

Syndicat Intercommunal du SCoT du Canton de Maintenon

DOCUMENT D'AMENAGEMENT COMMERCIAL

**Document intégré dans le dossier de SCoT approuvé par délibération
du Conseil syndical le 10 mars 2015**

INTRODUCTION	3
1. LE COMMERCE DANS LE SCoT DU CANTON DE MAINTENON	4
1.1. <i>Enjeux commerciaux issus du contexte local</i>	4
1.2. <i>Analyse de l'offre commerciale</i>	7
1.3. <i>Analyse de la clientèle</i>	10
1.4. <i>Articulation avec le PADD du SCoT</i>	12
2. STRATEGIE D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU SCoT DU CANTON DE MAINTENON.....	13
2.1. <i>Quatre objectifs majeurs</i>	13
2.2. <i>Armature commerciale pour les achats réguliers</i>	13
2.3. <i>Armature commerciale pour les achats occasionnels lourds</i>	14
2.4. <i>Armature commerciale pour les achats occasionnels légers</i>	14
2.5. <i>Armature commerciale pour les achats exceptionnels</i>	15
3. ORIENTATIONS D'AMENAGEMENT COMMERCIAL	16
3.1. <i>Objectif 1 : Favoriser la vitalité des centralités urbaines</i>	16
3.2. <i>Objectif 2 : Assurer un développement commercial en adéquation avec l'armature urbaine du territoire</i>	17
3.3. <i>Objectif 3 : Encourager une logique de polarisation et de consommation economie de l'espace</i>	18
3.4. <i>Objectif 4 : Améliorer la qualité environnementale de l'appareil commercial du Canton de Maintenon</i>	18
ANNEXES	21
<i>Annexe 1 : Analyse qualitative des pôles commerciaux</i>	21
<i>Annexe 2 : Analyse des pôles concurrentiels</i>	24
<i>Annexe 3 : ZACOM d'Epéron / Hanches</i>	25
<i>Annexe 4 : ZACOM de Maintenon / Pierres</i>	26
<i>Annexe 5 : ZACOM de Gallardon</i>	27
<i>Annexe 6 : Centre-ville de Gallardon</i>	28
<i>Annexe 7 : Centre-ville de Maintenon-Pierres</i>	29
<i>Annexe 8 : Centre-ville d'Epéron</i>	30

INTRODUCTION ET PREALABLES METHODOLOGIQUES

1- Rappel du contexte et des objectifs

La Loi Grenelle II définit le rôle du SCoT en matière d'aménagement commercial :

Le Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO) «*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,*
- *de protection de l'environnement, des paysages, de l'architecture et du patrimoine bâti.»*

«*Il comprend un Document d'Aménagement Commercial, dans les conditions prévues au II de l'article L. 752-1 du code du 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,*
- *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 ».

Ce document constitue le volet commercial du SCoT, et s'appuie sur le PADD pour définir des objectifs et des orientations relatifs à l'équipement commercial du Canton de Maintenon et aux localisations préférentielles des commerces, dans le respect des dispositions du code de l'urbanisme exposées ci-dessus.

Il délimite des Zones d'Aménagement Commercial dans les conditions prévues au II de l'article L. 752-1 du code du commerce. Ces zones sont dédiées aux équipements commerciaux d'envergure, les équipements de proximité étant privilégiés en centralités urbaines. De ce fait et dans le respect des dispositions de code de l'urbanisme, il conditionne l'implantation de ces équipements d'envergure dans les ZACOM au respect de conditions liées notamment à la qualité énergétique des constructions, à la densité des équipements, à la gestion de l'eau et des déchets, au stationnement et à la desserte en transports.

Ce volet commercial est introduit par un diagnostic de l'appareil commercial, mettant en évidence des enjeux en matière d'aménagement commercial. Une seconde partie expose la stratégie d'aménagement commercial retenue par les élus. Enfin la troisième partie du document prévoit des orientations relatives à l'équipement commercial et aux localisations préférentielles des commerces. Elle présente également la délimitation des Zones d'Aménagement Commercial, et les conditions fixées dans ces secteurs.

2- Champ d'application du Document d'Aménagement Commercial

Le présent document s'applique aux commerces de détail¹ et activités artisanales inscrites au registre du commerce.

Ne sont pas concernés par les orientations de ce document le drive, le commerce de gros, les activités non commerciales, et notamment l'artisanat de production, l'industrie, les activités de bureau, les services aux entreprises, l'hôtellerie et la restauration.

Les activités agricoles et artisanales² avec point de vente ne sont pas non plus concernées par les orientations de ce document, dans la mesure où la surface de vente n'excède pas 30 % de la SHON globale dédiée à l'activité.

Au regard des prescriptions de l'article 3 de la loi n°72-657 du 13 juillet 1972, une surface de vente est composée « des espaces couverts et non couverts affectés à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, à l'exposition de marchandises proposées à la vente, au paiement des marchandises, à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente ».

3- Rappel de la méthodologie

Afin de construire une stratégie d'aménagement commercial permettant de répondre aux enjeux d'aménagement du territoire et de développement durable, les réflexions ont été conduites en distinguant les commerces selon la fréquence d'achats à laquelle ils répondent.

	Types d'activités concernées
Achats réguliers	Epicerie, boulangerie, boucherie, charcuterie, tabac, pâtes, riz, conserves, boissons alcoolisées et sans alcool, presse, cafés...
Achats occasionnels biens légers	Habillement, chaussures, optique, parfumerie, bijouterie, librairie, papeterie, musique, jeux, jouets, petite décoration, petit électroménager, fleurs...
Achats occasionnels Biens lourds	Matériel de bricolage, produits de quincaillerie, matériel de jardinage, matériel d'arrosage, plants, animalerie, engrais, produits phytosanitaires...
Achats exceptionnels	Mobilier, gros électroménager, gros matériel de bricolage, matériaux, revêtements, aménagement de la maison (cuisines, salles de bains

Au regard du contexte réglementaire, cette approche permet en effet de sécuriser le DAC.

Pour information, la correspondance fréquence d'achat et familles de produits est la suivante :

¹ Le commerce de détail est défini dans la circulaire du 16 janvier 1997 portant application des dispositions de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 : « La notion de commerce de détail soumis à autorisation préalable d'exploitation peut s'entendre des magasins où s'effectuent essentiellement la vente de marchandises à des consommateurs pour un usage domestique. Entrent également dans cette catégorie les commerces de gros qui pratiquent une activité significative de commerce de détail. Cette définition inclut notamment la vente d'objets d'occasion (brocantes, dépôts vente, commerce de véhicules d'occasion, antiquaires...) ».

² Telles que définies par le décret n°98-247 du 2 avril 1998 relatif à la qualification artisanale et au répertoire des métiers

1. LE COMMERCE DANS LE SCOT DU CANTON DE MAINTENON

1.1. ENJEUX COMMERCIAUX ISSUS DU CONTEXTE LOCAL

DEMOGRAPHIE

Le SCoT du Canton de Maintenon compte en 2008 33 496 habitants.

Il s'agit là d'une augmentation de 2 188 habitants depuis 1999, ce qui correspond à environ 243 habitants par an. **40 % de la population habitent dans les 3 pôles structurants** : Maintenon, Epernon, Gallardon. On constate malgré tout un desserrement de la concentration de la population autour des villes principales et une croissance non négligeable des communes situées dans un axe central Nord-Sud du territoire.

Enjeux :

Cette dynamique positive implique une réponse commerciale à apporter aux nouveaux ménages qui ont besoin d'équipements liés à leur installation dans un nouveau logement.

Le desserrement dans les premières couronnes pose également la question de la proximité entre lieu de résidence et lieu d'achat, et le positionnement des commerces le long des grands axes de flux.

AGE DE LA POPULATION

La population du SCoT est jeune, avec un indice de vieillissement nettement inférieur aux moyennes départementales et nationales.

Age de la population 2007	Canton de Maintenon	Eure-et-Loir	France
Part des - de 20 ans	26 %	26 %	25 %
Part des + de 60 ans	18 %	21 %	21 %
Indice de vieillissement	69	83	86

L'accueil de populations jeunes se fait de plus en plus hors des pôles structurants, toujours dans l'axe Nord-Sud Hanches / Bailleau-Armenonville, mais également dans les communes du Sud du territoire, à proximité des grands axes de circulation : N10, autoroute.

La **taille des ménages** est relativement plus élevée qu'en France (2,7 contre 2,5 en France).

Enjeux :

La présence de jeunes ménages implique des exigences de diversité en matière d'offre (format, enseigne, marques).

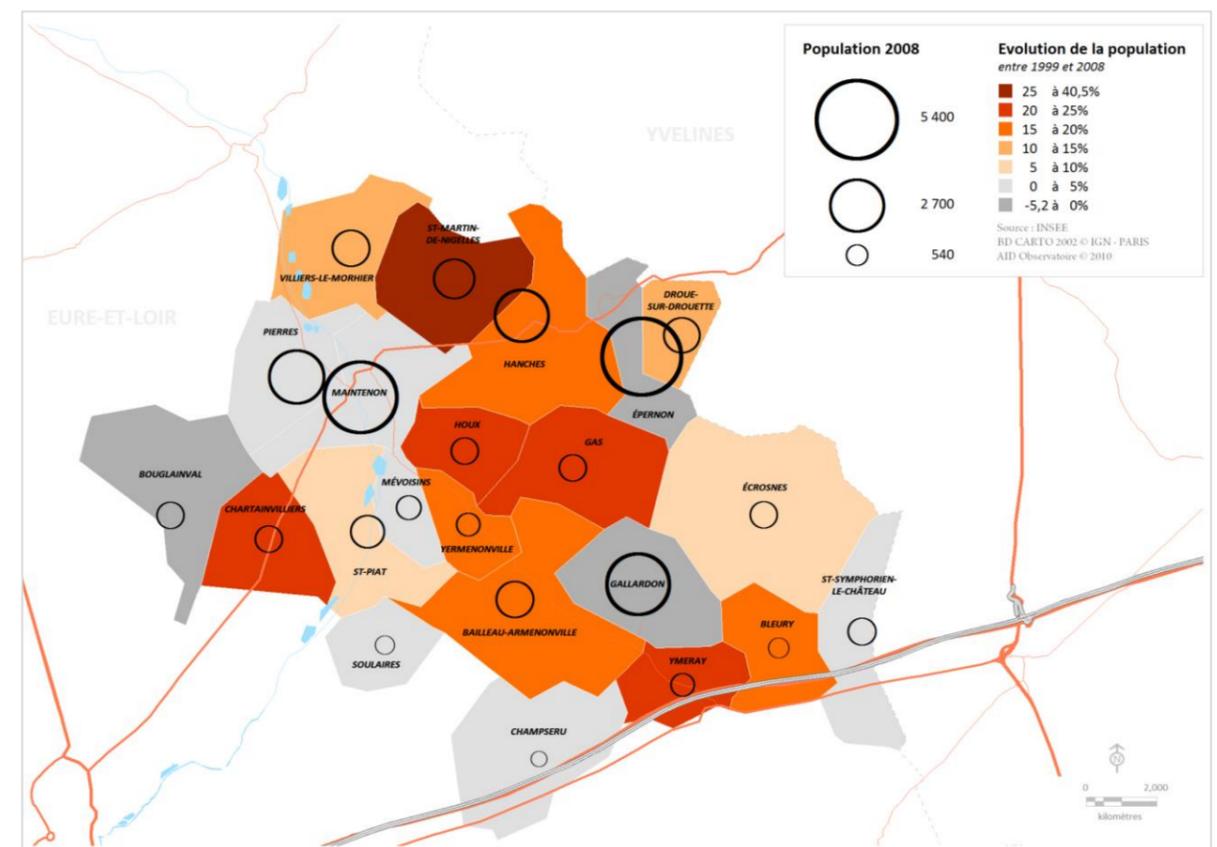
Qui dit jeunes ménages dit nouveaux comportements d'achat, et des dépenses de consommation dirigées de manière non négligeable vers les achats à distance.

L'installation de jeunes sur le territoire (nouveaux locataires, primo-accédants) correspond à des besoins en primo-équipements de la maison : meubles, électroménager, produits techniques...

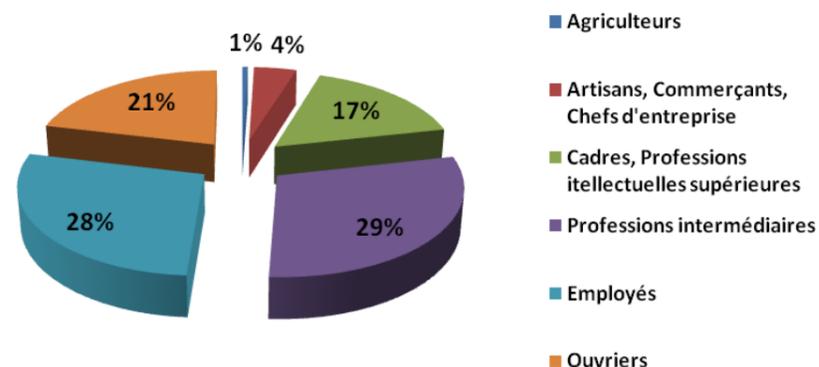
STRUCTURE PROFESSIONNELLE DE LA POPULATION

On constate parmi les actifs du SCoT du Canton de Maintenon une part importante de cadres, de professions intermédiaires et intellectuelles supérieures (46 % contre 38 % en France).

Par ailleurs, le revenu moyen net déclaré par foyer fiscal est de 29 892 € (23 242 € en France), il est donc particulièrement élevé (plus de 30 % supérieurs à la moyenne France).



Nous sommes donc en présence d'une population de jeunes actifs, travaillant en région parisienne, souvent cadres aux revenus particulièrement élevés.

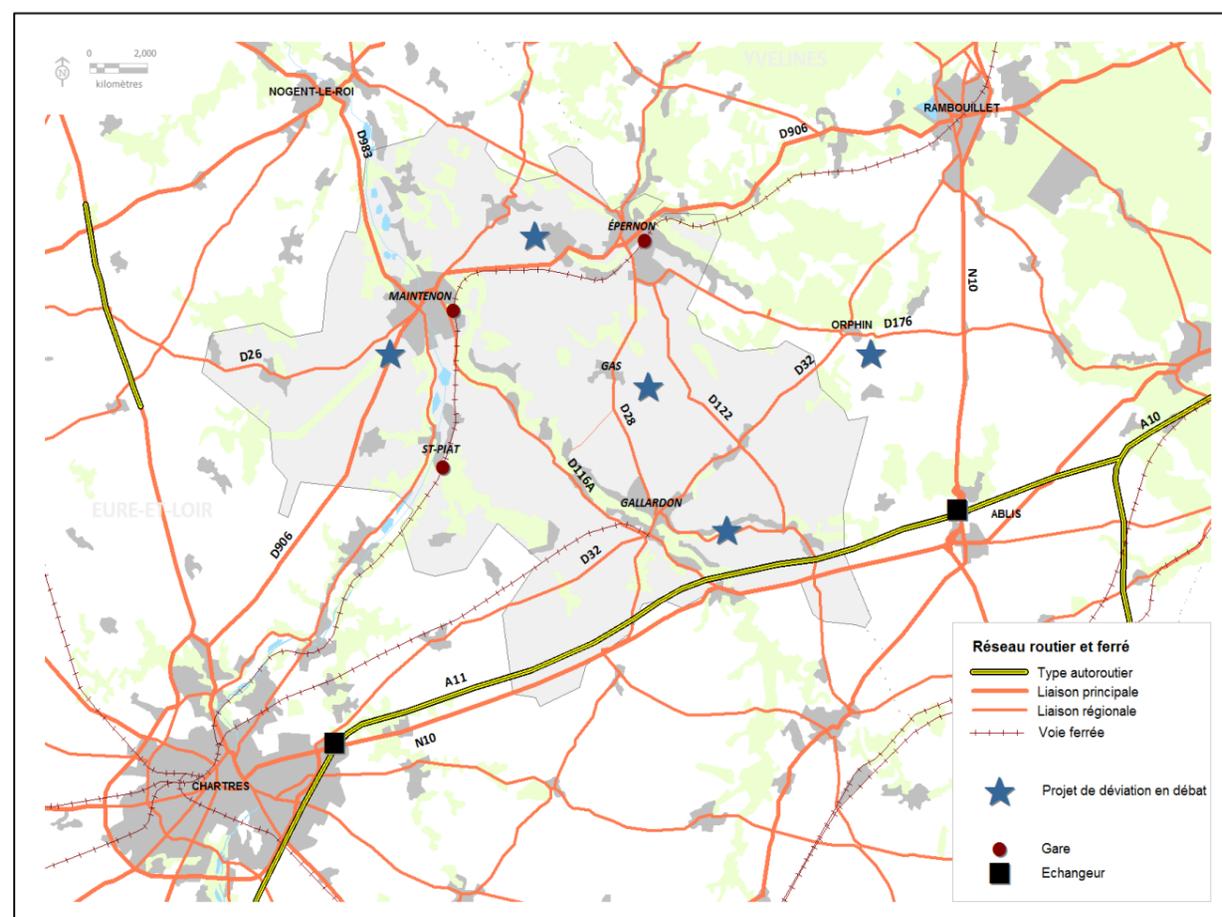


Enjeux :

Ce type de clientèle a des exigences en termes de diversité de gamme et d'enseigne.

De même, ces consommateurs recherchent des enseignes avec une qualité de services à forte valeur ajoutée (livraison à domicile, service après-vente, montage de produits), le temps à consacrer aux achats étant restreint par le temps de travail.

DEPLACEMENTS



Le maillage routier est important mais peu hiérarchisé.

Un réseau de grands axes routiers encadre le canton (N154 à l'Ouest, N10 et A11 au Sud, N10 à l'Est, N12 au Nord). Le territoire est maillé par de nombreuses départementales reliant de manière peu hiérarchisée les communes du SCoT.

Le SCoT est relié rapidement à l'autoroute via deux échangeurs à Ablis et à l'entrée Est de Chartres.

Les temps de parcours voiture sont limités entre chaque commune, mais également avec les pôles commerciaux environnants (Chartres, Rambouillet).

Le train est particulièrement utilisé, surtout pour des déplacements domicile-travail. Trois gares (Epernon, Maintenon, Saint-Piat) permettent la desserte ferroviaire du territoire. La desserte en bus n'est pas suffisante pour avoir un impact sur le commerce aujourd'hui.

Enjeux :

Même si les projets de déviation (Gallardon, Gas, Maintenon-Hanches) font l'objet de nombreux débats et ont peu de chance de voir le jour à court-moyen terme, il est important d'alerter sur les enjeux fonciers qui pourraient être créés autour des nœuds de communication. En effet, ces projets de déviation peuvent intéresser les promoteurs dans un objectif de veille foncière, ces contournements peuvent à la fois désengorger les centres-villes de la circulation, mais aussi fragiliser leur dynamisme commercial sans un accompagnement volontaire de ce tissu commercial (signalétique, jalonnement...).

Les alentours des gares ferroviaires sont également des zones à enjeux autour du commerce de proximité, liés aux migrations domicile-travail.

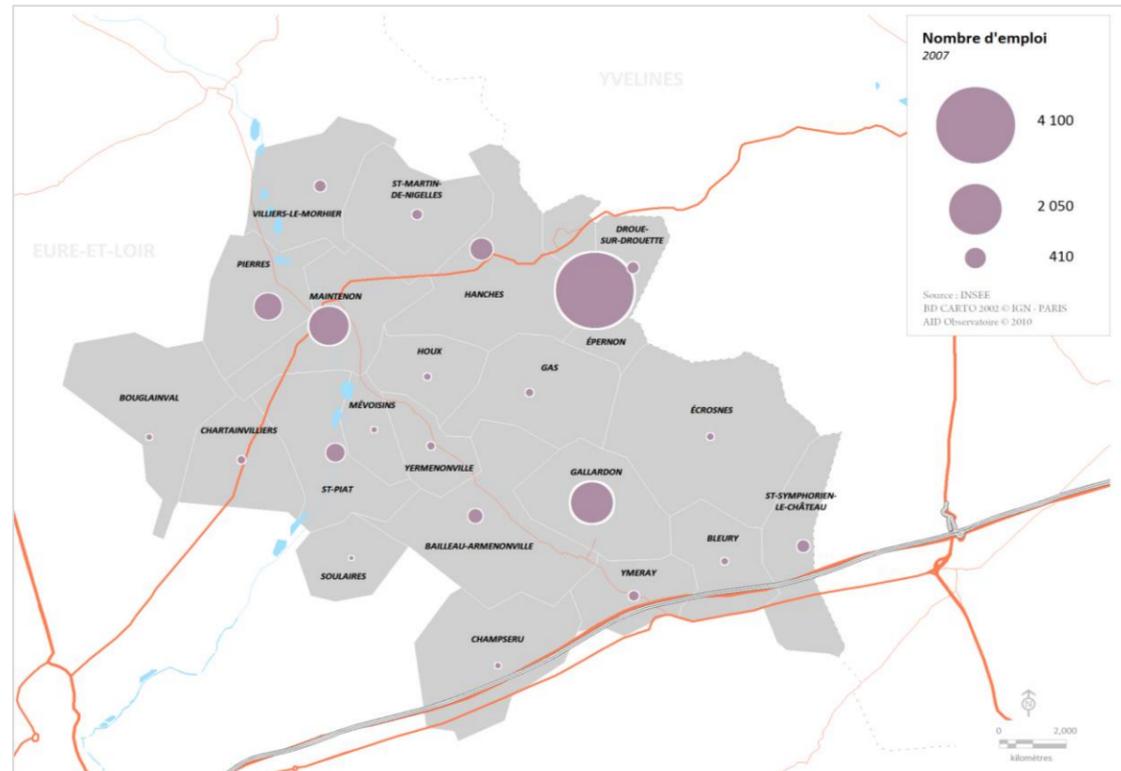
TEMPS DE PARCOURS

Les temps de parcours en voiture sont particulièrement courts, que ce soit à l'intérieur du SCoT (entre les communes et les 3 polarités) et vers l'extérieur du SCoT (des 3 polarités vers le pôle Chartrain, les Yvelines et Auneau).

EMPLOI

Le territoire compte en 2007 9 300 emplois.

43 % de cet emploi sont concentrés sur la commune d'Épernon (13 % à Maintenon, 14 % à Gallardon).



Enjeux :

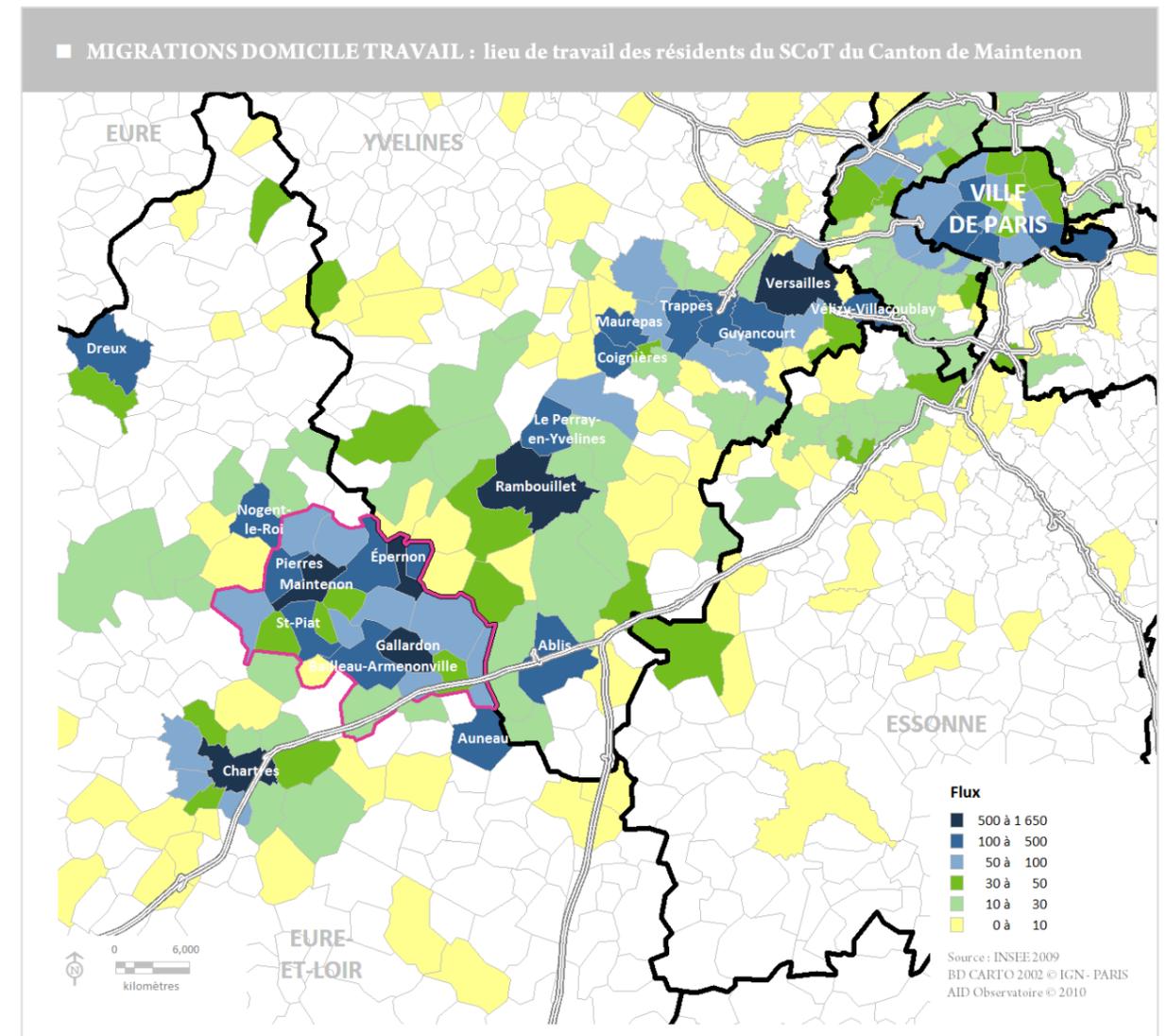
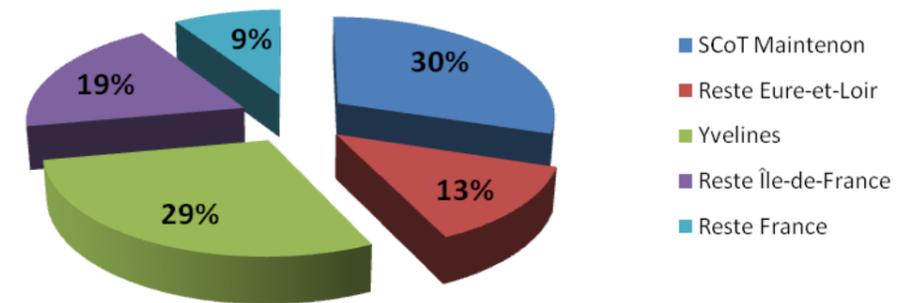
Dans un objectif de rapprochement des commerces et des lieux de travail, des questions peuvent être posées quant à l'offre commerciale proposée aux actifs d'Épernon, en particulier à proximité de la zone d'activité (par exemple en termes de restauration).

Le commerce a tendance à se développer dans des zones d'activité, ce qui pose des questions en termes de perméabilité entre les secteurs d'activité industrielle et d'activité commerciale. On constate par exemple, le développement de 2 supermarchés Aldi dans les zones d'activité de Pierres et de Gallardon. Le risque de 'cannibalisation' du commerce en zone d'activités pose des enjeux en termes de cohérence des zones commerciales, d'offre foncière pour l'activité industrielle et nécessite un encadrement strict dans les documents d'urbanisme communaux.

MIGRATIONS ALTERNANTES

70 % des résidents du SCoT travaillent à l'extérieur du territoire.

Cela implique de nombreux trajets quotidiens vers les Yvelines (30 %) et le reste de la région parisienne, en voiture ou en train.



Enjeux :

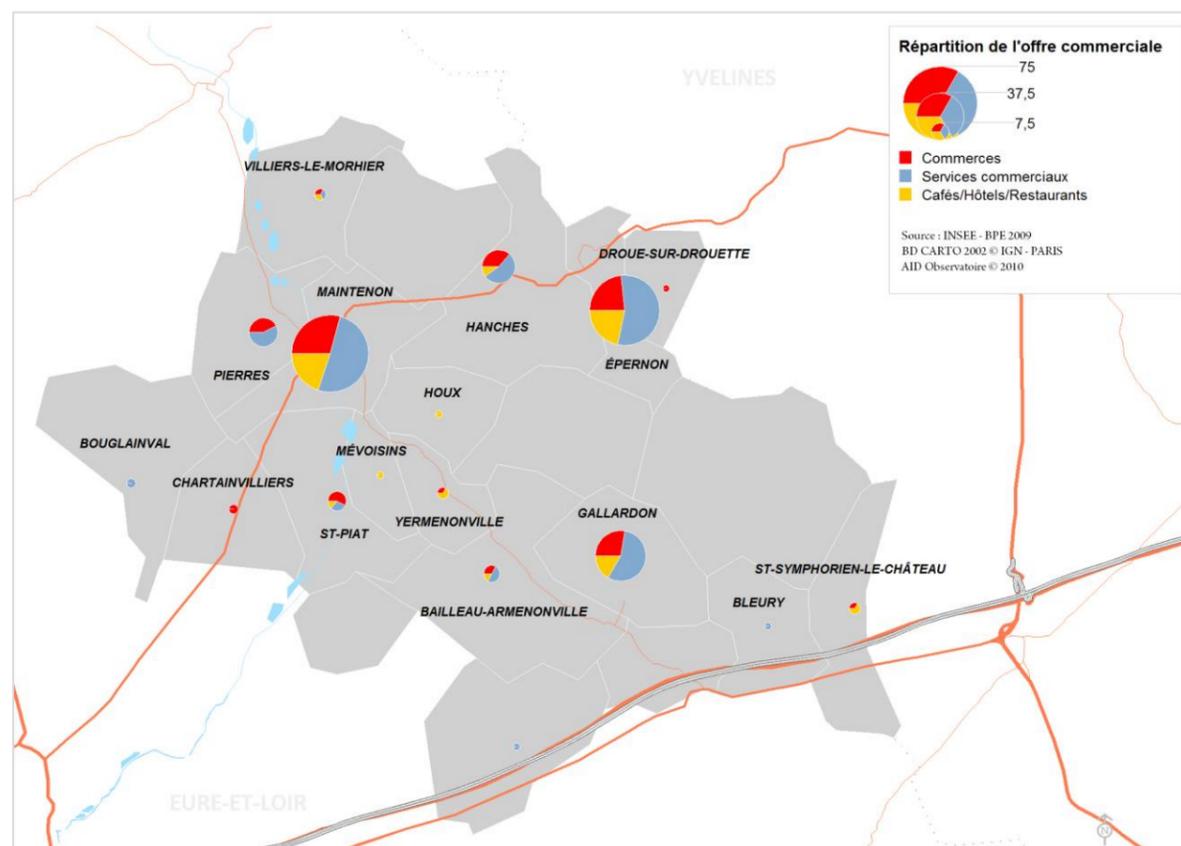
La zone des Yvelines est très attractive pour les actifs, d'où un enjeu fort à l'Est du territoire pour capter ces actifs et éviter qu'ils réalisent tous leurs achats dans les zones commerciales de ce département (Rambouillet, Coignières...).

Ces flux quotidiens posent la question de la localisation des commerces par rapport aux axes de sortie du territoire (à l'Est vers Rambouillet, à l'Ouest et au Sud vers Chartres).

1.2. ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

DENSITE COMMERCIALE

On compte sur le territoire 240 activités commerciales : 72 commerces (30 %), 46 cafés-hôtels-restaurants (20 %), 121 services commerciaux (50 %). Il s'agit là de l'offre totale sans distinction par rapport aux surfaces (de l'hypermarché à la boulangerie).



On a donc une faible densité commerciale : environ 4 activités commerciales pour 1 000 habitants (sans les services), la moyenne nationale étant de 8 %.

Les ¼ de cette offre sont répartis dans les 6 pôles structurants et relais identifiés dans le SCoT, avec en plus une offre non négligeable (7 activités commerciales) à Saint-Piat.

Enjeux :

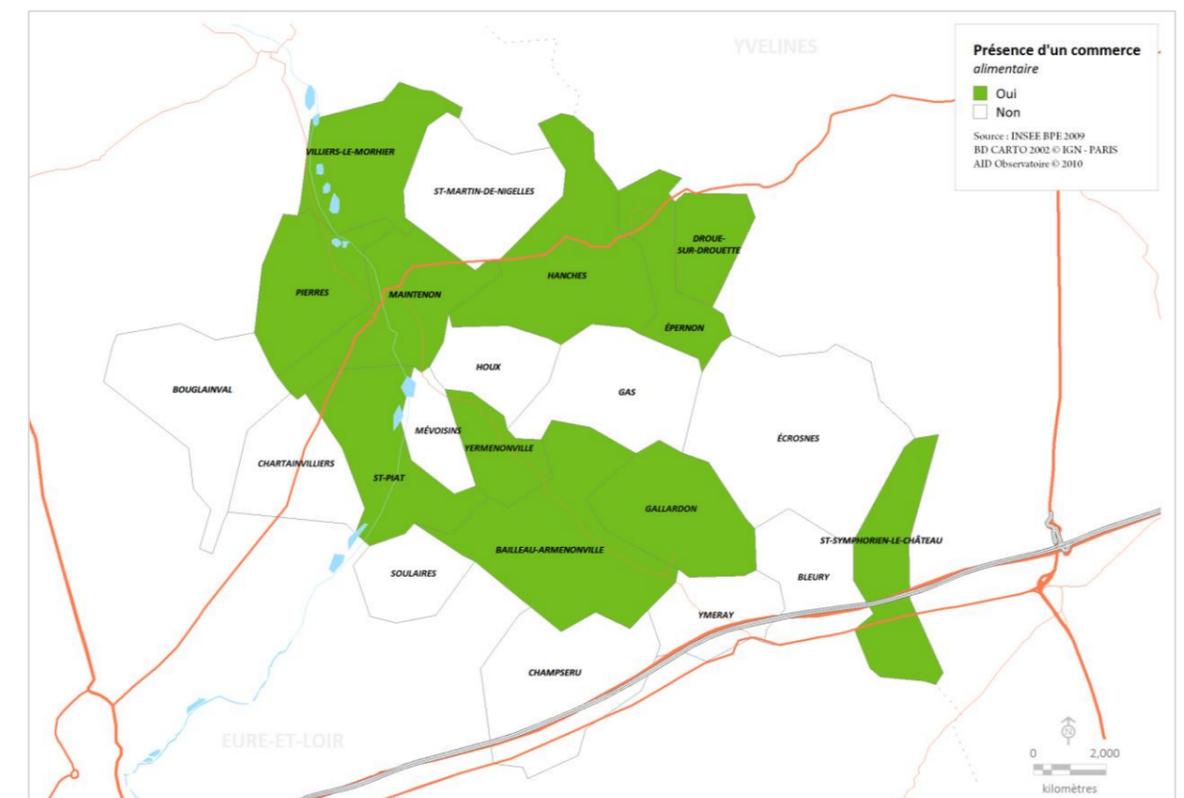
Le rythme de développement du commerce n'a pas suivi le rythme de développement de la population, ces dernières années. Apparaissent alors des enjeux en termes de taille de l'offre commerciale.

On constate une polarisation du commerce autour des 3 pôles structurants avec des densités quasi-identiques. Des questions se posent en termes de hiérarchisation de ces pôles, ainsi qu'en termes de complémentarité de l'offre proposée.

Enfin, le Sud du territoire compte très peu de commerces, hormis Gallardon. Doit-on renforcer cette offre au Sud du territoire ou accepter l'évasion vers Chartres dans des temps d'accès très courts ?

COMMERCES ALIMENTAIRES

Près de la moitié des communes n'a pas de commerce alimentaire de proximité.



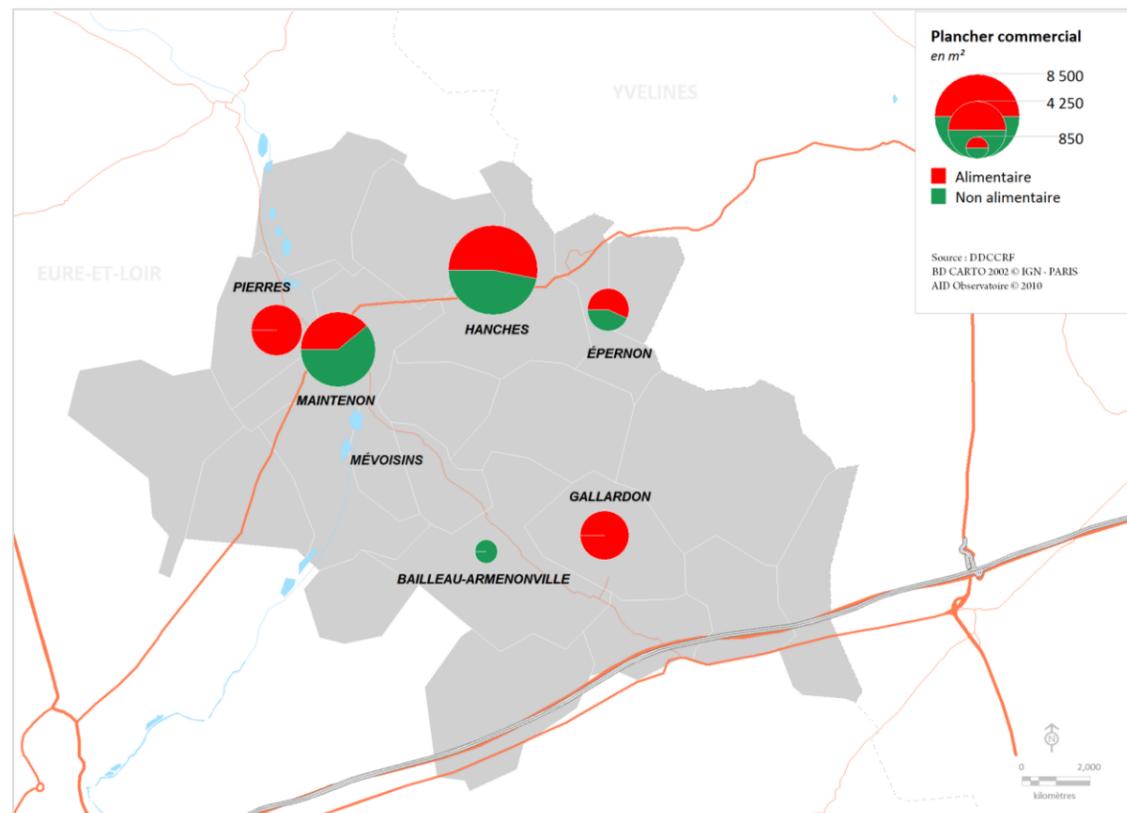
Enjeux :

Cette répartition pose des questions en termes de desserte d'hyper proximité, les achats primaires pour les populations les plus âgées et les moins mobiles.

Le renforcement ou la création de pôles de proximité permettant d'irriguer de manière homogène le territoire peut répondre en partie aux besoins quotidiens d'une partie de la population ne souhaitant pas effectuer ses achats dans les pôles principaux ou en dehors du SCoT (Saint-Piat, Bailleau-Armenonville, Bleury / Saint-Symphorien-le-Château)

GRANDES SURFACES (+ 300 m²)

La surface commerciale de + de 300 m² est équivalente à 24 000 m² sur le territoire du SCoT.



L'essentiel des grandes surfaces est situé à Hanches (Hyper U, Monsieur Bricolage...), Maintenon / Pierres (Intermarché, Bricomarché, Aldi...), Gallardon (Carrefour Market, Aldi) et Epernon (Gamm Vert).

La densité est de 700 m² pour 1 000 habitants, près de 30 % en deçà de la moyenne nationale (1 000 m² %).

L'offre en non-alimentaire est particulièrement réduite en termes de plancher commercial.

Enjeux :

Cette répartition implique des enjeux de taille et de diversité de l'offre.

Un déséquilibre géographique apparaît également, avec un Sud du territoire essentiellement desservi par Gallardon, et une offre non-alimentaire limitée au Gamm Vert de Bailleau-Armenonville, isolé et peu attractif.

AUTORISATIONS EN CDAC

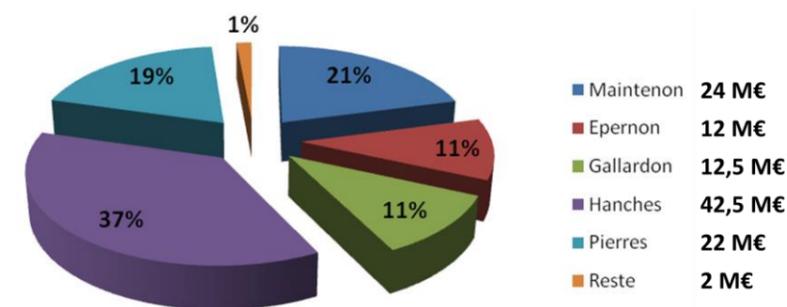
L'essentiel des dernières autorisations CDAC concerne l'extension de la zone Hyper U de Hanches (dont 6 000 m² autorisés en 2010, pour un projet de 'retail-park' avec un objectif de création de près de 18 000 m² de plancher commercial en plusieurs tranches.

Le total de la surface de vente acceptée en CDAC entre 2005 et 2011 est de 11 255 m² (soit environ 2 000 m²/an).

Autorisations CDAC	Hanches	Epernon	Maintenon	Pierres	Gallardon
2010	+ 5670 m ² (7 commerces)				
2009			Bricomarché : 3000 m ² dont 2300 m ² transfert		
2008		Epi Hôtel 50 chambres Gamm Vert 978 m ² (dont transfert 778 m ²)			
2007					Extension Carrefour Market + 595 m ² Aldi 774 m ²
2006				Aldi 762 m ²	
2005	Hyper U + 1400 m ² Galerie : 1100m ²				

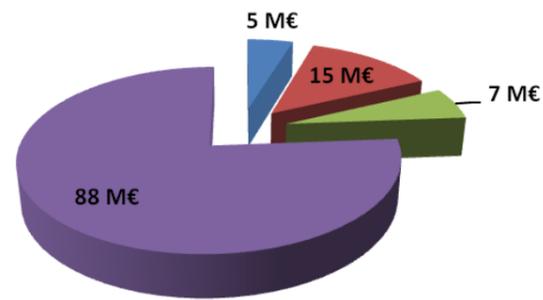
CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires total des équipements commerciaux présents sur le territoire du SCoT est de 115 M€. Sur ces 115 M€, 28 M€ proviennent des dépenses de consommation de résidents hors SCoT (soit 24 %) : bassins de vie de Gazeran (9 M€), Boutigny-Prouais (7,4 M€), Nogent-le-Roi (5,6 M€), Champhol (5,2 M€).



Plus de 65 % du chiffre d'affaires sont réalisés dans les zones périphériques : 75 M€

On constate une massification des achats en grande surface : près de 85 % du chiffre d'affaires sont réalisés en grande surface : 95 M€. La zone commerciale de Hanches représente 37 % du chiffre d'affaires et reste le pôle principal du territoire (pour 35 % de la surface commerciale).



- Achats exceptionnels
- Achats occasionnels légers
- Achats occasionnels lourds
- Achats réguliers

Près des ¾ du chiffre d'affaires commercial du Scot se font dans l'alimentaire (contre 50 % en moyenne France).

Achats réguliers : Alimentaire, beauté, presse papeterie

Achats occasionnels légers : Equipement de la personne, culture-loisirs, optique, fleurs, déco

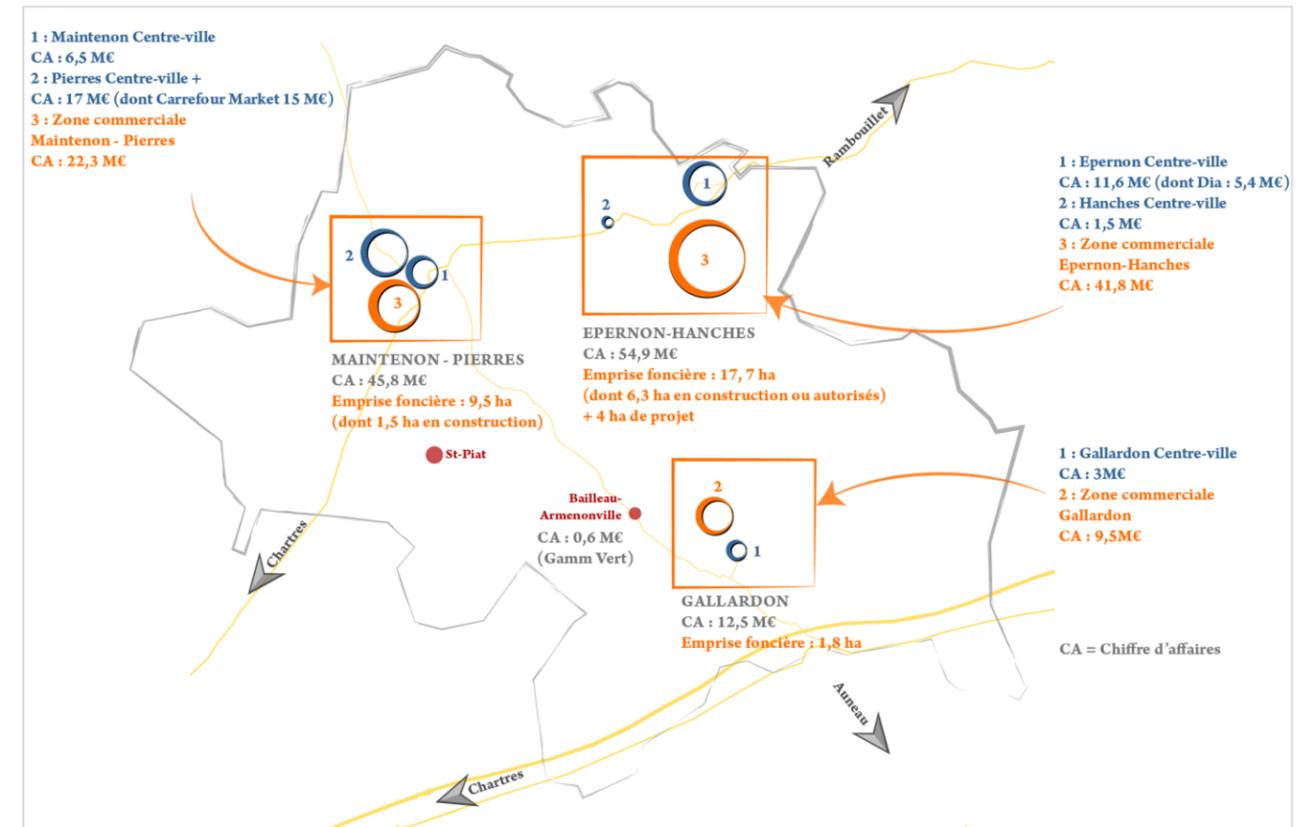
Achats occasionnels lourds : Bricolage, jardinage

Achats exceptionnels : Meubles, Hi-fi électroménager, informatique, matériel de sport...

Enjeux :

Cette surreprésentation de l'alimentaire incite à s'interroger sur l'offre en achats occasionnels et exceptionnels.

La surreprésentation des grandes surfaces et de la zone de Hanches pose des questions sur l'offre de centre-ville (Maintenon, Epernon, Gallardon), ainsi que sur d'éventuels déséquilibres entre les pôles commerciaux.



1.3. ANALYSE DE LA CLIENTELE

INDICE DE DISPARITE DE LA CONSOMMATION

Pour analyser la clientèle du territoire, il est intéressant de mesurer l'Indice de Disparité de la Consommation. Cet indice mesure le niveau moyen de consommation par ménage et par produit, rapporté à une moyenne France de 100.

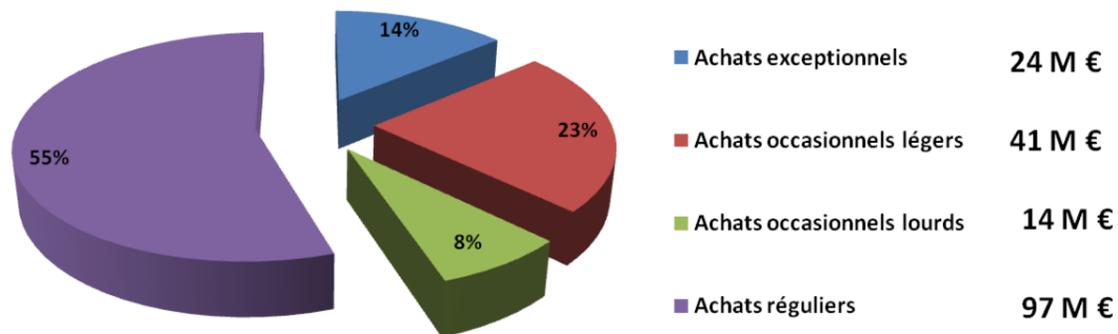
Alimentaire	Vêtements chaussures	Accessoires d'habillement, beauté, optique	Sport	Electroménager, informatique	Mobilier	Décoration intérieure	Bricolage / Jardinage / fleurs	Jeux jouets
113	93	90	93	102	107	90	128	98

On constate que les ménages résidant sur le territoire consomment de manière importante dans l'alimentaire et le bricolage/jardinage par rapport à la moyenne nationale (+ de 100).

Ces tendances représentent bien des ménages jeunes avec des enfants qui consomment fortement en alimentaire mais aussi en équipement de la maison, généralement en tant que primo-accédants à la maison individuelle (électroménager, mobilier, bricolage). Cela confirme les tendances constatées dans la première partie du document et repose les enjeux relatifs à ce type de population.

DEPENSES DE CONSOMMATION

Le total des dépenses de consommation des résidents du SCoT s'élève à 176 M€.



Ce chiffre est à comparer avec le chiffre d'affaires de 115 M€ et pose la question de l'évasion commerciale du territoire.

La répartition de ces dépenses de consommation selon le type d'achat (50 % alimentaire / 50 % non-alimentaire) reste proche des tendances nationales. Par contre, la comparaison avec le chiffre d'affaires pose

encore des questions en termes d'offre commerciale (76 % Chiffre d'affaires en achats réguliers contre 55 % des Dépenses de consommation).

EMPRISE/EVASION

Le taux d'évasion (consommation à l'extérieur du territoire) est modéré pour les achats réguliers, il est environ de 20-25 % en France.

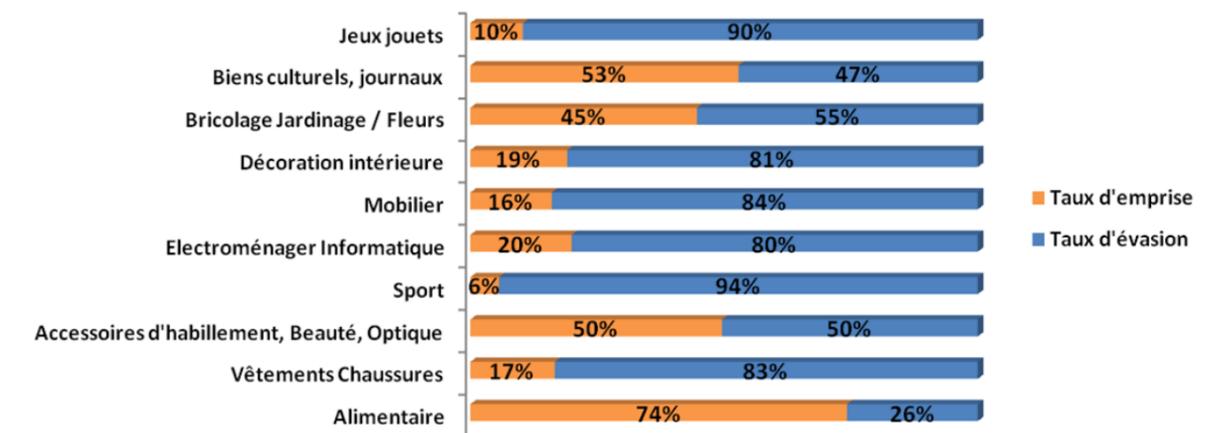
Familles de produits	Taux Evasion
Achats réguliers	24%
Achats occasionnels légers	69%
Achats occasionnels lourds	64%
Achats exceptionnels	81%
TOTAL	47%

Pour l'occasionnel léger, il est plutôt élevé (69 % contre 55-65 % sur ce type de territoire en moyenne).

Pour l'occasionnel lourd, il est très élevé (64 % contre des tendances de 20-25 %)

Enfin, il est relativement élevé pour les achats exceptionnels (81 % contre des tendances d'environ 60-70 % pour ce type de territoire)

Cette évasion est à rapprocher des temps de parcours très réduits vers les pôles extérieurs (Chartres, Rambouillet), ainsi que les migrations domicile-travail vers la région parisienne et Chartres.



Le taux d'évasion est particulièrement important pour les achats de type 'sport', 'jeux jouets', 'mobilier', 'vêtements chaussures'.

FLUX DE CONSOMMATION

En achats réguliers, l'évasion est particulièrement élevée dans le secteur de Gallardon (près de 40 %). L'offre d'Epernon-Hanches est la seule à attirer hors de son bassin de vie.

Achats réguliers (alimentaire, beauté, presse papeterie) en M€		Lieu de résidence			
		SCoT	Gallardon - Val de Voise	Epernon - Val Drouette	Terrasses et Vallées de Maintenon
Lieu de consommation	Gallardon - Val de Voise	11	11		
	Epernon - Val Drouette	32	4	23	5
	Terrasses et Vallées de Maintenon	29		2	27
	Evasion Hors-SCoT	25	10	8	7
	Potentiel de consommation total	97	25	33	39

Pour l'occasionnel léger, l'évasion hors SCoT est importante en pourcentage (70 %) mais à relativiser en valeur absolue (28,5 M€). L'évasion reste à un niveau élevé, notamment sur le secteur d'Epernon. C'est dans le secteur de Maintenon que les résidents du SCoT consomment le plus.

Achats occasionnels légers (équipement de la personne, culture loisirs, optique, fleurs, déco) en M€		Lieu de résidence			
		SCoT	Gallardon - Val de Voise	Epernon - Val Drouette	Terrasses et Vallées de Maintenon
Lieu de consommation	Gallardon - Val de Voise	2	2		
	Epernon - Val Drouette	4,3	0,8	3	0,5
	Terrasses et Vallées de Maintenon	6,2	0,2	1	5
	Evasion Hors-SCoT	28,5	7	10	11,5
	Potentiel de consommation total	41	10	14	17

En achats occasionnels lourds, l'offre est quasi inexistante dans le secteur de Gallardon. 9 M€ sont consommés hors du SCoT.

Achats occasionnels lourds (bricolage, jardinage) en M€		Lieu de résidence			
		SCoT	Gallardon - Val de Voise	Epernon - Val Drouette	Terrasses et Vallées de Maintenon
Lieu de consommation	Gallardon - Val de Voise				
	Epernon - Val Drouette	3	1	2	
	Terrasses et Vallées de Maintenon	2			2
	Evasion Hors-SCoT	9	3	2	4
	Potentiel de consommation total	14	4	4	6

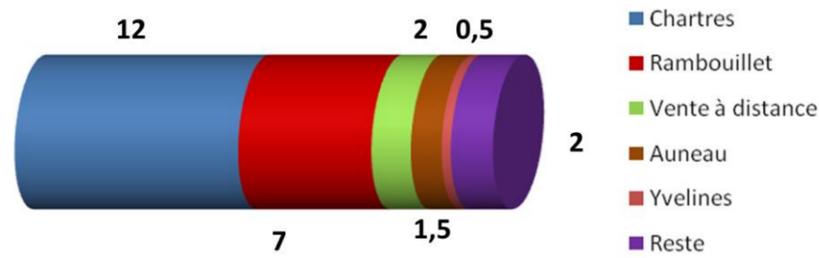
En achats exceptionnels, les dépenses de consommation se répartissent entre Epernon et Maintenon, tandis que 19,5 M€ sont consommés hors du SCoT. L'offre sur Gallardon est quasi inexistante et les dépenses de consommation des résidents de ce secteur sont réalisées en dehors du SCoT (92 %), en particulier dans le pôle Chartrain.

Achats exceptionnels (meubles, Hi-fi électroménager, informatique, matériel de sport) en M€		Lieu de résidence			
		SCoT	Gallardon - Val de Voise	Epernon - Val Drouette	Terrasses et Vallées de Maintenon
Lieu de consommation	Gallardon - Val de Voise				
	Epernon - Val Drouette	2	0,5	1,5	
	Terrasses et Vallées de Maintenon	2,5		0,5	2
	Evasion Hors-SCoT	19,5	5,5	6	8
	Potentiel de consommation total	24	6	8	10

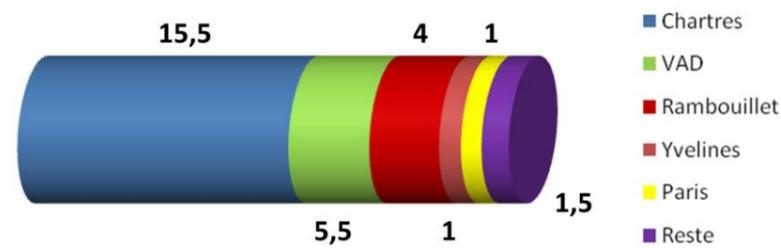
DESTINATION DE L'ÉVASION

L'évasion est clairement identifiée et non diffuse. **Le pôle Chartrain** (Chartres, Barjouville, Lucé, Luisant, Mainvilliers) reste la première destination de l'évasion (45,5 M€). Sa proximité avec Maintenon et Gallardon avec des temps de parcours très limités et une offre commerciale abondante expliquent ces flux de consommation en direction de la préfecture de l'Eure-et-Loir.

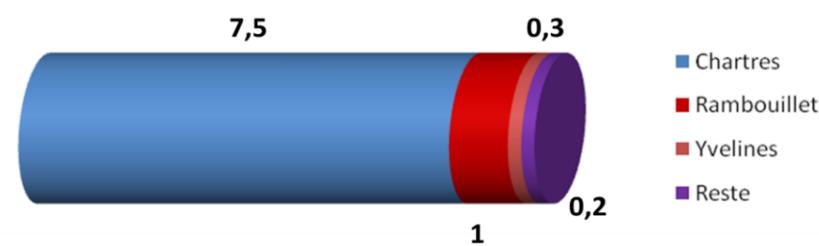
Achats réguliers (25 M€)



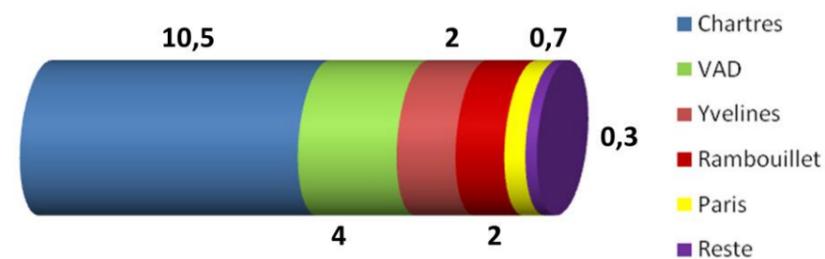
Achats occasionnels légers (28,5 M€)



Achats occasionnels lourds (9 M€)



Achats exceptionnels (19,5 M€)



Le pôle de Rambouillet (14 M€) est également attractif, en particulier de par sa proximité avec Epernon, ainsi que des nombreuses navettes domicile-travail avec les Yvelines et la région parisienne dans son ensemble.

Le poids de la **vente à distance** est loin d'être négligeable (11,5 M€), notamment pour une population jeune et active, consacrant du temps aux déplacements domicile-travail.

L'absence de Dreux est notable, les temps de parcours étant plus importants et l'offre moins concurrentielle. Il faut cependant rappeler que l'offre se développe sur ce pôle et en particulier depuis 2008, date de la dernière enquête ménage de la CCI d'Eure-et-Loir.

Enjeux :

Le SCoT de Maintenon a besoin de trouver son positionnement commercial par rapport à Chartres et Rambouillet.

Il apparaît nécessaire de limiter l'évasion sur certains types d'achats, tout en prenant en compte des temps de parcours très courts vers les pôles voisins.

1.4. ARTICULATION AVEC LE PADD DU SCOT

Le projet de SCoT identifie une armature urbaine sur laquelle le Document d'Aménagement Commercial devra se baser.

3 pôles structurants : Maintenon, Gallardon, Epernon

3 pôles relais : Pierres, Hanches, Bailleau-Armenonville

2 pôles de proximité : Saint-Piat / Mévoisins / Chartainvilliers, Bleury - Saint-Symphorien

Enjeux :

Le Document d'Aménagement Commercial va permettre, dans les limites de l'offre commerciale déjà existante, de faire rapprocher le plus possible l'armature urbaine et l'armature commerciale sur le territoire du Canton de Maintenon.

2. STRATEGIE D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU SCOT DU CANTON DE MAINTENON

2.1. QUATRE OBJECTIFS MAJEURS

Les orientations du Document d'Aménagement Commercial reposent sur quatre grands objectifs :

→ **Favoriser la vitalité économique des centralités urbaines** : le commerce contribue fortement à l'animation des lieux de vie, et apporte un service de proximité à la population. Son maintien et son développement doivent être favorisés au cœur des centralités urbaines et villageoises, au cœur des pôles d'habitats et à proximité des équipements, des services et des lieux d'emplois. Le DAC du SCoT du Canton de Maintenon donne des orientations et des recommandations pour favoriser l'accueil des activités commerciales, et notamment des activités de proximité, dans ces lieux de vie.

→ **Assurer un développement commercial en adéquation avec l'armature urbaine du territoire** : le développement commercial doit s'inscrire en cohérence avec le poids démographique des différents secteurs du territoire, le niveau d'équipement, de développement économique, et les conditions d'accessibilité actuelles et futures des polarités. Le DAC s'appuie sur les objectifs du PADD sur chacun de ces critères, pour hiérarchiser les fonctions commerciales de chaque secteur, et donner des objectifs en matière d'accueil d'équipements propres à chaque commune. Le DAC veillera particulièrement à assurer les objectifs d'équilibre entre les trois pôles de Maintenon, Epernon et Gallardon, dans le respect des principes du PADD.

→ **Encourager une logique de polarisation et de consommation économe de l'espace** : afin de répondre aux attendus du code de l'urbanisme et du Grenelle, il est nécessaire de limiter l'implantation disséminée des activités commerciales et de favoriser des formes d'urbanisation plus denses. Pour cela, le DAC donne des orientations pour l'implantation préférentielle de l'offre commerciale dans des localisations identifiées et donne des objectifs de densité dans le cadre des aménagements commerciaux.

→ **Améliorer l'attractivité et la qualité environnementale de l'appareil commercial du Canton de Maintenon** : cet objectif se décline à deux niveaux distincts :

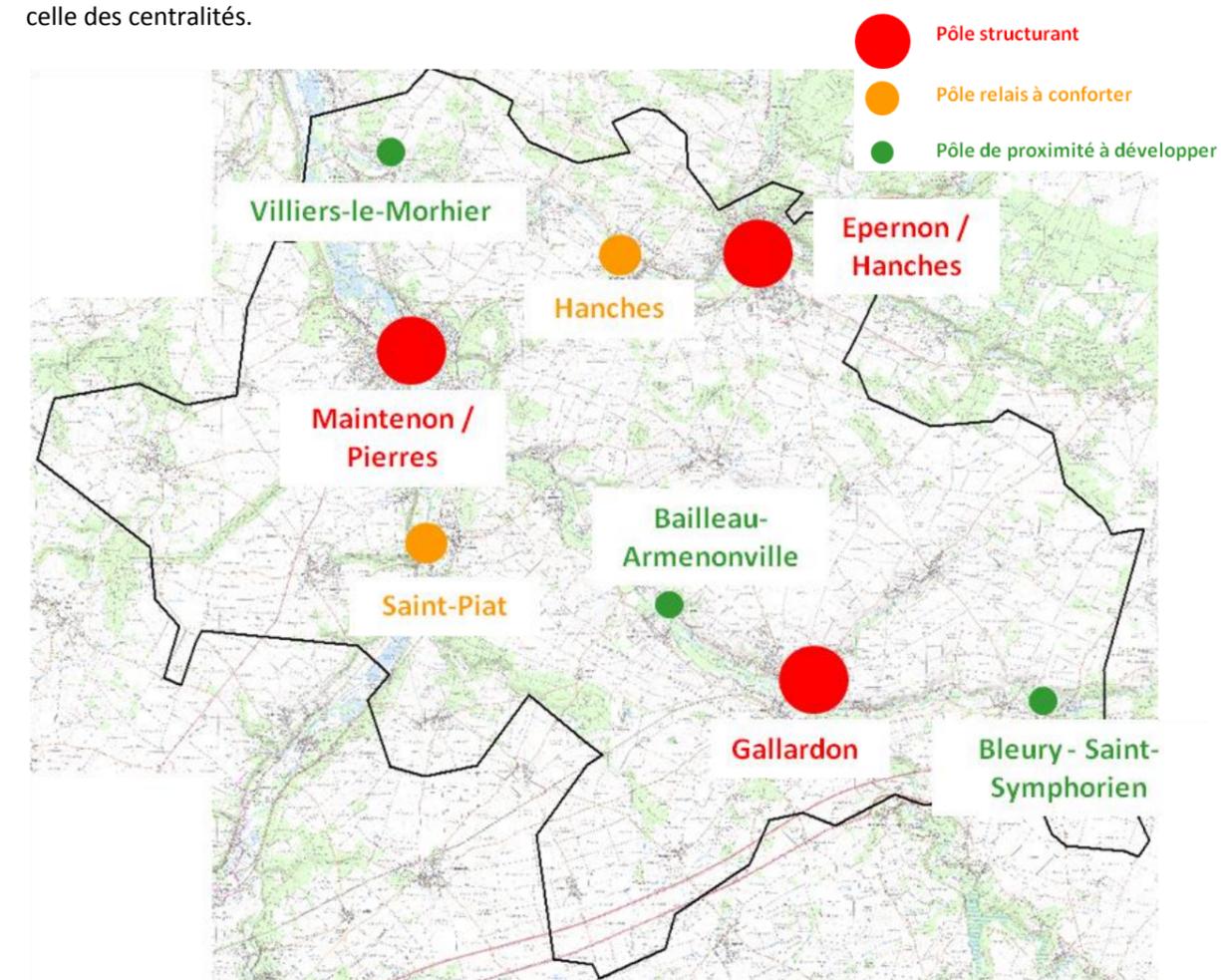
- Favoriser le confortement de l'offre commerciale du territoire et l'accueil de nouvelles activités, afin de répondre à un plus grand nombre de besoins et de limiter les déplacements externes au territoire pour un motif achat,
- Renforcer l'attractivité de l'offre, à travers un aménagement commercial lisible, et des développements qualitatifs mieux intégrés dans leur environnement.

2.2. ARMATURE COMMERCIALE POUR LES ACHATS REGULIERS

La stratégie d'armature commerciale pour les achats réguliers introduit la notion de polarités sur trois niveaux : trois pôles structurants, deux pôles relais et trois pôles de proximité.

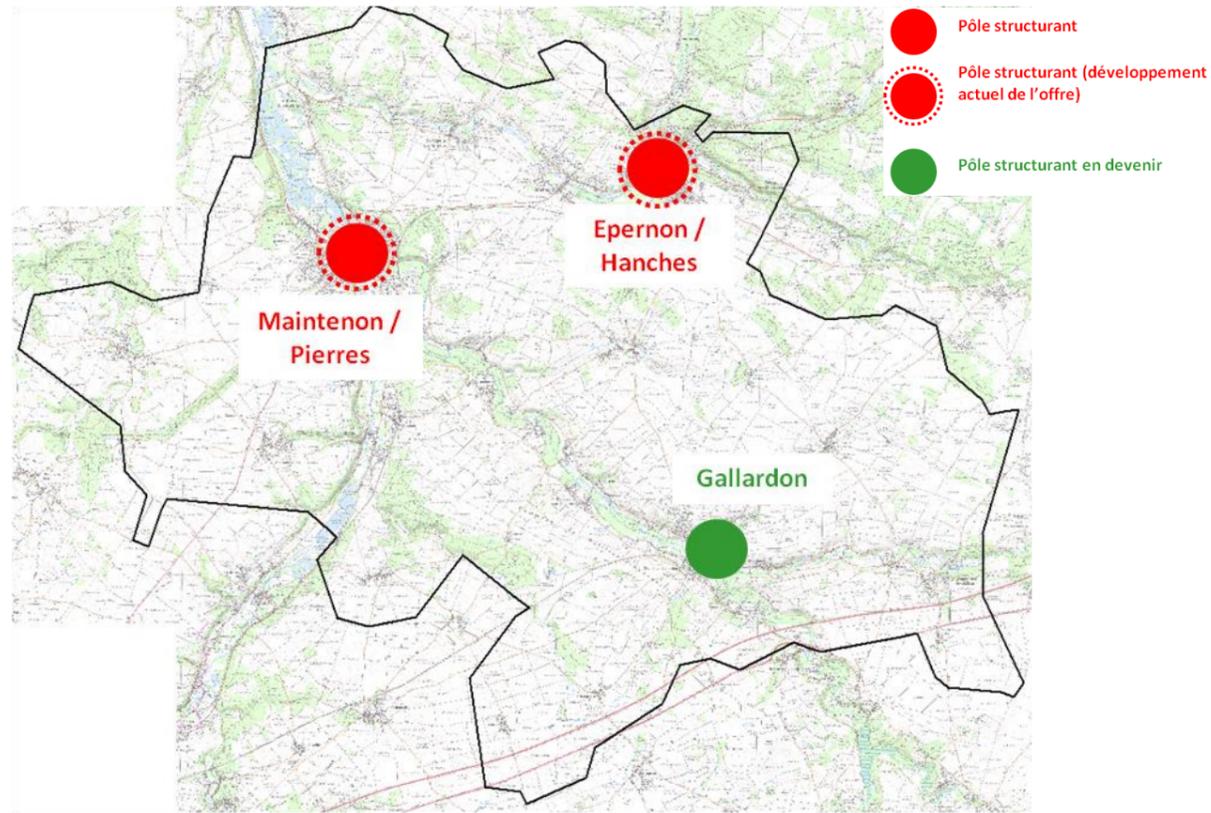
Il s'agit par le biais d'outils de planification, d'outils d'accompagnement au commerce de renforcer les centres-villes et centres-bourgs pour conforter une offre d'achats quotidiens permettant de desservir les communes environnantes et l'ensemble du SCoT. Le regroupement des commerces dans des périmètres centraux définis, l'accompagnement d'un linéaire commercial cohérent, et le traitement des espaces publics et des cheminements piétons font partie des actions à mettre en œuvre pour favoriser ces centralités.

De même, le confortement mesuré et la modernisation de l'offre présente dans les pôles de périphérie (Gallardon, Hanches, Maintenon) permettront d'offrir à la population du SCoT une offre complémentaire à celle des centralités.



2.3. ARMATURE COMMERCIALE POUR LES ACHATS OCCASIONNELS LOURDS

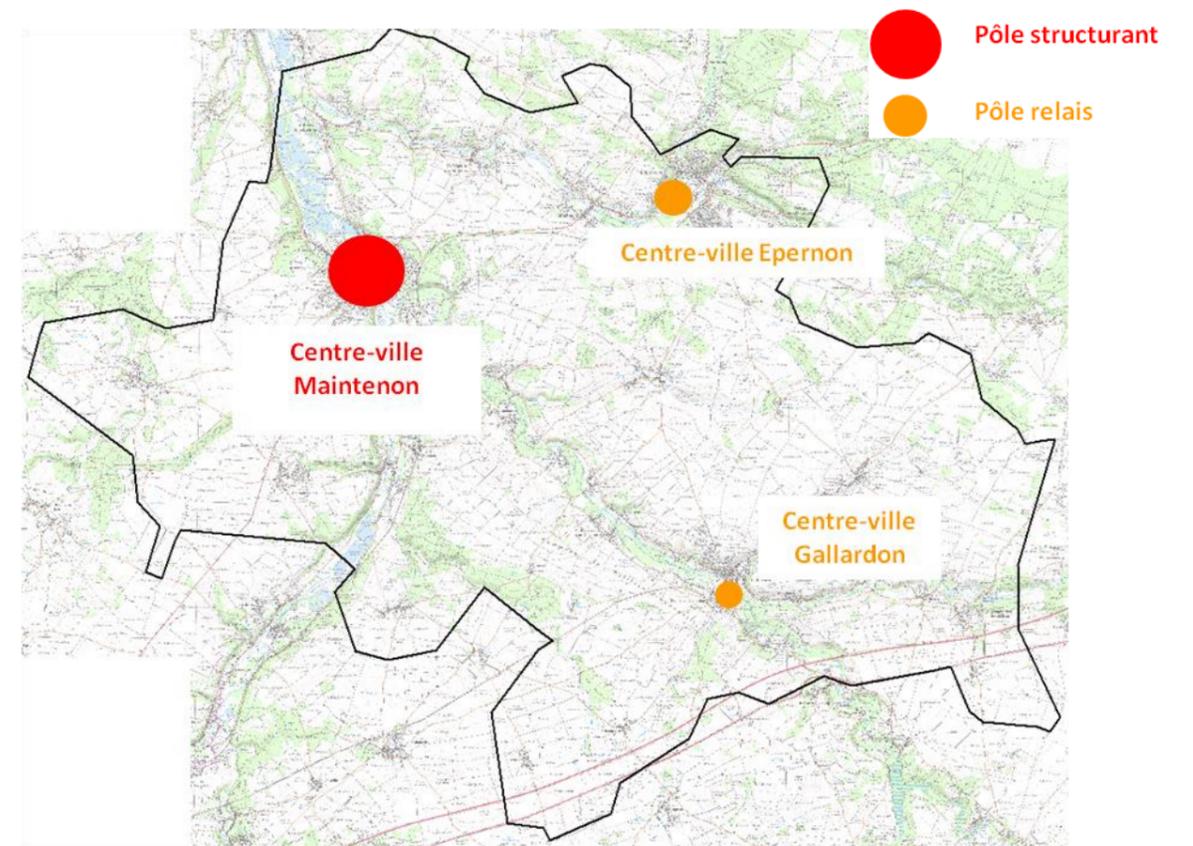
La stratégie d'armature commerciale pour les achats occasionnels lourds implique un renforcement de l'équilibre entre les trois pôles, d'où un développement modéré de l'offre sur Gallardon afin de contrer les tendances d'évasion commerciale vers Chartres. Le confortement et la modernisation de l'offre existante dans les ZACOM périphériques (Hanches, Maintenon) viendront compléter le développement de ce type d'offre.



2.4. ARMATURE COMMERCIALE POUR LES ACHATS OCCASIONNELS LEGERES

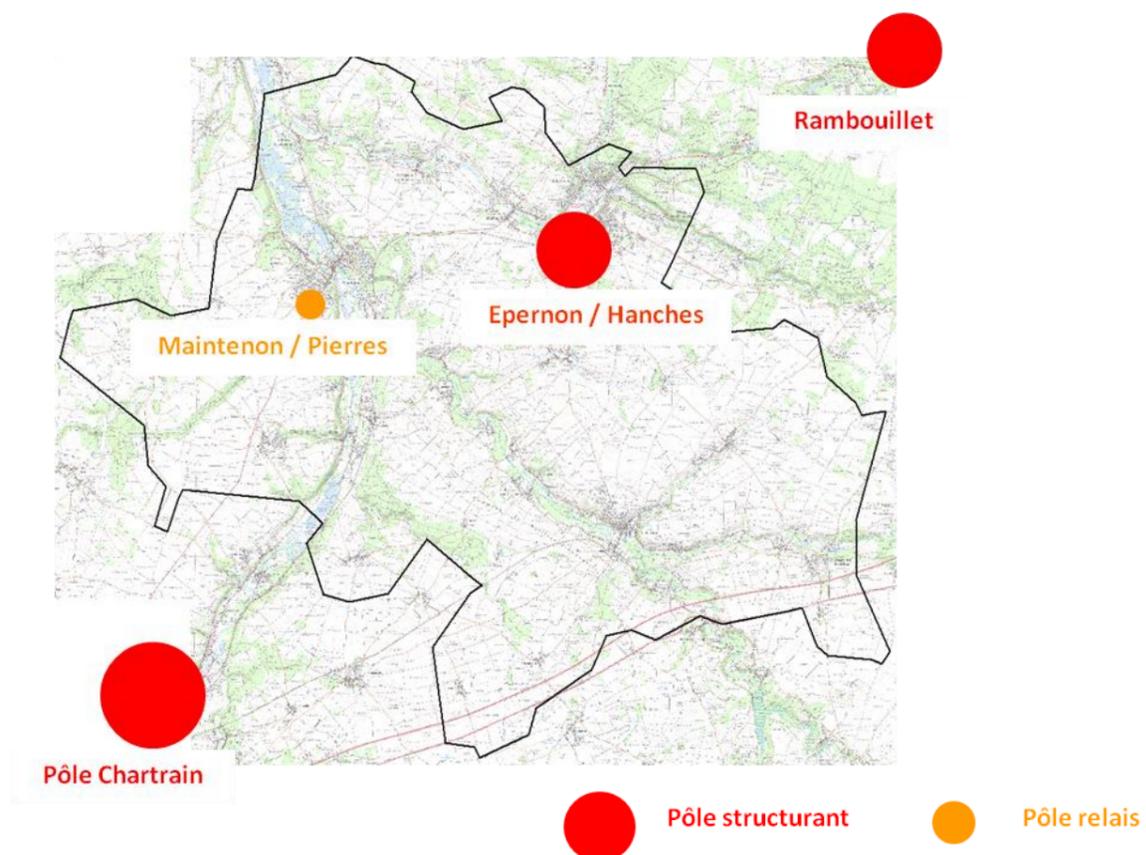
La stratégie d'armature commerciale pour les achats occasionnels légers repose sur le renforcement des centres-villes des trois villes principales.

L'implantation de ce type d'équipement se fera en priorité dans le centre-ville de Maintenon, qui remplira une fonction de pôle de référence et verra son offre se développer en priorité dans les locaux vacants de son centre-ville.



2.5. ARMATURE COMMERCIALE POUR LES ACHATS EXCEPTIONNELS

La stratégie d'armature commerciale pour les achats exceptionnels intervient dans un contexte d'offre intermédiaire entre les pôles de Rambouillet et de Chartres.



De par des temps de parcours limités vers ces deux pôles, l'offre sur ce type d'achat ne peut être développée à outrance. Cependant, un développement modéré peut être envisagé pour répondre aux besoins des habitants du SCoT et à l'évasion commerciale vers les pôles extérieurs. La localisation préférentielle de ce type d'achat ira vers la ZACOM d'Epernon/Hanches, déjà pourvue de ce type d'offre dans l'existant et les projets de développement approuvés.

3. ORIENTATIONS D'AMENAGEMENT COMMERCIAL

P Prescriptions

R Recommandations

P Les orientations d'aménagement commercial s'appliquent aux commerces de détail. Elles ne s'appliquent pas au commerce de gros, aux activités artisanales comportant un point de vente dès lors que la surface de vente représente moins de 30% de la SHON dédiée à l'activité, au commerce automobile, aux activités d'hôtellerie et de restauration.

3.1. OBJECTIF 1 : FAVORISER LA VITALITE DES CENTRALITES URBAINES

Cette orientation répond à plusieurs objectifs distincts :

- Favoriser le maintien et/ou le développement d'une fonction commerciale attractive dans les centralités du territoire,
- Limiter les phénomènes d'étalement urbain et contribuer à la préservation des paysages,
- Limiter les déplacements motorisés liés aux achats, notamment fréquents, en rapprochant la fonction commerciale des autres fonctions urbaines,
- Assurer un maillage de l'offre de proximité sur le SCoT du Canton de Maintenon.

3.1.1. FAVORISER L'URBANISATION DANS LES ENVELOPPES URBAINES EXISTANTES

P Les nouvelles implantations commerciales (création ou extension) seront privilégiées au sein des espaces urbanisés existants, à vocation commerciale ou mixte, avant l'ouverture à l'urbanisation des espaces en extension urbaine. Il s'agira ici notamment de privilégier une moindre consommation foncière.

Les documents d'urbanisme communaux devront mettre en œuvre les modalités et règlements nécessaires pour mettre en œuvre cette orientation, et faire en sorte d'éviter les implantations isolées.

3.1.2. FAVORISER LA VITALITE ECONOMIQUE DES CENTRALITES URBAINES

Le Document d'Aménagement Commercial du SCoT du Canton de Maintenon définit, dans ses orientations, deux types de localisations préférentielles pour l'accueil des nouveaux développements commerciaux : les centralités urbaines et les Zones d'Aménagement Commercial (ZACOM). Afin de favoriser le développement d'une fonction commerciale attractive dans les centralités du territoire, les orientations du DAC privilégient l'implantation des commerces dans les centralités urbaines, tout particulièrement pour certaines catégories d'équipements.

Dans une logique de limitation des déplacements, de rapprochement entre lieux d'habitats et lieux d'achats, et d'animation des centralités, certaines implantations commerciales sont privilégiées dans les centralités urbaines. Les équipements auxquels renvoient les différentes fréquences d'achats correspondent à des aires d'influence différentes et renvoient à des comportements de déplacements spécifiques (fréquence des déplacements, distance parcourue...). Le principe retenu dans les orientations du DAC est de favoriser les nouveaux développements commerciaux (création ou extension) au cœur ou à proximité immédiate des centralités, notamment pour des achats quotidiens générant des déplacements fréquents et de courte distance. Afin de réduire les distances parcourues pour effectuer ces achats, et de favoriser le recours à des modes de déplacements doux, il est préférable que cette offre soit maillée finement sur le territoire, au plus près des densités urbaines (habitats, emplois, équipements).

Ces différentes catégories d'équipements ne renvoient par ailleurs pas aux mêmes contraintes d'implantation (emprise foncière, modes d'accès...). L'offre répondant à des achats occasionnels lourds et exceptionnels nécessite souvent des emprises foncières importantes, difficiles à dégager au cœur des densités urbaines, et renvoie par ailleurs à des modes d'accès principalement motorisés à ce jour. Les espaces à vocation commerciale en dehors des centralités urbaines seront par conséquent principalement dédiés à ces typologies d'équipements. De ce point de vue, les commerces répondant à des achats occasionnels légers peuvent nécessiter des emprises relativement variables. Ces commerces contribuent fortement à l'animation des centralités et sont privilégiés dans ces localisations.

P Le développement des commerces répondant à des achats quotidiens s'effectue prioritairement au cœur ou à proximité immédiate des centralités urbaines identifiées dans la stratégie du DAC puis définies et spatialisées par chacun des PLU en compatibilité avec le DAC. Par ailleurs, les membres de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial veilleront à éviter la création de nouvelles galeries marchandes* en dehors des centralités urbaines.

Les nouvelles implantations de commerces répondant à des besoins occasionnels légers s'effectuent préférentiellement au cœur ou en continuité des centralités urbaines existantes (cf. cartes des centralités en annexe).

A l'intérieur des centralités urbaines identifiées dans la stratégie du DAC, les documents d'urbanisme communaux veilleront à instaurer des règles incitatives pour l'implantation des commerces, notamment en matière de traitement de l'espace public, de stationnement, d'alignement et de caractéristiques du bâti.

R Les documents d'urbanisme communaux pourront par exemple inscrire les règles suivantes :

- recul limité par rapport à la voie pour l'implantation des bâtiments sur les axes marchands,
- homogénéité des règles de recul des bâtiments par rapport à la voie sur un même axe,
- mise en place de linéaires « commerce, artisanat et service » au titre de l'article L 123-1-5 7°bis du code de l'urbanisme,
- nombre minimal de places de stationnement par local commercial.

**Sont considérés comme des galeries marchandes les ensembles commerciaux au sens de l'article L 752-3 du code du commerce, composés entièrement ou partiellement de cellules commerciales inférieures à 300 m² de surface de vente. Une cellule commerce est un espace dédié à une activité commerciale. Elle comprend l'ensemble de la surface bâtie dédiée à un commerce (surface de vente et autres surfaces comprises dans la SHON).*

3.2. OBJECTIF 2 : ASSURER UN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL EN ADEQUATION AVEC L'ARMATURE URBAINE DU TERRITOIRE

3.2.1. COHERENCE ENTRE HIERARCHIE URBAINE ET HIERARCHIE COMMERCIALE

L'armature urbaine du PADD du SCoT tend vers un rééquilibrage entre les trois pôles structurants d'Epernon, de Maintenon et de Gallardon en développant les complémentarités entre les différents pôles.

C'est dans ce contexte qu'ont été identifiés et validés au cours d'ateliers de travail les axes de développement des différentes polarités commerciales.

Le positionnement de chaque pôle se traduit donc au final de la façon suivante :

La proximité : Les pôles de proximité accueillent une offre commerciale répondant à des besoins courants (quotidiens à hebdomadaires), rayonnant à l'échelle d'une ou plusieurs communes, composée principalement de commerces traditionnels et de moyennes ou grandes surfaces alimentaires.

Pôles de proximité : Bailleau-Armenonville / Bleury - Saint-Symphorien / Villers-le-Morhier

Le niveau intermédiaire : Les communes de niveau intermédiaire accueillent une offre commerciale rayonnant à l'échelle de plusieurs communes, répondant à la fois à une fonction de proximité (telle que définie dans la disposition précédente) et à certains besoins plus occasionnels (bricolage, jardinage, prêt à porter...).

Pôles intermédiaires : Saint-Piat / Hanches Centre-bourg

La fonction majeure : Les pôles majeurs accueillent une offre commerciale rayonnant à l'échelle du SCoT voire au-delà, composée à la fois d'une offre de proximité, (telle que définie dans l'orientation précédente) et d'une offre diversifiée en commerces non alimentaires, répondant à des besoins occasionnels et exceptionnels.

Pôles majeurs : Maintenon-Pierres / Epernon-ZC Hanches / Gallardon

3.2.2. ACCESSIBILITE MULTIMODALE

P Dans la mesure du possible, les ZACOM et centralités urbaines identifiées dans les documents graphiques seront desservies par les lignes de bus existantes ou nouvelles.

Dans les ZACOM existantes, il s'agira de profiter des nouveaux développements pour améliorer les circulations douces internes et l'insertion dans le réseau de modes doux.

P Afin de garantir des conditions d'accès satisfaisantes aux différents profils de clientèle, de limiter les déplacements motorisés et de maîtriser la consommation foncière liée au stationnement, l'urbanisation des ZACOM existantes hors centralités sera conditionnée à la mise en place préalable :

- pour l'ensemble des pôles : de liaisons en modes doux (cheminements piétonniers sécurisés, itinéraires cyclables) depuis les secteurs d'habitat limitrophes.

3.3. OBJECTIF 3 : ENCOURAGER UNE LOGIQUE DE POLARISATION ET DE CONSOMMATION ECONOMIQUE DE L'ESPACE

3.3.1. POLARISER LES DEVELOPPEMENTS COMMERCIAUX

Afin de limiter l'impact du développement commercial, en termes de consommation foncière, et d'éviter l'implantation disséminée des activités commerciales sur le territoire, le DAC identifie les localisations préférentielles pour le développement des commerces. Deux types de localisations sont identifiés dans ce document : les centralités urbaines et les ZACOM.

Les ZACOM identifiées sont des secteurs à vocation commerciale situés en périphérie, accueillant notamment des équipements dont la surface de vente est supérieure à 1 000 m², et dont il est souhaitable que la vocation soit maintenue en raison des conditions d'accessibilité actuelles et futures, de la localisation par rapport aux enveloppes urbaines. Ces secteurs sont délimités dans ce document.

P Les Zones d'Aménagement Commercial (ZACOM) définies graphiquement dans le présent document, ainsi que les centralités urbaines identifiées dans la stratégie du DAC constituent les localisations préférentielles pour le développement commercial sur le périmètre du SCoT du Canton de Maintenon.

En ce sens, toute nouvelle implantation commerciale est à privilégier dans ces localisations.

En dehors des centralités urbaines et des ZACOM définies graphiquement dans ce document, les développements commerciaux dont la surface de vente est supérieure ou égale à 1 000 m² sont exclus.

Afin de permettre le bon fonctionnement des activités existantes, les activités dont la surface de vente est supérieure ou égale à 1 000 m² (ou devant atteindre ce seuil par le biais d'une extension), implantées en dehors des localisations préférentielles pourront bénéficier d'une ou plusieurs extensions dont le cumul ne dépassera pas 20 % de la surface de vente autorisée à la date d'approbation du SCoT.

Afin de garantir la cohérence des ZACOM de périphérie, toute nouvelle construction à usage commercial se fera dans la continuité du tissu commercial bâti existant.

R Dans les ZACOM de périphérie, les documents d'urbanisme locaux pourront assurer leur compatibilité avec le DAC en définissant spécifiquement des zones à vocation commerciale principale et en travaillant des règles adaptées à ce type d'activités, dont l'objectif de valoriser et mettre en évidence leur identité commerciale.

P

Les Zones d'Aménagement Commercial (ZACOM) définies graphiquement dans le présent document pourront accueillir de nouveaux commerces dans le cadre du volume foncier suivant calculé dans le périmètre de chaque ZACOM :

- ZACOM Epernon / Hanches : 3,4 hectares hors ZAE programmée dans le SCoT ;
- ZACOM Maintenon/Pierres : 5,5 hectares hors ZAE programmées dans le SCoT ;
- ZACOM de Gallardon : 3 hectares faisant partie des 9,8 hectares de la ZAE intercommunale de la Croix Saint-Mathieux

ZACOM	Surface totale (ha)	Surface occupée (ha)	Surface en extension (ha)
Epernon / Hanches	18,1	14,7	3,4
Maintenon / Pierres	11	5,5	5,5
Gallardon	5,5	2,5	3,0
TOTAL	34,6	22,7	11,9

18

3.4. OBJECTIF 4 : AMELIORER LA QUALITE ENVIRONNEMENTALE DE L'APPAREIL COMMERCIAL DU CANTON DE MAINTENON

D'un point de vue quantitatif, l'objectif de renforcement de l'attractivité de l'offre se décline à travers la mise à disposition d'espaces fonciers nouveaux afin de permettre la diversification de l'offre commerciale du Canton de Maintenon, et la réponse à la volonté politique de limiter l'évasion commerciale vers les pôles extérieurs au SCoT. Les orientations pour la polarisation de l'offre dans des localisations identifiées et hiérarchisées contribueront également à cet objectif.

La loi Grenelle II donne la possibilité au SCoT de prévoir que dans les ZACOM, l'implantation d'équipements est subordonnée au respect de conditions qu'il fixe, et qui portent notamment sur la desserte par les transports en commun, les conditions de stationnement, les conditions de livraison des marchandises, le respect de normes environnementales.

3.4.1. CONSOMMATION D'ESPACE

Afin de favoriser l'utilisation économe de l'espace dans le cadre des aménagements commerciaux, il est proposé de subordonner l'implantation de commerces dans les ZACOM au respect de certaines conditions concernant l'utilisation du foncier.

P Dans le cadre des nouvelles implantations dans les Zones d'Aménagement Commercial identifiées dans le DAC, les surfaces bâties (SHON) devront représenter au minimum 40 % de l'emprise foncière mobilisée dans le cadre de l'opération (surface bâtie, espaces dédiés aux accès et au stationnement, espaces végétalisés).

Les documents d'urbanisme communaux intégreront des dispositions compatibles avec cette orientation, et devront permettre la densification des ZACOM.

Par exception à ce principe, ce rapport de 40 % pourra être revu à la baisse dans les cas suivants :

- Dans le cadre d'une opération d'aménagement d'ensemble à l'échelle d'une ZACOM, s'il est établi que des contraintes naturelles ou techniques ne permettent pas d'atteindre une telle densité d'aménagement,
- Dans les centralités urbaines présentant une offre de stationnement existante réduite, et des possibilités de création limitées, nécessitant une mutualisation de cette offre.

Les nouvelles constructions en ZACOM adoptent une plus forte densité d'aménagement, résultant notamment de :

- la construction sur plusieurs étages,
- l'adaptation du nombre de places de stationnement exigé et la mutualisation des parkings,
- l'intégration de tout ou partie du stationnement dans le bâtiment : en rez-de-chaussée ou en toit terrasse...,
- l'interdiction d'étendre un espace commercial de part et d'autre d'une voie.

3.4.2. ATTRACTIVITE, LISIBILITE DE L'OFFRE

L'identification des espaces dédiés au commerce par le chaland nécessite une valorisation de ces sites par des aménagements adaptés à la fonction marchande (signalétique, aménagements urbains, traitement des voiries...). Le diagnostic a par ailleurs mis en évidence une hétérogénéité concernant la qualité architecturale et paysagère des établissements commerciaux et de leurs abords (qualité des bâtiments, végétalisation, traitement des accès...).

Afin d'améliorer la lisibilité des espaces commerciaux du territoire, la qualité des entrées de territoire, et l'attractivité de l'appareil commercial, le DAC conditionne les implantations commerciales au respect de normes architecturales et paysagères, et donne des orientations pour la mise en œuvre de cet objectif dans les documents d'urbanisme locaux.

P Dans les ZACOM, les documents d'urbanisme locaux définissent des objectifs et des réglementations précises quant au traitement végétal des parcelles (pourcentage de végétalisation des parcelles, traitement des limites (haies), essences utilisées...).

Dans les ZACOM, les documents d'urbanisme locaux définissent les modalités de traitement des voies et espaces publics, notamment relatives au mobilier urbain et à la signalétique, dans l'objectif de valoriser les espaces commerciaux.

Les nouveaux développements commerciaux dans les ZACOM devront apporter une véritable plus-value sur le plan architectural et paysager, par rapport à l'existant. La compatibilité des nouveaux développements avec cette orientation sera notamment évaluée au regard :

- du traitement des façades (palette de couleur, matériaux, position et taille des enseignes...),
- du traitement des limites (hauteur, couleur et composition des clôtures ou haies...),
- de la présence et la composition des espaces verts (essences, nombre de plantations, localisations...), notamment sur les espaces de stationnement. Les surfaces libres de toute occupation devront être prioritairement traitées en espace vert,
- des aménagements permettant de dissimuler et mutualiser les emplacements de stockage des déchets,
- de l'intégration du stockage de matériaux en extérieur, le cas échéant,

Les communes concernées par des ZACOM de périphérie veilleront à travers leurs documents d'urbanisme locaux à traiter la qualité paysagère de ces zones, notamment en évitant la surcharge du paysage visuel par des enseignes et des panneaux publicitaires.

3.4.3. ENERGIE

La France s'est engagée à réduire ses émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) et sa consommation énergétique de 20 % par rapport à 1990 à horizon 2020.

P Dans le cadre des nouveaux développements commerciaux soumis à autorisation CDAC, les demandes d'autorisation devront préciser les moyens mis en œuvre dans le projet d'aménagement commercial pour

contribuer à atteindre cet objectif. L'évaluation de la compatibilité des projets avec cette orientation pourra notamment porter sur :

- l'enveloppe du bâtiment (toiture terrasse végétalisée, isolation...),
- les types d'énergie utilisés ainsi que le rendement des dispositifs de chauffage et refroidissement prévus,
- le système de vitrage (doubles vitrages peu émissifs à privilégier),
- le système de ventilation (qui doit être conçu en lien avec le degré d'occupation des locaux),
- les systèmes d'éclairage prévus (commande de l'éclairage par horloge...)...

m² intègrent un point de collecte des déchets d'emballages en sortie de caisse (conformément à l'article 199 de la loi portant engagement national pour l'environnement). Conformément à l'article L. 541-21-1 du code de l'environnement les nouvelles implantations commerciales dans les ZACOM, intègrent un système de collecte séparée des biodéchets.

3.4.4. GESTION DE LA RESSOURCE EN EAU

Le diagnostic met en évidence la rareté des dispositifs de gestion des eaux pluviales à la parcelle, de récupération des eaux pluviales, et la forte imperméabilisation des espaces extérieurs dédiés notamment au stationnement des véhicules.

P

Afin de répondre à cette problématique de gestion de la ressource en eau, dans le cadre des nouvelles implantations commerciales, la mise en place de solutions visant à réduire l'imperméabilisation des sols, de systèmes permettant d'assurer une rétention des eaux pluviales à la parcelle, et de systèmes de récupération des eaux pluviales permettant notamment l'entretien des espaces extérieurs doit systématiquement être recherchée. La Commission Départementale d'Aménagement Commercial veillera notamment à la mise en œuvre de cette disposition. Il s'agira, pour les porteurs de projets de justifier de la recherche de telles solutions dans le dossier de demande d'autorisation déposé auprès de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial.

20

3.4.5. GESTION DES DECHETS

La maîtrise des impacts générés par les activités de commerce de détail sur l'environnement passe également, par la maîtrise de la production des déchets, et la mise en place de systèmes de collecte adaptés. Il s'agit d'une part de mettre en adéquation les systèmes de collecte des déchets auprès des commerces, avec les dispositifs de tri sélectifs mis en place par la collectivité, et d'autre part de valoriser les déchets fermentescibles.

P

Dans les ZACOM, les documents d'urbanisme locaux veilleront à prévoir des espaces de collecte des déchets adaptés aux modalités de la collecte sélective, en concertation avec l'organisme chargé de cette collecte. Dans les ZACOM, les nouveaux développements commerciaux dont la surface de vente est supérieure à 2 500

ANNEXES

ANNEXE 1 : ANALYSE QUALITATIVE DES POLES COMMERCIAUX

Analyse qualitative des pôles : Pôle périphérique Maintenon / Pierres



Cette zone commerciale est partagée entre les communes de Pierres et Maintenon, en entrée Sud-ouest de Maintenon. Elle s'est développée essentiellement autour de la locomotive Intermarché/Bricomarché de Maintenon. Bricomarché vient d'être transféré sur un terrain mitoyen de 8 000 m².

La partie commerciale située sur la commune de Pierres est imbriquée dans la zone d'activités. Elle est composée pour l'essentiel de garages automobiles et d'un Aldi. Les deux communes sont séparées par la route de Bouglainval, axe très passant, sans véritable connexion.

On rencontre sur cette zone peu d'espace public de qualité ou de cheminements piétons depuis le centres-villes de Maintenon ou Pierres.

Les espaces de stationnement sont importants, très minéraux, laissant peu de place à la végétation



Enjeux :

- Cohérence d'une zone commerciale Pierres / Maintenon
- Accueil de commerces au sein de la zone d'activités de Pierres (perméabilité commerce/industrie)
- Modernisation de l'appareil commercial, traitement de l'espace public et des liaisons douces au sein du pôle et en lien avec les centres-villes
- Avenir de l'ancien Bricomarché

Analyse qualitative des pôles : Centre-ville de Maintenon



Le commerce du centre-ville de Maintenon est resserré autour du centre historique et du château.

La localisation des commerces permet de réaliser à pied une boucle commerciale (place Aristide Briand, rue Colin d'Harleville, place Sadorge, rue Saint-Pierre).

Si les façades et les enseignes sont généralement de qualité (dont une galerie marchande), on constate un manque important d'espaces de convivialité, de bancs, de cheminements piétons. Les trottoirs sont plutôt étroits et le stationnement est omniprésent.

L'attraction touristique liée au château explique la représentation importante des cafés-restaurants sur la place Aristide Briand.

On trouve de nombreuses banques, assurances et agences immobilières (phénomène lié en partie à la proximité de la région parisienne). La localisation de ces activités de services à des emplacements stratégiques (coins de rue, carrefours) ne donnent pas une impression de dynamisme commercial du centre-ville.



Enjeux :

- Place du centre-ville de Maintenon en tant que centre-ville de référence du SCoT. Complémentarité avec les autres centres-villes et complément de l'offre chartraine ?
- Traitement de l'espace public (étude de centre-ville en cours) et rôle principal donné au piéton en lien avec l'activité touristique

Analyse qualitative des pôles : Pôle périphérique Epernon / Hanches



La zone commerciale d'Epernon/Hanches est située sur les deux communes d'Epernon et de Hanches en entrée Sud de la commune d'Epernon.

Cette zone s'est développée autour de la locomotive commerciale Hyper U, sa galerie marchande, Monsieur Bricolage et McDonald's.

Des projets d'agrandissement autour d'un 'retail-park' prévoient la création de 7 000 puis 10 000 m² de surface commerciale. Un pôle automobile se construit également au Nord de la Zone.



La qualité architecturale du bâtiment Hyper-U, la mutualisation du stationnement pour tous les commerces de la partie Hanches, contrastent avec des espaces très minéraux, un manque de végétation et de cheminements piétons depuis le centre-ville d'Epernon (des projets de liaisons douces sont cependant en cours d'étude).

La zone commerciale d'Epernon s'étend le long de la D996 sans véritable connexion avec la partie Hanches (coupure par l'axe très passant de la D28). Des bâtiments de type 'Boîtes à chaussure' avec bardage métallique se sont implantés récemment au coup par coup sans projet d'ensemble.

Cette zone manque nettement de qualité urbaine, de mutualisation des stationnements, d'espaces verts et de cheminements piétons.

Enjeux :

- Cohérence d'ensemble de la zone Epernon/Hanches
- Adaptation du retail-park aux besoins du territoire ? Risques de déséquilibres ?
- Perméabilité zone d'activités / zone commerciale sur la partie Epernon
- Traitement de l'espace public et jalonnement depuis Epernon



Analyse qualitative des pôles : Centre-ville d'Epernon



Le linéaire commercial se situe principalement le long de l'axe principal D4 (rue Bourgeoise, place Aristide Briand, rue Paul Painlevé).

La commune a réalisé des travaux de traitement de l'espace public autour des rues du centre-ville (voirie, trottoirs).

Le linéaire commercial du centre-ville d'Epernon est discontinu, on ne distingue pas de véritable 'hypercentre'. La surreprésentation des banques et agences immobilières, ainsi que la vocation de service de la place centrale contribuent à une image de faible dynamisme commercial de ce centre.

De même, le manque d'espaces de convivialité, la place importante dédiée au stationnement et la taille relativement étroite de certains trottoirs n'incite pas le piéton à fréquenter les commerces du centre-ville.



Enjeux :

- Resserrement du linéaire commercial, favorisation des espaces de convivialité
- Quel rôle à l'échelle du territoire, par rapport à Rambouillet ?

Analyse qualitative des pôles : Gallardon : Centre-ville et périphérie



Le centre-ville de Gallardon est historiquement commerçant, avec une présence importante de commerces de bouche, malgré plusieurs fermetures ces dernières années.

Un effort particulier est dédié au traitement des façades, de l'espace public, des cheminements piétons et du mobilier urbain. La zone piétonne pavée permet d'identifier clairement le centre-ville commerçant (place de l'Eglise, rue Pierre Martin, rue Porte-Mouton...)

Une moyenne surface Petit Casino est relativement excentrée par rapport au linéaire commercial, ce qui l'empêche de jouer un véritable rôle de locomotive commerciale du centre-ville.

La zone périphérique est essentiellement composée d'un supermarché Carrefour Market et d'un Aldi en entrée Nord de Gallardon. Les deux grandes surfaces n'ont pas de connexion entre elles, étant séparées par la D28. L'Aldi s'est construit au sein de la zone d'activités de Gallardon. Les bâtiments sont représentatifs de ce type d'enseignes, les parkings sont plutôt minéraux et laissent peu de place à la végétation.

L'éloignement de cette zone périphérique avec le centre-ville n'est pas compensé par des liaisons douces qui permettraient de relier ces deux espaces commerciaux.

Enjeux :

- Bonne localisation de l'offre commerciale de périphérie, au Nord de Gallardon ?
- Offre commerciale suffisante pour le Sud du territoire



Analyse qualitative des pôles : Centres-villes de Pierres et de Hanches



Pierres

Etant donné sa localisation, le Carrefour Market de Pierres est considéré comme faisant partie du centre-ville. L'offre commerciale du centre est dispersée le long de la D983 (boulangerie, boucherie, pharmacie, bar-tabac, Carrefour Market...). Cet éclatement indique nettement un manque de centralité et une impression de très faible dynamisme commercial.



Hanches

Il est difficile de localiser le centre-ville de Hanches. L'offre commerciale est dispersée, malgré une localisation essentiellement sur la rue de la Barre (D906) : hôtel-restaurant, boulangerie, coiffure, fleuriste, pharmacie... Deux garages occupent une place importante dans ce centre et pourraient être délocalisés dans le pôle automobile construit au Nord de la zone Hyper U.

Un projet de ZAC (logements + commerces) permettra de recentrer le commerce autour de cette zone.

Enjeu :

- Resserrement du linéaire commercial



Analyse qualitative des pôles : Autres communes



L'offre commerciale est très peu développée sur les autres communes du SCoT. Seule la commune de Saint-Piat joue le rôle de pôle de proximité avec la présence de 7 activités commerciales, accentué par son offre de services et la présence d'une gare ferroviaire.



Sur les autres communes, l'offre est souvent inexistante. On note seulement la présence de commerces multiservices et de bar-restaurants dans plusieurs communes (Villiers-le-Morhier, Yermenonville...).

Enfin, la commune de Bailleau-Armenonville accueille un Gamm Vert, isolé en entrée Sud de Gallardon, dans un bâtiment relativement ancien.



Enjeux :

- Renforcement de l'offre commerciale de Saint-Piat
- Création de nouveaux pôles de proximité
- Offre d'hyperproximité pour les communes dépourvues d'équipement commercial ?

ANNEXE 2 : ANALYSE DES POLES CONCURRENTIELS

Eure-et Loire

Pôle de Chartres : Chartres / Luisant / Lucé / Mainvilliers / Barjouville / Champhol / Amilly / Le Coudray

Chiffre d'affaires : 778 M€ CA

5 300 m² autorisés en CDAC depuis 2007

Chartres Centre-ville

Chartres - La Madeleine : Carrefour, But, Kiabi, Leroy Merlin...

Luisant : Leclerc, Lapeyre, Brico-Dépôt...

Lucé : Géant

Mainvilliers : Intermarché, Décathlon

Barjouville : Conforama, King Jouet, Cuisinella, La Halle aux chaussures...

Projets : Transfert du Leclerc de Luisant à Barjouville : 15 000 m² dont 5 000 m² de transfert, en attente
30 000 m² projet refusé de transfert du Géant de Lucé à Amilly

Pôle de Dreux : Dreux / Vernouillet / Cherisy

Chiffre d'affaires : 352 M€

7 800 m² de surface de vente autorisée en CDAC depuis 2007

CORA, Leclerc (Dreux), Hyper U, Conforama, Leroy Merlin (Vernouillet)

Projets : + 1 400 m² extension Hyper U Vernouillet, transfert de Conforama de Vernouillet à Dreux

Pôle d'Auneau

Chiffre d'affaires : 21 M€

Super U, Simply Market

Projet : Bricomarché (1 800 m²)

Yvelines

Pôle de Rambouillet : Rambouillet / Gazeran

Chiffre d'affaires : 260 M€ environ

Autorisations CDAC depuis 2007 : 5 000 m²

Carrefour (Bel Air), Intermarché, Bricorama, La Halle, Centre-ville...

Pôle de Coignières (Coignières / Les Essarts-le-Roi)

Chiffre d'affaires : 280 M€ environ

Autorisations CDAC depuis 2007 : 15 000 m²

Les Halles d'Auchan, Castorama, Décathlon (depuis 2009), Conforama, Electro Dépôt, Lapeyre...

ANNEXE 3 : ZACOM D'EPERNON / HANCHES



ANNEXE 4 : ZACOM DE MAINTENON / PIERRES



— → ← — Principe de voirie de liaison

ANNEXE 5 : ZACOM DE GALLARDON



ANNEXE 6 : CENTRE-VILLE DE GALLARDON



ANNEXE 7 : CENTRE-VILLE DE MAINTENON-PIERRES



ANNEXE 8 : CENTRE-VILLE D'EPERON

