



# Le SCoT du Grand Clermont



## Modification n°6

le Grand Clermont  
phénomène actif

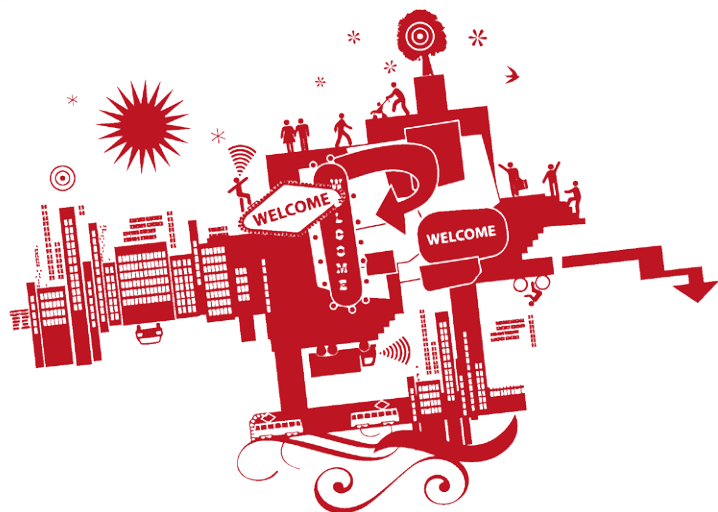
## Dossier de présentation

Détails des modifications opérées





# Table des Matières



## Détails des modifications opérées :

- dans le Tome 1 du rapport de présentation	5
- dans le Tome 2 du rapport de présentation	13
- dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables	17
- dans le Document d'Orientations Générales	21
- l'ajout du Document d'Aménagement Artisanal et Commercial	33

## Introduction

La modification n°6 du SCoT vise à intégrer de nouvelles dispositions concernant le développement de l'offre en termes artisanal et commercial de détail, au sens du Code de l'Urbanisme.

Elles s'intègrent dans le Document d'Orientations Générales et dans le nouveau Document d'Aménagement Artisanal et Commercial.

Toutefois, ces nouvelles dispositions nécessitent également d'ajuster le PADD sur la partie « commerce » pour faire correspondre les références aux pôles commerciaux entre le PADD et les dispositions du DOG ou du DAAC.

Ces évolutions mineures n'ont pour objet que de maintenir la cohérence entre les documents. Elles ne modifient pas les orientations générales, et ne font par conséquent pas évoluer l'économie générale du projet.

Enfin, le rapport de présentation intègre, lui, des éléments de diagnostic ainsi que les justifications des mesures prises dans le DOG et le DAAC.

Ce document permet d'appréhender l'ensemble des évolutions du SCoT, pour chaque document.



## dans le Tome 1 du rapport de présentation

RAPPORT DE PRESENTATION TOME I – diagnostic et justification des choix	
rédaction actuelle	rédaction modification n°6
Modification du texte Tome I, page 19 « le Grand Clermont affiche un niveau de densité commerciale et de diversité d'enseignes supérieur aux agglomérations de taille comparable. »  « Ce développement commercial s'est effectué essentiellement sur 9 pôles majeurs d'agglomération. Les pôles de vie offrent, pour la plupart d'entre eux, une diversité suffisante de commerces »	Nouvelle rédaction : « le Grand Clermont affiche un niveau de densité commerciale et de diversité d'enseignes <b>globalement équivalent</b> aux agglomérations de taille comparable. »  « Ce développement commercial s'est effectué essentiellement <b>sur une dizaine</b> de pôles majeurs d'agglomération. Les pôles de vie offrent, pour la plupart d'entre eux, une diversité suffisante de commerces »
Evolution Tome I pages 49 à 53	intégration des justifications relatives aux orientations commerciales Tome I pages 49 à 54 <b>Voir détails ci après</b>

# La justification des orientations en matière de développement économique

## Chapitre : 4

Le Grand Clermont poursuit la diversification de son économie avec la création de parc d'activités de rang métropolitain, tout en recherchant un rééquilibrage des emplois grâce aux zones d'activités d'intérêt local réparties selon l'organisation en archipel du Grand Clermont, grâce aussi aux activités commerciales et tertiaires appelées à s'implanter prioritairement au sein du tissu urbain existant.

Les zones d'activités jouent, **il est vrai**, un rôle déterminant dans la dynamique économique du Grand Clermont et dans sa structuration spatiale, même si une part importante de l'emploi se développe en dehors de ces zones.

Réservoirs d'emplois et vecteurs d'image, elles répondent aux besoins des collectivités territoriales et des entreprises en termes de :

- Création d'une lisibilité économique pour les futurs investisseurs ;
- Mobilisation rapide de ressources foncières et de mise à disposition de grands tènements ;
- Séparation des activités génératrices de nuisances et des zones d'habitat ;
- Constitution de logique de filières économiques.

Les activités compatibles avec l'habitat sont appelées à s'implanter en priorité dans le tissu urbain existant, dans une logique de mixité fonctionnelle, d'animation urbaine, d'optimisation foncière, de renforcement d'une économie de proximité donc d'amélioration du cadre de vie des populations, de réduction de la dépendance à la voiture donc de limitation des pollutions.

Pour permettre un ajustement de l'offre et de la demande dans le temps tout en rationalisant la consommation de foncier, le SCoT poursuit les objectifs suivants :

### 4.1 - Renforcer la lisibilité économique métropolitaine

L'avantage compétitif d'une métropole tient à un mélange réussi entre une spécialisation très qualifiée et de grande valeur et une diversité économique et sociale.

Les filières d'excellence/pôles de compétitivité et les unités d'enseignement supérieur/recherche constituent des facteurs essentiels de l'attractivité. Mais la qualité de l'offre foncière diversifiée est également une condition première dans le choix d'implantation des entreprises.

Les parcs de développement stratégique (PDS) participent au dévelop-

pement de la métropole clermontoise en lui donnant des avantages concurrentiels déterminants en termes d'image et d'attractivité. Hormis le Biopôle, la zone aéronautique et le parc logistique, ils n'ont pas une vocation unique afin de permettre l'adaptabilité aux besoins des entreprises et leur contribution à la défense de l'emploi.

Loin de se résumer à la mise de terrains sur le marché, ils ont pour objectifs de créer une offre renouvelée et sélective afin d'éviter des cohabitations d'activités contraires au profil métropolitain de ces sites. La nature des implantations autorisées y est, en conséquence, très réglementée. Les PDS doivent conforter le caractère industriel ou logistique de la métropole ou renforcer les activités technologiques, les équipements et les services d'échelle métropolitaine qui, du fait de la nature de leur activité ou de leur emprise foncière, ne peuvent s'implanter au sein du tissu urbain.

Les **pôles commerciaux métropolitains**. La diversité et la vitalité commerciales jouent, elles aussi, un rôle **dans l'attractivité** d'une métropole. Le maintien ou l'implantation de grandes enseignes nationales et internationales à large rayon de chalandise est une garantie de la diversité de l'offre commerciale et du renforcement de Clermont-Ferrand dans son rôle de capitale du Massif Central. Cette caractéristique très spécifique de métropole unique au sein du massif central lui confère un rôle de pôle commercial avec une zone de chalandise très vaste.

C'est pourquoi, le SCoT identifie des pôles commerciaux **de rayonnement métropolitain appelés à se renforcer ou à se restructurer**.

Parmi ces pôles commerciaux métropolitains, la reconquête du centre ville de Clermont-Ferrand occupe une place privilégiée et fait l'objet d'orientations ambitieuses : **accueil prioritaire et sans limitation de nouveaux commerces**, implantation d'enseignes **à forte notoriété, ayant l'exclusivité sur un bassin de chalandise étendu**, renforcement des linéaires commerciaux et maintien de surfaces de vente en rez-de-chaussée, **poursuite de la valorisation de l'environnement urbain du type continuités piétonnières et commerciales**.

## 4.2 - Structurer un système territorial économique

Le SCoT tend à permettre une organisation équilibrée de son territoire tout en assurant une meilleure visibilité des compétences territoriales et des zones d'activités économiques du Grand Clermont. À cette fin, il identifie, en déclinaison du Schéma des parcs d'activités élaboré en 2007 par le Conseil régional d'Auvergne, plusieurs types de zones d'activités en fonction de leurs vocations, mais surtout au regard de leurs niveaux d'attractivité et de leur rayonnement. Il hiérarchise, ainsi, l'offre du Grand Clermont en foncier d'activités en attribuant, aux zones d'activités, des places et des rôles différenciés :

- **Les parcs de développement stratégiques (PDS)** correspondent aux zones d'activités de niveaux 1 et 2 prévues au Schéma des parcs d'activités. Les 7 parcs d'activités prévus dans le SCoT sont localisés exclusivement dans le cœur métropolitain et à proximité d'infrastructures majeurs (aéroport, réseaux autoroutier et ferroviaire), afin d'accueillir les grands projets de développement économique d'échelle métropolitaine. Ils peuvent également renforcer l'excellence économique du territoire en appui des pôles de compétitivité et des filières stratégiques de recherche et développement ;
- **Les pôles commerciaux** du Grand Clermont sont appréhendés en fonction de leur nature commerciale, de la taille des établissements, de l'environnement urbain et du périmètre d'influence recherché. Les centralités et les pôles commerciaux périphériques existants et futurs ont, ainsi fait l'objet d'une classification sur la base d'un travail d'analyse réalisé en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie selon 3 niveaux de rayonnement : local, intermédiaire et métropolitain.
- **Les zones d'activités économiques communautaires d'intérêt local (ZACIL)** correspondent aux zones d'activités de niveau 3 du Schéma des parcs d'activités. Elles se situent essentiellement dans le cœur métropolitain, les pôles de vie, ainsi que les secteurs desservis par une voirie structurante, un transport collectif ou par la fibre optique. Elles ont pour objectif principal de mieux répartir l'emploi sur l'ensemble du Grand Clermont en favorisant un ancrage sur le territoire d'un tissu économique à la fois performant et diversifié (PME et PMI), pouvant constituer un relais local à la chaîne de l'innovation développée par la métropole clermontoise. Ces zones doivent permettre d'accueillir, en priorité, les activités économiques qui ne semblent pas compatibles avec le fonctionnement des tissus urbains existants.

Pour chacune de ces zones d'activités, le SCoT identifie la localisation, une vocation, un ordre de grandeur de leur superficie (estimation d'un nombre d'hectares non aménagés), ainsi que l'échéance de réalisation sur le court, moyen et long terme.

Cette structuration du système territorial économique doit permettre de mieux cibler les axes d'intervention des politiques publiques des collectivités accompagnant, aux différentes échelles, le développement économique.

## 4.3 - Adapter les surfaces dédiées à l'économie

La disponibilité dans les zones d'activités d'espaces répondant aux attentes des entreprises constituent un enjeu majeur pour leur développement, l'accueil de nouveaux projets et plus globalement, pour l'emploi et la performance des territoires.

Le SCoT a donc adopté une indispensable attitude d'anticipation. La demande de foncier pour les projets d'implantation est en effet souvent une question d'opportunité à court terme. La disponibilité immédiate de capacité foncière est un élément déterminant dans la concurrence que se livrent les territoires pour l'accueil de nouvelles entreprises. Or cette disponibilité de court terme nécessite d'avoir été programmée compte tenu de l'échelle de temps pour passer du projet à la réalisation en matière d'aménagement de zones d'activités. En effet, la réalisation effective d'une implantation d'entreprise peut parfois prendre beaucoup de temps pour des raisons diverses (acquisitions foncières difficiles, coûts des aménagements, mise en place des financements, divergences politiques, oppositions de riverains, recherches archéologiques...).

Or, une inadéquation même temporaire entre production d'espaces économiques et demandes d'implantation d'entreprises peut pénaliser gravement l'économie métropolitaine et générer des processus d'évasion d'entreprises.

De plus, l'identification en amont de la vocation économique de certains espaces permet de prévenir les conflits d'usage de demain en constituant, de façon concertée, un stock foncier pour le moyen et le long terme sur les zones d'activités.

En anticipant les besoins d'évolution de leur territoire et en élaborant des stratégies foncières dans un souci de concertation pour permettre l'arbitrage des investissements publics, le SCoT conserve ainsi le contrôle du développement du territoire et crée les conditions d'un environnement à même d'attirer ou de maintenir des emplois sur le territoire de manière durable.

Cette anticipation est d'autant plus nécessaire que le contexte économique mondial très évolutif et les conséquences d'une crise qui sont mal appréhendées rendent difficile, voire impossible, l'exercice d'une mesure de l'adéquation entre les besoins des entreprises et l'offre foncière. Aucune donnée disponible ne permet de mesurer comment cet ajustement peut s'opérer à court, moyen et long terme. L'exposition des territoires aux effets de la crise et leurs inégales capacités de rebond nécessitent d'être étudiées à l'échelle nationale afin de mesurer, notamment, les effets d'entraînement



des différentes filières d'activités sur les économies locales, tant en termes d'emplois que de valeur ajoutée et de revenus salariaux. Néanmoins, les économistes ont d'ores et déjà observé que les territoires productifs les plus modernes, dotés des activités à haute valeur ajoutée, s'en sont généralement mieux portés que les autres. Cette conclusion milite pour le renforcement de l'appareil productif de la métropole.

Ces incertitudes sur les besoins futurs du territoire en matière de développement économique ne doivent cependant pas conduire à une consommation non maîtrisée du foncier. Dans cette perspective, le SCoT retient pour objectifs de dimensionner l'offre foncière sur un scénario tendanciel.

Entre 1996 et 2010, la consommation de foncier en zones d'activités a été de 400 ha (soit une consommation moyenne de 27 ha par an) sur le périmètre du Grand Clermont. À l'horizon 2030, une prolongation au fil de l'eau de la consommation de foncier d'activité depuis 1996 porterait le besoin de foncier à 570 ha. En 2010, les zones d'activités représentent une surface totale de 2 320 ha et 53 506 emplois. 120 ha sont actuellement disponibles et 40 ha facilement aménageables.

Le SCoT prévoit un potentiel foncier de zones d'activités de 741.5 ha répartis en 217 ha pour les ZACIL, 47ha pour les pôles commerciaux et 477.5 ha pour les PDS. Il retient un rythme moyen de 27 ha par an observé entre 1996 et 2010 pour les prochaines années. À titre indicatif, cette consommation de 27 ha par an pourrait se répartir à hauteur de 22 ha par an pour le développement endogène et de 5 ha par an pour le développement exogène.

Le stock foncier prévu à l'horizon de 20 ans semble important au regard de celui nécessaire pour satisfaire le scénario du fil de l'eau. Cependant, il faut insister sur le fait que ce stock n'implique pas un droit de tirage sans condition, ni justification. Le SCoT fixe, en effet, un phasage dans l'ouverture à l'urbanisation des zones d'activités : 434 ha sont prévus en phase 1 et 307.5 en phase 2.

Par ailleurs, il fixe des conditions strictes d'ouverture à l'urbanisation et exige l'intégration dans les PLU d'une étude de justification de l'ouverture à l'urbanisation de leurs zones d'activités.

#### 4.4 - Garantir l'utilisation économe des surfaces dédiées à l'économie

La consommation de foncier d'activité, qui a prévalu ces dernières années, correspond à des formes très extensives d'occupation des sols. L'enjeu n'est donc plus seulement de constituer des capacités d'accueil en adéquation aux demandes, mais aussi de rechercher une utilisation plus raisonnable du foncier par une densification de l'urbanisation de ces zones d'activités.

Le SCoT réduit considérablement l'offre de foncier d'activités par rapport à celle prévue au schéma directeur de 1995, qui affichait 1 100 ha uniquement pour les zones de développement stratégique ; les surfaces de la zone aéroportuaire, les pôles d'équilibre, les pôles commerciaux et les zones d'intérêt plus local n'étaient pas quantifiées.

Il identifie le cœur métropolitain et les pôles de vie comme les réceptacles prioritaires du développement économique. Il favorise prioritairement la densification et la requalification des zones d'activités existantes qui sont pour la plupart insérées au sein du tissu urbain et pour certaines desservies par les transports collectifs. Dans ce but, il fixe des orientations relatives au renouvellement et à la réutilisation des locaux existants, à la densification des zones d'activités existantes ou à la diversification des fonctions urbaines dans le cadre des grandes opérations de renouvellement urbain. Le SCoT identifie ainsi 7 EVRUP au sein desquels une implication publique exemplaire doit permettre une densification et une reconversion/mutation de ces secteurs déqualifiés, notamment au profit d'activités tertiaires. L'ensemble des parcs de développement stratégique et des pôles commerciaux se situent dans le cœur métropolitain et de nombreuses ZACIL sont dans le cœur métropolitain ou dans les pôles de vie.

En matière commerciale, le SCoT promeut un modèle d'aménagement **harmonieux et raisonné, qui réponde à une transformation profonde des modes de vie et de consommation (connecté, plus responsable, plus sain et collaboratif). C'est pourquoi, les activités commerciales s'implantent prioritairement dans les centralités, les requalifications des zones commerciales sont privilégiées aux extensions qui, elles-mêmes, sont limitées au fait de clore l'aménagement du pôle des Gravanches (35 ha) et permettre l'extension du pôle de Courmon-Le Cendre (12 ha).**

Le SCoT retient, également, pour orientation de fixer dans les PLU des critères d'ouverture à l'urbanisation les rendant comptables de l'utilisation de l'espace. Il recense l'ensemble des zones pouvant être créées, identifie leur surface maximale et introduit un phasage. Le potentiel foncier prévu en phase 2 dans le SCoT pourra ainsi être ouvert à l'urbanisation :

- ➡ soit, qu'au moins 50 % des surfaces de la phase 1 de la catégorie (ZACIL, pôle commerciale, PDS) concernée par le projet en phase 2 soient commercialisés ;
- ➡ soit, dans le cadre d'une modification du SCoT.

Les PLU conditionneront l'ouverture à l'urbanisation d'un nouveau parc d'activités à une étude de justification qui doit démontrer le manque de faisabilité de ce projet au sein du tissu urbain. Ils prévoient également un phasage dans l'aménagement des parcs de plus de 10 ha qui conditionne l'ouverture à l'urbanisation de la tranche suivante à la commercialisation d'au moins 50 % des terrains de la tranche précédente.

Enfin, le SCoT fixe pour orientation le maintien de l'activité agricole dans les secteurs des parcs d'activités qui ne sont pas encore aménagés.

## 4.5 - Imposer un aménagement plus qualitatif et plus durable

Les zones d'activités devront prendre en compte les orientations de la charte de développement durable des parcs d'activités réalisée par le Conseil Général et le Conseil régional.

Tout comme la charte, le SCoT fixe des orientations pour que les nouvelles zones d'activités (ZACIL, pôles commerciaux ou PDS) soient de conception innovante et rendent obligatoire la réalisation d'un parti d'aménagement global, qualitatif et durable en termes d'urbanisme, de paysage, d'architecture et d'environnement.

Dans ce but, chaque zone d'activités sera aménagée selon un parti d'aménagement privilégiant :

- ➔ Un fonctionnement en écosystème : limitation de l'imperméabilisation, gestion des rejets et des déchets, recours à des énergies renouvelables et des matériaux durables ;
- ➔ Une organisation spatiale moins consommatrice d'espace et plus durable dans ses aménagements : amélioration de l'efficacité foncière, accessibilité en transports collectifs, traitement architectural et paysager, qualité des espaces publics.

Concernant le cas particulier des pôles commerciaux et en considération des impacts qu'ils génèrent sur le fonctionnement urbain, le SCoT et plus particulièrement le DAAC introduisent, pour les projets commerciaux en extension ou en création, des orientations en termes de consommation économe de l'espace (compacité des volumes bâtis, rationalisation et qualification de l'espace dédié au stationnement), de maîtrise des flux de transport (capacité d'absorption des nouveaux flux, desserte par un transport collectif, continuité de parcours et confort pour les modes doux), de qualité environnementale (préservation de la ressource, transition énergétique), d'insertion paysagère et urbaine, de végétalisation, de qualité architecturale...

Concernant les zones d'activités existantes, le SCoT incite à leur requalification urbaine, paysagère et fonctionnelle. Il favorise également la mise en œuvre de partis d'aménagement globaux permettant une meilleure lisibilité de l'organisation des zones, un aménagement qualitatif des espaces publics ou privés, le raccordement au réseau très haut débit et une meilleure prise en compte des impacts sur l'environnement, à travers des mesures correctives (eaux de ruissellement, déchets, consommation d'énergie...).

## 4.6 - Inscrire le développement économique dans une logique de solidarité et de complémentarité entre territoires

La rareté du foncier et le caractère stérile de certains transferts d'activités d'un territoire à l'autre ont conduit le SCoT à développer une stratégie économique partagée à l'échelle du Grand Clermont, mais également avec les territoires limitrophes pour limiter les jeux de concurrence néfastes à l'efficacité économique.

Ainsi les PLU(i) des territoires du Grand Clermont devront intégrer une réflexion sur la complémentarité en termes de vocations et d'aménagements avec les autres sites d'activités existants ou programmés à l'échelle du Grand Clermont ou avec les territoires immédiatement limitrophes. À titre d'exemple, le parc de développement stratégique de Riom-Est est principalement dédié aux implantations nécessitant un embranchement ferré afin de ne pas rentrer en concurrence avec la zone de l'Aize située à Combronde.

À l'intérieur du Grand Clermont, le SCoT affiche la création d'une instance de coordination des parcs de développement stratégique pour d'une part, suivre leur urbanisation et leur évolution et, d'autre part, veiller à leur cohérence et leur complémentarité. Il incite à aller plus loin en favorisant une solidarité en matière d'aménagements et de retour financier sur investissement.

Concernant les zones d'activités économiques communautaires d'intérêt local (ZACIL), le SCoT recommande la création de zones intercommunautaires afin de favoriser une optimisation du foncier et une mutualisation des investissements.

En matière de commerce, le SCoT organise l'offre commerciale selon la fréquence de consommation, la taille des établissements et le périmètre d'influence recherché, pour limiter les concurrences territoriales aux effets contreproductifs. Par ailleurs, un comité consultatif du Commerce et de l'Artisanat a été créé. Il regroupe présidents ou représentants des instances partenaires et signataires de la Charte de développement commercial du Grand Clermont. Il a pour objet de veiller à maintenir le développement des établissements commerciaux au sein des communes du Grand Clermont d'une façon harmonieuse et équilibrée. Il constitue un espace de dialogue pour les dossiers soumis à la CDAC et une instance de réflexion sur l'adaptation de l'appareil commercial du Grand Clermont aux évolutions

sociétales (vieillesse de la population, consommation plus responsable, e-commerce, nouvelles mobilités...)

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

C'est pourquoi, le développement commercial est privilégié dans les centralités locales, intermédiaires et métropolitaine. Il est encadré dans les pôles périphériques intermédiaires et métropolitain aux moyens de droits à construire. Il se limite au besoin de modernisation des commerces dans les pôles périphériques locaux. Il n'est pas souhaité hors pôle. Il est donc en principe interdit.

## 4.7 - Assurer le suivi des zones d'activités

Dans le cadre du suivi et de l'évaluation du SCoT, un partenariat entre le syndicat mixte du Grand Clermont et les EPCI, la CCI et la Chambre des métiers sera engagé afin de mesurer la capacité d'accueil disponible, le rythme de commercialisation, les projets de création et d'extension, les densités sur le territoire du Grand Clermont, les évolutions commerciales à l'œuvre (flux de consommation, comportement d'achat)...



## 4.8 - Choix relatifs au développement économique au regard de l'environnement

Le projet affiche la volonté d'accentuer le développement économique par des opérations de renforcement des pôles d'excellence et de transfert de technologies. Il prône également un rééquilibrage des emplois par l'extension et la création de zones d'activités communautaires et le renforcement de l'économie de proximité (commerces et services à la personne), dans la logique de l'organisation en archipel.

Ce choix s'accompagne cependant d'un impératif, celui de la recherche de l'excellence environnementale, qui est exprimé avec force et décliné dans les différentes composantes de l'aménagement du territoire ayant trait non seulement à ces fonctions économiques dominantes, mais aussi à l'accueil des PME-PMI, à l'occupation agricole et à la localisation des activités touristiques.

Le SCoT affiche l'objectif de privilégier une mixité des fonctions urbaines (habitat/emploi/commerce/service) et rationaliser la consommation de l'espace. Cet objectif passe par le développement d'activités dans le tissu existant, dans la mesure où l'activité est compatible avec l'habitat. Cela répond, dans le même temps, aux enjeux de mixité des fonctions, d'économie du foncier par une densification, et d'une limitation des dépenses énergétiques et nuisances associées aux déplacements des biens et personnes.

Concernant plus particulièrement le développement commercial, le SCoT privilégie l'implantation des nouveaux commerces dans les centralités urbaines, là où les poids de population, l'offre de services voire de transports collectifs, sont les plus importants. Il prône également le fait d'engager un processus de mutation des pôles commerciaux périphériques qui ont été « rattrapés » par la ville, dans une approche de réaménagement multifonctionnel, de circulation apaisée et de mobilité douce, de réintroduction de la nature en ville... Sortir des logiques monofonctionnelles, permettra de rapprocher les habitants de ce qui compose leur quotidien, donc d'améliorer leur cadre de vie et de participer à une réduction des émissions de gaz à effet de serre.

La réflexion sur la complémentarité avec les autres sites d'activités existants ou programmés à l'échelle du Grand Clermont ou immédiatement limitrophes, en termes de vocations et d'aménagements, participe également d'une rationalisation de la consommation de foncier agricole et naturel. L'introduction d'un phasage, qui rend le SCoT comptable de l'utilisation de l'espace, et le maintien de l'activité agricole dans les secteurs des parcs d'activités qui ne sont pas encore aménagés, participent

également d'une consommation maîtrisée des ressources.

Cet objectif passe également par une valorisation des initiatives intercommunales sur des sites présentant les potentialités économiques les plus intéressantes pour les projets incompatibles avec l'habitat. Cette volonté de rationalisation vise également à réduire la diffusion des impacts sur l'environnement (pollution de l'eau et des sols, incidences paysagères, en permettant une meilleure maîtrise de ceux-ci par le regroupement des moyens préventifs et curatifs sur un nombre plus limité de zones (assainissement, gestion des déchets, paysagement...). De plus, la sélection ainsi opérée et les configurations retenues pour les pôles d'activités structurants et les ZAE d'intérêt intercommunal tiennent compte des protections paysagères et écologiques que le SCoT affiche par ailleurs.

L'objectif de maîtrise sélective du développement des grandes et moyennes surfaces commerciales, en corollaire d'un renforcement des services de proximité, répond aux mêmes enjeux d'économie de foncier et de limitation des déplacements et de leurs effets associés.

Enfin, le SCoT et le DAAC font le choix de fixer des prescriptions de qualité environnementale pour l'aménagement de l'ensemble des zones d'activités et les implantations commerciales. L'objectif de renforcement des ZAE préexistantes, de restructuration voire de mutation des pôles commerciaux périphériques, s'accompagne des mêmes considérations environnementales pour déterminer les caractéristiques de ces extensions.

Ces objectifs se fondent sur les textes relatifs à la protection de la nature, à la gestion de l'eau, de l'air, des sols, du bruit et des paysages, et font l'objet de prescriptions dans le document d'orientations générales.

## 4.9 - Choix des critères d'implantations commerciales au regard de l'aménagement du territoire et du développement durable

Lors du bilan du SCOT (en 2016), le commerce du Grand Clermont représente 2544 établissements, 716 639m<sup>2</sup> de surfaces de vente et 15 526 emplois. Le territoire concentre par ailleurs 62% des commerces et 73% des surfaces de vente du département. La géographie du territoire et les infrastructures autoroutières et routières ont largement influencé l'implantation commerciale, sous forme de grandes et moyennes surfaces concentrées le long d'une dorsale nord/sud le long de l'A71/75 et la RN 2009. Si cette offre dense a contribué à asseoir le rayonnement de la métropole, elle a également généré des déséquilibres territoriaux. Les territoires adjacents ont assisté à une perte progressive de l'attractivité de leur centre-ville ou

centre-bourg, puis la fragilisation voire la disparition de leurs commerces et services, reléguant certaines communes dans une fonction uniquement résidentielle.

De même, l'organisation commerciale en périphérie est le fruit d'une juxtaposition d'opérations sans plan d'ensemble, peu fonctionnelle et qualitative sur le plan urbain. Trop de projets demeurent dans une logique de positionnement sur les flux d'échanges routiers majeurs et donc en décalage avec les principes d'un aménagement commercial durable. Les entrées de ville du Grand Clermont, comme partout en France, sont défigurées par des successions de ronds-points, voies rapides et « boîtes à chaussure ».

Au-delà de l'aspect purement esthétique, c'est bien un modèle qui est mis en cause, associé à la destruction des terres agricoles, la pollution atmosphérique et visuelle, les embouteillages, la perte de lien social, la précarisation de l'emploi... Les marges de progression et d'amélioration sont donc significatives sur le Grand Clermont, pour promouvoir un modèle harmonieux et raisonné, trouver un équilibre dans les implantations commerciales en centralités et pôle périphérique et engager un processus de renouvellement urbain dans les zones périphériques.

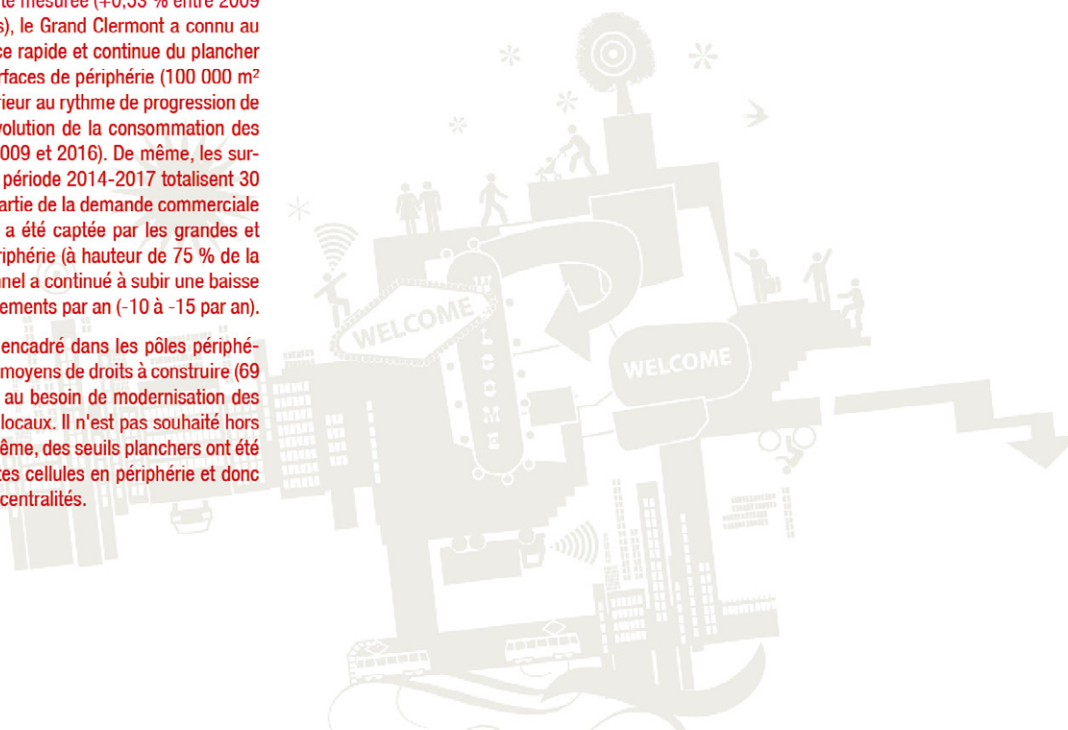
C'est pourquoi, le SCoT du Grand Clermont, complété d'un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC), vise à promouvoir un modèle d'aménagement commercial harmonieux et raisonné, à savoir :

- Accueillir les activités commerciales en priorité dans les centralités
- Favoriser les requalifications des zones commerciales et limiter corrélativement les extensions
- Organiser la complémentarité entre les territoires.

Les commerces sont en effet appelés à s'implanter prioritairement dans les centralités, au sein des tissus urbains les plus denses qui concentrent des noyaux et/ou linéaires de commerces, services et équipements existants. Ils s'y implantent librement, dans une approche de renforcement de l'animation urbaine et de ville des courtes distances. La restructuration des pôles périphériques existants est également privilégiée et leur extension limitée, sachant que les pôles commerciaux périphériques « rattrapés » par la ville sont appelés à muter vers un tissu multifonctionnel (associant commerces, services, équipements, transports publics, logements...), dans une approche de circulation apaisée, de mobilité douce et de réintroduction de la nature en ville... Enfin, l'offre est organisée selon la fréquence de consommation, la taille des établissements et le périmètre d'influence recherché, autour de 3 niveaux de rayonnement : local, intermédiaire et métropolitain.

Par ailleurs, le Grand Clermont bénéficie d'une structure commerciale globalement satisfaisante. Le taux d'équipement en grandes surfaces alimentaires (hypermarchés et supermarchés) se situe dans la moyenne des 100 premières agglomérations françaises (378 m<sup>2</sup>/ 1.000 habitants – données LSA 2014). Or, malgré une offre commerciale sans carence majeure et une augmentation démographique somme toute mesurée (+0,53 % entre 2009 et 2014, représentant + 10 500 habitants), le Grand Clermont a connu au cours de la période récente une croissance rapide et continue du plancher commercial des grandes et moyennes surfaces de périphérie (100 000 m<sup>2</sup> entre 2005 et 2013 soit +1,9 %/an), supérieur au rythme de progression de la population, mais aussi supérieur à l'évolution de la consommation des ménages (+1,1%/an en moyenne entre 2009 et 2016). De même, les surfaces de vente autorisées en CDAC sur la période 2014-2017 totalisent 30 700 m<sup>2</sup> de surface de vente. La majeure partie de la demande commerciale induite par la croissance démographique a été captée par les grandes et moyennes surfaces commerciales, en périphérie (à hauteur de 75 % de la dépense) ; le commerce de détail traditionnel a continué à subir une baisse régulière et sensible du nombre d'établissements par an (-10 à -15 par an).

Aussi, le développement commercial est encadré dans les pôles périphériques intermédiaires et métropolitain aux moyens de droits à construire (69 000 m<sup>2</sup> maximum d'ici 2030). Il se limite au besoin de modernisation des commerces dans les pôles périphériques locaux. Il n'est pas souhaité hors pôle. Donc en principe, il est interdit. De même, des seuils planchers ont été introduits pour éviter l'installation de petites cellules en périphérie et donc limiter les effets de concurrence avec les centralités.







## dans le Tome 2 du rapport de présentation

RAPPORT DE PRESENTATION TOME II – Evaluation environnementale	
actuel	modification 6
<p>Tome II page 75, 1ere colonne, 4ème§  Références aux surfaces dédiées aux activités  « Le SCoT prévoit un potentiel foncier de 754.5 ha, répartis en 217 ha pour les ZACIL, 75 ha pour les pôles commerciaux et 462.5 ha pour les PDS. »  Tome II page 75, 2ème colonne, 1er§  « Le SCoT prévoit un potentiel foncier de zones d'activités et de construction de logements respectivement de 754.5 ha et de 1220 ha. »</p>	<p>Nouvelles rédactions  « Le SCoT prévoit un potentiel foncier de <b>741.5 ha</b>, répartis en 217 ha pour les ZACIL, <b>47 ha</b> pour les pôles commerciaux et <b>477.5 ha</b> pour les PDS. »  et  Le SCoT prévoit un potentiel foncier de zones d'activités et de construction de logements respectivement de <b>741.5 ha</b> et de 1220 ha.</p>
<p>Tome II, Page 87 Par rapport au schéma directeur de 1995, le ScoT réduit ainsi considérablement l'offre de foncier d'activités (754.5 ha contre 1 100 ha pour les seules zones de développement stratégique) et prévoit des conditions d'urbanisation exigeantes</p>	<p>Nouvelle rédaction  Par rapport au schéma directeur de 1995, le ScoT réduit ainsi considérablement l'offre de foncier d'activités (<b>741.5 ha</b> contre 1 100 ha pour les seules zones de développement stratégique) et prévoit des conditions d'urbanisation exigeantes</p>
<p>Tome II, Page 88 dernière phrase  « La création ou l'extension des parcs de développement stratégique représentent une surface maximale de 462.5 ha, dont 193 ha en phase 1.»</p>	<p>Nouvelle rédaction  « La création ou l'extension des parcs de développement stratégique représentent une surface maximale de <b>477.5 ha</b>, dont <b>208 ha</b> en phase 1 »</p>
<p>Tome II, Page89  Modification du tableau des PDS</p>	<p>Voir détails pages suivantes</p>
<p>Tome II, Page 91, 2ème colonne  «L'extension se traduira par une consommation de foncier à vocation agricole ou naturelle : 30 ha en phase 1 et 45 en phase 2.»</p>	<p>Nouvelle rédaction :  « L'extension se traduira par une consommation de foncier à vocation agricole ou naturelle : <b>45 ha</b> en phase 1 et 45 en phase 2.»</p>
<p>Tome II, Page 92  Modification texte  Modification tableau</p>	<p>Voir détails pages suivantes</p>
<p>Tome II Page 94  Evaluation des impacts spécifiques des extensions des pôles commerciaux</p>	<p>Voir détails pages suivantes</p>
<p>Tome II Page 95  Conclusion sur les impacts des zones d'activités  « Le SCoT prévoit ainsi un potentiel foncier de zones d'activités de 754.5 ha répartis en 217ha pour les ZACIL, 75 ha pour les pôles commerciaux et 462.5 ha pour les PDS. »</p>	<p>Nouvelle rédaction  « Le SCoT prévoit ainsi un potentiel foncier de zones d'activités de <b>741.5 ha</b> répartis en 217ha pour les ZACIL, <b>47 ha</b> pour les pôles commerciaux et <b>477.5 ha</b> pour les PDS. »</p>

EPCI	Localisation	Vocation	Projet de SCoT Nbre hectares (non aménagés)	Échéance de réalisation	
				Phase 1	Phase 2
Clermont communauté	Les Montels	Activités industrielles ou logistiques.	28	28	0
	Parc logistique		50	15	35
	Zone aéronautique	Activités technologiques, équipements et services d'échelle métropolitaine qui, du fait de la nature de leur activité ou de leur emprise foncière, ne peuvent s'implanter au sein du tissu urbain.	8,5		8,5
	Sarliève Nord		71	30	41
	Sarliève sud		75	30	45
Limagne d'Ennezat	Biopôle		45	30	15
Riom Communauté	Riom/Ménérol		185	50	135
			462.5	193	269.5



EPCI	Localisation	Vocation	Projet de SCoT Nbre hectares (non aménagés)	Échéance de réalisation	
				Phase 1	Phase 2
Clermont Auvergne Métropole	Les Montels	Activités industrielles ou logistiques.	28	28	0
	Parc logistique		50	15	35
	Zone aéronautique	Activités technologiques, équipements et services d'échelle métropolitaine qui, du fait de la nature de leur activité ou de leur emprise foncière, ne peuvent s'implanter au sein du tissu urbain.	8,5		8,5
	Sarliève Nord		71	30	41
	Sarliève sud		90	45	45
Riom Limagne et Volcans	Biopôle		45	30	15
	Riom/Ménérol		185	50	135
			477.5	208	269.5

#### 4.3.3 – Évaluation environnementale des pôles commerciaux

Le Grand Clermont compte 2 parcs de développement pour les grands projets :

- Les Gravanches
- ~~Gop Sud~~
- Courmon/Sarliève
- ~~Le Pontet / Fontenille~~

La création ou l'extension des pôles commerciaux représentent une surface maximale de 75ha, dont 65 ha en phase 1 et 10 en phase 2.

EPCI	Localisation	Vocation	Projet de SCoT Nbre hectares (non aménagés)	Échéance de réalisation	
				Phase 1	Phase 2
Clermont Auvergne Métropole	Courmon / Sarliève		40	30	10
	Les Gravanches		35	35	
			75	65	10



#### 4.3.3 – Évaluation environnementale des pôles commerciaux

Seules 2 extensions de pôles commerciaux périphériques sont autorisées au SCoT à concurrence de 47ha.

- permettre d'achever l'aménagement de la zone de 35ha aux Gravanches autour de la thématique "équipements de la maison et sports et loisirs",
- permettre l'extension du pôle Courmon - Le Cendre sur une surface de 12ha, selon les principes contenus dans le DAAC.

Ces secteurs vierges de toute urbanisation, accueillent de nouveaux projets par création ou transfert, dans la stricte mesure où les centralités ou pôles périphériques identifiés n'offrent aucune possibilité d'implantation satisfaisante.

La création ou l'extension des pôles commerciaux représentent une surface maximale de 47ha, dont 47 ha en phase 1.

EPCI	Localisation	Vocation	Projet de SCoT Nbre hectares (non aménagés)	Échéance de réalisation	
				Phase 1	Phase 2
Clermont Auvergne Métropole	Courmon - Le Cendre		12	12	0
	Les Gravanches		35	35	
			47	47	0

**Impacts spécifiques au pôle commercial de Gravanches**

Eu égard à son positionnement, les principales incidences potentielles de ce parc concernent :

**Le paysage**

●/● La moitié orientale du parc est en espace de valorisation et de requalification urbaines prioritaires (EVRUP).

**La biodiversité et le patrimoine naturel**

● Le projet se situe dans la ZNIEFF II « coteaux de Limagne occidentale » et risque de créer une vaste entité artificialisée préjudiciable à la fonctionnalité du réseau.

**Les ressources du sol et du sous-sol**

● La création du pôle se traduira par une consommation de foncier à vocation agricole ou naturelle : 35 ha en phase 1.

**Les risques et la sécurité**

● Deux sites SEVESO sont présents à proximité du site, dont un à 800 m.  
⇒ le projet est a priori compatible mais devra faire l'objet d'une attention particulière en termes de traitement afin de limiter les effets de l'artificialisation sur la fonctionnalité du réseau écologique (traitement des espaces, maintien d'un maillage végétal, limitation de l'artificialisation...). La proximité des sites Seveso est également à considérer.

**Impacts spécifiques au pôle commercial de Courmon/Sarliève**

Eu égard à son positionnement, les principales incidences potentielles de ce parc concernent :

**Le paysage**

●/● Plusieurs points de vue et éléments remarquables du patrimoine sont répertoriés à proximité du pôle (Puy Long - Bane - Anzelle, Puy d'Aubière, Plateau de Gergovie...) : son traitement devra tenir compte des effets de co-visibilité.

●/● Le site est bordé par deux zones de maîtrise de l'urbanisation.

●/● Sur sa façade ouest, le pôle est bordé par un espace de valorisation et de requalification urbaines prioritaires (EVRUP).

**La biodiversité et le patrimoine naturel**

● Le projet se situe dans la ZNIEFF II « coteaux de Limagne occidentale » et risque de créer une vaste entité artificialisée préjudiciable à la fonctionnalité du réseau.

● Le projet s'inscrit au sein d'une entité participant du réseau écologique urbain.

● Il se situe à proximité immédiate d'un espace majeur de biodiversité incluant le site Natura 2000 « Vallées et coteaux xéothermiques des Couzes et des Limagnes » qu'il peut impacter.

**Les ressources en eau**

●/● Plusieurs captages sont présents aux abords du pôle (2 km au plus près).

**Les ressources du sol et du sous-sol**

●/● Le projet consiste en la création d'une zone commerciale de 40 ha, dont 30 en phase 1 et 10 en phase 2.

**Les risques et la sécurité**

● Trois sites SEVESO sont répertoriés au sein même de la zone (Total France, Caldic centre, Antargaz) mais le site se situe en dehors des périmètres de protection.

● Le projet se situe dans une zone soumise à des risques d'inondation. Il entraînera une artificialisation des sols pouvant perturber l'expansion des crues.

⇒ le projet devra faire l'objet d'une attention particulière au regard de la présence de 3 sites Seveso à proximité de la zone pour être compatible. Une attention particulière devra être portée à l'aménagement du parc au regard des enjeux d'intégration paysagère et de limitation des risques d'inondation.

**Impacts spécifiques au pôle commercial de Gravanches**

Eu égard à son positionnement, les principales incidences potentielles de ce parc concernent :

● La moitié orientale du parc est en espace de valorisation et de requalification urbaines prioritaires (EVRUP).

**La biodiversité et le patrimoine naturel**

● Le projet se situe dans la ZNIEFF II « coteaux de Limagne occidentale » et risque de créer une vaste entité artificialisée préjudiciable à la fonctionnalité du réseau.

**Les ressources du sol et du sous-sol**

● La création du pôle se traduira par une consommation de foncier à vocation agricole ou naturelle : 35 ha en phase 1.

**Les risques et la sécurité**

● Deux sites SEVESO sont présents à proximité du site, dont un à 800 m.  
⇒ le projet est a priori compatible mais devra faire l'objet d'une attention particulière en termes de traitement afin de limiter les effets de l'artificialisation sur la fonctionnalité du réseau écologique (traitement des espaces, maintien d'un maillage végétal, limitation de l'artificialisation...). La proximité des sites Seveso est également à considérer.

**Impacts spécifiques au pôle commercial de Courmon - Le Cendrie**

Eu égard à son positionnement, les principales incidences potentielles de ce parc concernent :

**Le paysage**

●/● Plusieurs points de vue et éléments remarquables du patrimoine sont répertoriés à proximité du pôle (Puy Long - Bane - Anzelle, Puy d'Aubière, Plateau de Gergovie...) : son traitement devra tenir compte des effets de co-visibilité.

●/● Le site est proche du périmètre de projet de site classé du "plateau de Gergovie et des sites arvernes."

●/● Le site est bordé par deux zones de maîtrise de l'urbanisation.

**La biodiversité et le patrimoine naturel**

● Le projet se situe dans la ZNIEFF II « coteaux de Limagne occidentale » et risque de créer une vaste entité artificialisée préjudiciable à la fonctionnalité du réseau.

● Le projet s'inscrit au sein d'une entité participant du réseau écologique urbain.

● Il se situe à proximité immédiate d'un espace majeur de biodiversité incluant le site Natura 2000 « Vallées et coteaux xéothermiques des Couzes et des Limagnes » qu'il peut impacter.

**Les ressources en eau**

●/● Plusieurs captages sont présents aux abords du pôle (2 km au plus près).

**Les ressources du sol et du sous-sol**

●/● Le projet consiste en la création d'une zone commerciale de 15 ha, dont 15 en phase 1.

**Les risques et la sécurité**

● Trois sites SEVESO sont répertoriés au sein même de la zone (Total France, Caldic centre, Antargaz) mais le site se situe en dehors des périmètres de protection.

● Le projet se situe à proximité d'espaces soumis à des risques d'inondation. Il entraînera une artificialisation des sols pouvant accroître l'aléa et donc le risque pour les zones directement concernées.

⇒ le projet devra faire l'objet d'une attention particulière au regard de la présence de 3 sites Seveso à proximité de la zone pour être compatible.

⇒ Une attention particulière devra être portée à l'aménagement du parc au regard des enjeux d'intégration paysagère et de limitation des risques d'inondation.

## dans le Projet d'Aménagement et de Développement Durables

PROJET D'AMENAGEMENT ET DE DEVELOPPEMENT DURABLES	
rédaction actuelle	modification 6
suppression de la mention «12 pôles» page 34	Voir détail Document à jour pages suivantes
page 38 Page 92 suppression de la mention «12 pôles» sur la légende de la cartographie suppression de la mention Riom-Est sur la cartographie	Voir détail Document à jour pages suivantes



## 5 Structurer l'offre commerciale autour de pôles d'envergure

Face à une offre en termes de grandes et moyennes surfaces adaptée à la demande, l'objectif principal du SCoT en matière de développement commercial est de promouvoir un modèle plus cohérent, plus équilibré et prenant en compte les nécessités d'un développement durable : optimisation de l'utilisation du foncier, respect de l'environnement, insertion urbanistique et paysagère, réduction des déplacements motorisés...

### LES ENJEUX :

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

En conséquence, l'enjeu est avant tout de permettre la consolidation de l'offre des autres villes moyennes du département et des différents pôles de proximité.



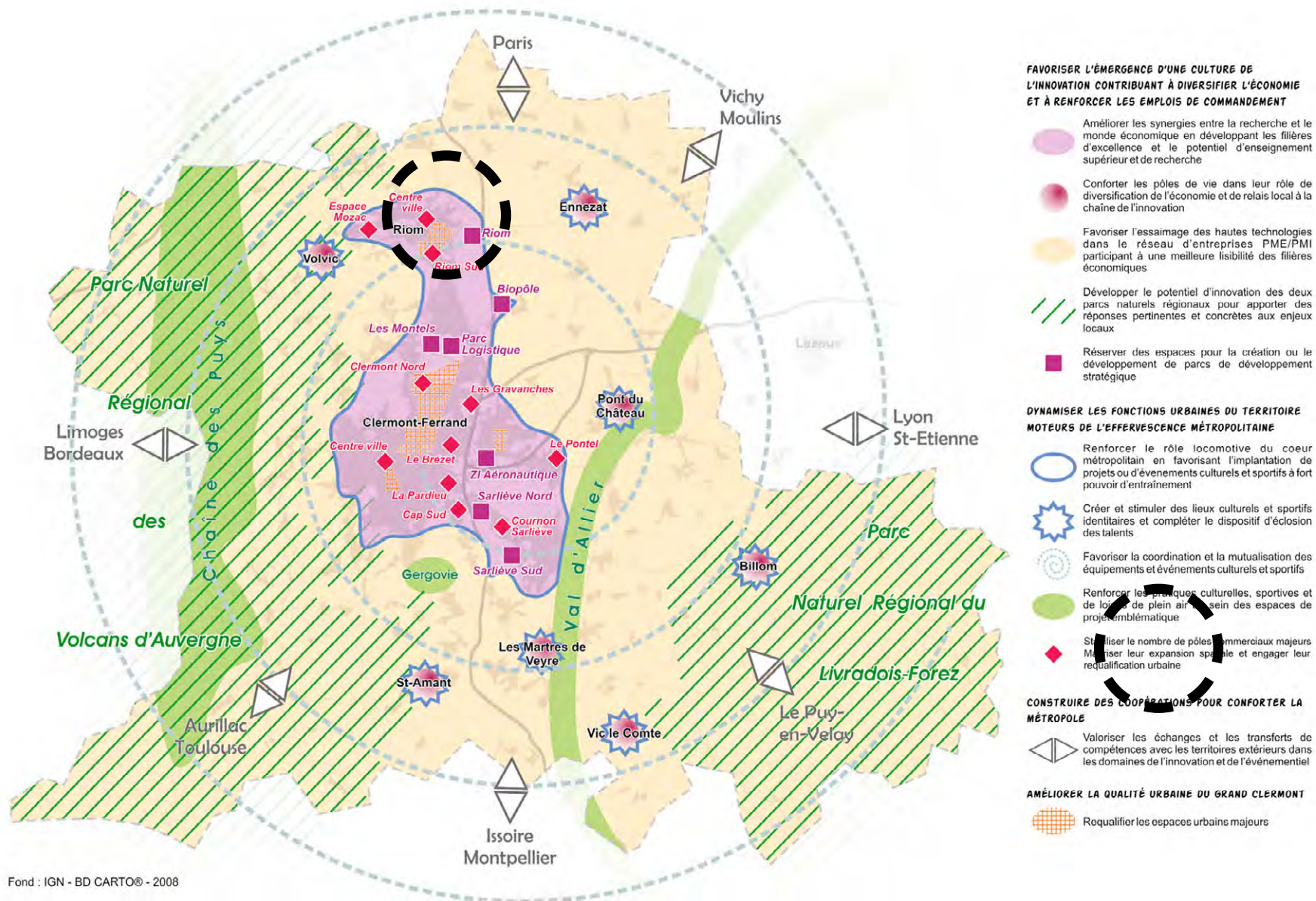
### LES PROPOSITIONS :

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

- **Assurer une maîtrise « sélective » de l'extension des grandes et moyennes surfaces** pour répondre à une demande relativement stable en volume.
- **Stabiliser le nombre de pôles commerciaux** en maîtrisant leur expansion spatiale et en engageant des processus de requalification globale des sites.
- **Maintenir le rayonnement régional du pôle clermontois** par l'accueil de nouvelles enseignes commerciales majeures capables d'attirer sur leur nom une clientèle extérieure à leur zone d'influence naturelle.
- **Poursuivre les actions de renforcement commercial aux abords du tramway** et rechercher des opportunités foncières pour accroître l'attractivité et la spécialisation du centre-ville dans certains domaines (équipement de la personne, loisirs culturels, restauration, services). À l'occasion d'opérations de renouvellement urbain, pourrait être étudiée la création de nouveaux pôles thématiques.
- **Consolider le commerce de proximité** à toutes les échelles du territoire (centres-villes, pôles de vie, pôles de quartier et bourgs périurbains) afin de maintenir un niveau de services répondant aux besoins quotidiens ou à ceux de la population captive. Les grands groupes alimentaires opèrent d'ailleurs actuellement des changements de stratégie, passant de la multiplication des hypermarchés de zones d'activités à un rééquilibrage au profit de petites unités disséminées dans le tissu urbain. Une veille sur l'évolution des commerces permettra de profiter des opportunités foncières ou des opérations de rénovation urbaine, pour moderniser le tissu commercial.











## dans le Document d'Orientations Générales

DOCUMENT D'ORIENTATIONS GENERALES	
rédaction actuelle	modification 6
Modification de l'introduction du chapitre « Accentuer le développement économique » page 9 « Sur un plan commercial, le PADD conserve le rayonnement du Grand Clermont en confortant 12 pôles commerciaux structurants. »	Nouvelle rédaction : « Sur un plan commercial, le PADD conserve le rayonnement du Grand Clermont en confortant <b>les</b> pôles commerciaux structurants. »
Modification du texte page 10, 2ème colonne « L'ensemble de ces zones représente une surface maximale de 754.5 hectares en création ou en extension, dont 437 ha prévus en phase 1 et 317.5 ha en phase 2.	Nouvelle rédaction : « L'ensemble de ces zones représente une surface maximale de <b>741.5</b> hectares en création ou en extension, dont <b>434</b> ha prévus en phase 1 et 307.5 ha en phase 2.
Modification du tableau des ZACIL page 12 : suppression de la vocation « commerce » dans les zones concernées	Voir détail Intégration des modifications <b>Voir détails ci-après</b>
Modification du texte page 15, 2ème colonne «La création ou l'extension des parcs de développement stratégique représentent une surface maximale de 462.5 ha.»	Nouvelle rédaction : «La création ou l'extension des parcs de développement stratégique représentent une surface maximale de <b>477.5 ha.</b> »
Modification tableau page 17 modification surface du PDS Sarliève Sud	Mise à jour des surfaces <b>voir détails ci-après</b>
Suppression de la partie 3.2.2 « Assurer une maîtrise sélective du développement des grandes et moyennes surfaces commerciales » pages 15-16 (2 pages) remplacé par le nouveau chapitre sur le commerce (5 pages)	Intégration du chapitre 3.3 « Promouvoir un développement commercial durable et maîtrisé » pages 18 à 22 <b>voir détails ci après</b>
Modification de la cartographie pages 28-29	La cartographie est modifiée pour intégrer la nouvelle approche commerciale contenue dans le chapitre 3.3 du DOG. Pagination modifiée à 30-31 <b>Voir détails ci-après</b>




# AVANT / APRÈS MODIFICATION DU TABLEAU DES ZACIL P12

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

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

## AVANT / APRES MODIFICATION TABLEAU PDS

Parcs de Développement Stratégiques					
			Nombre d'hectares		
EPCI	Localisation	Vocation	total non aménagé	Échéance de réalisation	
				phase 1	phase 2
Clermont Auvergne Métropole	Les Montels	Activités Industrielles ou logistiques.  Activités technologiques, équipements et services d'échelle métropolitaine qui, du fait de la nature de leur activité ou de leur emprise foncière, ne peuvent s'implanter au sein du tissu urbain.	28	28	
	Parc logistique		50	25	25
	Zone aéronautique		8,5	0	8,5
	Sarliève Nord		71	30	41
	Sarliève Sud		75	30	45
Riom Limagne et Volcans	Biopôle		45	30	15
	Parc embranchable de Riom		185	50	135
			462.5	193	269.5

Parcs de Développement Stratégiques					
			Nombre d'hectares		
EPCI	Localisation	Vocation	total non aménagé	Échéance de réalisation	
				phase 1	phase 2
 <b>Clermont Auvergne Métropole</b>	Les Montels	Activités industrielles ou logistiques.  Activités technologiques, équipements et services d'échelle métropolitaine qui, du fait de la nature de leur activité ou de leur emprise foncière, ne peuvent s'implanter au sein du tissu urbain.	28	28	0
	Parc logistique		50	25	25
	Zone aéronautique		8,5	0	8,5
	Sarliève Nord		71	30	41
	Sarliève Sud		90	45	45
<b>Riom Limagne et Volcans</b>	Biopôle		45	30	15
	Parc embranchable de Riom		185	50	135
			<b>477.5</b>	<b>208</b>	<b>269.5</b>

## 3.3 – Promouvoir un développement commercial durable et maîtrisé

Le diagnostic a établi que le Grand Clermont ne présente pas de carence majeure de l'offre commerciale. Il est, en revanche, confronté à un déséquilibre de son maillage territorial.

C'est pourquoi le SCoT promeut un modèle d'aménagement commercial qu'il veut harmonieux et raisonné.

Celui-ci est organisé autour de 4 objectifs :

- ➡ Accueillir les activités commerciales en priorité dans les centralités,
- ➡ Favoriser les requalifications des zones commerciales et limiter corrélativement les extensions,
- ➡ Organiser la complémentarité entre les territoires,
- ➡ Anticiper l'intégration urbaine des nouvelles formes de commerce.

### 3.3.1 Accueillir les activités commerciales en priorité dans les centralités

Dans une économie de marché, le commerce doit répondre à la demande des consommateurs. Mais il remplit également une fonction urbaine qui participe fortement à l'organisation des territoires. A cet égard, la localisation du développement commercial au sein de zones périphériques a eu pour effet d'affaiblir les commerces de centres ville et centres bourgs. Dans certains cas, cette évolution a conduit à des situations de désertification, de dégradation du patrimoine bâti, de perte du lien social...

L'organisation spatiale du commerce doit donc tenir compte, outre de son attractivité, de son rôle dans l'aménagement du territoire et dans l'animation des centralités. Le maintien et l'implantation des nouveaux commerces, notamment de proximité, à l'intérieur des centralités urbaines doit être favorisés. En effet, le commerce doit reprendre toute sa place dans la vie urbaine, pour répondre aux besoins quotidiens des populations, et notamment celles non motorisées.

Les **centralités** se caractérisent par l'importance de leur population, la concentration de l'offre de services et d'équipements et le cas échéant, la desserte en transports collectifs.

Le **commerce de proximité** regroupe les lieux d'achats quotidiens ou très fréquents des consommateurs. Il s'agit notamment du commerce alimentaire spécialisé (boucheries-charcuteries-traiteurs, boulangeries-pâtisseries, poissonneries, primeurs, boissons, tabacs...) ou général, (épicerie, supérettes,...), les cafés-tabacs, librairies et papeteries, marchands de journaux, éventaies de marché...

Le maintien et le développement de ces activités commerciales représentent différents enjeux d'aménagement :

- ➡ leur proximité permet de favoriser les déplacements de courtes distances et de limiter ainsi les déplacements, notamment motorisés ;
- ➡ cette même proximité contribue à l'animation et au dynamisme des centralités en complémentarité avec l'offre de services (marchands, médicaux...), en équipements public ou administratifs. La diversité et la concentration de ces offres renforcent l'attractivité globale des centralités en élargissant la clientèle et les motifs de déplacements.

Aussi, le DOG fixe pour **orientations générales** :

- ➡ d'accueillir l'implantation de nouveaux commerces sans limitation de surfaces prioritairement dans les centralités urbaines.

Les centralités concernées sont : le centre-ville de Clermont-Ferrand ; le centre-ville de Riom ; les secteurs denses du cœur métropolitain ; les pôles de vie ; les centres villes ; les centres bourgs périurbains ; certains secteurs de gare.

- ➡ de favoriser la localisation des activités commerciales à l'immédiate proximité des lieux de transit en transport en commun d'usage quotidien (gares, arrêts de tram). Ceux-ci jouent, en effet, un rôle de structuration des territoires et des espaces urbains.

Cette localisation anticipe, en outre, l'installation de points de réception liés à l'essor du e-commerce (accessibilité, lisibilité, confort d'attente, points de retraits des commandes en ligne...).

- ➡ de permettre le renforcement ou la création de linéaires commerciaux dans ces centralités.

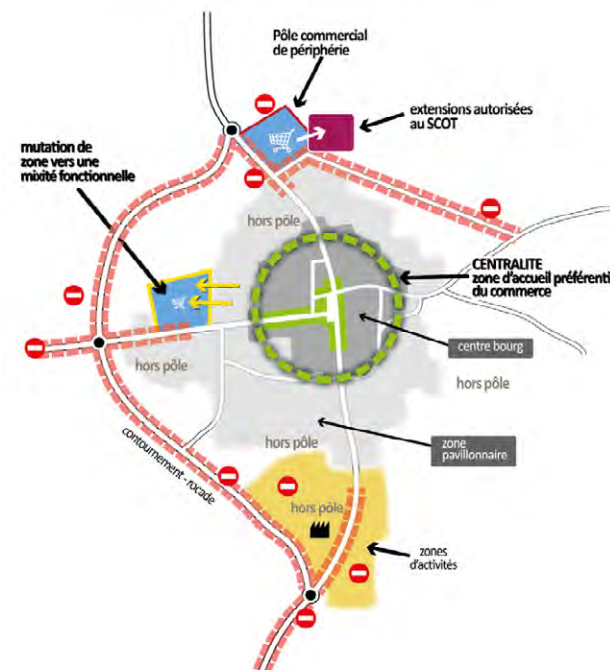
Les collectivités publiques mettent en œuvre les outils permettant d'inciter et de favoriser l'implantation des activités commerciales dans les centralités. Les politiques publiques procèdent d'une action convergente : anticipation et acquisitions foncières, développement et prospection, aménagement.

Plus largement, le renforcement de l'économie présente vise à réinvestir l'espace urbain dans son ensemble en tant que pôle d'habitat et de vie, notamment par le maintien ou la réimplantation des activités/équipements/services liés à la santé, la scolarité, la formation, l'administration, la culture, les loisirs, le commerce, le tertiaire et l'artisanat dans une mesure compatible avec l'habitat.

Les collectivités publiques mènent des actions visant à la sauvegarde et au maintien des commerces menacés de disparition dans les centralités : multiples ruraux ; aide à la modernisation ...

La poursuite de ces objectifs s'accompagne d'une requalification de l'espace public, en cherchant à apaiser et à améliorer le cadre urbain des voies bordant les linéaires commerciaux : réduction de la vitesse, espaces et aménagements de caractère non routier ; priorité aux piétons ; qualité architecturale ; encadrement des mâts publicitaires et des panneaux d'enseignes ou de publicité.

schéma  
principes d'organisation commerciale





Le DOG fixe pour **orientations particulières** :

**Pour le centre-ville de Clermont-Ferrand**

- ➡ de renforcer l'attractivité commerciale et artisanale du centre-ville afin de confirmer son attractivité touristique et d'asseoir son rayonnement métropolitain. Cette action passe par l'élargissement de son bassin de chalandise (par notamment l'accueil d'enseignes à forte notoriété) ;
- ➡ de renforcer les linéaires commerciaux en favorisant le maintien de surfaces de vente en rez-de-chaussée ;
- ➡ de conforter l'offre de proximité pour la population résidente qui est appelée à croître ;
- ➡ d'intégrer dès le stade de la conception l'implantation de commerces de proximité dans les nouvelles opérations d'habitat (telles que l'Hôtel-Dieu, Kessler-Rabanesse...) ;
- ➡ de poursuivre la valorisation de l'environnement urbain (continuités piétonnières et commerciales, mobilier urbain, ...) ;

**Pour le centre-ville de Riom**

- ➡ de renforcer l'attractivité commerciale et artisanale du centre-ville, afin d'asseoir son rôle de ville-centre au nord du Grand Clermont et sa vocation touristique et patrimoniale ;
- ➡ de renforcer les linéaires commerciaux en favorisant le maintien de surfaces de vente en rez-de-chaussée ;
- ➡ de conforter l'offre de proximité, pour les populations résidentes.

**Pour les pôles de vie**

- ➡ de renforcer l'offre commerciale au service des habitants de la commune et des communes limitrophes afin que ces pôles jouent un rôle majeur dans l'organisation en archipel ;
- ➡ de conforter et développer les commerces de détail en le localisant uniquement dans le tissu urbain existant.

**Pour les secteurs denses du cœur métropolitain, centres villes et les centres bourgs**

- ➡ d'intégrer pleinement la question du commerce et de l'artisanat dans les projets de requalification urbaine. En effet, la qualité des aménagements urbains, mais aussi les choix d'implantation des services, équipements et commerces, jouent un rôle déterminant dans le maintien ou le rétablissement d'une animation « de place de village » ;
- ➡ de faire de l'animation et de l'accompagnement à la création / transmission un levier de redynamisation du commerce, notamment dans

les centres bourgs menacés de disparition des derniers commerces (droit de préemption des baux commerciaux, manager de centre-ville, soutien à l'investissement, multiples ruraux...).

**3.3.2 Privilégier les requalifications de zones commerciales et limiter les extensions**

Les grandes zones commerciales se sont constituées le long des axes routiers. Leur implantation s'est faite sous forme d'opérations sédimentées, sans plan d'ensemble, ni qualité architecturale. Ce modèle peu durable du fait de la dépendance des consommateurs à la voiture, de l'engorgement qui en résulte et qui est source de pollution, de la consommation et de l'imperméabilisation excessive des sols, pourrait devenir à terme préjudiciable à l'activité commerciale elle-même.

Le SCoT entend privilégier la restructuration des zones existantes en complément du renforcement du commerce dans les centralités. L'objectif est :

- ➡ d'en rationaliser l'espace,
- ➡ de mieux maîtriser les déplacements motorisés,
- ➡ d'optimiser le réseau de transports en commun,
- ➡ de structurer une trame mode doux,
- ➡ de qualifier des espaces publics en réduisant la place occupée par la voiture (stationnement et emprise de chaussée...),
- ➡ d'améliorer l'insertion urbanistique et paysagère des bâtiments,
- ➡ dans certains cas, d'introduire de nouvelles fonctionnalités urbaines.

Aussi, le DOG retient pour **orientations générales** de :

➡ d'engager un **processus de restructuration des zones commerciales périphériques** autour des objectifs suivants :

- gagner en efficacité foncière,
- améliorer la gestion des flux de circulation de personnes et de marchandises et le stationnement,
- permettre une meilleure maîtrise de la production, de la récupération et de la distribution énergétique,
- libérer et re-végétaliser une partie des sols imperméabilisés,
- améliorer la qualité architecturale et environnementale des bâtiments

et leur insertion paysagère, notamment en portant une attention au traitement des abords et interstices urbains ...

➡ d'engager un **processus de mutation, des pôles commerciaux périphériques « rattrapés » par la ville**, à court terme. Ces secteurs ont en effet vocation à devenir des centralités et à accueillir prioritairement du commerce de proximité.

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

Le processus de mutation s'inscrit dans le cadre d'une stratégie urbaine opérationnelle mise en œuvre ou validée par la collectivité (OAP, plan-guide, ZAC...) autour des objectifs suivants :

- permettre un réaménagement multifonctionnel (associant commerces, services, équipements, transports publics, logements,...) dans le but notamment de rapprocher les habitants de ce qui compose leur quotidien et donc d'améliorer leur cadre de vie et participer à une réduction des émissions de gaz à effet de serre
- organiser une circulation apaisée et des mobilités douce
- réintroduire la nature en ville...

Au delà des pôles commerciaux périphériques « rattrapés » par la ville, le SCoT invite à engager une réflexion sur les autres pôles périphériques, en vue de leur diversification.

➡ de **limiter strictement les extensions des zones commerciales périphériques** sous réserve :

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

EPCI	Localisation	Vocation	Nbre d'hectares (non aménagés)	Échéance de réalisation	
				phase 1	phase 2
Clermont Auvergne Métropole	Cournon-Le-Cendre <i>Cournon</i>	Commerce	12	12	0
	Les Gravanches <i>Clermont-Ferrand</i>		35	35	0
			<b>47</b>	<b>47</b>	<b>0</b>

#### ➡ d'interdire l'implantation des activités commerciales :

- dans les secteurs situés en dehors des centralités et des pôles périphériques, et plus particulièrement aux abords des infrastructures routières rapides (autoroutes, voies rapides et contournements routiers ou grands axes en entrée de ville).
- dans les zones d'activités artisanales et industrielles, exceptés ceux nécessaires à leur fonctionnement et le commerce de gros,
- en entrée de villes et de villages afin de lutter contre une tendance à la banalisation de ces espaces pourtant stratégiques en termes d'identité et d'attractivité.

Les PLU(i) prescrivent toutes dispositions de nature à permettre un saut qualitatif des espaces commerciaux en termes paysager et architectural :

- ➡ en mettant en place, par exemple, des coefficients de biotope et de pleine terre ambitieux permettant le traitement d'espaces végétaux de qualité dans une logique d'insertion paysagère du site, de lutte contre les îlots de chaleur et d'infiltration des eaux de ruissellement,
- ➡ en prescrivant des dispositions visant la qualité et la sobriété architecturale des projets commerciaux et assurant la diversité fonctionnelle des programmations.

S'agissant des implantations commerciales existantes, des aménagements paysagers sont réalisés de manière à atténuer les vues directes et lointaines sur les zones concernés et limiter les signes représentatifs de cette fonction commerciale (publicités, enseignes et pré-enseignes),

#### 3.3.3 Miser sur une complémentarité entre les territoires

La répartition géographique du commerce sur le Grand Clermont est marquée par une forte concentration le long d'une dorsale Nord / Sud autour de la RD2009 et des autoroutes A71 et A75. A ce constat s'ajoute celui d'une situation d'hypertrophie au sud de la métropole clermontoise.

Le SCoT a pour objectif de parvenir à un rééquilibrage du développement commercial en faveur, d'une part, des centralités et des pôles de vie dans l'esprit de l'organisation en archipel et, d'autre part, des pôles situés au nord du cœur métropolitain. L'effet recherché est notamment de prévenir les situations d'engorgement.

Pour parvenir à cet objectif mais également limiter les concurrences territoriales aux effets contre-productifs, le SCoT organise la répartition de l'offre commerciale sur le territoire sur la base des critères suivants :

- ➡ la fréquence de consommation ;
- ➡ la taille des établissements
- ➡ et les périmètres d'influence recherché,

autour de **3 niveaux de rayonnement** :

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

Ces centralités et pôles périphériques de niveau local :

- correspondent à des achats quotidiens légers (fréquence pluri-hebdomadaire à hebdomadaire), effectués dans des petites, moyennes et grandes surfaces alimentaires ou petits équipements à la personne et de la maison,

- dans une zone de chalandise plutôt resserrée (moins de 10 à 20 minutes à pied ou en voiture).

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

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

Ces centralités et pôles de niveau intermédiaire :

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

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

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

Ces centralités et pôles de périphérie de niveau métropolitain :

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

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

Les nouveaux bâtiments et ensembles commerciaux de grande surface de vente s'y implantent prioritairement.

### 3.3.4 Anticiper l'intégration urbaine des nouvelles formes de commerce

L'essor du e-commerce a fait apparaître de nouvelles problématiques urbaines. Elles sont notamment liées à la livraison des achats en zones urbaines denses. Le développement de l'e-commerce fait également apparaître de nouvelles opportunités dans le sens du rapprochement du producteur du consommateur par exemple.

Compte tenu du développement des services de livraison, le secteur de la logistique urbaine doit répondre à la problématique dite « du dernier kilomètre ». Ce développement porte un enjeu de rationalisation et d'innovation dans les processus de livraison (centre de distribution urbaine, livraison en véhicules électriques ou à vélo...) afin de contribuer à l'amélioration de la qualité de vie en centre urbain (encombrement, qualité de l'air, bruit).

Les nouveaux services apportés par le e-commerce impliquent également la création de lieux de retrait des commandes sous différentes formes, avec de grandes amplitudes d'ouverture (via automates) et qui peuvent être supports d'autres activités.

Prenant en compte ces nouvelles formes de commerce, le DOG fixe pour orientations :

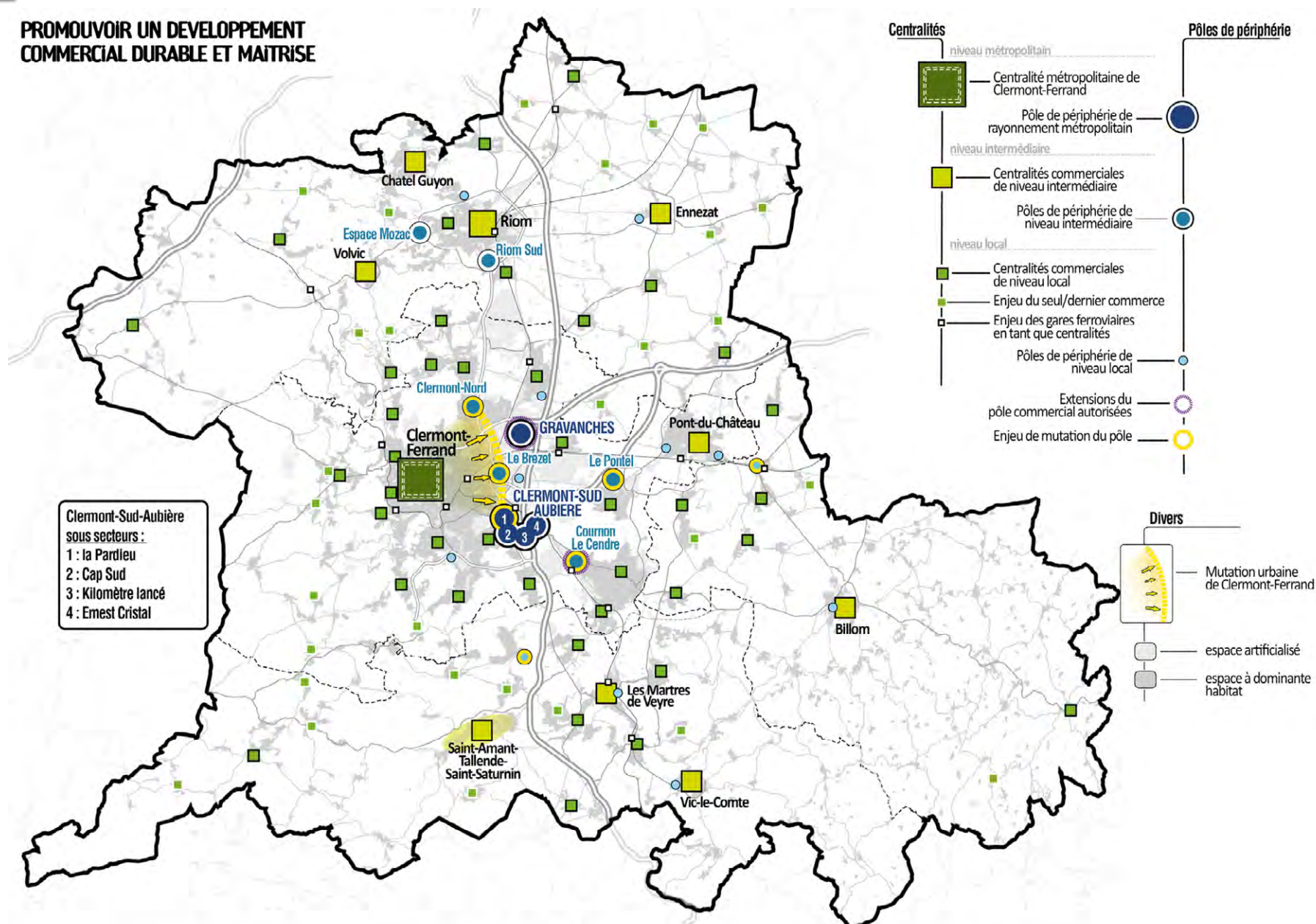
- ➡ L'implantation des points de livraison en priorité au sein des centralités. Ils bénéficient d'une bonne accessibilité, notamment à pied, à vélo ou en transport en commun.
- ➡ L'implantation des points permanents de retrait par la clientèle d'achats au détail commandés par voie télématique (« drive ») en priorité au sein des centralités et des pôles d'échanges (gare, halte de tramway, etc.). Ils font l'objet d'une intégration urbaine liée à leur environnement (bâti, alignement, gabarit, relation aux espaces publics, etc.).

Il revient aux PLU(i) de s'assurer du respect des orientations fixées par le SCoT, dans les chapitres 3.3.1 à 3.3.4, en matière d'implantations commerciales et de services.

Le Document d'Orientations Générales sur le commerce est complété par un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial, auquel il convient de se référer.



## PROMOUVOIR UN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DURABLE ET MAITRISE



Articuler l'habitat, l'emploi et les déplacements

at, l'emploi et les déplacements

28

0

**Liste des Parcs de Développement Stratégiques**

- 1 Parc embranchable de Riom
- 2 Biopole
- 3 Les Montels
- 4 Parc Logistique Clermont Auvergne
- 5 Zone aéronautique
- 6 Sarliève Nord
- 7 Sarliève Sud

**Liste des Pôles commerciaux périphériques**

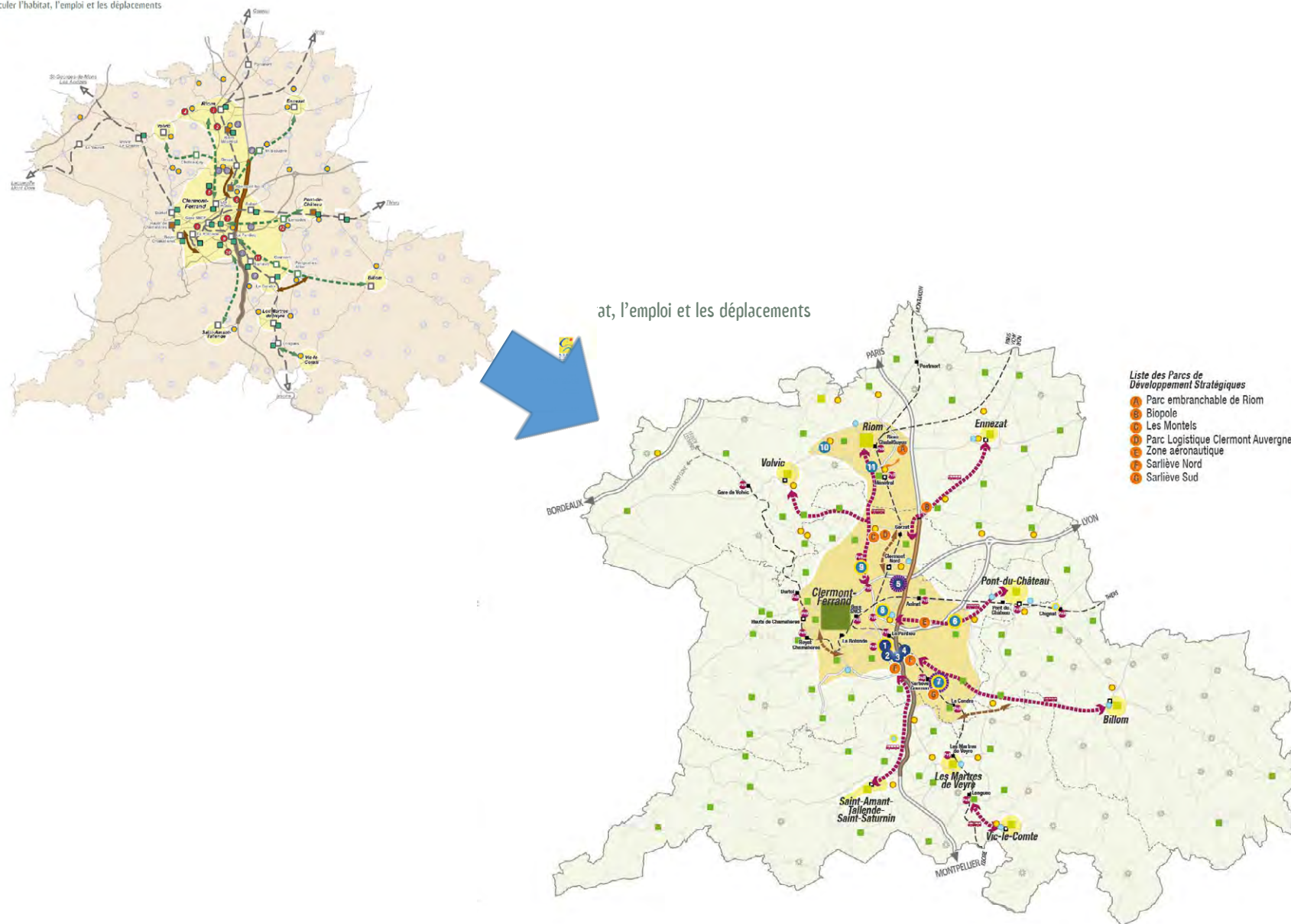
*Pôles commerciaux périphériques de niveau métropolitain*

- 1 La Pardieu
- 2 Cap Sud
- 3 kilomètre lancé
- 4 Ernest Cristal
- 5 Les Gravanches

*Pôles commerciaux périphériques de niveau intermédiaire*

- 6 Le Pontet
- 7 Courmon Le Cendre
- 8 Le Brezet
- 9 Clermont Nord
- 10 Espace Mozac
- 11 Riom Sud

Clermont-Sud-Auvergne









## l'ajout du Document d'Aménagement Artisanal et Commercial

DOCUMENT D'AMENAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL	
actuel	modification 6
pas de DAAC actuellement	intégration d'un document complet



# Le SCoT du Grand Clermont

une chance pour notre avenir



## Document d'Aménagement Artisanal et Commercial

Document à jour de la modification n°6



## Table des matières

<b>Introduction</b> . . . . .	<b>3</b>
<b>Rappel du cadre réglementaire</b> . . . . .	<b>3</b>
<b>Les Conditions Générales d'Implantation des Equipements Commerciaux</b> . . . . .	<b>4</b>
<b>1.1 En matière d'aménagement du territoire</b> . . . . .	<b>4</b>
a) La localisation du projet et son intégration urbaine . . . . .	4
b) La consommation économe de l'espace, notamment en termes de stationnement . . . . .	4
c) L'effet sur l'animation de la vie urbaine, rurale et dans les zones de montagne . . . . .	4
d) L'effet du projet sur les flux de transports . . . . .	5
<b>1.2 En matière de développement durable</b> . . . . .	<b>5</b>
a) La qualité environnementale du projet . . . . .	5
b) Insertion paysagère et architecturale du projet . . . . .	5
c) Les nuisances . . . . .	6
<b>1.3 En matière de protection des consommateurs</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>Les conditions particulières d'implantation des équipements commerciaux</b> . . . . .	<b>7</b>
<b>2.1 Droits d'exploitation commerciale</b> . . . . .	<b>7</b>
a) Définition des droits d'exploitation commerciale . . . . .	7
b) Gestion des droits d'exploitation commerciale . . . . .	7
<b>2.2 Principes de développement</b> . . . . .	<b>8</b>
a) Dispositions concernant les pôles commerciaux de périphérie de niveau métropolitain . . . . .	8
b) Dispositions concernant les pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire . . . . .	8
c) Dispositions concernant les pôles commerciaux périphériques de rayonnement local . . . . .	8
d) Dispositions hors pôles . . . . .	8
<b>Fiches par pôle et synthèse</b> . . . . .	<b>10</b>
<b>Lexique et définitions</b> . . . . .	<b>16</b>



## Introduction

Le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) détermine **les conditions d'implantation des équipements commerciaux et artisanaux\*** de taille importante, susceptibles d'avoir un impact sur l'aménagement du territoire et le développement durable, en veillant à porter une attention particulière sur la vacance, l'économie de l'espace, les entrées de villes, les déplacements et le stationnement, la qualité environnementale, architecturale et paysagère. Il localise les secteurs d'implantation périphérique et les centralités urbaines.

Par équipements commerciaux ou artisanaux de taille importante, il faut entendre les commerces ou ensembles commerciaux de plus de 300 m<sup>2</sup>.

Les prescriptions du DAAC sont complémentaires des orientations du Document d'Orientations Générales qui expose la philosophie générale de l'organisation commerciale du territoire du Grand Clermont.

### \*Commerce et artisanat : de quoi parle t-on ?

Au sens du Code de l'Urbanisme, la sous-destination « commerce de détail et artisanat » recouvre les constructions commerciales destinées à la présentation et vente de bien directe à une clientèle ainsi que les constructions artisanales destinées principalement à la vente de biens ou services.

La notion d'artisanat se distingue ici des activités artisanales liées à la construction ou à la réparation pouvant générer des nuisances qui sont couvertes par la sous-destination « industrie »

Cf : Arrêté du 10 novembre 2016 définissant les destinations et sous-destinations de constructions

### Rappel du cadre réglementaire

Les autorisations d'exploitation commerciale sont régies par les articles L. 750-1 à L. 752-27 et R. 751-1 à R. 752-48 du code de commerce.

Tout projet de création ou d'extension d'un commerce de détail, d'une surface de vente de plus de 1 000 m<sup>2</sup>, est soumis à une autorisation d'exploitation commerciale. Cette autorisation est délivrée en même temps que le permis de construire s'il y est soumis, après avis favorable de la commission départementale d'aménagement commerciale (CDAC). Lorsque le projet n'est pas soumis à permis de construire, le porteur du projet doit saisir la CDAC, en vue de l'obtention d'une autorisation préalable.

Sont soumis à autorisation de la CDAC les cas suivants :

- créer un magasin ou étendre un commerce existant d'une surface de vente supérieure à 1 000 m<sup>2</sup> ;
- changer le secteur d'activité (par exemple transformation d'un commerce alimentaire en un commerce d'habillement) d'un magasin de plus de 2 000 m<sup>2</sup> (ou 1 000 m<sup>2</sup> si le nouveau commerce est à dominante alimentaire) ;
- créer ou étendre un centre commercial au-delà d'une surface de vente de 1 000 m<sup>2</sup> ;
- ré-ouvrir un magasin d'une surface de vente supérieure à 1 000 m<sup>2</sup> après une fermeture au public d'au moins 3 ans.

Dans les communes de moins de 20 000 habitants, les projets nécessitant un permis de construire, dont la surface de vente finale est comprise entre 300 m<sup>2</sup> et 1 000 m<sup>2</sup>, peuvent néanmoins faire l'objet d'un passage en CDAC, pour avis, après saisie de la commission par le Maire.

Ne sont pas soumis à l'application de la loi certaines professions : les pharmacies, les commerces de véhicules automobiles ou de motocycles, les halles et marchés d'approvisionnement au détail (couverts ou non) établis sur les dépendances du domaine public, les magasins accessibles aux seuls voyageurs munis de billets situés dans les aéroports ou dans les parties du domaine public affecté aux gares ferroviaires (d'une surface maximum de 2 500 m<sup>2</sup>), les prestataires de services à caractère immatériel ou intellectuel (banques, agence de voyages, ...), les établissements de service ou de location de matériels (laveries automatiques), les restaurants, cafés, bars.

Sont soumis à une autorisation de la commission départementale d'aménagement cinématographique les cas suivants :

- création (dans une construction nouvelle ou un immeuble existant) d'un établissement avec plusieurs salles et plus de 300 places ;
- extension d'un établissement avec plusieurs salles et dépassant le seuil de 300 places (sauf si l'extension représente moins de 30 % des places existantes, plus de 5 ans après la mise en exploitation ou la dernière extension) ;
- extension d'un établissement dépassant le seuil de 1 500 places ;
- extension d'un établissement au-delà de 8 salles ;
- réouverture au public sur le même emplacement d'un établissement comportant plusieurs salles et plus de 300 places et dont les locaux ont cessé d'être exploités pendant 2 années consécutives.

# Les Conditions Générales d'implantation des Equipements Commerciaux

Les projets commerciaux, en création comme en extension, respectent les conditions d'implantation décrites ci-après, en vue d'améliorer leur cohérence et leur durabilité sur un plan urbain et environnemental.

Dans les centralités telles que définies au DOG, les projets prennent en compte les dispositions et orientations « en matière de développement durable » dans la limite des contraintes techniques et foncières liées au contexte urbain et réglementaire.

Il reviendra aux porteurs de projet de justifier les choix opérés dans les dossiers déposés en CDAC.

## 1.1 En matière d'aménagement du territoire

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

#### ➡ Les Centralités de rayonnement local, intermédiaire ou métropolitain

Conformément au Document d'Orientations Générales, les projets commerciaux s'implantent en priorité dans les centralités de rayonnement local, intermédiaire ou métropolitain.

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

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

#### ➡ Les Pôles de périphérie de rayonnement local, intermédiaire ou métropolitain

Lorsque les conditions d'implantation ne sont pas réunies en centralité, les activités commerciales s'implantent dans les pôles périphériques de rayonnement intermédiaire ou métropolitain.

Le développement commercial y est encadré, notamment par le biais de droits à exprimés en surface de vente.

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

Au sein des pôles périphériques, il convient de distinguer :

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

Dans ces secteurs, les prescriptions du DAAC tendent vers :

- une modernisation du tissu commercial.
- des efforts sur une diversification urbaine et fonctionnelle

Ces secteurs sont identifiés dans les fiches descriptives des différents pôles commerciaux de périphérie selon la légende suivante :



secteur de restructuration du tissu commercial

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

Ces secteurs concernent des espaces qui ont été progressivement « rattrapés par la ville ». Un processus de mutation y est amorcé, sous la forme d'opérations urbaines associant commerces, services, équipements, transports publics, logements... Ces opérations sont conçues dans une approche de circulation apaisée et de mobilité douce, de réintroduction de la nature en ville...

Ces secteurs ont vocation à devenir des centralités et à accueillir du commerce de proximité, sous la condition que la collectivité se soit dotée/ou ait validé préalablement un plan guide et/ou une Opération d'Aménagement et de Programmation, dans le respect des orientations fixées par le DOG.

Ces secteurs sont identifiés dans les fiches descriptives des différents pôles commerciaux de périphérie selon la légende suivante :



secteur de mutation urbaine et fonctionnelle

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

Ces secteurs, vierges de toute urbanisation, accueillent de nouveaux projets commerciaux par création ou transfert, dans la stricte mesure où les centralités ou pôles périphériques identifiés n'offrent aucune possibilité d'implantation satisfaisante : difficultés liées à la logistique, foncier inadapté, risques de nuisances, accessibilité...). Ils font l'objet d'un aménagement d'ensemble, dont la réalisation peut être opérée en une ou plusieurs phases.

Ces secteurs sont identifiés dans les fiches descriptives des différents pôles commerciaux de périphérie selon la légende suivante :



secteur de développement commercial en extension

#### ➡ Hors Pôle

Le développement commercial n'est pas souhaité en dehors des centralités et des pôles commerciaux. Il est donc en principe interdit.

### b) La consommation économe de l'espace, notamment en termes de stationnement

L'objectif de consommation économe du foncier justifie les prescriptions suivantes :

#### ➡ Compacité des volumes bâtis

Les projets participent à une consommation plus économe de l'espace :

- en réduisant au maximum l'emprise au sol des bâtiments,
- en construisant sur plusieurs niveaux lorsque l'environnement urbain s'y prête,
- en intégrant, dès le stade de la conception architecturale des bâtiments, des possibilités de réversibilité du bâti vers une autre destination.

Les opérations sont conçues dans une approche qui dépasse le strict périmètre du terrain d'assiette. L'objectif est de rechercher une optimisation des bâtiments et stationnements, de densifier les parties bâties, pour libérer du foncier mobilisable pour des actions de renaturation, de création de cheminements doux...

#### ➡ Rationaliser et qualifier l'espace dédié au stationnement

En application de la loi ALUR, les surfaces de stationnement des nouveaux commerces sont (sauf exception) limitées à 75 % de la surface de plancher des bâtiments affectés au commerce (article L 111-19 du Code de l'Urbanisme). Tout projet de plus de 300 m<sup>2</sup> est soumis à ce ratio.

Les projets viseront par ailleurs à gagner davantage en efficacité en examinant les possibilités de mutualisation des parkings avec les enseignes voisines et/ou de recherche de solutions de stationnement verticales.

Les espaces de stationnement doivent également être conçus dans le respect des dispositions du 1.2 du présent chapitre « en matière de développement durable ».

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

Les nouveaux commerces de proximité s'installent en priorité dans les centralités urbaines, rurales ou de zone de montagne, en synergie avec les commerces, services et équipements publics existants, qui participent à l'animation de la vie locale.

Dans les communes dépourvues de commerces ou confrontées à une fragilisation du tissu commercial, une intervention ou un accompagnement de

la puissance publique s'impose pour maintenir ou créer des commerces de première nécessité, à destination des populations résidentes, et ce, d'autant plus qu'elles ne seraient pas motorisées.

#### d) L'effet du projet sur les flux de transports

et son accessibilité par les transports collectifs et les modes de déplacement les plus économes en émission de dioxyde de carbone.

L'autorisation de surfaces commerciales est conditionnée à la capacité des infrastructures viaires à absorber les flux générés par les projets (dans des conditions de sécurité garanties) et à leur desserte par un transport collectif (en lien avec la politique menée par les autorités organisatrices des mobilités).

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

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

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

La qualité de ces aménagements contribue à l'augmentation des déplacements doux, et par conséquent à la réduction de l'usage de la voiture.



## 1.2 En matière de développement durable

### a) La qualité environnementale du projet

Les projets portent une attention particulière à la qualité environnementale, notamment :

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

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

Les projets contribuent à la préservation de la ressource en eau.

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

#### ➡ S'inscrire dans la transition énergétique

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

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

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

### b) Insertion paysagère et architecturale du projet

Les prescriptions ci-après s'appliquent aux projets de création d'équipements commerciaux. Toutefois, les projets d'extension ou de restructuration d'équipements commerciaux existants cherchent à s'en approcher pour participer à la revalorisation et renaturation des polarités commerciales.

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

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

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

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

#### Orientations spécifiques aux stationnements :

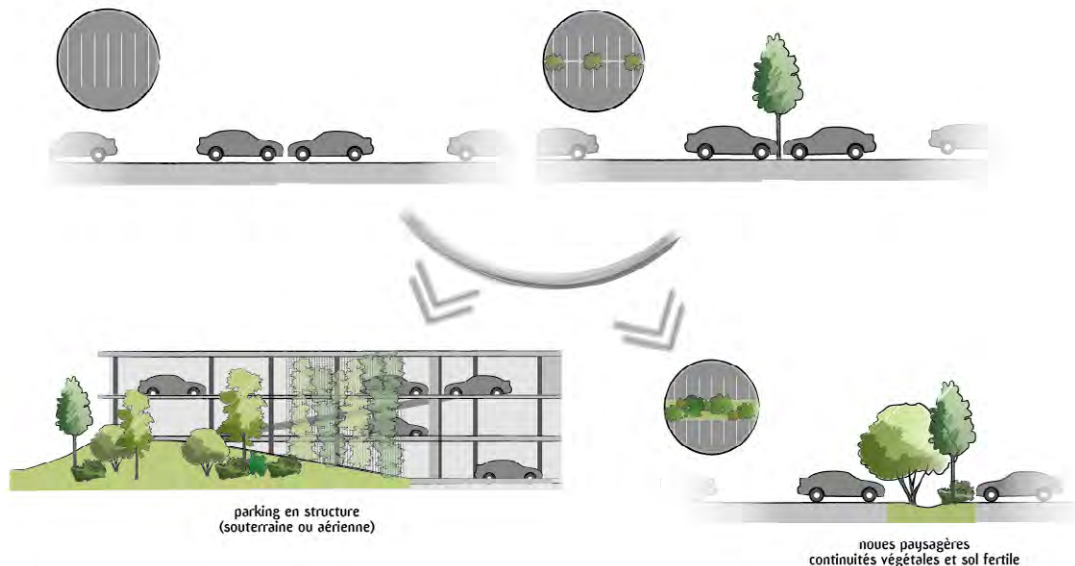
Les parcs de stationnements sont conçus dans une approche durable, et notamment de lutte contre les îlots de chaleur, en :

- privilégiant les matériaux perméables selon le niveau de fréquentation,
- intégrant des espaces plantés qualitatifs. Leur conception permet le plein développement des végétaux (espèces adaptées, protections, fosses de plantation, noues...), et vise à ce qu'ils participent à une meilleure insertion paysagère des projets.

Les espaces plantés peuvent être le support des cheminements doux, du traitement des eaux pluviales (noues) et/ou du maintien voire de la création de continuités écologiques,

- apportant un soin particulier aux stationnements les plus visibles depuis le domaine public.

#### Orientations spécifiques aux espaces libres



La réflexion sur l'aménagement des espaces extérieurs au projet doit être au cœur de sa conception.

Ils sont conçus en complémentarité avec les espaces de stationnement. Ils participent à qualifier le projet et à l'insérer dans son environnement proche et lointain. Ils sont plantés d'arbres et d'arbustes d'essences locales, en quantité et en diversité suffisante, pour lutter contre les îlots de chaleur et participer au verdissement des équipements commerciaux. En effet, ceux-ci laissent habituellement trop peu de place au végétal.

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

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

#### Orientations spécifiques relatifs au traitement des eaux pluviales

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

Tout projet de construction :

- s'insère harmonieusement dans le paysage et dans son environnement proche ou lointain, notamment lorsqu'il impose des volumétries verticales ou horizontales importantes. La réalisation de toiture-terrasse et/ou mur végétalisés est privilégiée pour atténuer les vues depuis les grands paysages : plateau de Gergovie, Coteaux d'agglomération... ;
- vise à limiter les impacts paysagers et environnementaux, en cherchant à gommer leur empreinte visuelle, notamment depuis les accès routiers ;
- recherche une architecture de qualité, en rupture avec la forme fonctionnaliste (« boîte à chaussures »). Dans le cadre de linéaires de façade importants, les ruptures volumétriques et/ou de matériaux sont privilégiées afin de limiter un effet masse ou monotone ;
- porte un soin particulier au choix des matériaux et aux dispositifs visuels de communication ou d'enseigne ;
- garantit un apport de lumière naturelle.

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

## c) Les nuisances

Tout projet d'équipement commercial :

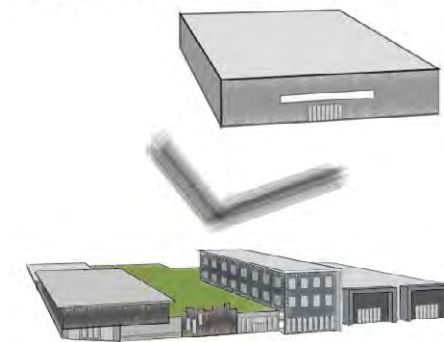
- conçoit ses aménagements de manière à limiter les nuisances vis-à-vis des zones d'habitat proches, notamment en éloignant le plus possible les entrées/sorties poids lourds, ainsi que tout dispositif générateur de bruit (ventilations...).
- porte une attention particulière aux risques naturels, miniers ou autres, auxquels le site d'implantation peut être exposé. Il prévoit les mesures propres à assurer la sécurité des consommateurs.

## 1.3 En matière de protection des consommateurs

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

- l'accessibilité, en termes, notamment, de proximité de l'offre par rapport aux lieux de vie ;
- la contribution du projet à la revitalisation du tissu commercial, notamment par la modernisation des équipements commerciaux existants et la préservation des centres urbains ;
- la variété de l'offre proposée par le projet, notamment par le développement de concepts novateurs et la valorisation de filières de production locales ;

du format « boîte à chaussures »



à la diversité des volumétries architecturales



# Les conditions particulières d'implantation des équipements commerciaux

## 2.1 Droits d'exploitation commerciale

### a) Définition des droits d'exploitation commerciale

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

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

Dans les **pôles périphériques, intermédiaire et métropolitain**, les droits d'exploitation commerciale sont encadrés dans les conditions déterminées ci-après.

Pôle de périphérie		Droits d'exploitation commerciale
Niveau	Nom	m² de surface de vente
Métropolitain	Clermont-Sud Aubière	enveloppe globale comprise entre 20 000 et 25 000m²
Intermédiaire	Cournon Le Cendre	
Métropolitain	Les Gravanches	enveloppe globale comprise entre 30 000 et 34 000m²
Intermédiaire	Clermont-Nord	
Intermédiaire	Le Brézet	enveloppe globale comprise entre 5 000 et 10 000m²
Intermédiaire	Le Pontel	
Intermédiaire	Espace Mozac	enveloppe globale comprise entre 0m² et 5 000m²
Intermédiaire	Riom-Sud	
local	tous les pôles locaux	0m²
total enveloppe à ne pas dépasser		69 000m²

Ces droits d'exploitation commerciale sont exprimés en m² de surface de vente, à savoir :

La surface de plancher ouverte au public.

Ils sont définis pour chaque pôle périphérique intermédiaire et métropolitain, en renouvellement comme en extension, dans le tableau ci-avant et représentent une surface totale maximale de 69 000 m² de surface de vente.

Ils font l'objet d'un bilan trois ans après l'approbation du DAAC.

**Hors pôle**, le développement commercial est en principe interdit.

### b) Gestion des droits d'exploitation commerciale

La Gestion des enveloppes de droits d'exploitation commerciale dans les pôles périphériques répond aux principes suivants :

➡ **En cas de création ou d'extension d'un magasin**, tout projet générateur de surface de vente de plus de 300m² vient en déduction des enveloppes de droits d'exploitation commerciale.

➡ **En cas de démolition / reconstruction, à surface identique**, les projets de démolition-reconstruction d'un commerce existant ne sont pas comptabilisés. Toute nouvelle surface supplémentaire est décomptée des enveloppes de droits d'exploitation commerciale.

➡ **En cas de transfert d'un magasin**, nécessitant l'obtention d'une autorisation en CDAC.

Le DAAC préconise de renoncer aux droits d'exploitation commerciale rattachés au site délaissé, pour s'orienter vers un aménagement mixte (habitat, bureau, service, équipement), en lien avec les objectifs définis dans le PLU(I). Les m² qui font l'objet du renoncement abondent alors l'enveloppe des droits d'exploitation commerciale du pôle commercial délaissé.

Dans les **secteurs en mutation**, les m² de surface de vente ne sont pas décomptés de l'enveloppe des droits d'exploitation commerciale, dès lors que la collectivité a validé un plan guide et / ou élaboré une OAP. Dans ce cas, le secteur est considéré comme une centralité où s'implante prioritairement le commerce de proximité.

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

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



## 2.2 Principes de développement

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

Il fait également l'objet d'une fiche de synthèse :

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

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

Les pôles commerciaux périphériques de niveau métropolitain accueillent les surfaces commerciales dont les dimensionnements ne sont pas compatibles avec la proximité de l'habitat en raison de l'importance des surfaces concernées et des flux qu'elles génèrent.

Afin de limiter les effets de concurrence avec les centralités, seuls sont autorisés :

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

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

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

Dans l'objectif de limiter la consommation foncière et de favoriser le commerce dans les centralités, le SCoT vise la restriction des possibilités d'extension de ces pôles et encourage leur recomposition sur eux-mêmes.

A cette fin, **seule l'extension du pôle commercial des Gravanches est autorisée** dans le cadre d'un aménagement d'ensemble **sur une emprise foncière maximale de 35 ha autour de la thématique « équipement de la maison, sport, loisir »**.

En outre, pour favoriser les processus de renouvellement urbain, **un bonus de 10% des surfaces de vente cumulées** peut être autorisée dans le cadre d'un processus de requalification engagé conjointement par plusieurs opérateurs sur un même site, dans le cadre d'un dialogue avec la collectivité, et ceci dans la limite d'un plafond de 5000 m<sup>2</sup>.

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

Les pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire accueillent les surfaces commerciales dont les dimensionnements ne sont pas compatibles avec la proximité de l'habitat en raison de l'importance des surfaces concernées et des flux qu'elles génèrent.

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

Toutefois, afin de limiter la vacance commerciale, il est permis de réaliser des cellules entre 300 et 500 m<sup>2</sup> au sein d'un bâtiment commercial fermé au public depuis au moins 3 ans qui fait l'objet d'un projet de réouverture, dans la limite de 10 % de la surface totale du bâtiment.

Dans l'objectif de limiter la consommation foncière et de favoriser le commerce dans les centralités, le SCoT vise la restriction des possibilités d'extension de ces pôles et encourage leur recomposition sur eux-mêmes.

A cette fin, **seule l'extension du pôle commercial de Cournon-Le Cendre est autorisée sur une emprise foncière maximale de 12 ha dès lors qu'aucune solution n'a été trouvée dans le tissu urbain existant, au regard du projet de requalification en cours du pôle.**

En outre, pour favoriser les processus de renouvellement urbain, **un bonus de 10% des surfaces de vente cumulées** peut être autorisée dans le cadre d'un processus de requalification engagé conjointement par plusieurs opérateurs sur un même site, dans le cadre d'un dialogue avec la collectivité, et ceci dans la limite d'un plafond de 3 000 m<sup>2</sup>.

### c) Dispositions concernant les pôles commerciaux périphériques de rayonnement local

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

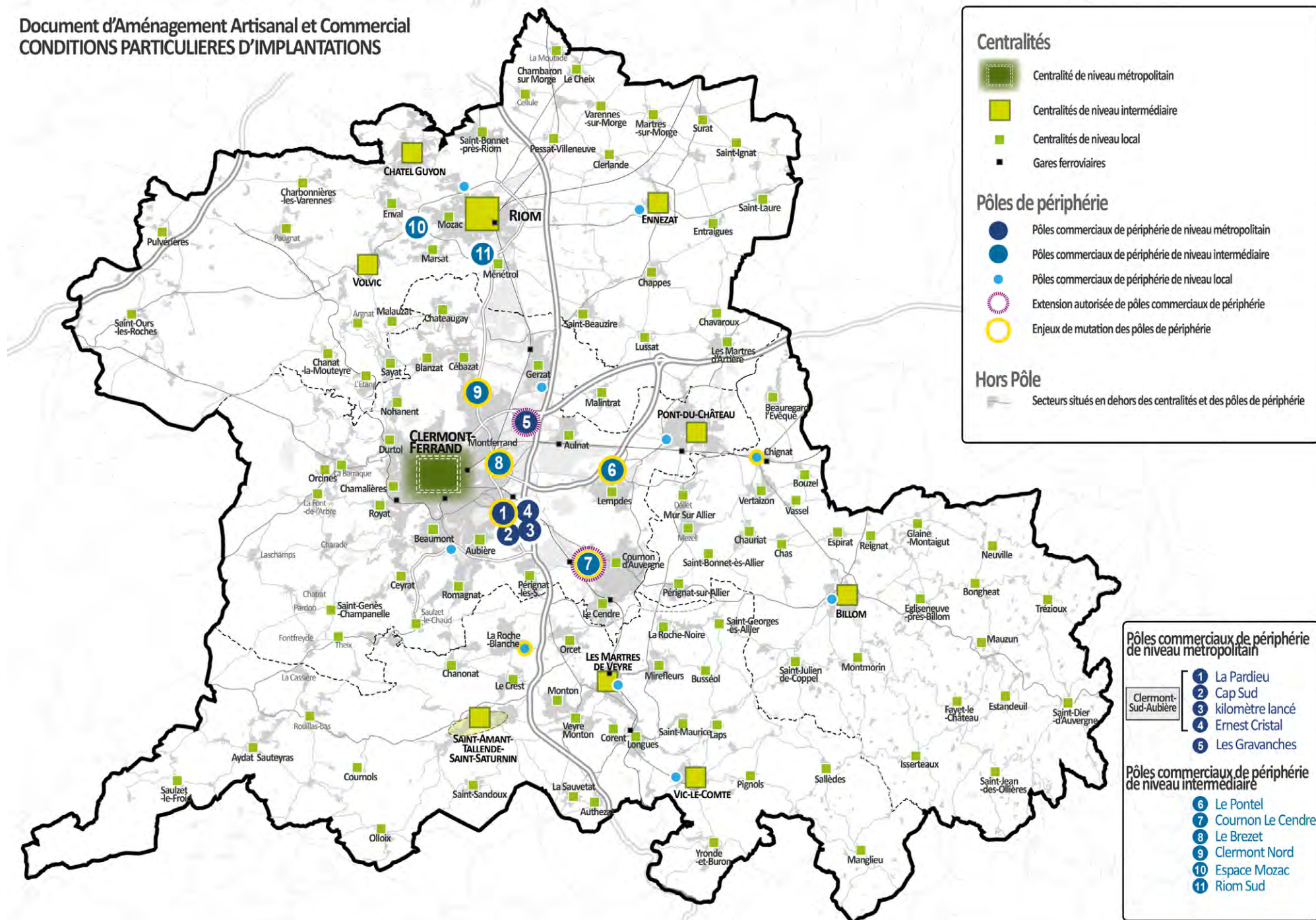
En vue de favoriser la modernisation des magasins et / ou la rénovation de leur bâtiment, notamment pour en améliorer l'efficacité énergétique ou l'intégration urbaine, une extension est autorisée à hauteur de 5% de la surface de vente, déterminée à compter de la date d'approbation de la modification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

### d) Dispositions hors pôles

Le développement commercial n'est pas souhaité en dehors des centralités et des pôles commerciaux. Il est donc en principe interdit.

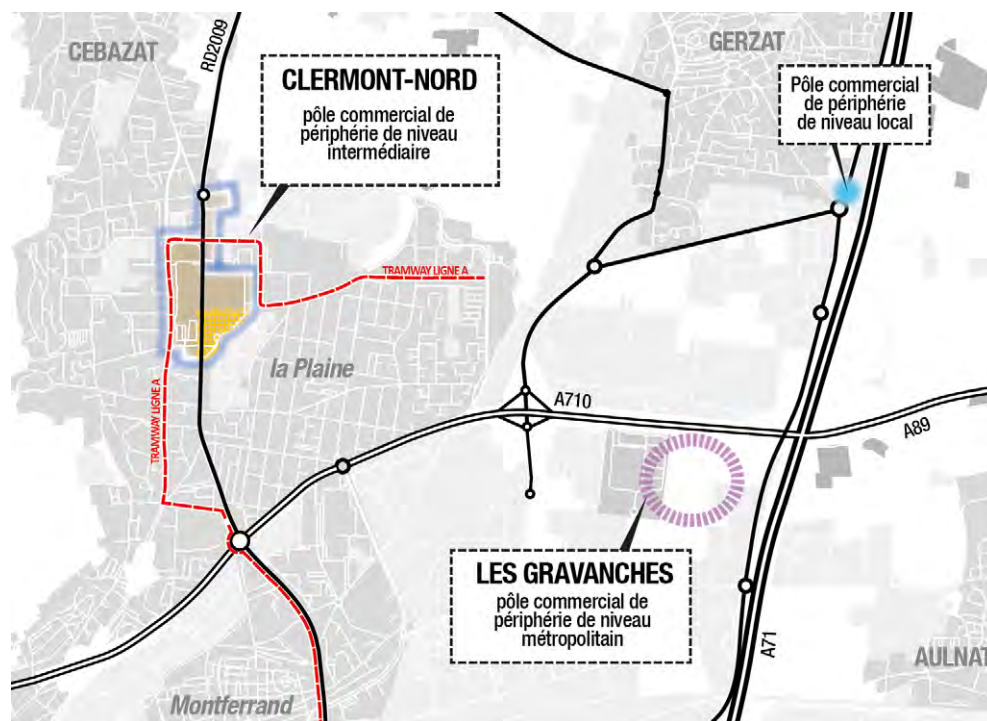
# Document d'Aménagement Artisanal et Commercial





## CONDITIONS PARTICULIERES D'IMPLANTATIONS





### FICHE 1 : GRAVANCHES - CLERMONT NORD



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

#### Identification :

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

#### Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :

**enveloppe globale de 30 000 à 34 000m<sup>2</sup> de surface de vente**  
 il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles.

#### Enjeux :

##### Les Gravanches

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

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

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

##### Clermont-Nord

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

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

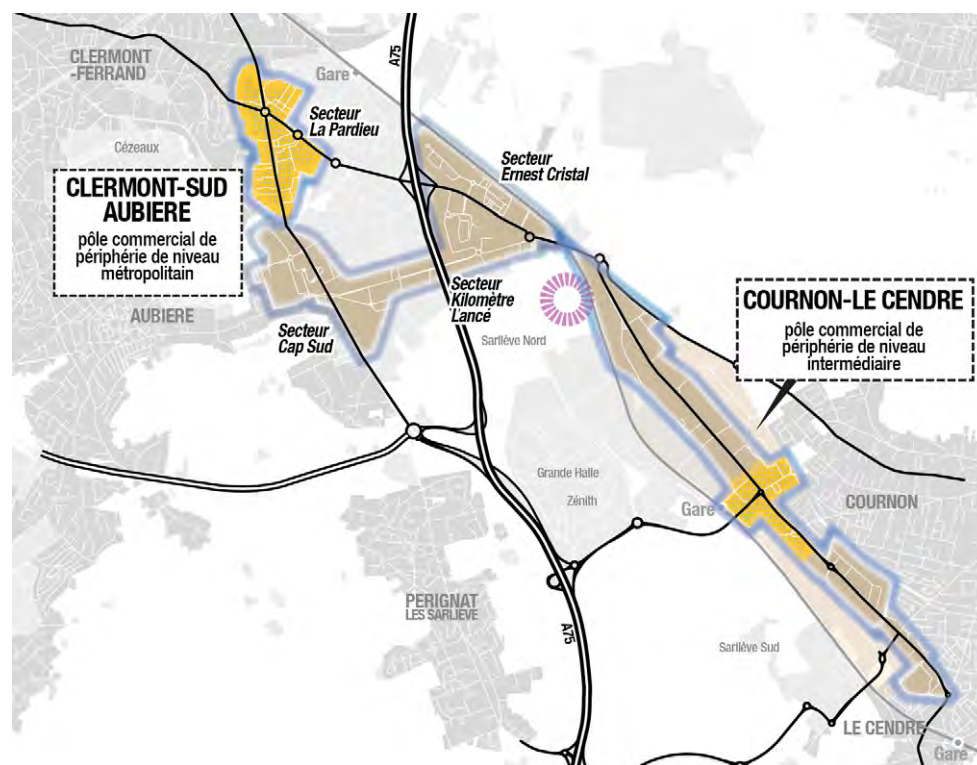
Le PLU(i) définit par l'intermédiaire d'une OAP les principes de mutation urbaine et fonctionnelle de ce secteur.





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

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

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

## FICHE 2 : CLERMONT SUD AUBIERE - COURNON-LE CENDRE



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

**Identification :**

**Pôle commercial de périphérie de niveau métropolitain Clermont Sud Aubière**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire de Cournon - Le Cend्रे**

**Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :**

**enveloppe globale de 20 000 à 25 000m<sup>2</sup> de surface de vente**  
 il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles.

**Enjeux :****Clermont Sud Aubière**

Le secteur **La Pardieu** est classé en secteur de mutation urbaine et fonctionnelle. En effet, ce secteur autrefois en périphérie de la ville propose aujourd'hui toutes les caractéristiques des centralités : desserte par le tramway et la ligne C, diversité fonctionnelle (commerciale, étudiante, tertiaire, habitat...). Aussi, l'objectif est d'accompagner cette mutation pour favoriser l'émergence d'une vie urbaine plus intense. Le commerce de proximité y est privilégié.

Le PLU(i) définit par l'intermédiaire d'une OAP les principes de mutation urbaine et fonctionnelle de ce secteur. Les autres secteurs du pôle commercial peuvent également proposer une restructuration de leur tissu urbain, en favorisant le développement d'une mixité fonctionnelle en opérant un saut qualitatif sur le plan architectural et paysager et sur la renaturation des sites.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 2000m<sup>2</sup>, au sein desquelles les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 800 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 5 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification

**Cournon-Le Cend्रे**

Un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle est identifié dans lequel le commerce de proximité est privilégié, sous réserve d'une programmation mixte et d'une intensification urbaine, notamment autour de la Gare. Il fait l'objet d'une étude de requalification par la Métropole afin :

- d'organiser la mixité économique et fonctionnelle du secteur,
- de redonner une cohérence et une lisibilité en retissant des liens entre la zone d'activité, la ville, la Grande Halle-Zénith et la gare, en requalifiant et hiérarchisant les voiries et les espaces publics
- en réinscrivant la zone d'activités dans son environnement paysager et naturel, en traitant notamment les ouvertures vers le grand paysage et les interfaces avec les espaces agricoles, en améliorant les fonctionnalités écologiques.

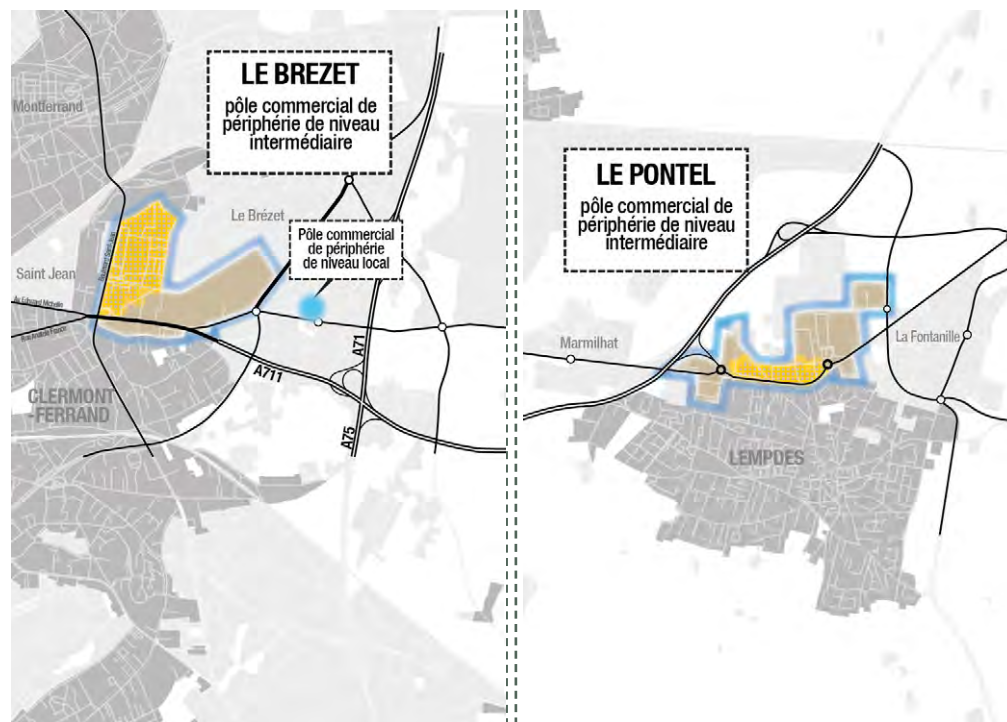
Sur les autres secteurs de la zone de Cournon, la restructuration du tissu urbain doit avoir pour objectif de retrouver une meilleure organisation et lisibilité de la zone.





Le pôle commercial de Cournon fait l'objet d'un secteur de développement de l'offre commerciale en extension sur une superficie foncière maximale de 12ha. Il doit s'inscrire dans une démarche globale en cohérence avec la requalification de la zone existante et le Plan de Paysage de l'entrée Sud de l'agglomération.

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

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

### FICHE 3 : LE BREZET - LE PONTEL



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

#### Identification :

**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire du Brezet**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire du Pontel**

#### Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :

**enveloppe globale de 5 000 à 10 000m<sup>2</sup> de surface de vente**  
il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles.

#### Enjeux :

##### Le Brezet

Le pôle du Brezet fait l'objet pour partie d'un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle. Le secteur du Brezet est identifié comme un élément majeur de la stratégie de développement et de renouvellement urbain de la ville de Clermont-Ferrand. Au contact du Boulevard Saint Jean, le centre commercial est au cœur d'un secteur stratégique qui devrait accueillir à terme un transport en commun en site propre, un nouveau lycée et un nouveau quartier d'habitat. Afin d'accompagner ce renouveau, la zone commerciale est appelée à évoluer vers davantage de mixité fonctionnelle et à proposer des typologies plus urbaines et diversifiées. Le commerce de proximité y est privilégié afin de devenir une centralité.

Sur les secteurs périphériques du pôle, la modernisation de l'offre doit s'accompagner d'une diversification urbaine en facilitant notamment le développement de la trame viaire participant ainsi à mailler et décloisonner le quartier. Les projets doivent également contribuer à réintroduire la nature (trame verte et bleue) dans un secteur industriel en pleine évolution.

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

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

##### Le Pontel

Un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle est identifié le long l'ancienne route nationale afin de faire évoluer un urbanisme commercial ancien vers une typologie mixte, une requalification paysagère et architecturale afin de favoriser son intégration dans le tissu urbain de Lempdes. Il doit permettre de créer une couture urbaine entre le centre ville, la piscine et le centre commercial, dans une logique de diversification des activités tertiaires (commerces/services/bureaux).

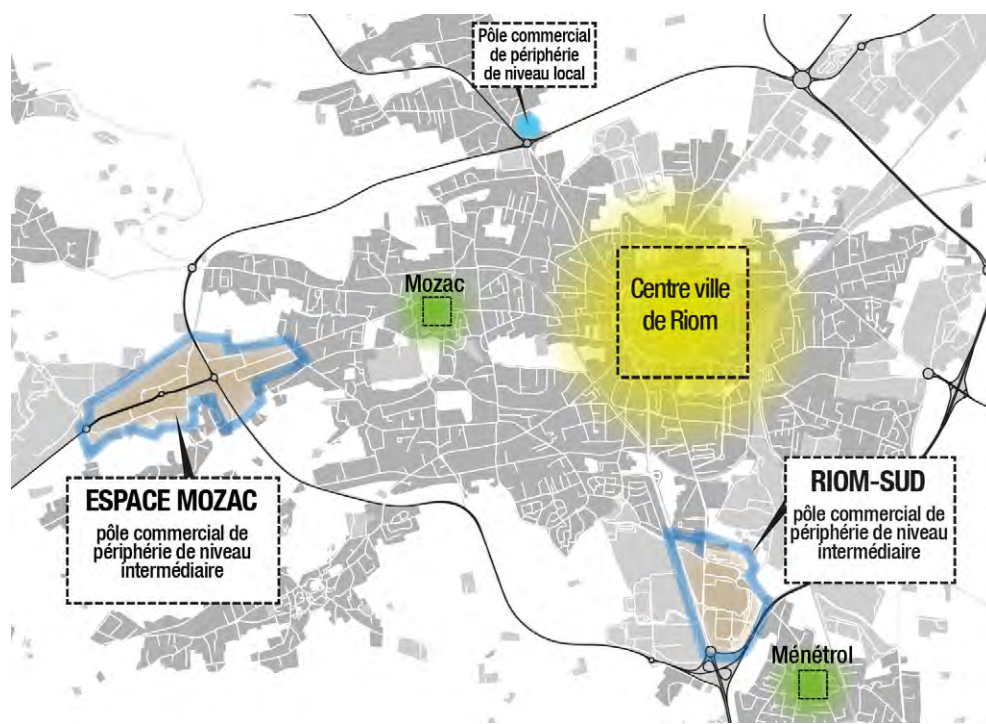
Sur les autres secteurs du pôle commercial, l'enjeu réside dans la modernisation de l'offre et la diversification fonctionnelle.





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

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



## FICHE 4 : AGGLOMERATION RIOMOISE - ESPACE MOZAC - RIOM-SUD



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

Identification :

**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire d'Espace Mozac**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire de Riom Sud**

Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :

**enveloppe globale de 0m<sup>2</sup> à 5000m<sup>2</sup> de surface de vente**

il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles, utilisable dans le cadre de projets de réaménagement ou de restructuration du tissu commercial, élaborés dans un dialogue ouvert avec la collectivité.

Enjeux :**Espace Mozac**

Le pôle commercial d'Espace Mozac a connu une restructuration de l'offre et un développement de son attractivité ayant pour conséquence un étalement de la partie «commerce», sur les secteurs en second rideau, à vocation d'accueil d'activité artisanale du secteur du bâtiment notamment. Cet accroissement des mètres carrés commerciaux a entraîné une saturation de la circulation automobile.

Les efforts de modernisation de l'offre doivent être poursuivis notamment dans le sens de la mutualisation des espaces, afin de recréer des ensembles commerciaux plus homogènes et moins cloisonnés, avec un stationnement mutualisé et une réintroduction de la nature en ville. Les secteurs industriels ou du BTP doivent être maintenus afin d'éviter l'étalement de l'offre commerciale ou servitielle sur toute la zone. Les transferts, réaménagement et restructuration de l'offre commerciale, permettant une réorganisation fonctionnelle de la zone (notamment en termes d'accessibilité et de sécurité), sont autorisés dans le cadre d'un dialogue ouvert et partagé avec la collectivité.

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

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

**Riom-Sud**

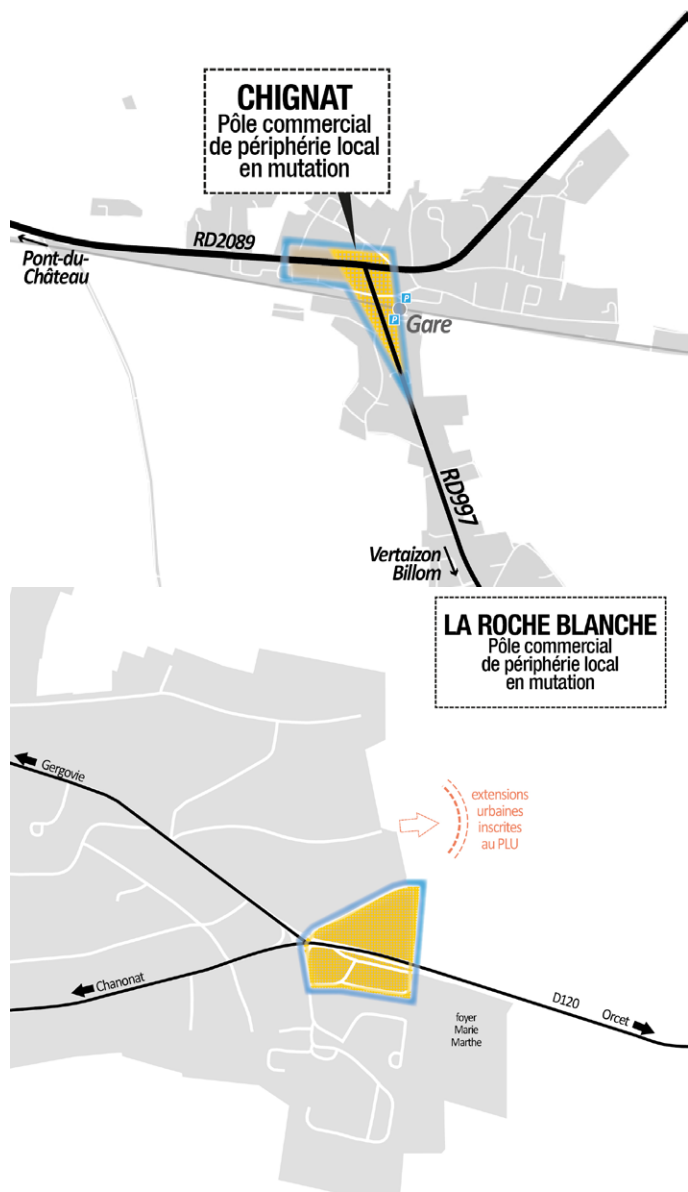
La zone commerciale Riom-Sud a connu une importante restructuration de l'offre dans une période récente permettant d'asseoir son rayonnement.

Un travail d'intégration paysagère et architecturale doit être mené afin de qualifier l'entrée de ville de Riom et de Ménétrol mais aussi les abords de la rocade.

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

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

## FICHE 5 : POLES COMMERCIAUX DE PERIPHERIE DE NIVEAU LOCAL EN MUTATION



### Identification :

**Pôle commercial de périphérie de niveau local de Chignat**

**Pôle commercial de périphérie de niveau local de La Roche-Blanche**

### Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :





**enveloppe globale de 0m<sup>2</sup> de surface de vente**

### Enjeux :

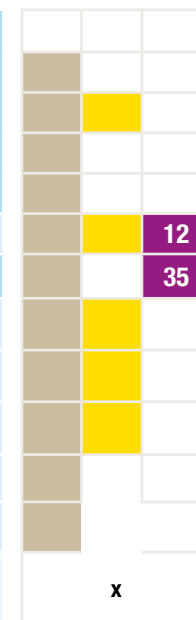
Ces deux pôles commerciaux correspondent à des ilots commerciaux ayant profité de leur situation aux abords d'axes de transit automobile. Aujourd'hui, « rattrapés par la ville », ils peuvent faire l'objet d'un processus de mutation avec la réalisation d'opérations urbaines associant commerces, services, équipements, transports publics, logements..., dans une approche de circulation apaisée et de mobilité douce, de réintroduction de la nature en ville...

Ces secteurs ont vocation à devenir des centralités et donc à y accueillir prioritairement du commerce de proximité, avec la nécessité pour la collectivité de se doter/ou de valider au préalable un plan guide et/ou une Opération d'Aménagement et de Programmation, respectant les principes exposés dans le DOG. Dans ce cadre des projets de modernisation du tissu commercial existant est autorisé.

Concernant le pôle de Chignat, les projets comportant du commerce doivent être pensés en complémentarité avec l'offre existante du bourg de Vertaizon, afin de renforcer l'offre commerciale de proximité en évitant l'implantation d'offre concurrente ou de transfert d'activités du bourg vers le bas du village.

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

Pôle commercial			Droits d'explo- tation commer- ciale (en surface de vente)	Dispositions spécifiques aux pôles périphériques			
Type	Niveau	Nom du pôle		Seuils minimal decréation de surface de vente		Bonus Processus commun de renouvellement urbain <sup>1</sup> et besoins de modernisation <sup>2</sup>	Principes d'aména- gement Secteurs à enjeux <sup>3</sup>
				par projet	par cellule commerciale		
centralité	métropolitain, intermédiaire, local	centres villes de Clermont, Riom, Pôles de vie, centres-bourgs	illimité				
Périphérie	métropolitain	Clermont-Sud-Aubière <i>Cap Sud</i> <i>La Pardieu</i> <i>Kilomètre lancé</i> <i>Ernest Cristal</i>	enveloppe comprise entre 20 000m <sup>2</sup> à 25 000m <sup>2</sup>	2 000m <sup>2</sup>	800 m <sup>2</sup>	+ 10% /max 5000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	Cournon- Le Cendre		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	12
	métropolitain	Les Gravanches	enveloppe comprise entre 30 000 à 34 000m <sup>2</sup>	5 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	+ 10% /max 5000m <sup>2</sup>	35
	intermédiaire	Clermont-Nord		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	Le Brézet	enveloppe comprise entre 5 000m <sup>2</sup> à 10 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	Le Pontel		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	Riom-Sud	enveloppe comprise entre 0m <sup>2</sup> à 5 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	intermédiaire	Espace Mozac		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>	
	local	petits pôles périphériques, com- merces alimentaires isolés,...	0m <sup>2</sup>	x	x	extension de 5% des Sur- faces de Vente	x



Les secteurs de reconstruction de tissu commercial

Les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle

Les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension (ha de foncier autorisés)

1 conformément au 2.2.b

2 conformément au 2.2.c

3 conformément au 1.1.a

## Lexique et définitions

### Centralité

De manière générale, la centralité est la propriété conférée à une ville ou un secteur urbain d'offrir des biens et des services à une population, de combiner activités économiques, fonctions administratives, pratiques sociales... Son pouvoir d'attractivité est donc dépendant à la fois de l'efficacité et de la complétude de son offre et de son accessibilité (population proche ou réseau de communication efficace).

### Commerces de détail et artisanat

Au sens du Code de l'Urbanisme, la sous-destination « commerce de détail et artisanat » recouvre les constructions commerciales destinées à la présentation et vente de bien directe à une clientèle ainsi que les constructions artisanales destinées principalement à la vente de biens ou services.

La notion d'artisanat se distingue ici des activités artisanales liées à la construction ou à la réparation pouvant générer des nuisances qui sont couvertes par la sous-destination « industrie ».

*Cf : Arrêté du 10 novembre 2016 définissant les destinations et sous-destinations de constructions*

### Multiple rural

Un multiple rural est une entreprise assurant simultanément plusieurs activités commerciales ou prestations de services non viables séparément, du fait notamment du faible rayon de chalandise, mais dont la combinaison permet d'engendrer de l'attractivité et suffisamment de chiffre d'affaires pour assurer une viabilité économique. Les multiples ruraux revêtent une fonction d'aménagement d'un territoire rural en permettant un approvisionnement des personnes peu mobiles, le maintien de lien social et le confort des centralités locales.

#### exemple d'activités :

commerce d'alimentation générale, dépôt de pain, bureau de tabac, point presse, carterie, développement de photos, dépôt de gaz..., prestations de services postaux et bancaires en relation avec des établissements spécialisés, bar, restaurant

### Pôle commercial périphérique

Le pôle commercial périphérique est une centralité spécialisée, voire monofonctionnelle, qui engendre une attractivité commerciale (zone de chalandise) en tirant parti avant tout de sa facilité d'accès (noeud routier par exemple), au détriment de sa proximité ou de sa complémentarité avec les autres activités présentes ou l'habitat.

### Surface de vente

Espace exprimé en m<sup>2</sup> couvert ou non couvert :

- affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats,
- affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement,
- affecté à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburants).

Ne sont pas compris : les réserves, les cours, les entrepôts, ainsi que toutes les zones inaccessibles au public, les parkings, etc.

Sont exclues les surfaces correspondant à des formes de vente non sédentaires, en stand ou par correspondance.





