

Revitalisation, commerce et PLUi

Les essentiels de la journée du
25 avril 2019

Une
production
du club
Hauts-de-
France
(Picardie)

Une production locale du Club PLUi

Le Club PLUi est un réseau national qui s'adresse aux élus et techniciens des collectivités locales, ainsi qu'aux professionnels de l'aménagement impliqués dans l'élaboration de PLU intercommunaux. Il accompagne cette communauté en produisant des fiches méthodologiques et thématiques, en valorisant des retours d'expérience et en facilitant les échanges sur les modalités concrètes d'élaboration de PLUi.

Le Club PLUi s'appuie sur un réseau de 10 clubs territorialisés qui proposent, chaque année, plusieurs réunions thématiques – avec des témoignages locaux, visites de sites et ateliers de travail – à l'issue desquelles sont produits les « **Essentiels des réunions locales du Club PLUi** ».

Ce document n'a pas une ambition d'exhaustivité sur le thème de la revitalisation et du commerce, mais il propose un ensemble de témoignages, de points de vue d'experts et d'exemples locaux afin de l'appréhender dans un PLUi.



Sur le site du Club PLUi

- **Identifiez vos correspondants locaux :**
www.club-plui.logement.gouv.fr/les-clubs-territorialises-r10.html
- **Découvrez l'agenda des événements locaux du Club PLUi :**
<http://www.club-plui.logement.gouv.fr>
- **Retrouvez la foire aux questions (FAQ) juridiques et des éclairages sur les procédures :**
<http://www.club-plui.logement.gouv.fr/faq-r150.html>

Sommaire

1. Commerce et revitalisation des centres-villes : définitions, enjeux	4
2. Programme d'Action Cœur de ville et PLUi : quels enjeux locaux pour lier commerce et planification ?.....	7
3. Retours d'expériences : le commerce, levier de revitalisation des centres-villes et centres-bourgs.....	9
4. Quels modes d'intervention de l'EPARECA et de l'EPFLO auprès des collectivités ?	13
5. Conclusions :	15
6. Quels apports de la loi ELAN pour le commerce ?.....	16
7. Géoportail de l'urbanisme (GPU).....	17
8. Liste des intervenants de la journée.....	18
9. Contacts des référents locaux du Club PLUi Picardie.....	18

La journée organisée par le club PLUi Hauts-de-France (Club Picardie) le 25 avril 2019 à Noyon a permis de faire se rencontrer environ 50 personnes représentantes de collectivités, services de l'Etat, partenaires en ingénierie, sur le thème transversal et interdisciplinaire du commerce dans la planification urbaine.

Les riches échanges qui ont eu lieu, synthétisés dans cette fiche, ont mis en évidence les liens entre aménagement du territoire et commerce. Ils fournissent un **matériau pédagogique qui peut permettre aux élus et techniciens locaux de mieux expliquer les impacts entre choix d'aménagement et impact sur le commerce et la revitalisation des centres-villes et centres-bourgs.**

Pourquoi avoir choisi le site de Noyon pour accueillir le club PLUI Picardie ?

Le site :

Noyon a perdu le bénéfice de la présence de 1200 militaires qui ont quitté le site en 2010. Le départ des militaires a eu un impact négatif sur le commerce de centre-ville de Noyon. Ce site a ensuite fait l'objet d'une requalification en pépinière éco-industrielle. Suite à la proposition de la Communauté de communes du Pays Noyonnais, le club PLUi a pu être accueilli sur ce site revitalisé qui se nomme désormais Campus Inovia.

Un peu d'histoire :

Comme nous le rappelle Monsieur Patrick Deguise, président de la CC du Pays Noyonnais, Noyon est une ville d'histoire, ancienne ville gallo-romaine, cité des sacres (Hugues Capet...). La cathédrale de Noyon est emblématique et témoigne du caractère historique de Noyon. Il faut rappeler que Noyon fut détruite à 80% pendant la première guerre mondiale.

Et aujourd'hui ?

Noyon connaît les difficultés des villes moyennes notamment au regard de la thématique « commerce » qui nous intéresse. Patrick Deguise rappelle que cette problématique n'est pas propre à la France mais qu'elle touche également les villes moyennes suisses avec lesquelles Noyon, cité de Jean Calvin (né à Noyon et mort à Genève), a pu échanger.

Aujourd'hui, Noyon a créé une boutique ADC qui permet la mise en relation des porteurs de projets avec les bailleurs. L'attractivité d'un centre-ville se renforce aussi grâce aux métiers d'art qui attirent. Noyon a en effet créé une galerie des arts, qui participe à la revitalisation du commerce. Patrick Deguise affirme que « *les réponses à la revitalisation du centre-ville sont multiples et que ce qui est en jeu, c'est l'attractivité même de la ville de Noyon au-delà même de l'attractivité du centre-ville* ».

1. Commerce et revitalisation des centres-villes : définitions, enjeux

Les éléments de cadrage présentés ci-après ont été exposés par Jérôme GRANGE (ADUGA) et Carole BOGAERT, directrice de l'AULA. Ces propos peuvent être approfondis grâce au cycle de conférences sur le commerce de demain organisé par l'Agence d'urbanisme de l'Artois : <http://www.aulartois.fr/accueil/animation-territoriale/>

Le commerce, de quoi parle-t-on ?

→ Jérôme GRANGE, ADUGA

La mise en regard de ces deux thèmes témoigne d'un mal français, celui des approches tout au tout en raison d'état des lieux dont les jumelles de la connaissance et de l'observation passent par des mises au point sur des focales souvent extrêmes. En 10 ans, on est passé d'un discours porté nationalement (DATAR, CGET, lois de réforme territoriale) sur la métropolisation positive et le « ruissellement territorial » qu'elle induit au constat de l'agonie des villes moyennes, d'une dévitalisation irréversible de la ruralité et donc au sentiment d'un ruissellement qui s'est évaporé.

L'indicateur du taux de vacance commerciale, a cristallisé les attentions ; il témoigne de la fragilité ou du dynamisme de nos territoires. Certes, la vacance est une réalité. On assiste à de nouvelles réalités territoriales induites par les effets de la crise de 2008 sur l'économie productive, les effets de la RGPD et les impacts des politiques nationales du logement.

La fonction commerciale des villes fait face à des mutations soudaines avec notamment la surproduction de surface de vente autorisées par les Commissions départementales d'Aménagement Commercial (CDAC), la digitalisation d'un métier (un commerçant est avant tout un logisticien avec vitrine ; le rapport au stock est posé), ainsi que les mutations sociétales auxquelles on assiste face à l'acte d'achat. Des débats sur le rapport au local et la diminution de l'achat impulsif, s'observent. Le commerce est longtemps resté dans les angles morts des politiques locales et la loi ELAN vient proposer des nouveautés comblant ce vide.

De plus, on assiste à une forte croissance des managers de centre-ville. Des stratégies commerciales comme à Avignon sont élaborées ; le SCoT se met en cohérence avec la charte commerciale.

Avec le programme national d'Actions Cœur de ville », une dynamique est lancée sur 222 communes, et avec l'Appel à projets national « Repenser la périphérie commerciale », 6 collectivités sont accompagnées dans la mutation de périphéries commerciales en perte d'attractivité, et l'Appel à projets Hauts-de-France « Revitalisons notre nos centres-villes et centres-bourgs ».

→ Carole BOGAERT, directrice AULA

L'Agence d'urbanisme de l'Artois (AULA) a donc souhaité traiter de la problématique du commerce de demain en organisant 6 ateliers. Ces séminaires furent ouverts aux commerçants, unions commerciales, et aux conseils de développement.

Le territoire sur lequel l'AULA intervient, se caractérise par une urbanisation construite en accompagnement de l'activité minière mais aujourd'hui les dynamiques territoriales ont évolué. Le territoire ne se structure pas autour d'une centralité mais présente des polarités multiples, sans ville centre attractive. On note des pertes de population au niveau des polarités au profit de la périphérie. La perte de population en centre-ville est très importante, cela pose problème pour les commerces en termes de clientèle. Par ailleurs, le tertiaire a vocation à être dans les centralités. Au sein de ce territoire, les périmètres de SCoT sont en cours de changement.

La zone commerciale de Noyelles-Godault est en pleine croissance, tandis qu'Auchan diminue sa superficie d'hypermarché mais s'étend au profit d'une attractivité de commerces et de services.

La question du commerce est prise à travers l'ensemble des sujets transversaux. C'est la première fois où on réunit la question du commerce et l'urbanisme. En effet,

il ne pourrait y avoir de réponse ciblée sur le commerce sans prendre en considération l'urbanisme opérationnel.

Les données extraites de l'EMC 2016, sur la fréquentation régulière, occasionnelle, rare (mois d'une fois par mois à jamais) des centres-villes de Lens Liévin, Hénin Beaumont, ont été utiles pour avoir une photographie des tendances des pratiques de consommation.

Pour chaque profil d'habitant, plus de la moitié des personnes fréquentent le centre-ville moins d'une fois par mois. Néanmoins, les achats se font sur le territoire (90% pour l'alimentaire et environ 80% pour le non-alimentaire).

De toutes les classes d'âge, (Génération Z, actifs, seniors...), ce sont les jeunes qui fréquentent le plus les centres-villes : s'ils utilisent internet ou se rendent dans les centres commerciaux pour leurs achats, ils pratiquent davantage le centre-ville pour leurs usages (pour se promener, boire un verre, assister à un spectacle...), alors qu'ils ont l'accès le plus fréquent au e-commerce en étant connecté.

On constate qu'avec l'allongement des distances de transport, les personnes ne fréquentent plus autant le centre-ville.

Pourtant sur ce territoire, on ne perd pas de part de marché. Il y a déconnexion entre offre, démographie et emploi. On a créé 205 m² de surface commerciale entre 2010 et 2015 par nouvel habitant sur ce territoire.

Force est de constater le besoin de créer environ 1000 m² de surface commerciale pour créer un seul emploi dans le commerce.

Les 5 marqueurs de la transformation du commerce sont : sociologique, digital, serviciel, territoriale, écologique.

Ces changements de pratiques de consommation ont nécessairement une influence sur la manière dont on doit organiser l'urbanisme.

L'AULA a demandé à David Lestout d'intervenir lors de ces ateliers.

Pour David Lestout, il est « *essentiel de travailler en priorité sur les facteurs qui créent de la commercialité... et pas seulement sur le commerce* ». Il existe en effet, d'après D. Lestout, quatre fonctions pour faire fonctionner un centre-ville : habitat, économique, services, fonction d'identité (attachement, point de repère, fierté...).

➔ **Marine BOITEL, ADUGA et Nathalie PITAVAL, CEREMA Hauts-de-France**

Commerce et planification : cadre réglementaire

Le code de l'urbanisme précise que la question commerciale doit être intégrée dans le plan local d'urbanisme.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic établi notamment au regard des besoins en matière de développement économique, de commerce, d'équipements et de services (L151-4), pour justifier des choix retenus dans le projet d'aménagement et de développement durables (PADD), les orientations d'aménagement et de programmation (OAP), et le règlement.

Le diagnostic du PLUi de la CC de Lintercom Lisieux Pays d'Auge Normandie présente par exemple une analyse de la structure commerciale sur la ville centre de Lisieux.

Le PADD doit notamment définir les orientations générales concernant l'équipement commercial, le développement économique et les loisirs (L 151-5).

La CA du Grand Cahors se saisit de la question commerciale dans son projet de territoire. Le PADD prévoit d'organiser l'aménagement commercial en limitant l'évasion commerciale et en renforçant l'attractivité des centralités, de travailler sur les zones d'activités économiques existantes et d'encourager la mixité fonctionnelle dans les secteurs résidentiels bien desservis.

Les orientations du PADD peuvent ensuite être déclinées au travers des OAP et/ou du règlement.

Les OAP peuvent par exemple « *favoriser la mixité fonctionnelle en prévoyant qu'en cas de réalisation d'opérations d'aménagement, de construction ou de réhabilitation un pourcentage de ces opérations est destiné à la réalisation de commerces* » (Article L151-7).

En particulier, en l'absence de SCoT, les OAP doivent comporter les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal et déterminer les conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable (L151-6).

Le PLUi de Nantes Métropole contient une OAP commerce, qui définit des principes d'aménagement pour encadrer quantitativement et qualitativement les projets commerciaux, selon le type de polarité et les spécificités territoriales.

Le règlement peut préciser l'affectation des sols selon les usages principaux qui peuvent en être faits ou la nature des activités qui peuvent y être exercées et également prévoir l'interdiction de construire. Il peut définir, en fonction des situations locales, les règles concernant la destination et la nature des constructions autorisées (L151-9). Pour cela, la collectivité peut s'appuyer sur la destination « Commerce et activités de service » et ses 5 sous-destinations.

Enfin, pour aller plus loin, le règlement peut identifier et délimiter les quartiers, îlots et voies dans lesquels est préservée ou développée la diversité commerciale, notamment à travers les commerces de détail et de proximité, et définir, le cas échéant, les prescriptions de nature à assurer cet objectif (L151-16). Le PLU de Bourg-en-Bresse, dans son règlement, interdit par exemple le changement de destination au détriment de la destination « commerce et activités de service », pour maintenir le caractère commerçant de certaines artères et créer une continuité des linéaires commerciaux en centre-ville.

Le PLUi, et en particulier le projet de territoire, doit donc intégrer la composante commerciale, au même titre que l'habitat ou les transports. Les OAP et le règlement permettent une traduction fine des orientations du PADD.

2. Programme d'Action Cœur de ville et PLUi : quels enjeux locaux pour lier commerce et planification ?

Présentation de l'étude sur le commerce (Programme Action Cœur de ville à Abbeville)

→ Pascale SINGLE et Amélie COMONT, Communauté d'Agglomération de la Baie de Somme

Le PLUi est aux prémices. Le travail de la Communauté d'Agglomération se situe au carrefour de plusieurs procédures (fin du diagnostic SCoT, diagnostic en cours pour le PLUi...). Le diagnostic du PLUi comprend les diagnostics inclus des 3 nouvelles intercommunalités. Le PLUi comprend une partie habitat. L'Etat a imposé de refaire un nouveau PLH à l'échelle de la nouvelle intercommunalité.

La CA a déjà travaillé sur le cœur de ville (Abbeville) mais depuis, le choix a été fait de réactualiser les études à l'échelle de l'agglomération avec les communes centre-bourgs.

Sur la question du volet commerce et développement économique, une réponse aux différents appels à projets a été faite ainsi qu'une rédaction conjointe avec la ville d'Abbeville pour le programme Action Cœur de ville.

La CA a également répondu à l'appel à projets régional sur la phase opérationnelle.

La CA accompagne également 4 centres-bourgs, comme Longpré-les-Corps-Saints, dans le cadre d'une démarche départementale, menée conjointement par l'Etat et le Conseil départemental de la Somme. Des ateliers ont été organisés et ont permis d'élaborer des fiches actions.

La thématique tourisme est importante pour la CA. A Cayeux sur mer, on enregistre une fréquentation touristique importante mais moins que St Valérie, elle connaît une déprise de son centre-bourg.

La Communauté d'Agglomération travaillait depuis 2013 sur la thématique commerce, notamment par le biais d'une étude sur le commerce. Elle a souhaité actualiser cette étude à l'échelle de la Communauté d'agglomération, pour en analyser les potentialités commerciales, et de ne pas se limiter à l'échelle du cœur de ville d'Abbeville. Cette étude sur l'attractivité commerciale est d'ailleurs inscrite à la convention Action Cœur de Ville d'Abbeville, qui a permis de concentrer les moyens financiers des partenaires sur cette action.

Cette problématique sera traduite dans le règlement de PLUi. Le taux de vacance n'est pas trop élevé (9%). L'EPARECA pourrait être un partenaire sur ces sujets. Pour lutter contre l'évasion commerciale, la CA travaille avec la CCI, qui porte le parc d'activités de la périphérie est d'Abbeville. Les instances ont trouvé un accord politique pour que ne s'installent sur ce parc que des enseignes ou produits pour lesquels un manque est enregistré sur le territoire. On a thématiqué les parcs d'activités, il n'y a pas de règlement qui permette de faire cela. Tous les porteurs de projets qui arrivent sur le territoire doivent présenter leurs projets, ceux-ci sont analysés par une commission. C'est la Chambre de commerce qui a la maîtrise foncière.

Pour le centre-ville, on autorise les équipements liés à la personne et au commerce de proximité.

Une friche industrielle existait à proximité du cœur urbain. Un partenariat Public Privé (PPP) avec le groupe Mousquetaires a permis la réhabilitation de la friche industrielle en centre commercial et complexe cinématographique. La concertation a porté ses fruits pour cette friche. Il existe une logique de vision globale entre le centre urbain et les autres pôles.

La CA souhaite que toutes les études menées dans le cadre d'Action Cœur de Ville et sur les centres-bourgs viennent alimenter les travaux du PLUi. Mieux la CA avancera sur la thématique foncière, mieux ce sera pour traduire les principes dans le règlement de PLUi. Il faut chercher une complémentarité entre les pôles de proximité et les centres-bourgs.

Des études de comportement d'achat auprès des ménages (étude de la Chambre de commerce Hauts-de-France en 2015) ont été réalisées.

Quels sont les flux de consommation des ménages ? La CA a utilisé ces flux de consommations. Des enquêtes complémentaires ont été aussi menées. La CA a donc une vision du chiffre d'affaires réalisé sur le territoire et notamment par les touristes. En effet, les acteurs économiques du territoire ont un potentiel commercial important lié au tourisme.

Question de la salle : « Qu'apporte vraiment le dispositif Cœur de ville ? »

Réponse de Pascale Single : « C'est d'abord un **partenariat**. Ce dispositif permet d'apporter des compétences et des financements de partenaires (Banque des territoires, Action logement...). La Banque des territoires a permis de financer en intégralité une étude sur les copropriétés dégradées.

C'est un partenariat sur un diagnostic et une stratégie (commerce, valorisation des espaces publics, logement, habitat...). C'est un partenariat de mobilisation de fonds de partenaires. On ne peut pas parler de Cœur de ville sans mettre autour de la table les propriétaires, les commerçants, les agences immobilières, les acteurs tels que la chambre départementale des notaires. Il faut pouvoir agir avec les partenaires privés.

Jérôme Grange : « Le programme Action cœur de ville permet de fédérer les énergies en affirmant la construction d'un projet collectif dans un périmètre défini ». « Le programme actions Cœur de ville est une ORT de fait ».



3. Retours d'expériences : le commerce, levier de revitalisation des centres-villes et centres-bourgs

Le rôle du manager de centre-ville : un accélérateur de tendances dans les dynamiques commerciales ?

→ **Clotilde CASSEMICHE, Ville de Soissons**

Aujourd'hui, on assiste à la multiplication des managers de centre-ville.

Le manager de centre-ville s'apparente à un coach commercial. En quoi consiste son accompagnement au changement pour aider les commerçants ?

A Soissons, le slogan est un « cap sur un nouveau cœur de ville ». En effet, depuis 2014, le commerce et la revitalisation du centre-ville font partie des priorités du maire A. Crémont. Soissons a notamment organisé les Assises du développement économique, de la formation et de l'emploi.

La municipalité a créé en 2016 un poste de manager de centre-ville : être l'interlocuteur entre commerçants et porteurs de projets. Un office du commerce a été créé en 2017 situé en hyper centre : guichet unique pour toutes les questions liées au commerce.

En 2015, un zoom particulier a été fait sur la ville, grâce à une étude confiée au bureau d'études Cible et stratégie. Il faut noter que certaines enseignes peuvent être de véritables enseignes « locomotives » pour dynamiser le commerce de centre-ville. A Soissons, Monoprix et Intersport jouent ce rôle.

Plusieurs paramètres doivent être pris en compte : problématique de vieillissement prise en compte sur certaines artères, impact de la vacance du centre-ville qui nuit au commerce de proximité.

La place principale de Soissons a pour vocation centrale l'activité commerciale, des artères sont appropriées au commerce, la ville disposant d'atouts historiques. Il faut noter qu'une association de commerçants existe.

Soissons en quelques chiffres :

Un bassin de 80 000 habitants
700 locaux commerciaux sur l'ensemble de la ville dont 300 en Cœur de ville
Marché qui réunit 160 commerçants
Taux de vacance commerciale : 10%

La ville de Soissons procure un accompagnement des porteurs de projets dans leur demande d'autorisation d'urbanisme, dans la gestion des boutiques éphémères. De plus, la ville a la gestion de l'office du commerce. Soissons a cherché à moderniser l'utilisation du domaine public : une charte des enseignes et une charte des terrasses ont été rédigées. Un dispositif FISAC est en cours. Par ailleurs, la ville de Soissons a choisi de prendre en charge une partie de la taxe foncière des commerces du centre-ville.

Le plan Commerce a été lancé en 2018, afin de recontextualiser les actions déjà mises en œuvre et de leur redonner une lisibilité. Il repose sur 5 axes : mieux accueillir le commerce, rénover l'espace public et le bâti dégradé, soutenir l'activité des commerçants, faciliter l'accueil de nouvelles activités, animer les rues...

Des actions ont été mises en place autour du stationnement. Les places de stationnement à Soissons sont largement suffisantes rapportées au nombre de commerces. Un travail avec une start-up *Parking Map* (gestion en temps réel du nombre de places de stationnement disponibles) a été lancé.

Une expérimentation sur une rue va être proposée pour montrer ce que pourrait être le centre-ville de demain.

De plus, une AVAP est en cours d'élaboration. Soissons compte 11 ilots à enjeux dégradés en centre-ville. La ville propose une aide au ravalement de façade. Un programme de constructions de logements neufs est prévu. Une réflexion est en cours quant à la mise en œuvre d'une market place.

Pour l'aider, la ville a lancé un concours de maîtrise d'œuvre. C'est le Cabinet JM Wilmotte qui a été retenu pour l'aménagement d'espaces publics.

Par ailleurs, Soissons met en place une taxe sur les friches commerciales : un propriétaire qui ne loue pas son local pendant 2 ans, doit la payer.

Deux Boutiques éphémères se louent à la semaine à la ville de Soissons, qui permettent d'accueillir des créateurs. D'autres actions sont menées dans le domaine de l'animation de rue (animations de Noël relocalisées en centre-ville, Art dans la rue : Street Art C 215...).

De plus, Soissons souhaite maintenir son cinéma en centre-ville, elle a d'ailleurs racheté le cinéma pour le relocaliser en hyper-centre. Soissons veut limiter la place de la voiture mais sans envisager une piétonisation. La voiture doit toujours pouvoir circuler.

Le commerce, une clé d'entrée du projet de territoire du PLUi ?

La table-ronde a permis d'exposer deux retours d'expérience : celui de la ville d'Arras et celui de la Communauté d'agglomération Maubeuge Val de Sambre.

→ Bruno CHAPUT, Ville d'Arras

La ville d'Arras a travaillé en concertation avec la communauté urbaine d'Arras. Une revitalisation du centre-ville est en cours (engagée depuis plusieurs années). La ville d'Arras est signataire du programme Action Cœur de ville en juin 2018.

Le « Plan directeur guide » est utilisé comme colonne vertébrale des orientations du PLUi incitatif, souple et innovant. Des outils comme le PLH et le PDU, le RPLI permettent de réfléchir et d'agir.

La ville d'Arras a décidé d'interdire le changement de destination pour que les rez-de-chaussée ne puissent pas devenir des logements mais restent bien des commerces.

On note que la ville d'Arras se caractérise par un taux de chômage qui s'élève à 22,4% et compte trois quartiers prioritaires de la politique de la ville.

Arras en quelques chiffres :

40 970 habitants

Plus de 900 logements vacants

134 ouvertures de commerces pour 56 fermetures de commerces dont 42 ont trouvé un repreneur.

On note une vacance des logements au-dessus des commerces (cf carte extraite du document ORT : carte des commerces vacants).

Pour lutter contre la vacance commerciale, la ville a mis en place un dispositif d'aide à la rénovation des façades depuis 2012 (qui comporte un volet d'aide à la rénovation d'enseignes commerciales). Les analyses par les bureaux d'études accompagnant la ville d'Arras montrent quelles sont les 4 portes d'entrée dans le cœur commerçant d'Arras. De plus, la ville bénéficie d'un accompagnement par l'EPARECA.

Le PLU actuel a prévu des dispositifs pour influencer la reconquête du centre-ville. Dans le PADD, il est prévu de conforter Arras comme ville commerçante centrale.

Il faut restructurer le pôle commercial de la première couronne ouest afin de limiter l'hémorragie vers les pôles régionaux et limiter la concurrence des cellules commerciales par les activités tertiaires. Une concertation avec les commerçants est mise en œuvre. L'idée est de notamment empêcher les cellules commerciales de type banques. Par ailleurs, les règles de stationnement sont plus strictes en centre-ville.

Dans le SCoT, il est prévu de soutenir le commerce comme élément d'attractivité des territoires. Dans le PLUi arrêté depuis fin 2018, un zonage particulier a été réalisé. Il faudrait trouver la manière la plus souple pour répondre aux besoins. On trouve un accord avec les investisseurs.

De plus, le RPLI en cours pour garantir la qualité des paysages urbains pose des règles. Le Droit de Préemption Urbain baux commerciaux est difficile à appliquer.

Il faut noter que le périmètre de l'ORT est plus large que le cœur de ville d'Arras.

D'autres moyens incitatifs et pédagogiques au service de la revitalisation existent :

- Aides à la rénovation des façades
- Lutte contre la vacance
- Aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine...

Un Plan de Déplacements Urbains Intercommunal pour 2025-2030 est à l'enquête publique en avril-mai 2019. Des actions sur la mobilité sont mises en place telles que la navette Citadine gratuite de centre-ville. La politique de stationnement menée est destinée à garantir la rotation attractive de l'offre de places dans le cœur commerçant. On constate que les transactions immobilières augmentent.

→ Fabien LECLAIRE, Communauté d'Agglomération de Maubeuge Val de Sambre

La CAMSV a pris la compétence PLUi. Accompagnée par l'Agence d'urbanisme de la Sambre, le SCoT en cours concerne 250 communes. Le président de la CA souhaitait travailler à l'élaboration d'un DAC pour le SCoT, document rendu facultatif par la loi ALUR en 2014. Le SCoT ne comporte finalement pas de DAC mais les éléments ont pu être repris et intégrés dans le PLUi.

Proche de la ville de Mons qui connaît le déclin connu par Maubeuge, Maubeuge a transformé l'essai en ayant un ORT et est lauréat du Programme d'actions Cœur de ville.

La CAMVS en quelques chiffres :

1300 nombres de locaux commerciaux
75 sites commerciaux
15% de population belge.

Pour mémoire, une des orientations du SCoT est de redéployer le commerce en ville. Cela se traduit notamment dans le PLUi par une interdiction d'implanter du commerce en dehors des périmètres prévus. Un travail a été engagé pour la restructuration de la zone commerciale de Louvroil, partenaire du développement économique et commercial : sur certains terrains périphériques, l'implantation de commerces sera interdite à l'approbation du PLUi (sauf PC délivrés avant) ; sur d'autres, les autorisations accordées ne pourront être transformées.

Un travail de catégorisation des différents commerces se fait dans le PLUi. Cela permet de comprendre les enjeux que représente le commerce en Val de Sambre. Il s'agit d'une démarche pédagogique et assumé des élus.

La CDAC vient d'ailleurs refuser les dernières demandes de m² commerciaux.

La CAMVS développe une politique de « l'entre-deux » avec un peu de stationnement, un peu de transports collectifs, de la négociation... Immochan est en train de se diversifier et est prêt à faire du logement et plus seulement du commerce.

Le choix a été fait de ne pas faire d'OAP mais plutôt d'utiliser le zonage. Les sites sont différenciés selon leur fonction (centralité, sites commerciaux, tissu mixte...). Pour chaque fonction, un tableau détaille les activités commerciales soumises à conditions ou interdites, des surfaces mini/maxi pour l'implantation, les exigences en matière d'accessibilité et de stationnement et autres règles spécifiques.

La CAMVS a fait le choix d'interdiction du changement de destination du commerce vers une autre destination. Il est également prévu l'obligation d'une hauteur de rez-de-chaussée sous poutres.

4. Quels modes d'intervention de l'EPARECA et de l'EPFLO auprès des collectivités ?

Le rôle spécifique de l'EPARECA (Établissement public national d'aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux) : natures et modes d'intervention sur les fonctions commerciales des centres-villes et centres-bourgs

→ Marie KRIER, EPARECA

L'EPARECA exerce 3 métiers :

- promotion immobilière commerciale et artisanale ;
- études ;
- exploitation (en tant que bailleur).

Il n'intervient que sur saisine des collectivités, dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV), les quartiers anciens dégradés (PNRQAD) et, depuis la loi ELAN, sur les opérations de revitalisation de territoire (ORT).

Il intervient uniquement en dernier recours, sur des sites qui disposent encore d'un potentiel commercial, ce qui est déterminé à l'issue des études préalables, et ne travaille pas sur le développement de sites en périphérie.

La promotion immobilière est très sectorisée en France. Le développement de rez-de-chaussée commerciaux est trop classique : les locaux proposés sont standardisés et ne conviennent pas à tout type d'activité (un salon de coiffure, une boutique de prêt-à-porter ou une épicerie ont besoin d'espaces différents). Les coûts d'entrée et de remise aux normes des locaux peuvent donc être un frein à l'implantation de certaines activités.

L'EPARECA est un établissement public national qui est en quelque sorte le « bailleur social du commerce ». Il intervient en dernier recours pour amortir la temporalité du projet d'aménagement sur de l'immobilier commercial qui a encore du potentiel.

L'EPARECA intervenir dans une logique d'investisseur privé, le montant estimé à la revente va être mis sur la table par l'EPARECA (ce qui correspond à une somme équivalente à 10 ans de loyers). L'EPARECA peut subventionner une intervention, en fonction de la situation financière et sociale de la collectivité (évalué via le « Scoring ANRU ». Ce « Scoring ANRU » est un pourcentage attribué aux collectivités : plus la collectivité présente une situation sociale et financière dégradée, plus le pourcentage est élevé).

S'il s'agit d'une opération mixte : l'EPARECA va s'adosser à un opérateur privé et va racheter les m² commerciaux.

Lorsque c'est possible d'utiliser des subventions FEDER, il faut l'encourager. L'EPARECA s'assure de récupérer les subventions européennes, les collectivités n'ont alors rien à faire.

Pour les ORT, on se rend compte de ce qui « se trame » et se coordonne au niveau du calendrier.

Il convient de souligner que le commerce a dû mal à survivre si sa livraison intervient avant que les espaces publics ne soient terminés (si les travaux durent, cela a une forte incidence sur le chiffre d'affaires).

L'EPARECA va être bailleur, les commerçants vont être locataires dans une logique de préservation du tissu local. Il faut noter que le passage au numérique n'est pas aisé pour certains commerçants.

Dans le parcours des artisans, les valeurs locatives de l'immobilier de l'artisanat sont assez modestes et les artisans peuvent profiter des dispositifs fiscaux.

L'EPARECA intervient pour mettre de l'artisanat d'art dans le centre ancien.

L'EPARECA souhaite avoir un effet levier : on ne va pas racheter un seul linéaire commercial en centre-ville. En effet, pour être efficace, il est nécessaire de travailler sur 10% du linéaire commercial. On se trouve parfois dans des situations, dans lesquelles les propriétaires dits « dormants » mettent leurs biens à des prix élevés. Par ailleurs, nombre de cellules commerciales trop petites ne répondent plus aux besoins des locataires, l'expertise de l'EPARECA peut intervenir à ce stade.

La Loi ELAN permet à toute collectivité qui a une convention d'ORT de saisir l'EPARECA.

De nombreuses informations utiles sont disponibles sur le site internet Capville à l'adresse suivante, centre de ressources : <http://www.capville.fr/>

Tous les cahiers des charges sont mis en ligne. Les éléments relatifs à des opérations qui n'ont pas eu de succès sont également en ligne sur ce site.

Il faut noter que l'EPARECA sera rattachée à l'Agence Nationale de Cohésion des Territoires (ANCT). L'EPARECA coordonne ses actions avec l'ANAH.

Quelques exemples d'intervention de l'EPARECA :

Beuvrages (Nord),

Grasse,

La chapelle Saint Luc.

Bruay sur Escaut (vente en ligne de farces et attrapes)

Le mode d'intervention de l'EPFLO (Établissement public foncier local des territoires)

→ **Jean-Marc DESCHODT, EPFLO**

L'EPFLO intervient sur les territoires des départements de l'Oise et de l'Aisne. Il convient de préciser que l'adhésion des EPCI à l'EPFLO est volontaire et qu'en l'absence d'adhésion, l'EPFLO ne pourra pas intervenir auprès de la collectivité concernée.

Outil d'ingénierie et de financement, l'EPFLO va acheter du foncier là où c'est pertinent pour aider les collectivités à concrétiser leur projet. Les études préalables peuvent être financées à hauteur de 70%. Pour se faire, l'EPFLO va conventionner avec les collectivités.

Comment peut-on décliner le PLUi à partir d'un programme foncier ? L'EPFLO va jouer un rôle de maîtrise d'ouvrage (dépollution, démolition...). Le PLUi permet la mise en cohérence d'une stratégie.

L'EPFLO peut apporter une aide à l'installation mais ensuite il faut assurer la pérennité du commerce. Il existe une possibilité de portage sur 20 ans (type bail emphytéotique). L'EPFLO intervient sur dans le cadre d'actions sur les friches et le recyclage foncier. On note une minoration complémentaire Action Cœur de ville à hauteur de 25 %. Toutes ces minorations sont cumulables mais plafonnées à hauteur de 50% (se référer à la présentation de l'EPFLO : diapos 9 et 10).

Quelques exemples d'intervention de l'EPFLO :

- **Soissons** : projet global, intervention sur le quartier gare, EPF a signé les opérations Cœur de Ville
- **Pont-Sainte-Maxence** : il fallait reconquérir le centre-ville et ramener des habitants en centre-ville
- **Choisy-au-bac** : démolition
- **Morangles**

5. Conclusions :

→ Jérôme GRANGE, ADUGA

Au fil des présentations, la journée a été marquée par des énumérations nombreuses notamment :

- 5 marqueurs de la transformation du commerce : sociologique, digitale, servicielle, territoriale et écologique
- 4 fonctions du centre-ville : habitat (parcours résidentiels), identité (attachement, point de repère), service (besoins non marchands) et économique (emploi et lieu d'échanges)
- 4 qualités qui font la commercialité : équipement de la personne, équipement de la maison, service à la personne et environnement urbain.
- 5 recommandations pour agir : connaître, organiser, réguler, traduire des actions opérationnelles et innover.
- Le triptyque de l'action publique repose sur la cohérence des intentions, sur les stratégies globales et les tactiques opérationnelles diversifiées.
- Il convient de souligner le rôle éminent de la collectivité en tant que chef d'orchestre et maître des horloges. Le commerce est une chose fragile, le PLUi en est une des partitions et une des pendules.

« *Traiter le centre-ville comme un centre commercial, c'est ce que l'on appelle un plan de merchandising* ». Jean-Louis Grévin, président du club PLUI Picardie

« Un ancien ministre disait on reconnaît la qualité des centres-villes à la qualité de ses rez-de-chaussée », Jean-Louis Grévin

« *Le travail des commerces de centre-bourg, c'est d'être en complémentarité et non pas en concurrence avec les centres commerciaux* » Jean-Louis Grévin

« C'est à nous de recréer l'ambiance des centres-bourgs d'antan pour y trouver les 4 points forts : l'équipement de la personne, l'équipement de la maison, les prestations et services, l'environnement (loisirs, espaces publics...), Jean-Louis Grévin

« *Il faut lutter contre le e-commerce et surtout être en complémentarité avec le commerce de centre-ville et les grandes surfaces* » Patrick Deguise, président de la Communauté de Communes du Pays Noyonnais

Il faut noter « *l'importance du manager de centre-ville* », Patrick Deguise



Temps fort : projection du film de la commune de Wavran sur l'Aa (Pas-de-Calais) : <https://www.youtube.com/watch?v=RvdHlwM7ZXQ>



Concept de **germe prôné dans le film** : une idée pour la revitalisation des centres-bourgs et centres-villes

6. Quels apports de la loi ELAN pour le commerce ?

- **Création du nouvel outil : Opération de revitalisation du territoire (ORT)** vise à redynamiser en priorité les centres-villes en mettant en œuvre un projet global de territoire à travers des interventions concertées et transversales sur l'habitat, l'urbanisme, le commerce, l'économie et les politiques sociales

- **Le document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC) devient obligatoire dans le DOO du SCoT**

S'il existe un SCoT :

DAAC Obligatoire dans le DOO du SCoT avec conditions très précises d'implantation (surfaces, type d'activité...). Ajout de possibilités de définition de conditions d'implantation du commerce dans le DAAC

S'il n'existe pas de SCoT :

Les orientations relatives à l'aménagement commercial, contenant des conditions d'implantation seront dans le PLUi

- Possibilité de déroger à certaines dispositions des PLU pour transformer des bureaux en logements
- La loi ELAN limite la durée de la remise en vigueur des POS suite à l'annulation d'un POS
- Bilan de la consommation d'espace à 10 ans à partir de la date d'arrêt du document (et non plus date d'approbation)

Avec la Loi ELAN : c'est la première fois où les thématiques commerce et urbanisme se croisent notamment à travers l'outil ORT

- [Décret](#) du 17 avril 2019 relatif à la composition et au fonctionnement des commissions départementales d'aménagement commercial et aux demandes d'autorisation d'exploitation commerciale : il va falloir démontrer qu'on ne peut pas s'implanter en centre-ville ni dans des friches. (Entrée en vigueur des dispositions du décret en 2020).



7. Géoportail de l'urbanisme (GPU)

→ Sandrine DRETZ, DDTM de la Somme

- Janvier 2020 : le versement des PLU et SCoT au GPU est obligatoire, il faut l'anticiper dans le cahier des charges quand on recrute un bureau d'études. Par ailleurs, l'Etat et le département subventionnent le versement de la donnée au bon format, d'où l'intérêt de l'intégrer au plus tôt, donc dans le cahier des charges.
- Les Servitudes d'utilité publique doivent également être versées. Si elles ne sont pas versées, elles continueront à s'appliquer.
- Un lien entre le site du Géoportail et l'application ACTES devrait également être effectué : le dépôt sur le site vaudra dépôt en préfecture pour le contrôle de légalité.

Toutes les informations sont disponibles sur le site internet : <https://www.geoportail-urbanisme.gouv.fr/>

8. Liste des intervenants de la journée

- Jean-Louis GREVIN, président du Club PLUi et Patrick DEGUISE, président de la Communauté de communes du Pays Noyonnais
- Sandrine DRETZ, DDTM de la Somme
- Jérôme GRANGE, directeur l'ADUGA
- Carole BOGAERT, directrice de l'AULA
- Marine BOITEL, ADUGA
- Nathalie PITAVAL, CEREMA Hauts-de-France
- Fabien LECLAIRE, CAMVS
- Bruno CHAPUT, Ville d'Arras
- Marie KRIER, EPARECA
- Pascale SINGLE, Communauté d'Agglomération de la Baie de Somme
- Amélie COMONT, Communauté d'Agglomération de la Baie de Somme
- Clotilde CASSEMICHE, Communauté d'Agglomération de Soissons
- Jean-Marc DESCHODT, EPFLO

9. Contacts des référents locaux du Club PLUi Picardie

- Marine BOITEIL, ADUGA : m.boitel@aduga.org
- Nathalie PITAVAL, CEREMA : nathalie.pitaval@cerema.fr
- Et toute l'équipe d'appui à retrouver sur la page internet dédiée du Club PLUi :
<http://www.club-plui.logement.gouv.fr/le-club-hauts-de-france-r44.html>