



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE DE ROUEN



SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DE L'AGGLOMERATION ROUEN-ELBEUF 2005 – 2010

Version validée par le Comité de suivi du 30 Novembre 2006



Sommaire

I. Objectifs

1. Une analyse partagée du fonctionnement commercial
2. La recherche de cohérence entre urbanisme et commerce
3. La définition d'un projet clair vis-à-vis des investisseurs et répondant aux besoins des consommateurs
4. Durée d'application

II. Diagnostic

1. L'offre commerciale
2. Les équilibres géographiques
3. La consommation
4. L'emploi
5. Les enjeux

III. Orientations et préconisations

1. Maintenir une structuration équilibrée entre les 3 pôles majeurs
 - *Maîtrise du développement des deux pôles majeurs de périphérie*
 - *Affirmation du pôle majeur du centre-ville de Rouen dans une double logique d'élargissement et d'accompagnement*
 - *Non-création d'un 4^{ème} pôle majeur*
2. Conforter le maillage des centres-villes et des pôles de proximité
 - *La redynamisation d'Elbeuf est prioritaire*
 - *La diversification de l'offre des centres-villes et des pôles de proximité*
 - *Réduire progressivement les surfaces isolées*
3. Pas d'évolution majeure de l'offre
 - *Privilégier une évolution qualitative du commerce de périphérie*
 - *Les grandes et moyennes surfaces généralistes*
 - *Les grandes et moyennes surfaces spécialisées*
 - *Diversification de l'offre dans les secteurs sous-représentés*

IV. Analyse spatiale

1. Rouen
2. Secteur d'Elbeuf
3. Rive Gauche
4. Plateau Est
5. Aubette-Robec
6. Plateau Nord
7. Vallée du Cailly

V. Mise en œuvre, suivi et accompagnement

1. Modalités de mise en œuvre
2. Outils de suivi
3. Mesures d'accompagnement

VI. Conclusion

Annexes

I. Objectifs

Le Schéma de Développement Commercial est le fruit d'une réflexion collective et de débats sur l'organisation et les développements commerciaux, partagés par les partenaires réunis au sein d'un Comité de Suivi :

- Syndicat Mixte pour le SCOT de l'agglomération Rouen-Elbeuf
- Chambres de Commerce et d'Industrie de Rouen et d'Elbeuf
- Communautés d'agglomérations de Rouen et d'Elbeuf, Boucle de Seine
- Villes de Rouen et d'Elbeuf
- Etat, représenté par la DDE, la DDCCRF et la DRCA
- Chambre des Métiers
- Associations de Consommateurs (Familles de France, UFC Que Choisir, Confédération Syndicale des Familles, CGT INDECOSA)
- Centre de Gestion Agréé

ainsi que les territoires voisins de l'agglomération Rouen-Elbeuf, représentés par les Communautés de Communes Seine-Eure et Caux-Austreberthe et la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Eure.

L'objectif est de **développer une logique de prise de décisions cohérente dans le domaine du développement commercial**. Le diagnostic n'a pas intégré, dans l'étude, les secteurs Café-Hôtellerie-Restauration, Auto-Moto et les cinémas. Cependant, la cohérence avec les orientations définies pour les autres secteurs sera recherchée. Par ailleurs, une étude complémentaire sur ces secteurs sera réalisée ultérieurement et établira des orientations spécifiques.

La prise de décisions cohérentes dans le domaine du développement commercial repose sur trois idées forces :

1. Une analyse partagée du fonctionnement commercial

Elle s'appuie sur un **diagnostic partagé** dont les conclusions sont rappelées dans le présent document. Elle passe aussi par la mise en place d'un **observatoire permanent**, outil résultant du schéma de développement commercial qui vise à mettre à jour en permanence le diagnostic et le faire vivre.

L'analyse du fonctionnement commercial se discute enfin dans le cadre d'un **lieu de débat partenarial**. Issue du Comité de Suivi ayant élaboré le Schéma, cette instance partenariale s'appuie sur l'observatoire permanent dont elle engage et valide les travaux. Elle est aussi un lieu de concertation sur les projets de développement commercial qui garantit la cohérence des décisions, y compris bien en amont des Commissions Départementales d'Équipement Commercial.

2. La recherche de cohérence entre urbanisme et commerce

Parce que le commerce est un élément fort de la vie de la cité, tant d'un point de vue social qu'économique, il trouve logiquement sa place dans le projet urbain de l'agglomération Rouen-Elbeuf que traduit le SCOT pour les 15 ans à venir. La loi « Solidarité et Renouvellement Urbains » du 13 décembre 2000 précise que les autorisations relevant de la commission départementale d'équipement commercial doivent être compatibles avec le SCOT.

Ainsi, le Schéma de Développement Commercial décline les orientations du SCOT approuvé le 2 février 2001 d'une part, et les enjeux du Schéma Départemental de Développement Commercial approuvé le 18 mai 2004, d'autre part. Il a vocation à faire l'objet d'une modification du SCOT (selon la loi Urbanisme et Habitat) et à intégrer le schéma départemental. Il se réfère aux études du diagnostic (Cf. Partie Diagnostic).

Les orientations du SCOT (en rouge) et du Schéma Départemental (en bleu)

Rééquilibrage entre centres-villes et pôles commerciaux
<p>Renforcer les fonctions fondamentales des centres-villes et centres-bourgs de l'agglomération. Veiller à l'équilibre des fonctions ludiques entre les centres-villes de l'agglomération et la périphérie. Conforter le maillage commercial du Département à partir des pôles commerciaux existants, des centres de pays et d'agglomérations. Maîtriser le développement des grands pôles commerciaux régionaux et périphériques.</p>
Renforcement et maintien de l'armature de proximité
<p>Maintenir un maillage de proximité afin de préserver la vie sociale des quartiers et limiter les déplacements en voiture. Assurer et renforcer une armature de proximité commerciale et de services dans les communes moyennes, péri-urbaines ou rurales, ainsi que dans les quartiers.</p>
Gestion rationnelle et économe de l'espace
<p>Contribuer à la gestion rationnelle de l'espace en favorisant la rénovation des sites existants ainsi que le reconversion des friches commerciales. Déterminer les emplacements préférentiels d'implantation d'équipements commerciaux d'agglomération qui permettent de répondre à une logique de besoin et non à une logique d'opportunité foncière. L'implantation des unités commerciales de taille moyenne doit se faire de préférence à proximité des transports en commun.</p>
Recherche de cohérences
<p>En cohérence avec la logique de polarisation du développement urbain au sein de l'agglomération, déterminer des zones de développement des équipements commerciaux et des zones de non-développement. Coordonner le développement commercial des pays et agglomérations avec ceux des territoires limitrophes, plus spécifiquement en termes de développement des pôles commerciaux et en regard du maintien du commerce de proximité.</p>
Travail sur le contenu et la qualité de l'offre commerciale
<p>Veiller à la qualité des espaces commerciaux et à leur meilleure intégration dans le tissu urbain avec des mesures paysagères, notamment sur les entrées de ville. Rechercher une complémentarité du développement commercial avec les développements des secteurs de la culture, du tourisme et des loisirs. Renforcer le niveau et la qualité de l'offre du commerce et des services, en veillant aux conditions d'équilibre entre les différentes formes de distribution et groupes économiques.</p>
Adaptation / anticipation des évolutions commerciales
<p>Tenir compte des évolutions démographiques. Anticiper les développements commerciaux consécutifs à la réalisation d'infrastructures. S'adapter à l'évolution de la consommation et à l'apparition de nouvelles formes de produits. Accompagner le commerce traditionnel dans ses nécessaires mutations en raison des évolutions technologiques, des modes de distribution, de la consommation et du développement économique.</p>

Il s'agit en premier lieu de résoudre l'équation difficile entre le renforcement des centres-villes et les périphéries. Le Schéma de Développement Commercial se place ainsi dans une vision large, sur un territoire élargi, sans perdre de vue que le commerce s'inscrit avant tout dans la proximité. **L'équilibre centre/périphérie s'apprécie d'ailleurs lui-même à différentes échelles¹.**

¹ Ainsi, selon Roger Brunet, dans **les Mots de la Géographie**, dictionnaire critique, un centre est une agglomération de taille quelconque rendant des services à un espace environnant. Ce centre même a son ou ses centres à une autre échelle. De même, les périphéries ont leurs propres centres, et des périphéries encore plus périphériques. Il existe aussi des périphéries qui jouxtent directement le centre, profitant des certaines retombées et des périphéries plus lointaines.

Dans le cadre du schéma de développement commercial, on relève **plusieurs échelles d'analyses centre / périphérie** dont :

→ **à l'échelle communale :**

- le centre ville sera considéré comme le centre qui rassemble le tissu traditionnel commercial,
- la périphérie sera alors entendue comme l'espace déconnecté de ce tissu, formant une autre polarité.

→ **au sein de l'agglomération Rouen-Elbeuf :**

- le centre correspond aux espaces urbains centraux qui entourent directement le noyau de cette centralité que sont Rouen et Elbeuf,
- la périphérie comprend les espaces au-delà de ces espaces centraux.

→ **à l'échelle de l'agglomération Rouen-Elbeuf :**

- le centre sera considéré comme l'agglomération Rouen-Elbeuf dans sa globalité, entendu comme une aire urbaine,
- la périphérie concernera les espaces entourant l'agglomération Rouen-Elbeuf, comme par exemple, Barentin et Louviers / Val-de-Reuil.

Au-delà de l'approche spatiale, une réflexion est menée sur les besoins nouveaux ou relevant d'une évolution dans l'agglomération afin de répondre aux attentes des consommateurs. Il s'agit bien comme le mentionne explicitement le SCOT de « **répondre à une logique de besoin, dans un souci des équilibres spatiaux, et non à une logique d'opportunité foncière** ».

Dans cette perspective, le Schéma de Développement Commercial définit un schéma de l'armature commerciale de l'agglomération Rouen-Elbeuf et détermine des orientations spatialisées. Il s'appuie sur une analyse collective de la compatibilité des décisions commerciales par rapport au SCOT. Elle est ensuite portée par les élus et l'Etat au niveau de la commission départementale d'équipement commercial.

3. La définition d'un projet clair vis-à-vis des investisseurs et répondant aux besoins des consommateurs

Le Schéma de Développement Commercial définit des orientations et des préconisations claires. C'est un document de référence qui donne aux investisseurs une vision claire du projet des acteurs locaux sur le développement commercial.

Il s'appuie sur **une analyse collective des demandes d'autorisations commerciales**, y compris en amont de leur dépôt devant la Commission Départementale d'Equipement Commercial, de façon à **permettre une réelle concertation partenariale et le cas échéant des discussions ou négociations avec les demandeurs**.

Il prévoit également un programme d'actions et des outils d'accompagnement nécessaires à la mise en place des orientations et préconisations.

4. Durée d'application

Le Schéma de Développement Commercial est établi pour une **durée de 5 ans**. Il s'inscrit dans une vision évolutive de l'activité commerciale, des hommes et des territoires, dans le souci du respect de la liberté d'entreprendre et de la cohérence avec les projets des élus sur le territoire des communes et des groupements intercommunaux. Il fera l'objet d'une évaluation chaque année sur la base de l'observatoire permanent qui l'accompagne, et devra être révisé avant 5 ans en cas de changement important de la donne commerciale dans l'agglomération de Rouen-Elbeuf. A titre d'exemple, l'apparition de friches commerciales nombreuses, de déséquilibres commerciaux majeurs... pourraient conduire à une reprise du contenu du schéma.

5. Territoire concerné par l'application du SDC

Le Schéma de Développement Commercial s'applique sur le territoire de l'agglomération Rouen-Elbeuf correspondant au périmètre du SCOT et de la Communauté de Communes Caux-Austreberthe qui en est signataire.

Une cohérence est recherchée avec les territoires voisins dont les développements interagissent avec ceux du territoire concerné par le Schéma de Développement Commercial.

II. Diagnostic

Le diagnostic² s'appuie sur plusieurs études réalisées en 2003 et 2004 sous maîtrise d'ouvrage des Chambres de Commerce et d'Industrie de Rouen et d'Elbeuf et du Syndicat Mixte pour le SCOT :

- Etude de l'offre commerciale, réalisée sur la base de relevés de terrain et d'une enquête auprès de 1 650 commerçants ;
- Etude de la consommation et des comportements d'achat, réalisée sur la base d'une enquête téléphonique auprès de 1 500 ménages ;
- Analyse socio-démographique de la zone d'emploi de Rouen ;
- Recensement des marchés de plein air sur la base d'une enquête communale ;
- Recensement de l'offre commerciale des communes de la zone d'emploi de Rouen ;
- Suivi des dossiers soumis à la CDEC ;
- Analyse prospective des modes de consommation et de distribution, des projets urbains, de développement et d'infrastructure, de la démographie.

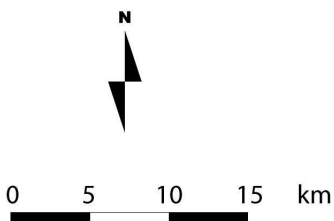
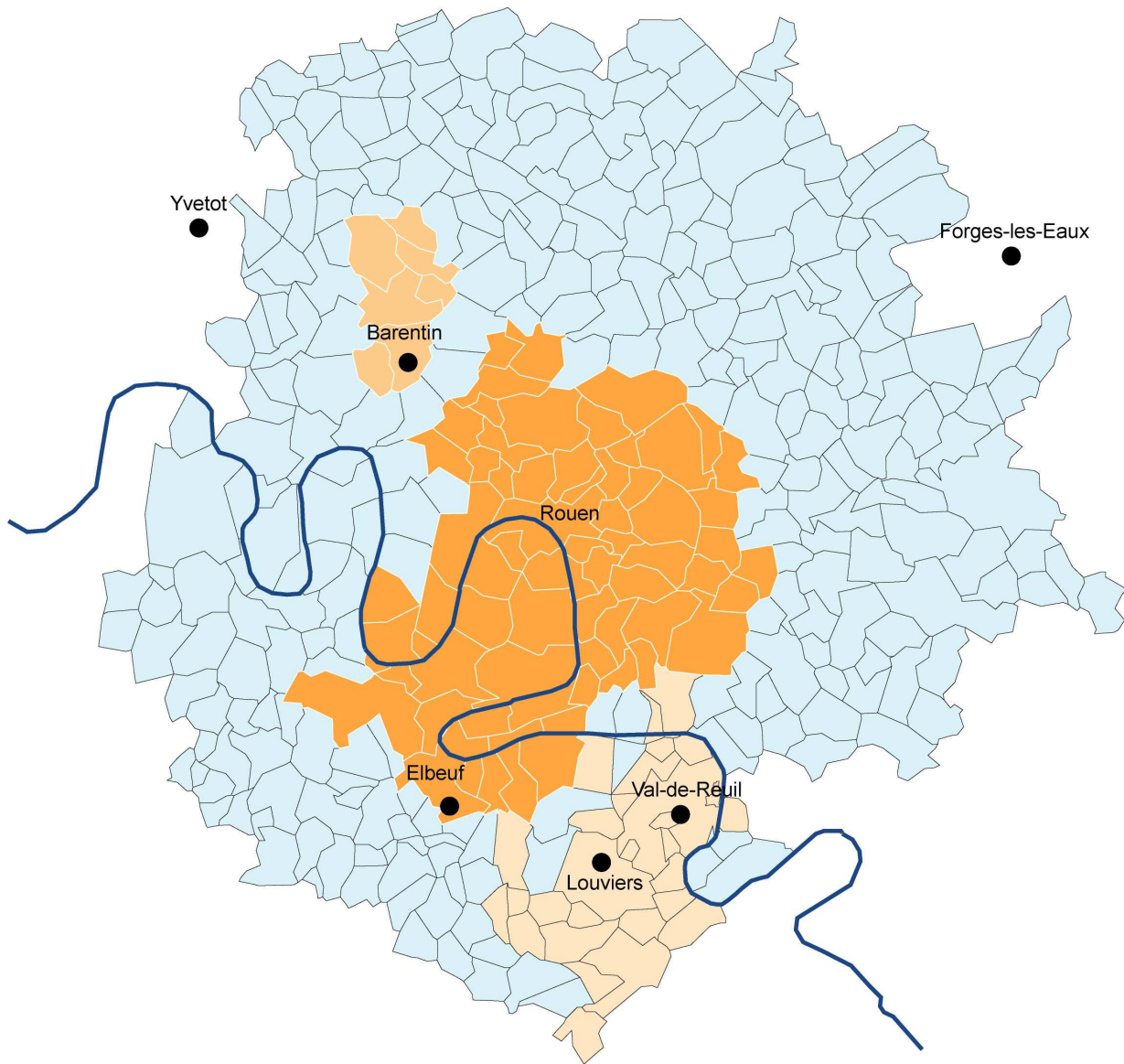
Les logiques commerciales et de consommation ne se calant pas sur les limites administratives, ces analyses ont pour partie été réalisées à l'échelle de la zone d'emploi de Rouen, définie par l'INSEE comme « *l'espace à l'intérieur duquel les habitants trouvent un emploi, et les entreprises la main d'œuvre dont elles ont besoin* ». La zone d'emploi de Rouen compte 374 communes.





L'aire de Rouen-Elbeuf telle qu'elle est évoquée dans ce schéma de développement commercial regroupe les 69 communes du SCOT³, territoire central de la zone d'emploi, et les Communautés de Communes Seine-Eure (Louviers / Val-de-Reuil) et Caux-Austreberthe (Barentin / Pavilly).

² Le diagnostic constitue une annexe à ce document, communicable sur demande.

³ Périmètre du SCOT en 2005

Les périmètres d'étude



-  Zone d'emploi de Rouen
-  Syndicat mixte pour le SCOT de Rouen-Elbeuf
-  Communauté de communes Caux-Austreberthe
-  Communauté d'Agglomération Seine Eure

1. L'offre commerciale

Avec 4 400 commerces, 60 marchés de plein air et 805 000m² de plancher commercial⁴, les commerces sont quantitativement bien représentés dans l'aire de Rouen-Elbeuf.

D'un point de vue quantitatif, l'offre actuelle est globalement suffisante, ce qu'expriment différents paramètres.

L'évasion commerciale est faible : seuls 10% du potentiel de consommation sont dépensés hors de la zone d'emploi de Rouen. Il s'agit d'une évasion que l'on peut qualifier d'incompressible, qui traduit le fait que l'ensemble des besoins actuels de la zone d'emploi sont très bien couverts par l'offre en présence. **Il n'existe de carence importante dans aucun des secteurs d'activités en ce qui concerne les concepts actuels.**

L'emprise des formes de distribution traduit le rapport de la population à la structure de l'offre. Ainsi, 23% des dépenses des ménages sont effectuées dans des commerces de moins de 300m² contre 71% en grandes surfaces. La consommation des ménages s'effectue ici de façon comparable à d'autres agglomérations de taille similaire.

Les densités commerciales sont étudiées pour les grandes et moyennes surfaces de vente. La densité du commerce alimentaire est sensiblement plus élevée que la moyenne nationale : 322m² pour 1 000 habitants dans l'aire de Rouen-Elbeuf, contre 279m² en moyenne nationale⁵. Elle est marquée par une **surreprésentation des hypermarchés et une très forte présence des discompteurs.**

Dans les secteurs non-alimentaires, l'aire de Rouen-Elbeuf présente un taux d'équipement se situant dans la moyenne (540m² pour 1 000 habitants contre 560m² en moyenne nationale⁶). Cette situation masque cependant **d'importantes disparités** : certains secteurs sont surreprésentés, alors que d'autres sont moins représentés qu'en moyenne nationale :

- **Le bricolage, le jardinage et le textile sont fortement représentés.**
- **L'équipement de la maison se caractérise par la faible représentation d'enseignes nationales contemporaines.**
- Pour les loisirs, on note **une faible présence des grandes surfaces dans le domaine de la culture**, aujourd'hui implantées sur des surfaces limitées en centre-ville où elles jouent un rôle de locomotive intéressant. Par ailleurs, le **sport est représenté par des magasins de taille moyenne**, par opposition à des concepts de type « parc de la forme » qui, dans d'autres agglomérations, gonflent les densités commerciales.

D'un point de vue qualitatif, en revanche, les enjeux sont forts :

- Aujourd'hui, un déficit qualitatif est mis en évidence sur plusieurs pôles de périphérie. Il s'agit en particulier de Barentin, Saint-Etienne-du-Rouvray et Grand-Quevilly. Ces pôles sont vieillissants, mal structurés et manquent de lisibilité.
- De nombreux centres-villes et pôles de proximité sont en proie à des difficultés.
- Le renouvellement du commerce traditionnel reste incertain pour les années à venir compte tenu de l'âge des commerçants (18% des commerçants traditionnels ont plus de 55 ans) et du nombre important de projets de transmissions. Ainsi, dans l'aire de Rouen-Elbeuf, 37% des commerçants enquêtés exerçant dans des surfaces inférieures à 300m² ont déclaré envisager de transmettre leur commerce dans les 5 prochaines années.

⁴ N'ont pas été pris en compte dans l'étude, les secteurs auto-moto, café-hôtellerie-restauration et les cinémas.

⁵ Source : Etude de l'offre commerciale, 2004

⁶ Source : Etude de l'offre commerciale, 2004

2. Les équilibres géographiques

La répartition spatiale du commerce à l'échelle de Rouen-Elbeuf fait apparaître **deux niveaux d'organisation du territoire**.

Trois pôles majeurs structurent l'ensemble du territoire : Rouen, Barentin et Tourville-la-Rivière. Ils rayonnent sur des espaces étendus et ont une fonction plurielle (fonction alimentaire non-dominante). Ces pôles concentrent une part importante de l'offre et réalisent 51% du chiffre d'affaires dans l'aire de Rouen-Elbeuf. Barentin et Tourville-la-Rivière sont en quasi situation d'équilibre quant au chiffre d'affaires. Ils sont aussi en situation de concurrence ce qui entraîne une logique d'ajustement mutuel permanent. Rouen reste néanmoins jusqu'alors le pôle le plus important de la zone. Cette configuration est particulière par rapport à d'autres agglomérations de taille comparable où il est fréquent de constater l'émergence d'un pôle de périphérie dont le chiffre d'affaires dépasse largement celui réalisé par les commerces du centre-ville.

Cette particularité observée à Rouen est liée à trois facteurs :

- La présence d'une offre développée sur le centre-ville en surfaces de plus de 300m² qui est génératrice de flux sur ce pôle,
- Les deux pôles majeurs de périphérie concurrents sont éloignés du cœur de ville (10 à 15 km),
- Un réseau de transports en commun développé qui facilite l'accès au centre-ville (métro, bus...).

Cette configuration particulière a permis d'entretenir le dynamisme commercial de la ville centre. Le schéma, dans ses objectifs, veillera à maintenir, voire à préserver, ces équilibres géographiques qui restent fragiles. La profonde recomposition urbaine des quartiers ouest, initiée par le projet Seine-Ouest vise à conforter, à terme, le rayonnement du centre de l'agglomération et participera à l'extension du plateau commerçant du centre ville.

Sur l'ensemble du territoire, **un maillage de centres-villes et de pôles de proximité** existe, il est relativement équilibré et remplit une fonction de proximité essentielle. Ainsi 22% des achats alimentaires sont effectués à pied dans la zone d'emploi de Rouen, ce qui constitue une forte proportion et atteste d'un bon maillage de proximité. En outre, la motivation des ménages pour fréquenter les espaces commerciaux, mesurée au travers de l'enquête de consommation, met en évidence la primauté du facteur de proximité du lieu d'habitat. Le deuxième facteur de motivation important est la diversité de l'offre. On voit qu'il est essentiel de cerner la taille critique et le niveau optimal de diversité des pôles afin de satisfaire aux mieux les besoins de consommation.

L'existence de ce maillage n'empêche pas des difficultés sur un certain nombre de centres-villes ou pôles de proximité. C'est le cas notamment d'Elbeuf qui subit de plein fouet la proximité immédiate du pôle majeur de Tourville-la-Rivière. L'importance d'une redynamisation du commerce y apparaît essentielle, dans une logique de repositionnement et de renouvellement.

Enfin, sur l'ensemble du territoire, de nombreuses grandes et moyennes surfaces de vente sont **en situation d'isolement**. Elles ne bénéficient ni ne contribuent aux effets de synergie favorables au dynamisme commercial.

3. La consommation

Près de 725 000 personnes vivent dans la zone d'emploi de Rouen. Il s'agit d'une population majoritairement urbaine et dont le potentiel de consommation est limité. On peut en effet noter le taux de chômage élevé (14,9%), bien supérieur à la moyenne nationale (12,9%) et la forte proportion de ménages ayant des revenus faibles ou moyens : 71% des ménages ont un revenu inférieur à 2 500 € par mois. A l'échelle de la zone d'emploi, le marché annuel de consommation s'établit à 3,2 milliards d'euros.

L'évolution de la population, approchée dans le cadre des objectifs dynamiques définis par le SCOT (croissance démographique de +0,50% par an), permet d'envisager une augmentation variant **entre**

7 000 et 37 000 individus pour l'ensemble de la zone d'emploi⁷ entre 1999 et 2010. Cette population supplémentaire, si on lui applique le potentiel de consommation constaté en 2004 sur le périmètre d'étude, pourrait générer un besoin en m² commerciaux de l'ordre de **5 000m² à 27 000m²** (tous secteurs d'activités confondus) pour 11 ans. Ce besoin est très faible. Il doit être comparé avec les quelques **86 000m² de surfaces de ventes autorisées par la CDEC uniquement sur le périmètre du SCOT et Barentin depuis 2000 (en 5 ans).**

Enfin, d'un point de vue qualitatif, il est important de rappeler que, du côté du consommateur, l'élément majeur d'évolution est une **attente forte en matière de proximité**, qui se vérifie particulièrement dans le domaine alimentaire. Cette attente est renforcée par le vieillissement de la population (**en 1999, 52% des chefs de famille avaient plus de 50 ans**) qui a des conséquences en matière de besoins nouveaux concernant l'offre de proximité, mais aussi de complémentarité du commerce avec les services, d'accessibilité à pied et en transports en commun. Elle est aussi à rapprocher d'un souci de gain de temps pour le consommateur qui s'oriente de préférence vers des surfaces de vente de taille plus raisonnable. Dans ce contexte, la poursuite du développement des hypermarchés pose question alors que **le modèle de l'hypermarché s'essouffle, au profit de surfaces de vente plus diversifiées et de taille plus restreinte.**

4. L'emploi

Le commerce est une activité économique, et à ce titre remplit une fonction d'employeur, de façon directe et indirecte. L'enquête de l'offre permet de connaître le nombre moyen d'emplois pour les commerces. Pour les commerces de moins de 300m², 70% des commerces ont au moins un employé. En moyenne, le nombre de salariés s'élève à 3,2. Pour les commerces de plus de 300m², 93% ont au moins un employé, et le nombre moyen de salariés s'élève à 31.

Une étude de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rouen a par ailleurs analysé l'évolution du commerce traditionnel dans sa circonscription. En 4-5 ans, 900 commerces traditionnels ont ainsi disparu. Le nombre d'emplois réels supprimés est plus important encore. Cette approche montre la difficulté à évaluer les retombées réelles directes et indirectes de créations d'emplois liées à des nouveaux projets commerciaux.

5. Les enjeux

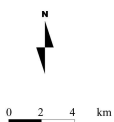
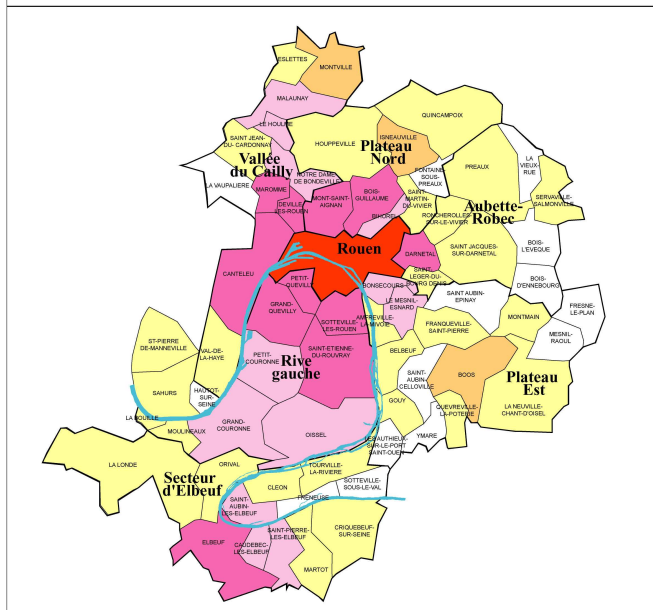
L'ensemble de ces éléments de diagnostic met en évidence deux enjeux forts :

- l'amélioration de l'offre doit répondre prioritairement à une logique qualitative et non quantitative.
- les équilibres et le maillage commercial existant constituent un support sur lequel il est opportun de s'appuyer, et qu'il convient de confirmer (Cf. cartes de l'armature commerciale existante).

Globalement on se situe donc dans une **logique de consolidation et de valorisation.**

⁷ Cette estimation ne tient pas compte des données provisoires de l'INSEE liées au nouveau recensement de la population. En fonction des résultats sur l'ensemble du territoire, une réévaluation des besoins devra être effectuée dans le cadre de l'observatoire permanent.

L'ARMATURE COMMERCIALE EXISTANTE LES CENTRES DES COMMUNES

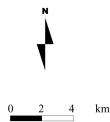
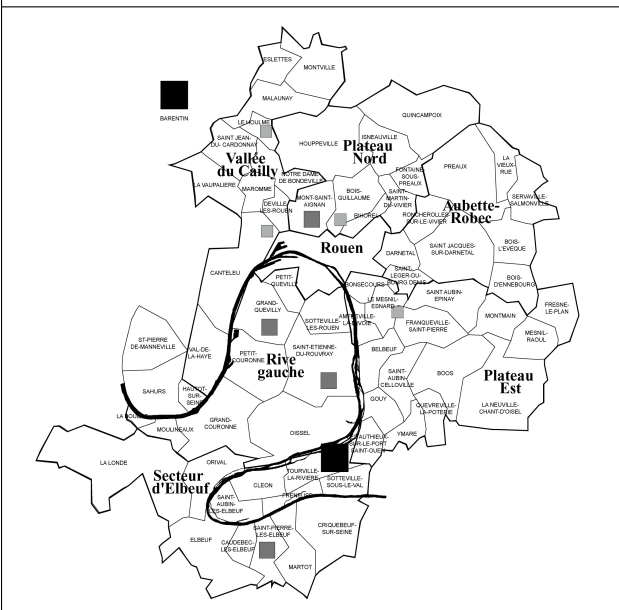


- Centre ville d'attraction large
- Centre ville d'attraction pluricommunale
- Centre ville d'attraction locale
- Centre relais
- Centre de proximité
- Commune sans commerce

Syndicat mixte pour le SCOT de l'agglomération Rouen-Elbeuf - MI - février 2005. EJ.20.05

Sources : GEO FLA ® - SCOT

L'ARMATURE COMMERCIALE EXISTANTE L'offre commerciale de périphérie



- Pôle majeur
- Pôle intermédiaire
- Hypermarché de périphérie

Syndicat mixte pour le SCOT de l'agglomération Rouen-Elbeuf - MI - février 2005. EJ.22.05

Sources : GEO FLA ® - SCOT

Ces deux cartes renvoient à la typologie présentée en annexe du présent rapport. Toutefois, il est important de préciser que les catégories « centre de proximité » et « commune sans commerce » se rapportent à la fonction de proximité, donc à la présence ou l'absence de commerce alimentaire.

III. Orientations et préconisations

Les orientations et préconisations du Schéma de Développement Commercial ont été définies pour apporter une réponse cohérente aux points fondamentaux du diagnostic. Il s'agit donc **dans un contexte d'offre globalement suffisante, marqué par un souci de consolidation et de valorisation, de mettre en place une logique de prise de décisions cohérente sur les projets commerciaux.** L'objectif n'est pas de figer le développement commercial de l'aire de Rouen-Elbeuf. En effet, les évolutions des métiers, des besoins, des concepts et des logiques commerciales nécessitent une adaptation permanente de l'offre. En outre, l'amélioration des conditions de concurrence peut être un facteur d'évolution qualitative. On s'oriente donc vers un degré d'exigence accrue dans la justification des projets, en fonction de deux familles de critères :

L'amélioration qualitative de l'offre

D'une manière générale, les projets doivent être justifiés par :

- une diversification par rapport aux manques constatés localement et à des concepts spécifiques,
- une amélioration des conditions de concurrence,
- un projet de modernisation / valorisation, notamment architectural et environnemental.

La préservation des équilibres spatiaux

D'une manière générale, les projets doivent justifier :

- une dynamisation des centres-villes,
- une valorisation des espaces commerciaux vieillissants et fragilisés,
- une limitation des développements périphériques,
- une réduction des grandes et moyennes surfaces de vente isolées.

Chaque expression du texte « *lorsqu'elles ou ils sont justifié(e)s* » visera l'ensemble de ces critères.

Les orientations et préconisations s'appliquent pendant la durée de vie du schéma de développement commercial, pour une durée de 5 ans.

1. Maintenir une structuration équilibrée entre les 3 pôles majeurs

L'objectif, dans un contexte d'offre suffisante, d'équilibres entre pôles majeurs et avec un maillage intermédiaire, est de s'appuyer sur la structure commerciale existante et de maintenir les équilibres.

Cette orientation se décline en trois principes :

- La maîtrise du développement des deux pôles majeurs de périphérie (Barentin et Tourville-la-Rivière).

Elle permet de maintenir l'équilibre avec Rouen et de ne pas développer une concurrence plus importante qui pourrait porter atteinte au maillage intermédiaire, notamment à des communes telles qu'Elbeuf.

Ainsi, il est proposé, sur la base d'un recensement de l'offre existante et autorisée, de permettre des créations et des extensions dans la limite de 15% des surfaces existantes au 31 décembre 2005⁸ pour le pôle de Barentin et 10% pour le pôle de Tourville-la-Rivière à l'exception du site du Marché aux Bestiaux (6 hectares) dont la reconversion s'oriente logiquement vers des activités commerciales.

⁸ Voir recensement en annexe

Ces créations et extensions doivent être justifiées.

Ces possibilités offertes s'inscrivent dans une logique de **créations et extensions très limitées**. Elles résultent d'un arbitrage entre plusieurs paramètres :

- la possibilité pour les magasins de faire évoluer leur surface de vente,
- la possibilité pour les pôles de remplir des espaces commerciaux libres ou libérés,
- le respect du diagnostic qui met en évidence la suffisance de l'offre, l'absence de carences majeures par secteur d'activités et un potentiel de consommation limité et l'orientation qui en découle : pas d'évolution majeure de l'offre,
- le souci de maintenir les équilibres commerciaux dans l'aire de Rouen-Elbeuf, et notamment de ne pas déstabiliser le centre de Rouen et celui d'Elbeuf.

- *L'affirmation du pôle majeur centre-ville de Rouen dans une double logique d'élargissement et d'accompagnement*

L'objectif est de consolider et diversifier l'offre commerciale dans le centre-ville actuel, en prenant appui sur les projets urbains, notamment l'Espace Monet, l'élargissement du plateau piétonnier et les aménagements de TEOR.

Il s'agit également de requalifier les axes marchands attenants au centre historique.

Enfin, l'accompagnement des mutations liées à l'évolution de l'équilibre commercial est une priorité.

- *La non création d'un 4ème pôle majeur*

Elle passe par la maîtrise des **pôles périphériques intermédiaires**⁹ qui ne peuvent prétendre à un statut de pôle majeur et font l'objet d'un **développement très limité**.

Les créations et extensions y sont possibles dans la limite de **15%** de la surface globale existante, sur la base d'un recensement précis de l'offre en présence au 31 Décembre 2005¹⁰.

Ces possibilités offertes s'inscrivent dans une logique de créations et extensions très limitées. Elles résultent d'un arbitrage entre plusieurs paramètres :

- la possibilité pour les magasins de faire évoluer leur surface de vente,
- la possibilité pour les pôles de remplir des espaces commerciaux libres ou libérés,
- le respect du diagnostic qui met en évidence la suffisance de l'offre, l'absence de carences majeures par secteur d'activités et un potentiel de consommation limité et l'orientation qui en découle : pas d'évolution majeure de l'offre,
- le souci de maintenir les équilibres commerciaux dans l'aire de Rouen-Elbeuf, et notamment de ne pas déstabiliser le centre de Rouen et d'Elbeuf,
- la volonté de ne pas transformer les pôles intermédiaires en pôles majeurs.

2. Conforter le maillage des centres-villes et des pôles de proximité

L'objectif est de maintenir un maillage de proximité et de centres-villes intermédiaires qui existe et répond à une attente forte des consommateurs. Un effort particulier mérite d'être porté sur les centres en difficultés.

⁹ La Vatine à Mont-Saint-Aignan, le Technopôle à Saint-Etienne du Rouvray, Géant Sud III à Grand-Quevilly, L'Oison à Saint-Pierre-lès-Elbeuf.

¹⁰ Voir recensement en annexe

Cette orientation se décline en trois idées forces :

- La redynamisation d'Elbeuf est prioritaire.

L'objectif est le repositionnement et le renouvellement du commerce d'Elbeuf. La redynamisation passe par le développement d'une offre dans les secteurs d'activités et niveaux de gamme manquants définie dans le chapitre 4 « Analyse spatiale », en prenant appui notamment sur le projet de l'Îlot Duval. Des actions de valorisation des espaces publics participent également à cette redynamisation.

- La diversification de l'offre des centres-villes et des pôles de proximité

L'accompagnement du commerce passe par des actions spécifiques pour chaque commune qui visent à **accompagner, pérenniser et redynamiser**.

L'objectif est de développer une offre adaptée, correspondant à la vocation dans l'armature commerciale.

La diversification s'effectue de façon spécifique à chaque situation, mais elle peut s'évaluer en fonction des quelques critères suivants :

- en répondant à des manques constatés localement et définis dans le chapitre 4 « Analyse spatiale »,
- en privilégiant l'implantation d'un commerce d'entraînement,
- en favorisant la variété des commerces,
- en privilégiant les espaces commerciaux vieillissants ou fragilisés,
- en prenant appui sur les projets urbains, économiques et d'infrastructures.

- Réduire progressivement les grandes et moyennes surfaces de vente isolées

Afin de favoriser les effets de synergie et de complémentarité commerciale dans l'intérêt du consommateur et d'un bon fonctionnement économique, on ne crée pas de nouvelles grandes et moyennes surfaces de vente isolées dans l'aire de Rouen-Elbeuf.

Certains espaces commerciaux peuvent en revanche être réorganisés pour y inclure des grandes et moyennes surfaces de vente aujourd'hui isolées.

Enfin, le déplacement des grandes et moyennes surfaces de vente isolées est favorisé pour les intégrer dans des espaces rassemblant d'autres commerces.

3. Pas d'évolution majeure de l'offre

Dans un contexte d'offre suffisante et équilibrée, l'objectif est de ne pas déstabiliser les équilibres et d'éviter une situation de sur-offre qui pourrait générer des friches commerciales et défavoriser les secteurs déjà fragilisés.

Cette orientation se décline comme suit :

- Privilégier une évolution qualitative du commerce de périphérie

Dans un contexte d'offre globalement suffisante, sans carences, mais d'enjeux qualitatifs forts, le commerce de périphérie doit connaître une évolution qualitative plutôt que quantitative. Elle passe par des projets de valorisation qui concernent prioritairement les espaces commerciaux vieillissants ou mal structurés, et portent notamment sur :

- la lisibilité et la structuration des espaces,
- la mise en valeur du bâti,
- l'accessibilité,
- la qualité architecturale, environnementale et paysagère,
- l'aménagement intérieur.

Ces projets ne s'accompagnent pas nécessairement d'une augmentation de l'offre.

- Les grandes et moyennes surfaces généralistes

Hypermarchés (> 2500m²)

Aucune création d'hypermarché n'est possible. Les extensions sont possibles dans la limite de 20% des surfaces actuelles de vente pour chaque magasin et sont plafonnées à +1500m². Elles doivent être justifiées.

Ces possibilités d'évolutions s'inscrivent dans une logique de **développement mesuré**. Elles résultent d'un arbitrage entre trois paramètres :

- la possibilité pour les magasins de faire évoluer leur surface de vente,
- le respect du diagnostic qui met en évidence la suffisance de l'offre, et l'orientation qui en découle : pas d'évolution majeure de l'offre,
- l'essoufflement du modèle de l'hypermarché, considéré par les consommateurs comme trop grand.

Supermarchés (de 400 m² à 2500 m²)

Les créations de supermarchés sont possibles dans la limite de 1500 m² et lorsqu'elles sont justifiées.

Pour les magasins exploitant déjà une surface supérieure à 2000m², aucune extension n'est possible.

Pour les magasins exploitant une surface inférieure à 2000 m², les extensions sont possibles si elles sont progressives : elles ne dépassent pas une augmentation de +40% de la surface de vente pour chaque magasin. En outre, la surface de vente totale qui en résulte ne peut excéder 2000m².

Ces possibilités d'évolution des supermarchés s'inscrivent dans une logique de **développements modérés et progressifs**. Elles répondent aux paramètres suivants :

- les supermarchés ont un rôle d'entraînement à jouer dans le tissu commercial traditionnel des villes et villages, ce qui implique que l'offre ne soit pas positionnée sur des champs trop concurrentiels avec le reste du commerce et que les implantations ou extensions ne déstabilisent pas l'offre existante,
- les consommateurs recherchent une offre de proximité et de taille raisonnable.

Discompteurs

L'offre de discompteurs est déjà fortement représentée au sein de l'agglomération Rouen-Elbeuf.

Les créations de discompteurs sont possibles dans la limite de 800 m².

Les extensions sont possibles dans la limite de 30% de la surface de vente actuelle pour chaque magasin. En outre, la surface de vente totale qui en résulte ne peut excéder 1000m². Elles sont justifiées, notamment pour respecter la logique de proximité.

- Les grandes et moyennes surfaces spécialisées

Les créations et extensions des magasins spécialisés de plus de 300 m² sont possibles si le projet permet de renforcer ou de créer une offre de centres-villes et de consolider les pôles commerciaux existants. Chaque projet doit être justifié. Elles doivent prioritairement répondre aux manques identifiés localement.

- Diversification de l'offre dans les secteurs d'activités sous-représentés

Les manques constatés localement sont définis dans le chapitre 4 (analyse spatiale) par secteur géographique.

Au niveau global, deux secteurs d'activités sont sous-représentés : l'équipement de la maison et la culture / loisirs. Une diversification de l'offre peut être recherchée dans ces secteurs.

Dans le domaine de l'équipement de la maison, l'objectif est d'accueillir un concept phare du jeune habitat, d'attraction régionale et qui permettrait de diversifier l'offre dans l'aire de Rouen-Elbeuf.

A ce jour, des projets de développements commerciaux ont été présentés par les institutions concernées dans le cadre de l'élaboration de ce schéma qui pourraient répondre à ces enjeux.

Seine-Ouest à Rouen

Le projet de renouvellement urbain du secteur Seine-Ouest constitue un projet majeur pour l'agglomération Rouen-Elbeuf dans les décennies à venir. Il comprend des espaces situés de part et d'autre de la Seine.

Sur la rive Nord, le projet des Docks prévoit la création d'un centre d'activités commerciales et de loisirs de centre-ville, sur le site des Docks et Entrepôts. D'une surface de 46 000 m² SHON, ce centre accueillera 20 000 m² de commerces et services et 11 000 m² consacrés aux loisirs ainsi qu'un parking de 1 000 places.

Desservi par le transport en commun TEOR, ce projet d'envergure métropolitaine, situé au pied du futur 6^{ème} pont et sur les axes routiers majeurs vise le renforcement de la centralité de l'agglomération.

Il s'inscrit dans la synergie de l'ensemble des projets développés sur les quartiers ouest de Rouen qui participent à l'agrandissement du centre-ville de Rouen avec un apport conséquent de population résidente et professionnelle à terme.

Ce projet représente une opportunité d'ouvrir la ville sur l'extérieur et de rétablir une mixité de ses fonctions en alliant développement économique, commerces, logement et qualité de vie, à savoir loisirs et culture.

Dans ses objectifs, ce projet est intéressant, mais il pose un problème temporel. Les Docks seront certes à long terme un prolongement du centre-ville, mais le projet reste à court terme un élément périphérique avec un risque de concurrence pour le centre-ville.

Il nécessite une vigilance forte quant à son contenu et pour la mise en œuvre de mesures d'accompagnement du commerce de centre-ville.

Sur la rive Sud, le renouvellement urbain a vocation à permettre des développements dans le cadre d'un tissu mixte d'activités économiques, tertiaires, commerciales, en cohérence avec les orientations du Schéma de Développement Commercial.

Marché aux Bestiaux à Tourville-la-Rivière

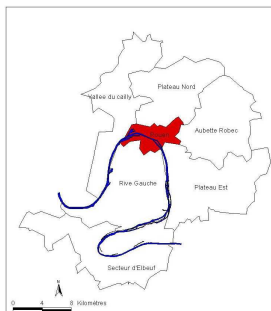
Le Marché aux Bestiaux, situé dans le pôle commercial de Tourville-la-Rivière, s'étend sur une superficie de 6 ha et sera libéré mi-2006. Ce site, compte tenu de sa localisation, a vocation à accueillir du commerce. Il constitue un site possible pour l'implantation du concept phare du jeune habitat tel que défini p.15.

La zone de la Briqueterie à Oissel

IV. Analyse spatiale

Un diagnostic a été réalisé par secteurs géographiques sur le développement commercial, et les enjeux qui en découlent ont été identifiés.

1. Rouen



Centre historique et géographique de l'agglomération, Rouen qui présente un fort potentiel touristique est un **centre métropolitain** important. Rouen a vocation à conforter ses fonctions de capitale régionale, à renforcer son rôle de centre de l'agglomération (notamment son commerce de centre-ville) et à améliorer son positionnement par rapport aux métropoles comparables.

La ville de Rouen constitue un secteur à part entière dans le SCOT de l'agglomération Rouen-Elbeuf, comme dans le schéma de développement commercial. Elle concentre 42% des commerces présents dans l'aire de Rouen-Elbeuf.

Le secteur urbain de Rouen, traversé par son fleuve, offre un maillage commercial dense sur les deux rives. Le clivage rive droite / rive gauche s'estompe au fil des années avec la mise en place d'un transport en commun Nord-Sud et Est-Ouest, l'agrandissement des plateaux piétonniers sur les deux rives. La ville s'ouvre vers la Seine et s'étend vers l'ouest : réappropriation des quais grâce à la création d'un espace de promenade paysagé, réhabilitation des hangars et transformation d'un secteur d'entrepôts en quartier d'affaires et d'habitat dans le cadre du projet Seine-Ouest.

▪ Constat

Rouen bénéficie d'une offre de centre-ville développée et attractive dans les secteurs équipement de la personne, culture-loisirs et dans une moindre mesure équipement de la maison.

La commune dispose d'un centre-ville fort et attractif composé de 4 quartiers complémentaires (cœur historique, Saint-Marc, centre Saint-Sever et quartier Saint-Sever), dont la vitalité décline sur les franges. Au total, on recense 15 pôles commerciaux dans la commune de tailles et de vitalités différentes. Il n'y a pas d'habitation à plus de 300 mètres d'un pôle commerce ou d'une rue commerçante, à l'exception du Mont Gargan.

▪ Enjeux

Le développement du centre-ville doit être poursuivi en priorité dans le cadre des 4 quartiers centraux actuels et en prenant appui sur l'offre de transports en commun.

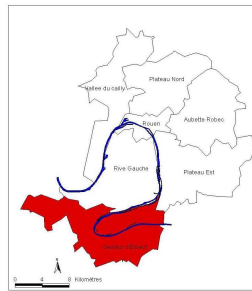
L'offre de quartier doit être préservée ou recréée.

Une attention particulière doit être portée aux franges du centre-ville, certains quartiers méritent que l'offre commerciale de proximité soit développée ou renforcée.

Le projet des Docks vise la continuité de l'élargissement du centre-ville qui prendra en compte désormais les quartiers ouest dans leur ensemble. Une attention particulière doit être portée à ce projet qui constitue une offre nouvelle. Celle-ci doit être cohérente avec celle de centre-ville. Il convient de veiller à ce que des effets de concurrence ne soient pas de nature à déstabiliser et fragiliser le centre-ville.

Sur la rive Sud, le renouvellement urbain a vocation à permettre des développements dans le cadre d'un tissu mixte d'activités économiques, tertiaires, commerciales, en cohérence avec les orientations du Schéma de Développement Commercial.

2. Secteur d'Elbeuf



Le secteur d'Elbeuf compte 12 communes, structurées au sein de la communauté d'agglomération d'Elbeuf, boucle de Seine pour 10 d'entre elles, auxquelles s'ajoutent deux communes de l'Eure, Criquebeuf-sur-Seine et Martot. Il s'agit d'un secteur qui a vocation à renforcer son rôle de centre, complémentaire de Rouen et ouvert sur l'Eure, en développant les fonctions centrales et la qualité de vie.

▪ Constat

L'offre dans le secteur est globalement forte et la grande distribution domine. En effet, le secteur est dominé par le pôle commercial de Tourville-la-Rivière et dans une moindre mesure celui de Saint-Pierre-lès-Elbeuf, qui comptent tous les deux un grand hypermarché (10 000 m² pour le premier et 8180 m² pour le second), qui fragilisent les pôles de proximité de l'agglomération. Des carences sont identifiées dans l'offre de moyenne et haute gamme et le secteur de la culture.

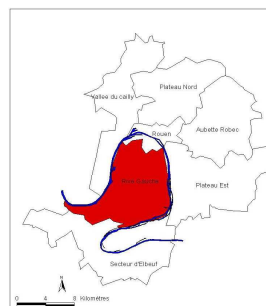
▪ Enjeux

Le centre-ville d'Elbeuf est renforcé en développant une offre complémentaire à celle de Tourville-la-Rivière.

L'agglomération elbeuvienne doit connaître à l'heure actuelle des opportunités de restructuration et de revalorisation urbaine. Ces projets urbains seront l'occasion de restructurer le développement commercial. Il s'appuie sur l'ensemble des centres-villes de l'agglomération et les pôles de proximité existants, aujourd'hui fragilisés et parfois dévalorisés, afin de les dynamiser et les renforcer.

Les pôles périphériques quant à eux connaissent un développement maîtrisé (cf. partie III. Orientations et préconisations).

3. Le secteur de la Rive Gauche



Le secteur de la Rive Gauche compte 9 communes, les plus urbanisées de l'agglomération. Il fait partie du noyau central principal de l'agglomération.

▪ Constat

L'offre est globalement satisfaisante et diversifiée. Elle s'organise autour des centres-villes forts, notamment Grand-Quevilly et Sotteville-lès-Rouen. D'autres centres-villes importants souffrent d'un contexte urbain plus difficile, comme Saint-Etienne-du-Rouvray et Petit-Quevilly. Par ailleurs, la rive

gauche dispose de pôles commerciaux intermédiaires vieillissants à restructurer (Géant Sud III à Grand-Quevilly, Technopôle à Saint-Etienne-du-Rouvray).

Enfin, le sud du secteur compte des communes dont le centre-ville est davantage tourné vers une offre de proximité (Petit-Couronne et Grand-Couronne et à une plus petite échelle La Bouille et Moulineaux).

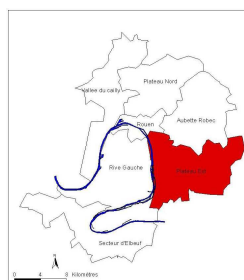
▪ **Enjeux**

Le secteur de la Rive Gauche connaît d'importantes opérations de recomposition urbaine. Dans ce cadre, les centres-villes doivent être renforcés dans une logique d'offre de proximité urbaine structurante. Dans les pôles commerciaux vieillissants, une restructuration est souhaitable, basée sur des interventions qualitatives.

Les grandes et moyennes surfaces de vente isolées qui nuisent à la structuration et à la synergie commerciale devront être accompagnées dans une démarche de valorisation ou d'intégration dans d'autres espaces commerciaux.

Enfin, le pôle de la Briqueterie, dans sa vocation commerciale si elle est confirmée, devra se positionner sur une offre non concurrentielle de l'offre existante afin de maintenir une offre commerciale équilibrée.

4. Plateau Est



Le secteur du Plateau Est compte 15 communes et est caractérisé par la forte présence des espaces agricoles, naturels et forestiers. Toutefois, il connaît l'une des plus fortes croissances démographiques de l'agglomération.

▪ **Constat**

L'offre alimentaire sur le Plateau Est est satisfaisante, elle se structure principalement autour de la RN 14 qui constitue un axe pénétrant dans l'agglomération rouennaise. Elle s'organise autour de types d'offres : de gros supermarchés et hypermarchés récemment rénovés, des grandes et moyennes surfaces isolées peu qualitatives, des bourgs rues présentant un tissu commercial dense lié au trafic et de bonne qualité.

En marge de cette RN 14, de petits pôles commerciaux de proximité se sont développés dans quelques communes (Boos, Franqueville-Saint-Pierre), et d'autres pôles d'hyperproximité offrent quelques services à la population (Amfreville-la-Mivoie et Belbeuf).

D'une manière générale, même si le tissu commercial est structuré, il est marqué par une forte évacuation vers le pôle majeur de Tourville-la-Rivière.

Des manques sont identifiés dans le bricolage et sur des gammes intermédiaires. Le commerce de périphérie est peu qualitatif.

▪ **Enjeux**

Le développement commercial doit prendre appui sur les centres-villes et le pôle commercial de Mesnil-Esnard / Franqueville-Saint-Pierre qui nécessite une opération de restructuration.

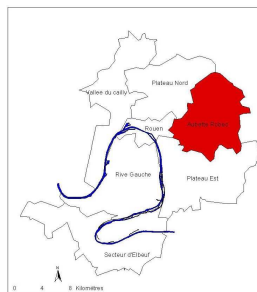
Dans l'ensemble, il est privilégié dans ce secteur une approche qualitative et la préservation de la complémentarité entre les commerces de centre-ville et de périphérie, notamment au niveau de l'offre proposée.

Le centre-ville d'Amfreville-la-Mivoie doit bénéficier d'une attention particulière pour être redynamisé.

Enfin, l'offre de proximité doit être favorisée dans les bourgs et villages ruraux, nombreux dans ce secteur du Plateau Est.

Les pressions foncières qui vont s'exercer au niveau des échangeurs de la future Rocade Est doivent être dès à présent maîtrisées, notamment au travers des Plan Locaux d'Urbanisme.

5. Secteur Aubette-Robec



Le secteur Aubette-Robec composé de 10 communes est le secteur le plus rural de l'agglomération Rouen-Elbeuf. Il compte deux centres urbains que sont Darnétal et dans une moindre mesure Saint-Léger-du-Bourg-Denis. Le SCOT préconise un développement modéré pour ce secteur. Il est structuré à moyen terme (post 2010) dans sa partie périurbaine autour de Saint-Jacques-sur-Darnétal.

▪ Constat

La commune de Darnétal concentre la majorité des commerces du secteur et bénéficie à ce titre d'un tissu commercial dynamique, avec des supermarchés qui remplissent leur rôle de locomotive alimentaire. En effet, ce pôle principal bénéficie de l'éloignement relatif des hypermarchés qui lui permet de maintenir un certain dynamisme.

Ensuite, trois communes ont une fonction de pôle de proximité : Saint-Léger-du-Bourg-Denis, Saint-Jacques-sur-Darnétal et Préaux. Le commerce est quasi inexistant dans les autres communes.

Le constat porte donc sur une offre faible dans tous les secteurs d'activités.

▪ Enjeux

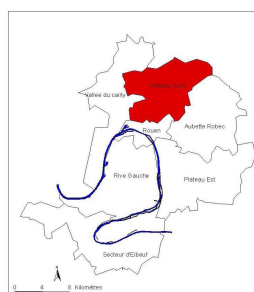
L'offre commerciale doit être développée en prenant appui sur Darnétal et les communes plus urbaines (Saint-Léger-du-Bourg-Denis et Saint-Jacques-sur-Darnétal). Elle doit être toutefois maîtrisée et progressive pour ne pas fragiliser l'offre commerciale existante, notamment celle de Darnétal.

Les évolutions de transmissions, qui pourraient être nombreuses dans le secteur doivent être accompagnées pour éviter de fragiliser le maillage actuel.

L'accueil d'une offre de proximité dans les bourgs et villages ruraux doit être favorisé.

Enfin, les pressions foncières qui vont s'exercer au niveau des échangeurs de la future Rocade Est doivent être dès à présent maîtrisées, notamment au travers des Plans Locaux d'Urbanisme.

6. Plateau Nord



Le secteur du Plateau Nord compte 8 communes, organisées autour de deux parties distinctes : le sud du secteur très urbanisé entretient des relations très étroites avec Rouen tandis que le nord, à dominante rurale est en cours de mutation avec un développement important grâce notamment à l'amélioration des dessertes des axes routiers. Cela se traduit par une réelle dynamique commerciale.

▪ Constat

L'offre commerciale est très satisfaisante et dominée par la grande distribution. Des manques sont identifiés dans les secteurs de l'équipement de la maison et de la personne. Le tissu est relativement structuré par des centres commerciaux, dont le pôle intermédiaire de la Vatine à Mont-Saint-Aignan et d'autres centres commerciaux de taille plus réduite comme le centre des Coquets à Mont-Saint-Aignan ou les Bocquets à Bois-Guillaume et le centre Kennedy à Bihorel. En revanche, ces centres commerciaux contribuent à affaiblir certains centres-villes.

Par ailleurs, le nord du secteur du Plateau Nord dispose d'une offre de proximité (Isneauville avec un supermarché, Quincampoix).

▪ Enjeux

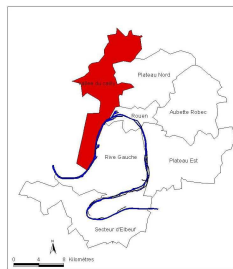
Les centres-villes doivent être renforcés en prenant appui sur les supermarchés et une offre de commerce traditionnel diversifiée, notamment dans les communes de Bihorel, Bois-Guillaume et Isneauville.

Les projets doivent être orientés prioritairement au sein des centres-villes afin d'éviter toute création de nouveaux pôles isolés ou grandes et moyennes surfaces isolées.

La présence d'un tissu commercial de proximité dans les bourgs et villages ruraux doit être préservée.

Dans la zone d'activités de la Plaine de la Ronce, le développement économique se réalisera dans le secteur tertiaire, à l'exclusion des commerces de grandes et moyennes surfaces de vente (+300 m²).

7. Vallée du Cailly



Ce secteur très urbanisé compte 11 communes et se caractérise par une succession de bourgs-rues le long de la RN 27 et de la RN 15. En revanche, cette zone enregistre une faible évolution démographique.

▪ Constat

L'offre commerciale est satisfaisante. Elle s'organise autour d'un tissu commercial linéaire et discontinu, affaibli par une évasion forte vers les pôles de Barentin et Mont-Saint-Aignan. Le secteur compte de nombreux commerces isolés ainsi que des supermarchés et maxidiscompteurs installés en dehors des centres-bourgs. Aucun pôle n'est réellement dominant sur le secteur.

▪ Enjeux

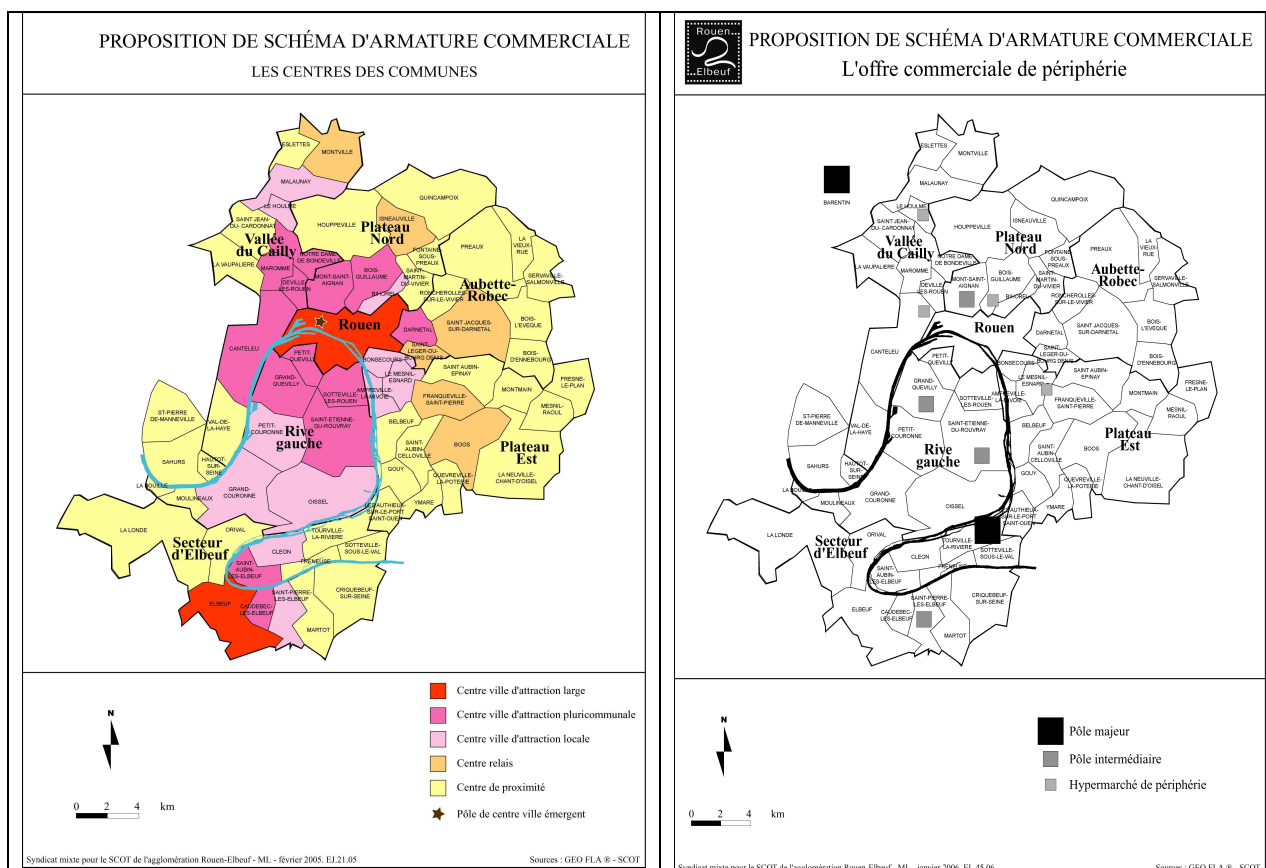
Le secteur doit connaître un renforcement des centres-villes de la vallée du Cailly. Pour cela, la mutation opérée par l'arrivée de TEOR, axe structurant de transports en commun en site propre, doit être accompagnée.

Les grandes et moyennes surfaces de vente isolées qui nuisent à la structuration et à la synergie commerciale doivent être accompagnées dans une démarche de valorisation ou d'intégration dans d'autres espaces commerciaux.

8. Conclusion

La présentation de ce constat et des enjeux dégagés par secteurs géographiques permet d'identifier un schéma d'armature commerciale à l'horizon des 5 ans de mise en œuvre de ce schéma.

D'autres projets urbains, commerciaux, d'infrastructures, de développement économique et de redynamisation commerciale dans l'ensemble des secteurs géographiques constituent des opportunités ou des risques pour le commerce et les consommateurs. Ces projets figurent dans le document « Approche spatiale »¹¹.



Ces deux cartographies font apparaître les évolutions dans le développement commercial de l'agglomération Rouen-Elbeuf entre 2005 et 2010 (Cf. Partie I. Diagnostic, cartes de l'armature commerciale existante).

Pour ce qui concerne les centres des communes, l'évolution de l'armature commerciale repose sur plusieurs éléments :

- La volonté de renforcer le **centre-ville d'Elbeuf** est affirmée afin de lui attribuer le rôle d'un **centre-ville d'attraction large**.
- Par ailleurs, dans le secteur d'Elbeuf, est manifesté le souhait que les centres de **Saint-Aubin-lès-Elbeuf** et de **Caudebec-lès-Elbeuf** remplissent leur rôle identifié par le SCOT de centre-ville

¹¹ L'approche spatiale constitue une annexe à ce document communicable sur demande.

intermédiaire. Pour cela, les centres des communes doivent être renforcés pour devenir de véritables **centres-villes d'attraction pluricommunale** au sein de ce secteur.

- Au même titre, **le centre de la commune de Notre-Dame-de-Bondeville** pour le secteur de la Vallée du Cailly est renforcé.
- Enfin, les communes de **Cléon et Amfreville-la-Mivoie** qui ont des centres-villes fragilisés et vieillissants aujourd'hui sont susceptibles de devenir des **centres-villes d'attraction locale** afin de renforcer leur rôle commercial au sein de leur secteur. Ils deviennent des pôles urbains en offrant un nombre plus important de commerces dans les domaines alimentaires et non-alimentaires, parfois même spécialisés, tout en restant d'attraction locale.
- Certains centres de proximité sont renforcés pour devenir de véritables **centres relais**. Il s'agit des communes de **Saint-Jacques-sur-Darnétal, Saint-Léger-du-Bourg-Denis et Franqueville-Saint-Pierre**. Ces communes périurbaines sont identifiées dans le SCOT comme des pôles périphériques de première (1999-2010) ou seconde phase (2010-2020) et/ou ont vocation à structurer les espaces alentours au sein d'un secteur géographique identifié (Aubette-Robec, Plateau Est, Plateau Nord) en recevant en priorité le développement des services, de l'habitat et des équipements. Leur polarité est attractive, elle dépasse la seule commune considérée dans la mesure où ces centres relais irriguent des communes autour, dépourvues ou sous-équipées en équipement commercial.
- Toutes les communes aujourd'hui sans commerce sont susceptibles d'accueillir un ou plusieurs petits commerces de proximité répondant aux besoins de première nécessité de la population locale. Ces communes deviennent à ce titre des **centres de proximité** (La Vaupalière, Fontaines-sous-Préaux, Fresne-le-Plan, Ymare, ...).
- L'extension du centre-ville de Rouen qui s'inscrit dans le projet urbain de grande ampleur Seine-Ouest sur les deux rives de la Seine doit participer à la dynamique de renforcement de la centralité de l'agglomération. Les Docks constituent un **pôle** en cours d'émergence, appelé à devenir un pôle de centre-ville. Sa complémentarité doit être assurée avec l'offre du centre-ville « historique » mais aussi des commerces de pôles de quartiers existants.

En ce qui concerne l'offre commerciale de périphérie, son développement reste maîtrisé tout au long de l'application de ce schéma de développement commercial afin de préserver les équilibres commerciaux, notamment sans création d'un nouveau pôle commercial et dans les conditions prévues au chapitre III.2.

V. Mise en œuvre, suivi et accompagnement

1. Modalités de mise en œuvre

L'objectif du Schéma de Développement Commercial étant de développer une logique de prise de décisions cohérente dans le domaine du développement commercial, sa mise en œuvre nécessite l'existence d'un lieu de débat partenarial.

Le **Comité de Suivi** mis en place pour l'élaboration du schéma, et dont la composition est définie page 2, constitue cet espace de dialogue permanent et de concertation entre les élus locaux, les représentants du monde économique et les autres acteurs concernés par le commerce. Ayant peu à peu, sur la base d'une information partagée, acquis un savoir-faire en matière d'analyse, il doit être pérennisé pour la mise en œuvre et le suivi du Schéma de Développement Commercial.

Géré et animé par le Syndicat Mixte, il sera chargé de :

- se tenir à la disposition des élus locaux pour la définition de leurs projets commerciaux.
- étudier les projets « en gestation » : lorsqu'un projet d'équipement commercial sera porté à la connaissance d'un des membres du Comité, il pourra faire l'objet d'un examen par l'ensemble des partenaires qui vérifieront sa compatibilité avec le SCOT et les orientations du Schéma de Développement Commercial de l'agglomération Rouen-Elbeuf.
- se concerter et examiner en commun tous les projets soumis à la Commission Départementale d'Équipement Commercial en amont de leur passage devant cette instance pour vérifier la compatibilité de la demande avec le SCOT de l'agglomération Rouen-Elbeuf et sa cohérence avec le Schéma de Développement Commercial de l'aire Rouen-Elbeuf.
Les membres du Comité de Suivi pourront recevoir le porteur de projet et le Maire concerné pour mieux apprécier la teneur du dossier.

Un **groupe technique**, composé des techniciens du Syndicat Mixte pour le SCOT, des Chambres de Commerce et d'Industrie de Rouen et d'Elbeuf, des villes de Rouen et d'Elbeuf, et des Communautés d'Agglomération de Rouen et d'Elbeuf, sera chargé de préparer les travaux du Comité de Suivi, de faire des propositions concernant le suivi du schéma de développement commercial et les mettre en place. Les travaux d'observation sur lesquels s'appuie le Comité de Suivi constituent en effet un élément essentiel de l'analyse partagée du fonctionnement commercial.

Animé par le Syndicat Mixte pour le SCOT, le groupe technique sera la cheville ouvrière du Comité de Suivi.

2. Outils de suivi

Les travaux du Comité de Suivi s'appuieront sur les études réalisées dans le cadre de l'élaboration du Schéma de Développement Commercial et sur un **observatoire permanent** qui fournira chaque année un bilan. Ce bilan pourra faire également l'objet d'une diffusion auprès de l'Observatoire Départemental de l'Équipement Commercial et d'autres acteurs concernés par le développement du commerce.

L'observatoire permanent du commerce aura pour mission de :

- Suivre les évolutions réelles de l'armature commerciale
- Suivre les évolutions de la demande
- Suivre les évolutions nationales et locales du commerce

Pour ce faire, des indicateurs devront être suivis régulièrement, dans le cadre d'une mise à jour permanente de données de suivi.

Les études sur l'offre commerciale et la consommation devront également être renouvelées, en prévision de la révision du Schéma de Développement Commercial, ou de façon anticipée en cas d'évolution majeure dans l'équipement commercial.

Certaines thématiques pourraient également faire l'objet d'une analyse approfondie si des moyens spécifiques y sont consacrés.

Sur la base des propositions du groupe technique, les modalités de mise en œuvre de l'observatoire (indicateurs, questionnaires, modalité et périodicité de diffusion...) seront définies par le Comité de Suivi et soumises à la validation des maîtres d'ouvrage concernés. Lors de la création de l'Agence d'Urbanisme de Rouen et des Boucles de Seine et Eure, dont une des missions prioritaires sera la constitution d'un centre de ressources permanent sur nombre d'indicateurs ressortant du champ de l'urbanisme, l'observatoire du commerce pourra être confié à cette dernière par les gestionnaires de données : Syndicat Mixte et CCI de Rouen, tous deux membres actifs de l'Agence.

3. Mesures d'accompagnement

Afin de garantir la cohérence des développements commerciaux à une échelle large dépassant l'agglomération de Rouen-Elbeuf, un partenariat étroit a été mis en place avec les territoires voisins dont

les développements interagissent avec ceux du territoire concerné par le Schéma de Développement Commercial :

- Communauté d'Agglomération Seine-Eure,
- Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Eure.

Pour les territoires voisins bordant l'agglomération par l'ouest, le nord et l'est, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rouen est l'interlocuteur.

Une concertation mutuelle est prévue pour tout projet concernant un hypermarché pour le secteur alimentaire, et pour les projets d'une surface de vente de plus de 5000 m² (création ou extension d'un magasin de plus de 5000 m², extension portant un magasin à plus de 5000 m²) pour le secteur non alimentaire. Cette concertation prend la forme à minima d'une demande et d'une réponse écrite au moment où l'enseigne fait connaître son projet ou au moment de son dépôt devant la Commission Départementale d'Équipement Commercial. Par ailleurs, chaque année, les partenaires se porteront mutuellement à connaissance un bilan des dossiers commerciaux autorisés pendant l'année écoulée.

Par ailleurs, la mise en œuvre du Schéma de Développement Commercial ne saurait se limiter à des prises de décisions cohérentes sur les seuls projets soumis à une autorisation commerciale. Les orientations du schéma visent aussi à favoriser des mesures permettant :

- le renforcement et la dynamisation des commerces des centres-villes, des quartiers et des pôles de proximité,
- la réduction progressive des grandes et moyennes surfaces de vente isolées,
- une évolution qualitative des pôles périphériques.

Les interventions dans ces domaines relèvent de différents acteurs et permettent d'agir sur le développement commercial de plusieurs façons :

- **Actions sur les entreprises**, par exemple :
 - o mise en place d'une aide à la modernisation/rénovation des magasins et des vitrines (notamment dans le cadre d'un Fond d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce),
 - o prospection de nouvelles enseignes pour qu'elles s'installent dans les zones prédéfinies,
 - o mise en place d'un dispositif d'aide à la reprise/transmission d'entreprises, en particulier pour les commerces de bouche,
 - o encouragement des entreprises à innover et mettre en place des nouveaux services pour les consommateurs (harmonisation des horaires d'ouverture, livraisons à domicile, opération qualité de l'accueil),
- **Actions associant collectivement les commerçants**, par exemple :
 - o soutien aux associations de commerçants existantes pour les aider à mettre en place des politiques pérennes d'animation et de communication annuelles et encouragement à la constitution de ce type de groupement dans les secteurs géographiques qui n'en comptent pas,
 - o recherche d'un partenariat avec la T.C.A.R. et la T.A.E. pour mettre en place, avec les associations de commerçants, des actions d'animation favorisant l'utilisation des T.C.S.P. par la clientèle.
- **Actions des collectivités locales** : Il s'agit notamment d'encourager les communes à recourir au FISAC, à améliorer l'accessibilité, la signalisation, le stationnement et les livraisons (exemple : mise en place d'espaces de livraison de proximité), à favoriser le remembrement commercial...

Le Comité de Suivi pourrait encourager le recours à ces différentes démarches dans le souci de la mise en œuvre des orientations du Schéma de Développement Commercial. Il pourrait aussi favoriser la réflexion collective sur la cohérence entre ces actions et avec les projets commerciaux.

VI. Conclusion

Engagée en 2002, l'élaboration de ce Schéma de Développement Commercial a permis de réunir au sein d'un Comité de Suivi différents partenaires concernés par le développement commercial dans l'aire de Rouen-Elbeuf.

Ce Comité est devenu, grâce à l'implication forte de l'ensemble des partenaires, un réel espace de partage de l'information et de dialogue.

Au fil des multiples réunions, et sur la base de plusieurs études thématiques, ce Comité a élaboré un diagnostic partagé et recherché les orientations à même d'apporter une réponse aux points fondamentaux du diagnostic :

- une offre commerciale quantitativement suffisante, qui nécessite des améliorations au plan qualitatif,
- une structuration géographique claire et forte de l'offre commerciale, et une situation d'équilibre du point de vue de la dualité centre / périphérie,
- un potentiel de consommation limité, amené à n'augmenter que faiblement,
- une situation en termes d'emploi commercial mal connue, marquée par la difficulté à apprécier les retombées directes et indirectes des nouveaux projets commerciaux.

Les orientations et préconisations du Schéma de Développement Commercial ont été définies avec le souci d'apporter une réponse cohérente à ces points fondamentaux du diagnostic :

- maintenir une structuration équilibrée entre les 3 pôles majeurs
 - maîtrise du développement des 2 pôles majeurs de périphérie : Barentin et Tourville-la-Rivière
 - affirmation du pôle majeur centre-ville de Rouen dans une double logique d'élargissement et d'accompagnement
 - non création d'un 4^{ème} pôle majeur
- conforter le maillage des centres-villes et des pôles de proximité
 - redynamisation prioritaire d'Elbeuf
 - diversification de l'offre des centres-villes et des pôles de proximité
 - réduction progressive des grandes et moyennes surfaces de vente isolées
- pas d'évolution majeure de l'offre
 - privilégier une évolution qualitative du commerce de périphérie
 - limiter les développements commerciaux de grande distribution
 - diversifier l'offre dans les secteurs d'activités sous-représentés.

Les orientations sont également déclinées pour chaque secteur géographique, et la cohérence sera recherchée avec les territoires voisins dont les développements commerciaux interagissent avec ceux du territoire concerné par le Schéma de Développement Commercial.

D'une façon générale, il s'agit, dans un contexte d'offre globalement suffisante, de s'inscrire dans une logique prioritairement qualitative plutôt que quantitative, et de consolider les équilibres et le maillage commercial existants. Pour chaque projet commercial, on pourra ainsi s'interroger comme suit :

- *L'amélioration qualitative de l'offre :*
 - Le projet permet-il une diversification par rapport aux manques constatés localement et à des concepts spécifiques ?
 - Le projet permet-il une amélioration des conditions de concurrence ?
 - Le projet permet-il la modernisation ou la valorisation d'un établissement ou un ensemble commercial existant, notamment d'un point de vue architectural et environnemental ?

- *La préservation des équilibres spatiaux :*
 - Le projet favorise-t-il la dynamisation d'un centre-ville ou génère-t-il un risque de fragilisation ?
 - Le projet permet-il une valorisation des espaces commerciaux vieillissants et fragilisés ?
 - Le projet s'inscrit-il dans une logique de limitation des développements périphériques ?
 - Le projet permet-il une réduction des grandes et moyennes surfaces de vente isolées ?

Il conviendra par ailleurs d'engager des analyses notamment sur le secteur auto-moto, sur l'évolution de l'emploi commercial, et l'impact direct et indirect des différents projets commerciaux sur celui-ci.

L'objectif du Schéma de Développement Commercial est de développer une logique de prise de décisions cohérente et collective dans le domaine du développement commercial. Sa mise en œuvre ne peut relever que de la volonté de tous les acteurs : elle suppose la poursuite des débats et de la réflexion commune.

Le Comité de Suivi a ainsi, au-delà de l'élaboration du Schéma, à poursuivre une mission d'expertise permanente et d'évaluation de la pertinence de tous les acteurs.

Il appartiendra aussi à l'ensemble des acteurs de mettre en place toutes les actions qui pourraient permettre la mise en œuvre des orientations de ce schéma.

Monsieur Dominique BRUYANT

Monsieur Pierre BOURGUIGNON

Monsieur Christian HERAIL

Le Président
CCI d'Elbeuf

Le Président
Syndicat Mixte pour le SCOT
Rouen-Elbeuf

Le Président
CCI de Rouen

Monsieur Pierre ALBERTINI

Madame Françoise GUILLOTIN

Le Maire
Mairie de Rouen

Le Maire
Mairie d'Elbeuf

Monsieur François ZIMERAY

Monsieur Didier MARIE

Monsieur Michel BENTOT

Le Président
Agglo de Rouen

Le Président
Agglo d'Elbeuf

Le Président
Communauté de
Communes Caux-
Austreberthe