



# Le SCOT du Grand Clermont



## Modification n°6

le Grand Clermont  
phénomène actif

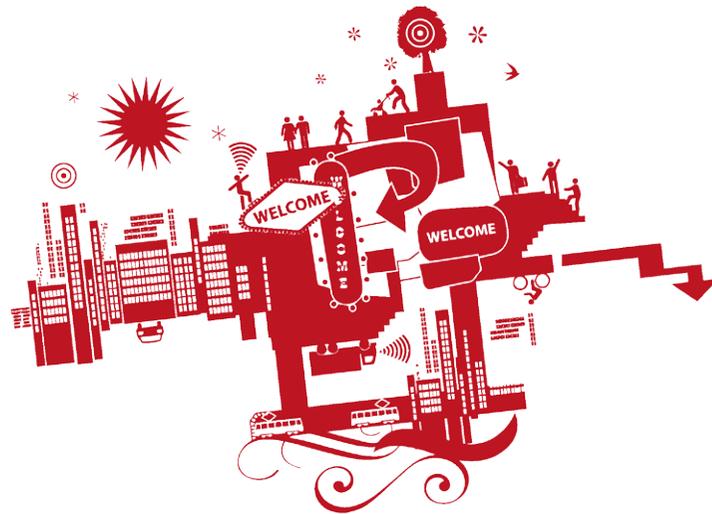
## Dossier de présentation

Éléments de contexte - Objet de la modification



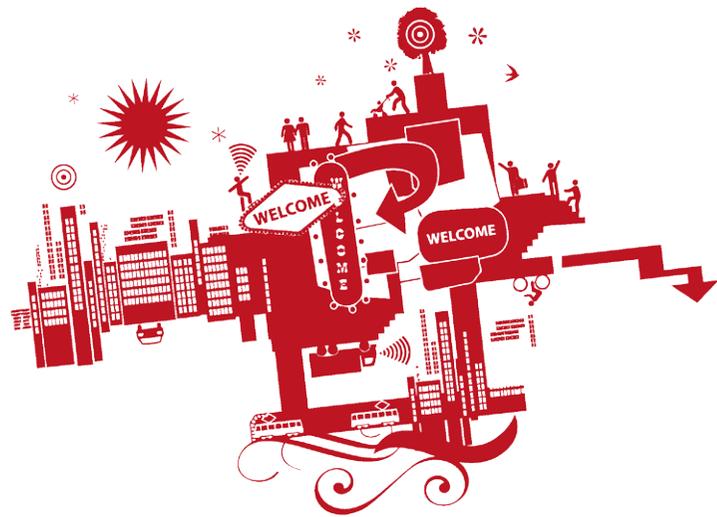


# Table des Matières



Propos Introductifs	5
Le commerce sur le Grand Clermont : Elements de contexte	11
Objet de la modification	23





## Propos introductifs



## Préambule

La procédure de modification du SCoT du Grand Clermont est encadrée par le Code de l'Urbanisme et plus particulièrement les articles :

- L143-32 définissant la procédure,
- L143-33 établissant la personne chargée d'engager la procédure, et les modalités d'association des personnes publiques
- L143-34, L143-35 précisant les modalités de la modification de droit commun au regard notamment de la tenue d'une enquête publique

### Article L143-32 du CU

Sous réserve des cas où une révision s'impose en application de l'article L. 143-29, le schéma de cohérence territoriale fait l'objet d'une procédure de modification lorsque l'établissement public prévu à l'article L. 143-16 décide de modifier le document d'orientation et d'objectifs.

### Article L143-33 du CU

La procédure de modification est engagée à l'initiative du président de l'établissement public prévu à l'article L. 143-16 qui établit le projet de modification.

Avant l'ouverture de l'enquête publique ou avant la mise à disposition du public, le président de l'établissement public notifie le projet de modification à l'autorité administrative compétente de l'Etat et aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L.132-7 et L. 132-8.

### Article L143-34 du CU

Lorsque le projet de modification porte sur des dispositions prises en application des articles L. 141-5, L. 141-12, L. 141-13, L. 141-16, L. 141-17, L. 141-20, L. 141-23, L. 141-24 et du premier alinéa l'article L. 141-14, il est soumis à enquête publique par le président de l'établissement public prévu à l'article L. 143-16.

L'enquête publique est réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement.

Lorsque la modification ne concerne que certaines communes, l'enquête publique peut n'être organisée que sur le territoire de ces communes.

Les avis des personnes publiques associées mentionnées aux articles L. 132-7 et L. 132-8 sont joints au dossier d'enquête publique.

### Article L143-35 du CU

A l'issue de l'enquête publique, ce projet, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire ou de la commission d'enquête, est approuvé par délibération de l'organe délibérant de l'établissement public prévu à l'article L. 143-16.

## Éléments de contexte du SCoT

Le Syndicat Mixte Le Grand Clermont, anciennement dénommé SEPAC, a été chargé en 2002 de porter le projet du Pays du Grand Clermont, puis en 2005, de réviser le schéma directeur de 1995 qui a pris la forme d'une démarche d'élaboration de SCOT. Il a été approuvé par délibération du Comité syndical le 29 novembre 2011.

Le périmètre du SCOT du Grand Clermont comprenait à son approbation, 108 communes réparties, en 10 intercommunalités.

Il concernait un bassin de vie de 404 000 habitants soit près des 2/3 de la population du Puy-de-Dôme.

En 2014, le syndicat mixte a été transformé en Pôle d'Equilibre Territorial et Rural (PETR). Consécutif à la loi portant nouvelle organisation territoriale de la République (loi NOTRe) et à la mise en œuvre du Schéma Départemental de Coopération Intercommunale du Puy-de-Dôme, le Grand Clermont compte désormais depuis le 1er janvier 2017 :

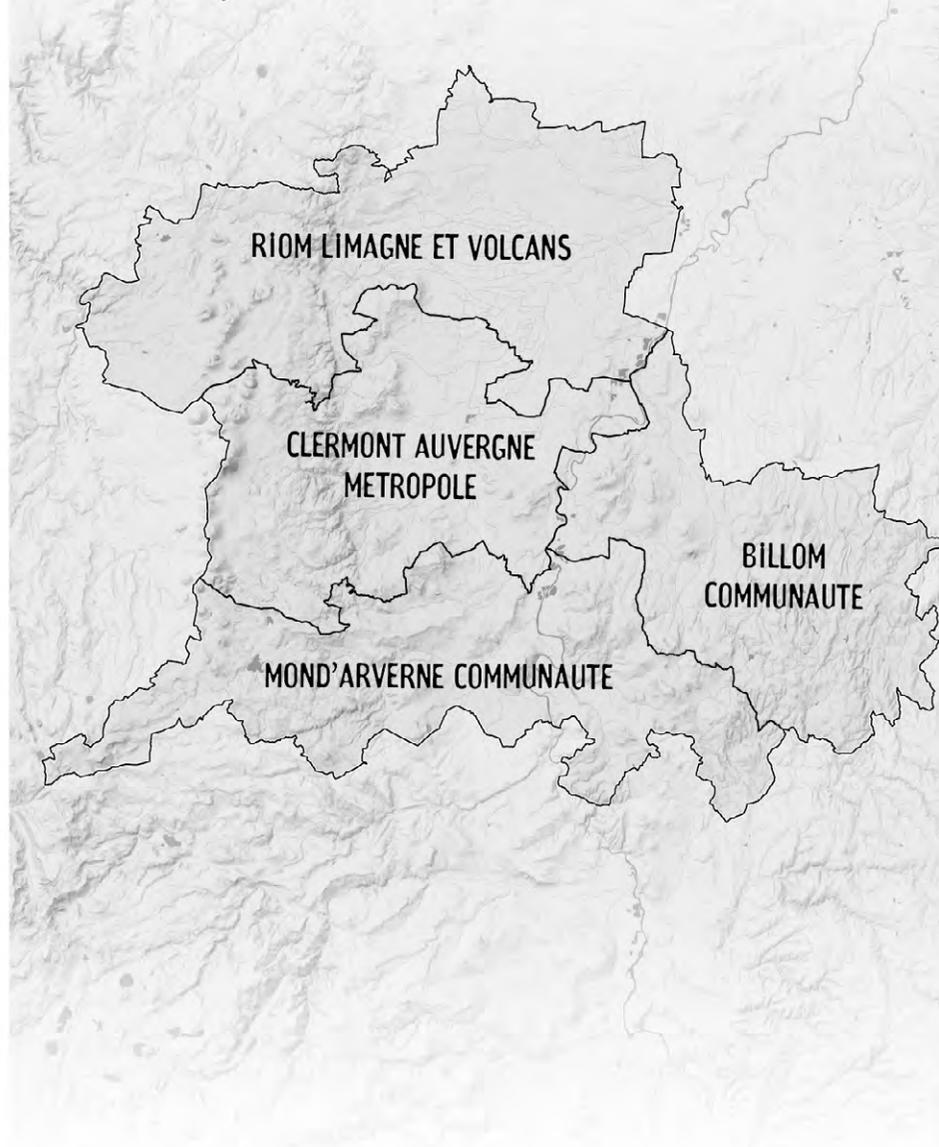
### 4 intercommunalités :

- ➔ **Clermont Auvergne Métropole**, issue de la transformation de la communauté d'agglomération Clermont Communauté en communauté urbaine, puis en métropole ;
- ➔ **Riom Limagne et Volcans**, issue de la fusion des communautés de communes de Volvic Sources et Volcans, Limagne d'Ennezat, Riom Communauté et de leur transformation en Communauté d'Agglomération ;
- ➔ **Billom Communauté**, issue de la fusion des communautés de communes Billom Saint-Dier, Vallée du Jauron dès 2013 et Mur-ès-Allier ;
- ➔ **Mond'Arverne Communauté**, issue de la fusion des communautés de communes Gergovie Val d'Allier, Les Cheires et Allier Comté Communauté.

**105 communes** (après la création des communes nouvelles de Chambaron-sur-Morge issue de la fusion de Cellule et La Moutade ; et de Mur-sur-Allier issue de la fusion de Dallet et Mezel ; ainsi que le transfert de la commune du Vernet-Sainte-Marguerite sur la communauté de communes Massif du Sancy).

**La population du Grand Clermont atteint un peu plus de 417 000 habitants en 2015.**

## le Grand Clermont phénomène actif



## Rappel des modifications antérieures

Depuis son approbation le 29 novembre 2011, le Schéma de Cohérence Territoriale du Grand Clermont a connu des évolutions, pour permettre certains projets ou s'adapter à un nouveau contexte politique.

**La modification n° 1** du 26 mars 2013 autorisait un projet d'extension de l'entreprise ATAC LOGISTIQUE sur la commune de Cournon-d'Auvergne au lieu-dit « le petit Sarliève », en déclassant 6 ha des 100 ha du Parc de Développement Stratégique « Sarliève sud », classés en phase 2.

**La modification n°2** du 12 novembre 2015 portait sur des évolutions du phasage de certaines zones économiques sur Clermont Métropole, Gergovie Val d'Allier et Riom communauté, pour des raisons opérationnelles, de commercialisation ou de priorité de développement. Cette modification a induit une diminution globale de 37ha de foncier sur des pôles commerciaux ou Parcs de Développement Stratégique et une augmentation de 2,5 ha des Zones d'Activités d'Intérêt Local, soit une économie d'un peu plus de 4% au profit de la conservation d'espaces naturels et agricoles. La modification du SCoT intégrait également un ajustement rédactionnel du paragraphe relatif à la réalisation d'un transport en commun liée au projet de contournement de Cournon d'Auvergne et Pérignat-sur-Allier.

**La modification n°3** du 28 septembre 2017 porte essentiellement sur des évolutions de tableaux de surfaces des zones d'activités au profit des Parcs de développement stratégiques (PDS) et des Zones d'Activités Communautaires d'Intérêt Local (ZACIL) de Clermont Auvergne Métropole en raison d'une évolution du contexte territorial et d'un projet de développement d'entreprise pourvoyeur d'emplois.

**La modification n°4** du 28 septembre 2017 concerne le chapitre du développement touristique du DOG et permet d'améliorer les orientations générales concernant la réalisation des projets soumis à UTN dans les secteurs soumis aux dispositions de la Loi Montagne.

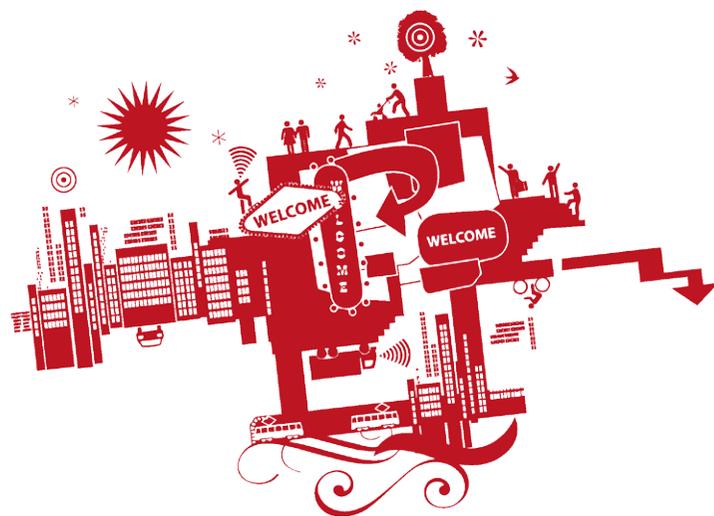
**La modification n°5** du 10 avril 2019 a permis de procéder aux ajustements suivants :

- ➔ intégrer diverses mises à jour formelles du Document d'Orientations Générales, notamment la refonte des tableaux des zones d'activités,
- ➔ faire évoluer le tableau de surfaces des zones d'activités situées sur Mond'arverne Communauté.

Enfin, le SCoT a fait l'objet de **deux mises en compatibilité** dans le cadre :

- ➔ de la déclaration d'utilité publique en date du 25 février 2013 pour le projet du groupe APRR d'élargissement en 2x3 voies de l'A71 sur la section Gerzat / A75
- ➔ de la déclaration d'utilité publique en date du 25 mai 2018 pour le projet du groupe APRR d'élargissement en 2x3 voies de l'A75 entre l'échangeur A711/A71/A75 et le diffuseur n°5 de la Jonchère.





## Le commerce sur le Grand Clermont : Elements de contexte



Le diagnostic qui suit est issu d'une analyse approfondie de l'appareil commercial et des flux de consommation sur le Grand Clermont, réalisé par la CCI Auvergne en 2014, d'une analyse comparative de l'équipement commercial de la métropole clermontoise avec cinq autres métropoles régionales (Rennes, Montpellier, Saint-Etienne, Dijon et Metz) réalisée en 2014 par le bureau d'étude Bérénice, du regard expert des bureaux d'études de Bérénice, CERCIA et SCET ainsi que de l'évaluation du SCoT réalisée en 2016. Ce diagnostic est également enrichi de rapports nationaux.

## Une armature commerciale linéaire nord-sud, source de déséquilibres

Le commerce du Grand Clermont représente 2544 établissements en 2016, 716 639m<sup>2</sup> de surfaces de vente et 15 526 emplois. Le territoire concentre par ailleurs 62% des commerces et 73% des surfaces de vente du département.

L'implantation des grandes et moyennes surfaces commerciales du Grand Clermont a été fortement influencée par la géographie du territoire, notamment sa topographie, conduisant les zones commerciales à s'installer plutôt en plaine, aux abords du cœur métropolitain. Les infrastructures autoroutières et routières majeures ont également joué un rôle majeur dans ces implantations, notamment la RD 2009 (ex RN9) et l'A71/A75 de Riom à Aubière, en passant par Clermont. Il en résulte une concentration géographique du commerce (46 % des surfaces de vente), selon une véritable « dorsale commerciale ».

Un ensemble de 5 pôles commerciaux composent cette organisation structurante : Riom sud, Clermont nord, le Brézet, et surtout la Pardieu et Cap Sud qui représentent les pôles majeurs du commerce au sud de la métropole, et affichent à eux seuls 672 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit 24% de part de marché du Grand Clermont. Deux pôles, plus excentrés, complètent cette offre périphérique majeure : Espace Mozac et Le Pontel.



Ces zones ont absorbé l'essentiel des nouveaux mètres carrés, sous forme de grandes surfaces généralistes ou spécialisées.

Du point de vue territorial, la concentration commerciale est plus marquée encore au sein de la métropole, qui accueille 83% des surfaces de vente et 78% des unités commerciales du Grand Clermont tandis qu'elle n'accueille « que » 69% des habitants.

Les projets récents ou projetés ont tendance à contribuer à cette concentration territoriale (nouveau pôle des Gravanches, extensions au Brezet, Cournon...).

Si cette offre dense a contribué à asseoir le rayonnement de la métropole, elle a également conforté des déséquilibres territoriaux à l'échelle du territoire du Grand Clermont.

En effet, les territoires adjacents ont assisté à une perte progressive de l'attractivité de leur centre-ville ou centre-bourg, puis la fragilisation voire la disparition de leurs commerces et services, reléguant certaines communes dans une fonction uniquement résidentielle.

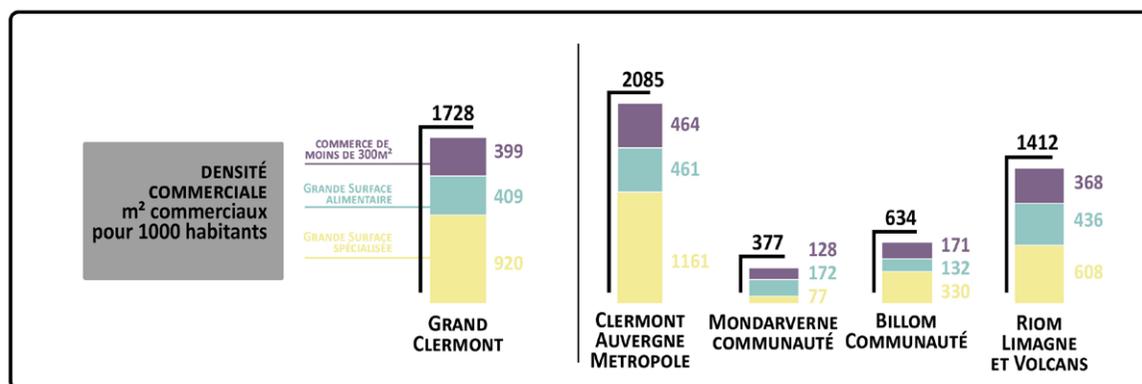
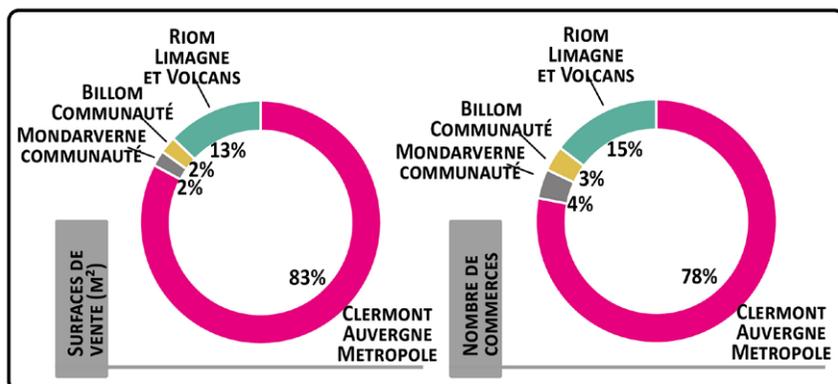
Le centre ville de Clermont-Ferrand, et à sa mesure celui de Riom, demeurent des éléments structurants de l'offre. Le premier est d'ampleur métropolitaine et régionale grâce à une offre puissante, le second offre une alternative locale et spécialisée importante mais fragilisée.

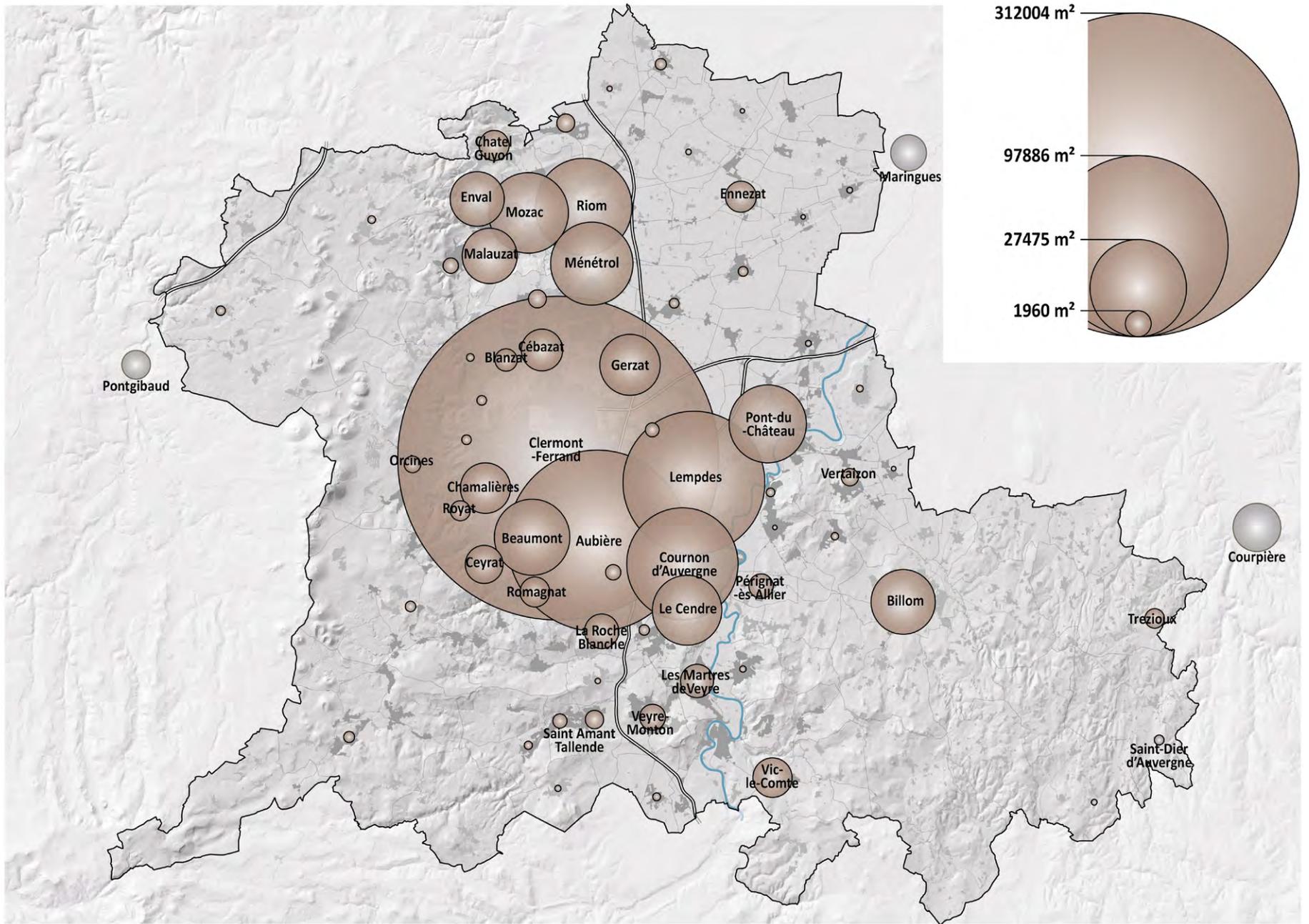
Les pôles de vie, les centres villes du cœur métropolitain et les centres bourgs du Grand Clermont complètent une armature commerciale proposant une offre de

proximité répondant à des besoins quotidiens.

Au Nord, l'agglomération riomoise se pose « en territoire d'équilibre » et limite la polarisation clermontoise grâce au développement et la fixation d'une offre commerciale locale importante.

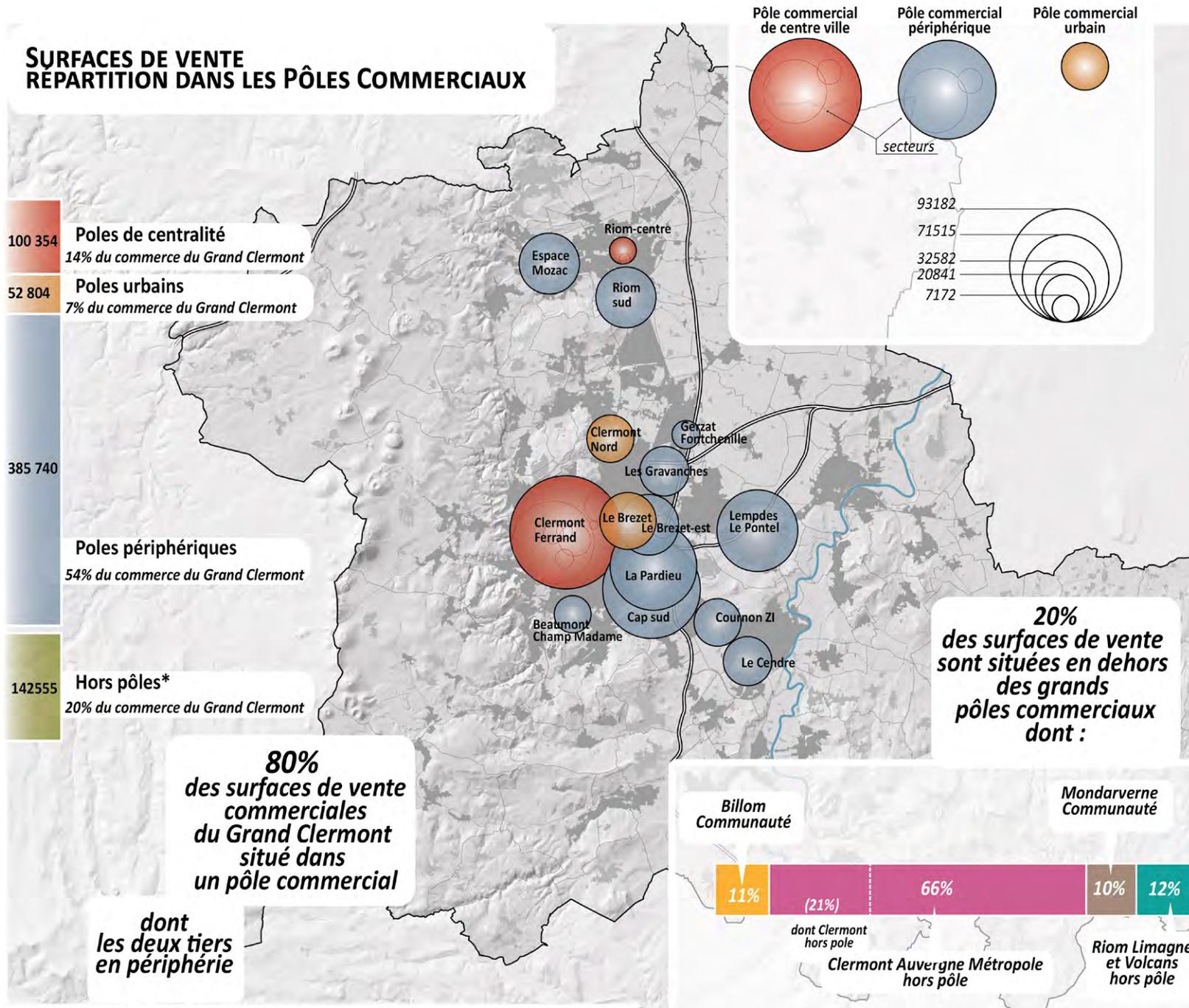
Au Sud et à l'Est la densité commerciale s'estompe du fait de la forte influence des grands pôles commerciaux de la métropole. Billom joue un véritable rôle de bourg-centre rayonnant sur son territoire. La structuration urbaine, au sud, se compose d'un ensemble de pôles urbains de taille assez similaire (3500 à 5000 habitants) permettant la fixation d'une offre de services et de commerces de proximité mais ne permettant guère l'émergence d'une centralité forte pouvant rayonner sur un territoire élargi.





**SURFACE DE VENTE PAR COMMUNE**

# SURFACES DE VENTE RÉPARTITION DANS LES PÔLES COMMERCIAUX



\* le commerce hors pôle concerne l'ensemble des surfaces de vente présentes en dehors des pôles commerciaux et réparties sur tout le territoire du Grand Clermont, y compris sur les communes dotées d'un pôle commercial

## Un découplage progressif entre croissance des surfaces commerciales et croissance de la consommation des ménages, dans un contexte d'évolution des pratiques des consommateurs

Il faut au préalable préciser que le Grand Clermont bénéficie d'une structure commerciale globalement satisfaisante.

Le taux d'équipement en grandes surfaces alimentaires (hypermarchés et supermarchés) se situe dans la moyenne des 100 premières agglomérations françaises (378 m<sup>2</sup>/ 1.000 habitants vs. 373 m<sup>2</sup> / 1.000 habitants – données LSA 2014). Sur les activités non alimentaires, le benchmark réalisé entre la zone de chalandise de Clermont-Ferrand et celles de 5 autres métropoles (Rennes, Montpellier, Saint-Etienne, Dijon, Metz) tend à montrer qu'il n'y a pas de manques majeurs dans l'offre proposée. L'arrivée de nouvelles enseignes sur la période 2013 – 2014 (avec notamment l'extension du Centre Jaude ainsi que l'implantation d'Ikea), a contribué à mettre l'offre à niveau sur des activités pour lesquelles le territoire accusait un retard qualitatif. Les galeries marchandes périphériques présentent des niveaux de densité et de diversité raisonnables comparativement à celles des métropoles comparables. Par ailleurs, le Grand Clermont bénéficie d'une situation territoriale privilégiée, puisqu'il est épargné des pressions concurrentielles, dans certains cas très fortes, exercée par les grandes villes les plus proches (Lyon, Saint-Etienne, Limoges, Roanne, Moulins...). L'ensemble de ces facteurs ont permis à la métropole clermontoise d'asseoir son rayonnement au sein d'une zone chalandise large, entre 30 et 60 minutes.

Par ailleurs, la situation démographique du Grand Clermont se redresse légèrement mais reste en-deçà des objectifs du SCoT, qui visent une augmentation de population de 50 000 habitants à l'horizon 2030. Entre 2009 et 2014, la population du Grand Clermont progresse ainsi en moyenne de 0,53 % par an, contre 0,40 % sur la période 2006-2011. Entre 2009 et 2014, la croissance démographique s'est recentrée sur le cœur métropolitain avec 6082 habitants supplémentaires contre 4 404 habitants dans le périurbain, rompant ainsi avec un cycle de périurbanisation soutenu. Riom, Mozac, Ménérol, Chamalières, Royat, Ceyrat et Aubière ont renoué avec une croissance démographique. La ville de Clermont-Ferrand a vu son nombre d'habitants supplémentaires par an multiplié par quatre.

Or, malgré une offre commerciale sans carence majeure et une augmentation démographique somme toute mesurée, le Grand Clermont a connu au cours de

la période récente une croissance rapide et continue du plancher commercial des grandes et moyennes surfaces de périphérie (100 000 m<sup>2</sup> entre 2005 et 2013 soit +1,9 %/an), supérieur au rythme de progression de la population, mais aussi supérieur à l'évolution de la consommation des ménages (+1,1%/an en moyenne entre 2009 et 2016). De même, les surfaces de vente autorisées en CDAC sur la période 2014-2017 totalisent 30 700 m<sup>2</sup>. La majeure partie de la demande commerciale induite par la croissance démographique a été captée par les grandes et moyennes surfaces commerciales, en périphérie (à hauteur de 75 % de la dépense) ; le commerce de détail traditionnel a continué à subir une baisse régulière et sensible du nombre d'établissements (-10 à -15 par an).

A ce constat vient s'ajouter une transformation profonde des modes de vie et de consommation, bouleversée par l'avènement du numérique. La part de revenu dédié aux biens de consommation courante tend à diminuer alors que celle consacrée au logement, au transport et aux services est en hausse. En parallèle, les enquêtes consommations révèlent de plus en plus une tendance au rejet de la consommation de masse et une aspiration à consommer connecté, plus responsable, plus sain et collaboratif.

Ces évolutions réinterrogent les facteurs de réussites du commerce d'hier (taille des magasins, déplacements et stationnements faciles, abondance de stock...) et invitent à faire preuve de vigilance sur l'expansion de la périphérie, d'autant que les centres commerciaux accusent un recul de fréquentation depuis la crise de 2008. Sans stratégie, les collectivités risquent de devoir faire face à l'apparition de friches commerciales.

*L'IGF et le CGEDD notait d'ailleurs dans leur rapport de juillet 2016 que « L'achat revêt de plus en plus un caractère symbolique et immatériel. Il participe à la construction de l'individu dans son rattachement à une ou plusieurs communautés. Par ailleurs, de nouvelles exigences ont émergé en matière de traçabilité des produits, de responsabilité sociale des entreprises ou de respect de l'environnement. Elles favorisent le développement de circuits locaux de production, du commerce équitable ou encore de l'agriculture biologique. Ces pratiques ne semblent toutefois pas se diffuser rapidement même si les valeurs qu'elles véhiculent sont déjà en partie intégrées aux plans marketing des grandes enseignes.*

*L'évolution du commerce est particulièrement marquée par le développement rapide de la vente à distance, portée par de nouveaux opérateurs, les pure players. Elle prend principalement la forme du e-commerce et même du m-commerce. Elles permettent de s'affranchir de l'unité de temps et de lieu lors d'une transaction marchande. Le e-commerce permet une plus grande maîtrise par le consommateur de son achat, grâce à l'élargissement des outils d'information, de communication et de comparaison des produits. »*

## Une faiblesse dans l'offre commerciale en centralité urbaine

Face à plus d'une dizaine de polarités commerciales périphériques, seul le poids concurrentiel de quelques centralités, dont celles de Clermont-Ferrand et Riom, émerge tout en présentant des signes de fragilité. Sur la période 2013-2016, elles accusent en effet des reculs plus ou moins marqués sur le nombre d'établissement, de m<sup>2</sup> de surface de vente et d'emplois, même si la comparaison s'arrête là.

Le **pôle clermontois** a en effet bénéficié d'importants programmes d'investissements ces dernières années et de l'arrivée d'enseignes exclusives en Auvergne. Les signes de fragilité seraient plus le fait du repositionnement spatial de l'intensité commerciale et urbaine. La Ville et la CCI sont associées pour corriger ces tendances, avec notamment le recrutement récent d'un manager de centre-ville, la redéfinition de l'identité commerciale des rues Clermontoises, une veille permanente sur la vacance et un accompagnement à l'installation... Les grands projets de reconversion et d'intensification urbaine (Hôtel Dieu, Kessler Rabanesse, Les Carmes, Catroux, St Jean...) se poursuivent et seront de nature à renforcer l'attractivité de cœur de ville et favoriser l'installation de nouveaux ménages.

Le **centre-ville de Riom**, de par son patrimoine historique et la qualité de son offre artisanale, dispose d'un rayonnement potentiellement plus large, d'attrait touristique. La vacance a atteint des taux variant entre 11 et 14 %. Certains linéaires sont plus touchés que d'autres. Là encore, la ville de Riom cherche à redonner à son centre-ville ses « lettres de noblesse » en travaillant à la fois sur la requalification du bâti, le dynamisme commercial, la qualité des espaces publics et la mise en lien du centre-ville avec les espaces et équipements structurants.

Dans ce contexte de forte polarisation du commerce en périphérie, l'offre commerciale dans les centralités secondaires est assez faible.

Les **pôles de vie** concentrent 5 % du plancher commercial, 6 % des établissements commerciaux de détail et 5 % des emplois. Même si la progression des m<sup>2</sup> de surface et du nombre d'emplois sur la période 2013-2016 est encourageante, elle masque néanmoins des disparités. Billom, Vic le Comte, Pont du Château, les Martres de Veyre et Tallende /St Amand Tallende disposent d'une offre soutenue. A noter que Billom a fait longtemps figure de brillant élève, en réussissant à renforcer

son attractivité par l'accueil d'une grande surface alimentaire, jouxtant le bourg centre traditionnel, sans pour autant déstabiliser petits commerces et marché, qui contribuent à son animation.

Ennezat et les Martres-de-Veyre et bientôt Vic-le-Comte ont accepté l'implantation d'un supermarché en entrée de ville, ce qui n'est pas sans poser de difficultés pour le commerce de centre bourg. Volvic connaît une évolution préoccupante liée notamment à la concurrence proche de l'Espace Mozac.

Au-delà, Châtel-Guyon a su préserver une dynamique urbaine et commerciale en partie basse de la ville, liée à son identité touristique de ville thermale.

De petites concentrations commerciales existent également dans des quartiers, bourgs ou dans les secteurs denses du cœur métropolitain, sous forme de noyaux ou grappes de commerces. Ils assurent une fonction de proximité.

Dans les **centralités secondaires** aussi, des investissements lourds sont réalisés par les collectivités pour revivifier leur centre-ville ou centre-bourg. Ces efforts pourraient être vains, s'ils n'étaient pas accompagnés d'une limitation de l'expansion périphérique sous forme de galeries marchandes ou retail-parks, des concepts qui entrent directement en concurrence avec l'offre commerciale des centralités.

Evolution 2013 / 2016	Nombre d'établissements	m <sup>2</sup> de surface de vente	Nombre d'emplois
Riom Centre-Ville	- 16,7 %	- 14,3 %	- 10,5 %
Riom Espace Mozac	0 %	- 0,5 %	5,2 %
Riom Sud	10 %	12,3 %	6,1 %
Clermont Nord	- 10 %	- 9,5 %	- 9 %
Clermont Centre-Ville	- 11,8 %	- 5,8 %	- 13,6 %
Clermont Brezet	9,5 %	9,6 %	2,4 %
Lempdes Le Pontel	4,3 %	- 6,3 %	- 4,4 %
Clermont Sud Aubière	- 3,3 %	- 0,2 %	- 2 %
Cournon ZI Le Cendre	- 5 %	- 7,6 %	- 2,5 %

Source : Observatoire économique - CCI du Puy-de-Ôme

## Une organisation commerciale peu durable

Le **commerce de détail** est une activité présentielle basée sur la proximité de la population habitant et/ou consommant sur le territoire. Il recherche par conséquent à bénéficier du plus grand volume de clients, que ce soit en se localisant au plus près des grandes densités de population, ou au plus près des grandes infrastructures de transports élargissant ainsi la zone d'influence.

Rien d'étonnant à ce que les implantations commerciales se soient majoritairement opérées depuis 40 ans dans la périphérie des villes, qui disposait des fonciers à même d'accueillir des superficies commerciales toujours plus grandes et à proximité des voies rapides. Ce développement commercial en périphérie a marqué en profondeur la physionomie des agglomérations françaises quel qu'en soit la taille. Ce modèle semble aujourd'hui toucher ses limites.

Si depuis les lois Grenelle, les principes du développement durable semblent de mieux en mieux pris en compte par les politiques d'aménagement dans leurs différents aspects, l'urbanisme commercial semble y échapper (impacts sur l'organisation urbaine et la mobilité, coûts externes et ensemble des effets économiques et sociaux...). De plus en plus d'acteurs partagent le constat du caractère peu durable du développement commercial à la périphérie des villes qui défigure le paysage urbain, contribue à l'artificialisation des sols, perpétue un modèle monofonctionnel dépendant de la voiture donc générateur de pollution, et alimente pour une large part la crise du commerce de centre-ville. Et malgré cela, la création de surfaces commerciales se poursuit à marche forcée.

Le Grand Clermont n'échappe pas à la règle. Son organisation commerciale en périphérie est le fruit d'une juxtaposition d'opérations sans plan d'ensemble, peu fonctionnelle et qualitative sur le plan urbain. Certains secteurs manquent de lisibilité et de cohérence par le mélange du commerce avec d'autres activités artisanales et commerciales. Trop de projets demeurent dans une logique de positionnement sur les flux d'échanges routiers majeurs et donc en décalage avec les principes d'un aménagement commercial durable.

Nos entrées de ville avec leurs ronds-points, voies rapides, boîtes à chaussure... contribuent à ce que Télérama avait qualifié la France moche. Au-delà de l'aspect purement esthétique, c'est bien un modèle qui est mis en cause, associé à la destruction des terres agricoles, la pollution atmosphérique et visuelle, les embouteillages, la perte de lien social, la précarisation de l'emploi...

Les marges de progression et d'amélioration sont donc significatives sur le Grand Clermont comme partout en France, pour promouvoir un modèle harmonieux et raisonné, trouver un équilibre dans les implantations commerciales en centralités et pôle périphérique et engager un processus de renouvellement urbain dans les zones périphériques. Là encore, le réfrènement de l'expansion périphérique apparait comme la condition sine qua non pour créer les conditions favorables à des opérations de renouvellement urbain, qui associent pouvoirs publics et acteurs privés, et permettent de reconstituer les composantes de ce qui fait une ville.

Les rapports gouvernementaux se succèdent pour tenter de réconcilier les dynamiques commerciales avec la ville durable, dont parmi les plus récents « La revitalisation commerciale des centres villes » (juillet 2016, CGEDD et Inspection générale des Finances) et « Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable » (mars 2017, CGEDD). De même, le législateur n'a eu de cesse de chercher à rapprocher aménagement commercial et urbanisme (lois LME, Grenelle 2, Ollier-Piron, ALUR, PINEL). Dernière en date, la loi ELAN, du 23 novembre 2018, comporte un volet sur la revitalisation des centres des villes moyennes, où sont ciblés la lutte contre la vacance commerciale et les enjeux de développement durable et d'innovation dans les secteurs du commerce et de l'artisanat.

## Les enjeux retenus

Le territoire du Grand Clermont présente un niveau d'équipement en grandes et moyennes surfaces globalement équivalent à celui d'autres agglomérations françaises. Il n'est donc pas nécessaire d'engager un processus de développement significatif.

Il ressort par ailleurs que l'appareil commercial du Grand Clermont a su se moderniser sur la précédente décennie, lui assurant un rayonnement métropolitain, mais qu'il existe un risque de « surchauffe ».

La multiplication des mètres carrés commerciaux en période de stagnation voire de régression de la consommation, fait ainsi peser un risque de développement de locaux vides (quand 40 000 m<sup>2</sup> sont créés, 20 000 disparaissent) voire de friches.

Face à une offre en termes de grandes et moyennes surfaces adaptée à la demande, **l'objectif principal du SCoT** en matière de développement commercial est de **promouvoir un modèle plus cohérent, plus équilibré** et prenant en compte les nécessités d'un développement durable :

- optimisation de l'utilisation du foncier,
- respect de l'environnement,
- insertion urbanistique et paysagère,
- réduction des déplacements motorisés...

C'est pourquoi, le SCoT du Grand Clermont doit évoluer et être complété d'un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC), afin de promouvoir un modèle d'aménagement commercial harmonieux et raisonné, à savoir :

- Accueillir en priorité les activités et emplois commerciaux dans les centralités
- Privilégier les requalifications des zones commerciales aux extensions
- Miser sur une complémentarité entre les territoires

## Les propositions du PADD du SCoT

Dans cette perspective, le SCoT, depuis son approbation en 2011, retient une stratégie de développement commercial axée sur la consolidation des acquis, qui se décline en cinq axes :

**1. Assurer une maîtrise « sélective » de l'extension des grandes et moyennes surfaces** pour répondre à une demande relativement stable en volume.

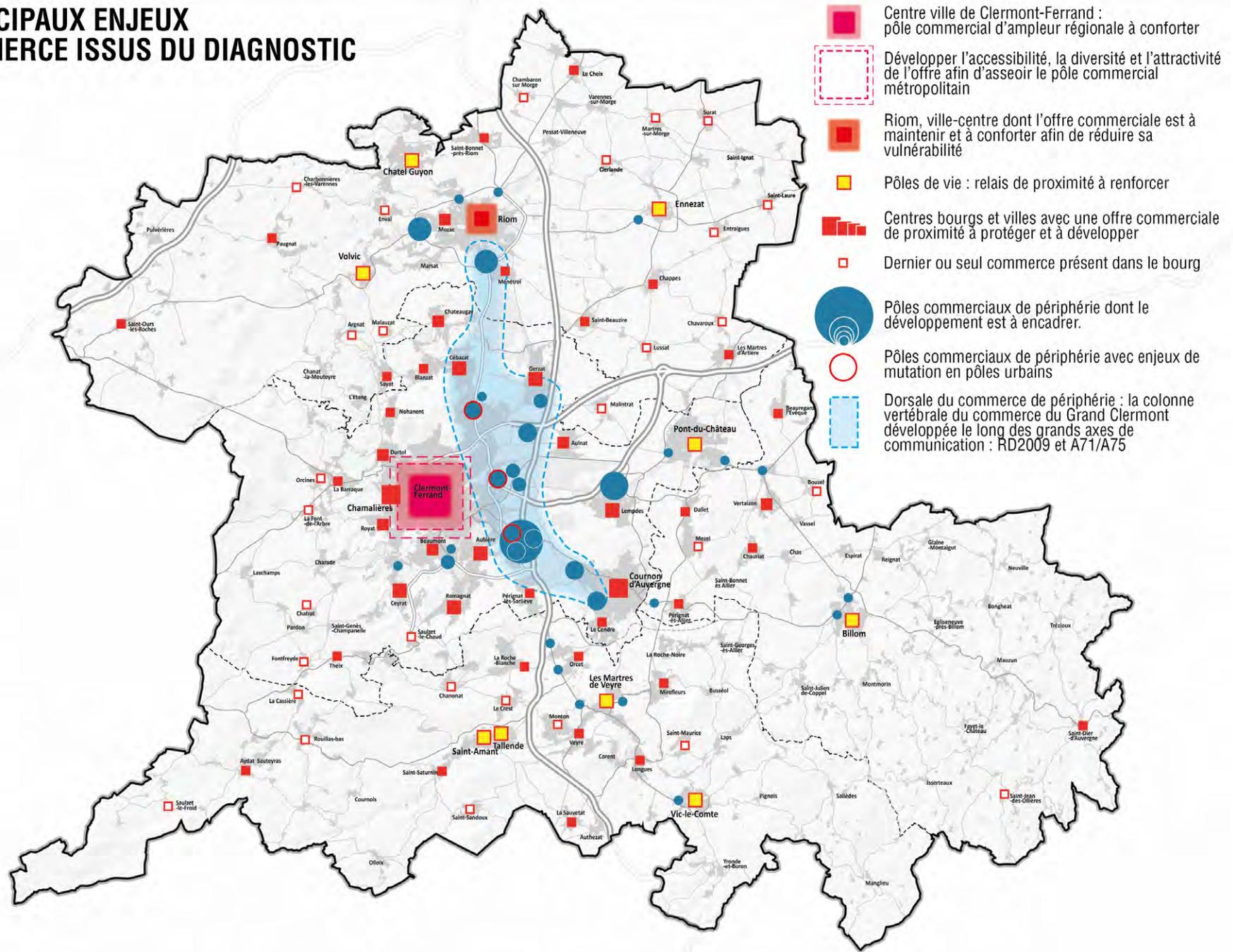
**2. Stabiliser le nombre de pôles commerciaux majeurs** en maîtrisant leur expansion spatiale et en engageant des processus de requalification globale des sites.

**3. Maintenir le rayonnement régional du pôle clermontois** par l'accueil de nouvelles enseignes commerciales majeures capables d'attirer sur leur nom une clientèle extérieure à leur zone d'influence naturelle.

**4. Poursuivre les actions de renforcement commercial aux abords du tramway** et rechercher des opportunités foncières pour accroître l'attractivité et la spécialisation du centre-ville dans certains domaines (équipement de la personne, loisirs culturels, restauration, services). à l'occasion d'opérations de renouvellement urbain, pourrait être étudiée la création de nouveaux pôles thématiques.

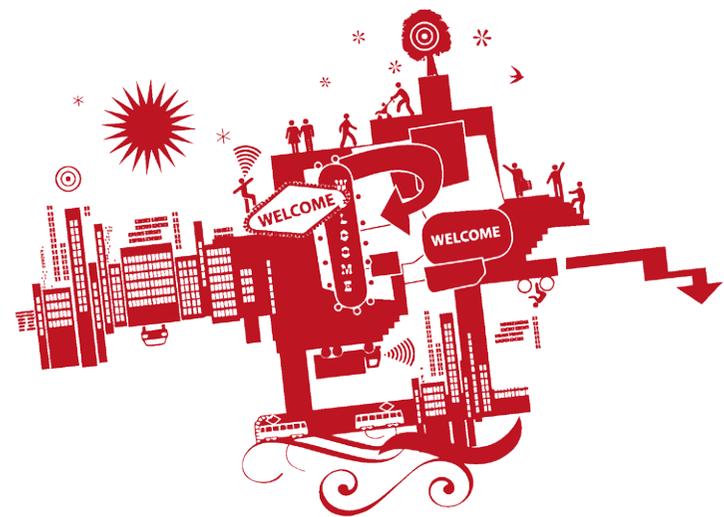
**5. Consolider le commerce de proximité** à toutes les échelles du territoire (centres-villes, pôles de vie, pôles de quartier et bourgs périurbains) afin de maintenir un niveau de services répondant aux besoins quotidiens ou à ceux de la population captive. Les grands groupes alimentaires opèrent d'ailleurs actuellement des changements de stratégie, passant de la multiplication des hypermarchés de zones d'activités à un rééquilibrage au profit de petites unités disséminées dans le tissu urbain. Une veille sur l'évolution des commerces permettra de profiter des opportunités foncières ou des opérations de rénovation urbaine, pour moderniser le tissu commercial.

# LES PRINCIPAUX ENJEUX DU COMMERCE ISSUS DU DIAGNOSTIC



-  Centre ville de Clermont-Ferrand : pôle commercial d'ampleur régionale à conforter
-  Développer l'accessibilité, la diversité et l'attractivité de l'offre afin d'asseoir le pôle commercial métropolitain
-  Riom, ville-centre dont l'offre commerciale est à maintenir et à conforter afin de réduire sa vulnérabilité
-  Pôles de vie : relais de proximité à renforcer
-  Centres bourgs et villes avec une offre commerciale de proximité à protéger et à développer
-  Dernier ou seul commerce présent dans le bourg
-  Pôles commerciaux de périphérie dont le développement est à encadrer.
-  Pôles commerciaux de périphérie avec enjeux de mutation en pôles urbains
-  Dorsale du commerce de périphérie : la colonne vertébrale du commerce du Grand Clermont développée le long des grands axes de communication : RD2009 et A71/A75





## Objet de la modification

# PROJET DE MODIFICATION

Éléments de contexte  
et de diagnostic

Evolution  
des grands objectifs  
d'organisation du territoire

Dispositions générales  
concernant :  
l'Aménagement  
la Planification locale

Nouvelles dispositions

Conditions d'implantation  
des équipements commerciaux  
Surfaces de vente

pas de modification  
de l'économie  
du PADD

suppression  
de la notion de  
« 12 pôles »

Nouveau  
Chapitre  
commerce

nouveau  
document  
intégré

1  
Rapport  
de présentation

2  
Projet  
d'aménagement  
et de  
développement  
durables

3  
Document  
d'Orientations  
Générales

4  
Document  
d'Aménagement  
Artisanal  
et Commercial

LE SCOT

## Adapter le SCoT aux enjeux du commerce de détail

Prenant acte des constats exposés précédemment, le Grand Clermont souhaite intégrer de nouvelles dispositions dans le SCoT, à même de permettre au territoire de progresser notablement dans l'encadrement et la maîtrise de son développement commercial d'un point de vue spatial, quantitatif et qualitatif. Cela implique :

- une modification du DOG afin de préciser les conditions de création des zones commerciales et les modalités d'implantation des activités commerciales que les documents d'urbanisme locaux (PLU(I)) devront prendre en compte ;
- l'intégration d'un DAAC à même de guider les opérateurs dans leurs choix d'implantation, d'aménagement et de développement commercial ;
- un ajustement rédactionnel du PADD ne remettant pas en cause l'économie générale du projet ;
- une actualisation du rapport de présentation, plus particulièrement en ce qui concerne la justification des choix.

## Adapter le Document d'Orientations Générales aux enjeux du commerce de détail

La modification du DOG vise principalement à promouvoir un modèle d'aménagement commercial harmonieux et raisonné, en fixant l'objectif :

- d'accueillir en priorité les activités artisanales et commerciales de détail dans les centralités
- de privilégier les requalifications des zones commerciales et limiter strictement les possibilités d'extensions
- de miser sur une complémentarité entre les territoires
- d'anticiper l'intégration des nouvelles formes de commerces.

## Accueillir les activités commerciales en priorité dans les centralités

Le commerce remplit une fonction urbaine participant fortement à l'organisation de l'espace.

Or, le développement massif du commerce en zones périphériques, depuis 40 ans, a eu pour effet d'affaiblir le commerce de centres villes et centres bourgs créant, dans certains cas, des situations de désertification, de dégradation du patrimoine bâti, de perte du lien social...

**Aussi, le commerce doit reprendre toute sa place dans la vie urbaine, pour répondre aux besoins quotidiens des populations**, et notamment celles non motorisées, en complémentarité avec la présence d'offres de services (marchands, médicaux...), d'équipements publics ou administratifs, dont la diversité et la concentration contribuent à l'attractivité des centralités.

**Ces dispositions concourent à favoriser les déplacements de courtes distances, ainsi que le recours aux mobilités douces ou aux transports collectifs.**

Aussi, le DOG fixe **pour objectif d'accueillir l'implantation de nouveaux commerces en priorité dans les centralités urbaines** et ce, sans limitation de surfaces en recherchant notamment à renforcer les linéaires commerciaux existants.

Les centralités concernées sont :

- le **centre-ville de Clermont-Ferrand**, centralité majeure du Grand Clermont, dont l'attractivité commerciale et le rayonnement sont à conforter,
- le **centre-ville de Riom**, dans l'objectif d'asseoir son rôle de ville-centre au Nord du Grand Clermont selon le principe d'équilibre du territoire.
- les **pôles de vie** dont le renforcement de l'offre commerciale doit permettre de développer et renforcer leur rôle de pôle-relais.
- les **centres villes**, les **centres bourgs périurbains**, afin d'offrir une offre de proximité en complémentarité des services et équipements existants
- certains **secteurs de gare** ou de lieux de transit en transport en commun d'usage quotidien (arrêts de tram par exemple) qui jouent un rôle de structuration des territoires et des espaces urbains.

## Privilégier les requalifications de zones commerciales périphériques et limiter les extensions

L'organisation commerciale en périphérie est le fruit d'une juxtaposition d'opérations sans plan d'ensemble, peu fonctionnelle et qualitative sur le plan urbain.

Trop de projets demeurent dans une logique de positionnement sur les flux d'échanges routiers majeurs et donc en décalage avec les principes d'un aménagement commercial durable. Les entrées de ville du Grand Clermont, comme partout en France, sont défigurées par des successions de ronds-points, voies rapides et « boîtes à chaussure ». Au-delà de l'aspect purement esthétique, c'est bien un modèle qui est mis en cause, associé à la destruction des terres agricoles, la pollution atmosphérique et visuelle, les embouteillages, la perte de lien social, la précarisation de l'emploi...

Les marges de progression et d'amélioration sont donc significatives sur le Grand Clermont, pour promouvoir un modèle harmonieux et raisonné.

Le DOG vise ainsi à **privilégier la restructuration des zones existantes** en complément du renforcement du commerce dans les centralités. L'objectif est :

- ▶ de gagner en efficacité foncière,
- ▶ d'améliorer la gestion des flux de circulation de personnes et de marchandises et le stationnement,
- ▶ de permettre une meilleure maîtrise de la production, de la récupération et de la distribution énergétique,
- ▶ de libérer et re-végétaliser une partie des sols imperméabilisés,
- ▶ d'améliorer la qualité architecturale et environnementale des bâtiments et leur insertion paysagère, notamment en portant une attention au traitement des abords et interstices urbains ...

De plus, le DOG incite les pôles commerciaux périphériques « rattrapés » par la ville à muter vers un tissu multifonctionnel (associant commerces, services, équipements, transports publics, logements...), dans une approche de circulation apaisée, de mobilité douce et de réintroduction de la nature en ville...

Sont concernés par ce processus de mutation les pôles périphériques de Clermont Nord, du Brézet, de La Pardieu, de Cournon-Le Cendre, du Pontel à Lempdes, de la Roche-Blanche et de Chignat.

Le SCoT invite également à engager une réflexion sur les autres pôles périphériques, en vue de leur diversification.

Enfin, le SCoT entend **limiter strictement les extensions des zones commerciales périphériques**. Ces extensions ne sont autorisées que sous réserve :

- de permettre au pôle des Gravanches d'achever l'aménagement d'une zone de 35 ha, autour des thématiques « équipements de la maison » et « sports, loisirs » ;
- d'une extension du pôle de Cournon-Le Cendre sur une surface de 12ha, selon les principes du DAAC.

Le commerce n'est par conséquent pas souhaité en dehors des centralités et des pôles commerciaux et plus particulièrement le long des axes de circulation qui reproduisent ainsi un modèle d'organisation commerciale peu durable.

Les orientations du DOG sont appelées à être déclinées dans les documents de planification locaux (PLUi), qui ont la responsabilité d'autoriser, encadrer ou interdire l'implantation des commerces de détail et d'artisanat en fonction des secteurs urbains et de prévoir les dispositions à même d'opérer un saut qualitatif en termes paysager et architectural et de mixité dans les pôles commerciaux.

## Miser sur une complémentarité entre les territoires

Le SCoT cherche à rééquilibrer le développement commercial en faveur, d'une part, des centralités et des pôles de vie dans l'esprit de l'organisation en archipel et, d'autre part, des pôles situés au nord du cœur métropolitain. Pour parvenir à cet objectif mais également pour limiter les concurrences territoriales aux effets contre-productifs, le SCoT organise la répartition de l'offre commerciale selon la fréquence de consommation, la taille des établissements et les périmètres d'influence recherchés, autour de 3 niveaux de rayonnement :

► **les centralités et pôles de périphérie de niveau local** qui regroupent de façon globale les centralités des centres-bourgs, où le renforcement commercial est souhaité, et des petits pôles périphériques dont l'extension est limitée à leurs besoins de modernisation.

Ces centralités et pôles périphériques de niveau local :

- correspondent à des achats quotidiens légers (fréquence plurihebdomadaire à hebdomadaire), effectués dans des petites, moyennes et grandes surfaces alimentaires ou petits équipements à la personne et de la maison,
- dans une zone de chalandise plutôt resserrée (moins de 10 à 20 minutes à pied ou en voiture).

Ils répondent à une logique de rapprochement de l'offre à la demande, en privilégiant les déplacements en modes doux, les déplacements motorisés réduits et une accessibilité pour toutes les populations.

► **les centralités et pôles de périphérie de niveau intermédiaire** sont d'une part, le centre-ville de Riom, les sept pôles de vie et Chatel-Guyon, et d'autre part, les pôles périphériques de Cournon-Le Cendre, du Pontel à Lempdes, de Clermont-nord, de l'Espace Mozac et de Riom-sud.

Ces centralités et pôles de niveau intermédiaire :

- correspondent à des achats quotidiens à occasionnels légers ou lourds (fréquence mensuelle),
- dans une zone de chalandise s'étendant sur plusieurs territoires intercommunaux (moins de 20 à 40 mn en voiture).

En périphérie, le développement commercial est encadré par les dispositions du DAAC dans le but de préserver l'animation commerciale dans les centralités. Celui-ci opère

une distinction entre les secteurs de restructuration, de mutation et de développement.

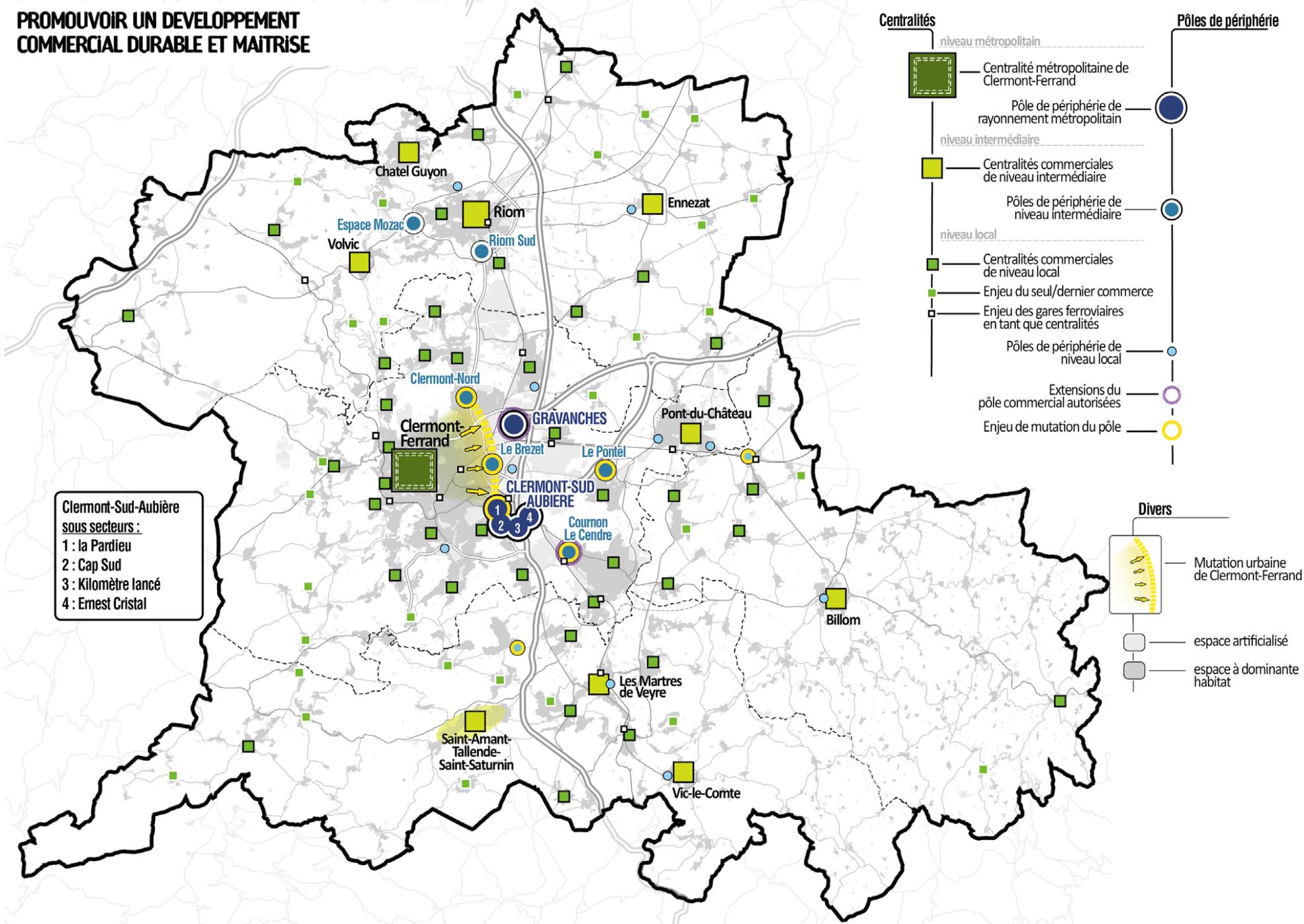
► **les centralités et pôles de périphérie de niveau métropolitain** sont d'une part, le centre-ville de Clermont-Ferrand, seule centralité commerciale d'envergure métropolitaine et, d'autre part, les pôles périphériques de Clermont-sud-Aubière (composé de La Pardieu, Cap-Sud, du Kilomètre-Lancé et d'Ernest Cristal) et des Gravanches.

Ces centralités et pôles de périphérie de niveau métropolitain :

- correspondent à des achats quotidiens à exceptionnels légers ou lourds liés à une offre spécialisée à forte attractivité, d'équipement de la personne et de la maison (fréquence pluriannuelle à annuelle)
- dans une zone de chalandise étendue à plusieurs départements (à plus d'une heure en voiture).

En périphérie, le développement commercial est encadré dans les conditions prévues par le DAAC dans le but de préserver l'animation commerciale dans les centralités. Celui-ci opère une distinction entre les secteurs de restructuration, de mutation et de développement.

# PROMOUVOIR UN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DURABLE ET MAITRISE



## D'autres évolutions complémentaires dans le DOG

En complément de la refonte du chapitre commerce, le projet de modification n°6 du SCoT implique des évolutions concernant les autres zones d'activités inscrites au SCoT.

### La suppression de la vocation commerciale des ZACIL

Certaines zones d'activités d'intérêt local autorisaient l'implantation d'activités commerciales dans leur périmètre.

Permettre de créer des activités commerciales dans ces zones, situées en périphérie des communes, entrerait en effet en contradiction avec les objectifs de la présente modification du SCoT.

Zones d'Aménagement Communautaires d'Intérêt Local					
EPCI	Localisation	Vocation	Nombre d'hectares		
			total non aménagé	Échéance de réalisation	
				phase 1	phase 2
Billom Communauté	ZAE de l'Angaud (Billom)	Artisanat	4	4	0
	Les Lattes (Dallet)	Éco-activités / Industrie / Tertiaire / Artisanat	14	14	0
	La Charreyre Basse (Pérignat-es-Allier)	Recherche / Environnement	3	0	3
Clermont Auvergne Métropole	Zone HOE (Blanzat)	Non défini	10	0	10
	Montels 4 (Cébazat)	Artisanat / Industrie / Logistique / Tertiaire	8	8	0
	Gerzat sud (Gerzat)	Industrie - BTP Services entreprises	6	6	0
	Claveloux (Clermont-Ferrand)	Services / Commerce	5	5	0
	Fontanille (Lempdes)	Artisanat / Industrie / Commerce	38	38	0
Mond'Arverne Communauté	Pra de Serre 3 - 2 <sup>e</sup> tranche (Veyre-Monton)	Industrie / Éco-activités / Tertiaire	13	13	0
	Le Daillard 2 (Mirefleurs)	Artisanat	6	2	4
	La Novialle (La Roche Blanche)	Petite industrie / Tertiaire / Artisanat	16	16	0
	ZAC Les Meules 2 (Vic Le Comte)	Artisanat / Commerce / Petite industrie	11.5	11.5	0
	ZAC Cheiractivités (Taillede)	Artisanat / Industrie / Services entreprises	18	6	12
Riom Limagne et Volcans	St-Bonnet près Riom (Sud)	Artisanat	6	0	6
	Ménérol III	Artisanat	3	3	0
	Espace Mozac nord	Artisanat / Commerce	8	5	3
	Pulvérières	Artisanat	6	6	0
	Sayat	Tertiaire	4	4	0
	ZA Bionnet-Croix des Roberts (Châtel-Guyon)	Artisanat / Industrie / Services entreprises	10	10	0
	ZA de Champplou (Volvic)	Artisanat / Industrie	3.5	3.5	0
	ZAE Pierre Boulanger (Martres d'Artière)	Artisanat	4	4	0
	St Beauzire	Artisanat / Services	7	7	0
	Ennezat	Artisanat / Services / Industrie	9	9	0
	Lussat	Artisanat	4	4	0
<b>TOTAL</b>			<b>217</b>	<b>179</b>	<b>38</b>

## Des évolutions sur la plaine de Sarliève

Si les extensions des pôles commerciaux des Gravanches et de Sarliève (désormais pôle Cournon - Le Cendre) sont conservées, des changements sont opérés sur le secteur de la Plaine de Sarliève ayant un impact sur le Parc de Développement Stratégique de Sarliève Sud.

Ainsi, le pôle commercial de Sarliève d'une superficie initiale de 40ha est amené à évoluer de la façon suivante :

- 25ha situés à l'Ouest retrouvent leur vocation agricole pour cause de risques inondation,
- 15ha sont intégrés au Parc de Développement Stratégique (PDS) de Sarliève Sud pour l'implantation d'activités métropolitaines.

Le nouveau site retenu pour l'extension du pôle commercial Cournon - Le Cendre représente un foncier de 12ha environ, non bâti, mais situés en dent creuse, classé dans les secteurs urbanisés depuis l'approbation du SCoT en 2011.

Cette évolution permet donc de restituer durablement 25ha au secteur agricole sur la plaine de Sarliève.

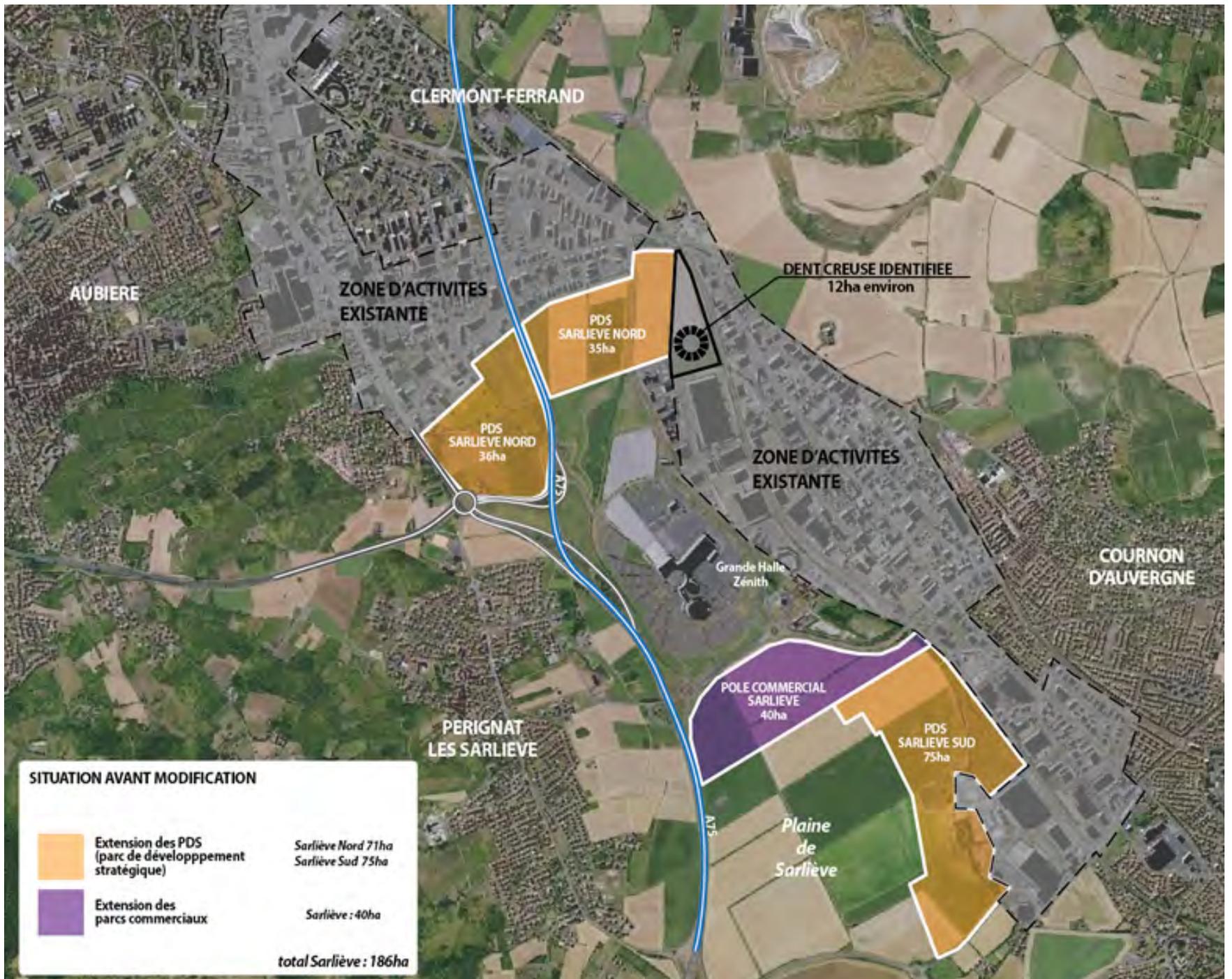
Le bilan de cette modification n°6 laisse apparaître une diminution nette de 13ha des zones à urbaniser, tous secteurs d'activités confondus, sur la Plaine de Sarliève.

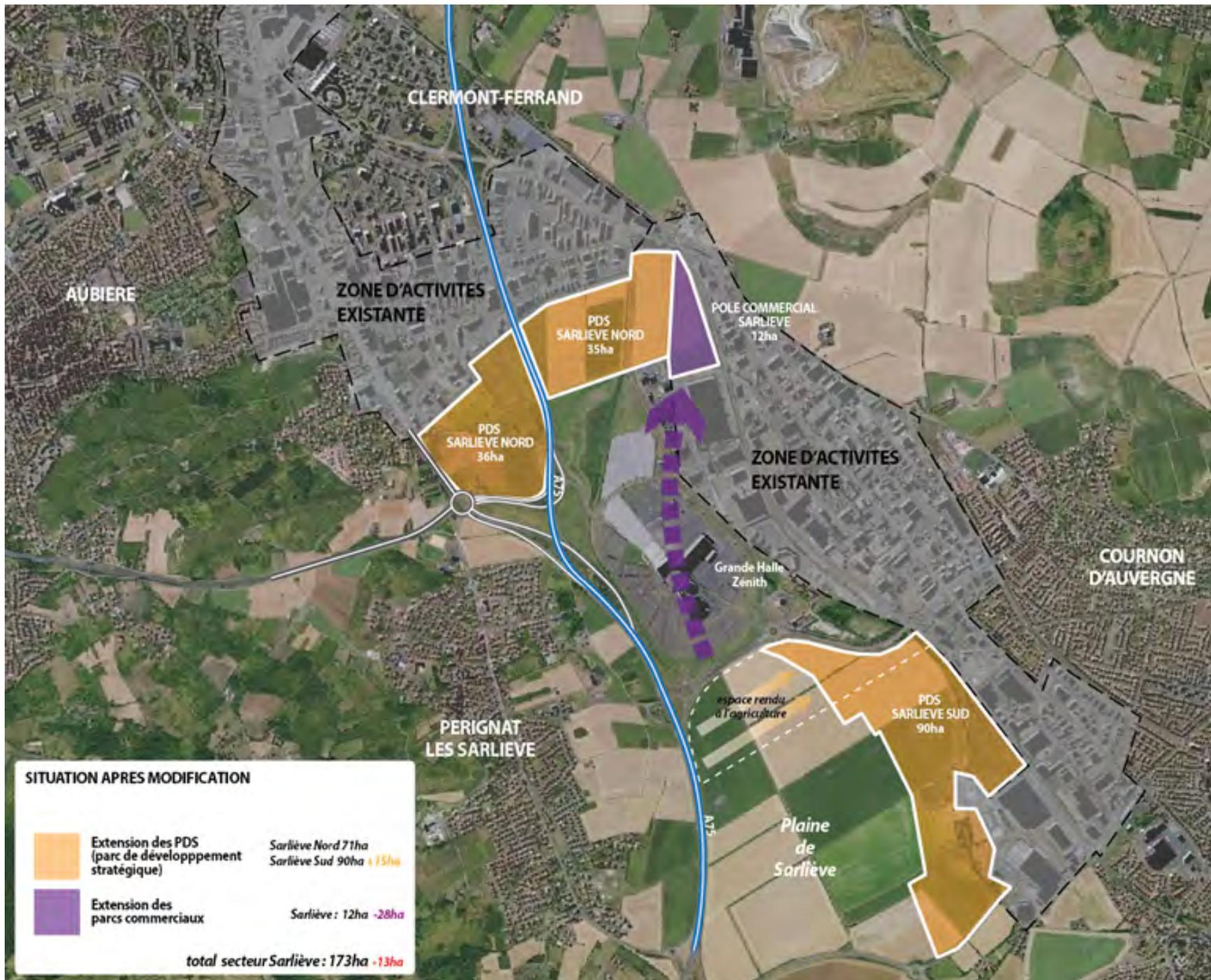
### Une évolution de la cartographie «Articuler l'habitat, l'emploi et les déplacements»

Enfin, le chapitre «commerce» est l'une des composantes de l'articulation «habitat/ emploi/déplacements» qui fait l'objet d'une cartographie de synthèse dans le DOG.

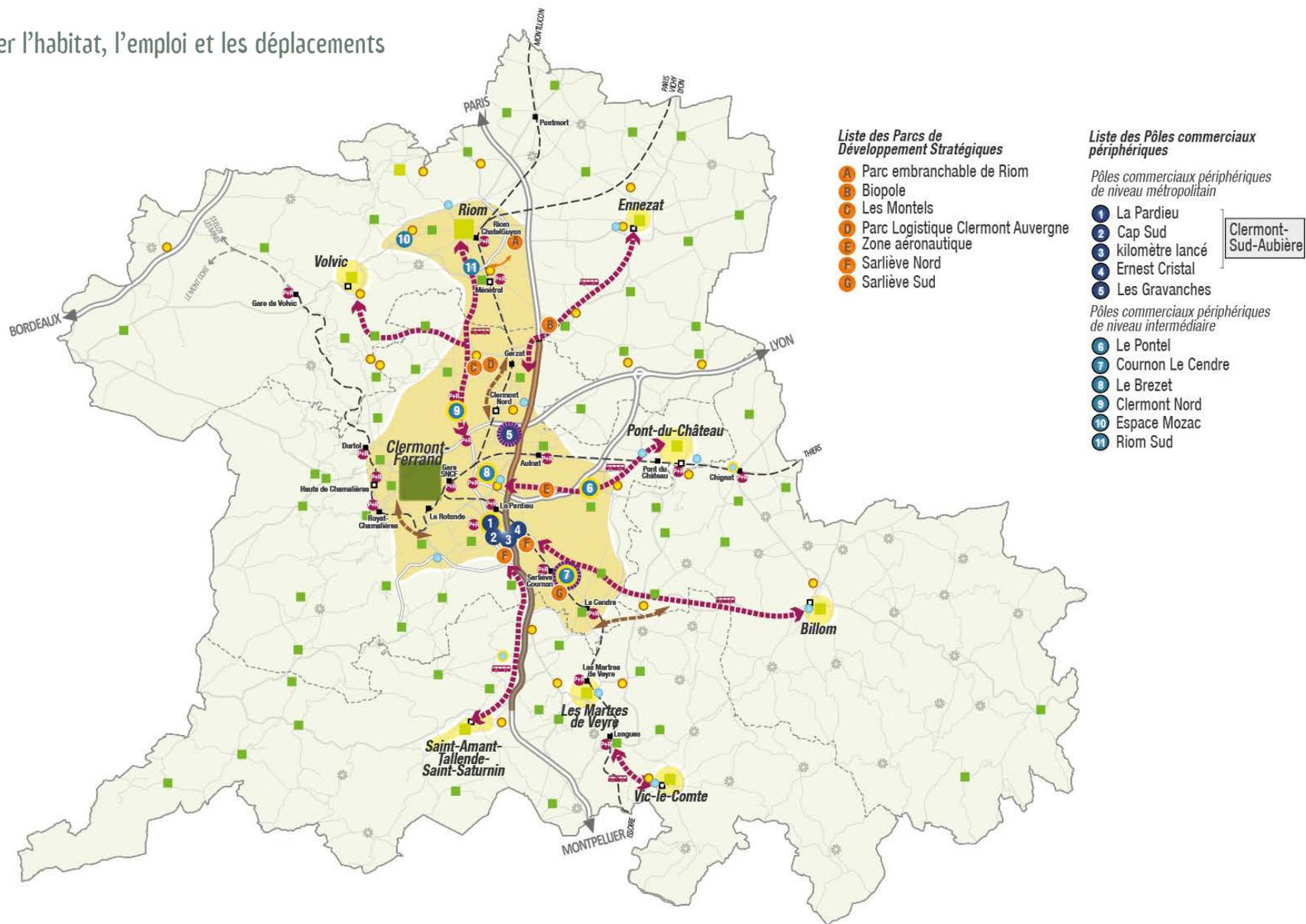
Aussi, cette cartographie doit évoluer pour intégrer les nouvelles dispositions sur le commerce.

Si elle fait l'objet d'une refonte graphique, son contenu reste identique sur les autres thématiques non concernées par la présente modification.





## Articuler l'habitat, l'emploi et les déplacements



**Favoriser un développement qui donne la priorité au renouvellement urbain et à la densification de pôles stratégiques prioritaires**

**Coeur métropolitain : territoire moteur pour l'accueil de nouveaux habitants et des fonctions métropolitaines**

Accueillir au moins 70% des nouveaux logements à l'horizon 2030 en diversifiant la production en gamme et en prix.  
Réaliser au moins 20% de logements sociaux dans la production neuve et favoriser la production de logements pour les populations spécifiques.  
Favoriser l'accueil d'activités tertiaires compatibles avec l'habitat ainsi que la qualification et la densification des zones d'activités existantes

Favoriser prioritairement le renouvellement d'espaces urbains stratégiques

**Pôles de vie : territoires relais pour l'accueil de nouveaux habitants et de fonctions de proximité**

Accueillir 15% des nouveaux logements à l'horizon 2030 en favorisant des programmes de logements diversifiés.  
Réaliser au moins 15% de logements sociaux dans la production neuve.  
Renforcer l'offre commerciale, artisanale, d'équipements et de services de proximité.  
Accueillir prioritairement les zones d'activités d'intérêt local.

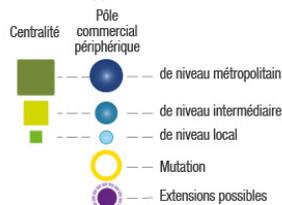
**Espaces périurbains : territoires d'équilibre pour l'accueil de nouveaux habitants**

Accueillir au maximum 15% des nouveaux logements en extension urbaine, à l'horizon 2030 en recherchant un juste équilibre entre urbanisation maîtrisée, optimisation du foncier et cadre de vie agréable.

**Accentuer le développement économique**

- Créer ou étendre des zones d'activités communautaires d'intérêt local
- Développer, optimiser, et qualifier des parcs de développement stratégiques
- Prévoir un embranchement ferré

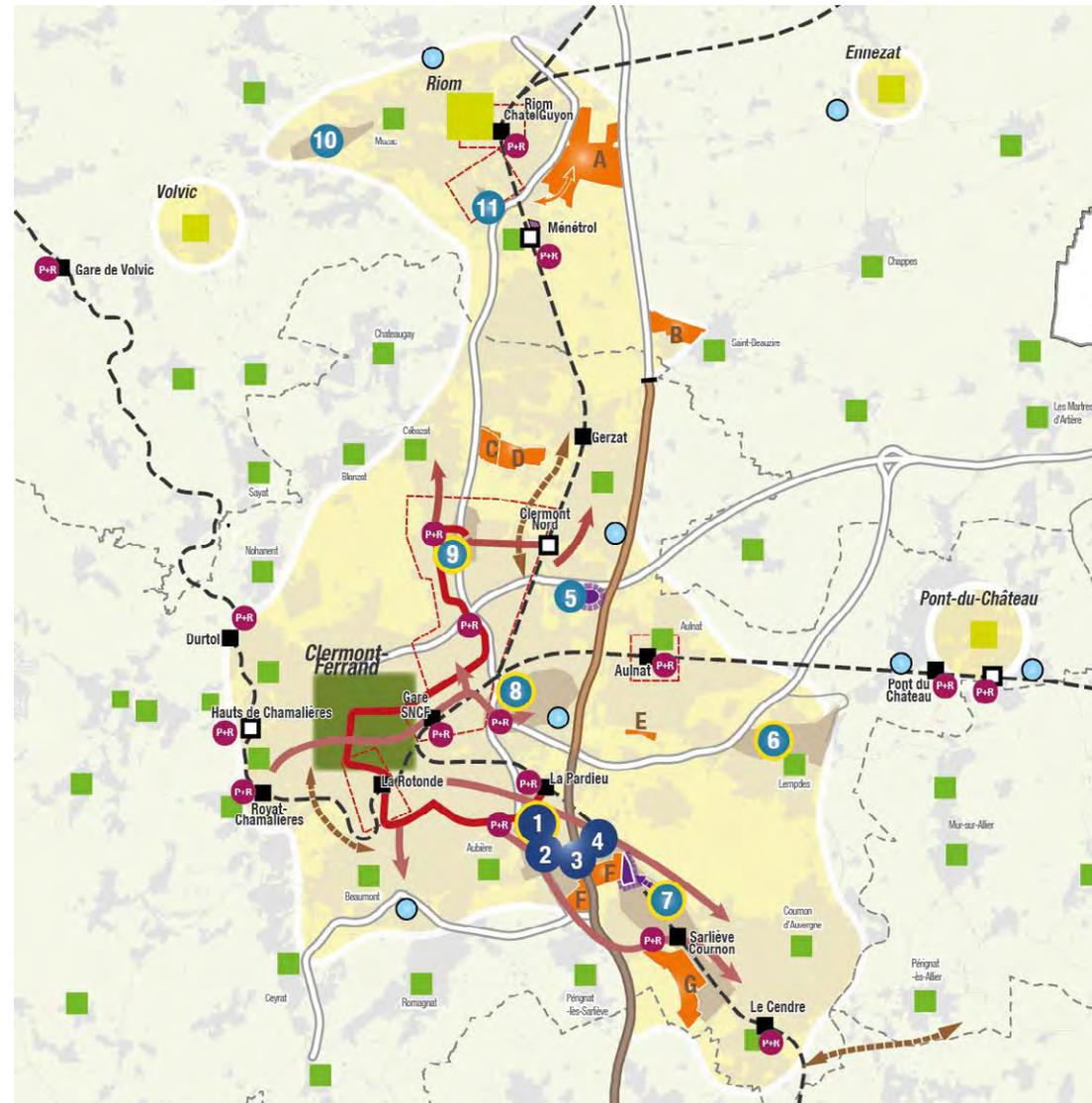
**Promouvoir un développement commercial durable et maîtrisé**



**Développer les déplacements en lien avec l'organisation de l'espace**

- Conforter la croix ferroviaire
  - Optimiser des pôles d'échanges intermodaux existants ou futurs
  - Intensifier le développement urbain autour du réseau de tramway actuel
  - Développer le réseau de TCSP ou de desserte cadencée au sein du cœur métropolitain
  - Développer un réseau express d'autocars entre les pôles de vie et le cœur métropolitain
  - Créer ou renforcer les parkings relais
  - Réaliser de nouvelles infrastructures routières dans le respect des grands enjeux environnementaux du territoire
  - Améliorer la fluidité de l'A71
  - Élargissement à 2x3 voies de l'A75 de la jonction avec l'autoroute A71 à Clermont-Ferrand et l'échangeur de Saint-Amant Talende, sur la commune du Cret.
- dans une logique de complémentarité et d'intermodalité des transports collectifs*

**Zoom : Articuler l'habitat, l'emploi et les déplacements**





## Intégrer un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial, en complément des orientations du DOG

Le DAAC détermine les conditions d'implantation des équipements commerciaux et artisanaux de taille importante, susceptibles d'avoir un impact sur l'aménagement du territoire et le développement durable. Il vise notamment à agir :

- sur la qualité des opérations d'aménagement et de constructions à destination commerciale ou artisanale.
- sur la localisation des projets au moyen de droits d'exploitation commerciale, définis par pôles commerciaux et secteurs géographiques.

Le DAAC est conçu pour guider les opérateurs dans l'élaboration de leur projet de développement commercial et faciliter la vérification de leur compatibilité avec le SCoT, dans le cadre des commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC).

### Les dispositions en matière d'aménagement du territoire

#### La localisation du projet et son intégration urbaine

Sur la base des orientations du DOG, le DAAC localise, priorise et hiérarchise les centralités et les pôles commerciaux.

Ainsi, le commerce de détail s'implante **prioritairement dans les centralités urbaines de tout rayonnement.**

*Celles-ci correspondent à des espaces multifonctionnels où se côtoient logements, équipements (publics ou privés), activités commerciales, artisanales et de services (marchands ou non), desservis le cas échéant par différents modes de transports.*

*Au sein de ces centralités, les activités commerciales s'implantent dans les tissus urbains les plus denses en ce qu'ils concentrent des noyaux et/ou linéaires de commerces, services et équipements existants. Elles s'y implantent librement, dans une approche de renforcement de l'animation urbaine et de ville des courtes distances.*

Lorsque les conditions d'implantation ne sont pas réunies dans les centralités, le commerce de détail et l'artisanat peut s'implanter dans les pôles de périphérie de rayonnement local, intermédiaire ou métropolitain mais de manière encadrée, notamment par le biais de droits d'exploitation commerciale, lesquels sont exprimés en surface de vente.

*Les pôles périphériques, bien souvent localisés en entrée d'agglomération, résultent d'un développement au coup par coup. Ils sont sources d'engorgement, de pollution, d'image dépréciée et standardisée... C'est pourquoi, le DAAC privilégie leur restructuration et limite corrélativement leur extension.*

Pour atteindre son objectif de restructurer les pôles périphériques et accompagner les territoires comme les opérateurs, le DAAC distingue trois types de secteurs, identifiés dans des fiches cartographiques et descriptives, pour les pôles périphériques de niveau intermédiaire et métropolitain, ainsi que pour certains pôles locaux présentant des enjeux de mutation urbaine et fonctionnelle.

#### ► les secteurs de restructuration du tissu commercial

Il s'agit de secteurs pour lesquels le DAAC prescrit une modernisation du tissu commercial, dans une approche de renouvellement urbain, avec le cas échéant une recherche de diversification fonctionnelle.

#### ► les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle

Ces secteurs « rattrapés par la ville » sont appelés à muter progressivement vers des tissus urbains multifonctionnels et ont donc vocation à devenir progressivement des centralités.

#### ► les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension

Lorsque les centralités et les pôles périphériques n'offrent pas de possibilités d'implantation satisfaisantes, ces secteurs vierges de toute urbanisation peuvent accueillir de nouveaux projets commerciaux. Parmi les difficultés d'implantation, l'on peut recenser à titre d'exemple, celles liées à la logistique, un foncier inadapté, un risque élevé de nuisances, d'accessibilité...

En dehors des centralités et des pôles périphériques, le développement commercial n'est pas souhaité afin d'éviter de recréer de nouveaux pôles isolés, susceptibles de déstabiliser l'organisation en archipel prônée par le SCoT du Grand Clermont, ainsi que de freiner les perspectives de revitalisation des centre-villes.

## **Les dispositions en matière de consommation économe de l'espace, notamment en termes de stationnement**

Après plusieurs décennies d'étalement urbain, le modèle des zones commerciales doit être repensé en assurant un meilleur usage du foncier.

Cela passe notamment par une conception de projets proposant davantage de compacité des formes bâties, et une rationalisation des espaces de stationnement.

### **Produire des volumes bâtis plus compacts**

Les projets participent à une consommation plus économe de l'espace en réduisant en premier lieu, et au maximum, l'emprise au sol des bâtiments, en construisant sur plusieurs niveaux lorsque l'environnement urbain s'y prête, et plus particulièrement dans le cadre d'opérations multifonctionnelles.

Dès le stade de la conception architecturale des bâtiments, il convient également d'étudier les possibilités de réversibilité du bâti vers d'autres destinations.

Les opérations sont conçues dans une approche qui dépasse le strict périmètre du terrain d'assiette.

L'objectif est de rechercher une optimisation, voire une mutualisation des bâtiments et stationnements, de densifier les parties bâties, pour libérer du foncier mobilisable pour des actions de renaturation, de création de cheminements doux...

### **Rationaliser l'espace dédié au stationnement et le qualifier**

Au-delà des obligations réglementaires issues de la loi ALUR, les projets chercheront par ailleurs à gagner en efficacité foncière en examinant les possibilités de mutualisation des parkings avec les enseignes voisines et/ou de recherche de solutions de stationnement vertical.

Les zones de stationnement sont également soumises à des dispositions qualitatives, décrites ci-après.

## **L'effet sur l'animation de la vie urbaine, rurale et dans les zones de montagne**

Afin de préserver ou de faire renaître une vie dans les centres villes et bourgs du Grand Clermont, les nouveaux commerces de proximité doivent s'installer en priorité dans les centralités urbaines, rurales ou de zone de montagne, en synergie avec les commerces, services et équipements publics existants, qui participent à l'animation de la vie locale.

Dans les communes dépourvues de commerces ou confrontées à une fragilisation du tissu commercial, une intervention ou un accompagnement de la puissance publique s'impose pour maintenir ou créer des commerces de première nécessité, à destination des populations résidentes, et ce, d'autant plus qu'elles ne seraient pas motorisées.

## **L'effet du projet sur les flux de transports et son accessibilité par les transports collectifs et les modes de déplacement les plus économes en émission de dioxyde de carbone.**

Le commerce est un important motif de déplacement au quotidien et qui se traduit, notamment en périphérie, par d'importants flux, essentiellement motorisés.

Aussi, le DAAC entend conditionner l'autorisation de surfaces commerciales à la capacité des infrastructures viaires à absorber les flux générés par les projets (dans des conditions de sécurité garanties) et à leur desserte par un transport collectif (en lien avec la politique menée par les autorités organisatrices de mobilités).



Les projets intègrent ainsi une réflexion poussée sur les effets de saturation générés par l'afflux de clientèle et l'acheminement des marchandises (plan de circulation, dimensionnement des voies, conséquences en termes de pollution...).

En tout état de cause, l'absence de qualification de la voirie dans les zones commerciales contribue également au recours quasi systématique à l'automobile.

Aussi, afin de développer des usages alternatifs, les aménagements et équipements garantissent le confort des usagers (largeur des espaces de circulation, insertion adaptée sur les espaces circulés, qualité des matériaux, éclairage adapté, stationnement deux roues, places pour véhicules électriques...).

Ils s'intègrent dans le projet urbain et le plan d'aménagement de la collectivité, notamment en ce qui concerne la continuité des parcours dédiés aux modes doux depuis les stations de transports collectifs, les zones d'habitat et les commerces et services voisins.

## Les dispositions en matière de développement durable

### Sur la qualité environnementale du projet

Dans l'objectif de créer un urbanisme plus durable, moins fonctionnaliste et minimaliste, le DAAC propose de porter une attention particulière à la qualité environnementale :

- du point de vue de la performance énergétique ;
- du recours aux énergies renouvelables et à l'emploi de matériaux ou procédés écoresponsables qui doit être le plus large ;
- de la gestion des eaux pluviales ;
- de l'imperméabilisation des sols et de la préservation de l'environnement.

### ► Limiter l'impact environnemental des équipements commerciaux

Les projets contribuent à la **préservation de la ressource en eau**. Ils favorisent la rétention des eaux pluviales, de façon globale, ou à défaut, à l'échelle de chaque opération (noues, bassins en surface ou enterrés, toitures végétalisées...) pour soulager les réseaux. En outre, ils limitent les surfaces imperméabilisées et recherchent des solutions de récupération et de réutilisation des eaux de pluie.

### ► S'inscrire dans la transition énergétique

Les projets doivent prendre part à la réduction de la dépendance énergétique du territoire. A cette fin, ils **prévoient des dispositifs d'économie d'énergie** principalement pour le chauffage-climatisation, l'isolation, l'éclairage et les équipements frigorifiques. Ils envisagent également l'installation de dispositifs de production d'énergie renouvelable (toitures et ombrières photovoltaïques, réseau de chaleur...)

Les projets intègrent, dans leur conception, les objectifs suivants :

- **végétalisation des parcelles** et renforcement de la biodiversité, afin de **limiter les îlots de chaleur** et contribuer au stockage du carbone (plantation de pleine terre, espaces verts sur dalles, arbres de haute tige, façades et toitures végétalisées...).
- **lutte contre la pollution lumineuse**, en réduisant significativement les émissions de lumière artificielle, sources de nuisances pour les personnes et les écosystèmes et de gaspillage énergétique (extinctions nocturnes, éclairages à détection...).
- **maîtrise de la production de déchets** et mise en place de systèmes de collecte voire valorisation sur site ; des solutions peuvent être mutualisées entre plusieurs enseignes, dans un dialogue avec la collectivité.

### Insertion paysagère et architecturale du projet

Afin de contribuer à la ville durable et attractive, ce tissu urbain doit procéder à un véritable saut qualitatif en termes de conception architecturale et paysagère.

Les prescriptions ci-après s'appliquent aux projets de création d'équipements commerciaux.

Toutefois, les projets d'extension ou de restructuration d'équipements commerciaux existants cherchent à s'en approcher, pour maintenir et renforcer leur attractivité, pour participer à la revalorisation et renaturation des polarités commerciales.

### ► Intégrer le projet dans son environnement urbain et naturel

Afin de gagner en fonctionnalité, en rationalité et en cohérence, les projets visent dans le cadre d'un dialogue avec la collectivité à :

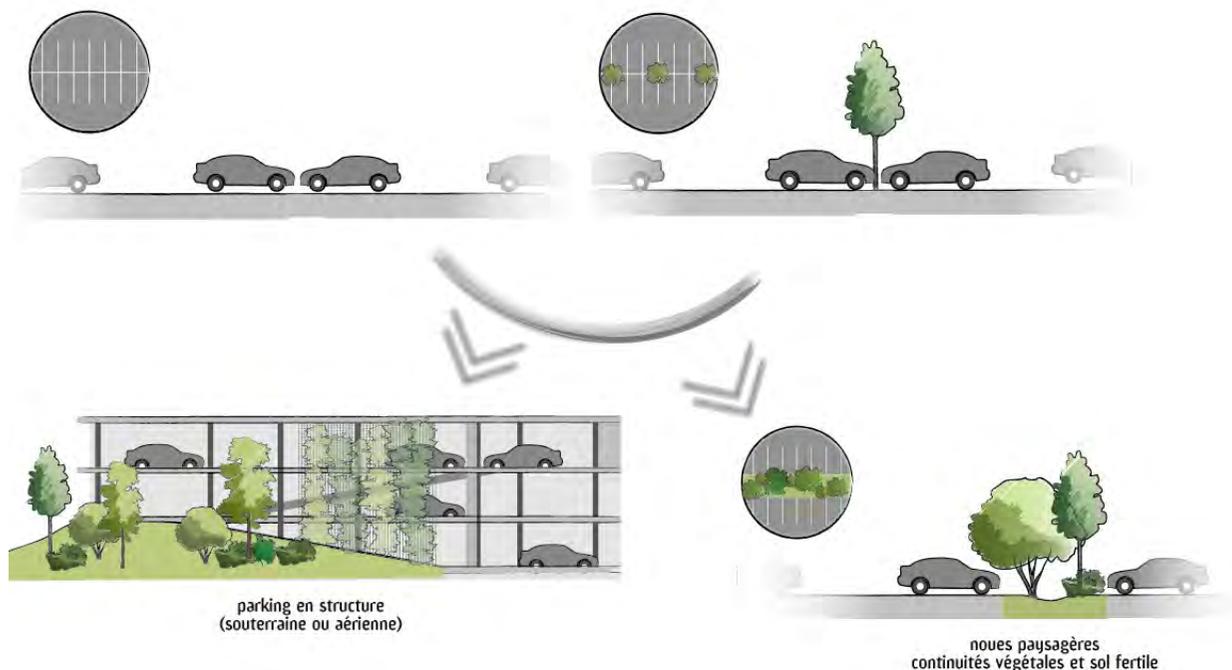
- garantir **une gestion économe du foncier** en proposant des solutions de densification des sites commerciaux au niveau de la conception du magasin et du stationnement,
- faire **muter les sites commerciaux vers davantage de mixité urbaine et fonctionnelle** dans la mesure où le contexte urbain le rend possible,
- **utiliser prioritairement les surfaces commerciales vacantes**,
- **réduire les effets d'enclave** de certains sites monofonctionnels, en ouvrant le projet sur l'espace public et les opérations voisines,
- permettre des usages mixtes au sein d'un bâtiment ou d'un îlot commercial,
- organiser la **mutualisation des stationnements** notamment dans les nouveaux projets,
- prendre en compte le fonctionnement naturel du site et de ses abords (topographie, haie-talus-fossé, biodiversité, continuités écologiques, choix de la palette végétale...).

En outre, les projets recherchent l'utilisation de matériaux caractéristiques des filières de production locales.

### Orientations spécifiques aux stationnements

Accompagnant les objectifs de limitation de la consommation foncière, les parcs de stationnements sont conçus dans une approche durable, et notamment de lutte contre les îlots de chaleur, en :

- privilégiant les matériaux perméables selon le niveau de fréquentation,
- intégrant des espaces plantés qualitatifs. Leur conception permet le plein développement des végétaux (espèces adaptées, protections, fosses de plantation, noues...), et vise à ce qu'ils participent à une meilleure insertion paysagère des projets. Les espaces plantés peuvent être le support des cheminements doux, du traitement des eaux pluviales (noues) et/ou du maintien voire de la création de continuités écologiques,
- apportant un soin particulier aux stationnements les plus visibles depuis le domaine public.



### Orientations spécifiques aux espaces libres

#### **Le DAAC souhaite mettre l'aménagement des espaces extérieurs au coeur de la réflexion sur sa conception.**

Ils sont conçus en complémentarité avec les espaces de stationnement.

Ils participent à qualifier le projet et à l'insérer dans son environnement proche et lointain. Ils sont plantés d'arbres et d'arbustes d'essences locales, en quantité et en diversité suffisante, pour lutter contre les îlots de chaleur et participer au verdissement des équipements commerciaux.

En effet, ceux-ci laissent habituellement trop peu de place au végétal.

Concernant les implantations commerciales existantes le long des voies rapides, des aménagements paysagers doivent être réalisés : plantations mixtes hautes et basses en limite du domaine public, assurant un effet masse.

En l'absence, dans les PLU(i), de prescriptions spécifiques portant sur le renforcement de la nature en ville - coefficient de biotope ou tout dispositif en tenant lieu - les projets d'aménagement commercial devront maintenir ou créer des aménagements paysagers de pleine terre représentant à minima 20% des surfaces non construites.

### Orientations spécifiques relatives au traitement des eaux pluviales

Les projets d'aménagement commercial organisent le traitement alternatif des eaux pluviales sous forme d'aménagement de noues. Les bassins de rétention font l'objet d'un aménagement paysager de qualité (faibles pentes, paliers, plantations adaptées).

#### **Améliorer la qualité architecturale des projets**

Tout projet de construction :

- s'insère harmonieusement dans le paysage et dans son environnement proche ou lointain, notamment lorsqu'il impose des volumétries verticales ou horizontales importantes. La réalisation de toiture-terrasse et/ou mur végétalisés est privilégiée pour atténuer les vues depuis les grands paysages : plateau de Gergovie, Coteaux d'agglomération... ;
- vise à limiter les impacts paysagers et environnementaux, en cherchant à gommer leur empreinte visuelle, notamment depuis les accès routiers ;

- recherche une architecture de qualité, en rupture avec la forme fonctionnaliste (« boîte à chaussures »). Dans le cadre de linéaires de façade importants, les ruptures volumétriques et/ou de matériaux sont privilégiées afin de limiter un effet masse ou monotone ;

- porte un soin particulier au choix des matériaux et aux dispositifs visuels de communication ou d'enseigne ;

- garantit un apport de lumière naturelle.

De façon générale, les opérateurs s'inscrivent dans des démarches de certification environnementale.

#### **Les dispositions concernant la réduction des nuisances**

Tout projet d'équipement commercial :

- conçoit ses aménagements de manière à limiter les nuisances vis-à-vis des zones d'habitat proches, notamment en éloignant le plus possible les entrées/sorties poids lourds, ainsi que tout dispositif générateur de bruit (ventilations...).

- porte une attention particulière aux risques naturels, miniers ou autres, auxquels le site d'implantation peut être exposé. Il prévoit les mesures propres à assurer la sécurité des consommateurs.

#### **Les dispositions en matière de protection des consommateurs**

Conformément à l'article L752-6 du Code du Commerce, les projets veilleront à :

- l'accessibilité, en termes, notamment, de proximité de l'offre par rapport aux lieux de vie ;

- la contribution du projet à la revitalisation du tissu commercial, notamment par la modernisation des équipements commerciaux existants et la préservation des centres urbains ;

- la variété de l'offre proposée par le projet, notamment par le développement de concepts novateurs et la valorisation de filières de production locales ;

## La mise en place de Droits d'exploitation commerciale

Dans l'objectif d'encadrer le développement des commerces dans une logique d'équilibre du territoire du Grand Clermont et de privilégier l'implantation dans les centralités, le DAAC délimite les possibilités de développement des pôles commerciaux de périphérie en mettant en place des droits d'exploitation commerciale sous forme d'enveloppes de surfaces de vente, déterminées en concertation avec les EPCI du Grand Clermont et réparties :

- par secteur géographique notamment dans l'objectif de rééquilibrer l'offre commerciale sur le territoire,
- par pôle commercial de périphérie en fonction de son niveau.

### Définition des droits d'exploitation commerciale

Pour rappel, la localisation du développement commercial est privilégié dans les centralités locale, intermédiaire et métropolitaine.

Dans les pôles périphériques locaux, le développement commercial se limite aux besoins de modernisation des commerces.

Dans les pôles périphériques, intermédiaire et métropolitain, les droits d'exploitation commerciale sont exprimés en m<sup>2</sup> de surface de vente, à savoir la surface de plancher ouverte au public.

Ils sont définis pour chaque pôle périphérique, en renouvellement comme en extension, et représentent une surface totale maximale de 69 000 m<sup>2</sup> de surface de vente, à ne pas dépasser.

Les surfaces sont réparties à l'échelle de chaque pôle (ou groupement de pôles), des enveloppes de surfaces de vente sont déterminées avec des écarts permettant de conserver une certaine souplesse dans les stratégies d'implantation commerciale. Ainsi, si la somme de ces écarts conduit à une enveloppe globale comprise entre 55.000m<sup>2</sup> et 74.000m<sup>2</sup>, la surface maximale autorisée reste, elle, à 69000m<sup>2</sup>, selon le principe des vases communicants (pousser la surface de vente sur un pôle impliquera de la limiter sur un autre).

Pôle de périphérie		Droits d'exploitation commerciale
Niveau	Nom	m <sup>2</sup> de surface de vente
Métropolitain	Clermont-Sud Aubière	enveloppe globale comprise entre 20 000 et 25 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	Courmon Le Cendre	
Métropolitain	Les Gravanches	enveloppe globale comprise entre 30 000 et 34 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	Clermont-Nord	
Intermédiaire	Le Brézet	enveloppe globale comprise entre 5 000 et 10 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	Le Pontel	
Intermédiaire	Espace Mozac	enveloppe globale comprise entre 0m <sup>2</sup> et 5 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	Riom-Sud	
local	tous les pôles locaux	0m <sup>2</sup>
total enveloppe à ne pas dépasser		69 000m <sup>2</sup>

### Gestion des droits d'exploitation commerciale

L'usage des enveloppes de droits d'exploitation commerciale implique des règles d'utilisation ainsi que la mise en place d'un suivi.

#### Des règles...

Ainsi, la gestion des enveloppes de droits d'exploitation commerciale dans les pôles périphériques répond aux principes suivants :

- En cas de création ou d'extension d'un magasin, tout projet générateur de surface de vente de plus de 300m<sup>2</sup> vient en déduction des enveloppes de droits d'exploitation commerciale.

- ▶ En cas de démolition / reconstruction, à surface identique, les projets de démolition-reconstruction d'un commerce existant ne sont pas comptabilisés. Toute nouvelle surface supplémentaire est décomptée des enveloppes de droits d'exploitation commerciale.
- ▶ En cas de transfert d'un magasin, nécessitant l'obtention d'une autorisation en CDAC.

Le DAAC préconise de renoncer aux droits d'exploitation commerciale rattachés au site délaissé, pour s'orienter vers un aménagement mixte (habitat, bureau, service, équipement), en lien avec les objectifs définis dans le PLU(l). Les m<sup>2</sup> qui font l'objet du renoncement abondent alors l'enveloppe des droits d'exploitation commerciale du pôle commercial délaissé.

Dans les secteurs en mutation, les m<sup>2</sup> de surface de vente ne sont pas décomptés de l'enveloppe des droits d'exploitation commerciale, dès lors que la collectivité a validé un plan guide et / ou élaboré une OAP. Dans ce cas, le secteur est considéré comme une centralité où s'implante prioritairement le commerce de proximité.

#### ...et un suivi

Des indicateurs sont mis en place pour assurer le suivi des enveloppes de droits d'exploitation commerciale. Ceux-ci :

- sont provisoirement réduits lors de l'obtention d'une autorisation en CDAC
- sont définitivement déduits des enveloppes de chaque pôle, lorsque les surfaces sont réalisées ou en cours de réalisation ;
- sont réaffectés aux différentes enveloppes lorsque les projets sont abandonnés.

### **Des principes de développement spécifiques à chaque pôle de périphérie**

Chaque pôle commercial de périphérie fait l'objet de règles spécifiques, propres à son niveau de rayonnement, sa configuration et ses problématiques d'aménagement.

Ces dispositions concernent notamment l'établissement de seuils opérationnels minimums en vue :

- d'installer le commerce dont les dimensionnements ne sont pas compatibles avec le tissu urbain des centralités, notamment en raison des surfaces concernées et en termes de flux générés,
- de limiter les déséquilibres territoriaux sur le commerce de proximité en limitant la création de cellules de petites superficies.

### **Pour les pôles commerciaux de périphérie de niveau métropolitain : Clermont-Sud-Aubière (secteurs de La Pardieu, Ernest Cristal, Cap sud et le kilomètre lancé) et Pôle des Gravanches**

Afin de limiter les impacts sur les centralités, seuls sont autorisés :

- ▶ pour le PÔLE CLERMONT SUD AUBIERE, les projets d'aménagement commercial d'une surface de vente supérieure à 2 000 m<sup>2</sup> et en leur sein des cellules commerciales de plus de 800 m<sup>2</sup>.
- ▶ pour le PÔLE DES GRAVANCHES, les projets d'aménagement commercial d'une surface de vente supérieure à 5 000 m<sup>2</sup> de surface de vente et en leur sein des cellules commerciales de plus de 1 000 m<sup>2</sup>.

**Dispositions concernant les pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire : Le Brézet, Cournon-Le Cendre, le Pontel, Clermont-Nord, Espace Mozac, Riom sud**

Afin de limiter les impacts sur les centralités,, seuls sont autorisés les projets d'aménagement commercial d'une surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup> et en leur sein des cellules commerciales de plus de 500 m<sup>2</sup>.

**Dispositions concernant les pôles commerciaux périphériques de rayonnement local**

Les pôles commerciaux périphériques de rayonnement local correspondent le plus souvent à des petits pôles en entrée de ville ou à des commerces alimentaires isolés, dont le développement est encadré.

En vue de favoriser la modernisation des magasins et/ou la rénovation de leur bâtiment, notamment pour en améliorer l'efficacité énergétique ou l'intégration urbaine, une extension est autorisée à hauteur de 5% de la surface de vente, déterminée à compter de la date d'approbation de la modification intégrant le DAAC au SCoT.

**Dispositif spécifique pour lutter contre la vacance**

Toutefois, afin de limiter la vacance commerciale, il est permis de réaliser des cellules entre 300 et 800 m<sup>2</sup> au sein d'un bâtiment commercial fermé au public depuis au moins 3 ans qui fait l'objet d'un projet de réouverture, dans la limite de 10 % de la surface totale du bâtiment.

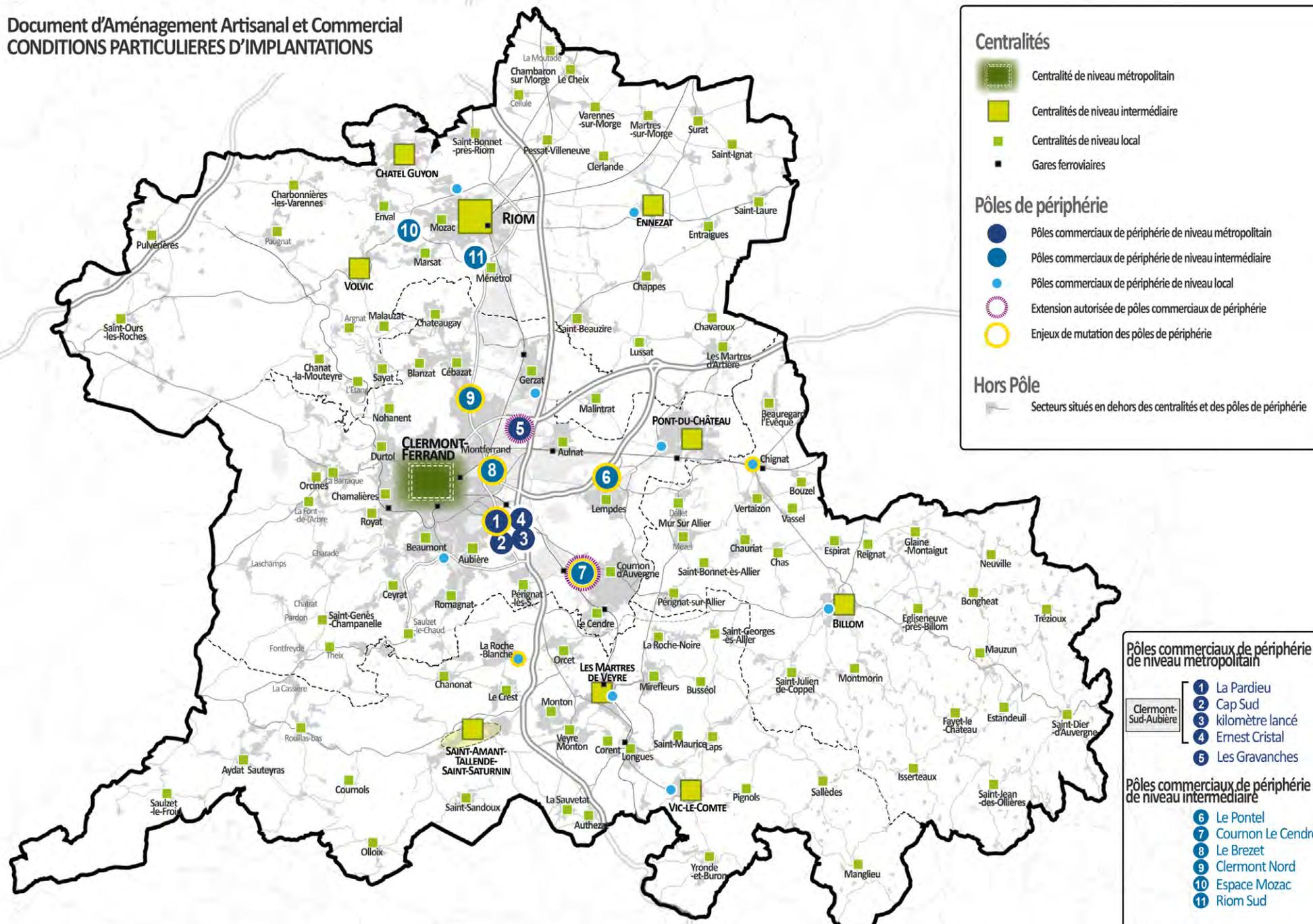
**Dispositif spécifique pour favoriser le renouvellement urbain et la mutualisation**

Un bonus de 10% des surfaces de vente cumulées peut être autorisé dans le cadre d'un processus de requalification engagé conjointement par plusieurs opérateurs sur un même site, dans le cadre d'un dialogue avec la collectivité, et ceci dans la limite d'un plafond fixé en fonction du niveau du pôle.

Ces pôles font l'objet d'une fiche de synthèse :

- localisant les pôles et les secteurs définis au 1.1.a,
- rappelant les enjeux propres à chaque pôle.

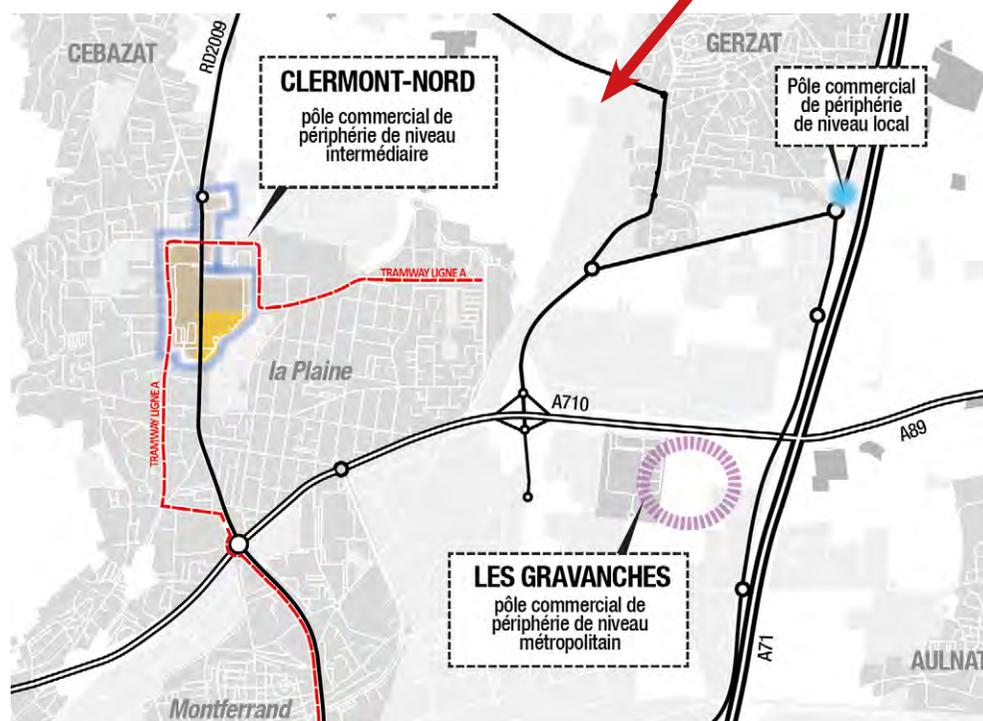
Document d'Aménagement Artisanal et Commercial  
CONDITIONS PARTICULIERES D'IMPLANTATIONS



## Rappel des dispositions

## identification cartographique

## FICHE 1 : GRAVANCHES - CLERMONT NORD



-  Les secteurs de restructuration du tissu commercial
-  Les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle
-  Les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension
-  Limites de pôles commerciaux de périphérie

## secteurs opérationnels

## Identification :

**Pôle commercial de périphérie de niveau métropolitain des Gravanches**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire de Clermont-Nord**

## Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :

**enveloppe globale de 30 000 à 34 000m<sup>2</sup> de surface de vente**

il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles.

## Enjeux :

**Les Gravanches**

Le pôle des Gravanches fait l'objet d'un secteur de développement de l'offre commerciale en extension sur une superficie foncière maximale de 35ha\*.

Le DOG identifie la thématique «équipements de la maison» et «sports, loisirs» pour ce pôle commercial. Il doit également proposer une diversité programmatique afin d'éviter la création d'un quartier monofonctionnel.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 5000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 1000 m<sup>2</sup>.

**Clermont-Nord**

Un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle est identifié le long de la Route Départementale 2009 afin de faire évoluer un urbanisme commercial ancien vers une typologie mixte.

De manière générale, le pôle commercial de Clermont-Nord est amené à se moderniser et à proposer un espace urbain diversifié, en lien avec la desserte par la ligne A du tramway.

Le PLU(i) définit par l'intermédiaire d'une OAP les principes de mutation urbaine et fonctionnelle de ce secteur.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 500 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 3 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification

\*comprend les superficies aménagées depuis l'approbation du SCot en 2011.

## Tableau de synthèse des dispositions intégré au DAAC

Pôle commercial			Droits d'exploitation commerciale (en surface de vente)	Dispositions spécifiques aux pôles périphériques			Principes d'aménagement Secteurs à enjeux
Type	Niveau	Nom du pôle		Seuils minimal décréation de surface de vente	Bonus Processus commun de renouvellement urbain et besoins de modernisation		
centralité	métropolitain, intermédiaire, local	centres villes de Clermont, Riom, Pôles de vie, centres-bourgs	illimité				
Périphérie	métropolitain	<b>Clermont-Sud-Aubière</b> <i>Cap Sud</i> <i>La Pardieu</i> <i>Kilomètre lancé</i> <i>Ernest Cristal</i>	enveloppe comprise entre 20 000m <sup>2</sup> à 25 000m <sup>2</sup>	2 000m <sup>2</sup>	800 m <sup>2</sup>	+ 10% /max 5000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	<b>Cournon- Le Cendre</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	12
	métropolitain	<b>Les Gravanches</b>	enveloppe comprise entre 30 000 à 34 000m <sup>2</sup>	5 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	+ 10% /max 5000m <sup>2</sup>	35
	intermédiaire	<b>Clermont-Nord</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	<b>Le Brézet</b>	enveloppe comprise entre 5 000m <sup>2</sup> à 10 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	<b>Le Pontel</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	<b>Riom-Sud</b>	enveloppe comprise entre 0m <sup>2</sup> à 5 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	<b>Espace Mozac</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	local	<b>petits pôles périphériques, commerces alimentaires isolés,...</b>	0m <sup>2</sup>	x	x	extension de 5% des Surfaces de Vente	x

# le SCOT



une chance pour notre avenir

