Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

CHARENTE
LE DÉPARTEMENT

SCoT de la région de Cognac

Atelier - Commerce

3 mai 2019 - Jarnac

PROSCOT
Stratégies pour des territoires durables

CONCEPT
ingénierie

ECONOMIE
AMENAGEMENT
URBANISME

Calendrier

Calendrier

Septembre 2015 à Mai 2016

Diagnostic et Etat Initial de l'Environnement

Juin à Novembre 2016

Prospective et scénarios

Janvier 2018 à février 2019

Projet d'Aménagement et de Développement Durables

Mars à mai/juin 2019

Document d'Orientations et d'Objectifs

Ateliers DOO :

⇒ 12 mars 2019 à Merpins, Ateliers DOO

⇒ 13 mars 2019 à Saint-Cyrbardeaux, Ateliers DOO

⇒ 3 mai 2019 à Jarnac, Ateliers DOO

⇒ 28 mai 2019 à Jarnac, Forum DOO

Consultations, enquête publique et approbation

Objectifs de l'atelier Commerce

- A partir de propositions, définir des objectifs d'aménagement en fonction des volontés des élus...
- ...au regard des objectifs du PADD qui visent à faire du commerce de proximité un levier pour donne un nouveau souffle aux dynamiques locales
- ...au regard du contexte légal et jurisprudentiel.

Que disent le code de l’urbanisme et la jurisprudence ?

L’article L.141-16

- « Le DOO précise les orientations relatives à l’équipement commercial et artisanal. Il définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs de revitalisation des centres-villes, de maintien d’une offre commerciale diversifiée de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l’espace et de prévention de l’environnement, des paysages et de l’architecture ».

- La loi ne précise pas le type commerce que le SCoT doit prendre en compte.
- Mais implicitement, c’est le commerce de détail qui est visé.

L’article L.141-17

- **« Le DOO comprend un DAAC déterminant les conditions d’implantation des équipements commerciaux qui, en raison de leur importance, sont susceptibles d’avoir un impact significatif sur l’aménagement du territoire, le commerce de centre-ville et le développement durable.**

  …

  Le DOO localise les secteurs d’implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines, qui peuvent inclure tout secteur, notamment centre ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines, dans lesquels se posent des enjeux spécifiques du point de vue des objectifs mentionnées au deuxième alinéa de l’article L.141-16. Il prévoit les conditions d’implantation, le type d’activité et la surface de vente maximale des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés. »

- ***Ces dispositions s’appliquent aux SCoT qui font l’objet, postérieurement à la publication de la présente loi (novembre 2018), d’une délibération prescrivant leur révision.***

La jurisprudence

- **Arrêt 24 mars 2011 (Cour de Justice de l'UE)**

⇒ **Pour des motifs d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement et du consommateur, des restrictions à la liberté d'établissement peuvent être édictées par les législations nationales.**

⇒ **Mais, tout plafond d'implantation commerciale exprimé en surface et parts de dépenses constitue une restriction de la liberté d'établissement. (représente un critère économique).**

⇒ **La mise en place de seuils précis instaure « un degré de rigidité suscpetible de restreindre davantage la liberté d'établissement ».**

La jurisprudence

- **Arrêt 11 mars 2012 (Conseil d'Etat)**

⇒ **Valide une prescription d'un SCoT qui détermine un plafond de 1 000 m² pour toutes surfaces commerciales confondues dans un pôle, sans que celui-ci soit classé en ZACOM.**

⇒ **« Un objectif ainsi exprimé, qui tend à préciser l'implantation préférentielle des équipements commerciaux eu égard à leur taille en considération des exigences d'aménagement du territoire (implantation privilégiée dans les noyaux centraux, continuité avec les villes et bourgs, proximité de centres d'échanges multimodaux ou de gares) pouvait être légalement inclus dans le SCoT...dès lors qu'il constituait une orientation générale d'organisation de l'espace préservant une appréciation de compatibilité par rapport à l'objectif... ».**

La jurisprudence

- **Arrêt 12 décembre 2012 (Conseil d'Etat)**

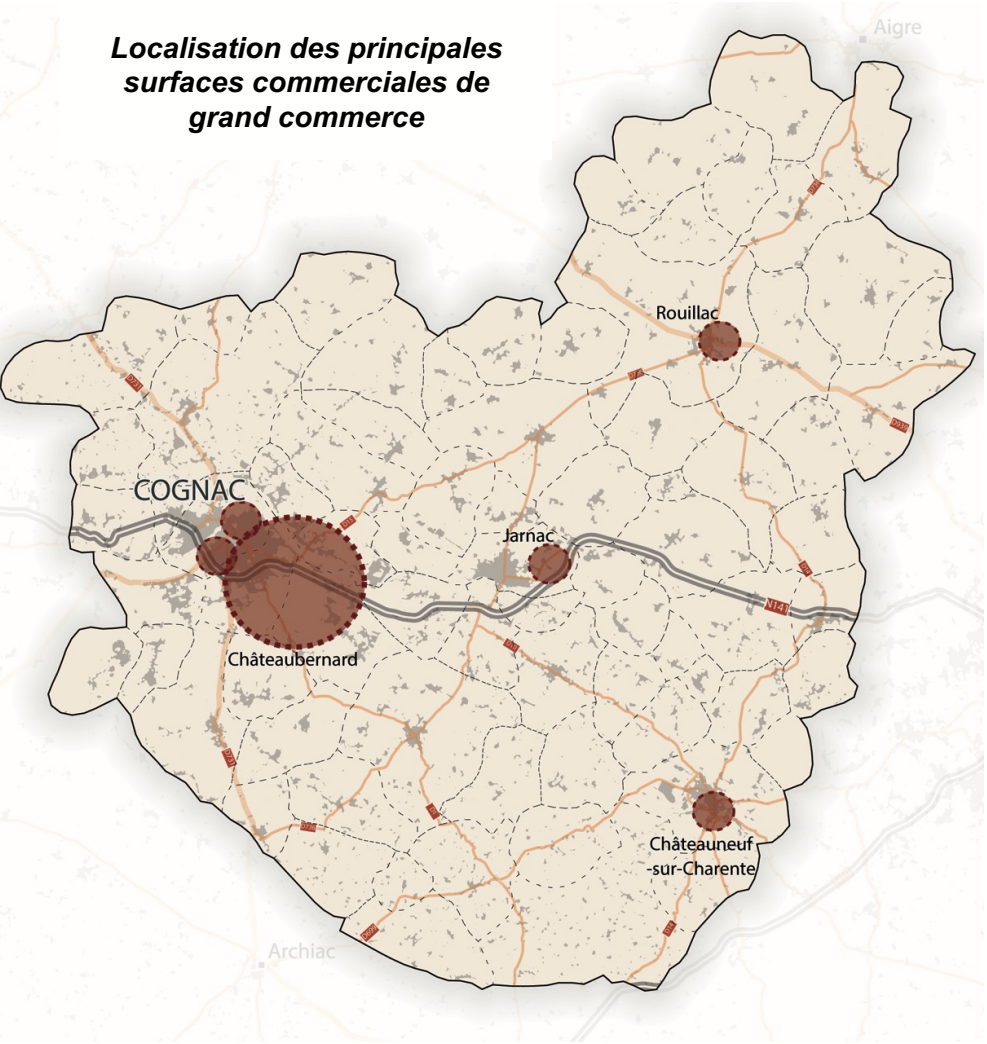
⇒ **Le plafond de surface n'est pas le seul critère pour caractériser la compatibilité d'une autorisation commerciale avec le SCoT.**

⇒ **« Les objectifs bien qu'exprimées de manière quantitative, les commissions d'aménagement commercial n'ont pas à vérifier la conformité des projets d'exploitation commerciale qui leu sont soumis aux énonciations des SCoT, mais d'apprécier la compatibilité des projets avec les orientations générales et les objectifs qu'ils définissent ».**

Quelques chiffres sur le commerce

Rappel du diagnostic

Localisation des principales surfaces commerciales de grand commerce



Total des surfaces commerciales du grand commerce en 2017 (> à 300m²)

Commune	EPCI	Surface en m²
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	46 958
Cognac	CA du Grand Cognac	18 829
Jarnac	CA du Grand Cognac	10 527
Châteauneuf-sur-Charente	CA du Grand Cognac	6 569
Rouillac	CC du Rouillacais	5 423
Segonzac	CA du Grand Cognac	1 410
Réparsac	CA du Grand Cognac	800
Total SCoT		**90 516**

Super U à Rouillac

ZA de Bellevue à Châteaubernard

Rue commerçante de Jarnac

Commerce de centre-ville à Cognac

Rappel du diagnostic

Principales enseignes commerciales au sein des polarités commerciales (surfaces commerciales > à 1 000 m²)

Commune	EPCI	Enseigne	Nature	Domaine	Surface en m²
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	MR. BRICOLAGE	Bricolage	Bricolage - jardinerie - animalerie	11 100
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	FIEF FLEURI	Jardin	Bricolage - jardinerie - animalerie	7 000
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	AUCHAN	Hypermarché	Grande distribution alimentaire	6 530
Cognac	CA du Grand Cognac	CENTRE E. LECLERC	Hypermarché	Grande distribution alimentaire	5 890
Jarnac	CA du Grand Cognac	BRICOMARCHE	Bricolage	Bricolage - jardinerie - animalerie	3 608
Châteauneuf-sur-Charente	CA du Grand Cognac	SUPER U	Hypermarché	Grande distribution alimentaire	3 379
Cognac	CA du Grand Cognac	INTERMARCHE SUPER	Hypermarché	Grande distribution alimentaire	2 830
Rouillac	CC du Rouillacais	SUPER U	Hypermarché	Grande distribution alimentaire	2 798
Jarnac	CA du Grand Cognac	INTERMARCHE SUPER	Hypermarché	Grande distribution alimentaire	2 732
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	GAMM VERT	Jardin	Bricolage - jardinerie - animalerie	2 532
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	GIFI	Discount Bazar	Equipement de la maison	2 300
Cognac	CA du Grand Cognac	BRICOMARCHE	Bricolage	Bricolage - jardinerie - animalerie	2 167
Cognac	CA du Grand Cognac	ESPACE DE LA TECHNOLOGIE	Electrodomestique	Equipement de la maison	2 100
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	BUT	Electrodomestique	Equipement de la maison	2 000
Cognac	CA du Grand Cognac	E. LECLERC DRIVE	Click & Drive	Service Drive	2 000
Châteauneuf-sur-Charente	CA du Grand Cognac	GAMM VERT	Jardin	Bricolage - jardinerie - animalerie	1 600
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	DOMPRO	Négoce Matériaux	Bricolage - jardinerie - animalerie	1 500
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	TIP TOP	Discount Bazar	Equipement de la maison	1 500
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	DISTRI CENTER	Textile	Equipement de la personne	1 400
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	AUCHAN DRIVE	Click & Drive	Service Drive	1 300
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	INTERSPORT	Sport	Sport - culture - loisirs	1 300
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	LIDL	SDMP	Grande distribution alimentaire	1 274
Cognac	CA du Grand Cognac	INTERMARCHE CONTACT	Supermarché	Grande distribution alimentaire	1 200
Jarnac	CA du Grand Cognac	SUPER U	Supermarché	Grande distribution alimentaire	1 152
Rouillac	CC du Rouillacais	GAMM VERT	Jardin	Bricolage - jardinerie - animalerie	1 145
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	LEADER PRICE	SDMP	Grande distribution alimentaire	1 140
Segonzac	CA du Grand Cognac	INTERMARCHE CONTACT	Supermarché	Grande distribution alimentaire	1 030
Châteaubernard	CA du Grand Cognac	KING JOUET	Jouet	Sport - culture - loisirs	1 000
Jarnac	CA du Grand Cognac	JARNAC MATERIAUX	Négoce Matériaux	Bricolage - jardinerie - animalerie	1 000
Total SCoT					

Environnement commercial large autour de Cognac

Source : Inventaires commerciaux et Avis des CDAC des départements de Charente, Charente-Maritime, Gironde, Deux-Sèvres ; Panorama 2014.

2 grandes questions à se poser

1ère question à se poser ... Où est le centre ville ?

- Circuit marchand trop étendu / diffus
- Des aménagements publics éparpillés
- Des locaux commerciaux de mauvaise qualité

- Les chalands et les porteurs de projets se raréfient

- Aménagements urbains
- Signalétique / parcours marchands
- Accessibilité / stationnement
- Investissement public sur des locaux stratégique du circuit marchand

- Les chalands et les porteurs de projets s'approprient le centre

- Exemple du centre de Niort sur un périmètre resserré, aménagé pour faciliter la déambulation

2ème question à se poser ... Où est le commerce de périphérie ?

- Eclatement de l'offre / peu de complémentarité avec les commerce de centre / canibalisme
- Absence de cohérence dans l'aménagement et la localisation des équipements commerciaux
- Des implantations qui ont un fonctionnement autonome par rapport à la ville elle-même

- Aménagements urbains, paysagers de qualité
- Polarisation des espaces commerciaux (et non mitage)
- Pérennisation de l'activité commerciale
- Accessibilité par divers modes de déplacements / stationnement
- Gouvernance sur le commerce

- Exemple du centre commercial Ma petite Madelaine à Tours, revêtu de bois, effort paysager important, aires de jeux pour enfants en plein...pour des sorties familiales

Rentrons dans le DOO

Les objectifs liés aux équipements / services et commerces : que doit faire le DOO ?

Dans le DOO, les objectifs liés aux équipements / services et commerces ont vocation à :

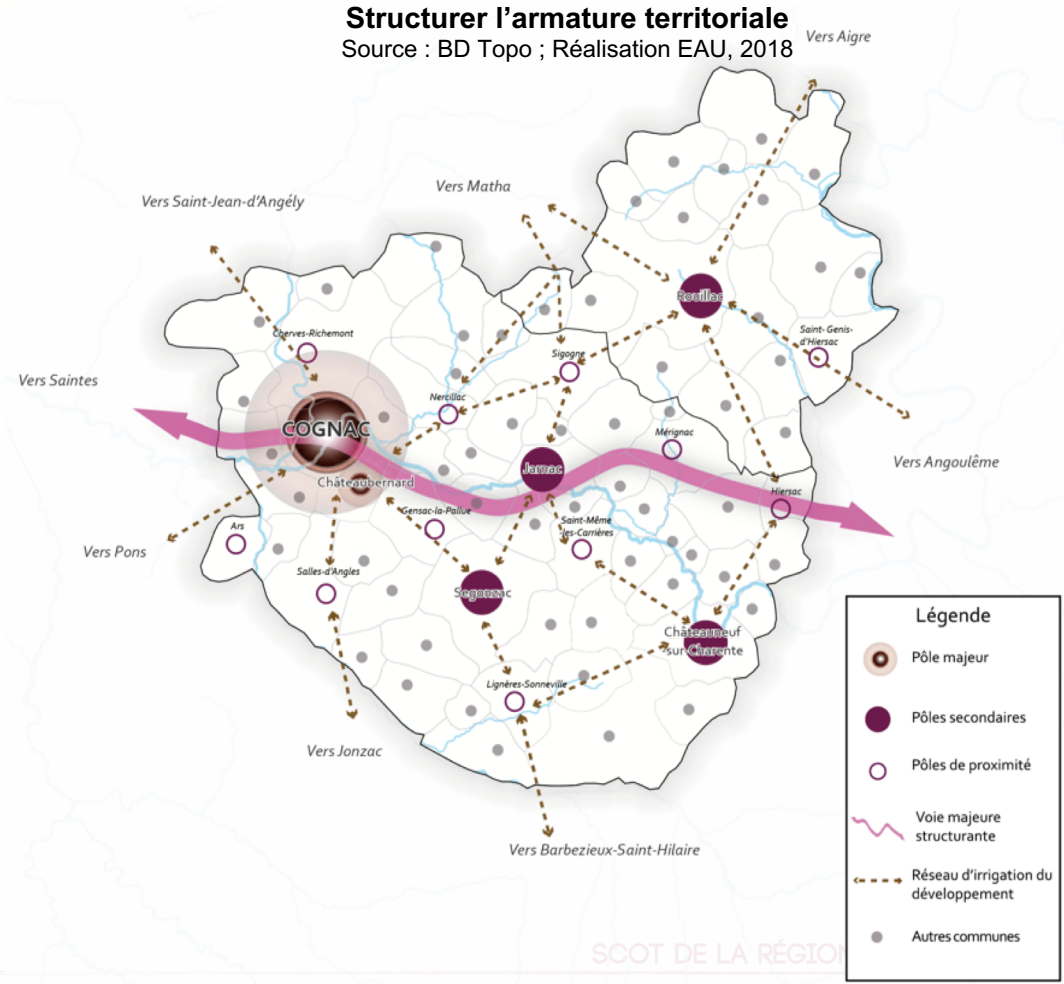
- *Irriguer l'ensemble du territoire pour répondre aux différents besoins selon des échelles adéquates et diminuer les temps de déplacements.*
- *Articuler l'offre de commerce de centre, permettant de maintenir leur dynamisme et attractivité, avec l'offre de périphérie.*
- *Faire du commerce un générateur de dynamiques locales.*

Rappel du PADD

Organiser une armature urbaine multipolaire renforçant la place de Cognac dans l'axe Charente, tout en maintenant les proximités rurales

- Le but : faire coïncider l'armature commerciale avec l'armature urbaines pour conforter les logiques de fonctionnalité et de capacité d'accueil habitants / équipements-services.

Structurer l'armature territoriale
Source : BD Topo ; Réalisation EAU, 2018



Fréquence d'achats	Typologie d'activités commerciales	Zone de chalandise	Modes d'accès
Courants / quotidiens	Boulangerie, boucherie, tabac, presse, alimentation de centre (équipement de petite envergure : > 300 m^2)	Echelle locale (commune, quartier)	➢ Mobilités douces ➢ Transports en commun ➢ Voiture
Hebdomadaires / occasionnels	Supermarché (400 à 2 499 m^2, hypermarché (2 500 m^2 et plus), habillement, bijouterie, petit bricolage, jardinage...	Echelle intercommunale ou pluri-communale	➢ Mobilités douces ➢ Transports en commun ➢ Voiture
Rares	Aménagement de la maison, mobilier, village de marque	Echelle départementale et interdépartementale	➢ Voiture

Organisation de l'offre commerciale

- **Le pôle majeur (Cognac-Châteaubernard)**

  Objectif : Affirmer le rôle du bi-pôle dans l'organisation territoriale et départementale.

  Vocation : Accueillir de nouvelles implantations pout diversifié l'offre commerciale, limiter les déplacements contraints vers les pôles extérieurs notamment et assurer une offre commerciale en adéuation avec la croissance démographique envisagée.

- **Les polarités secondaires (Jarnac, Segonzac, Rouillac, Châteauneuf-sur-Charente)**

  Objectif : Affirmer leur rôle de pôle à leur échelle intercommunal de manière à éviter les déplacements contraints vers le pôle majeur et les pôles extérieurs sans chercher à capter des flux au-delà de leur aire de rayonnement.

  Vocation : Accueillir de nouvelles implantations répondant à des achats du quotidien, hebdomadaires et occasionnels et devant répondre aux besoins associés au renforcement de leur démographie.

Organisation de l'offre commerciale

- **Les polarités de proximité (Ars, Cherves-Richemont, Gensac-la-Pallue, Hiersac, Lignères-Sonneville, Mérignac, Nercillac, St-Genis-d'Hiersac, Saint-Même-les-Carrières, Salles-d'Angles, Sigogne)**

  Objectif : Affirmer leur rôle d'irrigation à leur échelle pluri-communale, permettant d'éviter des déplacements contraints ailleurs sans pour autant rechercher à capter des flux au-delà de leur propre rayonnement.

  Vocation : Accueillir des commerces permettant d'effectuer des achats notamment quotidiens et hebdomadaires, voire exceptionnellement occasionnels et devant être adaptés à la capacité et à la configuration urbaine du site.

- **Les communes non pôles**

  Objectif : Conforter les besoins de proximité de manière à éviter des déplacements contraints ailleurs sans pour autant rechercher à capter des flux au-delà de leur propre rayonnement.

  Vocation : Accueillir des commerces permettant de répondre à des besoins quotidiens au regard de leur capacité d'accueil.

3. Définir une organisation commerciale en cohérence de l'armature urbaine

<table>
<tr><th>Fréquence d'achats</th><th>Pôle majeur</th><th>Pôles secondaires</th><th>Pôles de proximité</th><th>Communes non pôle</th></tr>
<tr><td>Courants / quotidiens</td><td colspan="4">Oui</td></tr>
<tr><td>Hebdomadaires / occasionnels</td><td colspan="2">Oui</td><td>Hebdomadaire : Oui

Occasionnels : Non</td><td>Non</td></tr>
<tr><td>Rares</td><td>Oui</td><td colspan="3">Non</td></tr>
</table>

L’aménagement

Définir un urbanisme et un mode d'aménager favorable au maintien et au développement des commerces dans les centres villes et bourgs

- Aménagement qualitatif / sécurisé de l'espace public (gabarits, règles de recul par rapport à la voirie, règles de stationnement...)
- Favoriser la place du piéton dans l'espace public et organiser le stationnement
- Permettre l'intégration de commerce en rez-de-chaussée (mixité fonctionnelle) ou dans les nouveaux aménagements
- Rechercher la proximité de certains équipements (scolaire, santé, culturel,....) avec les commerce de centre-ville et bourg
- Permettre le changement d'usage du bâti
- Délimiter les secteurs de polarisation de commerces / mettre en place des linéaires commerciaux stratégiques de manière à privilégier les continuités commerciales.
- Faciliter l'adaptation des locaux commerciaux aux contraintes (accessibilité) et aux projets de développement (agrandissement...).
- Identifier des secteurs favorables à l'accueil de commerces itinérants ou temporaires

Ce qui est recommandé

- Portage foncier
- Suivi de l'évolution des besoins des commerces et structuration des démarches d'association de commerçants
- Accompagnement / manager cœur de ville – commerce
- Réflexion sur la mise en place de périmètres de sauvegarde du commerce (application du droit de préemption commerciale)
- Opérations / projets (FISAC, Cœur de ville...)

L’organisation du développement du commerce

Ce qui est soumis à autorisation d'exploitation commerciale (L.752-1 code du commerce)

1° La création d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 m^2, résultant soit d'une construction nouvelle, soit de la transformation d'un immeuble existant

2° L'extension de la surface de vente d'un magasin de commerce de détail ayant déjà atteint le seuil des 1 000 m^2 ou devant le dépasser par la réalisation du projet.

3° Tout changement de secteur d'activité d'un commerce d'une surface de vente supérieure à 2 000 m^2. Ce seuil est ramené à 1 000 mètres carrés lorsque l'activité nouvelle du magasin est à prédominance alimentaire

4° La création d'un ensemble commercial tel que défini à l'article L. 752-3 et dont la surface de vente totale est supérieure à 1 000 m^2

5° L'extension de la surface de vente d'un ensemble commercial ayant déjà atteint le seuil des 1 000 m^2 ou devant le dépasser par la réalisation du projet ;

6° La réouverture au public, sur le même emplacement, d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 2 500 m^2 dont les locaux ont cessé d'être exploités pendant trois ans

Pour les pépiniéristes et horticulteurs, la surface de vente mentionnée au 1° est celle qu'ils consacrent à la vente au détail de produits ne provenant pas de leur exploitation, dans des conditions fixées par décret.

7° La création ou l'extension d'un point permanent de retrait par la clientèle d'achats au détail commandés par voie télématique, organisé pour l'accès en automobile.

Ce qui n’est pas soumis à autorisation d’exploitation commerciale (L.752-2 code du commerce)

- Les regroupements de surfaces de vente de magasins voisins, sans création de surfaces supplémentaires, n'excédant pas 2 500 mètres carrés, ou 1 000 mètres carrés lorsque l'activité nouvelle est à prédominance alimentaire, ne sont pas soumis à une autorisation d'exploitation commerciale.
- Les pharmacies et les commerces de véhicules automobiles ou de motocycles ne sont pas soumis à l'autorisation d'exploitation commerciale prévue à l'article L. 752-1.
- Les halles et marchés d'approvisionnement au détail, couverts ou non, établis sur les dépendances du domaine public et dont la création est décidée par le conseil municipal, les parties du domaine public affecté aux gares ferroviaires et routières situées en centre-ville d'une surface maximum de 2 500 mètres carrés, ne sont pas soumis à une autorisation d'exploitation commerciale.
- Les opérations immobilières combinant un projet d'implantation commerciale et des logements situées dans un centre-ville compris dans l'un des secteurs d'intervention d'une opération mentionnée à l'article L. 303-2 du code de la construction et de l'habitation ne sont pas soumises à une autorisation d'exploitation commerciale dès lors que la surface de vente du commerce est inférieure au quart de la surface de plancher à destination d'habitation.

6. Organiser le développement du commerce afin de préserver les échelles de proximité

1. **Déterminer des localisations préférentielles du commerce au regard de l'armature urbaine**
2. **Prioriser l'implantation des commerces dans les centralités urbaines (centres villes et bourgs) et pôles commerciaux de l'armature commerciale définie par le SCoT**
3. **Aménager qualitativement les parcs d'activités destinés à recevoir du commerce de périphérie (pôle périphérique)**

Ce qui est recherché

- **Limiter les déplacements contraints** sur le pôle majeur de Cognac-Châteaubernard ou sur les grandes polarités extérieures (Angoulême, Saintes...).
- Irriguer le développement commercial au sein des espaces de vie qui sont structurés par pôles secondaires (Jarnac, Rouillac, Segonzac, Châteauneuf-sur-Charente).
- **Préserver l'offre de proximité**, au plus près des ménages.
- Favoriser la **diversité** commerciale.
- Soutenir l'attractivité commerciale du pôle majeur Cognac-Châteaubernard comme levier de son rayonnement.

Hiérarchiser les localisations préférentielles

- **Le centre-ville de Cognac**

  Objectif : Faire rayonner le centre-ville, en lien avec les fonctions culturelles et touristiques, pour qu'il dépasse l'aire de chalandise cognaçaise, ce qui associe la fréquentation des habitants, des touristes et des actifs qui viennent y travailler.

  Vocation : Accueillir de nouvelles implantations répondant à toutes les fréquences d'achat et de taille.

- **Les centralités urbaines (tous les centres-villes et bourgs du territoire)**

  Objectif : Faire des centralités des espaces de vie qui accueillent une mixité de fonctions, ce qui permet aux habitants d'éviter de se déplacer en périphérie ou ailleurs.

  Vocation : Accueillir des commerces permettant d'effectuer tous types d'achats et devant être adaptés à la capacité et à la configuration urbaine du site.

Hiérarchiser les localisations préférentielles

- **Les polarités commerciales du tissu urbain mixte (pôle majeur et pôles secondaires)**

  Objectif : Renforcer la diversité et la qualité de l'offre commerciale dans le but de desservir des zones urbaines éloignées du centre ville et d'éviter de se déplacer sur d'autres espaces commerciaux plus lointains.

  Vocation : Accueillir de nouvelles implantations répondant à toutes les fréquences d'achat et de compatibles avec la configuration des lieux.

  Sur Cognac ou sur les pôles secondaires (Jarnac, Châteauneuf-sur-Charente, Segonzac et Rouillac) : Existe-t-il des quartiers (pas dans le centre-ville) qui ont vocation à s'affirmer comme de véritables centralités et qui répondraient à des logiques de besoins de proximité rapprochés, car éloignés du centre-ville ?

Hiérarchiser les localisations préférentielles

- **Les polarités commerciales de périphérie**

  Objectif : Conforter, dynamiser et requalifier les polarités commerciales en cherchant une complémentarité à l'offre des centralités, une offre innovante susceptible d'apporter de la diversité et en capacité de répondre aux besoins d'une population en croissance.

  Néanmoins, le SCoT ne prévoit pas la création de nouveaux parcs commerciaux et encadre l'extension des parcs commerciaux existants.

  L'évolution des espaces commerciaux existants est possible au sein des espaces d'activités économiques à vocation commerciale ou mixtes déjà existants.

  Vocation :

  - Les parcs d'activités à dominante commerciale n'ont pas vocation à s'étendre, mais doivent permettre l'amélioration de l'offre sans pour autant rechercher à augmenter significativement les flux.
  - Dans les secteurs mixtes, le développement commercial doit répondre à une logique de fonctionnement interne (services aux salariés) et où sera rechercher la polarisation (regroupement) des équipements commerciaux.

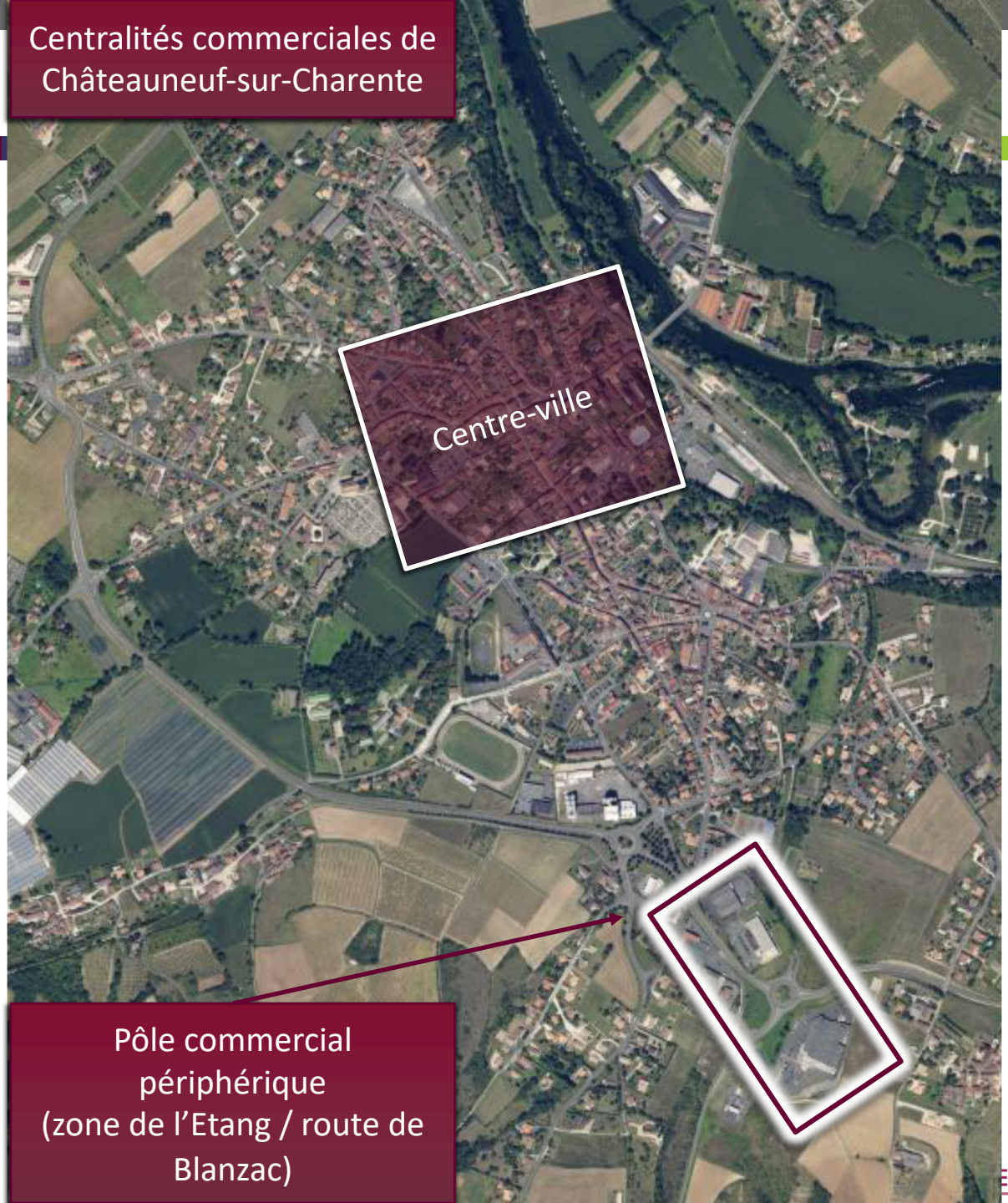
Centralités commerciales de Cognac-Châteaubernard

Pôles commerciaux périphériques ou tissu urbain mixte ?
(avenue de Saintes, rue Basse Saint Martin

Pôle commercial périphérique
(ZA de Bellevue)

COGNAC

Centralités commerciales de Châteauneuf-sur-Charente



Centralités commerciales de Jarnac

Centralités commerciales de Rouillac

Centralités commerciales de Segonzac

Tissu urbain mixte
(rue Ravaz)

Objectifs généraux

- **Les équipements commerciaux sont dimensionnés en fonction du rôle des centralités et des pôles dans l'armature urbaine et du volume de déplacements qu'ils génèrent.**
- **Les équipements commerciaux d'importance, à partir de 1 000 m² de surface de vente, doivent être compatibles avec le fonctionnement et la morphologie de l'espace d'accueil.**

- **Les commerces d'importances sont implantés préférentiellement dans les centres des villes, bourgs.**
  - Les collectivités prévoient les possibilités d'implantation des commerces en privilégiant la polarisation commerciale sur des continuités marchandes, associés d'autres fonctions.
- Lorsque les commerces ne peuvent pas être implantées dans les cœurs urbains en raison des flux et nuisances qu'ils génèrent, voire de la morphologie des centres, **ils seront fléchés dans les espaces d'activités commerciaux, voire mixtes.**

Objectifs généraux

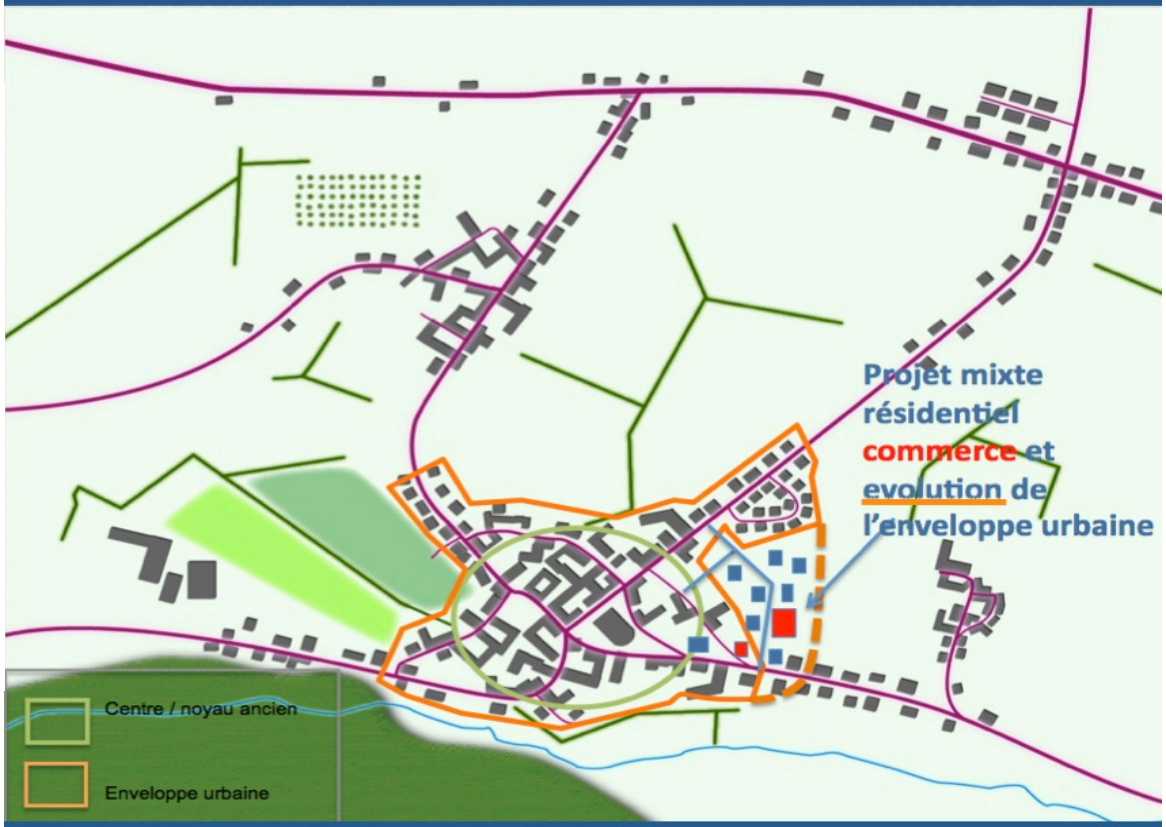
<u>Le développement commercial d'importance dans le tissu urbain mixte hors centre ville</u>

- Regrouper les nouvelles implantations commerciales avec l'offre commerciale de centre, les continuités commerciales (lorsqu'elles existent), une centralité potentielle (présence d'équipements, de services, d'habitat...).
- Privilégier la proximité avec des infrastructures dédiées aux mobilités douces et/ou avec la présence de transports en commun.
- S'assurer d'un réseau viaire connecté avec l'espace urbain recevant l'équipement commercial pour qu'il ne soir pas isolé avec un fonctionnement autonome.
- S'assurer d'une gestion apaisée des flux de mobilités (éviter les conflits d'usage).
- S'accompagner d'une attention particulière quant à l'intégration dans le tissu urbain, le paysage.

Un espace commercial intégré à l'enveloppe urbaine actuelle ou future ne fonctionnant pas en autarcie au travers d'une seul accès extérieur sans lien avec la ville ou le bourg

Objectifs généraux

- **Les documents d'urbanisme locaux ne permettront pas au travers de leur zonage et règlement (vocation) l'implantation de commerce sous forme isolée, et en discontinuité le long d'un axe routier**



Projet mixte résidentiel intégrant du commerce dans le cadre d'une extension de l'enveloppe urbaine

7. Organiser le développement du commerce d'importance

Si vous désirez vous rapprocher d'un DAAC... possibilité de calibrer l'implantation de commerces

Surface de vente

Espace couvert ou non affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, espace affecté à l'exposition des marchandises et à leur paiement, espace affecté à la circulation du personnel.

Sont exclus : les réserves, les cours, les entrepôts, les parkings.

Localisation	Format minimum	Format maximum
Centre de Cognac	-	-
Centralités (centre ville et bourg)	-	-
dont tissu urbain mixte	-	1 000 m^2
Polarités commerciales périphériques	> 300 m^2	2 500 m^2

Objectifs généraux

<u>Le développement commercial est subordonné à un format commercial maximum qui s'articule avec le rôle des communes dans l'armature urbaine</u>

Rappel : il convient de s'assurer de la compatibilité du format commercial avec la capacité de fonctionnement et d'accueil dans les centres et autres espaces urbains.

Objectifs généraux

Au sein de toutes les localisation préférentielles, l'évolution des emprises commerciales existantes est permise sous condition :

- De démontrer que l'impact sur les flux de transport générés n'entrainent pas une congestion supplémentaire au niveau des accès du site et sur l'ensemble de la commune.
- De respecter les conditions émises par les prescriptions »Promouvoir un urbanisme commercial durable »

On peut appliquer un % pour contenir les extensions:

- Les commerces existants peuvent s'étendre dans la limite 25 % de leur surface de vente à la date d'approbation du SCoT.

Objectifs généraux

- Interdire le développement d'équipements commerciaux dans les parcs d'activités industriels ou artisanaux, sauf services liés au bon fonctionnement de la zone.
- Organiser le développement des équipements commerciaux dans les espaces mixtes existants en maîtrisant les mutations d'espaces existants vers du commerce à condition de délimiter en amont des zones de polarisation des équipements commerciaux, voire en interdisant les mutations sur des espaces qu'elles jugeront stratégiques pour d'autres activités.
- Permettre l'évolution commerciale au travers du changement d'enseignes.

10. Encadrer le développement des drives et des pratiques de stockage du e-commerce

Objectifs généraux

- Privilégier les drives accolés.
- Eviter l'implantation des drives accolés.
- Faut-il limiter les créations ou extensions des drives en limitant à XX (350 – 400) m^2 ?
- Préciser et décliner les lieux et les modalités de création ou d'extension des espaces de stockage dans le cadre de la pratique du e-commerce.

L’aménagement durable des équipement commerciaux

Objectifs généraux concernant les centralités urbaines

- Identifier les centralités urbaines commerciales et préserver la destination commerciale des secteurs stratégiques des linéaires commerciaux.
- Encourager des formes urbaines permettant l'intégration des commerce en rez-de-chaussée.
- Mettre en place des règles de nature à créer des conditions favorables au développement du commerce :
  - Définir des règles de recul limité et homogène du bâti vis-à-vis de la voie sur les axes marchands.
  - Définir un nombre de stationnement ou d'accès de transport en commun au plus près des espaces commerciaux.
  - Définir des espaces pour la livraison.
- Aménager des espaces publics facilitant l'accès aux commerces et à des itinéraires consacrés aux mobilités douces.

Objectifs généraux concernant les pôles commerciaux périphériques

- Réaliser des liaisons douce sécurisées.
- Renforcer la desserte en transports en commun.
- Analyser l'impact sur les flux de transports générés par l'implantation, la création ou l'extension des équipements commerciaux et démontrer que ces flux n'entrainent ni congestion supplémentaire du site ni report de déplacements dans les secteurs adjacents.
- Chercher une plus forte compacité dans l'aménagement :
  - Mutualiser les infrastructures d'accès, les stationnements.
  - Privilégier le stationnement en toit-terrasse, sous-sol...
- Améliorer la qualité architecturale et paysagère des équipements commerciaux au travers :
  - De la végétalisation des espaces extérieurs et de leur traitement paysager, notamment en entrée de zones, sur les espaces de stationnement.
  - De l'intégration des infrastructures dédiés aux modes doux de déplacements dans le paysage.
  - De l'intégration des équipements de gestion des eaux pluviales et usées dans le paysage.
  - Du traitement des façades (gabarit, matériaux, couleur...).
  - Du traitement des limites (clôture, haies, hauteur...).
  - Des aménagements permettant de dissimuler les emplacements de stockage en extérieur.

Objectifs généraux concernant les pôles commerciaux périphériques

- Limiter l'impact environnemental des équipements commerciaux de périphérie :
  - Réduire les surfaces imperméabilisées.
  - Privilégier la rétention des eaux pluviales à la parcelle.
  - Prendre en compte la consommation énergétique en fonction :
    - De l'enveloppe du bâtiment (isolation, toiture végétalisée...).
    - De dispositif de double vitrage.
    - De la mise en place de dispositifs de production énergétique renouvelable (panneaux photovoltaïques, petits éoliens...).