



2^{ÈME} CONFÉRENCE COMMERCE

QUELLE(S) IMPLANTATION(S) POUR LE COMMERCE DANS LE FUTUR SCOT ?



MARDI 17 OCTOBRE 2017
DE 19H30 À 21H30

Auditorium du Trente
Espace Saint-Germain
30 avenue Général Leclerc
38200 VIENNE

AU PROGRAMME

- 19h15 ⊙ Accueil des participants
- 19h30 ⊙ **OUVERTURE**
- ▶ Mot d'accueil de Thierry KOVACS, Maire de Vienne et Vice-Président du Syndicat Mixte des Rives du Rhône
 - ▶ Introduction aux enjeux et objectifs de la conférence, Gérard BANCHET, Vice-Président du Syndicat Mixte des Rives du Rhône
- 19h45 ⊙ **LE COMMERCE SUR LES RIVES DU RHONE : GRANDS ENJEUX ET PREMIERES ORIENTATIONS POUR LE TERRITOIRE**
Nelly LIOGIER, Chargée de Mission, Syndicat Mixte des Rives du Rhône
- 20h00 ⊙ **LE SCOT : L'OUTIL INDISPENSABLE POUR ENCADRER LE COMMERCE ?**
AID Observatoire
- 20h20 ⊙ **RETOURS D'EXPIÉRIENCES DE DEUX SCOT APPROUVÉS**
- ▶ Présentation du DAAC* du Scot de Bourg-Bresse-Revermont (01) par Loïc KARM, chargé de mission et Jean-Luc LUEZ, Vice-Président de la Communauté d'Agglomération du Bassin de Bourg-en-Bresse en charge du Scot et de la prospective territoriale
 - ▶ Présentation du DAAC* du Scot du Grand-Rovertain (07/26) par Olivier BAUDY, directeur du Syndicat Mixte
- 21h00 ⊙ **AVEC LE DAAC*, UNE MAITRISE DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES ENFIN POSSIBLE ? TABLE RONDE ET ÉCHANGES**
- ▶ Jean-Luc LUEZ, VP de la Communauté d'Agglomération du Bassin de Bourg-en-Bresse en charge du Scot et de la prospective territoriale
 - ▶ Valérie BERNARD, Directrice du Bureau d'études Interstice
 - ▶ Alain CLERC, Maire de Septème (38)
 - ▶ Clément ROBERT, développeur immobilier, Société Lidl
- 21h30 ⊙ **MOT DE CONCLUSION**
Philippe DELAPLACETTE, Président du Syndicat Mixte des Rives du Rhône

*DAAC : Document d'Aménagement Artisanal et Commercial



Ouverture

- **Mot d'accueil de Thierry KOVACS**, Maire de Vienne, Président de ViennAgglo et Vice-Président du Syndicat Mixte des Rives du Rhône (SMRR)

Monsieur Kovacs accueille avec plaisir l'ensemble des participants à l'auditorium du Trente. Il rappelle à quel point l'urbanisme commercial est une question importante à la fois pour le Syndicat Mixte des Rives du Rhône, mais aussi pour ViennAgglo et la ville de Vienne qui interviennent chacune à leur échelle sur cette problématique. Il présente les démarches engagées par ces différentes collectivités : une charte de développement commercial et des actions concrètes pour accompagner les porteurs de projets à l'échelle de ViennAgglo; un travail sur l'aménagement urbain (qualité des espaces publics, stationnement...), mais également des actions d'animation et une politique touristique ambitieuse à l'échelle de la ville de Vienne pour favoriser le maintien et le développement du commerce

- **Introduction aux enjeux et objectifs de la conférence, par Gérard Banchet**, Maire d'Ampuis, Président de la Région de Condrieu et Vice-Président du SMRR en charge du commerce

Cette conférence s'inscrit dans le cadre de la révision du Scot des Rives du Rhône, dont les grandes orientations sont actuellement en débat. Les élus du SMRR souhaitent échanger largement avec tous les partenaires dans le cadre de cette révision (élus, techniciens, mais aussi opérateurs commerciaux, CCI, associations de commerçants...) pour réaliser un Scot opérant et adapté aux spécificités du territoire. La cohabitation entre les différents types de commerces (proximité et périphérie) est un enjeu fort pour le Scot.

Monsieur Banchet remercie l'ensemble des intervenants et des participants. Il remercie également Monsieur David Sarrazin pour l'animation de cette soirée.



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Le territoire du SMRR - Rappel

- 129 communes
- 6 EPCI sur 5 départements
- Environ 248 000 habitants

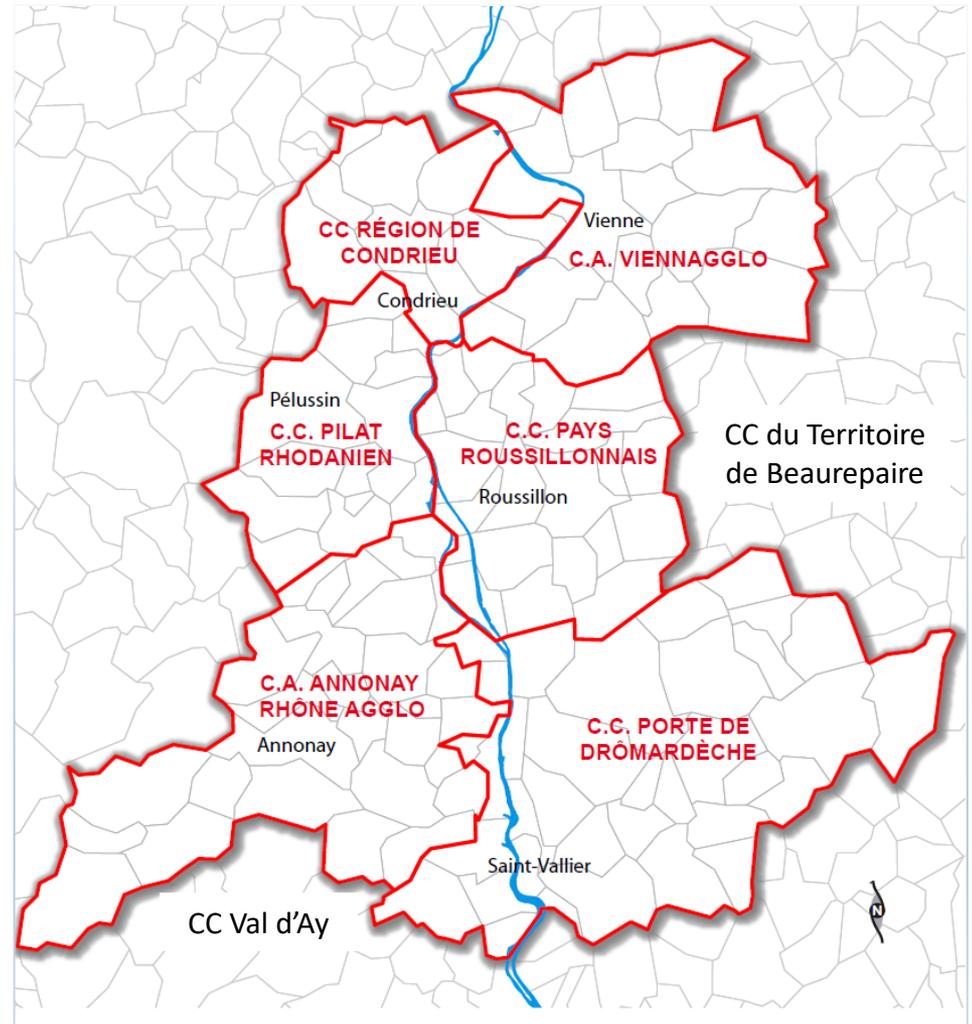
A venir :

- Fusion de ViennAgglo et CC de la Région de Condrieu
- Extension du SMRR sur le Territoire de Beaurepaire et la CC du Val d'Ay

.....

Un Scot en révision

- Les grands constats
- Les principaux enjeux
- Les 1ères orientations pour le territoire en matière de commerce





Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les grands constats

→ Une armature commerciale organisée autour de 5 pôles structurants, complétés par des pôles de rayonnement plus local

- 2 grands pôles de centralité = Vienne et Annonay
- 3 grands pôles de périphérie = Chasse-sur-Rhône et Salaise-sur-Sanne et Davézieux

→ Des fonctions de proximité fragiles

- Une offre de proximité présente sur l'ensemble du territoire...

64 % de la pop. réside dans une commune au tissu commercial complet

28% de la population des RR dispose d'au moins un commerce alimentaire sur sa commune

- Une offre de tournées alimentaires, des marchés et de la vente directe (présente sur 63 communes du territoire) pour palier à l'absence d'une offre alimentaire de base complète
- ... mais une tendance à « l'émiettement » des commerces de proximité le long des axes de flux (fragilisation des centralités; vacance; lien avec un déficit d'image des centralité et problématiques de stationnement)



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

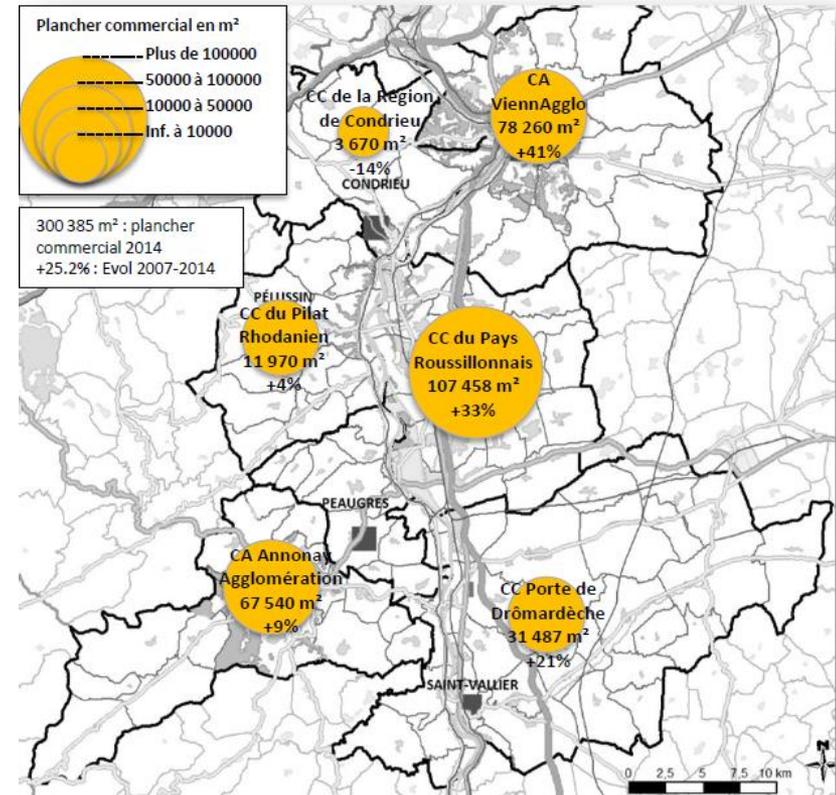
Scot en révision : les grands constats

→ Une croissance forte des m² commerciaux

- Une croissance du plancher commercial des GMS entre 2007 et 2014 quatre fois plus élevée que la croissance de pop. (+ 60 398 m² pour une offre atteignant aujourd'hui 300 385 m²)

→ Une tendance à la duplication d'une offre déjà existante

- Le taux de diversité commerciale* a progressé seulement de 1% en 7 ans malgré 60400m² nouveaux
- Mais une diversité commerciale satisfaisante



Le plancher commercial des grandes et moyennes surfaces du territoire

* Taux de diversité commerciale en GMS : poids des m² en équipement de la maison (meubles, décoration, électroménager, brocante soldierie), culture-loisirs, sport, et habillement sur total des m². A noter que les surfaces commerciales dont le secteur n'est pas encore déterminé (« autres surfaces » autorisée en CDAC) est exclue du calcul de ce taux de diversité.



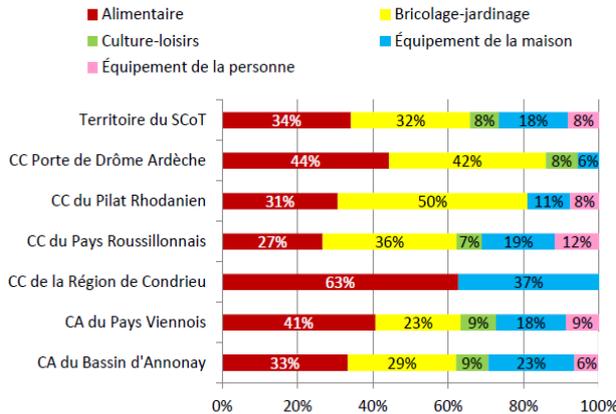
Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les grands constats

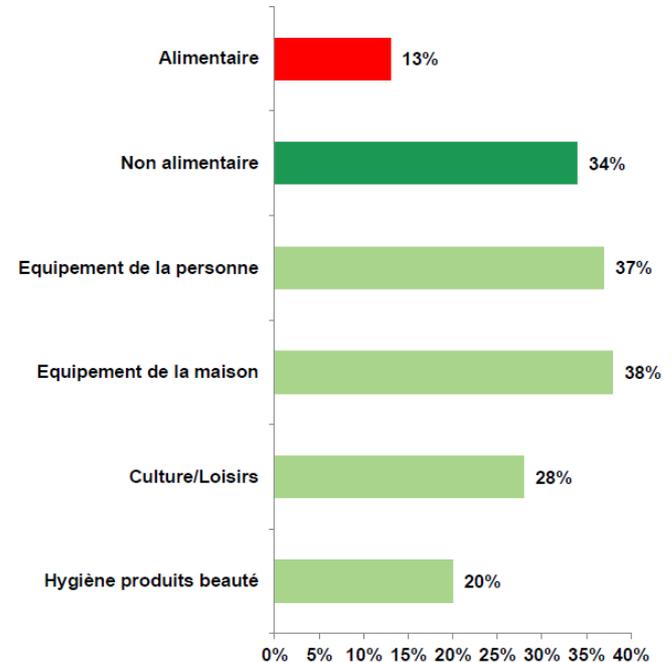
- Une densité commerciale globale en GMS supérieure à la moyenne française (+ 14,3%)
- Une évasion commerciale assez faible sur le territoire, notamment en alimentaire

24 % d'évasion commerciale sur le territoire (13% pour l'alimentaire; 34% sur le non-alimentaire)

- Typologie de produits la plus en retrait : équipement de la personne



Répartition par type d'activité des surfaces de plancher en GMS



Dépense commercialisable totale : 1 340 M€

Évasion totale : 28%, soit 323 M€

Source : Inventaire commercial des départements 26-07-38-42-69 et Autorisations CDAC/CNAC



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les grands constats

→ Des zones commerciales de périphérie peu qualitatives, en dehors de quelques exceptions récentes



Des façades commerciales peu qualitatives et non lisibles



Une bonne visibilité mais des espaces sans lien et dédiés à la voiture

→ Un risque de développement de friches commerciales dans les années à venir et d'augmentation de la vacance dans les centralités



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les grands enjeux

Un enjeu d'adaptation
aux évolutions
sociodémographiques



- **Adapter les formats commerciaux et leur implantation** aux besoins d'une population vieillissante.
- **Adapter les implantations commerciales** à la nouvelle répartition (plus péri-urbaine) de la population.
- **Adapter la qualité** (ambiance d'achat) **des espaces commerciaux** à une population en renouvellement plus exigeante.

Un enjeu d'adaptation
aux nouveaux enjeux
commerciaux



- **Indexer la croissance de surface sur la croissance de population** pour éviter le risque de friches commerciales.
- **Diversifier les propositions commerciales** plutôt que la densification sur des secteurs déjà bien équipés.
- **Moderniser les propositions commerciales** pour faire face à la VAD qui pèse un quart des évasions.



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les grands enjeux

**Un enjeu d'adaptation
d'aménagement du
territoire**



- « **Repolariser** » sur des centralités (souhait des élus) face à la tendance à la « périphérisation » des activités de proximité.
- **Densifier l'habitat dans les centralités** pour doter le commerce de proximité de zones de chalandise plus importantes.
- **Travailler la desserte non sédentaire** pour couvrir les besoins des territoires et communes faiblement ou peu équipés.
- **Réagir face au déficit d'image des centralités de proximité.**



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les 1ères orientations pour le territoire*

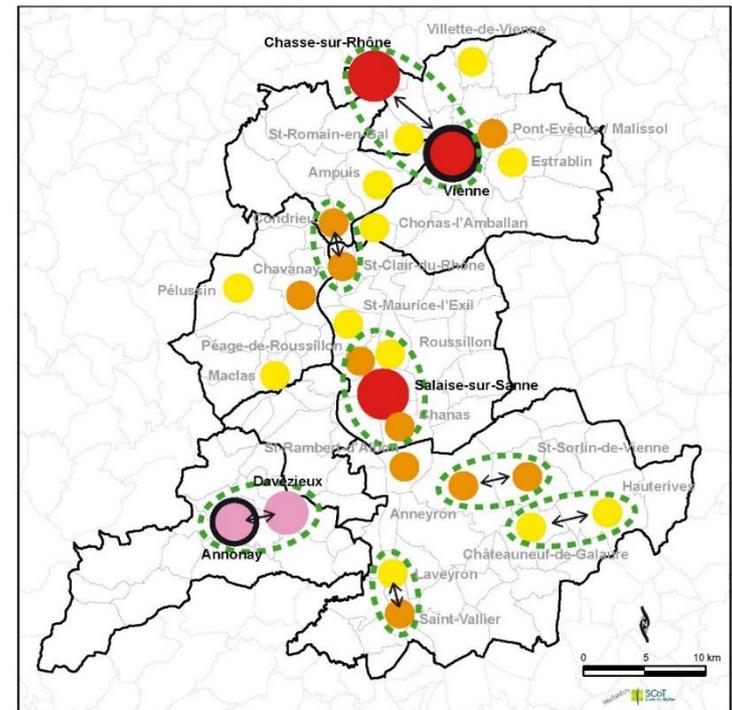
1. Conforter l'armature commerciale dans son organisation actuelle

- Les orientations du SCOT et le DAAC devront permettre de conforter cette armature, de veiller au respect de la hiérarchie des pôles et aux équilibres territoriaux
- Induit notamment de ne pas faire émerger de pôle commercial de niveau métropolitain

2. Stopper l'extension des espaces commerciaux de périphérie

- Construire le développement de ces espaces au sein de l'enveloppe foncière occupée
- En dehors des seuls secteurs identifiés au DAAC, ne plus autoriser d'ouverture à l'urbanisation à vocation commerciale

Objectifs : limiter l'étalement urbain, limiter l'apparition de friches, retrouver un équilibre entre les centralités et les espaces de périphérie



* En cours de discussion dans les EPCI



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les 1ères orientations pour le territoire*

3. Favoriser la diversité commerciale

- Volonté de stabiliser les surfaces commerciales à vocation alimentaire à leur niveau actuel et de n'accepter que des croissances de surfaces minimales liées à des opérations de modernisation sans déplacement
- Dans cette optique, autoriser uniquement les implantations de nouvelles activités commerciales non alimentaires en périphérie, sous réserve qu'elles contribuent à la diversité commerciale et à la limitation des déplacements des consommateurs

4. Prioriser le développement commercial dans les centralités

- Le PADD définit une ambition de renforcement de la vocation commerciale des centralités
- En effet l'attractivité d'une centralité est une équation entre quatre niveaux d'attractivité : résidentielle, de service, économique et « identitaire » (maintien des fonctions médicales, tertiaires, services au public...)
- Dans le même objectif, une attention particulière sera portée à la rénovation et au renouvellement de l'habitat
- Enjeu de limiter l'implantation de commerces sur les axes de flux

* En cours de discussion dans les EPCI



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : les 1ères orientations pour le territoire*

5. Régénérer les espaces commerciaux de périphérie

→ Les orientations du Scot se concentreront dans cet objectif sur quatre enjeux :

- L'anticipation et le traitement des friches commerciales
- La recherche de densification des zones d'activités commerciales (notamment par la mutualisation des accès et du stationnement)
- L'amélioration du confort d'achat des espaces commerciaux (ex: prise en compte du vieillissement de la population) et du fonctionnement urbain (sécurisation et facilité de déplacements notamment)
- La requalification paysagère, bâti et environnementale des zones commerciales vieillissantes

Contexte : croissance du digital, enjeu qualitatif plus que quantitatif

* En cours de discussion dans les EPCI



Le commerce sur les Rives du Rhône : grands enjeux et premières orientations pour le territoire

Scot en révision : la suite du travail !

Vers le DOO et le DAAC...



2^{ÈME} CONFÉRENCE COMMERCE

QUELLE(S) IMPLANTATION(S) POUR LE COMMERCE DANS LE FUTUR SCOT ?



3 avenue Condorcet, 69100 Villeurbanne
24 rue Louis Blanc, 75010 Paris
59 allée Jean Jaurès, 31000 Toulouse
2 rue Crucy, 44000 Nantes

Contact

David SARRAZIN – Directeur Associé
d.sarrazin@aidobservatoire.fr
0611321238

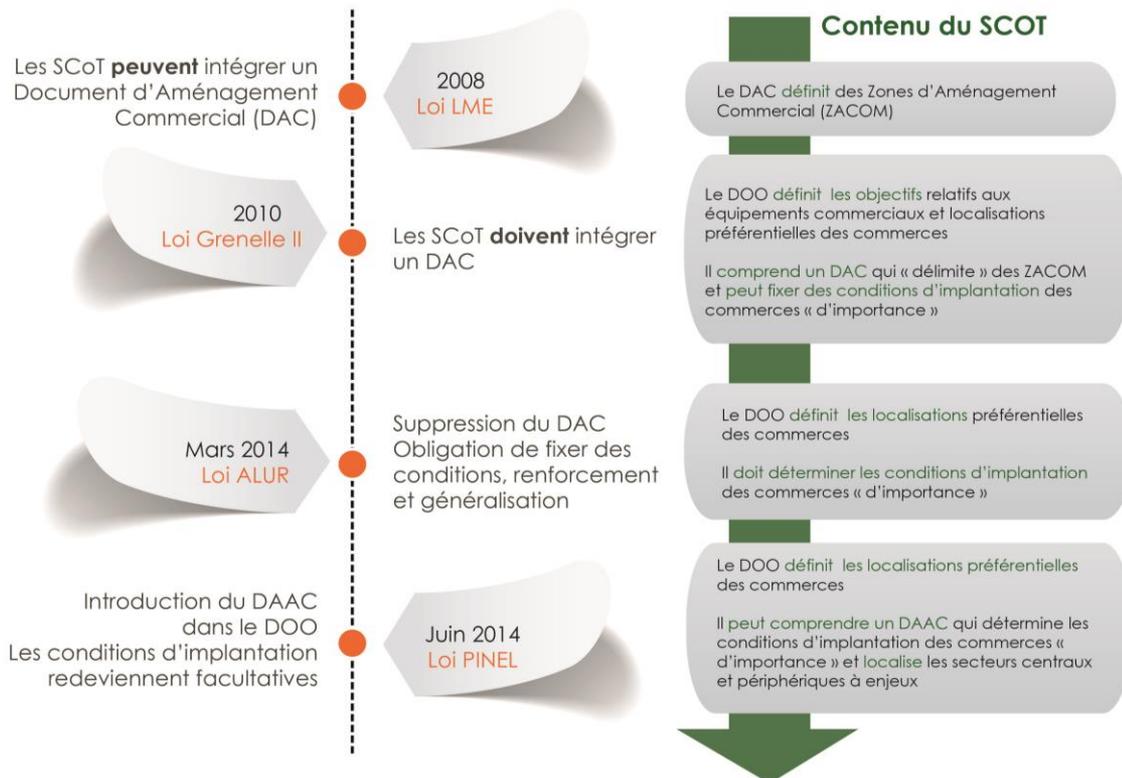
LE SCOT : L'OUTIL INDISPENSABLE POUR ENCADRER LE COMMERCE ?



QUELLE(S) IMPLANTATION(S) POUR LE COMMERCE DANS LE FUTUR SCOT ?

Partie 1 : Le contexte réglementaire

EVOLUTIONS DES LEVIERS DE REGULATION DU COMMERCE



Le DOO a pour obligation :

1. De définir les localisations préférentielles des commerces

- Centralités, quartiers,
- Secteurs de périphérie.

2. De hiérarchiser les localisations préférentielles :

- Importance communale ? Intercommunale ? Supra territoriale ? Cohérence avec la logique de desserte en transports ?
- A quelles typologies de besoins répond-on dans une logique d'optimisation des déplacements ? De maintien d'une offre de proximité diversifiée répondant à des besoins courants en limitant les obligations de déplacement ? De revitalisation des centres-villes ?

Le DOO peut comprendre un DAAC qui :

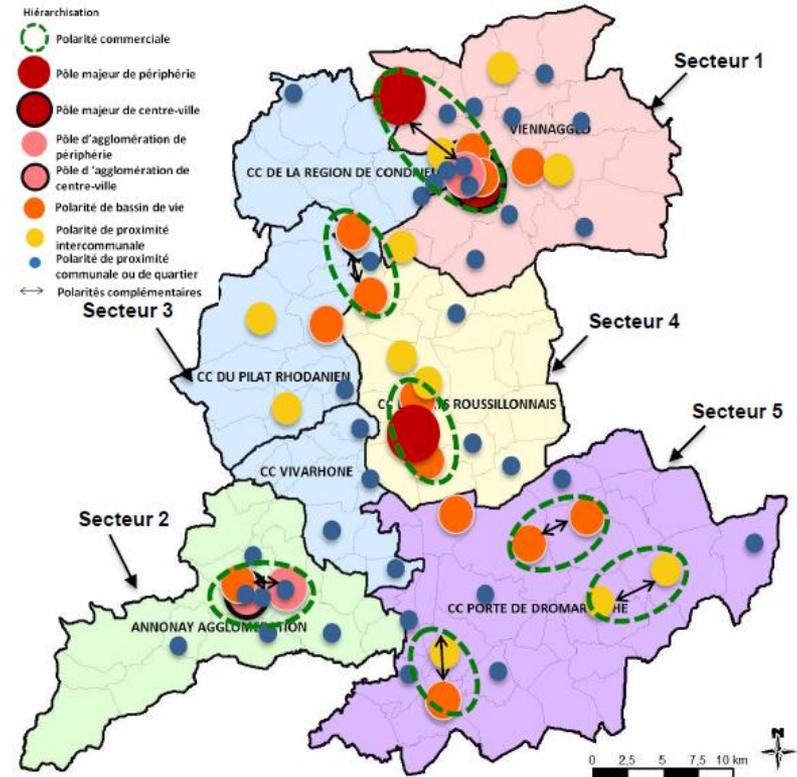
1. **Localise les centralités urbaines et secteurs d'implantation périphériques présentant des enjeux spécifiques**
2. **Fixe des conditions d'implantation pour les commerces d'importance :**
 - **Définir les commerces « d'importance »** qui seront soumis à ces conditions (à l'aide d'un ou plusieurs seuils de surface par exemple)
 - **Fixer des conditions** applicables partout sur le territoire et/ou spécifiques à certaines localisations centrales ou de périphérie:
 - Consommation économe de l'espace notamment en entrée de ville,
 - Compacité des formes bâties,
 - Utilisation prioritaire des surfaces vacantes,
 - Règlementation du stationnement,
 - Desserte en transports,
 - Conditions en termes de performance énergétique., d'insertion paysagère...



QUELLE(S) IMPLANTATION(S) POUR LE COMMERCE DANS LE FUTUR SCOT ?

Partie 2 : DOO, DAAC, des outils pour mettre en œuvre les orientations du SCOT

1. Conforter l'armature et assurer une **desserte commerciale équilibrée**
2. **Limiter la délocalisation des activités commerciales** des centralités vers les périphéries et **stopper les extensions**
3. Créer les conditions du **maintien et du confortement du commerce de proximité** au cœur des lieux de vie
4. Favoriser le **renouvellement urbain des pôles commerciaux**
5. **Favoriser la diversité** en cohérence avec les besoins et la croissance de la population



Les enjeux :

- 
- Mettre en œuvre un aménagement commercial cohérent avec le positionnement des pôles dans l'armature urbaine
 - Encourager une adaptation de la réponse aux besoins courants en lien avec les dynamiques démographiques (croissances plus forte loin des grands pôles)
 - Garantir des complémentarités entre les pôles, un développement restant « à l'échelle de chaque polarité »



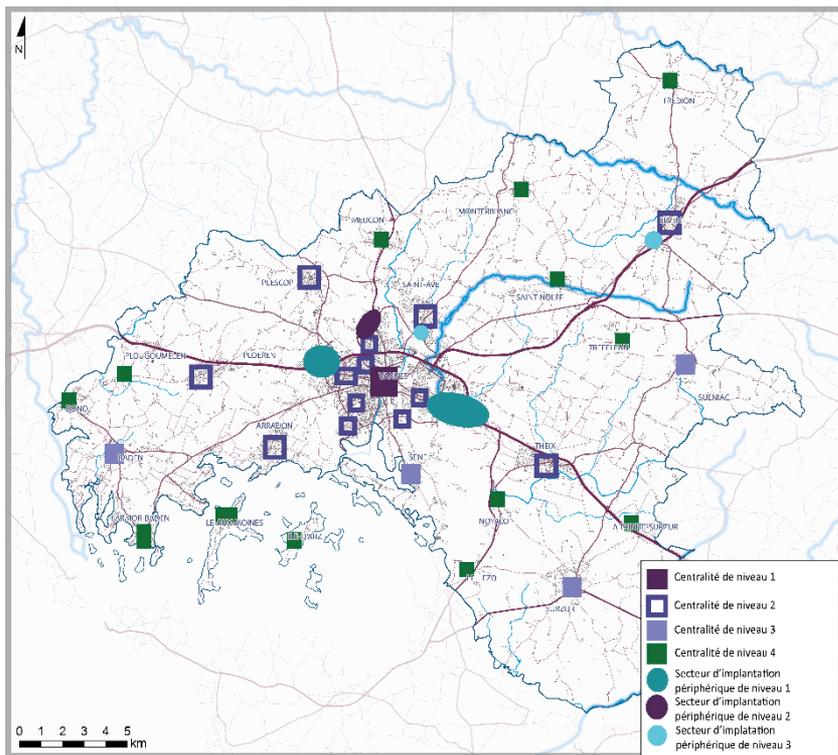
Les outils du DOO et du DAAC :

- L'identification des localisations préférentielles
- La vocation préférentielle des pôles (typologies d'activités)
- Le format des « unités commerciales »

Orient. n°1 : Conforter l'armature et assurer une desserte commerciale équilibrée – fréquences d'achat

Fréquences d'achats	Types d'activités concernées	Aire d'influence minimale	Formats de vente concernés	Modes principaux d'accès et de transports pour les achats
Quotidienne	Boulangerie, boucherie – charcuterie, tabac – presse, fleurs, alimentation, services ...	> 1 200 à 2 500 habitants	Commerces traditionnels sédentaires et non sédentaires	- Modes doux - Transports en commun - Voiture
Hebdomadaire	Supermarchés / hypermarchés, alimentaires spécialisés...	> 8 000 hab (+1 000 m ²).	Moyennes surfaces alimentaires	- Modes doux - Transports en commun - Voiture
Occasionnelle « lourde »	Bricolage, jardinage	>10 000 habitants	Grandes et moyennes surfaces spécialisées (GSS) non alimentaires	- Voiture
Occasionnelle « légère »	Habillement, chaussures, optique, parfumerie, bijouterie, librairie papeterie CD/DVD, jeux - jouets, petite décoration, ...	> 15 000 à 20 000 habitants		- Modes doux - Transports en commun - Voiture
Exceptionnelle	Mobilier, électroménager, aménagement, de la maison (cuisines, salles de bains), concessionnaires automobiles...	> 40 000 à 50 000 habitants		- Voiture
Atypique	Pas d'activités spécifiques Concepts commerciaux d'envergure	> 200 000 habitants	Formats exceptionnels	- Voiture

Définir les localisations préférentielles pour le développement commercial



Leur donner une vocation

Niveau de pôle (SCoT)	Niveau de fonction commerciale	Polarité	Pôle	Type de localisation	Commerces > 300 m ² de surface de vente		
					Achats hebdomadaires	Achats occasionnels lourds	Achats occasionnels légers
Pôle structurant	Pôle majeur	Bourg-Achard	Zone des Portes	ZACOM	2 200 (3 300)	3 000 (4 500)	2 000 (3 000)
			Centre bourg	Centralité urbaine	2 200 (3 300)	3 000 (4 500)	2 000 (3 000)
	Pôle de bassin	Bourgheroulde – Le Bosc-Roger (ZA)	Centre bourg	Centralité urbaine	2 200 (3 300)	2 000 (3 000)	1 500 (2 250)
			ZA La Baudrière	ZACOM	2 200 (3 300)	2 000 (3 000)	1 500 (2 250)
	Pôle intermédiaire	Le Thuit-Signal – Saint Pierre des Fleurs (ZC)	ZA Route de Bourgheroulde	ZACOM	2 200 (3 300)	2 000 (3 000)	1 500 (2 250)
ZC de la Croix-Mouche			ZACOM	2 200 (3 300)	1 500 (2 250)		
Pôle d'équilibre	Pôle secondaire	Routot	Centre-bourg	Centralité urbaine	1 800 (2 700)		
	Pôle de proximité	Boissey le chatel	Centre-bourg	Centralité urbaine	1 200 (1 800)		
		Amfreville la campagne	Centre-bourg	Centralité urbaine	1 200 (1 800)		
Pôle relais	Pôle de proximité	Saint-Ouen de Thouberville, Le Bosc-Roger-en-Roumois, Saint-Ouen-du-Tilleul, Saint-Pierre-des-Fleurs, La Saussaye.	Centre-bourg	Centralité urbaine	1 200 (1 800)		

	Localisation préférentielle
	Localisation non préférentielle

Une feuille de route claire pour les CDAC et pour les porteurs de projets

Les enjeux :



- Favoriser les complémentarités entre centralités et périphéries
- Faciliter les implantations en centralité
- Encadrer l'implantation en périphérie pour rééquilibrer le niveau de contrainte avec les centralités

Les outils du DOO et/ou du DAAC :



- Mettre en place des règles d'urbanisme favorables au développement commercial dans les centralités (en s'appuyant sur les PLU)
- Réserver les espaces de périphérie à des développements peu compatibles avec une implantation en tissu urbain :
 - Biens lourds
 - Taille importante (+ 300 m² par exemple)
- Dispositions du DAAC s'agissant du degré de contrainte

Les enjeux :



- Maintenir le dernier commerce en zone rurale
- Permettre le maintien voire le confortement (lien avec la croissance démographique) de la diversité commerciale dans les centres-bourgs

Les outils du DOO et/ou du DAAC :



- Mettre en place des orientations pour la polarisation des activités de proximité (<300 m²) à traduire dans les PLU(i)
 - Définition de la centralité commerciale
 - Encourager à limiter fortement voire interdire le développement commercial en dehors de la centralité, notamment en bord d'axes de flux
 - Mettre en place des dispositions favorables au dév. du commerce en centralité (règles de recul, d'alignement, de stationnement...)

Les enjeux :



- Des pôles marchands centraux et de périphérie perdent progressivement en attractivité du fait d'un vieillissement de ces espaces...
- ...dans un contexte où il faut de plus en plus donner une raison au consommateur de se déplacer
- Un enjeu de regain d'attractivité des espaces marchands pour limiter les risques de friches, améliorer la qualité des entrées de villes et de territoire



Les outils du DAAC

- Des conditions d'implantation permettant de mettre le développement de nouveaux m² au service de la restructuration / requalification des pôles dans un périmètre identifié

Les enjeux :



- La nécessité de corrélérer davantage l'évolution de la population et des actifs avec la croissance des m²
- Rendre possible la requalification des pôles commerciaux en maîtrisant le foncier nu pouvant être urbanisé à vocation commerciale
- Limiter l'étalement des pôles commerciaux en centre-ville comme en périphérie



Les outils du DAAC

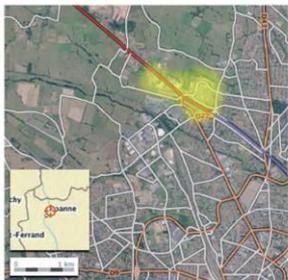
- Définir les contours des pôles commerciaux de centralité et de périphérie
- Conditionner l'urbanisation de foncier nu en périphérie à la mise en place de logiques d'aménagement d'ensemble, à la requalification des secteurs existants

Partie 2 : DOO, DAAC, des outils pour mettre en œuvre les orientations du Scot

Maîtriser les m² commerciaux créés en lien avec la croissance démographique

Secteur d'implantation périphérique de Mably

Localisation du secteur d'implantation périphérique de Mably



Rappel du DOO :

Pôle majeur de périphérie destiné préférentiellement aux achats occasionnels lourds et exceptionnels, commerces > 300 m² de surface de vente.

Objectif : Améliorer la lisibilité des espaces marchands, la qualité architecturale et paysagère au sein du secteur d'implantation périphérique, l'attractivité des secteurs marchands. Favoriser le regroupement des commerces sur des secteurs identifiés. Enjeux d'amélioration qualitative et de l'accessibilité.

Foncier mobilisé actuellement pour le commerce > à 300 m² de SV : 32,3 ha.

Conditions d'implantation des équipements commerciaux :

Le foncier nu supplémentaire mobilisable pour du commerce de plus de 300 m² de surface de vente sur le secteur d'implantation périphérique est plafonné à 1 ha.

- Les nouvelles implantations et extensions de commerces existants s'inscrivent dans le cadre d'une logique d'aménagement d'ensemble sur le périmètre du secteur d'implantation périphérique, et respectent un objectif d'amélioration qualitative du pôle induisant :

- La recherche d'une plus forte densité d'aménagement à l'échelle du secteur d'implantation périphérique notamment par la densification sur les espaces de stationnement et l'intégration de tout ou partie du stationnement en sous-sol, rez-de-chaussée, toit-terrasse ou infrastructure.

- Une amélioration de l'insertion visuelle du site à travers la qualité architecturale, la végétalisation des espaces extérieurs, la recherche de transitions/franges paysagères avec les espaces à vocation agricole et résidentielle limitrophes.

- L'amélioration des conditions d'accessibilité routière au pôle, les nouveaux développements ne doivent pas aggraver la situation en termes de congestion.

- La sécurisation des déplacements doux au sein du secteur d'implantation périphérique, depuis les zones d'habitat limitrophes et les arrêts de transport en commun.

Secteur d'implantation périphérique « Valence 2 »

5



- **Polarité :** Bassin de Valence - Rhône-Crussois
- **Commune :** Valence
- **Rappel des prescriptions sur la vocation du secteur d'implantation périphérique :**
 - Localisation préférentielle de niveau 3 mixte.
 - Emprise maximale des équipements commerciaux : 6 000 m² d'emprise au sol par unité commerciale. Pas de limitation de surface de vente.

ORIENTATION D'AMÉNAGEMENT

L'aménagement de ce secteur s'inscrit dans un principe de mixité fonctionnelle dans laquelle est souhaitée parallèlement à des commerces de la restauration et des logements. Il s'agit de favoriser

des logiques de renouvellement urbain sur les emprises actuelles et de connecter le pôle commercial aux quartiers riverains.

OBJECTIFS ET CONDITIONS D'IMPLANTATION DES COMMERCES

Les autorisations délivrées en CDAC et les documents d'urbanisme locaux garantissent le respect des objectifs suivants :

• **Compacité des formes bâties :** Le projet de renouvellement urbain garantit le respect d'un objectif de mixité urbaine sur le « secteur mixte » : la surface de plancher affectée à du commerce de détail représente au maximum la moitié de la surface de plancher total nouvellement créée à l'échelle du « secteur mixte ».

• **Accessibilité aux piétons et aux cyclistes :** Ouvrir le pôle vers les quartiers voisins au Sud, créer une voie d'accès et des cheminements doux au sein du secteur d'implantation périphérique, et de manière à connecter les commerces au parking relais et aux quartiers voisins (au sud).

• **Qualité architecturale :** Contribuer à une meilleure structuration de l'espace et de l'entrée de ville de Valence par des bâtiments plus hauts et éventuellement plus proches de l'avenue de Romans.

LOCALISATION DU SECTEUR ET ILLUSTRATION DES OBJECTIFS ET CONDITIONS



Légende

- Secteur mixte - commerces préférentiellement au rez-de-chaussée
- Conditions d'usage mixtes et connectant le cœur du quartier aux abords
- Voies structurantes ou de desserte
- Parking relais
- Périmètre du secteur d'implantation périphérique

Saint-Avé



Niveau hiérarchique : Centralité de niveau 2 et secteur d'implantation périphérique (SIP) de niveau 3

Rappel de la vocation :

- SIP : Achats hebdomadaires et occasionnels lourds, commerces > 300 m² de surface de vente et < 3 000 m² de surface de vente
- Centre-ville : Achats quotidiens, hebdomadaires et occasionnels, commerces < 3 000 m² de surface de vente.

Orientation d'aménagement :

- Conforter les commerces de proximité en centre-ville, en lien avec le développement urbain sur la commune.
- Conforter le secteur **kerneleu**, en privilégiant l'accueil d'une offre complémentaire au centre-bourg (commerce de grande taille) et restant « à l'échelle » du bassin de proximité qu'elle dessert.

Objectifs et conditions d'implantation :

- Favoriser les liens urbains (mobilier, signalétique) et liaisons douces entre les espaces marchands du centre-ville (centre-ville haut, centre-ville bas, extension prévue vers l'ouest) et entre le SIP et les secteurs d'habitation limitrophes.

SCOT DE VANHES AGGLO
PIÈCE 1 : D.O.O.



2^{ÈME} CONFÉRENCE COMMERCE

QUELLE(S) IMPLANTATION(S) POUR LE COMMERCE DANS LE FUTUR SCOT ?



3 avenue Condorcet, 69100 Villeurbanne
24 rue Louis Blanc, 75010 Paris
59 allée Jean Jaurès, 31000 Toulouse
2 rue Crucy, 44000 Nantes

Contact

David SARRAZIN – Directeur Associé
d.sarrazin@aidobservatoire.fr
0611321238



2^{ÈME} CONFÉRENCE COMMERCE

QUELLE(S) IMPLANTATION(S) POUR LE COMMERCE DANS LE FUTUR SCOT ?

ECHANGES AVEC LA SALLE



Echanges avec la salle – questions soulevées

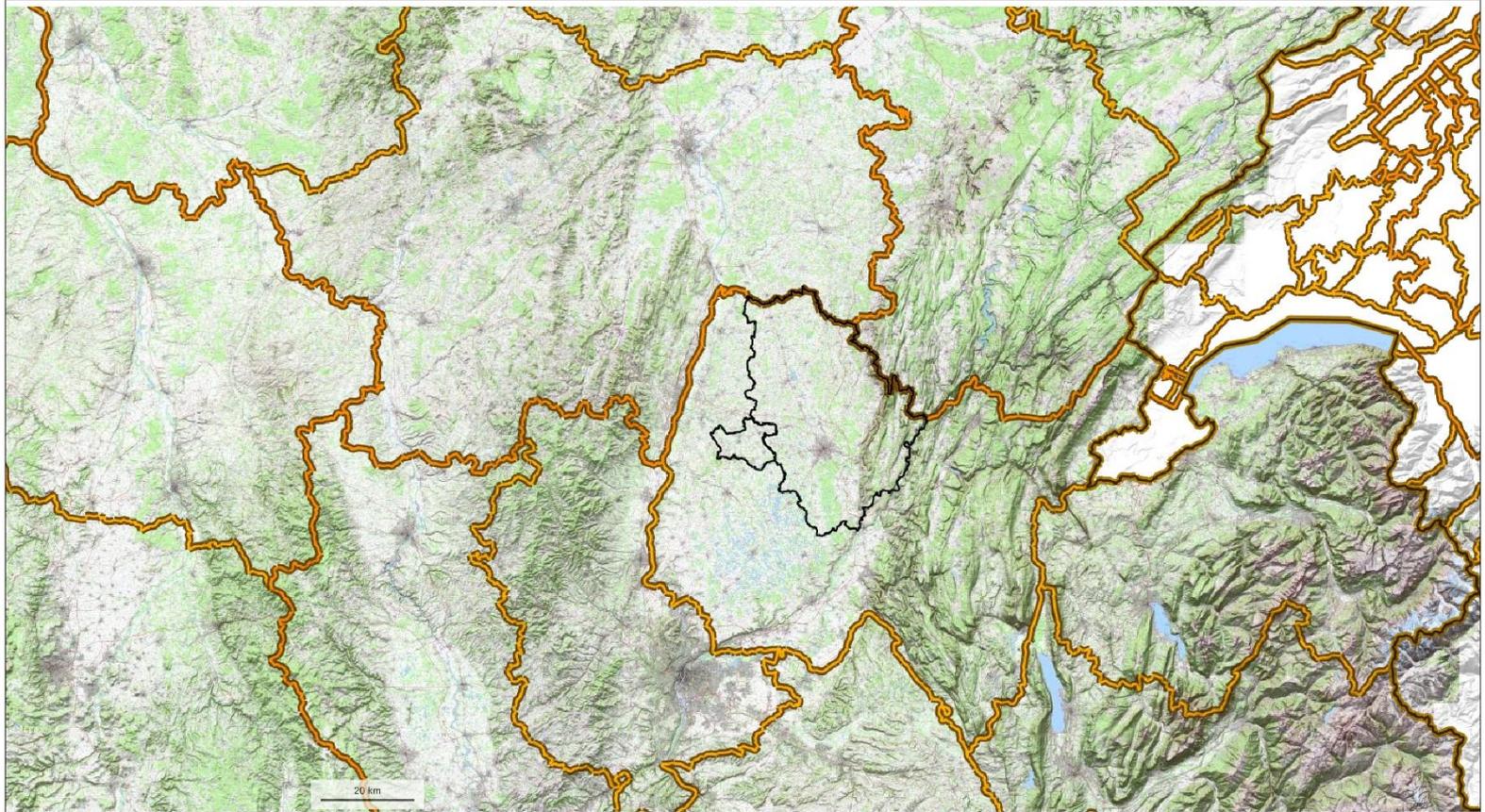
- **Sur le territoire des Rives du Rhône, le nombre de m² de grandes et moyennes surfaces rapporté à la population est-il équivalent à la moyenne nationale ?**
 - > *La densité commerciale est supérieure de 14% à la densité au niveau national. Dans le cadre de la révision du Scot il n'a pas été réalisé d'étude de marché détaillée, mais le meilleur indicateur reste l'analyse de la couverture des besoins. Sur le territoire l'offre en espaces commerciaux de périphérie augmente beaucoup plus rapidement que la demande. Pourrait-on encore accueillir de nouvelles grandes surfaces commerciales ? Tout dépend sur quels types d'offres, sachant que les friches commerciales sont en augmentation*
- **Pourquoi les études de marché des opérateurs commerciaux corroborent-elles rarement celles des collectivités ?**
 - > *Effectivement les points de vue sont souvent divergents. La porte d'entrée de ces études de marché n'est pas la même pour un promoteur commercial que pour une collectivité. Au-delà de l'étude de marché, c'est l'analyse des impacts des projets commerciaux qui est importante pour la collectivité. L'enjeu du Scot est de mieux cordonner les logiques et d'essayer de partager des intérêts communs*

Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont

Limites administratives - Géoportail

<https://www.geoportail.gouv.fr/donnees/limites-administratives>

géoportail



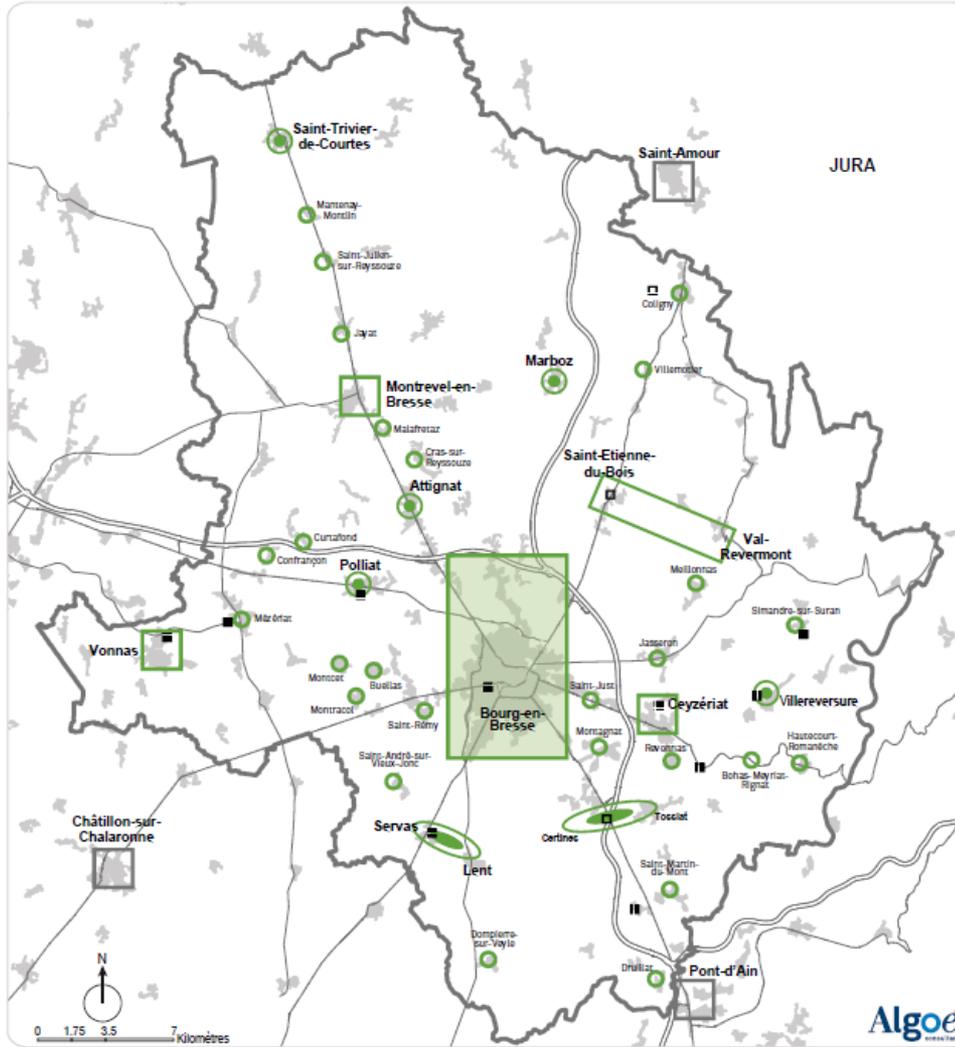
© IGN 2017 - www.geoportail.gouv.fr/mentions-legales

Longitude : 5° 00' 05" E
Latitude : 46° 16' 52" N

Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Armature urbaine

- | | | |
|----------------------------------|---------------------------|---|
| Agglomération bourgienne | Pôle local équipé | Gares en service |
| Pôle structurant | Commune rurale accessible | Gares fermées |
| Pôle structurant hors territoire | | Réseau viaire (primaire et autoroutier) |

4.1.2 Intégrer les derniers standards en matière de technologies d'information et de communication

Prescription

- Permettre les travaux d'accès pour le passage d'une couverture Très Haut Débit pour l'ensemble des zones d'activités du territoire.
- Prévoir des fourreaux pour l'installation de la fibre optique lors de tous travaux et tranchées desservant les zones d'activités et zones urbaines.

Moyens de mise en œuvre

- Identifier la possibilité de connexions au réseau Très Haut Débit en amont des nouvelles opérations d'aménagement et de constructions.
- Permettre la pose de fourreaux en domaine public, la construction de répartiteurs ou sous-répartiteurs, l'utilisation de fourreaux ou de conduites existantes souterraines de préférence.
- Favoriser la mise à disposition d'infrastructures et de réseaux de communications électroniques dans les opérations d'aménagement publiques et privées.
- Inciter à l'usage des TIC dans le domaine du télétravail, de la gestion de l'énergie et de la santé.

4.2 ÉQUIPEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL

4.2.1 Mixité fonctionnelle et développement de l'artisanat

Prescriptions

- Permettre dans les documents d'urbanisme locaux l'implantation d'activités et de services compatibles avec l'habitat en pied d'immeubles.
- Permettre l'implantation d'activités artisanales dans le tissu urbain existant et particulièrement dans les centralités, dès lors que ces installations restent compatibles avec l'environnement urbain c'est-à-dire non nuisantes pour le voisinage (gêne visuelle, olfactive, auditive, liée aux flux engendrés par l'activité...)
- Dans le cas d'incompatibilité entre l'activité et l'environnement urbain, l'implantation artisanale trouvera sa place dans une zone d'activités, préférentiellement de niveau local, dans le cadre d'un aménagement optimisé : architecture cohérente, mutualisation des accès, réseaux et stationnements, signalétique commune...
- Appliquer les objectifs de densités moyennes différenciés selon l'armature territoriale aux bâtiments tertiaires intégrés au tissu urbain, en traduisant les objectifs de densités de logements par hectare en densités de bureaux par hectare.

4.2.2 Implantations commerciales

- Rééquilibrer l'organisation de l'offre commerciale au profit des centralités urbaines.
- Maintenir l'offre commerciale de périphérie sans développement important.

Critères pour qualifier l'offre commerciale

	COMMERCE DE VILLE ET DE PROXIMITÉ	COMMERCE DE PÉRIPHÉRIE URBAINE
L'intégration au tissu urbain	Capacité d'une implantation commerciale à s'intégrer dans la ville mixte	Restriction aux formats de commerces qui présentent des difficultés d'intégration dans le tissu urbain
L'accessibilité	Multimodale : choix des modes de transports. L'usager se déplace à pied, à vélo ou en transport en commun, en voiture si le stationnement est aisé et suffisant	Quasi exclusivement en automobile individuelle, ce qui exige une offre importante de parkings
La fréquence des déplacements selon la nature des courses	Quotidiennes, régulières, voire occasionnelles : le chaland s'y rend chaque jour, plusieurs fois par jour, plusieurs fois par semaine. Ce sont des courses de proximité inscrites dans des parcours et motifs divers de fréquentation de la ville. L'usager mutualisera ses achats avec d'autres motifs (loisirs, promenades en centre-ville, ou au contraire rapidité d'achat)	Exceptionnelles, en particulier pour des achats importants en taille (objets lourds et encombrants), nécessitant un transport par véhicule individuel. Ce sont des courses de non proximité : achats généralement inscrits dans les temps de loisirs, constituant un motif de déplacement en soi. (exemple : jardineries, grands magasins de bricolage, ameublement, concessionnaires auto)
Type de déplacements (spécifique ou non) et mode (TC, cycle, piéton)	Ce sont des courses de proximité : inscrites dans des parcours et motifs divers de fréquentation de la ville. L'usager mutualisera ses achats avec d'autres motifs (loisirs, promenades en centre-ville, ou au contraire rapidité d'achat) Les déplacements sont donc les moins impactant car couplés à d'autres motifs et peuvent se faire par des moyens alternatifs à l'automobile. Le développement de ces implantations commerciales limite les émissions de GES	Ce sont des courses de non proximité : achats généralement inscrits dans les temps de loisirs, constituant un motif de déplacement en soi. (exemple : jardineries, grands magasins de bricolage, ameublement, concessionnaires auto) Les déplacements vers les commerces de périphérie sont principalement dédiés à ce motif exclusif, se font très majoritairement en automobile sur des distances plus longues et par conséquent sont très émetteurs de GES
Consommation d'espace	L'impact sur la consommation d'espace agricole ou naturel est nul puisque les implantations en centre-ville réutilisent de l'espace déjà urbanisé ou se développent dans des dents creuses enserrées par l'urbanisation. Le stationnement est mutualisé de fait avec d'autres usages (riverains, professionnels, touristes...)	Les implantations en périphérie se font souvent en extension du tissu urbain et au détriment d'espaces agricoles ou naturels. Le stationnement lié à ces implantations imperméabilise beaucoup de terrains (parking en nappe) et est quasi exclusivement dédié à l'usage commercial.
Paysage et architecture	Le paysage urbain et l'architecture environnante ne sont pas ou très peu impactés car l'insertion des locaux commerciaux se font dans le bâti existant.	L'impact sur le grand paysage est majeur. Les formes architecturales, la plupart du temps désordonnées et monotones de ces bâtiments mono activité, tendent à banaliser toutes les entrées de villes.
Revitalisation des centres villes	Le commerce de proximité, lorsqu'il est implanté dans les centralités, contribuent au maintien de l'activité commerciale des bourgs et villages voire leur revitalisation, à condition d'être implanté dans des périmètres restreints pour rassembler l'offre plutôt que la disperser. Ces développements permettent de retrouver une animation locale surtout lorsqu'ils s'accompagnent de réinvestissement sur les espaces publics. Ils vont souvent de pair avec un regain d'attractivité des logements des tissus anciens ou centraux.	Le développement des commerces de périphérie entre en concurrence directe avec les commerces de centralités urbaines et affaiblit leur dynamique. L'accessibilité facilitée par une offre généreuse de stationnement, due au foncier souvent peu cher, accélère le transfert de l'offre commerciale des centres vers les zones commerciales. La sur-inflation de mètres carrés commerciaux explique aussi l'apparition de friches dans les zones commerciales, contribuant à la déqualification de certains secteurs

Les commerces de ville et de proximité trouvent leur place dans les centralités urbaines et villageoises. Dans un objectif de mutualisation des motifs de déplacements, d'acte d'achats réguliers autrement que par l'automobile individuelle et d'occupation des pieds d'immeuble qui participent à la vie d'une ville ou d'un village, une localisation de centralité commerciale se définit donc par sa situation dans le tissu urbain, à l'intérieur des contournements routiers et par un environnement plus ou moins riche de services et d'équipements publics (mairie, école, poste, cabinet médical, petite enfance, lieu de culte...). Par cette orientation du maintien et du développement des commerces dans les centralités, l'identité urbaine ou villageoise peut être conservée et améliorée : les formes architecturales propres aux grands paysages de notre bassin (Bresse, Revermont...) sont entretenues par la rénovation et l'évolution des commerces en pied d'immeuble, et ces mêmes commerces participent à rendre les logements environnants attractifs donc eux aussi entretenus. Une dynamique vertueuse se met en place.

Prescriptions

- En ce sens, le commerce de ville et de proximité sera localisé de manière préférentielle dans les centralités urbaines de toutes tailles, sans limitation de taille de surface de plancher.
- Les commerces de périphérie sont installés dans des zones périphériques c'est-à-dire hors des centres bourgs ou centres villes, au droit des contournements routiers et/ou sur les grandes voies pénétrantes à fort trafic routier.
- Afin de répondre aux enjeux de limitation des déplacements motorisés individuels, de réduction d'émissions de GES et de préservation des terres agricoles, il n'est pas prévu de créer de nouvelles zones périphériques mais de contenir le développement des zones périphériques existantes dans leurs enveloppes. Cette limitation préservera les paysages agricoles et bocagers et contiendra l'effet de banalisation des entrées de l'agglomération burgienne.
- Au regard du contexte du territoire et de ses enjeux d'évolution, trois catégories de zones périphériques sont créées :
 - Les zones commerciales de type I : zones de rayonnement à l'échelle du bassin de vie qui ont connu un développement très récent et dont l'évolution est à encadrer fortement.
 - Les zones commerciales de type II : zones vieillissantes qui requièrent l'engagement d'un processus de requalification voire de mutation urbaine.
 - Les zones commerciales de type III : zones locales dédiées aux commerces de périphérie qui répondent à des besoins de proximité mais dont l'insertion urbaine est à travailler et les développements à contenir. Ces secteurs nécessitent le plus souvent d'engager une requalification en permettant un développement par densification des seuls commerces ne pouvant s'intégrer dans les centralités.

5. Document d'Aménagement Artisanal et Commercial - DAAC

5.1 RENFORCER LES CENTRALITÉS URBAINES

Prescriptions

- Adapter l'offre commerciale à l'importance de chaque centralité, en cohérence avec l'armature urbaine :

> **Le centre-ville de Bourg-en-Bresse :**

- Soutenir les projets urbains de développement de l'offre commerciale, en particulier les programmations en équipement de la personne et de la maison, les loisirs et la culture, la restauration.
- Diriger vers le centre-ville le potentiel de création de magasins de conception nouvelle (concepts commerciaux, compléments d'offre ciblés).
- Inciter par des démarches foncières et par des projets urbains l'implantation de commerces de périphérie urbaine intégrés à la ville.

> **Les centres secondaires, existants ou à créer :**

- Selon la commune, maintenir ou développer l'offre en la diversifiant et en veillant à sa bonne insertion urbaine en continuité de l'existant.
- Organiser les implantations en densification ou en continuité des linéaires existants.
 - Mettre en oeuvre des démarches de projet urbain pour mener à bien les stratégies de renforcement de l'offre commerciale en complément des politiques coordonnées de valorisation, d'accessibilité et d'animation des espaces publics ainsi que de gestion des circulations et des stationnements pour rendre ces centres urbains attractifs.
 - En cohérence, définir dans les documents d'urbanisme locaux des zones où le commerce n'est pas autorisé.
 - Les extensions ou implantations nouvelles sont conditionnées à la règle de stationnement suivante :

Surface de plancher (SP)	Prescriptions
< 1300 m ²	Pas d'obligation
1300 m < SP < 3000 m ²	50 % minimum du stationnement en ouvrage ¹¹
> 3000 m ²	75 % minimum du stationnement en ouvrage

¹¹ Stationnement intégré à la structure du bâtiment



> Centralité commerciale de Bourg-en-Bresse, sans échelle



> Centralité commerciale d'Attignat, sans échelle



> Centralité commerciale de Ceyzériat, sans échelle



> Centralité commerciale de Coligny, sans échelle

**B. STRUCTURER LE TERRITOIRE
AUTOUR DE SES POLARITÉS PRINCIPALES**



> Centralité commerciale de Foissiat, sans échelle



> Centralité commerciale de Jasseron, sans échelle



> Centralité commerciale de Marboz, sans échelle



> Centralité commerciale de Mézériat, sans échelle



> Centralité commerciale de Montrevel-en-Bresse, sans échelle



> Centralité commerciale de Péronnas, sans échelle



> Centralité commerciale de Polliat sans échelle



> Centralité commerciale de Saint-Denis-lès-Bourg sans échelle

**B. STRUCTURER LE TERRITOIRE
AUTOUR DE SES POLARITÉS PRINCIPALES**



> Centralité commerciale de Saint-Etienne-du-Bois, sans échelle



> Centralité commerciale de Saint-Julien-sur-Reyssouze, sans échelle



> Centralité commerciale de Saint-Trivier-de-Courtes, sans échelle



> Centralité commerciale de Tossiat, sans échelle



> Centralité commerciale de Val-Revermont, sans échelle



> Centralité commerciale de Villereversure, sans échelle



> Centralité commerciale de Viriat, sans échelle



> Centralité commerciale de Vonnas, sans échelle

5.2 ENCADRER FORTEMENT LE DÉVELOPPEMENT DES SECTEURS D'IMPLANTATION PÉRIPHÉRIQUES

Prescriptions

- Identifier les zones dédiées pour le développement des commerces qui ne peuvent s'insérer dans la ville mixte ;
- Contenir leur développement en arrêtant les extensions par la définition de périmètres ajustés et affirmer la vocation non commerciale des terrains voisins ;
- La création de nouvelles zones de commerce dédiées hors localisations identifiées n'est pas autorisée ;
- Améliorer l'insertion urbaine des zones commerciales existantes et améliorer la qualité des entrées de ville ;
- Interdire les drives ¹² isolés et autoriser seulement ceux accolés à un magasin existant pour des motifs de réduction des déplacements exclusifs en automobile loin des centres d'habitat.

Prescriptions pour les zones commerciales de type I

Sont concernées les grandes zones commerciales de l'agglomération de Bourg-en-Bresse qui ont connu un développement très récent.

- Maintenir l'offre commerciale dans l'enveloppe foncière sans possibilité d'extension et sans création de nouveaux mètres carrés commerciaux supplémentaires ;
- Conforter la vocation loisirs de ces zones en envisageant l'optimisation progressive des parkings existants pour l'aménagement d'espaces verts qualitatifs et le cas échéant des équipements de loisirs.

Prescriptions pour les zones commerciales de type II

Il s'agit de secteurs uniquement commerciaux dont la reconversion en quartier urbain mixte intégrant du commerce est à envisager à long terme. Le potentiel de développement réside dans l'apparition de friches potentielles, les surfaces de parking optimisées et des projets de requalification commerciale. Cela concerne en particulier 4 sites situés sur le boulevard périphérique de Bourg-en-Bresse en anticipation de sa transformation en boulevard urbain.

- Interdire les développements en extension urbaine ;
- Conditionner les développements commerciaux au caractère mixte et intégrer une démarche de programmation urbaine (logements, activités, commerces de proximité et équipements sous réserve de l'élaboration d'un projet urbain maîtrisé). Dans ce cas, accueil possible de tous types de commerces ;
- En l'absence de projet urbain mixte, les règles d'implantations sont celles des zones commerciales de type III.
- Interdire l'agrandissement ou le développement de galeries marchandes ¹³, permettre la restructuration des galeries existantes.

¹² Un drive est une plateforme de préparation de commandes de détail, équipée de pistes pour véhicules sur lesquelles les clients prennent possession d'une commande effectuée sur Internet ou directement sur le site grâce à une borne.

Le drive peut être soit accolé à un magasin, soit isolé en bordure d'un axe de flux ou à proximité d'un magasin concurrent.

¹³ Une galerie marchande est un regroupement de commerces au sein d'un même espace piétonnier couvert. Dans de nombreux cas, cette galerie marchande est rattachée à un ensemble commercial regroupant une ou plusieurs grandes surfaces qui jouent le rôle de pôles générateurs de trafic.

- Les extensions ou implantations nouvelles sont conditionnées à la règle de stationnement suivante :

Surface de plancher (SP)	Prescriptions
< 1300 m ²	Pas d'obligation
1300 m < SP < 3000 m ²	50 % minimum du stationnement en ouvrage
> 3000 m ²	75 % minimum du stationnement en ouvrage
Lorsqu'il s'agit d'extension de magasin existant portant la surface totale à plus de 1300 m² de surface de plancher	100 % des besoins de stationnement supplémentaires en ouvrage

Prescriptions pour les zones commerciales de type III

Sont concernées les zones commerciales locales dont les développements ont permis une répartition équilibrée du commerce à l'échelle du territoire du SCoT et qui sont désormais à encadrer.

- **Limiter fortement** les développements en extension urbaine ;
- **Limiter les implantations nouvelles aux commerces de périphérie, dont la surface de plancher est supérieure à 450 m².** Les magasins d'une SP < 450 m² sont interdits, qu'ils soient isolés ou en ensemble commercial ¹⁴ ;
- Permettre l'agrandissement des commerces de périphérie existants en densification du bâti et du parcellaire existant et dans le cadre de démarches de requalification. La qualité des programmes commerciaux et la performance environnementale seront recherchées ;
- **Interdire l'agrandissement ou la création de galeries marchandes** ¹³. La restructuration des galeries existantes est permise sans possibilité d'agrandissement de la surface de vente totale ;
- Interdire l'implantation de nouveaux commerces de proximité ou l'agrandissement de commerces de proximité existants. La restructuration de commerces de proximité existants est autorisée, à surface égale ou inférieure ;
- Permettre la reconversion des commerces de proximité existants en commerces de périphérie, sans obligation de réalisation de nouveaux emplacements de stationnement ;
- Interdire les drives isolés et autoriser seulement ceux accolés à un magasin existant pour des motifs de réduction des déplacements exclusifs en automobile loin des centres d'habitat.

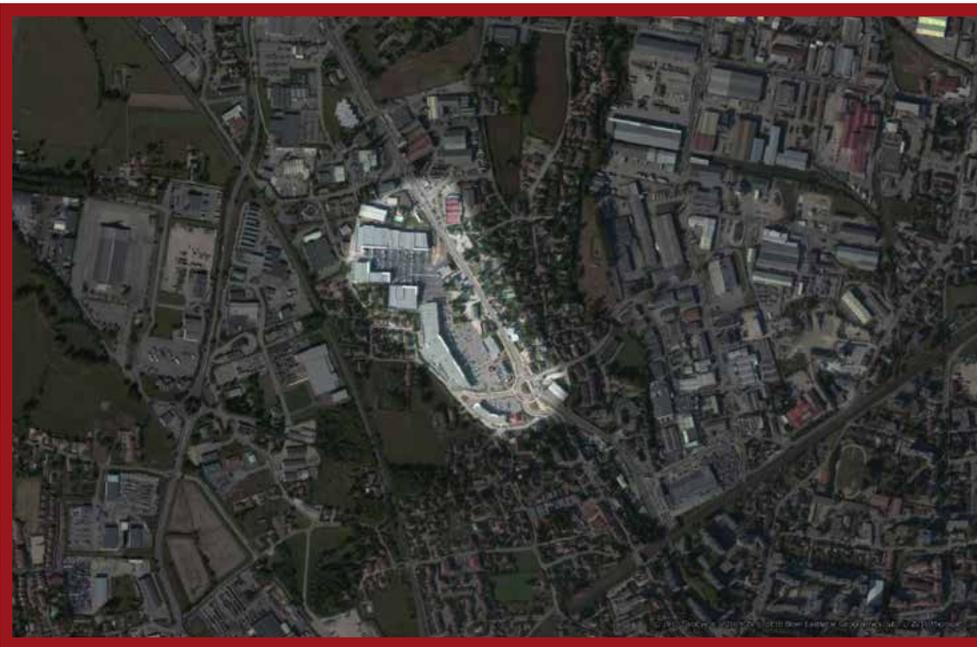
¹⁴ Un ensemble commercial est un lieu marchand caractérisé par un regroupement de plusieurs magasins sur un même site :

- Résultant d'une même opération d'aménagement foncier,
- Ou bénéficiant d'aménagements communs (stationnement),
- Ou faisant l'objet d'une gestion unifiée de certains éléments de leur exploitation,
- Ou réunis par une structure juridique commune.

- Les extensions ou implantations nouvelles sont conditionnées à la règle de stationnement suivante :

Surface de plancher (SP)	Prescriptions
< 1300 m ²	Pas d'obligation
1300 m < SP < 3000 m ²	50 % minimum du stationnement en ouvrage
> 3000 m ²	75 % minimum du stationnement en ouvrage
Lorsqu'il s'agit d'extension de magasin existant portant la surface totale à plus de 1300 m² de surface de plancher	100 % des besoins de stationnement supplémentaires en ouvrage

Zones commerciales périphériques de type I



> Viriat, la neuve, sans échelle



> Bourg-en-Bresse, cap émeraude, sans échelle

Zones commerciales périphériques de type II



> Bourg-en-Bresse, Pennessuy, sans échelle



> Bourg-en-Bresse, carrefour de l'Europe, sans échelle



> Bourg-en-Bresse, rue du Stand, sans échelle



> Bourg-en-Bresse, Avenue de Marboz, sans échelle



> Péronnas, route de Lyon, sans échelle

**B. STRUCTURER LE TERRITOIRE
AUTOUR DE SES POLARITÉS PRINCIPALES**

Zones commerciales périphériques de type III



> Viriat/Saint-Denis-lès-Bourg, Chambière, sans échelle



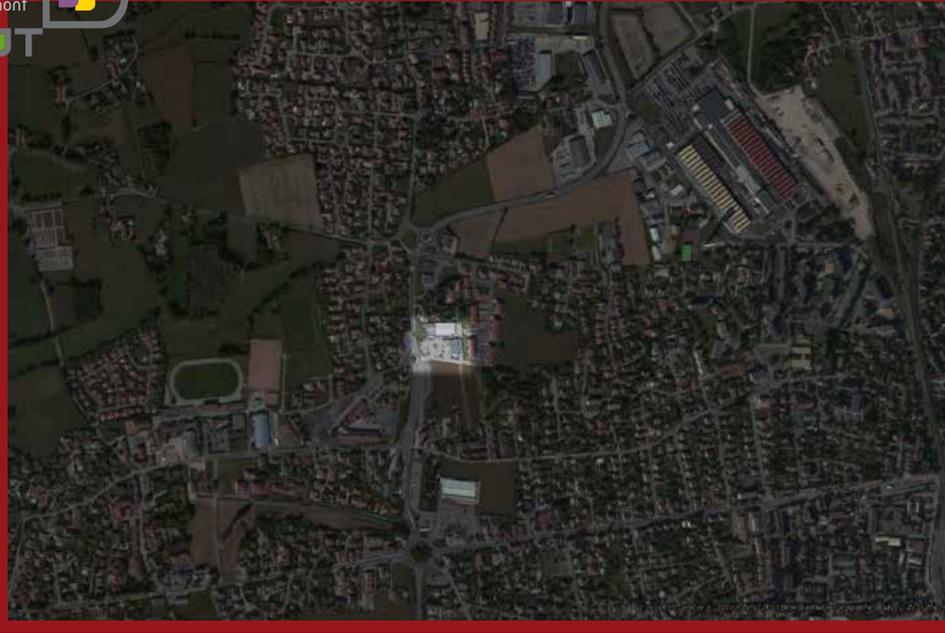
> Jayat, sans échelle



> Péronnas, Monternoz, sans échelle



> Montrevel, avenue de Mâcon, sans échelle



> Saint-Denis-lès-Bourg, rocade nord-ouest, sans échelle



> Saint-Etienne-du-Bois, la Bergaderie, sans échelle



> Saint-Trivier-de-Courtes, les Platières, sans échelle



> Vonnas, les grands Varays, sans échelle

Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



Retour d'expérience : Scot Bourg-Bresse-Revermont



SCOT DU GRAND ROVALTAIN

SCHÉMA DE COHÉRENCE TERRITORIALE

ARDÈCHE • DRÔME

ROMANS • VALENCE • TAIN

SCoT Grand Rovaltain Drôme-Ardèche

Rives du Rhône – Vienne
17 octobre 2017

SCoT du Grand Rovaltain – Un territoire

Fiches d'identité

103 Communes

5 EPCI

1 500 km²

300 000 hab

40 % des pop de Drôme et Ardèche

142 000 logements

126 000 emplois

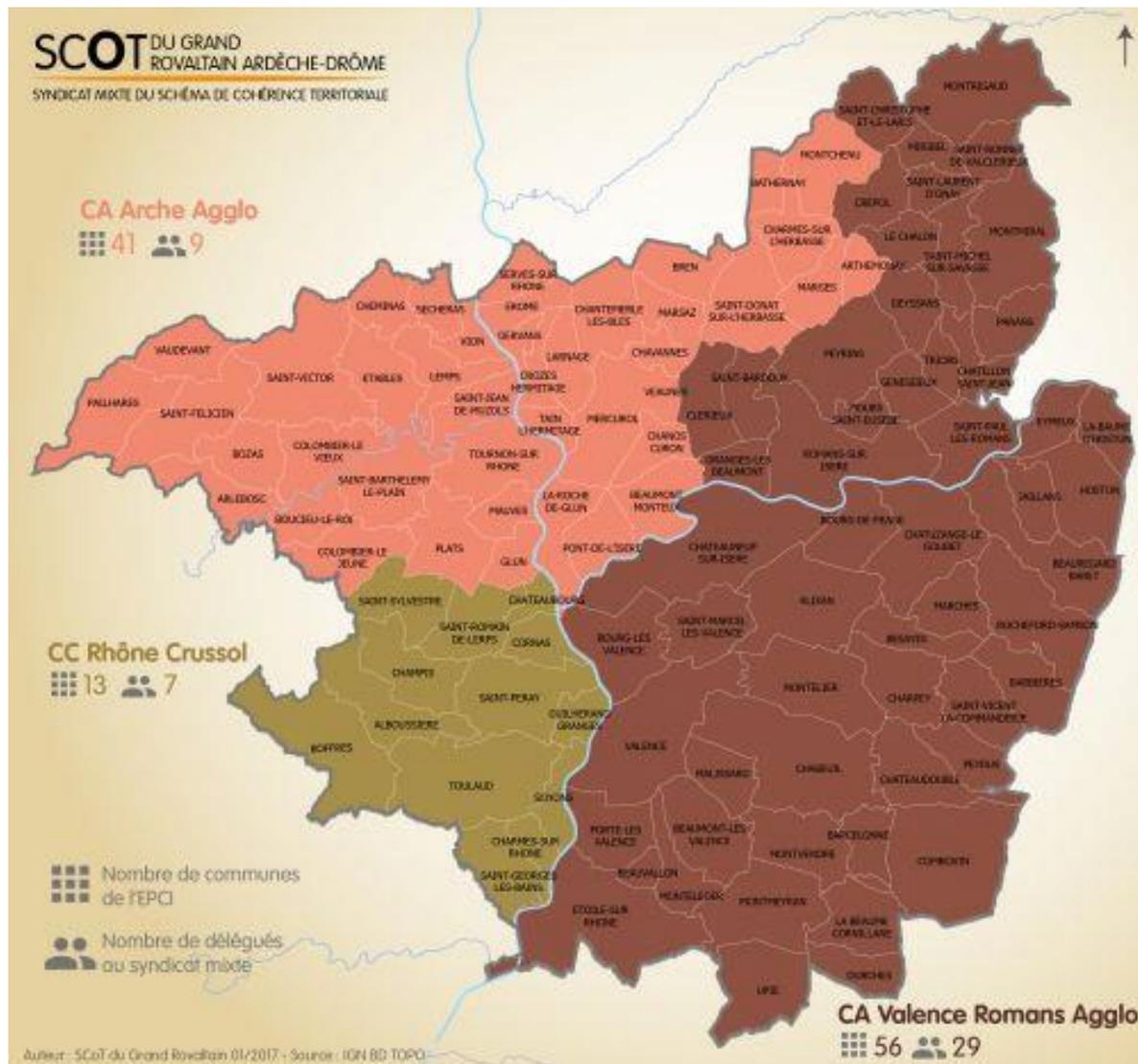
Agriculture

2 400 exploitations

70 000 ha de SAU

9 AOC

Un syndicat mixte porte l'élaboration et le suivi du SCoT en concertation avec les partenaires et acteurs du territoire



Orientations et objectifs principaux

Le Schéma de cohérence territoriale en vigueur depuis le 17 janvier 2017

Principaux objectifs

- accueillir de l'ordre de 57 000 habitants supplémentaires,
- la production de 45 000 logements nouveaux,
- la création de 40 000 emplois supplémentaires.

un développement du territoire au service de la croissance économique, de l'emploi et de l'attractivité. Trois piliers de la cohérence territoriale sans lesquels il ne saurait y avoir de politiques durables en matière d'innovation, d'éducation et de formation, de santé, de mobilité raisonnée et de transition énergétique, de culture et de loisirs, de solidarité intergénérationnelle, d'aménagement du territoire et du cadre de vie ;

une réduction de moitié de la consommation de terres agricoles et d'espaces naturels par rapport à la décennie précédente ;

une urbanisation raisonnée répartie équitablement entre les villes, les bourgs et les villages avec des densités adaptées permettant la construction d'un nombre suffisant de logements et la mise en œuvre de formes urbaines et d'habitats attractives ;

l'affirmation de l'identité des 57 villages ruraux du Grand Rovaltain et de leur rôle crucial dans l'équilibre territorial, la cohérence économique et la cohésion sociale du territoire au même titre que les bourgs et villes-centre ;



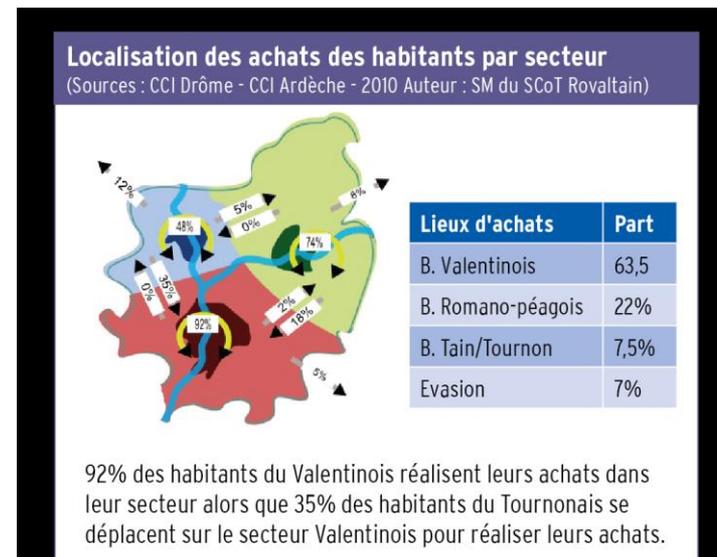
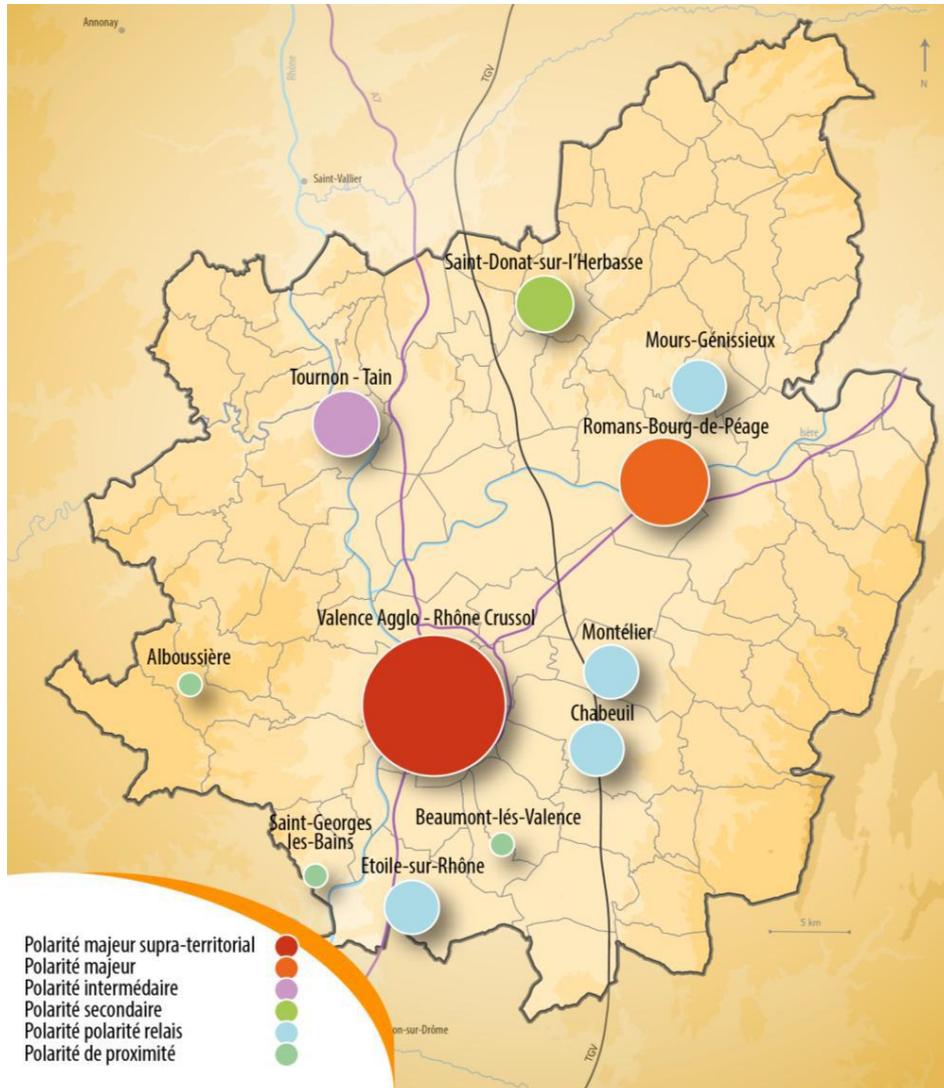
Armature commerciale

1- Diagnostic - Constats

Les centres-villes des polarités de Valence, Romans-Bourg-de-Péage et Tain-Tournon représentent respectivement 13 %, 24 % et 25 % du chiffre d'affaires des polarités. Le poids du centre-ville de Valence apparaît comme relativement faible par rapport aux espaces périphériques.

74% des achats sont réalisés en grandes surfaces et 19% dans le petit commerce contre 70 % et 21 % au national

Un rythme d'augmentation des surfaces commerciales autorisées qui reste important. Entre 2009 et 2011, la CDAC a autorisé sur le territoire du SCoT plus de 100 000 m² de surface de vente, soit 1/4 de l'offre existante. Entre 2011 et 2015 près de 30 000 m² ont été autorisés.



S-CoT - Volet commercial

1- Diagnostic / Enjeux

- > Les complémentarités commerciales entre les polarités et les pôles commerciaux : équilibres territoriaux et complémentarités centres/périphérie
- > La rationalisation des projets actuels au regard de leur impact sur le territoire : créer les conditions de réalisation des projets de renouvellement urbain et de requalification, gérer les friches commerciales et limiter leur apparition, mettre en cohérence les projets de développement et les besoins réels
- > Le maillage commercial du territoire :
 - Une diversification des implantations commerciales dans certaines polarités secondaires pour maintenir et renforcer le maillage
 - Le maintien d'un maillage fin du commerce répondant aux besoins de première nécessité
- > L'amélioration qualitative des pôles commerciaux et l'accessibilité multimodale aux commerces : mettre les nouveaux développements au service d'un aménagement commercial durable

SCoT - Volet commercial

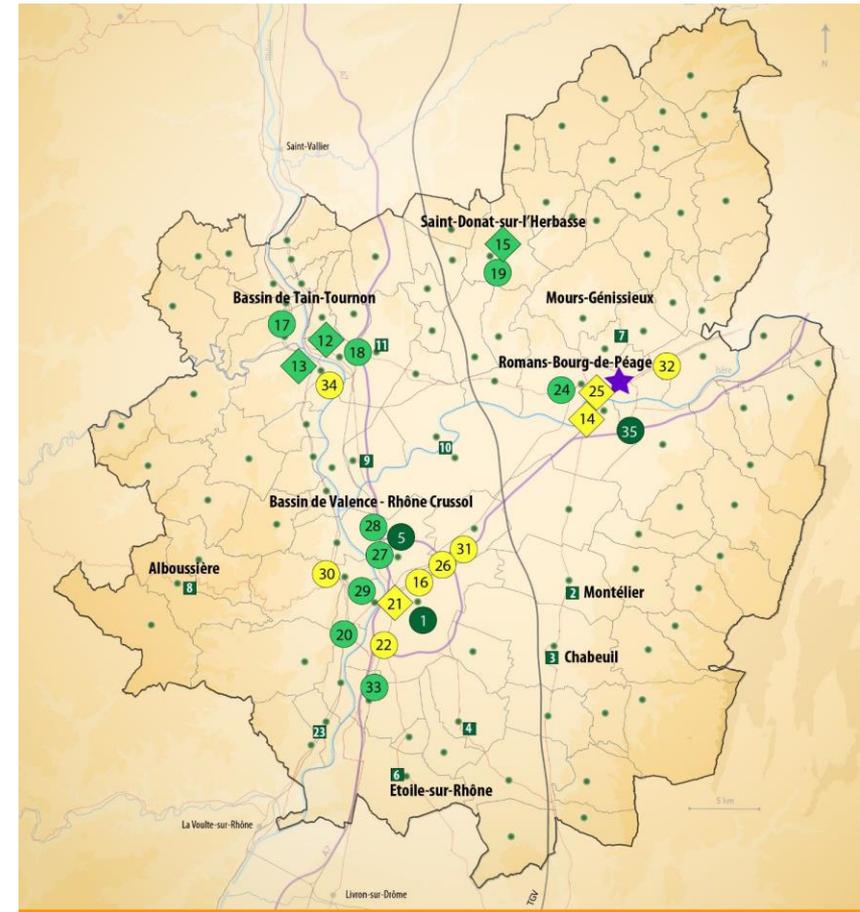
2.1- Le volet commercial du SCoT et le DAAC

Le DOO comprend un volet commercial assorti d'un DAAC

Le volet commercial organise les polarités commerciales et leur hiérarchisation :

Affirmation des centralités comme espaces privilégiés d'accueil du commerce « achats réguliers » non soumis à autorisation

4 niveaux de localisations préférentielles pour les implantations soumises à autorisation selon les fréquences d'achat et/ou leur rayonnement



Localisations préférentielles	Localisation
● centralités urbaines et villageoises	1. Valence - CC rue Faventines
■ Principales localisations préférentielles	2. Montélier
■ de niveau 1	3. Chabeuil
■ de niveau 2	4. Beaumont - Montmeyran
■ de niveau 3	5. Bourg-lès-Valence - pôle commercial
★ village de marques	6. Etoile-sur-Rhône
○ secteur périphérique de niveau 4	7. Secteurs de Mours - Génissieux
□ En enveloppe urbaine principale	8. Alboussière
□ En centralité	9. Pont de l'Isère
○ En secteur d'implantation périphérique	10. Beaumont-Châteauneuf
	11. Mercuroi
	12. Tain l'Hermitage - centre ville
	13. Tournon-sur-Rhône - centre ville
	14. Bourg-de-Péage - centre ville
	15. Saint-Donat-sur-l'Herbasse - centre ville
	16. Valence 2
	17. Saint-Jean-de-Muzols
	18. Tain Est
	19. Saint-Donat-sur-l'Herbasse
	20. Soyons / G. Granges sud - Les Freydières
	21. Valence - Centre-Ville
	22. Valence - Hugo Provence
	23. Charnes/Saint-Georges-les-Bains
	24. Romans Meilleux
	25. Romans centre-ville
	26. Valence les Couleures
	27. Bourg-lès-Valence - Chabanneries
	28. Bourg-lès-Valence - Montée du Long
	29. Guilhaud-Granges - centre commercial
	30. Saint-Péray - Les Murets et Pôle 2000
	31. Saint-Marcel-lès-Valence - Zone de Laje
	32. Saint-Paul-les-Romans - Saint-Vérant
	33. Portes-lès-Valence - RN 7
	34. Tournon Sud - Champagne
	35. Chatuzange-le-Goubet - ZAC Pizanzon

2.2 - Le volet commercial du SCoT et le DAAC

Le DAAC : choix politique de disposer d'un document spécifique organisant les implantations commerciales, particulièrement en périphérie et avec un risque juridique moindre.

16 sites d'implantation périphérique tous existants (un prévu en extension)

> pour définir des objectifs et conditions d'implantation

- Accessibilité multimodale
- Densification
- Intégration paysagère
- Prise en compte de la problématique énergétique
- Mobiliser les surfaces vacantes
- pour encadrer les implantations périphériques

> avec des dispositions s'apparentant à des OAP

Secteur d'implantation périphérique « Les Couleures »
1



- ▣ **Polarité** : Valence Agglo / Rhône-Crussol
- ▣ **Commune** : Valence
- ▣ **Rappel des prescriptions sur la vocation du secteur d'implantation périphérique** :
 - Localisation préférentielle de niveau 3 spécialisée.
 - Emprise maximale des équipements commerciaux : 6 000 m² d'emprise au sol par unité commerciale. Pas de limitation de la surface de vente.

ORIENTATION D'AMÉNAGEMENT

Maintenir le périmètre actuel de la zone commerciale tout en favorisant la **diversification progressive de l'offre commerciale** via une densification sur les emprises actuelles et la **requalification des secteurs marchands les plus anciens.**

Améliorer la qualité architecturale et paysagère, la densité des équipements commerciaux et le confort d'usage, notamment la sécurité des déplacements doux.

OBJECTIFS ET CONDITIONS D'IMPLANTATION DES COMMERCES

Les autorisations délivrées en OAP et les documents d'urbanisme locaux garantissent le respect des objectifs suivants :

- ▣ **Accessibilité aux piétons et cyclistes, qualité architecturale et paysagère** : Améliorer de manière significative la qualité et la fonctionnalité des aménagements urbains (espaces publics et privés), la sécurité de piéton et l'aspect pratique des cheminements laéraux, en priorité dans le « secteur prioritaire de requalification » (tel qu'identifié dans l'illustration des objectifs d'aménagement) : accessibilité douce, traitement des voies, qualité architecturale des bâtiments, végétalisation, mobilier...

- ▣ **Conservation économe de l'espace** : Permettre et organiser la densification (prioritairement sur les Couleures 1 et 2) sur les emprises foncières actuelles afin de dégager de la surface pour créer un espace public structurant. Pour cela, les extensions des bâtiments ne doivent pas systématiquement entraîner d'usages de places de stationnement supplémentaires. Les documents d'urbanisme locaux prévoient des dispositions compatibles avec ces objectifs (règles de stationnement, de hauteur CES...)

LOCALISATION DU SECTEUR ET ILLUSTRATION DES OBJECTIFS ET CONDITIONS



Légende

- Secteur prioritaire de requalification
- Connexion douce
- Arrêt de bus
- Périmètre du secteur d'implantation périphérique

TABLE RONDE

➤ AVEC LE DAAC*, UNE MAITRISE DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES ENFIN POSSIBLE ? TABLE RONDE ET ÉCHANGES

- ▶ Jean-Luc LUEZ, VP de la Communauté d'Agglomération du Bassin de Bourg-en-Bresse en charge du Scot et de la prospective territoriale
- ▶ Valérie BERNARD, Directrice du Bureau d'études Interstice
- ▶ Alain CLERC, Maire de Septème (38)
- ▶ Olivier WEYLAND, responsable immobilier, Société Lidl



TABLE RONDE

Synthèse des échanges

- **Monsieur Luez** insiste sur l'importance du travail de terrain qui a été réalisé dans le cadre de l'élaboration du DAAC du Scot Bourg Bresse Revermont. Celui-ci a également fait l'objet d'un travail étroit avec la CCI. La mise en œuvre du DAAC est facilitée aujourd'hui par la création d'un EPCI unique (qui facilite une approche collective et règle les problèmes de fiscalité). A noter aussi une évolution des mentalités et un recentrage de la volonté d'implantation commerciale : les élus sont plus soucieux désormais de l'impact de leurs choix sur les communes voisines.
 - Pour **Monsieur Weyland**, le Scot et le DAAC sont des outils de travail et de référence qui permettent de mieux connaître les volontés locales et d'engager des discussions. Cependant, ils représentent aussi des contraintes qui ralentissent le travail des promoteurs commerciaux (« perte de fluidité »), à l'instar du DAAC du Scot de Bourg Bresse Revermont jugé très contraignant au regard de la stratégie d'expansion de Lidl. Par ailleurs, les opérateurs commerciaux sont trop rarement associés à l'élaboration des Scot
- > A noter l'existence de Scot plus ou moins prescriptifs et qui laissent plus ou moins de place à la concertation dans le cadre de leur élaboration et de leur application

TABLE RONDE

Synthèse des échanges

- **Monsieur Clerc** présente la commune de Septème, qui s'est engagée depuis longtemps en faveur de la préservation de ses commerces. La commune a travaillé son développement urbain en densification autour du bourg, favorisé la création de logements sociaux, de places de stationnement et protégé ses linéaires commerciaux dans son PLU. La mairie loue également plusieurs locaux commerciaux avec des loyers attractifs. Le maintien des commerces de proximité dans les villages nécessite une politique volontariste. Pour autant, et même si la commune n'a pas autorisé l'implantation de nouveaux commerces le long de la route départementale qui la traverse, elle reste tributaire des développements commerciaux qui s'opèrent sur les communes voisines, le long des axes de flux (Cf. développements à l'est le long de la RD 75)
 - **Madame Bernard** évoque les différents outils du PLU qui permettent aux communes de préserver leurs commerces de proximité : des outils nécessaires mais pas suffisants. Le Scot (et le DAAC) doivent notamment permettre d'appuyer techniquement et juridiquement les choix qui sont faits par les élus locaux dans leurs documents d'urbanisme, sachant que le maintien des commerces dans les centres-bourgs reste l'une des priorités des élus des communes rurales.
- > Attentes vis-à-vis du Scot : un DAAC qui protège les centralités commerciales et mette en œuvre une véritable stratégie permettant de mieux gérer les concurrences



Echanges avec la salle – questions soulevées

- **La société Lidl se fixe comme objectif d'ouvrir sur la Région 5 nouveaux magasins chaque année. Que se passe-t-il si cet objectif n'est pas atteint ? N'existe-t-il pas un risque de friche commerciale ?**
 - > *M. Weyland : pourquoi créer des magasins ? Parce que les magasins actuels sont vieillissants et doivent être modernisés, transférés ou faire l'objet de démolitions/reconstructions. La montée en gamme nécessite aussi plus d'espace. Enfin, il existe des « zones blanches » dans lesquelles la demande justifie de créer de nouveaux magasins. Concernant le traitement des friches, il s'agit d'un nouveau métier obligatoire pour pouvoir passer les dossiers en CDAC.*
- **Intervention du Groupe Carrefour : les galeries marchandes sont aussi des lieux de vie (espaces de détente, services de santé, mixité sociale...) qui n'entraînent pas nécessairement en concurrence des centres-villes.**
 - > Pour Mme Corompt il est inquiétant que les centres commerciaux deviennent des lieux de vie ! Les centres-villes doivent rester des lieux de culture et d'animation, même si cette attractivité est difficile à maintenir dans le contexte actuel. Par ailleurs, les Scot sont plein de bonnes intentions, mais sur le terrain il est parfois difficile de leur donner une application concrète.



Mot de conclusion

- **Mot de conclusion de Philippe DELAPLACETTE**, Maire de Champagne, VP à la CC Porte de DromArdèche et Président du Scot des Rives du Rhône

*M. Delaplacette rappelle le **caractère stratégique du Scot** pour l'aménagement du territoire. Des moyens sont à la disposition des élus pour promouvoir, avec les différents partenaires publics et privés, un urbanisme négocié quand cela est possible, décidé quand cela s'avère nécessaire. Le projet politique du territoire se traduira au travers d'un DAAC qui sera plus ou moins encadrants selon la volonté des élus. Deux exemples riches d'enseignements ont été présentés, qui démontrent qu'il n'y a pas de « recette miracle » à copier-coller partout.*

*Par ailleurs, **le Scot ne peut pas tout**, un certain nombre de projets passent encore de fait sous les « contrôles radars », mais il peut déjà beaucoup, à son échelle et dans son cadre de compétence. Il reste un **document de planification qui fixe un cadre** au développement commercial : ce n'est pas un outil opérationnel ou financier.*

***Les intercommunalités et les communes sont des maillons indispensables**, par le biais des schémas commerciaux et des politiques de soutien au commerce, pour décliner et mettre en œuvre les grandes orientations définies pour le bassin de vie.*

M. Delaplacette conclue en remerciant M. Kovacs pour la qualité de son accueil, Monsieur Banchet pour son implication en tant que vice-président au commerce, l'ensemble des intervenants pour la qualité de leurs témoignages. Il remercie également Monsieur Sarrazin, d'AID Observatoire, pour l'animation de cette conférence.