les zones frontalières des États fédéraux voisins du Bade-Wurtemberg et de la Hesse. En dehors de l'Allemagne, le bassin versant comprend également des parties des départements français de la Moselle et du Bas-Rhin ainsi que le sud du Luxembourg.

La zone de chalandise a été divisée en trois zones d'intensité de connectivité client graduelle. La zone de chalandise du Zweibrücken Fashion Outlet compte une population totale d'environ 5 788 675 habitants.<sup>11</sup>

« Dont :

- environ 680 170 habitants = environ 11,8 % dans la zone I (zone de chalandise à proximité)
- environ 1 328 565 habitants = environ 22,9 % dans la zone II (zone de chalandise moyenne)
- environ 3 779 940 habitants = environ 65,3 % dans la zone III (zone de chalandise longue distance) »

Cela signifie qu'environ 2/3 du potentiel total de population est représenté par la zone de captage à longue distance (zone III), tandis que les zones de captage à courte et moyenne distance ont des chiffres de population nettement inférieurs. »<sup>12</sup>

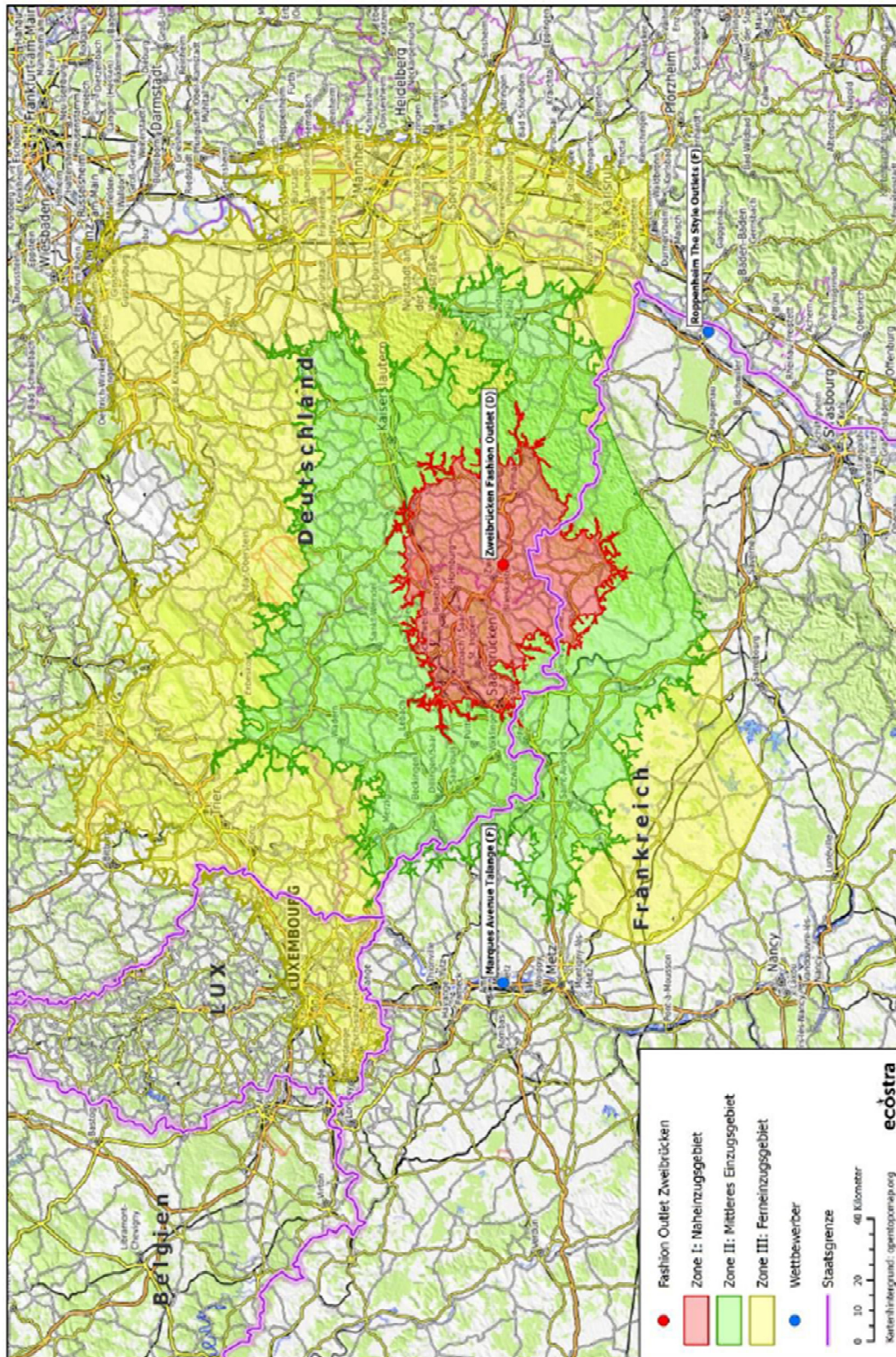
---

<sup>10</sup> ecostra, 2021

<sup>11</sup> ecostra, 2019.

<sup>12</sup> Junker+Kruse, 2019.

Figure 2 : Zone de chalandise du Fashion Outlet de Zweibrücken



Source : ecostra, 2019.

## 2.2 Pouvoir d'achat

« Le potentiel total de pouvoir d'achat lié au commerce de détail dans la zone de chalandise définie s'élève à **environ 38 165,6 millions d'euros**.

Dont omis :

- environ 4244,3 millions d'euros ou environ 11,1 % pour la zone I (zone de chalandise à proximité)
- environ 8355,1 millions d'euros ou environ 21,9 % pour la zone II (zone de chalandise moyenne)
- environ 25 566,2 millions d'euros ou environ 67,0 % pour la zone III (zone de chalandise longue distance) »<sup>13</sup>

Dans la zone de chalandise délimitée (zones I à III), le **volume de pouvoir d'achat pertinent pour le projet** s'élève à un total d'**environ 9187,1 millions d'euros**. Les vêtements et les articles de sport représentent environ 4370,0 millions d'euros, les chaussures et les articles en cuir, y compris les chaussures de sport, environ 963,9 millions d'euros et les autres assortiments 3853,1 millions d'euros.<sup>14</sup>

## 2.3 Chiffre d'affaires prévu et source du chiffre d'affaires de la ZFO

Tout d'abord, l'analyse d'impact d'ecostra présente l'origine spatiale actuelle des revenus de la ZFO en fonction des zones délimitées de la zone de chalandise.

« En tenant compte des caractéristiques de l'emplacement, de la situation du marché dans la zone de chalandise (pouvoir d'achat, situation concurrentielle, etc.) ainsi que du dimensionnement de la surface, on peut supposer, sur la base des analyses effectuées par ecostra, que le chiffre d'affaires actuel du Zweibrücken Fashion Outlet s'élève à un total d'environ **134,0 millions d'euros**, ce qui correspond à une productivité de la surface d'environ 6650 € avec une surface de vente d'environ 20 150 m<sup>2</sup> actuellement en exploitation. Il s'agit d'une évaluation supérieure.<sup>15</sup>

Les clients de la zone de chalandise définie représentent environ 103,2 millions d'euros, soit environ 77,0 % du chiffre d'affaires de détail, et les clients hors de la zone de chalandise définie représentent environ 30,8 millions d'euros, soit environ 23,0 % du chiffre d'affaires attendu (chiffre d'affaires dit dispersé).<sup>16</sup>

« Compte tenu des caractéristiques de l'emplacement, de la situation du marché dans la zone de chalandise (pouvoir d'achat, situation concurrentielle, etc.) et du dimensionnement de la surface du Fashion Outlet étendu de Zweibrücken, on peut table sur un chiffre d'affaires total d'environ **190,9 millions d'euros**, ce qui correspond à une productivité de la surface de vente

---

<sup>13</sup> ecostra, 2019.

<sup>14</sup> ecostra, 2021

<sup>15</sup> ibid, 2019.

<sup>16</sup> Les ventes dispersées résultent des achats de biens par des clients qui vivent en dehors de la zone de chalandise. Les ventes indirectes peuvent être estimées en interrogeant les clients et les passants.

d'environ 6470 € par m<sup>2</sup> de surface de vente avec une surface de vente d'environ 29 500 m<sup>2</sup>. »<sup>17</sup>

On peut supposer que l'extension de la surface de vente et l'augmentation de l'attractivité de la gamme de produits qui en découle augmenteront l'attrait pour les clients plus éloignés et en dehors de la zone de chalandise. L'augmentation du chiffre d'affaires relativement la plus faible, par rapport au chiffre d'affaires dispersé et aux zones définies de la zone de chalandise, se situe dans la zone de chalandise proche (zone I) avec environ + 13 %. Une augmentation plus importante est à prévoir dans la zone de chalandise moyenne (zone II) avec environ + 26 %. La zone de chalandise longue distance (zone III) connaîtra une augmentation encore plus importante d'environ + 58 %. La plus forte augmentation, cependant, sera dans les ventes dispersées avec environ + 73 %.

Le Fashion Outlet de Zweibrücken va consolider sa position sur le marché grâce à l'extension prévue. La pénétration du marché dans les zones II et III de la zone de chalandise définie sera également améliorée par le projet prévu. En raison du dimensionnement plus élevé de la surface de vente, on observe une légère baisse de la productivité moyenne de la surface de vente, qui, à environ 6470 € par m<sup>2</sup> de surface de vente, reste supérieure à la moyenne dans une comparaison européenne de centres similaires.

Il s'agit d'une approche d'évaluation supérieure. Au regard de la situation concurrentielle, cela nécessite une activité marketing importante afin d'atteindre une part plus importante du chiffre d'affaires avec les clients de la zone de chalandise peuplée à longue distance ou de l'extérieur de la zone de chalandise et les touristes. En outre, le centre de magasins d'usine se positionne mieux en tant que « destination touristique » pour les visiteurs internationaux et non-européens grâce au dimensionnement prévu de la surface de vente et à une combinaison attrayante de locataires.

L'extension de la ZFO permettra également de siphonner un chiffre d'affaires supérieur à celui de la propriété actuelle (environ 36,3 millions d'euros contre 32,2 millions d'euros actuellement) en ce qui concerne les clients de la zone de chalandise proche (zone I). Toutefois, la part relative du chiffre d'affaires des résidents de la zone d'attraction de proximité diminuera, passant d'environ 24 % actuellement à environ 19 % du chiffre d'affaires total. Cela se justifie par l'orientation commerciale déjà élevée vers le Zweibrücken Fashion Outlet existant.<sup>18</sup>

## 2.4 Mouvements du pouvoir d'achat

Les mouvements du pouvoir d'achat déclenchés par l'expansion prévue de la zone ZFO ont été analysés sur la toile de fond des performances de vente déterminées et de l'origine spatiale des ventes.

Après l'extension, le Fashion Outlet de Zweibrücken aura, selon les calculs, un pouvoir d'achat supérieur d'environ **56,9 millions d'euros** à celui d'aujourd'hui. Certaines modifications des flux de pouvoir d'achat pour le commerce de détail dans la zone d'étude sont à prévoir en

<sup>17</sup> ecostra, 2021.

<sup>18</sup> ecostra, 2021

raison de l'augmentation du chiffre d'affaires. Cela signifie que de nouveaux flux de pouvoir d'achat sont créés et que les flux de pouvoir d'achat existants sont modifiés.

Un total de 11,8 millions d'euros de chiffre d'affaires sera redistribué dans la zone I (zone de chalandise proche) et sera soustrait au commerce de détail dans les villes correspondantes.

Pour la zone II, cela se traduit par un chiffre d'affaires lié à la redistribution d'environ 5,1 millions d'euros, qui est retiré au commerce de détail dans cette zone.

« Les changements interzonaux dans les flux de pouvoir d'achat résultant de l'expansion prévue pour la zone II peuvent être décrits de la manière suivante – analogue à la zone I :

- Détournement du pouvoir d'achat de la population résidentielle propre de la ville et de la commune concernées ou de la zone d'attraction moyenne (zone II), qui était auparavant lié au commerce de détail local, vers l'objet de l'enquête (= baisse du chiffre d'affaires du commerce de détail local concerné dans la zone II)
- Détournement du pouvoir d'achat de la population résidentielle de la ville et de la commune concernées ou de la zone d'attraction moyenne (zone II) vers l'objet de l'étude, qui s'est jusqu'à présent déplacé vers des lieux situés en dehors de la zone d'attraction moyenne délimitée (et ici, par exemple, vers le centre-ville de Mannheim) (= baisse des ventes au détail en dehors de la zone II)
- Détournement du pouvoir d'achat de la population résidente de la zone de chalandise locale et lointaine (zones I + III) et au-delà (par exemple, des navetteurs ou des touristes), qui était jusqu'à présent lié au commerce de détail de la zone II et qui sera à l'avenir effectif dans l'objet d'étude en tant que chiffre d'affaires (= baisse du chiffre d'affaires du commerce de détail local respectif de la zone II).

### **Approche du pire des cas :**

« Dans le contexte de l'emplacement concret et des conditions du marché, il s'agit d'une évaluation absolument supérieure. Toutefois, comme l'analyse d'impact a déjà été réalisée en 2019, cette évaluation supérieure représente une attente de vente qui sera difficilement réalisable pour la ZFO dans les conditions de Coronavirus avec les restrictions de vente au détail correspondantes. »<sup>19</sup>

On suppose, sur la base de la déduction des ventes attendues par rapport au stock affecté dans la zone I (zone de captage proche), que...

- « La quasi-totalité du chiffre d'affaires supplémentaire de l'objet de l'étude réalisé avec des clients de la **zone I (zone de chalandise de proximité)**, d'un montant d'environ 4,1 millions d'euros, était auparavant lié au commerce de détail dans les villes et communes de la zone I et se fait donc au détriment du stock qui s'y trouve. Une rétention du pouvoir d'achat d'environ 95 % pour la zone I est une estimation élevée, qui ne tient presque pas compte des éventuels départs de pouvoir d'achat vers la zone de chalandise moyenne (zone II), par exemple vers Kaiserslautern, Saarlouis, l'Outlet Center

<sup>19</sup> ecostra, 2021.

Wadgassen ou le centre commercial « B'Est » à Farébeviller (F). Cela garantit que les impacts potentiels du projet ne sont en aucun cas sous-estimés.

- D'autre part, sur les 9,1 millions d'euros environ du chiffre d'affaires attendu avec les clients **de la zone II (zone de chalandise moyenne)**, 4,6 millions d'euros environ, soit 50 % environ, étaient déjà immobilisés par le commerce de détail de la zone I et s'y répercuteront à l'avenir sous la forme d'une baisse du chiffre d'affaires – dans le sens d'une réorientation du pouvoir d'achat vers le site du projet élargi. Il faut tenir compte du fait que le Fashion Outlet de Zweibrücken, dans son dimensionnement et sa conception actuels, occupe déjà une position très forte sur le marché et a une pénétration du marché relativement élevée, notamment dans la zone de chalandise centrale. En raison de l'extension prévue du dimensionnement de la surface commerciale de la ZFO, on peut exclure de manière réaliste que les clients de la zone II modifient dans une telle mesure leur comportement d'achat en passant d'autres magasins de la zone I à la ZFO. La grande majorité d'entre eux auront fait leurs achats dans la ZFO auparavant ou resteront dans leurs anciennes destinations d'achat en dehors de la zone I. Compte tenu des flux de pouvoir d'achat actuellement perceptibles, la valeur supposée de 50 % ou d'environ 4,6 millions d'euros est donc une valeur absolument supérieure dans le sens d'une approche du « pire des cas », afin de ne pas sous-estimer les effets de l'expansion prévue.
- Sur les 21,1 millions d'euros environ du chiffre d'affaires escompté avec les clients **de la zone III (zone de chalandise longue distance)**, 2,1 millions d'euros supplémentaires, soit environ 10 %, étaient déjà liés au commerce de détail de la zone I et s'y répercuteront à l'avenir sous la forme d'une baisse du chiffre d'affaires, dans le sens d'une réorientation du pouvoir d'achat vers le bien immobilier prévu. Il s'agit principalement des afflux de pouvoir d'achat en provenance de la zone de chalandise longue distance de l'ouest de la France et du Luxembourg, d'où les touristes d'achat se rendent jusqu'à présent dans la capitale du Land, Sarrebruck, notamment en raison des différentes offres et des différences de prix. Compte tenu des distances déjà élevées et de la zone de chalandise à longue distance spatialement peu étendue dans la zone française et luxembourgeoise, il s'agit également d'une approche absolument supérieure.
- Sur les 22,6 millions d'euros environ du chiffre d'affaires attendu avec des clients situés **en dehors de la zone de chalandise définie (chiffre d'affaires dit « dispersé »)**, 1,1 million d'euros environ, soit 5 % environ, étaient déjà immobilisés par le commerce de détail dans la zone I et auront à l'avenir des répercussions sur le chiffre d'affaires dans cette zone, sous la forme d'une baisse du pouvoir d'achat vers le bien immobilier prévu. Là encore, il s'agit principalement de touristes français venus faire du shopping dans les zones autour de « Marques Avenue Talange » et « Roppenheim The Style Outlets », qui ne font pas partie de la zone de chalandise définie de la ZFO. Dans le contexte des centres d'achat concurrents situés à proximité, environ 5 % ou environ 1,1 million d'euros représentent également une valeur absolument supérieure dans le



sens d'une approche du « pire cas », qui dans la pratique est susceptible d'être nettement inférieure. »<sup>20</sup>

## **2.5 Effets possibles de l'extension prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken sur certains lieux centraux de la zone de chalandise de proximité (zone I)**

Dans le cadre de l'analyse d'impact d'ecostra pour l'extension prévue de la ZFO, une enquête complète sur le commerce de détail a été réalisée dans tous les centres supérieurs et moyens dans un rayon d'environ 30 minutes en voiture autour du site d'étude.

Cette enquête complète a eu lieu avant l'émergence de la pandémie de Coronavirus et l'impact associé sur l'économie globale et le secteur du commerce de détail en 2018. En conséquence, une autre inspection a été réalisée en 2021 afin de pouvoir faire des déclarations sur les éventuels changements liés au Coronavirus et de fonder les déclarations de l'analyse d'impact sur l'extension de la ZFO sur un ensemble de données aussi actualisé que possible.

L'inspection qualitative a eu lieu, entre autres, dans les centres-villes de Neunkirchen, Homburg et Pirmasens.

Les résultats des analyses de l'extension prévue de la ZFO par rapport aux lieux centraux sélectionnés dans la zone de chalandise de proximité (zone I) ont montré que les éventuels impacts économiques, urbanistiques et d'aménagement du territoire de l'objet étudié peuvent être jugés compatibles du point de vue des experts.<sup>21</sup>

## **2.6 Effets possibles de l'extension prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken sur certains sites centraux de la zone de chalandise moyenne (zone II)**

L'extension prévue du Zweibrücken Fashion Outlet aura notamment une incidence sur la situation de l'offre et de la concurrence du commerce de détail dans la zone de chalandise moyenne (zone II). Dans le cadre de l'analyse d'impact, le centre régional de Kaiserslautern, le centre de taille moyenne Landau in der Pfalz et le centre de taille moyenne St. Wendel ont été examinés à cet égard. Du point de vue d'un expert, les impacts possibles de l'objet d'étude sur l'économie, le développement urbain et l'aménagement du territoire dans les trois zones d'étude peuvent être évalués comme compatibles.<sup>22</sup>

## **2.7 Effets sur la structure de l'emplacement central**

« Des effets négatifs durables sur la hiérarchie des places centrales telle que définie dans la planification régionale et sur les fonctions d'approvisionnement correspondantes du fait du projet d'extension peuvent être exclus. »<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> ecostra, 2019.

<sup>21</sup> Ecostra, 2019

<sup>22</sup> ecostra, 2021

<sup>23</sup> ibid, 2019.

## 2.8 Effets sur l'approvisionnement local

Une menace pour l'approvisionnement orienté vers le consommateur, dans le sens d'une raréfaction des lieux d'approvisionnement locaux pour les besoins à court terme, peut être exclue par l'extension prévue du ZFO si un maximum de 400 m<sup>2</sup> chacun est mis en œuvre pour les assortiments "confiserie, chocolat, charcuterie, spécialités régionales » et « hygiène personnelle, cosmétiques ». <sup>24</sup>

Il est prévu d'inclure un règlement correspondant dans les dispositions textuelles.

## 2.9 Effets possibles en fonction des couloirs de surface de vente maximale dans les différentes gammes de produits.

Pour les différentes gammes de produits pertinentes pour le projet, les valeurs de surface ont été calculées sur la base d'une estimation aussi proche que possible de la réalité de la structure de la gamme de produits à laquelle on peut s'attendre ici. Afin de pouvoir apprécier et évaluer correctement un agrandissement de la ZFO de 8500 m<sup>2</sup> VK (et non de 6500 m<sup>2</sup> VK, ce qui correspondrait à la somme des valeurs minimales, ou de 10 200 m<sup>2</sup> VK, ce qui correspondrait à la somme des valeurs maximales), des valeurs moyennes ont été calculées au niveau des gammes de produits pertinentes pour le projet.

Dans l'ensemble, les ratios de répartition du chiffre d'affaires déterminés pour l'extension prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken dans le cadre d'une considération du « pire des cas » sont à classer comme compatibles avec le développement urbain et l'aménagement du territoire du point de vue des experts, même dans les conditions modifiées suite à la pandémie de Coronavirus.

Même dans l'hypothèse du calcul du modèle, une part de chiffre d'affaires théoriquement possible d'environ 25 % avec des clients de la zone I, et des effets qui en découlent, le projet prévu peut être évalué comme compatible en termes de développement urbain, d'aménagement du territoire et de structure économique du point de vue des expertises.<sup>25</sup>

## 3 Effets économiques et touristiques régionaux

Le Zweibrücken Fashion Outlet est une destination shopping. Parmi les attractions touristiques attrayantes dans les environs immédiats, citons un parc de loisirs couvert (World of Fun Zweibrücken avec une patinoire, une aire de jeux couverte, un centre de bowling, un golf miniature et des restaurants) et une piste de karting couverte. L'agrandissement du ZFO doit permettre de développer davantage le centre sur le plan concurrentiel et d'attirer les touristes d'achat, mais aussi les excursionnistes et les vacanciers de courte durée, dont profiteront non seulement le ZFO en tant qu'aimant à visiteurs, mais aussi les régions touristiques environnantes (gastronomie, hôtels, fournisseurs d'autres offres touristiques, etc.

<sup>24</sup> ibid, 2019.

<sup>25</sup> ecostra, 2021.

En outre, l'expansion prévue devrait permettre d'augmenter le nombre de postes de travail et d'atteindre un nombre plus élevé de visiteurs par an. De plus, la ville de Zweibrücken et le Land de Rhénanie-Palatinat bénéficient d'une partie de la taxe sur le chiffre d'affaires générée par les ventes au détail supplémentaires réalisées dans le Zweibrücken Fashion Outlet.

#### **4 Autres effets significatifs du projet sur les établissements humains et les infrastructures**

Outre les effets sur le commerce de détail, la circulation, l'économie régionale et le tourisme, il convient d'étudier et d'évaluer les effets du bruit industriel sur les utilisations sensibles les plus proches dans le voisinage de la zone de planification et les effets de la planification sur les conditions de bruit de la circulation le long de la principale route d'accès à la zone de planification.

L'extension prévue ne présente que des augmentations de niveau mineures le long de certains tronçons de route. Une augmentation des niveaux de bruit de la circulation est à prévoir sur les routes d'accès ouest de la ZFO, mais il n'y a pas d'utilisations nécessitant une protection dans les zones commerciales existantes le long de ces sections de route qui pourraient être affectées par les augmentations des niveaux de bruit de la circulation. Globalement, les incidences doivent être classées comme mineures.

D'autres impacts significatifs du projet sur l'habitat et les infrastructures ne sont pas attendus.

#### **5 Évaluation sommaire du plan proposé au regard des objectifs et des principes de l'aménagement du territoire**

Outre la compatibilité en termes de développement urbain et de structure de l'offre, il convient également d'examiner et de prouver si le projet est compatible ou non avec les objectifs et les principes de planification de l'État et de la région en matière de contrôle du commerce de détail à grande échelle.

Les objectifs à observer dans le cadre d'un aménagement du territoire urbain contraignant sont évalués comme suit :

##### **Z 57 Exigence de centralité :**

L'exigence de centralité est remplie. La ville de Zweibrücken est un lieu central. Déjà la « Décision finale de la procédure de planification régionale (ROV) du 16.06.1997 sur la construction d'un Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) » – ci-après : Décision finale – assume. Dans le LEP III, le terme « exigence de concentration » était encore utilisé. La décision finale indique à la page 35 :

*« Le projet prévu tient compte de l'exigence de concentration dans la mesure où la ville de Zweibrücken est désignée dans le LEP III comme un centre moyen du réseau de base. L'objectif de l'aménagement du territoire est que les centres moyens du réseau de base disposent*

*d'une offre complète de centres moyens (LEP III, chap. 2.4.3.6) ; en tant que centres d'approvisionnement de leur zone de service respective, ils représentent l'épine dorsale de ce niveau d'approvisionnement. »*

En tant que centre de taille moyenne avec des fonctions partielles de centre régional, la ville de Zweibrücken est destinée à l'implantation de commerces de détail de grande taille de plus de 2000 m<sup>2</sup> de surface de vente – et donc aussi à l'implantation ou à l'extension d'un centre de marques – comme le prévoit la planification du Land (cf. LEP IV Rhénanie-Palatinat 2008, chapitre 3, point 3.2.3, Z57). Le ZFO existant est établi sur le site de Zweibrücken depuis de nombreuses années et provoque des afflux de pouvoir d'achat très importants dans le centre moyen.<sup>26</sup>

Une procédure de déviation de la cible n'est pas nécessaire.

### **Z 58 Exigence d'intégration urbaine :**

L'exigence d'intégration est violée. C'était déjà le cas jusqu'à présent. L'avis final le précise à la page 35 :

*Le site du projet est situé dans la zone nord-est de l'ancien aérodrome et est adjacent au plan de développement « Flugplatz Mitte » en cours d'élaboration. Le plan de développement « Watterscheid Industrial Estate » est contigu au nord. Le projet de DOZ est situé à environ 5 kilomètres du centre ville de Zweibrücken et est difficilement accessible sans voiture. Le site n'a pas de lien spatial et fonctionnel étroit avec la zone commerciale centrale de la ville de Zweibrücken. **L'exigence d'intégration urbaine n'est donc pas remplie en raison de la disposition spatiale du site du projet.***

Dans une lettre datée du 12 juin 1997, le ministère compétent de l'intérieur et des sports du Land de Rhénanie-Palatinat a approuvé la dérogation à l'exigence d'intégration du développement urbain et à l'interdiction de déficience, en en précisant les raisons :

*Je suis convaincu que pour ce cas exceptionnel, les aspects de la politique de reconversion et du marché du travail doivent avoir la priorité sur les déterminations d'objectifs susmentionnés. Conformément à l'article 11 (4) phrase 3 de la loi sur l'aménagement du territoire, j'autorise donc, en accord avec le ministère de l'Économie, des Transports, de l'Agriculture et de la Viticulture, des Finances et de l'Environnement et de la Recherche, la dérogation aux objectifs susmentionnés du programme d'aménagement du territoire. Dans le même temps, je déclare, en concertation avec les services susmentionnés et l'association de planification du Palatinat occidental, approuver une dérogation aux objectifs du plan d'aménagement du territoire du Palatinat occidental, dans la mesure où celui-ci ne désigne que des zones prioritaires pour les sites commerciaux et industriels à grande échelle pour Zweibrücken, mais pas pour le commerce de détail à grande échelle.*

« Les spécifications de l'**exigence d'intégration urbaine** ne sont pas remplies pour l'instant. Selon ce principe, les projets de commerce de détail à grande échelle doivent être réalisés sur

<sup>26</sup> ecostra, 2019.

des sites intégrés au développement urbain, c'est-à-dire dans les centres-villes et les centres de quartier (cf. LEP IV Rhénanie-Palatinat 2008, chapitre 3, point 3.2.3, Z58). L'emplacement du ZFO, en revanche, est non intégré et décentralisé dans le parc industriel de l'aéroport de Zweibrücken, dans la partie orientale de la ville et directement adjacent à l'autoroute A8, et présente une très forte orientation voiture-client. »<sup>27</sup>

Une procédure de dérogation à l'objectif 58 du LEP IV est nécessaire.

La déviation de l'objectif de l'extension peut être basée sur les arguments de la lettre du ministère responsable du 12.06.1997 citée ci-dessus. Les aspects liés à la reconversion et, en particulier, à la politique de marché restent d'actualité (cf. VI 4. Effets économiques régionaux).

### **Z 60 Exigence de non-dépréciation :**

La décision finale de juin 1997 indique explicitement (page 36) :

*Le projet ne répond pas non plus à l'exigence de non-atteinte des places centrales voisines et de leurs zones de desserte dans tous les cas.*

Pour plus de détails, veuillez vous reporter aux pages 36 et suivantes de la décision de clôture. Une dérogation à l'objectif a également été accordée pour la violation de l'interdiction d'altération des facultés.

L'analyse d'impact soumise<sup>28</sup> démontre que l'exigence de non-altération n'est pas violée :

« Il n'existe pas, dans le cas présent, d'atteinte significative à la fonction d'approvisionnement, en particulier des zones d'intégration urbanistique des centres voisins (cf. LEP IV Rhénanie-Palatinat 2008, chapitre 3, point 3.2.3, Z60). De même, des effets négatifs durables de l'objet planifié sur le mix sectoriel et l'attractivité de l'offre des sites économiques du centre-ville et des centres de quartier, et donc sur la situation urbanistique et les possibilités de développement des villes et des communes dans l'environnement supra-local, peuvent être exclus (**exigence de non-préjudice ou interdiction de préjudice**). »<sup>29</sup>

## **VI. RESUME GENERALEMENT COMPREHENSIBLE**

### **1 Résumé des effets sur la structure spatiale et de peuplement**

Sur le site de Zweibrücken, la plus petite ville indépendante d'Allemagne avec ses près de 34 000 habitants, il est prévu d'agrandir le Zweibrücken Fashion Outlet existant, qui dispose actuellement d'une surface de vente d'environ 21 000 m<sup>2</sup>, pour la porter à 29 500 m<sup>2</sup>. En conséquence, environ 40 à 50 nouveaux magasins d'usine doivent être créés, principalement dans le segment du luxe et du haut de gamme, dans le cadre de la cinquième phase

---

<sup>27</sup> ecostra, 2019.

<sup>28</sup> ibid, 2019.

<sup>29</sup> ibid, 2019.

d'expansion. Le projet d'extension doit être réalisé dans le style du bâtiment existant, l'extension spatiale s'arrimant directement au sud du bâtiment existant et reprenant et poursuivant les structures de cheminement existantes du centre. Des places de stationnement supplémentaires doivent être créées au sud et à l'ouest de la zone d'extension.

Outre la liaison automobile pratique avec l'autoroute A 8, le site est également accessible depuis le centre-ville de Zweibrücken par la ligne de bus 225/226 pendant la journée du lundi au samedi.

Les grands centres les plus proches de la région sont Sarrebruck (environ 328 700 habitants) à une distance d'environ 40 km/environ 29 minutes en voiture et Kaiserslautern (environ 100 000 habitants) à une distance d'environ 50 km/environ 40 minutes en voiture. La zone d'attraction supplémentaire du projet est caractérisée par un grand nombre de centres de taille moyenne, notamment Pirmasens (environ 40 200 habitants) à une distance d'environ 23 km/environ 20 minutes en voiture, Homburg (environ 41 900 habitants) à une distance d'environ 18 km/environ 18 minutes en voiture, Blieskastel (environ 20 500 habitants) à environ 12 km/environ 14 minutes en voiture, St. Ingbert (environ 35 400 habitants) à environ 26 km/environ 21 minutes en voiture et Neunkirchen (environ 46 200 habitants) à environ 22 km/environ 18 minutes en voiture.

Les fonctions communautaires « commerciale » et « résidentielle » sont attribuées au centre de Zweibrücken. La structure spatiale dans le secteur de la zone de planification est principalement caractérisée par la fonction commerciale (approvisionnement). L'aéroport de Zweibrücken, qui se trouve à seulement 2,4 km du Zweibrücken Fashion Outlet, constitue une particularité. L'aérodrome de Zweibrücken est situé à environ 4 km au sud-est de la ville de Zweibrücken et est classé comme aérodrome spécial allemand. Outre le centre de distribution, plusieurs entreprises spécialisées dans l'aviation, les technologies de l'information et les loisirs se sont installées à proximité immédiate de l'aérodrome.

#### Effets sur le commerce de détail

Du point de vue des experts, l'extension prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken doit être jugée compatible avec le développement urbain, l'aménagement du territoire et la structure économique. Une prise en compte du « pire cas » des ratios de répartition du chiffre d'affaires déterminés et, selon les hypothèses du modèle de calcul, une part du chiffre d'affaires théoriquement possible d'environ 25 % avec les clients de la zone I et les effets qui en découlent sont inclus dans l'évaluation. En outre, on peut affirmer qu'après une étude approfondie et détaillée de certaines villes et municipalités de la zone II, il est démontré que les effets de la concurrence dans cette zone sont d'une très faible ampleur, de sorte que les effets négatifs sur la structure économique, le développement urbain et la planification régionale peuvent être clairement exclus.

#### Incidences sur les transports

En raison de la pandémie de Coronavirus, aucune nouvelle analyse de trafic n'a pu être effectuée à ce stade, car elle ne correspondrait pas à la situation normale sans pandémie. Les études concernant le volume du trafic et ses effets seront présentées ultérieurement.

## Impacts économiques et touristiques régionaux

Le Zweibrücken Fashion Outlet est une destination shopping. Parmi les attractions touristiques attrayantes dans les environs immédiats, citons un parc de loisirs couvert (World of Fun Zweibrücken avec une patinoire, une aire de jeux couverte, un centre de bowling, un golf miniature et des restaurants) et une piste de karting couverte. L'agrandissement du ZFO doit permettre de développer davantage le centre sur le plan concurrentiel et d'attirer les touristes d'achat, mais aussi les excursionnistes et les vacanciers de courte durée, dont profiteront non seulement le ZFO en tant qu'aimant à visiteurs, mais aussi les régions touristiques environnantes (gastronomie, hôtels, fournisseurs d'autres offres touristiques, etc.

En outre, l'expansion prévue devrait permettre d'augmenter le nombre de postes de travail et d'atteindre un nombre plus élevé de visiteurs par an. De plus, la ville de Zweibrücken et le Land de Rhénanie-Palatinat bénéficient d'une partie de la taxe sur le chiffre d'affaires générée par les ventes au détail supplémentaires réalisées dans le Zweibrücken Fashion Outlet.

## Effets du bruit industriel sur les utilisations sensibles les plus proches dans le voisinage de la zone de planification

L'extension prévue ne présente que des augmentations de niveau mineures le long de certains tronçons de route. Une augmentation des niveaux de bruit de la circulation est à prévoir sur les routes d'accès ouest de la ZFO, mais il n'y a pas d'utilisations nécessitant une protection dans les zones commerciales existantes le long de ces sections de route qui pourraient être affectées par les augmentations des niveaux de bruit de la circulation. Globalement, les incidences doivent être classées comme mineures.

D'autres impacts significatifs du projet sur l'habitat et les infrastructures ne sont pas attendus.

## **2 Résumé des incidences sur l'environnement**

En principe, il convient de noter que les effets d'une utilisation comme parking avec une ZGR de 0,8 ont déjà été examinés au cours de la procédure d'élaboration du plan d'occupation des sols juridiquement contraignant. Des mesures relatives à la compensation des interventions ont également été prévues, et d'autres aspects pertinents pour l'environnement, tels que la rétention des eaux de pluie et les anciens dépôts de déchets, ont également été pris en compte. On ne sait pas si et où les vestiges des bunkers classés Westwall sont encore présents sous terre. Toutefois, cela a déjà été pris en compte au cours de la procédure du plan de développement. Un impact n'est à prévoir qu'en cas de travaux d'excavation et doit alors également être examiné au cas par cas sous l'aspect du sol et de la stabilité du bâtiment.

Les dispositions et les mesures du plan d'occupation des sols juridiquement contraignant sont mises à jour et adaptées à la planification, si nécessaire. Toutefois, d'importants travaux de terrassement et une ZGR de 0,8 sont également autorisés et prévus à ce jour. Il est donc plausible de supposer que les principales caractéristiques des mesures sont encore adaptées à la mise en œuvre du projet dans le respect de l'environnement. Au lieu du parking prévu précédemment, des bâtiments seront partiellement érigés. Toutefois, ceux-ci s'appuient

directement sur le complexe de bâtiments existant, de sorte que les impacts sur le paysage en particulier restent minimes.

Un nouvel aspect à prendre en compte par rapport au plan de développement existant est la présence d'espèces d'oiseaux européens et des espèces strictement protégées que sont le lézard des clôtures et le lézard des murailles. Les espèces d'oiseaux recensées sont celles qui ont bénéficié de l'empiètement croissant des broussailles sur les terres en friche qui existent depuis des années. Le lézard des clôtures et le lézard des murailles utilisent les milieux ouverts restants et les dépôts et les perturbations du sol qui s'y trouvent ont même un effet positif sur ces espèces. Dans ces conditions, il est relativement bien possible de développer des habitats de remplacement et d'éviter ainsi la violation des interdictions de protection des espèces. Si des mesures appropriées sont prises, ces événements ne feront pas obstacle au projet dans un avenir prévisible.

Dans l'ensemble, il convient de noter que l'expansion prévue ne devrait pas avoir d'incidences contraires au projet.

### 3 Conclusion générale

L'extension prévue du Fashion Outlet de Zweibrücken présente un degré élevé d'adéquation par rapport à la zone de chalandise et au site. Le projet n'affectera pas les structures d'approvisionnement urbaines dans la zone d'approvisionnement centrale de Zweibrücken et des villes voisines. En outre, le projet d'expansion n'aura pas d'effets néfastes sur le développement urbain.

L'exigence de non-altération du LEP IV (objectif 60) est respectée.

L'extension est compatible avec l'exigence de centralité (objectif 57).

L'écart par rapport à « l'exigence d'intégration urbaine » (objectif 58) est possible et justifiable.

Globalement, on peut affirmer que l'extension du Zweibrücken Fashion Outlet est souhaitable pour la ville de Zweibrücken en termes de développement et de sauvegarde de son existence. La compatibilité avec le développement urbain du concept d'emplacement, de dimension et de gamme de produits a été démontrée par la présente analyse d'impact.

D'autres effets sont résumés au point VIII. I..

En outre, la réalisation de l'expansion n'entraîne aucun impact sur les différents biens protégés qui sont pertinents pour l'aménagement du territoire. Les impacts attendus sont en grande partie d'importance mineure.

Le projet peut être classé comme compatible en termes de structure économique, de développement urbain et d'aménagement du territoire.

Compte tenu des aspects et des raisons présentés, on peut affirmer que les effets sur la situation globale déclenchés par le projet ne sont pas pertinents pour l'aménagement du territoire et qu'une dérogation à l'objectif 58 de la LEP IV est donc possible pour le cas particulier. Par conséquent, le demandeur estime que les caractéristiques fondamentales de



l'aménagement du territoire ne sont pas affectées en cas de déviation de l'objectif susmentionné, de sorte que la structure globale du LEP IV et du plan d'aménagement du territoire régional du Palatinat occidental n'est pas remise en question.

## VII. REPERTOIRE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : Plan du site/concept du site (représentation personnelle).....	3
Figure 2 : Zone de chalandise du Fashion Outlet de Zweibrücken.....	12