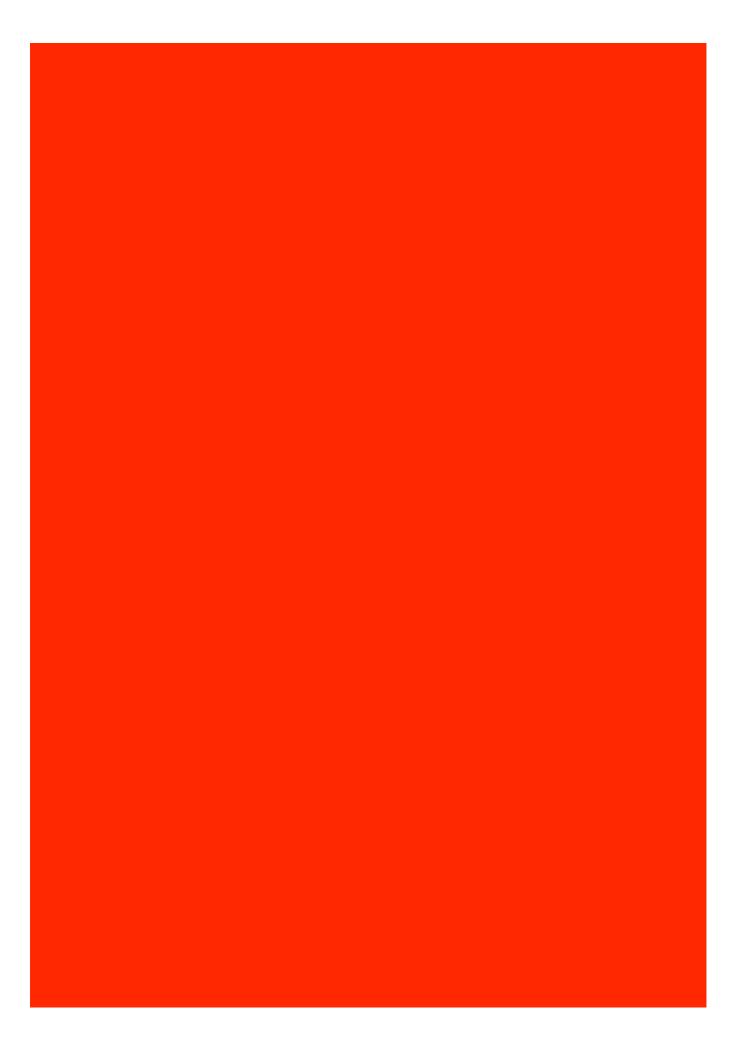
Syndicat mixte pour l'élaboration et le suivi du Schéma directeur de la région grenobloise

www.region-grenoble.org

L'urbanisme commercial

• • • • • • • • • • • • •



# Sommaire

Avant-propos  Le point sur le Schéma directeur  Les trois objectifs fondamentaux du Schéma directeur	4
Introduction Schéma directeur et urbanisme commercial	8
Le contexte  Le commerce : pièce maîtresse de l'organisation de notre société  Les évolutions de l'offre commerciale  Les pratiques d'achat comme base de réflexion	10
Les enjeux Une question d'équilibre Equilibre des secteurs Et qualité des paysages	15
Les règles du Schéma directeur  Des règles selon les types de commerce  Des règles différentes selon les types d'espace  Des règles pour préserver le paysage	21
Schéma directeur, PLU et autorisations commerciales Passage à l'acte Illustrations par l'exemple : Saint-Pierre-d'Allevard et Fontaine	34
Fiche juridique Les textes de référence	39
Fiche pratique  Déroulement d'une procédure d'autorisation commerciale Le point sur la CDEC	40
Lexique	41

# **Avant-propos**

# Le point sur le Schéma directeur

Qu'est-ce qu'un Schéma directeur? Appelés initialement SDAU (Schémas directeurs d'Aménagement et d'Urbanisme créés en 1967 par la loi d'orientation foncière), et aujourdhui SCOT (Schémas de Cohérence Territoriale créés en 2000 par la loi Solidarité et Renouvellement Urbain), les Schémas directeurs sont des documents d'urbanisme qui fixent les orientations fondamentales pour l'aménagement de grands territoires en termes de déplacements, d'économie, d'habitat, de foncier, d'environnement, d'agriculture et de paysage.

Cet outil intercommunal de planification et de développement sert de cadre à la mise en œuvre de politiques d'aménagement et de protection des territoires. Il a pour ambition d'assurer un aménagement durable de l'espace à 20 ans.

Une région urbaine grenobloise attractive par la qualité du cadre de vie Le Schéma directeur de la Région urbaine grenobloise (RUG)<sup>1</sup> a été approuvé par les élus du territoire le 12 juillet 2000. Son périmètre incluait 157 communes au moment de son adoption et 202 communes depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2004.

Il a pour objet de créer les conditions d'un développement durable, capable de conforter l'attrait du territoire dans le respect des équilibres fondamentaux.

La taille de la Région grenobloise, ses contraintes géographiques, ses atouts économiques et environnementaux appellent un modèle de développement fondé sur la qualité et l'innovation.

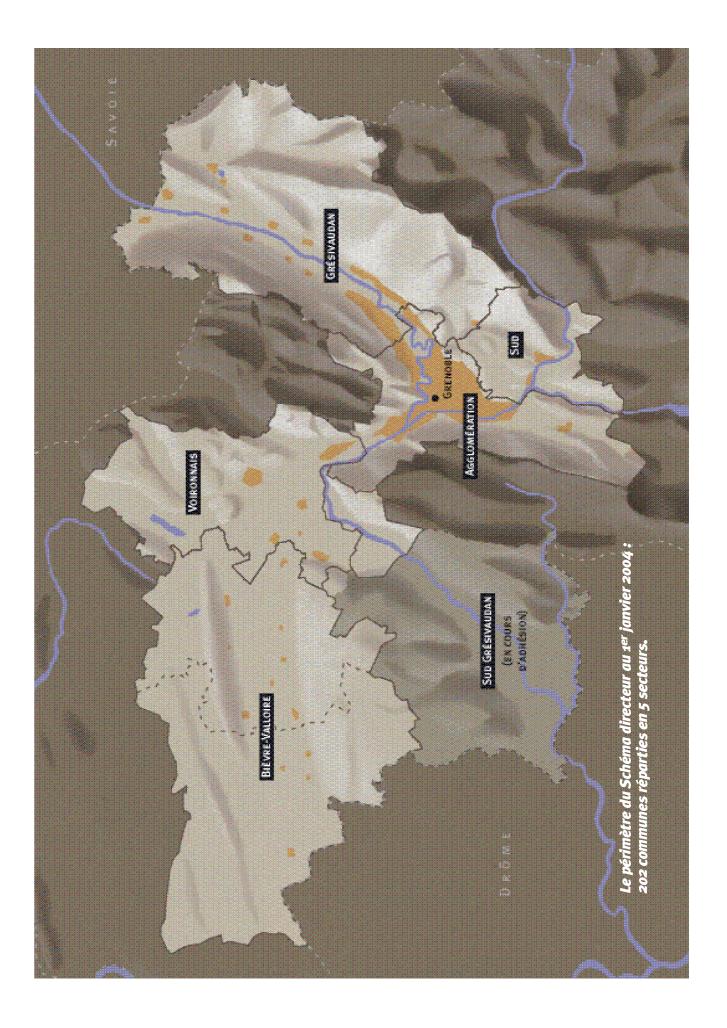
Ces objectifs d'aménagement nécessitent des évolutions importantes des modes d'organisation et de fonctionnement du territoire.

**N.B.** carte ci-contre : La partie Ouest du secteur de Bièvre Valloire qui est une extension du périmètre du Schéma directeur adopté en 2000, fait l'objet d'une modification du Schéma directeur non approuvée à la date de publication du document.

Le secteur Sud Grésivaudan est en cours d'adhésion au périmètre du Schéma directeur à la date de publication du document et fera l'objet d'une modification du Schéma directeur.

Sur ces territoires, les orientations générales de ce document en matière d'urbanisme commercial s'appliquent dès l'adhésion au Syndicat mixte du Schéma directeur.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Le Schéma directeur a été adopté avant la promulgation de la loi SRU qui a créé les SCOTs. Selon la loi, il garde le nom de Schéma directeur et a les mêmes valeurs et incidences qu'un SCOT. Il doit faire l'objet d'une révision le transformant en SCOT dans le délai de 10 ans à partir de son adoption, soit d'ici 2010.



# Les trois objectifs fondamentaux du Schéma directeur

# **Economiser** l'espace

Cela impose de gérer l'espace de manière économe, de préserver l'intégrité des espaces naturels et de contenir le développement urbain dans des limites fixées et intangibles, y compris à très long terme.

# Conforter les pôles urbains

Il faudra aussi améliorer l'attrait des espaces urbains actuels et maîtriser les prix, ainsi que les offres foncières en périphérie, afin de limiter le départ des familles, des activités économiques, des services et des commerces pourtant nécessaires.

# Rééquilibrer les territoires

Il faudra également maîtriser les déséquilibres entre :

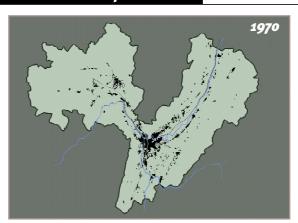
- une agglomération où les emplois et les services continuent de se concentrer (alors que sa population se stabilise),
- des secteurs périphériques qui à l'inverse voient leur population augmenter beaucoup plus rapidement que leurs emplois (territoires dortoirs).

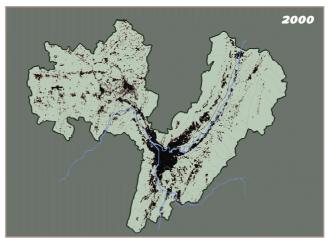
Ces déséquilibres, révélateurs de l'évolution des pratiques actuelles, ne cessent de s'accroître et induisent des déplacements quotidiens toujours plus importants. Cette situation ne peut durer et ne saurait être réglée par le seul renforcement des infrastructures de déplacement.

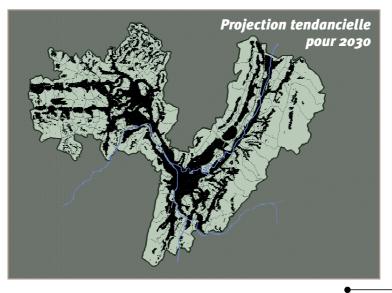
Il faut donc conduire des politiques publiques (habitat, économie, déplacements) très volontaires. Il s'agit de conforter l'habitat dans l'agglomération et l'économie dans les secteurs voisins, avec toutes les solidarités et les compensations nécessaires pour atteindre les équilibres demandés par la loi et appelés pour un développement durable du territoire.

Cette démarche politique, incontournable, s'avère très difficile, car elle pourrait aller à contre-courant de l'évolution des territoires, de tendances du marché et d'aspirations individuelles.

# 1970 – 2030 : un étalement urbain permanent ?









# Schéma directeur et urbanisme commercial

L'équilibre des territoires et la qualité du cadre de vie passent aussi par une répartition des structures commerciales qui privilégient l'animation des pôles urbains et l'autonomie des secteurs périphériques par rapport à l'agglomération.

Schéma directeur de la région grenobloise (page 42, dernier paragraphe)

## Le rôle du Schéma directeur

Afin d'atteindre cet équilibre, le Schéma directeur fixe des orientations les plus claires possibles dans le domaine de l'urbanisme commercial avec comme objectif de sécuriser les interventions des collectivités et des acteurs économiques. Il s'agit en particulier de favoriser la compatibilité avec le Schéma directeur des plans locaux d'urbanisme (PLU) élaborés par les collectivités, des projets des investisseurs et des décisions de la commission départementale d'équipement commercial (CDEC).

# Pour une organisation rationnelle et durable des territoires

Afin d'apporter un appui plus efficace à l'instruction des documents d'urbanisme et des dossiers d'équipements commerciaux, les principes généraux du Schéma directeur sont déclinés à l'échelle des secteurs de la RUG et selon les différents types de commerces. L'ambition du Schéma directeur est de définir et promouvoir une vision équilibrée et durable des territoires.

Il convient d'accorder davantage d'importance à l'espace et à la proximité dans nos choix d'organisation, d'investissement et de vie. La nouvelle organisation des activités commerciales sous-tend une évolution des comportements et modes de vie individuels qui aurait alors un impact collectif sur le fonctionnement du territoire. Il s'agit en particulier de définir et de faire vivre, pour chaque territoire et chaque pôle urbain, son aire d'influence, dans le respect des aires voisines.

# Limiter les concurrences et renforcer les collaborations

Ce respect suppose de ne pas rechercher systématiquement à « mordre » sur les parts de marché du territoire voisin. L'idée est de faire baisser le niveau de concurrence entre les territoires, au bénéfice de collaborations et d'actions conjointes profitables à chacun. L'organisation et le bon fonctionnement des territoires ne sont pas un simple problème de marché (et du meilleur qui gagne). Cela suppose des organisations, et donc des ententes à l'échelle de tout le bassin de vie. Cette voie est difficile, il faut donc l'organiser avec méthode et détermination.

# Un travail en partenariat

C'est ce travail de partenariat qu'a initié le Syndicat mixte du Schéma directeur avec l'ensemble des collectivités et des intercommunalités, mais aussi avec les services de l'Etat, de la Région Rhône-Alpes, du Département de l'Isère et des chambres consulaires, avec des investisseurs et des représentants d'associations.

Un travail qu'il faut absolument poursuivre lors de la mise en œuvre du Schéma directeur, afin que ce Schéma directeur ne soit pas qu'une série de vœux pieux et d'incantations.

## Le contexte

# Le commerce : pièce maîtresse de l'organisation de notre société

Colonne vertébrale de la cité, le commerce façonne, depuis des siècles, notre territoire (villes et campagnes) ; il induit des pratiques sociales tant en termes de déplacements qu'en termes de modes de vie et de consommation.

Dans notre région, l'histoire des échanges marchands, la géographie et la forte concentration des emplois, services et équipements dans les vallées ont participé à la centralisation des commerces notamment dans l'agglomération grenobloise, renforçant ainsi son attractivité mais créant parallèlement de fortes nuisances et d'importants déséquilibres.

# Un curieux phénomène de liberté absolue

En ce début du XXIe siècle, l'offre toujours plus performante d'infrastructures et de véhicules renforce le sentiment de pouvoir accéder à une liberté totale de mouvement et de choix.

La grande région grenobloise est aujourd'hui considérée par chacun comme son espace de vie, comme son "quartier". Un quartier dans lequel on peut exercer sans difficulté l'ensemble de ses activités quotidiennes, quand et où on le souhaite et même en changer fréquemment.

Seule la voiture particulière est aujourd'hui capable de répondre aux exigences de ce mode de vie, de ce type d'organisation du territoire dans cette aire de liberté absolue.

# Un système voué à l'échec

Le système, qui s'est mis en place et s'est amplifié ces 30 dernières années, atteint aujourd'hui ses limites. Il devient de plus en plus difficile et de plus en plus coûteux de le faire fonctionner.

Car malheureusement on constate que toute augmentation de l'offre de déplacement ne fait que renforcer les déséquilibres et accroître la demande.

La région urbaine grenobloise toute entière subit les conséquences de ces déséquilibres et des dépendances engendrées.

Une agglomération saturée, des centres urbains vidés, des pôles extérieurs en sursis Désormais ceinturée par six grands pôles commerciaux, l'agglomération grenobloise sature. Congestionnée, elle court le risque de se scléroser et s'asphyxier.

Parallèlement, les commerces de proximité tendent à disparaître. Dépouillés, les centres urbains ne peuvent plus assurer l'offre de services, ni la qualité de vie escomptée par leurs habitants.

Les secteurs voisins souffrent quant à eux de ces choix d'organisation paradoxaux et des modes de consommation de leurs populations, sans trouver à eux seuls les moyens d'inverser la tendance.

# Les évolutions de l'offre commerciale

Les commerces de proximité en voie de disparition Sur la période 1994-2004, ce sont près de 300 commerces de détail (-5,7%) qui ont disparu dans la Région urbaine grenobloise.

C'est l'alimentation générale qui est la plus touchée (- 34%) : cela entraîne de réels problèmes d'approvisionnement de certains secteurs ruraux et même de quartiers plus urbains, notamment pour les personnes peu ou pas mobiles. L'augmentation du nombre de communes sans commerce alimentaire se poursuit.

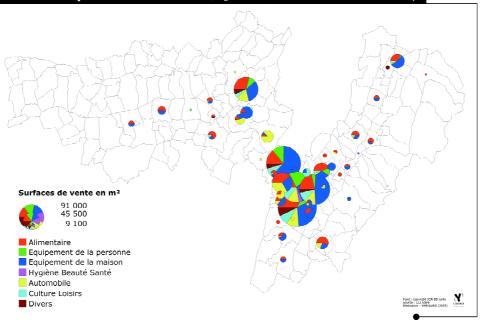
Les commerces d'équipement de la personne et d'équipement de la maison subissent aussi des régressions notables : respectivement -17,5% et -10%. Seuls les domaines de la culture et des loisirs, et le commerce de détail dit "divers" affichent des croissances significative : +10% et +22%.

L'hégémonie des grandes surfaces de vente... concentrées dans l'agglomération grenobloise La disparition des commerces de proximité s'est faite quasi exclusivement au bénéfice des très grandes surfaces de vente. En 10 ans (1993-2003), elles ont accru leurs surfaces de plus de 77000 m².

Les principaux pôles commerciaux se situent dans les agglomérations grenobloise et voironnaise : ces deux secteurs accueillent 87% des surfaces de vente du périmètre de la Région grenobloise pour seulement 72% de sa population.

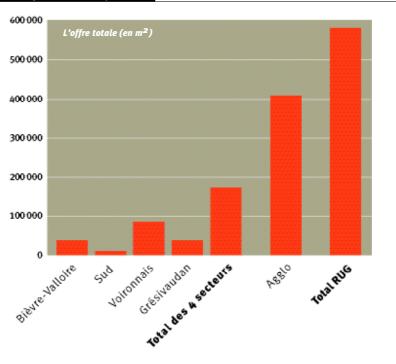
De 1995 à 1999, la grande distribution a augmenté sa surface de 40% dans l'agglomération grenobloise. Alors que sa population est stabilisée, l'offre commerciale ne cesse d'y croître. Elle accueille en 2005, 72% des grandes surfaces commerciales pour 60% seulement de la population de la Région urbaine grenobloise.

### La répartition des **surfaces commerciales** (> 300 m²) dans la RUG en 2004



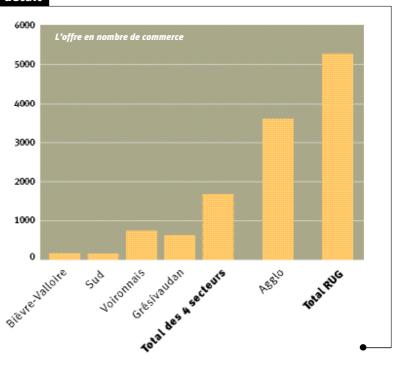
# Les grandes et les moyennes surfaces :

Une offre commerciale de l'agglomération grenobloise toujours aussi écrasante, qu'il s'agisse de la grande distribution (70% de la surface commerciale de la RUG)...

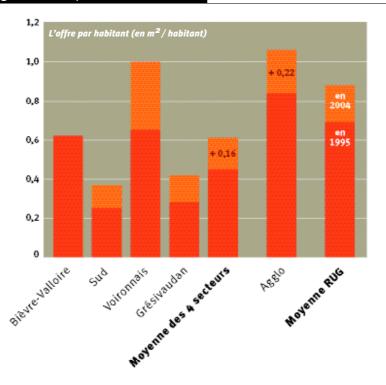


# et le commerce de détail

... ou du petit commerce (68% du commerce de détail alors que l'agglomération grenobloise représente 60% de la population de la RUG)



# **Evolutions comparées des secteurs** de la région grenobloise en matière de grandes surfaces commerciales



### Entre 1995 et 2004 on constate :

RUG: une forte croissance de l'offre en grandes surfaces

### Agglo / Secteurs extérieurs :

l'écart s'accroît (les déséquiibres et les dépendances se renforcent)

### Fort contraste entre les secteurs :

**Voironnais :** un véritable pôle d'équilibre ; l'offre par habitant rejoint celle de l'agglomération

**Bièvre :** au départ une moindre dépendance due à l'éloignement (offre comparable au Voironnais) mais l'offre n'augmente pas (le seul secteur)

Grésivaudan : une offre et une croissance 2 fois plus faibles

que le Voironnais (dépendance renforcée)

**Sud:** l'offre la plus faible (le secteur le plus dépendant)

Une concurrence centres villes/ périphéries à réguler

Quel que soit le territoire (rural ou urbain), partout dans la Région grenobloise, le développement du commerce a trop tendance à se faire dans les grandes zones commerciales périphériques au détriment des cœurs de ville.

# Les pratiques d'achat comme base de réflexion

Pour que le Schéma directeur puisse orienter au mieux l'organisation de l'offre commerciale, et en raison des évolutions des modes de vie et de consommation, il est important de bien connaître les différentes pratiques d'achat et leurs conséquences notamment sur les déplacements et l'organisation des territoires. La réflexion est menée dans une logique de maîtrise et de pérennité du développement commercial et non d'opposition entre grands et petits commerces.

Les achats quotidiens : le poids des habitudes, l'atout de la proximité, l'enjeu de la fidélisation

Alimentation, produits ménagers, tabac, presse...
Les petits achats de tous les jours ou les courses de la semaine rythment la vie sociale des personnes et donc d'un quartier. Les notions de pérennité et de proximité pour ce type de commerce sont fondamentales tant le consommateur, pour être fidélisé, doit pouvoir conserver ses habitudes et repères d'achat. Les déplacements engendrés ne sont pas forcément longs, mais nombreux et fréquents.



Les achats occasionnels : recherche de la diversité à proximité pour satisfaire une certaine spontanéité

Les achats occasionnels concernent l'équipement de la personne (habillement, santé, soins, hygiène), l'équipement de la maison (petit ameublement, décoration, linge, vaisselle...), le bricolage, la jardinerie, les loisirs (sports, culture...).

Ces achats "plaisirs" tendent à prendre une place de plus en plus importante dans la consommation globale. L'individu recherche la possibilité de consommer "ici et maintenant", en fonction de ses envies. Il recherche aussi en permanence une diversité de l'offre tant dans la qualité que dans

le prix, si possible à proximité de ses lieux de vie.



Les achats exceptionnels : le besoin de prendre le temps de comparer Acheter une voiture, une cuisine, un meuble, un équipement électroménager, Hi-Fi ou vidéo... est, en soi, un investissement tant humain que financier. Les clients, en consommateurs avertis, prennent le temps de comparer, d'étudier les différentes options et de faire jouer la concurrence. Ce comportement a d'ailleurs induit le regroupement spontané des enseignes de même nature. Même s'ils sont peu fréquents par ménage, ces achats génèrent de nombreux et longs déplacements avant l'acte d'achat.





# Une question d'équilibre

Si le marché n'a pas vocation à régir seul l'organisation et le fonctionnement des territoires, on constate qu'il y participe grandement. Il faut donc offrir un cadre aux acteurs économiques pour que, tout en jouant pleinement leur rôle, ils contribuent aussi à un mode de développement durable et profitable pour l'ensemble des populations. C'est pourquoi, l'action publique doit être en mesure de fixer des règles d'intérêt général, bien comprises et capables de sécuriser les décisions d'investissements commerciaux.

Nuisances, déséquilibres et baisse d'attractivité

Encombrements routiers, bruit, pollution, ségrégation, mitage des territoires, étalement urbain et péri urbanisation, banalisation du cadre de vie, etc. Le développement commercial non maîtrisé a aussi contribué aux difficultés actuelles en matière de fonctionnement urbain et de cadre de vie. Il a également engendré des déséquilibres entre les territoires et une baisse d'attractivité des pôles urbains.

Les intérêts particuliers : attractivité du commerce et rentabilité économique

Animé par une logique d'efficacité et de rentabilité propre à chaque entreprise, le marché a encouragé une concentration excessive des commerces. Souvent guidées par un intérêt économique à court terme, les règles du marché ont façonné l'offre commerciale et en grande partie les pratiques d'achat. Par effet secondaire, elles ont participé à une organisation sociale et spatiale du territoire, aujourd'hui remise en cause.

De leur côté, les institutions publiques parfois partagées entre la recherche d'avantages financiers locaux (taxe professionnelle, taxe sur le foncier bâti...), le souci de renforcer l'emploi de la commune concernée et une vision à court terme du développement, n'ont pas toujours su endiguer l'ampleur du phénomène, ni maîtriser ses conséquences.

L'intérêt général : développement durable et équilibre des territoires

Désormais, l'organisation et les fonctionnements sont à envisager à l'échelle du bassin de vie. Il faut privilégier l'équilibre des territoires, la qualité et le dynamisme économique des centres urbains, le renouvellement et l'évolution de la ville... Et il faut surtout veiller à une utilisation économe de l'espace.

On le voit, l'intérêt général nécessite des actions souvent contraires aux règles du marché. C'est donc un face à face permanent qui se joue entre la toute puissance du marché et les moyens parfois limités des collectivités. Ces dernières devraient s'entendre et s'organiser davantage pour faire valoir l'intérêt général des territoires et des populations.

Sécuriser l'environnement commercial

Les entrepreneurs sont en demande de principes qui régulent le jeu de la concurrence et qui leur permettent d'envisager leur développement. Cette sécurisation ne signifie pas le gel de situations acquises qui serait contradictoire avec la nécessaire dynamique des marchés mais plutôt l'affichage clair de règles applicables à tous. C'est dans ce cadre que se développe le marché laissant toute sa place à l'initiative et à la créativité orientées vers des objectifs de développement durable.

# **Equilibre des secteurs**

Le mode d'organisation proposé rétablit un équilibre entre les différents bassins de vie au quotidien en donnant un rôle particulier et complémentaire aux différentes échelles du territoire.

L'agglomération grenobloise : l'attractivité du caractère exceptionnel

Le grand bassin de vie et d'emploi de Grenoble doit continuer à exister et même se renforcer en se consacrant à des fonctions et donc à des fonctionnements plus exceptionnels : grands équipements culturels, sportifs ou de santé, grandes administrations, emplois, services et commerces spécifiques qui doivent pouvoir concerner une large population sur un vaste territoire.

L'agglomération grenobloise, tout en répondant aux besoins de sa population, devrait moins concentrer d'emplois, de services et de commerces ordinaires, qui attirent tant de monde, de très loin.

Des secteurs autonomes plus dynamiques, plus séduisants

Les secteurs doivent fortement se renforcer en termes d'emplois, d'équipements, de commerces et de services. Chaque secteur devrait offrir, en interne, l'ensemble des éléments du quotidien permettant une vie de proximité, de qualité à l'ensemble de ses habitants. Les secteurs devraient donc s'engager à réduire conjointement les situations de dépendances actuelles vis à vis de l'agglomération, ce qui est bien de l'intérêt de tous les territoires.

La ville : renforcer sa qualité de vie pour fidéliser ses habitants

Ce sont les villes ou pôles urbains qui doivent constituer les lieux privilégiés de vie et des activités quotidiennes. Ils doivent retrouver toute leur attractivité et offrir la qualité en matière d'espace, de services et d'environnement qui amènerait les populations à désirer y vivre. La mise en valeur des espaces urbains actuels constitue donc une priorité fondamentale du Schéma directeur. Les commerces des centres urbains et les commerces de proximité sont, bien entendu, des éléments essentiels de cette stratégie de développement durable.

Un pacte de non-agression et de respect mutuel entre les villes Le confortement des pôles urbains doit également se faire dans une recherche d'équilibre. Cela impose de définir une certaine hiérarchie entre les pôles, en fonction de leur taille respective.

Pour faire vivre cette hiérarchie et éviter les effets négatifs des concurrences territoriales trop fortes, des arbitrages permanents sont nécessaires. Effectués conjointement par les collectivités locales concernées, ils doivent correspondre à des visions cohérentes et solidaires de l'organisation des territoires et des fonctionnements souhaitables.

En résumé, il conviendrait :

- de limiter les concurrences territoriales entre pôles urbains voisins,
- de savoir refuser les implantations qui, par leur nature ou leur importance, viendraient nuire à l'équilibre et au bon fonctionnement d'un pôle urbain limitrophe.

# Une attitude responsable et solidaire

Cette attitude de responsabilité, de concertation et de solidarité entre des collectivités voisines, n'est pas encore acquise. Il faut encore du temps, des rencontres, des négociations entre les élus et des actions conjointes afin d'assurer les solidarités financières nécessaires.

## Une vision de la RUG qui sous tend l'ensemble du dispositif

- Une région urbaine à 2 niveaux d'organisation
- des équilibres difficiles à dégager, mais nécessaires

### Pour les activités exceptionnelles



### Une région unitaire

Un seul grand bassin de vie



Une région organisée autour de son centre et de ses pôles d'exception (emplois, services, loisirs...), et qui doit donc se donner les moyens (notamment en matière de déplacements) de fonctionner, pour partie mais durablement, à cette grande échelle.

# Pour les activités plus ordinaires et quotidiennes (les plus nombreuses)

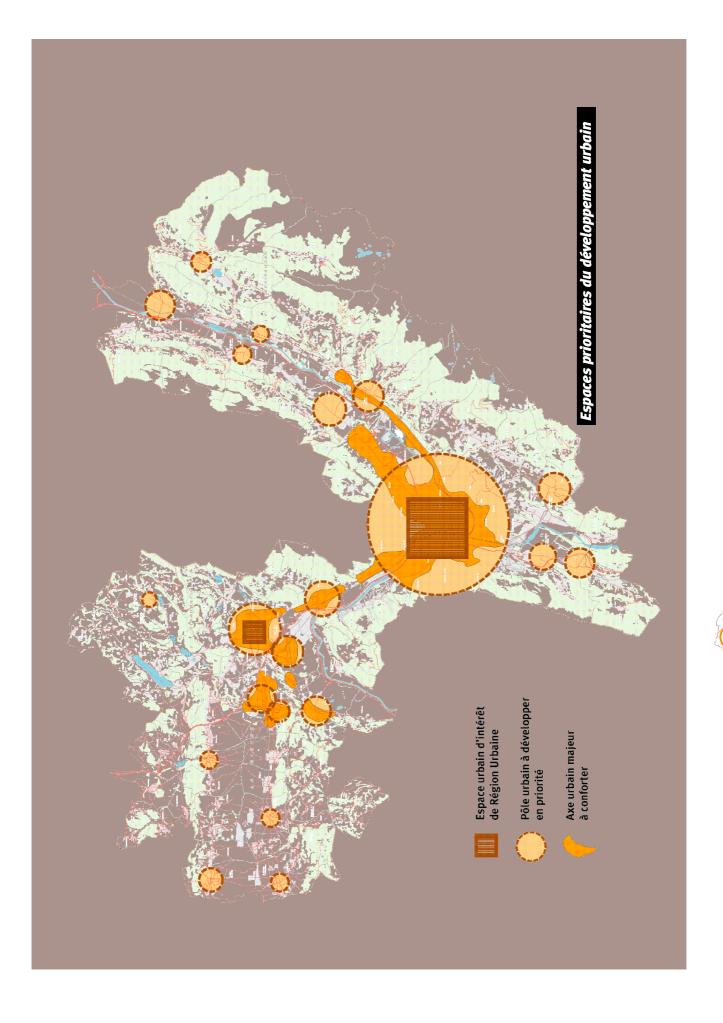


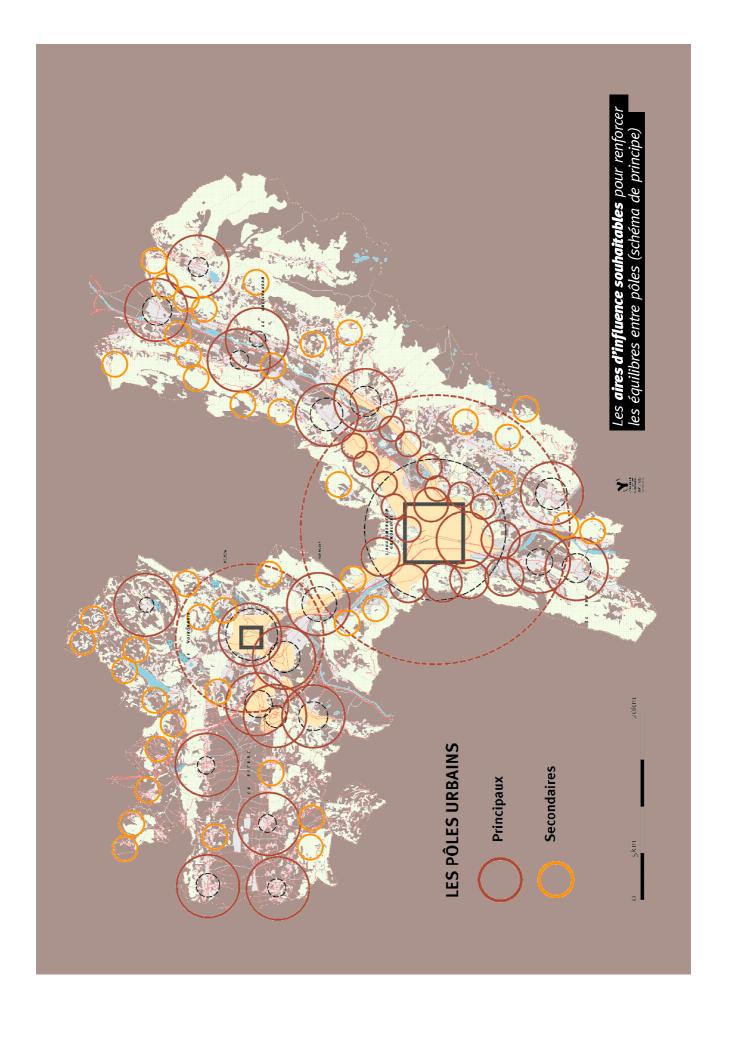
### Des territoires plus équilibrés et "autonomes"

Plusieurs sous-bassins pour la vie quotidienne



Une région également organisée autour de territoires de proximité plus équilibrés et " autonomes " (emplois, services, loisirs...), et qui doit donc, en même temps, se donner les moyens (notamment en matière de déplacements) de privilégier les fonctionnements internes à chacun de ces secteurs.





# Et qualité des paysages

Redonner aux paysages, qu'ils soient urbains, de banlieue ou ruraux, une part de leur qualité, tel est l'enjeu aujourd'hui afin de conserver le cadre de vie qui fait l'attractivité globale de la région.

Une richesse paysagère en danger

Plaines, vallées, balcons, plateaux, montagnes, forêts, cours d'eau... La région est riche d'une diversité naturelle exceptionnelle que les grands axes de circulation peuvent faire découvrir et mettre en valeur.

Reste qu'un développement mal maîtrisé des activités humaines tend à abîmer ce patrimoine naturel voire, parfois, à le détruire.

Entrées de ville standardisées, paysages dénaturés, espaces de vie défigurés...

Dans les zones urbaines, quelle que soit leur taille, c'est bien l'activité économique qui génère aujourd'hui le plus de dégâts sur la qualité des paysages.

Les surfaces commerciales peuvent défigurer l'environnement par des implantations systématiques en façade des infrastructures routières : les entrées de villes et d'agglomération ne sont plus que vitrines et enseignes juxtaposées.

Les centres urbains ont souvent subi de nombreuses, et pas toujours cohérentes, réhabilitations ou rénovations. Victimes de traitements disparates, ils ont, au fil des ans, perdu de leur cachet au profit d'un aménagement standardisé.

Des principes identiques mais des traitements adaptés aux différents types de territoire L'ambition est bien de rectifier l'impact des implantations commerciales existantes et d'orienter les implantations futures partout, avec la même exigence : il ne faudrait pas laisser se créer, même ponctuellement, des zones de moindre qualité. Dans un contexte de concurrence des territoires, une telle négligence pourrait progressivement s'étendre à d'autres zones proches ou similaires.

Les règles du Schéma directeur

# Des règles, pour quoi faire?

Renforcer l'offre commerciale et l'autonomie des secteurs Etant donné les enjeux qui viennent d'être présentés, en fonction des évolutions des modes de vie et face aux déséquilibres actuels qui continuent de se renforcer, la solution retenue par le Schéma directeur de la Région grenobloise est de renforcer l'offre commerciale des secteurs voisins de l'agglomération.

Conforter et qualifier les centres urbains Cet accroissement de l'offre doit s'effectuer en priorité dans les pôles urbains afin d'en renforcer leur attractivité et leurs atouts. Ces implantations devront donc être conçues en relation et en complément des commerces déjà installés, afin de créer des synergies et non pas de dévitaliser les centres par des créations périphériques directement concurrentielles.

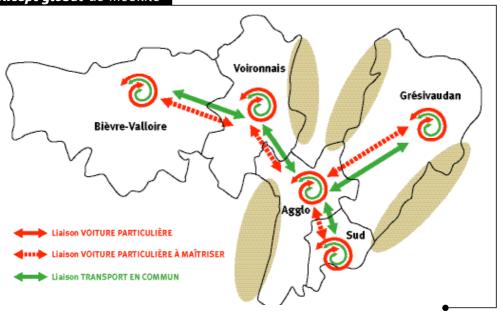
Pour réduire les déplacements actuels

En sus de la qualité et de l'attractivité des milieux urbains, on privilégiera tout ce qui pourra développer les fonctionnements de proximité pour réduire la croissance des flux et les distances moyennes parcourues.

Voici donc les règles globales que préconise le Schéma directeur pour orienter les off res commerciales selon une vision plus équilibrée et durable des territoires.

Au-delà de cet énoncé général, les règles se déclinent de façon spécifique par types de commerces et de localisation (pages suivantes).

# Le concept global de mobilité



### Des règles selon les types de commerce

22

- Commerce exceptionnel
- Commerce occasionnel
- Commerce quotidien

### Des règles différentes selon les types d'espace

26

- Pour les espaces économiques non dédiés au commerce
  - ZONES DÉDIÉES À L'UNIVERSITÉ, À LA RECHERCHE
  - ET AU DÉVELOPPEMENT ET ZONES D'INNOVATION
- ZONES STRATÉGIQUES MIXTES ET AUTRES ZONES D'INNOVATION LOCALES
   Pour les grandes zones commerciales du Schéma directeur
- Pour les différents types d'espaces urbains
  - CENTRE URBAIN
  - ESPACES PRIORITAIRES DI CONFORTEMENT LIRBAIN
  - ET ESPACES URBAINS MIXTES
  - VILLAGES ET HAMEAUX

### Des règles pour préserver le paysage



- Autoroutes et voies rapides
- Axes et boulevards urbains
- Croisement d'un boulevard urbain et d'une voie rapide

# Des règles selon les types de commerces



# Les commerces exceptionnels

Typologie : biens durables achetés de manière exceptionnelle.

Meubles, voitures, cuisines, électroménager, Hi-Fi, vidéo, etc

# Le principe : Créer des pôles commerciaux spécialisés par nature de produit.

Il s'agit d'organiser ou de renforcer des regroupements de commerces de même nature pour favoriser des pratiques concurrentielles nécessaires et souhaitées par la clientèle. Mais ceci dans des périmètres restreints afin de limiter les déplacements consacrés à la comparaison des offres commerciales.

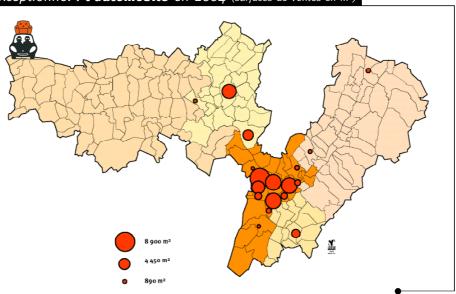
regroupements commerciaux spécialisés en nombres limités à l'échelle du bassin de vie de la RUG ou de ses secteurs Les possibilités de localisation sont très variées selon les produits et les contextes locaux.

- en priorité dans les grands pôles commerciaux spécialisés : renforcements de regroupements préexistants ou en émergence
- pour les produits adaptés, dans les tissus urbains ou dans les zones économiques à vocation mixte.
- la dimension et le rayonnement de certains commerces peuvent justifier la création de nouveaux sites spécialisés pour l'ensemble de la RUG ou d'un secteur.

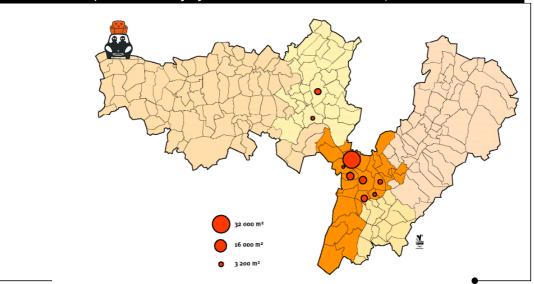
Dans tous les cas, l'implantation de ces nouveaux commerces exceptionnels devra se faire après une analyse complète des regroupements existants,

et surtout après une concertation entre collectivités et investisseurs, de manière à conforter les regroupements les plus pertinents, non seulement du point de vue commercial, mais également du point de vue de l'organisation des territoires.

# Commerce exceptionnel: l'automobile en 2004 (surfaces de ventes en m²)







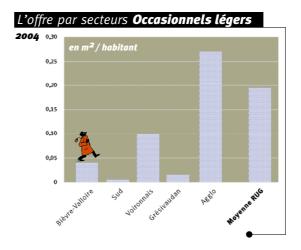


### Les commerces occasionnels

**Typologie : Equipement de la personne et de la maison, bricolage, jardinerie...** Il s'agit de biens achetés de manière occasionnelle, et parfois même de manière imprévue (cf. "achats plaisirs").

Le principe : organiser l'offre en fonction du type d'articles vendus

Articles légers : équipement de la personne, petit équipement de la maison... • Implantation dans les centres urbains. Ces commerces constituent l'essentiel des commerces urbains et de l'attrait des centres villes. Leur implantation en milieu urbain est donc d'une grande importance; aussi toute autre localisation doitelle être refusée.



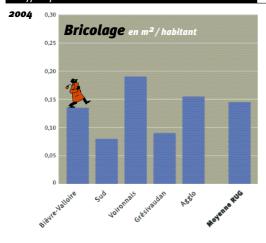
Articles lourds ou volumineux : bricolage, jardinerie, matériaux, matériel sportif...

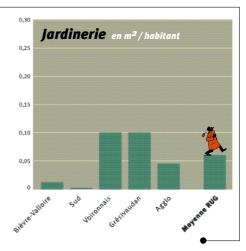
**Une obligation :** vérifier, avant toute implantation qu'elle respecte **la notion d'équilibre** entre les secteurs pour ce type de produit.

Ensuite, l'implantation s'effectuera essentiellement sur des critères de disponibilité foncière et d'insertion urbaine.

- Les pôles commerciaux spécialisés, lorsqu'ils existent dans le secteur, restent des lieux privilégiés pour ce type d'implantation.
- $\bullet$  Les périphéries des pôles urbains et les espaces économiques peuvent également accueillir ce type de commerce.

### L'offre par secteurs **Occasionnels lourds**







# Les commerces du quotidien

### Typologie: alimentation, produits ménagers, tabac, presse...

Il s'agit des commerces que l'on fréquente quotidiennement de manière organisée ou imprévue, et qui doivent donc offrir une facilité d'accès et d'usage pour toutes les catégories de populations.

Le principe : garantir une offre équilibrée entre les territoires, en privilégiant des implantations qui permettent des pratiques de proximité.

# Dans l'agglomération grenobloise

- Arrêt de la croissance des hypermarchés généralistes, en surface, et en nombre de places de parking, en raison de leur trop forte implantation au détriment des secteurs voisins et des centres urbains de l'agglomération grenobloise elle-même.
- Confortement des centres urbains et des quartiers par la création ou l'extension de surfaces commerciales compatibles avec la taille et l'aire d'influence de chacun de ces pôles urbains ou quartiers.

## Dans les secteurs extérieurs

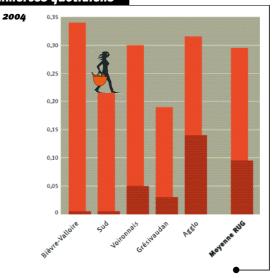
- Renforcement prioritaire dans les centres urbains : toute nouvelle implantation y sera encouragée.
- Dans les pôles commerciaux spécialisés : implantation possible de grandes surfaces généralistes, de taille adaptée au territoire afin de compenser une partie du déséquilibre avec la Métro.

Toutefois, la surface totale maximum de l'ensemble des grandes surfaces généralistes de la zone commerciale concernée (y compris les surfaces existantes) doit être comprise entre 2500 et 5000 m² (grandes surfaces généralistes) selon l'importance du secteur concerné.

Il ne s'agirait pas, en effet, de dévitaliser les centres urbains des secteurs sous prétexte de rétablir un équilibre.

# L'offre par secteurs Commerces quotidiens

de plus de 300 m² Surface totale dont Hypermarchés de plus de 2500 m² (en m²/habitant)



# Des règles différentes selon les types d'espace

# Espaces économiques non dédiés au commerce



### POUR LES ZONES DÉDIÉES À L'UNIVERSITÉ, À LA RECHERCHE ET AU DÉVELOPPEMENT AINSI QUE POUR LES ZONES D'INNOVATION

**Typologie:** il s'agit de zones à vocation spécifique créées pour accueillir et mettre en synergie des activités économiques particulières: formation, recherche, innovation, technologie, services, petites industries de pointe... Elles présentent un caractère stratégique pour le développement et l'attractivité du territoire qu'il faut préserver. Leur dimension étant limitée et leur potentiel d'extension étant en général contraint, l'idée est de les réserver strictement à l'implantation d'activités spécifiques. Cependant, afin d'y renforcer la qualité de vie sans pour autant les dénaturer, on peut accepter quelques commerces de proximité destinés à leurs usagers habituels.

### Le principe : limiter l'offre commerciale aux usages de consommation quotidienne des employés ou des utilisateurs habituels de la zone, en l'intégrant dans des centres de vie internes à la zone.

- Pas de surfaces commerciales importantes.
- Si, et seulement si, l'importance de la zone et de ses emplois le justifient, implantation de commerces quotidiens de proximité. Intégrés dans des centres de vie et de services internes à ces zones, ces commerces ne devront donc pas chercher à étendre leur périmètre d'attraction, par exemple par des implantations en périphérie de ces zones ou sur des axes de transit.



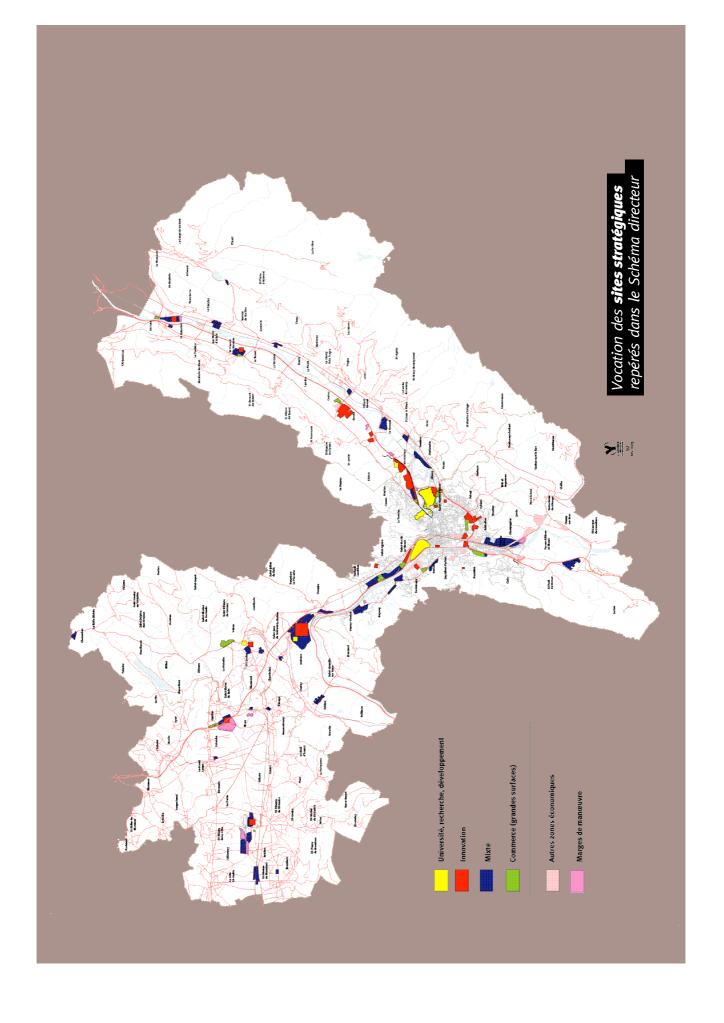
# POUR LES ZONES STRATÉGIQUES MIXTES AINSI QUE POUR LES ZONES ÉCONOMIQUES À VOCATION LOCALE

### Typologie:

- Les zones stratégiques mixtes sont généralement importantes par leurs surfaces et les activités qu'elles accueillent. Elles représentent un enjeu majeur pour la région et doivent donc être valorisées en tant que tel. En raison de leurs dimensions, des contraintes de circulation et parfois du caractère nuisant de leurs activités, elles sont le plus souvent localisées en dehors des espaces urbains habités. Elles n'ont donc pas vocation à accueillir les équipements, commerces et services urbains nécessaires aux populations locales.
- Les zones à vocation locale, souvent situées en périphérie des pôles urbains, ne présentent pas de vocation particulière et accueillent, suivant leur territoire et leur histoire, des activités de nature assez différentes. Elles n'ont pas pour autant vocation à devenir des zones multiservices qui pourraient nuire, qui plus est, à la vitalité des centres urbains.

### Le principe : bien sélectionner les implantations commerciales qui devront être exceptionnelles et de circonstance, ou liées aux besoins propres de la zone concernée.

- Pas d'activités commerciales significatives ni de commerces occasionnels de produits légers, ceux-ci devant s'installer en priorité dans les centres urbains.



- Eventuellement, et en tant que de besoin, des commerces affectés à des achats exceptionnels (voitures, caravanes...) lorsque certaines enseignes y sont déjà implantées.
- Des commerces affectés à des achats occasionnels de produits lourds ou volumineux, lorsque les équilibres entre les secteurs le permettent et lorsqu'ils ne peuvent trouver leur place dans les pôles commerciaux spécialisés ou dans les espaces urbains mixtes.
- Si et seulement si l'importance de la zone le justifie, des commerces quotidiens de proximité intégrés dans des centres de vie et de services internes à ces zones : d'une manière générale, la surface de vente sera inférieure à 300 m².
- Seules les zones économiques les plus importantes par le nombre d'emplois qu'elles accueillent, pourront recevoir des surfaces commerciales supérieures à 300 m2, en réponse aux besoins quotidiens de leurs usagers habituels. Elles devront donc également avoir une localisation cohérente à l'intérieur de la zone (et non pas en périphérie), une nature et un dimensionnement adaptés aux besoins propres de la zone concernée.

# Pour les grandes zones commerciales repérées dans le Schéma directeur

**Typologie:** il s'agit à l'origine de zones créées pour accueillir des grandes surfaces commerciales ne pouvant, par leur nature et leurs vocations, s'insérer à l'intérieur des espaces urbains constitués. La croissance de ces grands sites commerciaux, implantés à l'origine en périphérie, associée à l'extension des villes, a eu des conséquences assez négatives sur la dynamiques des centes urbains.

Le principe: le Schéma directeur propose de gérer une situation issue du passé, mais de ne pas l'aggraver en limitant le développement de ces zones: maîtrise publique renforcée dans les évolutions de ces sites et maintien des emprises foncières dans leurs limites actuelles (cf. carte des vocations).

# Pour les commerces exceptionnels

• Des implantations de commerces exceptionnels sont possibles dans ces grandes zones commerciales à condition que des regroupements significatifs soient envisagés autour d'un même type de produit.



# Pour les commerces occasionnels :

... de produits légers

- D'une manière générale, pas d'implantations de ce type de commerces dans ces zones commerciales très souvent situées en périphérie des villes.
- Toutefois des implantations sont possibles, mais seulement dans les pôles commerciaux qui, par leur localisation, peuvent et souhaitent s'inscrire dans un espace urbain central, et ceci dans le cadre d'un projet de mise en valeur de cet espace urbain central.

## ... de produits lourds et volumineux

• Implantations possibles et légitimes si elles contribuent à améliorer l'équilibre du secteur concerné, et donc après examen de la situation des autres secteurs pour le type de commerce envisagé.

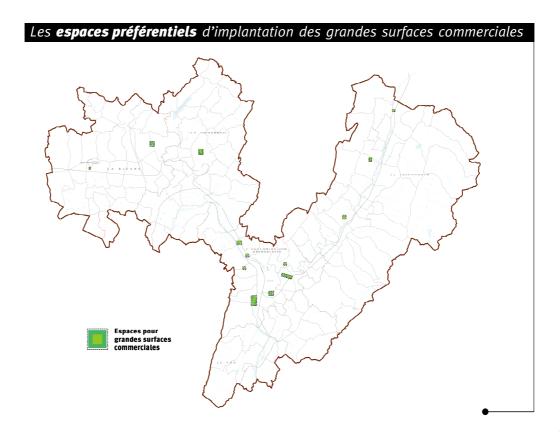


# Pour les commerces quotidiens dans l'agglomération grenobloise

- Arrêt de la croissance des hypermarchés généralistes y compris de leur nombre de places de parking, ce qui n'interdit pas les opérations de requalification/restructuration qualitatives.
- Pas d'implantations nouvelles de ce type de commerce dans les grandes zones commerciales
- Toutefois certains hypermarchés et zones commerciales de l'agglomération se trouvent aujourd'hui, par l'évolution de la ville et leur localisation au cœur des espaces habités, dans la situation potentielle de pouvoir devenir un pôle urbain. Si la collectivité décide de conforter et/ou valoriser ce pôle à travers un véritable projet urbain alors, et malgré le nécessaire arrêt de la croissance de l'hypermarché, ce projet pourra prévoir de nouveaux commerces urbains de toute nature. Ce projet devra bien entendu respecter les objectifs fondamentaux du Schéma directeur : équilibre des territoires et des pôles urbains, en développant un projet cohérent avec la nature, l'importance et l'aire d'influence du pôle concerné.

Pour les commerces quotidiens dans les secteurs extérieurs

- Des implantations de grandes surfaces généralistes sont possibles dans les zones commerciales des secteurs extérieurs mais de tailles adaptées à chaque territoire et au confortement prioritaire des centres urbains.
- La surface totale maximum est fixée à 2500 m² pour les territoires les moins peuplés ou les aires de chalandise les plus restreintes, et à 5000 m² pour les plus importantes.



# Pour les différents types d'espaces urbains

Principe général pour l'ensemble des espaces urbains : renforcer l'offre commerciale à proximité des espaces habités, à condition qu'elle soit adaptée à la nature et à l'importance du quartier desservi. Il convient donc toujours de respecter un principe d'équilibre avec les espaces urbains limitrophes en évitant les trop fortes concurrences territoriales, afin d'obtenir une structure de territoires équilibrés et complémentaires.

# Espace urbain central Espace urbain mixte Espace urbain mixte Espace urbain mixte Espace urbain mixte

# Pour les centres urbains

Il s'agit de tous les espaces urbains centraux repérés dans le Schéma directeur.

- Toute nouvelle implantation est à encourager.
- Toutefois, les surfaces devront être adaptées à la vocation et à l'aire d'influence de chacun de ces centres afin de ne pas dévitaliser les centres voisins.

# Pour les espaces prioritaires du confortement urbain et espaces urbains mixtes

Les espaces prioritaires du confortement urbain sont généralement situés en périphérie immédiate des principaux centres urbains ; au-delà se situent l'ensemble des espaces urbains mixtes.

- Lorsqu'ils sont situés en frange immédiate d'un centre urbain, ces espaces peuvent accueillir tous types de commerces. Ces derniers, implantés en liaison étroite avec les commerces existants, participent alors à renforcer l'attractivité, la qualité et l'animation du pôle urbain concerné.
- ullet Si ces espaces sont éloignés du centre urbain, seuls les commerces de proximité sont à favoriser avec des surfaces généralement inférieures à 300 m².
- Pas d'implantation le long d'une déviation ou d'un axe de transit pour éviter d'attirer la clientèle des aires limitrophes.
- Ponctuellement, installation de commerces occasionnels lourds ou volumineux, lorsqu'ils ne peuvent s'implanter dans les espaces commerciaux stratégiques du secteur et si les équilibres entre les secteurs le permettent.

# Pour les villages et hameaux

Les hameaux font l'objet d'un repérage et d'un classement spécifique dans la carte de destination générale des sols du Schéma directeur.

• Implantations possibles de commerces de proximité inférieurs à 300 m², si et seulement si l'importance du lieu concerné le justifie.

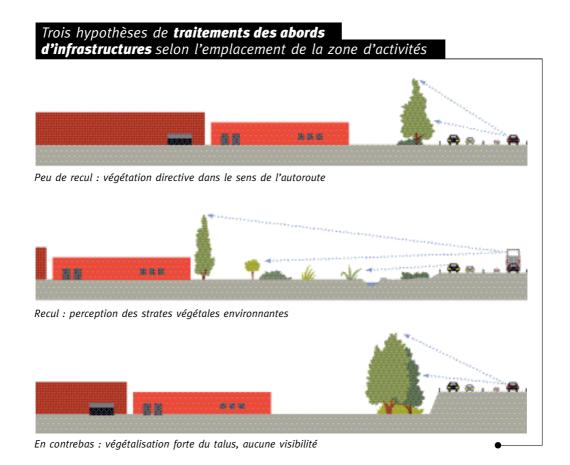
# Des règles pour préserver le paysage

**Le principe**: l'idée est de reconfigurer les grands axes routiers, interurbains et urbains afin de redonner au paysage, naturel ou urbain, une certaine allure originelle et de le mettre en valeur: limitation des offres commerciales en entrée de ville, aménagements des boulevards urbains, création de véritables "portes urbaines" qui jalonnent la cité... Pour les structures commerciales déjà en place, il faudra donc en passer par l'aménagement d'écrans visuels et/ou par des projets de requalification paysagère.

# Autoroutes et voies rapides

Ces infrastructures routières ne sont pas aménagées pour accueillir des implantations commerciales et n'ont pas vocation à servir de vitrine. Pas de vues directes sur les zones commerciales, ni de mise en façade ostensible des bâtiments.

Pas de signes visibles, depuis la voie, de la fonction commerciale des constructions (vitrines, enseignes, matériel d'exposition).



# Axes et boulevards urbains

**Axes et** Ces axes, situés en zone 30 ou zone 50 km/h, sont en général aménagés pour accéder aux différentes implantations commerciales.

S'ils ont une vocation commerciale reconnue et nécessaire, on doit alors :

- Engager des requalifications pour donner aux implantations existantes et futures un caractère plus urbain et plus qualitatif.
- Privilégier des aménagements de type non routier : priorité aux piétons, qualité architecturale, mobilier urbain cohérent, pas de grands mâts publicitaires, ni de grands panneaux d'enseignes...
- Veiller également à éviter la cacophonie des couleurs et des annonces publicitaires qui perturbent la lisibilité et la qualité de l'espace public (cf. plan de publicité).

# Comment traiter les abords des grandes infrastructures pour **construire une autre image** de la ville ?



Croisement d'un boulevard urbain et d'une voie rapide

**Croisement** Cette jonction, située dans un secteur urbain, doit faire l'objet d'une consin boulevard dération particulière. L'idée est de créer une véritable "porte urbaine".

- La perception de bâtiments ou d'enseignes depuis la voie rapide est alors possible lorsque ces constructions participent effectivement à la composition urbaine du boulevard ou du secteur.
- Un aménagement paysager doit contribuer à renforcer la qualité de l'entrée de ville.



Les différentes lois d'Orientation du Commerce et de l'Artisanat ont institué un régime juridique de l'urbanisme commercial avec une procédure d'autorisation d'ordre strictement économique distincte du permis de construire. Elle vise un développement harmonieux des différentes formes de commerce. Cependant, en matière d'organisation et de fonctionnement des territoires, c'est aux Schémas directeurs (et aujourd'hui aux SCOT) de fixer les objectifs de localisation de ces surfaces commerciales.

Commerce et urbanisme : une obligation de compatibilité avec le Schéma directeur Fixer localement les règles des implantations commerciales

Qu'ils relèvent du Code de Commerce ou du Code de l'Urbanisme, les documents et les autorisations régissant le commerce (décision CDEC, SDC, PLU et permis de construire) doivent intégrer et mettre en œuvre les dispositions du Schéma directeur : le Code de l'Urbanisme stipule en e ffet que ces pièces doivent s'inscrire dans un rapport de compatibilité a vec le Schéma directeur (cf. art. L. 122.1).

En termes de droit des sols, c'est le Plan Local d'Urbanisme qui est le principal maître d'œuvre des orientations générales d'urbanisme commercial édictées par le Schéma directeur. C'est au PLU de les adapter aux réalités et aux objectifs propres à la commune concernée.

# Le passage à l'acte

Les installations commerciales sont des opérations importantes qui façonnent l'organisation des territoires. Les documents communaux (PLU, POS ou carte communale) doivent fixer les règles qui seront appliquées selon les différents types de commerce tels qu'ils sont déclinés par le Schéma directeur. Ils devront donc traiter de ce thème particulier dans chacune de leurs zones urbaines.

La création, la reprise et l'extension des surfaces de vente sont généralement soumises à l'attribution préalable d'autorisations.

Implantations commerciales : deux niveaux de décision

- Une autorisation d'exploitation commerciale : obligatoire pour les surfaces de vente supérieures à 300 m², elle est délivrée par la Commission Départementale d'Equipement Commercial (CDEC), qui statue en prenant en considération des éléments d'ordre :
- économique : impact du projet sur la concurrence, sur l'emploi...
- territorial : compatibilité avec les orientations du Schéma directeur.
- Une autorisation d'urbanisme ou permis de construire qui, lorsqu'il est requis, est accordé par les communes compétentes en matière d'autorisation d'occupation des sols.

Relevant de législations distinctes, ces procédures sont indépendantes l'une de l'autre. C'est pourquoi une autorisation d'exploitation commerciale accordée par une Commission d'Equipement Commercial n'engage pas une commune à délivrer un permis de construire. De même, la déli-

vrance d'un permis de construire ne lie pas la CDEC dans le cadre de l'instruction de la demande d'autorisation d'exploitation commerciale.

# Le rôle clé des communes

Le permis de construire est octroyé ou refusé au regard des seules règles locales d'urbanisme en vigueur, le plus souvent énoncées dans un Plan Local d'Urbanisme, compatible avec le Schéma directeur.

Du contenu réglementaire du PLU dépend donc la capacité de la commune à s'opposer ou soutenir un projet commercial, du point de vue du droit des sols applicable.

# Applications concrètes dans les PLU

Afin d'affirmer leur compatibilité avec le Schéma directeur et d'organiser au mieux le développement communal, les documents locaux d'urbanisme doivent nécessairement traiter d'urbanisme commercial dans le règlement relatif à chaque zone urbaine, zones U & AU.

Très concrètement, cela impose l'intégration de mentions explicites dans le règlement des Plans locaux d'urbanisme : caractère de la zone et articles 1 et 2 notamment.

# Illustrations par l'exemple

# Saint-Pierre-d'Allevard Commune de 2 310 habitants

À l'occasion de la modification de son Plan d'Occupation des Sols (juin 2005), la commune a fait évoluer son règlement d'urbanisme pour le rendre compatible avec le Schéma directeur et pouvoir accueillir des commerces répondant aux besoins de sa population.

À cette fin, les capacités d'accueil de surfaces commerciales de la commune ont été :

- rajustées, en cohérence avec la zone d'influence de la commune.
- puis redistribuées sur le territoire communal en fonction :
  - de la vocation de chaque espace urbain, telle qu'elle est définie au Schéma directeur.
  - de l'importance (population, emplois) des quartiers desservis.
  - du type de commerces.

Il a également été tenu compte de la présence d'un important axe routier (déviation de la commune).

Concrètement, les capacités d'accueil de surfaces commerciales de la commune ont été :

 rencentrées sur les secteurs couvrant l'espace urbain central de la commune et ses abords immédiats :

Désormais, le règlement y autorise « les commerces (...), dès lors qu'ils répondent aux besoins de la zone de chalandise de la commune et que leur implantation renforce l'attractivité des commerces et services du bourg » (cf. article 1 du règlement des zones concernées).

— strictement limitées dans les quartiers non centraux (faubourgs, hameaux, zones d'activités) ou visibles depuis la déviation de la commune : le règlement n'y admet plus que « (...) les commerces du quotidien, sous réserve que leur surface de vente soit inférieure

à 300 m² et que leur implantation soit justifiée au regard de la zone de chalandise du quartier » (cf. article 1 du règlement des zones concernées).

# Fontaine commune de 23 600 habitants

La commune accueille actuellement dans sa partie Nord un hypermarché et quelques grandes surfaces commerciales sur un espace dédié à cet effet dans le Schéma directeur. L'importance du site (environ 10 ha) et sa localisation au cœur d'espaces urbains importants ont conduit le PLU à proposer la création d'un "Pôle urbain multifonctionnel" (commercial, tertiaire, culturel et de loisirs) adapté aux besoins de la rive gauche du Drac.

# L'enjeu consiste en particulier à "fabriquer" de la ville sur une zone commerciale de périphérie.

Ainsi, tout en préservant le fonctionnement des grandes surfaces existantes, le PLU incite à la création d'espaces urbains sur une partie du site actuellement consacrée au stationnement et aux emprises routières.

# Un exemple de la manière dont le site de Fontaine pourrait évoluer.



Ce projet prévoit, parmi d'autres fonctions, la création de nouvelles surfaces commerciales. Il s'agit de renforcer une offre de proximité. Ces nouveaux commerces urbains ne devront donc pas rechercher une aire de chalandise excédant celle de la rive gauche du Drac. C'est pourquoi le Schéma directeur et donc le PLU interdit conjointement toute croissance de l'hypermarché. Il s'agira également de traiter l'ensemble de ces espaces comme un morceau de ville par l'implantation, la nature et la forme des nouveaux bâtiments, ainsi que par un traitement qualitatif des espaces publics.

Pour transformer l'image de ce site, le projet pourrait s'organiser autour d'une place. Sur le plan du zonage et du règlement, ce site a été scindé en deux parties :

### - La partie Sud est dédiée à la création d'un nouveau projet urbain

Les espaces nécessaires à ce projet ont été volontairement classé dans la même zone (UA) que l'ensemble des autres espaces urbains de la ville, et en particulier son centre ancien. Les mêmes régles s'y appliquent donc afin d'inciter à la création d'un projet présentant un réel caractère urbain (construction en limite des voies et des parcelles, qualité renforcée pour le traitement architectural des bâtiments et des espaces publics...).

### - La partie Nord reste dédiée aux grandes surfaces commerciales ainsi qu'à d'autres fonctions économiques

Le règlement du PLU y incite à la requalification des espaces et des bâtiments tout en préservant le fonctionnement des grandes surfaces, sans extension de l'hypermarché.

## Extrait du règlement de cette zone (partie Nord)

### Caractère de la zone

Cet espace économique fait partie du pôle urbain de l'entrée Nord. Un pôle urbain qui, par son importance, ses qualités et ses programmes, a vocation à rayonner sur la rive gauche du Drac.

Cet espace économique doit donc contribuer à la réalisation d'un projet d'ensemble par la mixité des programmes envisagés ainsi que par les qualités architecturales et urbaines des projets. Cet espace devra en particulier participer à une requalification plus urbaine du boulevard Joliot Curie.

### Pour le commerce

Cet espace, conformément aux orientations du Schéma directeur, est d'abord dédié à l'accueil des grandes surfaces commerciales. Il peut accueillir :

- des regroupements de commerces exceptionnels (voitures, meubles...).
- des commerces occasionnels de produits lourds ou volumineux (bricolage, jardinerie...)
- des commerces quotidiens (hypermarché généraliste), pour une zone de chalandise à l'échelle de la rive gauche du Drac ; ceci dans l'objectif d'une recherche d'équilibre des territoires et de renforcement de la proximité.

•••

Cet objectif conduit, comme le demande le Schéma directeur, à stabiliser l'hypermarché généraliste à son niveau actuel : en m² de surface de vente et en nombre de places de stationnement

Les commerces occasionnels de produits légers (équipement de la personne ou petit équipement de la maison), qui ont vocation à s'implanter dans les espaces urbains des villes, n'ont pas leur place dans cette zone. Ils devraient par contre être intégrés dans un projet urbain d'ensemble, réalisé sur la zone UA limitrophe.

### Pour les autres fonctions

L'objectif de mixité urbaine conduit à autoriser l'accueil d'autres activités telles que le tertiaire de bureau, les services à la population (hôtel, restaurant...), mais également une offre culturelle (centre culturel scientifique et technique, cinémas, spectacles...), de loisirs, de sports et de détente.

Ces différents programmes devront s'inscrire dans un projet d'ensemble, qui améliore les qualités urbaines du site et la mise en valeur de son environnement naturel (parc de la Poya...) et urbain (boulevard, bâtiments anciens...).

### **ARTICLE 1 - OCCUPATION ET UTILISATION DU SOL INTERDITES**

Sont interdites les occupations et les utilisations du sol ne correspondant pas à la vocation et au caractère de la zone et non mentionnées à l'article 2, et en particulier :

- Les activités économiques ne correspondant pas à la vocation de ce pôle urbain, telles les activités industrielles traditionnelles, les activités artisanales... (...).
- Toute extension de l'hypermarché généraliste ainsi que toute création de surfaces de ce type.
- Les commerces occasionnels de produits légers (équipement de la personne et petit équipement de la maison)

# ARTICLE 2 - OCCUPATION ET UTILISATION DU SOL SOUMISES A DES CONDITIONS PARTICULIERES

- I Sont autorisées : les activités commerciales, tertiaires, les services et les équipements correspondant à la vocation et au caractère de la zone et non mentionnés à l'article 1 ou à l'alinéa suivant.
- II Sont admis sous réserve des conditions suivantes :
- (...) Tous les aménagements, requalifications, restructurations, voir reconstruction de l'hypermarché généraliste, dans la limite des  $m^2$  de surfaces commerciales et du nombre de places de stationnement actuellement réalisés.
- La création de commerces occasionnels de produits lourds ou volumineux (bricolage, jardinerie...) est conditionnée au respect des objectifs de rééquilibrage des territoires définis par le Schéma directeur (...).



# Textes de référence

# La loi d'*Orientation du Commerce et de l'Artisanat* du 27 décembre 1973 (dite loi "Royer")

Elle a institué un véritable régime juridique de l'urbanisme commercial, en mettant en place une procédure d'autorisation d'ordre économique, distincte du permis de construire.

Depuis, le régime d'autorisation préalable a subi différentes modifications, notamment par deux autres lois :

- La loi du 29 janvier 1993 ("loi Sapin") relativeà la prévention de la corruption et à la transformation de la vie économique.
- La loi du 5 juillet 1996 ("loi Raffarin") étendant l'exigence d'une autorisation préalable à un nombre accru de projets

# La loi *Solidarité Renouvellement Urbain* du 13 décembre 2000

Elle traduit la volonté de promouvoir un développement des aires urbaines plus cohérent, plus durable et plus solidaire. Elle vise à lutter contre le gaspillage de l'espace en favorisant le renouvellement urbain, à inciter la mixité urbaine et sociale et à mettre en œuvre la politique de déplacement au service du développement durable.

La loi rénove en profondeur le Code de l'urbanisme pour placer l'agglomération au cœur des politiques urbaines et donner aux élus des documents d'urbanisme plus riches et plus concertés permettant de définir les priorités de l'agglomération ou de la commune et de mettre en cohérence les différentes politiques : urbanisme, habitat, déplacements, implantations commerciales.

Elle a instauré notamment :

- Les Schémas de cohérence territoriale (SCOT) : document d'organisation des aires urbaines
- Le Plan local d'urbanisme, expression du projet urbain de la commune
- L'organisation de la solidarité en matière d'habitat au sein des agglomérations et la rénovation des outils des politiques de l'habitat
- Un renouveau des politiques de déplacement à l'échelle de l'agglomération.

### Le Schéma de Développement Commercial de l'Isère (S.D.C.)

Elaboré par l'Observatoire Départemental de l'Equipement Commercial (O.D.E.C.), il a été approuvé par M. le Préfet de l'Isère le 9 février 2005. Ce document dresse un état des lieux de l'activité commerciale en Isère et définit des orientations stratégiques. Il prône :

- le développement maîtrisé des grandes et moyennes surfaces.
- une meilleure prise en compte de l'aménagement du territoire et du développement durable.

Ces principes fondamentaux sont déclinés en objectifs pour chaque territoire (Nord et Sud Isère) et pour chaque secteur d'activités (commerces, hôtellerie, cinémas).

Outil de référence et d'aide à la décision, il s'adresse aux élus, aux organismes consulaires et professionnels.

Les décisions de la Commission Départementale d'Equipement Commercial (C.D.E.C.) doivent se référer au Schéma de Développement Commercial de l'Isère (L.720-3 III du code de commerce).

Conformément au Code de l'Urbanisme (art. L.122-1), le Schéma de Développement Commercial de l'Isère doit pour sa part s'inscrire dans un rapport de compatibilité avec le Schéma directeur.



# Déroulement d'une procédure d'autorisation commerciale

# Conception du projet

Etude de faisabilité avec le service économique de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI).

### **Elaboration**

Elaboration d'un dossier de demandes de création, extension ou transfert de magasins de commerce de détail qui dépassent 300 m² de surface de vente.

# Instruction du dossier par les différents services

- DDE : Direction Départementale de l'Equipement
- DDTEFP : Direction Départementale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle
- DDCCRF: Direction Départementale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes
- Chambres consulaires : Chambre de Commerce et d'Industrie et Chambre de Métiers

# Vérification du dossier, constitution et animation de la CDEC par la Préfecture

### **COMMENT SE COMPOSE LA CDEC ?**

Un arrêté préfectoral désigne, pour chaque projet, une commission composée de six membres qui participent au vote de la décision.

Dans chaque commission départementale, siègent trois élus locaux. Leur nomination tient compte du lieu d'implantation du projet mais aussi de la taille de l'agglomération et de la coopération intercommunale existante. Les commissions constituées pour les situations les plus courantes comprennent :

- le maire de la commune d'implantation du projet (dans tous les cas)
- le président de l'établissement public de coopération intercommunale concerné en matière de développement économique et d'aménagement du territoire ou le Conseiller général du canton
- le maire de la commune la plus peuplée de l'arrondissement ou le maire de la commune la plus peuplée de l'unité urbaine.
- Les 3 autres membres de la commission représentent les chambres consulaires et les associations de consommateurs.

## **COMMENT FONCTIONNE LA CDEC ?**

La commission ne peut délibérer que si elle compte au moins cinq membre s présents. La Commission se prononce par un vote à bulletins nominatifs. Le projet est autorisé s'il obtient le vote favorable d'au moins quatre membres de la Commission.

Retrouvez toutes les informations de procédure de demande d'autorisation d'implantation d'une grande surface sur le site internet

www.isere.pref.gouv.fr

# Lexique

**SCOT** Schéma de cohérence territoriale

SD Schéma directeur

# SDC Schéma de développement commercial

Document de diagnostic et d'évolution prospective, il rassemble des informations sur l'activité commerciale et son environnement économique. Il est destiné à apporter aide et conseil aux élus et aux assemblées consulaires, aux décideurs siégeant en CDEC.

# ODEC Observatoire départemental de l'équipement commercial

Il élabore les schémas de développement commercial (SDC) pour le département. Il définit le périmètre du ou des schémas de développement commercial, dans le respect des différents principes législatifs de référence.

# CDEC Commission départementale d'équipement commercial

Elle statue sur les demandes d'ouvertures ou d'extension des grandes et moyennes surfaces commerciales et de certains hôtels

# CNEC Commission nationale d'équipement commercial

Elle est l'instance de recours des décisions de la CDEC à la demande soit du pétitionnaire, soit du Préfet, soit des membres de la CDEC.

# PLU Plan local d'urbanisme

Il s'est substitué au Plan d'Occupation des Sols et définit les règles d'utilisation des sols d'une commune : voirie, ouvrages publics, espaces verts, zone constructibles, zones commerciales,...

# POS Plan d'occupation des sols

# Schéma directeur et urbanisme commercial

Ou comment faire coexister les intérêts économiques, la liberté d'entreprendre et la maîtrise du développement des territoires ?

Au moment de l'adoption du Schéma directeur en juillet 2000, le volet portant sur l'urbanisme commercial avait été développé de manière incomplète. Les élus de la région grenobloise ont souhaité travailler sur ce volet dans l'objectif d'élaborer des orientations claires dans le domaine de l'urbanisme et des implantations commerciales. Ce travail a donné lieu à l'adoption le 8 octobre 2004 de la modification nº 1 du Schéma directeur portant sur l'urbanisme commercial.

La présentation de cette modification, à travers ses enjeux et ses incidences sur le territoire et les projets d'aménagement, a pour objectif de faciliter la mise en œuvre de ses orientations afin de tendre vers des implantations commerciales plus cohérentes avec l'organisation souhaitée de la région grenobloise et avec les modes de vie de la population.

# Syndicat mixte du Schéma directeur de la région grenobloise

21 rue Lesdiguières 38000 Grenoble Téléphone 04 76 28 86 39 Télécopie 04 76 47 20 01 smsd@region-grenoble.org www.region-grenoble.org



21, rue Lesdiguières 38000 Grenoble Téléphone 04 76 28 86 00 Télécopie 04 76 28 86 12 accueil@aurg.asso.fr

Directeur de la publication

Marc Baïetto

Président du Syndicat mixte du Schéma directeur, SMSD

Rédaction

Brigitte Sarazin, agence Point Com'
Alain Perron, AURG
Philippe Auger, SMSD
Cyril Loustau, SMSD
avec l'appui de la CCI de Grenoble
(Philippe Bertrand)

Conception et réalisation graphique

Atelier Hervé Frumy

Illustration

**Thomas Lemot** 

Coordination et suivi de projet Céline Tahmazian, SMSD

Impression
Imprimerie Bastianelli

janvier 2006