

Document
d'Aménagement
Commercial

Schéma
de Cohérence
Territoriale de
l'Angoumois

Adopté le
10 DÉCEMBRE 2013

SOMMAIRE

CHAPITRE I	
LA SITUATION DE L'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL SUR LE TERRITOIRE DU SCOT DE L'ANGOUMOIS ET SES ENJEUX.....	4
CHAPITRE II	
LE PROJET DE DÉVELOPPEMENT DE L'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL ET LA CONSOLIDATION DES PÔLES DE PROXIMITÉ	9
CHAPITRE III	
LES PRESCRIPTIONS ET RECOMMANDATIONS POUR L'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL	10
CONCLUSION.....	12

CHAPITRE I

LA SITUATION DE L'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL SUR LE TERRITOIRE DU SCOT DE L'ANGOUMOIS ET SES ENJEUX

I.1. Une figure imposée : un renforcement continu de la loi en matière d'élaboration des SCOT

Conformément à l'article L.221 du code de l'Urbanisme, la mise en oeuvre du Schéma de Cohérence Territoriale vise à mettre en cohérence les politiques d'intervention et les actions des collectivités du territoire, notamment en ce qui concerne la gestion des implantations commerciales et l'amélioration de la qualité du service commercial pour la population résidente et touristique.

« Le document d'orientation et d'objectifs des schémas de cohérence territoriale précise les objectifs relatifs à l'équipement commercial et artisanal et aux localisations préférentielles des commerces afin de répondre aux exigences d'aménagement du territoire, notamment en matière de revitalisation des centres villes, de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux, la desserte en transports, notamment collectifs, et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises, de consommation économe de l'espace et de protection de l'environnement, des paysages et de l'architecture. Il détermine notamment les zones de centre-ville où les implantations commerciales ne sont réglementées que par le plan local d'urbanisme et les zones extérieures aux centres villes où peuvent être autorisées, selon des conditions qu'il définit, les implantations commerciales d'une surface supérieure à des seuils qu'il fixe en tenant compte de la typologie des commerces. La dimension véritablement prescriptive du schéma d'orientation commerciale et réaffirmée, qui serait opposable à toute demande de permis de construire ou à toute décision prise sur une déclaration préalable. »

ronnement, des paysages et de l'architecture. Il détermine notamment les zones de centre-ville où les implantations commerciales ne sont réglementées que par le plan local d'urbanisme et les zones extérieures aux centres villes où peuvent être autorisées, selon des conditions qu'il définit, les implantations commerciales d'une surface supérieure à des seuils qu'il fixe en tenant compte de la typologie des commerces. La dimension véritablement prescriptive du schéma d'orientation commerciale et réaffirmée, qui serait opposable à toute demande de permis de construire ou à toute décision prise sur une déclaration préalable. »

C'est dans ce cadre de l'élaboration des orientations et des actions propres à ce thème (et en conformité étroite avec l'article L752 du Code du Commerce que le Document d'Aménagement Commercial doit être élaboré :

« II.-Les schémas prévus au chapitre II du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme peuvent définir des zones d'aménagement commercial. Ces zones sont définies en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement ou de qualité de l'urbanisme spécifiques à certaines parties du terri-

toire couvert par le schéma. Leur délimitation ne peut reposer sur l'analyse de l'offre commerciale existante ni sur une mesure de l'impact sur cette dernière de nouveaux projets de commerces. La définition des zones figure dans un document d'aménagement commercial qui est intégré au schéma de cohérence territoriale par délibération de l'établissement public prévu à l'article L. 122-4 du code de l'urbanisme »

Enfin, document initialement créé « à part » du Document du Schéma de Cohérence Territoriale, le Document d'Aménagement Commercial (DAC) a été réintégré au sein du Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) par Loi portant Engagement national pour l'environnement du 12 juillet 2010.

I.2. Un tissu commercial diversifié, encore assez équilibré ...

Le dispositif commercial de l'Angoumois justifie la grande attractivité supra-départementale du pôle Angoumois. Il compte 344 247 m² de surfaces commerciales, répartis entre grandes enseignes et commerces de proximité :

Synthèse des surfaces de vente par catégorie de commerces sur le territoire de l'Angoumois au 31/12/2010

	TOTAL	ALIMENTATION	EQUIP PERSONNE	EQUIP MAISON	CULTURE LOISIRS	AUTOMOBILE CYCLE	REPAS ET CONSOMMATION EXTERIEURES	SANTÉ-SERVICE
Toyal Hyper - Supermarchés	74 854	39 108	18 742	6 446	26 425			
Total Galeries Commerciales*	18 500							
Total Autres grandes enseignes	174 118	1 471	23 529	116 275	17 617	15 226		
Total Commerces de proximité	76 775	7 087	21 246	4 043	3 834	3 226	17 529	19 810
TOTAL	344 247	47 665	63 517	126 765	47 876	18 452	17 529	19 810
	100%	14%	18%	37%	14%	5%	5%	6%

Sources : Préfecture de Charente, Chambre de Commerce et d'Industrie, OPERA 2012

La répartition des surfaces par activités se situe plutôt dans la moyenne, mis à part les activités commerciales concernant les loisirs et la culture, la moyenne se situant plutôt aux environ de 7% pour les agglomérations de même niveau démographique. L'équilibre entre grandes enseignes et « petits »

commerces est correct puisque il se situe à 72,5%/27,5%. Il faut noter toutefois que 18.500 m² de ces petites surfaces sont implantés au sein même des galeries commerciales créées par la grande distribution. Le commerce de proximité ne représente alors que 22,3% de l'ensemble ce qui reste tout à fait conforme aux moyennes.

**Synthèse des surfaces de vente par catégorie de commerces
sur le territoire de l'Angoumois au 31/12/2010**

	TOTAL	ALIMENTATION	EQUIP PERSONNE	EQUIP MAISON	CULTURE LOISIRS	AUTOMOBILE CYCLE	REPAS ET CONSOMMATION EXTERIEURES	SANTÉ SERVICE
Total Hyper - Supermarchés	74 854	39 108	18 742	6 446	26 425			
Total Galeries Commerciales*	18 500							
Total Autres grandes enseignes	174 118	1 471	23 529	116 275	17 617	15 226		
Total Commerces de proximité	76 775	7 087	21 246	4 043	3 834	3 226	17 529	19 810
TOTAL	344 247	47 665	63 517	126 765	47 876	18 452	17 529	19 810
	100%	14%	18%	37%	14%	5%	5%	6%

Sources : Préfecture de Charente, Chambre de Commerce et d'Industrie, OPERA – 2012

L'inventaire réalisé sur la période mai-juillet 2011 a permis de recenser un peu plus de 1.000 commerces de proximité. Il ne s'agit pas d'un recensement exhaustif vu le linéaire de voies existantes sur la partie urbanisée centrale de l'Angoumois. Néanmoins, on peut estimer que ce recensement a inventorié 90% des commerces de ce type, en raison de leur diffusion (de nombreux commerces sont isolés, seul dans une rue, au bord d'un carrefour).

Tout d'abord, le recensement confirme les densités commerciales connues :

- 55% des commerces de proximité sont situés dans la ville d'Angoulême.
- En second viennent les communes à caractère urbain et les plus peuplées, à savoir La Couronne et Soyaux, auxquels s'ajoutent Ruelle-sur-Touvre et Gond-Pontouvre, toutes quatre situées dans la périphérie immédiate d'Angoulême.
- À noter certaines communes qui ne comptent aucun commerce de proximité.

En termes de surfaces, chaque commerce représente environ 72 m², soit moins que ce qui a été observé à Cognac (94 m²)¹ mais plus qu'à Poitiers (50 m²)².

Par ailleurs, cet inventaire livre plusieurs enseignements :

- L'attractivité commerciale du pôle centrale d'Angoulême est démontrée par le ratio « nombre de m² / habitants », soit 1,33 m²/habitant, soit près de 3 fois plus que les deux centres urbains de Gond-Pontouvre (0,45 m²/habitant) et Ruelle-sur-Touvre (0,42 m²/habitant). Alors qu'il est délaissé par le développement des grandes surfaces (10% des autorisations de création-extension de surfaces commerciales supérieures à 1.000 m² sur la période 2001-2012 sur le territoire du SCOT de l'Angoumois), Angoulême affirme son rôle de leadership commercial grâce à sa densité de commerces de proximité.
- Concernant la répartition des types d'activités, les équipements de la personne (28%)

et les activités de services et de santé (26%) constituent les activités les plus présentes, suivies de près par les activités « Repas et consommations extérieures » qui regroupent les bars, tabacs, restaurants, etc. avec 20% des surfaces. L'alimentation représente 10% (hors supermarchés). Enfin, les équipements pour la maison, les activités culture-loisirs et celles concernant l'automobile et les cycles se situent entre 4 et 5%.

- La surface moyenne évolue en fonction de la nature des activités, les équipements de la personne représentant les plus grandes surfaces à l'unité, la culture et les loisirs les plus petites :

Surface moyenne par activité des commerces de proximité inventoriés

	alimentation	automobile et motorcycle	culture loisirs	équipement de la maison	équipement de la personne	repas et consommations extérieurs tabac	santé services	Moyenne totale
Surface moyenne	50,26	106,48	43,17	56,95	110,14	97,06	54,04	71,67

Source : OPERA 2011

I.3. ...Malgré un développement non maîtrisé de la « Grande Distribution » implantée sur les Parcs d'Activités Commerciales

Concernant la grande distribution (hyper-super et grandes enseignes), comme dans la majorité des 100 plus grandes agglomérations françaises, ce sont les activités d'équipements de la maison qui représentent les plus grandes surfaces (ce

qui est tout à fait logique vu les dimensions des produits vendus) :

¹ Source : « Diagnostic sur l'offre et la demande commercial cognaçaise » - Ville de Cognac et CCI de Cognac – mars 2009

² Source : « Le développement commercial de l'Agglomération de Poitiers » Communauté d'Agglomération de Poitiers et Chambre des Métiers de la Vienne, CCI de la Vienne - 2006

Surfaces commerciales de la Grande Distribution sur le territoire de l'Angoumois

	TOTAL	ALIM	EQUIP PERSONNE	EQUIP Maison	CULTURE LOISIRS	AUTOMOBILE CYCLE
Total Hyper - Supermarchés	74 854	39 108	18 742	6 446	26 425	
Total Autres grandes enseignes	174 118	1 471	23 529	116 275	17 617	15 226
TOTAL GRANDE DISTRIBUTION	248 972	40 579	42 271	122 721	44 042	15 226
	73%	12%	12%	36%	13%	4%

Sources : Inventaire commercial 2005 et CDAC_CDEC - Préfecture Charente 2010

L'analyse des autorisations en commissions CDEC-CDAC montre que les commerces de plus de 1000 m² ont connu une croissance importante ces 12 dernières années (Voir tableau ci-dessous). Ainsi, l'analyse des différentes autorisations accordées chaque année montre le développement des zones périphériques : chaque année de 2001 à 2012, ont été autorisés la création de 8.837 m². Au final en 12 années, 106 045 m² ont été autorisés.

Les trois parcs d'activités commerciales des Montagnes (Champniers), de la Croix Blanche (Soyaux) et de Chantemerle (La Couronne) ont capté la majorité de ces développements. Les différences entre ces trois parcs sont fonction, notamment, des limites de la disponibilité foncière. A ce titre, la zone située à La Couronne ne dispose que d'une emprise réduite et est quasiment totalement occupée, ce qui explique sa plus faible marge, malgré le « leadership » de l'hypermarché Auchan.

Autre enseignement très important, la faiblesse des implantations sur la commune d'Angoulême, dû simplement au manque de foncier disponible pour des grandes surfaces ou certains types de commerces (ex. ameublement ou matériaux). Aussi, seul le commerce de proximité et les moyennes surfaces peuvent assurer l'équilibre entre le centre-ville et les pôles de périphérie. L'implantation de supermarché (Intermarché, Lidl, Carrefour Contact,...) au sein des pôles secondaires permet de rééquilibrer le développement.

Surfaces commerciales autorisées sur la période 2001-2012 sur le territoire de l'Angoumois

	Surfaces de vente autorisées 2001-2009	Moyenne annuelle 2001-2009	Total des surfaces autorisées en 2010	Total des surfaces autorisées en 2011	Total des surfaces autorisées en 2012	Surfaces de vente autorisées 2001-2012	Moyenne annuelle 2001-2012
Total Angoulême	9 604	1 067				9 604	800
Total Champniers	20 125	2 236	3 376	20 157	700	44 358	3 696
Total Gond-Pontouvre	1 964	218		1 420		3 384	282
Total Saint Yrieix	1 859	207				1 859	155
Total Soyaux	29 764	3 307		6 810		36 574	3 048
Total La Couronne	9 367	1 041	249			9 616	801
Total Puymoyen	650	72				650	54
TOTAL	73 333 m²	8 148 m²	3 625 m²	21 577 m²	700 m²	106 045 m²	8 837 m²

Source : Préfecture Charente 2012

I.4. Une offre commerciale limitrophe importante à considérer

Le territoire de l'Angoumois s'inscrit dans une réalité commerciale plus large que son propre territoire pour deux raisons :

- Son périmètre de chalandise élargi,
- L'existence de pôles urbains et commerciaux situés à proximité : Cognac, Jarnac, Ruffec, La Rochefoucauld et Barbezieux.

Ainsi, comme on peut l'observer sur la carte ci-dessous, le périmètre de chalandise jouxte ces quatre pôles et intercepte une grande partie de leurs zones de chalandise respectives¹.

On observe notamment pour le secteur de Cognac une surface commerciale importante avec 116.492 m² pour les enseignes supérieures à 400 m². Cette offre commerciale ramenée à 47.763 habitants dans l'aire urbaine (chiffres 2010) justifie un ratio de 2,44m² de SHON commerciale par habitant de l'aire urbaine, alors que

ce même ratio sur l'aire urbaine d'Angoulême (178.496 habitants en 2010) n'est que de 1,39 m² par habitant (en considérant les 248.972 m² de SHON commercial pour les plus de 400 m²).

A l'évidence, les quatre pôles sont de nature et d'importance différente :

- Avec presque 110.000 m² de moyennes et grandes surfaces, le pôle de Cognac concerne son aire urbaine (au sens de l'INSEE) et revendique une concurrence avec le pôle Angoumois. La Ville de Cognac et la Chambre et d'Industrie de Cognac (étude 2009) placent ainsi la lutte contre l'évasion commerciale (vers Angoulême et Saintes notamment) bien au-dessus de la concurrence entre commerce de proximité et grandes-moyennes surfaces en périphérie.

Les trois autres pôles ne peuvent pas se placer dans cette optique :

- La Rochefoucauld se situe à proximité du pôle Angoumois et celle-ci se trouve encore renfor-

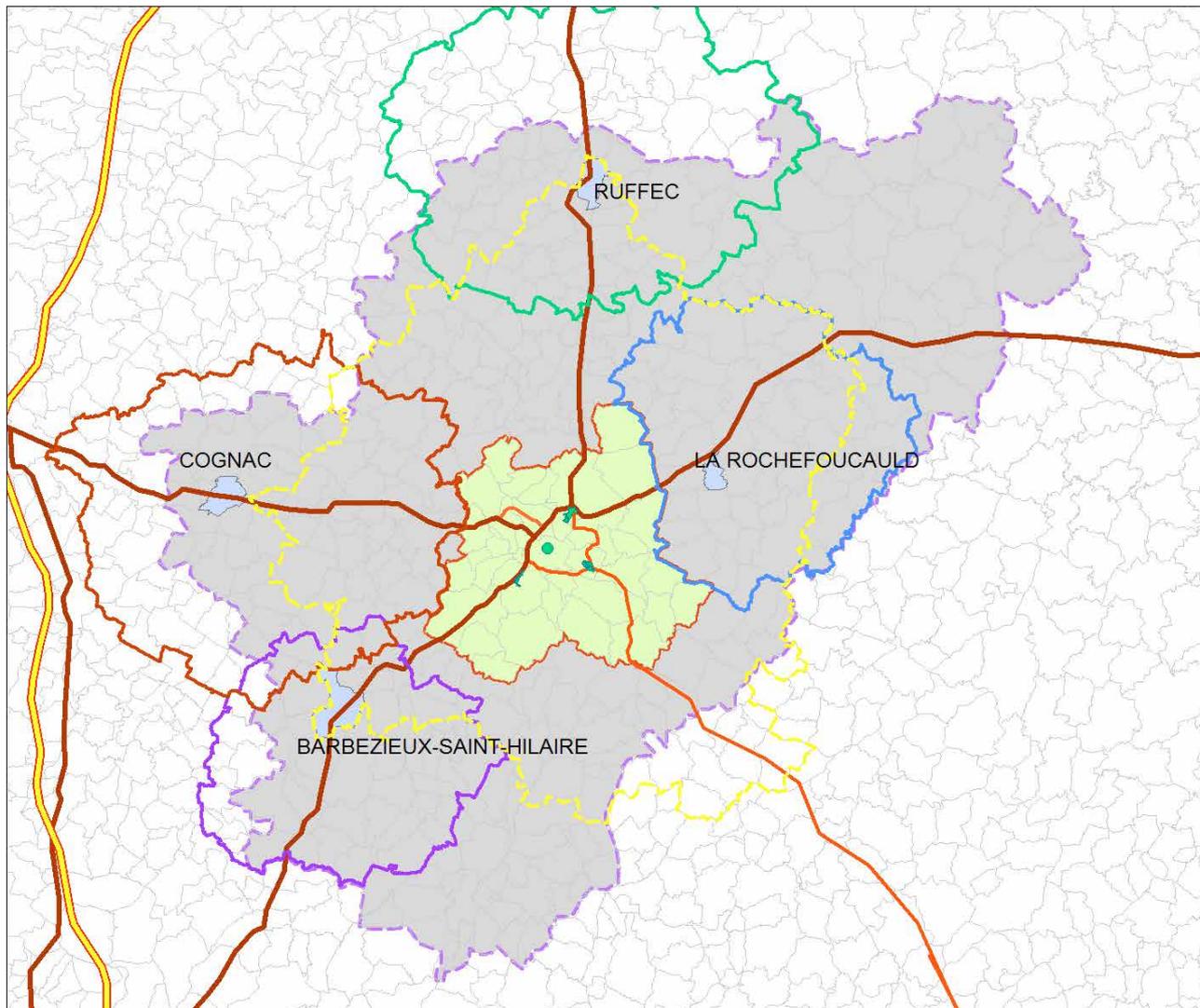
cée par la mise à 2x2 voie de la RN141. Seule la présence d'une enseigne générale polarise le territoire rural situé aux environs. Le pôle compte 11.200 m² de moyennes et grandes surfaces au total.

- Barbezieux Saint Hilaire (29 954 m²) constitue un pôle 2,5 fois plus important que La Rochefoucauld, et se trouve être la seule ville moyenne au centre d'un territoire rural.

- Ruffec, 2ème pôle limitrophe après Cognac se situe dans une position d'équilibre entre Angoulême et Poitiers, justifié en cela par ses 41 970 m² de moyennes et grandes surfaces.

En conclusion, partout en Charente, les surfaces commerciales ont progressé de façon importante, notamment sur le pôle de La Rochefoucauld (+ 89% mais sur un petit volume) et sur le pôle de Cognac avec une croissance de 40% en 8 années. Cette évolution confirme la forte densité du secteur de Cognac, relativement à l'importance de la population de son aire urbaine.

Carte des quatre Pôles commerciaux limitrophes et de leurs chalandises évaluées



I.5. Un dispositif commercial structuré en 3 niveaux :

Le territoire de l'Angoumois possède une armature urbaine organisée autour de la Ville Centre et structurée par le réseau routier principal : la croix routière formée par les N10 et N141, complétée depuis peu par le bouclage du contournement Sud et Est et sur lequel se branche la route D939 qui relie les territoires de la Dordogne. 3 niveaux composent l'offre commerciale du territoire du SCoT de l'Angoumois :

Le niveau 1, formé du cœur de ville et des trois grandes zones commerciales d'attractivité supra-départementale

Le niveau constitué par l'hyper-centre et les 3 grandes zones commerciales Nord (Montagnes à Champniers et Avenauds à Gond-Pontouvre), Sud (Chantemerle à La Couronne) et Est (Croix Blanche à Soyaux) participe pleinement à l'attractivité de l'Angoumois. Ainsi, la zone de chalandise concerne environ 250.000 habitants et couvre la plus grande partie du département de la Charente. A l'inverse, l'évasion commerciale semble limitée et ne devrait pas justifier un développement supplémentaire, hormis des

créneaux particuliers très précis. Les trois zones sont concernées par un enjeu de qualification (aménagements paysagers, accessibilité, cheminements doux, énergies renouvelables, etc.) Encadrant le cœur commercial (centre-ville), les trois grandes zones d'activités se sont positionnées à proximité des grands axes, pour bénéficier des meilleures conditions de desserte, la zone des Montagnes au carrefour de la N10 et de la N141, la zone commerciale de la Couronne le long de la N10 à l'entrée sud de l'agglomération angoumoisine, et la zone commerciale de Soyaux à l'intersection de la route de Périgueux (D939) et du contournement sud.

Le Centre-ville d'Angoulême

Le centre-ville d'Angoulême représente l'un des 4 grands pôles commerciaux du territoire du SCoT de l'Angoumois. Ce pôle peut être scindé en 2 parties :

- Un premier secteur, à l'est, structuré autour des rues Hergé, Goscinny et d'Aguesseau, piétonnes ou semi-piétonnes, plutôt dévolu à l'accueil d'enseignes nationales (dont un U express) dans les domaines de l'alimentation, l'équipement à la personne, la culture, les services, la restauration rapide...

Ce secteur s'est vu complété en 2008 par l'implantation de la galerie commerciale du Champs de Mars, dont l'objectif était de renforcer la dynamique commerciale pour rééquilibrer le centre-ville et la périphérie. C'est la partie la plus dynamique.

- Un secteur 2, dans un triangle formé par le Palais de Justice, l'Hôtel de Ville et les Halles. Ce secteur offre plutôt du moyen-haut de gamme dans les rues des Postes et Ludovic Trarieux (Daniel Hechter, Comptoir des Cotonniers,...).

Autour des Halles et place Francis Louvel, on trouve des restaurants, des hôtels, des magasins d'arts et d'antiquités et quelques boutiques alimentaires le plus souvent spécialisées.

Les 295 commerces du Centre-Ville représentent une surface globale d'environ 17.000 m², soit 22% de la surface totale des commerces de proximité de l'Angoumois. L'analyse par secteur et par catégories montre des spécialisations très nettes

Inventaires des surfaces commerciales, par catégorie, sur les 2 secteurs composant le centre-ville d'Angoulême

	Alimentation	Culture Loisirs	Équipement de la personne	Équipement de la maison	Repas et consommations extérieures	Santé Services	TOTAL	
Secteur 1 (Est)	Nombre	14	6	74	7	6	22	129
	Surfaces	1 263	594	11 012	1 318	1 160	1 591	16 938
	Surface moyenne (m ²)	90	99	149	188	193	72	131
Secteur 2 (Ouest)	Nombre	12	18	25	8	67	36	166
	Surfaces	397	1 186	1 856	1 465	3 823	1 649	10 376
	Surface moyenne (m ²)	33	66	74	183	57	46	63
TOTAL Centre-ville Angoulême	Nombre	26	24	99	15	73	58	295
	Surfaces	1 660	1 780	12 868	2 783	4 983	3 240	27 314
	Surface moyenne (m ²)	64	74	130	186	68	56	93

Source : OPERA 2011

La Zone Commerciale Nord (zone des Montagnes à Champniers ; zone des Avenauds à Gond-Pontouvre)

La Zone des Montagnes est située au carrefour des N10 et N141, sur une surface d'environ 96 hectares. Première grande zone commerciale de l'Angoumois au plan historique, la zone est quasiment entièrement occupée.

Concernant les catégories d'activités présentes, la zone des Montagnes se distingue par :

- Le plus grand hypermarché (Géant Casino) du territoire,

- La moitié des surfaces (55%) consacrée à l'équipement de la maison (51 620 m²),
 - Un très important pôle automobile, plutôt situé dans la moitié sud, avec plus de 20.000 m²
 - 10% des surfaces consacrées à l'équipement de la personne (8 481 m²),
 - et un secteur culture loisirs assez important (17% des surfaces pour 12 297 m²)

La zone commerciale Nord comprend donc le plus grand hypermarché et parc d'activités associé et se positionne ainsi comme le pôle leader

du territoire de l'Angoumois. La zone des Montagnes a été aménagée « à l'ancienne », partie par partie. Contrainte par le relief, l'organisation de la zone est difficilement lisible et la productivité foncière est assez médiocre (parking individualisé pour chaque enseigne, ...). La restructuration générale de la zone et son réaménagement partiel constitue un enjeu fort pour l'avenir.

Inventaires des surfaces commerciales, par catégorie, sur la zone des Montagnes

	Grande distribution	Alimentation	Culture Loisirs	Équipement de la personne	Équipement de la maison	Repas et consommations extérieures	Automobiles et Cycles	Santé Services	TOTAL
Nombre	1	1	10	13	19	6	16	8	74
Surfaces	12 341	1 283	12 297	8 481	51 620	4 280	20 235	2 092	112 629
Surface moyenne (m ²)			1 230	652	2 717	713	1 265	262	1 522
	11%	1%	11%	8%	46%	4%	18%	2%	

Source : OPERA 2011

La Zone Commerciale Sud (Chantemerle à La Couronne)

La Zone de Chantemerle à La Couronne est mixte. Seule la partie qui jouxte la N10 est consacrée au commerce. Ainsi, sur une superficie totale d'environ 49 hectares, 16 hectares sont consacrés à l'activité commerciale.

La zone est quasiment entièrement occupée. Seule une parcelle située dans la partie nord est

encore disponible pour une surface d'environ 4.000 m² (projet en cours).

L'aménagement se divise en deux parties. Au sud, l'ensemble formé par l'enseigne Auchan et ses partenaires directs, au nord des enseignes spécialisées comme GEMO, NORAUTO, TRUFFAULT, St MACLOU, DARTY, KING JOUET...

La zone commerciale de La couronne est entraînée par une des plus grandes enseignes de l'An-

goumois : Auchan. Par contre, le Parc d'Activités associé est le plus réduit – 20 enseignes spécialisées – pour une SHON globale de 32 572 m². Les activités dédiées à la culture et aux loisirs occupent 50% des surfaces associées à Auchan, suivie par l'équipement de la maison (20%), l'automobile des cycles (16%) et l'équipement de la personne (13%). L'aménagement est simple, lisible et de bonne qualité.

Inventaires des surfaces commerciales, par catégorie, sur la zone de Chantemerle

	Alimentation	Culture Loisirs	Équipement de la personne	Équipement de la maison	Repas et consommations extérieures	Automobiles et Cycles	Santé Services	TOTAL	
Nombre	1	0	4	4	2	4	1	19	
Surfaces	11 352	0	10 670	2 793	4 341	985	3 416	32 572	
Surface moyenne (m ²)			2 668	698	1 085	493	854	273	1 714
	35%	0%	33%	9%	13%	3%	10%	1%	

Source : OPERA 2011

La Zone Commerciale Est (Croix blanche à Soyaux)

La Zone de la Croix Blanche est une zone mixte d'environ 91 hectares dont 24,5 hectares environ. La zone aménagée est quasiment entièrement occupée. En termes d'activités, la zone comporte une enseigne locomotive Carrefour et un parc d'activités associé. La zone est ainsi dédiée (Hors Hyper) :

- aux activités d'Équipement de la maison pour 50%,
- à l'automobile et aux cycles (20%)
- à la culture et aux loisirs (18%)

En termes d'aménagement, la partie nord est plutôt de bonne qualité. La partie sud, plutôt consacrée au négoce voire à l'artisanat, ne présente pas la même qualité. L'une des questions essentielles concernant ce pôle commercial est

constituée par sa qualité de desserte, le carrefour formée par la route de périgieux (D939) et le contournement sud-est de l'agglomération formant un point noir de la circulation aux heures de pointes.

Inventaires des surfaces commerciales, par catégorie, sur la zone de la Croix Blanche à Soyaux

	Grande distribution	Alimentation	Culture Loisirs	Équipement de la personne	Équipement de la maison	Repas et consommations extérieures	Automobiles et Cycles	Santé Services	TOTAL
Nombre	1	1	3	3	5	2	3	0	18
Surfaces	6 543	995	7 244	2 787	15 445	500	9 600	0	41 619
Surface moyenne (m²)			2 415	929	3 089	250	3 200	0	2 312
	16%	2%	17%	7%	37%	1%	23%	0%	

Source : OPERA 2011

Le niveau 2, formé de polarités secondaires de nature diverse.

Le niveau 2 est constitué par 15 polarités : ce dispositif de pôles secondaires irrigue assez bien le territoire. Les polarités secondaires sont de nature très diverse, depuis le pôle urbain de La Couronne, autour de la place du Champs de Foire jusqu'au site Leclerc d'Angoulême, isolé, en passant par des rues commerçantes (route de Bordeaux, route de Saintes, route de périgieux, route de Paris à Gond-Pontouvre...).

La nature de ces polarités commerciales est étroitement associée à leur implantation au sein d'espaces urbains. Ainsi, chaque pôle possède

sa légitimité propre, son attractivité qui va de la commune à une commune « pôle » associée à plusieurs communes (Cas de Brie qui dessert Jauldes).

Ces polarités secondaires, d'attractivité diverses sont essentielles à la bonne irrigation commerciale du territoire Angoumois et justifient un développement, mais seulement s'il s'accompagne d'une qualité d'urbanité (concentration d'habitat, stationnement, accessibilité).

Le niveau 3 formé d'un tissu diffus de commerces de proximité

Le niveau 3 est constitué par les commerces de

proximité ou non diffus dans le tissu urbain, dont un certain nombre sont tout à fait isolés dans une rue, sur une placette, le long d'un boulevard ou sur un giratoire. Ces commerces sont répartis sur l'ensemble du territoire avec un gradient de déconcentration à partir de la ville centre. 1015 commerces de proximité ont été ainsi recensés au cours du printemps 2011 (environ 90% de l'offre totale de proximité).

De très nombreux commerces sont à l'écart du reste du tissu commercial, dans une rue, à un carrefour et ne bénéficient pas de l'effet de résonance de l'attractivité d'autres commerces d'activités complémentaires.

CHAPITRE II

LE PROJET DE DÉVELOPPEMENT DE L'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL ET LA CONSOLIDATION DES PÔLES DE PROXIMITÉ

Au regard des projets à venir et validés par la Commission Départementale d'Aménagement Commercial, et de l'offre existante, il apparaît que l'offre commerciale du territoire du SCOT de l'Angoumois répond très largement aux besoins locaux (habitants de l'Angoumois) et même les dépassent puisqu'une partie de la zone de Chalandise recouvre d'autres territoires (250.000 habitants).

Chaque type d'activités commerciales, chaque niveau de polarités commerciales revendique une aire qui est fonction de son importance, de son originalité (ou degré d'isolement)...

Le projet du PADD s'inscrit dans les principes de la Loi ENE et dans ceux de l'article L752 du Code du Commerce. Ainsi, il affiche 3 principes directeurs pour les perspectives de développement commercial de l'Angoumois :

- Principe 1 – Le croisement des enjeux et l'équilibre des objectifs économiques (attractivité-développement) et objectifs sociaux (proximité et liberté du choix du mode de consommation)

- Principe 2 – La cohérence avec l'ensemble des politiques urbaines (l'un des leviers qui concourent à la réussite de l'ensemble des politiques urbaines).

- Principe 3 – Une inscription prédominante dans le champ de l'aménagement du territoire et de la qualité de vie.

La stratégie de maîtrise du développement de l'aménagement Commercial du SCOT de l'Angoumois se décline alors de la manière suivante :

Enjeu 1 – Développer de façon maîtrisée les grandes zones commerciales et Conforter l'attractivité de l'hyper-centre

Encadrement du nombre de mètres carré sur les 3 zones commerciales :

- Impossibilité de créer une 4^{ème} grande zone commerciale.
- Limitation importante de l'extension foncière et évolution maîtrisée de la surface de vente.
- Densification permise grâce à une restructuration/ réorganisation complète ou partielle de la zone concernée.
- Possibilité de développement de la surface de vente dans les limites foncières définies (surfaces hors Parc de la Jaufertie).

Renforcer les implantations commerciales dans le centre-ville et les espaces situés à proximité, par réaffectation de foncier et développement de la surface de vente, notamment en moyenne surface.

Enjeu 2 – Améliorer l'irrigation commerciale, garantir la diversité des modes commerciaux, renforcer la proximité en maintenant les conditions d'installation et d'activités du commerce de proximité.

Renforcer les pôles secondaires :

- Possibilité de développer du foncier commercial dans les pôles secondaires existants.
- Possibilité de création de nouveaux pôles secondaires.

Modalités de développement commercial des pôles secondaires :

- Cohérence avec l'armature du réseau des transports collectifs : obligation de desserte en transport en commun des grandes zones commerciales,
- Densification autour des bourgs / centralités,
- Préconisation de traitement des aménagements urbains (stationnement, arrêt de TC, cheminements pour les modes doux, espaces taillés pour favoriser la vie sociale des pôles),
- Définition de niveaux de densité commerciale (distance maximum entre les commerces, indice de concentration, ...) en fonction de niveau de polarité requis.

Le développement des pôles commerciaux de proximité devra accompagner le renforcement d'une centralité passant par la densification de l'habitat, l'aménagement urbain et les cheminements doux.

CHAPITRE III

LES PRESCRIPTIONS ET RECOMMANDATIONS POUR L'AMÉNAGEMENT COMMERCIAL

Le PADD s'articule selon deux grandes ambitions transversales :

- Renforcer le rôle moteur de l'Angoumois en Charente et dans l'espace régional,
- Concilier le développement avec la préservation-valorisation d'une nature partenaire .

S'inscrivant dans ce cadre stratégique, le projet politique du SCoT de l'Angoumois a retenu trois principes pour la maîtrise de l'aménagement commercial de son territoire :

- Le croisement des enjeux et l'équilibre des objectifs économiques (attractivité-développement) et sociaux (proximité et liberté du choix du mode de consommation)
- Une plus grande cohérence de l'aménagement commercial avec l'ensemble des politiques urbaines,
- Une inscription prédominante dans le champ de l'aménagement du territoire et de la qualité de vie.

Ainsi, l'aménagement commercial contribuera aux deux enjeux de renforcement de l'attractivité du pôle angoumois et d'équilibre - équité territoriale.

Les objectifs du PADD retenus pour l'aménagement commercial de son territoire doivent permettre :

- 1) La prise en compte de l'équilibre actuel du dispositif commercial
- 2) Le nécessaire confortement de l'armature urbaine en maintenant l'équilibre entre la dynamique de l'hypercentre et le développement

maîtrisée des grandes zones commerciales par :

- l'encadrement du nombre de mètres carrés de foncier sur les trois zones commerciales Nord (Gond-Pontouvre et Champniers), Sud (La Couronne) et Est (secteur commercial de la zone de Croix-Blanche à Soyaux),
 - le renforcement des implantations commerciales dans le centre-ville et les espaces situés à proximité, et la réaffectation de foncier et développement de la surface de vente, notamment en moyennes surfaces.
- 3) Le renforcement des polarités commerciales secondaires pour améliorer l'irrigation commerciale, garantir ainsi la diversité des modes commerciaux, et renforcer la juste proximité en maintenant les conditions d'installation et d'activités du commerce de proximité.

III.1. Prescriptions concernant le centre-ville d'Angoulême et les espaces commerciaux (rues et places) situés à proximité

Le Centre Ville d'Angoulême et les espaces commerciaux (rues et places) constituent le premier des quatre grands pôles commerciaux d'attractivité de niveau départemental voire régional. Aux termes des dispositions de l'article L. 122-1-9 du code de l'urbanisme, le SCoT répond aux exigences d'aménagement du territoire, notamment en matière de revitalisation des centres-

ville, dont Angoulême, par une stratégie globale d'attractivité qui repose sur :

- une offre de logements adaptées à la demande des jeunes ménages et des personnes âgées ;
- un accès facilité pour tous les modes de transport ;
- le maintien d'emplois (de services notamment) dans le centre-ville ;
- une qualité architecturale et patrimoniale préservée ;
- une politique foncière d'acquisition de locaux commerciaux ou d'accompagnement à l'installation de commerçants dans les locaux vacants.

P26 PRESCRIPTIONS RELATIVES A L'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU CENTRE-VILLE D'ANGOULÊME ET DES ESPACES ASSOCIES

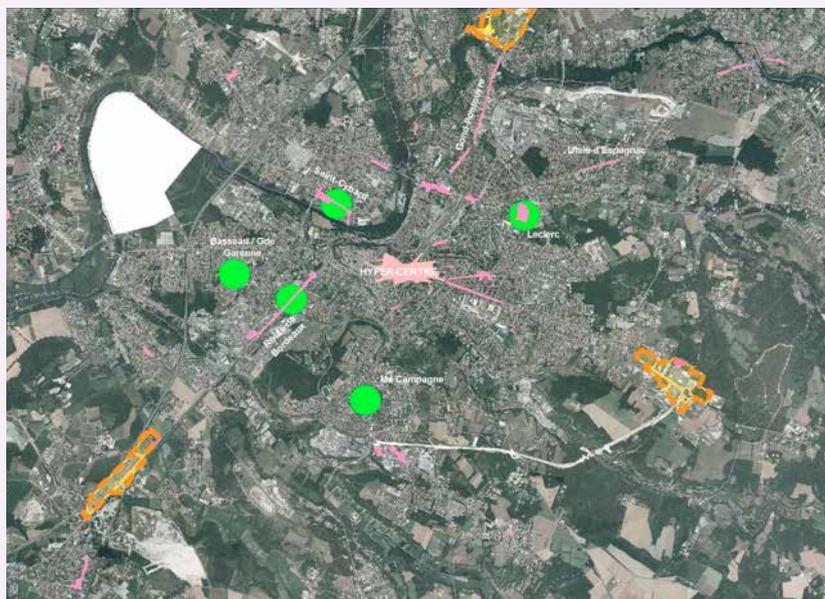
Le centre-ville d'Angoulême et les espaces associés, caractérisé par un bâti dense, présentent une diversité des fonctions urbaines (logements, des commerces, des équipements publics et collectifs) qui légitiment l'attractivité urbaine du pôle angoumois.

A ce titre, le Document d'Orientations et d'Objectifs ne pose pas de conditions relatives aux autorisations d'implantations commerciales.

Le PLU d'Angoulême devra permettre et favoriser l'implantation de surfaces moyennes destinées à conforter l'attractivité du centre-ville.

R22 RECOMMANDATION RELATIVE A L'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU CENTRE-VILLE D'ANGOULÊME ET DES ESPACES ASSOCIES (POLES D'EQUILIBRE)

Les opérations d'habitat qui s'inscriront dans les centralités urbaines définies pourront prévoir la possibilité d'implanter des commerces en rez-de-chaussée des bâtiments créés ou réhabilités, tout en permettant l'accès aux étages supérieurs, en priorité pour du logement.



III.2. Prescriptions concernant les grandes zones commerciales

P27 PRESCRIPTIONS GENERALES

Les extensions foncières des grandes zones actuelles seront strictement limitées aux extensions définies ci-dessous.

L'implantation d'équipements commerciaux, dès lors qu'ils sont susceptibles d'avoir un im-

pact significatif sur l'organisation et l'équilibre du territoire, sera soumise aux critères suivants :

- une desserte par les transports collectifs ;
- le respect des conditions de stationnement ;
- le respect des conditions de livraison des marchandises ;
- le respect des normes environnementales.

Les communes et intercommunalités, dans le cadre du plan local d'urbanisme des communes concernées, doivent engager une réflexion générale sur les dessertes et les circulations internes des grandes zones commerciales et, le cas échéant, envisager et proposer des améliorations des réseaux existants, en lien avec le gestionnaire du domaine public routier départemental.

P28 PRESCRIPTIONS PARTICULIERES

Le développement de la zone des Montagnes, pour une surface foncière maximale de 35 hectares, devra s'intégrer dans l'enveloppe définie ci-dessous.

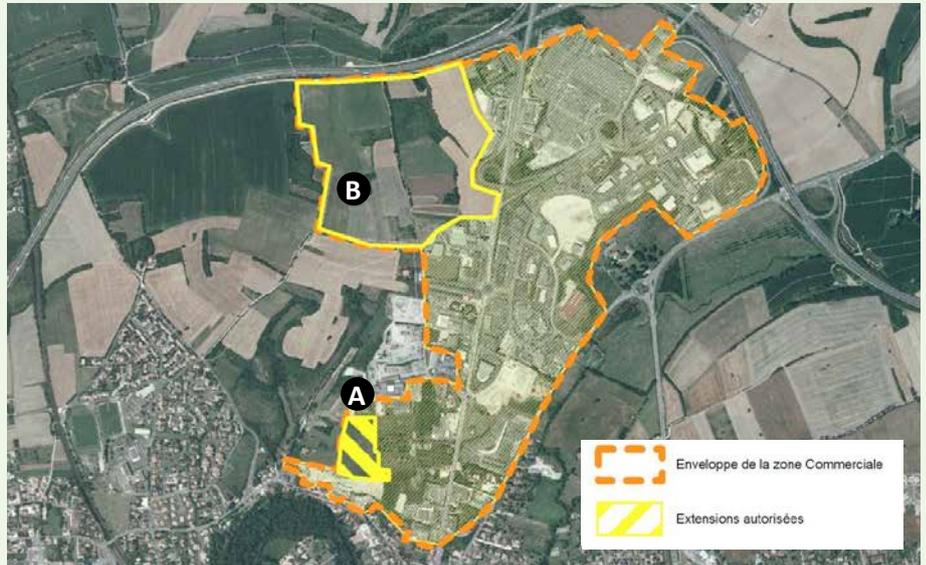
Les autres développements commerciaux (par exemple en surface de vente) devront donc être inscrits préférentiellement au sein des enveloppes actuelles telles que définies ci-dessous.

Zone Commerciale Nord (Champniers / Gond-pontouvre)

Deux extensions seulement de l'aménagement commercial y seront autorisées :

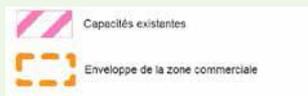
- Une extension d'environ 2,7 hectares situés à l'ouest de la zone commerciale des Avenauds (A) ;
- Une extension plus importante, d'une surface d'environ 20 ha, à insérer dans l'enveloppe des 35 hectares (B) situés au nord ouest entre l'actuelle zone des Montagnes et l'axe routier N10. Cette extension pourra recevoir des activités commerciales, artisanales et de loisirs.

Cette prescription devra se décliner dans le cadre d'une Zone d'Aménagement Concerté permettant les activités commerciales, de loisirs, de culture (y compris activités cinématographiques) et de restauration.



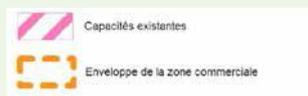
Zone Commerciale Sud (La Couronne)

L'enveloppe initiale de la partie commerciale de la zone de Chantemerle reste inchangée et compte environ 3 hectares de foncier disponible.



Secteur Commercial Est (Soyaux)

L'enveloppe maximale du secteur commercial de la zone de Croix Blanche située à Soyaux est définie comme suit et compte environ 2,3 hectares de foncier disponible.



R23 RECOMMANDATIONS POUR LES GRANDES ZONES COMMERCIALES

L'attractivité des pôles commerciaux de l'Angoumois ne peut se développer qu'en alliant plusieurs logiques :

- Un accès facilité et sécurisé pour les tous modes de transports, dont transports en commun.
- Un réaménagement et de densification des zones.
- Une qualité environnementale, paysagère et architecturale des nouveaux ensembles réaménagés ou créés.

Les communes et intercommunalités, dans le cadre du plan local d'urbanisme des communes concernées, doivent engager une réflexion générale sur les dessertes et les circulations internes des grandes zones commerciales et, le cas échéant, envisager et proposer des améliorations des réseaux existants, en lien avec le gestionnaire du domaine public routier départemental.

III.3. Recommandations concernant les pôles de proximité

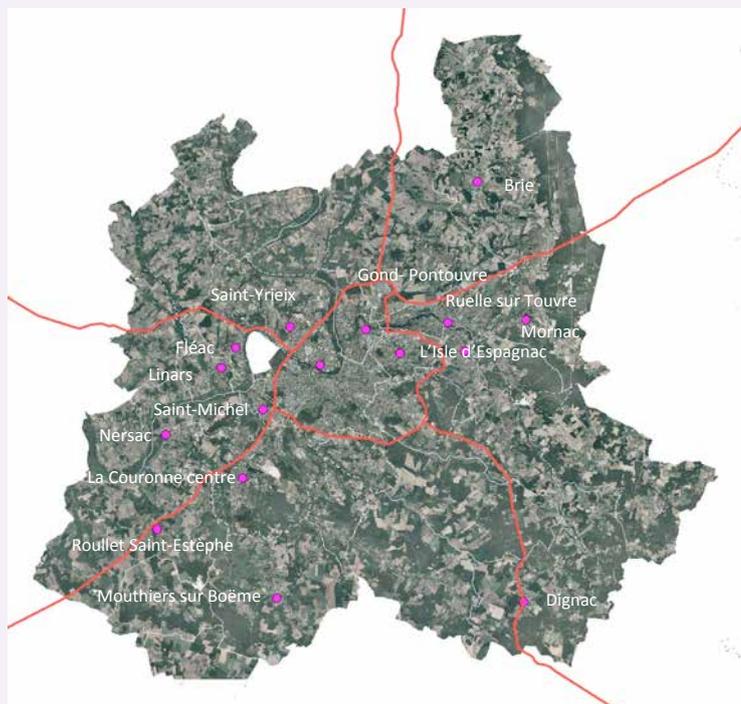
Le PADD a reconnu l'intérêt des pôles commerciaux secondaires et leur fonction de proximité pour un territoire équitable.

R24 RECOMMANDATIONS POUR LES POLES DE PROXIMITE

Le Schéma de Cohérence Territoriale identifie des pôles de proximité à l'échelle de l'Angoumois.

Le foncier commercial peut être développé pour renforcer l'efficacité et la gamme commerciale de ces pôles de proximité, sous certaines conditions :

- La priorité sera donnée aux pôles commerciaux qui s'inscrivent dans des polarités urbaines attractives proposant services, stationnements... et bénéficiant, le cas échéant, d'un arrêt sur une ou plusieurs lignes de transport en commun.
- Les développements commerciaux devront s'inscrire dans une logique de densification (augmentation de la densité globale des commerces) et dans une stratégie d'amélioration de la qualité des aménagements urbains comprenant mobilier, nature urbaine, chemins doux, ...
- Les opérations d'habitat qui pourraient s'inscrire à proximité immédiate pourront prévoir la possibilité d'implanter des commerces en rez-de-chaussée des bâtiments créés ou réhabilités.



CONCLUSION

Ainsi, l'Angoumois confirme son attractivité commerciale à l'échelle du département de la Charente, voire au-delà. Ces dix dernières années, le développement commercial du territoire du ScoT de l'Angoumois s'est traduit par des projets réalisés dans les zones périphériques, accompagnés par une périurbanisation de l'habitat, conséquence notamment d'une absence de cadre.

Les enjeux de l'aménagement commercial

peuvent être distingués en 3 axes :

- **un enjeu de développement** économique (le commerce fournit 13,3% des emplois de l'Angoumois) et de requalification / modernisation des zones et de l'offre commerciale,
- **un enjeu social** par la diversité des choix potentiels en matière de modes de consommation et proximité et la mise en œuvre des conditions d'accès aux commerces de proximité,
- **un enjeu environnemental** avec l'arrêt de la

consommation d'espaces agricoles pour le commerce et une meilleure prise en compte dans les projets d'urbanisme des communes.

Le projet d'aménagement commercial de l'Angoumois répond ainsi aux besoins des habitants, selon un principe de juste proximité, et à la nécessité de conforter l'attractivité du pôle Angoumois sur les territoires extérieurs par une qualification des zones et de l'offre.



Syndicat mixte de l'Angoumois
25 boulevard Besson-Bey
16023 ANGOULEME cedex

Tél. 05 45 93 08 20
scotangoumois@grandangouleme.fr
www.scotangoumois.fr

Ce document a été réalisé grâce au soutien financier de nos partenaires

La Préfecture de Charente



Le Conseil général

CHARENTE
LE DÉPARTEMENT