

Syndicat Mixte Marne - Ourcq

S CoT **Marne** - **Ourcq**

Document d'Aménagement Commercial (DAC)

Document pour adoption
29 Juin 2013

SOMMAIRE

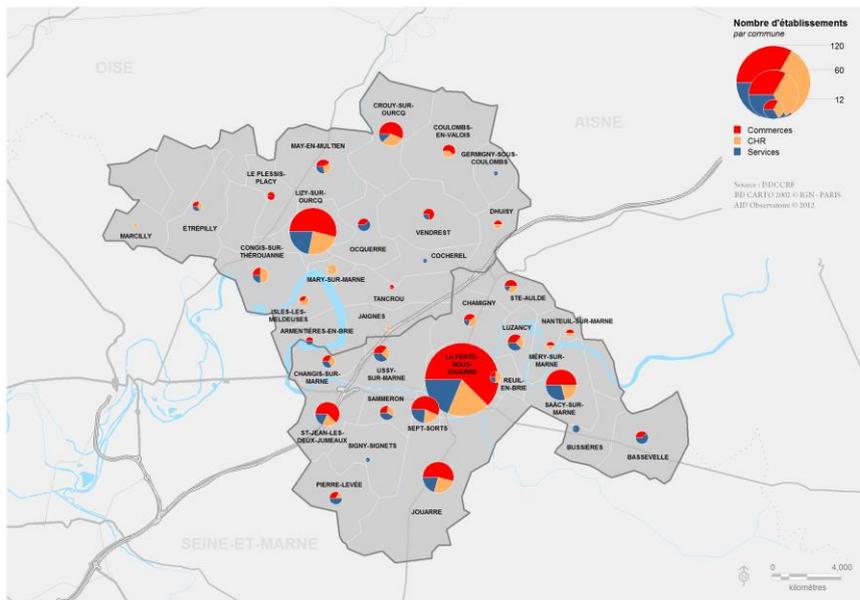
I – Justification des objectifs et des orientations	p 3
1. Les enjeux commerciaux sur le territoire Marne-Ourcq.....	p 3
2. Les principes du Projet d’Aménagement Commercial et Artisanal Durable	p 16
II – Délimitation des ZACOM et rappel des prescriptions du DOO	p 18
1. Document d’Aménagement Commercial portant délimitation des ZACOM	p 18
2. Rappel des prescriptions et recommandations du DOO	p 21
Annexe	p 28

I. JUSTIFICATION DES OBJECTIFS ET DES ORIENTATIONS

1. Les enjeux commerciaux sur le territoire de Marne-Ourcq

1.1 – ANALYSE DE L’OFFRE COMMERCIALE

1.1.1 – Densité commerciale



On compte sur le territoire 328 établissements commerciaux (source : base SIREN de l’INSEE).

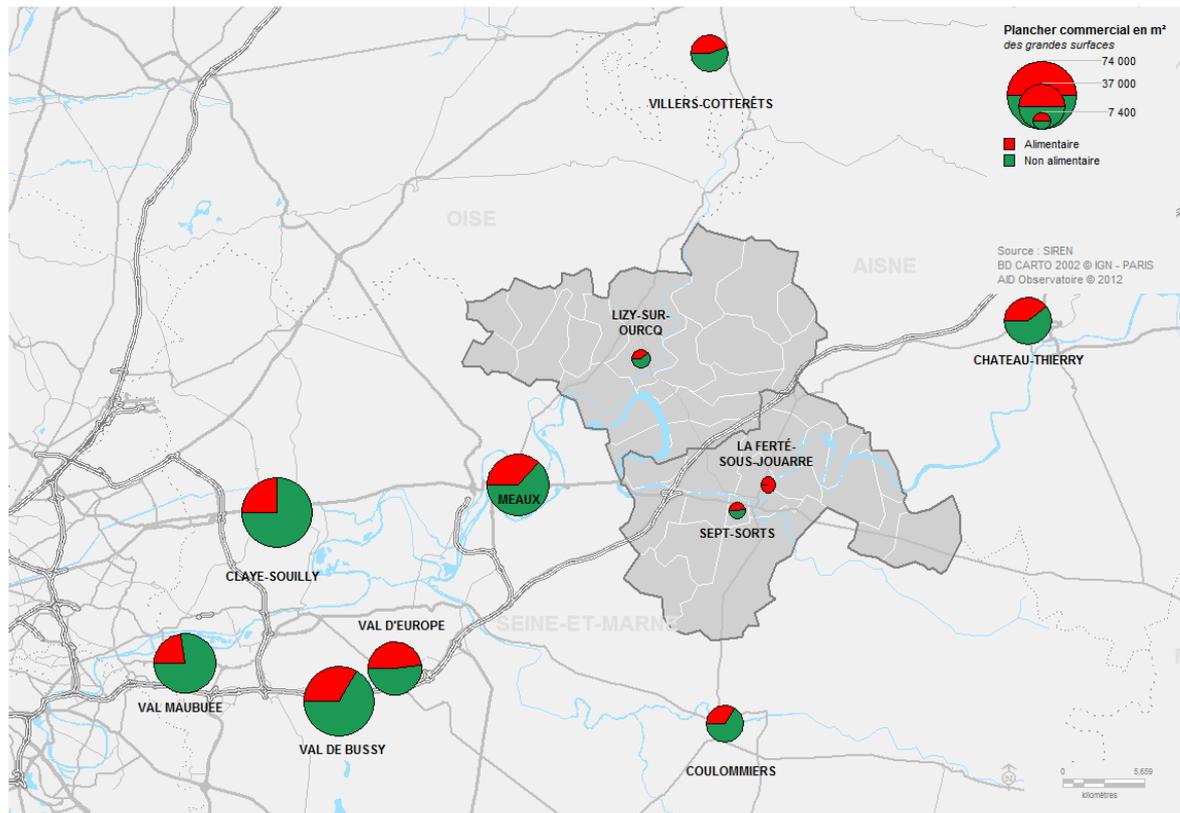
Cela correspond à une densité commerciale équivalente à 7 établissements commerciaux pour 1 000 habitants, ce qui est légèrement inférieur à la moyenne nationale (8 établissements pour 1000 habitants).

La densité commerciale est plus faible dans le Pays de l’Ourcq (5‰) que dans le Pays Fertois (9‰). Parmi ces établissements commerciaux, on trouve 60 % de commerces (195), 27 % de Cafés-Hôtels-Restaurants (90) et 13 % de services commerciaux (43).

On constate que peu de Communes n’ont aucun établissement commercial.

Le commerce se concentre sur les pôles de la Ferté-sous-Jouarre / Sept-Sorts et de Lizy-sur-Ourcq. Cependant, une offre commerciale non négligeable existe sur les Communes de Crouy-sur-Ourcq, Jouarre, Saâcy-sur-Marne et Saint-Jean-les-Deux-Jumeaux.

1.1.2 – Plancher commercial



La surface commerciale de commerces de + de 300 m² est d'environ 110 000 m² sur le territoire du SCoT.

Les surfaces de + de 300 m² sont concentrées à Lizy-sur-Ourcq, La Ferté-sous-Jouarre et Sept-Sorts.

- Le pôle de La Ferté-sous-Jouarre est essentiellement constitué de moyennes et grandes surfaces alimentaires (Leclerc, Leader Price, Lidl et Shopi) sur environ 5 000 m² de surface de vente.
- Le pôle de Sept-Sorts est partagé entre une offre alimentaire (Intermarché) et non-alimentaire (Kiabi, Monsieur Bricolage, La Halle aux Chaussures, BigMat, Coconing, Tentations) sur environ 2 500 m² de surface de vente.
- Le pôle de Lizy-sur-Ourcq est positionné actuellement sur une offre d'environ 2 500 m² en alimentaire (Intermarché, Dia) et non-alimentaire (BigMat, Coconing, Gamm Vert).

Le territoire est encerclé par des pôles commerciaux d'importance régionale : Meaux (dont les zones commerciales Leclerc/Intermarché/Auchan de Meaux, Trilport, Nanteuil/Mareuil-lès-Meaux), Coulommiers au Sud, Château-Thierry à l'Est et Villers-Cotterets au Nord. Il faut également signaler la présence de moyennes surfaces sur les Communes de Charly-sur-Marne (Super U) et Saint-Souplets (Carrefour Market, Leader Price), à proximité immédiate du SCoT.

La région Parisienne est très proche du territoire, et les zones commerciales de Marne-la-Vallée sont également des pôles concurrentiels majeurs sur tous les achats occasionnels et exceptionnels.

1.1.3 – Projets commerciaux

Grands projets commerciaux sur les pôles concurrentiels voisins

Meaux

ZAC du Pays de Meaux (Chauconin-Neufmontiers)

La réalisation d'un centre commercial « les Saisons de Meaux » et d'un magasin de bricolage est autorisée en CNAC en octobre 2010 (ouverture prévue en 2013).

Il s'agit de la création d'un ensemble commercial de 33 100 m² de Surface de Vente et d'un magasin de bricolage soit au total 46 000 m² créés (SHON : 66 000 m²), dont un hypermarché Auchan de 11 500 m², 8 moyennes surfaces non alimentaires pour 11 000 m², 73 boutiques pour 10 000 m² environ, et 1 Leroy Merlin de 13 000 m².

Il convient de signaler également la création par déplacement commercial d'un magasin existant du Bricorama de Meaux (4 500 m²).

Claye-Souilly

L'extension du centre commercial « Carrefour » a été autorisée en CNAC en juillet 2009.

Il s'agit de la restructuration et de l'extension de 11 900 m² de la galerie marchande (8 moyennes surfaces non alimentaires, 40 boutiques non alimentaires=

La CDAC a également autorisé en février 2011 la création d'un ensemble commercial de 3500 m² de Surface de Vente répartis en 4 moyennes surfaces non alimentaires

Val d'Europe

L'ensemble commercial Val d'Europe s'étend d'environ 20 000 m² de surface de vente, principalement autour d'une offre en équipement de la personne, décoration et sport.

Coulommiers

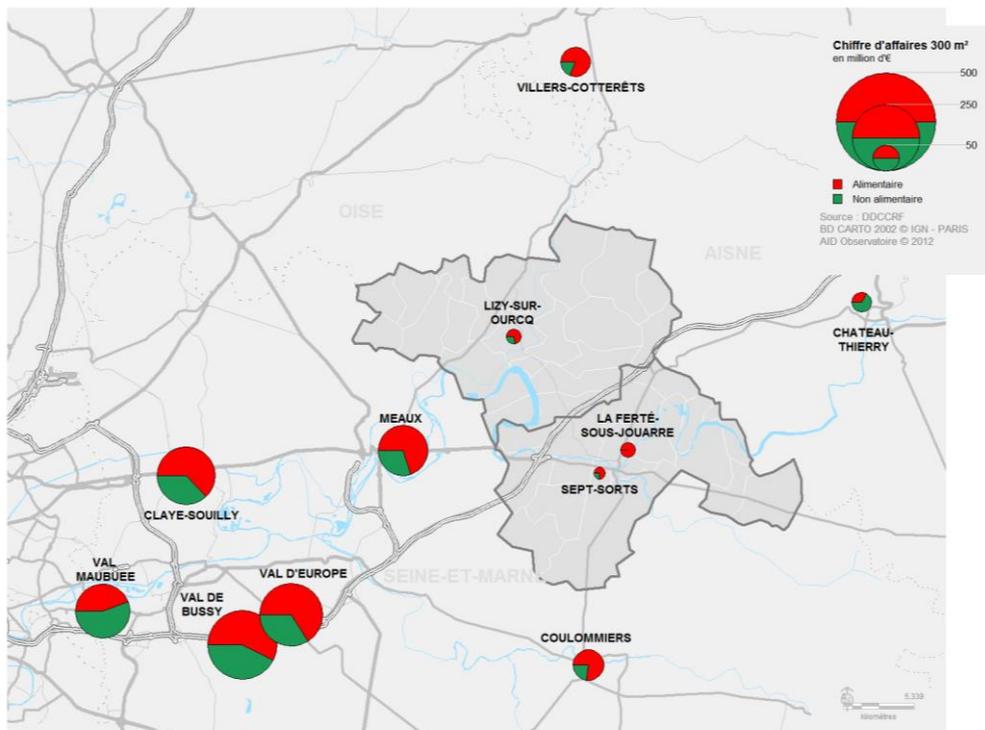
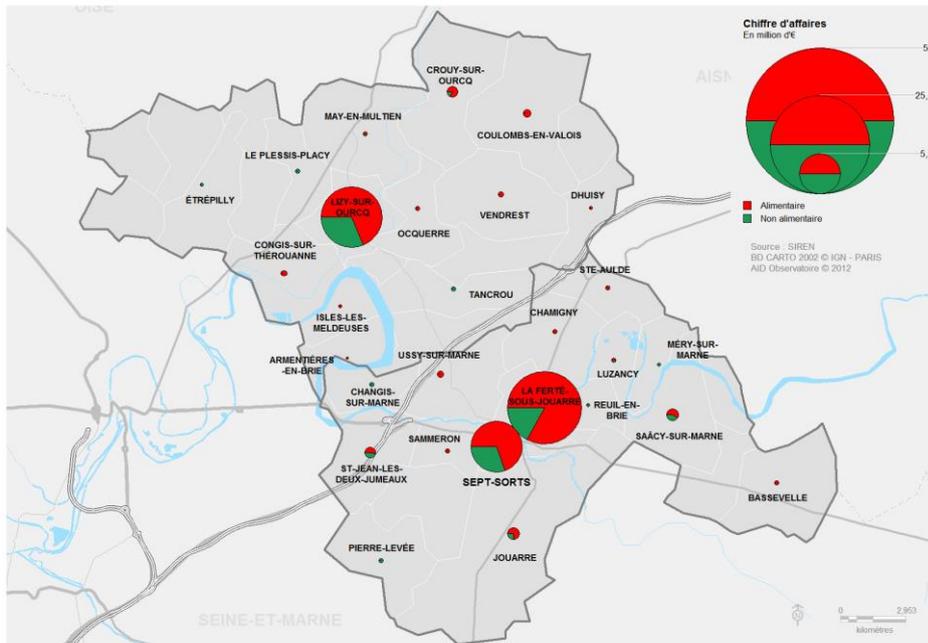
7 magasins consacrés à l'équipement de la maison (type meubles) ont été autorisés en 2012 sur la Zone Industrielle de Saint-Pierre à Coulommiers.

A signaler également le déménagement et l'extension de l'hypermarché Intermarché.

1.1.4 – Chiffre d'affaires

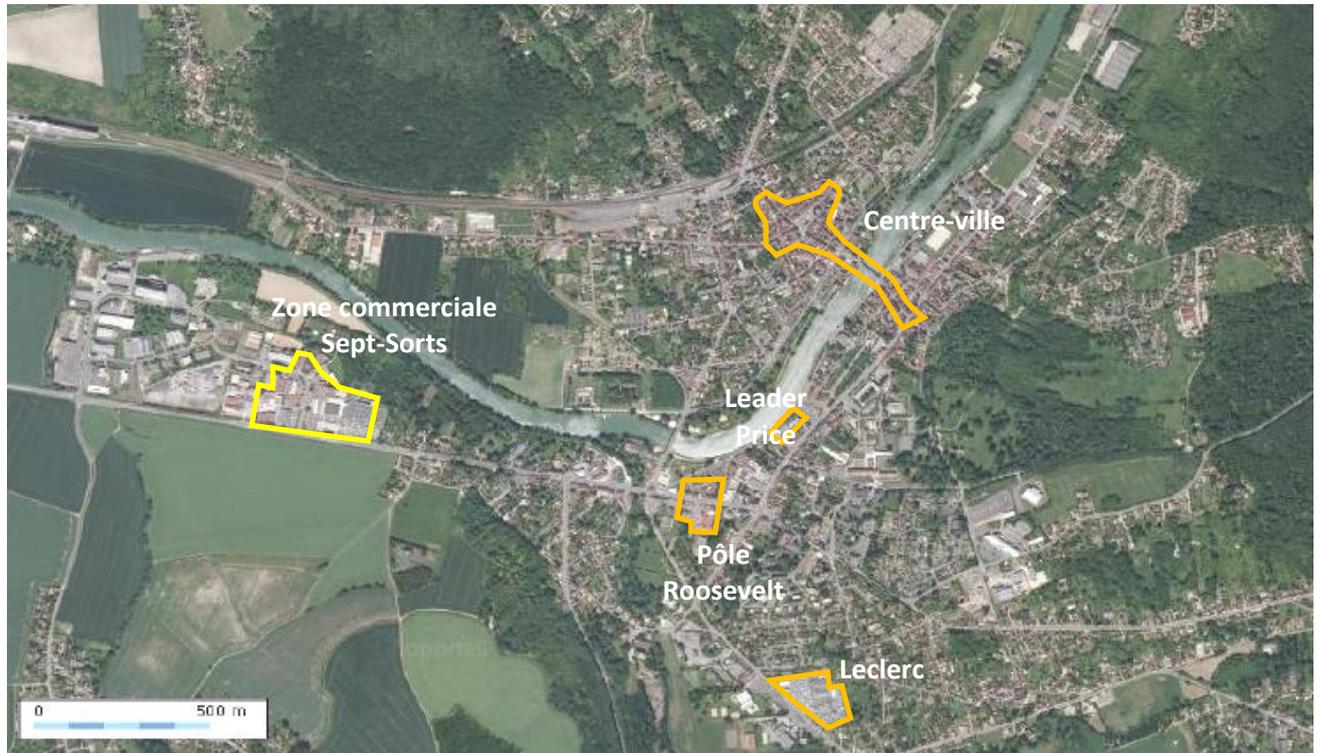
Le chiffre d'affaires total du SCoT est de 132 Millions d'euros.

Les pôles les plus importants sont : La Ferté-sous-Jouarre (51 M€), Lizy-sur-Ourcq (38 M€) et Sept-Sorts (27 M€). Viennent ensuite les Communes de Sâcý-sur-Marne, Jouarre, Crouy-sur-Ourcq et Saint-Jean-les-Deux-Jumeaux entre 1,5M€ et 2,5 M€. Ces chiffres d'affaire sont difficilement comparables avec ceux réalisés sur les pôles extérieurs qui se développent en direction de la région parisienne.



1.1.5 – Analyse par pôle

La Ferté-sous-Jouarre / Sept-Sorts



Le pôle de la Ferté-sous-Jouarre / Sept-Sorts est composé de plusieurs ensembles commerciaux.



D'abord un **centre-ville** commerçant dense s'étend autour de la place de l'Hôtel de Ville jusqu'à la Marne et continue le long de la rue du Faubourg sur la rive gauche de la Marne. Il s'organise autour de la place et d'une locomotive alimentaire Shopi (moyenne



surface). Fort d'un mobilier urbain recherché, d'espaces publics de

convivialité, et d'un dynamisme apparent (particulièrement les jours de marché), le centre-ville connaît

cependant des problèmes en termes d'accessibilité et de vacance en dehors des axes principaux. Les projets de réhabilitation de la place de l'Hôtel de Ville et du parking Gare doivent permettre de régler en grande partie la problématique du stationnement diffus dans cette zone.



Un **pôle** se développe à l'ouest de la Commune autour de l'avenue Franklin **Roosevelt** entre les deux ronds-points principaux : Lidl, Picard, Fleurs, boulangerie... Une moyenne surface Leader Price se situe le long du Quai des Anglais.

Enfin, un **hypermarché Leclerc** d'environ 3 000 m² se trouve au Sud de la Commune sur l'avenue de Rebais. Il s'agit d'un établissement historique (création en 1972) qui attire la clientèle du Pays Fertois. Des locaux vétustes et un manque de place poussent aujourd'hui la direction de cet établissement à rechercher une autre localisation pour se développer. Le sud de la zone de Sept-Sorts, sur des parcelles acquises par Leclerc, est aujourd'hui la localisation privilégiée par l'enseigne pour la construction d'un nouvel



hypermarché (remplaçant l'actuel magasin), d'une galerie marchande et du développement d'une zone commerciale.

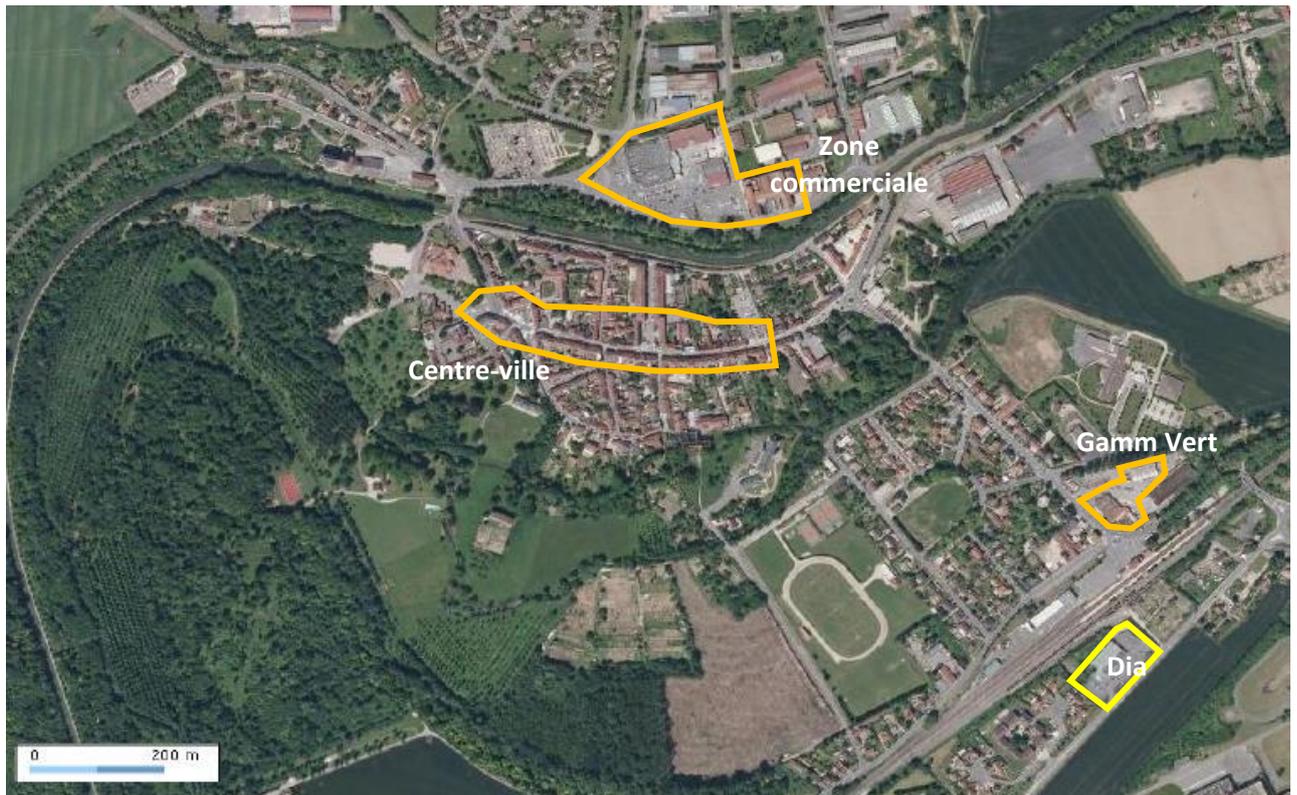
La **zone commerciale de Sept-Sorts** s'est pour l'instant développée au Nord de la D603 à l'est d'une zone industrielle et artisanale sans véritable perméabilité entre les activités

(reprise de bâtiments industriels par du commerce). Elle s'est construite autour d'une

locomotive Intermarché qui s'est récemment étendu (Kiabi, Cocooning, McDonalds). Une offre limitée d'équipement de la personne (La Halle aux Chaussures...), de bricolage (Monsieur Bricolage) et de matériaux (BigMat) vient compléter cette zone. On constate dans cette zone peu d'aménagements de l'espace public, de mobilier urbain commercial et d'éléments de distinction de la zone commerciale vis-à-vis de la zone artisanale.



Lizy-sur-Ourcq



Le linéaire commercial (sans réelle continuité) du **centre-ville** de Lizy-sur-Ourcq s'étire de la place Harouard jusqu'à la place du Marché. On constate un

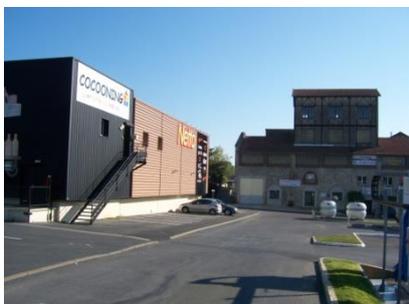


phénomène de vacance dans le centre-ville. Les commerces restants se trouvent souvent dans des locaux vétustes ne contribuant pas au dynamisme du centre-ville. Une supérette Cocci Market joue le rôle de locomotive alimentaire du centre-ville, où les services commerciaux (banques, agences...) se développent à mesure que les commerces de bouche



ferment.

Une **zone commerciale** s'est développée de l'autre côté du Canal de l'Ourcq. Elle est relativement proche du centre-ville mais il n'existe pas de connexion entre les deux ensembles. On y trouve une



grande surface Intermarché, un magasin de matériaux (BigMat), de meubles-déco (Cocooning) et un ancien Netto vacant. Il existe peu de traitement paysager de cet espace, intégré dans une zone



artisanale et industrielle. Il existe également sur la Commune un

Gamm Vert à proximité de la Gare et un **Dia** près de l'ensemble de logement social de Mary-sur-Ourcq.

Autres Communes

Le reste des commerces sur le territoire est dispersé sur l'ensemble des Communes, avec une plus forte densité sur les centres-bourgs de Jouarre, Crouy-sur-Ourcq et Saâcy-sur-Marne. De même, le centre-bourg de Saint-Jean-les-Deux-Jumeaux attire une clientèle de passage sur la route de Meaux.

Les problématiques de la vacance (Crouy), du commerce autour des gares (Crouy, Saâcy, Changis) et de la continuité du linéaire commercial (Saint-Jean) doivent être traitées dans la stratégie du DAC.



1.2 – ANALYSE DE LA CLIENTELE

Cette analyse est réalisée à partir de l'enquête ménage de la CCI Seine-et-Marne.
Indice de Disparité de la Consommation

Type d'achats	IDC
Alimentaire	106
Equipement de la personne	98
Mobilier	106
Bricolage	120
Décoration	134
Blanc brun gris	102
Jeux Jouets	116
Biens Culturels	101
Plantes fleurs	119
Sport	88
Services commerciaux	113
Hygiène Santé	88

Cet indice mesure le niveau moyen de consommation par ménage et par produit, rapporté à une moyenne France de 100.

On constate particulièrement une consommation forte des ménages dans l'équipement de la maison (bricolage, décoration...). La population du SCoT consomme beaucoup dans de nombreux domaines et les chiffres de l'IDC s'expliquent notamment par la jeunesse de la population et la forte présence de nouveaux ménages accédant à la propriété, qui équipent leur logement.

Le total des dépenses de consommation des habitants du SCoT à l'intérieur et à l'extérieur du territoire s'élève à 150 M€.

Destination de la consommation

Les achats « réguliers » comprennent :

Boulangerie, pâtisserie
Viandes, charcuterie, volaille
Poissons, crustacés, coquillages
Epicerie (produits secs, conserves, boissons)
Fruits et légumes
Hygiène et entretien
Journaux, presse

Les achats « occasionnels légers » comprennent :

Parfumerie, produits de beauté, parapharmacie Vêtements pour femmes
Vêtements pour hommes
Vêtements pour enfants (moins de 12 ans)
Chaussures
Livres, CD, DVD, jeux vidéo
Hifi, photo, vidéo, matériel informatique
Téléphonie fixe ou mobile
Articles de sport (y compris vêtements-chaussures), camping, musique
Arts de la table, décoration, linge de maison

Les achats « occasionnels lourds » comprennent :

Bricolage
Jardinage (plantes, outils...)

Les achats « exceptionnels » comprennent :

Electroménager
Mobilier y compris literie

Les ménages du territoire du SCoT Marne-Ourcq réalisent **49%** de leurs achats dans les commerces sédentaires ou non sédentaires présents sur le territoire (51% d'évasion).

Par typologie d'achats, les ménages du territoire Marne-Ourcq effectuent 62,6% de leurs achats « réguliers » dans les commerces du territoire, c'est à dire près de 2 achats sur 3.

Les achats occasionnels et exceptionnels sont minoritairement réalisés sur le territoire SCoT.

Ces taux d'emprise relativement faibles s'expliquent en grande partie par la proximité des pôles commerciaux d'envergure régionale (Meaux, Val d'Europe, Château-Thierry, Coulommiers).

	Achats réguliers	Achats occasionnels légers	Achats occasionnels lourds	Achats exceptionnels
Achats réalisés dans les magasins ou marchés du SCoT	62,6 %	16,3 %	22,3 %	8,2 %

Achats réalisés par les ménages :	Global (tous achats confondus) Pays de l'Ourcq	Global (tous achats confondus) Pays Fertois	TOTAL
du SCoT	14,8 %	34,2 %	49 %
du Pays de l'Ourcq	34,2 %	2,7 %	36,9 %
Du Pays Fertois		58,2 %	58,2 %

Les ménages du Pays Fertois réalisent 58,2% de leurs achats sur le territoire SCoT contre 36,9% pour les habitants du Pays de l'Ourcq. Le Pays Fertois ne consomme pas sur le Pays de l'Ourcq. Seulement 2,7 % des ménages du Pays de l'Ourcq vont consommer dans le Pays Fertois.

Achats réguliers (alimentaire, presse papeterie) en %		Lieu de résidence		
		SCoT	Pays Fertois	Pays de l'Ourcq
Lieu de consommation	Pays Fertois	43	73	3
	Pays de l'Ourcq	20	0	46
	Evasion Hors-SCoT	37	27	51
	Dont Pays de Meaux	26	14	41
	Dont Claye-Souilly	1	0,5	2
	Dont Val d'Europe	0,5	0,5	1
	Dont CC Coulommiers	1	2	0
	Dont VPC/Internet	1,5	1,5	1
	Dont Autres (France)	7	9	6

Achats occasionnels légers (équipement de la personne) en %		Lieu de résidence		
		SCoT	Pays Fertois	Pays de l'Ourcq
Lieu de consommation	Pays Fertois	13,5	23	2
	Pays de l'Ourcq	2,5	0	6
	Evasion Hors-SCoT	84	77	92
	Dont Pays de Meaux	33	26	43
	Dont Claye-Souilly	11	9	14
	Dont Val d'Europe	9	10	7
	Dont CC Coulommiers	5	8	0
	Dont VPC/Internet	13	12	14
	Dont Autres (France)	13	12	14

Achats occasionnels lourds (bricolage, jardinage) en %		Lieu de résidence		
		SCoT	Pays Fertois	Pays de l'Ourcq
Lieu de consommation	Pays Fertois	18	29	2
	Pays de l'Ourcq	4	0	11
	Evasion Hors-SCoT	78	71	87
	Dont Pays de Meaux	39	27	56
	Dont Claye-Souilly	11	12	10
	Dont Val d'Europe	0	0	0
	Dont CC Coulommiers	3	5	0
	Dont VPC/Internet	1	1	1
	Dont Autres (France)	24	26	20

Achats exceptionnels (mobilier, culture, sport, hi-fi, électroménager...) en %		Lieu de résidence		
		SCoT	Pays Fertois	Pays de l'Ourcq
Lieu de consommation	Pays Fertois	7	13	1
	Pays de l'Ourcq	1	0	2
	Evasion Hors-SCoT	92	87	96
	Dont Pays de Meaux	39	41	36
	Dont Claye-Souilly	8	4	11
	Dont Val d'Europe	1	1	1
	Dont CC Coulommiers	1	1	0
	Dont VPC/Internet	21	20	23
	Dont Autres (France)	22	20	23

Il convient de rappeler que Castorama a ouvert au Val d'Europe à la fin de la période d'enquête. Parmi les destinations de la consommation, on retrouve dans 'autres' les pôles de Château-Thierry, Villers-Cotterêts et Charly-sur-Marne (hors Seine-et-Marne), Villeparisis, Coutevroult et Lognes.

Les ménages du territoire du SCoT réalisent 51 % de leurs achats hors du territoire. Elle est plus marquée pour les ménages du Pays de l'Ourcq. L'évasion est particulièrement importante dans les achats occasionnels lourds (quasiment hebdomadaires).

Les ménages du SCoT réalisent 28,5 % de leurs achats dans les équipements commerciaux du Pays de Meaux.

La position du SCoT vis-à-vis des territoires voisins sera déterminante quant à la réduction de l'évasion commerciale vers les pôles environnants.

1.3 – SYNTHÈSE

Le SCoT Marne-Ourcq est un territoire partagé en deux bassins de vie sur lesquels un pôle commercial rayonne : La Ferté-sous-Jouarre sur le Pays Fertois et Lizy-sur-Ourcq sur le Pays d'Ourcq, sans connexion entre les deux Pays.

Des pôles de proximité (Crouy-sur-Ourcq, Saâcy-sur-Marne, Jouarre) maillent le territoire, en particulier dans le Pays Fertois. Le développement commercial actuel a tendance à se faire le long de la D603 qui relie Meaux à la Ferté-sous-Jouarre.

Le territoire est sous influence commerciale directe du pôle de Meaux (en développement) et d'autres pôles concurrentiels dans l'Aisne et la région parisienne.

2. Les principes du Projet d'Aménagement Commercial et Artisanal Durable

Disposer d'un équipement commercial permettant de répondre aux besoins réguliers et occasionnels et disposer d'une offre de premier niveau pour les achats exceptionnels

Le SCoT intègre les objectifs suivants :

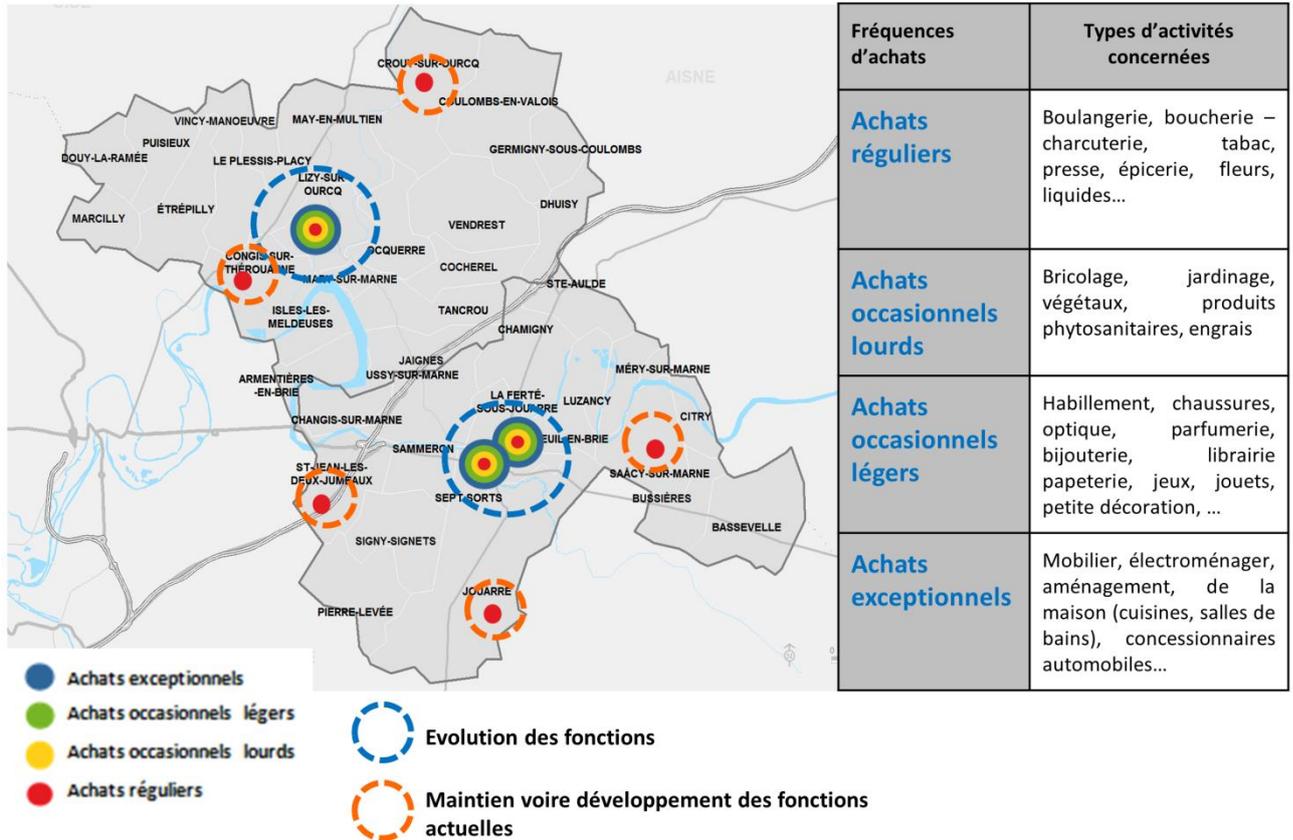
En matière d'aménagement :

- Répartir l'offre commerciale et artisanale de manière équilibrée sur le périmètre de chaque bassin de vie (Pays de l'Ourcq, Pays Fertois), en appui de l'armature urbaine hiérarchisée, et permettant de répondre aux besoins réguliers de la population existante et à venir.
- Réduire les dysfonctionnements d'attractivité locaux pour les achats quotidiens sur les pôles de Crouy-sur-Ourcq, Saâcy-sur-Marne, Jouarre, St-Jean-les-Deux-Jumeaux, Congis-sur-Thérouanne en cohérence avec l'armature commerciale et artisanale actuelle et le potentiel de marché local.
- Renforcer sur le plan commercial les pôles de Lizy-sur-Ourcq et de La Ferté-sous-Jouarre sur des secteurs d'activité non concurrentiels localement, notamment sur les segments d'achats occasionnels et exceptionnels.

En matière de développement durable :

- Privilégier les développements commerciaux et artisanaux en densification au cœur des centralités, du tissu urbain et au contact des gares.
- Encadrer spatialement le développement commercial et artisanal périphérique afin qu'il reste au contact des enveloppes urbaines.
- Améliorer l'attractivité et la qualité environnementale et paysagère de l'appareil commercial et artisanal.

Armature commerciale future du SCoT Marne-Ourcq



Source : AID Observatoire, Document d'Aménagement Commercial, Octobre 2012.

II. DELIMITATION DES ZACOM ET RAPPEL DES PRESCRIPTIONS DU DOO

1. Document d'Aménagement Commercial portant délimitation des ZACOM

La délimitation des Zones d'Aménagement Commercial (ZACOM) permet de :

- localiser les secteurs dédiés au développement commercial ;
- calibrer le foncier qui peut être mis à disposition du commerce sur chacune de ces localisations ;
- définir des principes d'aménagement dans chaque ZACOM.

Cette délimitation a été élaborée au regard des objectifs du SCoT et en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement et de qualité de l'urbanisme. Les objectifs poursuivis sont notamment :

- maîtriser le foncier urbanisable à vocation commerciale et optimiser l'occupation de l'espace dans les ZACOM ;
- limiter l'étalement urbain et la consommation des espaces naturels et agricoles en favorisant la densification plutôt que l'extension des espaces dédiés au commerce ;
- permettre à chaque polarité de développer une offre correspondant à sa fonction commerciale ;
- favoriser des logiques d'aménagement d'ensemble, permettant de mutualiser les infrastructures d'accès et de stationnement, mais également de favoriser les déplacements doux au sein d'un même pôle.

La délimitation des ZACOM

[P25] Les documents graphiques des localisations préférentielles au sein des documents d'urbanisme doivent être en compatibilité avec les documents graphiques ci-après.

Sur le périmètre du SCOT Marne Ourcq, on dénombre **2 ZACOM** constituant les localisations préférentielles pour l'accueil d'équipements commerciaux soumis à autorisation au titre de l'article L.752-1 du Code du commerce (ayant une surface de vente de plus de 1000 m²).

Il s'agit de :

Nom de la ZACOM	Justification de la ZACOM
Mary sur Marne	<p>Apporter une desserte de premier niveau permettant de limiter les déplacements extérieurs pour les motifs achat</p> <p>En matière de typologie de développement, cette zone devra être utilisée pour la création d'activités répondant aux achats occasionnels lourds et exceptionnels. Les formats des points de vente devront toutefois rester contraints dans un objectif d'apporter une desserte de premier niveau uniquement</p> <p>Favoriser la polarisation des équipements commerciaux du bassin de l'Ourcq sur le pôle urbain de Lizy-sur-Ourcq. Faire le lien entre le pôle gare et la zone d'activité économique de la Petite Plaine.</p>
Sept Sorts	<p>Apporter une desserte élargie permettant de réduire les déplacements à l'extérieur du bassin pour les motifs achat</p> <p>En matière de développement commercial, cette zone devra être utilisée dans le cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> . du transfert de l'hypermarché Leclerc qui rencontre de fortes difficultés d'exploitation sur son site actuel . de la création d'activités répondant aux achats occasionnels lourds et exceptionnels <p>Cette zone pourra être mixte et donc comporter une partie activités économiques (hors commerce). La ZACOM ne délimitera toutefois que la partie à dominante commerciale.</p> <p>Favoriser la polarisation des équipements commerciaux du bassin Fertois sur le pôle urbain majeur de La Ferté-sous-Jouarre / Sept-Sorts.</p>

1. Mary sur Marne

Vocation de la zone : localisation préférentielle pour des achats occasionnels lourds et exceptionnels.

Principes de délimitation de la localisation préférentielle : développement en miroir du pôle DIA.

Aménagement : recommandations particulières :

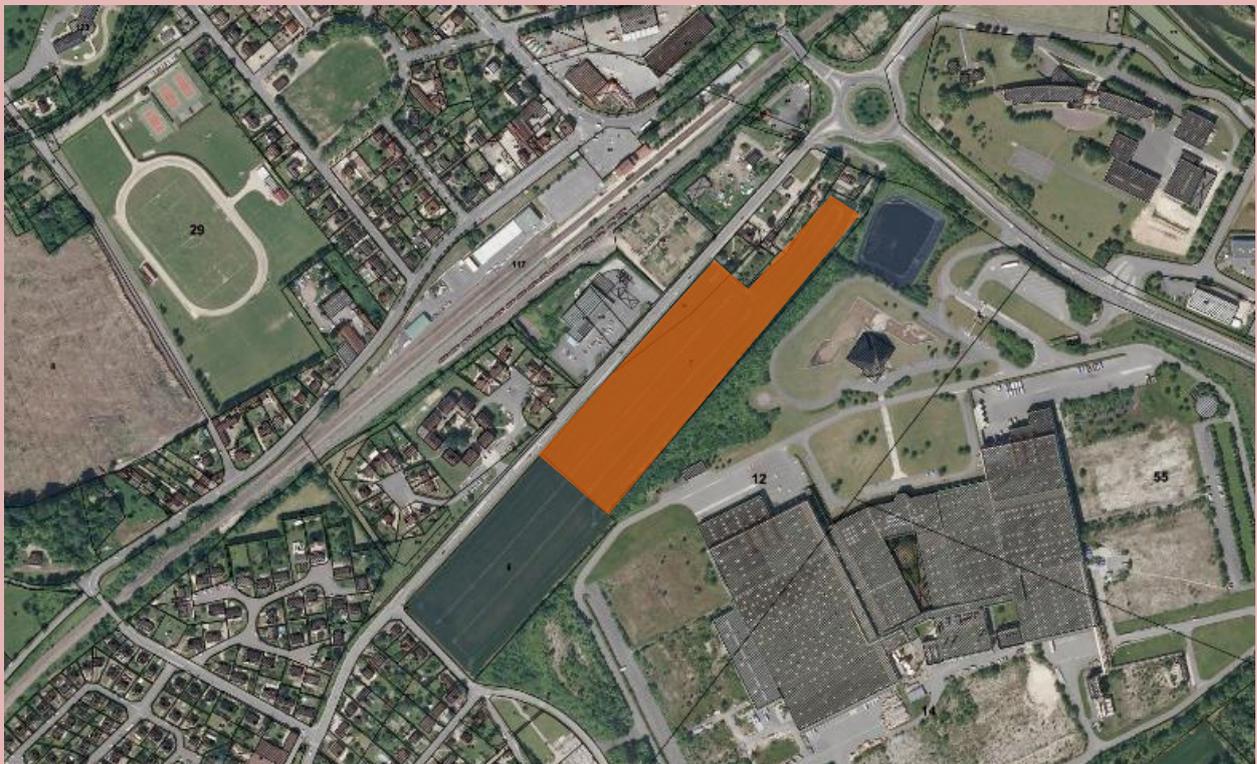
Aménagement du pôle à réaliser en liaison avec la zone économique et avec le pôle DIA.

Partie arrière à conserver en réserve foncière / stockage.

Zones tampon à prévoir avec les zones d'habitat.

Taille de la ZACOM : 2,5 ha

Délimitation de la ZACOM :



2. Sept-Sorts

Vocation de la zone : Localisation préférentielle pour des achats occasionnels lourds et exceptionnels.

Principes de délimitation de la localisation préférentielle : développement en profondeur sur les limites de la parcelle

Aménagement : recommandations particulières :

Aménagement du pôle à réaliser en mutualisant les voiries d'accès et de desserte, les services (déchets...), les stationnements.

Zones tampon à prévoir avec les zones d'habitat.

Pas d'accès de véhicules (hors vélo) par le fond de la parcelle.

Taille de la ZACOM : 6,5 ha

Délimitation de la ZACOM :



2. Rappel des prescriptions et recommandations du DOO

PREAMBULE

Le Document d’Orientation et d’Objectifs (DOO) comporte deux grands types d’orientations :

Les **orientations prescriptives [PO]** indiquées dans ce document sont des règles d’urbanisme de portée juridique qui s’imposent aux documents d’urbanisme de norme inférieure dont les PLU et les cartes communales.

Les **recommandations [RO]** inscrites dans ce document s’adressent à l’ensemble des 41 communes du SCoT, mais aussi le cas échéant aux EPCI et opérateurs compétents, et complètent les orientations par des éléments de conseil qui n’ont pas de portée juridique dans le DOO, notamment en raison de l’absence d’une compétence directe du SCoT sur le thème concerné (par exemple, dans le domaine des transports collectifs, dans celui de la formation...). Les recommandations sont également utilisées pour apporter des éléments d’information supplémentaires (mesures d’accompagnement, outils mobilisables...).

ORGANISER LE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Les orientations qui suivent s’appliquent aux commerces de détail et activités artisanales inscrites au registre du commerce. Ne sont pas concernés par les orientations de ce document, le commerce de gros, les activités non commerciales, et notamment l’artisanat de production, l’industrie, les activités de bureau, les services aux entreprises, l’hôtellerie, la restauration ou encore les « Drives ». Les activités agricoles et artisanales avec point de vente ne sont pas non plus concernées par les orientations de ce document, dans la mesure où la surface de vente n’excède pas 30 % de la surface de plancher globale dédiée à l’activité.

I - Identifier les localisations préférentielles et principes associés pour le commerce de plus de 1.000 m²

	Orientation	Principaux principes associés
[P19]	Définir les localisations préférentielles pour le développement commercial	Les commerces de + de 1.000 m ² de surface de vente devront s’implanter préférentiellement dans les centralités commerciales et les ZACOM.
[P20]	Définir des principes de développement commercial hors localisations préférentielles	Une extension de 20% de la surface de vente des points de vente existants est autorisée pour modernisation sur la période de référence du DAC (6 ans).

II - Favoriser le maintien et le développement commercial des centralités

	Orientation	Principaux principes associés
[P21]	Assurer la complémentarité des fonctions entre centralités et espaces de périphérie	Les développements commerciaux futurs répondront aux principes suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Achats réguliers en centres villes, quartiers et centres bourgs. - Achats occasionnels légers en centres villes, quartiers et centres bourgs. - Achats occasionnels lourds dans les ZACOM de périphérie, les centralités commerciales et les pôles commerciaux existants. - Achats exceptionnels dans les ZACOM de périphérie, les centralités commerciales et les autres pôles commerciaux.
[R16]	Créer les conditions pour le développement commercial dans les centralités commerciales	<ul style="list-style-type: none"> - Délimitation des secteurs de développement commercial dans les documents d'urbanisme locaux sur la base des périmètres de centralité commerciale définis dans le DOO. - Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme : alignements commerciaux, périmètres de préemption, périmètres de renouvellement urbain, poches de stationnement...

Les centralités commerciales sont repérées ci-après

Lizy-sur-Ourcq

 Centralité



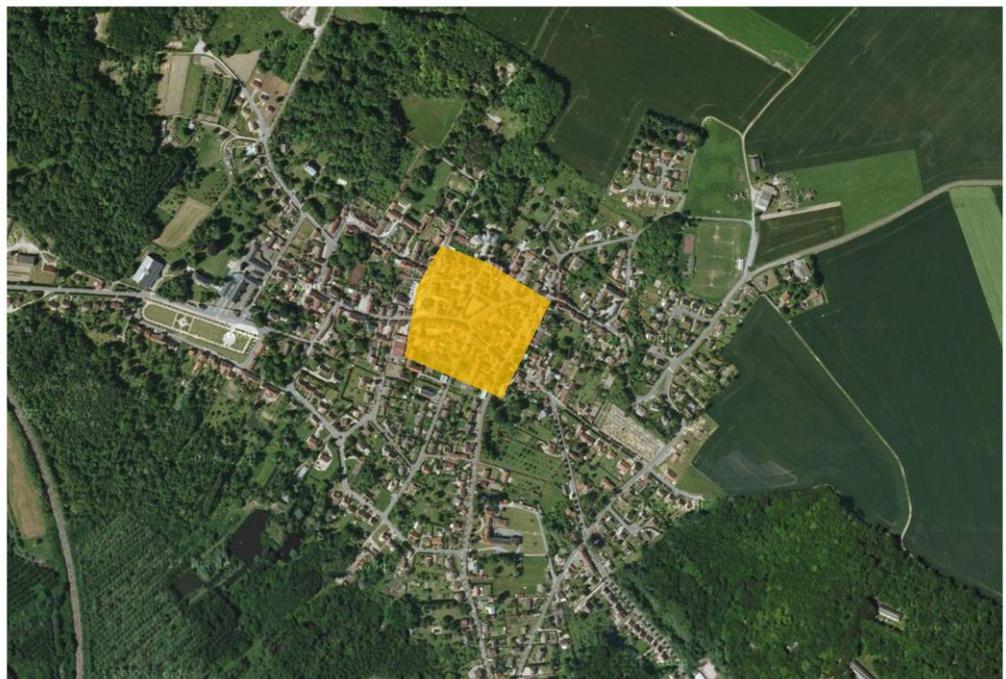
Congis-sur-Thérouanne

 Centralité



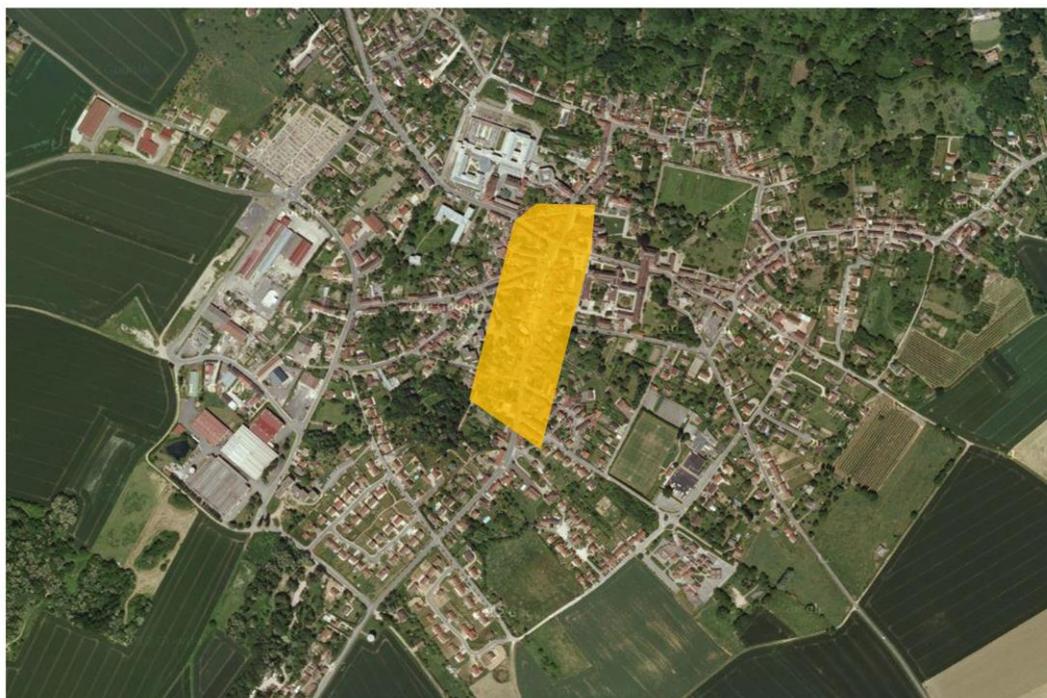
Crouy-sur-Ourcq

 Centralité



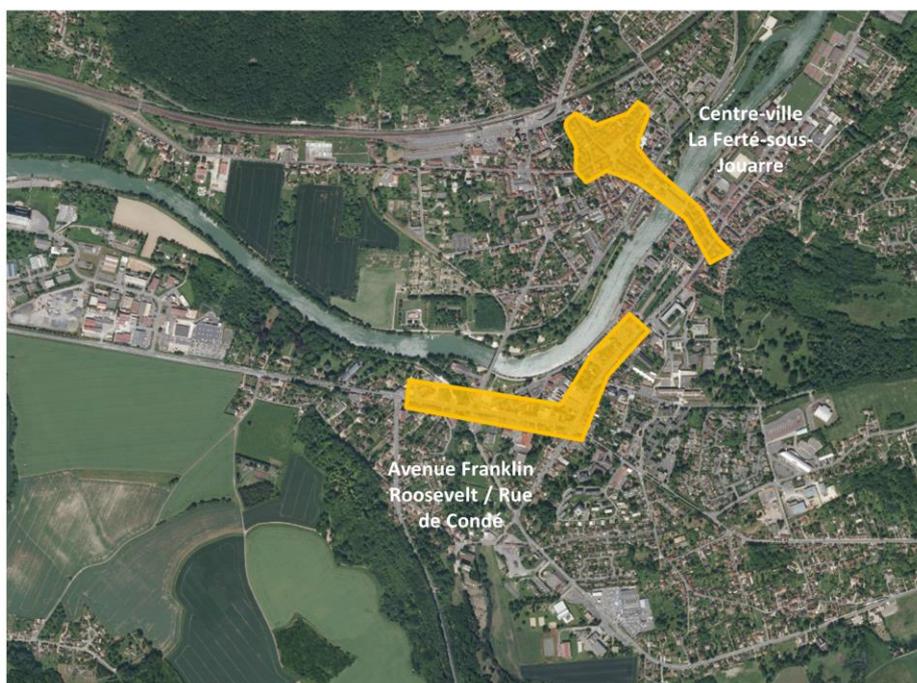
Jouarre

 Centralité



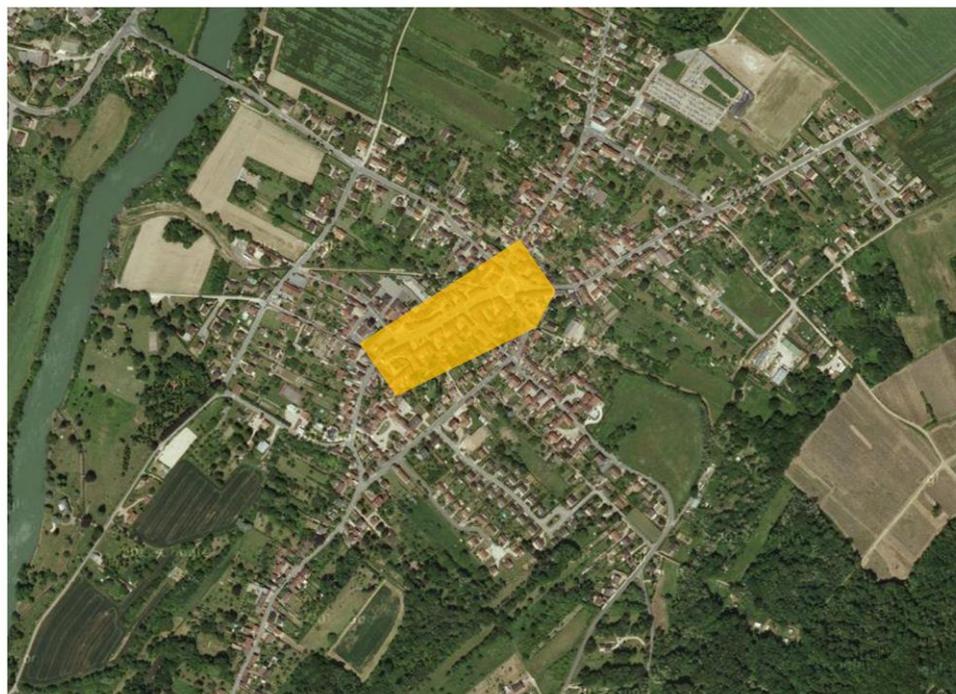
La Ferté-sous-Jouarre

 Centralité



Saâcy-sur-Marne

 Centralité



St-Jean-les-Deux-Jumeaux

 Centralité



III - Définir les conditions d'un développement commercial durable et bien intégré à son environnement

3.1 Conditionner les futurs développements à une desserte alternative à la voiture individuelle

	Orientation	Principaux principes associés
[P22]	Améliorer l'accessibilité en modes doux et personnes à mobilité réduite des polarités commerciales	<ul style="list-style-type: none"> - Intégration dans les projets de création ou de recomposition de polarités commerciales de la réglementation, d'une réflexion spécifique et d'une concertation auprès des personnes à mobilité réduite. Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme permettant la création : <ul style="list-style-type: none"> - de places pour les personnes à mobilité réduite et pour les familles au plus près des activités commerciales ; - de cheminements doux sécurisés entre les secteurs d'habitat, les arrêts de transports en commun et les polarités commerciales ; - de cheminements doux au sein des zones commerciales pour relier les espaces de stationnement aux activités commerciales et pour relier les activités commerciales entre elles ; - de places de stationnement et de cheminements cyclistes.
[P23]	Organiser les flux automobiles et de marchandises	Autorisation de développements commerciaux conditionnés à la capacité : <ul style="list-style-type: none"> - d'absorption de la voirie et des accès sur voirie principale. - à organiser des livraisons de façon non perturbante pour le fonctionnement urbain.

3.2 Requalifier et densifier les zones périphériques existantes

	Orientation	Principaux principes associés
[P24]	Favoriser la densité des aménagements commerciaux dans les ZACOM	Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme favorisant : <ul style="list-style-type: none"> - la mutualisation des espaces de stationnement ; - l'intégration des parkings dans les bâtiments ; - la mutualisation des bâtiments à vocation commerciale ; - l'occupation des parcelles (apport minimal emprise bâtie / emprise foncière).

3.3 Améliorer la qualité architecturale et les formes bâties

	Orientation	Principaux principes associés
[R17]	Favoriser la densité des aménagements commerciaux dans les ZACOM	<p>Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme favorisant la qualité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - visuelle des pôles commerciaux ; - des interfaces publiques / privées ; - architecturale des bâtiments commerciaux en cohérence avec leur environnement ; - des espaces non bâtis en intégrant notamment des éléments de mobilier urbain.
[R18]	Améliorer l'intégration paysagère	<p>Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme favorisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La végétalisation des espaces extérieurs. - Le traitement paysager des infrastructures modes doux, de gestion des eaux pluviales... - Le traitement paysager des limites.

3.4 Limiter l'impact environnemental des équipements commerciaux et renforcer leur contribution à la production d'énergies renouvelables

	Orientation	Principaux principes associés
[R19]	Encourager le développement de procédés et des matériaux de construction durables	<p>Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme permettant de favoriser le recours à des matériaux et des procédés de construction respectueux de l'environnement</p>
[R20]	Favoriser les économies d'énergie et préserver la ressource en eau	<p>Economies d'énergie Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme favorisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'intégration du critère performance énergétique lors de la création de bâtiments commerciaux • en phase d'exploitation, la mise en place de dispositifs favorisant : <ul style="list-style-type: none"> . Les économies d'énergies (réfrigérateurs et congélateurs fermés, éclairage basse consommation, cellules pour l'éclairage...) . La récupération et le recyclage des énergies produites (groupes froid, climatisation...) . les énergies renouvelables (éolien, photovoltaïque sur les parkings...) <p>Ressource en eau Instauration de règles incitatives dans les documents d'urbanisme favorisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le traitement des espaces de stationnement limitant l'imperméabilisation des sols • la mise en place de dispositifs limitant la consommation (chasses d'eau économiques, robinets à déclenchement automatique...) • la récupération et réutilisation des eaux pluviales pour l'arrosage, les chasses d'eau...

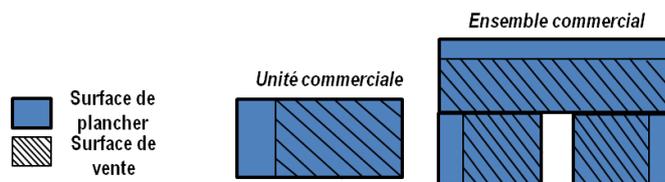
ANNEXE

Lexique

Ensemble commercial : Un ensemble commercial est composé d'unités commerciales. Sont regardés comme faisant partie d'un même ensemble commercial, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, les magasins qui sont réunis sur un même site et qui :

- Soit ont été conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, que celle-ci soit réalisée en une ou en plusieurs tranches ;
- Soit bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements ;
- Soit font l'objet d'une gestion commune de certains éléments de leur exploitation, notamment par la création de services collectifs ou l'utilisation habituelle de pratiques et de publicités commerciales communes ;
- Soit sont réunis par une structure juridique commune, contrôlée directement ou indirectement par au moins un associé, exerçant sur elle une influence au sens de l'article L. 233-16 du code du commerce ou ayant un dirigeant de droit ou de fait commun.

Unité commerciale : Espace bâti dédié à une activité commerciale de détail (surface de vente, espace de stockage, bureaux).



Galerie marchande : Les galeries marchandes sont des ensembles commerciaux composés entièrement ou partiellement d'unités commerciales inférieures à 400 m² de surface de plancher.

Nouvelle implantation commerciale : les nouvelles implantations commerciales incluent la création d'un bâtiment à destination commerciale, le changement de destination d'un bâtiment non commercial vers une destination commerciale, les opérations de transfert-extension d'activités commerciales.

Nouveau développement commercial : sont considérés comme des nouveaux développements, les nouvelles implantations commerciales, ainsi que l'extension de la surface de vente des activités commerciales existantes.

Définition des fréquences d'achat :

Fréquences d'achat	Types d'activités concernées	Aire d'influence principale des commerces supérieurs à 1000 m² de surface de vente (1300 m² de surface de plancher)
Achats hebdomadaires	Supermarchés / hypermarchés, alimentaire spécialisé...	> 5 000 hab.
Achats occasionnels « légers »	Habillement, chaussures, optique, parfumerie, bijouterie, librairie papeterie CD/DVD, jeux - jouets, petite décoration, petit électroménager...	> 20 000 – 30 000 hab.
Achats occasionnels « lourds »	Bricolage, jardinage...	> 10 000 – 15 000 hab
Achats exceptionnels	Mobilier, gros électroménager, gros bricolage / matériaux / revêtements, aménagement, de la maison (cuisines, salles de bains), concessionnaires automobiles...	> 40 000 hab.
Fonction Métropolitaine	Concepts spécifiques (villages de marques, villages Oxylane, Green Center, enseignes types IKEA, Alinea)	> 800 000 à 1 000 000 hab.