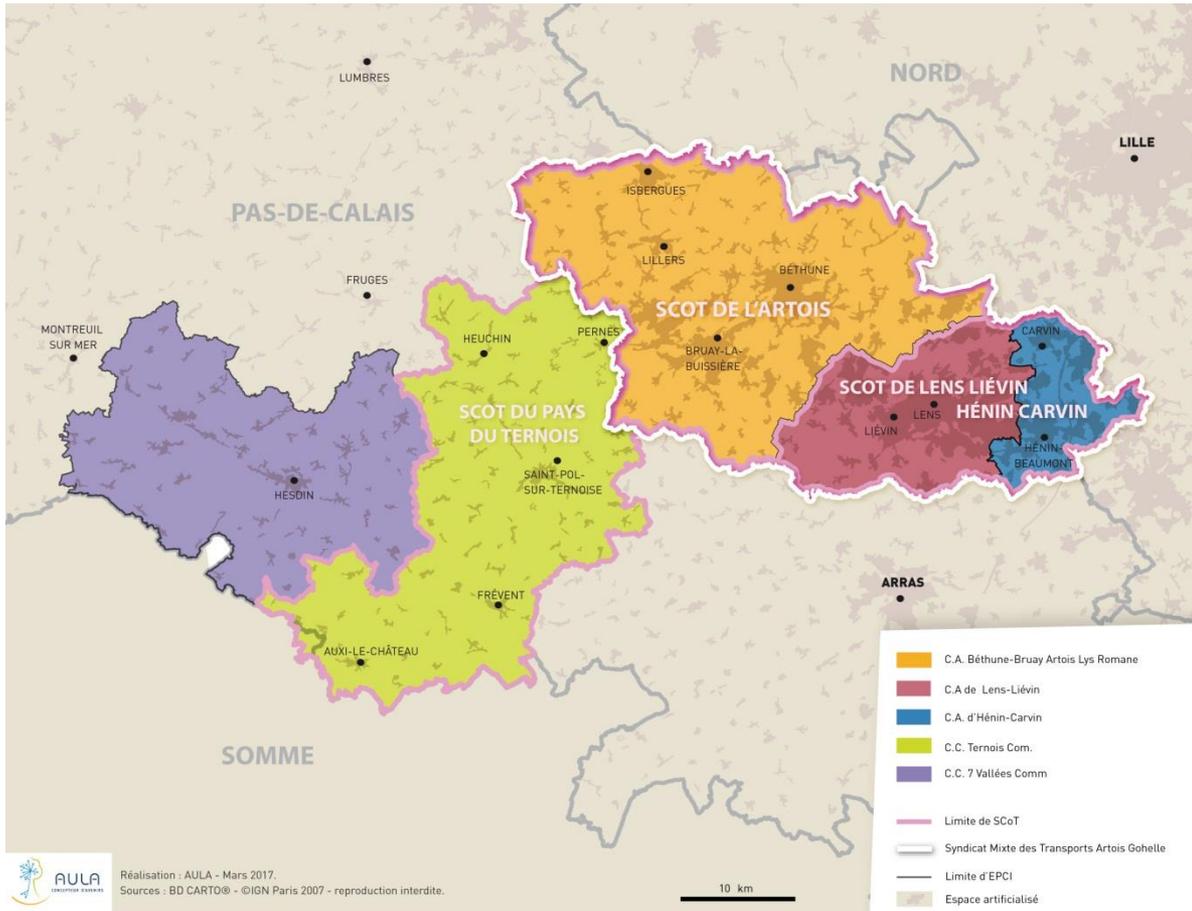




DDTM 62 Club PLU-I

3 DECEMBRE 2019

Le territoire d'intervention de l'AULA



CABB : 278 000 habts
CALL : 242 000 habts
CAHC : 125 000 habts
CC Ternois Com : 38 500 habts
CC 7 Vallées Comm : 29 700 habts

Total : **715 000 habts**
répartis sur 323 communes



Réalisation : AULA - Mars 2017.
Sources : BD CARTO® - ©IGN Paris 2007 - reproduction interdite.

10 km

Un réseau de villes moyennes à l'interface de plusieurs influences

UNE SITUATION UNIQUE

un territoire

...situé à moins de 40 km de...

la 6ème Métropole de France

fortement peuplé

(650 000 habitants)

bassin d'emplois

(200 000 emplois)

une histoire singulière

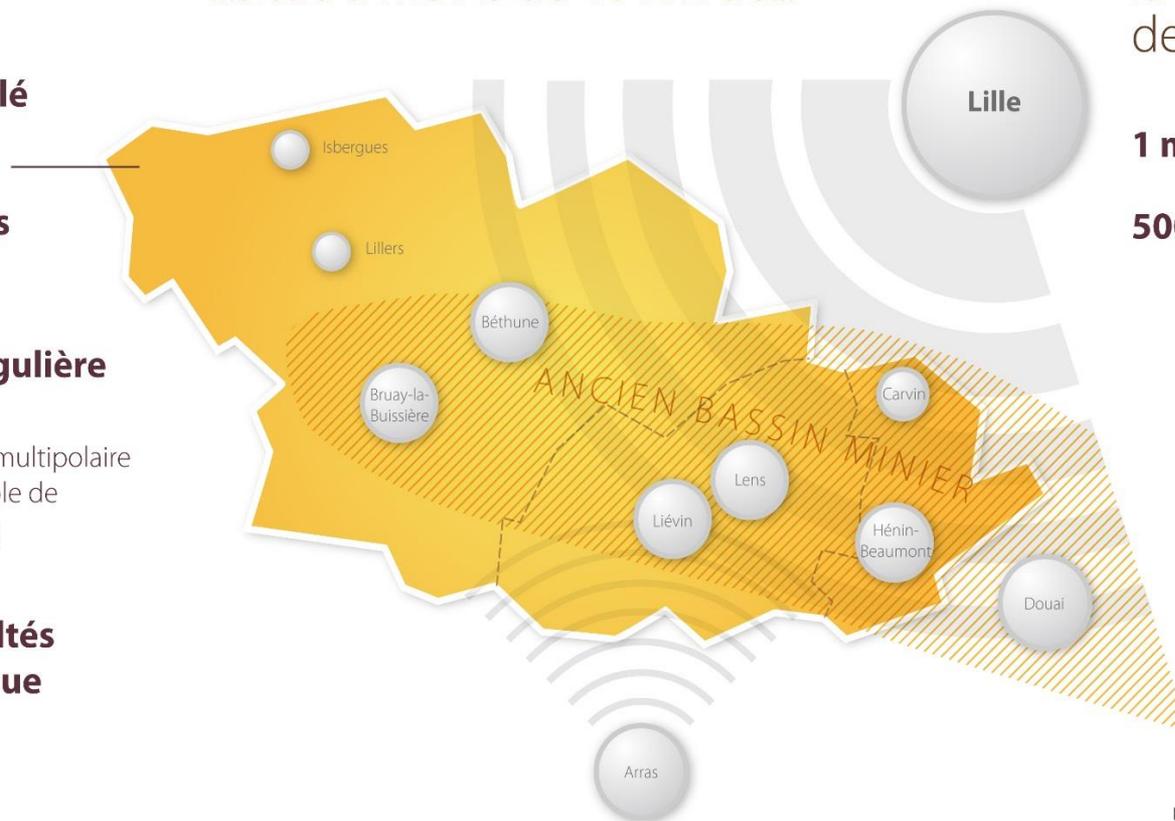
une structure urbaine multipolaire centrée sur un ensemble de

villes moyennes

de fortes difficultés socio-économique

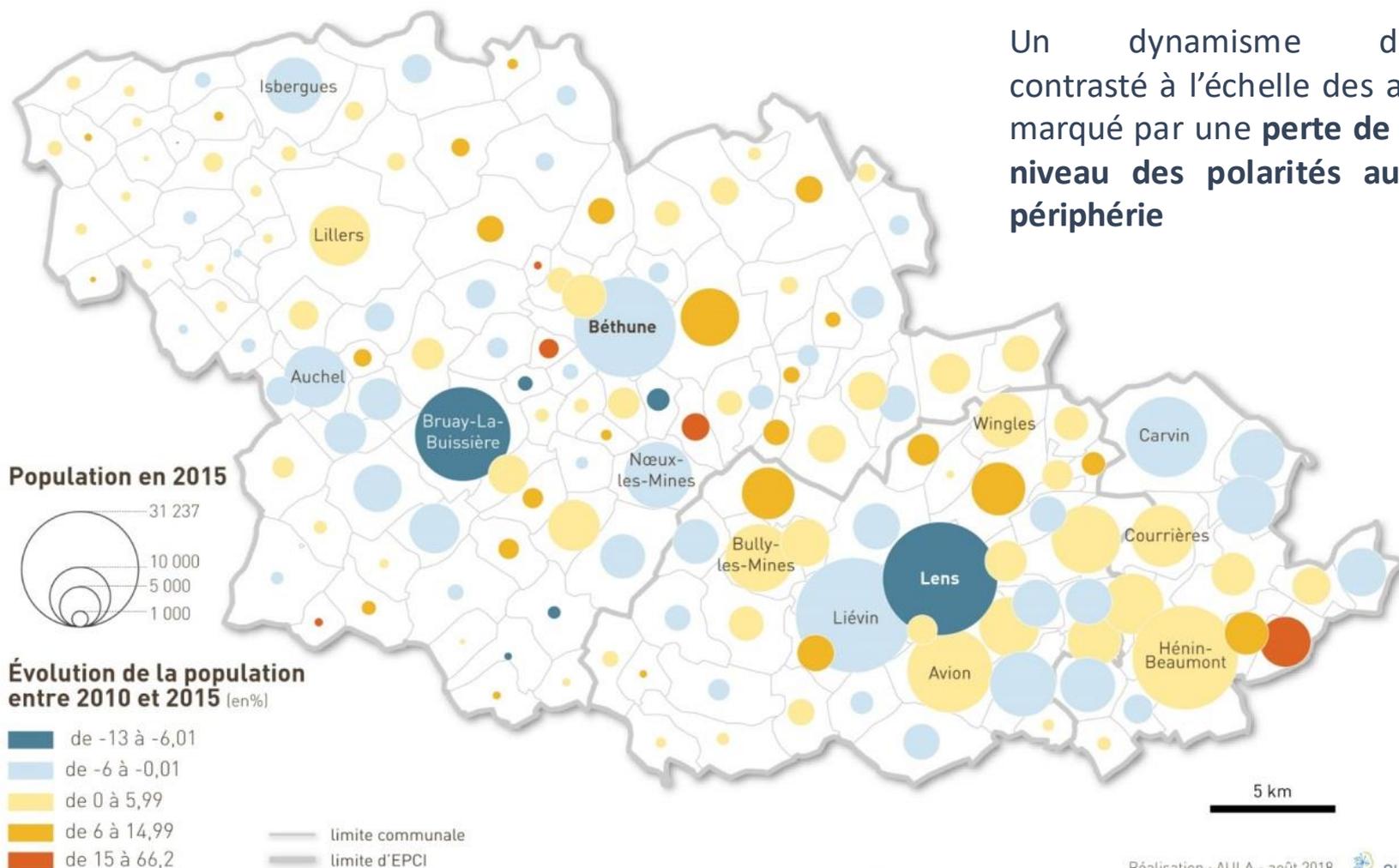
1 million d'habitants

500 000 emplois



Réalisation : AULA, octobre 2017.

Centralités et attractivité démographique : habiter le territoire

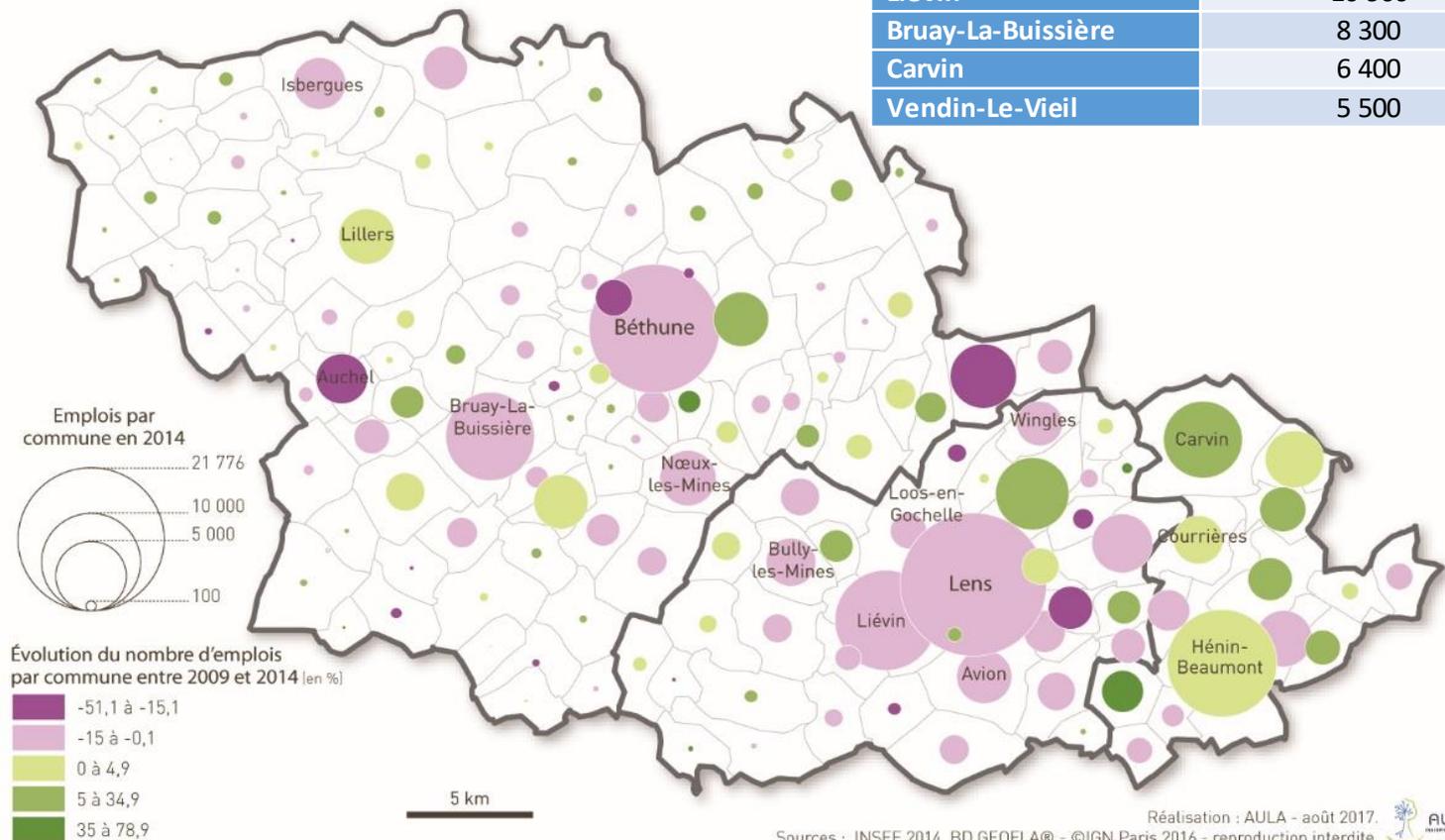


Un dynamisme démographique contrasté à l'échelle des agglomérations marqué par une **perte de population au niveau des polarités au profit de la périphérie**

Centralités et attractivité économique : travailler sur le territoire

Un territoire globalement créateur d'emplois depuis l'an 2000 mais enregistrant des pertes d'emplois au niveau des principaux pôles urbains (excepté le long de l'A1).

COMMUNE	NOMBRE D'EMPLOIS (2014)
Lens	21 800
Béthune	17 700
Hénin-Beaumont	12 500
Liévin	10 900
Bruay-La-Buissière	8 300
Carvin	6 400
Vendin-Le-Vieil	5 500



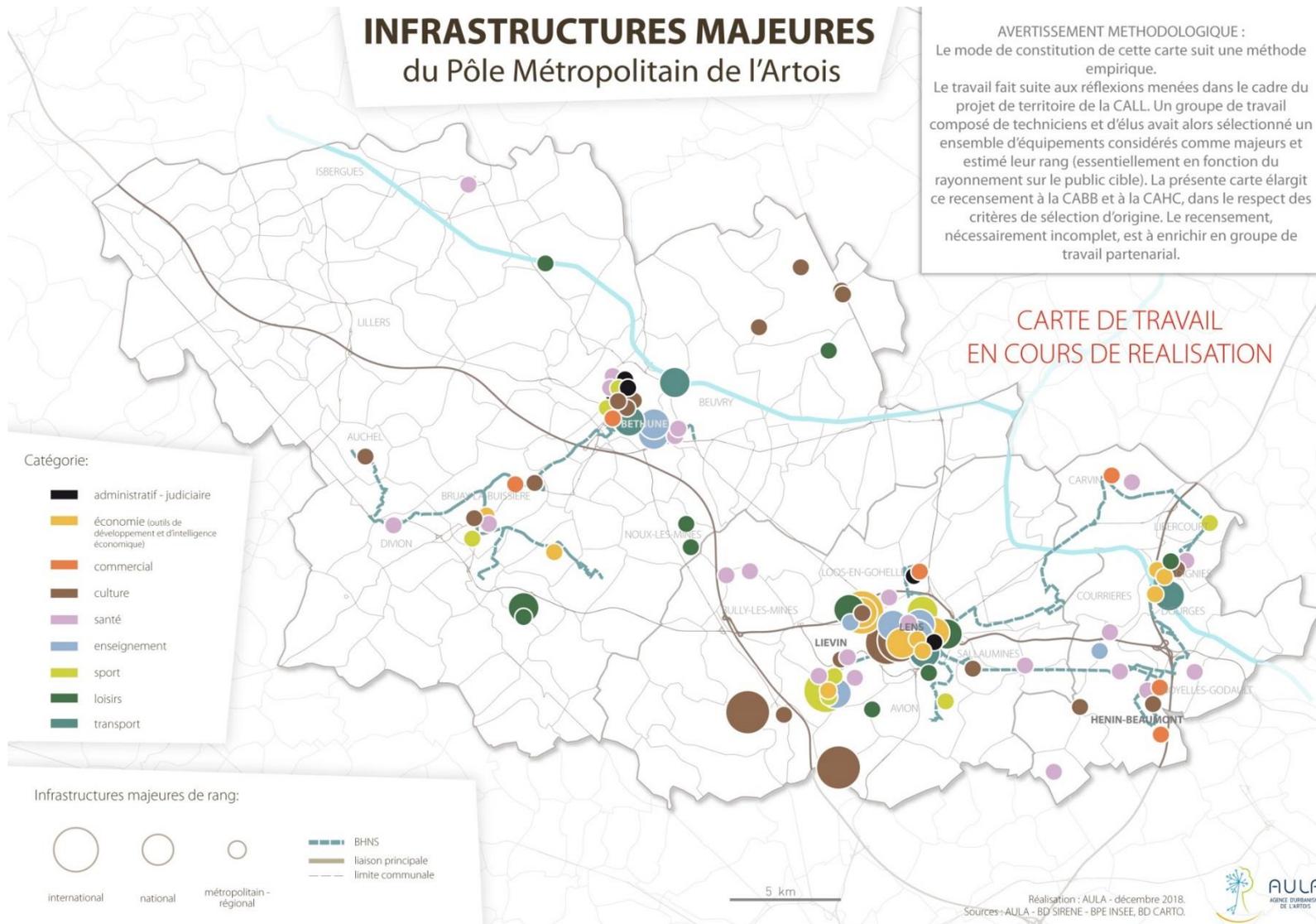
Sources : INSEE 2014, BD GEOFLA® - ©IGN Paris 2016 - reproduction interdite. Réalisation : AULA - août 2017.



Des concentrations de fonctions urbaines majeures et diversifiées esquissent des polarités.

INFRASTRUCTURES MAJEURES du Pôle Métropolitain de l'Artois

AVERTISSEMENT METHODOLOGIQUE :
Le mode de constitution de cette carte suit une méthode empirique.
Le travail fait suite aux réflexions menées dans le cadre du projet de territoire de la CALL. Un groupe de travail composé de techniciens et d'élus avait alors sélectionné un ensemble d'équipements considérés comme majeurs et estimé leur rang (essentiellement en fonction du rayonnement sur le public cible). La présente carte élargit ce recensement à la CABB et à la CAHC, dans le respect des critères de sélection d'origine. Le recensement, nécessairement incomplet, est à enrichir en groupe de travail partenarial.



Situation réglementaire face à la problématique de revitalisation des centres-villes sur le territoire

SCoT

En révision sur Béthune Bruay et sur Lens Liévin-Hénin Carvin

PLUi

Prise de compétence obligatoire sur la CABBARL
Réflexions non mûres sur Lens-Liévin et Hénin-Carvin

En parallèle des démarches réglementaires :

- Accompagnement sur ACV dans la définition de la stratégie de revitalisation
- Acculturation sur la thématique de la revitalisation des cœurs de ville par le biais de l'animation territoriale
- Politique locale du commerce/schéma d'aménagement commercial de la CABBALR

Une transformation profonde en cours de la fonction commerciale ...

Un nouvel urbanisme commercial

Une croissance sans précédent des surfaces commerciales du nombre de commerce de proximité et du taux de vacance du commerce.

De nouveaux modes de consommation

Senior economy, nouvelles mobilités, circuits courts, e-commerce, la proximité se ré-invente.

Un nouveau contexte financier

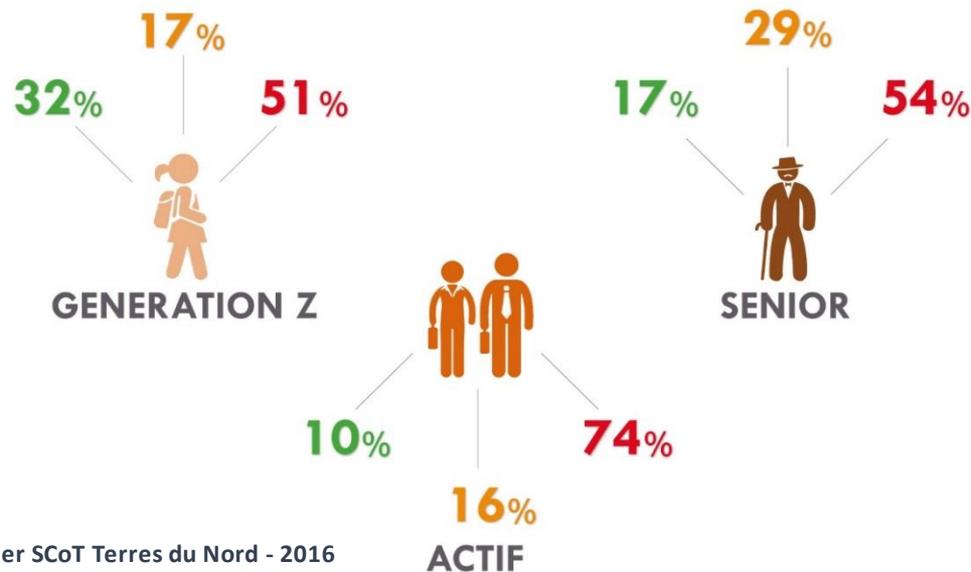
De nouveaux partenariats à imaginer pour régénérer les espaces commerciaux avec moins de fonds publics.

L'évolution des modes de consommation s'inscrit en dehors des centres-villes

Le commerce ne fait plus

venir les habitants du territoire en centre-ville

Données extraites de l'EMC 2016 sur la fréquentation **RÉGULIÈRE** (1 à plusieurs fois par semaine), **OCCASIONNELLE** (1 à plusieurs fois par mois) ou **RARE** (moins d'une fois par mois à jamais) des centres-villes de Lens, Béthune et Hénin-Beaumont par profil d'habitants du territoire.

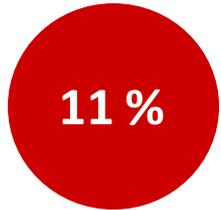


Source : Enquête Ménage Commerce - Inter SCoT Terres du Nord - 2016

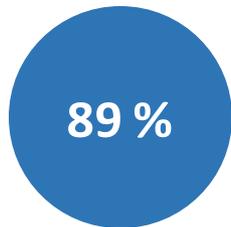
Des pratiques d'achat fortement liées au territoire de résidence

SCoT de l'Artois

90% des achats alimentaires
des ménages réalisés sur le territoire du SCoT

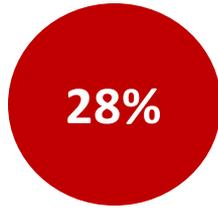


Evasions hors SCoT de l'Artois

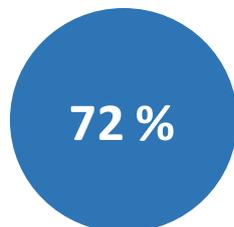


Emprise SCoT de l'Artois

72% des achats non-alimentaires
des ménages réalisés sur le territoire du SCoT



Evasions hors SCoT de l'Artois



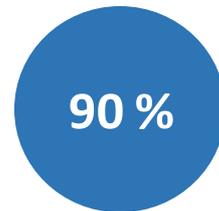
Emprise SCoT de l'Artois

SCoT Lens-Liévin Hénin-Carvin

90 % des achats alimentaires
des ménages réalisés sur le territoire du SCoT

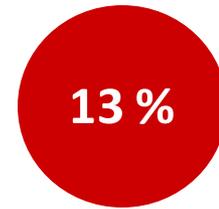


Evasions hors SCoT

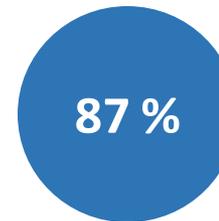


Emprise SCoT LLHC

87 % des achats non alimentaires
des ménages réalisés sur le territoire du SCoT



Evasions hors SCoT



Emprise SCoT LLHC

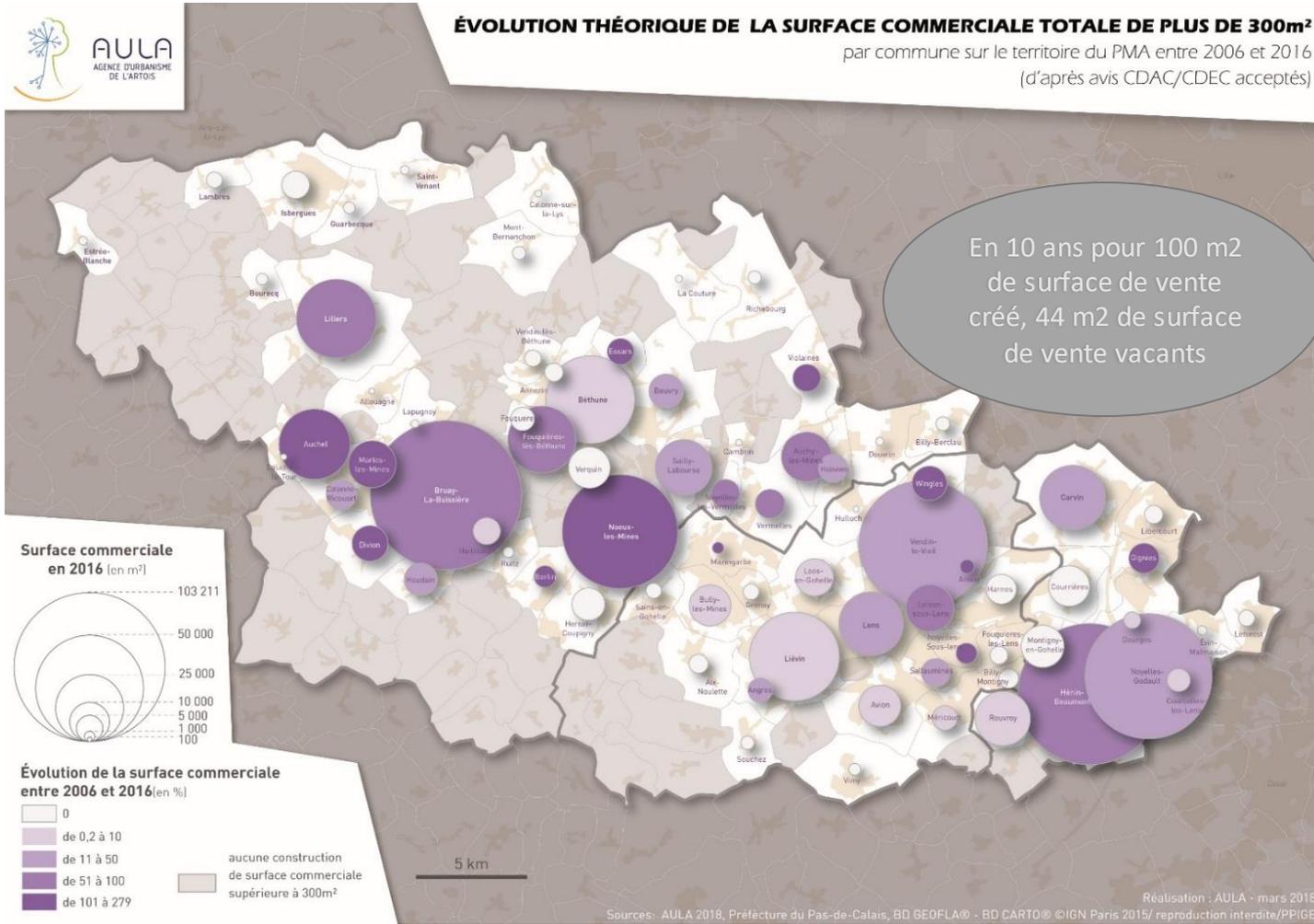
Source : Enquête Ménage Commerce - Inter SCoT Terres du Nord - 2016

Des autorisations d'ouverture de m² commerciaux qui restent très soutenues : une offre supérieure à la demande

+ 45% de surface commerciale de + 300 m² autorisés en CDAC entre 2006 et 2016 (+ 290 000 m²)

CABBALR : + 23% de surfaces commerciales (2009/2019) 55 000 m² de surface de vente

Vacances commerciale (54)



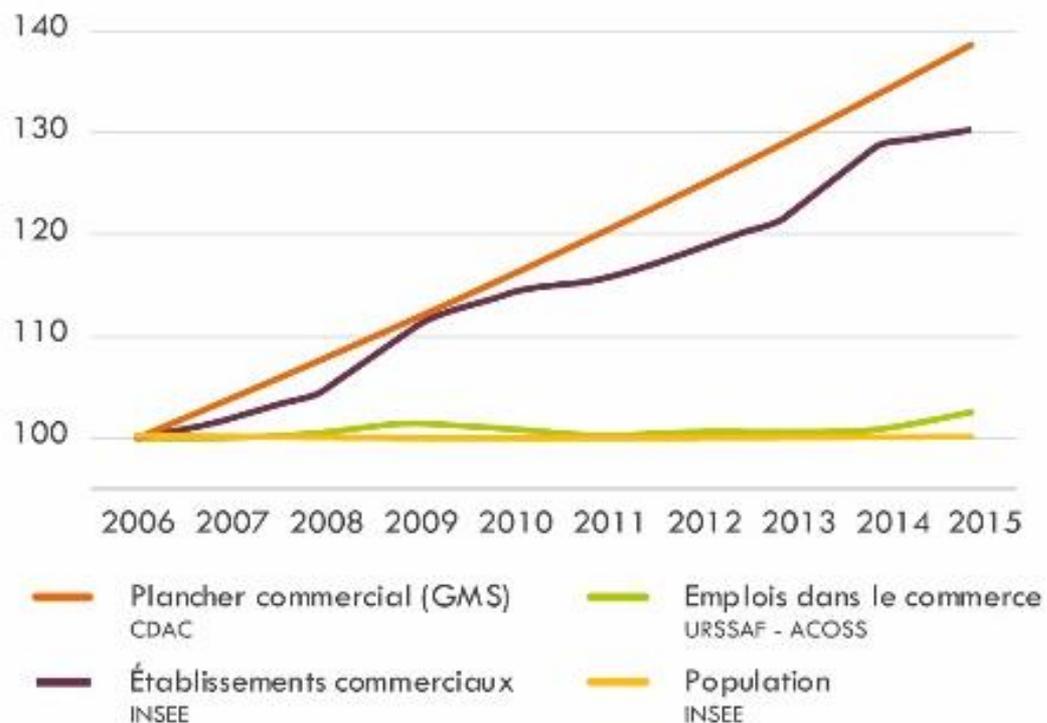
Déconnexion entre offre, démographie et emploi

77 M2 de surface commerciale de + 300 m² pour 1 nouvel habitant entre 2010 et 2015

(69 000 m² autorisés pour 906 nouveaux habitants à l'échelle de la CABBARL entre 2010 et 2015)

Besoin de créer environ 230 m² de surface commerciale pour créer 1 seul emploi dans le commerce
(CABBARL)

Base 100 - Évolution de l'emprise des GMS par rapport à la population et à l'emploi dans le secteur du commerce
Pôle Métropolitain de l'Artois

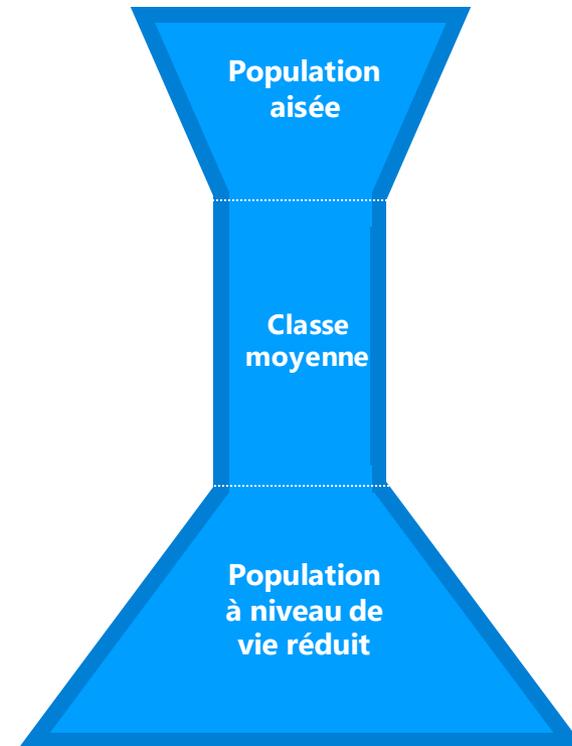
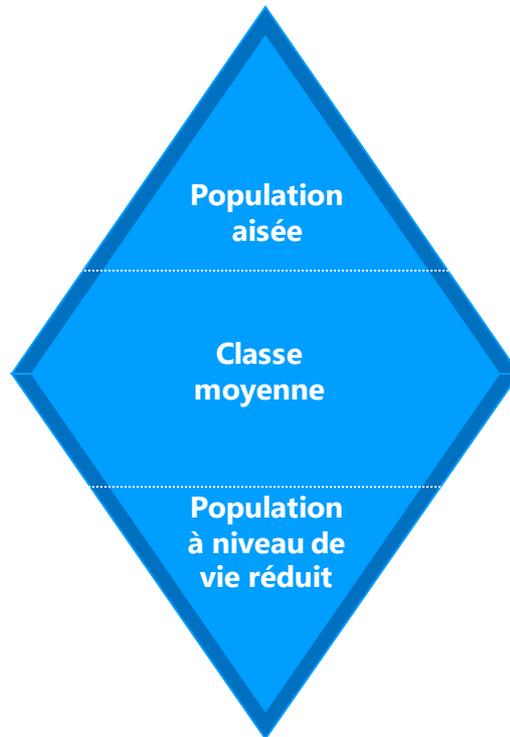


Note: l'analyse n'est pas possible sur le PETR en l'absence d'éléments chiffrés

Les cinq marqueurs de la transformation du commerce



Intégrer une nouvelle composition de la société



Pratiques de la « génération Z » du territoire

ACHAT

en fonction du lieu d'achat :

En **CENTRE-VILLE** En **ZONE COMMERCIALE** **ACHAT EN LIGNE**

Lieu du dernier achat **ALIMENTAIRE**



Lieu du dernier achat **CADEAU**



Lieu du dernier achat **NON-ALIMENTAIRE**



Lieu du dernier achat d'**OBJET D'OCCASION** (2^{nde} r



Des pratiques d'achats tournées vers les zones commerciales et le e-commerce
Néanmoins, la pratique du commerce en centre-ville est plus élevée chez ce profil de consommateur que chez les autres profils

USAGES

en fonction du lieu fréquenté :

En **CENTRE-VILLE** En **ZONE COMMERCIALE** **INDIFFÉRENT**



Où sortez vous pour **boire un verre**, vous **restaure**r, **rencontrer** vos amis, vous **détendre** ?



Où sortez vous pour assister à un **spectacle**, un **concert**, voir une **exposition** ?



Où sortez vous pour vous **promener** ?

Des pratiques de loisirs tournées vers les centres-villes

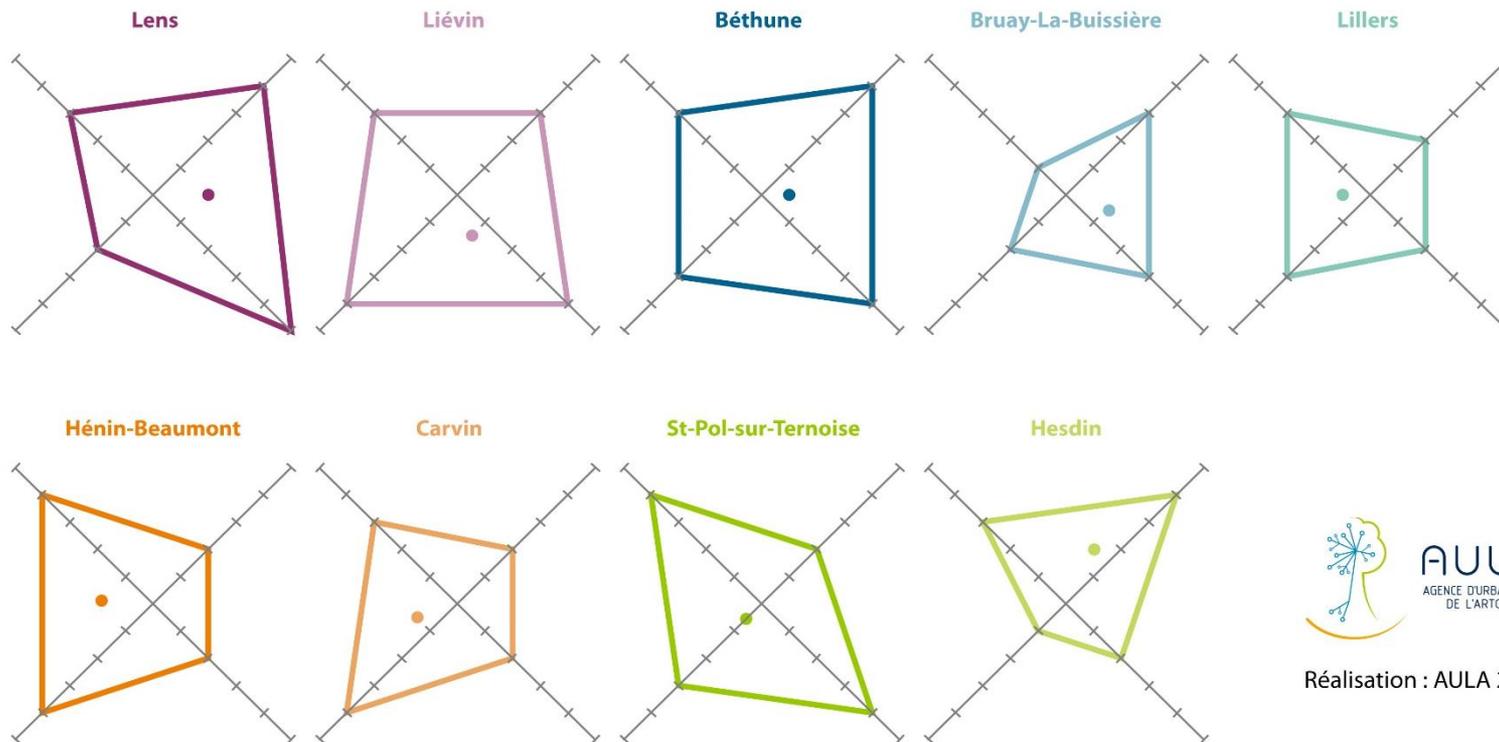
Les 4 fonctions du centre-ville

Quatre fonctions stratégiques à intégrer comme pivot de la vision stratégique d'un centre-ville.

Quatre fonctions fondamentales qui agissent comme des facteurs de commercialité.

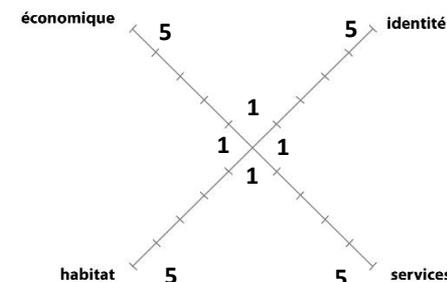


Positionnement des principales polarités au regard des 4 fonctions



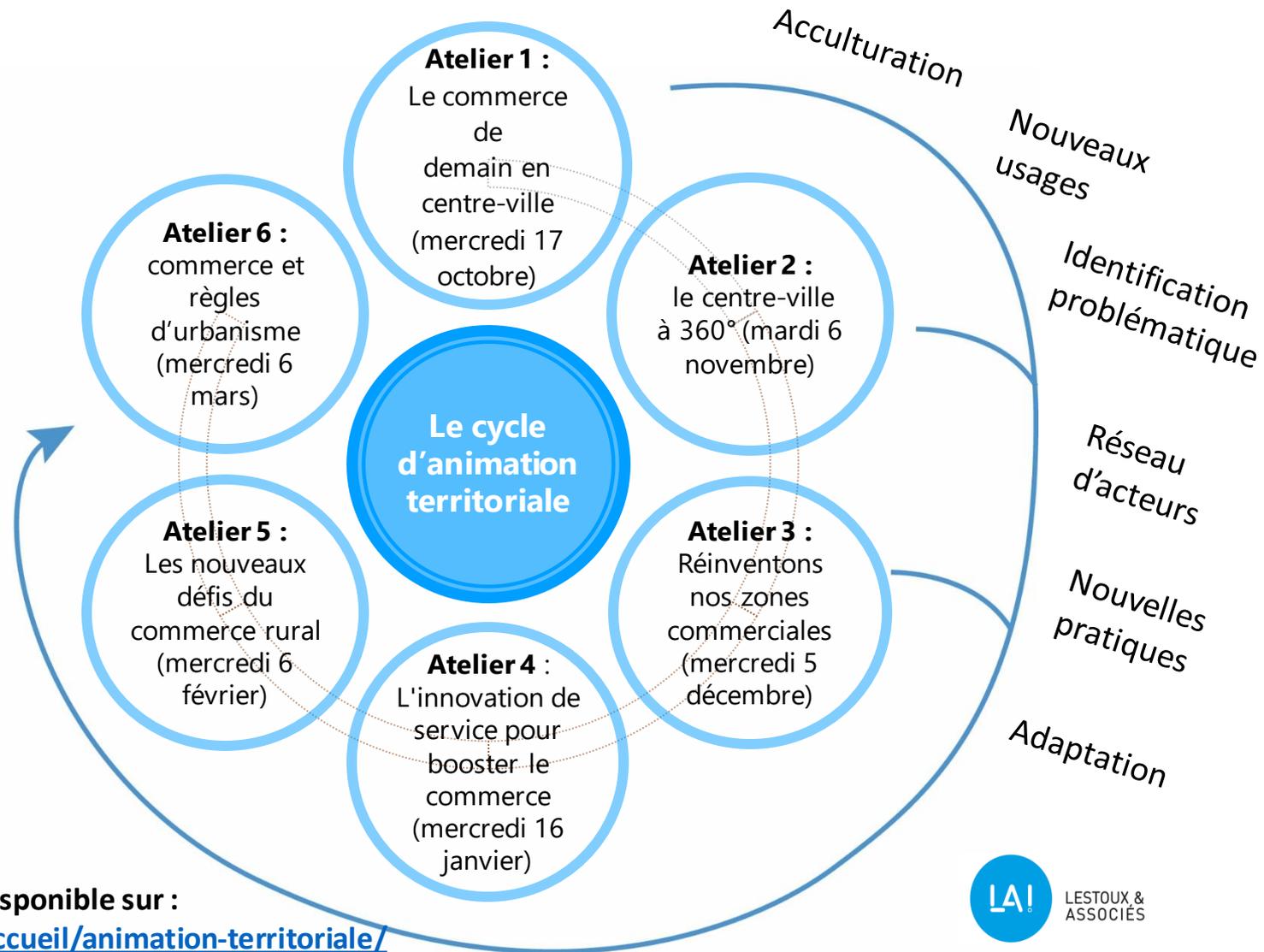
Réalisation : AULA 2019.

Méthode : Analyse empirique des 4 fonctions à travers les dynamiques constatées par polarité (démographie – économie – habitat et niveau d'équipements), noté de 1 à 5



Le cycle d'animation territoriale Commerce de Demain

Prise en compte
des évolutions
dans les
documents
d'urbanisme



Rappel des enjeux et recommandations pour le commerce de demain

Le commerce de demain en
centre-ville

ATELIER 1

- Apprendre à connaître les pratiques des nouveaux consommateurs
 - Adapter l'offre de services aux nouvelles pratiques
- Recréer des dynamiques collectives autour des commerçants

ATELIER 4

L'innovation de service pour
booster le commerce

- Réorganiser les commerces en centre-ville et centre-bourg pour les faire entrer dans l'économie servicielle en lien avec les nouveaux usages
- Valoriser les nouvelles pratiques : numérique, circuit-court, etc.
- Restructurer le modèle de l'Union Commerciale

-> Regarder les usages pour innover et proposer de nouvelles formes de commerces et services aux habitants des territoires

Rappel des enjeux et recommandations pour le commerce de demain

ATELIER 2 Le centre-ville à 360°

- Regarder le centre-ville par le prisme des 4 fonctions qui le compose :
l'habitat, l'économie, les services et l'identité
- Définir un périmètre cohérent et une gouvernance propre aux projets de redynamisation de centres-villes ou centres-bourgs

Les nouveaux défis du commerce rural

ATELIER 5

- Prendre en compte les évolutions territoriales et l'allongement des distances
- Limiter le mitage et concentrer les fonctions dans les coeurs de bourgs
- Innover dans les services proposés aux habitants avec des lieux hybrides, mobiles

-> Adapter l'approche stratégique et opérationnelle par rapport aux fonctions des territoires et du public visé

Rappel des enjeux et recommandations pour le commerce de demain

Réinventons nos zones
commerciales

ATELIER 3

- Densifier et ramener des fonctions différentes dans certaines zones commerciales
- Reconnecter les zones commerciales avec les villes et ne plus les opposer
 - Limiter l'extension des zones commerciales et arrêter les nouvelles consommations foncières

ATELIER 6

Le commerce et les règles
d'urbanisme

- Se doter d'un programme politique, d'une stratégie commerciale qui pourra se décliner par des règles
- Mobiliser les outils existants pour décliner la stratégie
- Mettre en place une gouvernance forte pour faire vivre les stratégies politiques définies

-> Organiser et encadrer le développement commercial des territoires

Présentation des 5 recommandations

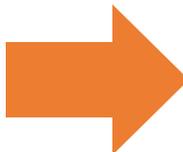
Connaître et suivre les usages et pratiques des populations

Organiser et encadrer les territoires au regard des 4 fonctions

Réguler les implantations commerciales en fonction des besoins du territoire

Traduire des actions opérationnelles en articulant les 4 fonctions en cohérence avec les stratégies de développement aux échelles intercommunales

Innover dans le commerce, en particulier dans la dimension servicielle



- *Observatoire territoriale des dynamiques du commerce et des usages*
- *Définir l'organisation territoriale multipolaire*
- *Décliner les stratégies de développement du territoire dans les documents de planification*
- *Construire une réglementation par le biais du DAAC du SCOT*
- Développer les Plans Locaux du Commerce
- Articuler les dispositifs Actions Cœur de Ville et les Opérations de Revitalisation du Territoire avec les stratégies intercommunales
- Créer et animer des réseaux d'acteurs en centres-bourgs
- Outiller le territoire pour le traitement des opérations immobilières complexes
- *Lancer des appels à projets pour tester de nouveaux concepts*
- Accompagnement à l'innovation collective et individuelle des commerçants

Merci pour votre attention