

Club technique régional des SCoT en région Centre-Val de Loire

17 Novembre 2016

THEMATIQUE: URBANISME COMMERCIAL

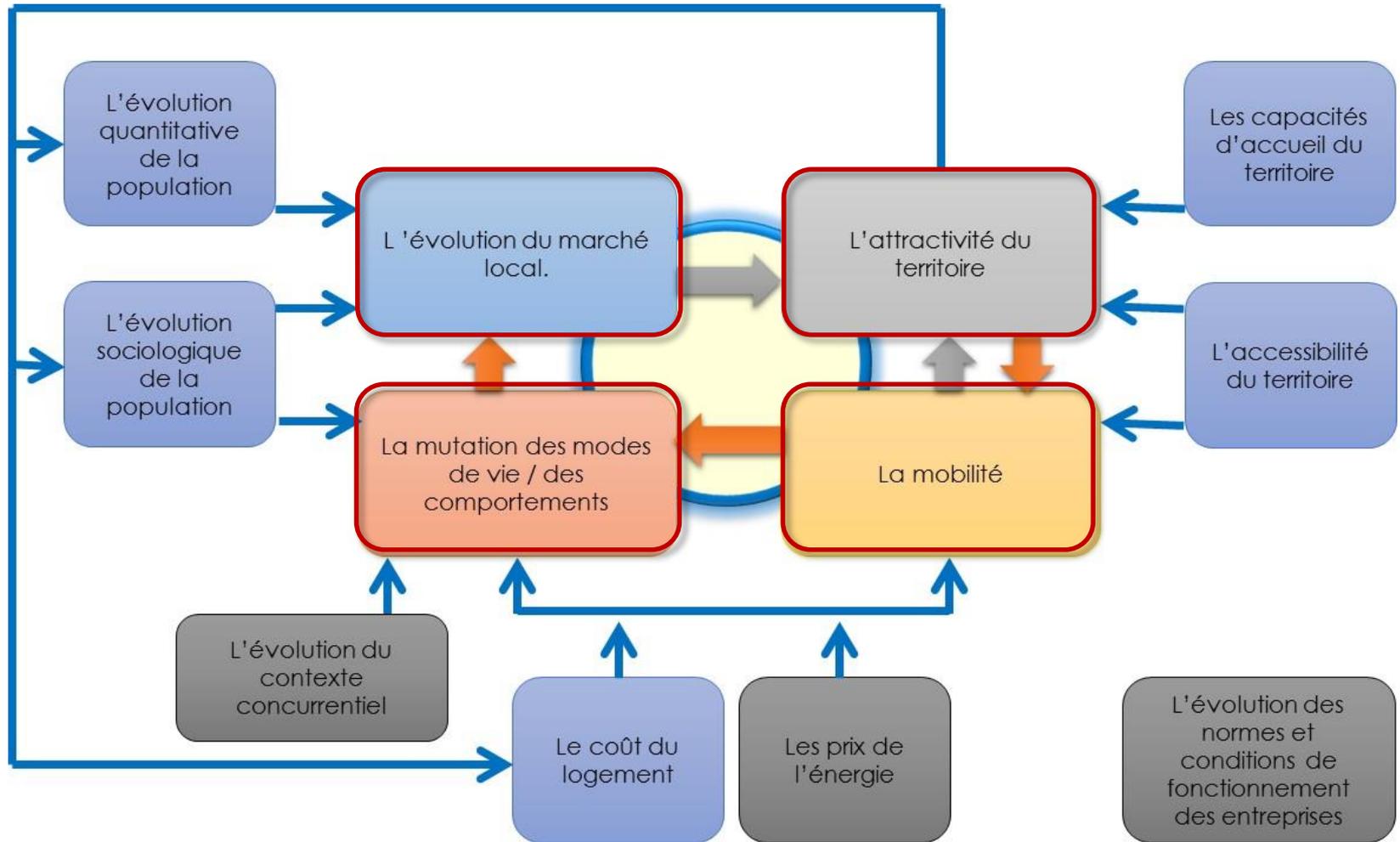
Stéphane MERLIN

Directeur Associé - PIVADIS

*PRENDRE EN COMPTE LES MUTATIONS
SOCIETALES ET COMPORTEMENTALES EN
MATIERE DE COMMERCE DANS LES DOCUMENTS
D'URBANISME REGLEMENTAIRE*



Le cadre général: principaux facteurs influençant le développement commercial.



Le commerce n'est pas un tout: 4 grandes catégories.

Besoins courants:



Achats hebdomadaires,
voire quotidiens.
Services de proximité.



Un constat local plutôt
de confortement de la
position des grandes
surfaces dans les années
2000...
... mais un futur
potentiellement
beaucoup plus multi-
supports dans les
comportements.

Investissements:



Achats de très faible
fréquence, mais usage
dans la durée.



Un constat de baisse
d'emprise des grands
formats au profit de
formats spécialisés et de
la Vente A Distance...
... un futur tirant vers les
services plus que la
vente de produits,
favorable à des formats
plus courts et au « sur
mesure ».

Achats ludiques:



Achats irréguliers de
produits et services.



Des concepts qui se
cherchent entre
gigantisme et Vente A
Distance...
... mais des mutations
qui peuvent être rapides
vers la Vente A Distance,
et un enjeu potentiel
autour du tourisme.

Achats désirs:



Achats de fréquence
moyenne à faible.



Une multiplication des
points de vente en
galeries / retail pour un
marché à la baisse...
... un futur qui risque
d'être marqué par la
Vente A Distance et
surtout la baisse de
consommation.

Une tendance passée et actuelle: du flux, que du flux?



1. Les flux pendulaires (quotidiens)

2. Les flux numériques (24h/24h)

3. Les flux de destination (attractivité du territoire)

Le commerce qui s'appuie sur les flux de déplacements.

Le commerce comme générateur de flux de déplacements.

Des alternatives voire une forte concurrence

La consommation sur les lieux de ruptures de charges

**Facteurs d'attractivité:
concentration,
spécificité,
évènementiel.**

Forte synergie potentielle

sur les trajets automobiles

Une tendance passée et actuelle: qui impacte considérablement les concepts commerciaux

1. Les flux
pendulaires
(quotidiens)

2. Les flux
numériques
(24h/24h)

3. Les flux de
destination
(attractivité du
territoire)

Ensemble
commercial
« rond point ».

amazon.com
and you're done!
Livraison

Centre-ville

Centre / espace
commercial

*Insertion
du commerce
dans les
territoires
vécus.*



Drive

Cliquez et retirez



Circuit
marchand



Conciergerie
numérique

Galerie
marchande
virtuelle

Commerce
éphémère /
évènementiel



Commerce
mobile.

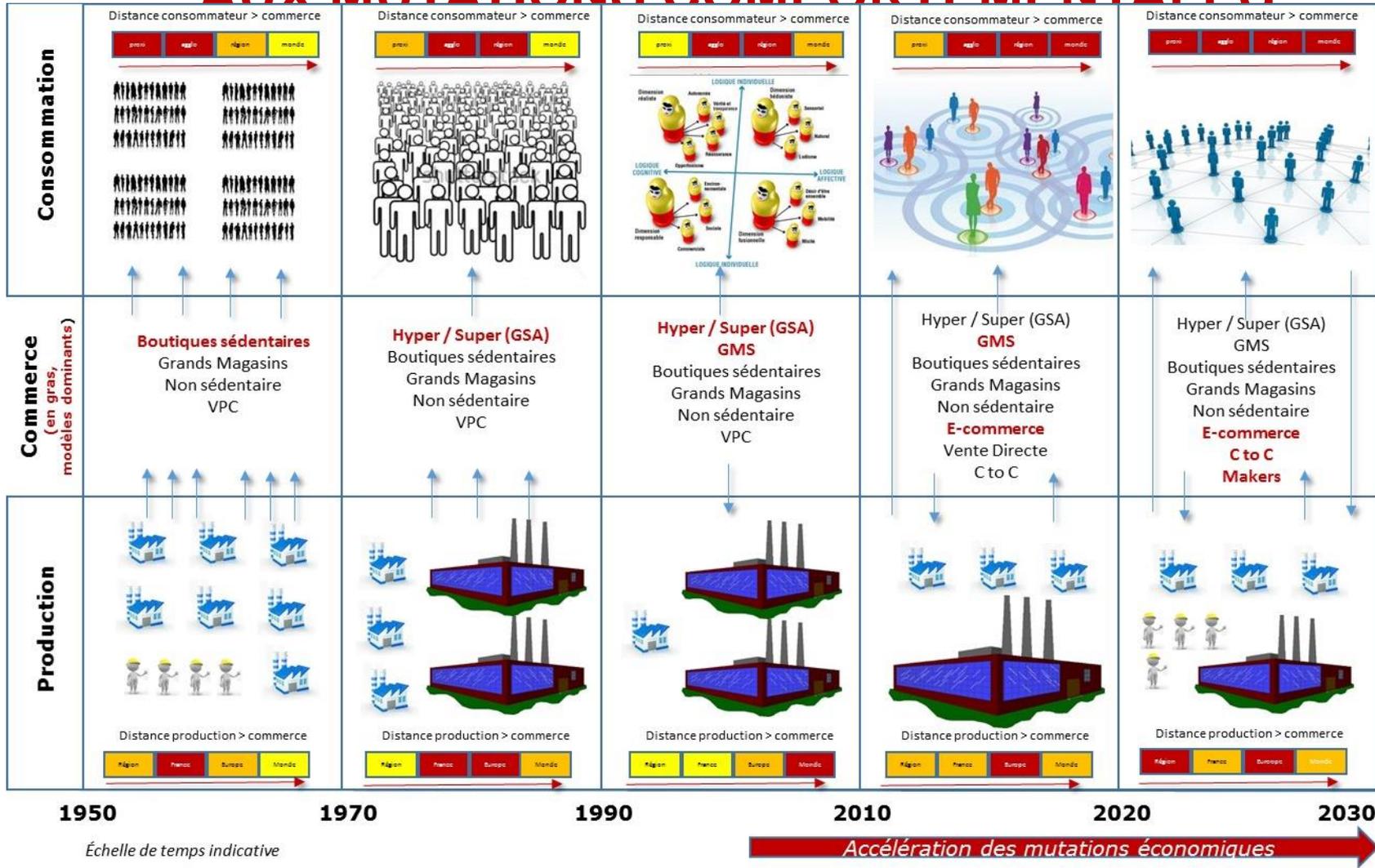


Show room

Trois grandes catégories de sites commerciaux pour l'armature commerciale.

Site	Impact sur l'aménagement du territoire	Fréquence d'achat	Temps d'accès (zone de chalandise)	Caractéristiques
     <p>Sites structurants: centre ville, sites périphériques</p>	Structurant: très forte génération de flux automobiles. Possibilité d'accès privilégié en transports en commun en fonction des densités de population.	Hebdomadaire à trimestrielle, voire annuelle	Jusqu'à 45 minutes, voire au delà.	Large rayonnement lié à la présence une offre spécialisée concentrée pour des achats ponctuels: achats désirs, achats d'investissement, achats ludiques. Réponse également aux besoins courants dans un périmètre jusqu'à 20 minutes.
  <p>Sites intermédiaires: centres bourgs, sites de grandes surfaces</p>	Structurant: très forte génération de flux automobiles. Peu de possibilités d'accès privilégié en transports en commun.	Pluri-mensuelle à mensuelle pour la plupart.	20 à 30 minutes, sauf cas exceptionnels d'enseignes à forte attractivité.	Site de rayonnement contribuant à une réponse large aux besoins courants et récurrents de la population de l'agglomération et de sa couronne péri-urbaine.
  <p>Sites de proximité</p>	Maillage de quartier / commune en services de proximité	Pluri-hebdomadaire à hebdomadaire	5 à 10 minutes	Réponse aux besoins courants de la population par quartier / à la commune et le cas échéant à son environnement proche.

MUTATION DES MODELES ECONOMIQUES ET COMMERCIAUX FACE AUX MUTATIONS COMPORTEMENTALES



Prendre en compte les mutations sociétales et comportementales en matière de commerce dans les documents d'urbanisme réglementaire

Quels outils pour agir sur le commerce dans le cadre de la politique d'urbanisme

LES OUTILS DE L'URBANISME REGLEMENTAIRE

- ✓ *Echelle SCoT*
- ✓ *Echelle PLU(i)*

LES OUTILS D'INTERVENTION DIRECTE

- ✓ *Le droit de préemption sur les fonds de commerce (périmètre de sauvegarde)*
- ✓ *Le droit de préemption renforcé*
- ✓ *Le contrat de revitalisation artisanal et commercial*
- ✓ *La taxe sur les friches commerciales*

Quelle définition du commerce pour définir les orientations du SCoT en la matière ?

Une nécessité : adapter les orientations et recommandations du SCoT à la complexité / diversité des univers du commerce.

Un raisonnement en surfaces de plancher car il s'agit d'un document d'urbanisme (et non en surfaces de vente).

les sous-destinations de construction prévues à l'article R 151-28 du code de l'urbanisme c'est-à-dire « l'artisanat et le commerce de détail » et « les activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle »

plus particulièrement les bâtiments à destination commerce ayant vocation à accueillir des activités relevant du commerce de détail au sens INSEE (section G division 47 du code NAF), c'est-à-dire le commerce à **l'exclusion du « commerce et de la réparation automobile », de l'hôtellerie, de la restauration et du commerce de gros**

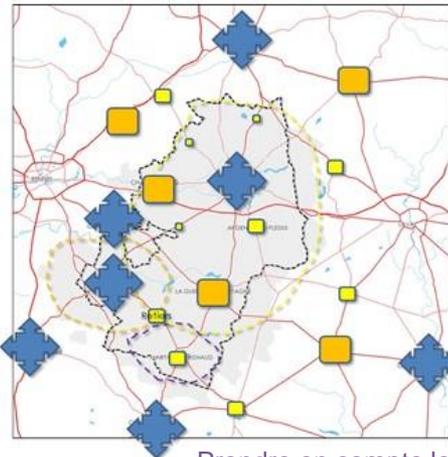
Les bâtiments accueillant des activités soumises à autorisation d'exploitation commerciale même si elles ne rentrent pas dans le champ du commerce de détail au sens INSEE

L'urbanisme réglementaire échelle SCoT (lois ALUR et ACTPE): la localisation préférentielle pour dessiner l'armature commerciale future du territoire, en intégrant les centralités.

La localisation préférentielle du commerce: une question de hiérarchisation de pôles ou de sites.

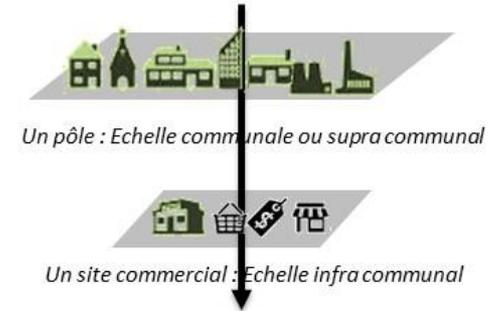
SANS DAAC

Une hiérarchisation de la fonction commerciale à l'échelle de pôles (supra communal ou communal)



AVEC DAAC

Une hiérarchisation de la fonction commerciale à l'échelle des sites commerciaux (infra communal)



Prendre en compte les mutations sociétales et comportementales en matière de commerce dans les documents d'urbanisme réglementaire

L'urbanisme réglementaire échelle SCoT (lois ALUR et ACTPE): la définition des conditions d'implantation, pour que le commerce s'intègre à un aménagement du territoire durable.



Insertion urbaine et
paysagère

Règles architecturales et paysagères (échelle SCoT ou PLU?), homogène pour chaque type de site. Conditions d'accessibilité / de livraisons au sein de l'unité foncière du projet.



Développement
durable

Performances énergétiques, stationnement...
=> Attention à l'évolution permanente de la loi qui peut vite rendre caduques les orientations d'un SCoT en la matière.



Flux de
déplacements

Taille des bâtiments pour définir les niveaux d'attractivité et éviter la dispersion d'offres de rayonnement.



Pour rappel, la loi à Octobre 2016 (cf. art. L111-19 du CU) est la suivante pour les établissements nécessitant une autorisation d'exploitation commerciale :

« Nonobstant toute disposition contraire du plan local d'urbanisme, **l'emprise au sol des surfaces**, bâties ou non, **affectées aux aires de stationnement** annexes d'un commerce soumis à l'autorisation d'exploitation commerciale prévue aux 1° et 4° du I de l'article L. 752-1 du code de commerce et à l'autorisation prévue au 1° de l'article L. 212-7 du code du cinéma et de l'image animée, **ne peut excéder un plafond correspondant aux trois quarts de la surface de plancher des bâtiments affectés au commerce.** Les espaces paysagers en pleine terre, les surfaces des aménagements relevant de l'article L. 3114-1 du code des transports, les surfaces réservées à l'auto-partage et les places de stationnement destinées à l'alimentation des véhicules électriques ou hybrides rechargeables sont déduits de l'emprise au sol des surfaces affectées au stationnement. La surface des places de stationnement non imperméabilisées compte pour la moitié de leur surface »

** La loi n°2016-1087 du 8 Août 2016 ajoute deux obligations supplémentaires à l'art. L111.-19 du CU, à compter du 1^{er} Mars 2017:

« **Sur tout ou partie de leurs toitures, et de façon non exclusive, intégrer soit des procédés de production d'énergies renouvelables**, soit un système de végétalisation basé sur un mode cultural garantissant un haut degré d'efficacité thermique et d'isolation et favorisant la préservation et la reconquête de la biodiversité, soit d'autres dispositifs aboutissant aux même résultat;

Sur les aires de stationnement, des revêtements de surface, des aménagements hydrauliques ou des dispositifs végétalisés favorisant la perméabilité et l'infiltration des eaux pluviales ou leur évaporation et préservant les fonctions écologiques des sols.