

Nantes Saint-Nazaire

Pôle métropolitain

↘ Document d'aménagement commercial

Comité syndical du 16 octobre 2013

Sommaire

1. Rappel du Document d’Orientations Générales du SCoT de la Métropole Nantes Saint-Nazaire relatif à l’aménagement commercial	7
2. Contexte réglementaire et législatif	11
3. Diagnostic territorial du commerce	19
3.1. Analyse de l’appareil commercial	22
3.2. Tendances de consommation et évolutions de la demande	32
4. Orientations d’aménagement commercial	39
4.1. Orientations portant sur les centralités et localisations	41
4.2. Classification des ZAcom, orientations portant sur les ZAcom et localisations.....	44
4.3. Orientations portant sur les espaces hors centralités et ZAcom	50
5. Dossier cartographique	53
6. Compatibilité avec les orientations environnementales du SCoT en vigueur.	89
7. Annexes	95
Liste des centralités commerciales	96
Glossaire	100

Introduction

Département de Loire-Atlantique État d'avancement de la démarche "Chartes d'orientation commerciale"



Les collectivités qui composent le SCoT de la métropole Nantes Saint-Nazaire ont décidé de définir une stratégie commune en matière d'implantation commerciale.

Cette stratégie est le fruit d'une concertation aboutie entre les six EPCI qui forment le SCoT Métropolitain.

Une première étape a consisté à mettre en oeuvre des chartes d'orientation commerciale dans chacun des EPCI du SCoT. Menée en partenariat avec les agences d'urbanisme (AURAN, ADDRN), la Chambre de Commerce et d'Industrie et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, cette démarche a permis de construire une vision commune des enjeux et des problématiques territoriales du commerce ainsi qu'une stratégie pour chacun des EPCI.

À ce jour, cinq EPCI sur six sont dotés d'une charte et un EPCI a engagé la démarche.

Le Document d'Aménagement Commercial de la Métropole Nantes Saint-Nazaire est le «dénominateur commun» des stratégies établies dans les chartes. **Il définit les enjeux et les orientations de l'aménagement commercial pour le territoire à l'horizon 2016.**

Dans sa construction, il s'appuie aussi sur le Projet d'Aménagement et de Développement Durable et le Document d'Orientations Générales du SCoT métropolitain adopté en mars 2007. Il vient en préciser les enjeux et les orientations en matière d'aménagement commercial, tout en restant fidèle aux grands principes qui définissent la métropole à l'horizon 2020.

1. Rappel du Document d'Orientations Générales du SCoT de la Métropole Nantes Saint-Nazaire relatif à l'aménagement commercial

Les orientations générales de l'organisation de l'espace et de la restructuration des espaces urbanisés (Rappels du Document d'Orientations Générales)

Le SCoT de la Métropole Nantes Saint-Nazaire a été adopté le 26 mars 2007 et propose des orientations en matière d'organisation de l'appareil commercial. Le Document d'Aménagement Commercial (DAC), en s'appuyant sur les grands principes énoncés dans le Document d'Orientations Générales, vient préciser les orientations relatives à l'aménagement commercial et les localisations préférentielles des équipements commerciaux.

Rappels du DOG :

«1.1. Les grands principes fondamentaux pour définir la forme de la Métropole et l'organisation de l'espace à l'horizon 2020

L'espace métropolitain est caractérisé par une forme originale marquée par deux grands pôles urbains, un maillage de communes et des espaces naturels et agricoles extrêmement présents. Le développement urbain de la métropole s'effectue en respectant les principes de mixité des fonctions du tissu urbain, de diversité sociale, d'économie d'espace. Le développement de la métropole Nantes Saint-Nazaire doit :

- s'appuyer sur le développement des deux agglomérations de Nantes et Saint-Nazaire en assurant une articulation équilibrée entre une ville centre dense et le réseau des centres urbains d'agglomération ;
- affirmer les pôles structurants de Savenay, Nort-sur-Erdre, Saint-Étienne-de-Montluc et de Treillières / Grandchamp, relais des agglomérations visant à
- limiter les déplacements à l'échelle de la métropole. Ces pôles sont ou seront connectés au réseau ferroviaire interurbain ;

- conforter les autres communes en assurant les conditions permettant leur développement démographique ; permettre le développement économique de chacune des intercommunalités ;
- prévoir les espaces nécessaires au développement urbain, économique et commercial dans un objectif de renforcement des centralités et d'économie d'espace et d'arrêt du mitage de l'espace métropolitain ;
- protéger les espaces agricoles et naturels constituant la trame verte de la métropole ;
- développer les réseaux de transports collectifs urbains et interurbains et privilégier le développement urbain dans les secteurs desservis par les transports collectifs ;
- prendre en compte le patrimoine archéologique, urbain, industriel, portuaire, vernaculaire et paysager de la métropole ;
- tenir compte des risques naturels, notamment le risque d'inondations, et du risque technologique ;
- participer à la réduction des émissions des gaz à effet de serre et anticiper les bouleversements énergétiques à venir.

L'ensemble de ces principes est détaillé dans les chapitres 2 à 9 du Document d'orientations générales»

«6.2.5. Organiser le développement commercial

L'équipement commercial constitue une des composantes d'un aménagement cohérent du territoire métropolitain et, à ce titre, tout en répondant aux enjeux économiques du secteur, il doit s'inscrire dans un objectif de développement durable en confortant les centralités et en prenant en compte la politique maîtrisée des déplacements.

D'une manière générale, à l'échelle de la métropole, aucune nouvelle zone commerciale de périphérie ne sera créée. Les paragraphes ci-dessus précisent, par intercommunalité, les conditions de développement du commerce. Pour l'ensemble des zones commerciales existantes ou en projet, le Scot recommande l'application des critères de qualité propres aux zones connectées au réseau routier majeur :

- *traiter les façades sur voies,*
- *veiller à la qualité architecturale,*
- *assurer un traitement minimal des lots inoccupés,*
- *réglementer l'usage de la publicité.*

Dans la Communauté Urbaine de Nantes et dans la communauté d'agglomération de Saint-Nazaire, le Scot affirme sa volonté de conforter la vocation commerciale des deux centres-villes de Nantes et de Saint-Nazaire dans leur dimension métropolitaine et des centre-villes.

À cet effet, il convient de :

- *faire évoluer au profit des centres de Nantes et Saint-Nazaire, le ratio de nombre de m² commerciaux entre zones périphériques et centres villes ; élargir l'espace marchand des centres villes en favorisant la reconversion de friches immobilières et la réalisation d'opérations nouvelles à vocation commerciale ;*
- *renforcer l'attractivité des activités commerciales de centre ville par l'implantation d'enseignes majeures susceptibles de développer une offre de produits de services originaux et spécifiques ;*
- *renforcer les liaisons entre les ensembles commerciaux constituant les pôles centre et protéger les continuités marchandes en favorisant les surfaces de vente en rez-de-chaussée et en renforçant l'attraction des centres villes par des aménagements de qualité ;*
- *développer et préserver l'offre de proximité visant à répondre aux besoins de la population résidente ;*
- *pour ne pas dévitaliser les commerces de centre bourg, les projets de déplacements ou d'implantation de surfaces alimentaires en périphérie, seront réalisés en lien avec les projets d'aménagement urbain et en excluant la création de galeries commerciales généralistes, seule l'implantation de quelques commerces de proximité étant envisageable en accompagnement de ces opérations.*

Pour les pôles périphériques existants, il est nécessaire de :

- *veiller à la complémentarité, la diversité et l'équilibre entre les pôles existants ;*
- *encourager les opérations de restructuration, de mutation d'usage et d'adaptation qualitative de surfaces de vente dans le respect des objectifs de maîtrise du volume global de l'offre ;*
- *limiter les possibilités d'extension des zones périphériques au seuls projets s'inscrivant dans une logique de diversification de l'offre commerciale et intéressant des secteurs d'activités en développement, complémentaires du centre ville.»*

Dans les communautés de communes de Loire et Sillon, Coeur d'Estuaire, Région de Blain et Erdre et Gesvres, le Scot affirme sa volonté de renforcer la vocation commerciale des pôles structurants et de conforter le tissu commercial des centres de communes et de quartiers.

À ce titre, pour ne pas dévitaliser les commerces de centre bourg, les projets de déplacements ou d'implantation de surfaces alimentaires en périphérie, seront réalisés en lien avec les projets d'aménagement urbain et en excluant la création de galeries commerciales généralistes, seule l'implantation de quelques commerces de proximité étant envisageable en accompagnement de ces opérations.

Dans ce cadre, le Scot prend acte des projets :

- *de la Colleraye à Savenay,*
- *d'extension de la Pancarte à Nort-sur-Erdre,*
- *de La Belle-Étoile à Treillières / Grandchamp-des-Fontaines,*
- *d'un secteur limité de la zone d'activités de La Folaine à Cordemais, développé en cohérence avec le projet urbain du Temple de Bretagne.»*

2. Contexte réglementaire et législatif

Un DAC «LME»...

Le Document d'Aménagement Commercial du SCoT de la Métropole Nantes Saint-Nazaire s'appuie sur les articles du Code de l'urbanisme et du Code du commerce modifiés suite à l'adoption de la Loi de Modernisation de l'Économie du 4 août 2008.

Dans les textes déjà en vigueur, les schémas de cohérence territoriale :

- « *déterminent les conditions permettant d'assurer ... la diversité des fonctions urbaines et rurales ... en prévoyant des capacités de construction et de réhabilitation suffisantes pour la satisfaction des besoins présents et futurs en matière d'habitat, d'activités économiques, touristiques, sportives, culturelles et d'intérêt général ainsi que d'équipements publics et d'équipement commercial, en tenant compte en particulier des objectifs de répartition géographiquement équilibrée entre emploi, habitat, commerces et services, d'amélioration des performances énergétiques, de développement des communications électroniques, de diminution des obligations de déplacements et de développement des transports collectifs* »
(Extrait de l'article L 121.1 du Code de l'urbanisme)
- « *définissent notamment les objectifs relatifs ... à l'équipement commercial et artisanal, aux localisations préférentielles des commerces...* » **(Extrait de l'article L 122.1 du Code de l'urbanisme)**
- « *Les implantations, extensions, transferts d'activités existantes et changements de secteur d'activité d'entreprises commerciales et artisanales doivent répondre aux exigences d'aménagement du territoire, de la protection de l'environnement et de la qualité de l'urbanisme. Ils doivent en particulier contribuer au maintien des activités dans les zones rurales et de montagne ainsi qu'au rééquilibrage des agglomérations par le développement des activités en centre-ville et dans les zones de dynamisation urbaine. Dans le cadre d'une concurrence loyale, ils doivent également contribuer à la modernisation des équipements commerciaux, à leur adaptation à l'évolution des modes de consommation et des techniques de commercialisation, au confort d'achat du consommateur et à l'amélioration des conditions de travail des salariés*»
(Article L750-1 du Code du commerce modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008)
- « *Les programmes locaux de l'habitat, les plans de déplacements urbains, les schémas de développement commercial, les plans locaux d'urbanisme, les plans de sauvegarde et de mise en valeur, les cartes communales, la délimitation des périmètres d'intervention prévus à l'article L. 143-1, les opérations foncières et les opérations d'aménagement définies par décret en Conseil d'Etat sont compatibles avec le document d'orientation et d'objectifs des schémas de cohérence territoriale et les schémas de secteur. Il en est de même pour les autorisations prévues par l'article L. 752-1 du code de commerce et l'article L. 212-7 du code du cinéma et de l'image animée. Lorsqu'un schéma de cohérence territoriale est approuvé après l'approbation d'un programme local de l'habitat ou d'un plan de déplacements urbains, ces derniers sont, le cas échéant, rendus compatibles dans un délai de trois ans*»
(Article L122-1-15 du Code de l'urbanisme)

Les commerces soumis à une autorisation d'exploitation commerciale au titre de l'article **L 752-1 et suivants du Code du commerce** doivent préférentiellement s'implanter dans les ZCom identifiées dans le présent document d'aménagement commercial ou dans les centralités délimitées par les plans locaux d'urbanisme (PLU), conformément à l'orientation 6.2.5. du document d'orientation générale.

«I.-Sont soumis à une autorisation d'exploitation commerciale les projets ayant pour objet :

- 1° La création d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 mètres carrés, résultant soit d'une construction nouvelle, soit de la transformation d'un immeuble existant ;*
- 2° L'extension de la surface de vente d'un magasin de commerce de détail ayant déjà atteint le seuil des 1 000 mètres carrés ou devant le dépasser par la réalisation du projet. Est considérée comme une extension l'utilisation supplémentaire de tout espace couvert ou non, fixe ou mobile, et qui n'entrerait pas dans le cadre de l'article L. 310-2 ;*
- 3° Tout changement de secteur d'activité d'un commerce d'une surface de vente supérieure à 2 000 mètres carrés. Ce seuil est ramené à 1 000 mètres carrés lorsque l'activité nouvelle du magasin est à prédominance alimentaire ;*
- 4° La création d'un ensemble commercial tel que défini à l'article L. 752-3 et dont la surface de vente totale est supérieure à 1 000 mètres carrés ;*
- 5° L'extension de la surface de vente d'un ensemble commercial ayant déjà atteint le seuil des 1 000 mètres carrés ou devant le dépasser par la réalisation du projet ;*
- 6° La réouverture au public, sur le même emplacement, d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 mètres carrés dont les locaux ont cessé d'être exploités pendant trois ans, ce délai ne courant, en cas de procédure de redressement judiciaire de l'exploitant, que du jour où le propriétaire a recouvré la pleine et entière disposition des locaux.*

II.-Les schémas prévus au chapitre II du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme peuvent définir des zones d'aménagement commercial.

Ces zones sont définies en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement ou de qualité de l'urbanisme spécifiques à certaines parties du territoire couvert par le schéma. Leur délimitation ne peut reposer sur l'analyse de l'offre commerciale existante ni sur une mesure de l'impact sur cette dernière de nouveaux projets de commerces.

La définition des zones figure dans un document d'aménagement commercial qui est intégré au schéma de cohérence territoriale par délibération de l'établissement public prévu à l'article L. 122-4 du code de l'urbanisme. A peine de caducité, ce document d'aménagement commercial doit faire l'objet, dans un délai d'un an à compter de la délibération l'adoptant, d'une enquête publique.

En l'absence de schéma de cohérence territoriale, l'établissement public compétent pour son élaboration peut adopter avant le 1er juillet 2009 un document provisoire d'aménagement commercial, dans les conditions définies à l'alinéa précédent. Ce document provisoire est valable deux ans. L'approbation du schéma de cohérence territoriale dans ce délai lui confère un caractère définitif.

Dans la région d'Ile-de-France, dans les régions d'outre-mer et en Corse, en l'absence de schéma de cohérence territoriale, un document d'aménagement commercial peut être intégré au plan local d'urbanisme.

Le document d'aménagement commercial est communiqué dès son adoption au préfet»

Lorsqu'elle statue sur l'autorisation d'exploitation commerciale visée à l'article L. 752-1, la commission départementale d'aménagement commercial se prononce sur les effets du projet en matière d'aménagement du territoire, de développement durable et de protection des consommateurs. Les critères d'évaluation sont :

1° En matière d'aménagement du territoire :

a) L'effet sur l'animation de la vie urbaine, rurale et de montagne ;

b) L'effet du projet sur les flux de transport ;

c) Les effets découlant des procédures prévues aux articles L. 303-1 du code de la construction et de l'habitation et L. 123-11 du code de l'urbanisme ;

2° En matière de développement durable :

a) La qualité environnementale du projet ;

b) Son insertion dans les réseaux de transports collectifs.

(Article L752-6 du Code du Commerce modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102)

... avec la loi Grenelle II en toile de fond

L'article 17 de la Loi Engagement National pour l'Environnement, dite Loi Grenelle 2, a récemment modifié **l'article L 122-1-9 du Code de l'urbanisme**.

- « *Le document d'orientation et d'objectifs précise les objectifs relatifs à l'équipement commercial et artisanal et aux localisations préférentielles des commerces afin de répondre aux exigences d'aménagement du territoire, notamment en matière de revitalisation des centres-villes, de cohérence entre équipements commerciaux, desserte en transports, notamment collectifs, et maîtrise des flux de marchandises, de consommation économe de l'espace et de protection de l'environnement, des paysages, de l'architecture et du patrimoine bâti.* »
- « *Il comprend un document d'aménagement commercial défini dans les conditions prévues au II de l'article L. 752-1 du code de commerce, qui délimite des zones d'aménagement commercial en prenant en compte ces exigences d'aménagement du territoire. Dans ces zones, il peut prévoir que l'implantation d'équipements commerciaux est subordonnée au respect de conditions qu'il fixe et qui portent, notamment, sur la desserte par les transports collectifs, les conditions de stationnement, les conditions de livraison des marchandises et le respect de normes environnementales, dès lors que ces équipements, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'organisation du territoire.* »

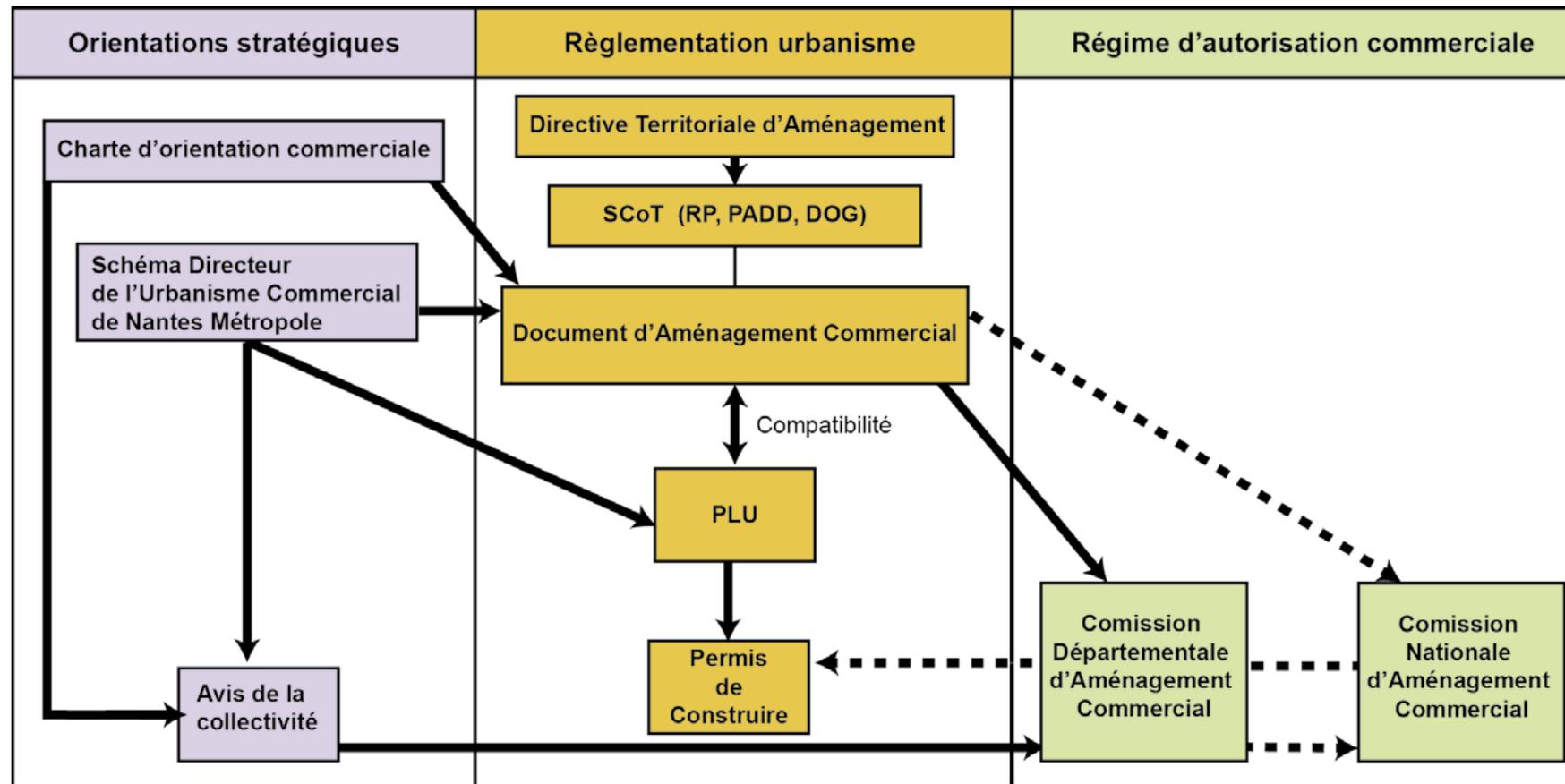
L'adoption du SCoT de la Métropole Nantes Saint-Nazaire étant antérieure à l'adoption de ce texte, le DAC de ce SCoT n'est donc pas soumis à cette modification.

Cependant, le présent DAC intègre d'ores et déjà un certain nombre de principes qui préfigurent sa révision en DAC dit Grenelle, dès lors que ces principes sont compatibles avec le régime antérieur à la loi Grenelle II.

Principe du DAC « LME » métropolitain

- Il distingue 3 secteurs : les centralités, les zones d'aménagement commercial (ZAcom) et les espaces hors ZAcom et centralités.
- Les ZAcom indiquent les localisations préférentielles des grands commerces et/ou ensembles commerciaux d'importance en dehors des centralités.
- Les localisations des ZAcom sont fondées sur des critères d'aménagement du territoire et d'insertion urbaine.
- Dans les centralités, les règles d'implantations commerciales sont à fixer par le PLU ou le PSMV (Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur) de Nantes.
- En dehors des centralités et des ZAcom, les implantations de commerces et ensembles commerciaux de surfaces inférieures à 1 000 m² de surface plancher sont régies par les dispositions du PLU.
- En dehors des centralités et des ZAcom, il n'est pas souhaitable que des commerces ou ensembles commerciaux de plus de 1 000 m² de surface plancher s'implantent.

Cadres stratégiques et réglementaires dans lesquels s'inscrivent les implantations de projets commerciaux



•••• ➔ relations actives en cas de recours en Comission Nationale d'Aménagement Commercial

➔ relations entre les orientations stratégiques définies par les collectivités, la règlementation en urbanisme et les regimes d'autorisations des projets commerciaux

3. Diagnostic territorial du commerce

Le diagnostic territorial du commerce

Le diagnostic territorial du commerce est un préalable à la définition d'une stratégie de développement commercial à l'échelle du SCoT. L'article L 123-1-2 du Code de l'urbanisme précise que le projet d'aménagement doit s'appuyer sur « *un diagnostic établi au regard des prévisions économiques et démographiques et des besoins répertoriés en matière de développement économique, d'aménagement de l'espace d'environnement, d'équilibre social de l'habitat, de transports, d'équipements et de services. . .* » .

Ce diagnostic territorial du commerce poursuit trois objectifs :

- mettre en évidence les problématiques d'aménagement que pose le développement commercial des territoires du SCoT. Depuis la Loi LME de 2008, les implantations commerciales doivent être évaluées sous l'angle de l'aménagement, de la protection de l'environnement et de l'insertion urbaine ;
- définir des indicateurs de suivi. Le SCoT doit se doter dans le domaine commercial d'indicateurs territoriaux permettant de définir des objectifs et d'évaluer les politiques publiques ;
- établir la carte des polarités commerciales du SCoT.

Il est composé de deux parties :

- l'analyse des structures et dynamiques de l'appareil commercial des EPCI du SCoT ;
- l'analyse des tendances de consommation et leurs impacts sur l'aménagement du territoire.

En outre, il s'appuie sur les enjeux liés aux mutations de la société et des modes de vies du Projet d'Aménagement et de Développement Durable du SCoT de la Métropole Nantes Saint-Nazaire pour dessiner les problématiques liées à l'aménagement commercial :

- assurer un accès aux équipements commerciaux pour tous ;
- intégrer la fonction commerciale à la ville au regard des objectifs de développement durable (réduction de la consommation d'espace, réduction des déplacements motorisés...);
- prendre en compte la temporalité des pratiques de la ville dans l'aménagement commercial.

Rappel du PADD p.4

«Les mutations de la société, des modes de vies

En 2005, la population du Scot est de l'ordre de 766 000 habitants contre 735 000 habitants en 1999. La croissance de la population reste donc très soutenue : environ 6 000 habitants supplémentaires chaque année. L'évolution de la métropole, dans le prolongement du rythme des dernières années, pourrait amener la population aux alentours de 840 000 habitants à 885 000 habitants à l'horizon 2020.

Dans ces hypothèses, c'est donc environ 75 000 à 120 000 habitants supplémentaires qu'il faudra loger entre 2005 et 2020. Ces évolutions dépendront de nombreux facteurs, mais cela constitue un repère pour le futur. Compte tenu des profondes évolutions de notre société, qui conduisent notamment à une réduction de la taille des ménages, c'est de l'ordre de 80 000 logements qu'il serait nécessaire de bâtir d'ici 2020, ce qui représente environ le quart du parc actuel de logements. Mais, au delà des évolutions quantitatives, le territoire doit aussi être à l'écoute, prendre en compte les mutations de notre société, anticiper les nouveaux modes de vie, imaginer les incertitudes. Il faudra notamment :

> Assurer les solidarités intergénérationnelles

D'ici 2020, les personnes de plus de 60 ans devraient augmenter de moitié. Le vieillissement de la population, l'allongement de la vie professionnelle deviennent des éléments déterminants de nombreuses politiques et pose la question du renforcement des liens intergénérationnels.

> Penser autrement les formes urbaines et s'interroger sur la stabilité de notre modèle de développement périurbain

L'étalement de l'urbanisation et la consommation d'espace (de l'ordre de 370 hectares par an dans le territoire du Scot), conduisent à devoir envisager autrement le développement urbain, de manière économe en espace, et en ayant soin de bien relier les nouveaux quartiers aux équipements et aux services. Néanmoins, ce modèle doit pou-

voir satisfaire au souhait de plus de 80% des ménages qui désirent habiter en maison individuelle.

L'émergence des territoires périurbains où se mêlent ville et campagne constitue un facteur majeur de l'aménagement. Leurs résidents, qu'ils aient choisi ce mode de vie, ou qu'ils aient été contraints d'y venir faute de terrains disponibles à prix raisonnable dans les agglomérations, sont attachés à la fois aux avantages de « l'habiter en campagne » et en même temps profondément attachés au mode de vie urbain et aux services qui lui sont liés. La métropole devra donc répondre aux demandes croissantes des habitants du périurbain en matière de services, de commerces, au plus près de leurs lieux de domicile. La politique de renforcement des pôles urbains, et notamment des pôles structurants constitue une réponse à cela.

Ce modèle de développement, basé presque exclusivement sur l'utilisation de la voiture individuelle présente une grande fragilité par rapport aux disponibilités et au coût des carburants. Le Scot doit intégrer ces risques de rupture en recherchant un modèle de développement moins dépendant de la voiture, en reliant notamment l'urbanisation et le potentiel de desserte en transports collectifs.

> Considérer le temps comme une nouvelle composante de l'aménagement

La métropole doit prendre en considération les multiples pratiques de la ville par ses habitants (horaires de travail décalés, besoins de garde des enfants, etc). La mise en place d'une réflexion sur l'articulation temps et politiques d'aménagement doit être envisagée. (aménagement des horaires de travail, l'amplitude des horaires d'ouverture des services...))»

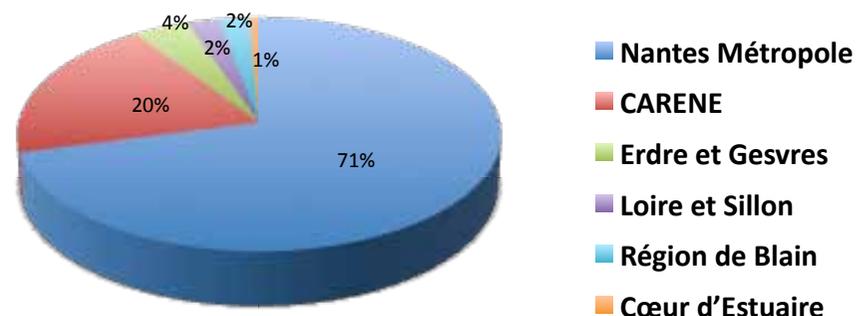
3.1. Analyse de l'appareil commercial

Le maillage actuel :

Indicateur : répartition des surfaces commerciales par EPCI

Le territoire du SCoT totalise environ 1 230 000 m² de surfaces commerciales qui se répartissent ainsi :

- **872 600 m²** pour Nantes Métropole
- **241 800 m²** pour la CARENE
- **50 100 m²** pour Erdre et Gesvres
- **29 200 m²** pour Loire et Sillon
- **28 000 m²** pour la Région de Blain
- **8 700 m²** pour Cœur d'Estuaire

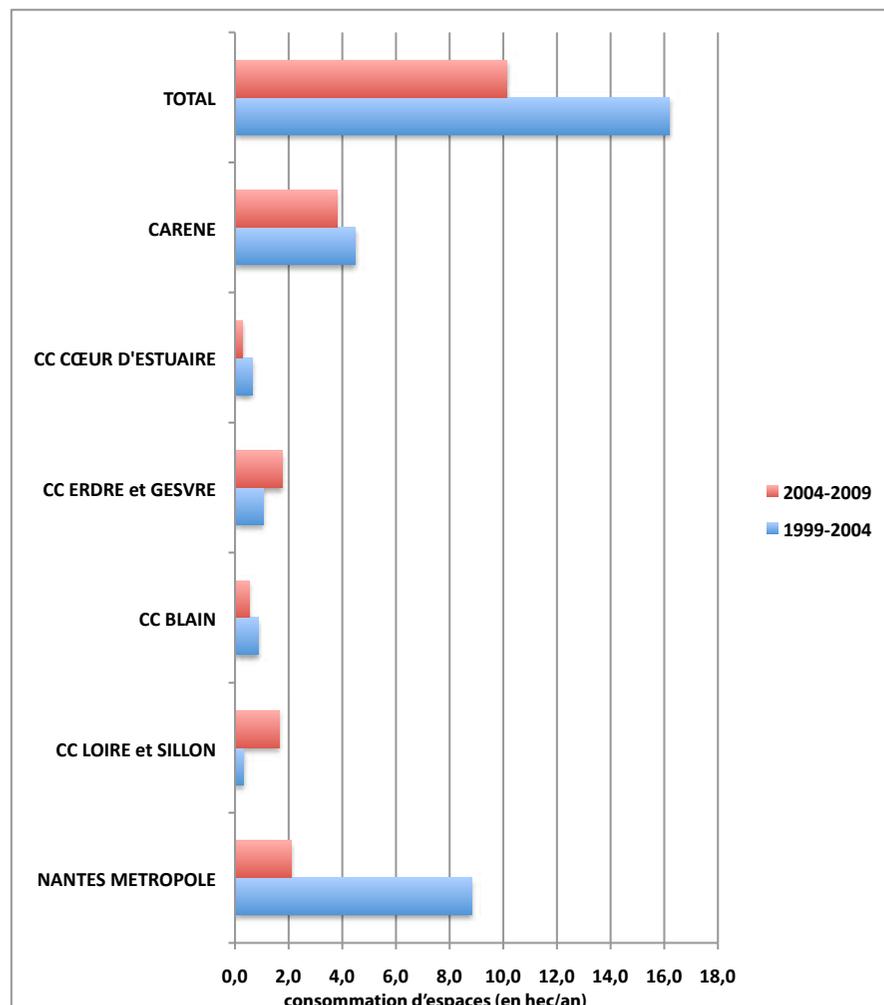


L'analyse de la répartition des surfaces commerciales met en évidence l'équilibre actuel. La métropole Nantaise concentre plus de 70 % des surfaces commerciales du SCoT, tandis que la CARENE représente 20 % des surfaces totales. Les autres EPCI totalisent près de 10 % des surfaces. Un suivi régulier des répartitions des surfaces commerciales sera réalisé durant la durée d'application du DAC, l'optimisation de la répartition territoriale des surfaces commerciales étant un des enjeux majeurs du DAC afin de garantir un maillage cohérent du territoire et un accès aux services commerciaux pour tous les habitants.

Enjeu : optimiser la répartition commerciale entre les différents EPCI

Les dynamiques observées :

Indicateur : évolution de la consommation d'espaces à vocation commerciale



L'analyse de la consommation d'espaces à vocation commerciale sur deux périodes (1999/2004 et 2004/2009) met en évidence une diminution globale de la consommation à l'échelle du SCoT. La consommation d'espaces représentait en moyenne 16,2 hec/an entre 1999 et 2004, contre 10,1 hec/an entre 2004 et 2009. Cette diminution de la consommation d'espace est le fruit d'une politique concertée d'aménagement commercial qui privilégie les centralités et le renouvellement urbain plutôt que les extensions et les créations de zones périphériques.

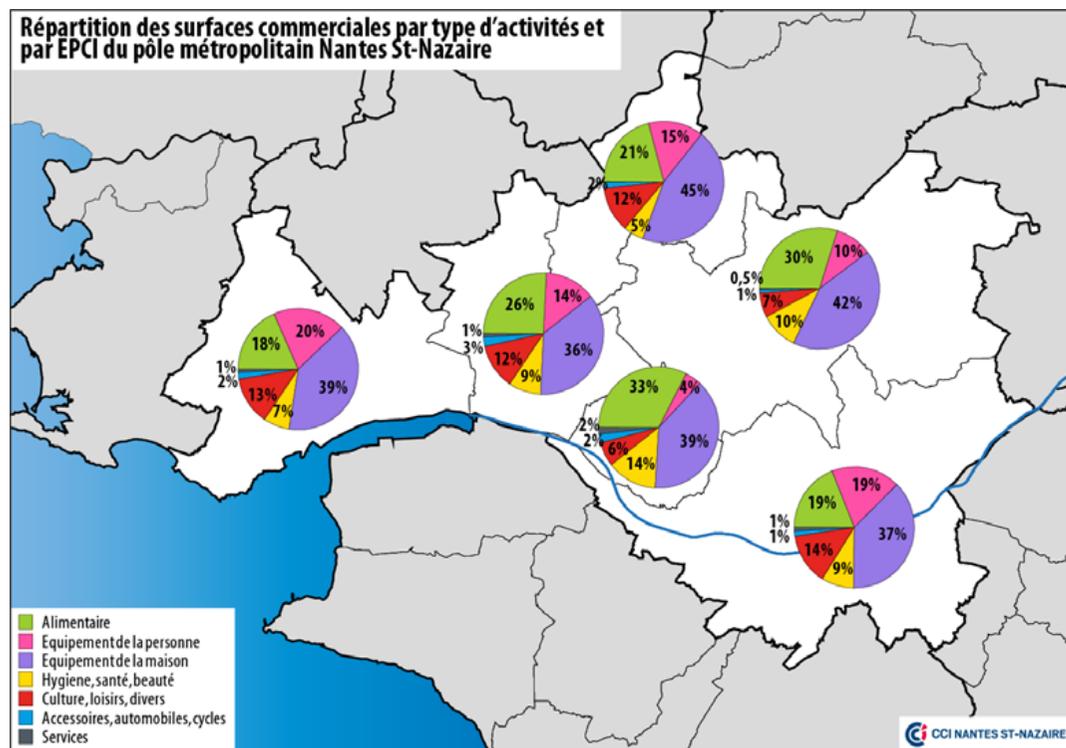
En détaillant les types d'espaces concernés par ces consommations, on remarque que sur la première période ce sont les espaces d'activités au sens large qui ont été gagnés par le commerce (15,6 hec/an). Sur la deuxième période, cette consommation a chuté à 8,3 hec/an. En revanche, les espaces d'habitat ont connu une évolution inverse. La consommation à destination commerciale sur ce type d'espace était de 0,6 hec/an entre 1999 et 2004 et de 1,9 hec/an entre 2004 et 2009. Cette évolution est le signe à la fois d'une recherche de mixité et d'insertion urbaine du commerce (renouvellement urbain plutôt qu'extension).

À l'échelle des EPCI, quatre EPCI sur six voient leur rythme de consommation diminuer entre les deux périodes. Seuls deux EPCI ont un rythme qui s'accélère : la Communauté de Communes de Loire et Sillon (0,3 hec/an entre 1999 et 2004 contre 1,7 hec/an entre 2004 et 2009) et la communauté de communes d'Erdre et Gesvres (1,1 hec/an entre 1999 et 2004 contre 1,8 hec/an entre 2004 et 2009). Pour ces deux EPCI, les espaces consommés par le commerce ont été principalement pris sur des zones d'activités au sens large.

Enjeu : maîtriser la consommation d'espaces à vocation commerciale

Analyse de l'appareil commercial :

Indicateur : Répartition des surfaces commerciales par type d'activité et par EPCI



L'analyse par EPCI révèle des profils similaires de la répartition de l'offre pour les deux agglomérations (Nantes et Saint-Nazaire). On observe une offre diversifiée avec une présence de toutes les activités commerciales.

La Communauté de Communes d'Erdre et Gesvres a un profil plus marqué sur l'équipement de la maison, activité consommatrice de surface et un déficit sur l'équipement de la personne, tout comme la Communauté de Communes de Loire et Sillon et la Communauté de Communes Cœur d'Estuaire.

La Communauté de Communes de la Région de Blain affiche un profil équilibré qui freine l'évasion commerciale.

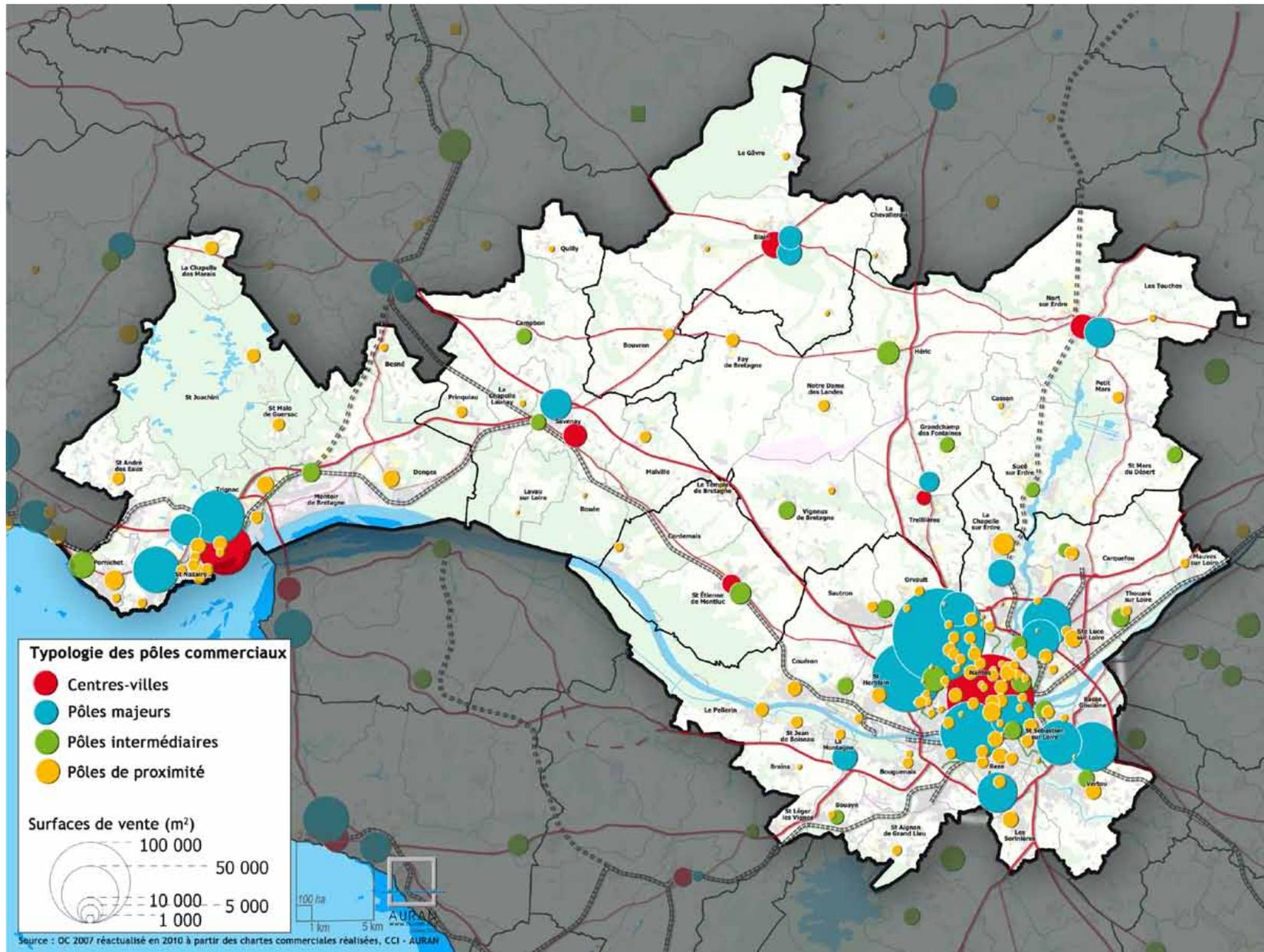
Enjeu : équilibrer la répartition de l'offre pour réduire les déplacements motorisés

Classification des polarités commerciales

La définition des polarités commerciales existantes a été effectuée en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Nantes Saint-Nazaire et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de Loire-Atlantique à travers la mise en place de chartes d'orientation commerciale dans chacun des EPCI. La classification des polarités commerciales distingue quatre niveaux qui sont définis à partir de six critères d'insertion urbaine et d'aménagement du territoire : type d'offre, fréquentation, rayonnement et attractivité, relation ville/commerce, accessibilité et insertion environnementale.

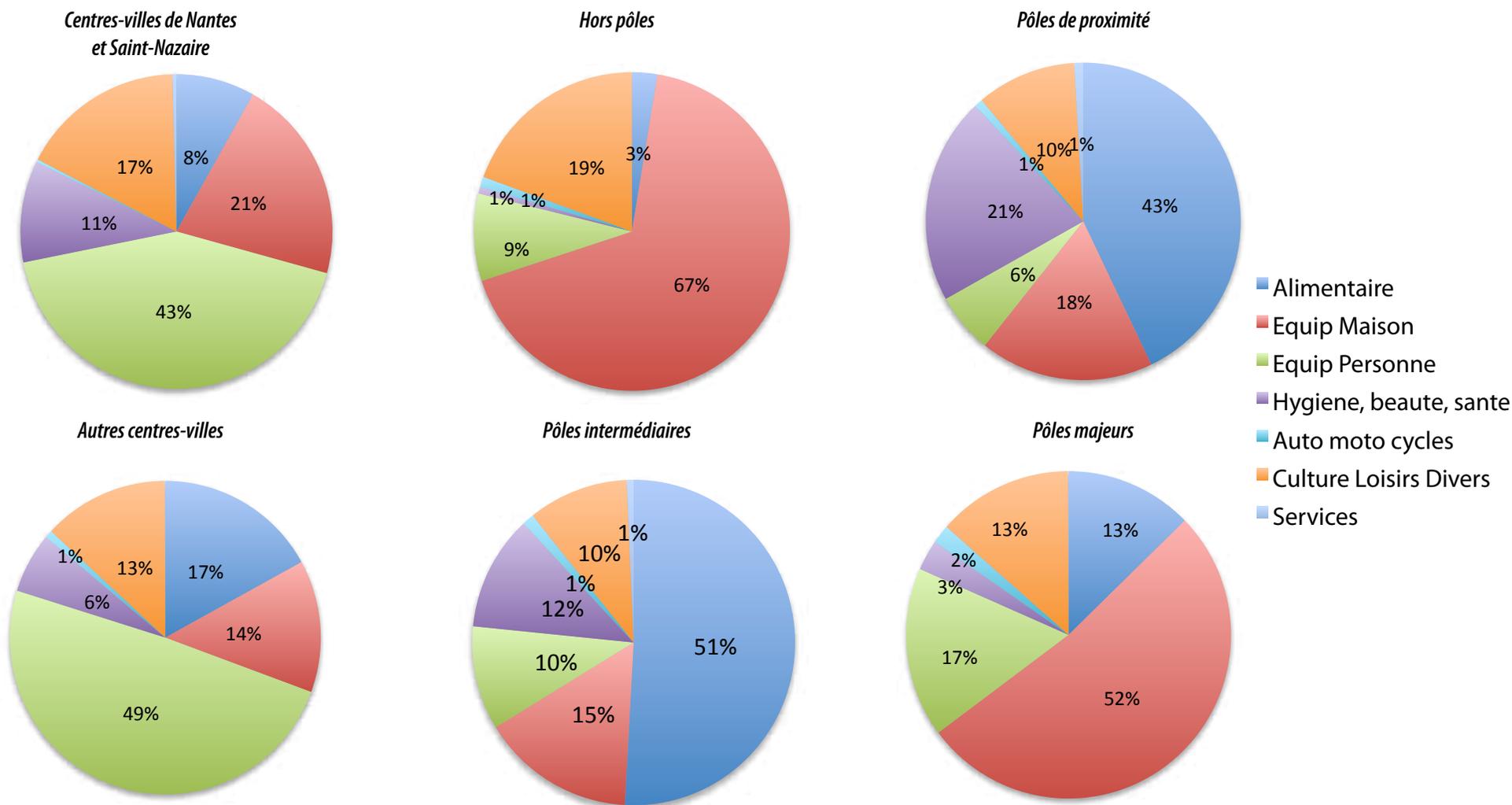
	Offre	Fréquentation	Rayonnement et attractivité	Relation Ville/ Commerce	Accessibilité	Insertion environnementale
Pôle commercial Centre-ville des pôles d'équilibre	Offre spécialisée et diversifiée – achats exceptionnels	Ponctuelle Hebdomadaire Quotidienne	Départemental et à l'échelle de l'intercommunalité	Inscrit dans l'espace urbain multifonctionnel, en centralité	Part importante des transports collectifs, vélo, marche	Intégration et animation de l'espace public et de la ville
Pôle commercial majeur	Offre spécialisée et alimentaire - achats exceptionnels	Ponctuelle Hebdomadaire Quotidienne	Départemental et à l'échelle de l'intercommunalité	Centre commercial identifié en zone d'activité	Relié aux voiries rapides par des échangeurs routiers. Grandes capacités de stationnement automobile	Recherche de visibilité maximum, surfaces imperméabilisées importantes, espace grandement privatisé, parfois paysager
Pôle commercial intermédiaire	Offre alimentaire et diversifiée – achats occasionnels	Hebdomadaire quotidienne	Attraction locale (plusieurs communes et inter quartiers)	Centre commercial identifié au cœur d'une commune ou d'un quartier	Capacités de stationnement automobile, accessibilité possible en transports collectifs ou à vélo	Inscription dans le paysage urbain sans rupture, ou intégration spontanée dans le développement de l'urbanisation
Pôle commercial de proximité	Offre alimentaire notamment avec la présence d'un supermarché ou d'une supérette, achats quotidiens ou réguliers	Quotidienne	Proximité à l'échelle du quartier ou de la commune	Inscrit dans l'espace urbain au cœur de la commune ou du quartier	Part importante de la marche et du vélo	Intégration et animation de l'espace public et des bâtiments

Classification des polarités commerciales



Analyse de l'appareil commercial :

Indicateur : Répartition des surfaces commerciales par type de polarité



Analyse de l'appareil commercial :

Indicateur : Répartition des surfaces commerciales par type de polarité

L'analyse de l'offre par polarité révèle des fortes disparités dans la répartition des surfaces commerciales :

- Les centres-villes concentrent l'équipement de la personne et les biens culture/loisirs. Ces biens participent au rayonnement et à l'attractivité d'un centre-ville.
- Plus de la moitié des surfaces commerciales des pôles majeurs sont dédiées à l'équipement de la maison. L'équipement lourd de la maison (meubles, jardinerie, cuisine...) est générateur de nuisances (livraison, emportement...). De plus, il est gros consommateur d'espace et à donc des difficultés à trouver sa place dans le tissu urbain. En conséquence, il est souhaitable d'encourager la polarisation des commerces d'équipement de la maison afin d'éviter les nuisances en centre-ville liées à ce type d'activité.
- Pôles de proximité et pôles intermédiaires présentent des profils similaires. Localement, ils peuvent entrer en concurrence. Une attention particulière doit donc être portée sur les pôles intermédiaires et leur effets sur l'animation de la vie urbaine.
- Les surfaces hors pôles sont majoritairement de l'équipement de la maison. Grands consommateurs de surface et s'insérant mal dans le tissu urbain dense, il est préférable que les commerces d'équipement de la maison se regroupent dans les pôles commerciaux actuels.

Enjeu : renforcer les centralités, maîtriser le développement des zones commerciales de périphérie et anticiper les concurrences entre initiatives publiques

Des projections de surfaces commerciales basées sur le maintien de l'équilibre territorial actuel

Des projections de surfaces commerciales ont été réalisées sur la base du maintien de l'équilibre territorial actuel.

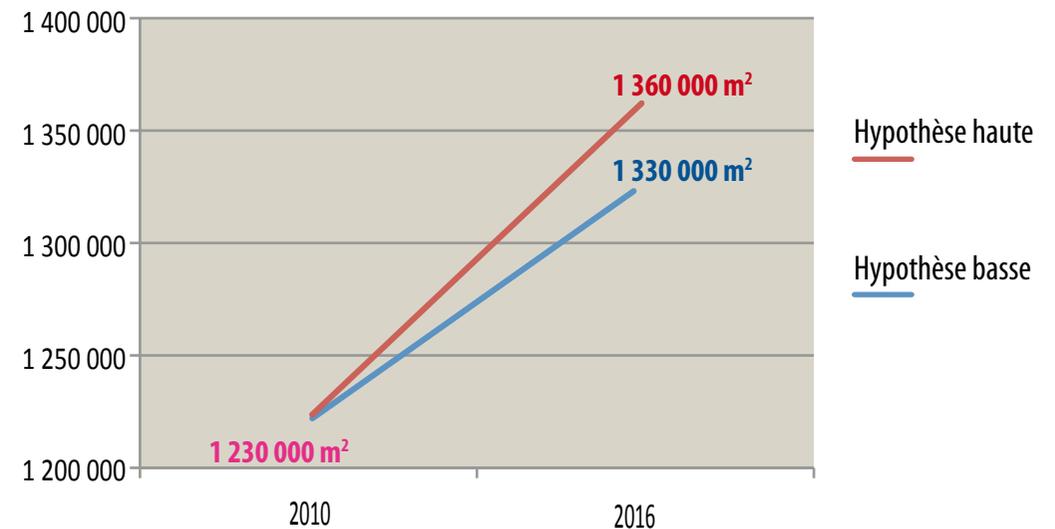
Les hypothèses sont basées sur les tendances observées sur les deux périodes précédentes à l'horizon 2016 :

- L'hypothèse basse projette le plancher commercial à 4 % tous les trois ans
- L'hypothèse haute projette le plancher commercial à 5 % tous les trois ans
-

Ces projections ne représentent pas des objectifs chiffrés à atteindre mais sont données à titre indicatif. Elles permettent de se doter d'« ordres de grandeur » qui soient garants des équilibres territoriaux.

D'ici 2016, le SCoT pourrait gagner entre 98 000 et 123 000 m² commerciaux. En terme de consommation d'espace, cela représenterait entre 30 et 40 hectares, si l'on se basait sur le ratio moyen actuel d'emprise au sol commerces dans les zones commerciales (0,31).

Pour freiner la consommation d'espace liée aux activités commerciales, il y a nécessité de réguler les implantations afin de favoriser le renouvellement urbain et la densification des zones existantes avant d'ouvrir de nouveaux espaces aux commerces.



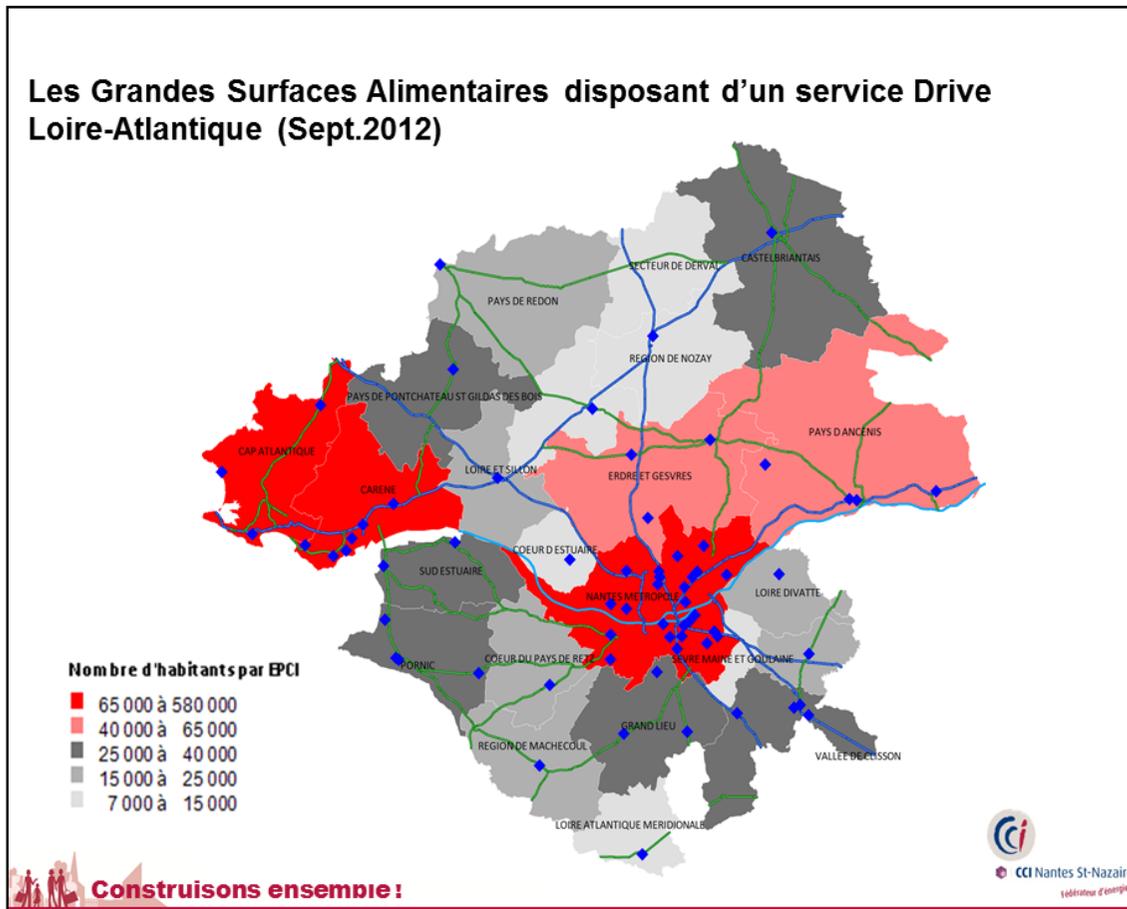
Enjeu : Répondre à une demande de proximité due à une augmentation de la population résidente

Analyse de l'appareil commercial – Synthèse des enjeux

- 1. Optimiser la répartition commerciale entre les différents EPCI**
- 2. Maîtriser la consommation d'espaces à vocation commerciale**
- 3. Équilibrer la répartition de l'offre pour réduire les déplacements motorisés**
- 4. Renforcer les centralités, maîtriser le développement des zones commerciales de périphérie et anticiper les concurrences entre initiatives publiques**
- 5. Répondre à une demande de proximité due à une augmentation de la population résidente**

3.2. Tendances de consommation et évolutions de la demande

Un phénomène récent : la multiplication des drives sur le territoire du SCOt



Au carrefour entre le « e-commerce » et la grande distribution, les grandes enseignes développent de plus en plus l'activité de « drive » qui consiste, pour les consommateurs, à commander et à payer leurs courses sur internet et à aller les chercher en voiture sur une aire de livraison située à proximité d'une surface commerciale ou de stockage.

En l'état actuel des textes, le drive n'est pas considéré comme un commerce car l'acte d'achat n'est pas effectué sur place (*Réponse ministérielle n° 123912, JOAN Q, 15 mai 2012*). Il n'y a donc pas de création de surface de vente. Elle n'est donc pas soumise au régime des autorisations d'exploitation commerciale (CDAC).

Cependant, face au développement récent de ce type de services (en septembre 2012, toutes les EPCI du SCOt accueillent au moins un drive associé à une grande surface alimentaire), les collectivités s'interrogent sur l'impact de ces équipements sur les flux de personnes et de marchandises. Il en ressort que ces équipements peuvent générer des nuisances (saturation des axes, problème d'insertion urbaine, ...) qui nécessitent un encadrement de ces implantations.

Enjeu : anticiper le développement de nouvelles formes de commerce

Déplacements à destination commerciale

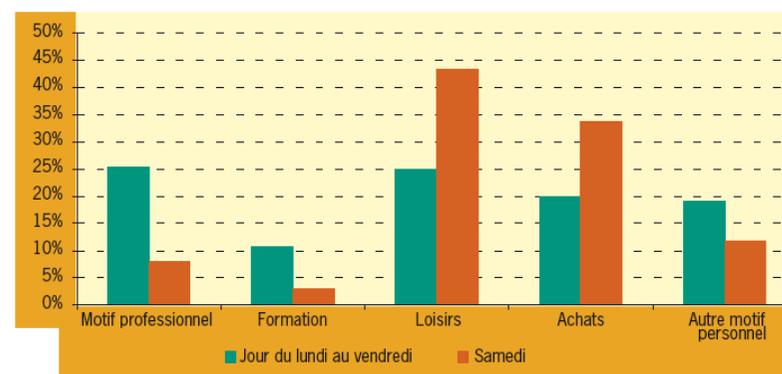
Les achats représentent entre 20% et 33% des déplacements selon les jours de la semaine.

En semaine du lundi au vendredi les habitants du SCoT consacrent un cinquième de leurs déplacements pour le motif «achats» contre un tiers le samedi. Ce sont donc 135 000 déplacements pour le motif «achats» qui s'ajoutent le samedi au 309 000 observés chaque jour de semaine.

En semaine, sur dix déplacements pour des achats, quatre se font à destination des grandes surfaces et six vers les commerces de proximité. Le samedi, cette répartition évolue et les déplacements à destination des grandes surfaces font jeu égal avec les déplacements à destination des commerces de proximité.

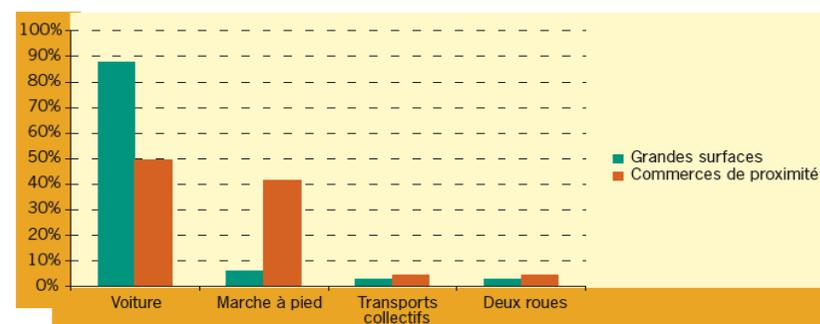
Pour se rendre dans les grandes surfaces, la voiture est utilisée dans plus de huit déplacements sur dix, les transports collectifs, la marche et les deux roues se partageant les deux déplacements restants. Ce phénomène est amplifié le samedi où la part de la voiture monte à 90%. En revanche, pour se rendre dans un commerce de proximité, la voiture n'est utilisée qu'une fois sur deux. La marche (42%) vient fortement la concurrencer pour se rendre dans ce type de commerces. Pour les achats, la distance moyenne d'un déplacement est de 7 km à destination des grandes surfaces et un peu moins de 4 km à destination des commerces de proximité. Dans les deux cas, la durée moyenne est d'environ un quart d'heure. Il s'agit d'un enseignement intéressant pour le développement de formes urbaines favorables aux courtes distances et propices à une mobilité plus durable.

Répartition des motifs de déplacements à destination des habitants du Scot Nantes Saint-Nazaire (en %)



Champ : personnes de 6 ans et plus, résidant dans le Scot Nantes Saint-Nazaire ; déplacements effectués du lundi au samedi, hors retour au domicile, à l'occasion d'activités situées dans un rayon de 80 km autour du domicile.
Source : Insee, SOeS, Inrets - enquête nationale transports et déplacements 2007-2008.

Part de marché des différents modes de transport utilisés par les habitants du Scot Nantes Saint-Nazaire pour faire leurs achats (en %)



Champ : personnes de 6 ans et plus, résidant dans le Scot Nantes Saint-Nazaire ; déplacements effectués du lundi au vendredi à l'occasion de déplacements pour des achats dans un rayon de 80 km autour du domicile.
Source : Insee, SOeS, Inrets - enquête nationale transports et déplacements 2007-2008.

Enjeu : réduire les déplacements motorisés à destination d'achats

Socio-styles dominants par EPCI

Socio-styles	Part dans la population de Loire-Atlantique	Part dans la population du SCoT	CCEG	Région de Blain	Cœur d'Estuaire	Loire et Sillon	CARENE	Nantes Métropole
Les décomplexés Jeunes actifs Consomment pour se démarquer Apprécient les marques exclusives Friands de nouvelles technologies	15 %	17 %	8 %	11 %	7 %	11 %	12 %	20 %
Les contraints Attitudes consuméristes Budgets qui ne sont pas à la hauteur de leurs envies Recherchent le meilleur rapport qualité/prix	9 %	10 %	9 %	9 %	11 %	9 %	10 %	10 %
Les désimpliqués Peu de besoins Retraités Dépensent essentiellement pour les besoins indispensables	12 %	11 %	9 %	13 %	9 %	10 %	14 %	11 %
Les gestionnaires Études supérieures Revenus supérieurs à la moyenne Précurseurs Réceptifs aux influences de la société de consommation	10 %	11 %	12 %	9 %	13 %	12 %	9 %	11 %
Les aisés Cadres supérieurs Revenus élevés Propriétaires de leurs résidences principale et secondaire Consommation plaisir Attachés à l'originalité des produits et des marques	20 %	20 %	25 %	17 %	24 %	17 %	17 %	21 %
Les fragilisés Ouvriers et employés Revenus consacrés aux dépenses obligatoires Peu de marges de manœuvre	34 %	30 %	36 %	41 %	36 %	40 %	38 %	28 %
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : INSEE, 2006, traitement AID Observatoire 2011

L'analyse des socio-styles de la population des différents EPCI fait apparaître des différences dans la composition sociologique de ces territoires. On peut distinguer trois profils distincts :

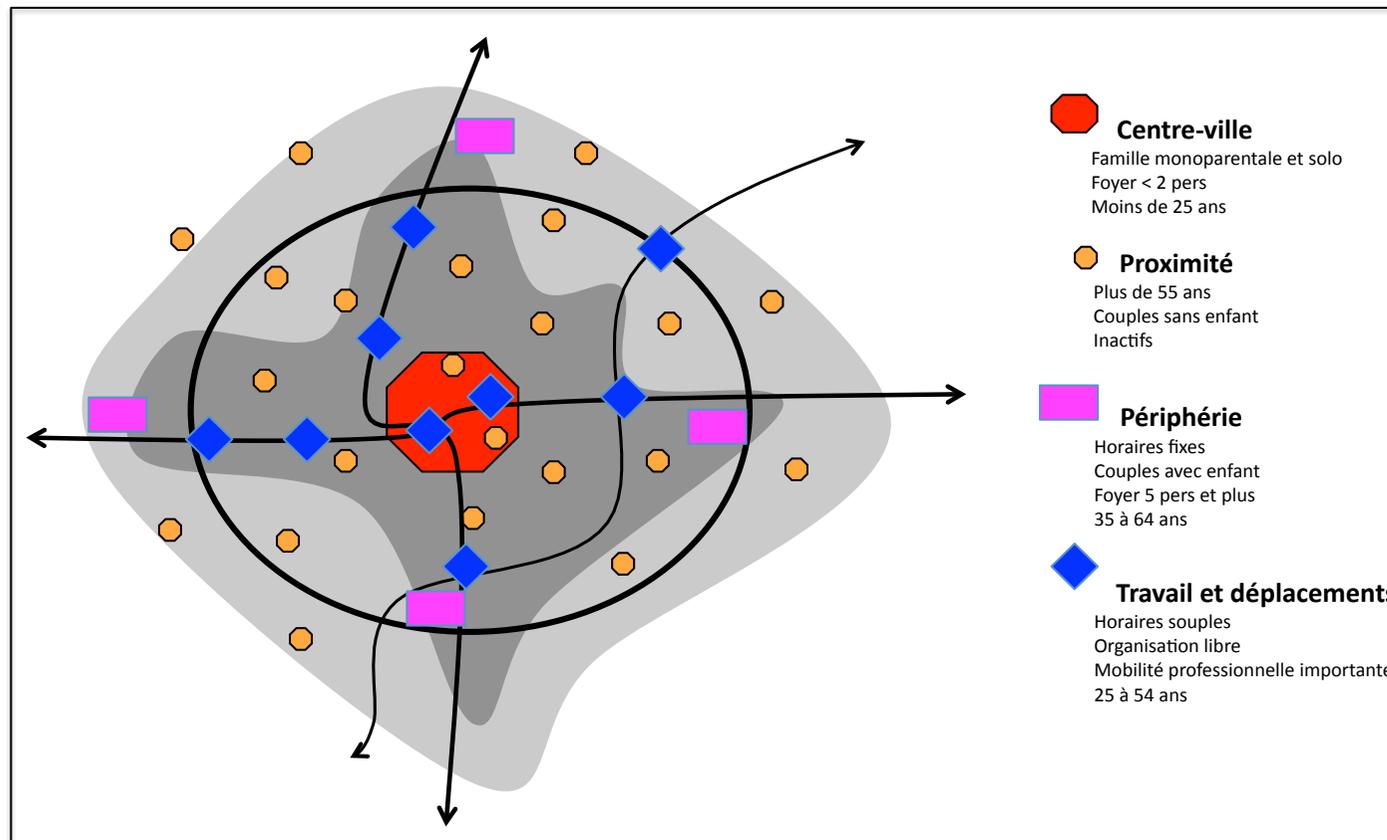
- Nantes Métropole,
- La CARENE et la Région de Blain,
- Erdre et Gesvres, Cœur d'Estuaire et Loire et Sillon

Le Document d'Aménagement Commercial doit tenir compte de ces différents modes d'habiter, de se déplacer et de consommer en proposant des solutions facilitant l'accès aux équipements commerciaux à chaque habitant, quelque soit son lieu d'habitat, son âge ou sa condition sociale.

En outre, il doit anticiper les changements sociodémographiques à venir (vieillesse de la population, décohabitation, flexibilité du temps de travail...) pour répondre au mieux à la demande future des habitants.

Enjeu : répondre aux différentes problématiques de consommation des habitants

Lieux d'achat et profil de consommateurs



Source : AURAN, 2010

Les enquêtes sur les modes de vie menées depuis des années à l'Agence d'Études Urbaines de la Région Nantaise ont permis de mettre en évidence les relations entre les lieux d'achat et les profils des consommateurs.

La demande de centre-ville concerne plutôt des ménages composés de peu de personnes, des jeunes et des familles monoparentales.

La demande proximité est alimentée par les inactifs et les personnes de plus de 55 ans.

Les zones commerciales de périphérie sont les lieux de consommation privilégiés des familles nombreuses, d'âge moyen avec des horaires de travail fixes.

Enfin, avec la flexibilité du temps de travail, il apparaît une demande croissante sur le lieu de travail ou durant les trajets domicile travail. Ce type de demande concerne une classe d'actifs mobiles professionnellement et qui organise de façon souple son temps de travail.

Enjeu : répondre aux évolutions attendues des pratiques de consommation.

Analyse de la demande commerciale : Synthèse

- **Anticiper les implantations de nouvelles formes de commerce et notamment les drive-in**
- **Réduire les déplacements motorisés à destination d'achats des habitants**
- **Répondre aux différentes problématiques actuelles de consommation des habitants**
- **Anticiper les évolutions attendues des pratiques de consommation des habitants, à savoir :**
 - **une demande de proximité qui va croître notamment avec le vieillissement de la population;**
 - **un phénomène de décohabitation qui accroît la demande dans les hypercentres (familles monoparentales, étudiants, veuvage...);**
 - **une flexibilité du temps de travail qui stimule la demande sur les lieux d'emploi et les trajets domicile-travail.**

4. Orientations d'aménagement commercial

Orientations générales

Rappel des orientations du DOG (§ 6.2.5. p. 17)

«– faire évoluer au profit des centres de Nantes et Saint-Nazaire, le ratio de nombre de m² commerciaux entre zones périphériques et centres villes ;
– élargir l'espace marchand des centres villes en favorisant la reconversion de friches immobilières et la réalisation d'opérations nouvelles à vocation commerciale ;
– renforcer l'attractivité des activités commerciales de centre ville par l'implantation d'enseignes majeures susceptibles de développer une offre de produits de services originaux et spécifiques ;
– renforcer les liaisons entre les ensembles commerciaux constituant les pôles centre et protéger les continuités marchandes en favorisant les surfaces de vente en rez-de-chaussée et en renforçant l'attraction des centres villes par des aménagements de qualité ;
– développer et préserver l'offre de proximité visant à répondre aux besoins de la population résidante ;
– pour ne pas dévitaliser les commerces de centre bourg, les projets de déplacements ou d'implantation de surfaces alimentaires en périphérie, seront réalisés en lien avec les projets d'aménagement urbain et en excluant la création de galeries commerciales généralistes, seule l'implantation de quelques commerces de proximité étant envisageable en accompagnement de ces opérations.»

Orientations générales du DAC

Les orientations d'aménagement commercial du présent DAC prennent appui sur les orientations générales définies dans le DOG du SCoT de la métropole Nantes Saint-Nazaire et sont précisées, au regard du diagnostic précédemment établi, pour les trois secteurs du DAC (centralités, ZAcom, espaces hors centralité et ZAcom).

L'équipement commercial constitue une des composantes d'un aménagement cohérent du territoire métropolitain et, à ce titre, doit s'inscrire dans un objectif de développement durable en confortant les centralités et en prenant en compte la politique maîtrisée des déplacements. A ce titre, le DAC définit trois orientations métropolitaines majeures :

- 1. En priorité, privilégier les centralités pour toutes les implantations commerciales**
- 2. Lorsque l'implantation en centralité n'est pas possible, polariser le commerce dans les zones d'aménagement commercial localisées**
- 3. Enfin, éviter les implantations commerciales en dehors des centralités et des zones d'aménagement commercial**

Ces trois orientations générales se déclinent en séries d'orientations portant sur les centralités, les ZAcom et les espaces hors centralité et ZAcom.

4.1. Orientations portant sur les centralités et localisations

Orientations portant sur les centralités

– Orientations métropolitaines

D'une manière générale le DAC favorise les centres villes, les centres bourgs et les centralités de quartiers identifiées par le présent document (p. 96-99) pour toutes les implantations commerciales. A ce titre le DAC demande :

- de définir les périmètres pour chacune des centralités commerciales du DAC.
- de renforcer l'animation des centres-villes en engageant des opérations de restructuration urbaine pour développer la capacité à accueillir de nouveaux commerces.
- de développer une stratégie de complémentarité de l'offre entre les centralités et les pôles de périphérie.
- de développer l'offre de proximité pour répondre aux besoins des habitants.
- d'autoriser la création et l'extension de galeries marchandes dans les centralités, sous réserve que le projet ait un effet positif sur l'animation de la vie urbaine (ouverture sur l'espace urbain, espace piéton, qualité architecturale et environnementale...)

– Orientations pour Nantes Métropole et la CARENE

Dans la Communauté Urbaine de Nantes et dans la Communauté d'Agglomération de Saint-Nazaire, le Scot affirme sa volonté de conforter la vocation commerciale des deux centres-villes de Nantes et de Saint-Nazaire dans leur dimension métropolitaine, des autres centres-villes ainsi que des centralités de quartiers. À cet effet, il convient :

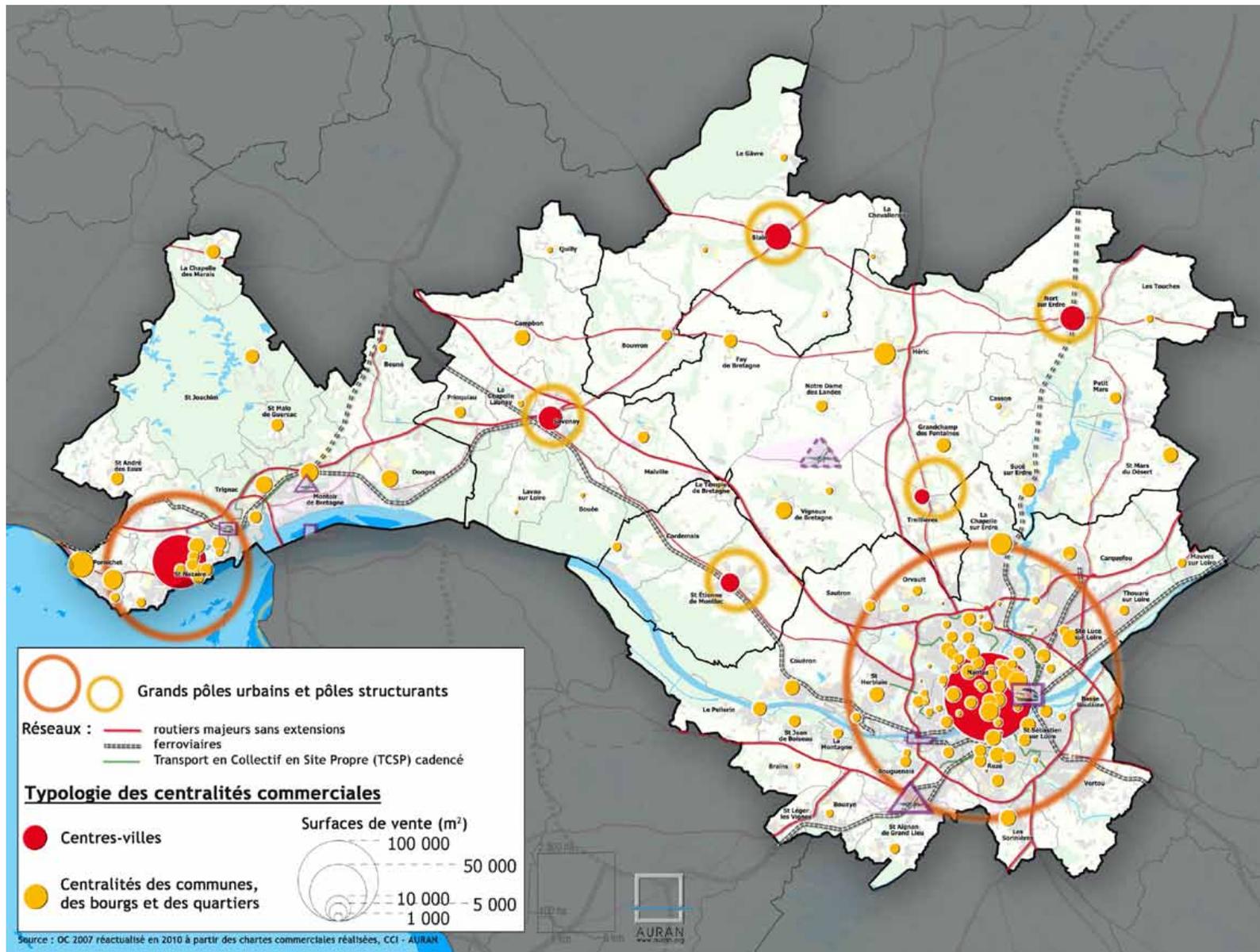
- de renforcer l'offre commerciale des centres-villes de Nantes et Saint-Nazaire en densifiant et/ou élargissant leur espace marchand en fonction du contexte urbain (reconquête de friches, opérations commerciales) pour favoriser leur attractivité.
- de créer les conditions permettant l'animation de la vie urbaine dans chaque centre-ville et chaque centralité de quartier.

– Orientations qui concernent les Communautés de Communes de Loire et Sillon, Cœur d'Estuaire, Erdre et Gesvres et Région de Blain

Dans les Communautés de Communes de Loire et Sillon, Cœur d'Estuaire, Région de Blain et Erdre et Gesvres, le Scot affirme sa volonté de renforcer la vocation commerciale des pôles structurants et de conforter le tissu commercial des centres de communes et de quartiers. À cet effet, il convient :

- de développer une stratégie de complémentarité de l'offre entre les centres-villes et les pôles de périphérie afin de préserver un équilibre territorial.
- de conforter et développer le commerce de proximité dans les centralités des bourgs pour renforcer l'animation de la vie urbaine et diminuer les déplacements motorisés pour les achats du quotidien.
- de mettre en œuvre les actions nécessaires au maintien du dernier commerce accessible aux personnes peu mobiles pour garantir un accès aux équipements commerciaux à tous les habitants.

Localisation des centralités commerciales



4.2. Classification des ZAcom, orientations portant sur les ZAcom et localisations

Classification des ZAcom

Toutes les polarités commerciales du SCoT de la métropole Nantes Saint-Nazaire n'ont pas vocation à se développer de la même manière. En effet, des modes de développement différenciés doivent être définis afin de répondre aux enjeux d'aménagement du développement commercial : cohérence entre équipements commerciaux en fonction du niveau d'insertion urbaine des zones commerciales existantes ou à créer, qualité de leur desserte en transports en commun et besoins attendus en matière d'équipement commercial sur le territoire au regard des prévisions démographiques du PADD du SCOT à l'horizon 2020. Une typologie de ZAcom, zones destinées à accueillir les commerces difficilement intégrables dans les centralités, a donc été créée pour permettre de différencier les modes de développement de faciliter la mise en place de la stratégie d'aménagement commercial, à travers les orientations définies dans le DAC. On distingue quatre types de ZAcom :

ZAcom de type 1 : ces ensembles commerciaux existants, ou en cours de création, sont intégrés, ou en cours d'intégration, à la centralité. Ils sont généralement proches de l'habitat et accessibles par des modes de transport alternatifs à la voiture. Ils participent à l'animation des centralités dont ils représentent un élément actuel ou futur d'attractivité. Ils répondent à l'objectif de développement durable du DOG en matière de développement commercial qui vise à conforter les centralités (Cf. § 6.2.5. p.17). Ces ensembles commerciaux ont donc vocation à se développer et/ou se renforcer dans une logique de mixité des fonctions urbaines.

ZAcom de type 2 : ces ensembles commerciaux existants ont vocation à se développer de manière limitée dans leur enveloppe foncière actuelle. Le contexte urbain dans lequel ils s'inscrivent (niveau et qualité de la desserte, mixité du tissu urbain...) ne permet pas d'envisager une extension périmétrale mais plutôt un développement limité et modulable, en fonction des composantes urbaines et du plancher commercial existant. La restructuration de ces zones ne doit pas nuire à l'animation de la vie urbaine en général. Dans ces ZAcom, la création de galeries marchandes n'est donc pas autorisée dans la mesure où ces dernières pourraient avoir des effets négatifs de cette nature. Dans cette catégorie, on retrouve les ensembles commerciaux aboutis ou en cours d'achèvement des deux agglomérations de Nantes et Saint-Nazaire. Leur développement, s'il a lieu, devra se conformer à l'application des critères de qualité définis dans le DOG (Cf. § 6.2.5. p.17).

ZAcom de type 3 : ces ensembles commerciaux existants ont vocation à se développer en accueillant principalement des commerces difficilement intégrables dans les centralités en raison de leur nature et des flux générés (livraison,

accès, ...). Ils polarisent les implantations de commerces de grande superficie car ils disposent encore, dans leur enveloppe foncière actuelle, de capacités d'accueil. Leur développement s'accompagne d'une dynamique de densification de ces espaces et doit se conformer à l'application des critères de qualité définis dans le DOG (Cf. § 6.2.5. p.17). Dans ces ZAcom, la création de galerie marchande n'est pas autorisée dans la mesure où ces dernières pourraient nuire à l'animation de la vie urbaine. Dans cette catégorie, on retrouve les ensembles commerciaux des pôles structurants du SCoT (Blain, Nort sur Erdre, Saint-Etienne-de-Montluc, Savenay, Treillières/Grandchamp).

ZAcom de type 4 : elles se composent de deux catégories. Ce sont :

- soit **les futures extensions périmétrales des ZAcom de type 3** inscrites dans les documents d'urbanisme sous la forme de réserves à l'urbanisation ;
- soit **les localisations de nouveaux projets commerciaux permettant d'améliorer le maillage à l'échelle du SCoT** et de renforcer les pôles structurants.

Les extensions périmétrales sont destinées à accueillir de nouveaux commerces, à condition que les ensembles commerciaux auxquelles elles sont rattachées arrivent à saturation de leur capacité de densification. Ainsi un phasage dans le temps est-il mis en place afin d'éviter une consommation accrue d'espaces à destination commerciale et l'apparition éventuelle de friches. Dans ces ZAcom, la création de galeries marchandes n'est pas autorisée. En outre, les nouvelles implantations commerciales dans ces zones ne doivent pas nuire à l'animation de la vie urbaine. De plus, les nouvelles implantations commerciales devront se conformer à l'application de critères de qualité définis dans le DOG (Cf. § 6.2.5. p.17).

Niveau d'insertion urbaine

L'ensemble des pôles majeurs et intermédiaires a été décliné en centralités et ZAcom(s). Chacune des ZAcom est analysée à travers le prisme d'indicateurs d'aménagement du territoire et de développement durable (Cf. article L752-6 du Code du Commerce modifié par LOI n°2008-776 du 4 août 2008 - art. 102) qui, combinés, permettent de lui affecter un type (Cf. p. 45 du présent DAC) :

- **Desserte en transports en commun cadencés** : afin de réduire les déplacements motorisés à destination d'achat, les polarités commerciales desservies en transport en commun cadencés doivent être favorisées en termes d'implantations commerciales.
- **Desserte en mode doux (vélo, marche...)** : afin de réduire les déplacements motorisés à destination d'achat, les polarités commerciales desservies en mode doux (pistes cyclables, parcours piéton sécurisé...) doivent être favorisées en termes d'implantations commerciales.
- **Position dans le tissu urbain** : dans un objectif de réduction de consommation d'espace, les polarités commerciales insérées dans le tissu urbain doivent être privilégiées.
- **Effet sur l'animation du centre** : dans un objectif d'insertion urbaine et d'intégration aux centres-villes, les polarités commerciales qui ne nuisent pas au rayonnement des centres-villes doivent être privilégiées.
- **Effet sur l'animation du quartier** : dans un objectif d'insertion urbaine et d'intégration à la vie de quartier, les polarités commerciales qui ne nuisent pas aux commerces de proximité doivent être privilégiées.

Une hiérarchie en trois classes est établie pour chacun des critères.

Desserte en transports en commun cadencés :

- *** : la ZAcom est desservie en TC cadencés
- ** : la ZAcom n'est pas encore desservie en TC cadencés mais des actions sont en cours pour qu'elle le soit
- * : la ZAcom n'est pas desservie en TC cadencés

Desserte en modes doux (vélo, marche...)

- *** : la ZAcom est accessible en modes doux
- ** : l'accès à la ZAcom en modes doux est possible, mais peut être amélioré
- * : la ZAcom n'est pas desservie en mode doux

Position dans le tissu urbain :

- *** : la ZAcom est insérée dans le tissu urbain dense
- ** : la ZAcom est contiguë au tissu urbain dense
- * : la ZAcom est à l'extérieur du tissu urbain dense

Effet sur l'animation du centre :

- *** : la ZAcom n'exerce pas d'effet négatif sur l'animation du centre (offre complémentaire, peu ou pas de galeries marchandes...)
- ** : la ZAcom exerce un effet négatif faible sur l'animation du centre (zone à surveiller)
- * : la ZAcom exerce un effet négatif fort sur l'animation du centre (offre similaire, présence de galeries marchandes...)

Effet sur la vie du quartier :

- *** : la ZAcom n'exerce pas d'effet négatif sur la vie du quartier (offre complémentaire, éloignée des pôles de proximité...)
- ** : la ZAcom exerce un effet négatif faible sur la vie du quartier (zone à surveiller)
- * : la ZAcom exerce un effet négatif fort sur la vie du quartier (même offre, proche des pôles de proximité...)

Orientations portant sur les ZAcom

– Orientations métropolitaines

Pour répondre aux orientations concernant **le renforcement des centralités** (chapitre 6.2.5. du DOG), le DAC demande :

- d’interdire la création de nouveaux pôles majeurs.
- d’interdire la création de galeries marchandes dans les ZAcom de type 2, 3 et 4 des pôles majeurs et intermédiaires.
- d’apprécier, en fonction du contexte urbain de la ZAcom, les surfaces minimales de cellules commerciales.
- limiter et maîtriser les extensions des galeries marchandes dans les ZAcom de type 2 et 3 des pôles majeurs et intermédiaires.
- de limiter l’implantation de commerces dans les ZAcom de type 2 qui peuvent impacter l’animation de la vie urbaine des centralités de communes et de quartiers.

Pour répondre aux orientations concernant **la diminution de la consommation d’espace** (chap. 6.1. du DOG), le DAC demande :

- la densification et la restructuration sur eux-mêmes des espaces commerciaux classés en ZAcom de type 2 et 3.
- d’organiser le stationnement dans les ZAcom de type 3 et 4 (mutualisation, parkings en silo ou semi enterrés...) des pôles majeurs et intermédiaires dans un objectif de gestion économe de l’espace.
- à l’échelle de chaque pôle majeur, de densifier les ZAcom de type 3 avant d’implanter des commerces dans les extensions périmétrales qui leurs sont associées (ZAcom de type 4). Les PLU pourront définir un objectif de densification à atteindre avant d’ouvrir des droits à construire dans les ZAcom de type 4 (Cf. article L. 123-1-5 du Code de l’Urbanisme).

Pour répondre aux orientations concernant **la réduction des déplacements motorisés** à destination d’achat, le DAC demande :

- lorsque les implantations commerciales ne sont pas possibles en centralité, d’orienter préférentiellement les projets de grande envergure, notamment ceux de plus de 1 000 m² de surface plancher, vers les ZAcom de type 2 et 3 des pôles majeurs.
- l’implantation de services commerciaux, de type Drive, est toujours autorisée à l’intérieur des ZAcom de tous types. En dehors, les PLU doivent déterminer les conditions particulières d’implantations et/ou d’interdiction de ce type de bâtiments de stockage associée à une aire de livraison pour les particuliers en fonction du contexte urbain (conditions d’accès à la parcelle, gestions de flux.....).

Pour répondre aux orientations concernant **l’application de critères de qualité** propres aux zones connectées au réseau routier majeur, le DAC demande pour l’ensemble des ZAcom de tous types de :

- traiter les façades sur voies,
- veiller à la qualité architecturale,
- assurer un traitement minimal des lots inoccupés.

Orientations portant sur les ZAcom

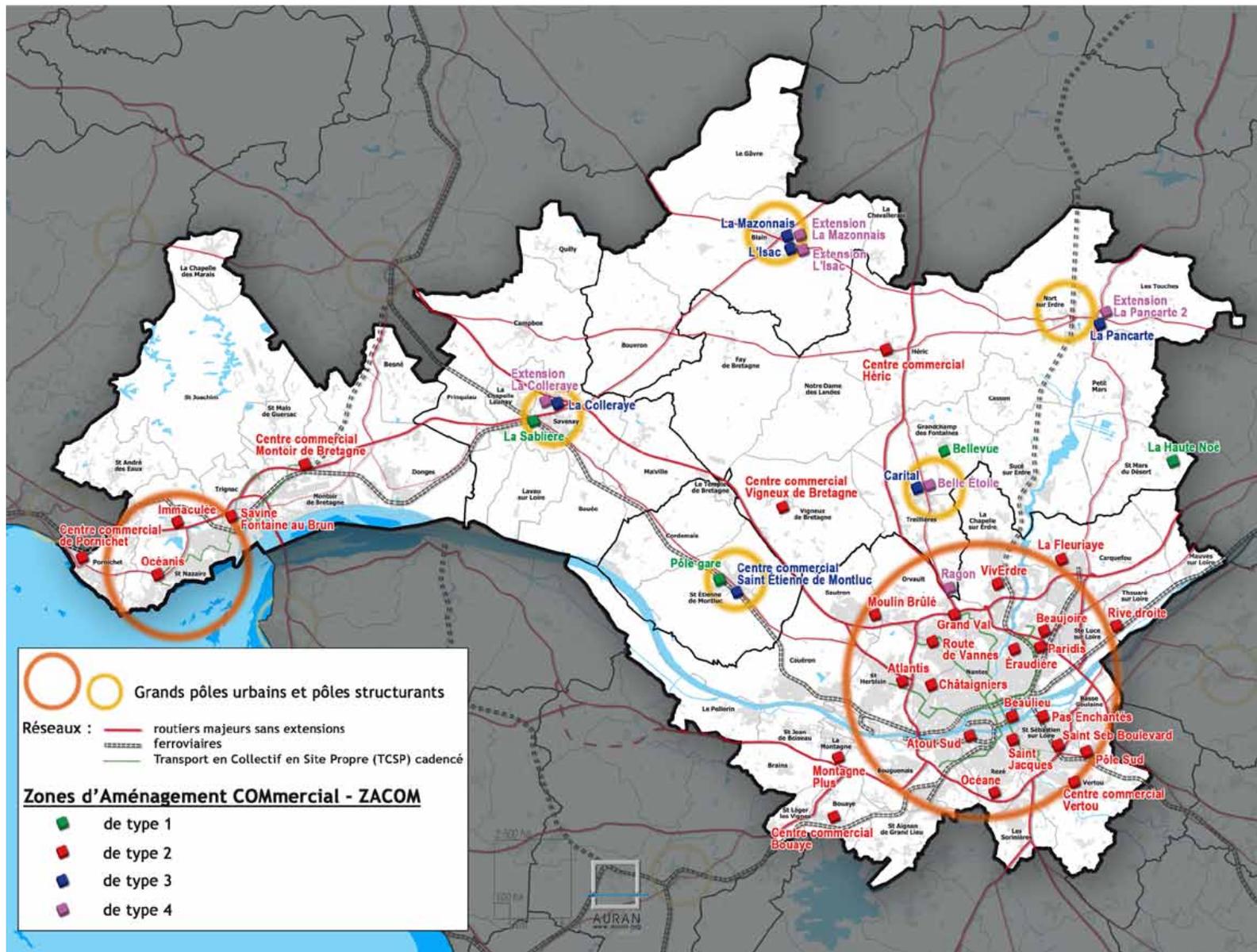
– **Orientations pour Nantes Métropole et la CARENE**

- Développer en priorité les ZAcom desservies en transport en commun cadencés.
- ATLANTIS est une ZAcom dotée d'équipements commerciaux insérés dans leur environnement, qui ne nécessitent pas actuellement de restructuration ; De plus, il n'est pas envisagé d'améliorer prochainement la desserte (transports en commun, voirie routière, modes de déplacement doux) qui permettrait une extension des équipements commerciaux. En conséquence, la ZAcom d'ATLANTIS est considérée comme aboutie et seules de simples adaptations réglementaires (mise aux normes...) des équipements commerciaux existants peuvent être autorisés.

– **Orientations pour les communautés de communes de Loire et Sillon, Cœur d'Estuaire, Erdre et Gesvres et Région de Blain**

- Développer en priorité les ZAcom desservies en modes doux (pistes cyclables, cheminements piétons...) ou à proximité immédiate des zones d'habitat.

Localisation et types de ZACOM à l'horizon 2016



4.3. Orientations portant sur les espaces hors centralités et ZAcom

Comme indiqué aux chapitres 4.1 et 4.2, le présent DAC privilégie les centres-villes, centres bourgs et les centralités de quartiers pour toutes les implantations commerciales. Lorsque l'implantation n'y est pas possible, notamment pour les commerces de plus de 1000 m², le DAC polarise le développement commercial dans les ZAcom localisées et souhaite éviter toutes implantations commerciales en dehors de ces espaces.

Afin de ne pas créer de nouvelles zones commerciales de périphérie (Cf. chapitre 6.2.5. du DOG), le DAC demande d'éviter les implantations de commerces dans :

- les zones d'activités ;

- les zones d'habitat en dehors de la zone de centralité délimitée.

Dans ces espaces, les PLU peuvent, en fonction du contexte urbain, interdire l'implantation de commerces de détail afin de limiter les impacts urbains en terme de flux, de stationnement, de livraison incompatibles avec la destination principale de la zone.

De même, l'implantation de services commerciaux, de type Drive, est toujours autorisée à l'intérieur des ZAcom. En dehors, les PLU peuvent déterminer les conditions particulières d'implantations et/ou d'interdiction de ce type de bâtiments de stockage associée à une aire de livraison pour les particuliers en fonction du contexte urbain (conditions d'accès à la parcelle, gestions de flux. . .).

5. Dossier cartographique

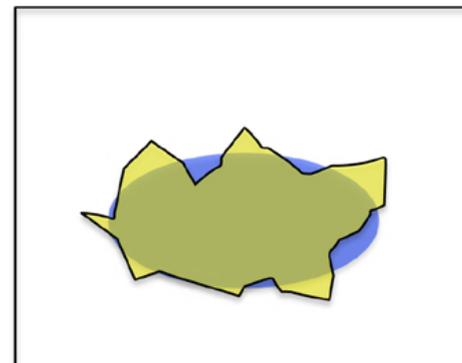
Grille de lecture

La définition des ZAcom et leur représentation cartographique donne des indications de localisation en relation avec des éléments structurants du territoire (axes routiers, zones bâties, zones naturelles . . .) et des ordres de grandeur concernant la taille des zones commerciales.

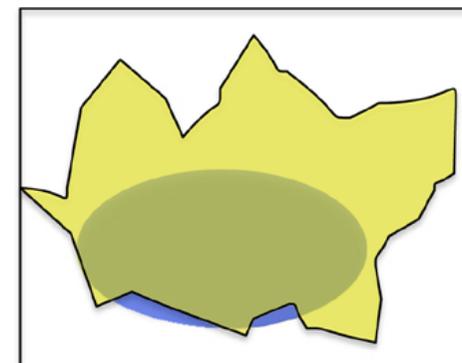
Les représentations cartographiques qui suivent ne délimitent pas les ZAcom.

Le soin est laissé au PLU d'établir le périmètre exact des zones commerciales. En revanche ces périmètres doivent être compatibles avec les indications de localisation des ZAcom dans le DAC.

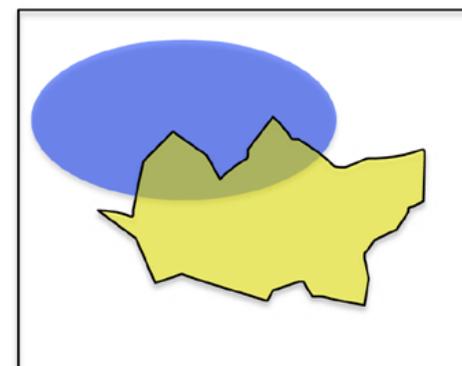
Exemples (ZAcom en bleu, périmètre PLU en jaune) :



Compatible



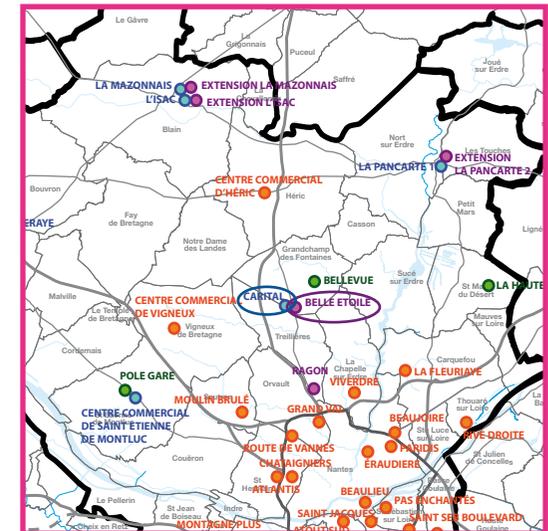
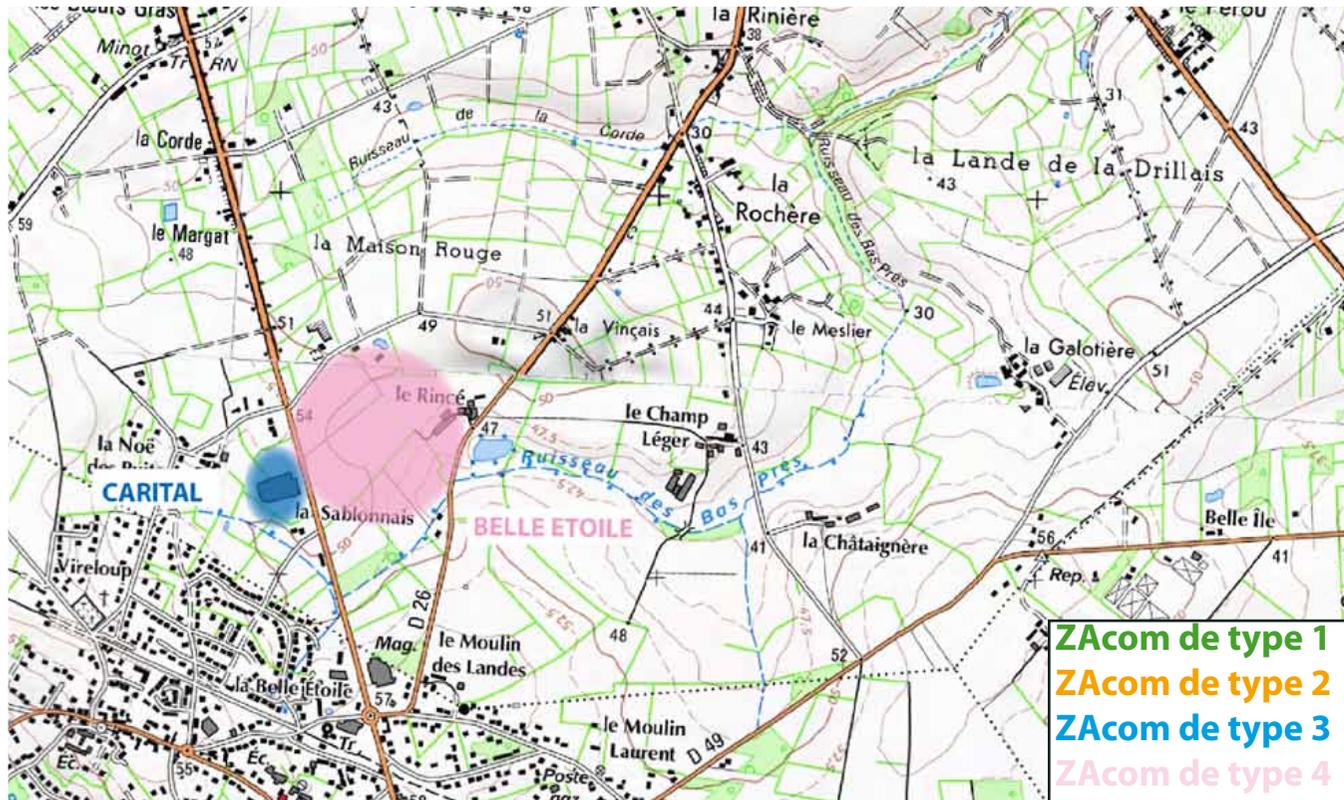
Non compatible



Non compatible

ZAcom de la Communauté de communes Erdre et Gesvres

Communes de Treillières et Grandchamp-des-Fontaines

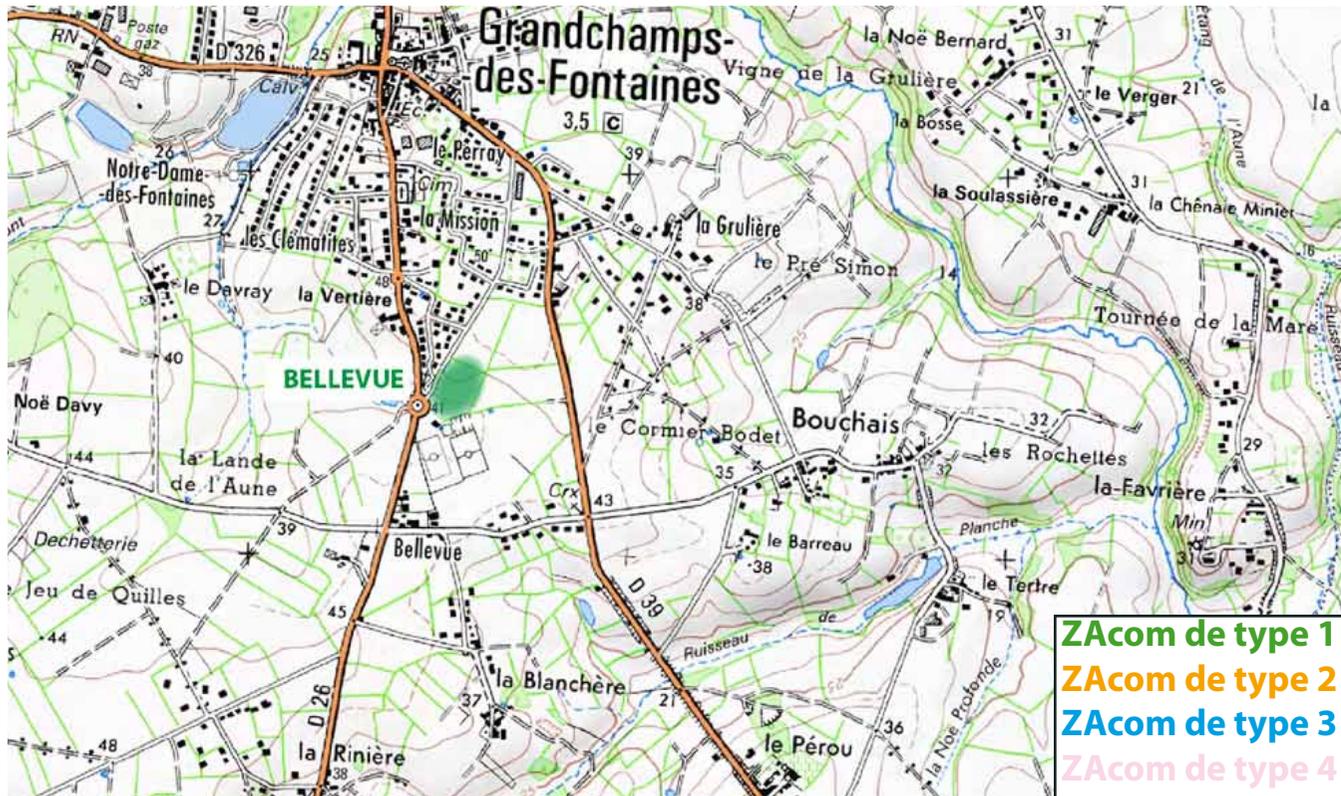


1 cm = 100 mètres

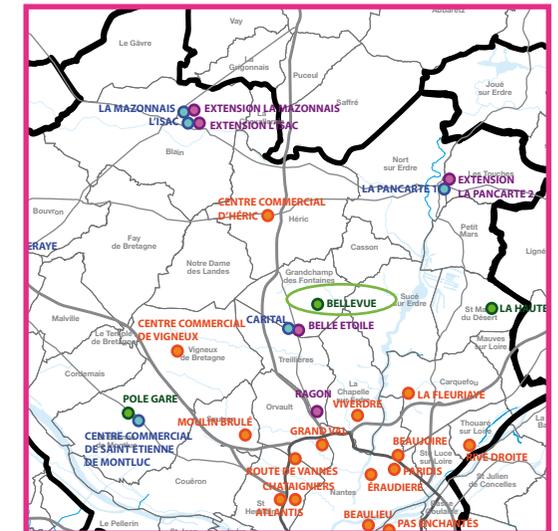
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	**	**	***	**

ZAcom de la Communauté de communes Erdre et Gesvres

Commune de Grandchamp-des-Fontaines



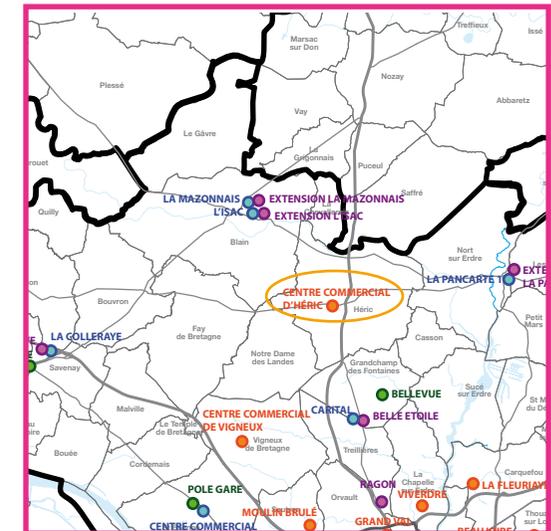
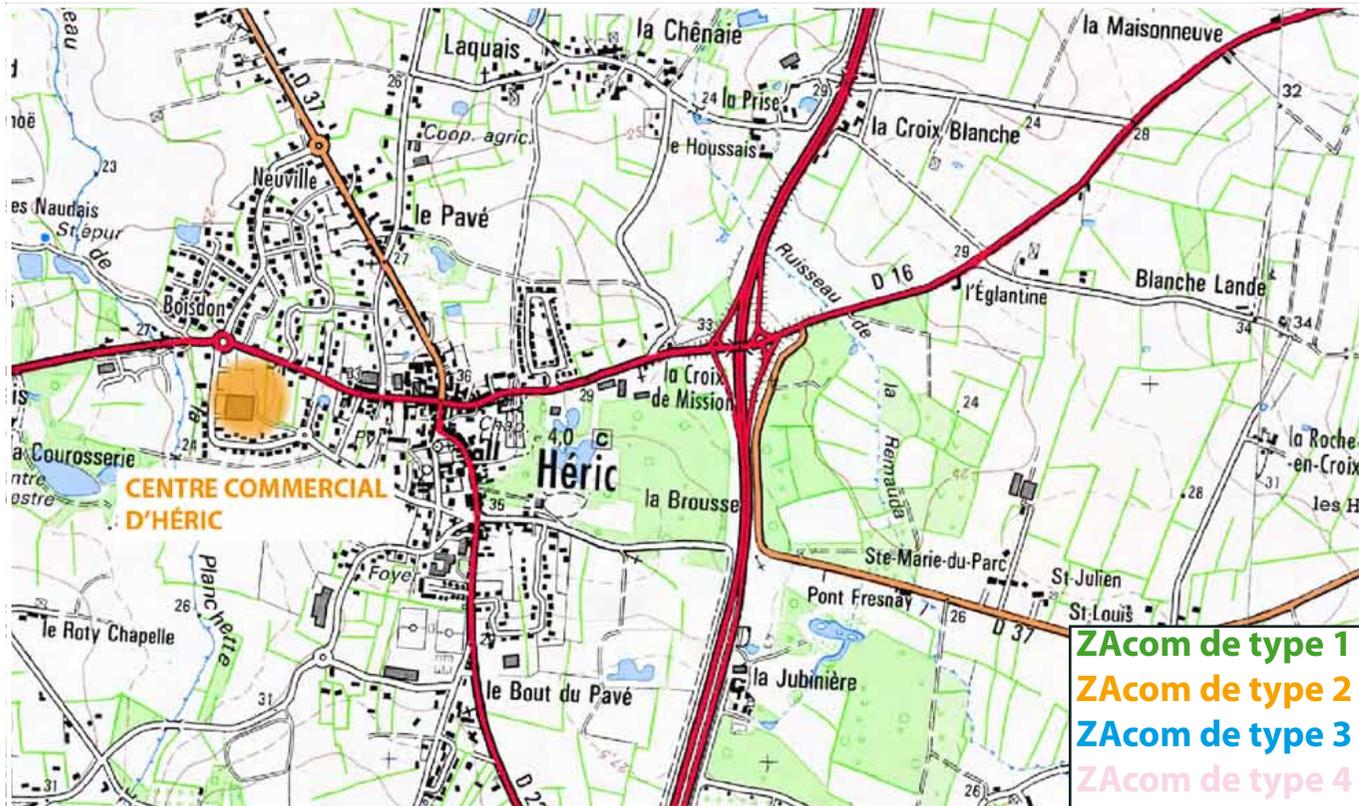
1 cm = 100 mètres



Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	***	***	**	**

ZAcom de la Communauté de communes Erdre et Gesvres

Commune d'Héric

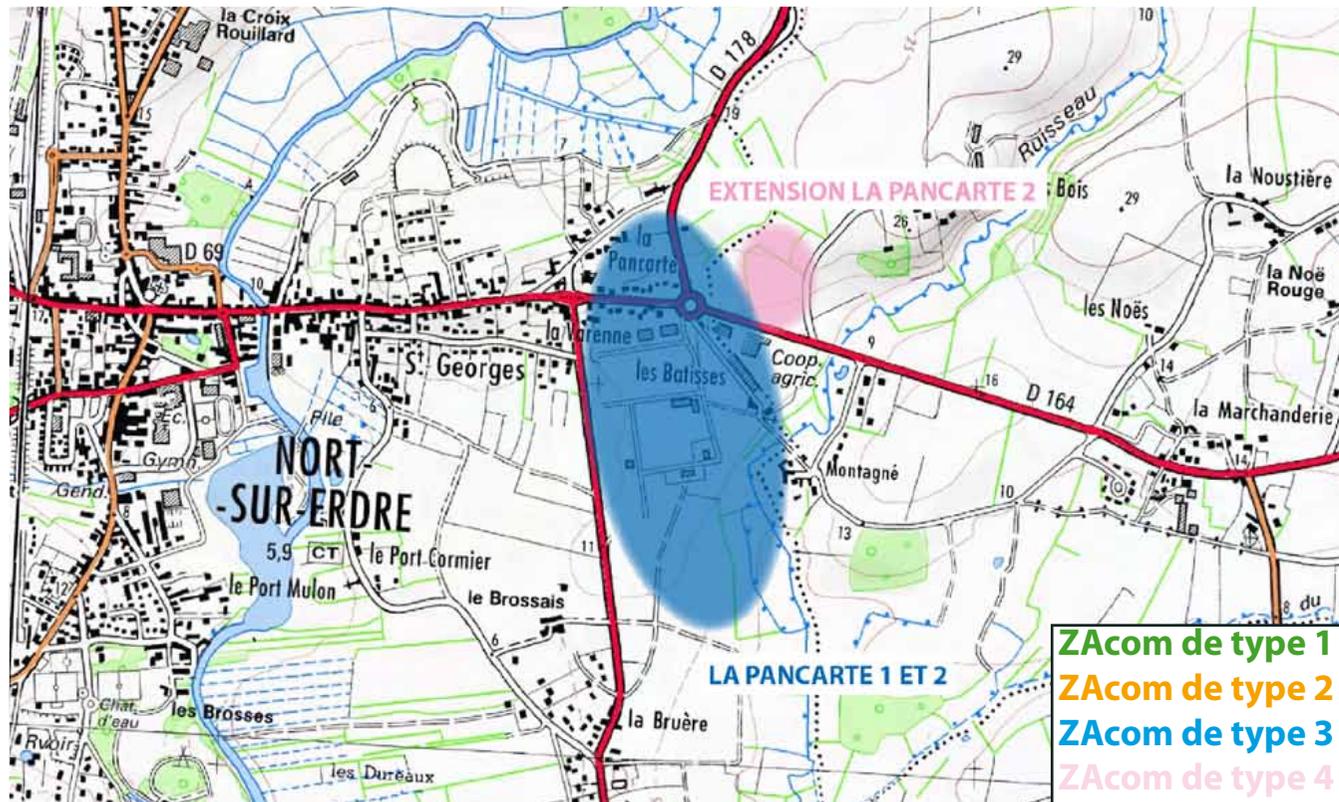


1 cm = 100 mètres

Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	***	***	**	*

ZAcom de la Communauté de communes Erdre et Gesvres

Communes de Nort-sur-Erdre et Les Touches



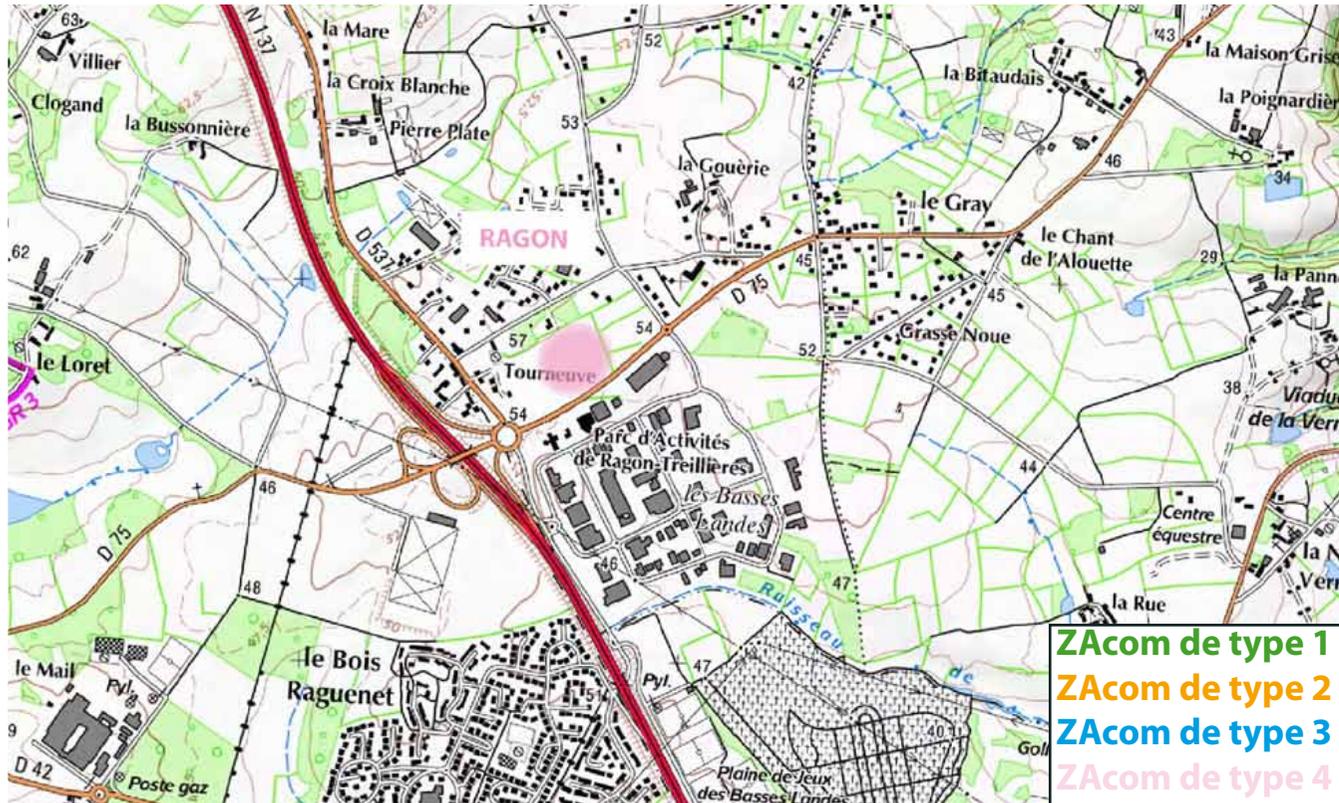
ZAcom de type 1
ZAcom de type 2
ZAcom de type 3
ZAcom de type 4

1 cm = 100 mètres

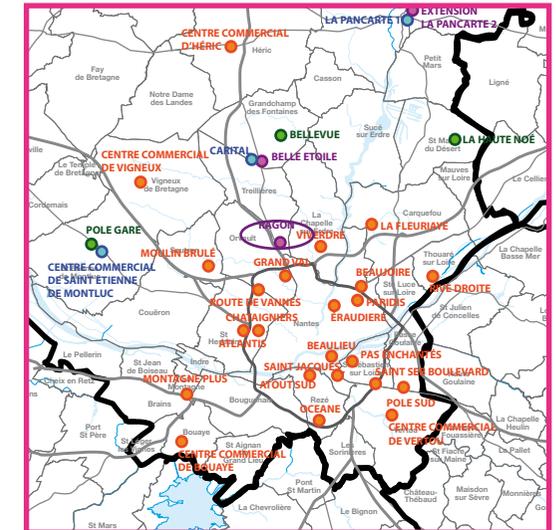
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	**	**	**	**

ZAcom de la Communauté de communes Erdre et Gesvres

Commune de Treillières



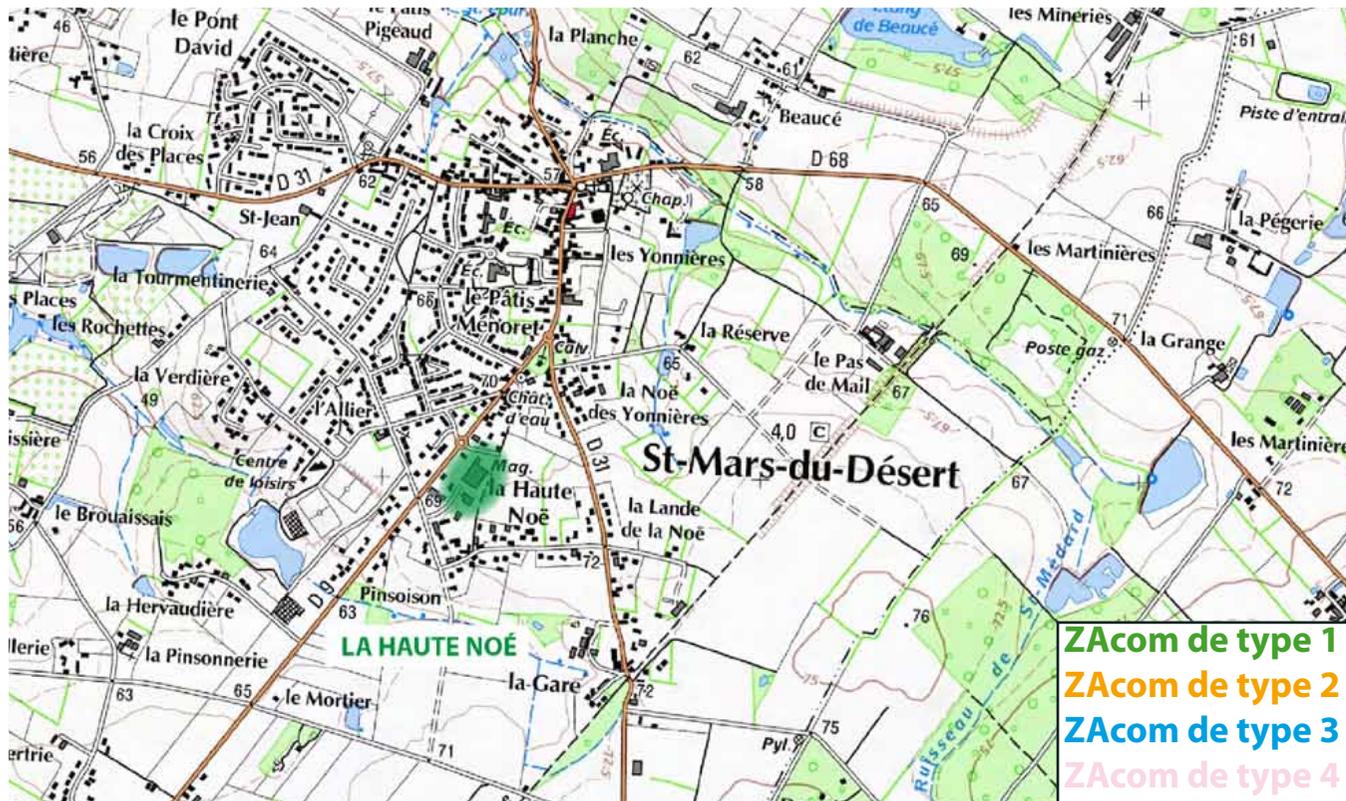
1 cm = 100 mètres



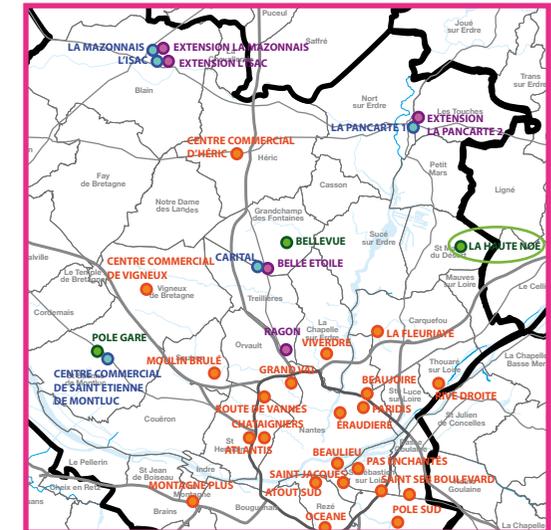
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	*	*	**	***

ZAcom de la Communauté de communes Erdre et Gesvres

Commune de Saint-Mars-du-Désert



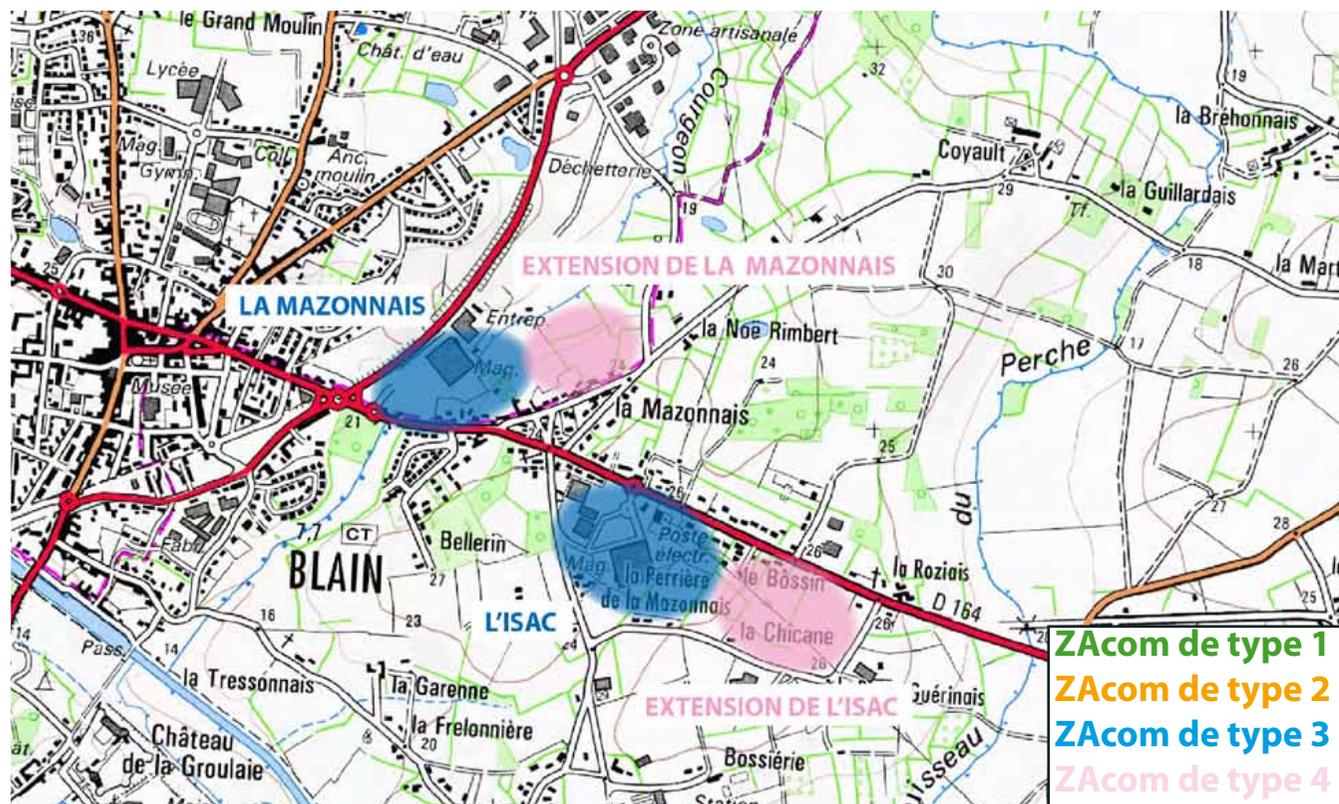
1 cm = 100 mètres



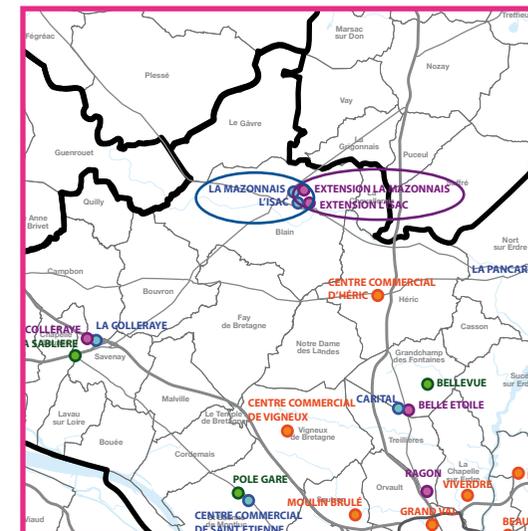
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	***	***	***	**

ZAcom de la Communauté de communes Région de Blain

Commune de Blain



ZAcom de type 1
 ZAcom de type 2
 ZAcom de type 3
 ZAcom de type 4

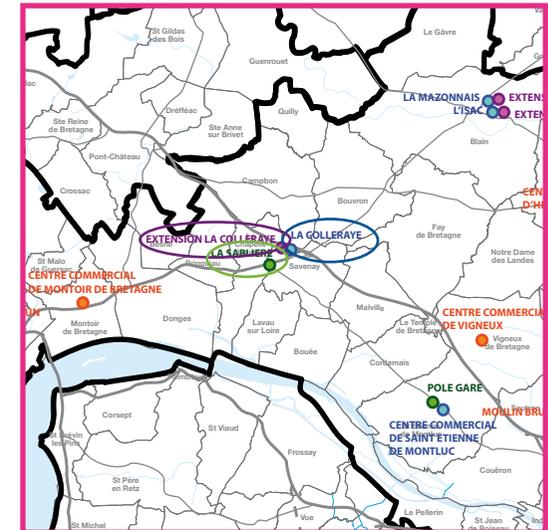
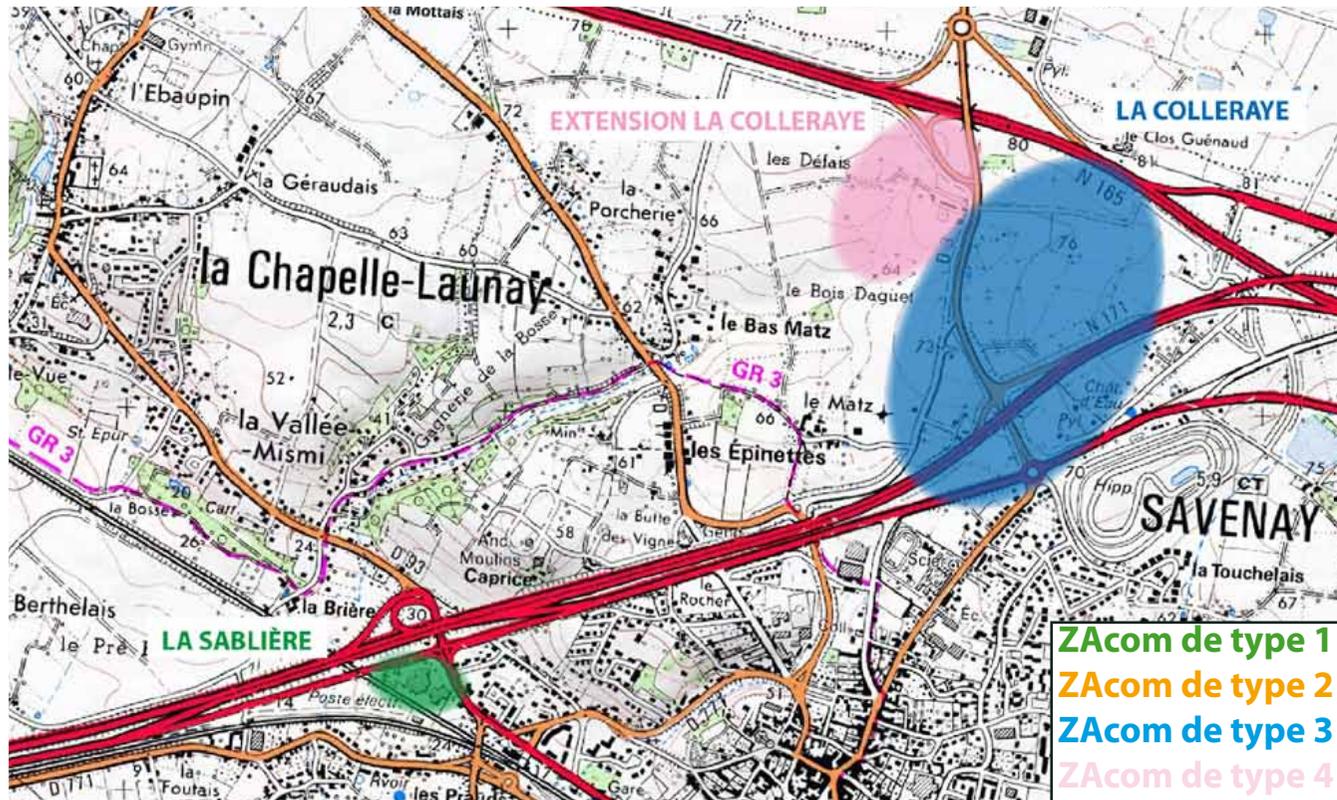


La Mazonnais	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
	*	***	***	***	**

L'Isac	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
	*	**	**	***	**

ZAcom de la Communauté de communes Loire et Sillon

Communes de Savenay et La Chapelle-Launay

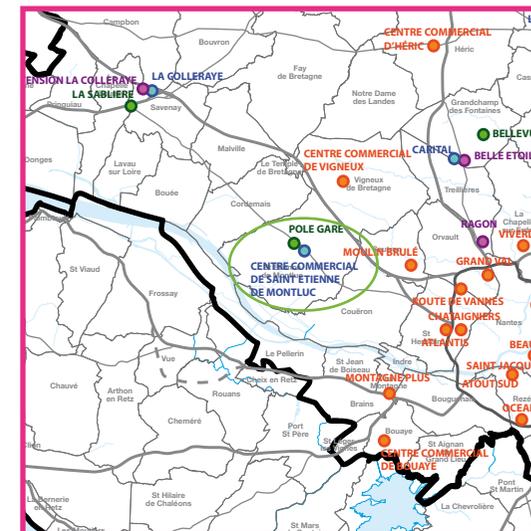
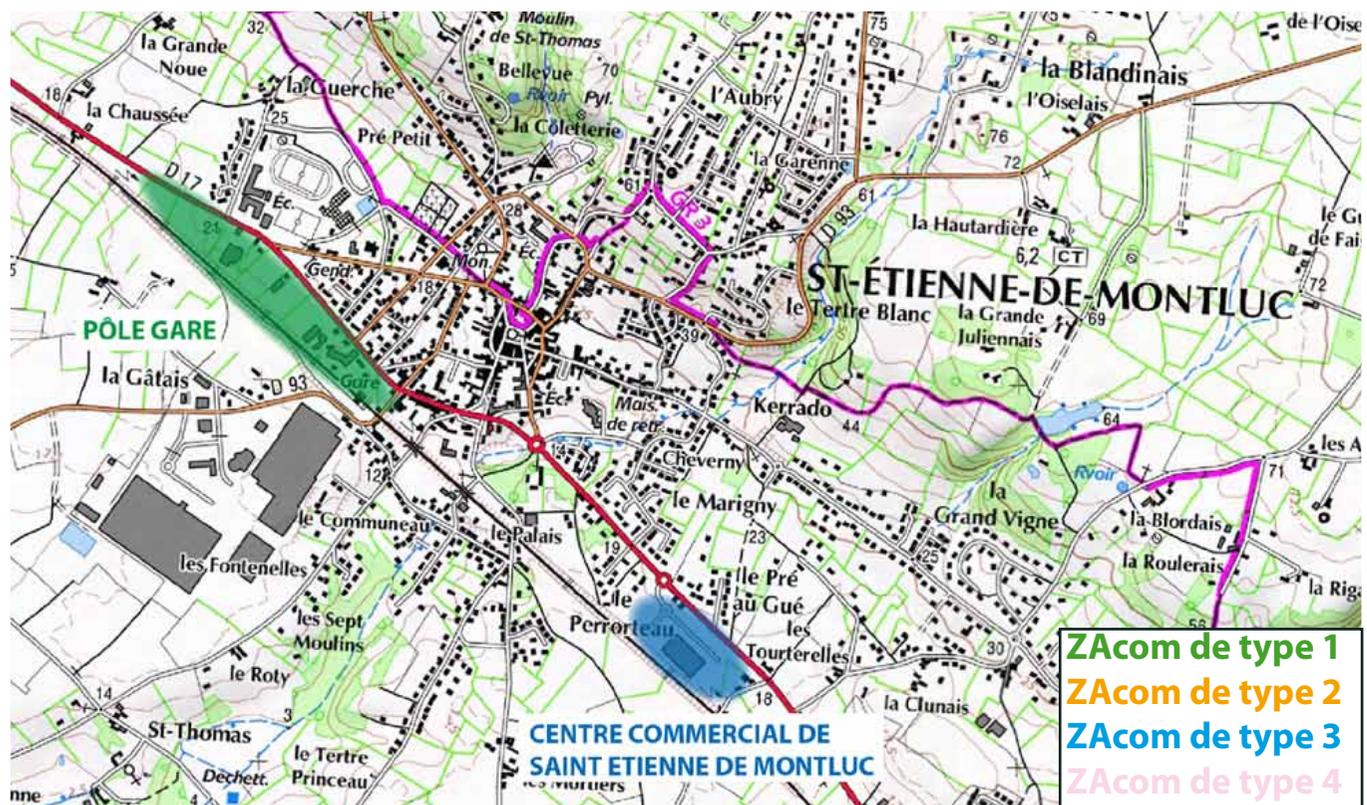


1 cm = 100 mètres

La Colleraye	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
	*	***	*	**	***
La Sablière	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
	*	***	***	***	**

ZAcom de la Communauté de communes Cœur d'Estuaire

Commune de Saint-Étienne-de-Montluc



ZAcom de type 1
ZAcom de type 2
ZAcom de type 3
ZAcom de type 4

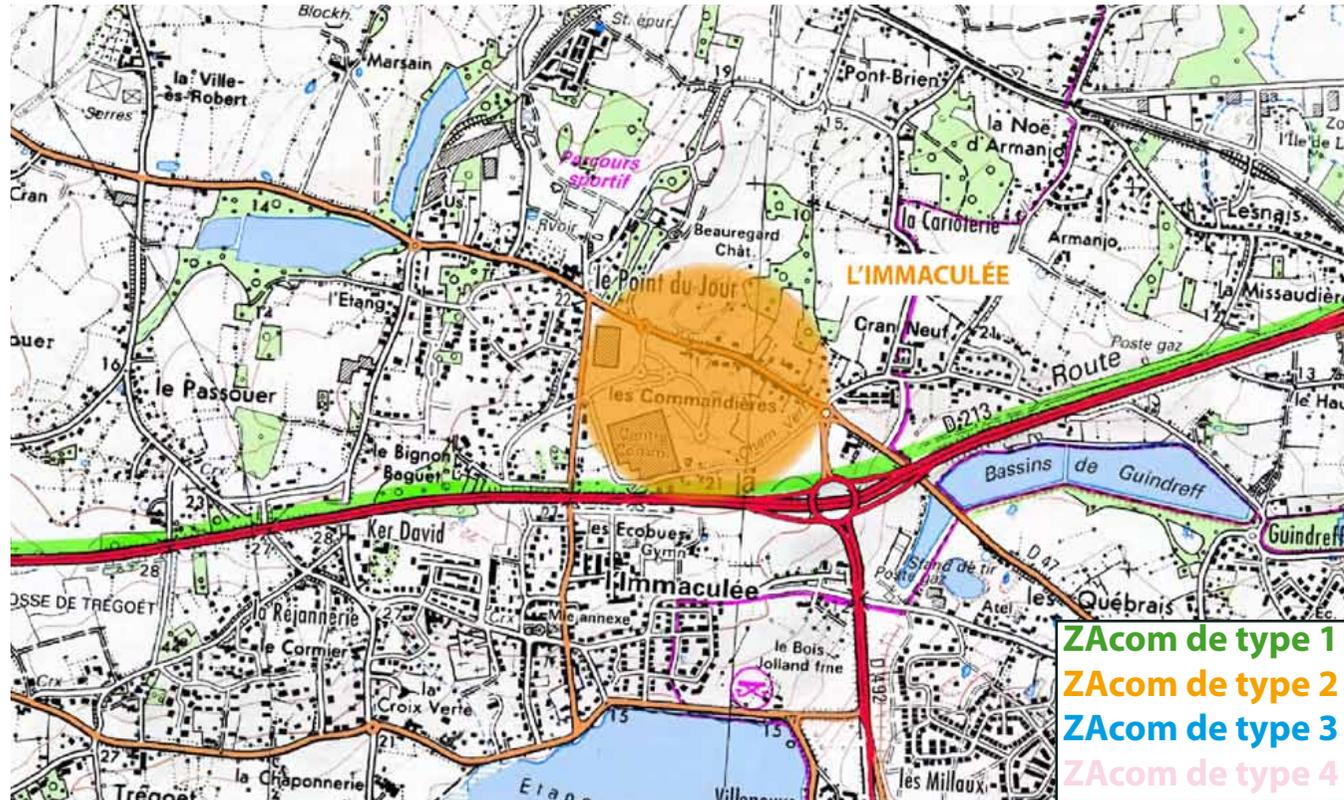
1 cm = 100 mètres

Centre Commercial	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
		*	**	**	***

Pôle Gare	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
		*	***	***	***

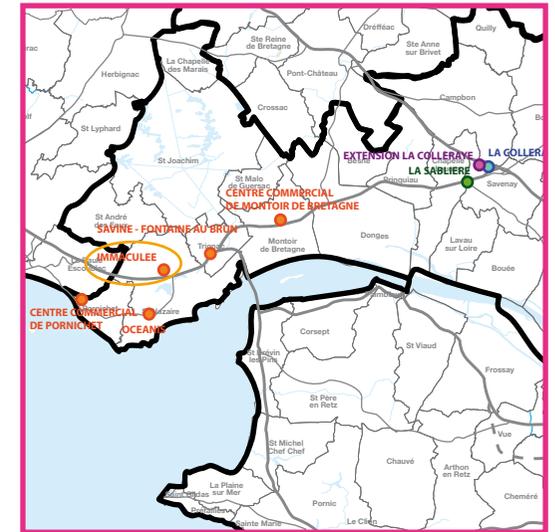
ZAcom de la CARENE

Commune de Saint-Nazaire



1 cm = 100 mètres

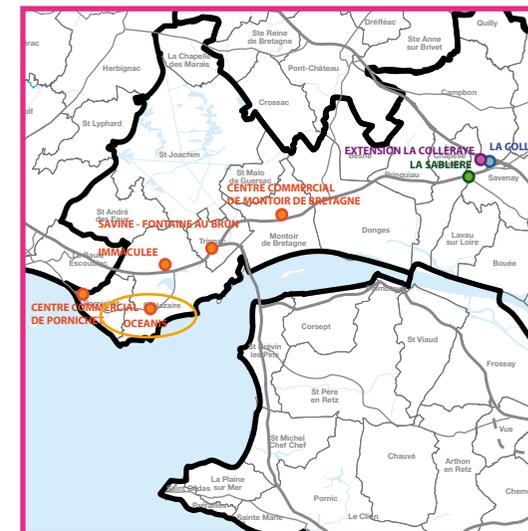
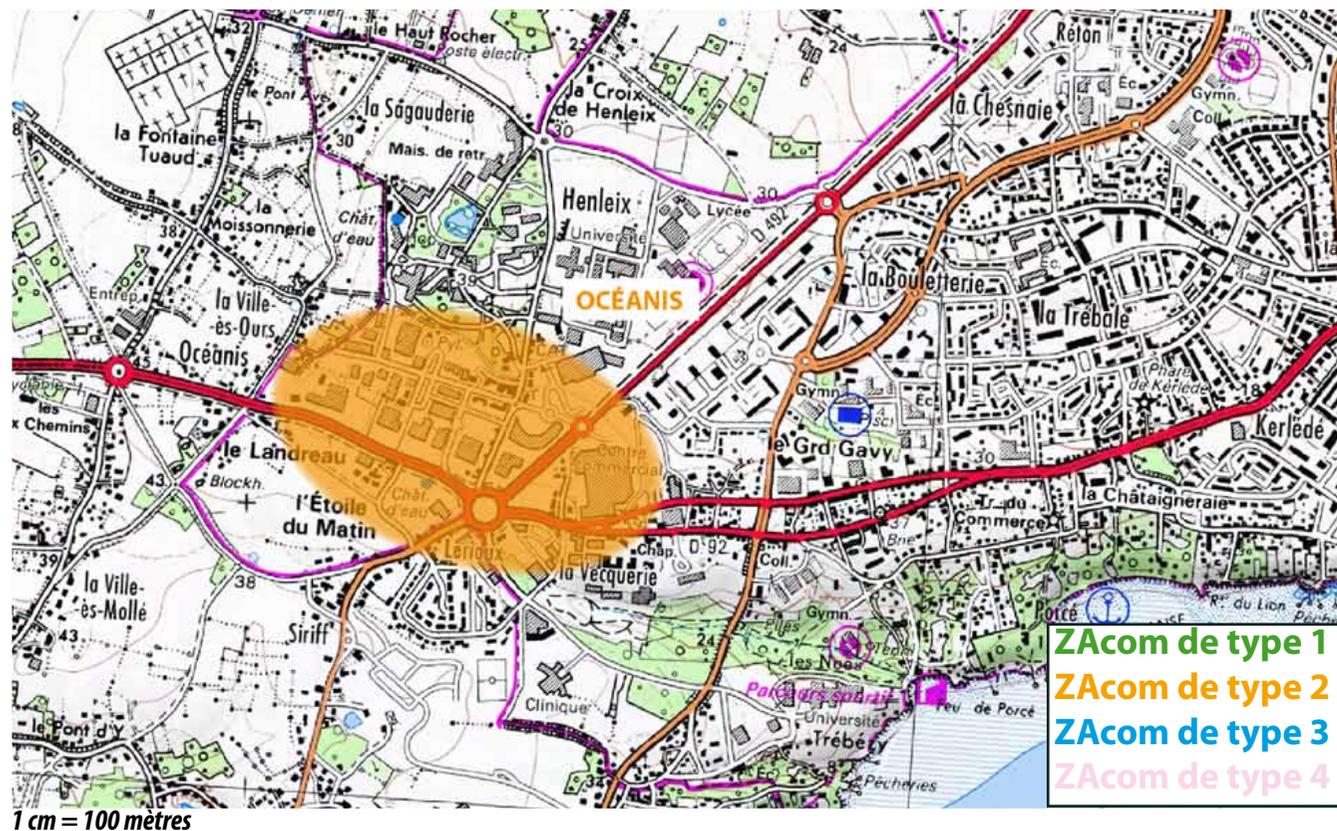
ZAcom de type 1
 ZAcom de type 2
 ZAcom de type 3
 ZAcom de type 4



Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	**	**	*	***

ZAcom de la CARENE

Commune de Saint-Nazaire

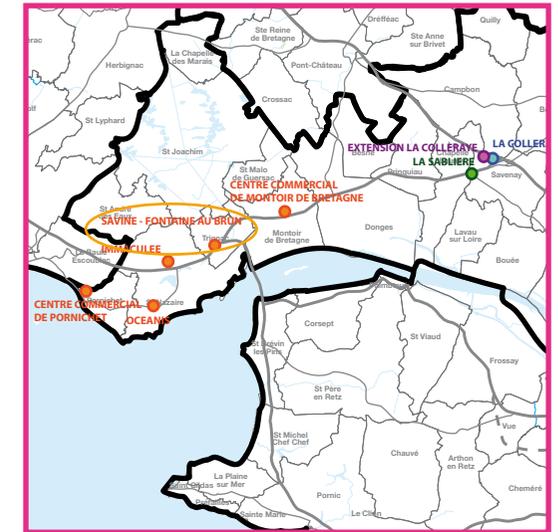
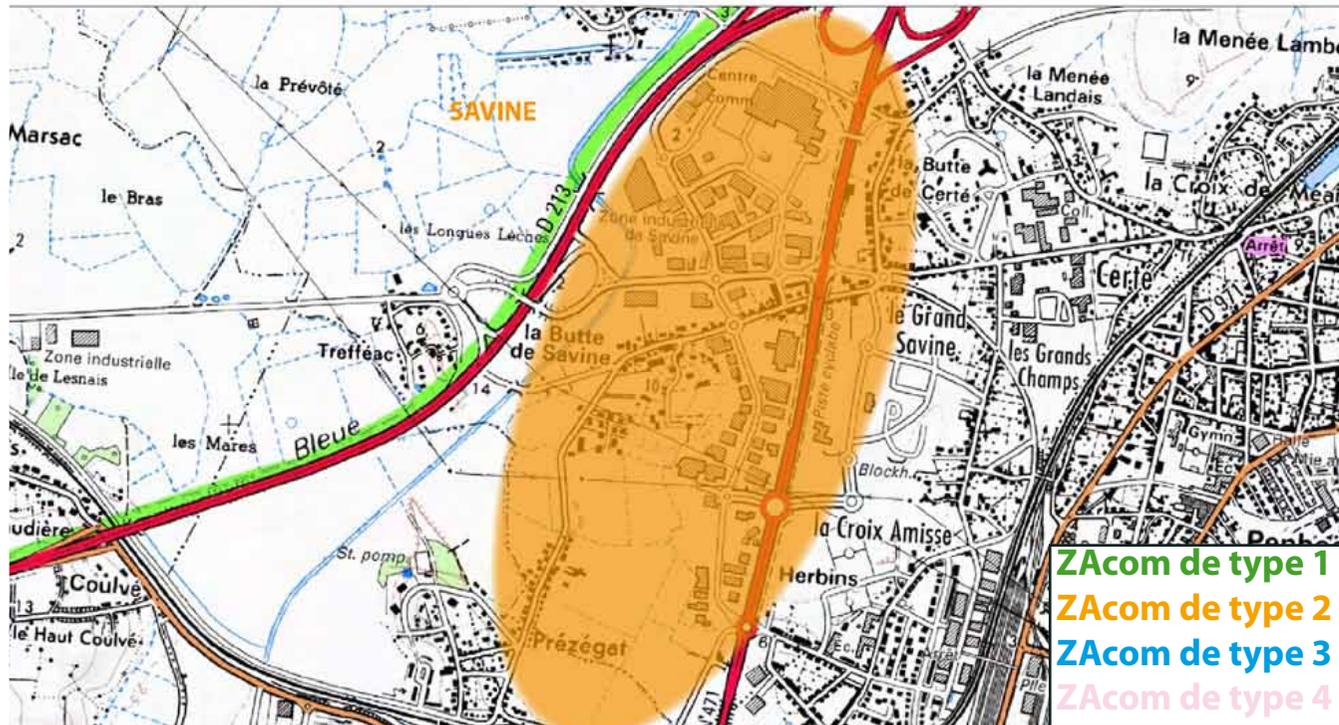


ZAcom de type 1
 ZAcom de type 2
 ZAcom de type 3
 ZAcom de type 4

Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	**	***	*	**

ZAcom de la CARENE

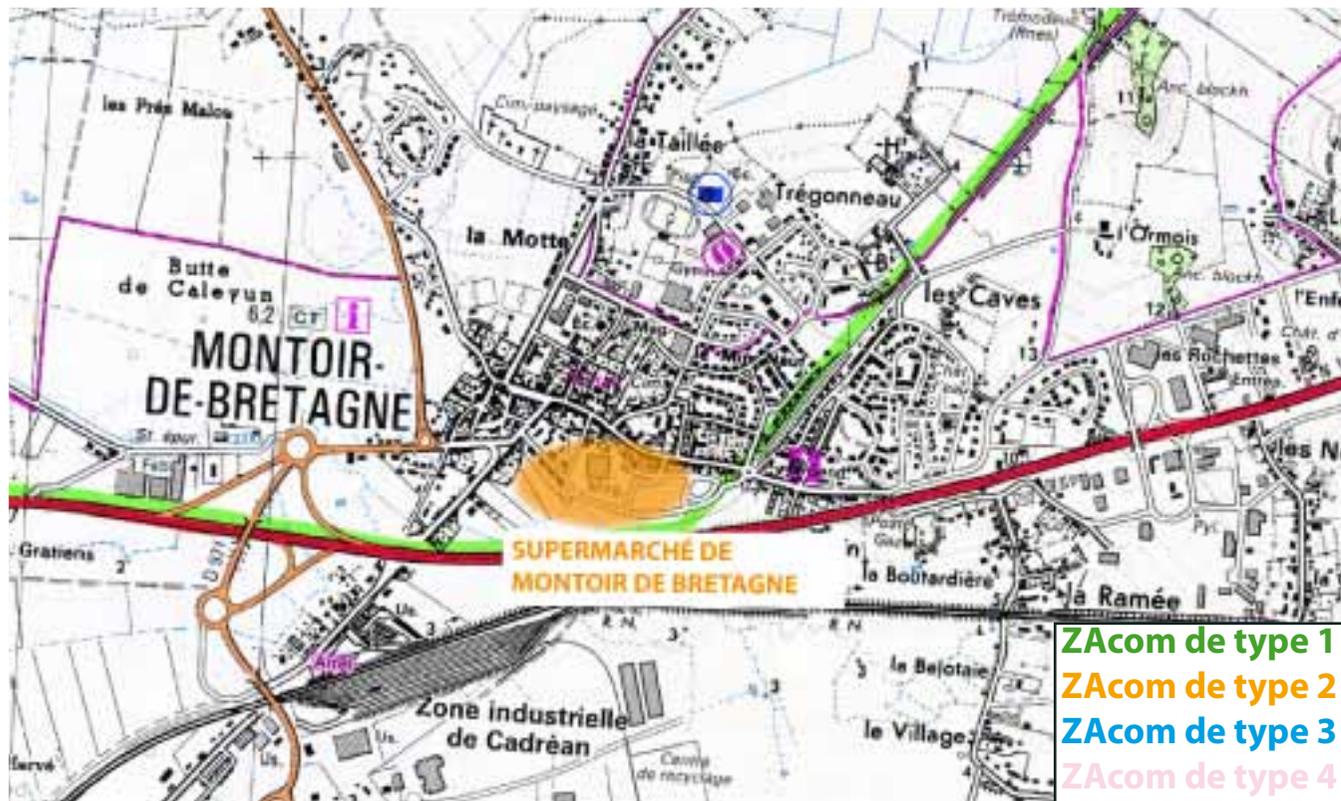
Commune de Saint-Nazaire



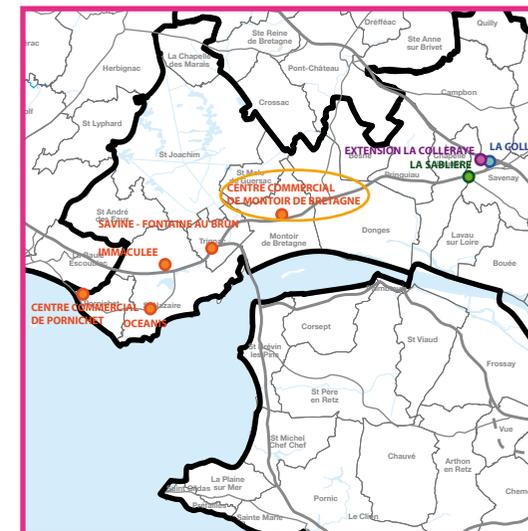
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
**	**	***	*	***

ZAcom de la CARENE

Commune de Montoir-de-Bretagne



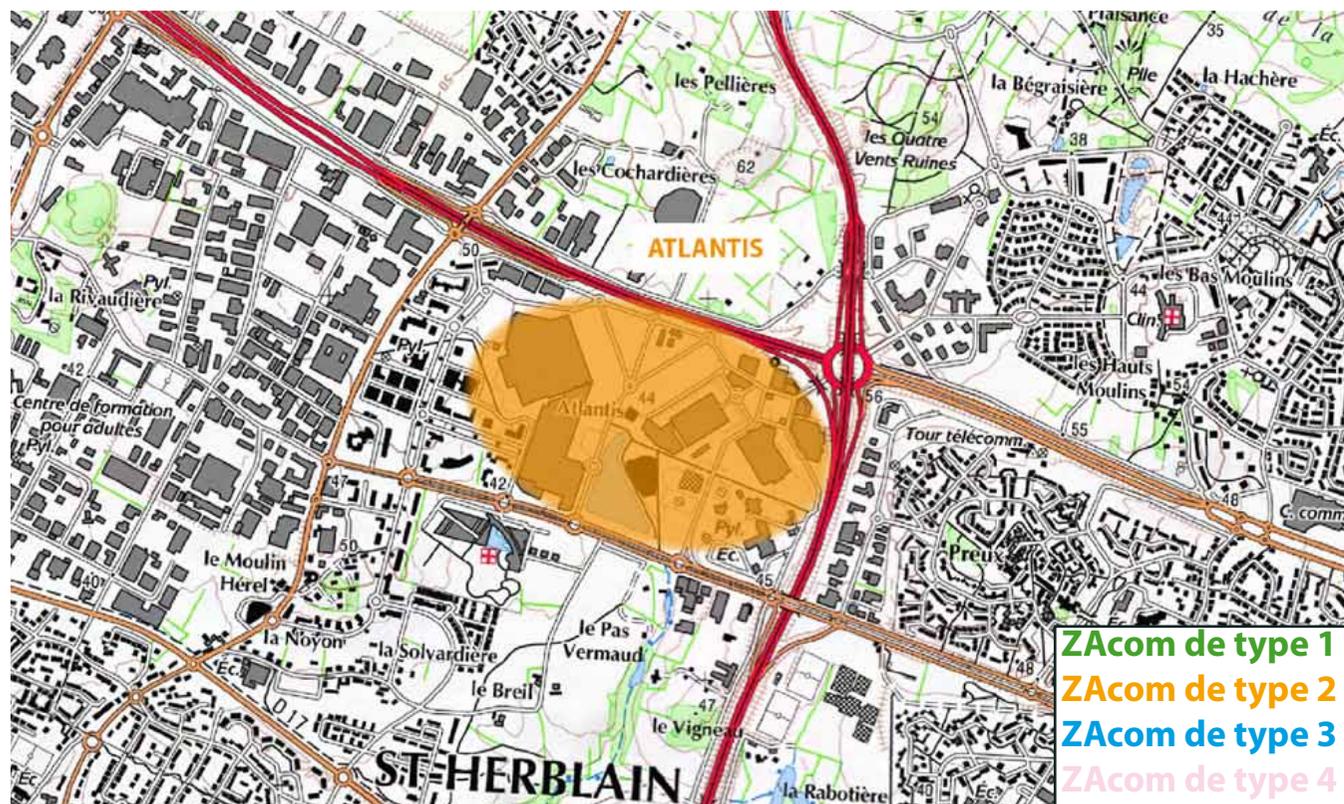
1 cm = 100 mètres



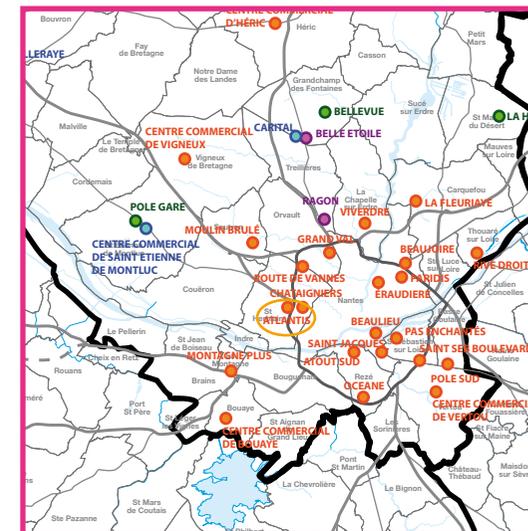
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Saint-Herblain



1 cm = 100 mètres



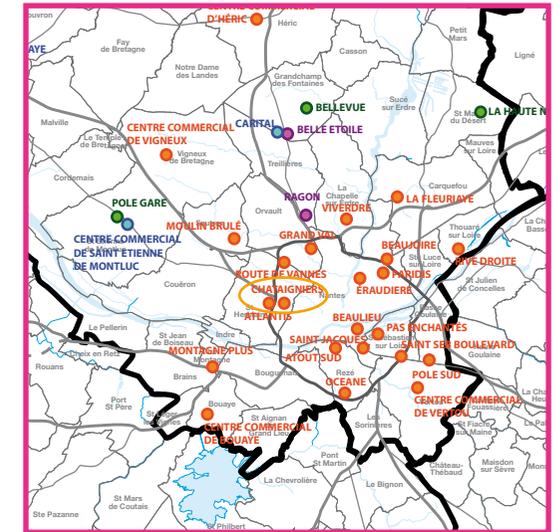
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	**	***	*	**

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Saint-Herblain



1 cm = 100 mètres



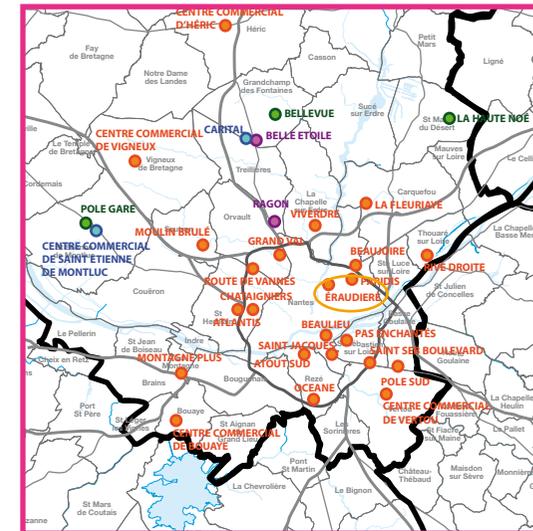
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	***	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Nantes



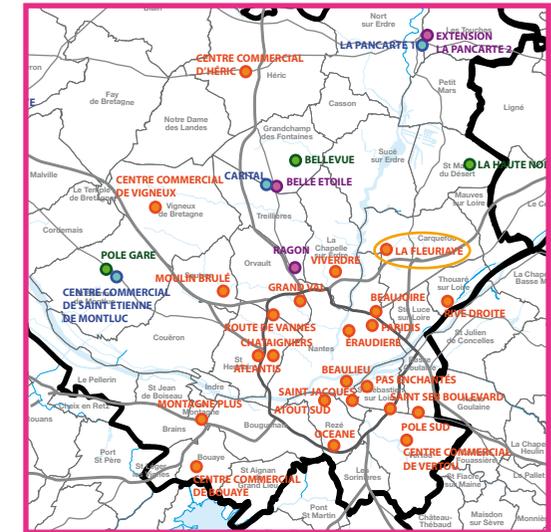
1 cm = 100 mètres



Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	***	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Carquefou

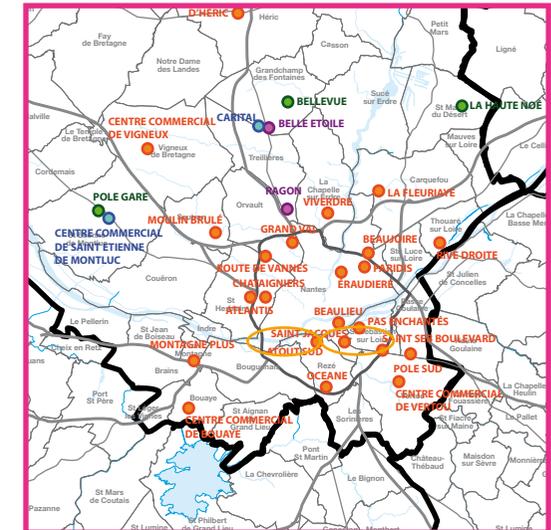
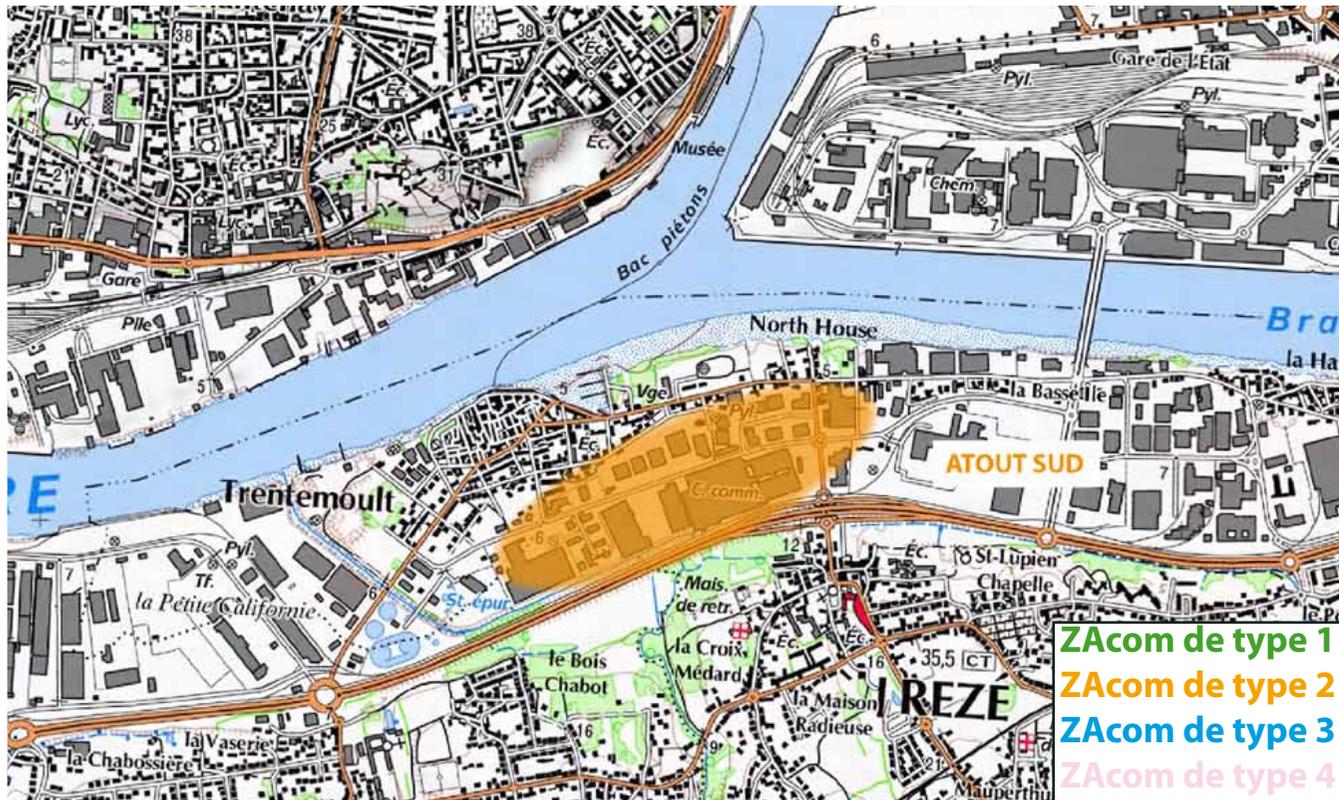


1 cm = 100 mètres

Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	**	**	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Rezé

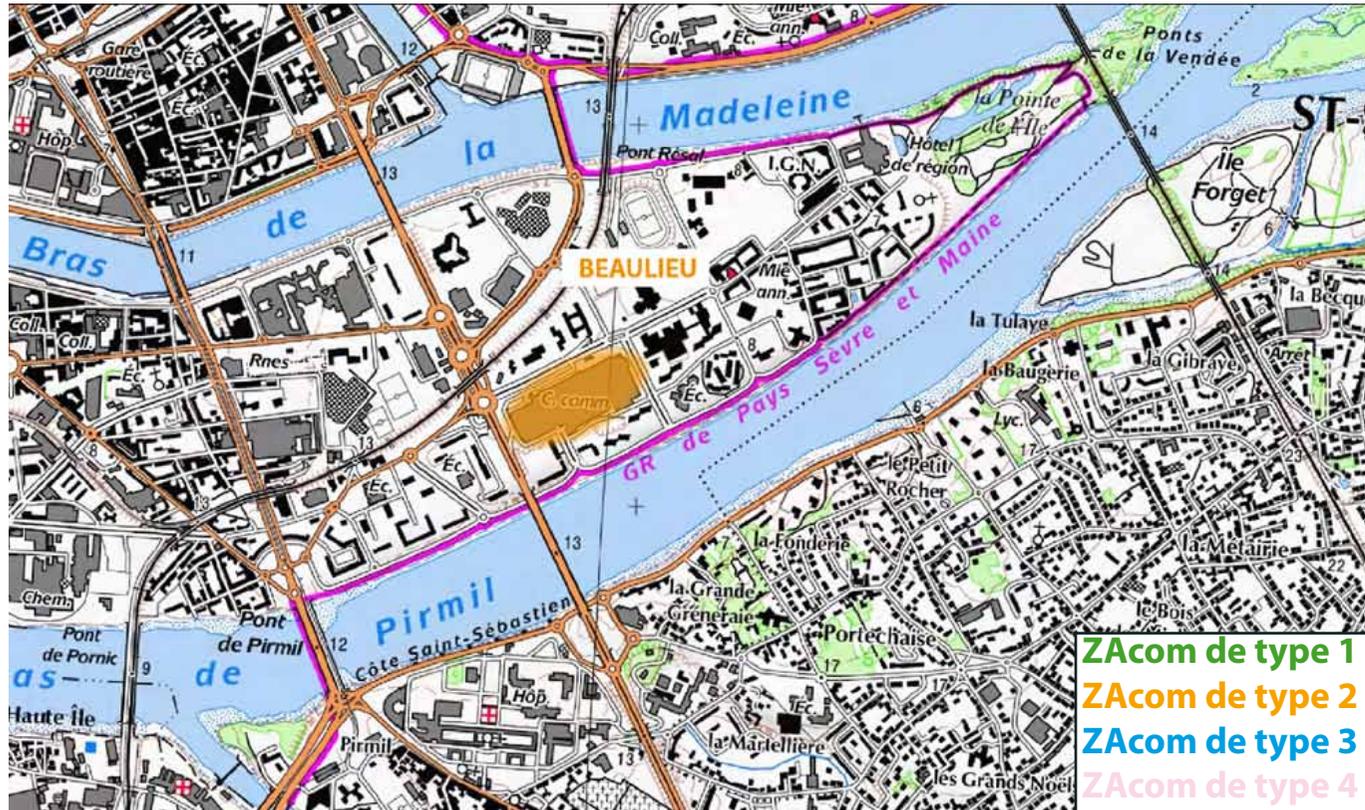


1 cm = 100 mètres

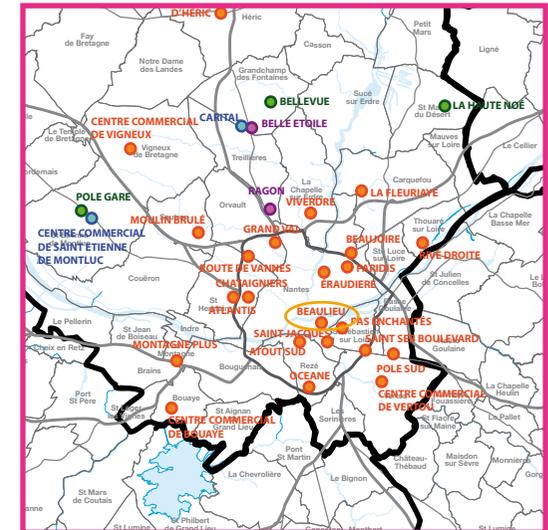
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
**	***	***	*	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Nantes



ZAcom de type 1
 ZAcom de type 2
 ZAcom de type 3
 ZAcom de type 4



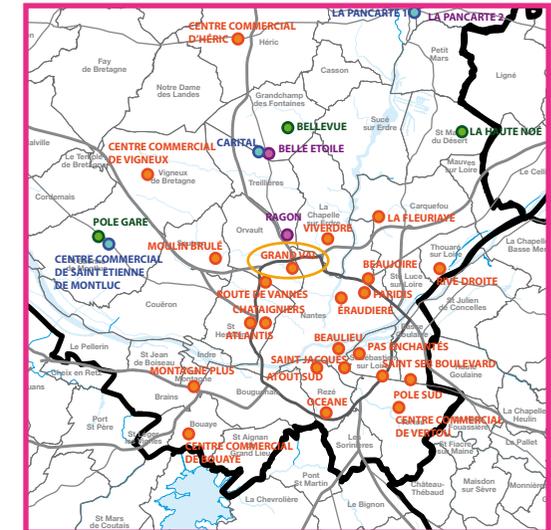
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	*	**

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune d'Orvault



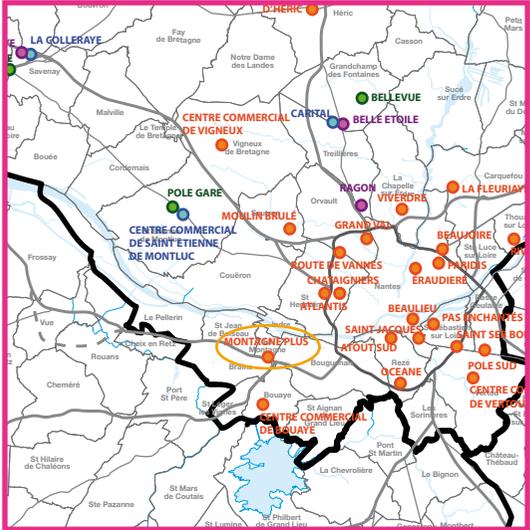
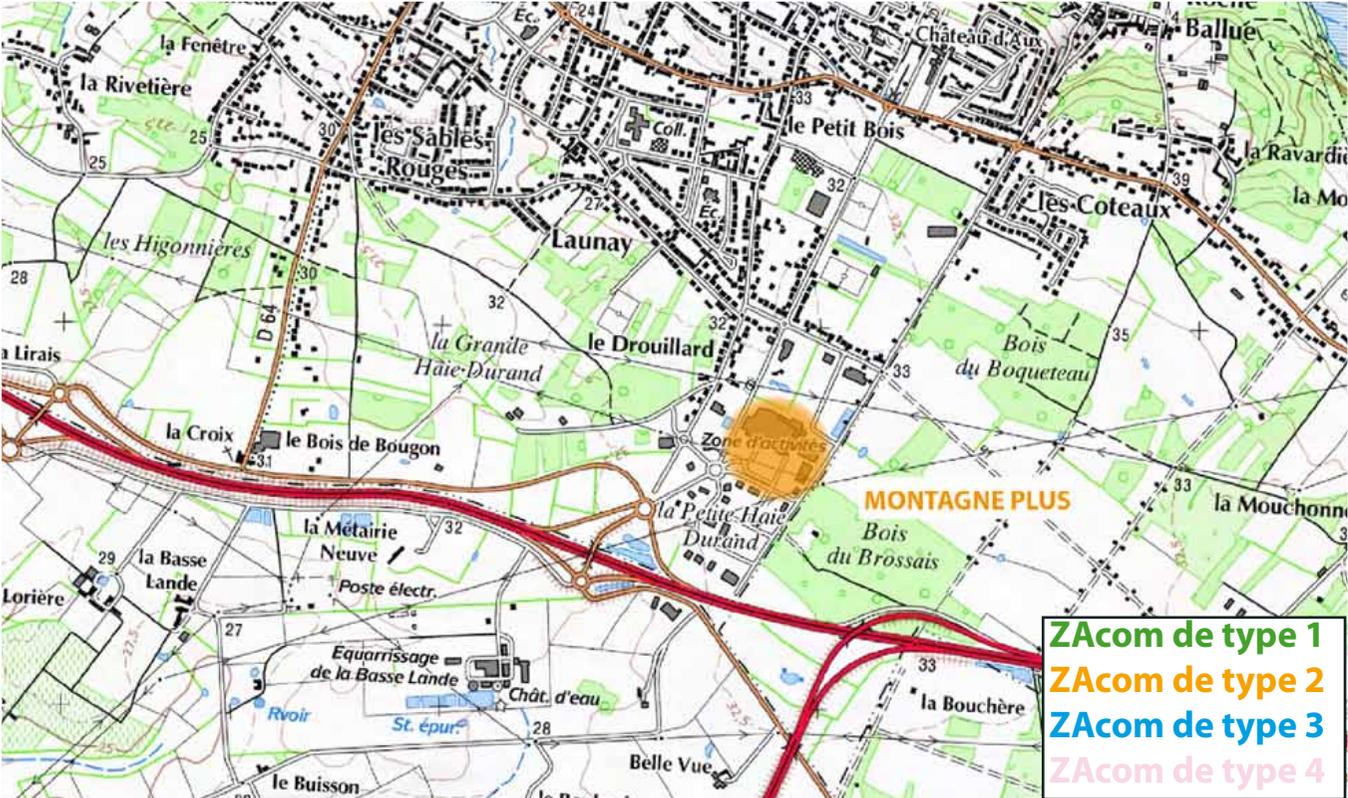
1 cm = 100 mètres



Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de La Montagne

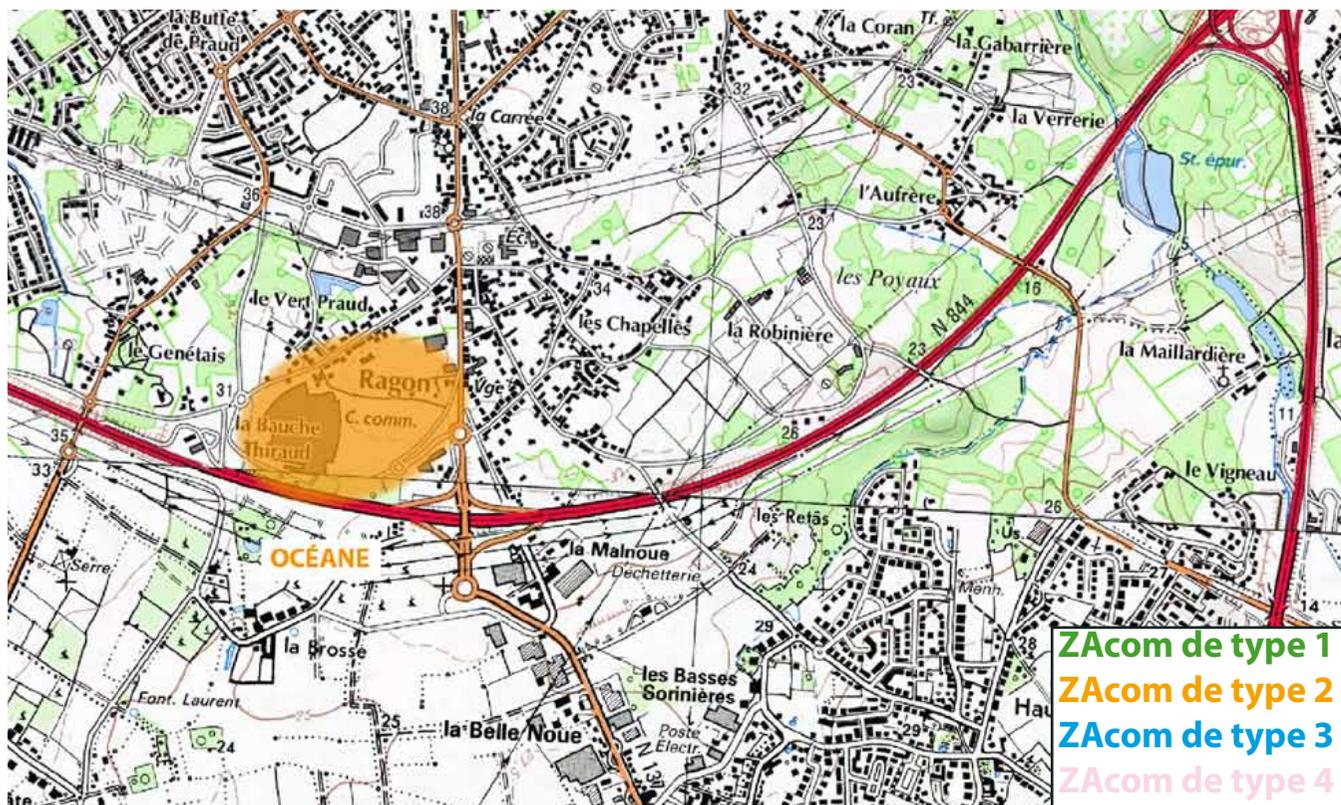


1 cm = 100 mètres

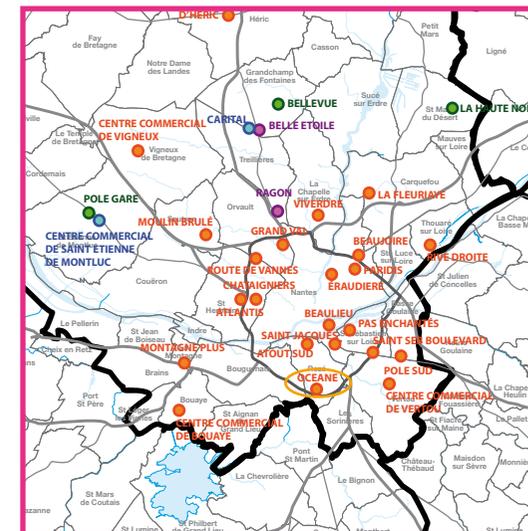
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	**	**	*	**

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Rezé



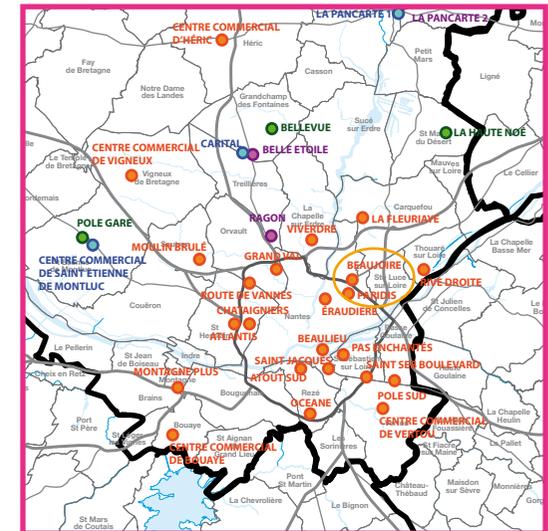
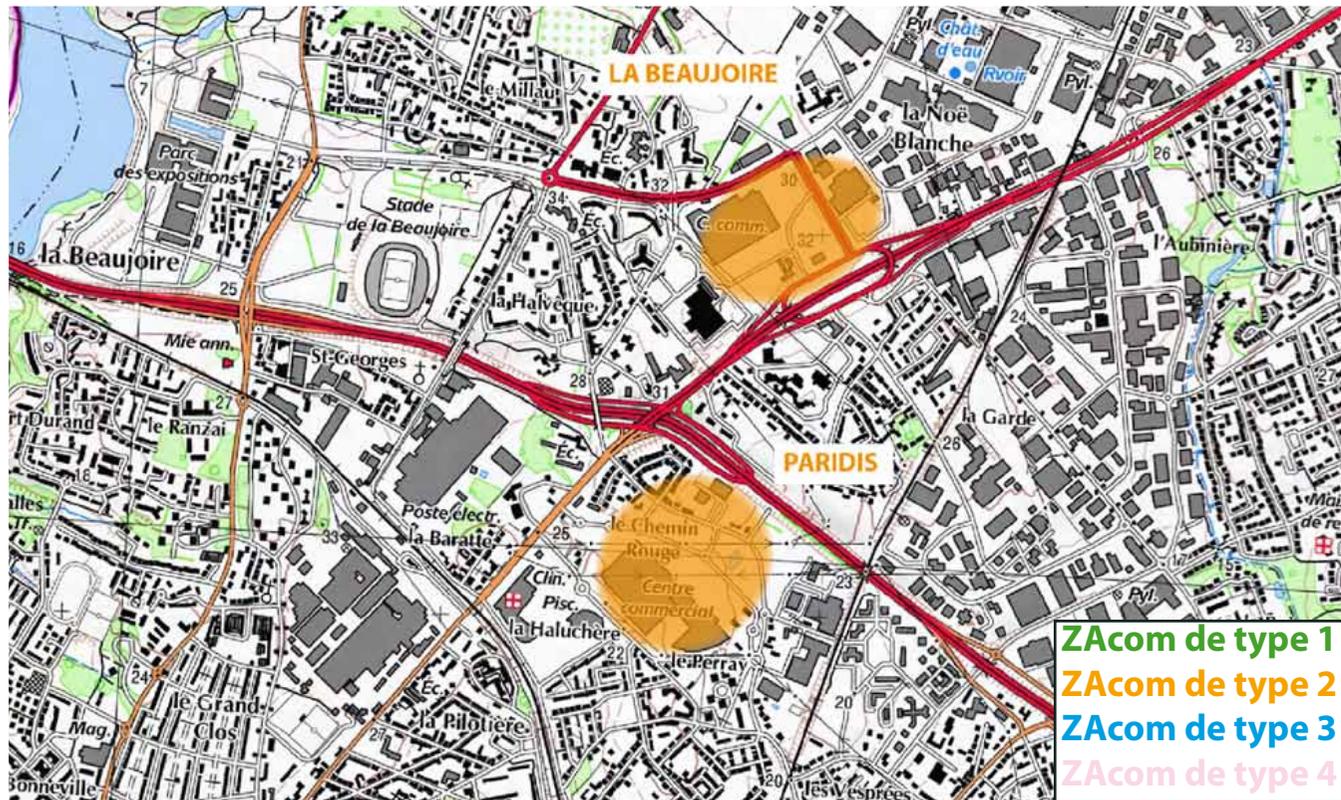
1 cm = 100 mètres



Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Nantes

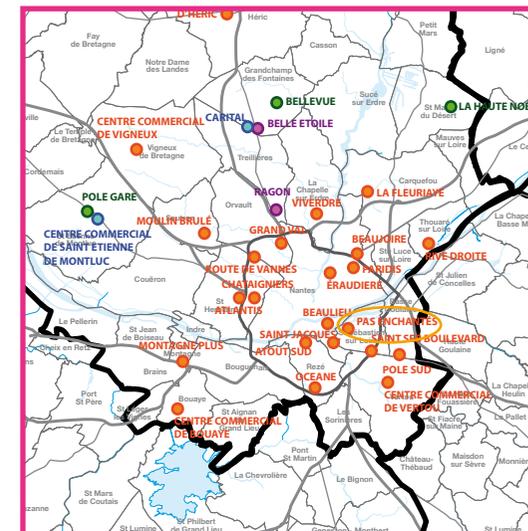


1 cm = 100 mètres

	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
Beaujoire	**	**	***	**	*
Paradis	***	***	***	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Saint-Sébastien-sur-Loire

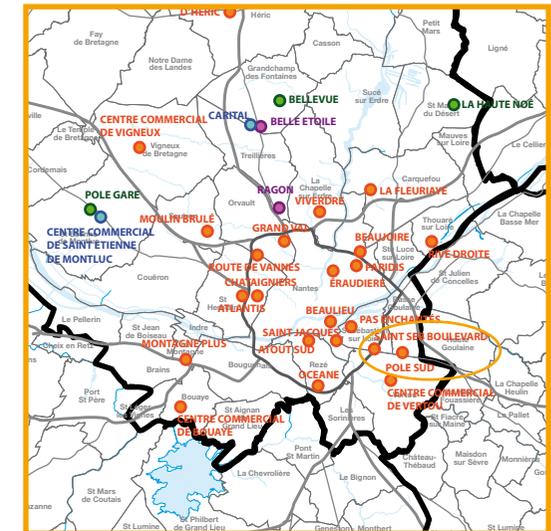
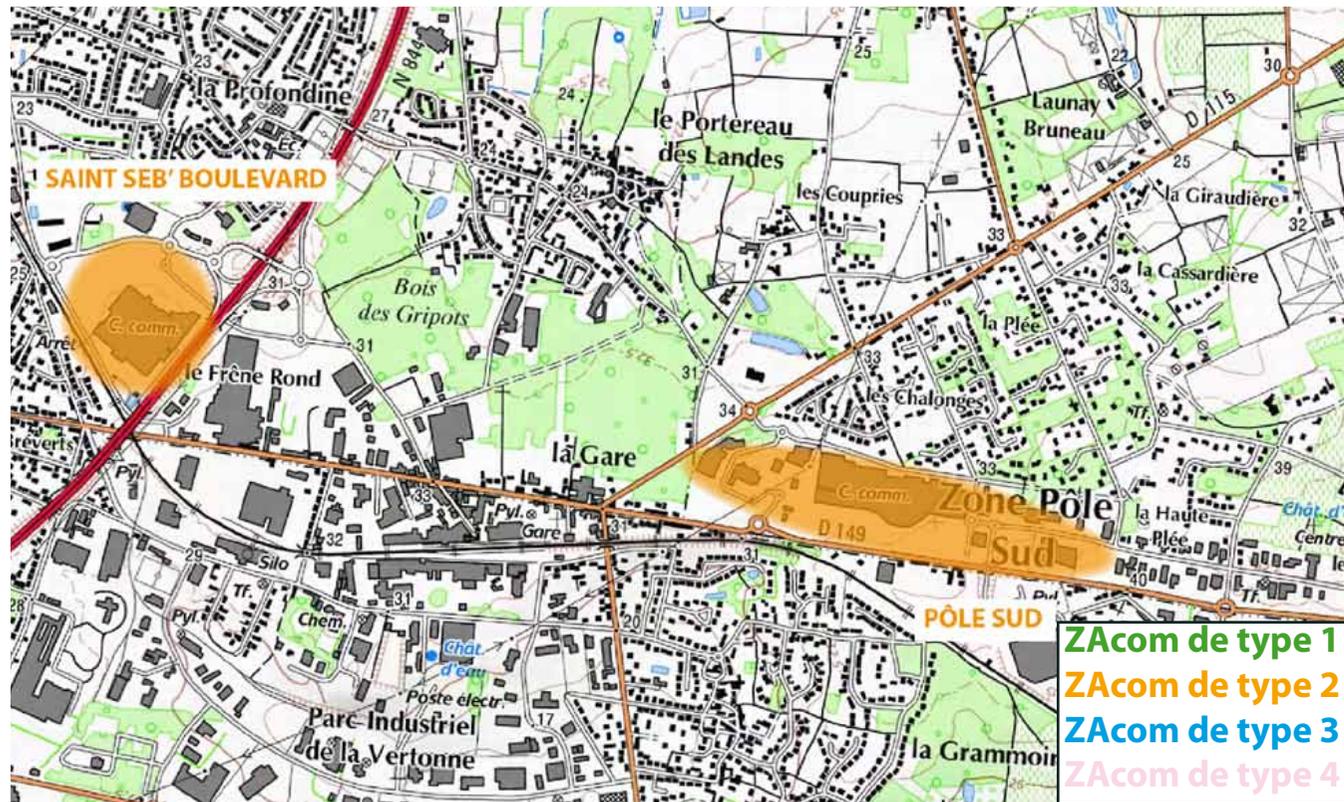


1 cm = 100 mètres

Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Communes de Saint-Sébastien-sur-Loire et Basse-Goulaine



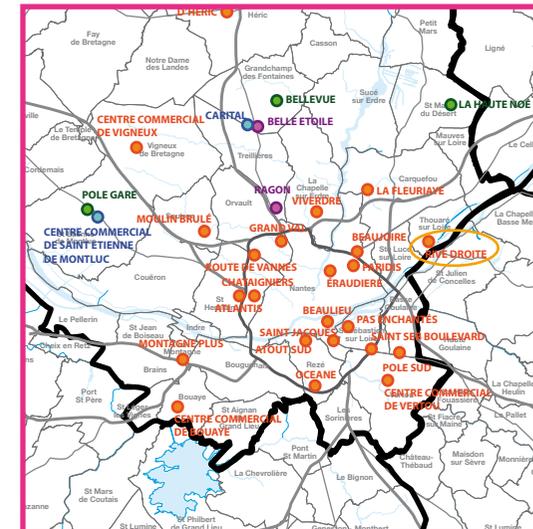
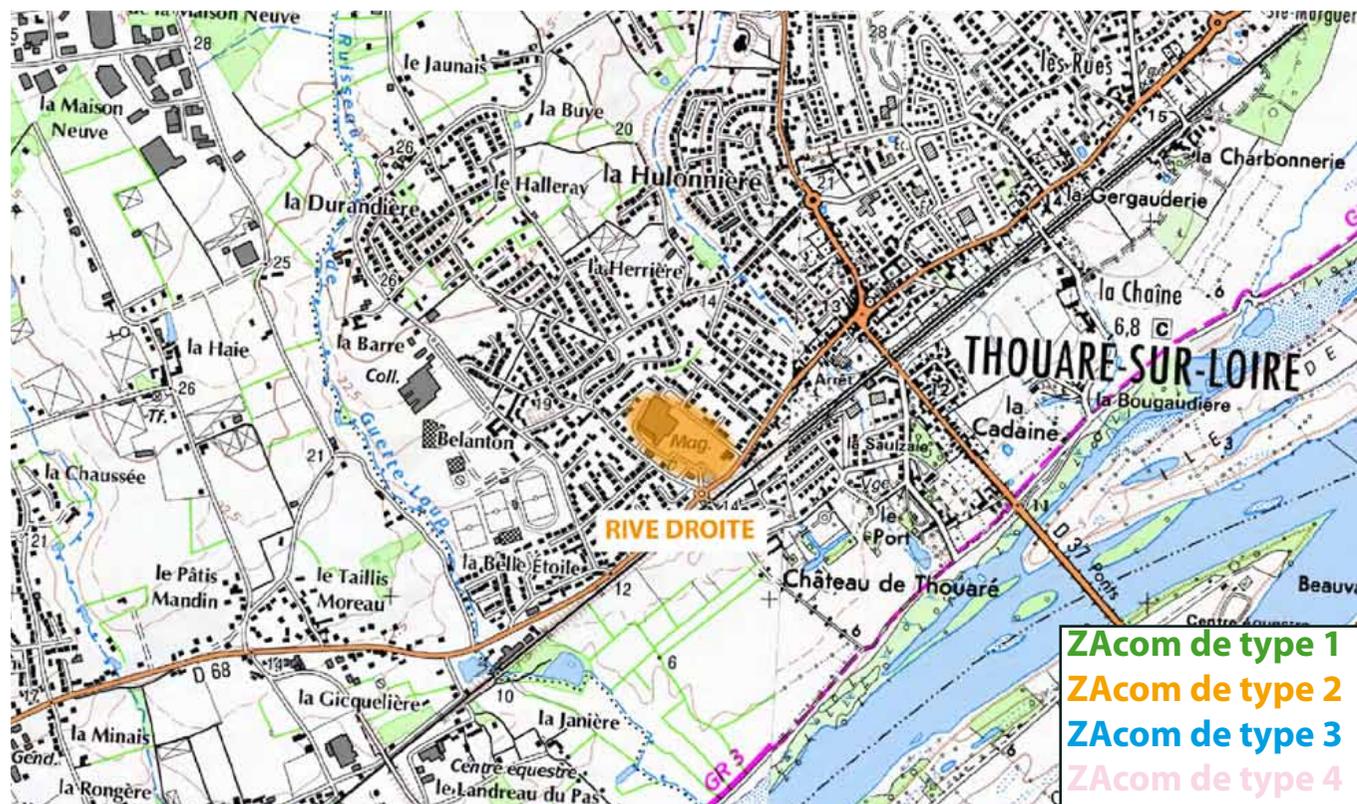
1 cm = 100 mètres

Saint Séb boulevard	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
	**	***	***	**	*

Pôle Sud	Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
	*	**	**	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Thouaré-sur-Loire

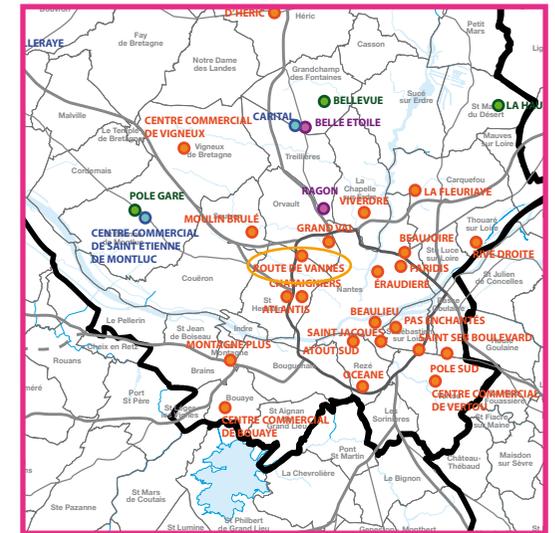
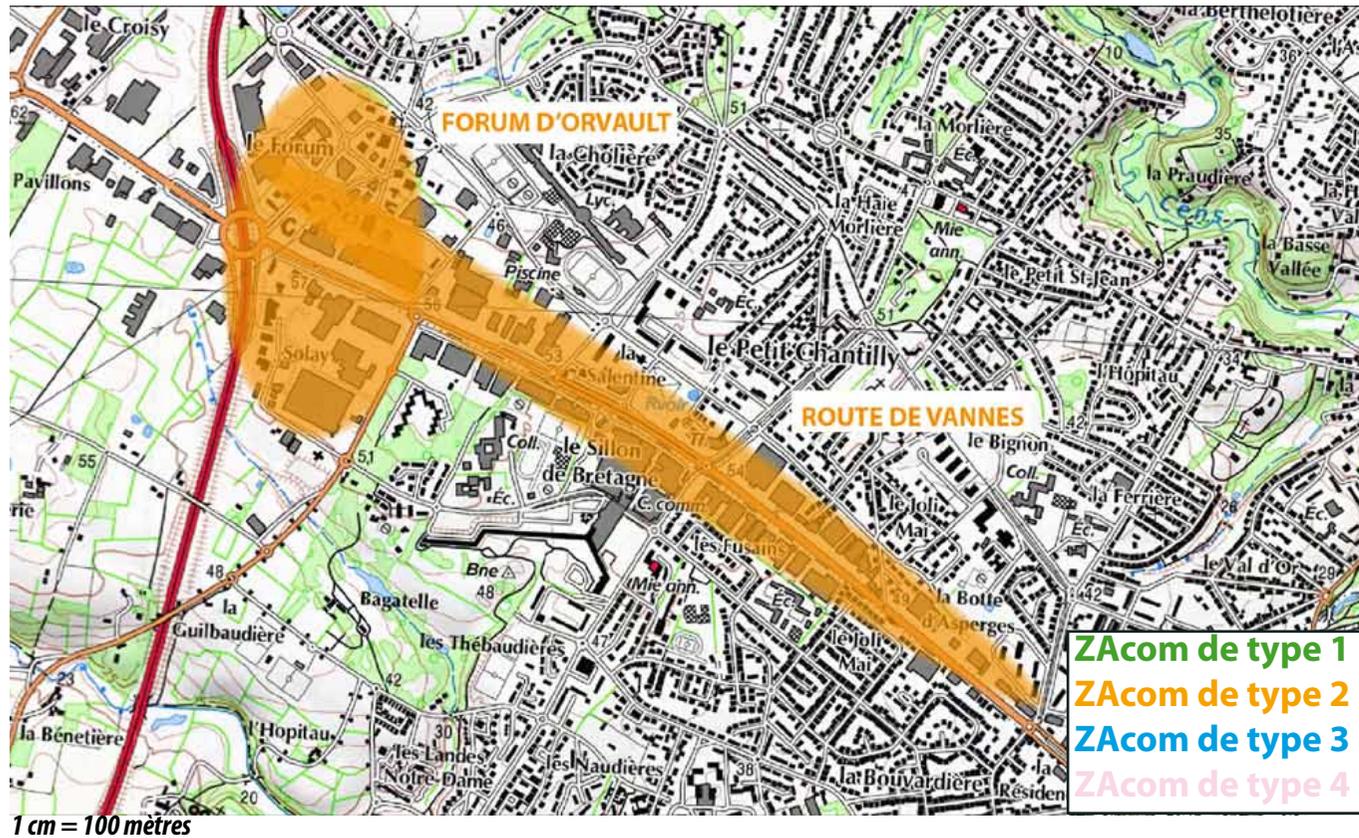


1 cm = 100 mètres

Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

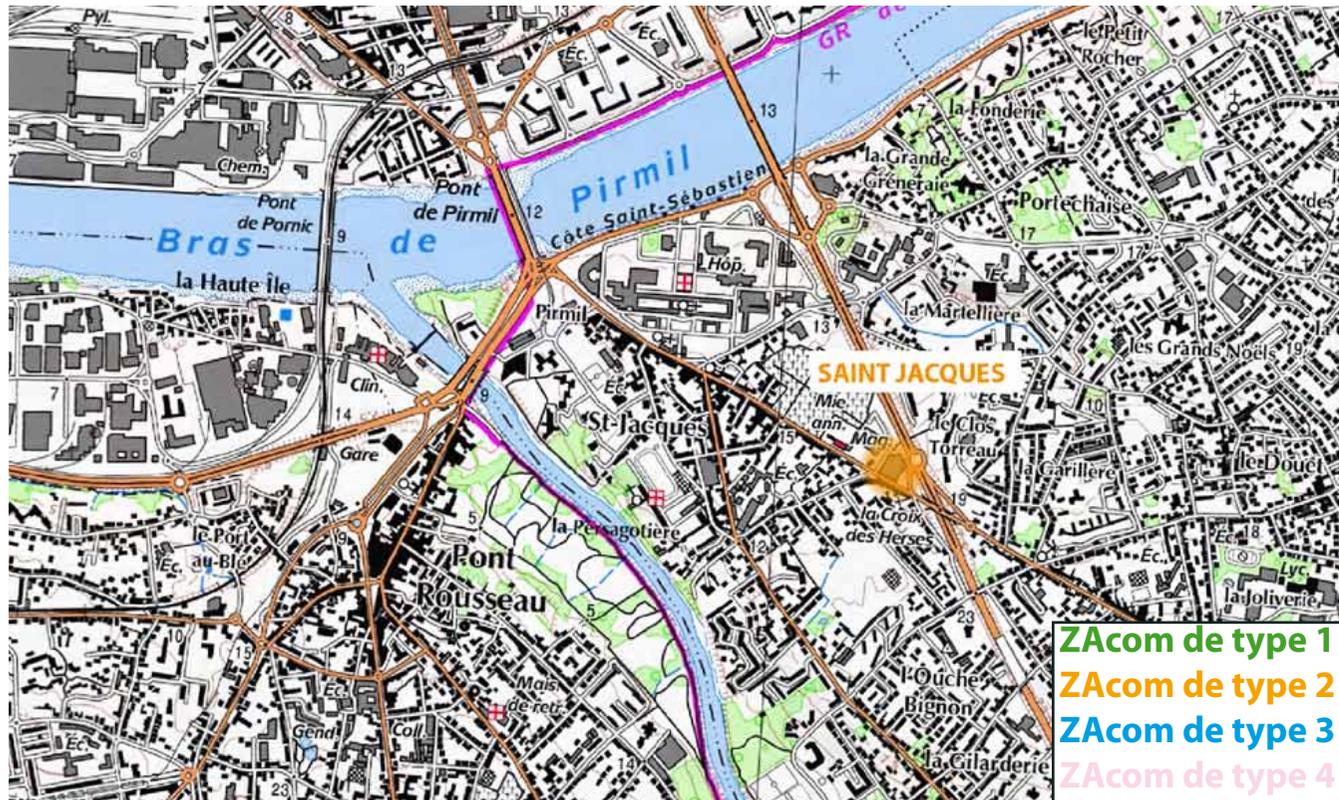
Communes de Nantes, Saint-Herblain et Orvault



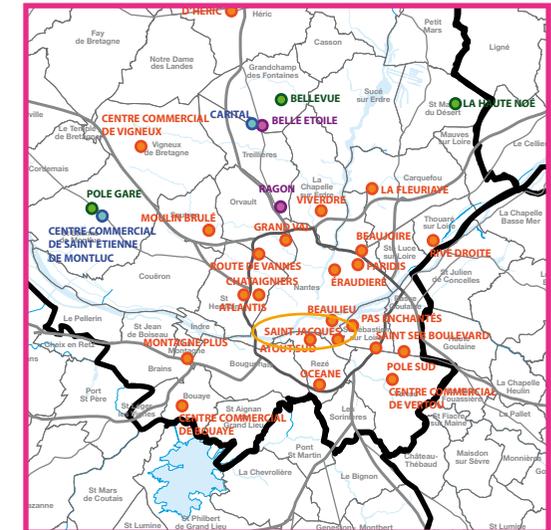
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	*	**

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Nantes



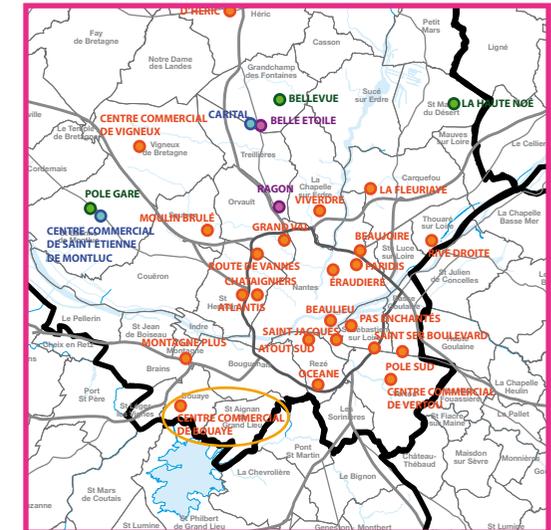
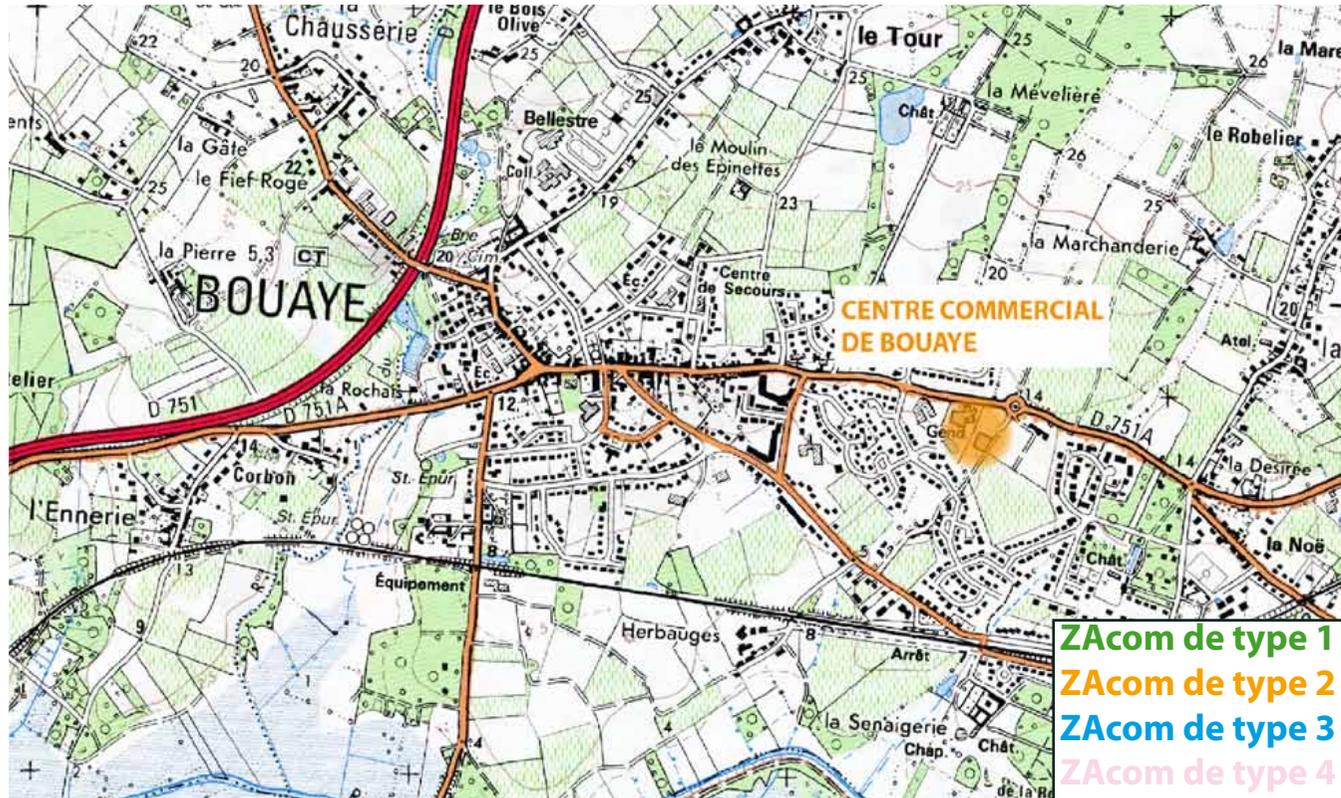
1 cm = 100 mètres



Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	***	***	***	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Bouaye



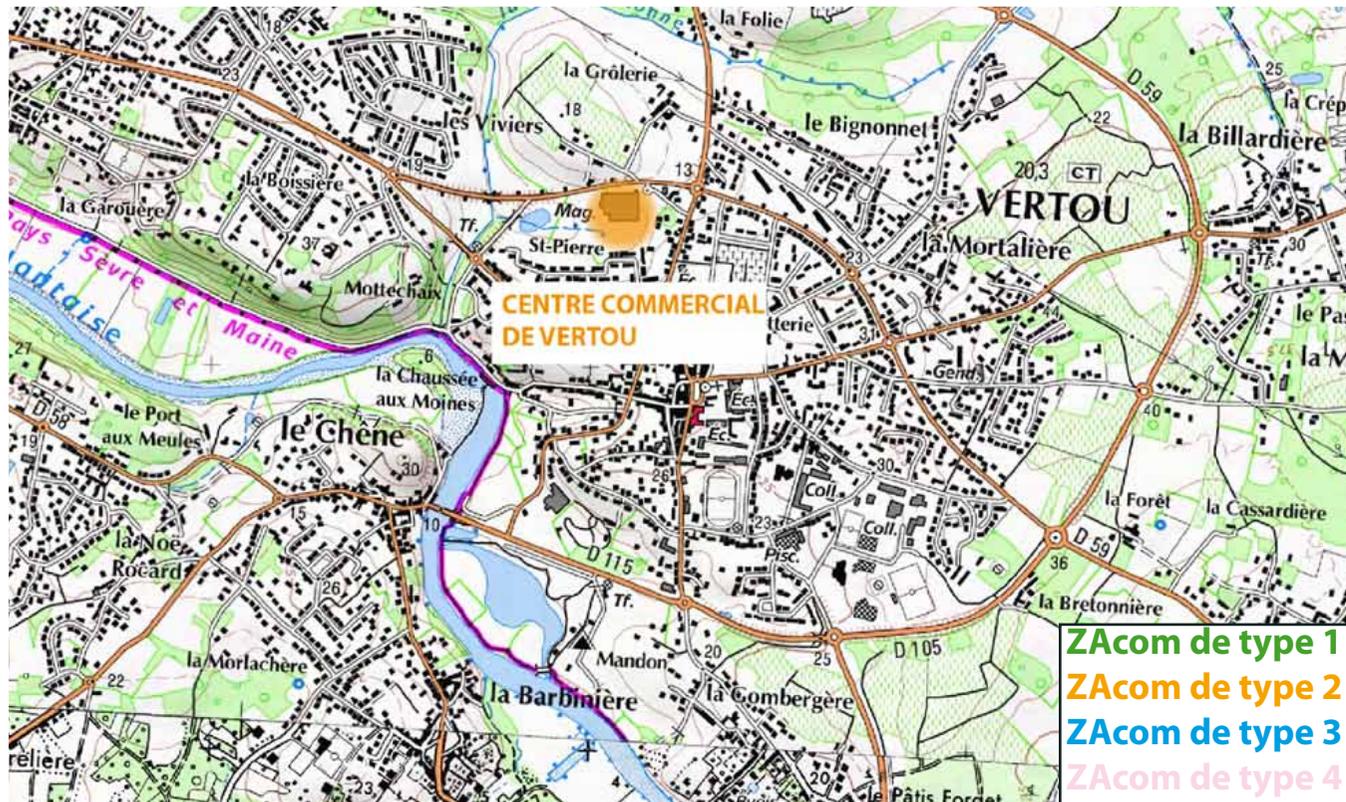
ZAcom de type 1
ZAcom de type 2
ZAcom de type 3
ZAcom de type 4

1 cm = 100 mètres

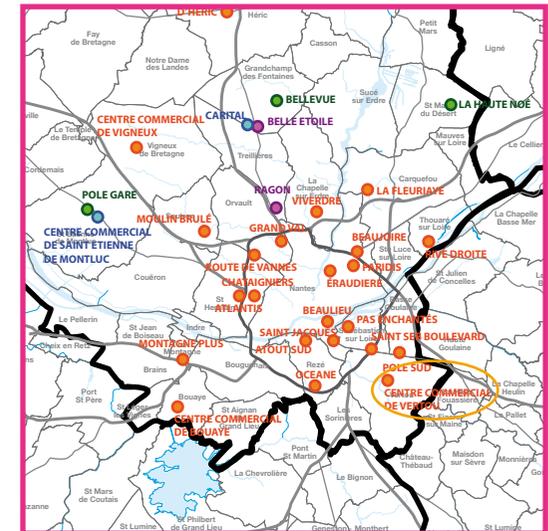
Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
*	***	**	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de Vertou



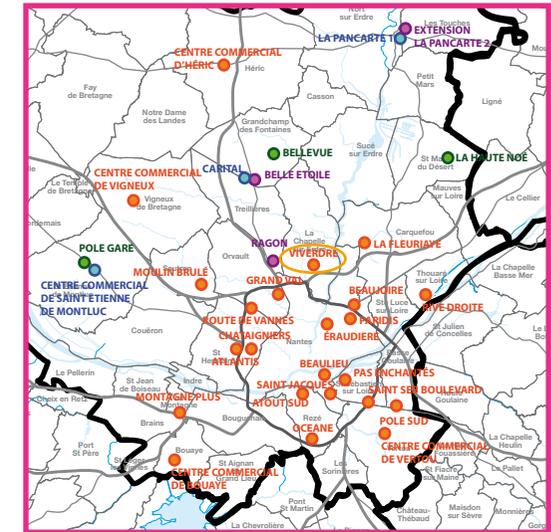
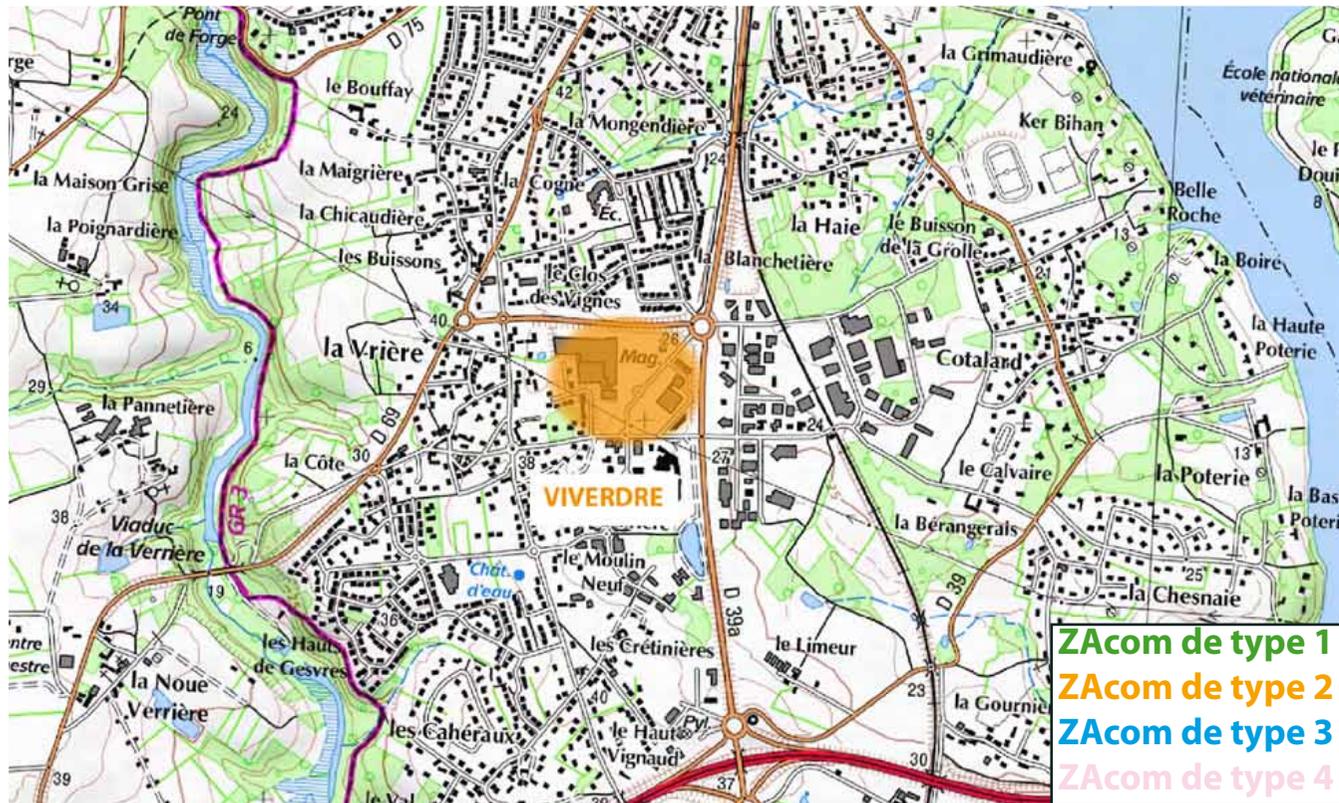
- ZAcom de type 1
- ZAcom de type 2
- ZAcom de type 3
- ZAcom de type 4



Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
**	**	***	**	*

ZAcom de la Communauté urbaine Nantes Métropole

Commune de La Chapelle-sur-Erdre



ZAcom de type 1
ZAcom de type 2
ZAcom de type 3
ZAcom de type 4

Desserte transports en commun	Accès modes doux	Relation à la ville	Effet sur l'animation du centre	Effet sur la vie du quartier
***	**	**	**	*

6. Compatibilité avec les orientations environnementales du SCoT en vigueur

D'une manière générale, les objectifs du DAC doivent aboutir à **une limitation de la consommation d'espaces** par une utilisation économe des espaces d'activités et résidentiels et respecter **les principes de développement urbain définis** dans le SCoT. En outre, ils doivent **garantir la pérennité de l'activité agricole** à travers la protection des espaces agricoles pérennes.

La préservation du patrimoine naturel

Le DAC n'apporte pas de changement notable au statut de ces espaces, les orientations auront des incidences favorables sur les milieux naturels au travers du principe d'économie d'espaces dans les ZAComs, par la densification des pôles existants, et par le renforcement des centralités existantes.

La préservation de la continuité du maillage des cours d'eau, plans d'eau et milieux humides est assurée. Les prescriptions du SCoT relatives au maintien des coupures vertes, à la protection du bocage, à la gestion des eaux pluviales et à l'amélioration des dispositifs d'assainissement ne sont pas remises en cause par les orientations du DAC.

Pression urbaine sur les espaces littoraux

Le DAC n'accroît pas la pression urbaine sur les espaces littoraux.

Aspects paysagers et patrimoniaux

Les orientations du DAC visant à densifier les pôles existants, à respecter les critères de qualité propres aux zones commerciales existantes ou en projet (traitement des façades sur voies, qualité architecturale, traitement minimal des lots inoccupés, réglementation de la publicité), à privilégier le développement des zones desservies en transport en commun et/ou en modes doux et/ou à proximité des zones d'habitat, ont pour objectif de minimiser l'impact des aménagements sur le paysage du territoire. Elles ne font pas obstacle à la conservation du patrimoine remarquable.

Domaine de l'eau

Le DAC ne fait pas obstacle aux obligations du SCoT de préserver et mettre en valeur le potentiel écologique du bassin hydraulique, de mettre en oeuvre, dans le respect de la sensibilité des milieux, les moyens d'améliorer l'accès au fleuve et à l'estuaire, de permettre le bon exercice des activités agricoles nécessaires à leur exploitation et à leur entretien, dans le respect de la sensibilité des milieux. Le DAC ne remet pas en cause les protections des périmètres de captage.

Risques et de nuisances

Le DAC ne remet pas en cause les prescriptions visant à réduire voire interdire toute nouvelle construction dans les zones inondables, à minimiser les risques technologiques en privilégiant l'implantation, à l'intérieur du tissu urbain, d'activités tertiaires, technologiques ou artisanales qui peuvent s'intégrer dans le fonctionnement urbain. Les principes de précaution liés aux zones B et C du projet d'aéroport sont également pris en compte.

Énergie et qualité de l'air

Le DAC participe aux principes d'économie d'énergie au travers de deux principes :

- le renforcement des centralités commerciales existantes, accessibles en modes alternatifs à la voiture (marche, vélo...)
- le renforcement commercial des pôles d'équilibre à l'échelle du SCoT qui permet de réduire les déplacements motorisés à destination d'achats

En outre, les principes du DAC ne remettent pas en cause le développement des énergies renouvelables .

Le développement des modes doux et des transports collectifs, la recherche d'une moindre consommation énergétique dans l'habitat, l'éclairage public... sont autant d'éléments positifs pour la lutte contre l'émission de gaz à effet de serre.

En matière de gestion des déchets

Le DAC ne fait pas obstacle aux orientations du SCoT en matière de gestion des déchets.

Imperméabilisation des sols

Les incidences spatiales négatives sont liées la consommation d'espaces naturels qui induit une imperméabilisation des sols.

Aujourd'hui, les surfaces couvertes par les ZAcom représentent à peu près 760 hectares à l'échelle du SCoT. S'y ajoutent environ 60 hectares de ZAcom d'extension (soit environ 8% des surfaces existantes) qui sont des projets d'extension de zones existantes.

Ces 60 hectares impactent principalement des réserves à l'urbanisation inscrites au PLU et préservent les espaces agricoles et naturels des communes dans lesquels s'inscrivent ces projets :

Espaces urbanisés : 10% (soit environ 6 hec)

Espaces naturels : 15 % (soit environ 9 hec)

Espaces agricoles : 12 % (soit environ 7 hec)

Réserve d'urbanisation : 63 % (soit environ 38 hec)

Prise en compte du réseau Natura 2000

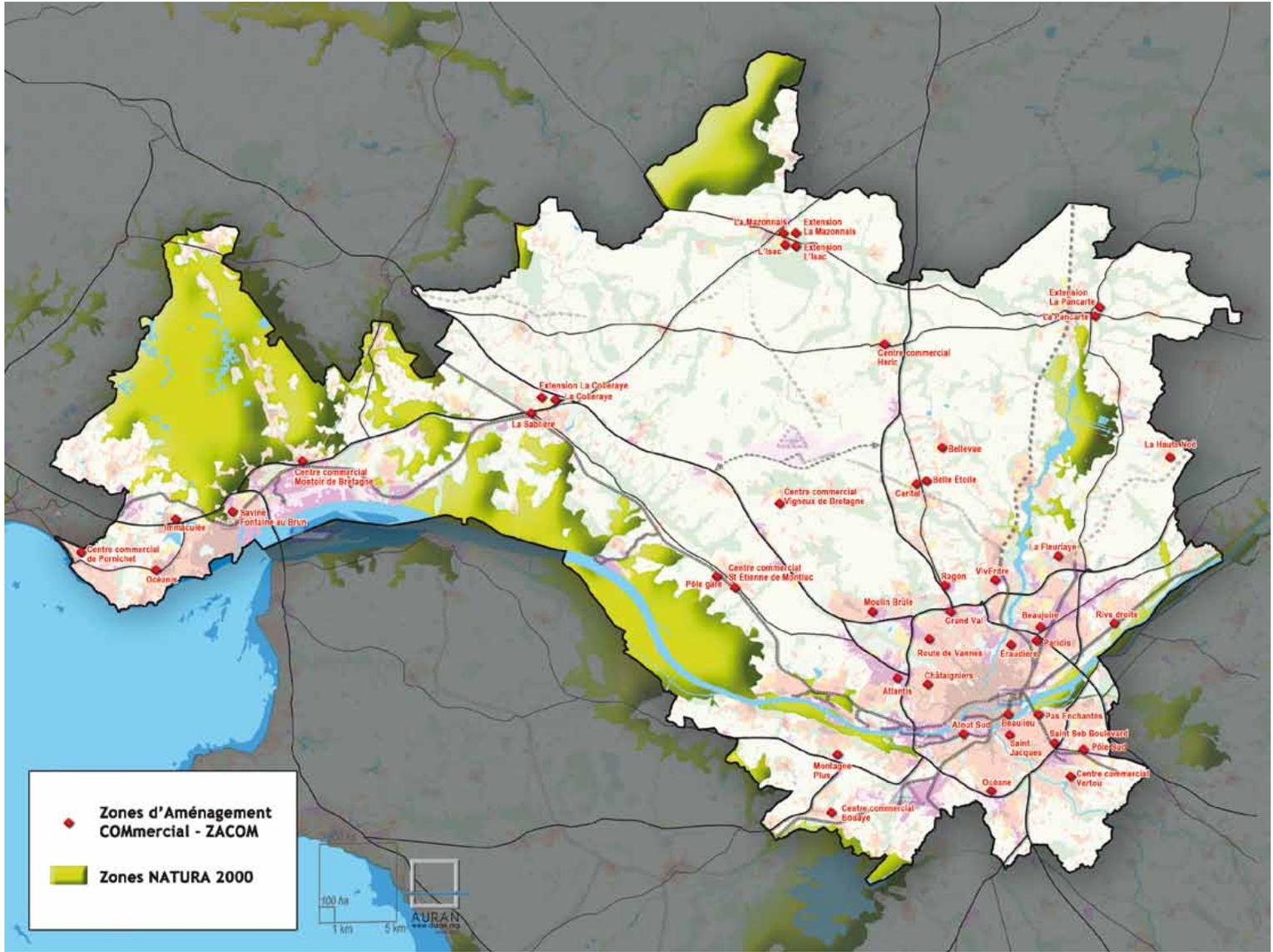
L'emprise du projet, au vu des connaissances actuelles, n'intersecte aucun site du réseau Natura 2000.

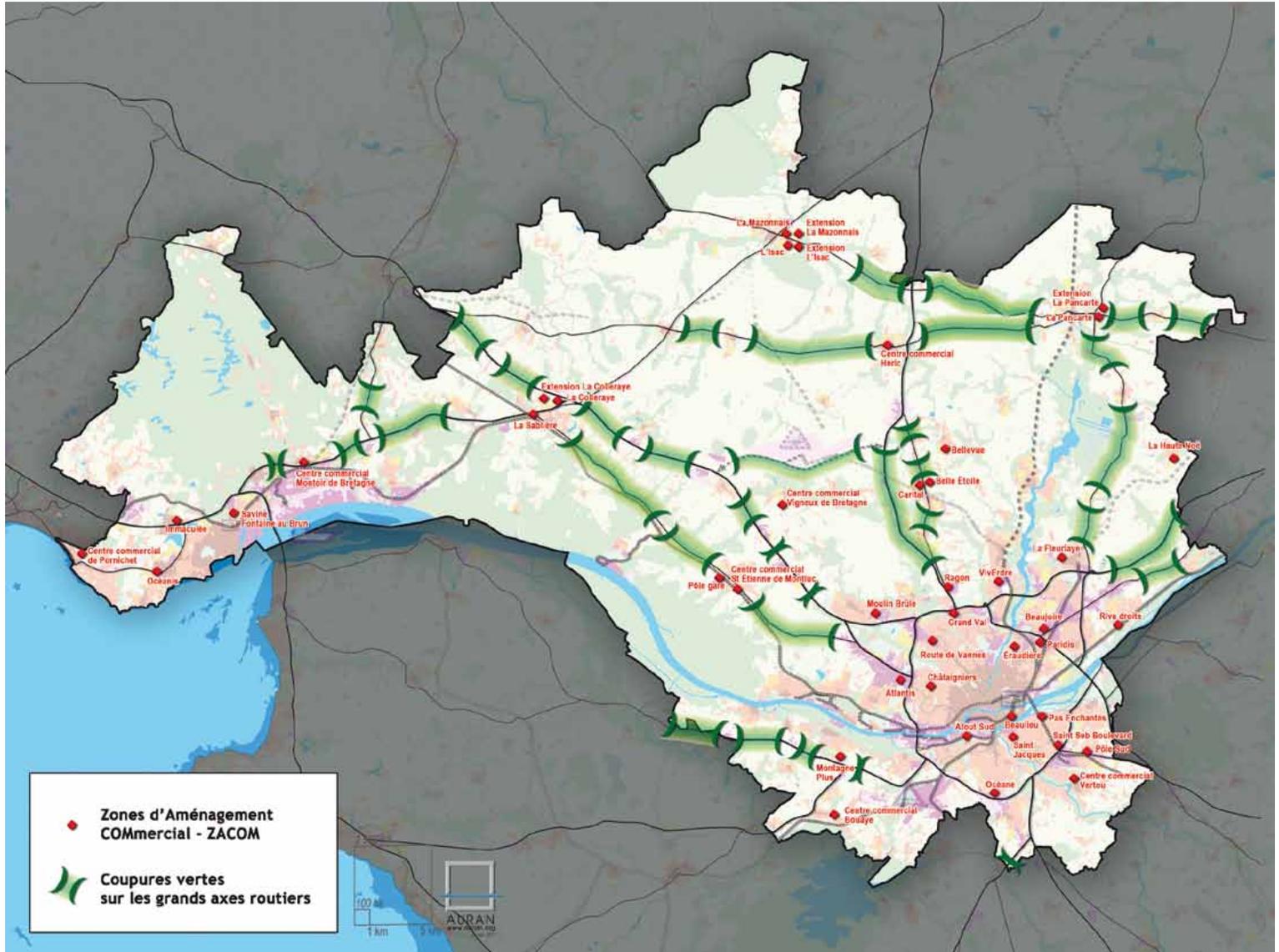
La zone commerciale de la Savine à Saint Nazaire jouxte une zone Natura 2000 sur sa partie ouest. Le périmètre et les aménagements de cette zone commerciale devront être définis en tenant compte de cette zone protégée.

Prise en compte du réseau des coupures vertes

L'emprise du projet, au vu des connaissances actuelles, n'intersecte aucune coupure verte.

A la lecture de l'ensemble de ces éléments, on peut conclure, qu'à l'échelle du SCoT, les objectifs du Document d'Aménagement Commercial n'ont pas d'incidence notable sur l'environnement.





7. Annexes

Liste des centralités commerciales

Liste des centralités commerciales des centres villes

- ◆ BLAIN
- ◆ NANTES
- ◆ NORT SUR ERDRE
- ◆ SAINT-ETIENNE-DE-MONTLUC
- ◆ SAINT-NAZAIRE
- ◆ SAVENAY
- ◆ TREILLIERES

Liste des centralités commerciales des communes, bourgs et quartiers (1)

Communauté urbaine Nantes Métropole

NANTES

- DALBY
- BOURGEONNIERE
- CREMETTERIE
- JOFFRE SAINT CLEMENT
- LES COLLINES DU CENS
- OCTROI SCHUMAN
- SAINT JOSEPH DE PORTERIE
- BOUTS DES PAVES
- CHALATRES
- CROISSANT-JULES VERNE
- LA GRAMMOIRE
- REPUBLIQUE
- CHAMP DE MARS
- LA HARLIERE
- LES TILLEULS
- PITRE CHEVALIER SAINT MIHIEL
- ROND POINT DE PARIS
- SANTOS DUMONT
- BREIL MALVILLE
- CHANTENAY JEAN MACE
- DERVALLIERES
- LA CADOIRE
- PLACE DES LAURIERS
- ROND POINT DE RENNES
- TERTRE
- LA DESIRADE
- LE BOIS RAGUENET
- LONGCHAMP
- PLACE MANGIN
- ROND POINT DE VANNES
- TORTIERE
- BOISSIERE
- BUTTE SAINTE ANNE
- CHAUSSEE DE LA MADELEINE
- HALVEQUE-BEAUJOIRE
- LE TILLAY

- MALAKOFF
- PLACE RENE BOUHIER
- TOUTES AIDES DOULON
- BOTTIERE
- CONTRIE
- HAUTS PAVES NORD
- LA FONTAINE
- LES BOURDERIES
- MENDES FRANCE
- SAINT DONATIEN GENERAL BUAT
- VIEUX DOULON
- BOTTIERE CHENAIE
- COUDRAY MONTBAZON
- HAUTS PAVES SUD VIARME
- LA GALARNE
- LES CHATELETS
- MITRIE
- SAINT FELIX
- ZOLA

BASSE GOULAIN

- BASSE GOULAIN CENTRE

BOUAYE

- BOUAYE CENTRE

BOUGUENAI

- BOUGUENAI CENTRE
- CROIX JEANNETTE
- LES COUETS

BRAINS

- BRAINS CENTRE

CARQUEFOU

- CARQUEFOU CENTRE

LA CHAPELLE SUR ERDRE

- LA CHAPELLE SUR ERDRE CENTRE
- GESVRINE

COUERON

- COUERON CENTRE
- LA CHABOSSIÈRE

INDRE

- INDRE CENTRE

MAUVES SUR LOIRE

- MAUVES SUR LOIRE CENTRE

LA MONTAGNE

- LA MONTAGNE CENTRE

ORVAULT

- ORVAULT CENTRE
- LA BUGALLIERE
- LA FERRIERE
- PETIT CHANTILLY
- PONT DU CENS
- ROUTE DE LA CHAPELLE

LE PELLERIN

- LE PELLERIN CENTRE

REZÉ

- 8 MAI PONT ROUSSEAU
- BUTTE DE PRAUD
- CHATEAU DE REZE
- LA BLORDIERE
- LA GALARNIERE
- SAINT PAUL ARISTIDE BRIAND

SAINT-AIGNAN-GRAND-LIEU

- SAINT-AIGNAN-GRAND-LIEU CENTRE

SAINT-HERBLAIN

- SAINT-HERBLAIN CENTRE
- BELLEVUE ILOT CASINO
- PLAISANCE
- BEAUSEJOUR
- PREUX

SAINT-JEAN-DE-BOISEAU

- SAINT-JEAN-DE-BOISEAU CENTRE

SAINTE LUCE SUR LOIRE

- SAINTE LUCE SUR LOIRE CENTRE

SAINT SEBASTIEN SUR LOIRE

- SAINT SEBASTIEN SUR LOIRE CENTRE
- LA MARTELLIERE
- LION D'OR

SAUTRON

- SAUTRON CENTRE

LES SORINIERES

- LES SORINIERES CENTRE

THOUARE SUR LOIRE

- THOUARE SUR LOIRE CENTRE

VERTOU

- VERTOU CENTRE
- BEAUCOUR

Liste des centralités commerciales des communes, bourgs et quartiers (2)

Carene

- DONGES CENTRE
- MONTOIR DE BRETAGNE CENTRE
- SAINT MALO DE GERSAC CENTRE
- TRIGNAC CENTRE
- SAINT JOACHIM CENTRE
- SAINT ANDRÉ DES EAUX CENTRE
- PORNICHE CENTRE
- BESNÉ CENTRE
- LA CHAPELLE DES MARAIS CENTRE
- PORNICHE LES OCEANES
- PORNICHE STE MARGUERITE
- SAINT NAZAIRE CC KERLEDE
- SAINT NAZAIRE CC LA BOULETTERIE
- SAINT NAZAIRE CC LA TREBALE
- SAINT NAZAIRE CC SAUTRON
- SAINT NAZAIRE MEAN PENHOET
- SAINT NAZAIRE SAINT MARC SUR MER
- SAINT-NAZAIRE PETIT CAPORAL
- SAINT-NAZAIRE GAMBETTA TOUTES AIDES
- SAINT-NAZAIRE PLACE LABORDE
- SAINT-NAZAIRE SUNDERLAND LAENNEC
- SAINT-NAZAIRE PERTHUISCHAUD

CC Cœur d'Estuaire

- CORDEMAIS CENTRE
- LE TEMPLE DE BRETAGNE CENTRE

CC Erdre et Gesvres

- CASSON CENTRE
- FAY DE BRETAGNE CENTRE
- HERIC CENTRE
- LES TOUCHES CENTRE
- NOTRE DAME DES LANDES CENTRE
- PETIT MARS CENTRE
- SAINT-MARS-DU-DÉSERT
- SUCÉ-SUR-ERDRE CENTRE
- GRANDCHAMP DES FONTAINES CENTRE
- VIGNEUX DE BRETAGNE CENTRE
- VIGNEUX DE BRETAGNE LA PAQUELAIS

Liste des centralités commerciales des communes, bourgs et quartiers (3)

CC Loire et Sillon

- BOUEE CENTRE
- CAMPBON CENTRE
- LA CHAPELLE LAUNAY CENTRE
- LAVAU SUR LOIRE CENTRE
- MALVILLE CENTRE
- PRINQUIAU CENTRE
- QUILLY CENTRE

CC Région de Blain

- BLAIN SAINT OMER
- BLAIN SAINT EMILIEN
- LE GÂVRE CENTRE
- LA CHEVALLERAI CENTRE
- BOUVRON CENTRE

Glossaire

Artisanat commercial : L'artisanat commercial regroupe les entreprises de biens et services de proximité possédant un espace de vente attenant ou non à leur local de production ou de réparation. Leurs activités sont alimentaires, de services ou de soins à la personne, ou de loisirs.

Centralité et centralité commerciale : La centralité est la propriété, conférée à un lieu, d'offrir des biens et des services polarisant une clientèle, par exemple à l'échelle intra-urbaine. Elle est parfois aussi employée pour caractériser les faits de concentration de l'emploi qui polarise une population active résidente plus dispersée. La centralité commerciale est caractérisée par de fortes densités commerciales associées à une mixité des fonctions urbaines et une bonne accessibilité.

Commerce de détail : Le commerce de détail consiste à vendre des marchandises dans l'état où elles sont achetées généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues. Outre la vente, cette activité de commerce de détail peut aussi recouvrir la livraison et l'installation chez le client. Le DAC identifie comme faisant partie du commerce l'ensemble des catégories soumises à autorisation (CDAC) à savoir : alimentaire, équipement de la personne, équipement de la maison, culture et loisirs.

Commerce de gros : Le commerce de gros consiste à acheter, entreposer et vendre des marchandises généralement à des détaillants, des utilisateurs professionnels (industriels ou commerciaux) ou des collectivités, voire à d'autres grossistes ou intermédiaires, et ce quelles que soient les quantités vendues.

Drive : Les drives proposent aux clients de commander leurs achats sur internet et de les récupérer, en voiture, dans un local attenant à un point de vente ou dans une nouvelle surface de vente. Ce mode de consommation, comme le « e-commerce » est

assimilable à la vente par correspondance. La transaction s'effectue au domicile du client. Il n'y a pas de création de surface de vente. Elle n'est donc pas soumise au régime des autorisations d'exploitation commerciale

Ensemble commercial : 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 bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès aux divers établissements,
- soit sont situés dans un ensemble cohérent de bâtiments conçus en vue de l'implantation de commerces,
- soit font l'objet d'une gestion ou d'un entretien communs d'ouvrages d'intérêt collectif tels que voies de circulation, aires de stationnement, chauffage collectif ou espaces verts,
- soit sont réunis par une structure juridique commune.

Galerie marchande : Une galerie marchande est un regroupement de commerces au sein d'un même espace piétonnier. La galerie marchande peut être autonome (souvent en centre ville) mais le plus souvent elle est rattachée à une ou plusieurs grandes surfaces. Le principe de la galerie marchande permet de mutualiser les flux de clientèle et certains coûts de fonctionnement.

Show-room : Un showroom est un lieu d'exposition, et éventuellement de vente, des produits d'un fabricant. Historiquement les showrooms ont surtout été utilisés par des fabricants de biens d'équipement du foyer ou de biens industriels pour présenter leurs produits aux distributeurs et prescripteurs. Ces showrooms sont souvent localisés à côté

du lieu de production, notamment dans le domaine industriel. Plus récemment, certains showrooms s'adressent également au grand public.

ZAcom de type 1 : ces ensembles commerciaux existants, ou en cours de création, sont intégrés, ou en cours d'intégration, à la centralité.

ZAcom de type 2 : ces ensembles commerciaux existants ont vocation à se développer de manière limitée dans leur enveloppe foncière actuelle.

ZAcom de type 3 : ces ensembles commerciaux existants ont vocation à se développer en accueillant principalement des commerces difficilement intégrables dans le tissu urbain.

ZAcom de type 4 : elles se composent de deux catégories. Ce sont :

- soit **des futures extensions périmétrales des ZAcom de type 3** inscrites dans les documents d'urbanisme sous la forme de réserves à l'urbanisation ;
- soit **des localisations de nouveaux projets commerciaux permettant d'améliorer le maillage à l'échelle du SCoT** et de renforcer les pôles structurants.

Nantes Saint-Nazaire

Pôle métropolitain

↳ 2, cours du Champs de Mars – 44923 Nantes cedex 9

www.scot-metropole-nantes-saint-nazaire.fr



**Agence pour le Développement
Durable de la Région Nazairienne**
109, Centre République
BP 326 44615 Saint-Nazaire cedex
www.addrn.asso.fr



Agence d'Urbanisme de la Région Nantaise
2, cours du Champs de Mars
BP 60827 44008 Nantes cedex 1
www.auran.org