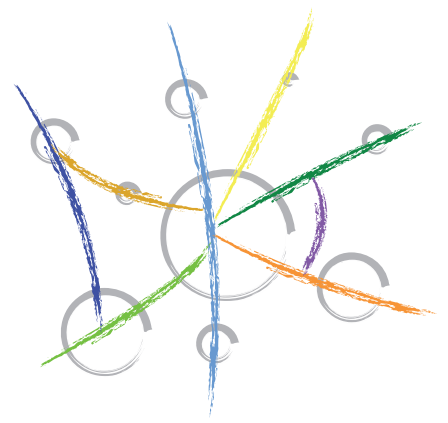




Les Scot de l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne

Agglomération lyonnaise

Beaujolais

Boucle du Rhône en Dauphiné

Bugey-Côtière-Plaine de l'Ain

La Dombes

Loire Centre

Monts du Lyonnais

Nord-Isère

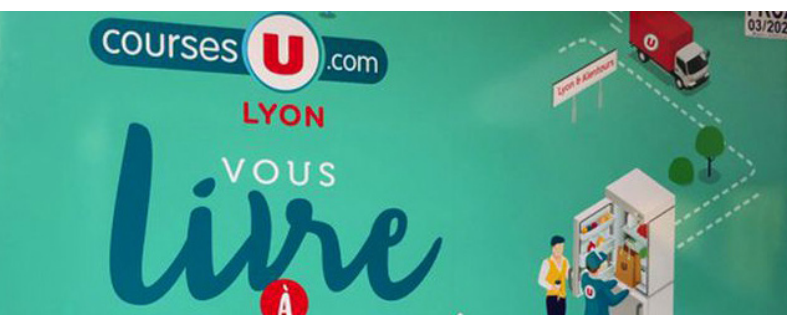
Ouest lyonnais

Rives du Rhône

Roannais

Sud Loire

Val de Saône-Dombes



L'urbanisme commercial dans l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne

Bulletin de veille n° 8

Octobre 2019

Sommaire

1

Conjoncture nationale

4

2

Nouveaux concepts

8

3

La vie des projets commerciaux
de l'aire métropolitaine de Lyon - Saint-Etienne

12

4

Actualité juridique : la loi ELAN et le commerce

16

Le commerce, secteur aux évolutions rapides et à l'impact considérable sur l'aménagement du territoire, nécessite un suivi régulier.

Dans le cadre du programme de travail de l'inter-Scot de l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne, et à l'initiative des présidents des établissements publics porteurs de Scot, les Agences d'urbanisme de Lyon et de Saint-Etienne sont chargées de mettre en place un système de veille et d'observation mutualisé avec le Pôle Métropolitain. Les Agences publient ainsi un bulletin de veille biannuel qui s'appuie sur différentes sources, principalement issues de la presse et d'entretiens réalisés au sein d'un réseau d'informations (communes, EPCI, Scot, établissements publics d'aménagement, opérateurs privés de l'immobilier commercial, CCI).

Ce huitième numéro propose une actualité juridique, conjoncturelle, prospective ainsi qu'un état des lieux des grands projets commerciaux de l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne pour la période de juillet 2018 à juillet 2019.

Conjoncture nationale

Parts de marché des circuits de distribution alimentaire en 2018¹

A fin 2018 les supermarchés (y compris les supermarchés à dominante marques propres tels que Lidl et Aldi) concentrent près de la moitié (46%) des ventes de produits de grande consommation et produits frais libre-service (PGC-FLS), devant les hypermarchés (41%). Les formats de proximité concentrent 8,5% des ventes et le drive en capte 5,2%.

Le drive : un circuit toujours dynamique

Le drive est le circuit qui enregistre les plus belles performances en 2018 sur les ventes de PGC-FLS, avec un chiffre d'affaires en valeur en croissance annuelle de 7,5%.

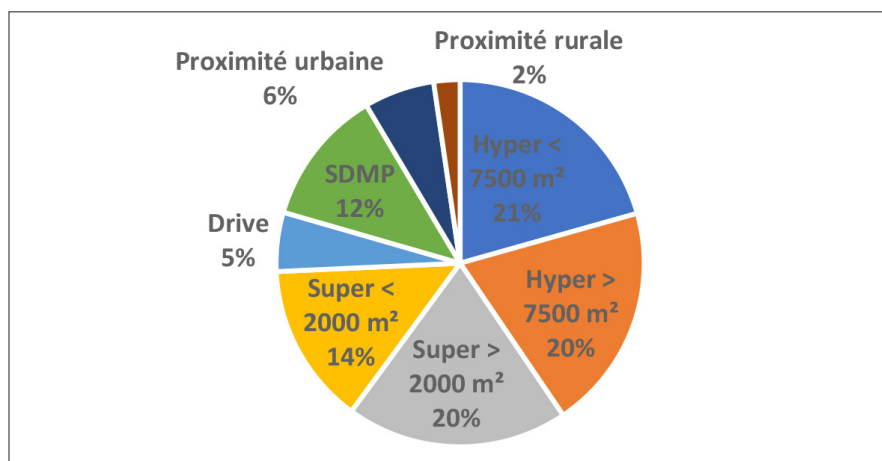
Malgré un net ralentissement des créations de drive, en 2018 LSA expert recense près de 320 ouvertures en 2018 (+10%) et environ 830 au cumul sur les 3 dernières années.

Les 2/3 des drives enregistrent des croissances annuelles supérieures à 2%.

Développement des discounters (SDMP)

Les supermarchés à dominante marques propres (ex-discounters) enregistrent une hausse de chiffre d'affaires de 4,6% sur les PGC-FLS. Lidl qui a engagé une montée en gamme depuis 2012 et une refonte progressive de ses magasins, gagne progressivement des parts de marché (+1,4 point à période comparable entre 2012 et 2018). Cette dynamique se poursuit : Lidl dépasse les 6% de parts de marché sur les PGC-FLS durant l'été 2019.

Poids des circuits de distribution en 2018 (ventes de produits de grande consommation et frais libre-service)



SDMP : supermarchés à dominante marques propres (ex-discounters)

¹Source : Nielsen. Donnée en cumul annuel mobile au 30 décembre 2018. Analyse réalisée en valeur. Synthèse parue sur LSA de février 2019.

²Source : LSA Expert

Retour vers les formats de proximité, les circuits courts et le bio

Les consommateurs privilégient de plus en plus les magasins de proximité ou de taille moyenne (superettes, supermarchés) par rapport aux grands formats où on « trouve de tout » et on « perd du temps ».

Dans le même sens, les circuits-courts (halles et marchés, AMAP, vente en direct, etc.) et les produits bio ou locaux poursuivent leur croissance.

Le parc de magasins bio alimentaires a bondi de +25% entre 2010 et 2018 en France². De nouvelles enseignes ou concepts se développent : Naturalia (groupe Casino), Frais d'ici (groupe Invivo - Gamm Vert), So.Bio (groupe Carrefour), Cœur de nature (groupe Auchan...), Bio c'est bon, etc.

Les hypermarchés et supermarchés misent également sur le bio en élargissant leur rayons et en renforçant les partenariats locaux.

Perte progressive des parts de marchés des grands hypermarchés

Les grands hypermarchés, c'est-à-dire ceux ayant une surface de vente de plus de 7 500 m², enregistrent une diminution de chiffre d'affaires en valeur sur les produits de grande consommation de -1,1% en 2018. Ce chiffre cache des disparités puisque les 2/3 d'entre eux sont en recul et 40% ont une baisse supérieure à 2%.

Les hypermarchés de taille intermédiaire ont des résultats plus mitigés : 45% d'entre eux sont en recul.

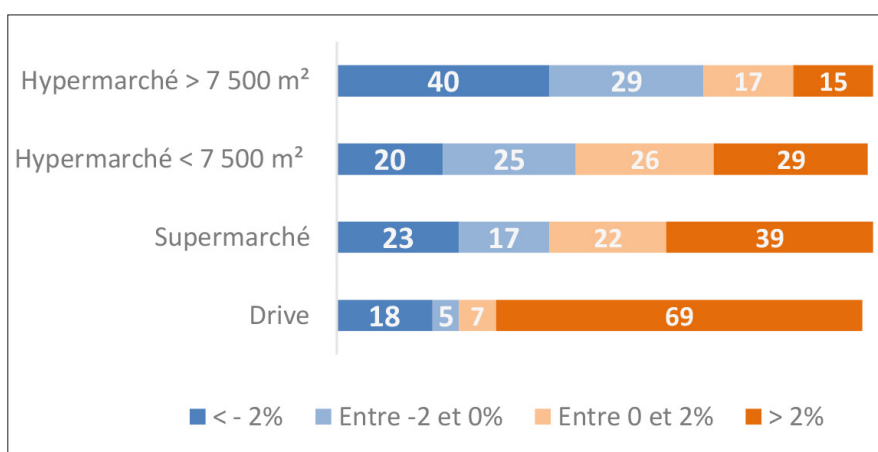
Une année difficile pour les intégrés³

Les intégrés⁴ sont plus en difficulté que les indépendants. Carrefour et Auchan perdent 0,2 point de part de marché à fin 2018, et Casino perd 0,1 point. Cette perte est notamment attribuée aux hypermarchés.

Intermarché fait de bonnes performances (+ 0,3 point) pour atteindre 14,9% de parts de marché ainsi que Lidl (+ 0,2 point), Système U (+0,1 point ; 10,7%) et Aldi (+0,1 point ; 2,3%).

E. Leclerc garde sa position de leader avec une part de marché de 21,1%, même s'il enregistre une légère baisse en 2018 (-0,1 point)

Evolution du chiffre d'affaires (sur les produits de consommation courante) entre 2017 et 2018 par circuit de distribution (%)



Source : Nielsen - LSA parution février 2019

³ Source : Kantar – panel Worlpanel 2019

⁴ Le commerce intégré désigne les formes de commerces en réseaux dont tous les points appartiennent au même propriétaire. L'entreprise est dirigée par le propriétaire (groupe appartenant à une famille, investisseurs, actionnaires...) et les points de vente sont dirigés par des salariés du groupe. On dénombre notamment : Casino, Carrefour, Auchan.

Bilan du e-commerce en France en 2018

Poursuite de la croissance du e-commerce

Les ventes en ligne aux particuliers ont progressé de 13,4% par rapport à 2017, et ce dans un contexte de recul de la consommation des ménages (-1,36% en 2018) ⁵ pour atteindre un chiffre d'affaires de 92,6 milliards d'euros en 2018. Selon la FEVAD, le cap des 100 milliards d'euros devrait être atteint en 2019.

Sur la dernière décennie, le e-commerce a enregistré une croissance de 73 milliards d'euros, dont 30 milliards entre 2015 et 2018.

A titre de comparaison, le chiffre d'affaires du e-commerce en Espagne et en Italie est estimé à 28 milliards d'euros et à 175 milliards en Angleterre.

Forte pénétration sur certains secteurs d'activités

Le e-commerce continue de gagner des parts de marché en atteignant 9,1% du commerce de détail ⁶ contre 8,5% en 2017.

Certains secteurs sont davantage concernés par les achats en ligne : maison high tech (26% de parts de marché), maison électroménager (20%), produits culturels « physiques » neufs (19%), vêtements (14%), meubles (14%).

Sur les produits de grande consommation, le poids du e-commerce est moindre (7,1% de part de marché), il évolue toutefois d'une année sur l'autre (+0,5 points entre 2017 et 2018).

Chiffres clés

CA 2018 : 92,6 milliards € soit une hausse annuelle de 13,4% (9 milliards d'€)

CA canal mobile : 20 milliards € (22% des ventes) soit une hausse annuelle de 38%

Part de marché 2018 : 9,1% du commerce de détail (hors carburants, pharmacies, articles médicaux et orthopédiques)

Nombre d'acheteurs 2018 : 38,8 millions de Français (+17 millions versus 2008)

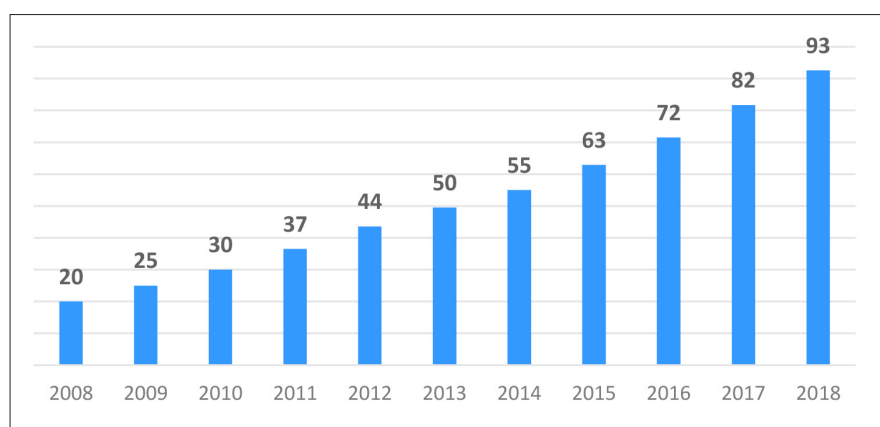
Panier moyen 2018 : 61,5€

39 transactions en moyenne et 2420 € par acheteur en 2018

Fréquentation mensuelle des 3 principaux sites e-marchands : Amazon (29,7 millions visiteurs « uniques »), Cdiscount (20 millions), Fnac (14,5 millions)

Sources : FEVAD, l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie – parution en juin 2019

Evolution du chiffre d'affaires du e-commerce en France de 2008 à 2018 (milliards d'€)



⁵ S Source : Banque de France

⁶ Hors carburants, pharmacies, articles médicaux et orthopédiques (source : FEVAD – INSEE)

Poursuite du développement du canal mobile

Les achats sur mobiles (smartphones et tablettes) représentent 22% pour atteindre un chiffre d'affaires de 20 milliards d'euros, soit une hausse annuelle de 38%. Ils ne représentaient que 5% en 2013 (2,2 milliards d'euros). Ces résultats encouragent le parcours omnicanal.

Au-delà de l'acte d'achat, les e-acheteurs utilisent leur smartphone pour s'informer sur un produit ou service avant de l'acheter (56%), suivre une commande (56%) ou encore rechercher et localiser des boutiques physiques (52%).

Baisse du panier moyen compensée par la hausse des fréquences d'achat

Le montant moyen d'une transaction continue de diminuer pour atteindre 61,5€ en 2018 (-6% sur un an soit une baisse de 4,5€). Le recul du panier moyen amorcé depuis 2012 (alors autour de 90€), s'explique notamment par le fait que les achats concernent de plus en plus les produits du quotidien ou ne concernent qu'un seul ou deux produits.

Cette tendance est toutefois compensée par la hausse de la fréquence des achats pour atteindre 1,5 milliards de commandes (+22% en un an). En 10 ans ce nombre a été multiplié par 6,5.



Exemple local : la plateforme e-commerce de Feurs (42)

Depuis décembre 2018, une plateforme e-commerce a vu le jour à Feurs. Les magasins de la ville sont répertoriés sur le site achetezafeurs.fr, où il est possible de naviguer et passer commande avec retrait dans les magasins concernés. Le site est géré par l'office du commerce et de l'artisanat de Feurs. Il regroupe environ 70 commerçants qui publient leurs produits sur la plateforme (contre un abonnement mensuel de 15 €).

Outre les produits référencés, la géolocalisation de chaque boutique offre une visibilité intéressante.

Nouveaux concepts

Le paysage commercial se caractérise par une accélération des expérimentations de formats ou concepts plus compacts, urbains, hyper connectés et/ou proposant de nouveaux services.

Sources : presse spécialisée (LSA, Linéaire, ...) et entretiens avec les opérateurs commerciaux.

3 typologies de « drive piéton »

1. Le *drive* piéton intégré est matérialisé par un comptoir de retrait dans un magasin. Il s'apparente au déploiement d'un nouveau service.
2. Le *drive* piéton déporté prend la forme d'un local de 50 à 70 m² avec comptoir d'accueil, dont les 2/3 de la surface sont dédiées au stockage.
3. Les casiers automatiques tri-températures, accessibles en continu (via code d'accès et QR code). Ils sont situés en centre-ville, à proximité d'entreprises ou dans les supermarchés / hypermarchés (ex : Auchan Centre Deux de Saint-Etienne).

« Drive » piéton

Avec une dénomination en oxymore, le « *drive* piéton » est un point de retrait des courses réalisées sur internet. A l'inverse des « *drive* voiture », généralement en périphérie, ils sont situés dans les centres-urbains et sont accessibles à pied. Ils visent une clientèle urbaine, non motorisée (ou n'utilisant que rarement la voiture), active ou étudiante, soucieuse de faire ses courses rapidement. La zone de chalandise ne dépasse pas 500 mètres autour du site, le panier moyen est compris entre 20 et 50 €.

6 enseignes expérimentent ce concept, notamment à Paris et dans les métropoles. Leclerc teste toutefois ce concept dans le centre-ville d'Aurillac dans le Cantal.

Un nombre de références et des prix comparables aux hypermarchés

Le nombre de références est trois fois plus important que dans un magasin de proximité (entre 12 000 et 15 000 références) et les prix comparables à ceux des hypermarchés. Dans une étude parue en janvier 2019, Nielsen pointe une différence moyenne de 17% entre le magasin de proximité et le *drive* piéton. Ce concept permet « d'amener les prix de l'hyper au pied du domicile des français » selon une dirigeante de Carrefour.

Une vingtaine de drive piéton sur l'aire métropolitaine Lyon-Saint Etienne

Avec plus de 110 drives piéton en juin 2019 en France, contre moins d'une dizaine début 2018, ce concept connaît une croissance exponentielle. La liste des centres-villes concernés par ce type d'installation augmente chaque mois. A l'été 2019 on compte une vingtaine de drive piéton sur l'aire métropolitaine Lyon-Saint-Etienne. Système U prévoit d'ouvrir plusieurs sites sur Lyon en démarrant par Confluence et Saxe-Gambetta. Casino de son côté annonce l'installation de 20 casiers automatiques sur la région lyonnaise d'ici fin 2019.



© Carrefour

Corners d'enseignes

Un corner d'enseigne est un espace dans un point de vente réservé à une autre enseigne ou une marque. Il s'agit d'un « magasin dans un magasin » (shop-in-shop). Cette pratique, développée dans les grands magasins, s'est fortement accélérée ces derniers mois dans tous les secteurs d'activités.

La taille et la forme de ces corners sont variables et dépendent du magasin qui accueille. Ils sont majoritairement plus petits que les formats standards des enseignes.

Ces partenariats s'opèrent plus facilement au sein d'enseignes du même groupe (Fnac-Darty, Boulanger-Leroy Merlin, etc.) mais pas seulement.

Ce concept doit réunir certaines conditions pour réussir : le partenariat doit répondre à des logiques commerciale et marketing, les offres doivent être complémentaires et viser les mêmes typologies de clientèles (positionnement prix et gammes).

Un concept relativement souple pour mailler les territoires

Ce concept est relativement souple (sous réserve d'accord entre enseignes pour définir les principes de partage des richesses, de système d'encaissement, de mutualisation des réserves, etc.) tout en limitant les risques financiers.

Ne nécessitant aucune autorisation préalable (pas de CDAC), les enseignes peuvent renforcer leur maillage territorial au sein d'espaces qui bénéficient déjà de flux de clients.

Pour les « accueillants », les corners permettent de s'appuyer sur la notoriété et l'image de savoir-faire de l'enseigne « accueillie » ayant la confiance de consommateurs de plus en plus exigeants. Le recours à des spécialistes constitue un nouveau levier d'attractivité des magasins.

Un rapprochement des pure-players et des magasins physiques

Certains pure-players développent des « shop in shop » pour multiplier les points de contacts avec leurs clients et renforcer leur visibilité. Pour les magasins physiques, ces partenariats permettent de diversifier leur activité et d'accélérer les flux au sein de leur point de vente.

Exemples : corners C discount au sein de 2 « Mr Bricolage » (Marne et Yvelines) depuis décembre 2018 ; corners C Discount au sein de certains Géant Casino dont Saint-Etienne Monthieux (2018), Corners la Redoute et AMPM dans les Galeries Lafayette et La Redoute (2017), ...

Une solution pour réutiliser les m² en perdition

Les hypermarchés y voient une réponse à la réutilisation des surfaces des rayons non-alimentaires en perte de vitesse (gros électroménagers, produits culturels, etc.). Ils suppriment les rayons les moins rentables et les remplacent par des corners.

C'est notamment la stratégie de Carrefour avec des corners Darty depuis fin 2018 dans deux hypermarchés de la région parisienne. Auchan va tester des corners Boulanger et Electro Dépôt à Beauvais (Oise) et Bagnolet (Seine Saint Denis). D'autres expérimentations au sein de la famille Mulliez (Decathlon, Leroy Merlin, Kiabi, Norauto et Boulanger) vont suivre.

Partenariats récents

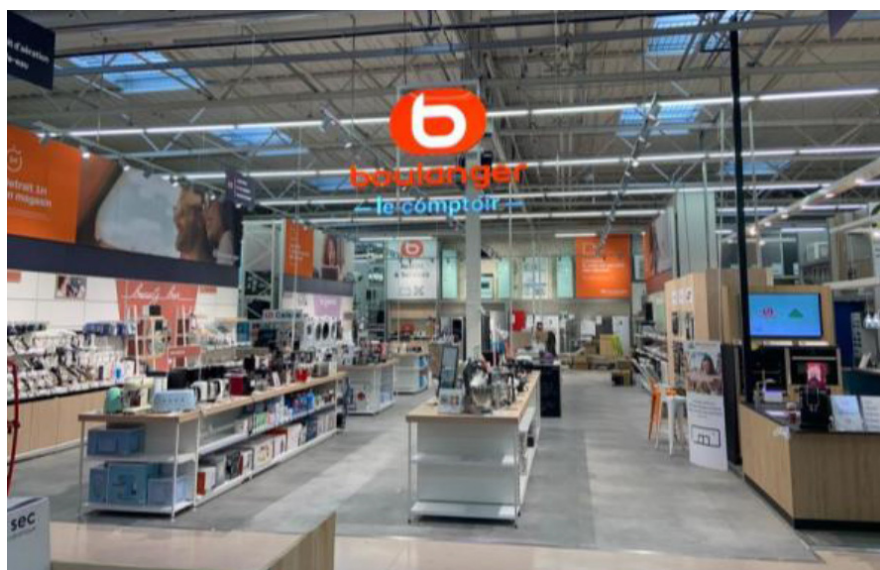
King jouet a des corners « **Orchestra** » depuis 2016 en France (dont un à Carré de Soie à Lyon). En 2019, l'enseigne développe des espaces **Claire's** (objectif de 60 à fin 2019). Deux shop-in-shops « **Prénatal** » de 150 m² avec une offre dédiée aux 0-3 ans vont être testés dans les magasins King Jouet de Clermont-Ferrand et Givors.

Darty et Fnac (depuis 2017) : exemple du magasin de Biganos (33) qui a ouvert un magasin partagé (1000 m² Fnac et 300 m² Darty). On retrouve d'autres tests avec des corners à Bordeaux, Reims, Lille ou Toulouse. Des corners Fnac sont également expérimentés dans les Darty de Caen ou Clermont-Ferrand.

Maisons du Monde au Printemps : corners de 300 à 400 m² à Paris (2017), Strasbourg et Vélizy (2018), Metz et Rennes (2019).

Boulanger fait son entrée dans les 5 plus gros magasins **Galeries Lafayette** et **BHV** en 2018-2019 (Haussmann, Nice Masséna, Nice Cap 3000, BHV Marais et BHV Parly 2). En mai 2019 : lancement d'un corner de 200 m² Boulanger dans un Leroy Merlin (Arras).

Corner Boulanger au sein du magasin Leroy Merlin d'Arras



© Commerce, Epures/AU Saint-Etienne

Magasins urbains

Depuis 2018, on assiste à une vague d'ouvertures au cœur des grandes villes de magasins jusqu'alors implantés en périphérie. Ikea, Leroy Merlin, Boulanger, Décathlon ou Maison du Monde expérimentent des concepts compacts et fortement digitalisés dans les centres urbains.

Ikea a ouvert un magasin quatre fois plus petit que ses standards dans le quartier de la Madeleine à Paris en mai 2019. À l'étranger l'enseigne expérimente des « Ikea Planning studio » sur 400 m² dédiés à la cuisine ou à la chambre (New York, Londres, Madrid, Stockholm, etc.).

Leroy Merlin inaugure un magasin urbain parisien en juin 2018 place de la Madeleine puis un deuxième six mois après sous l'enseigne « L'appartement » aux Batignolles. Il est également présent dans des immeubles bourgeois au centre de Madrid et Barcelone sous l'enseigne « Leroy Merlin Urban ».

Boulanger se lance dans les corners d'enseignes dans cinq magasins Galeries Lafayette et BHV et tente l'aventure des magasins « comptoir » sur 300 à 400 m² dans plusieurs villes : Merlimont près du Touquet, Wasquehal dans le Nord, Amiens et dans le centre commercial Muse à Metz.

Ces concepts urbains commencent à voir le jour sur l'agglomération lyonnaise. En 2019, Décathlon ouvre à Lyon Confluence et à Lyon Presqu'île (secteur Grolée-Carnot). King Jouet, déjà présent dans les centres, teste un « concept store » depuis avril rue du Président-Carnot. Enfin, Leroy Merlin a obtenu une autorisation en CDAC en juillet 2019 pour s'implanter au rez-de-chaussée de l'immeuble « le New Deal » (ex-garage Citroën) dans le 7^{ème} arrondissement.

Des magasins plus petits que les standards

Les formats sont variables et s'adaptent avant tout à l'emplacement et aux clients. Il n'y a plus de formats uniques. La tendance est toutefois à la réduction des surfaces de vente. Le magasin Ikea de Paris a une surface de 5 400 m² contre des standards compris entre 15 000 et 20 000 m² (parfois plus). Les magasins Leroy Merlin de Batignolles et Barcelone ont une surface de vente

entre 2 200 et 2 500 m², le magasin de Lyon 7^{ème} fera 2 865 m² et enfin celui de la Madeleine fait 5 000 m², contre des standards compris entre 10 000 et 17 000 m².

Une offre sélectionnée pour viser une clientèle urbaine à fort pouvoir d'achat

Une partie seulement des références est disponible en magasin, le reste est accessible depuis les bornes.

Dans les magasins espagnols de Leroy Merlin 6% de l'offre est immédiatement disponible (10 000 références, 160 000 sur demande). Cette part est de 4% dans un « comptoir de Boulanger » (1 000 références, 25 000 sur demande) qui propose uniquement les produits les mieux notés sur son site internet.

L'offre est sélectionnée pour s'adapter à la clientèle. Ainsi, Leroy Merlin mise sur la décoration, les luminaires, les objets du quotidien ou la peinture ; Ikea sur la décoration et les rangements pour les petits espaces. L'offre est mise en scène dans des pièces d'appartements que l'on retrouve à Paris, Madrid ou Barcelone. Une partie des produits est renouvelée régulièrement (saison, collections exclusives, etc.).

Des magasins fortement digitalisés

Les nouvelles technologies sont au cœur de ces concepts équipés d'écrans, tablettes et bornes tactiles... Ils permettent de détailler les produits, consulter les catalogues, effectuer des commandes ou accompagner les clients dans leur projet d'achat (ou de rénovation, décoration ...).

Les magasins sont équipés de caisses libre-service pour fluidifier les achats. Ikea a ainsi équipé son site parisien de 20 caisses rapides disséminées dans le magasin.

Des magasins qui deviennent des lieux d'expériences et de rencontres

L'expérience client et les échanges entre utilisateurs sont au cœur de ces concepts. Au « Comptoir » de Boulanger, les clients peuvent essayer les produits (ex : pilotage de drone, test de robot connecté, ...).

Leroy Merlin et Ikea proposent des ateliers de bricolage ou de décoration. King Jouet organise des rencontres et jeux en famille ; Décathlon des séances de courses à pied, des conseils de nutritionnistes ou de kinés.

Pour se démarquer, les magasins misent sur les conseils et les services

: conseils dans la réalisation de travaux (Leroy Merlin), recours à des architectes d'intérieur pour accompagner les clients dans leur projet (Leroy Merlin, Ikea), locations d'outillages (Leroy Merlin), consignes (King Jouets), réparations (Boulangier, Décathlon), etc.

Les enseignes ont recours aux partenariats avec des prestataires extérieurs pour proposer plus de services après leur passage en magasin : prestations de pose, d'installation et de rénovation, montage de meubles...

Tous proposent des systèmes de livraisons rapides à géométrie variable : livraison à domicile en une ou deux heures, livraison à vélo par coursier, location de VTC, etc.

Enfin, les magasins ont une décoration design en rupture avec les codes habituels des magasins périphériques.

Les showrooms sont importants. Au sein du Ikea parisien, il n'y a plus de parcours client imposé ni de grandes zones en libre-service, les objets sont disponibles dans les rayons à côté des appartements reconstitués.

Exemples Lyonnais

King Jouet en presqu'île de Lyon

Date d'ouverture : avril 2019

1^{er} concept store urbain (également déployé à Strasbourg)

Localisation : rue Carnot dans la presqu'île de Lyon

Surface : 600 m² sur 3 étages

Mots clés : expérience en famille, convivialité et services

Offre : un assortiment composé pour moitié de jouets fabriqués en France ou par des créateurs peu connus ayant une visée éducative (jouets en bois ou Montessori, etc.). Des bornes tactiles complètent l'offre disponible en boutique (livraison en 48h).

Boutique digitalisée : bornes et smartphones pour commander les produits.

Services : consignes à la journée, livraison à vélo au centre de Lyon, parking gratuit à partir d'un montant d'achat, etc.

Animations : ateliers, espaces de jeux en famille, etc.

Concept store Décathlon de Confluence

Date d'ouverture : juin 2019

Localisation : centre commercial Confluence à Lyon, à la place de C&A parti en 2018

Surface : 2 500 m²

Mots clés : lieu de vie et de rencontre entre sportifs, communautés de clients, conseils

Boutique digitalisée : bornes, cabines d'essayages connectées, scanner de pied 3D, caisses automatiques avec RFID.

Services : bar de personnalisation de vêtements, conseils gratuits de nutritionnistes ou de kinés, séances de running, livraisons rapides.

Bornes interactives – King Jouet – magasin de Lyon



© E-marketing.fr

Bornes interactives – King Jouet – magasin de Lyon



© E-marketing.fr

La vie des projets commerciaux sur les territoires de l'aire métropolitaine de Lyon - Saint-Etienne

Note méthodologique

Cette rubrique recense les principaux projets commerciaux de l'aire métropolitaine Lyon – Saint-Etienne. Par « principaux projets », sont entendus les projets qui sont de nature à avoir des impacts significatifs sur l'armature commerciale d'un Scot ou de plusieurs Scot. Afin d'apporter une véritable valeur ajoutée à la veille « presse », cette rubrique s'appuie sur un réseau (établissements porteurs de SCoT, EPCI, EPA, EPL, acteurs privés) qui peuvent être mobilisés en tant que de besoins.

Depuis juillet 2018, aucun projet commercial d'envergure n'a été recensé sur les SCoT Boucle du Rhône en Dauphiné, Dombes, Loire Centre, Monts du Lyonnais, Ouest Lyonnais, et Val de Saône Dombes.

Scot de l'agglomération lyonnaise

Sources : Préfecture du Rhône, site de la CNAC, presse, SEPAL

AUTORISATIONS

Avis favorable sur le projet d'extension-requalification de 33 890 m² du pôle commercial « Portes des Alpes » à Saint-Priest.

Le projet « Yellow Pulse », porté par Cee-trus (ex Immochan), s'inscrit dans une opération de restructuration du pôle commercial Portes des Alpes suite au départ programmé de Ikea et Leroy Merlin sur le site du Puisoz à Vénissieux.

La CDAC de février 2019 et la CNAC de mai 2019 ont accordé une extension de 33 890 m² portant l'ensemble commercial à 54 876 m². Le projet prévoit un programme commercial de 27 700 m² (+ 5 000 m² par rapport à l'existant), la relocalisation d'enseignes (Boulangier, Kiabi, Norauto, etc.) et, à terme, des services, restaurants, activités de loisirs et des bureaux. La desserte du site sera améliorée par la création de cinq accès supplémentaires.

La première phase (2019-2022) prévoit :

- un nouveau centre commercial composé de moyennes surfaces et boutiques sur l'ex emplacement d'Ikéo, dans le prolongement de la galerie marchande d'Auchan. Une ferme urbaine sera développée en toiture.

- sur l'emplacement de Leroy Merlin, dans le volume existant, un « *strip mall* » regroupera des moyennes et grandes surfaces ;

- un parking silo de 2 500 places adossé au nouveau centre commercial près de l'A43 ;

- le réaménagement paysager des espaces extérieurs et des stationnements existants ;

Une seconde phase est prévue entre 2022 et 2025 avec l'implantation de loisirs et de bureaux lorsque les emprises des magasins relocalisés seront libérées.

Avis favorable pour la création d'un ensemble commercial de 3 836 m² à Saint-Priest

La CDAC de novembre 2018 a émis un avis favorable sur le projet de création d'un ensemble commercial porté par la SARL Les Arcades comprenant deux moyennes surfaces spécialisées en équipement de la maison (respectivement de 2 860 m² et 976 m² avec une zone d'exposition vente extérieure de 276 m²).

Avis favorable pour la création d'un magasin Leroy Merlin de 2 864 m² à Lyon 7

La CDAC de juillet 2019 a autorisé la création d'un magasin Leroy Merlin de 2 864 m² répartis entre espaces libre-service et showroom au rez-de-chaussée de l'immeuble « New Deal » (ex-garage Citroën) située rue de Marseille. Cette création correspond aux derniers formats urbains de l'enseigne.

REFUS

Le premier semestre 2019 est marqué par des refus plus nombreux de la CNAC, y compris sur des projets autorisés en CDAC.

Avis défavorable de la CNAC sur l'extension de 25 619 m² de l'ensemble commercial E. Leclerc à Meyzieu portant sa surface à 37 000 m²

Après un avis favorable en CDAC en novembre 2018, la CNAC de mars 2019 a refusé le projet d'extension du centre commercial E. Leclerc de Meyzieu situé à proximité de la rocade Est. L'ensemble commercial actuel (11 381 m²) comprend un hypermarché Leclerc (4 400 m²), un supermarché Lidl (707 m²) et 8 moyennes surfaces. Le projet prévoyait une réorganisation du pôle avec une extension de 25 619 m² (soit le triple de sa surface) décomposée comme suit :

- l'extension de l'hypermarché (10 000 m²) et sa galerie (5 900 m²) créant environ 45 boutiques ;
- l'extension de magasins existants (Lidl, Gemo, Zeeman, Gifi, La Halle, Gamm vert, Feu Vert) et la suppression de deux moyennes surfaces (la Halle aux Chaussures et un local vacant) ;
- la création d'un drive (10 pistes) ;
- la création d'un espace culturel Leclerc (1 750 m²) et de 10 moyennes surfaces non-alimentaires (9 284 m²).

Le refus de la CNAC s'appuie sur les arguments suivants : une consommation trop importante de parcelles agricoles (9,5 ha), une hausse sensible du trafic automobile avec possibilité de saturation au niveau de l'échangeur n°6 de la rocade et une insertion paysagère du projet jugée peu satisfaisante.

Avis défavorable de la CNAC sur le projet de création d'un hypermarché E. Leclerc à Genay de 4 898 m²

Après un avis favorable en CDAC en février 2019, la CNAC de juin 2019 a refusé pour la deuxième fois le projet de création par délocalisation de l'hypermarché Leclerc route de Trévoux à Genay.

Le projet consiste à déplacer le centre commercial (en zone bleu du PPRT) et de transformer le site actuel en espace de stockage et d'y maintenir la station-service.

Ce projet avait déjà fait l'objet d'un premier refus en CNAC en 2017. Il portait alors sur une surface plus importante (7 014 m²) et comprenait une galerie marchande et un espace culturel. Ce deuxième projet avait réduit la surface et supprimé la galerie.

Le refus de la CNAC s'appuie sur les arguments suivants : une consommation trop importante de parcelles agricoles (19 ha), sa situation excentrée contribuant ainsi au mitage du territoire, une insertion paysagère et qualité architecturale jugée peu satisfaisante, un schéma viaire non optimisé et une desserte en transport pas adaptée.

Avis défavorable pour la création d'un Carrefour Market de 1 805 m²

La CDAC d'avril 2019 et la CNAC de juillet 2019 ont refusé le projet de création d'un supermarché Carrefour Market et d'un drive accolé de 2 pistes à Sérézin du Rhône. Ce refus est notamment justifié par un dimensionnement trop important par rapport au niveau de la polarité de la commune dans le SCoT et les effets de concurrence avec la centralité de Saint-Symphorien-d'Ozon.

Avis défavorable pour la création d'un drive E. Leclerc à Saint-Priest

Les CDAC de mai et juillet 2019 se sont prononcées défavorablement sur le projet de création d'un drive Leclerc de 10 pistes route de Gambetta à Saint Priest. Ce projet ne s'inscrit pas en cohérence avec les orientations du SCoT du fait de sa localisation « déportée » et non intégrée dans un pôle commercial. De plus il ne participe pas à l'animation de la vie urbaine.

OUVERTURES RÉCENTES ET À VENIR

- Les travaux de modernisation de la galerie marchande du centre commercial Saint Genis 2 (Saint-Genis-Laval) sont terminés. La surface de l'ancien BHV est réutilisée par d'autres magasins. D'une surface totale de 11 200 m², la galerie est composée de nouvelles enseignes : Fnac, Sostrene Grenes, Nature & Découvertes, Bonobo, Naf Naf, Orchestra, Rouge Gorge, ...
- Ouverture fin mai 2019 de Cultura et Intersport à Champagne-au-Mont-d'Or, le long de la RD 306. Cultura inaugure avec ce magasin son 90^e en France et son 4^e de l'interscot.
- Ikea du Puisoz a ouvert ses portes en septembre 2019. Il sera suivi dans quelques mois par Leroy Merlin.



Enseigne Fnac de la galerie marchande du centre commercial Saint-Genis 2 -
Source : Urbalyon

Scot Beaujolais

Sources : Préfecture du Rhône, CNAC
et Scot Beaujolais

AUTORISATIONS

Avis favorable pour la création de l'ensemble commercial "Le Village Beaujolais" de 6 425 m² à Gleizé

Le projet a obtenu un avis favorable de la CDAC et de la CNAC (respectivement le 10 janvier et 5 mai 2019) pour la création d'un ensemble commercial de 6 425 m² sur la dernière emprise foncière disponible de la ZAC d'Epinay. Le projet, refusé en CNAC en 2017, a été retravaillé pour proposer un ensemble plus compact avec une diminution des surfaces de vente et la réalisation d'un parking sur deux niveaux. La part des espaces verts a doublé et une attention particulière a été portée à la qualité et l'insertion paysagère du futur retail parc.

Le projet porté par la SAS « le Village Beaujolais » et la SAS « Immobilière européenne des Mousquetaires » autorisé est composé de 6 bâtiments comprenant :

- un hypermarché Intermarché de 2 500 m² et un drive de 4 pistes,
- 5 moyennes surfaces totalisant une surface de 2410 m²
- 13 boutiques de moins de 300 m² (1515 m² au total).

Avis favorable pour la création d'un magasin « Leclerc culture & jouets » de 1 325 m² à Tarare

La CDAC de juin 2019 a autorisé le projet de création d'un magasin de 1 325 m² à l'enseigne « Leclerc Culture & Jouet » sur la zone de la Turdine à Tarare.

Avis favorable pour l'extension- modernisation du LIDL de Villefranche-sur-Saône

La CDAC de novembre 2018 et la CNAC de mars 2019 ont autorisé le projet d'extension de 970 m² du supermarché Lidl de Villefranche-sur-Saône. Le magasin actuel de 717 m² sera démoli et reconstruit sur site selon les derniers formats de l'enseigne en proposant une surface de vente de 1 687 m². La moitié des places de stationnement est prévue en dessous du magasin, les places en surfaces seront en partie perméables, le site sera équipé de panneaux photovoltaïques.

REFUS

Avis défavorable pour l'extension de 1 440 m² de l'hypermarché E. Leclerc de Saint-Georges-de-Reneins

Après une autorisation de la CDAC en février 2019, la CNAC de mai 2019 a refusé le projet d'extension de l'hypermarché Leclerc de Saint Georges de Reneins situé dans la zone d'activité des Vernailles souhaitant s'étendre de 1 820 m² à 3 260 m² (+42%). Le refus de la CNAC est notamment justifié par un étalement du site et une évolution ne s'inscrivant pas dans les orientations du Scot du Beaujolais.

Avis défavorable pour la création du magasin la FOIR'FOUILLE à Villefranche sur Saône

La CDAC d'octobre 2018 a refusé le projet de création d'un magasin à l'enseigne la FOIR'FOUILLE sur une surface de 1891 m² en façade du boulevard de l'Europe à Villefranche sur Saône.

Avis défavorable pour la création d'un ensemble commercial de 1 395 m² à Villefranche-sur-Saône

La CDAC d'octobre 2018 et la CNAC de janvier 2019 ont refusé le projet de création d'un ensemble commercial de 1 395 m² comprenant deux magasins : un magasin de luminaires (601 m²) et un magasin de mobilier et d'équipement de la maison (796 m²) en zone commerciale de Villefranche sur Saône.

Scot Bucopa

Source : Scot Bucopa

Avis favorable de la CDAC de janvier 2019 pour la rénovation-extension de 1 388 m² de l'ensemble commercial E. Leclerc de Beynost

Le projet consiste en la rénovation de la galerie marchande à surface constante et l'extension de l'ensemble commercial par création de 3 moyennes commerciales supérieures à 300 m² totalisant une surface de 1 388 m² en façade de l'hypermarché. Les travaux doivent commencer à la fin de l'été 2019 avec une ouverture programmée fin mars 2020.

Avis favorable la création d'un cinéma de 5 salles à Saint-Maurice-de-Beynost

La CDACi de l'Ain du 30 juillet 2019 a autorisé la création d'un cinéma de 5 salles et 812 fauteuils sur la commune de Saint-Maurice-de-Beynost. Ce projet revu à la baisse suite à un refus de la CDACi en 2016 a vocation à offrir une nouvelle offre culturelle sur la Côtère qui compte plus de 40 000 habitants et dont le SCoT BUCOPA identifie comme un pôle urbain majeur

Scot Nord Isère

Sources : Scot Nord Isère et préfecture de l'Isère

Avis favorable pour l'extension de 930 m² du supermarché E. Leclerc de Pont-de-Beauvoisin

La CDAC de juillet 2019 a autorisé l'extension du centre commercial E. Leclerc situé à l'entrée de Pont de Beauvoisin totalisant après projet une surface de 2 980 m². Il est prévu d'implanter une offre complémentaire en alimentaire de produits bio et une cave à vin. Le parking sera équipé d'une ombrière avec panneaux photovoltaïque. Un recours de l'Etat a été déposé en août 2019.

Avis défavorable pour la création d'un ensemble commercial de 1228 m² à Bourgoin-Jallieu

La CDAC de juillet 2018 a refusé la création de quatre cellules commerciales (303 m², 314 m², 304 m² et 307 m²) destinées à des activités non alimentaires sur le parc de la Ladière à Bourgoin-Jallieu.

Scot Rives du Rhône

Sources : Scot Rives du Rhône

Avis favorable pour la création d'un complexe cinématographique à Annonay

La CDACi de juillet 2018 a autorisé la création d'un cinéma de 7 salles et 1 162 fauteuils à l'entrée Nord d'Annonay à la place de la MJC. Ce projet s'inscrit dans le cadre du projet global de réaménagement du secteur des Rives du Faya. Ce futur cinéma remplacera le complexe actuel (4 salles – 525 fauteuils) situé à Annonay les Nacelles en perte de vitesse. L'ouverture est prévue au second trimestre 2020.

Scot Sud Loire

Sources : Préfecture de la Loire,
Scot Sud Loire, presse

Avancement des travaux du projet Steel à Saint-Etienne et Saint-Jean-Bonnefonds

Le projet porté par l'EPA de Saint-Etienne et développé par Apsys s'étend sur près de 70 000 m² dont 52 000 m² destinés à l'accueil d'activités commerciales dédiée à l'équipement de la maison, la décoration et le design. 80% de la surface commerciale a trouvé preneur. Les enseignes prévues sont : Maison du Monde, Boulanger, Mango, Basic Fit, Fête Sensations, Shoji, Heytens, Lolly's, Flying Tiger Copenhagen, Moa...

L'ouverture a été repoussée à mars 2020 du fait de dépollutions nécessaires des sols sur ce site en renouvellement urbain sans consommation d'espaces agricoles naturels.

Avis favorable sur le projet de transformation d'un ensemble commercial structuré autour de Leroy merlin situé à Saint-Chamond

La CDAC d'octobre 2018 a autorisé le projet de recomposition d'un ensemble commercial structuré autour de « Leroy-merlin » sur la ZAC de la Varizelle. L'enseigne diminue sa surface de vente de 2 039 m² passant ainsi de 8 999 m² à 6 960 m² et prévoit à la place la création de 10 magasins dont 3 grandes surfaces spécialisées (935, 1 200 et 2 000 m²), 5 moyennes surfaces (de 305 à 640 m²) et 2 commerces de moins de 300 m² de vente. Un restaurant est également prévu.

Avis favorable pour l'extension d'un hypermarché Super U à Savigneux

Malgré un avis négatif du SCoT, la CDAC de septembre 2018 a autorisé le projet d'extension de 780 m² de l'hypermarché Super U passant ainsi de 3 120 m² à 3 900 m² (+25%) sur la commune de Savigneux.

Avis favorable pour la création d'un Intermarché à Saint-Etienne sur le parc Giron

La CDAC a approuvé à l'unanimité, le 3 avril 2018, le projet de création d'un Intermarché de 2 330 m² et d'un drive accolé disposant de deux pistes au 14 rue de La Richelandière à Saint-Etienne. Cette future implantation commerciale s'inscrit dans le cadre plus global de la réhabilitation d'une friche industrielle de l'industrie textile située sur un terrain de près d'un hectare. Le permis de construire a été accordé à la société Sore Investissement de Rémi Ronat, qui s'est associée dans ce projet à l'architecte Frédéric Busquet et à un investisseur, Fabrice Lardon.

Ce nouvel espace mixte associera la moyenne surface alimentaire en rez de chaussée, un espace de restauration rapide et 29 logements au niveau des étages supérieurs.

Scot Roannais

Sources : Préfecture de la Loire,
Scot Sud Roannais, presse

Avis favorable pour la création d'un centre commercial en centre-ville de Roanne

La CDAC de janvier 2019 a approuvé le projet de création d'un centre commercial de 8 553 m² sur l'îlot Foch Sully dans le centre-ville de Roanne. Cet ensemble commercial comportera une moyenne surface alimentaire, des moyennes surfaces d'équipement de la personne et de la maison ainsi que 25 autres cellules commerciales. Il sera complété d'une résidence seniors, de 80 logements collectifs ou intermédiaires et d'un hôtel d'une cinquantaine de chambres. Le projet s'accompagnera de nombreux stationnements (entre 400 et 500) en sous-sol et de l'aménagement de 3 places publiques.



Photo d'avancement des travaux du projet STEEL,
10 septembre 2019

Source : STEEL Saint-Etienne.fr



Illustration de l'Intermarché Parc Giron, 2019 -
Source : Immobilière de la plaine.com

Actualité juridique : la loi ELAN et le commerce

La loi n°2018-1021 du 23 novembre 2018, portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique dite « ELAN », est venue modifier des dispositions mises en place par les précédentes réformes législatives portant sur la régulation des implantations commerciales. Trois décrets d'application de la loi ont été publiés les 18 avril, 8 juin 2019 et 26 juillet 2019.

La loi prévoit une série de mesures principalement destinées à inciter les porteurs de projets à s'implanter dans les centres-villes en difficulté, à lutter contre les friches commerciales, à renforcer le rôle des élus locaux et des outils de planification en matière d'aménagement commercial.

Les opérations de revitalisation du territoire (ORT) pour revitaliser les centres-villes

Les Opérations de Revitalisation du Territoire sont un nouvel outil d'intervention en matière de politique urbaine ayant pour objet la modernisation du parc de logements et de locaux commerciaux. L'objectif est d'améliorer l'attractivité du tissu urbain, lutter contre la vacance et valoriser ou réhabiliter le patrimoine bâti existant, tout en réaffirmant la mixité sociale et le développement durable.

Les ORT donnent lieu à la signature d'une convention entre les collectivités publiques et toute personne publique ou privée susceptible d'apporter son soutien ou de prendre part à la réalisation des opérations prévues par la convention.

Elle délimite les secteurs d'intervention qui comprennent obligatoirement le centre-ville de la ville principale de l'EPCI signataire et éventuellement les centralités d'autres communes membres de l'EPCI.

Les ORT sont dans la continuité du plan action cœur de ville. La loi prévoit que des ORT peuvent être définies au sein de toutes collectivités, y compris celles ne bénéficiant pas du dispositif. Dans ce cas, les territoires ne bénéficieront pas des aides financières prévues pour le programme, mais pourront définir des partenariats publics-privés au niveau local dans le cadre d'une convention ORT et pourront bénéficier des possibilités offertes par ces périmètres (cf. deux paragraphes suivants).

Dispense d'autorisation d'exploitation commerciale dans les centres-villes « ORT »

Les projets situés dans un secteur identifié par une convention ORT seront dispensés d'autorisation d'exploitation commerciale, à l'exception des « drive ». La convention peut toutefois décider de soumettre à autorisation tout projet dépassant un certain seuil.

La possibilité pour les communes et EPCI compétents, de soumettre pour avis à la CDAC des projets entre 300 et 1 000 m² dans les communes de moins de 20 000 habitants, n'est plus possible dans ces secteurs.

A l'inverse, toute demande d'autorisation d'exploitation commerciale déposée en CDAC pourra être suspendue par arrêté préfectoral pour trois ans, renouvelable un an, lorsqu'elle porte sur un projet situé :

- sur une commune signataire d'une convention ORT, mais en dehors des périmètres d'intervention prévus par la convention ;
- sur une commune non-signataire d'une convention ORT mais membre d'un EPCI signataire ou limitrophe ;

C'est à la suite d'une demande de la commune ou de l'EPCI que le préfet pourra prendre une décision. Le mécanisme de suspension s'appliquera au cas par cas.



Rez de chaussée vacant, l'Horme (42), 2019.
Source : Epures

Valorisation des projets mixtes en centre-ville

Les projets mixtes pourront bénéficier d'une dérogation au sein d'un périmètre ORT.

Si une convention ORT fixe un seuil de surface de vente à partir duquel une autorisation commerciale est nécessaire, les projets dépassant ce seuil mais mixant habitat et commerce bénéficieront d'une dispense.

La modification des critères d'appréciation des projets et les éléments complémentaires du dossier de demande d'autorisation

De nouveaux critères d'appréciation des projets s'inscrivant dans une logique de développement durable et revitalisation des centres-villes

La loi ELAN ajoute trois critères d'appréciation des projets commerciaux au sein des CDAC et CNAC :

- La contribution du projet à la préservation ou à la revitalisation du tissu commercial du centre-ville de la commune d'implantation, des communes limitrophes et de l'EPCI à fiscalité propre dont la commune d'implantation est membre ;
- Les coûts indirects pour la collectivité en matière d'aménagements et de mise en place d'infrastructures et de transports ;
- Les émissions de gaz à effet de serre dans l'analyse de la qualité environnementale.

Le pétitionnaire aura l'obligation de produire une étude d'impacts évaluant les effets du projet sur la vitalité et le développement économique du centre-ville ainsi que sur l'emploi.

Cette étude devra également démontrer qu'aucune friche en centre-ville puis en périphérie directe ne peut accueillir le projet envisagé. Elle devra être réalisée par un organisme indépendant habilité par le préfet. Le 1^{er} décret d'application du 17 avril 2019 précise le contenu de l'étude d'impacts rendue obligatoire pour les projets déposés à partir du 1^{er} janvier 2020.

Le renforcement des mesures de contrôle et des sanctions

Contrôle du respect de l'autorisation d'exploitation commerciale

Le bénéficiaire d'une autorisation d'exploitation commerciale devra, un mois avant la date d'ouverture de son projet, transmettre aux préfet, maire et président de l'EPCI compétent, un certificat produit par un organisme habilité attestant du respect de l'autorisation d'exploitation accordée. En l'absence de ce certificat dans le délai prescrit, l'exploitation des surfaces de vente sera réputée illicite.

Augmentation du seuil en cas de réouverture au public d'un magasin

La loi ELAN assouplit les conditions de réouverture au public de magasins vacants pour lutter contre les friches commerciales. Le seuil d'autorisation d'exploitation commerciale d'un commerce inexploité depuis 3 ans passe de 1000 m² à 2500 m² de surface de vente.

Sanctions encourues en cas de non-respect de démantèlement après une cessation d'activité

La loi ALUR a introduit l'obligation de démantèlement et de remise en état d'un site suite à une cessation d'activité en l'absence d'une réouverture sous 3 ans. La loi ELAN vient préciser les sanctions applicables en cas de non-respect à cette règle.

Il est prévu qu'à l'expiration du délai de trois ans, le préfet mette en demeure le propriétaire concerné.

Si la mise en demeure est sans effet, le préfet, peut faire procéder d'office, aux frais du propriétaire, au démantèlement et à la remise en état du site.



Casino, exemple d'opération mixant habitat et commerce, Mornant (69), 2019.

Source : Epures



Ancienne friche de Novaciéries, en cours de réhabilitation sur cette photo. Aujourd'hui finalisée. Saint-Chamond (42), 2018

Source : Rivat Architecte.fr

Evolution de la composition et du fonctionnement des CDAC

Modification de la composition et du fonctionnement des CDAC

La loi ELAN prévoit que les CDAC auditionnent la personne chargée d'animer le commerce de centre-ville au nom de la commune ou de l'EPCI ainsi que l'agence du commerce et les associations de commerçants de la commune d'implantation et des communes limitrophes lorsqu'elles existent. Les commissions devront également informer les maires des communes limitrophes, dès l'enregistrement d'une demande d'autorisation d'exploitation commerciale.

En outre, trois personnalités qualifiées représentant le tissu économique, font leur entrée au sein des CDAC : une désignée par la chambre de commerce et d'industrie (CCI), une autre par la chambre de métiers et de l'artisanat (CMA), et une dernière par la chambre d'agriculture. Le décret du 17 avril 2019 précise leur rôle consultatif et non délibérant pour les projets déposés à partir du 1^{er} octobre 2019.

Les chambres consulaires pourront être sollicitées par les préfets, un mois minimum avant l'analyse d'un dossier de demande d'autorisation d'exploitation commerciale, pour réaliser des études spécifiques sur le tissu économique, commercial et artisanal ou de consommation des terres agricoles. Cette disposition est d'application immédiate.

Audition d'un membre de la CDAC devant la CNAC

Les articles 1 et 2 du décret d'application publié le 8 juin 2019 prévoient qu'à l'issue de sa décision, la CDAC désigne à la majorité absolue des membres présents et titulaires du droit de vote, celui qui exposera la position de la commission devant la CNAC en cas de recours. Ce membre sera convoqué en CNAC pour y être entendu sans avoir à justifier les motifs de son audition.

Ces dispositions s'appliquent aux avis et décisions rendus par les CDAC à compter du 1^{er} janvier 2020.

Clause de revoyure devant la CNAC

Un pétitionnaire, en cas de refus par la CNAC, peut ressaisir directement cette dernière pour le même projet en tenant compte des motifs de refus s'il n'y a pas de modifications substantielles. Le changement de nature des surfaces de vente n'est plus considéré comme une modification substantielle.

Désormais, les décisions de la CNAC mentionnent, le cas échéant, la possibilité de saisir directement la CNAC pour une nouvelle demande.

Changements apportés aux Schémas de Cohérence Territoriale (SCoT)

Alors que la loi Pinel l'avait rendu facultatif, le document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC) redevient obligatoire au sein du SCoT, dans le document d'orientation et d'objectifs (DOO). Il « localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines » dans lesquels « il prévoit les conditions d'implantations, le type d'activité et la surface de vente maximale des équipements commerciaux spécifiques aux différents secteurs identifiés ».

Le DAAC redevient obligatoire pour les SCoT mis en révision après la publication de la loi.

Le DAAC pourra, de manière plus spécifique :

- « 1° Définir les conditions permettant le développement ou le maintien du commerce de proximité dans les centralités urbaines et au plus près de l'habitat et de l'emploi, en limitant son développement dans les zones périphériques.
- 2° Prévoir les conditions permettant le développement ou le maintien de la logistique commerciale de proximité dans les centralités urbaines afin de limiter les flux de marchandises des zones périphériques vers les centralités urbaines.
- 3° Déterminer les conditions d'implantation des constructions commerciales et de constructions logistiques commerciales en fonction de leur surface, de leur impact sur les équilibres territoriaux, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises.
- 4° Conditionner l'implantation d'une construction à vocation artisanale ou commerciale en fonction de l'existence d'une desserte par les transports collectifs, de son accessibilité aux piétons et aux cyclistes.
- 5° Conditionner l'implantation d'une construction logistique commerciale à la capacité des voiries existantes ou en projet à gérer les flux de marchandises. »

La loi ELAN se présente dans la continuité des précédentes réformes en visant la revitalisation des centres-villes et l'intégration du commerce et des équipements commerciaux dans le tissu urbain. A cet effet, les mesures de contrôle et de sanction ont été renforcées.

L'intégration d'organismes indépendants au sein des commissions et dans le cadre de l'instruction des projets montre la volonté de mieux appréhender les problématiques globales et les impacts liés aux implantations et développement commercial.

Une réalisation
pour le compte et en collaboration
avec les syndicats mixtes de Scot
de l'aire métropolitaine Lyon -
Saint-Etienne

une **ingénierie métropolitaine** au service des **territoires**

Les Agences d'urbanisme de Lyon et de Saint-
Etienne ont constitué
en 2010 un réseau d'ingénierie
au service des territoires.

La présente publication est issue
de cette collaboration originale
au service des acteurs
de l'aire métropolitaine Lyon - Saint-Etienne.

Directeur de la publication : **Damien Caudron**, d.caudron@urbalyon.org

Equipe projet Agences d'urbanisme : **Blandine Crousier**, b.crousier@urbalyon.org
Valentin Bertrand, vbertrand@epures.com

Comité de rédaction technique : **Olivier Premillieu**, **Jérémie Tourtier**, **Olivier Roussel**,
Ludovic Meyer

Coordination de la démarche inter-Scot : **Sébastien Rolland**, s.rolland@urbalyon.org

Infographie : **Agences d'urbanisme de Lyon et Saint-Etienne**



**Agence d'urbanisme
de l'aire métropolitaine
lyonnaise**

Tour Part-Dieu/23^e étage
129 rue Servient
69326 Lyon Part-Dieu Cedex 3
Tél. : 04 81 92 33 00
Télécopie : 04 81 92 33 10

www.urbalyon.org



**Agence d'urbanisme
de la région stéphanoise**

46 rue de la télématique
CS 40801
42952 Saint-Etienne cedex 1
Tél : 04 77 92 84 00
Télécopie : 04 77 92 84 09

www.epures.com