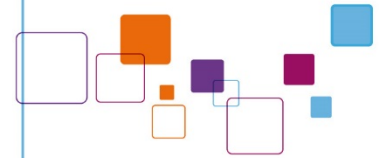


# Équilibre commercial :

## les outils de la planification opérationnelle - PLUi

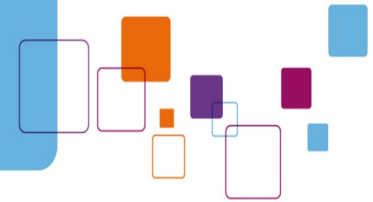




# Le Club PLUi

## Le Tour de France ces PLUi

# Le contexte



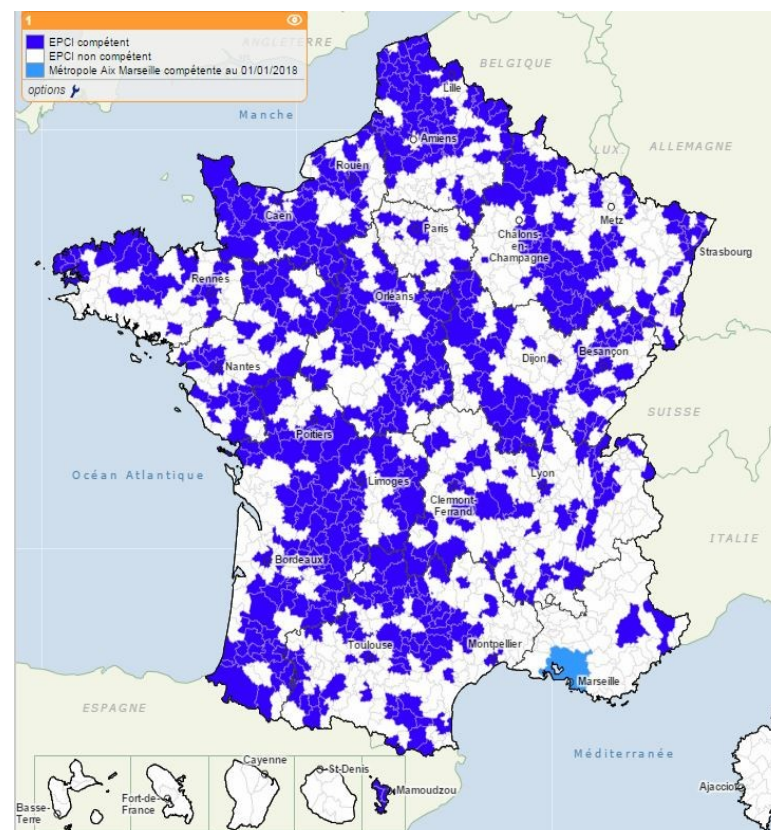
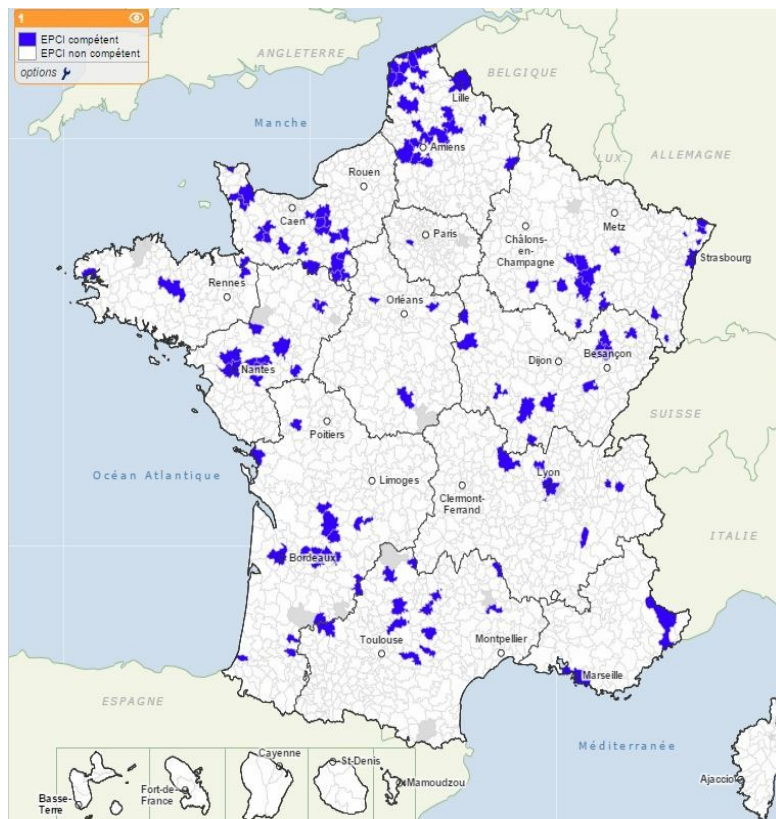
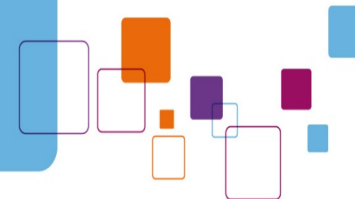
## Finalités du Club PLUi

- sensibiliser au PLUi
- accompagner les EPCI pour des PLUi de qualité

## Une phase incitative menée à bien

- mobilisation des leviers réglementaire, financiers et d'accompagnement
- quelques chiffres en 2018 :
  - 46 % d'EPCI compétents (585)
  - 18 500 communes
  - 40 M d'habitants concernés

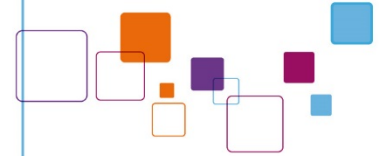
# La compétence PLUi : 2013-2017



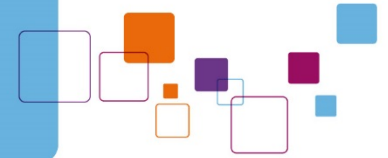
# Le Tour de France des PLUi



# Contexte et enjeu



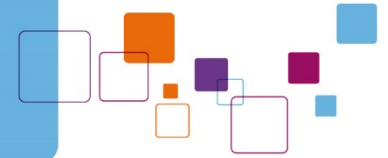
# Contexte et enjeu



- Économique : créer de la richesse et de l'emploi (pérenne)
- Social : cadre de vie agréable répondant aux aspirations de la population
- Environnemental : qualité des constructions et protection des terres agricoles et naturelles
- Réglementaire (article L101-2 CU)



# Les outils de la planification : ScoT et PLUi

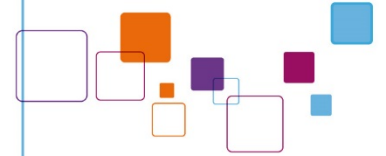


- ☐ ScoT et PLUi : l'échelle de la solidarité territoriale
- ☐ Le préalable : une bonne connaissance des dynamiques commerciales et un projet de territoire clair
- ☐ Connaître et utiliser les outils des documents de planification

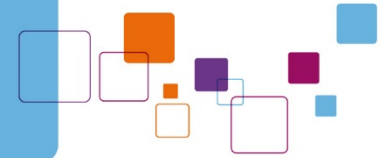




# Les outils réglementaires



# Le diagnostic : pour une bonne connaissance des dynamiques

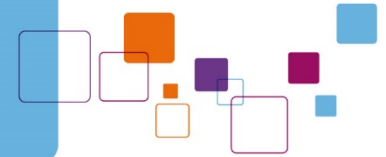


- Le diagnostic commercial dans les documents :
  - Poids économique du commerce (emplois par filière)
  - Équipement commercial existant (inventaire et typologie, localisation)
  - Les dynamiques en œuvre

→ Le DOO pour le ScoT (DAAC)  
Le rapport de présentation pour le PLUi

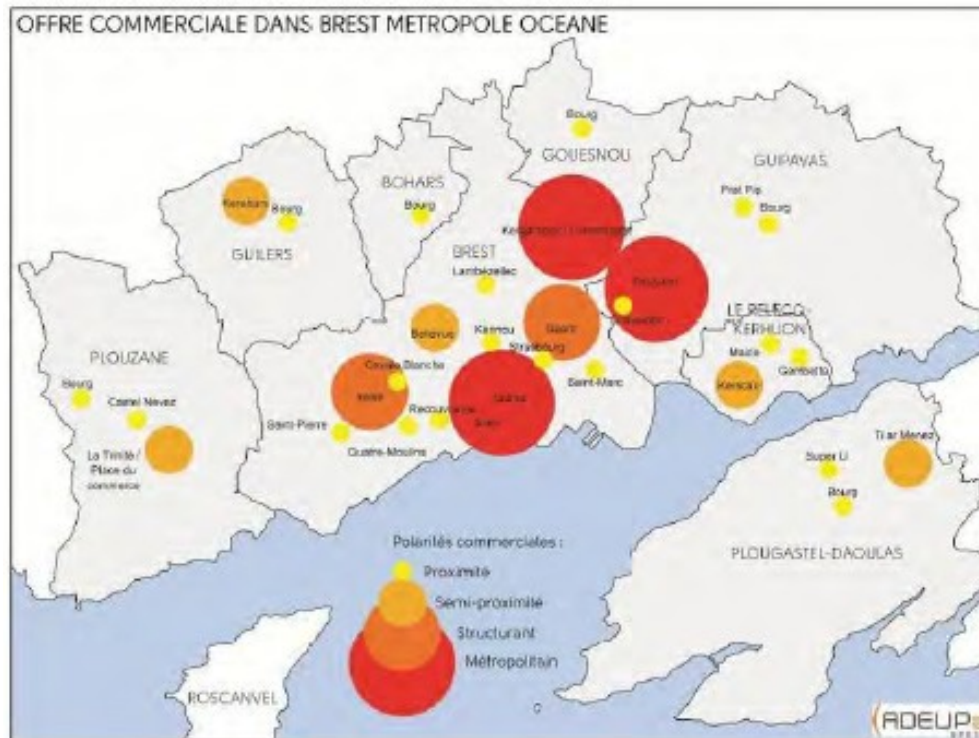


# Le diagnostic : pour une bonne connaissance des dynamiques

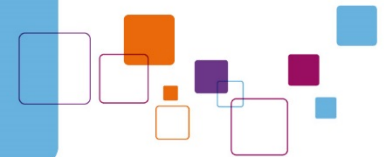


## ■ Illustrations

Nouvelles polarités commerciales en lien avec les projets d'habitat et d'aménagement urbain notamment tramway (PLUi de la métropole de Brest)



# Le diagnostic : pour une bonne connaissance des dynamiques



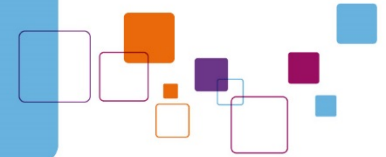
## ■ Illustrations

### *COMMERCES ET SERVICES EN 2011 ET EVOLUTION DEPUIS 2006*

Nature des activités	Etat des lieux 2011		Évolution 2006-2011	
	Nombre de locaux	Surface commerciale (m <sup>2</sup> )	En nombre de locaux	En surface (m <sup>2</sup> )
COMMERCE ALIMENTAIRE	315	97 342	-55	-221
EQUIPEMENT DE LA	343	55 737	23	3 662
EQUIPEMENT DE LA MAISON	266	145 819	8	32 885
CULTURE ET LOISIRS	236	71 680	-6	19 008
SANTE, BEAUTE, HYGIENE	410	26 867	30	2 074
COMMERCE DIVERS	38	20 199	-4	4 561
HOTELS, CAFES,	600		-6	0
SERVICE A CARACTERE	82		-2	0
SERVICES DIVERS	1 027		64	0
AUTOMOBILE	171		3	0
TOTAL	3 488	417 644	55	61 969

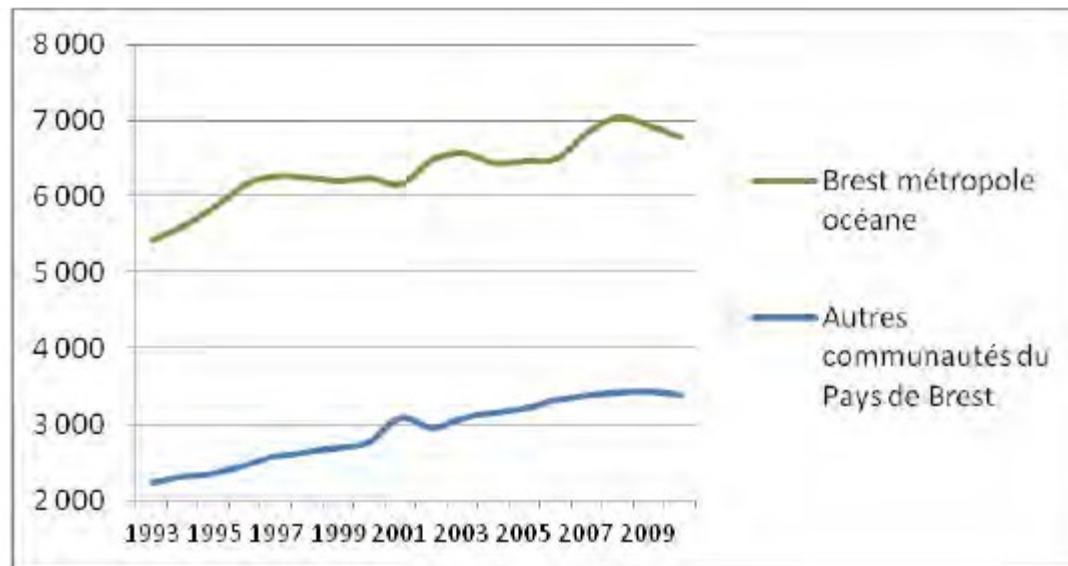


# Le diagnostic : pour une bonne connaissance des dynamiques



## ■ Illustrations

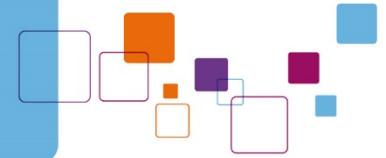
*Evolution de l'emploi salarié privé dans le commerce de détail*



Source : nôle emploi



# Le diagnostic : pour une bonne connaissance des dynamiques



## ■ Illustrations : intercom de Lisieux

	Nombre	Part
<b>Service</b>	135	22%
Café hôtel restaurant	104	17%
Hygiène santé beauté	79	13%
Équipement de la personne	79	13%
Alimentaire	60	10%
Vacant	57	9%
Équipement de la maison	50	8%
Culture loisirs	29	5%
Auto cycle	21	3%
<b>TOTAL</b>	<b>614</b>	<b>100%</b>

Source : Cap Terre juin 2011



# Le règlement du PLU(i) pour une meilleure opérationnalité de l'aménagement commercial



## □ Les destinations et sous destinations

Les fonctions qui peuvent être **autorisées** par les PLU dans les nouvelles constructions sont limitatives et définies réglementairement.

**La destination** « commerce et activités de service » peut faire l'objet de règles spécifiques dans le PLU et recouvre **plusieurs sous destinations** : (article R151-28 CU) artisanat et commerce de détail,

- ♦ restauration,
- ♦ commerce de gros,
- ♦ activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle,
- ♦ hébergement hôtelier et touristique,
- ♦ cinéma



# Le règlement du PLU(i) pour une meilleure opérationnalité de l'aménagement commercial



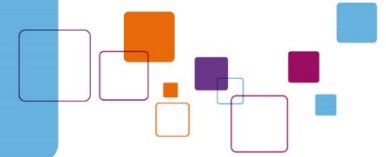
## ■ Les destinations et sous destinations

Ces nouvelles possibilités de différencier les règles en matière commerciale est innovante par rapport à la réglementation antérieure qui ne prévoyait qu'une distinction entre le commerce et l'hôtellerie.





# Le règlement du PLU(i) pour une meilleure opérationnalité de l'aménagement commercial



## ■ Les destinations et sous destinations

Certaines destinations et sous-destinations **peuvent faire l'objet d'interdiction**

« Pour des raisons de sécurité ou salubrité ou en cohérence avec le projet d'aménagement et de développement durables, le règlement peut, dans le respect de la vocation générale des zones, interdire : 1° Certains usages et affectations des sols ainsi que certains types d'activités qu'il définit ; 2° Les constructions ayant certaines destinations ou sous-destinations. » (article R151-30 CU)



# Le règlement du PLU(i) pour une meilleure opérationnalité de l'aménagement commercial



## PLU de Bourg-en-Bresse : des dispositions ont été prises sur certaines artères du centres-ville

- ♦ Le changement de destination au détriment de la destination « commerce et activité de service » est interdit et contraint le maintien d'une activité de commerce, de restauration ou de service en rez-de-chaussée ;
- ♦ Toute nouvelle implantation de type « services à caractère immatériel et intellectuel » (mutuel, assurance, agences immobilière, agences de travail temporaire...) est interdite.

- ➔ Augmentation de la part d'alimentaire et de métiers de bouches sur certaines artères du cœur de ville
- ➔ Stabilisation des activités de services sur les linéaires concernés
- ➔ Maintien de la continuité de linéaires commerciaux du cœur de ville.



# Le règlement du PLU(i) pour une meilleure opérationnalité de l'aménagement commercial



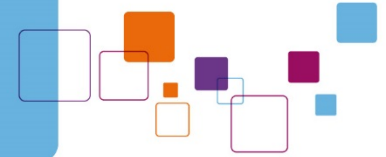
## □ La mixité fonctionnelle

Il est possible de fixer un pourcentage des constructions destinées au commerce, facilité par des règles différenciées

- L'article L151-7 dispose que le PLU doit « 2° 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 ; ». Cette orientation est complétée dans l'article L151-10 sur la diversité commerciale
- L'article R151-37 précise « Afin d'assurer la mise en œuvre des objectifs de mixité sociale et fonctionnelle, le règlement peut : 3° Définir des règles différenciées entre le rez-de-chaussée et les étages supérieurs des constructions ; »



# Le règlement du PLU(i) pour une meilleure opérationnalité de l'aménagement commercial



## ■ La diversité commerciale

Le PLU peut interdire ou autoriser l'implantation de **certains commerces**

*« 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. » (article L151-16 CU)*

Une définition de « commerce de proximité » a été proposée par l'INSEE : « Il regroupe l'ensemble des commerces de quotidienneté et des commerces en pôle de vie. »



# Le règlement du PLU(i) pour une meilleure opérationnalité de l'aménagement commercial



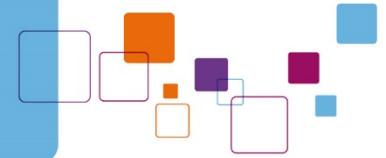
## ■ Zone UA ville de Caudebec-lès-Elbeuf

La zone UA recouvre le cœur de ville et organisé autour du centre historique :

- Les locaux créés dans le cadre d'une restructuration ou d'une construction nouvelle doivent être destinés au commerce ou à l'artisanat.
- Pour les changements de destination vers des commerces de proximité et de détails ou des travaux d'extension et/ou de rénovation, aucune place nouvelle (de stationnement) n'est exigée.



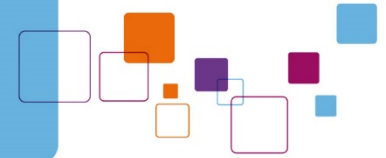
# Le PADD : exemple de la métropole de Nantes



- Rappel des finalités du PADD
- Les orientations du PADD du PLUi de Nantes en matière commerciale :
  - Affirmer la centralité métropolitaine commerciale par la densification et la qualification de son offre commerciale, notamment par l'implantation de nouvelles enseignes porteuses d'attractivité,
  - Favoriser les commerces de proximité dans les centralités et polarités économiques de proximité qui assurent un rôle structurant dans l'armature commerciale de l'agglomération nantaise.



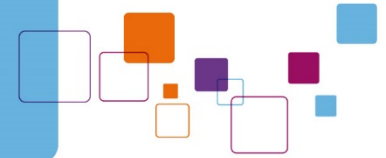
# Le PADD : exemple de la métropole de Nantes



- Les orientations du PADD du PLUi de Nantes impactant la question commerciale
  - Réduire de 50 % le rythme moyen annuel de la consommation des espaces naturels, agricoles et forestiers
  - Le développement urbain sera privilégié dans les centralités urbaines (...) lieu de vie associant proximité, convivialité et lien social en regroupant habitat, services, commerces, artisanat, équipements.



# Les OAP (sectorielles ou thématiques)



- Rappel des finalités de l'OAP
- L'OAP commerce de la métropole de Nantes

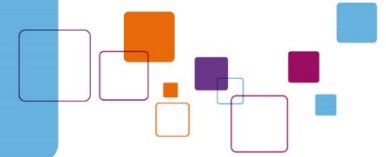
## Rappel des différentes enjeux :

- Enjeu de nature économique de la thématique commerce
- Enjeu de nature urbaine et sociale
- Enjeu en matière d'environnement
- Enjeu d'équilibre territorial et d'aménagement urbain





# Les OAP (sectorielles ou thématiques)



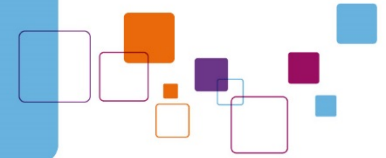
## ■ L'OAP commerce de la métropole de Nantes

### Les différents objectifs fixés :

- Objectif n°1 : équilibrer le développement commercial => objectifs chiffrés de m<sup>2</sup> commerciaux par type de polarités (centre, intermédiaires etc.) avec une préférence proportionnelle pour le centre
- Objectif n°2 : densification de l'offre commerciale existante (règlement)
- Objectif n°3 : limiter et encadrer les créations de galeries marchandes
- Objectif n°4 : Améliorer la qualité urbaine, environnementale, architecturale et paysagère des polarités commerciales
- Objectif n°5 : Accompagner le développement urbain en proposant une offre commerciale adaptée et polarisée



# Les OAP (sectorielles ou thématiques)



# Les OAP (sectorielles ou thématiques)



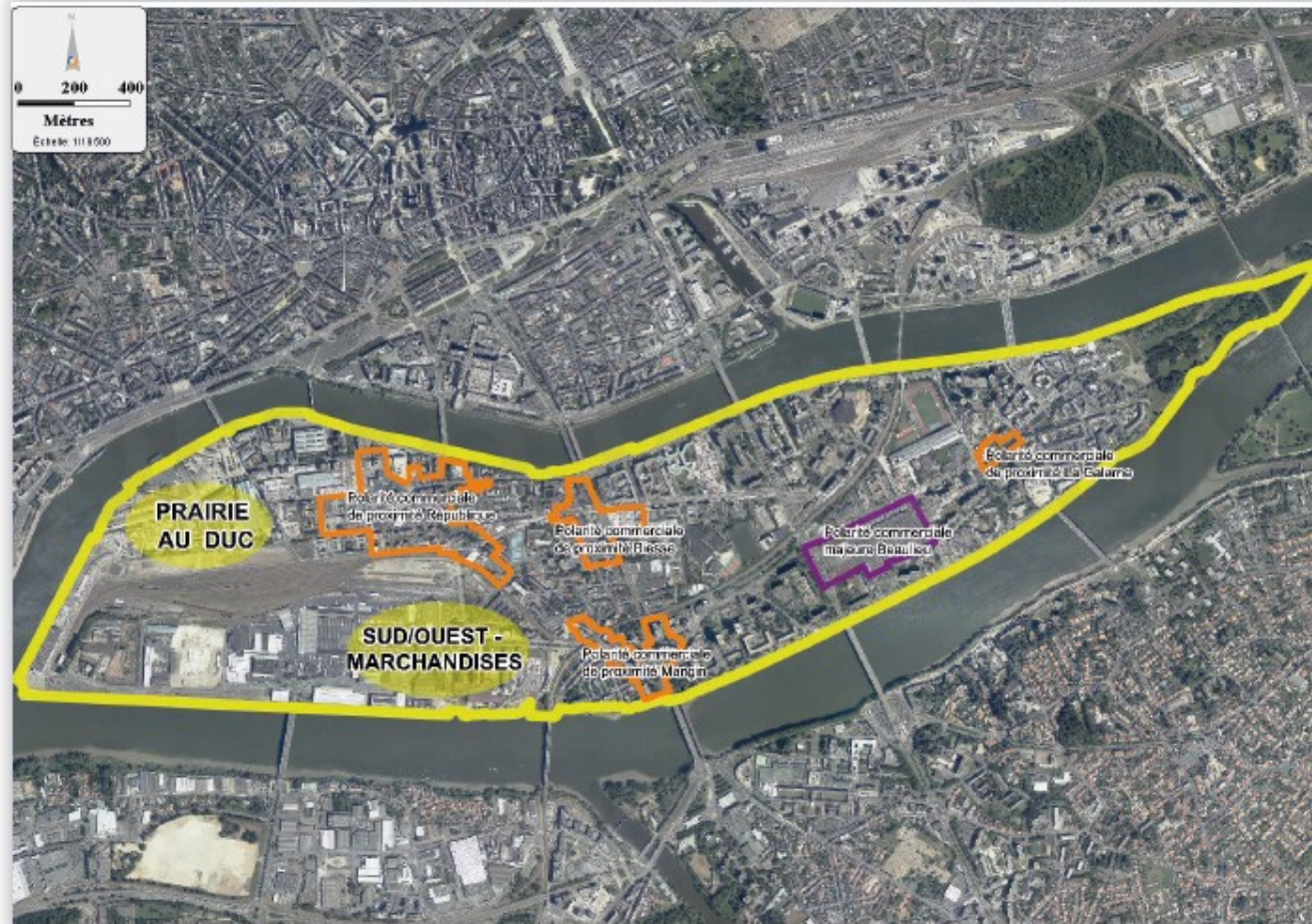
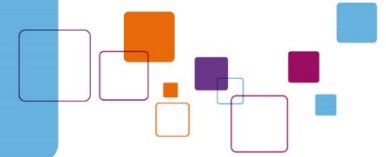
## Orientations d'aménagement :

- 1 - Conforter le commerce de proximité autour de la centralité émergente Halvêque/Beaujoire.
- 2 - Favoriser la création de nouveaux commerces liés à la thématique du sport, de la santé et du bien-être à proximité du stade de la Beaujoire.
- 3 - Permettre le développement d'une offre commerciale de proximité supplémentaire sur le secteur HBR pour répondre aux besoins des nouveaux habitants et usagers en respectant le principe de polarisation et en cohérence avec l'offre commerciale de proximité existante (St Joseph de Porterie, Bottière, Bottière Chenaie, Croissant Jules Verne, etc.)





# Les OAP (sectorielles ou thématiques)



# Les OAP (sectorielles ou thématiques)

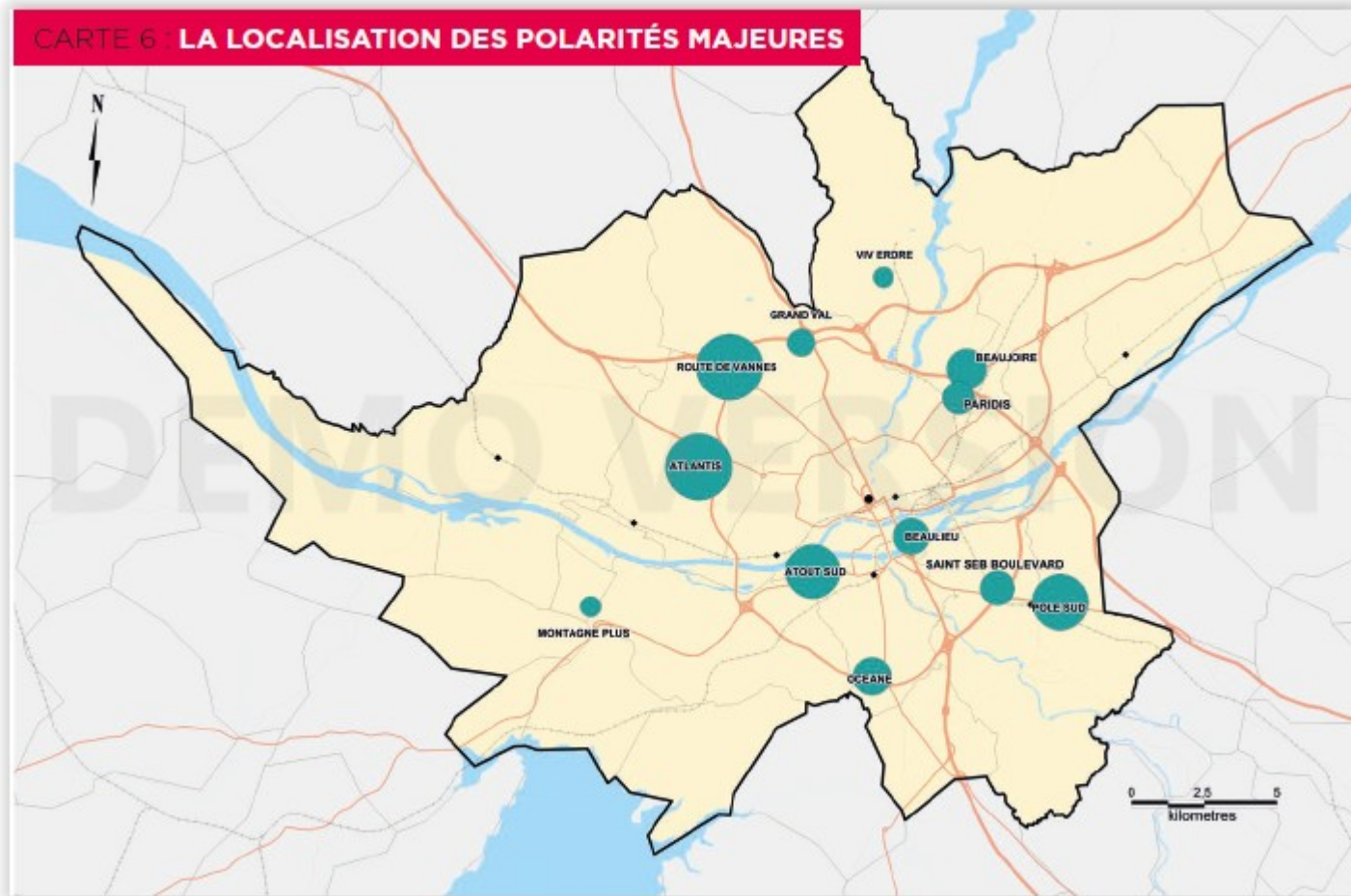
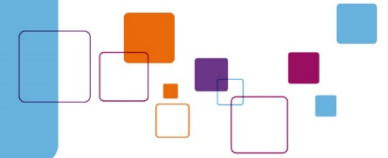


## Orientations d'aménagement :

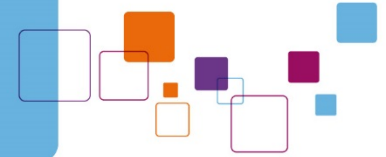
- 1 - Conforter les polarités commerciales de proximité existantes en permettant le développement du commerce de proximité exclusivement dans ces polarités et les polarités émergentes ;
- 2 - Favoriser le maintien et le développement de l'activité commerciale spécialisée dans le secteur République ;
- 3 - Permettre l'implantation de nouveaux commerces de détail spécialisés liés au quartier de la création et/ou à l'art (meubles design, musique, fournitures d'art, galeries d'art, librairie, etc.) en complémentarité de l'offre commerciale du centre-ville de Nantes ;
- 4 - Permettre l'émergence d'une offre commerciale à proximité du CHU (quartier des marchandises) afin de répondre aux besoins notamment des patients (fleuriste, pharmacie, parapharmacie, presse, etc.), des résidents et des usagers du quartier ;
- 5 - Permettre la création de commerces en lien avec le développement touristique (Éléphant, Nefs...).



# Les OAP (sectorielles ou thématiques)



# Les OAP (sectorielles ou thématiques)

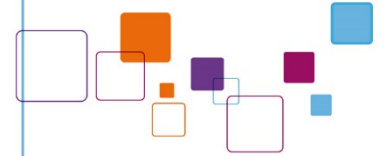


## Orientations d'aménagement:

- Tout projet commercial de plus de 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente (env. 1 500 m<sup>2</sup> de surface de plancher) doit s'implanter de manière préférentielle dans le centre-ville de Nantes, ou dans une polarité majeure ;
- Toute création de commerces de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente (env. 500 m<sup>2</sup> de surface de plancher) ou d'un nouvel ensemble commercial composé de cellules de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente doit s'intégrer dans le maillage des mobilités tous modes et contribuer à le développer le cas échéant, et doit assurer une qualité urbaine, environnementale, architecturale et paysagère du projet ;
- Toute extension de moyenne ou grande surface de plus de 300 m<sup>2</sup> existante à la date d'approbation du PLUm doit s'intégrer dans le maillage des mobilités tous modes et contribuer à le développer le cas échéant, et doit assurer une qualité urbaine, environnementale, architecturale et paysagère du projet ;
- Tout nouveau commerce de moins de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente (env. 500 m<sup>2</sup> de surface de plancher) doit s'intégrer soit en rez-de-chaussée d'un programme mixte, soit dans une galerie marchande\* existante ;
- Toute extension de galerie marchande\* est limitée à 10 % de la surface de vente de la grande surface alimentaire à laquelle elle est accolée ;
- Toute division d'un commerce existant aboutissant à la création de commerce(s) de moins de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente (env. 500 m<sup>2</sup> de surface de plancher) est proscrite.

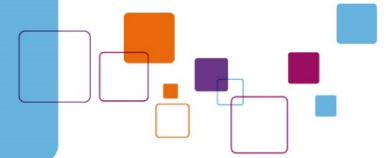


# Actualités





# Article 54 du projet de loi ELAN



## ■ Les opérations de revitalisation de territoire (ORT)

### ■ Le dispositif

simplifier les démarches pour les collectivités avec un **contrat intégrateur** unique qui vise à formaliser un projet politique mobilisant différents acteurs publics et privés autour d'un projet commun et répondant à deux problématiques essentielles :

- quelle place accorder au centre-ville dans l'armature du territoire ?

- quelles fonctionnalités lui donner (lieu de rencontre et d'animation, marchand, patrimonial, touristique...) ? Quelles fonctionnalités donner aux centralités périphériques ?

■ Utilisation envisagée dans le cadre du programme Coeur de Ville

■ Mesures connexes : plus d'AEC pour les commerces en centre ville et suspension des examens pour la périphérie



# Jurisprudences en faveur de la protection des centres villes



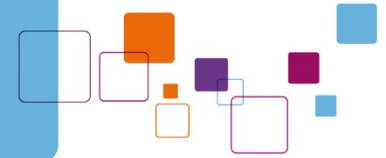
## □ La jurisprudence Visser commune d'Appingedam (Pays-Bas) – janvier 2018

- Le principe de la liberté d'établissement (directive européenne « services »)
- La raison impérieuse d'intérêt général (RIIG)
- La préservation et la viabilité du centre ville confortées

## □ Arrêt CAA Bordeaux, 12 juillet 2016, commune de Cahors

- Conforte l'utilisation du DPU pour des raisons d'intérêt général, en l'espèce DPU sur baux commerciaux dans un périmètre défini





**Merci de votre attention !**

