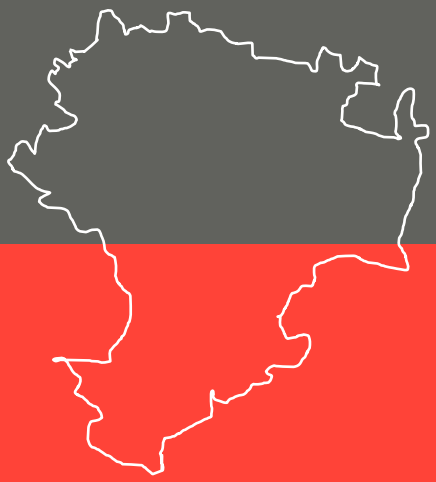
*Document*
*Approuvé le*
*10 Décembre 2019*

SUD GARD

*ENSEMBLE, CONSTRUISONS*
*LE TERRITOIRE DE DEMAIN*



# *Document d'Aménagement Artisanal et Commercial*
# ***DAAC***

# STRATEGIE

**PREAMBULE ..... 3**

I. Qu'est- ce que le DAAC ? ..... 4
II. L'organisation du DAAC ..... 6

**ARMATURE COMMERCIALE 2030 ..... 7**

I. Les principes de localisation dans le PADD ..... 8
II. L'armature commerciale projetée dans le DOO ..... 9
III. Les différents niveaux d'offre ..... 12

**ORIENTATIONS SPECIFIQUES PAR EPCI ..... 19**

IV. CA Nîmes Métropole ..... 22
V. CC Beaucaire Terre d'Argence ..... 26
VI. CC Sommiérois ..... 28
VII. CC Petite Camargue ..... 30
VIII. CC Rhony Vistre Vidourle ..... 32
IX. CC Terre de Camargue ..... 34

# 2

**CONDITIONS D'AMENAGEMENT DE LA GRANDE OFFRE COMMERCIALE ..... 35**

I. Optimisation des espaces urbanisés ..... 36
II. Prescriptions pour les projets soumis à CDAC ..... 37
III. Prescriptions pour les ensembles commerciaux ..... 39
IV. Prescriptions concernant les Drives ..... 40
V. Conditions d'acceptation d'une nouvelle offre "structurante" ..... 41

**LES OUTILS AU DELA DU SCOT ..... 43**

I. Favoriser le maintien ou le développement du commerce au sein des centres des villes et des villages. 44
II. Encourager les politiques publiques de soutien aux cœurs de ville ..... 46

# PREAMBULE

# I. Qu'est- ce que le DAAC ?

## A. Que dit la loi ?

### *Instabilité législative*

Loi dite Grenelle II, du 12 juillet 2010 :
Elaboration d'un DACOM obligatoire dans le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) « définit dans les conditions prévues au II de l'article L. 752-1 du code du commerce, qui délimite des zones d'aménagement commercial ZACOM».

Loi ALUR (loi pour l'Accès au Logement et un Urbanisme Rénové), du 26 mars 2014 :
Suppression du document d'aménagement commercial (DACOM) dans le SCoT. Le DOO traitera désormais du commerce, comme il traite de l'habitat, de l'économie, des déplacements, de l'environnement, sans isolement dans un « document » spécifique.

Loi dite Pinel (loi relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises), du 18 juin 2014 :
Réintroduction du Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC), dont le contenu varie sensiblement du DACOM « Grenelle », il ne comprend plus de ZACOM, mais localise des secteurs d'implantations en périphérie et en centralités.

# 4

### *Volet commercial du SCoT*

**Le DOO précise les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal.**

Il définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs :

- de revitalisation des centres-villes ;
- de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre ;
- de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises ;
- de consommation économe de l'espace ;
- de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture.

**Il peut comprendre un DAAC :**

Alors que le DAC (Document d'Aménagement Commercial) avait été supprimé par la loi ALUR, la loi ACTPE réintroduit le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC).

## B. Que dit la loi en termes de contenu ?

### *Contenu du DAAC*

Le DAAC **détermine les conditions d'implantation des équipements commerciaux** qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable.

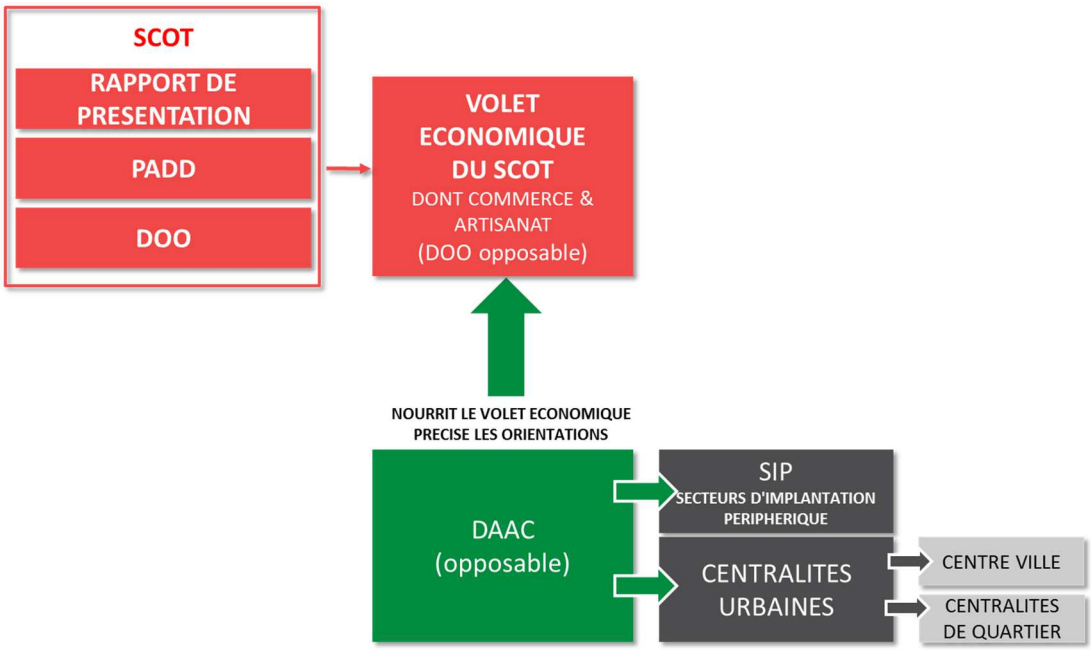
Ces conditions portent sur :

- La consommation économe de l'espace, notamment en entrée de ville, par la compacité des formes bâties, l'utilisation prioritaire des surfaces commerciales vacantes et l'optimisation des surfaces dédiées au stationnement ;
- La desserte de ces équipements par les transports collectifs et leur accessibilité aux piétons et aux cyclistes ;
- Leur qualité environnementale, architecturale et paysagère, notamment au regard de la performance énergétique et de la gestion des eaux ;
- Localiser les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines, qui peuvent inclure tout secteur, notamment centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines, dans lesquelles se posent des enjeux spécifiques du point de vue des objectifs mentionnés ci-dessus ;
- La possibilité de prévoir des conditions d'implantation des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ci-dessus identifiés.

L'annulation du DAAC ne compromet pas les autres documents du SCoT. Il est également important de noter que l'article L.122-1-9 du Code de l'urbanisme, qui encadre le contenu du DOO en matière commerciale, ne fait plus référence au Code du commerce.

# 5

### *Schéma de synthèse*



# II. L'organisation du DAAC

## A. Un DAAC en deux livrets

Le DAAC du Scot Sud Gard comprends deux livrets :

- Le LIVRET 1, consacré au diagnostic. Il fait échos au rapport de présentation du SCoT, dont certains éléments d'analyse en matière de commerce et d'artisanat seront directement repris depuis le DAAC. Il contient une annexe, qui détaille quelques données et enjeux commerciaux spécifiques aux principaux secteurs commerciaux du territoire.

- Le LIVRET 2 relatif à la stratégie globale et aux orientations qui en découlent en matière de commerce.

## B. Le livret 2 : La stratégie globale d'aménagement en matière de commerce & d'artisanat

Ce livret traite des points suivants :

- ***Une armature commerciale projetée à 2030***
  - Le rappel des principes généraux du PADD
  - La définition de niveaux d'offres

# 6

- ***Les orientations de consolidation et de développement par secteur géographique***

- ***Des prescriptions d'aménagement concernant :***
  - Les espaces déjà urbanisés
  - Les ensembles commerciaux
  - La grande offre commerciale soumise à CDAC
  - Les drives
  - Les conditions d'acceptation d'une nouvelle offre "structurante" en dehors de Nîmes

- ***Un document de type « boîte à outils » pour mettre en œuvre certaines recommandations issues du DAAC ou du PADD du SCoT, et qui dépassent le cadre de l'urbanisme commercial.***

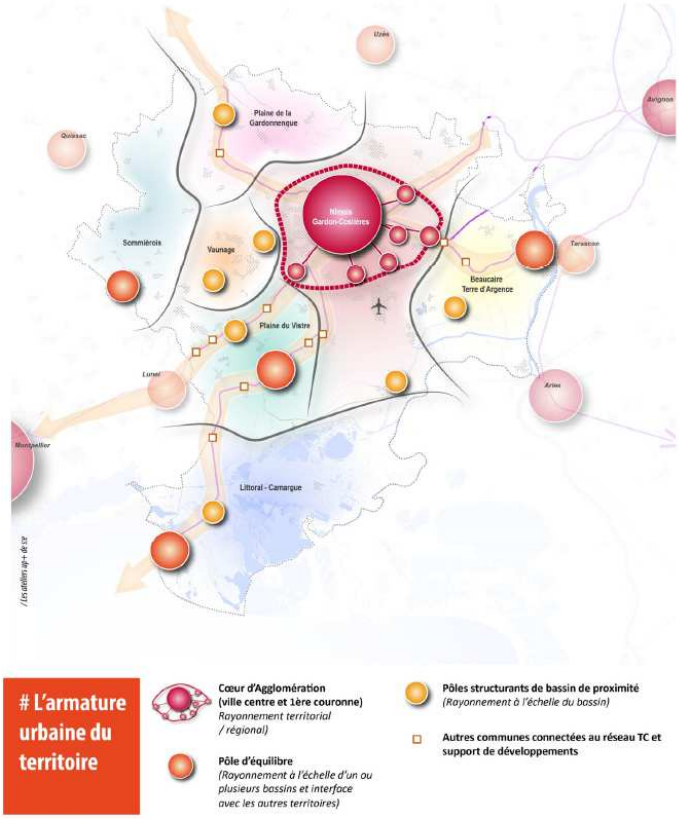
# ARMATURE COMMERCIALE 2030

# I. Les principes de localisation dans le PADD

Dans le PADD du SCoT sud Gard, la carte "**armature urbaine du territoire"** guide les grands principes de planification souhaités par les élus à horizon 2030. Cette carte et le texte l'accompagnant identifient et qualifient différents niveaux de polarités permettant de faire fonctionner un cœur d'agglomération (Nîmes) et différents bassins de vie.

Cette armature a été construite en tenant compte d'un grand nombre de paramètres : socle environnemental, dynamiques sociales et économiques, dessertes et systèmes de transport etc.

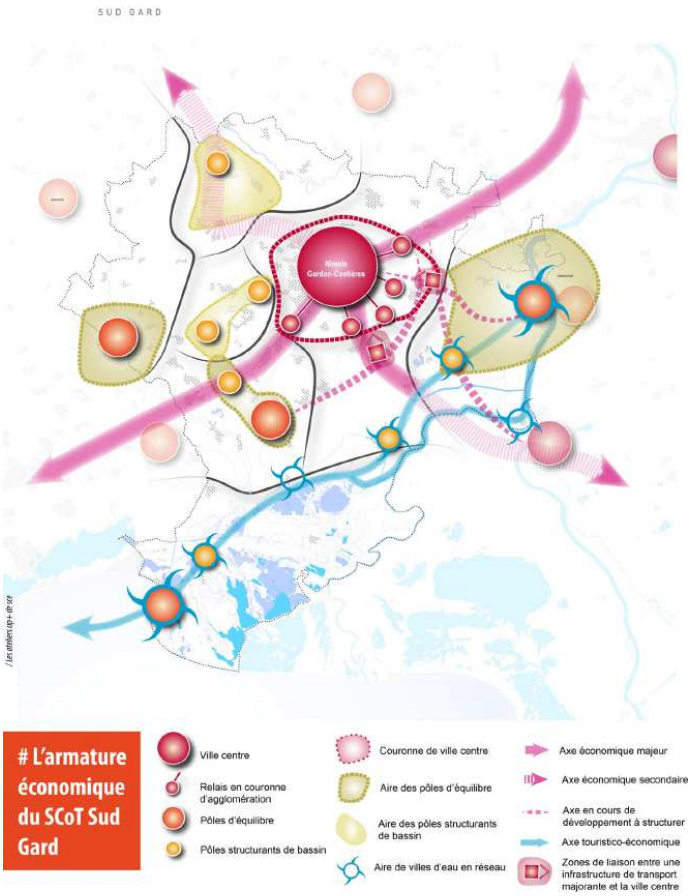
Le scénario souhaité par les élus est celui d'un rééquilibrage territorial qui permette à certaines polarités de jouer un rôle important dans la dynamisation des bassins de vie, tout en travaillant les interrelations évidentes et nécessaires avec le cœur d'agglomération et les agglomérations voisines.




Le PADD dispose également d'une carte d'**armature économique.** Cette dernière s'appuie très fortement sur la carte d'armature urbaine, mais l'adapte à la question économique.

Elle précise les fonctions économiques attendues pour chaque niveau de polarité défini dans l'armature urbaine. Concernant le commerce, elle renvoi au DAAC pour plus de détail. L'armature commerciale 2030 est donc un prolongement de cette carte sur le volet commercial, assortie de prescriptions et de recommandations. Elle est expliquée dans le DOO, et reproduite dans le DAAC. Le DAAC va plus loin concernant la grande offre commerciale.

Le PADD introduit également la notion d'aire d'organisation. Le principe est de permettre à un EPCI, compétent en matière économique, de travailler la localisation des activités économiques dans une aire autour de certaines polarités. Ce principe est repris dans le DAAC, lorsqu'il est jugé opportun et cohérent.



# II. L'armature commerciale projetée dans le DOO

Conformément au Code de l'urbanisme, le DOO *"définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs de revitalisation des centres-villes, de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l'espace et de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture."* La mise en œuvre concrète de cet article se traduit par une armature commerciale projetée à 2030, inscrite dans le DOO, et reproduite dans cette partie du DAAC pour une meilleure compréhension globale de la politique d'aménagement commercial du SCoT.

## A. La ville centre et sa couronne

### *La ville centre : Nîmes*

| Prescriptions du DOO |
|---|
| - La ville centre est avant tout un lieu d'accueil d'habitants et doit en contrepartie accueillir les activités présentielles nécessaires à ces populations en matière de commerces et de services.<br>- Elle accueille aussi une offre commerciale structurante (définition dans le DAAC) dans son centre-ville et sur sa partie sud. En ce sens, elle est le lieu d'accueil des « locomotives commerciales », assurant une attractivité commerciale dans une zone de chalandise de 45 minutes à 1 heure. Ces locomotives se situent dans le centre-ville et dans des zones de périphéries mixant commerces & loisirs. |

### *La couronne et les villes situées dans cette couronne*

Communes concernées : Milhaud, Marguerittes, Caveirac, La Calmette (dont l'offre doit être réfléchie en binôme complémentaire avec Saint-Geniès-de-Malgoirès),

| Prescriptions du DOO |
|---|
| - Le niveau d'offre est et doit rester « support d'agglomération » (définition dans le DAAC), à destination de leurs habitants, en adéquation avec leurs évolutions démographiques.<br>- Le développement via la requalification et le comblement des dents creuses avant tout projet sur du foncier économique nouveau doit être priorisé |



## B. Les pôles d'équilibre

### *Les villes « pôles d'équilibre »*

Communes concernées : Beaucaire, Sommières, Vauvert

| Prescriptions du DOO |
|---|
| - Ces communes doivent bénéficier d'une offre commerciale « d'équilibre » (définition dans le DAAC) pour Beaucaire et Sommières ou ont pour objectif de l'atteindre pour Vauvert.<br>- Elles doivent pouvoir répondre aux besoins du bassin de population et des communes voisines qui ne disposeraient pas d'une offre assez développée.<br>- Concernant le Grau-du-Roi, l'offre commerciale est d'un niveau "support littoral et touristique", en binôme avec Aigues-Mortes et est traitée d'un point de vue commercial dans les pôles structurants de bassin |

### *L'aire d'organisation des pôles d'équilibre*

Pour Beaucaire : communes voisines pour des commerces < 300 m²
Pour Sommières : communes voisines pour des commerces < 300 m² et éventuellement Calvisson pour des commerces supérieurs à 300 m².
Pour Vauvert : aucune

| Prescriptions du DOO |
|---|
| - Ces communes bénéficient d'une offre de commerces et services de proximité (définition dans le DAAC), mais peuvent compléter cette offre pour venir en soutien à la commune "pôle d'équilibre", selon des choix opérés par l'intercommunalité dans le cadre de sa politique locale du commerce. Il peut s'agir de développer une offre en Grande et Moyenne Surface (GMS) ou Grande Surface Spécialisée (GSS) en l'absence de possibilité de localiser cette offre sur la commune "pôle d'équilibre". |

## C. Les pôles structurants de bassin

### *Les villes « pôles structurants de bassin »*

Communes concernées :

- Saint-Gilles
- Saint-Geniès-de-Malgoirès (dont l'offre doit être réfléchie en binôme avec la Calmette)
- Aimargues
- Binôme Vergèze / Codognan
- Binôme Aigues-Mortes / Le-Grau-du-Roi
- Bellegarde
- Calvisson

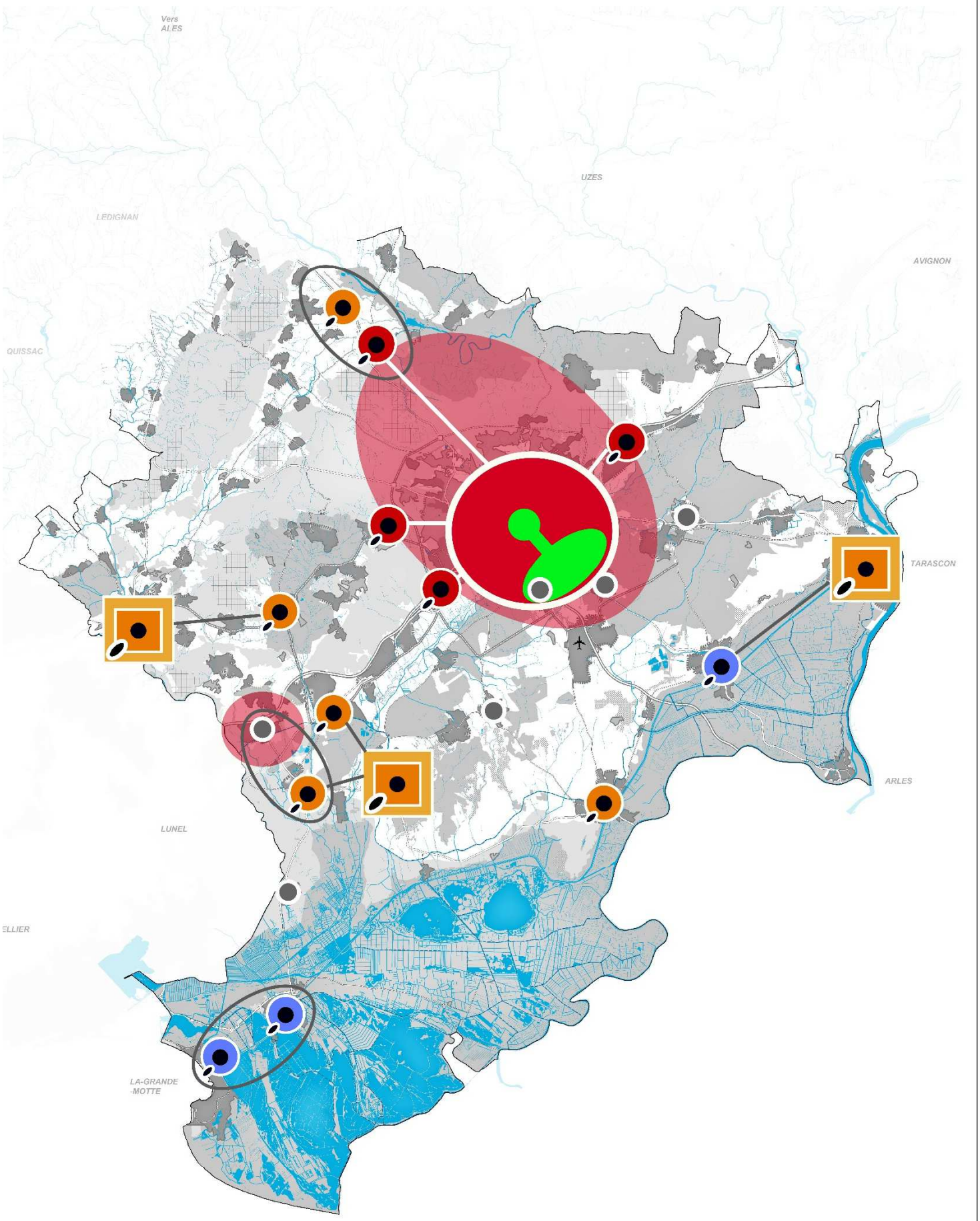
# 10

| Prescriptions du DOO |
|---|
| - Ces communes bénéficient d'une offre commerciale « support d'équilibre » ou "support littoral et touristique". Pour Calvisson et Bellegarde, ce niveau d'offre n'est pas encore observé, mais l'armature commerciale projetée en fonction de l'accueil des populations leur confère le droit d'atteindre un niveau d'offre "support".<br>- Elles doivent pouvoir répondre aux besoins du bassin de population et venir en complément des pôles d'équilibre.<br>- Le développement des commerces en périphérie de ville sera limité à la seule extension de zones commerciales existantes. |

## D. Les autres niveaux de polarité

Communes concernées : toutes les communes non citées précédemment

| Prescriptions du DOO |
|---|
| - Ces communes bénéficient soit d'une offre commerciale de proximité, soit d'un niveau d'offre inférieur.<br>- Elles sont fortement dépendantes d'autres communes en matière d'accès à l'offre de commerces et services, malgré la présence d'un petit niveau d'offre sur certaines d'entre-elles.<br>- L'enjeu principal est la préservation des cœurs de villages. C'est la raison pour laquelle le DAAC opère des prescriptions spécifiques pour les commerces supérieurs à 300 m². |




# Légende

## > L'armature commerciale

- Offre structurante et ses liaisons aux offres support d'agglomération
- Offre d'équilibre
- Support d'agglomération
- Support d'équilibre
- Support littoral et touristique
- Petite zone commerciale de périphérie
- Offres commerciales qui fonctionnent en binôme
- Projet offre structurante
- Liaisons offre d'équilibre/offre de niveau inférieur, qui peut venir compléter l'offre d'équilibre

N
O E
S

Echelle : 1/275 000 ème

Conception : Les ateliers up+ de sce

# III. Les différents niveaux d'offre

Les points précédents constituent un rappel du PADD et des règles du DOO concernant les conditions préférentielles de localisation. La suite du DAAC est relative aux conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, seront susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire.

Concrètement, il s'agit de traiter **les équipements commerciaux supérieurs à 300 m² de surface de vente pour les communes de moins de 20 000 habitants et de plus de 1 000 m² pour les communes de plus de 1 000 habitants (c'est-à-dire Nîmes).**

Ce chapitre s'attache à déterminer des règles spécifiques par niveau d'offre commerciale projetée.

- Les communes avec très peu ou pas d'offre commerciale
- Les communes avec une offre commerciale de proximité
- Les communes avec une offre commerciale support
- Les communes avec une offre commerciale d'équilibre
- Les communes avec une offre commerciale structurante

# 12

## A. Les communes avec très peu ou pas d'offre commerciale

### *A1-Les communes sans offre*

Les communes suivantes ne disposent pas d'offre commerciale.

- Villevieille
- Sainte-Anastasie
- Saint-Côme-et-Maruéjols
- Boissières
- Gajan
- Domessargues
- Montignargues
- La Rouvière
- Montagnac
- Dions
- Combas
- Crespian
- Fontanès
- Aspères
- Junas
- Lecques
- Montmirat
- Saint-Clément
- Souvignargues
- Mauressargues
- Parignargues
- Saint-Bauzély

| Prescriptions spécifiques du DAAC pour ce niveau d'offre |
|---|
| - Ne pas développer d'offre commerciale en périphérie ou entrée de ville ou village en format supérieur à 300 m² ; |

## *A2-Les communes avec une petite offre de centre-ville*

Sur ces communes, il existe une petite offre commerciale en petits commerces et services permettant de maintenir une petite activité dans la ville ou le village, et de satisfaire des besoins du quotidien.

- Bernis
- Garons
- Beauvoisin
- Clarensac
- Poulx
- Fourques
- Congénies
- Bezouce
- Langlade
- Saint-Gervasy
- Jonquières-Saint-Vincent
- Sernhac
- Aubord
- Vestric-et-Candiac
- Saint-Chaptes
- Rodilhan
- Vallabrègues
- Fons
- Saint-Dionizy
- Le Cailar
- Salinelles
- Moulézan
- Cannes et Clairan
- Saint-Mamert-du-Gard
- Montpezat
- Aujargues
- Nages et Solorgues
- Aubais
- Cabrières
- Mus
- Sauzet
- Moussac
- Lédenon

# 13

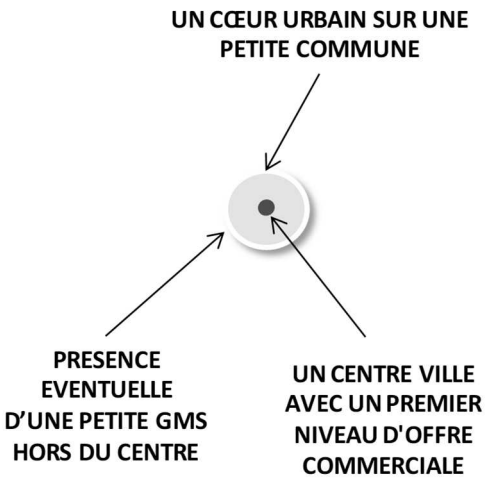
| Prescriptions spécifiques du DAAC pour ce niveau d'offre |
|---|
| - Ne pas développer d'offre commerciale en périphérie ou entrée de ville ou village en format supérieur à 300 m² ;<br><br>- Dans le cas du maintien d'une activité déjà présente sur la commune, qui souhaiterait se moderniser ou s'agrandir, son projet doit être travaillé dans le tissu urbain existant, de préférence en cœur de ville ou de village. |

## B. L'offre de proximité

### *Définition*

L'offre de proximité se caractérise par les éléments suivants :

- Des commerces traditionnels ;
- Un complément par une activité alimentaire en supermarché ou supérette de 300m² à 1500m² de surface de vente ;
- Peu ou pas d'établissements commerciaux supérieurs à 300m² de surface de vente hors alimentaire ;
- L'offre correspond à des achats quotidiens réalisés à l'échelle d'un secteur d'habitation, voire de la commune ;
- Une zone de chalandise unique à 5/10 minutes.




### *Les communes concernées*

- Bouillargues
- Caissargues
- Calvisson
- Générac
- Manduel / Redessan
- Saint-Laurent-d'Aigouze

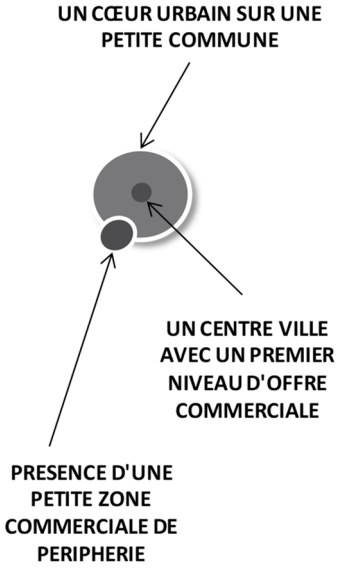
# 14

### *Les orientations spécifiques d'aménagement sur ce type d'offres*

| Prescriptions spécifiques du DAAC pour ce niveau d'offre |
|---|
| - Si une surface commerciale supérieure à 1000 m² venait à se créer ou à s'étendre, la création de galerie commerciale ou de petites cellules inférieures à 150 m² de surface de vente est interdite, afin de privilégier l'installation des petits formats en centre-ville.<br><br>- Le développement d'une offre commerciale nouvelle supérieure à 300 m² de surface de vente en dehors du cœur urbain existant n'est pas autorisé. Seul le comblement de dents creuses ou la requalification d'espaces urbanisés pourra permettre la création de surfaces de vente supplémentaires. Les activités prévues concerneront une offre de proximité telle qu'elle est définie ci-dessus. |

## C. L'offre support

### *Définition*




L'offre support représente l'offre de proximité à laquelle on ajoute les éléments suivants :

- Des commerces traditionnels ;
- Un complément par une activité alimentaire en supermarché ou supérette de 300m² à 1500m² de surface de vente ;
- L'offre correspond à des achats quotidiens réalisés à l'échelle d'un secteur d'habitation ;
- Une zone de chalandise unique à 10/15 minutes ;
- Un Chiffre d'Affaire (CA) Hors Taxe (HT) annuel la plupart du temps supérieur à 20 M€

Malgré un niveau d'offre observé similaire, il existe 3 différentes offres supports, qui jouent des rôles bien déterminés.

- **L'offre support d'agglomération** correspond aux portes d'entrées de l'agglomération Nîmoise. Le niveau d'offre est lié avant tout au positionnement le long des axes domicile/travail et à une expansion de population autour de Nîmes (effet d'agglomération). On y observe des niveaux d'activités commerciales supérieurs aux besoins de la commune, car elle participe à l'offre "structurante" de la ville centre, notamment sur les biens non alimentaire.

- **L'offre commerciale "support d'équilibre"** correspond à une offre de proximité avec présence de commerces en périphérie, qui vient compléter l'offre, sans pour autant atteindre une zone de chalandise forte, et en restant fortement dépendante d'un pôle d'équilibre et/ou de la ville centre. Cette offre permet toutefois de satisfaire des besoins à l'échelle d'un bassin de vie.

- **L'offre commerciale "support littoral et touristique"** correspond à une offre de proximité avec présence de commerces en périphérie, dont l'existence provient notamment des dépenses touristiques. En matière de commerce, trouve dans cette offre des produits très spécifiques à destination d'une clientèle extérieure au territoire : artisanat d'art, produits locaux, équipement touristique, commerces éphémères. A la différence des autres offres supports, l'offre ne vient pas en appui d'une agglomération ou d'un pôle d'équilibre. Sans ce caractère saisonnier, leur niveau d'offre, notamment alimentaire, ne serait pas toujours justifié au regard du nombre d'habitants du secteur.

## *Les communes concernées*

**Support d'agglomération**

- Caveirac
- Marguerittes
- Milhaud
- La Calmette (dont l'offre doit être réfléchie en binôme avec Saint-Geniès-de-Malgoirès)

**Support d'équilibre**

- Saint Gilles
- Saint-Geniès-de-Malgoirès (dont l'offre doit être réfléchie en binôme avec la Calmette)
- Aimargues
- Binôme Vergèze / Codognan
- Calvisson (niveau d'offre actuel à un niveau de proximité, mais avec possibilité d'atteindre un niveau support en fonction de l'accueil de populations prévues dans le SCoT)

**Support littoral et touristique**

- Binôme Aigues-mortes et Le-Grau-du-Roi
- Bellegarde (niveau d'offre actuel à un niveau de proximité, mais avec possibilité d'atteindre un niveau support en fonction de l'accueil de populations prévues dans le SCoT)

# 16

## *Les orientations spécifiques sur ce type d'offres*

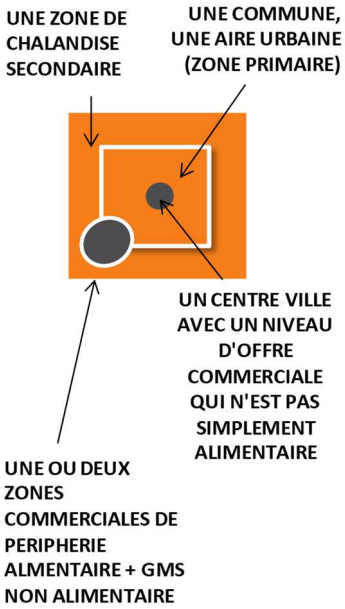
| Prescriptions spécifiques du DAAC pour ce niveau d'offre |
|---|
| - Si une surface commerciale supérieure à 1000 m² de surface de vente venait à se créer ou à s'étendre, la création de galerie commerciale ou de petites cellules inférieures à 150 m² de surface de vente est interdite, afin de privilégier l'installation des petits formats en centre-ville.<br><br>- Le développement d'une offre commerciale supérieure à 1000 m² de surface de vente en dehors du tissu urbain existant n'est pas autorisé, sauf :<br><br>  o sur les secteurs périphériques d'implantation définis dans le DAAC (SIP)<br>  o ou sur des secteurs identifiés dans le document d'urbanisme (PLU ou PLUi), non-inscrits dans le DAAC, qui devront faire l'objet d'une OAP localisée.<br><br>- En dehors des cas cités ci-dessus, quelle que soit la taille du commerce<br><br>  o Seul le comblement de dents creuses ou la requalification d'espaces urbanisés pourra permettre la création de surfaces de vente supplémentaires.<br><br>  o Si des centralités urbaines sont définies dans le DAAC, elles devront accueillir en priorité les projets d'implantation commerciale. |

## D. L'offre d'équilibre

### *Définition*

L'offre d'équilibre représente l'offre de proximité à laquelle l'on ajoute les éléments suivants :

- L'offre est diversifiée, portée par une ou plusieurs locomotives alimentaires (1500m² à 3500m² de surface de vente)
- Les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) non-alimentaires (>300 m² de surface de vente) sont en nombre suffisant pour proposer du choix et limiter l'évasion ;
- L'offre répond aux achats courants et aux achats raisonnés plus ponctuels sur du non-alimentaire ;
- Zone de chalandise primaire à 5/10 minutes, puis une zone de chalandise secondaire à 10/20 minutes ;
- CA HT annuel la plupart du temps supérieur à 50 M€.




### *Les communes concernées*

- Beaucaire
- Sommières
- Vauvert (actuellement à un niveau de support d'équilibre, mais avec objectif de passage à un niveau d'offre d'équilibre)

### *Les orientations spécifiques sur ce type d'offres*

**Prescriptions spécifiques du DAAC pour ce niveau d'offre**

- Afin de permettre au centre-ville de développer des formats "boutiques", si une surface commerciale supérieure à 1000 m² de surface de vente venait à se créer ou à s'étendre,
  - La création de galerie commerciale ou de petites cellules <u>inférieures à 150 m²</u> de surface de vente est limitée <u>à 30% des surfaces de vente</u> totale de la nouvelle opération.
  - La création de galerie commerciale ou de cellules comprises entre 150 et 300 m² de surface de vente devra se concentrer en priorité sur des activités non présentes en centre-ville.

- Le développement d'une offre commerciale supérieure à 1000 m² de surface de vente en dehors du tissu urbain existant n'est pas autorisé, sauf :
  - sur les secteurs périphériques d'implantation définis dans le DAAC (SIP)
  - ou sur des secteurs identifiés dans le document d'urbanisme (PLU ou PLUi), non-inscrits dans le DAAC, qui devront faire l'objet d'une OAP localisée.

- En dehors des cas cités ci-dessus, quelle que soit la taille du commerce
  - Seul le comblement de dents creuses ou la requalification d'espaces urbanisés pourra permettre la création de surfaces de vente supplémentaires.

  - Si des centralités urbaines sont définies dans le DAAC, elles devront accueillir en priorité les projets d'implantation commerciale.

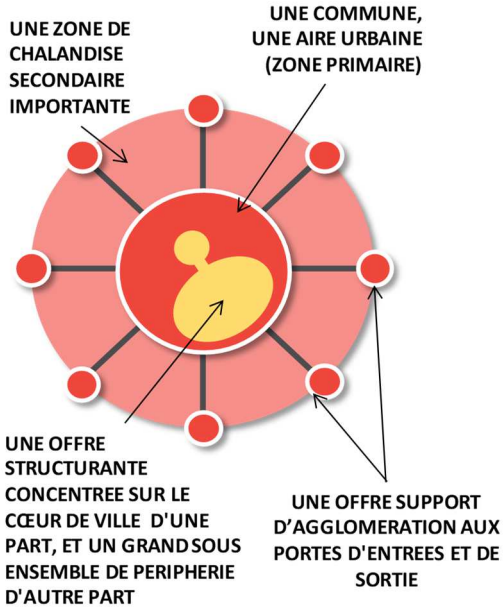
# 17

## E. L'offre structurante

### *Définition*

L'offre structurante représente une offre d'équilibre à laquelle l'on ajoute les éléments suivants :

- L'offre diversifiée, portée par une ou plusieurs locomotives alimentaires (supermarchés, hypermarchés de 1500m² à 3500m² de surface de vente) et des enseignes nationales non-alimentaires ;
- L'offre répond à la fois aux achats courants et aux achats raisonnés plus ponctuels sur du non-alimentaire ;
- Zone de chalandise primaire à 10/15 minutes et présence d'une zone de chalandise secondaire à 15/40 minutes, voire parfois au-delà pour certaines enseignes (jusqu'à 1H30 de déplacements).




### *Les communes concernées*

- Nîmes
- *+ projet sur Gallargues-le-Montueux (encadré dans le DAAC)*

# 18

### *Les orientations spécifiques sur ce type d'offres*

| Prescriptions spécifiques DAAC pour ce niveau d'offre |
|---|
| **Pour Nîmes :**<br>- Afin de permettre au centre-ville de développer des formats "boutiques", si une surface commerciale supérieure à 1000 m² de surface de vente venait à se créer ou à s'étendre, la création de galerie commerciale ou de petites cellules inférieures à 300 m² de surface de vente est limitée à 30% des surfaces de vente totale de la nouvelle opération.<br><br>- Le développement d'une offre commerciale supérieure à 1000 m² de surface de vente en dehors du tissu urbain existant n'est pas autorisé, sauf :<br>  ○ sur les secteurs périphériques d'implantation définis dans le DAAC (SIP)<br>  ○ ou sur des secteurs identifiés dans le document d'urbanisme (PLU ou PLUi), non-inscrits dans le DAAC, qui devront faire l'objet d'une OAP localisée.<br><br>- En dehors des cas cités ci-dessus, quelle que soit la taille du commerce<br>  ○ Seul le comblement de dents creuses ou la requalification d'espaces urbanisés pourra permettre la création de surfaces de vente supplémentaires.<br>  ○ Si des centralités urbaines sont définies dans le DAAC, elles devront accueillir en priorité les projets d'implantation commerciale. |

# ORIENTATIONS SPECIFIQUES PAR EPCI

## *Les orientations : comment les interpréter ?*

Le DAAC **détermine les conditions d'implantation des équipements commerciaux** qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable.

L'armature commerciale définie dans le DOO, et approfondie dans le DAAC a plusieurs objectifs :

- Assurer la cohérence des localisations commerciales avec l'armature urbaine du SCoT, déterminant des niveaux de polarités et des fonctions adossées à chaque polarité. Concernant le commerce, il s'agit de le considérer comme une activité économique, certes, mais aussi **comme un équipement à usage de la population, qu'il convient de localiser et calibrer au mieux, au regard notamment de la consommation d'espace et des conditions de desserte et de transport ;**

- Limiter la consommation d'espace, ce qui passe par un exercice de régulation du développement de l'offre commerciale. Le principe est de développer l'offre commerciale en fonction des projections de populations nouvelles. Ainsi, le SCoT garanti une évolution de l'appareil commercial conforme aux besoins estimés, en évitant la surenchère foncière.

- Eviter les déstructurations urbaines qui pourraient être liées à une implantation commerciale non régulée principalement des effets de dévitalisation de centre-ville et de création de friches commerciales. Si l'angle économique ne peut être abordé pour des questions de libre concurrence, il n'en demeure pas moins que l'installation d'une offre commerciale surcalibrée (par rapport aux besoins estimés) peut avoir pour incidence des effets urbains non souhaités, qui touchent à la politique d'aménagement du territoire.

# 20

**Ainsi, les orientations quantifiées par secteur géographique ne sont pas des prescriptions strictes :**

- Elles concernent les commerces **de plus de 300 m² de surface de vente** :
  - Seuil à partir duquel les communes de moins de 20 000 habitants peuvent décider de saisir une CDAC
  - Seuil à partir duquel il est généralement admis que les formats de vente basculent sur de la GMS (grande et moyenne surface), qu'il conviendrait d'encadrer en matière d'aménagement durable du territoire.

- Elles ne constituent **pas des règles strictes**, qui viendrait s'imposer à tout projet d'être totalement compatible avec les orientations exprimées. Le cadre législatif actuel ne le permet pas.

- Toutefois, elles donnent **une ligne politique permettant de garantir la cohérence entre l'armature urbaine et l'armature commerciale.**

Ces orientations fixent une évolution préconisée en matière de surfaces de vente, pour différentes communes du SCoT. Cette évolution ne doit pas être interprétée comme des seuils plafonds à ne pas dépasser. Il s'agit plutôt **d'ordre de grandeurs permettant de calibrer le développement harmonieux de l'offre commerciale en fonction des projections démographiques et de l'armature urbaine du PADD**. Ces orientations doivent servir à porter un regard critique sur des projets, et à les interroger vis-à-vis de leur impact sur l'armature territoriale et commerciale souhaitée par les élus.

**Par conséquent, tout projet qui s'éloignerait fortement des préconisations émises aura pour conséquence une remise en cause de l'armature urbaine et de l'armature commerciale.**

Pour une facilité de lecture, les évolutions préconisées sont données pour l'alimentaire et le non alimentaire, pour des tranches de 6 ans. Cette période correspond à une période de révision de SCoT. Il peut être admis que pour des projets de grande envergure, l'estimation en matière de besoins s'opère sur 12, voire 18 ans (il suffira alors de multiplier par deux ou trois les recommandations chiffrées présentes dans les tableaux)

## *Le principe de calcul pour déterminer l'évolution "préconisée"*

Le principe de calcul est le suivant :

- L'offre commerciale nouvelle doit répondre aux besoins des populations nouvelles, soit + 73 000 habitants sur la période 2013-2030

- Par rapport aux pratiques d'aménagement passées, il est préconisé de diminuer le taux d'équipement commercial[1] de 25% pour les besoins nouveaux. Cela signifie que les ratios suivants sont appliqués

    - Environ 0,3 m² de surface vente / habitant nouveau pour l'alimentaire
    - Environ 0,5 m² de surface vente / habitant nouveau pour du non alimentaire

**Avec une projection à + 73 000 habitants sur la période 2013-2030,** cela signifierait **en surface de vente pour tout le SCoT :**

- + 20 000 à 22 000 m² de surface de vente alimentaire soit **+ 6500 à 8500 m² de surface de vente tous les 6 ans** (drive compris).
- + 35 000 à 38 000 m² de surface de vente non alimentaire **+ 10 000 à 13 000 m² de surface de vente tous les 6 ans**
- Au total, environ **15 ha** de foncier à vocation commerciale sur le SCoT à horizon 2030

# 21

[1] Rapport entre la quantité de commerces (exprimée en surface de vente) et le nombre d'habitants

# IV. CA Nîmes Métropole

## *Nîmes, son centre-ville et sa partie sud commerciale*

Commune concernée : Nîmes, en réflexion avec sa couronne périphérique (offre support d'agglomération)

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE STRUCTURANTE**

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| **Caractéristiques du secteur**<br><br>**Population actuelle**<br>≈ 150 000 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>≈ + 15 000 habitants<br>Soit 20% de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Forte : zone primaire à 15 minutes et zone secondaire à 35/40 minutes + captation des déplacements domicile/travail<br><br>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente**<br>**Alimentaire**<br>20 % des besoins du SCoT<br>1 200 à 1 800 m² tous les 6 ans<br><br>**Non alimentaire**<br>35 % des besoins du SCoT<br>3 500 à 5 500 m² tous les 6 ans | L'offre de la ville de Nîmes est et doit rester l'OFFRE STRUCTURANTE pour les populations vivant dans le sud du Gard.<br><br>Elle se localise soit dans le centre-ville, soit sur les zones commerciales situées en sortie Ouest et Centre de l'A9.<br><br>La ville de Nîmes a aussi pour vocation de développer des formats de commerces de proximité dans son centre-ville, mais aussi dans ces quartiers, sous réserve de programmes urbains venant justifier un apport de populations nouvelles à l'échelle du quartier. |

# 22

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

## *La couronne périphérique de Nîmes : les "portes d'entrées commerciales" de l'agglomération*

Communes concernées pour accueillir l'offre : Caveirac, Milhaud, Marguerittes,

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE SUPPORT D'AGGLOMERATION**

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| **Caractéristiques du secteur**<br><br>**Population actuelle**<br>Caveirac ≈ 4 000 habitants<br>Milhaud ≈ 5 800 habitants<br>Marguerittes ≈ 8 600 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>≈ + 5 800 habitants<br>Soit 8% de l'apport de population estimé, dont la moitié à Marguerittes<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Moyenne : en extension de l'offre commerciale de la ville centre, capacité à capter des flux issus des déplacements domicile travail.<br><br>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente pour l'ensemble des communes concernées**<br>**Alimentaire**<br>15 % des besoins du SCoT<br>1 000 à 1 400 m² tous les 6 ans<br><br>**Non alimentaire**<br>15 % des besoins du SCoT<br>1500 à 2 500 m² tous les 6 ans | Le rôle des portes d'entrées commerciales de l'agglomération est double.<br><br>- D'une part, ces villages doivent pouvoir proposer une offre de proximité (alimentaire, petit artisanat et services) à destination principale de la population résidente dans ces mêmes villages.<br><br>- D'autre part, leur situation sur des axes de déplacement domicile / travail, et en entrée de la ville centre, leur permet d'accueillir des grandes surfaces non alimentaires venant compléter l'offre Nîmoise, et limiter les déplacements vers d'autres offres voisines. A ce titre, ces portes d'entrées sont "support" de l'offre structurante Nîmoise.<br><br>Afin d'éviter l'étalement urbain et les friches commerciales (via des opérations de transfert depuis Nîmes) et pour être en cohérence avec l'offre transport et commerces de la ville de Nîmes, il est surtout préconisé de consolider légèrement ces portes d'entrées sur de la GSS non alimentaire absente ou peu présente, correspondant à environ 15% des besoins du SCoT pour l'ensemble des 3 portes d'entrées. |

# 23

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

## *Une offre commerciale support pour la vallée de la Gardonnenque*

Communes concernées pour accueillir l'offre : binôme La Calmette / Saint-Geniès-de-Malgoirès

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE SUPPORT D'AGGLOMERATION**

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| **Caractéristiques du secteur**<br><br>**Population actuelle**<br>La Calmette ≈ 2 000 habitants<br>Saint Géniès de Malgoirès ≈ 3 000 habitants<br><br>Prendre en compte les communes situées dans la vallée de la Gardonnenque (11 400 habitants)<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>La Calmette ≈ + 550 habitants<br>Saint Géniès de Malgoirès ≈ + 550 habitants<br>Reste de la Gardonnenque ≈ + 3 000 habitants<br><br>Soit 5% de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Faible, à l'exception de La Calmette qui peut être considérée comme une porte d'entrée commerciale de l'agglomération de Nîmes, et capter des déplacements domicile-travail.<br><br>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente pour l'ensemble des communes concernées**<br>(hors projets en cours de réflexion et pour lesquels le PLU n'a pas besoin d'être révisé).<br>**Alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>300 à 500 m² tous les 6 ans<br><br>**Non alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>500 à 800 m ² tous les 6 ans | Même si elle ne constitue pas une conurbation de la ville de Nîmes, la commune de la Calmette n'en demeure pas moins une des portes d'entrées commerciales de la ville centre, sur l'axe de déplacement Nîmes/Alès.<br><br>A ce titre, les orientations de consolidations données au point A2 s'appliquent à la Calmette.<br><br>L'autre particularité de la Calmette est que la commune fonctionne en binôme avec Saint Géniès de Malgoirès pour structurer un bassin de vie sur la Gardonnenque. Par conséquent, les orientations de développement préconisées sont à répartir entre les deux communes, en fonction de la politique locale du commerce menée par l'EPCI. |

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

## *Une autre offre commerciale support sur Saint-Gilles*

Commune concernée pour accueillir l'offre : Saint-Gilles

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE SUPPORT D'AGGLOMERATION**

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| <u>**Caractéristiques du secteur**</u><br><br>**Population actuelle**<br>Saint Gilles ≈ 13 700 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Saint Gilles ≈ + 2350 habitants<br><br>Soit 3,5 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Très faible<br><br><u>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente**</u><br>**Alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>300 à 500 m² <u>tous les 6 ans</u><br><br>**Non alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>500 à 800 m ² <u>tous les 6 ans</u> | St Gilles connait à ce jour peu de flux commerciaux touristiques et ne capte pas de consommateurs issus de communes voisines.<br><br>Son offre commerciale est avant tout en support à ces propres habitants.<br><br>L'orientation de consolidation consiste à développer légèrement l'équipement commercial en fonction de l'apport prévu de population.<br><br>Le centre-ville de Saint Gilles est un "centre-ville majeur" à forts enjeux de redynamisation et de valorisation touristique. |

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

# V. CC Beaucaire Terre d'Argence

***Beaucaire, une des deux offres majeures du SCoT, destination commerciale principale sur l'intercommunalité***

Commune concernée pour accueillir l'offre : Beaucaire

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE D'EQUILIBRE**

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| **Caractéristiques du secteur**<br><br>**Population actuelle**<br>Beaucaire ≈ 16 000 habitants<br>Prendre en compte les communes situées dans le Beaucairois hors Bellegarde (7 800 habitants)<br>Prendre en compte le fait que Beaucaire capte des dépenses de Tarascon (15 000 habitants)<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Beaucaire ≈ + 2000 habitants<br>Prendre en compte l'évolution des communes situées dans le Beaucairois hors bellegarde (≈ + 1700 habitants)<br><br>Soit 5 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Moyenne : zone de chalandise à 10/15 minutes<br><br>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente**<br>**Alimentaire**<br>10 % des besoins du SCoT<br>600 à 1 000 m² tous les 6 ans<br><br>**Non alimentaire**<br>10 % des besoins du SCoT<br>1 000 à 1 500 m² tous les 6 ans | Le confortement pourrait concerner de l'alimentaire, voire quelques enseignes en non alimentaire dans l'objectif de limiter les déplacements sur Nîmes ou Avignon. Ce développement devra s'opérer avant tout sur l'existant avec des notions de requalification des espaces commerciaux.<br><br>Le centre-ville de Beaucaire est un "centre-ville majeur" à forts enjeux de redynamisation et de valorisation touristique.<br><br>Les espaces à privilégier seraient le centre-ville pour les formats boutiques, les dents creuses et friches pour des formats plus conséquents, et en dernier recours, le développement sur du foncier nouveau, en extension d'une zone existante. |

# 26

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

## *Bellegarde, offre support littoral et touristique*

Communes concernées pour accueillir l'offre : Bellegarde

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE SUPPORT LITTORAL ET TOURISTIQUE**

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| <u>**Caractéristiques du secteur**</u><br><br>**Population actuelle**<br>Bellegarde ≈ 6 550 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Bellegarde ≈ + 3 200 habitants<br><br>Soit 4,5 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Très faible<br><br><u>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente**</u><br>**Alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>300 à 500 m² <u>tous les 6 ans</u><br><br>**Non alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>500 à 800 m² <u>tous les 6 ans</u> | C'est avant tout sur le centre-ville qu'il est préconisé d'organiser des actions de développement commercial. Le centre-ville de Bellegarde a des enjeux forts de maintien des fonctions de proximité adossé au développement d'offres spécifiques autour de l'artisanat et des productions locales.<br><br>Toutefois, compte tenu de l'objectif d'accueil de populations, une consolidation en matière de + de 300 m² pourrait être envisagée, correspondant à environ 5% des besoins sur le SCoT, afin de satisfaire les besoins d'une commune qui avoisinerait les 10 000 habitants à horizon 2030. Les espaces à privilégier seraient le centre-ville pour les formats boutiques, les dents creuses et friches pour des formats plus conséquents, et en dernier recours, le développement sur du foncier nouveau, en extension d'une zone existante. |

# 27

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

# VI. CC Sommiérois

***Sommières, une des deux offres majeures du SCoT, destination commerciale principale sur l'intercommunalité, mais au potentiel de développement limité***

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE D'EQUILIBRE**

Communes concernées pour accueillir l'offre : Sommières (principalement) et éventuellement Calvisson (cf. page suivante)

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| <u>**Caractéristiques du secteur**</u><br><br>**Population actuelle**<br>Sommières ≈ 4 500 habitants<br>Prendre en compte l'analyse menée dans le diagnostic (emprise de Sommières sur une zone de 13 000 habitants)<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>La commune de Sommières ne pourra pas accueillir d'habitants supplémentaires.<br>La seule hypothèse d'expansion concerne les communes aux alentours (reste de l'intercommunalité), avec une évolution de population envisagée autour des 4 000 habitants supplémentaires<br><br>Soit 5,5 % de l'apport de population estimée.<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Moyenne : zone de chalandise à 10/15 minutes<br><br><u>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente pour l'ensemble des communes concernées**</u><br>**Alimentaire**<br>10 % des besoins du SCoT<br>600 à 1 000 m² <u>tous les 6 ans</u><br><br>**Non alimentaire**<br>10 % des besoins du SCoT<br>1000 à 1500 m² <u>tous les 6 ans</u> | L'offre majeure de Sommières doit avoir pour objectif d'éviter les déplacements sur Nîmes, Montpellier ou Alès pour des achats du quotidien ou hebdomadaires.<br><br>Les espaces à privilégier avant tout seraient le centre-ville pour les formats boutiques, les dents creuses et friches pour des formats plus conséquents, et en dernier recours, le développement sur du foncier nouveau, en extension d'une zone existante.<br><br>Il est aussi proposé d'inscrire le centre-ville de Sommières comme "centre-ville majeur" à forts enjeux de redynamisation et de valorisation touristique.<br><br>En l'absence de possibilité de développement sur Sommières, le développement de son offre commerciale pourrait s'opérer sur Calvisson. |

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

## *Calvisson, une potentielle offre support d'équilibre à l'échelle du bassin de la Vaunage*

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE DE PROXIMITE OU SUPPORT D'EQUILIBRE**

Communes concernés pour accueillir l'offre : Calvisson

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| **Caractéristiques du secteur**<br><br>**Population actuelle**<br>Calvisson ≈ 5 300 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Calvisson ≈ + 1 200 habitants<br><br>Soit environ 1,5 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Faible<br><br>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente**<br>**Alimentaire**<br>2,5 % des besoins du SCoT mais sur des formats de proximité inférieurs à 300 m². Sauf à considérer un projet de 300 à 600 m² couvrant les besoins pour 2030.<br><br>**Non alimentaire**<br>Pas de développement en plus de 300 m², sauf si cela vient en support de la ville de Sommières, dans le cas où elle serait en incapacité d'accueillir des équipements commerciaux supplémentaires. | En l'état actuel des choses, le niveau de l'offre commerciale, ainsi que la nature des activités commerciales correspondent à une Offre de proximité.<br><br>La situation "d'entre deux" (Sommières et Nîmes) ne permet pas d'imaginer une évolution très forte de ce niveau d'offre.<br><br>**Deux scénarii pourraient permettre d'envisager une évolution vers une offre support d'équilibre.**<br>• Si le Sommiérois se développe démographiquement, mais ne peut pas absorber de commerces supplémentaires. Dans ce cas, l'EPCI pourrait décider que sa stratégie serait de développer sur un binôme qui pourrait être Calvisson, au regard de son positionnement sur l'axe de déplacement.<br>• Si le projet Bois de Minteau voit le jour, et génère des besoins commerciaux liés à l'accueil d'habitants ou d'entreprises.<br><br>Quoiqu'il en soit, s'il devait y avoir une augmentation du niveau d'offre, nous la préconisons à l'intérieur du tissu urbain existant, en dent creuse ou sur sites à requalifier. |

# 29

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

# VII. CC Petite Camargue

***Vauvert, une offre support d'équilibre à conforter, voire à faire évoluer vers une offre majeure***

Commune concernée pour accueillir l'offre : Vauvert

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : EVOLUTION VERS UNE OFFRE D'EQUILIBRE (actuellement support d'équilibre)**

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| <u>**Caractéristiques du secteur**</u><br><br>**Population actuelle**<br>Vauvert ≈ 12 000 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br><br>Calvisson ≈ + 6 600 habitants<br><br>Soit environ près de 10 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>A ce jour, faible. Mais dans l'objectif de faire de Vauvert un pôle d'équilibre, sa zone de chalandise pourrait s'accroitre.<br><br><u>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente**</u><br>**Alimentaire**<br>10 % des besoins du SCoT<br>600 à 1 000 m² <u>tous les 6 ans</u><br><br>**Non alimentaire**<br>10 % des besoins du SCoT<br>1000 à 1500 m² <u>tous les 6 ans</u> | La situation actuelle de Vauvert est actuellement comparable à celle de Saint Gilles : l'offre commerciale de la commune permet de capter les habitants de la commune. Par contre, les commerces de la commune captent très peu de flux en provenance des communes voisines : à ce titre, Vauvert et qualifiée d'offre "support d'équilibre".<br><br>A horizon 2030, ce secteur pourrait changer de niveau d'armature commerciale. En effet, au regard du fort développement démographique envisagé, l'offre pourrait évoluer vers une offre "D'EQUILIBRE", au même titre que Beaucaire et Sommières. C'est la raison pour laquelle le développement commercial préconisé avoisine les 10% des besoins du SCoT.<br><br>La condition de succès de cette consolidation réside dans la limitation du développement commercial en + de 300 m² des communes voisines dans un rayon de 15 minutes depuis Vauvert. |

# 30

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

## *Aimargues, une offre support d'équilibre, dont le développement sera limité*

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE SUPPORT D'EQUILIBRE**

Commune concernée pour accueillir l'offre : Aimargues

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| <u>**Caractéristiques du secteur**</u><br><br>**Population actuelle**<br>Aimargues ≈ 5 000 habitants<br>Prendre en compte deux autres communes dans l'analyse de ce pôle commercial : St Laurent d'Aigouze (3 400 habitants) et Le Cailar (2 400 habitants)<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Aimargues ≈ + 1 400 habitants<br>St Laurent d'Aigouze ≈ + 650 habitants<br>Le Cailar ≈ + 350 habitants<br><br>Soit environ 3 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Faible (captation de quelques déplacements domicile-travail)<br><br><u>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente**</u><br>**Alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>300 à 500 m² <u>tous les 6 ans</u><br><br>**Non alimentaire**<br>Pas de développement en plus de 300 m² | L'offre support d'équilibre consiste à fournir les équipements commerciaux de proximité limitant les déplacements à l'échelle d'un bassin de vie.<br><br>Elle concerne avant tout l'alimentaire puisqu'il s'agit de fournir les équipements nécessaires aux besoins de proximité.<br><br>Pour le non alimentaire, les formats de + de 300 m² n'ont pas vocation à être développés, afin de favoriser la consolidation de polarités commerciales dans les pôles majeurs (Beaucaire, Sommières et Vauvert), et limiter ainsi les déplacements (selon les cas, vers Nîmes, Montpellier/Lattes/Pérols, Alès, Avignon).<br><br>Le développement commercial du secteur d'Aimargues passera avant tout par une requalification des espaces commerciaux afin d'éviter l'étalement urbain le long de la D979 et de la D6313. |

# 31

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

# VIII. CC Rhony Vistre Vidourle

## *Vergèze/Mus/Codognan, une offre support d'équilibre*

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE SUPPORT D'EQUILIBRE**

Communes concernées pour accueillir l'offre : Vergèze/Mus/Codognan

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| **Caractéristiques du secteur**<br><br>**Population actuelle**<br>Vergèze ≈ 5 000 habitants<br>Codognan ≈ 2 450 habitants<br>Mus ≈ 1 400 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Vergèze ≈ + 1000 habitants<br>Codognan ≈ + 300 habitants<br>Mus ≈ + 200 habitants<br><br>Soit environ près de 2 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Faible<br><br>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente pour l'ensemble des communes concernées**<br>**Alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>300 à 500 m² tous les 6 ans<br><br>**Non alimentaire**<br>Pas de développement en plus de 300 m² | L'offre support d'équilibre consiste à fournir les équipements commerciaux de proximité limitant les déplacements à l'échelle d'un bassin de vie.<br><br>Elle concerne avant tout l'alimentaire, raison pour laquelle le développement commercial en + de 300 m² est autorisé, en extension ou modernisation de commerces existants. Le niveau de développement doit tout de même rester très limité.<br><br>Pour le non alimentaire, les formats de + de 300 m² n'ont pas vocation à être développés, afin de favoriser la consolidation de polarités commerciales dans les pôles majeurs (Beaucaire, Sommières et Vauvert), et limiter ainsi les déplacements (selon les cas, vers Nîmes, Montpellier/Lattes/Pérols, Alès, Avignon).<br><br>La priorité d'orientation commerciale de ce secteur réside avant tout dans des opérations de requalification commerciale le long de la RN 113, qui viseraient à rentre l'offre plus lisible et bien mieux insérée dans le paysage. |

# 32

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

## *Aigues-Vives / Gallargues le Montueux, une offre de proximité, et un projet d'offre structurante*

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE DE PROXIMITE**
**+ PROJET OFFRE STRUCTURANTE**

Communes concernées pour accueillir l'offre : Aigues-Vives / Gallargues le Montueux

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| <u>Caractéristiques du secteur</u><br><br>**Population actuelle**<br>Aigues-Vives ≈ 3 150 habitants<br>Gallargues le Montueux ≈ 3 500 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Aigues-Vives ≈ + 700 habitants<br>Gallargues le Montueux ≈ + 700 habitants<br><br>Soit environ 2 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Faible, à l'exception de la sortie d'autoroute A9 qui capte quelques déplacements domicile-travail.<br><br>**<u>Evolution préconisée en matière de surfaces de vente, (pour la somme des 2 communes) en dehors du projet d'offre commerciale structurante sur Gallargues le Montueux.</u>**<br><br>**Alimentaire**<br>2,5 % des besoins du SCoT mais sur des formats de proximité inférieurs à 300 m². Sauf à considérer un projet de 300 à 600 m² couvrant les besoins pour 2030.<br><br>**Non alimentaire**<br>Pas de développement en plus de 300 m² | <u>Offre de proximité</u><br>L'offre de proximité consiste à fournir les petits commerces nécessaires aux achats du quotidien.<br>Elle concerne avant tout l'alimentaire et il n'est pas préconisé de développer de formats de + de 300 m², sauf sur des projets souhaitant fixer une offre sur le long terme justifiant un apport de populations suffisant, et dont la liaison avec le centre village a été prise en compte (en termes de transports et de compatibilité avec l'offre existante).<br>Pour le non alimentaire, les formats de + de 300 m² n'ont pas vocation à être développés, afin de favoriser la consolidation de polarités commerciales dans les pôles majeurs (Beaucaire, Sommières et Vauvert), et limiter ainsi les déplacements (selon les cas, vers Nîmes, Montpellier/Lattes/Pérols, Alès, Avignon).<br><br><u>Projet d'offre structurante</u><br>Il existe sur Gallargues le Montueux un projet de grande offre commerciale, dont la cible n'est pas l'habitant du Sud Gard, mais le touriste. Le DAAC précise dans un point dédié les conditions d'acceptation de cette offre. |

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

# IX. CC Terre de Camargue

## *Le binôme Aigues-Mortes / Le Grau du Roi, offre support littoral et touristique*

**NIVEAU D'OFFRE COMMERCIALE PROJETEE A 2030 : OFFRE SUPPORT LITTORAL ET TOURISTIQUE**

Communes concernées pour accueillir l'offre : Aigues-Mortes / Grau du Roi

| EVOLUTION PRECONISEE EN COMMERCES DE + de 300 m² DE SURFACE DE VENTE | ORIENTATIONS DE CONSOLIDATION |
|---|---|
| **Caractéristiques du secteur**<br><br>**Population actuelle**<br>Aigues-Mortes ≈ 8 450 habitants<br>Le Grau du Roi ≈ 8 450 habitants<br><br>**Augmentation projetée de population sur le secteur**<br>Aigues-Mortes ≈ + 1 100 habitants<br>Le Grau du Roi ≈ + 1 600 habitants<br><br>Soit environ 3,5 % de l'apport de population estimé<br><br>**Capacité à capter des consommateurs au-delà du secteur**<br>Faible sur la population du Scot, mais l'évolution doit tenir compte de la capacité à capter des flux touristiques.<br><br>**Evolution préconisée en matière de surfaces de vente pour l'ensemble des communes concernées**<br>**Alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>300 à 500 m² tous les 6 ans<br><br>**Non alimentaire**<br>5 % des besoins du SCoT<br>500 à 800 m² tous les 6 ans | Bien que pôle d'équilibre au niveau du SCoT, l'offre observée sur le Grau du Roi et Aigues-Mortes n'a pas les caractéristiques d'une offre d'équilibre. La saisonnalité explique le niveau d'offre commerciale observé sur ces communes. Le terme d'offre support littoral et touristique convient mieux. De plus, les capacités de développement limitées de ces communes ne vont pas dans le sens d'une forte consolidation au niveau d'offre d'équilibre, comme cela peut être le cas sur Vauvert.<br><br>C'est avant tout sur les centres-villes qu'il est préconisé d'organiser des actions de développement commercial.<br>Il est proposé d'adosser aux centres-villes d'Aigues-Mortes et du Grau du Roi des objectifs de maintien des fonctions de proximité adossé au développement d'offres spécifiques autour de l'artisanat local et de productions locales.<br><br>Toutefois, compte tenu de l'objectif d'accueil de populations, une consolidation en matière de + de 300 m² pourrait être envisagée, correspondant à environ 5% des besoins sur le SCoT, afin de satisfaire les besoins d'un binôme de communes qui avoisineraient les 20 000 habitants à horizon 2030.<br><br>Ces communes fonctionnant en binôme, les orientations de développement préconisées sont à répartir entre les deux communes, en fonction de la politique locale du commerce menée par l'EPCI. |

# 34

**Secteur(s) d'implantation(s) périphérique(s) et Centralités urbaines**
Renvoi aux schémas de développement commerciaux ou aux PLUi des EPCI

# CONDITIONS D'AMENAGEMENT DE LA GRANDE OFFRE COMMERCIALE

# I. Optimisation des espaces urbanisés

**Prescriptions pour l'optimisation des espaces urbanisés**

**Pour tout projet commercial, privilégier l'utilisation des dents creuses, la réhabilitation et la requalification des friches existantes en centralité urbaine et en périphérie, par rapport à la mise à disposition de foncier nouveau.**

Plusieurs méthodes existent :

- Utilisation des **dents-creuses par projet de surélévation** de constructions bâties : utilisation d'un toit par dérogation au PLU en termes de hauteur et de gabarit et dans le cas d'un adossement à une construction existante contiguë. Cette dérogation peut être envisagée qu'à une vision de mixité sociale.

- Utilisation des **Dents-creuses par projet de continuité urbaine** de terrains non construits entourés de parcelles bâties.

# 36

**Orientations complémentaires (exemples, outils à actionner au-delà du SCOT, bonnes pratiques)**

**Il existe une possibilité pour les communes ou les EPCI de mettre en place la TFC (Taxe sur les Friches commerciales)**

- Taxe sur les Friches Commerciales : concerne les biens commerciaux inexploités. Il s'agit d'un impôt local par décision de la commune ou de l'EPCI, la taxe est assise sur le revenu net servant de base à la taxe foncière sur les propriétés bâties.

**Encourager le réinvestissement sur les espaces commerciaux vieillissants, en y facilitant l'installation de nouvelles formes de commerces, afin de corriger le « mitage » des entrées de ville et de remplacer les hangars commerciaux par des commerces aux architectures plus recherchées.**

- Pour cela, il existe notamment le Concours National Entrées de ville & reconquête des franges urbaines : a lieu tous les deux ans et est porté par *Sites et Cités remarquables de France* et par la *Fédération Patrimoine-Environnement*. L'objet du concours est de distinguer les collectivités territoriales conduisant des opérations exemplaires de reconquête des franges urbaines et d'aménagement de qualité des entrées de ville.

# II. Prescriptions pour les projets soumis à CDAC

**Prescription d'incitation à la densité des équipements commerciaux**

L'objectif des prescriptions ci-dessous est d'augmenter la densité d'aménagement afin de limiter la consommation d'espace. Les porteurs de projet doivent démontrer qu'ils ont fourni des efforts en la matière, en utilisant notamment les solutions ci-dessous :

- Opérer des aménagements sur plusieurs niveaux ;
- Limiter la consommation d'espace pour le stationnement, notamment en positionnant une partie des places en sous-sol, rez-de-chaussée ou toit-terrasse ;
- Mutualiser les accès et le stationnement dans les ensembles commerciaux.

Les documents d'urbanisme locaux peuvent également agir sur la densification des zones commerciales :

- sur les règles de volume et gabarits des bâtiments (hauteur, rapport aux limites) ;
- sur les règles de densité s'appliquant aux nouveaux développements.

**Prescription d'incitation à une meilleure intégration paysagère des équipements commerciaux**

Tout projet de développement devra se donner pour objectif d'assurer son intégration paysagère. Cette prise en compte sera explicitée dans les dossiers de demande d'autorisation et sera évaluée au regard :

- De la végétalisation des espaces extérieurs, et du traitement de ces espaces végétalisés (essence, nombre de plantations, localisation…) notamment sur les espaces de stationnement. Les espaces libres de toute occupation sont prioritairement traités en espace vert, préférentiellement en pleine terre, et les arbres de haute tige sont privilégiés sur les espaces de stationnement ;
- Du traitement paysager dédié aux infrastructures et équipements pour les modes doux ;
- Du traitement paysager des équipements de gestion des eaux pluviales et usées (bassins d'orage paysagers, fosses d'infiltration, mares écologiques, noues paysagères, etc.) ;
- Du traitement des façades (palette de couleur, position et taille des enseignes) ;
- Du traitement des limites (hauteur, couleur et composition des clôtures ou haies, homogénéité à l'échelle de la zone) ;
- Des aménagements choisis permettant de dissimuler et mutualiser les emplacements de stockage avant collecte des déchets ;
- De l'intégration du stockage des matériaux en extérieur le cas échéant.

Les documents d'urbanisme locaux peuvent mettre en place des règles compatibles avec cette orientation (degré de végétalisation, traitement des limites, matériaux, gabarits…).

# 37

**Prescription de limitation de l'impact environnemental des équipements commerciaux**

Les nouveaux développements dans les sites commerciaux périphériques veillent à contribuer à la préservation de la ressource en eau, notamment en favorisant la rétention des eaux pluviales à l'échelle de chaque opération et en réduisant les surfaces imperméabilisées. Compte tenu du niveau élevé du risque inondation sur le territoire, le traitement de cette thématique sera un élément particulièrement analysé lors des commissions départementales d'aménagement commercial. Il est fortement recommandé au porteur de projet de travailler son projet en amont avec les services de l'Etat pour assurer la meilleure prise en compte de ce risque.

Les nouveaux développements intègrent la prise en compte de la problématique énergétique, principalement pour le chauffage, le refroidissement et l'éclairage. Les dossiers de demande d'autorisation sont analysés au regard :

- De l'enveloppe du bâtiment (isolation, toiture terrasse végétalisée…) ;
- Des types d'énergie utilisées ainsi que le rendement des dispositifs d'éclairage et de refroidissement ;
- Du système de vitrage (les doubles vitrages peu émissifs sont à privilégier) ;
- De la présence éventuelle de « puits » de lumière, et des équipements d'éclairage projetés (commande de l'éclairage par horloge, éclairage des circulations par spot encastré à diodes ou par tubes T5 à haut rendement lumineux) ;
- De la mise en place de dispositifs de « production énergétique propre » (panneaux photovoltaïques, éoliennes…). Compte tenu des niveaux d'ensoleillement élevés sur le SCOT Sud Gard, les projets qui ne proposent pas des systèmes d'utilisation de l'énergie solaires pourraient être refusés lors des commissions départementales d'aménagement commercial.

# 38

Les nouveaux développements veillent à favoriser la valorisation des déchets :

- En privilégiant la valorisation sur site et le tri des déchets à la source ;
- En incitant au geste de tri pour les usagers ;
- En intégrant un point de collecte des déchets d'emballages en sortie de caisse pour les équipements de plus de 2 500 m² de surface de vente ;
- En intégrant un système de collecte séparée des biodéchets.

Les documents d'urbanisme locaux veillent à prévoir des espaces de collecte des déchets adaptés aux modalités de la collecte sélective.

# III. Prescriptions pour les ensembles commerciaux

## *Définition*

article L752-3 du Code de Commerce *: Un ensemble commercial désigne les magasins qui sont réunis sur un même site, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, 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.*

**Trois cas de figures pourrait se présenter sur le SCOT**

- CAS DE FIGURE 1 : L'ensemble commercial nouveau, qui ne vient pas compléter un ensemble commercial déjà existant ;
- CAS DE FIGURE 2 : L'ensemble commercial complémentaire, adossé à un ensemble commercial existant, de telle manière que la somme des deux puisse être considérée comme un seul ensemble commercial au regard du Code du Commerce ;
- CAS DE FIGURE 3 : Le projet commercial isolé (une seule cellule ou magasin) qui ne constitue pas en lui-même un ensemble commercial, mais qui devient de fait un élément d'un ensemble commercial, considérant qu'une des conditions de l'article L752 du code du commerce s'applique à ce projet, et permet de le considérer comme une partie nouvelle d'un ensemble commercial existant.

# 39

**Prescriptions spécifiques pour les ensembles commerciaux**

Tout ensemble commercial, quelle que soit sa taille, devra respecter les prescriptions suivantes :

***Desserte et accessibilité :***

- CAS DE FIGURE 1 : Ses conditions de desserte et d'accessibilité devront favoriser l'accès de la clientèle à l'offre de l'ensemble commercial, sans avoir pour autant à reprendre un véhicule entre deux achats. L'usage du stationnement devra être réfléchi de manière mutualisée. Les parcours piétons et modes doux seront favorisés par des cheminements créés à cet effet.
- CAS DE FIGURE 2 ET 3 : Ses conditions de desserte et d'accessibilité devront s'articuler avec l'ensemble commercial existant, notamment en favorisant l'accès de la clientèle à l'offre de l'ensemble commercial, sans avoir pour autant à reprendre un véhicule entre deux achats. Les parcours piétons et modes doux seront favorisés par des cheminements créés à cet effet.

***Aménagement* :**

- CAS DE FIGURE 1 : le projet d'aménagement devra proposer une harmonie d'ensemble de concepts architecturaux et de la signalétique. La gestion paysagère, la gestion des abords, la gestion énergétique seront aussi pensées à l'échelle de l'ensemble commercial.
- CAS DE FIGURE 2 ET 3 : le projet d'aménagement devra :

- Soit intégrer les concepts architecturaux, de signalétique, de gestion paysagère, de gestion des abords, de système d'énergies renouvelables de l'ensemble commercial existant ;
- Soit, en l'absence ou insuffisance de telles dispositions sur l'ensemble commercial existant, le projet d'aménagement pourra être l'occasion de proposer des principes de ce type et de les appliquer à une opération de requalification de l'ensemble commercial existant ;

| Orientations complémentaires pour les ensembles commerciaux |
|---|
| - L'association des partenaires publics (commune, intercommunalité, SCoT, DDT) en amont de la conception des projets est fortement souhaitée.<br><br>- Un règlement adossé à un cahier des prescriptions peut être créé pour l'ensemble commercial, notamment s'il est composé de plusieurs propriétaires fonciers et immobiliers |

# 40

# IV. Prescriptions concernant les Drives

| Prescriptions spécifiques aux drives |
|---|
| - Afin de concentrer les flux commerciaux sur les espaces dédiés au commerce, la création de drive sur une parcelle isolée, sans connexion véhicule et piétonne évidente avec d'autres espaces à vocation commerciale est interdite.<br><br>- Les drives devront donc être localisés dans des zones commerciales ou des parcelles accueillant des grands ensembles commerciaux.<br><br>- Leur traitement architectural et paysager devra être conforme aux prescriptions d'aménagement inscrites au DOO. Pour les projets soumis à CDAC, les prescriptions d'aménagement du DAAC s'appliquent également aux drives. |

# V. Conditions d'acceptation d'une nouvelle offre "structurante"

Pour rappel, l'offre structurante est définie comme tel :

- Une offre diversifiée, portée par une ou plusieurs locomotives commerciales ;
- Une offre qui répond à la fois aux achats courants et aux achats raisonnés plus ponctuels sur du non-alimentaire ;
- Une zone de chalandise primaire à 10/15 minutes et présence d'une zone de chalandise secondaire à 15/40 minutes, voire parfois au-delà pour certaines enseignes (jusqu'à 1H30 de déplacements).

Cette offre est clairement positionnée dans le SCoT sur la ville de Nîmes, et sur une partie des communes périphériques (les communes "supports d'agglomération").

Toutefois, le PADD du SCoT à horizon 2030 laisse "*la possibilité de développement d'une autre offre structurante en dehors de Nîmes".* Le DAAC fixe les conditions d'acceptation pour le développement d'une offre de ce type, positionnée dans l'armature commerciale sur la commune de Gallargues le Montueux.

**Prescriptions**

Afin de respecter l'armature territoriale, l'armature commerciale et les grands principes du PADD, le développement d'une offre structurante nouvelle sur la commune de Gallargues le Montueux ne pourra se faire qu'aux conditions suivantes :

**Condition 1 : Rechercher une cohérence entre l'offre structurante de cœur d'agglomération et cette offre nouvelle.**
L'objectif est d'éviter de dévier des flux de déplacements dont les infrastructures ont été calibrées sur Nîmes pour atteindre les équipements commerciaux structurants (notamment via le TCSP). En ce sens, une offre nouvelle devra apporter une forte plus-value qui viendrait justifier la création d'ensembles commerciaux nouveaux, sur des espaces non intégrés à ce jour aux systèmes de dessertes mis en place. Pour cela, cette offre devra : # 41

- Cibler avant tout des publics spécifiques, qui ne sont pas les habitants du SCoT Sud Gard, pour lesquels l'offre structurante demeure la ville centre et ses portes d'entrées ; En ce sens, le captage de flux touristiques apparait comme la seule cible venant justifier une localisation en dehors de la ville centre ;
- Prévoir des liaisons en transport en commun depuis la ville centre et la gare LGV ;
- Proposer un positionnement commercial inédit à destination des touristes et des flux "passants" par le SCoT (notamment sur l'A9). Pour cela, le projet devra proposer des concepts et des produits nouveaux, et pourrait développer une offre spécifique, notamment sur le loisir.

**Condition 2 : Assurer la cohérence avec l'offre d'équilibre et de proximité :**
Le secteur envisagé dispose, dans un rayon de 10 à 15 minutes, de villes et villages ayant une offre d'équilibre et de proximité. L'armature commerciale confirme et conforte ces villes dans leur rôle de polarités commerciales pour desservir au mieux les habitants des différents bassins de vie du Scot. Par conséquent, tout projet de développement d'une offre structurante devra :

- Limiter le volet « commerce alimentaire » (GMS et hypermarchés), qui ne pourra pas excéder 2 500 m² de surface de vente, ne constituant pas la pierre angulaire du projet commercial.
- Interdire les petites cellules commerciales (inférieures à 200 m² de surface de vente) à destination de commerces de proximité (alimentaire, services à la personne)

**Proposition de formats nouveaux en matière de commerce**

Dans une logique de développement durable du territoire, il est primordial que le projet présenté se positionne au plus possible vers des formats d'avenir, afin d'éviter de générer une friche commerciale sur le moyen/long terme.

Aussi, le projet devra démontrer qu'il prend en compte les dernières avancées commerciales en matière de solutions numériques pour les usagers, de commerces connectés, de formats compacts d'enseignes, d'expérience usager maximisée.

**Phasage**

Dans une optique de consommation raisonnée de l'espace, le projet présenté devra être phasé et ne pas excéder une consommation foncière de 15 ha à horizon 2030 sur son volet commercial. Ce programme commercial pourrait s'intégrer dans un programme global mixant commerces, loisirs ou autres activités porteuses de valeur ajoutée (innovation, technologies, santé). Ce programme global ne pourra pas dépasser les 25 ha de consommation foncière à horizon 2030 afin d'être en cohérence avec les objectifs du DOO en matière de consommation foncière et d'affectation des usages du foncier économique.

# 42

# LES OUTILS AU DELA DU SCOT

# I. Favoriser le maintien ou le développement du commerce au sein des centres des villes et des villages.

**Orientations complémentaires (exemples, outils à actionner au-delà du SCOT, bonnes pratiques)**

**Favoriser un environnement urbain propice au maintien et au développement du commerce et de l'artisanat en centre-ville**

- Travailler une politique de stationnement et des conditions d'accessibilité à l'offre commerciale ;
- Mettre en place des "ambiances" dans les principales rues commerçantes et portes d'entrées des centres-villes, à partir du mobilier urbain, de la signalétique, d'une politique de végétalisation ou encore d'une stratégie d'éclairage…
- Mettre en place des périmètres de restauration immobilière (PRI) : ces outils imposent la réalisation de travaux de restauration immobilière sur un ensemble de bâtiments par le propriétaire (avec aide de l'Anah notamment) ou par la collectivité en vue de valoriser l'immobilier des différents points de vente.

**Contribuer à l'accompagnement à l'implantation de concepts de centre-ville, qui apportent une réponse aux nouvelles attentes des consommateurs. Il peut s'agir de plusieurs types de formats de vente :**

# 44

- Formats de ventes "city" valables pour l'alimentaire, mais aussi pour le non alimentaire ;
- Système de distribution des achats comme par exemple des points-relais et consignes automatiques pour le e-commerce en centre-ville (plateforme digitale ou livraison de proximité de la grande surface périphérique à la ville) ;
- Boutique des producteurs fermiers locaux : vente directe des produits des agriculteurs de la région, constitution de paniers des consommateurs, espace restauration.

**Favoriser la poli-activité des commerces : Points de vente hybrides, multi-activités.**

Exemples de points de vente hybrides : cavistes et vente d'œuvres d'art, fleuriste et salon de thé, Repair café, etc…. Pour favoriser cette démarche, des appels à projets peuvent s'envisager.

**Utiliser la souplesse des baux précaires pour dynamiser le commerce grâce au « commerce éphémère»**

- Utilités d'un magasin éphémère : enjeu de visibilité pour le lancement d'un produit, création d'évènement ou encore écoulement des stocks. Le magasin éphémère peut-aussi être l'occasion d'installer des commerçants ou artisans d'arts sur une période courte (estivale, fin d'année). Pour la commune, l'enjeu est de limiter les locaux commerciaux vacants par des occupations temporaires et permettre leur valorisation. Ces magasins permettent aussi de diversifier l'offre commerciale.
- Opération « MA BOUTIQUE A L'ESSAI » : un local de 60m² en centre-ville pendant 6 mois et à loyer négocié + un accompagnement technique personnalisé c'est-à-dire un accompagnement à la création d'entreprise ainsi qu'un kit de communication, des conseils et travaux d'agencement à prix préférentiels.

**Faire des places des cœurs de villes ou villages les lieux principaux d'animation commerciale et non commerciale en centre-ville : animation, espaces modulaires, en capacité d'accueillir du public à l'occasion d'évènements, et reliés à différents modes de transport.**

- Exemples sur une place centrale :
    - Animation culturelle : danses de salon, flash mob, écran géant évènementiel (cinéma, sport) exposition photos dans structures provisoires, …
    - Animation commerciale : marché des savoir-faire locaux, salon plein-air thématique (environnement, robotique, culinaire…), théâtralisation des commerces de la place (décor thématique évènementiel), soirée commerçante (nocturne de boutiques une fois par mois) …
- Il est également possible d'assurer une prise en compte de l'évènement majeur du centre-ville avec la gratuité des transports publics (pour course pédestre par exemple), « centre-ville sans voitures », liaison supplémentaire ponctuelle de transports collectifs (soir de match par exemple).

# 45

# II. Encourager les politiques publiques de soutien aux cœurs de ville.

| Outils (exemples, outils à actionner au-delà du SCoT, bonnes pratiques) |
|---|
| **Définir des plans d'actions pour les cœurs de ville et de village, qui vont au-delà des schémas d'aménagement, car ils intègrent d'autres éléments complémentaires**<br>- Des solutions d'animations commerciales et non commerciales du cœur de ville ;<br>- Des solutions d'accompagnement des entreprises et des porteurs de projets. Notamment le travail sur la transmission / reprise est essentiel dans le cadre du maintien des activités en place ;<br>- La mise en place d'une veille sur les concepts commerciaux les formats, les décideurs nationaux et régionaux des enseignes ;<br>- La stimulation et la régulation de l'immobilier d'entreprise local, via des actions d'information et d'animation auprès des propriétaires.<br><br>**Etudier les possibilités d'intervenir sur l'immobilier d'entreprise :** préemption de locaux commerciaux (murs, baux et fonds de commerce), Portage de locaux par les collectivités ou des organismes d'appui.<br><br>**Encourager la mobilisation de fonds publics de soutien aux cœurs de ville : Fisac, appels à projet région, fonds européens, plan d'actions cœur de ville etc….**<br><br>**Encourager la candidature des communes et des EPCI à des dispositifs expérimentaux**<br>- Exemple : Dispositif expérimental d'appui interministériel au développement et à l'expertise en espace rural (« AIDER ») : territoires sélectionnés pour bénéficier de missions d'appui à un projet de territoire et/ou à la résolution de difficultés particulières liées à des projets complexes. Appui temporaire et gratuit suite à un constat de carence à l'échelle locale. Dispositif piloté par le CGET.<br><br>**Se doter de "manager de centre-ville"**<br><br>**Mettre en place des partenariats avec les organisations consulaires pour accompagner la mutation des commerces, former les commerçants, et s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs** |

SCOT

SUD GARD

sce ateliersup+ creocean Environnement & océanographie SYNAE Synergies des activités Economiques Les Dissidents L'AGENCE QUI FAIT BOUGER LES MARQUES Cereg Territoires A'U Agence d'Urbanisme région nîmoise et alésienne