

Schéma de Développement Commercial aire urbaine de Toulouse

Pour un commerce durable dans la Ville

Un document de référence pour les politiques publiques

Le Schéma de Développement Commercial est un document de référence, définissant un cadre pour le développement commercial de l'Aire Urbaine de Toulouse entre 2005 et 2011, visant à :

- **aider** à l'examen des projets de développement commercial ;
- **éclairer** la définition de priorités dans l'action des collectivités publiques sur l'environnement du commerce (espaces publics, qualité urbaine, accessibilité, livraisons, ...);
- **permettre** aux professionnels de la distribution de définir leurs projets en toute connaissance de cause ;
- **amener** une meilleure intégration de l'urbanisme commercial dans les autres politiques publiques et la traduire dans les documents d'urbanisme (Scot, PLU, ...).

Des orientations bâties sur un diagnostic partagé

Conformément au cadre législatif, l'ODEC de la Haute-Garonne s'est doté :

- d'un diagnostic de l'offre commerciale, réalisé en juillet 2004 et mis à jour en février 2005 ;
- d'une enquête sur les comportements d'achat et la consommation des ménages du département menée au premier semestre 2005 ;
- de préconisations en matière de développement commercial adoptées le 23 mars 2005, qui constituent le Schéma de Développement Commercial de l'Aire Urbaine de Toulouse.

Le diagnostic préalable, les résultats de l'enquête auprès des consommateurs, le Schéma de Développement Commercial Aire Urbaine de Toulouse et celui du Comminges sont disponibles sur le site de la Préfecture de la Haute-Garonne (page Economie) : <http://www.haute-garonne.pref.gouv.fr>



EDITORIAL

Le décret du 20 novembre 2002 et sa circulaire d'application ont fixé le cadre d'élaboration des Schémas de développement commercial, en application de la loi relative au développement et à la promotion du commerce adoptée en 1973 et modifiée en 1996.

Ces textes indiquent que les Schémas de développement commercial, établis pour une période de 6 ans, doivent constituer des outils d'aide à la décision au service des collectivités publiques et des acteurs de l'urbanisme commercial, dans le but de faciliter notamment la planification des projets commerciaux et leur intégration dans la cité. Cependant, le législateur a souhaité que ces schémas ne constituent pas des documents réglementaires.

En mai 2003, l'Observatoire Départemental de l'Équipement Commercial (ODEC), réuni sous ma présidence, a décidé d'engager l'élaboration de deux schémas pour le Département de la Haute-Garonne. Sur ces bases, le premier Schéma de développement commercial de l'aire urbaine de Toulouse a été adopté à l'unanimité le 23 mars 2005. Le vote sur le Schéma du Comminges est intervenu quant à lui le 30 janvier 2006.

Les acteurs publics et privés de l'aire urbaine de Toulouse disposent ainsi aujourd'hui d'un document cadre sur une vision partagée de son développement commercial. Si les tendances récentes en matière d'autorisation administrative ne permettent pas encore de faire apparaître une réelle mise en œuvre des orientations retenues, portant sur des projets souvent très engagés au moment de l'adoption du Schéma de développement commercial, les futurs dossiers soumis à l'instruction de la CDEC devraient progressivement intégrer les objectifs du Schéma.

La Conférence d'Urbanisme Commercial, prévue au Schéma et mise en place dès juillet 2005 sur l'initiative des collectivités locales et des chambres consulaires, a notamment pour missions de sensibiliser l'ensemble des acteurs et de suivre la mise en œuvre des orientations du Schéma. Son action qui s'inscrit dans la durée, doit permettre progressivement de faire évoluer les tendances actuellement constatées au service de ce Schéma.

A moyen terme, ce premier Schéma de Développement Commercial pourrait être mis en révision pour tenir compte des éventuelles évolutions législatives et des orientations des futurs SCoT de l'aire urbaine toulousaine en cours d'élaboration.

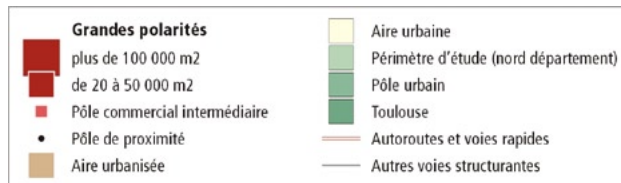
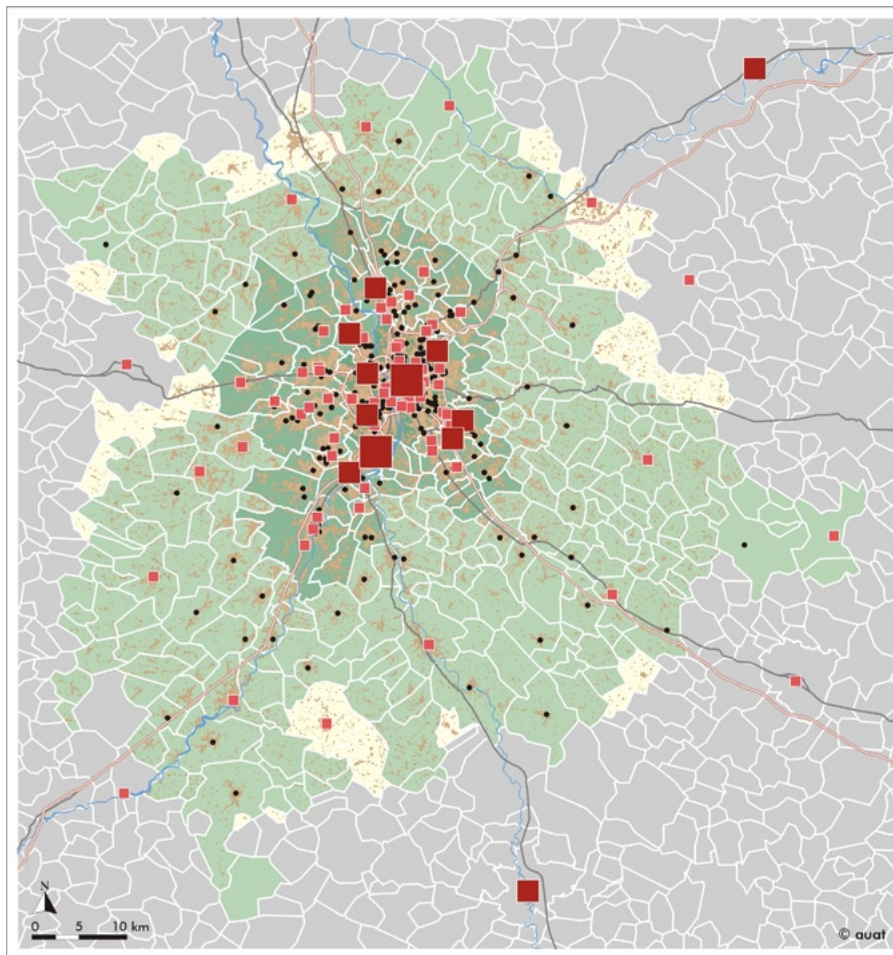
Jean DAUBIGNY
Préfet de la Haute-Garonne
Préfet de la région Midi-Pyrénées

LES DIAGNOSTICS DE L'OFFRE ...

Une armature commerciale qui se développe rapidement

- Une offre commerciale très importante dominée par les grandes surfaces qui, avec 1 060 000 m², représentent 65 % du plancher commercial de l'aire urbaine ;
- Une évolution concurrentielle de l'offre qui pèse sur les équilibres de territoire, avec plus de 430 000 m² autorisés au cours des 10 dernières années ;
- A l'échelle de la métropole régionale, une difficile complémentarité entre les grands centres commerciaux et l'hypercentre commerçant ;
- Une notion de proximité de plus en plus basée sur l'économie de temps ;
- Une offre commerciale encore peu en cohérence avec les projets d'aménagement et les objectifs d'économie des ressources, des autorisations en Commission Départementale d'Équipement Commercial (CDEC) qui favorisent les créations nouvelles plutôt que les extensions ;
- 165 000 m² de grandes surfaces autorisées par la CDEC non encore ouvertes début 2006 ;
- Une forte progression des services (+28 % entre 1994 et 2003) et une légère baisse de l'offre en commerces traditionnels.
- Une pression commerciale qui se traduit par des projets de très grande taille et un plancher commercial autorisé de plus de 120 000 m² en 2005.

Armature commerciale et hiérarchie des polarités de l'aire urbaine



Source : auat.

Grandes surfaces (300 m² et plus)

Surface de vente fin 2005	1 060 000 m ²
Autorisations CDEC/CNEC 1995-2005	431 000 m ²
Stock autorisé non ouvert fin 2005	165 000 m ²

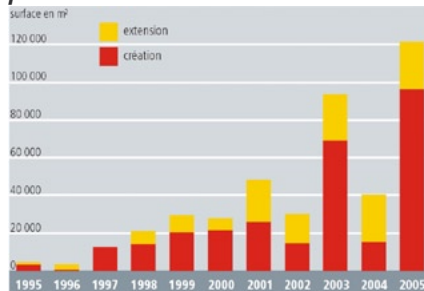
Source : DDCCRF / Préfecture de la Haute-Garonne

Commerces et services traditionnels

Evolution 1994 - 2003		
Nombre d'établissements 2003		
Commerces de moins de 300 m ²	8 000	- 125
Services	6 300	+ 1387

Source : Insee, fichier Sirène.

Autorisation annuelles accordées par la CDEC



Périmètre : aire urbaine de Toulouse.
Source : Préfecture de la Haute-Garonne.

Une fonction économique, mais également un facteur d'intégration et d'aménagement



... ET DE LA DEMANDE

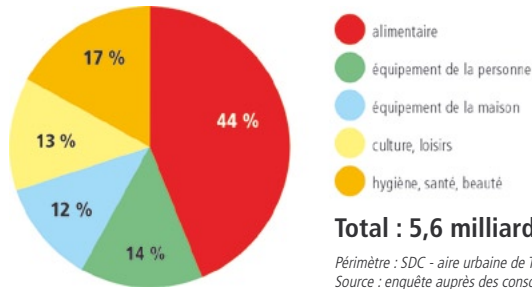
Une demande tournée vers les grandes surfaces

- Un potentiel de consommation des ménages de l'aire urbaine de Toulouse de 5,6 milliards d'euros, qui s'accroît régulièrement du fait de l'arrivée de nouveaux habitants sur le territoire ;
- Une consommation majoritairement tournée vers les grandes surfaces qui captent 60 % de la dépense tous produits confondus (76 % en alimentaire, 48 % en non alimentaire).
- Un commerce traditionnel encore important en non alimentaire (44 % des dépenses) et soutenu en alimentaire par le dynamisme des marchés (9 %).

Croissance démographique moyenne

- 1990-1999 : + 14 000 habitants / an (Insee, recensements),
- Depuis 1999 : + 18 000 habitants / an (Insee, recensement 2004 / estimations auat).

Dépense commercialisable des ménages de l'aire urbaine



Total : 5,6 milliards d'euros

Périmètre : SDC - aire urbaine de Toulouse.
Source : enquête auprès des consommateurs, BVA 2005.

La dépense commercialisable, également appelée potentiel de consommation, désigne l'ensemble des dépenses des ménages sur un an en produits de consommation courante, quelle que soit le lieu d'achat.

Des flux de consommation polarisés sur l'agglomération

- Les commerces du pôle urbain génèrent plus de 75 % du chiffre d'affaires* total qui est estimé à 5,2 milliards d'euros ;
- Un taux de couverture des besoins supérieur à 100 %, qui souligne l'attractivité des grands centres commerciaux (CC) de l'agglomération :
 - Muretain (CC de Portet-sur-Garonne) : 202 %,
 - SICOVAL (CC de Labège) : 123 %,
 - Sud-Ouest (CC de Roques) : 113 %.

* Chiffre d'affaires issu uniquement de la consommation haut-garonnaise.

Part de marché des formes de vente

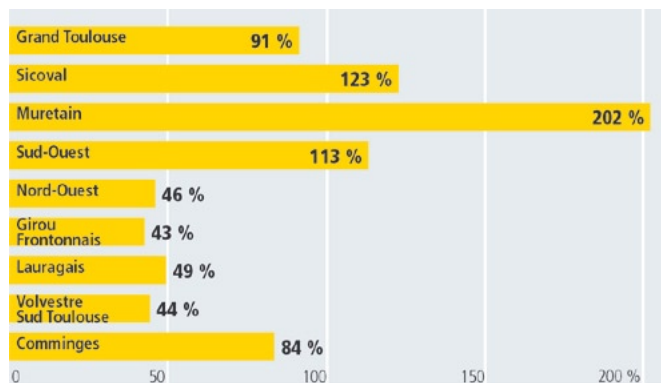
Forme de vente	Alimentaire	Non Alimentaire	Total
Commerce traditionnel	23 %	44 %	35 %
Commerce de moins de 300 m ²	14 %	43 %	31 %
Commerce non sédentaire	9 %	1 %	4 %
Grandes surfaces	76 %	48 %	60 %
Hypermarché	34 %	19 %	26 %
Supermarché	28 %	3 %	14 %
Hard-Discount	13 %	1 %	6 %
Grandes surfaces spécialisées	-	25 %	14 %
Autres (dont vente à distance)	1 %	7 %	5 %
TOTAL (en M€)	2 477	3 174	5 651

Périmètre : SDC - aire urbaine de Toulouse.
Source : enquête auprès des consommateurs, BVA 2005.

Un enjeu d'équilibre entre demande de proximité et fonction métropolitaine



Taux de couverture (chiffre d'affaire / dépense commercialisable)



Périmètre : département de la Haute-Garonne
Source : enquête auprès des consommateurs, BVA 2005.

Le taux de couverture traduit le niveau de réponse théorique apporté par l'offre commerciale d'un secteur à la demande de ce même secteur. Il permet d'observer l'attractivité des commerces du secteur.

LES GRANDES ORIENTATIONS DU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Commerce et Ville, un projet à construire sur des valeurs partagées

Un projet d'aménagement commercial du territoire

1. L'aménagement et l'équipement équilibré du territoire

- Maîtriser l'évolution de l'offre en grandes surfaces (30 000 à 35 000 m² en moyenne annuelle), afin de préserver l'équilibre actuel entre grande distribution et commerces traditionnels ;
- Eviter les positions dominantes en terme d'enseigne ou de groupe ;
- Maîtriser le développement des très grands centres commerciaux périphériques ;
- Protéger la fonction commerciale des bourgs périurbains ;
- Définir une politique sur les nouveaux lieux du commerce, les formes de distribution émergentes.

2. L'attractivité de la métropole, la valorisation des fonctions métropolitaines de la ville centre et le renforcement des centres-villes

- Conforter la fonction commerciale de l'hypercentre de Toulouse ;
- Renforcer les autres centres urbains des communes ;
- Garantir une complémentarité entre niveaux d'offre ;
- Mieux intégrer les grands centres commerciaux dans la Ville.

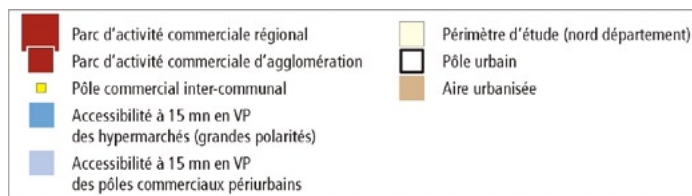
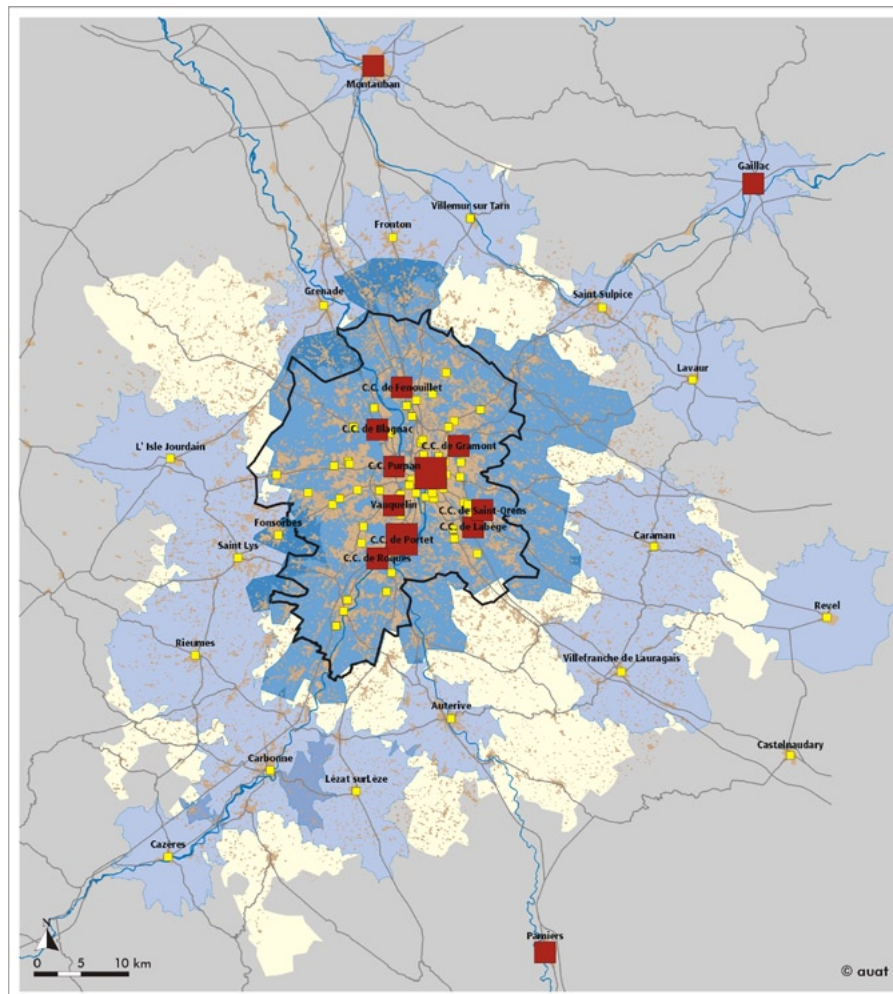
3. La vitalité du commerce de proximité, facteur d'intégration des habitants

- Préserver les pôles de proximité dans leur rôle, à l'échelle des bassins de vie ;
- Développer les pôles commerciaux inter-médiaires, à vocation sectorielle.

4. Une organisation du commerce et de la Ville plus proche des habitants et davantage en cohérence avec les politiques publiques et le respect de l'environnement

- Conforter une organisation des commerces en pôles hiérarchisés, bien insérés dans la Ville et accessibles par plusieurs modes de déplacement ;

Le système concurrentiel de l'aire urbaine



Source : ODEC 31 / Insee / DDCCRF, données 2003 / DDE 31 / auat (isochrones).

- Assurer une cohérence plus forte entre l'appareil commercial, son évolution, et les politiques publiques ;
- Un volet environnemental du Schéma sera précisé dans une charte locale signée par les principaux partenaires.

5. Maintenir et approfondir la connaissance

- Pour assurer la mise en œuvre du Schéma de Développement Commercial, une structure permanente de pilotage a été mise en place : la Conférence d'Urbanisme Commercial.

COMMERCE ET TERRITOIRE : UN LIEN À RENFORCER

Le SDC, un document en cohérence avec les autres documents de planification

Les Schémas de Cohérence Territoriale (SCoT)

Le Code de l'Urbanisme stipule que les Schémas de Développement Commercial et les décisions de la CDEC doivent s'inscrire dans un rapport de compatibilité avec les SCoT (article L.122-1 du Code de l'Urbanisme).

• Aujourd'hui, le Schéma Directeur de l'Agglomération Toulousaine

Le Schéma de Développement Commercial approuvé aujourd'hui prend en compte les documents existants, dont le Schéma Directeur de l'Agglomération Toulousaine (63 communes), approuvé en 1998, valant aujourd'hui SCoT.

• Demain, l'InterSCoT

Adoptée en janvier 2005, la Charte InterSCoT a permis de mettre en place une structure de régulation et de concertation entre les quatre établissements publics en charge des SCoT : l'InterSCoT.

Il est prévu une révision du Schéma de Développement Commercial, dont le périmètre est en cohérence avec l'InterSCoT, afin de prendre en compte les orientations des SCoT et l'évolution des politiques de planification.

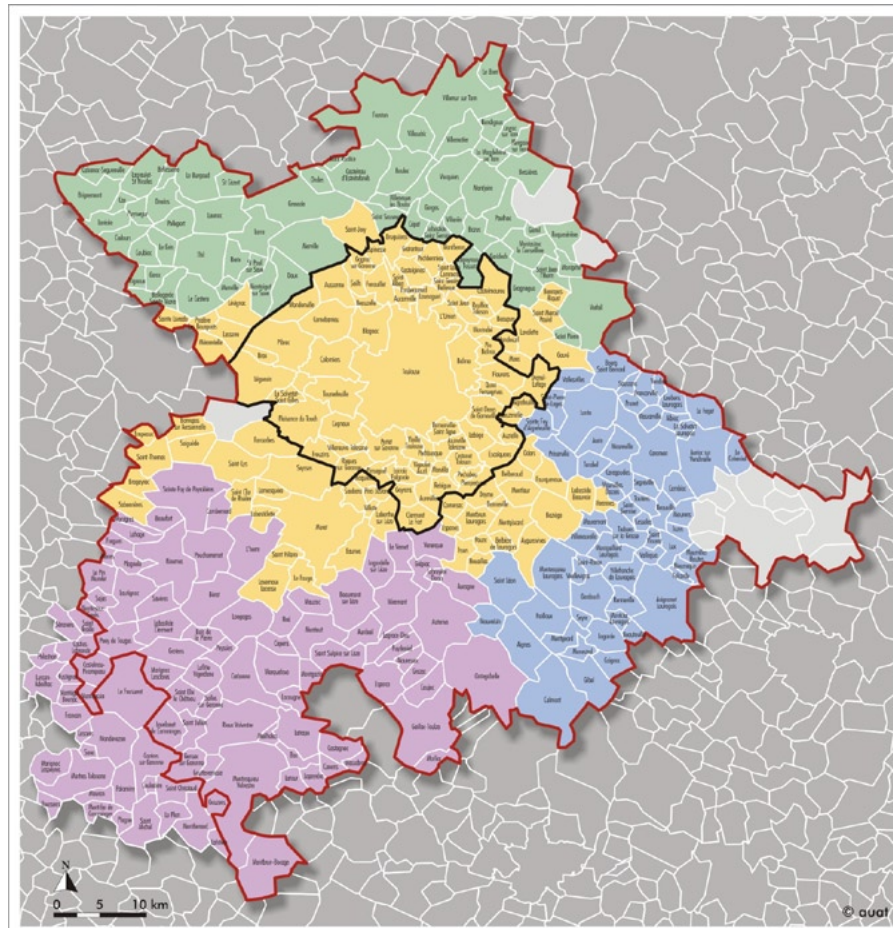
Une convergence avec l'ensemble des politiques publiques

Les autres politiques publiques (Programmes Locaux de l'Habitat, Plans de Déplacements Urbains, ...) devront être élaborées de façon convergente avec le Schéma de Développement Commercial, afin d'être en compatibilité avec les SCoT.

Les Plans Locaux d'Urbanisme (PLU)

En terme de droit des sols, le PLU est le principal outil de mise en œuvre des orientations de la politique d'urbanisme commercial édictées dans les SCoT, permettant notamment une réglementation spécifique sur les pieds d'immeuble à vocation commerciale pour la préservation des linéaires marchands.

SDC, SDAT, InterSCoT : les périmètres



Les grandes orientations du Schéma Directeur de l'Agglomération Toulousaine en matière de commerce

1. Renforcer l'unité et l'attractivité du centre-ville

- Qualifier et diversifier l'offre (évolution des enseignes) ;
- Étendre géographiquement le centre-ville ;
- Promouvoir plus généralement les centralités urbaines de l'agglomération.

2. Vivifier le commerce de proximité

- Éviter la dispersion hors des centralités, des bourgs, éviter les galeries marchandes périphériques ;
- Aménager l'espace public, y implanter des services.

3. Équilibrer l'offre commerciale

- Favoriser la recomposition de l'existant plutôt qu'une extension quantitative de l'offre ou la création de grands pôles à l'extérieur de l'agglomération (en deuxième et troisième couronnes).

LA CONFÉRENCE D'URBANISME COMMERCIAL, structure permanente de suivi du Schéma de Développement Commercial

Maintenir et approfondir la connaissance de la fonction commerciale

Avant la mise en place de la Conférence : l'élaboration du Schéma de Développement Commercial – aire urbaine de Toulouse

A la demande de Monsieur le Préfet, l'ODEC a initié la démarche d'élaboration du Schéma de Développement Commercial.

Ce travail s'est appuyé d'une part sur un **Comité de Pilotage**, regroupant les représentants des élus locaux, des commerces, des Chambres Consulaires, des consommateurs et des services de l'Etat, qui a conduit la réflexion, d'autre part sur un **Comité Technique**, animé par l'Agence d'Urbanisme et d'Aménagement du Territoire – Toulouse Aire Urbaine et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Toulouse, qui a réalisé les travaux.

A l'issue de l'approbation du Schéma de Développement Commercial par l'ODEC, le 23 mars 2005, ces deux instances ont été dissoutes.

SCoT et SDC

Le décret du 20 novembre 2002 et la loi SRU du 13 décembre 2000 ont donné aux Schémas de Développement Commercial une fonction d'orientations en matière de développement commercial et ont imposé une cohérence avec les politiques d'aménagement, notamment par une « compatibilité des schémas de développement commercial avec ceux des départements voisins et avec les Schémas de Cohérence Territoriale et les schémas de secteur ». La loi SRU stipule que « les Schémas de Développement Commercial doivent être compatibles avec les Schémas de Cohérence Territoriale. Il en est de même pour les autorisations prévues par les articles 29 et 36-1 de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat », c'est-à-dire les autorisations délivrées par la Commission Départementale d'Equipement Commercial (CDEC).

Son origine

Le Schéma de Développement Commercial - aire urbaine de Toulouse prévoit la création d'une Conférence d'Urbanisme Commercial, constituée, à l'instar de celles existantes à Lille ou à Nantes, autour des principales collectivités locales, des chambres consulaires, des structures existantes ou futures en charge de l'élaboration et du suivi des SCoT, et des professionnels.

Le SMEAT a pris l'initiative de mettre en place cette structure de pilotage.

Sa fonction

Un rôle d'"Observatoire Applicatif" pour l'ODEC qui vise à :

- produire une information actualisée et partagée,
- établir un bilan annuel de l'application du SDC,
- engager une révision du SDC afin d'assurer la cohérence avec les SCoT futurs.

Ses missions

- **Communiquer** pour faire connaître et expliquer les préconisations du Schéma de Développement Commercial ;
- **Echanger entre partenaires** pour favoriser une vision commune du développement commercial et pour informer des projets menés par chacun (collectivités, professionnels) afin d'avoir connaissance le plus en amont possible des projets commerciaux ;
- **Promouvoir la mise en oeuvre du Schéma de Développement Commercial**, œuvrer à sa prise en charge par les partenaires locaux et mesurer son application ;
- **Observer les évolutions** pour connaître les tendances et les caractéristiques de l'évolution du commerce, tant sur les changements de l'activité commerciale elle-même, des pratiques des habitants, que sur celles de la Ville. Produire de l'observation en direction de l'ODEC et des partenaires.

Sa composition

