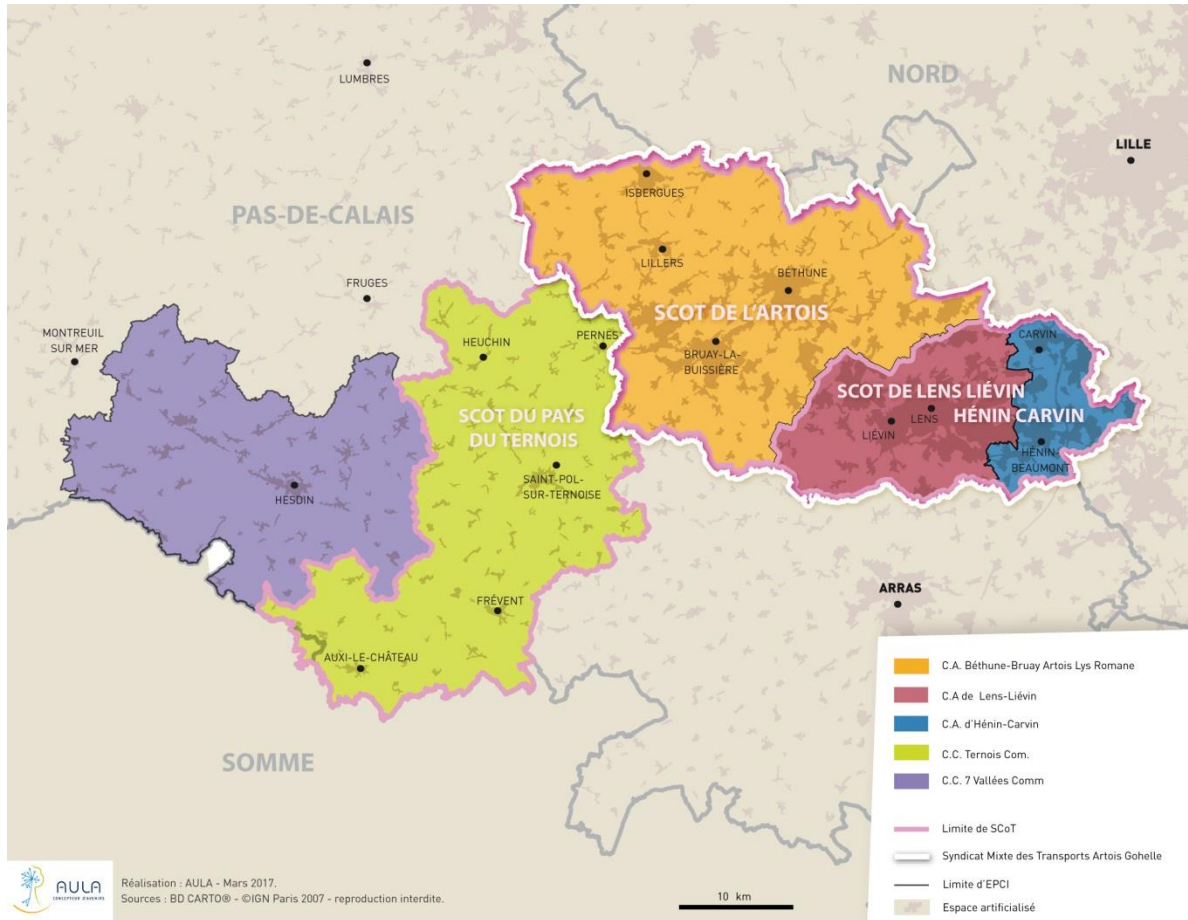


Journée du club PLUi de Picardie Revitalisation, Commerces et PLUi 25 avril 2019

Présentation de l'Agence d'Urbanisme de l'Artois

Le territoire d'intervention de l'AULA



CABB : 278 000 habts
CALL : 242 000 habts
CAHC : 125 000 habts
CC Ternois Comm : 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

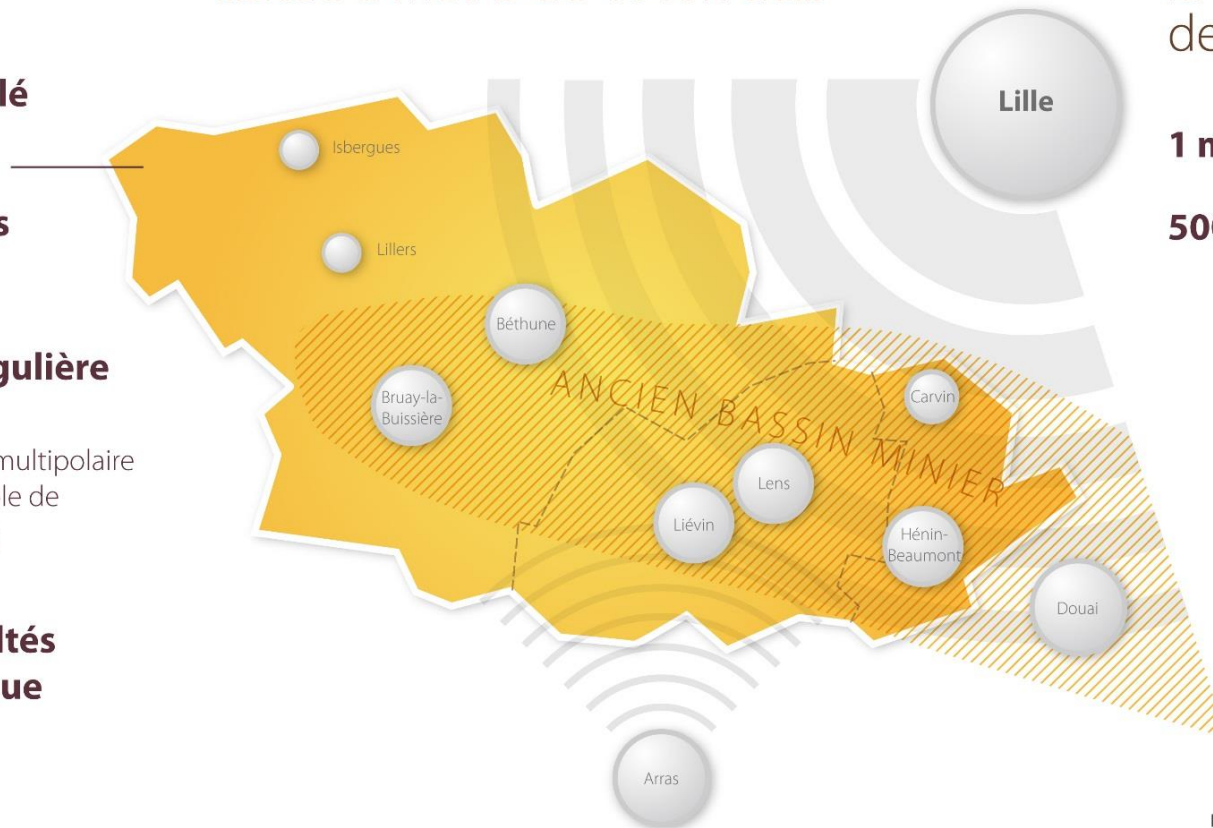
une structure urbaine multipolaire centrée sur un ensemble de

villes moyennes

de fortes difficultés socio-économique

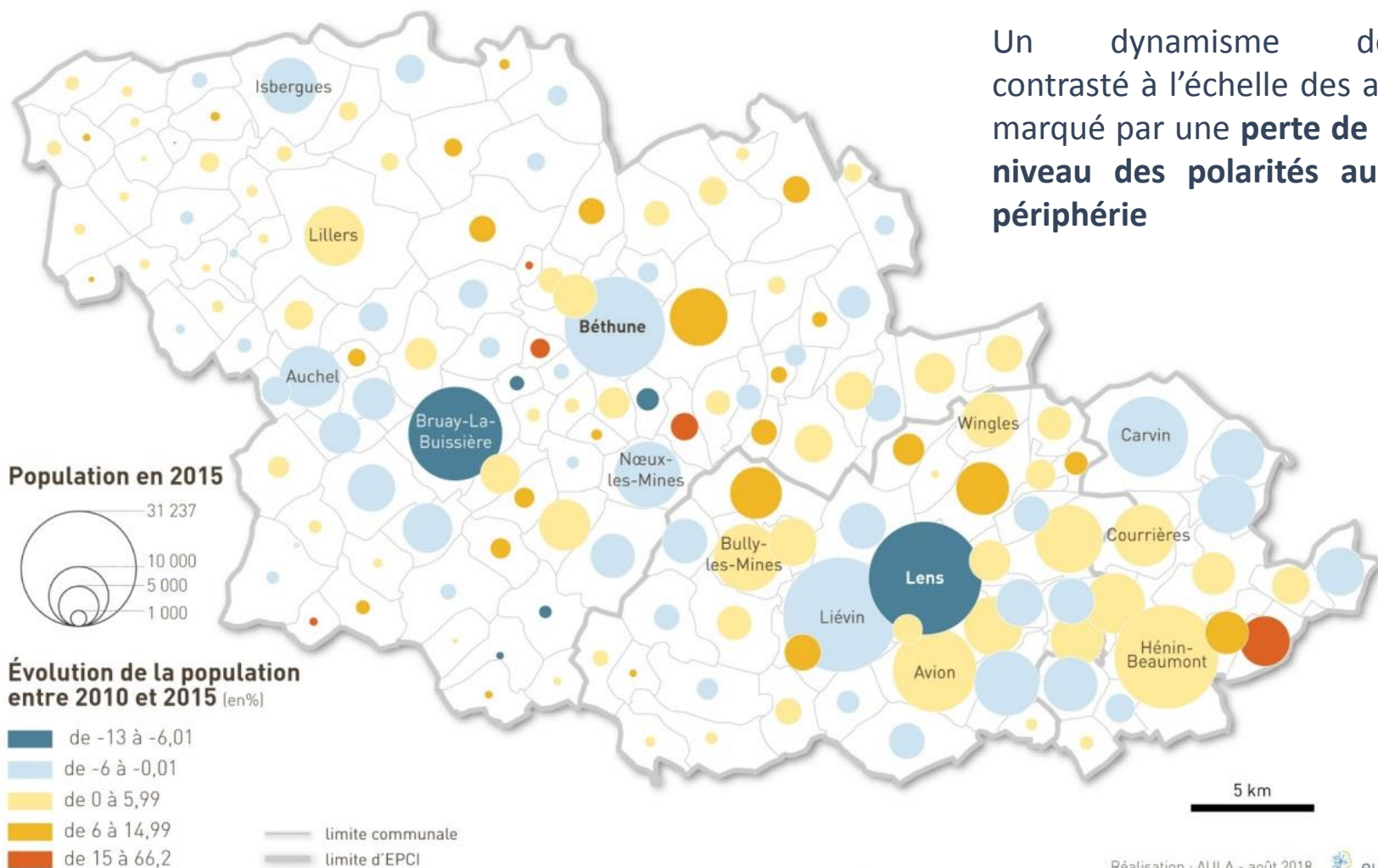
1 million d'habitants

500 000 emplois



Réalisation : AULA, octobre 2017.

Centralités et attractivité démographique : habiter le territoire

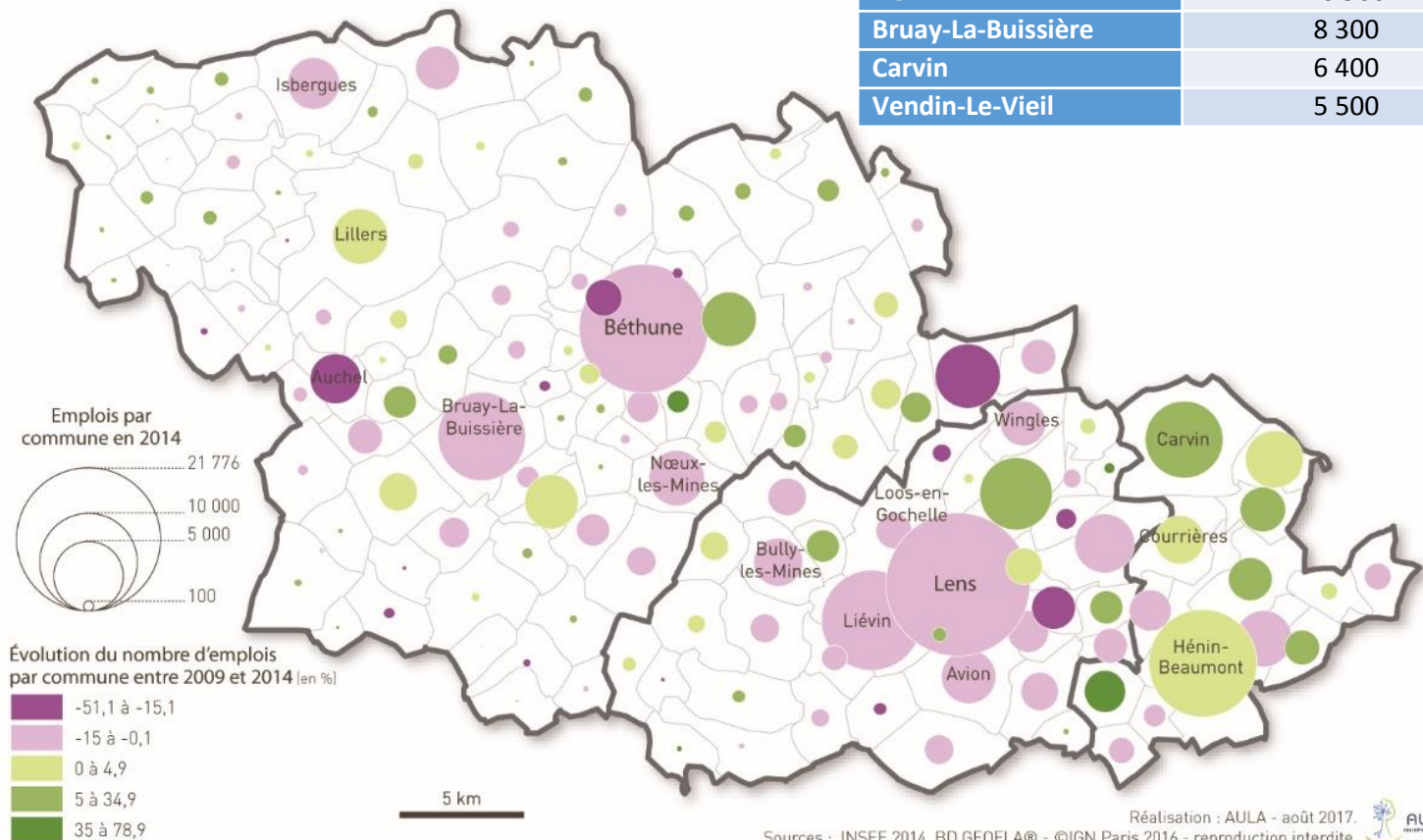


Un dynamisme démographique contrasté à l'échelle des agglomérations marqué par une **perte de population au niveau des polarités au profit de la périphérie**

Centralités et attractivité économique : travailler sur le territoire

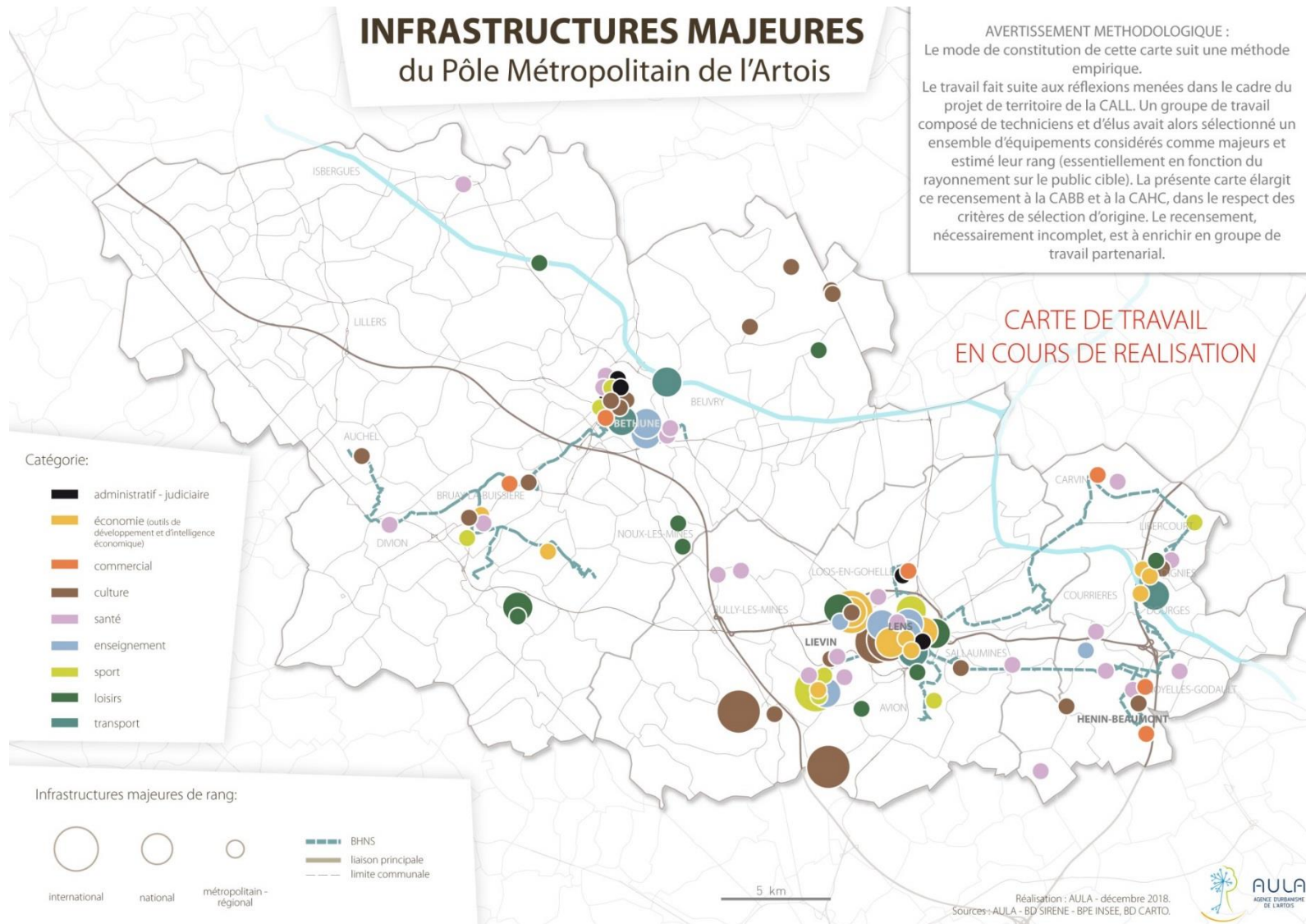
Un territoire globalement créateur d'emplois depuis l'an 2000 mais enregistrant des pertes d'emplois au niveau des principaux pôles urbains (excepté le long de l'A1).

| 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 |



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

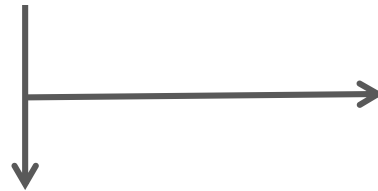
Des concentrations de fonctions urbaines majeures et diversifiées esquissent des polarités.



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 Béthune Bruay
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

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

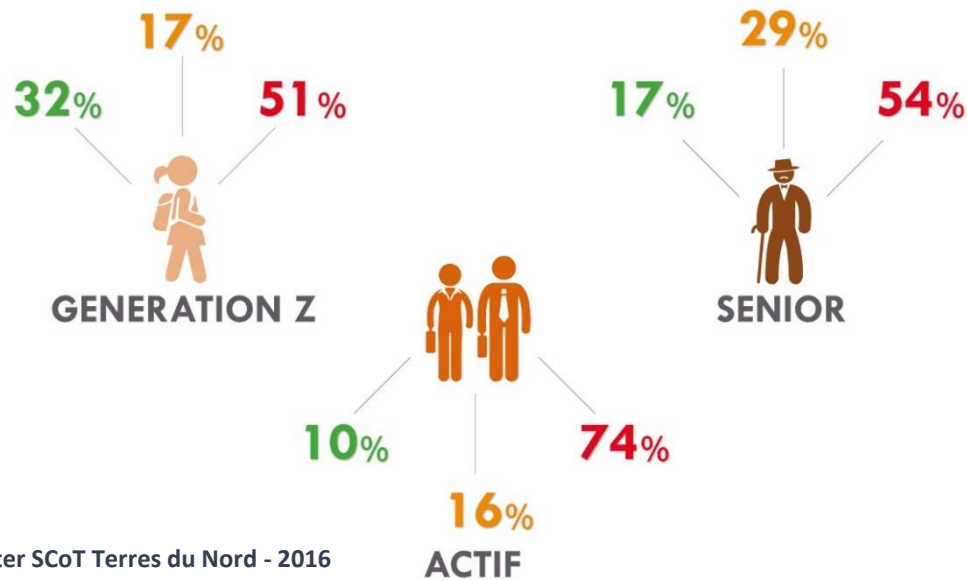
De nouveaux partenariats à imaginer pour régénérer les espaces commerciaux avec moins de fonds publics.

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.

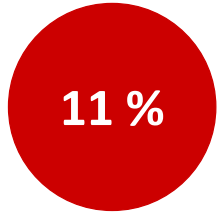


Source : Enquête Ménage Commerce - Inter SCoT Terres du Nord - 2016

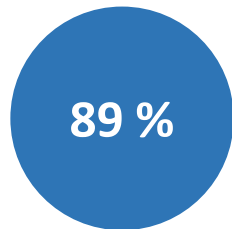
Des pratiques d'achat fortement liées au territoire de résidence

SCoT de l'Artois

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

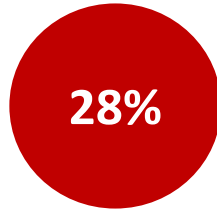


Evasions hors SCoT de l'Artois

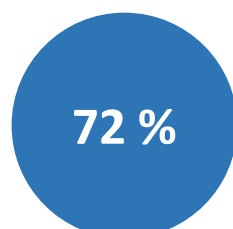


Emprise SCoT de l'Artois

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



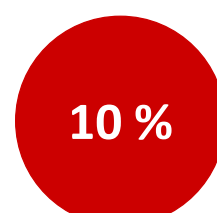
Evasions hors SCoT de l'Artois



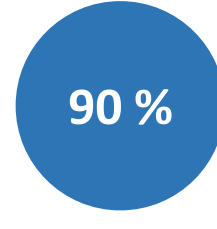
Emprise SCoT de l'Artois

SCoT Lens-Liévin Hénin-Carvin

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

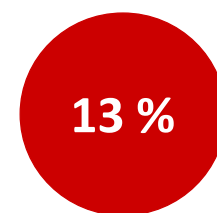


Evasions hors SCoT

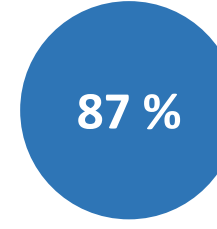


Emprise SCoT LLHC

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



Evasions hors SCoT



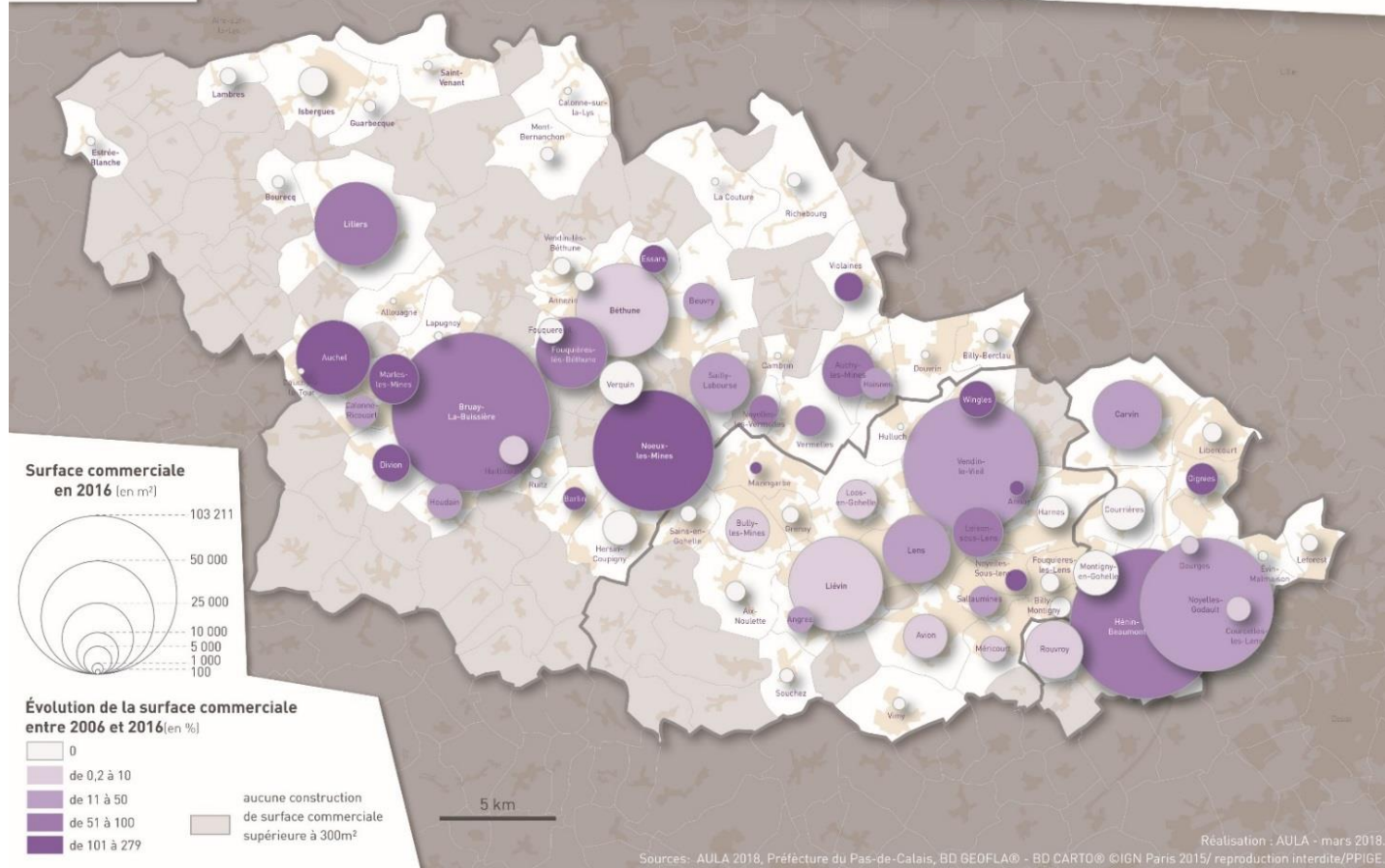
Emprise SCoT LLHC

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



ÉVOLUTION THÉORIQUE DE LA SURFACE COMMERCIALE TOTALE DE PLUS DE 300m²
par commune sur le territoire du PMA entre 2006 et 2016
(d'après avis CDAC/CDEC acceptés)



Réalisation : AULA - mars 2018.
Sources : AULA 2018, Préfecture du Pas-de-Calais, BD GEOFLA® - BD CARTO® ©IGN Paris 2015/ reproduction interdite/PPIGE.

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

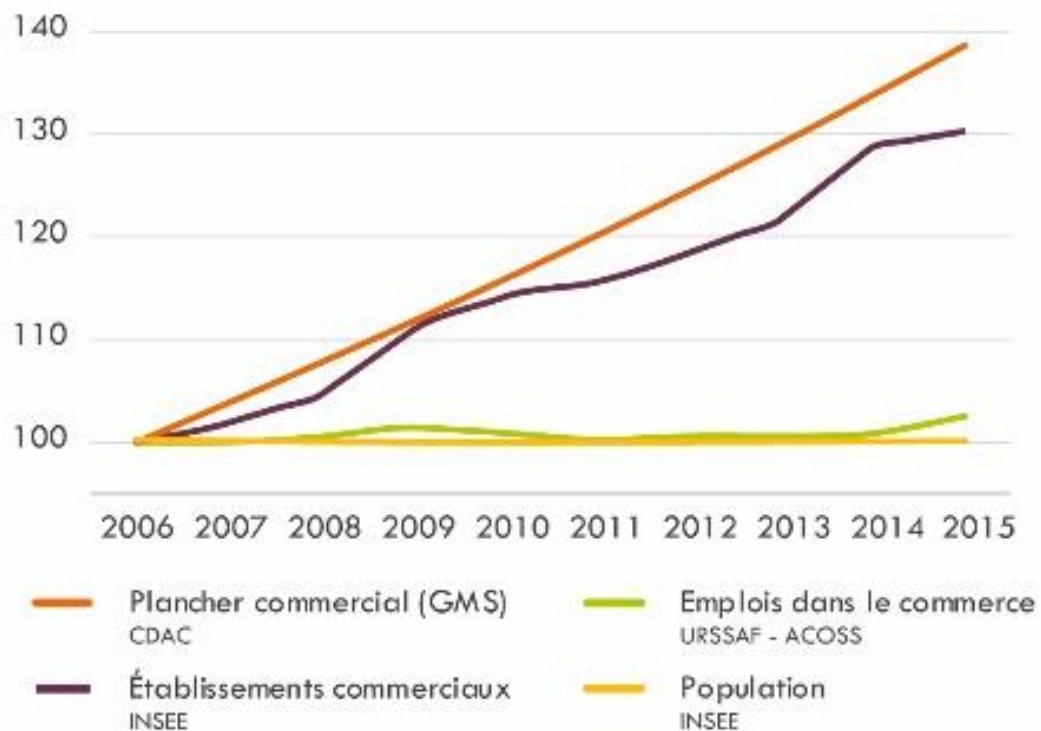
Déconnexion entre offre, démographie et emploi

**205 m² de surface commerciale
de + 300 m² pour 1 nouvel
habitant entre 2010 et 2015**

(185 000m² autorisés pour 900 nouveaux habitants à
l'échelle du PMA entre 2010 et 2015)

**Besoin de créer environ 1 000 m²
de surface commerciale pour
créer 1 seul emploi dans le
commerce**
(à l'échelle du PMA)

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

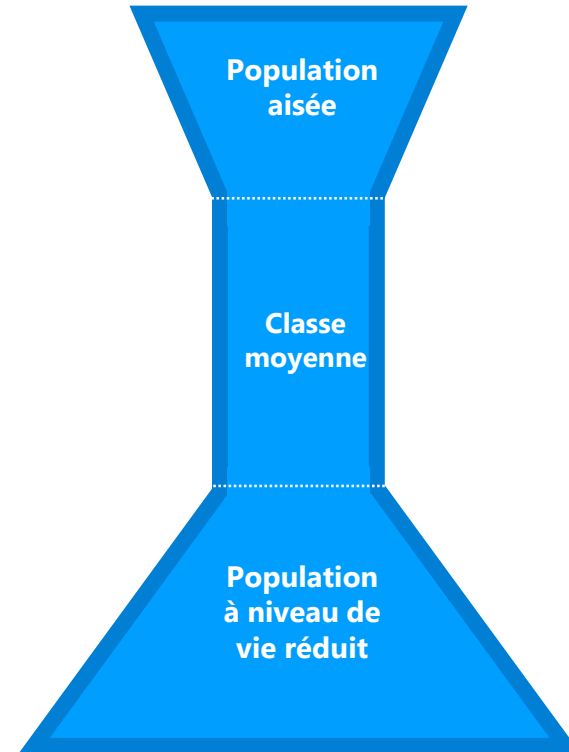
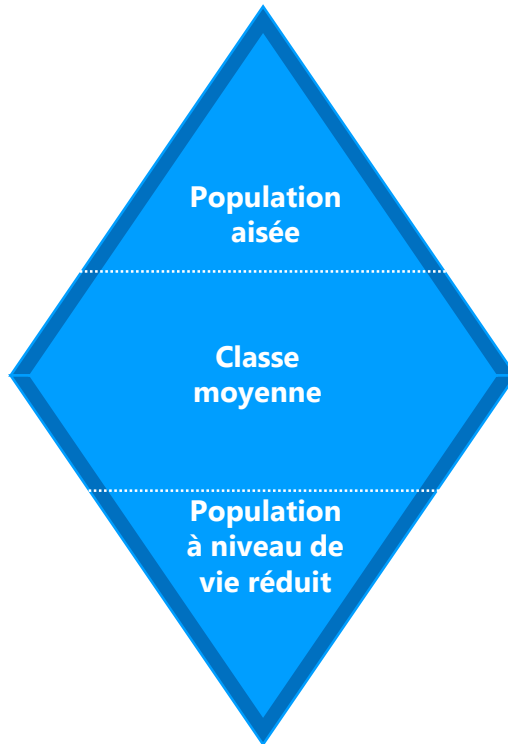


Note: l'analyse n'est pas possible sur le PETR en l'absence d'éléments chiffrés

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 **restaurer**, **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

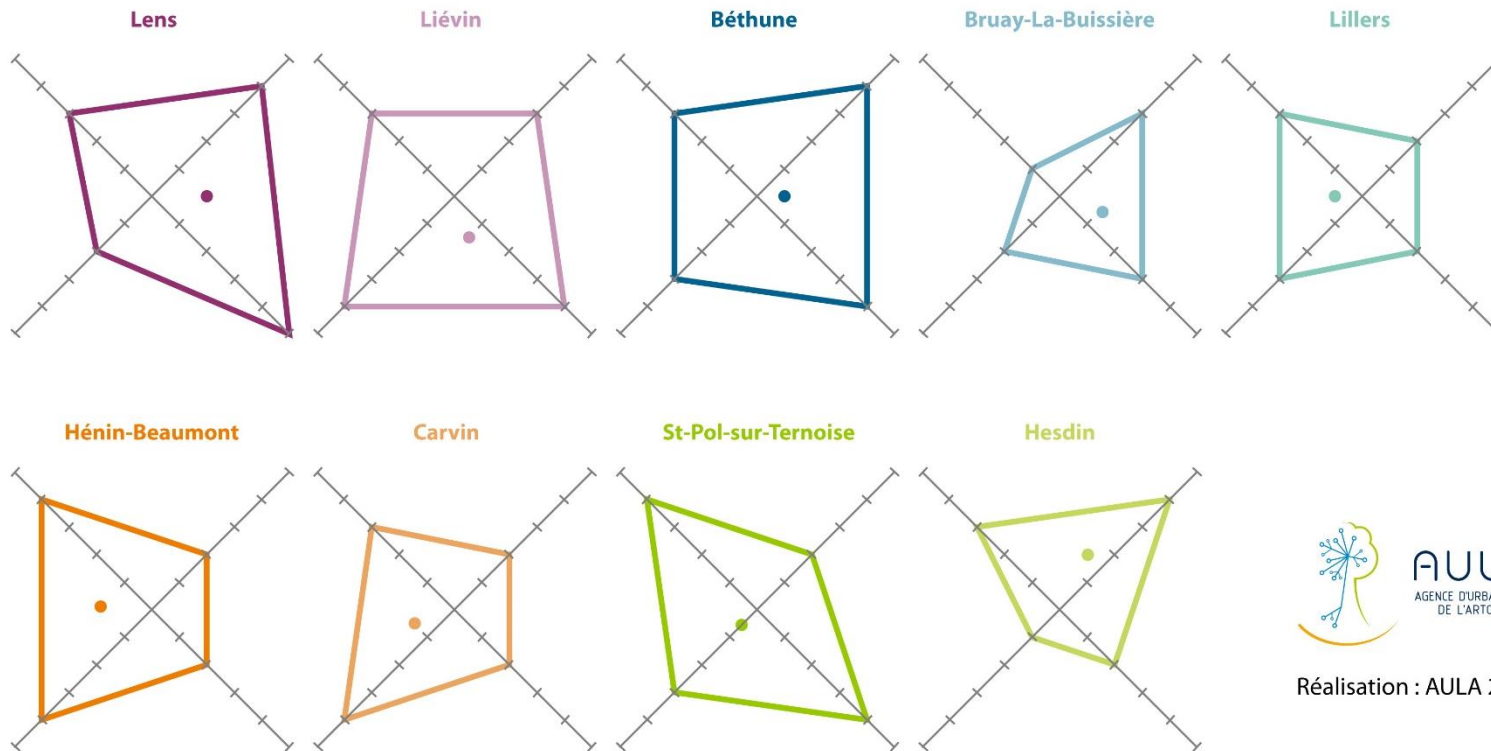
Les 4 fonctions du centre-ville

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.

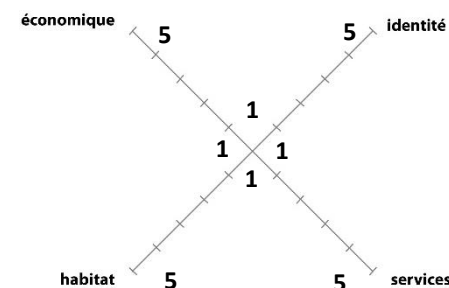


Positionnement des principales polarités au regard des 4 fonctions



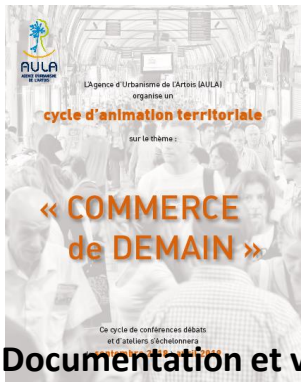
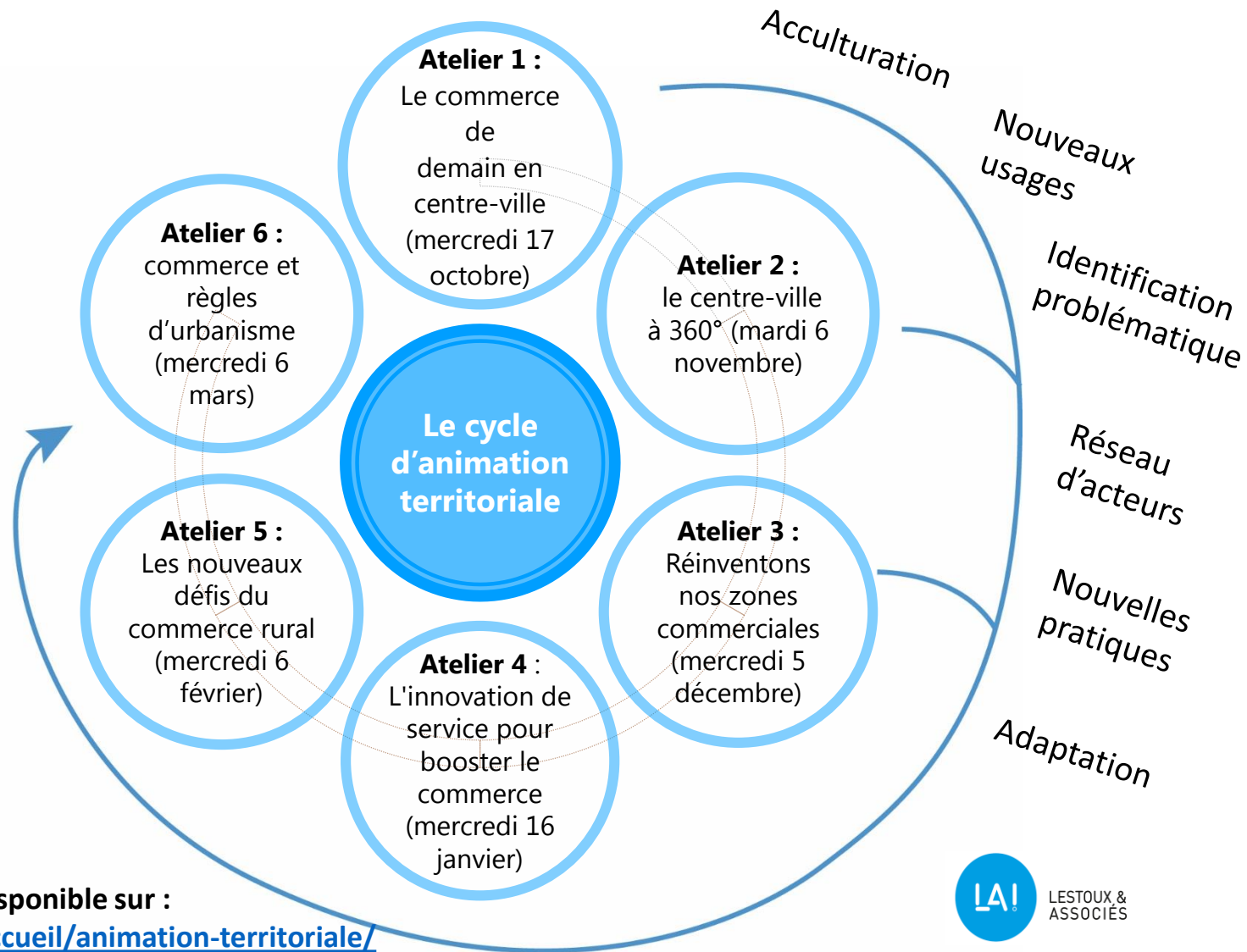
Réalisation : AULA 2019.

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



Documentation et vidéo disponible sur :
<http://www.aulartois.fr/accueil/animation-territoriale/>



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