

14 mars 2019

Comité Technique SCoT

ARTISANAT – COMMERCE Foncier économique

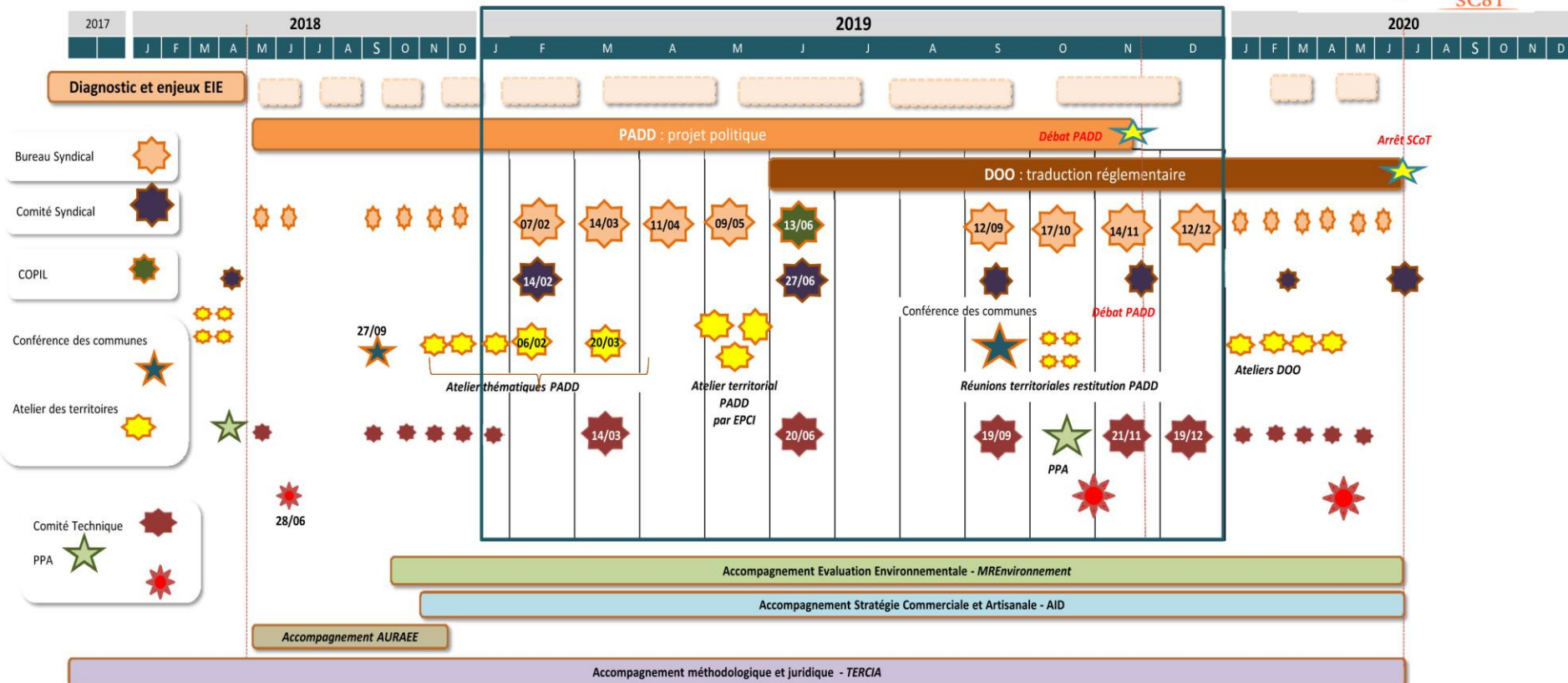
ARTISANAT - COMMERCE

Rappel de la démarche du SCoT et du calendrier.

Présentation AID Observatoire (Béatrice DUMAS) :

- **Foncier à vocation économique** : état d'avancement du diagnostic foncier par EPCI, typologie des parcs et hiérarchisation.
- **Diagnostic commerce** : offre commerciale, enquêtes de consommation, analyse qualitative des pôles et armature commerciale.
- **Enjeux**
- **Atelier PADD - Orientations :**
 1. Tendances nationales de consommation,
 2. Prospective pour le Centre Ardèche à horizon 10 ans,
 3. Stratégie commerciale et orientations.

CALENDRIER GENERAL SCOT CA 2019



Méthodologie d'intervention



Espaces économiques :

Mise à jour du foncier à vocation économique à l'échelle de chaque intercommunalité

→ **Rencontre effectuées auprès des intercommunalités pour faire le point sur la dynamique commerciale, le foncier à vocation économique et sur les projets.**

Commerce et artisanat :

- 1 - Compléter le diagnostic de l'armature commerciale territoriale
- 2 - Concevoir la stratégie d'aménagement artisanale et commerciale à intégrer dans le PADD
- 3 - Définir, concevoir et rédiger les orientations relatives à l'équipement artisanal et commercial du DOO
- 4 - Produire le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC)



NB : l'artisanat s'entend ici par artisanat commercial (boucher, boulanger, coiffeur → professionnels étant à la fois commerçants et artisans)

Foncier à vocation économique

1^{er} bilan sur les espaces économiques du territoire



Les zones intercommunales

Typologie de parcs économiques (exemple de définition hiérarchique):

Stratégique (ZAE intercommunales) : ZAE vitrines du territoire, présentant un niveau d'attractivité important de par leur thématisation et/ou leur localisation et/ou leur surface. Ces zones d'activités font plus de 10 ha

Des espaces économiques de gestion intercommunale principalement

Territorial (espaces économiques) : ZAE qui structurent le territoire en plus des ZAE stratégiques. Ces zones d'activités font entre 2 et 10 ha et regroupent plus de 3 activités économiques différentes. Elles permettent de mailler le territoire et de répondre à des besoins liés à des activités spécifiques au territoire (filière bois, etc.).

Des espaces économiques de gestion intercommunale et/ou des espaces économiques de gestion privée

→ **Axes à travailler pour renforcer l'attractivité**: accessibilité, sécurité, lisibilité, signalétique, impact environnemental, traitement des déchets, assainissement, intégration du haut débit

Diffus/isolé : Espaces d'activités diffus (une ou seulement quelques activités), ne revêtant pas un caractère de zone d'activités du fait de l'éparpillement de l'offre ou de la faible présence d'activités. Les secteurs d'activités faisant plus de 2ha mais accueillant moins de 3 activités économiques différentes sont classés dans les activités diffuses

Des espaces économiques de gestion privée principalement

Pays de Lamastre

Zone d'activité	Commune	Surface totale	Surface disponible
Plaine de Sumène	Lamastre	15 ha	0 ha (terrain de sport 1,5 ha)
Mourier (nouvelle zone)	Lamastre	3,3 ha	3,3 ha
		18,3 ha	3,3 ha

+ 1 ha souhaité sur Nozières pour développement local

Val'Eyrieux

Zone d'activité	Commune	Surface totale	Surface disponible
Aric	LE CHEYLARD	12,3	3
La Palisse/Les Près d'Eyrieux	LE CHEYLARD / SAINT-MICHEL-D'AURANCE	12,89 / 8,56	0 / 3,6
Rasclé	SAINT-AGREVE	18,19	0,88 CT (et 8 LT)
		51,94	7,4 ha à CT et 8ha à LT?

+ environ 8 ha de foncier disponible et/ou de réserves foncières sur les autres espaces économiques de Val'Eyrieux

CT= court terme. LT=long terme

CAPCA



Zone d'activité	Commune	Ajustement surface existante (Dév Eco CAPCA)	Ajustement surface disponible (Dév Eco CAPCA)	Proportion AID surface totale	Proportion AID surface disponible	Proportion AID réserve foncière	
La Vignasse	LA VOULTE-SUR-RHONE	0,5 ha	0	0,5	0,0	0,0	
Jean Jaures	LA VOULTE-SUR-RHONE	2,1 ha	1471 m²	2,1	0,1	0,0	
Rhone Vallee	LE POUZIN			50,2	0,0	0,0	non identifiée par la CAPCA comme zone interco
Rama	LE POUZIN	42 ha	18 723 m²	42,0	2,0	0,0	
Le Pigeonnier	LE POUZIN	8ha	0	8,0	0,0	0,0	
Le Tamaris	FLAVIAC	2 ha	1,2 ha	2,0	1,2	0,0	
Les Espinets	SAINT-JULIEN-EN-SAINT-ALBAN	12,6	21 735 m²	12,6	2,2	0,0	
Le Lac	PRIVAS	92	0,3672	92,0	0,4	0,0	
Clef du Sac	ALISSAS	8,8	0	8,8	0,0	0,0	
Moliere	CHOMERAC	3,1 ha	0	3,1	0,0	0,0	
Les Pechers	VERNOUX-EN-VIVARAIS	6,5 ha	6 844 m²	6,5	0,7	0,0	est-ce l'équivalent de la ZA Greygnac?
		177,6 ha	6,5 ha	227,8	6,5	0,0	

- Un foncier disponible limité
- Des espaces économiques en secteur de PPRI sur le Pouzin...

- Du foncier à prévoir pour le développement plus local? (d'entreprises isolées ou de petits espaces économiques)

Question de la zone de Baix? Projet de zone d'activités frontalière

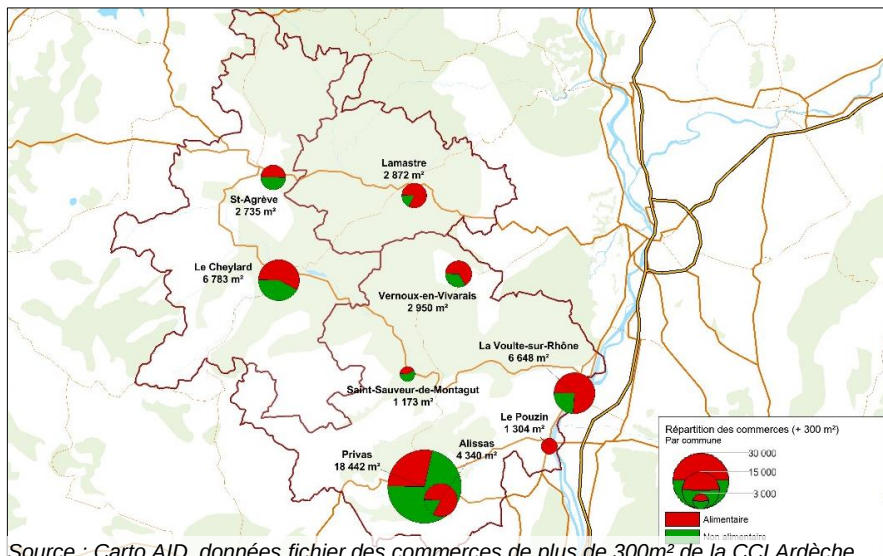
Centre  Ardèche
SCoT

Artisanat - Commerce

Diagnostic



Les grandes et moyennes surfaces (GMS)



Source : Carto AID, données fichier des commerces de plus de 300m² de la CCI Ardèche 2017

Constats :

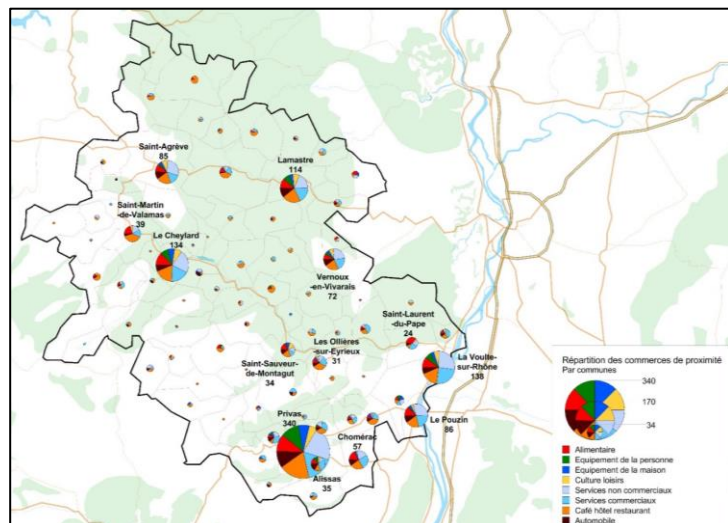
- Un maillage commercial de Grandes et moyennes surfaces essentiellement structuré autour de 3 pôles (Privas/Alissas, Le Cheylard et La Voulte sur Rhône).
- Complété par une offre de dépannage sur les communes de Lamastre, St Agrève, Vernoux, St Sauveur et Le Pouzin
- Une densité commerciale alimentaire bonne à l'échelle de chaque EPCI,
- Une zone de chalandise insuffisante pour développer certains types d'offres (équipement de la personne, culture, loisir et mobilier), induisant un déplacement vers des pôles extérieurs (Valence, etc.)

Densité de surfaces commerciales pour 1000 habitants sur le territoire, au regard des densités nationales, régionales et départementales

Pour 1000 habitants	CA Privas Centre Ardèche	CC du Pays de Lamastre	CC Val Eyrieux	SyMCA
Densité alimentaire	406	355	411	401
Densité non alimentaire	395	79	326	348
Densité totale	800	433	737	749

Pour 1000 habitants	Rhône Alpes	Ardèche	Moyenne France
Densité Alimentaire	321	364	388
Densité Non Alimentaire	522	491	606
Total	843	855	994

Le commerce de proximité



Constats:

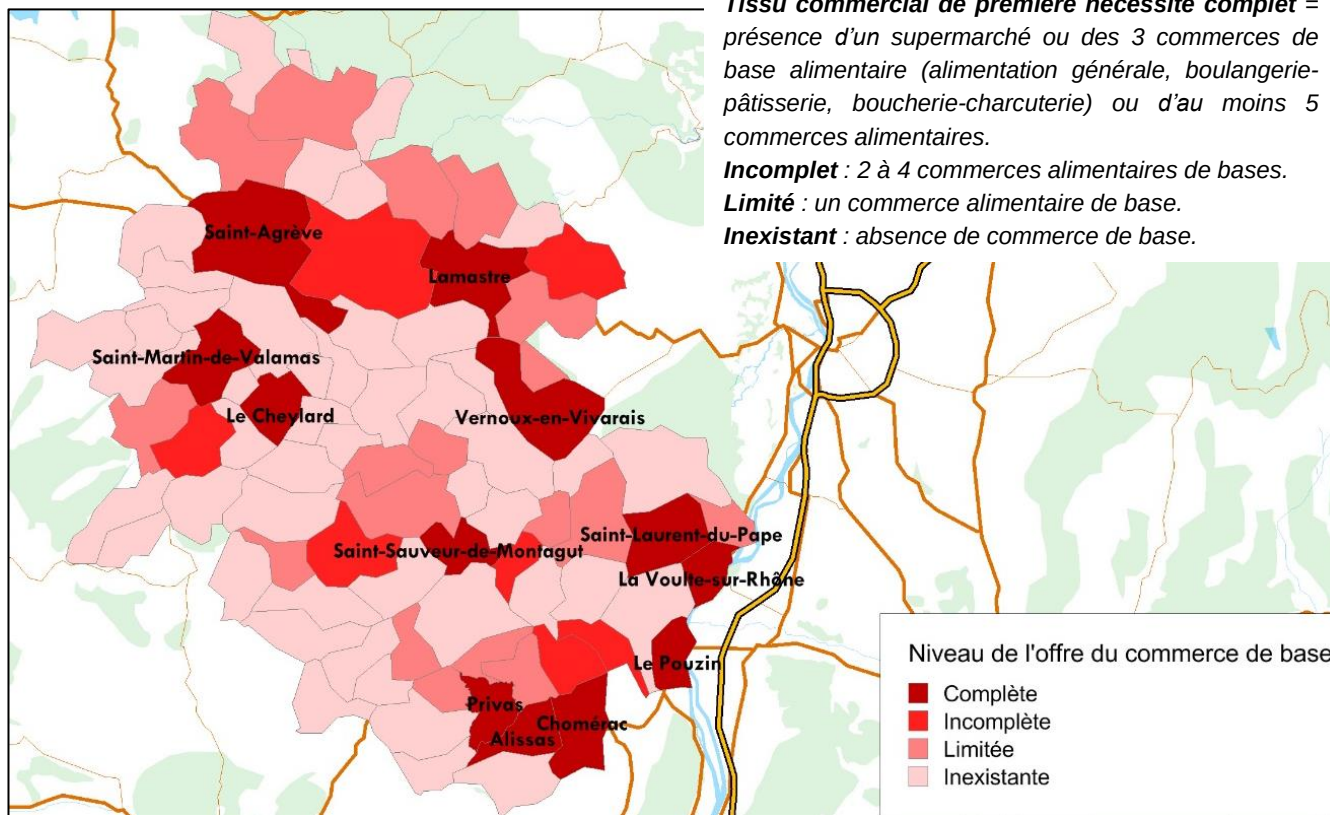
- Une offre commerciale relativement maillée à l'échelle du territoire
- Le bassin de Privas concentre plus des 2/3 de l'offre commerciale de proximité
- La moitié des communes du territoire ne dispose pas de commerce alimentaire (population trop basse pour structurer une offre)...
- ...Mais des centres villes qui rayonnent à l'échelle de bassins de vie, permettant de mailler le territoire (Privas, Le Cheylard, Lamastre, Le Pouzin/La Voult, Saint Agrève, Vernoux, Saint-Martin, Saint-Sauveur/Les Ollières)
- Une densité commerciale qui reste correcte, dans la moyenne de ce qui est observable au niveau du département
- Des densités plus forte sur les EPCI plus rurales, qui s'explique en partie par une plus faible densité des moyennes surfaces

Densité de commerces et de service pour 1000 habitants sur le territoire, au regard des densités nationales, régionales et départementales

Pour 1 000 habitants	CA Privas Centre Ardèche	CC du Pays de Lamastre	CC Val Eyrieux	SyMCA
Alimentaire	2,8	3,5	3,5	3,0
Non alimentaire	3,8	4,1	3,9	3,8
Services	10,2	10,6	11,3	10,5
Café, hôtel, restaurant	5,4	8,0	8,7	6,3
Automobile	2,3	2,6	2,5	2,3
Total	24,4	28,7	29,8	26,0

Pour 1 000 habitants	Rhône Alpes	Ardèche	Moyenne France
Alimentaire	2,4	3,1	2
Non alimentaire	4,6	4,3	3
Services	14,7	10,7	9
Café, hôtel, restaurant	6,1	7,7	4
Automobile	2,2	2,1	2
Total	30,1	28	20

Le commerce de proximité



Source : Données extraites du fichier SIRENE de l'INSEE 2016, carto AID

→ Un maillage commercial permettant de répondre aux besoins de proximité des habitants situés dans les secteurs plus ruraux

Constats:

- 12 communes disposent d'une offre de commerces de base complète. Ces 12 communes regroupant 54% de la population du territoire.
- 16 838 personnes ne bénéficient que d'un niveau d'offre incomplet ou limité (25 communes). Ces communes sont limitrophes des pôles commerciaux plus complets.
- 19% des habitants du SCoT Centre Ardèche n'ont aucun commerce de base dans leur commune (petites communes), ce qui représente 11 866 personnes, mais ces communes restent relativement proches de pôles proposant une offre complète.

Le commerce non sédentaire

Carte des marchés de l'Ardèche (édition 2018)

Du nord au sud de l'Ardèche, plus d'une centaine de communes ardéchoises proposent un marché

Repérez votre choix en un coup d'œil

● marchés plus de 30 exposants

● autres marchés



	SyMCA	CAPCA	Val'Eyrieux	Pays de Lamastre
nombre de marchés à l'année	16	11	3	2
nombre de marchés saisonniers	10	3	7	0
Nombre total de marchés	26	14	10	2

Source : Carte et données sur les marchés extraites du guide des marchés de l'Ardèche de la CCI 2018.

Nombre d'établissement en circuit-court de Centre Ardèche - 2019

Nombre d'établissements en circuit court	
CAPCA	130
CCPL	49
CC Val'Eyrieux	53
Total général	232

Source : Données de la Chambre d'agriculture d'Ardèche février 2019

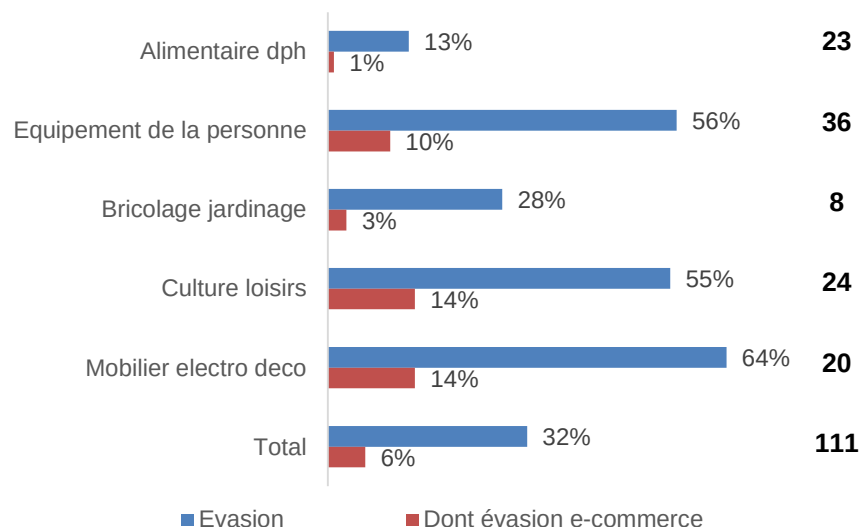
Constats:

- 30 marchés sont recensés sur le centre Ardèche : 16 marchés à l'année, 10 en période estivale et 4 foires
- Privas, La Voulte-sur-Rhône, Lamastre, Saint-Agrève, Vernoux-en-Vivarais et Le Cheylard regroupent les marchés principaux de plus de 30 exposants
- La CAPCA regroupe l'essentiel des marchés annuels (1), quand Val'Eyrieux et le Pays de Lamastre n'en proposent que 3 et 2 respectivement
- Val'Eyrieux propose une offre de marché saisonniers relativement forte au regard du nombre de marchés annuels
- La CAPCA propose des marchés/foires ponctuelles en période estivales

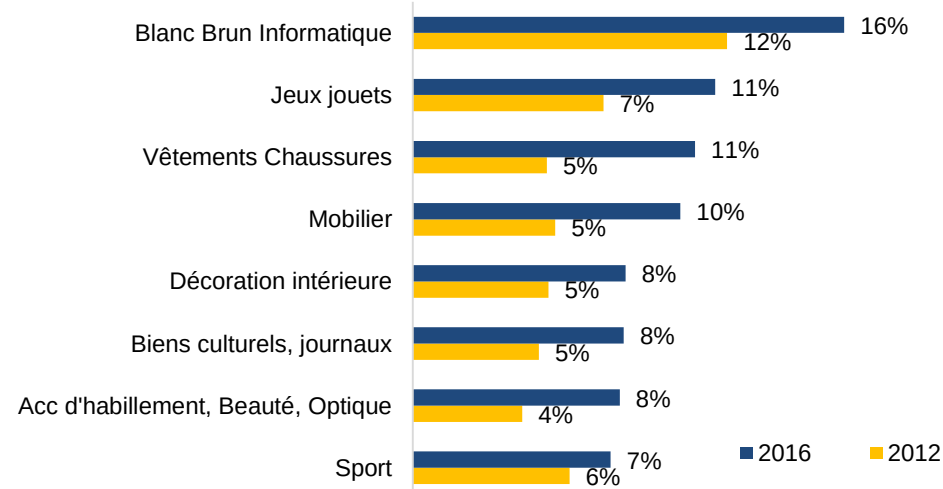
→ Un maillage de l'offre non sédentaire qui reste importante, puisqu'il vient compléter l'offre commerciale et artisanale de proximité des centres villes et villages du territoire

Consommation commerciale effectuée en dehors du périmètre du SCoT

Evasion en
M€



Evolution de l'emprise du e-commerce au niveau national
entre 2012 et 2016



Constats:

- Des achats hors SCoT effectués principalement sur des produits non alimentaire (Mobilier, Equipement de la personne et produits culturels et de loisirs)
- Une part d'achats effectués hors SCoT incompressible (e-commerce) / en phase avec les données nationales
- Des achats hors SCoT principalement tournés vers les pôles commerciaux de l'agglomération de Valence en matière de commerce non alimentaire (Guilherand Granges, Valence Centre-ville, etc.), mais aussi vers le Puy en Velay pour les habitants de Val'Eyrieux

Habitudes de consommation des habitants

Alimentaire		Destinations d'achat							
		CAPCA	Val'Eyrieux	CCPL	Reste Ardèche	Drôme	Reste Loire/haute Loire	Reste France	E-commerce
Lieux d'habitation	CAPCA	86%	2%	0%	6%	5%	0%	0%	1%
	Val'Eyrieux	3%	81%	3%	5%	1%	7%	0%	1%
	CCPL	0%	0%	83%	11%	2%	0%	3%	1%
	Total	60%	18%	9%	6%	4%	1%	0,5%	1%

Alimentaire :

- Une bonne rétention des consommations sur chaque EPCI en alimentaire
- La CCPL est plus tournée vers Arche Agglo que vers la CAPCA ou Val'Eyrieux en matière de consommation alimentaire
- Sur Val'Eyrieux, le secteur du Cheylard consomme essentiellement sur Le Cheylard, alors que le secteur de St Agrève consomme sur St Agrève, Le Cheylard et dans une moindre mesure sur le Chambon sur Lignon
- La CAPCA retient la majorité des consommations alimentaires

Non Alimentaire		Destinations d'achat							
		CAPCA	Val'Eyrieux	CCPL	Reste Ardèche	Drôme	Reste Loire/haute Loire	Reste France	E-commerce
Lieux d'habitation	CAPCA	48%	0%	0%	11%	28%	0%	3%	10%
	Val'Eyrieux	4%	43%	1%	9%	17%	13%	1%	13%
	CCPL	0%	2%	37%	20%	25%	0%	3%	13%
	Total	34%	9%	4%	12%	25%	3%	3%	11%

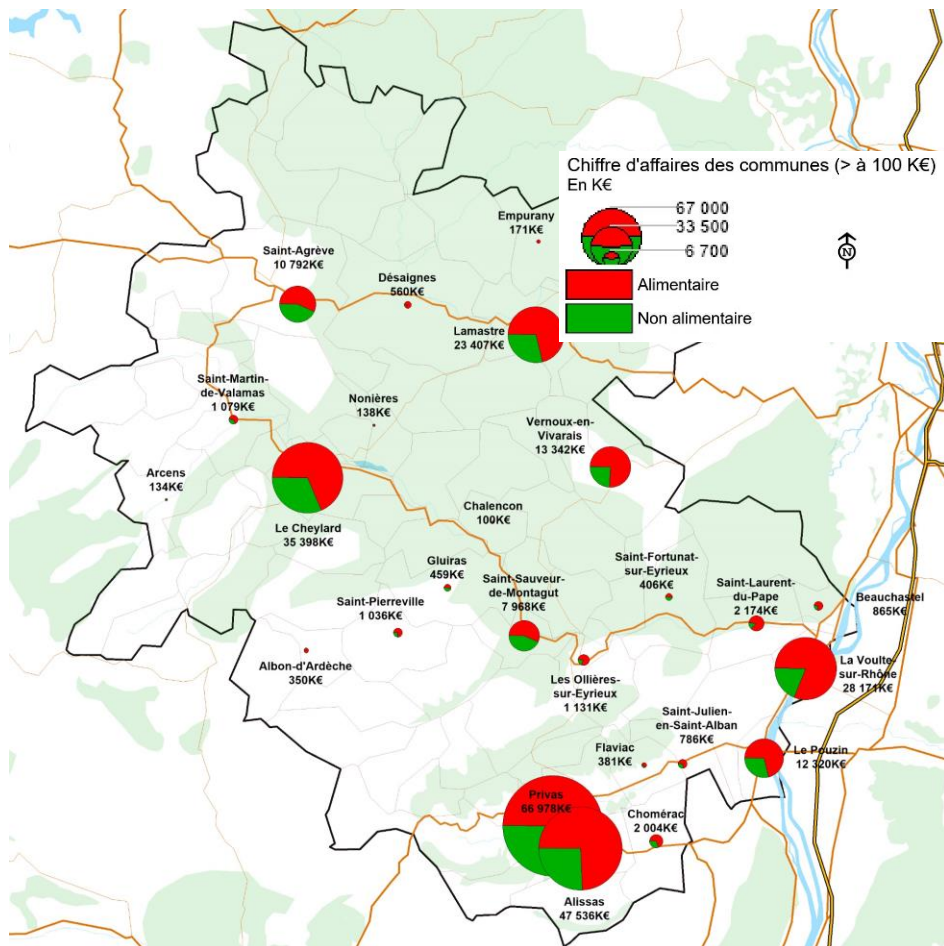
Non Alimentaire :

- Une forte attraction de la vallée du Rhône (agglo de Valence) en matière de commerce non alimentaire pour les résidents de la CAPCA et de la CCPL
- Val'Eyrieux se tourne aussi vers la vallée du Rhône, mais dans une moindre mesure, une certaine attractivité du Puy et de Saint-Etienne (pour St Agrève) se fait ressentir

→ **Chaque EPCI du territoire a un fonctionnement bien distinct et reste plus tourné vers les territoires extérieurs au SCoT que vers la CAPCA en matière de consommation**

Source: graphique de gauche données issues de l'enquête de consommation Auvergne - Rhône Alpes, CCI Ardèche 2018

Chiffre d'affaires des communes de Centre Ardèche



Constats:

- 4 secteurs enregistrent un chiffre d'affaires de plus de 20 millions d'euros (Privas/Alissas, La Voulte, Le Cheylard, Lamastre)
- 4 secteurs plus de 5 millions d'euros (St Agrève, Vernoux, Le Pouzin, St Sauveur/les Ollières)
- Seuls 2 centres-villes enregistrent un chiffre d'affaires supérieur à 40% du poids total du chiffre d'affaires de la commune (Lamastre et St Agrève), communes sur lesquelles le commerce de périphérie a été contenu...
- Seul Lamastre n'a pas vu le poids de son centre-ville se dégrader en l'espace de 10 ans.

Poids des centres-villes par rapport au chiffre d'affaires (CA) total de la commune

	Poids du Centre-ville en 2007	Poids du centre-ville en 2018
Le Cheylard	32%	19%
Lamastre	55%	56%
Le Pouzin	29%	23%
Privas (poids périphérie Alissas pris en compte)	23%	15%
Saint-Agrève	57%	43%
La Voulte	25%	24%

Source: données issues de l'enquête de consommation Auvergne - Rhône Alpes, CCI Ardèche 2018

Les zones de périphérie



Constats sur les 2 zones commerciales principales, zone du Lac à Privas et zone commerciale du Cheylard :

- Un développement commercial au coup par coup.
- Du commerce de proximité qui s'est développé dans les zones commerciales principales, venant concurrencer les centres-villes voisins (ex. Le Cheylard, Privas).
- Une architecture globalement peu qualitative en périphérie avec des bâtiments vieillissants.
- Des zones commerciales peu végétalisées et proposant peu d'aménagements publics.
- Une accessibilité modes doux limitée sur les zones de périphérie.
- **Zone du lac** : une zone commerciale qui rencontre quelques difficultés de commercialisation (locaux vacants). Une zone commerciale et économique mixte, rendant parfois la lisibilité complexe.
- **Zone commerciale du Cheylard** : pas de vacance commerciale. Un commerce regroupé sur un secteur au sein de la zone économique.

Les centralités

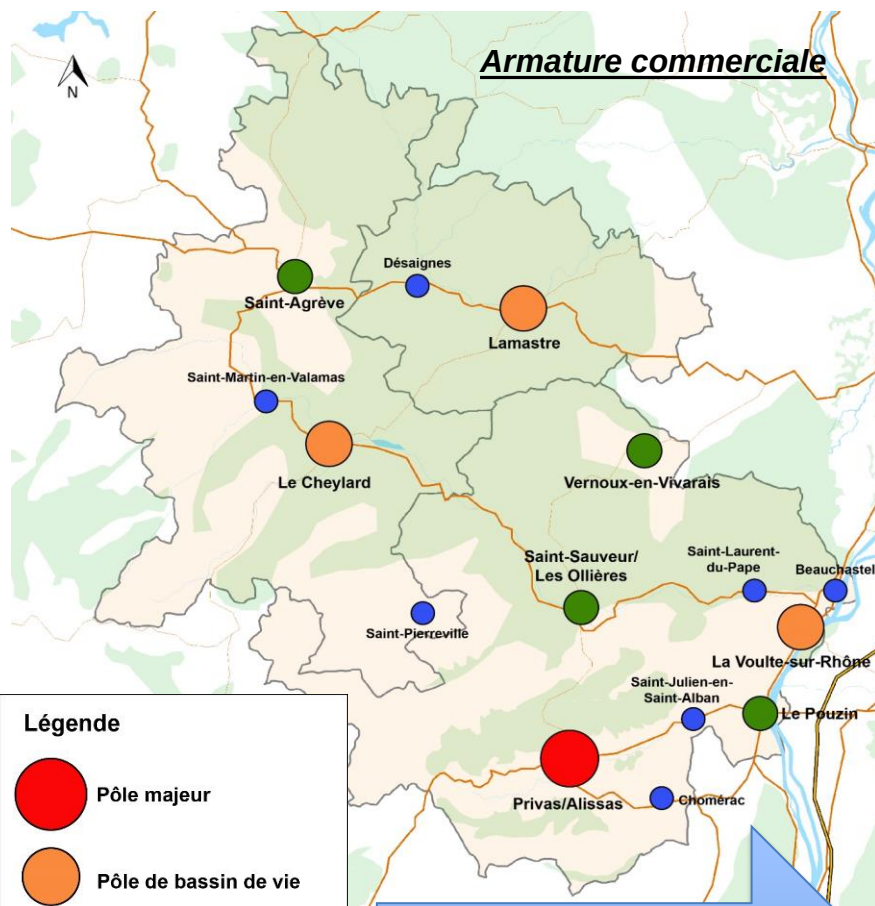


Constats sur les centralités principales :

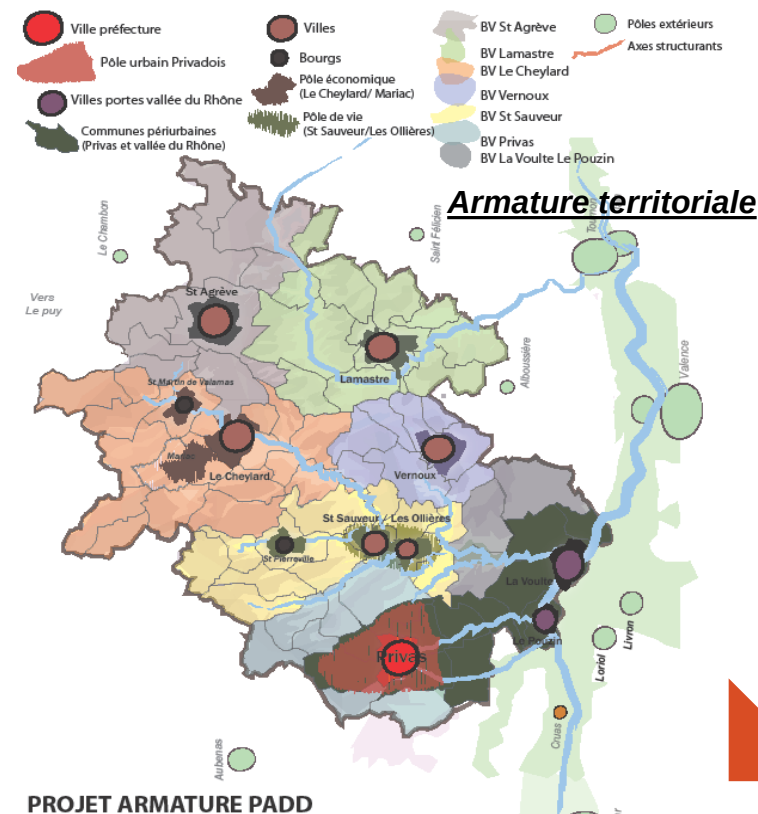
- Des centralités qui rencontrent de la vacance commerciale.
- Des locaux vacants souvent en mauvais état, rendant difficile la remise sur le marché.
- Des circuits marchands pas toujours lisibles (ruptures dans les linéaires, locaux vacants, etc.).
- Des aménagements publics à renforcer sur l'ensemble des centralités et une végétalisation à renforcer.
- Des trottoirs parfois exigus, ne permettant pas une circulation piétonne optimale.
- Une forte présence de la voiture, avec de large nappes de stationnement, facilitant l'accessibilité véhiculées, mais rendant difficile la circulation piétonne.
- Un commerce qui s'est développé sur les axes de flux dans plusieurs centralités.

A noter quelques spécificités : Des espaces publics en partie requalifiés ou en cours de requalification sur Le Cheylard, St Agrève, Privas, La Voulte / une offre regroupée autour des places principales à Lamastre / une signalétique qualitative à Privas...

Une armature commerciale qui fait le lien avec l'armature territoriale



*Éléments de justification de
l'armature commerciale du
SCoT Centre Ardèche*



PROJET ARMATURE PADD

	Chiffre d'affaire (CA) de la polarité	Offre de grandes et moyennes surfaces de la polarité	Offre de proximité de la polarité
Pôle majeur	CA > à 100 M€	Plus de 20 000 m ² de surfaces de vente	Plus de 300 activités
Pôle de bassin de vie	CA > à 20 M€	Au moins un commerce alimentaire et non alimentaire	Plus de 100 activités
Pôle d'appui	CA > à 5 M€		Plus de 50 activités
Pôle de proximité	CA > à 500 K€	-	Plus de 10 activités dont au moins 2 activités alimentaire

Enjeux et objectifs associés

1. Définir le positionnement commercial des pôles en lien avec leur niveau dans l'armature territoriale.

2. Générer des complémentarités entre offre de grandes surfaces et de proximité, entre centralité et périphérie, en :

- **créant les conditions du maintien d'une offre commerciale et artisanale de proximité dans l'ensemble des centralités du territoire (maillage)** (répondre aux besoins des habitants captifs, conforter les centralités et limiter les friches/la vacance)
- **desservant de manière optimale les habitants actuels et futurs du Centre Ardèche sur les différentes catégories de besoins, depuis les besoins de première nécessité jusqu'aux besoins plus anomaux**

→ L'analyse des flux de consommation met en évidence une desserte globalement satisfaisante sur l'alimentaire. Il s'agira de s'interroger sur la capacité des polarités à retenir davantage les consommations en non alimentaire, dans un contexte où les marges de manœuvre sont limitées par la taille des bassins de vie

3. Encourager les équilibres et complémentarités entre les formes de commerces et les sites commerciaux (valoriser sur les ressources du territoire à travers toutes formes de vente : circuits, courts, vente directe, tournées, etc.)

4. S'appuyer sur l'attractivité touristique du territoire (maintenir le commerce en centralité, valoriser le patrimoine du territoire, encourager les activités liées au tourisme)

5. Renforcer la qualité et l'attractivité des espaces marchands (améliorer les entrées de villes, renforcer l'aménagement paysager, l'accessibilité, etc.)

Méthodologie

1. **Tendances de consommation** au niveau national et déclinaison sur le territoire.
2. **Données de prospective** sur de potentiel de développement commercial à horizon 10 ans.
3. **Formulation d'orientations/scénarios.**

Votre avis ? Débat et positionnement sur ces propositions d'orientations



Option (s) à privilégier (consensus majoritaire)



Option à territorialiser



Option (s) à considérer (pas de consensus)



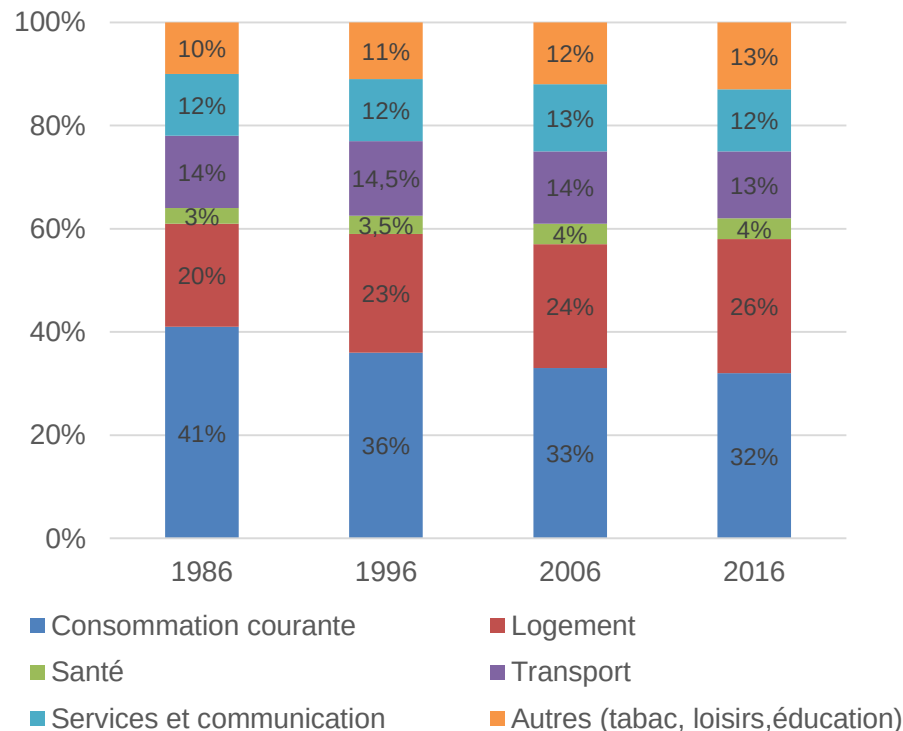
Option à territorialiser



Option (s) à écarter (consensus majoritaire)

Un ralentissement de la consommation constaté en France

Répartition du budget des ménages par type de consommation au niveau national



Taux d'évolution de la consommation des ménages au niveau national de 2000 à 2016

	2000 à 2008	2008 à 2016	2000 à 2016
Alimentaire	1,9%	1,2%	1,5%
Equipped de la personne	0,9%	-0,4%	0,3%
Equipped de la maison	1,8%	-1,4%	0,2%
Bricolage Jardinage Plantes Fleurs	3%	0,2%	1,6%
Biens culturels, sport, jeux	1%	-1,4%	-0,2%
Ensemble	1,7%	0,2%	0,9%

Source : données INSEE et traitement AID - € courants

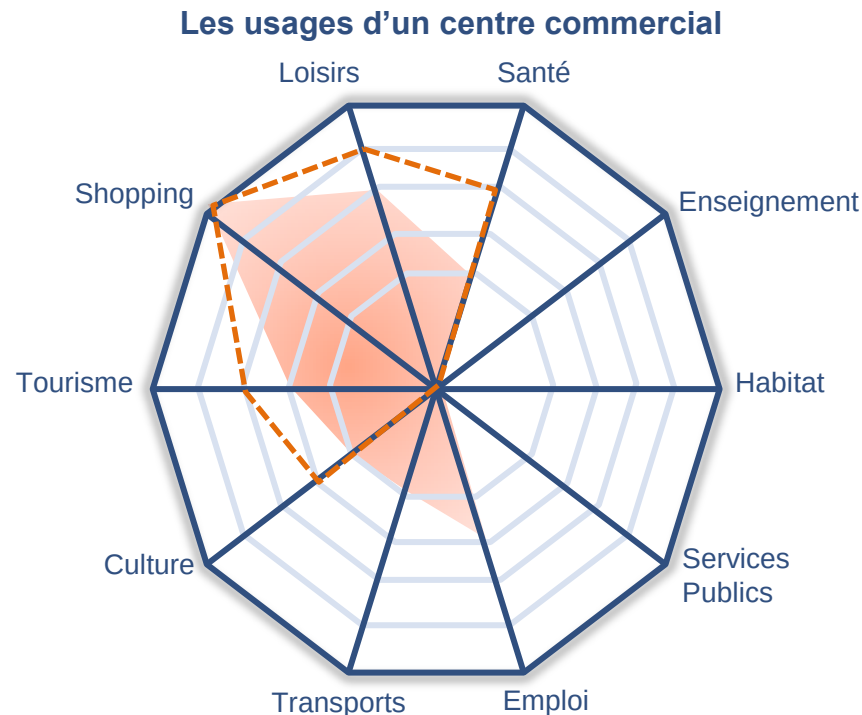
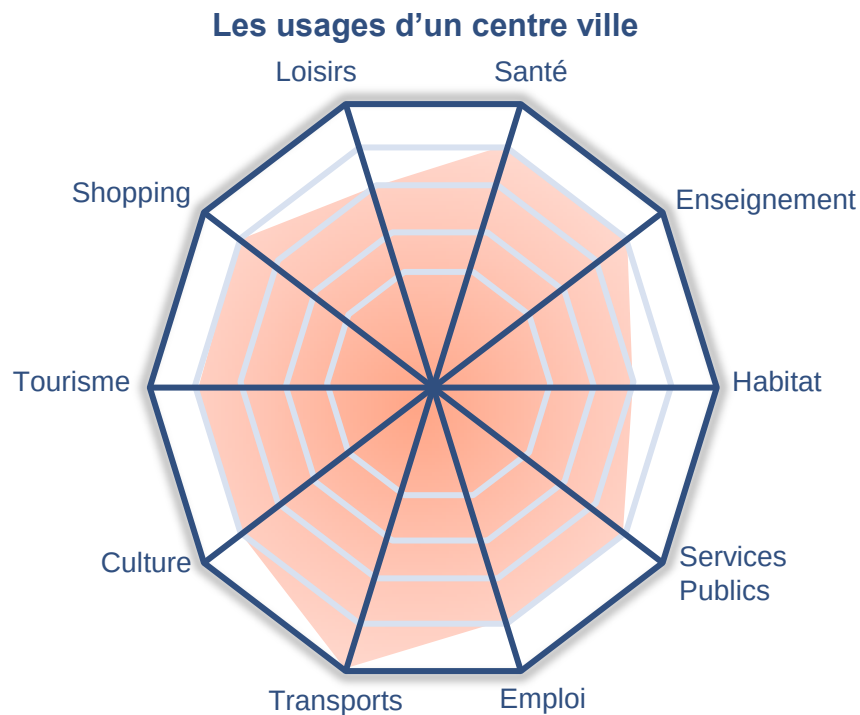
Les facteurs de commercialité des centres-villes



- ✓ Densité commerciale,
- ✓ Taux de commercialité,
- ✓ Complémentarité de l'offre et locomotives,
- ✓ Circuits marchands,
- ✓ Accessibilité,
- ✓ Stationnement,
- ✓ Confort et qualité des espaces publics,
- ✓ Qualité urbaine (Enseignes, stores, façades, terrasses),
- ✓ Propreté, sécurité, éclairage, mobilier de repos, végétal et ombrage...
- ✓ Services (Sanisettes, wifi, conciergerie...),
- ✓ Animation, dynamique collective (horaires, jours d'ouvertures...)



Des fonctions de centre-ville qui se délocalisent vers la périphérie...



- Le succès du commerce en centre-ville contrairement aux centres-commerciaux s'appuie sur une multiplicité d'usages

→ La délocalisation de certaines fonctions non commerciales propres au centre-ville peut entraîner une fragilisation du commerce dans les centres-villes

Rappel: définition des fréquences d'achats

Fréquences d'achats	Types d'activités concernées	Aire d'influence minimale	Formats de vente concernés	Modes principaux d'accès et de transports pour les achats
Quotidienne	Boulangerie, boucherie – charcuterie, tabac – presse, fleurs, alimentation, services ...	> 1200 à 2500 habitants	Commerces traditionnels sédentaires et non sédentaires	Modes doux Transports en commun Voiture
Hebdomadaire	Supermarchés / hypermarchés, alimentaires spécialisés...	8 000 hab. (+1 000 m²).	Moyennes surfaces alimentaires	Modes doux Transports en commun Voiture
Occasionnelle « lourde »	Bricolage, jardinage	> 10 000 habitants	Grandes et moyennes surfaces spécialisées (GSS) non alimentaires	Voiture
Occasionnelle « légère »	Habillement, chaussures, optique, parfumerie, bijouterie, librairie papeterie CD/DVD, jeux - jouets, petite décoration, ...	> 15 000 hab à 20 000 habitants		Modes doux Transports en commun Voiture
Exceptionnelle	Mobilier, électroménager, aménagement, de la maison (cuisines, salles de bains), concessionnaires automobiles...	> 40 000 à 50 000 habitants		Voiture

2. Prospective à horizon 10 ans

Potentiel de développement commercial des GMS à horizon 10 ans

	Projections 2028	
Prospective démographique	Tendancielle	Objectif SCoT
Ménages supplémentaires à l'échelle du SCoT	+ 2 189 ménages	+ 2 592 ménages
Evolution de la dépense commercialisable du SCoT	33,5 M€	38 M€
Emprise / éviation	Constante	
Surplus de chiffre d'affaires pour les grandes surfaces	4,3 M€	4,9 M€
Potentiel de m ² de surface de vente supplémentaire pour les + 300 m ²		
• Achat régulier (alimentaire)	1 500 à 2 000 m ²	2 000 à 2 500 m ²
• Occasionnel léger (équipement personne, loisirs, etc.)	500 à 1 000 m ²	500 à 1 000 m ²
• Occasionnel lourd (bricolage, équipement de la maison, etc.)	1 000 à 1 500 m ²	1 500 à 2 000 m ²
• Exceptionnel (Mobilier, électroménager, aménagement de la maison)	500 à 1 000 m ²	500 à 1 000 m ²
Volume total de (m ²)	3 500 à 5 500 m ²	4 500 à 6 500 m ²

Hypothèses :

- Maintien des parts de marché de la grande distribution et du petit commerce
- Evolution de la DC par ménage selon deux hypothèses
- Maintien du chiffre d'affaires des activités existantes à surface constante

- Soit 1 à 2 ha de foncier
- **NB** : Au vu des données démographiques, 80% du potentiel indiqué dans le tableau ci-contre est identifié pour la CAPCA

Source: calculs AID, d'après données issues de l'enquête de consommation Auvergne - Rhône Alpes, CCI Ardèche 2018



Un potentiel de développement commercial limité ! Où prioriser le développement dans le cadre d'une stratégie de maillage du territoire ?

2. Prospective à horizon 10 ans

Potentiel de développement commercial du commerce de proximité (de moins de 300m²) à horizon 10 ans

	SyMCA		CCPL		CC Val'Eyrieux		CAPCA	
Prospective démographique	Tendancielle	Objectif SCoT	Tendancielle	Objectif SCoT	Tendancielle	Objectif SCoT	Tendancielle	Objectif SCoT
Alimentaire et DPH*	2,5 M€	2,9 M€	280 K€	280 K€	275 K€	340 K€	2 M€	2,3 M€
Équipement de la personne, accessoires	900 K€	1 M€	65 K€	65 K€	90 K€	115 K€	725 K€	850 K€
Équipement de la maison, jardinerie, bricolage	800 K€	900 K€	70 K€	70 K€	80 K€	90 K€	650 K€	720 K€
Culture, loisirs, sport	75K€	90K€	4 K€	4 K€	10 K€	15 K€	55 K€	75 K€
TOTAL	4,3 M€	4,9 M€	420 K€	420 K€	455 K€	560 K€	3,4 M€	3,9 M€
Équivalent en nombre de boutiques			~2 boutiques		~2 boutiques		~15 boutiques	

Hypothèses :

- Maintien des parts de marché de la grande distribution et du petit commerce
- Evolution de la DC par ménage selon deux hypothèses
- Maintien du chiffre d'affaires des activités existantes à surface constante

- Un potentiel de développement principalement en alimentaire.
- Un potentiel insuffisant en culture-loisirs pour développer de nouvelles boutiques sur les 3 EPCI.
- Un confortement de l'existant à privilégier sur l'équipement de la personne et l'équipement de la maison sur la CCPL et Val'Eyrieux.
- Un potentiel à déployer sur la remise sur le marché de locaux vacants avant de créer de nouvelles cellules.

*DPH : droguerie, parfumerie, hygiène

Source: calculs AID, d'après données issues de l'enquête de consommation Auvergne - Rhône Alpes, CCI Ardèche 2018

Préalable : définitions

Développement / diversification des fonctions :

- Foncier mis à disposition du commerce / volume de nouvelles surfaces : ++
- Accueil de nouvelles implantations et extensions dans un volume important et sur des fonctions pouvant être inexistantes, entraînant le changement de niveau hiérarchique du pôle commercial ou sa montée en puissance

Renforcement / Confortement des fonctions :

- Foncier mis à disposition du commerce / volume de nouvelles surfaces : +
- Accueil de nouvelles implantations et extensions sur des fonctions commerciales déjà existantes sur le pôle de manière à affirmer son rôle sur ces fonctions

Maintien des fonctions :

- Foncier mis à disposition du commerce / volume de nouvelles surfaces : = (*limité aux extensions*)
- Localisation non préférentielle pour de nouveaux développements commerciaux
- Extensions possibles des surfaces existantes sur le pôle pour répondre à un objectif de modernisation des enseignes présentes sur un périmètre équivalent à l'existant

3 scénarios possibles :

Evaluation	Au fil de l'eau (développement périphérique principalement)			Requalification de la périphérie			Maillage : priorisation des centralités		
	-	+/-	+	-	+/-	+	-	+/-	+
<i>Attractivité commerciale du territoire</i>		X			X			X	
<i>Part de marché des centralités (+ : évolution/- : baisse)</i>	X			X					X
<i>Lisibilité de l'offre</i>		X				X			X
<i>Compatibilité avec le potentiel de développement</i>	X					X		X	
<i>Desserte optimale des populations / rapprochement des consommations</i>	X				X				X
<i>Viabilité économique des activités – risque de friches</i>		X			X			X	
	Un scénario qui facilite les implantations commerciales en périphérie et sollicite peu les interventions publiques en centralité			Un scénario qui facilite les implantations commerciales en périphérie et sollicite peu les interventions publiques en centralité			Un scénario qui limite les développements en périphérie, afin de privilégier la mise en place d'actions publiques permettant la redynamisation des centralités urbaines et villageoises		

★ Option (s) à privilégier (consensus majoritaire)

★ Option (s) à considérer (pas de consensus)

★ Option (s) à écarter (consensus majoritaire)

● Option à territorialiser

Orientations pour les commerces de périphérie (de + de 300m²)**1 - Pour les 2 zones de périphérie principales**

(Privas/Le Lac et Le Cheylard/La Palisse), il convient de :

- a) **Développer / diversifier l'offre commerciale** sur des fonctions, des typologies et des enseignes inexistantes.
- b) **Renforcer l'offre existante en limitant le foncier mobilisable** pour de nouveaux commerces.
- c) **Ne permettre que l'extension de l'existant** (des commerces déjà existants ?) **uniquement.**

**2 - Sur les pôles de bassin* et d'appui* en périphérie, il convient de :**

- a) **Développer l'offre pour accueillir plus de commerces de + de 300m².**
- b) **Renforcer les pôles** disposant d'une offre de grandes et moyennes surfaces (GMS) en permettant éventuellement l'accueil d'un **commerce inexistant.**
- c) **Permettre l'extension des commerces existants** uniquement pour leur modernisation et/ou leur requalification, afin de maintenir l'offre.

3 - Autoriser le développement des m² commerciaux en périphérie mais strictement conditionné à la **requalification et/ou l'amélioration de l'accessibilité** tous modes.**4 - Renforcer les conditions qualitatives** (architecturales, environnementales, paysagères et d'accessibilité) pour l'implantation et/ou l'extension de commerces, **sur l'ensemble des zones de périphérie** et pour toutes les GMS.

* Au regard de la définition de l'armature commerciale

- ★ Option (s) à privilégier (consensus majoritaire)
- ★ Option (s) à considérer (pas de consensus)
- ★ Option (s) à écarter (consensus majoritaire)
- Option à territorialiser

Orientations pour les commerces de centralités

5 - Jouer la carte de la proximité en renforçant les centralités du territoire, ainsi que le maillage fin du commerce de proximité **dans tous les centres villes, bourgs et villages** du territoire.

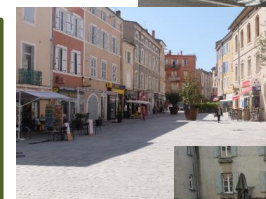
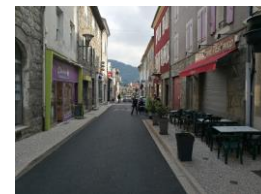
6 - Hiérarchiser le type d'offre commerciale à privilégier selon le niveau de polarité des centralités au regard de l'armature commerciale et de l'armature territoriale (par ex. privilégier l'offre de proximité sur les pôles de proximité* et élargir à l'accueil de GMS en centralité sur le pôle majeur*, etc.)

7 - Contenir le développement commercial en périphérie et travailler sur les **complémentarités centre/périphérie** afin de ne pas concurrencer les centres villes.

8 - Favoriser l'accueil de nouvelles enseignes/locomotives en priorité dans la polarité majeure* (Privas) et dans les polarités de niveau « bassin de vie* » (Lamastre, Le Cheylard, La Voulte)

9 - Conforter tout commerce existant qui répond aux besoins réguliers et du quotidien des habitants.

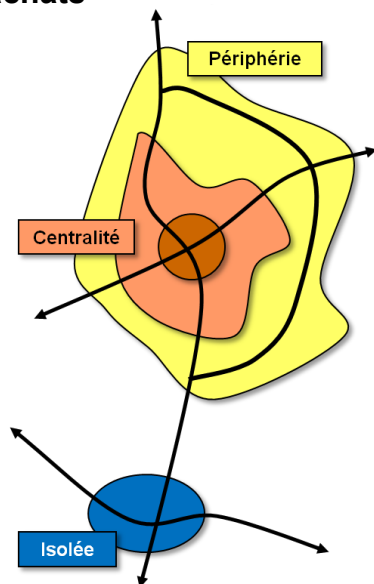
10 - En matière de commerce de centre-ville, agir en faveur de la réappropriation des locaux vacants en centralité, et réglementer la **qualité des aménagements.**



- ★ Option (s) à privilégier (consensus majoritaire)
- ★ Option (s) à considérer (pas de consensus)
- ★ Option (s) à écarter (consensus majoritaire)
- Option à territorialiser

Orientations sur les complémentarités centralités/périphéries

Des enjeux d'implantation variables selon les typologies d'achats

- de 300 m²+ de 300 m²

Boutiques/
petit commerce
(quotidienne)



Régulière
(hebdomadaire)



Occasionnelle
« lourde » /
exceptionnelle



Occasionnelle
« légère »



Centralité



Périphérie



axes de flux &
isolé du tissu
urbain



Localisations à privilégier



Localisations à proscrire pour de nouveaux développements



Possibilités d'implantations sous conditions

→ Traduction dans le SCoT : définition de la vocation des localisations

Contacts



Stéphanie Bergeron

s.bergeron@aidobservatoire.fr

04 78 93 12 81

Béatrice Dumas

b.dumas@aidobservatoire.fr

04 78 93 12 81



Suite de la démarche

- **Atelier** « Aménagement artisanal et commercial-DAAC » le 20 mars 2018.
- Travail en **Bureau** sur les orientations « Aménagement artisanal et commercial » du PADD le 11 avril.
- Une prochaine **réunion technique** spécifique sur le foncier à vocation économique **à prévoir**.
- Prochain **Comité technique**

1^{ère} trame du PADD

Jeudi 20 juin à 9h30 à St Laurent du Pape