

# FICHE PÉDAGOGIQUE : L'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL



## ENJEUX :

- Organiser le développement commercial de façon hiérarchisée
- Maintenir une fonction commerciale attractive et diversifiée
- Rayonner sur les territoires périphériques
- Opérer un développement commercial qualitatif et respectueux de l'environnement



## 4 AXES :

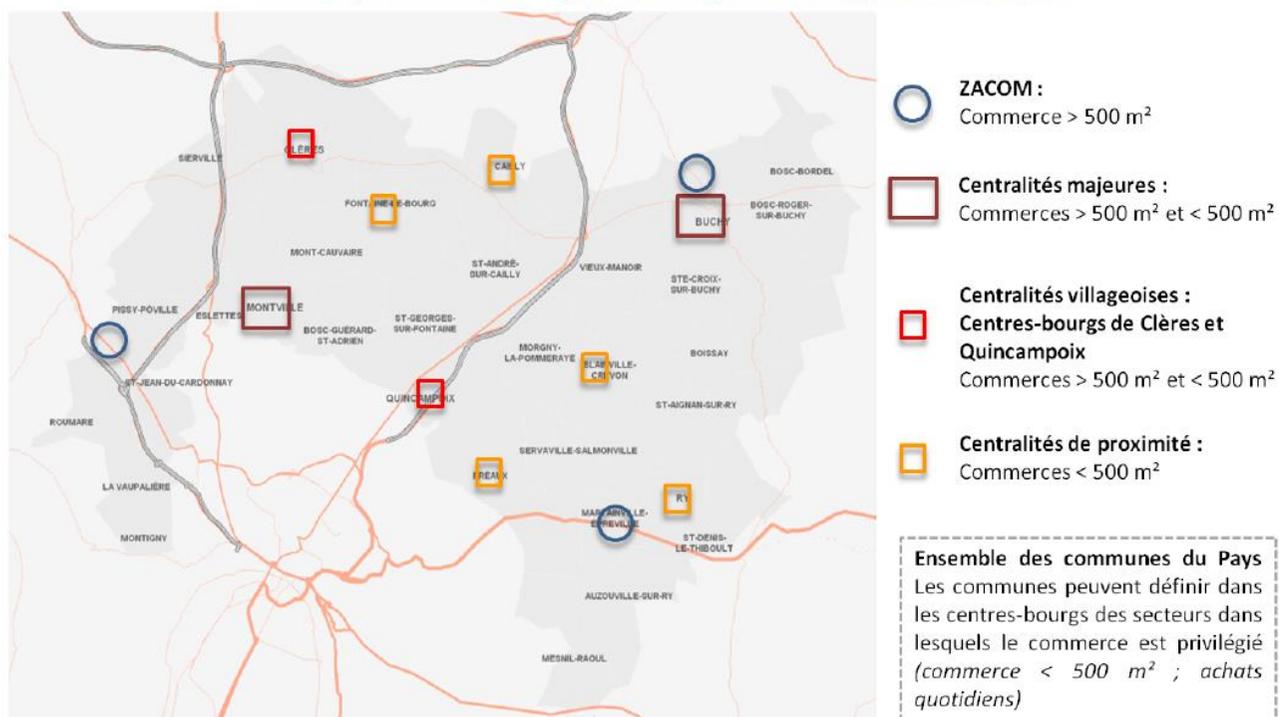
1. L'aménagement commercial dans les localisations préférentielles
2. L'aménagement commercial dans les Zones d'Aménagement Commercial
3. L'aménagement commercial dans les communes non identifiées comme « localisation préférentielle »
4. Le cas particulier des commerces « drive »



## L'aménagement commercial (1)

L'aménagement commercial sur le Pays entre Seine et Bray passe par un **maillage hiérarchisé du territoire**, désignant les communes structurantes comme « **localisations préférentielles** ». L'implantation de commerces de plus de 500 m<sup>2</sup> de surface de vente est possible dans ces localisations préférentielles.

Cartographie des localisations préférentielles pour le développement commercial



### Documents de référence et éléments de mise en compatibilité

- ✓ Schéma Départemental d'Équipement Commercial (SDEC)
- ✓ Schéma de Développement Commercial
- ✓ Code du Commerce, article L752-1 et suivants et article R752-1 et suivants (au sujet des autorisations d'exploitations commerciales)

### A lire :

- Pour les communes périphériques : le SCoT de la Métropole Rouen Normandie

## L'aménagement commercial (2)

### 2 centralités majeures : Montville et Buchy

L'objectif de ces centralités et de **conforter leur fonction commerciale actuelle**. Les commerces devront assurer les achats hebdomadaires, occasionnels lourds et occasionnels légers. Montville assurera également une offre particulière pour les achats exceptionnels.

Les limites de ces secteurs de localisation préférentielle sont d'ores-et-déjà représentées dans le SCoT. Les documents d'urbanisme de ces deux communes doivent intégrer ce zonage. Des règles spécifiques devront ensuite y être appliquées afin de remplir leurs objectifs commerciaux. Cela concerne par exemple le traitement des espaces publics, de l'alignement du bâti, du stationnement, ...

### 2 centralités villageoises : Quincampoix et Clères

Les centralités villageoises sont des relais aux centralités majeures. Elles ont un **rôle structurant sur le territoire concernant les achats hebdomadaires, et devront le conforter** par l'intermédiaire de dispositions prises dans leurs documents d'urbanisme. Des règles spécifiques concernant par exemple le traitement des espaces publics, le stationnement, l'alignement du bâti, la visibilité des commerces, ... devront y être intégrées. Les implantations commerciales devront se faire au cœur des centre-bourgs.



Source : AID Observatoire

## L'aménagement commercial (3)

Les ZaCOM (Zones d'Aménagement Commercial) sont des **secteurs situés en dehors des centralités**, où seules les **implantations de plus de 500 m<sup>2</sup> de surface de vente** (c'est-à-dire environ 650 m<sup>2</sup> de plancher) y seront autorisées. Elles permettront d'assurer une **offre complémentaire avec celle proposée dans le centre-ville**, et de conforter le **positionnement commercial de la commune au sein de son bassin de vie et au-delà du Pays**.

### Des zones répondant aux exigences du développement durables

Le SCoT prévoit, pour ses trois ZaCOM, diverses prescriptions visant à répondre à certains critères du développement durables.

Pour être en compatibilité avec le SCoT, les implantations commerciales devront donc permettre **d'améliorer l'accessibilité en modes doux** et de **participer à l'objectif global de réduction de la consommation d'espace** (par la densité notamment) mais aussi de **proposer des constructions aux procédés innovants / durables** (afin de limiter la consommation énergétique et les rejets de gaz à effet de serre par exemple) et où **l'intégration paysagère est mise en avant**.



### ZaCOM de Buchy

La Zone d'Aménagement Commercial de Carrefour Market à Buchy (dite zone des Cateliers) est destinée à l'implantation d'une offre de **Grand Commerce** répondant à des achats hebdomadaires ou occasionnels lourds.



## L'aménagement commercial (4)

### ZACom de Martainville-Epreville

La Zone d'Aménagement Commercial « Le Mutant » à Martainville-Epreville est **destinée à l'implantation (par densification) d'une offre de Grand Commerce** répondant à des achats hebdomadaires et occasionnels lourds.

Le SCoT recommande que les nouvelles implantations commerciales répondant à des achats occasionnels lourds soient limitées à un seuil de 2 000 à 2 200 m<sup>2</sup> de surface de vente. Cette zone a pour vocation d'assurer une offre complémentaire avec le centre-ville de Ry et de conforter le positionnement commercial de Martainville-Epreville sur la partie Sud-Est du Pays.

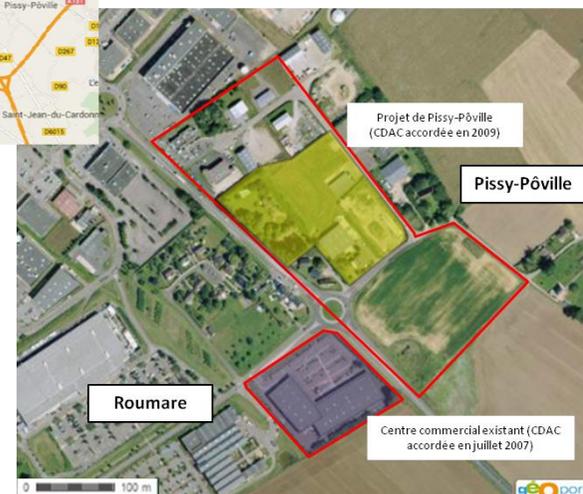
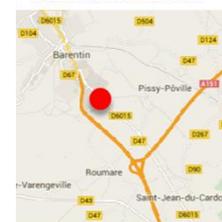


### ZACom de Pissy-Pôville - Roumare

La Zone d'Aménagement Commercial la « Malzaize » qui correspond à l'extrémité du pôle régional de Barentin, est destinée à **l'implantation d'une offre de Grand Commerce** répondant à des achats hebdomadaires et occasionnels lourds.

Il s'agira plus spécifiquement de **stabiliser ce pôle sur les emprises définies dans le SCoT** et de proposer une offre complémentaire à celle des centres-bourgs des deux communes.

Localisation de la ZACOM



## L'aménagement commercial (5)

*Des dispositions spécifiques encadrent le développement commercial des communes non référencées comme « localisations préférentielles » ou des commerces « drive ».*

### Recommandations particulières aux autres communes

Les 53 communes qui n'ont pas été identifiées dans le SCoT comme « localisation préférentielle » doivent prendre des dispositions, par l'intermédiaire de leurs documents d'urbanisme locaux notamment, afin de **maintenir l'offre existante en commerces et en y assurant sa diversité. L'implantation de nouveaux commerces dits de proximité** (boulangerie, boucherie, tabac-presse, ...) **sera possible** dans les centres-bourgs. Les aménagements devront être bien intégrés dans l'architecture locale et plus généralement dans leur environnement.

### Recommandation particulière aux commerces « drive »

Conformément à l'Article L.752-1 du Code du Commerce, les commerces « drive » ne rentrent pas dans le champ des activités commerciales mais d'activités dites de « stockage », voire de « vente par correspondance », et ne sont donc pas soumis au SCoT. Toutefois, le SCoT recommande, en accord avec le projet politique traduisant une logique de polarisation des activités commerciales, que **les nouveaux développements de « drive » non attendant à un point de vente existant et / ou localisé hors ZaCOM ou centralités doivent être évités.**



Source : Joël Boyé