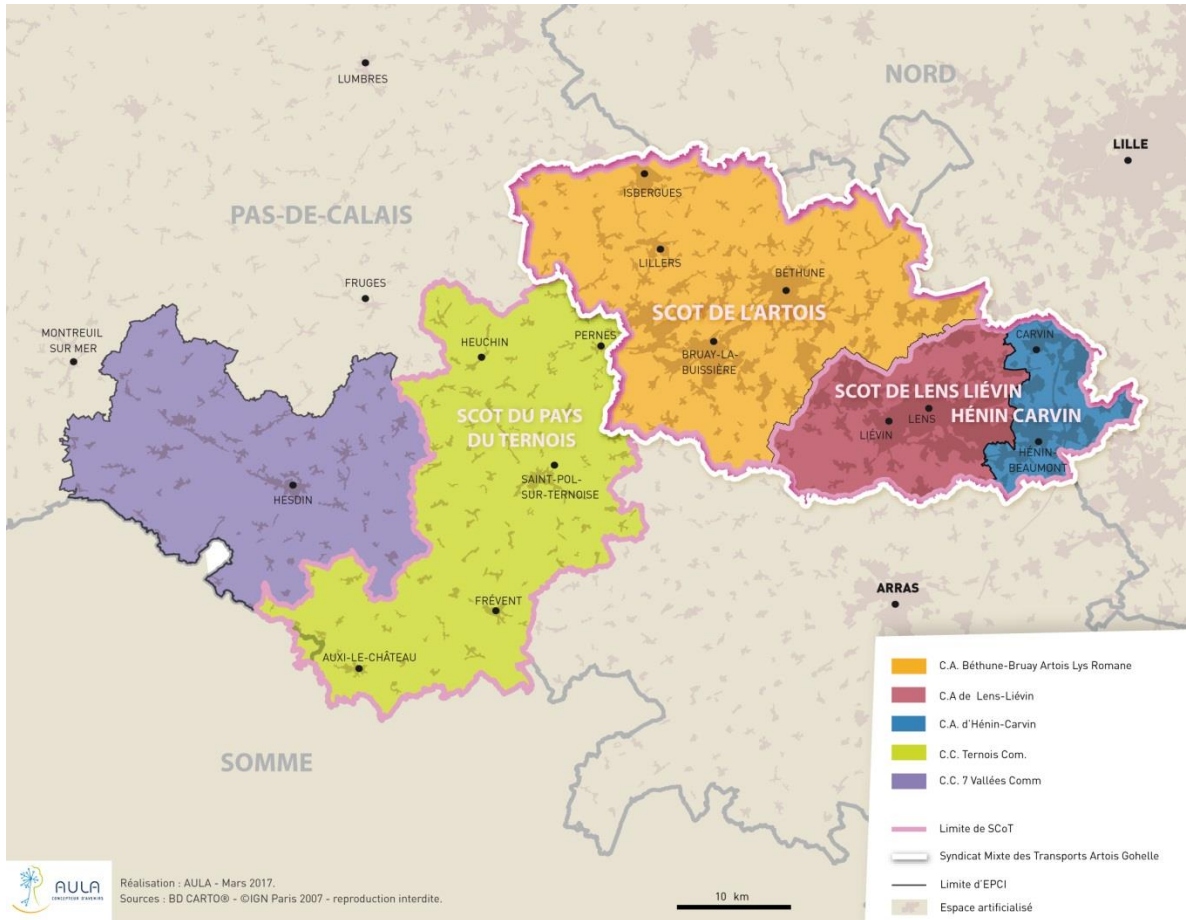




# **DDTM 62 Club PLU-I**

**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**

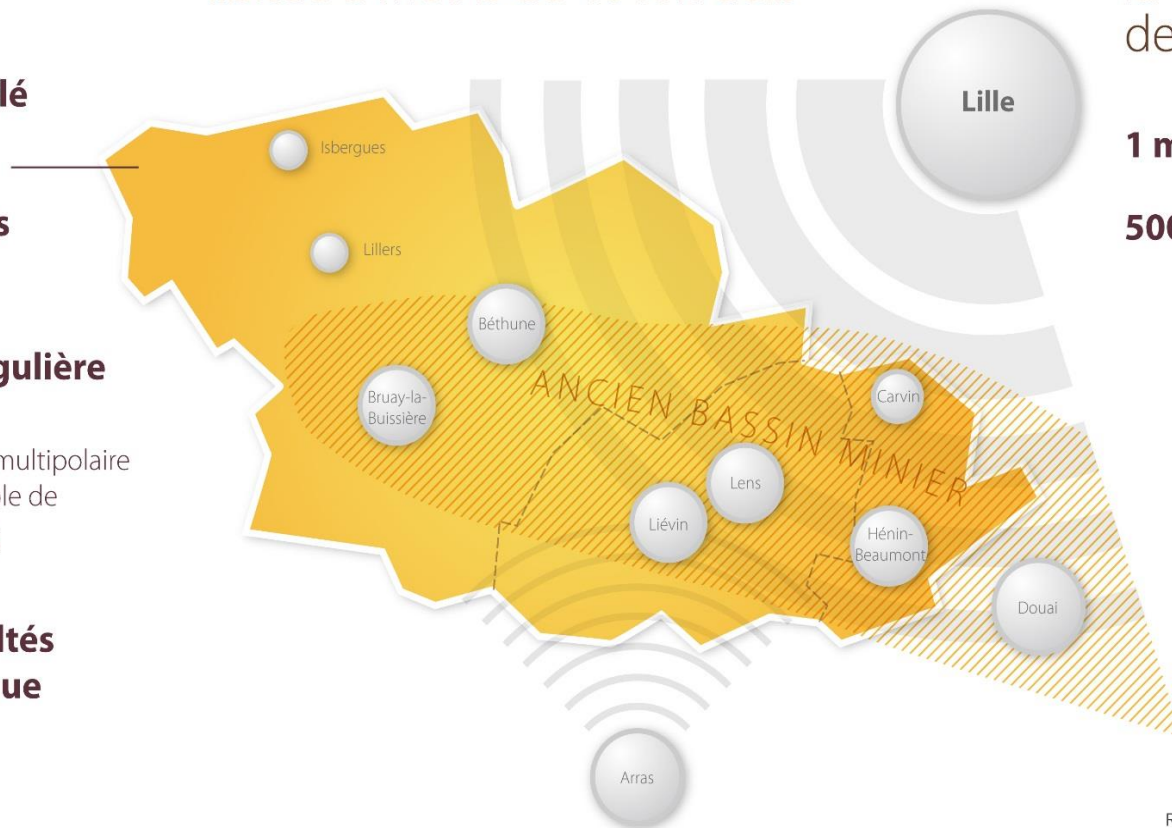
une structure urbaine multipolaire centrée sur un ensemble de

**villes moyennes**

**de fortes difficultés socio-économique**

**1 million d'habitants**

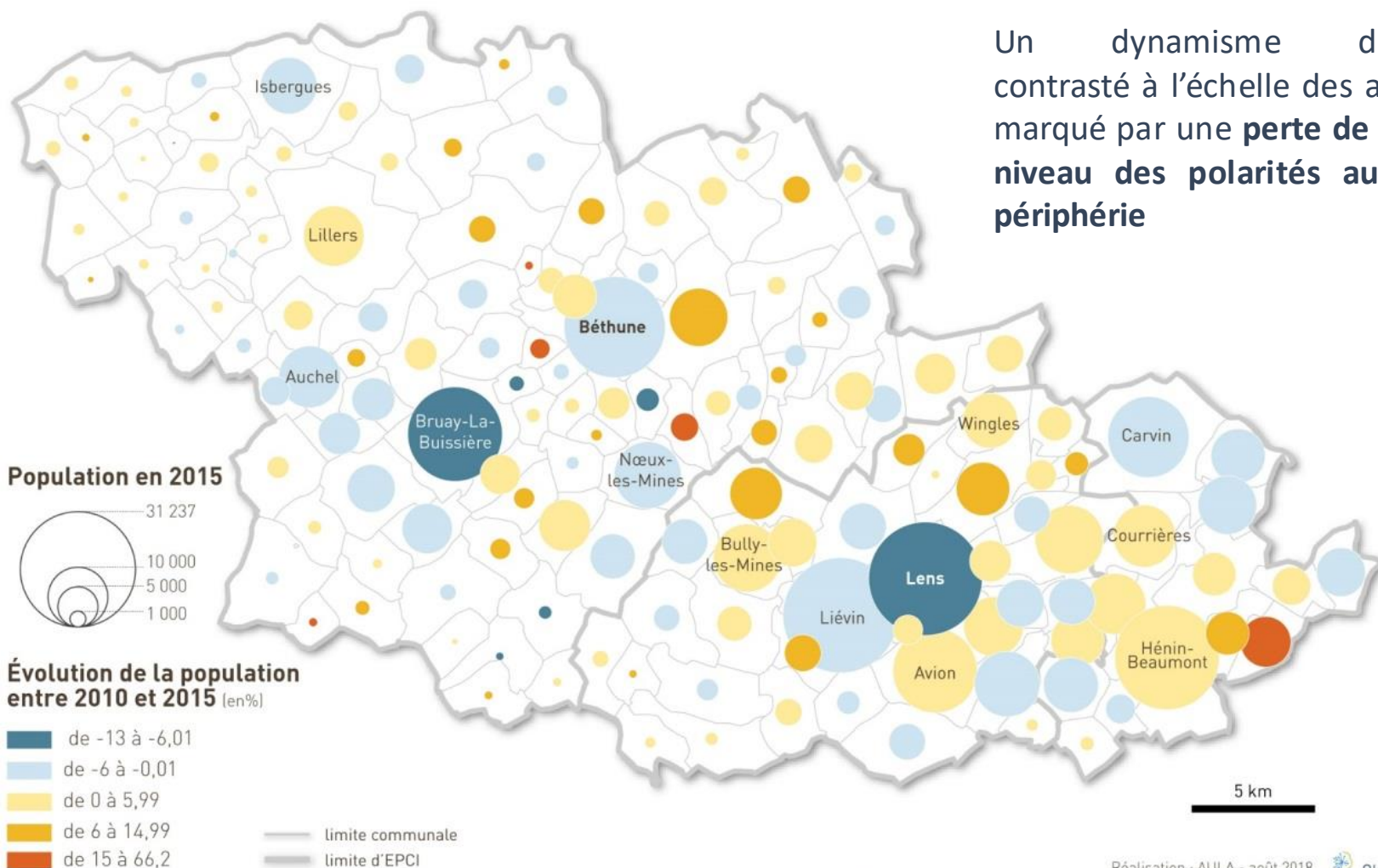
**500 000 emplois**



Réalisation : AULA, octobre 2017.



# Centralités et attractivité démographique : habiter le territoire



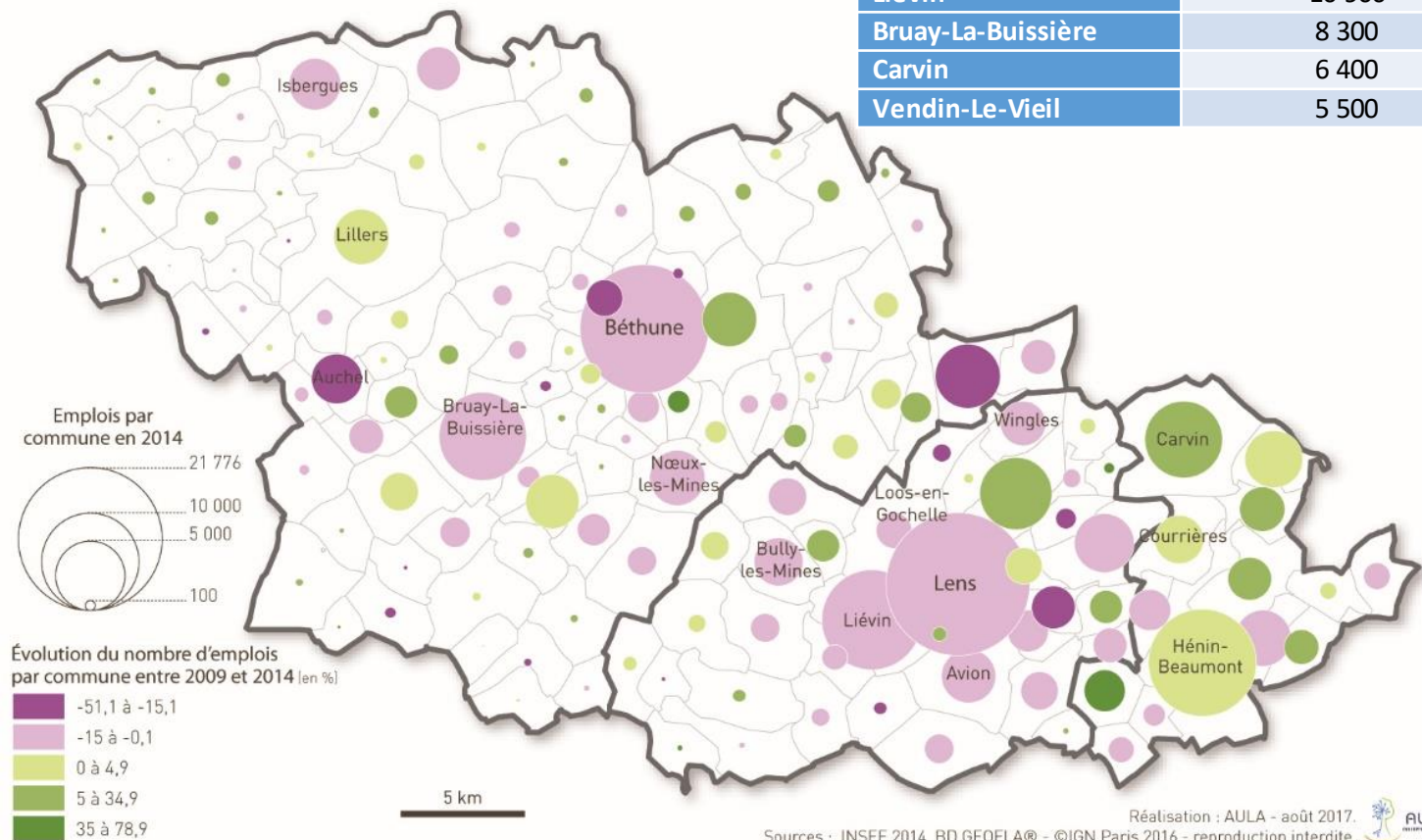
Un dynamisme démographique contrasté à l'échelle des agglomérations marqué par une **perte de population au niveau des polarités au profit de la périphérie**



# 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).

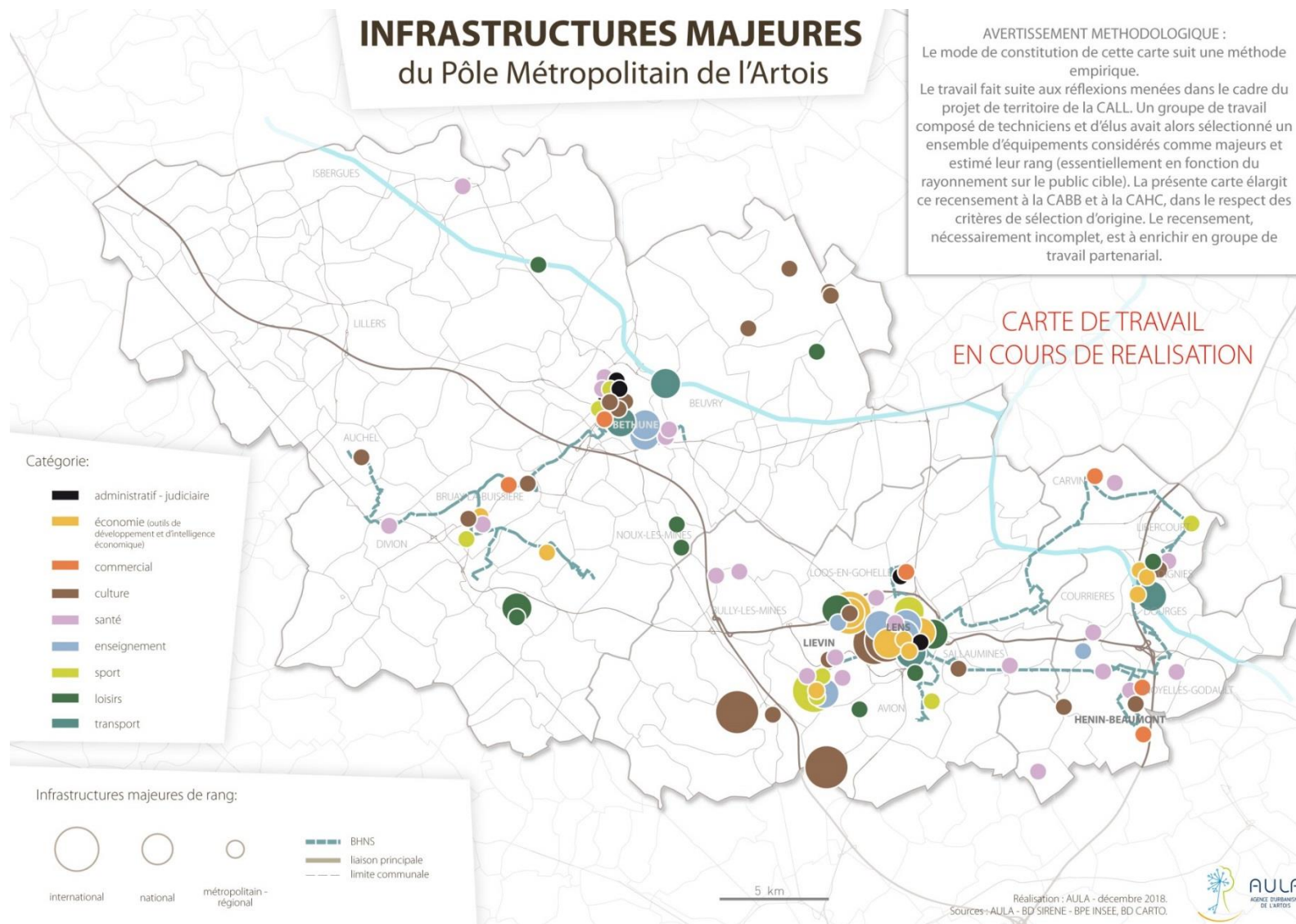
COMMUNE	NOMBRE D'EMPLOIS (2014)
Lens	21 800
Béthune	17 700
Hénin-Beaumont	12 500
Liévin	10 900
Bruay-La-Buissière	8 300
Carvin	6 400
Vendin-Le-Vieil	5 500



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



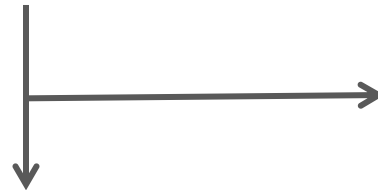
# Des concentrations de fonctions urbaines majeures et diversifiées esquissent des polarités.



# 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.

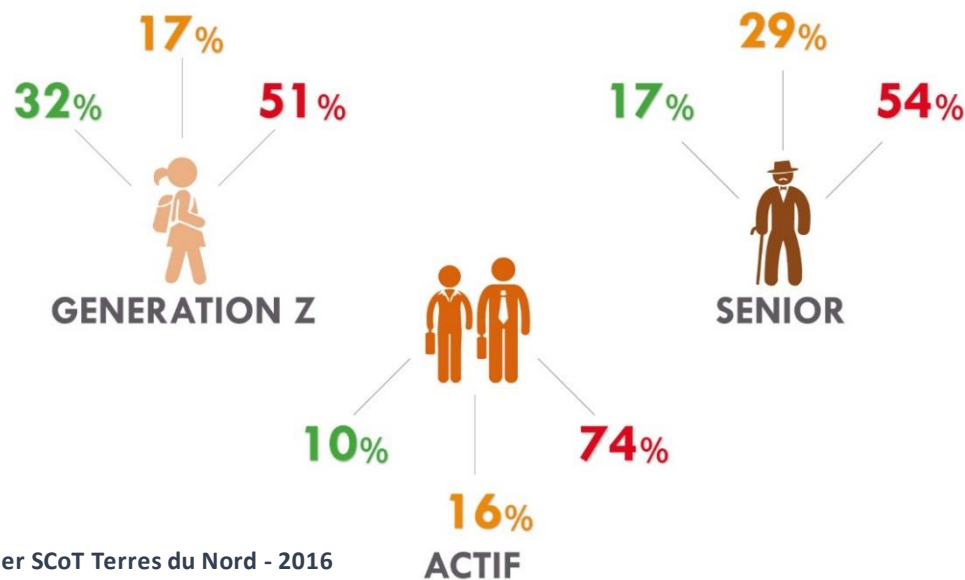


# L'évolution des modes de consommation s'inscrit en dehors des centres-villes

*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.

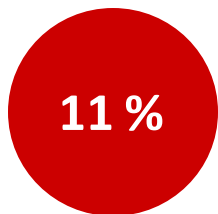


Source : Enquête Ménage Commerce - Inter SCoT Terres du Nord - 2016

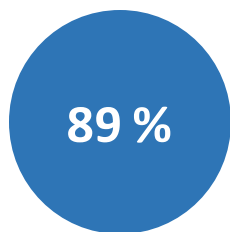
# Des pratiques d'achat fortement liées au territoire de résidence

## SCoT de l'Artois

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

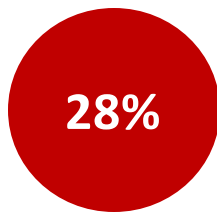


Evasions hors SCoT de l'Artois

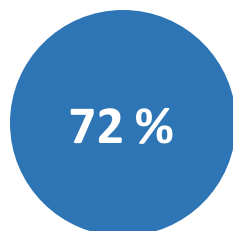


Emprise SCoT de l'Artois

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



Evasions hors SCoT de l'Artois



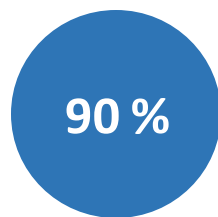
Emprise SCoT de l'Artois

## SCoT Lens-Liévin Hénin-Carvin

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

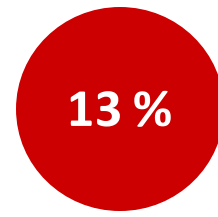


Evasions hors SCoT

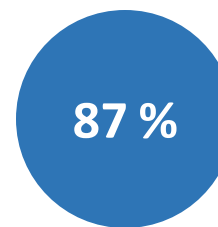


Emprise SCoT LLHC

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



Evasions hors SCoT



Emprise SCoT LLHC

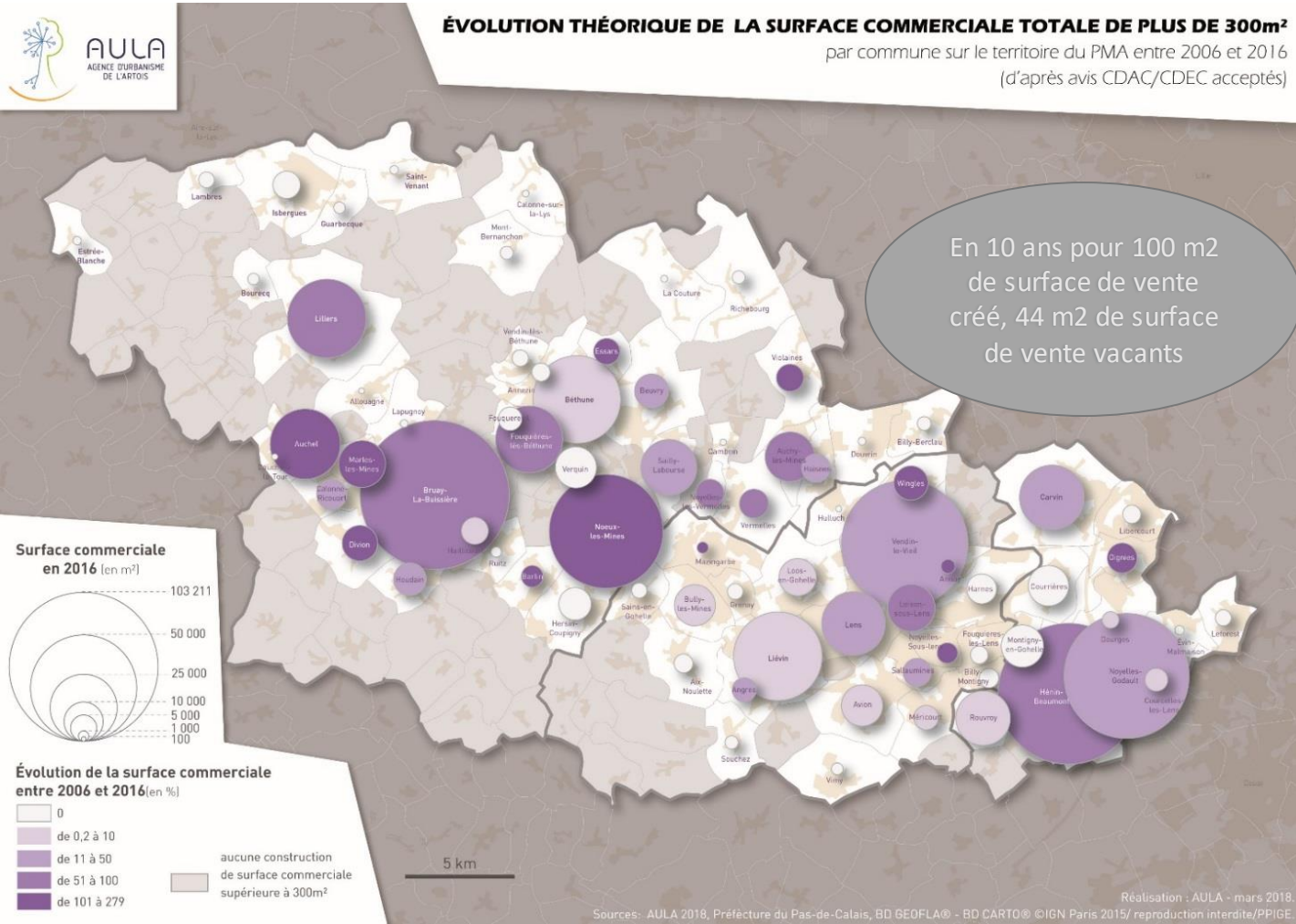
Source : Enquête Ménage Commerce - Inter SCoT Terres du Nord - 2016

# Des autorisations d'ouverture de m<sup>2</sup> commerciaux qui restent très soutenues : une offre supérieure à la demande

**+ 45% de surface commerciale de + 300 m<sup>2</sup> autorisés en CDAC entre 2006 et 2016 (+ 290 000 m<sup>2</sup>)**

**CABBALR : + 23% de surfaces commerciales (2009/2019) 55 000 m<sup>2</sup> de surface de vente**

**Vacances commerciale (54)**



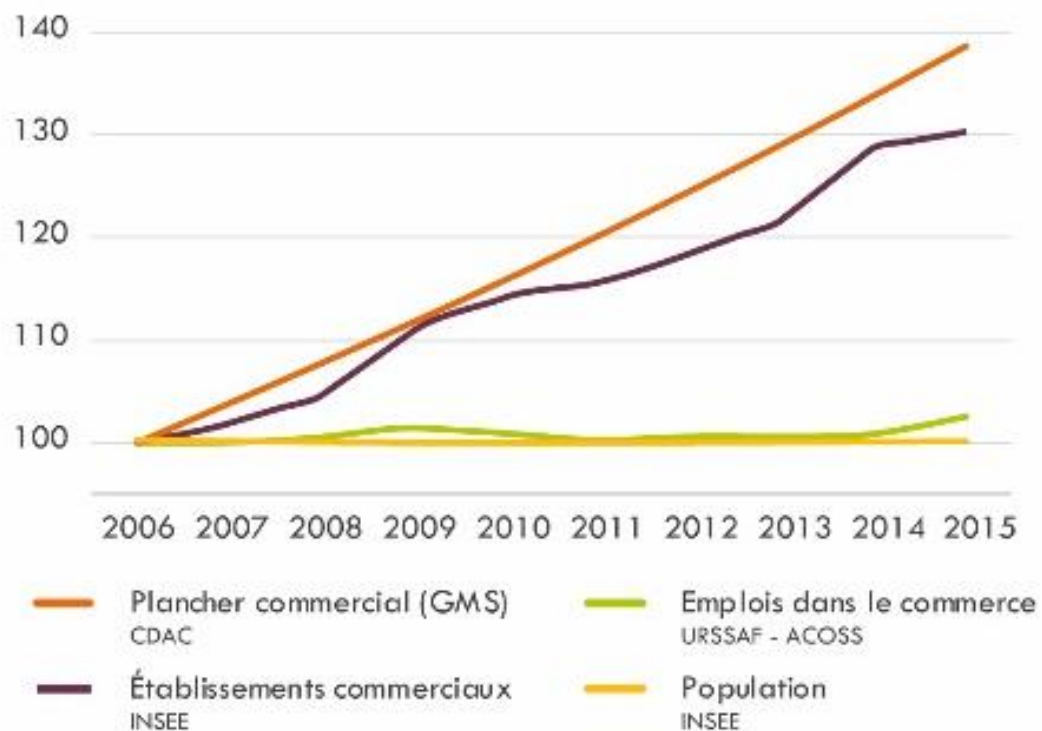
# Déconnexion entre offre, démographie et emploi

**77 M2 de surface commerciale de + 300 m<sup>2</sup> pour 1 nouvel habitant entre 2010 et 2015**

(69 000 m<sup>2</sup> autorisés pour 906 nouveaux habitants à l'échelle de la CABBARL entre 2010 et 2015)

**Besoin de créer environ 230 m<sup>2</sup> 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**



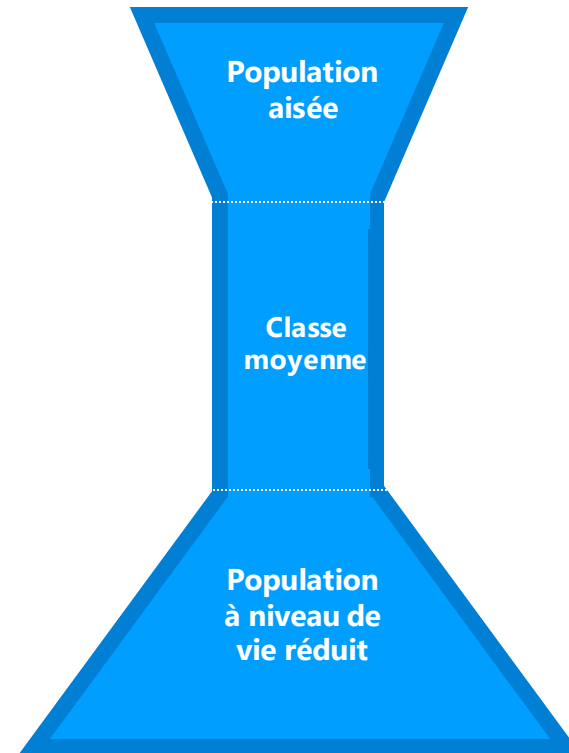
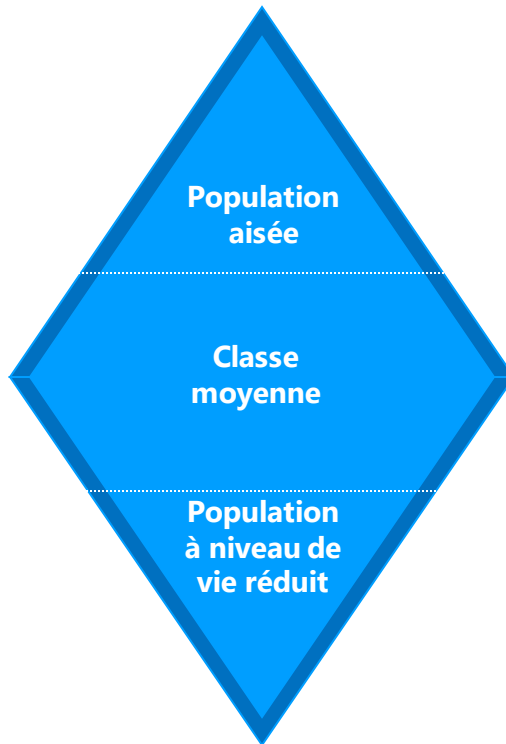
Note: l'analyse n'est pas possible sur le PETR en l'absence d'éléments chiffrés

# 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<sup>nde</sup> 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.



## La fonction économique

Conserver une fonction emploi et de lieu d'échange



## La fonction identité

Créer un attachement, un point de repère, une fierté



## La fonction habitat

Proposer un habitat adapté aux nouveaux parcours résidentiels

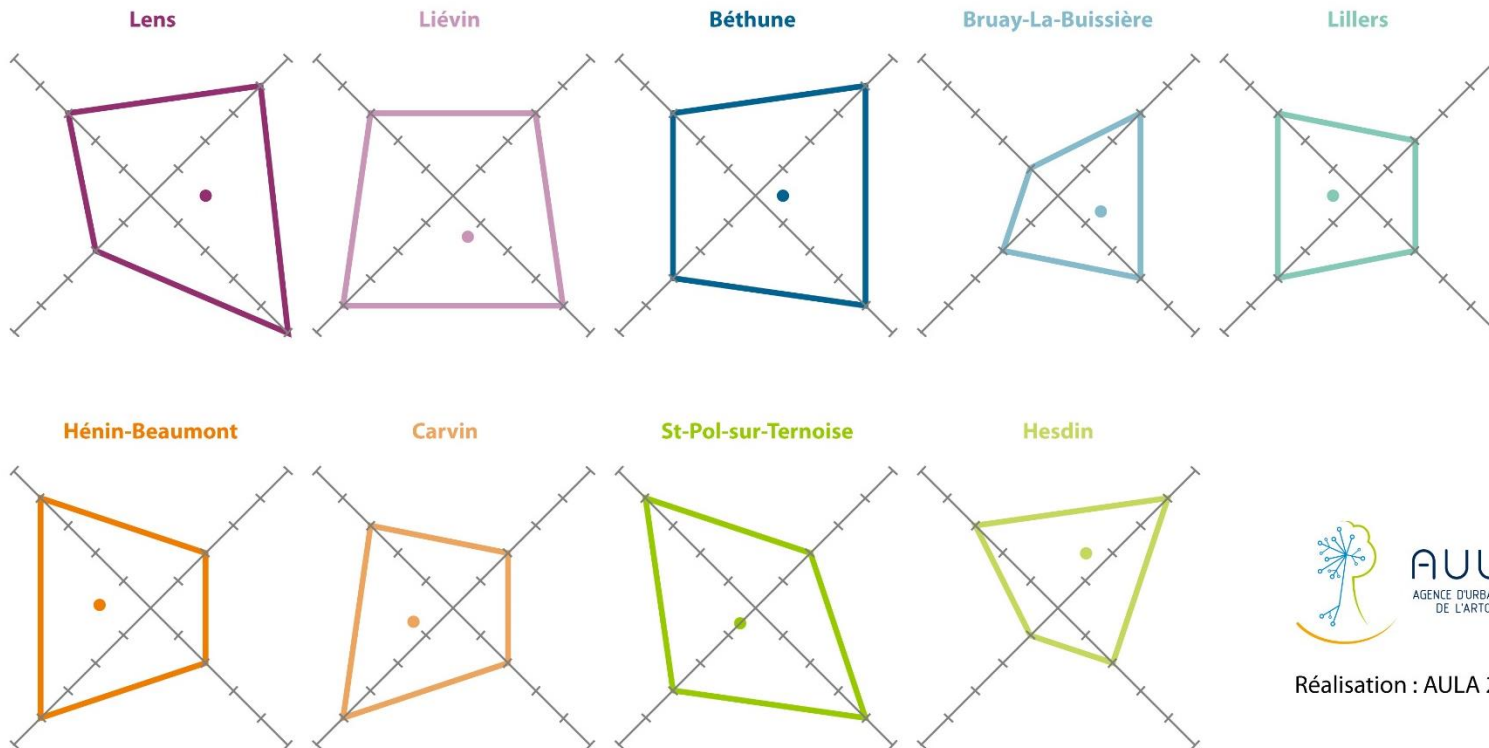


## La fonction services

Répondre à des besoins non-marchands d'habitants

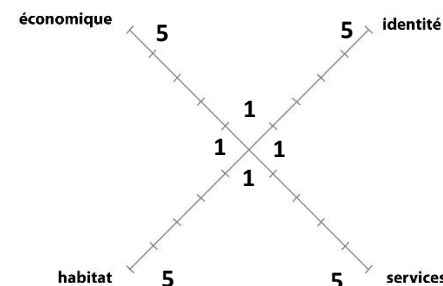


# Positionnement des principales polarités au regard des 4 fonctions



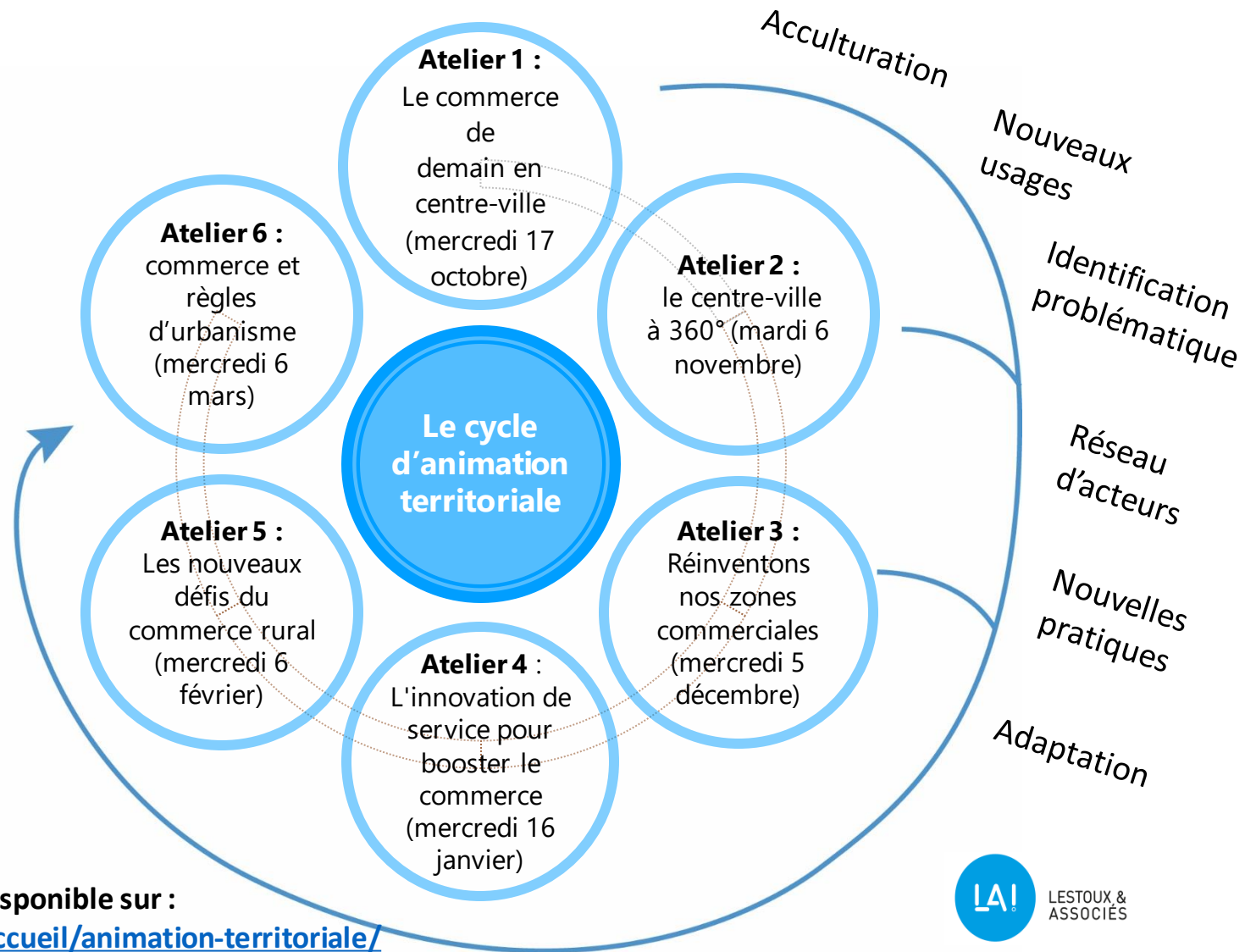
Réalisation : AULA 2019.

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**