



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL

Conseil du **6 mars 2017**

Délibération n° 2017-1755

commission principale : développement économique, numérique, insertion et emploi

commission (s) consultée (s) pour avis :

commune (s) :

objet : Schéma d'accueil des entreprises - Approbation du schéma directeur d'urbanisme commercial (SDUC) pour la période 2017-2020

service : Direction générale déléguée au développement économique, à l'emploi et aux savoirs - Direction de l'innovation et de l'action économique

Rapporteur : Monsieur le Vice-Président Kimelfeld

Président : Monsieur Gérard Collomb

Nombre de conseillers en exercice au jour de la séance : 165

Date de convocation du Conseil : mardi 14 février 2017

Secrétaire élu : Madame Elsa Michonneau

Affiché le : mercredi 8 mars 2017

Présents : MM. Collomb, Kimelfeld, Mme Vullien, MM. Bret, Da Passano, Mme Guillemot, M. Abadie, Mme Picot, MM. Le Faou, Philip, Galliano, Passi, Mme Dognin-Sauze, MM. Colin, Charles, Brumm, Mme Le Franc, MM. Crimier, Barral, Mmes Frih, Laurent, M. Lung, Mme Vessiller, MM. Vincent, Rousseau, Desbos, Mme Bouzerda, M. Berthilier, Mme Frier, MM. Képénékian, Eymard, Mme Rabatel, MM. Calvel, Barge, Bernard, Rudigoz, Pouzol, Sellès, Mmes Brugnera, Baume, MM. George, Suchet, Mmes Piantoni, Ait-Maten, M. Artigny, Mme Balas, M. Barret, Mmes Basdereff, Beautemps, Berra, MM. Blache, Blachier, Boudot, Boumertit, Bousson, Bravo, Broliquier, Buffet, Mmes Burillon, Burricand, MM. Butin, Cachard, Casola, Chabrier, Charmot, Mme Cochet, MM. Cochet, Cohen, Compan, Mme Corsale, M. Coulon, Mmes Crespy, Croizier, M. Curtelin, Mme David, M. David, Mmes de Lavernée, de Malliard, MM. Denis, Dercamp, Devinaz, Diamantidis, Mmes El Faloussi, Fautra, MM. Forissier, Fromain, Mmes Gailliot, Gandolfi, Gardon-Chemain, MM. Gascon, Geourjon, Germain, Mme Ghemri, MM. Gillet, Girard, Mme Glatard, MM. Gomez, Gouverneyre, Grivel, Guillard, Hamelin, Havard, Hémon, Mme Hobert, MM. Huguet, Jacquet, Mme Jannot, MM. Jeandin, Lavache, Lebuhotel, Mmes Lecerf, Leclerc, MM. Longueval, Martin, Mmes Maurice, Michonneau, Millet, MM. Millet, Moreton, Moroge, Mme Nachury, M. Odo, Mmes Panassier, Peillon, M. Petit, Mmes Peytavin, Picard, M. Piegay, Mme Pietka, M. Pillon, Mmes Poulain, Pouzergue, MM. Quiniou, Rabehi, Mme Reveyrand, MM. Roche, Roustan, Mme Runel, M. Sannino, Mme Sarselli, M. Sécheresse, Mme Servien, M. Sturla, Mme Tifra, MM. Uhlich, Vaganay, Mme Varenne, MM. Vergiat, Veron, Vial, Vincendet.

Absents excusés : M. Claisse, Mme Cardona (pouvoir à M. Vergiat), M. Vesco (pouvoir à M. Bernard), Mme Belaziz (pouvoir à Mme Le Franc), MM. Aggoun, Fenech (pouvoir à M. Blache), Genin (pouvoir à Mme Pietka), Mme Geoffroy (pouvoir à Mme Lecerf), M. Guimet (pouvoir à M. Grivel), Mme Iehl (pouvoir à Mme Vessiller), MM. Kabalo (pouvoir à M. Chabrier), Rantonnet (pouvoir à M. Barret).

Absents non excusés : M. Gachet, Mme Perrin-Gilbert.

Conseil du 6 mars 2017**Délibération n° 2017-1755**

commission principale : développement économique, numérique, insertion et emploi

objet : **Schéma d'accueil des entreprises - Approbation du schéma directeur d'urbanisme commercial (SDUC) pour la période 2017-2020**

service : Direction générale déléguée au développement économique, à l'emploi et aux savoirs - Direction de l'innovation et de l'action économique

Le Conseil,

Vu le rapport du 9 février 2017, par lequel monsieur le Président expose ce qui suit :

I - Le schéma directeur d'urbanisme commercial (SDUC)

Depuis 2009, la Communauté urbaine de Lyon s'est dotée d'un schéma d'accueil des entreprises (SAE) destiné à réguler le marché foncier et immobilier, afin de renforcer le caractère sécurisant et attractif de l'agglomération. Cette démarche d'anticipation, de programmation et de gestion contribue à la lisibilité de l'offre économique de la Métropole : elle permet d'identifier des territoires et sites stratégiques, de prévoir des réponses foncières et/ou immobilières adaptées aux besoins des entreprises et de hiérarchiser les projets privés ou publics dans le temps et dans l'espace.

Ce schéma est décliné ensuite en plusieurs thématiques, afin de s'adapter aux enjeux spécifiques de chacune : tertiaire, zones d'activités, hébergement touristique, commerce, développement universitaire.

Le schéma directeur d'urbanisme commercial (SDUC) constitue donc le volet "commerce" du schéma d'accueil des entreprises de la Métropole.

Le SDUC est un document de référence volontariste, non opposable juridiquement, qui fixe les grandes orientations de politique d'urbanisme commercial sur le territoire de la Métropole. Il cherche, notamment, à organiser et dimensionner l'appareil commercial de la Métropole lyonnaise en accompagnant le développement urbain et économique du territoire. Il s'inscrit en complémentarité d'autres outils en faveur du commerce métropolitain, mis en œuvre dans le cadre d'un partenariat historique avec la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) et la Chambre des métiers et de l'artisanat : actions de promotion territoriale et de communication, actions de dynamisation, outils d'observation et de management territorial.

Il est le résultat d'une réflexion engagée dès 1978 par la Communauté urbaine de Lyon qui a abouti à l'élaboration du 1er SDUC en 1994. Ce document stratégique a été révisé, en partenariat avec les chambres consulaires et le Conseil général du Rhône, à 2 reprises, successivement en 2004 et 2009.

L'élaboration du SDUC 2017-2020 a été menée dans le cadre d'un partenariat étroit entre la Chambre de commerce et d'industrie métropolitaine Lyon Métropole - Saint-Etienne Roanne, la Chambre de métiers et de l'artisanat du Rhône et le Syndicat mixte d'études et de programmation de l'agglomération lyonnaise (SEPAL) en charge du schéma de cohérence territoriale (SCOT), qui seront signataires du document après son adoption. La démarche de révision a fait l'objet d'une large concertation, en 3 temps auprès des Communes (printemps 2015, hiver 2015-2016, printemps 2016), aussi bien collectivement qu'individuellement, mais également en 2 temps auprès des acteurs du commerce.

Les orientations du SDUC ont vocation à aider à la décision dans le cadre de l'instruction des projets soumis à autorisation d'exploitation commerciale préalable en Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC), et à servir de cadre aux négociations avec les opérateurs commerciaux, quant au dimensionnement, à la programmation ou au calendrier de leurs projets.

En parallèle, le SDUC contribue aux réflexions en matière de programmation commerciale, dans le cadre de la définition des stratégies et opérations d'aménagement urbain et sert de support à la révision générale et aux modifications successives du plan local d'urbanisme et de l'habitat (PLU-H).

Il permet aux chambres consulaires de prioriser leurs actions en faveur de leurs ressortissants tout en guidant les investissements privés (enseignes, groupes de distribution, promoteurs, investisseurs, etc.) en matière d'immobilier commercial.

II - Le contexte et les enjeux de la révision du SDUC

L'offre de commerces et de services représente 15 549 établissements en 2014, en croissance de 1,7 % depuis 2006. Parmi ceux-ci, l'offre de proximité représente 6 300 activités, en croissance de 4 % depuis 2006.

L'offre commerciale proprement dite représente 753 grandes et moyennes surfaces et 7 338 "petits" commerces, pour un chiffre d'affaires total de 7,174 milliards d'euros.

La révision du SDUC a été lancée en septembre 2014, afin de définir un nouveau cadre stratégique dans un contexte en forte mutation, marqué par :

- des dynamiques macro-économiques moins favorables que dans les précédents SDUC (tassement de la consommation des ménages, montée en puissance de nouveaux modes de consommation),
- un paysage commercial en mutation permanente (nouvelles formes de ventes et concepts : Internet, drives, supermarchés urbains, livraisons, concepts mobiles ; recul de certains formats/ acteurs traditionnels : hypermarchés, produits culturels),
- un contexte institutionnel et réglementaire local porteur de changements (constitution du pôle métropolitain, création de la Métropole, révision générale du PLU-H, modification du SCOT).

1° - L'état des lieux du commerce métropolitain

L'état des lieux fait ressortir les points suivants.

134 000 mètres carrés de surfaces de vente supplémentaires en moyennes et grandes surfaces ont été ouverts entre 2006 et 2014 et 104 000 mètres carrés ont été autorisés par la commission départementale d'aménagement commercial entre 2009 et 2014. Les objectifs du précédent SDUC, qui fixaient le plafond à 140 000 mètres carrés de surfaces de vente nouvelles, ont ainsi été respectés.

Le commerce traditionnel se stabilise sur le territoire alors que les services et cafés/restaurants augmentent fortement. L'offre de proximité est en augmentation, notamment sur les communes périphériques de la Métropole, ce qui permet de mieux mailler le territoire, au plus proche des lieux de vie de la population.

Les territoires de 1^{ère} et 2[°] couronnes ont vu leur offre commerciale se développer, notamment sur les besoins courants. Néanmoins, certaines lacunes commerciales subsistent à l'échelle de plusieurs bassins de vie sur certains secteurs d'activités ciblés.

Le commerce traditionnel et les marchés maintiennent des bons niveaux d'attractivité vis-à-vis du consommateur local.

Par comparaison avec les autres grandes agglomérations françaises, la densité commerciale est plutôt forte en petits commerces (56 établissements pour 1 000 habitants). La densité commerciale de moyennes et grandes surfaces apparaît plus faible (715 mètres carrés/1 000 habitants) que sur d'autres métropoles régionales, en raison de la plus forte densité démographique du territoire. Néanmoins, l'agglomération lyonnaise bénéficie d'une offre très diversifiée et accueillie, notamment, la quasi-totalité des grands acteurs commerciaux. Elle se distingue des autres métropoles régionales par son hypercentre dense et diversifié, ses centres commerciaux urbains très influents et attractifs, et les rendements moyens (chiffre d'affaires/mètre carré) élevés des acteurs commerciaux qui favorisent leur pérennité économique.

Le territoire de l'agglomération reste très attractif : le chiffre d'affaires du commerce (7,2 milliards d'euros en 2011) est supérieur au potentiel de consommation des Grands Lyonnais (7 milliards d'euros en 2011), ce qui témoigne d'un rayonnement vis-à-vis des territoires limitrophes mais aussi que les habitants de la Métropole consomment très majoritairement au sein du territoire. Le bassin de consommation de l'agglomération dépasse largement les frontières de la Métropole et s'étend sur 2 millions d'habitants. Toutefois, cette attractivité tend à reculer légèrement sous l'effet du renforcement commercial des polarités extérieures sur les besoins réguliers (agglomération de Villefranche sur Saône, L'Arbresle, Saint Bonnet de Mure, agglomération viennoise, Côtière de l'Ain, agglomération pontoise), et de l'essor du e-commerce.

Si la plupart des centralités commerciales s'avèrent attractives en termes d'offre commerciale et d'environnement urbain, des difficultés perdurent sur des communes aux populations fragiles. Par ailleurs, plusieurs sites commerciaux périphériques connaissent un vieillissement de leurs équipements commerciaux et de leur environnement.

2° - Les enjeux du SDUC 2017-2020

Face à ces constats, les orientations du SDUC doivent répondre à 4 enjeux complémentaires :

- maintenir, dynamiser, mailler voire densifier les activités de proximité, qui constituent l'armature commerciale de base à même de répondre aux besoins de première nécessité des habitants, mais aussi de participer de l'animation urbaine et villageoise, de l'attractivité résidentielle des territoires, de la cohésion sociale et de la qualité de vie des habitants,
- améliorer la couverture des besoins sur les bassins de vie, accompagner la croissance démographique des territoires,
- préserver les fonciers stratégiques, intégrer les équipements commerciaux à leur environnement, moderniser et optimiser les sites commerciaux,
- conforter le rayonnement de la Métropole à l'échelle régionale et son positionnement vis-à-vis des autres métropoles françaises et européennes.

III - Le socle stratégique proposé pour le SDUC 2017-2020

En réponse à ces enjeux, il est proposé que le SDUC s'articule autour des 3 axes suivants, qui constituent son socle stratégique :

- Axe 1 - Pour des fonctions commerciales créatrices d'urbanité : promouvoir les fonctions commerciales comme leviers de dynamisation et de qualification du territoire, tout en veillant à leur complémentarité avec les autres fonctions urbaines et économiques.
- Axe 2 - Pour une meilleure autonomie des bassins de vie : répondre aux enjeux d'amélioration de la réponse commerciale aux besoins des habitants et d'animation et d'attractivité des communes, en ajustant l'armature commerciale.
- Axe 3 - Pour une Métropole attractive et innovante : afin d'accompagner les ambitions d'attractivité touristique et économique de la Métropole, il s'agit de poursuivre l'inscription de l'agglomération comme territoire d'accueil de projets commerciaux à forte valeur ajoutée, de conforter, voire renforcer le rôle des sites commerciaux d'envergure régionale (Presqu'île/Confluence, Part-Dieu), et de valoriser les métiers, les savoir-faire et les spécificités locales.

D'un point de vue quantitatif, le potentiel de consommation des ménages de l'agglomération est estimé à 8,3 milliards d'euros en 2020 contre 7,3 milliards d'euros en 2015.

Traduit en offre nouvelle, ce potentiel représente un renforcement de l'armature commerciale de la Métropole compris dans une fourchette de 50 000 à 80 000 mètres carrés de grandes et moyennes surfaces nouvelles.

Toutefois, plusieurs projets commerciaux ont d'ores et déjà été programmés sur cette période (près de 35 000 mètres carrés de surfaces de vente nouvelles) et vont venir "consommer" une partie de ce potentiel économique supplémentaire.

1° - Les déclinaisons transversales du socle stratégique

A l'échelle de l'ensemble de l'agglomération, la mise en œuvre des axes stratégiques s'appuie sur les principes suivants :

- localisation préférentielle des implantations : de manière générale, les centralités constituent les lieux d'atterrissage privilégiés des projets, les implantations hors centralités étant conditionnées à certains critères (activités alimentaires et commerces de proximité exclus, surface de vente importantes, contraintes d'accessibilité, nuisances et flux générés, etc.). Ces centralités correspondent à des périmètres de concentration de fonctions territoriales mixtes (logements, commerces, équipements publics, bureaux), bénéficiant de conditions d'accessibilité diversifiées (automobile, transports en commun, modes doux). En corollaire, les développements commerciaux d'opportunité (entrées de ville, zones d'activités, nœuds routiers) sont à maîtriser,

- modèles de développement : au sein du tissu urbain, il s'agit de favoriser une polarisation des commerces au sein de secteurs urbains denses et mixtes, gage de synergies entre activités et de lisibilité de l'offre. Hors centralités, il convient de privilégier des implantations commerciales par optimisation, densification et renouvellement des enveloppes commerciales et urbaines existantes et à travers des équipements commerciaux compacts et innovants,

- exigence qualitative : les nouveaux équipements devront être qualitatifs et intégrés à leur environnement urbain et paysager. Par ailleurs, il s'agira d'encourager une modernisation des équipements commerciaux existants au profit d'une meilleure intégration urbaine et d'une amélioration et diversification de leurs modes d'accès.

2° - Les déclinaisons territoriales du socle stratégique

La déclinaison territoriale du schéma s'appuie sur 4 logiques différenciées d'évolution des polarités commerciales :

- confortement des centralités de proximité et centre-bourgs : logique de maintien, dynamisation voire développement de l'offre commerciale sur des fonctions équivalentes à l'existant répondant à des besoins courants (exemples : Feyzin, Dardilly, Corbas, Quincieux, Villeurbanne Grandclément, Jonage, Marcy l'Etoile, Grigny, Ecully, Lyon Montchat, etc.),

- développement diversifié des principaux centres-villes : logique de développement sur des secteurs d'activités multiples répondant à des besoins courants et occasionnels, à travers une offre mixte de commerces traditionnels et de moyennes et grandes surfaces généralistes et spécialisées (exemples : Oullins, Caluire et Cuire, Villeurbanne Gratte-Ciel, Meyzieu, Vénissieux, Neuville sur Saône, Bron, Craponne, Lyon Monplaisir, etc.),

- diversification ciblée de certains sites périphériques sur les territoires à enjeux : renouvellement ou développement modéré, par renforcement de certaines catégories de produits peu ou pas présentes à l'échelle du bassin de vie dans une logique d'amélioration de la couverture des besoins et en complémentarité avec les centres-villes proches (Meyzieu "Peyssillieu", Carré de Soie, Caluire 2, Rillieux la Pape "De Gaulle", Saint Genis Laval "Barolles", Genay, Vénissieux "Grand Parilly", Bron Pinel"),

- renouvellement de sites périphériques : priorité à restructurer et requalifier les polarités marquées par une diversité commerciale satisfaisante mais un phénomène de vieillissement des équipements commerciaux et/ou de disqualification de leur environnement, induisant une logique de stabilisation quantitative des polarités et de modernisation/restructuration des concepts marchands existants (Porte des Alpes/RD306 est, Porte de Lyon/RD306 ouest - Perollier, Caluire et Cuire "montée des Soldats", Rillieux la Pape "Champ du Roy", Vaulx en Velin "7 Chemins", Craponne "Entrée est", Francheville - Sainte Foy lès Lyon "Taffignon").

3° - Mise en œuvre opérationnelle des orientations du SDUC

Afin de transformer de manière opérationnelle ces orientations, l'action des partenaires du SDUC sera orientée autour des sujets suivants :

- accompagnement des territoires par la Métropole et ses partenaires consulaires (CCI, Chambre de métiers et de l'artisanat), sur le maintien et le développement du commerce de proximité,
- animation et gestion de centres-villes, à travers le soutien au management de centre-ville,
- appui technique à la programmation commerciale des sites de projets urbains (zone d'aménagement concerté (ZAC), projet urbain partenarial (PUP), etc.),
- promotion du territoire métropolitain et des opportunités d'implantation auprès des investisseurs et porteurs de projets,
- accueil et orientation des opérateurs commerciaux (localisation, dimensionnement, programmation des projets), en cohérence avec les objectifs du SDUC,
- instruction partenariale des demandes d'autorisations d'exploitation commerciale, en amont des CDAC,
- animation du comité partenarial de suivi du SDUC, destiné à suivre l'actualité du commerce métropolitain et à débattre des évolutions commerciales futures,
- évaluation par le biais d'un observatoire annuel de l'activité et du développement commercial.

Par ailleurs, le PLU-H constituera le levier réglementaire principal de régulation et d'orientation territoriale du développement commercial à travers les outils existants (polarités commerciales, linéaires commerciaux et artisanaux, linéaires toutes activités, zonages dédiés commerce) reconduits et mis à jour.

Les déclinaisons opérationnelles feront l'objet de délibérations successives faisant application du schéma directeur d'urbanisme commercial, qu'il est proposé au Conseil d'approuver pour la période 2017-2020 ;

Vu ledit dossier ;

Oùï l'avis de sa commission développement économique, numérique, insertion et emploi ;

DELIBERE

1° - Approuve le schéma directeur d'urbanisme commercial (SDUC) et les orientations stratégiques qu'il présente pour la période 2017-2020.

2° - Autorise monsieur le Président à prendre toute mesure nécessaire à l'exécution de la présente délibération.

Et ont signé les membres présents,
pour extrait conforme.

Reçu au contrôle de légalité le : 8 mars 2017.