

Le SCoT de 2013	Vous-vous êtes fixés comme objectif	Les objectifs cadres (nationaux et régionaux)	Vous avez exprimé	Le diagnostic à mis en lumière	Des propositions d'objectifs ont été formulées	Ce qui reste à arbitrer/préciser
Ce que disait le SCoT de 2013	Les objectifs inscrits dans la délibération de révision	SRADDET, Code de l'urbanisme, lois	Expressions issues du CS, des ateliers, des rencontres EPCI...	Les points clés et enjeux du diagnostic sur le sujet	Ce que nous avons restitué sous forme de pré-orientation	Les points à aborder pour enrichir la rédaction du PAS
<p><u>Disposer d'un tissu commercial dynamique et équilibré</u>, renforcer le rayonnement commercial</p> <ul style="list-style-type: none"> Maintenir et renforcer en priorité le commerce de centre-ville, centre bourg et centre village Renforcer et améliorer la complémentarité des différents pôles commerciaux existants Maintenir et développer le commerce de proximité sur l'ensemble du territoire Renforcer l'offre commerciale métropolitaine pour lutter contre la banalisation de l'offre commerciale et l'évasion commerciale, et développer l'attractivité du territoire Respecter des localisations préférentielles des commerces selon le type du projet Prévoir des ZACOM délimitées dans le DAC et définir leurs principes d'aménagement 	<ul style="list-style-type: none"> Consolider l'armature territoriale multipolaire du territoire et les fonctions des pôles structurants et leur accessibilité, en assurant l'équilibre de développement entre ces différents pôles et les solidarités territoriales Prendre en compte les mutations des pratiques de consommation et l'enjeu de reconquête des centralités pour concevoir la politique d'aménagement commercial et préciser les modalités d'accueil des activités artisanales et commerciales (AAC). <p><u>Réévaluer la stratégie foncière</u> de développement économique en corrélation avec la politique de préservation du foncier</p>	<p>Dans le DOO :</p> <ul style="list-style-type: none"> Les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal. Il définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte des objectifs en termes de revitalisation des centres-villes, de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité etc... <p><u>Obligation de se doter d'un DAACL qui :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Détermine les conditions d'implantation ; Localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines ; Prévoit les conditions d'implantation, le type d'activités 	<p>Réinventer le modèle de nos zones commerciales, anticiper les mutations pour éviter les friches, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> L'adaptation des surfaces commerciales à la taille des communes ; L'encadrement de la qualité architecturale et l'intégration environnementale des commerces et équipements ; Le besoin de maintenir les commerces dans les centralités, comme vecteur de proximité et de lien social ; Les nouveaux besoins et nouveaux concepts commerciaux, notamment en matière de circuits-courts et de ventes-directes. <p>Travailler sur de nouveaux circuits de distribution permettant une meilleure irrigation du territoire en matière de circuits courts.</p>	<p>Une armature commerciale équilibrée, structurée par les polarités et répondant aux besoins des ménages.</p> <p>Une offre commerciale qui s'étoffe avec un nombre d'établissements et d'emplois à la hausse (sauf pour l'équipement à la personne et de la maison).</p> <p>Une déconnexion entre évolution démographie atone + revenu médian en dessous de la moyenne régionale et évolution des surfaces commerciales toujours à la hausse.</p> <p>Des grandes surfaces qui captent encore l'essentiel des dépenses mais perdent des parts de marché au profit des commerces spécialisés de plus petite taille et du commerce en ligne</p> <p>L'e-commerce devrait sortir grand gagnant de la crise sanitaire au détriment du commerce physique, y compris pour les produits de grande consommation.</p> <p>Une transition partielle vers des achats en circuits courts, en commerces de proximité ou de seconde main, la livraison plébiscitée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Organiser l'offre commerciale au profit du dynamisme des centralités Accompagner la transformation du modèle commercial vers une offre plus qualitative et locale, orientée vers les polarités et les zones existantes requalifiées 	<p>Les enjeux du volet commercial dans le SCoT</p> <p><u>Les défis de l'aménagement commercial :</u></p> <p>L'aménagement commercial de demain porte de nombreux défis liés à la nouvelle segmentation du commerce (commerces physique/numérique), au lien entre aménagement des centralités et commerce, à l'organisation de la mutation des zones commerciales, à la gestion du commerce de flux, aux évolutions sociologiques.</p> <p><u>Un modèle qui change :</u> avec une offre qui devient supérieure à la demande, nécessitant :</p> <ul style="list-style-type: none"> Une régulation plus forte des SCoT et leur meilleure prise en compte par les instances CDAC / CNAC sous peine de voir le nombre de friches commerciales augmenter. De quitter le modèle de 30 ans d'aménagement commercial par lequel attractivité = croissance des surfaces vers un modèle qui pense requalification et qui valorise le volet qualitatif. D'abandonner la commercialité de certains secteurs commerciaux avec une perspective de croissance du digital et du hors magasin. <p>Les dynamiques à l'œuvre sur le territoire</p> <p><u>Il n'y a pas de réels besoins de nouvelles zones commerciales</u>, ces dernières étant sur une dynamique d'extension/transformation dont le développement est encore porté par l'inertie de la dynamique démographique des ménages périurbains.</p> <p><u>Elles ne présentent pour l'instant pas de signes de fragilisation mais s'inscrivent dans une tendance de mutation</u>, notamment du côté des hypermarchés et de leurs galeries commerciales (à préciser). Mutations sont liées à la modification des modes de consommation mais également au contexte législatif incitant à la sobriété foncière (loi climat & résilience).</p> <p><u>A l'inverse les polarités commerciales des centralités urbaines (centres-villes et centres-bourg) semblent de plus en plus fragilisées</u>, concurrencées par le commerce de périphérie mais surtout par le développement du commerce en ligne, qui semble impacter plus fortement ces espaces.</p>



Ateliers du PAS - Guide des débats

2# Les activités commerciales

Le SCoT de 2013	Vous-vous êtes fixés comme objectif	Les objectifs cadres (nationaux et régionaux)	Vous avez exprimé	Le diagnostic à mis en lumière	Des propositions d'objectifs ont été formulées	Ce qui reste à arbitrer/préciser
Ce que disait le SCoT de 2013	Les objectifs inscrits dans la délibération de révision	SRADDET, Code de l'urbanisme, lois	Expressions issues du CS, des ateliers, des rencontres EPCI...	Les points clés et enjeux du diagnostic sur le sujet	Ce que nous avons restitué sous forme de pré-orientation	Les points à aborder pour enrichir la rédaction du PAS
<p><u>Disposer d'un tissu commercial dynamique et équilibré</u>, renforcer le rayonnement commercial</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Maintenir et renforcer en priorité le commerce de centre-ville, centre bourg et centre village ➤ Renforcer et améliorer la complémentarité des différents pôles commerciaux existants ➤ Maintenir et développer le commerce de proximité sur l'ensemble du territoire ➤ Renforcer l'offre commerciale métropolitaine pour lutter contre la banalisation de l'offre commerciale et l'évasion commerciale, et développer l'attractivité du territoire ➤ Respecter des localisations préférentielles des commerces selon le type du projet ➤ Prévoir des ZACOM délimitées dans le DAC et définir leurs principes d'aménagement 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Consolider l'armature territoriale multipolaire du territoire et les fonctions des pôles structurants</u> et leur accessibilité, en assurant l'équilibre de développement entre ces différents pôles et les solidarités territoriales ➤ Prendre en compte les mutations des pratiques de consommation et l'enjeu de reconquête des centralités pour concevoir la politique d'aménagement commercial et préciser les modalités d'accueil des activités artisanales et commerciales (AAC). <p>Réévaluer la stratégie foncière de développement économique en corrélation avec la politique de préservation du foncier</p>	<p>Dans le DOO :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal.</u> Il définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte des objectifs en termes de revitalisation des centres-villes, de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité etc... <p><u>Obligation de se doter d'un DAACL qui :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Détermine les conditions d'implantation ; ➤ Localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines ; ➤ Prévoit les conditions d'implantation, le type d'activités 	<p>Réinventer le modèle de nos zones commerciales, anticiper les mutations pour éviter les friches, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'adaptation des surfaces commerciales à la taille des communes ; ➤ L'encadrement de la qualité architecturale et l'intégration environnementale des commerces et équipements ; ➤ Le besoin de maintenir les centralités, comme vecteur de proximité et de lien social ; ➤ Les nouveaux besoins et nouveaux concepts commerciaux, notamment en matière de circuits-courts et de ventes-directes. <p>Travailler sur de nouveaux circuits de distribution permettant une meilleure irrigation du territoire en matière de circuits courts.</p>	<p>Une armature commerciale équilibrée, structurée par les polarités et répondant aux besoins des ménages.</p> <p>Une offre commerciale qui s'étoffe avec un nombre d'établissements et d'emplois à la hausse (sauf pour l'équipement à la personne et de la maison).</p> <p>Une déconnexion entre évolution démographie atone + revenu médian en dessous de la moyenne régionale et évolution des surfaces commerciales toujours à la hausse.</p> <p>Des grandes surfaces qui captent encore l'essentiel des dépenses mais perdent des parts de marché au profit des commerces spécialisés de plus petite taille et du commerce en ligne</p> <p>L'e-commerce devrait sortir grand gagnant de la crise sanitaire au détriment du commerce physique, y compris pour les produits de grande consommation.</p> <p>Une transition partielle vers des achats en circuits courts, en commerces de proximité ou de seconde main, la livraison plébiscitée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiser l'offre commerciale au profit du dynamisme des centralités ➤ Accompagner la transformation du modèle commercial vers une offre plus qualitative et locale, orientée vers les polarités et les zones existantes requalifiées 	<p>Quel rôle pour le volet commerce dans le futur SCoT ?</p> <p>Compte-tenu des évolutions majeures à venir du commerce, les volets commerces des SCoT vont devoir évoluer. Il conviendra d'éviter de faire les SCoT de demain en s'appuyant sur des débats d'hier pour au contraire saisir ces mutations.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jusque 2018 des SCoT modérateurs qui modèrent et gèrent les équilibres ➤ 2018-2030 des SCoT transformateurs qui accompagnent (déclenchent) la transformation du modèle commercial. <p>Le volet commerce du SCoT est désormais obligatoire et devra s'incarner au sein du DOO et d'un DAACL, quelle philosophie d'intervention souhaitez-vous lui donner ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un volet commerce plutôt modérateur, poursuite des dynamiques actuelles avec une attention plus marquée à la réduction des possibilités foncières en périphérie et à la maîtrise du commerce de flux. Par exemple : <u>Stopper le développement de nouvelles zones commerciales en périphérie</u> ➤ Un volet commerce plutôt transformateur, avec une prise en compte plus forte des modes de vie et des nouveaux modes de consommation avec une inflexion marquée vers la transformation des espaces commerciaux de périphérie et la réduction du nombre d'espaces commerciaux. Par exemple : <u>Accompagner la mutation du commerce existant vers les enjeux du commerce de demain.</u> ➤ Un volet commerce plutôt défenseur des centralités, un rôle modérateur toujours prégnant mais un rôle plus marqué dans le renforcement des centralités avec une prise en compte du commerce et des facteurs de commercialité (un volet centralité du SCoT). Par exemple : <u>Travailler sur les centralités vers plus de qualité urbaine et un renforcement de leur fonctions résidentielles et en termes d'offre en services et équipements</u> ➤ Un volet commerce plutôt catalyseur des règles des PLUi, centré sur des orientations, les localisations préférentielles et une approche plus prospective en laissant au PLUi le rôle prescriptif en matière de typologie d'activités etc.

