



Michel Heinrich, Fédération des SCoT

Le commerce est un sujet de préoccupation majeur des SCoT depuis leur création en 2000, par la loi SRU. Son traitement dans les SCoT a connu de multiples évolutions législatives et pourrait en connaître d'autres prochainement.

Enjeu d'attractivité pour les territoires, le commerce est face à des mutations importantes, de modèle, avec l'émergence de l'e-commerce, mais également des mutations sociétales et de comportements d'achat. Parce qu'il fédère de nombreux acteurs et s'assure de la cohérence des politiques publiques dans une approche transversale, le SCoT constitue l'outil pertinent pour traiter du commerce dans les territoires.

Depuis plus d'un an, la Fédération des SCoT a engagé des échanges et un partenariat avec la FCD. Plusieurs groupes de travail ont été mis en place, pour mieux se connaître, pour se rencontrer et échanger sur de bonnes pratiques

à partager. Nous avons identifié nos convergences, les fausses bonnes idées en matière de planification comme de commerce, les sujets dont nous avons encore besoin de discuter ensemble, acteurs du commerce et des SCoT.

Ce travail s'inscrit dans la droite ligne du dialogue que nous devons construire ensemble, entre nos Fédérations pour les partager avec nos adhérents, mais également sur les territoires, tout au long de l'élaboration et la mise en oeuvre des SCoT ou le plus en amont possible lorsque les projets commerciaux émergent.

Nous devons nous projeter pour intégrer les mutations en cours en matière de commerce et de modes de vie, leur incidence pour l'aménagement du territoire, par exemple pour garantir la redynamisation des centres villes ou encore intégrer les enjeux logistiques. Cette fiche restitue la première production commune de nos Fédérations. Le travail et les échanges continuent.



Jacques Creyssel, FCD

La Fédération des SCoT et la FCD ont choisi de privilégier le temps du dialogue pour mieux appréhender les éléments fondamentaux qui concourent au développement de nos territoires.

En partant des projets existants et en soulignant l'impérieuse nécessité de concourir à la dynamique des territoires dans un contexte dont la mutation se fonde sur de nouveaux paradigmes, nous avons dressé un constat qui se traduit et s'articule en termes d'opportunités :

- celle d'un préalable : instaurer une concertation entre acteurs publics et acteurs privés pour nourrir un débat sur la lecture des enjeux. Aujourd'hui, une transformation majeure du commerce s'opère, pour répondre aux besoins des consommateurs, avec l'accélération du modèle omnicanal mixant magasin physique et e-commerce ;

- celle d'un contexte en devenir : l'accélération des mutations impacte tous les acteurs du territoire. Il faut repositionner le consommateur au centre des réflexions, mettre

en oeuvre un urbanisme de projet auquel tous les acteurs participeront. Il faut également mieux prendre en compte les spécificités des territoires, et multiplier les solutions innovantes ;

- celle d'une dynamique plurielle qui permet à chaque acteur, de contribuer à l'attractivité du territoire. Quelle ville désirons-nous demain ? C'est un enjeu majeur de société : la ville, le bourg sont des lieux de convivialité. Ils ne peuvent évoluer seulement vers un modèle de "casier-retrait" ou de "show-room". Le commerce est au cœur de la vie des Français, il est l'une des clefs de la dynamique des territoires ;

- celle de reconsidérer certaines évidences au regard d'une analyse croisée des projets : Le territoire est un enjeu de société et un enjeu économique. Il suppose une véritable égalité des conditions de concurrence entre toutes les formes de commerce.

Les conclusions que nous partageons s'illustreront dans de multiples initiatives prises par les acteurs SCoT et les enseignes de la FCD, afin d'élaborer le territoire de demain. Notre dialogue est gage de cohérence, d'efficacité et d'avenir.



Fédération des SCoT

22 rue Joubert

75009 PARIS

Tel. 01 40 41 84 10

www.fedescot.org

Créée en 2010, la Fédération Nationale des SCoT est l'association d'élus représentant les structures porteuses de SCoT. Elle est un lieu d'échange et de formation pour les élus et les techniciens, un centre de ressources et de réseaux, un interlocuteur porte-parole des SCoT auprès de l'État et des divers partenaires concernés, un lieu de réflexion, de prospective et de proposition dans l'évolution des préoccupations et des réglementations de l'urbanisme.

Le réseau des établissements publics adhérents fait la force et donne sa légitimité à la Fédération nationale des SCoT, avec ses 297 établissements publics adhérents au 1er janvier 2018 représentant 65% des SCoT.



Fédération du Commerce et de la Distribution

FCD

12 rue Euler

75008 PARIS

Tel. 01 44 43 99 00

www.fcd.fr

La Fédération du Commerce et de la Distribution regroupe la plupart des enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 750 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2131 hypermarchés, 5962 supermarchés, 3952 supermarchés à dominante marques propres (ex-maxidiscomptes), près de 3700 drives, environ 20 000 magasins de proximité, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 200 milliards d'euros. La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, le développement durable, les relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), les relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial.



Fédération du Commerce et de la Distribution



VRAIES BONNES PRATIQUES

Quel aménagement commercial pour l'avenir du territoire ?



FAUSSES BONNES IDEES

Prendre en compte la complexité et l'hétérogénéité des territoires

VRAIES BONNES PRATIQUES

Mettre en place une grille de lecture claire et partagée

Sur un même territoire, les échelles de réflexion varient selon les thèmes abordés : la zone de chalandise pour un équipement commercial, la vallée ou le bassin versant pour les risques d'inondation, le bassin de vie pour les modes de déplacement, etc. La grille de lecture du territoire doit intégrer l'ensemble des composantes géographiques, sociales, sociétales ou encore économiques. Il s'agit d'élargir la vision territoriale et de reconsidérer des approches parfois trop "formatées".

L'élaboration d'un SCoT tout comme celle d'un projet commercial est l'occasion d'adopter une approche dynamique, fonctionnelle et multidimensionnelle du territoire.

Privilégier la concertation et la co-construction

Le territoire est une mosaïque d'enjeux, qui se construit avec tous ses acteurs, publics et privés, et ses habitants. La concertation est fondamentale dans l'élaboration d'un SCoT et ne devrait pas s'arrêter à la phase d'approbation du document. De la même manière, les acteurs du commerce doivent privilégier les consultations des acteurs du SCoT en amont de tout projet, dans une logique de partenariat. Les projets commerciaux, les acteurs qui les portent, peuvent par les choix de localisation, par leur dimension ou leur rayonnement contribuer à la mise en œuvre du projet de territoire défini par les élus dans le SCoT. Une concertation entre les porteurs de projets et les élus permet d'intégrer les enjeux de chacun.

Il importe de favoriser au maximum la réflexion collective en amont et en aval, afin de promouvoir la logique de concertation et de co-construction du projet de territoire.



FAUSSES BONNES IDEES

Opposer Centre-ville et périphérie

En matière d'aménagement commercial, nombreux sont les équipements qui ont été "rattrapés" par la ville, ce qui contribue selon les cas à brouiller les frontières. La nécessaire revitalisation des cœurs de ville ne saurait se résumer à la seule question commerciale. Cette dernière ne peut elle-même être traitée par le seul biais de l'urbanisme. Les projets commerciaux doivent veiller à préserver la complémentarité entre les différentes formes de commerce et s'insérer dans les fonctions urbaines.

L'attractivité d'un territoire est la résultante d'un ensemble de facteurs dont le commerce n'est qu'une composante. L'élaboration d'un SCoT est l'occasion d'adopter une approche globale du territoire dans laquelle le commerce est un maillon incontournable.

Considérer que tous les acteurs partagent le même langage

Tout acteur s'exprime dans un langage qui lui est propre et qui résulte de ses pratiques habituelles. De l'incompréhension mutuelle et de la différence d'interprétation peuvent naître malentendus et erreurs d'analyse. Pourtant, si le langage diffère, les approches ne sont pas forcément antagonistes.

C'est pourquoi, afin de construire un projet partagé, il est utile et nécessaire de clarifier les termes employés et d'en partager la définition entre tous les acteurs concernés.

La dynamique territoriale répond à un enjeu global d'anticipation et d'adaptabilité

VRAIES BONNES PRATIQUES

Inscrire le projet commercial dans le projet de territoire

Un projet de développement et de restructuration commerciale ne saurait être pensé sans tenir compte du projet politique stratégique de développement du territoire traduit dans le SCoT. Une concertation permanente inscrite dans une logique de co-construction du territoire participe à la réalisation des projets mutuels de chacun des acteurs du territoire.

La co-construction et la coproduction sont des facteurs clés de l'avenir du territoire. Elles supposent l'implication de l'ensemble des acteurs à la réalisation du projet territorial.

Partager un objectif commun : le développement durable du territoire

L'ensemble des parties prenantes de l'aménagement et de la structuration d'un territoire doit tenir compte de l'enjeu environnemental et sociétal que constituent la préservation des ressources naturelles, la durabilité et la performance énergétique des constructions et équipements.

Les obligations nationales doivent pouvoir être modulées et adaptées en fonction de la spécificité du territoire.

Définir la règle pour qu'elle serve le projet

La règle d'urbanisme traduite dans les SCoT et PLU sert un projet de territoire. Elle doit être claire et traduire une approche dynamique du territoire, et non une lecture "à plat".

Favorisons l'urbanisme de projet, privilégions des règles qualitatives, qui n'en demeurent pas moins exigeantes.

Favoriser la mixité des fonctions dans les secteurs qui s'y prêtent réellement

La mixité des fonctions n'est pas la solution miracle et ne constitue pas toujours la réponse la mieux adaptée aux enjeux de redynamisation urbaine. La cohabitation entre le commerce et l'habitat n'est pas toujours aisée, chaque territoire ou morceau de territoire devant être appréhendé avec ses spécificités.

L'approche d'ensemble du territoire n'est pas un obstacle aux études au cas par cas.



FAUSSES BONNES IDEES

Penser qu'il faille détailler le SCoT pour en faciliter la mise en œuvre

L'élaboration d'un SCoT est l'occasion d'exprimer des objectifs clairs et précis en matière d'aménagement du territoire. Il n'a cependant pas vocation à gérer l'ensemble des détails de mise en œuvre. Dans le respect des principes de compatibilité, il permet l'adaptation du projet qu'il exprime à l'échelle locale : le SCoT n'est pas un « super-PLU », il est un document prospectif, traduisant une vision stratégique du territoire. L'élaboration d'outils incitatifs, de démarches types et autres mesures adaptatives contribuent à l'adhésion de toutes les parties prenantes au projet de territoire.

Le SCoT peut être précis tout en laissant aux territoires l'opportunité de définir concrètement les conditions d'intégration de projets dont les projets commerciaux.

Considérer que le commerce, ce n'est qu'un magasin

Oui ! Mais plus seulement ! Le commerce évolue rapidement et une importante transformation du modèle est en cours. Cette transformation repose notamment sur la base d'un nouveau paradigme de l'acte d'achat et de service, de la nouvelle logique dite « ATAWAD » (any time, anywhere, any advice). Le e-commerce se développe, il induit de nouvelles problématiques qui doivent être prises en compte pour que le commerce physique puisse faire face à l'arrivée des géants du e-commerce.

Réduire la proximité à l'épicerie du quartier

Oui ! Mais pas seulement ! La proximité n'est pas un simple format de magasin, c'est un usage, un mode de consommation qui privilégie la facilité et la rapidité d'accès, et n'induit pas d'augmentation des déplacements longs. Un supermarché peut remplir un rôle de proximité au bas d'un immeuble, tout comme un centre-commercial dans son quartier.

La dynamique du territoire se fonde notamment sur l'évolution des modes de vie et de consommation

Geler le développement commercial sur une partie du territoire pour redonner de l'attractivité sur une autre

Le commerce constitue une des multiples fonctions urbaines d'un territoire et un marqueur de l'attractivité économique. Sa dépendance vis-à-vis de son environnement global fait que la vacance commerciale dans les cœurs de ville n'est pas la maladie à l'origine des maux, mais un symptôme. C'est par la coordination de l'ensemble des acteurs et l'engagement d'une action globale en faveur du territoire que peut se régler la question du dynamisme d'un territoire.

Une réflexion collective sur la mutation du territoire et des équipements commerciaux s'impose pour mener une action partenariale associant l'ensemble des acteurs.