



ELABORATION

DU SCHEMA DE COHERENCE TERRITORIAL

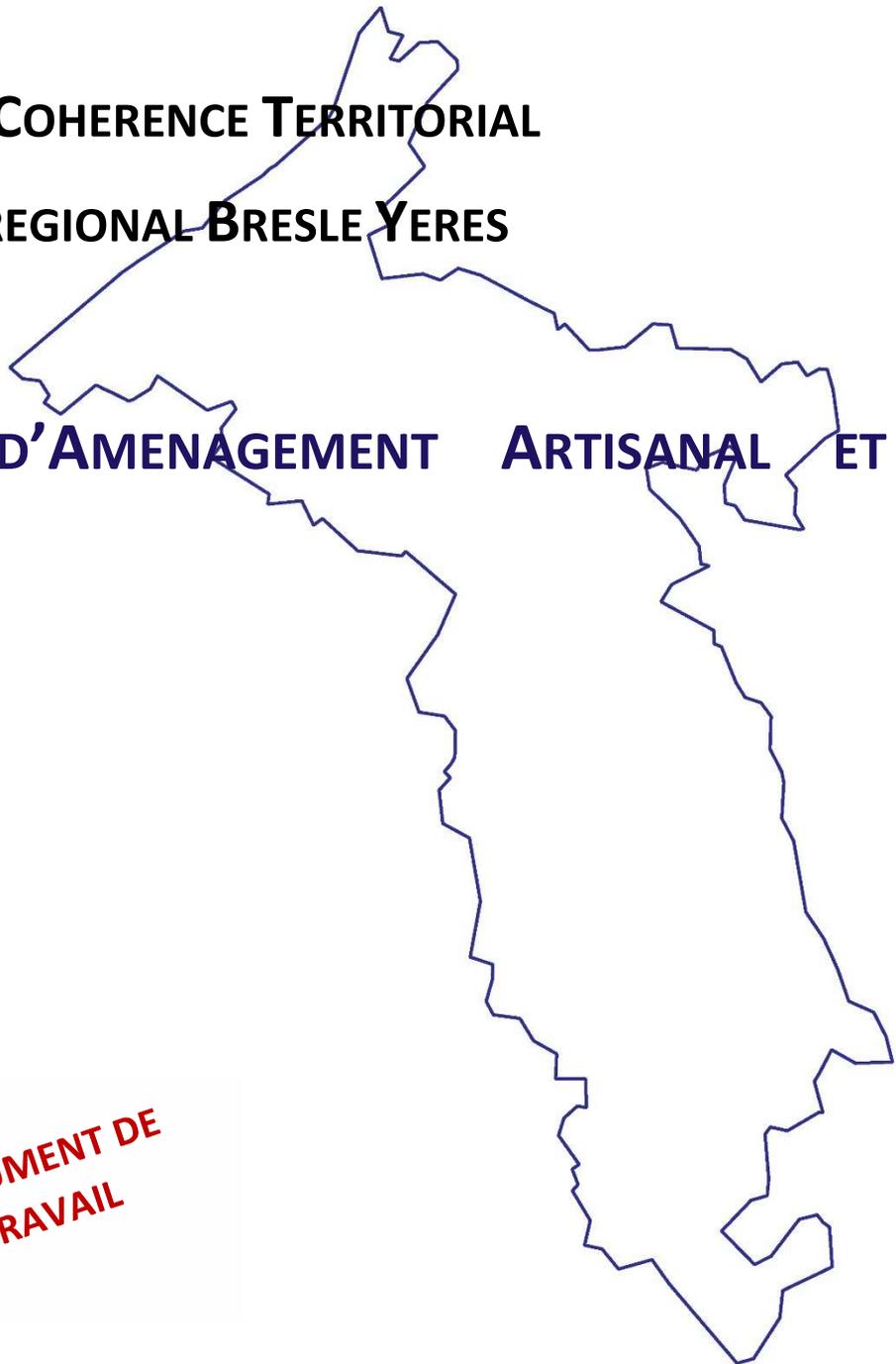
DU PAYS INTERREGIONAL BRESLE YERES

**DOCUMENT D'AMENAGEMENT ARTISANAL ET
COMMERCIAL**

VERSION 4.1

19 SEPTEMBRE 2018

**DOCUMENT DE
TRAVAIL**





SOMMAIRE

CHAPITRE 1 – DIAGNOSTIC COMMERCIAL	5
Le poids du commerce de détail au sein du territoire.....	6
Le commerce, une activité économique pourvoyeuse d’emploi local	6
Evolution de l’équipement commercial et densités commerciales.....	8
L’offre commerciale du territoire	10
Evolution des surfaces commerciales	21
Synthèse de l’analyse du secteur économique commercial du SCoT :.....	23
Analyse des ensembles commerciaux	24
Typologie des commerces : une majorité de commerces de moins de 1.000 m ²	24
Les sites commerciaux de centre-ville et centre bourg	26
Morphologie et organisation des centralités urbaines commerciales	30
Synthèse de l’analyse des centralités commerciales urbaines :	33
Analyse qualitative des sites commerciaux périphériques.....	34
Résultats de l’analyse qualitative des sites commerciaux périphériques.....	38
Synthèse de l’analyse des sites commerciaux	39
CHAPITRE 2 – LES OBJECTIFS DU SCOT, PRINCIPES ET STRATEGIES	41
L’ambition du PADD	42
L’ambition générale du Projet PADD	42
La confirmation de l’armature urbaine à 2 niveaux.....	42
Les objectifs relatifs aux activités commerciales retenus par le PADD du SCoT.....	44
Les objectifs du DAAC	46
Conforter le rôle commercial des polarités principales, secondaires et relais (niveaux 1, 2 et 3) de l’armature urbaine).....	46
Maintenir et conforter le maillage de proximité sur l’ensemble du territoire	47
Opérer un développement commercial qualitatif et respectueux de l’environnement	48
CHAPITRE 3 - MESURES ET PRESCRIPTIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET	49
Préambule	50
Identification des localisations préférentielles des commerces et prescriptions associées	50
Rappel des objectifs	50
Prescriptions relatives à la densité des aménagements, à l’intégration paysagère des équipements, à l’impact environnemental.....	64

CHAPITRE 4 - MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE SUIVI DU PROJET	68
Les leviers de mise en œuvre du DAAC.....	69
La méthodologie de mise en œuvre des objectifs et des orientations du DAAC.....	70
Proposition d’une grille d’analyse des projets commerciaux	70
Recommandations pour la mise en œuvre du DAAC.....	72
Annexes	75
Grilles d’analyse des sites d’activités à caractère commercial	75



CHAPITRE 1 – DIAGNOSTIC COMMERCIAL



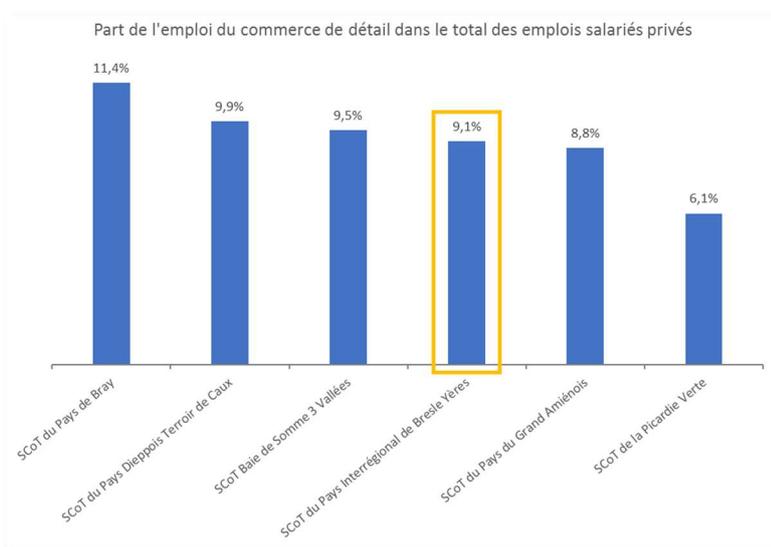
LE POIDS DU COMMERCE DE DETAIL AU SEIN DU TERRITOIRE

LE COMMERCE, UNE ACTIVITE ECONOMIQUE POURVOYEUSE D'EMPLOI LOCAL

► **Le commerce : plus de 1.600 emplois sur le territoire du SCoT, soit près d'un emploi salarié sur 10**

L'emploi dans le commerce de détail (hors commerce de gros) dans le territoire du SCoT du Pays Interrégional Bresle Yères, contribue à 9,1 % des emplois de l'ensemble du territoire. Cette part est similaire à celle du SCoT de la Baie de Somme trois Vallées qui atteint 9,5% la même année.

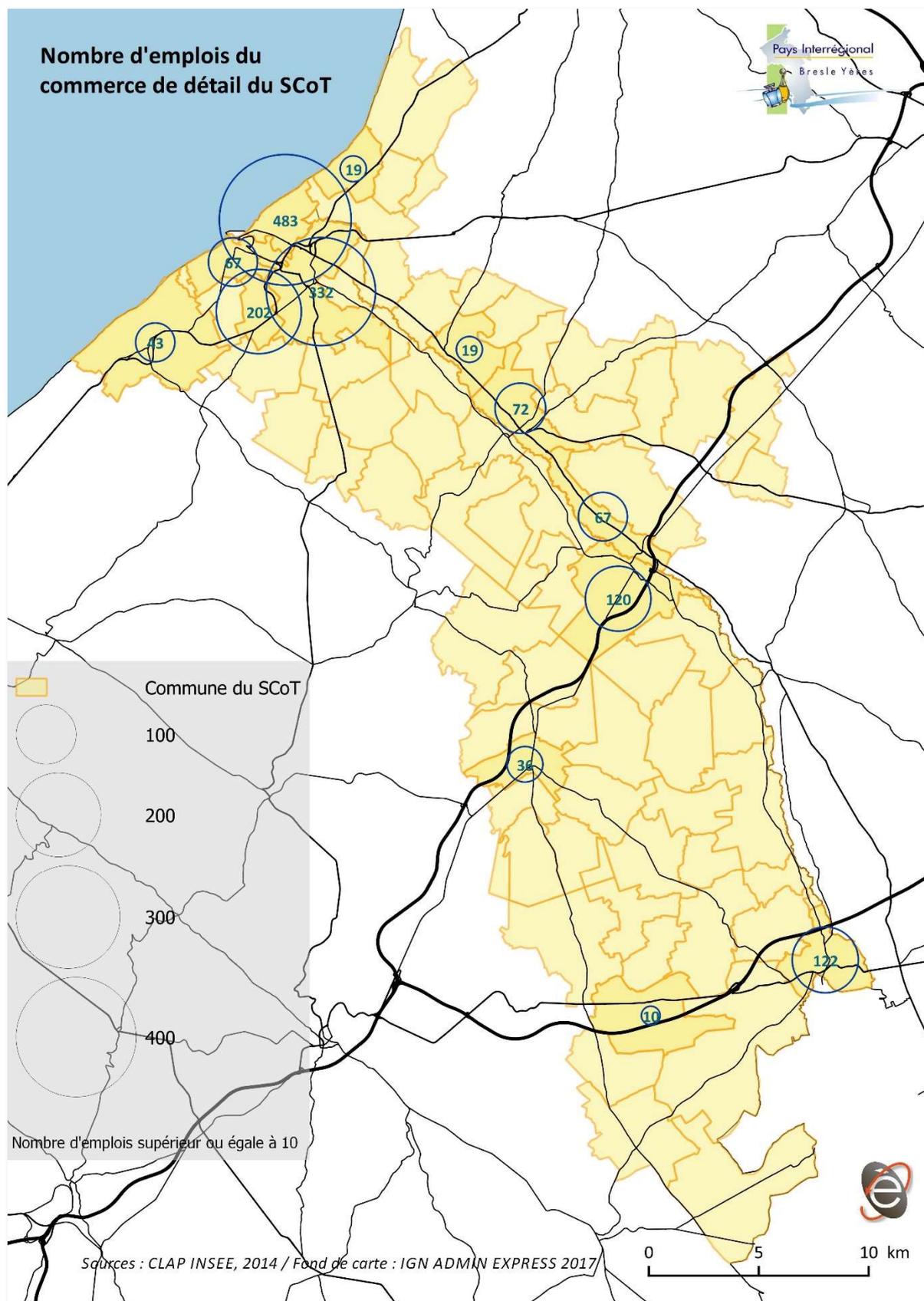
Ainsi le SCoT du Pays Interrégional Bresle Yères occupe la quatrième position parmi les SCoT voisins et se situe à 2,9 points au-dessus du SCoT de la Picardie Verte et à 2,4 points en dessous du SCoT du Pays de Bray.



Source : Clap INSEE, 2014

En termes de répartition spatiale, les emplois du commerce de détail se concentrent en grande partie à proximité du littoral dont 29,4% à Mers-les-Bains, 20,2% à Eu et 12,3% à Étalondes pour un total de 1.017 emplois tandis que le Tréport concentre moins de 70 emplois dans ce secteur.

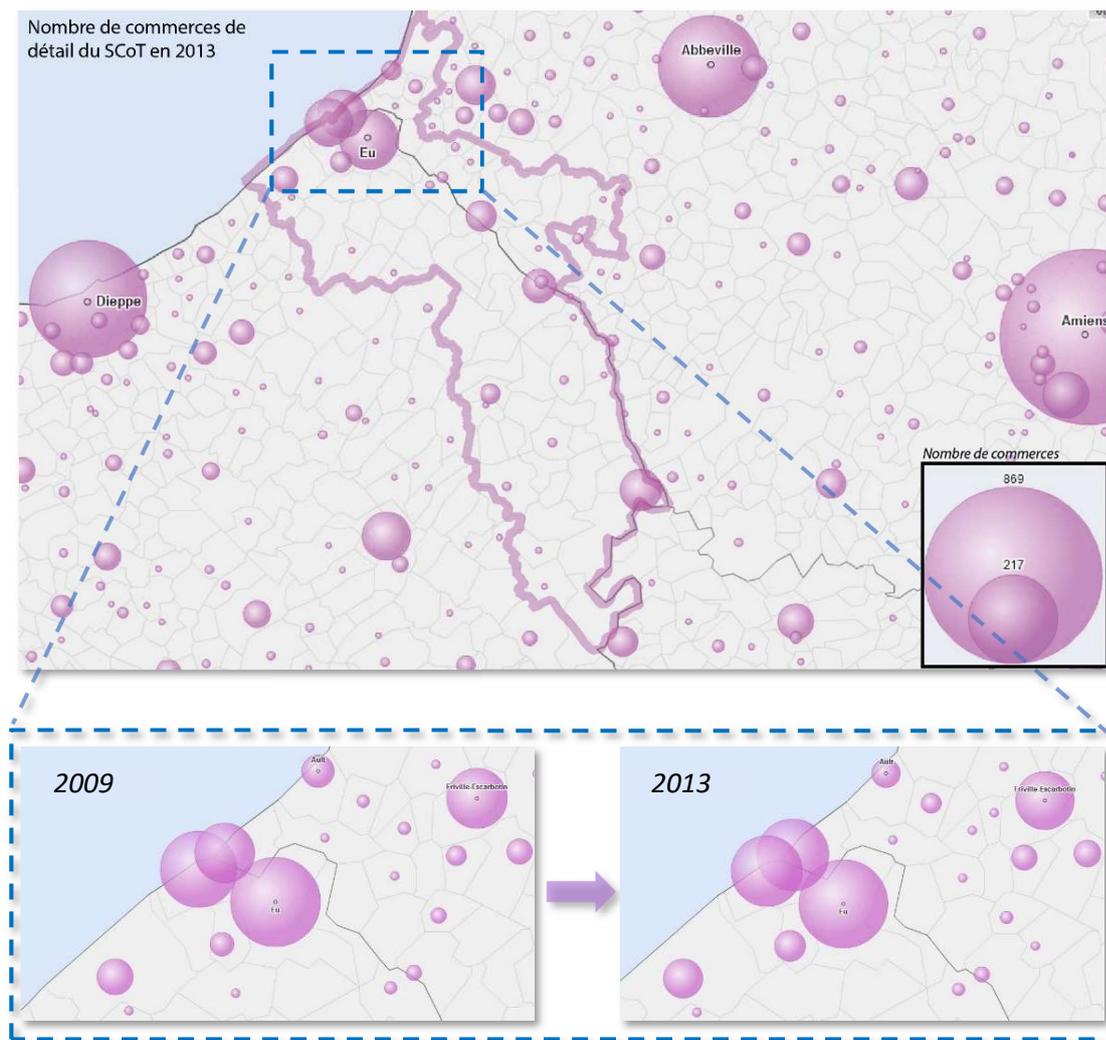
Concernant la Communauté de Communes Interrégionale Aumale Blangy, les polarités de Aumale et Blangy-sur-Bresle apparaissent comme des pôles commerciaux secondaires qui enregistrent plus de 120 emplois chacun dans le secteur, suivis par les pôles relais de Gamaches et Bouttencourt le long de la D1015.



EVOLUTION DE L’EQUIPEMENT COMMERCIAL ET DENSITES COMMERCIALES

► Évolution du nombre de commerces : une concentration littorale des équipements

Un renforcement du nombre de commerces est observé sur le littoral et en particulier sur la commune de Mers-les-Bains entre 2009 et 2013, qui est passé de 44 à 64 commerces de détail. Dans le même temps les commerces se développent hors du SCoT dans les communes limitrophes à Friville-Escarbotin comme Woincourt tandis que Ault enregistre une baisse de son nombre de commerces.

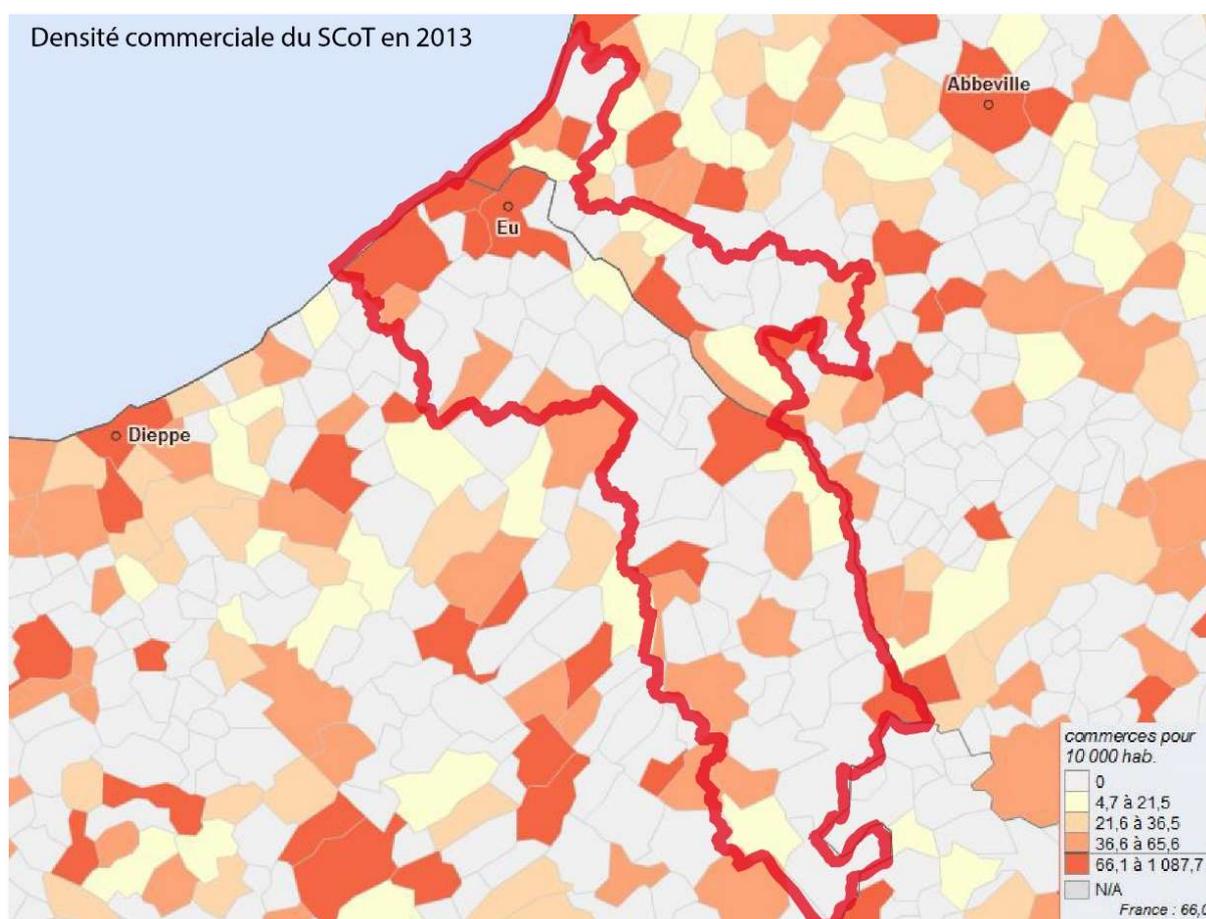


Source : ICODE, Implantation des commerces de détail, 2015

► Une densité commerciale déterminée par une logique d'axe et de pôle démographique

Généralement plus élevée dans les communes les plus peuplées, la densité commerciale du SCoT s'avère plus importante pour ses communes littorales. Ceci est logique lorsqu'on considère qu'elles représentent des foyers de peuplement et donc des zones de chalandise importantes pour les commerces en place ou à venir.

Ce raisonnement économique que les GMS¹ prennent en considération dans leur choix de localisation intéresse les communes littorales mais également celles situées en retrait du littoral comme Blangy-sur-Bresle, Foucarmont et Aumale. Ces pôles qui représentent des pôles démographiques significatifs au sein d'un environnement rural à faible densité, bénéficient en plus de la proximité d'axes routiers structurants favorables à la desserte de la clientèle.



Source : ICODE, *Implantation des commerces de détail, 2015*

¹ GMS : Grandes et Moyennes Surfaces

L'OFFRE COMMERCIALE DU TERRITOIRE

► Une offre commerciale inscrite dans un environnement concurrentiel multipolaire

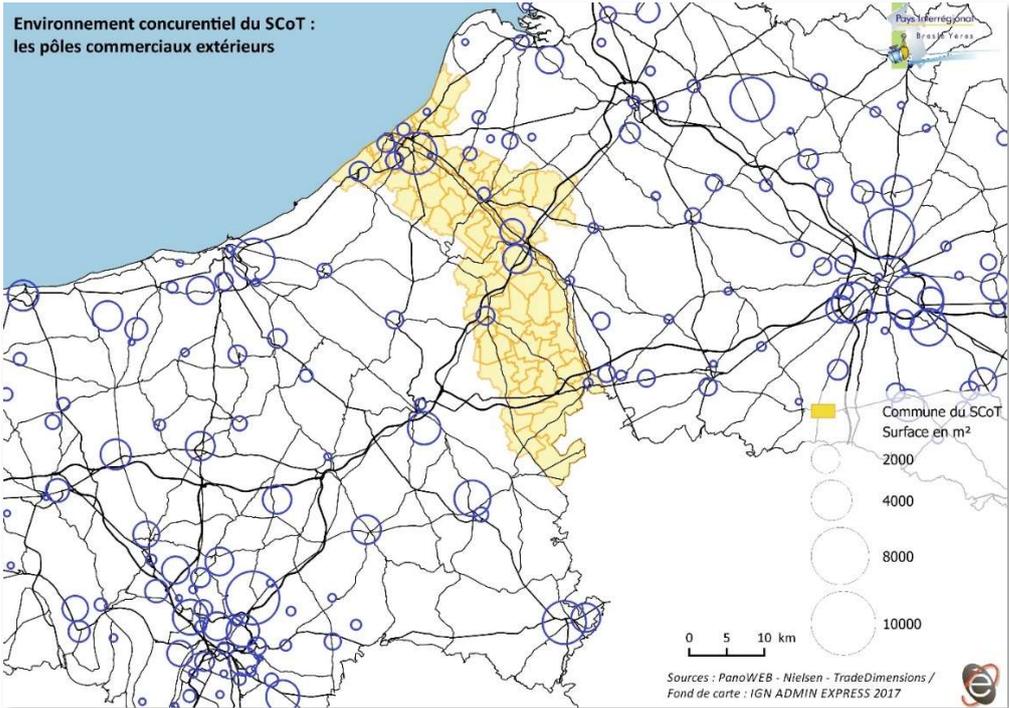
Le territoire du SCoT dispose d'un appareil commercial de surface commerciale relativement moins développée que les SCoT voisins avec 81.317 m². Rapportés au nombre d'habitants, le territoire du SCoT apparaît « bien doté », avec 1.333 m² pour 1000 habitants contre 865 m² / 1000 habitants au sein du SCoT du Pays Dieppois Terroir de Caux.

	Surface commerciale en m ²	Surface en m ² /1000 habitants
SCoT Grand Amiénois	329 267	972
SCoT Baie de Somme 3 Vallées	105 864	973
SCoT du Pays Dieppois Terroir de Caux	91 881	865
SCoT du Pays Interrégional de Bresle Yères	81 317	1 333
SCoT du Pays de Bray	71 404	1 115

Source : PanoWEB – Nielsen -TradeDimension, 2017²

Les pôles commerciaux que constituent les agglomérations d'Amiens et de Rouen représentent un potentiel d'évasion commerciale significatif. Des pôles comme Dieppe ou Beauvais structurent également l'armature commerciale interdépartementale, mais avec une attractivité moindre.

² La base de données Nielsen-Trade Dimensions recense les magasins alimentaires et non alimentaire en France. Les critères de recensement varient selon la nature du point de vente, un seul prérequis les unit : les magasins dépendent tous d'une chaîne de distribution et sont donc rattachés à une centrale. <http://www.panorama-tradedimensions.com/lexique>

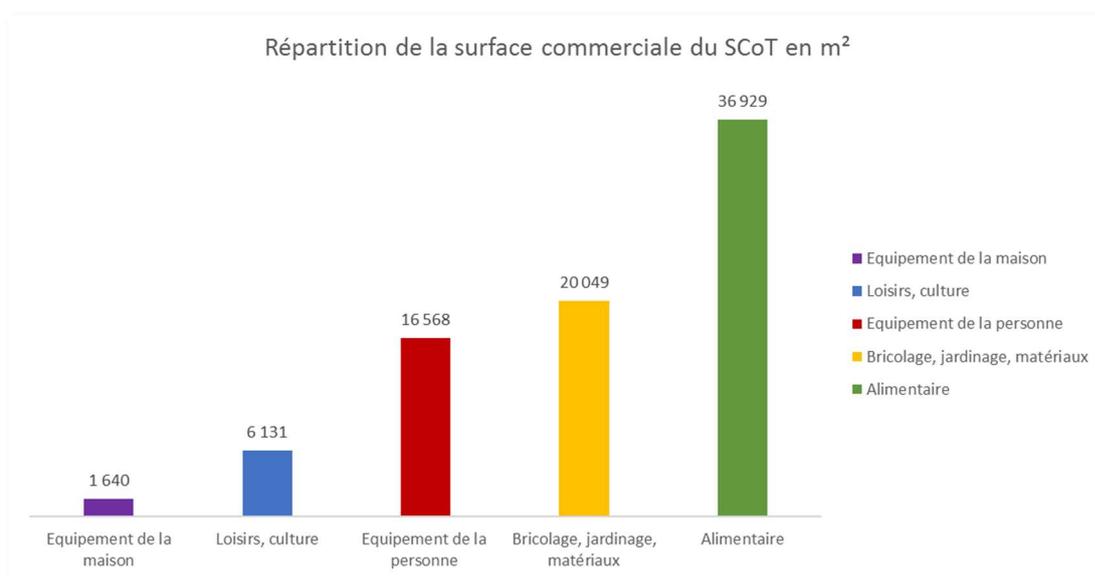


► Typologie du plancher commercial du SCoT

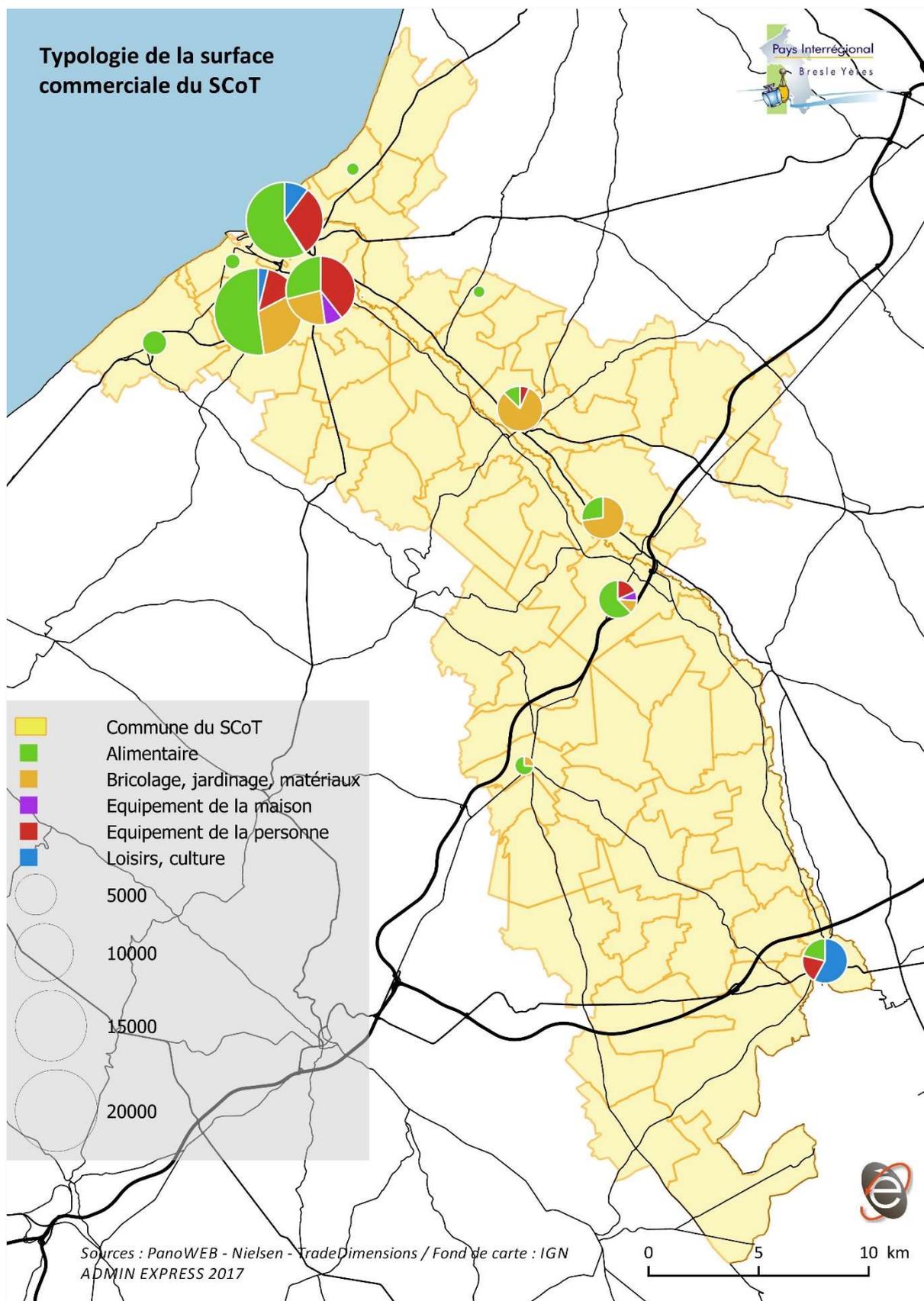
Une large part du plancher commercial du SCoT est dédié à la vente de produits alimentaires (45%). Cette part est d'autant plus forte au sein des communes comme Étalondes (11.925 m²) ou encore Mers-les-Bains (10.347 m²).

Les commerces dédiés à la vente d'articles de bricolage, jardinage et autres matériaux représentent une part significative au sein du parc d'activité d'Étalondes (7.000 m²). Ce type de commerces est aussi très représentatif du plancher commercial de Bouttencourt et Gamaches représentant respectivement 73% et 81% des surfaces de plancher commercial des deux communes.

Les établissements pour l'équipement de la maison et les loisirs et culture tiennent une place marginale sur l'ensemble du territoire. Ils représentent une surface plus importante sur les communes de Mers les Bains, Aumale (loisirs, culture) et à Eu (en matière d'équipement de la maison)



Source : PanoWEB – Nielsen -TradeDimension, 2017

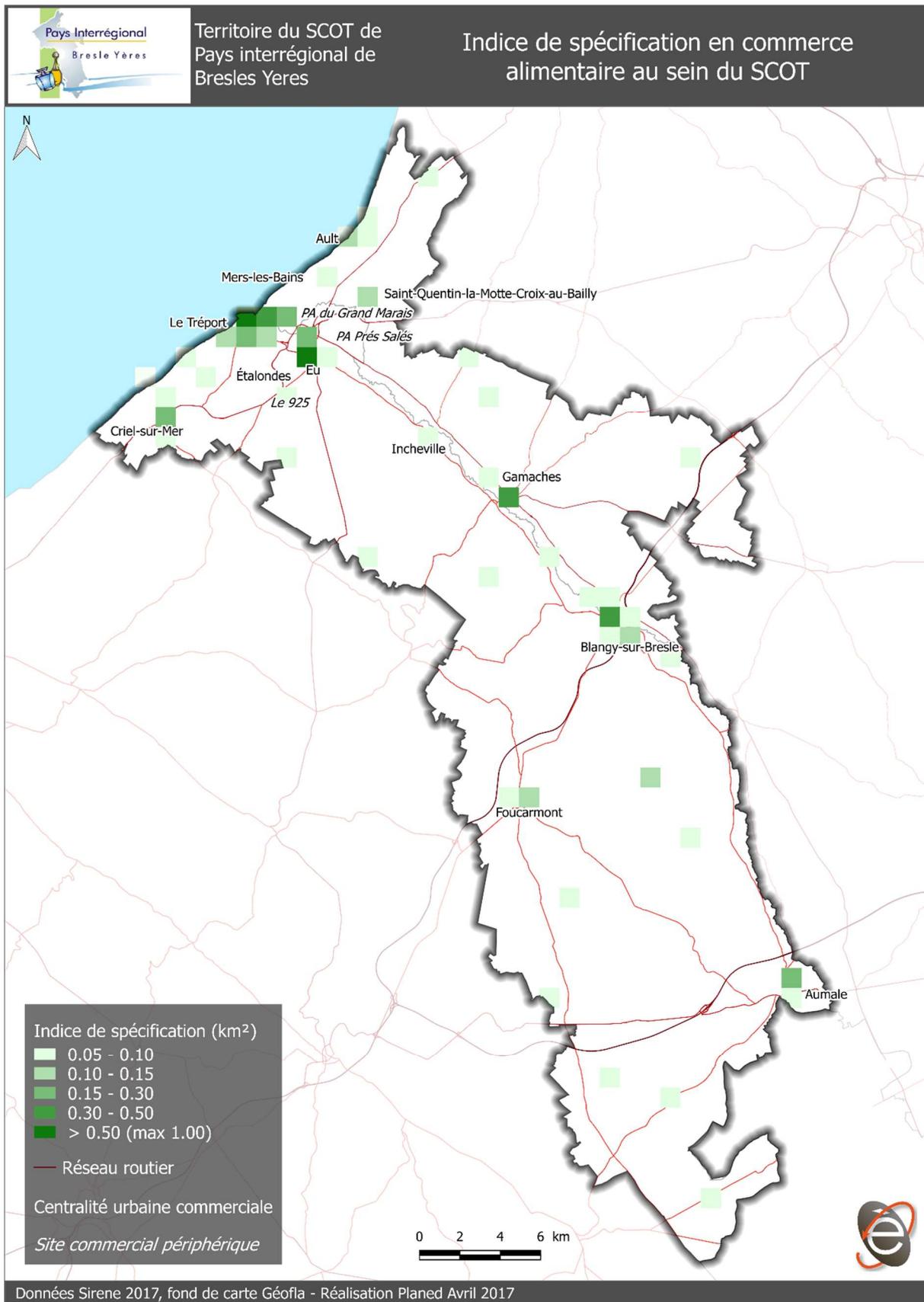


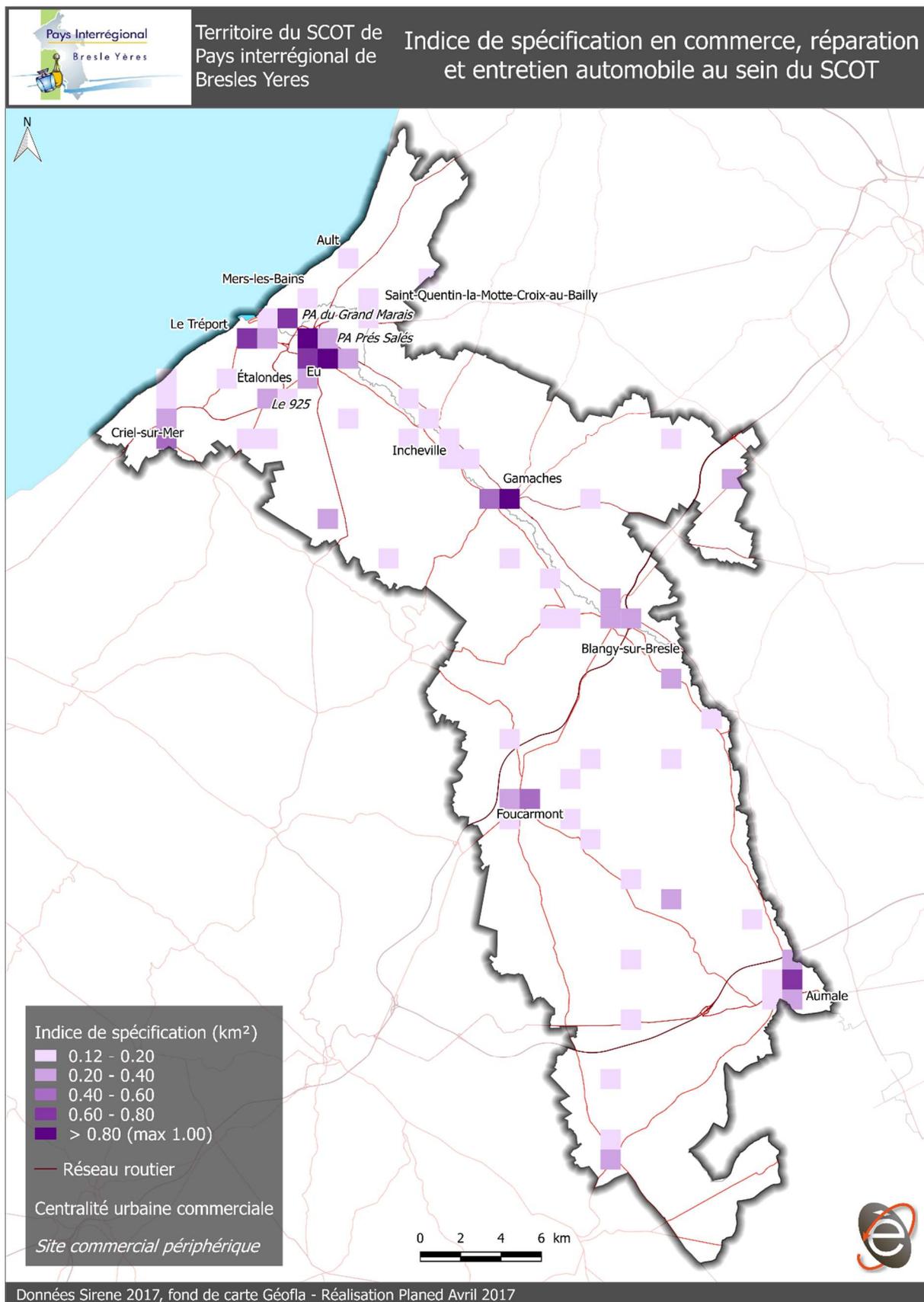
► **Identification des polarités commerciales par type de bien et de services**

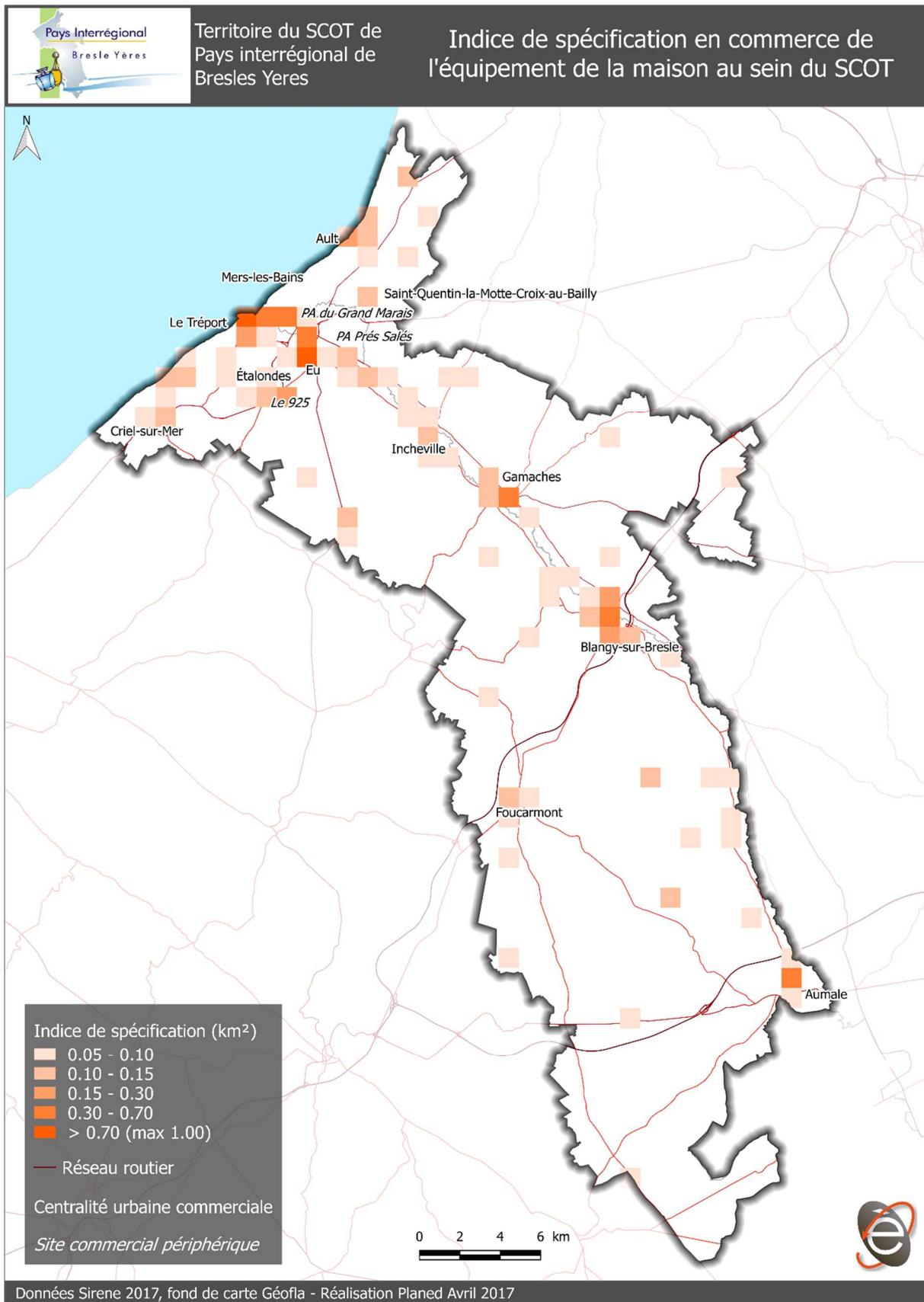
L'indice de spécificité utilisé dans les cartes qui suivent correspond au rapport entre :

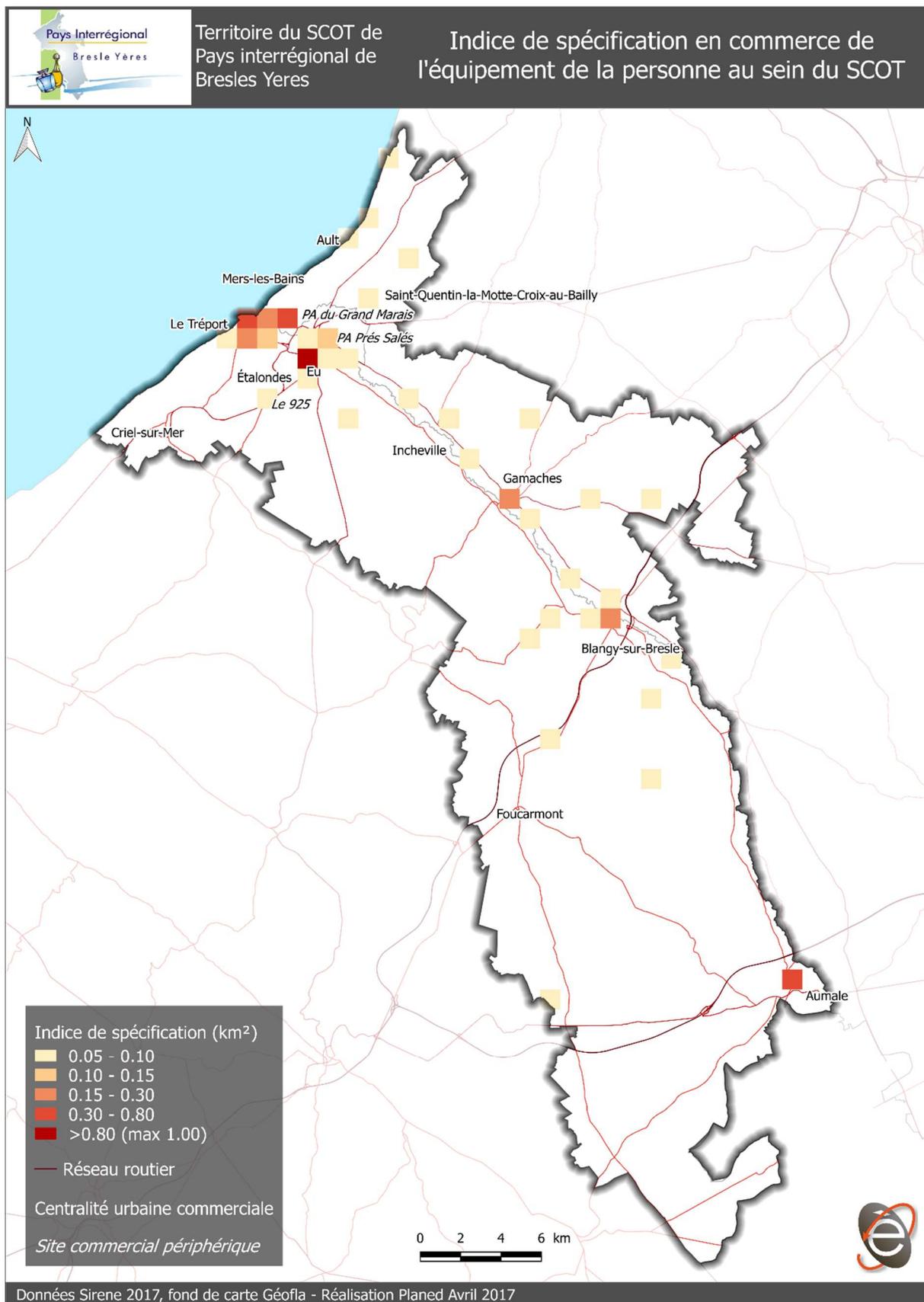
- Le nombre d'établissements de commerces et de services d'une activité donnée (alimentaire, équipement de la personne, etc.) rapporté au nombre total d'établissement de commerces présents sur le secteur géographique identifié (carroyage d'un km²) et ...
- ... le nombre total des établissements du territoire du SCoT correspondant à cette activité rapportée au nombre total des établissement du territoire du SCoT.

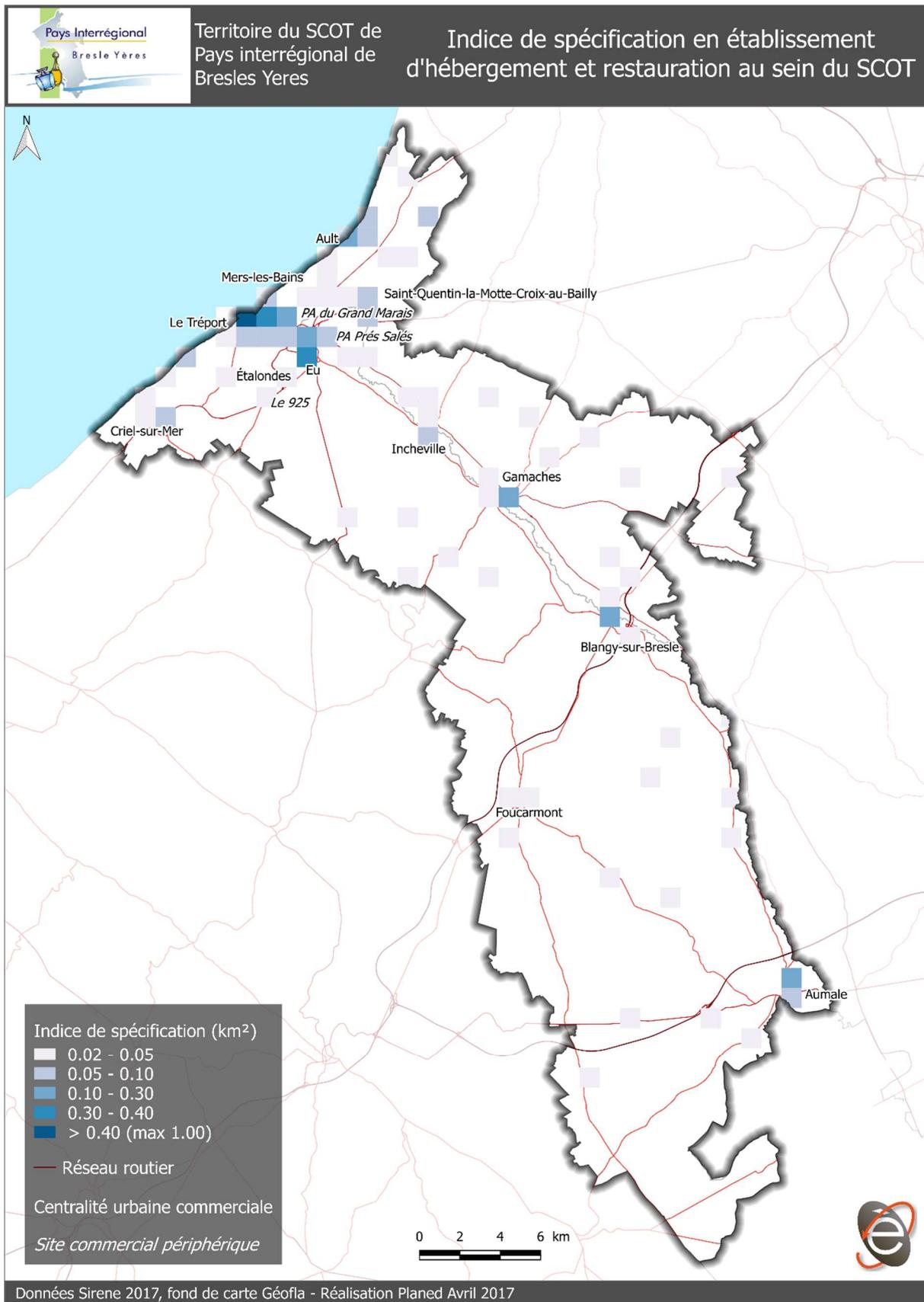
Cet indicateur nous renseigne donc sur le niveau de rareté et de concentration des établissement commerciaux pour chacun les différents types de commerces sur l'ensemble du territoire du SCoT.

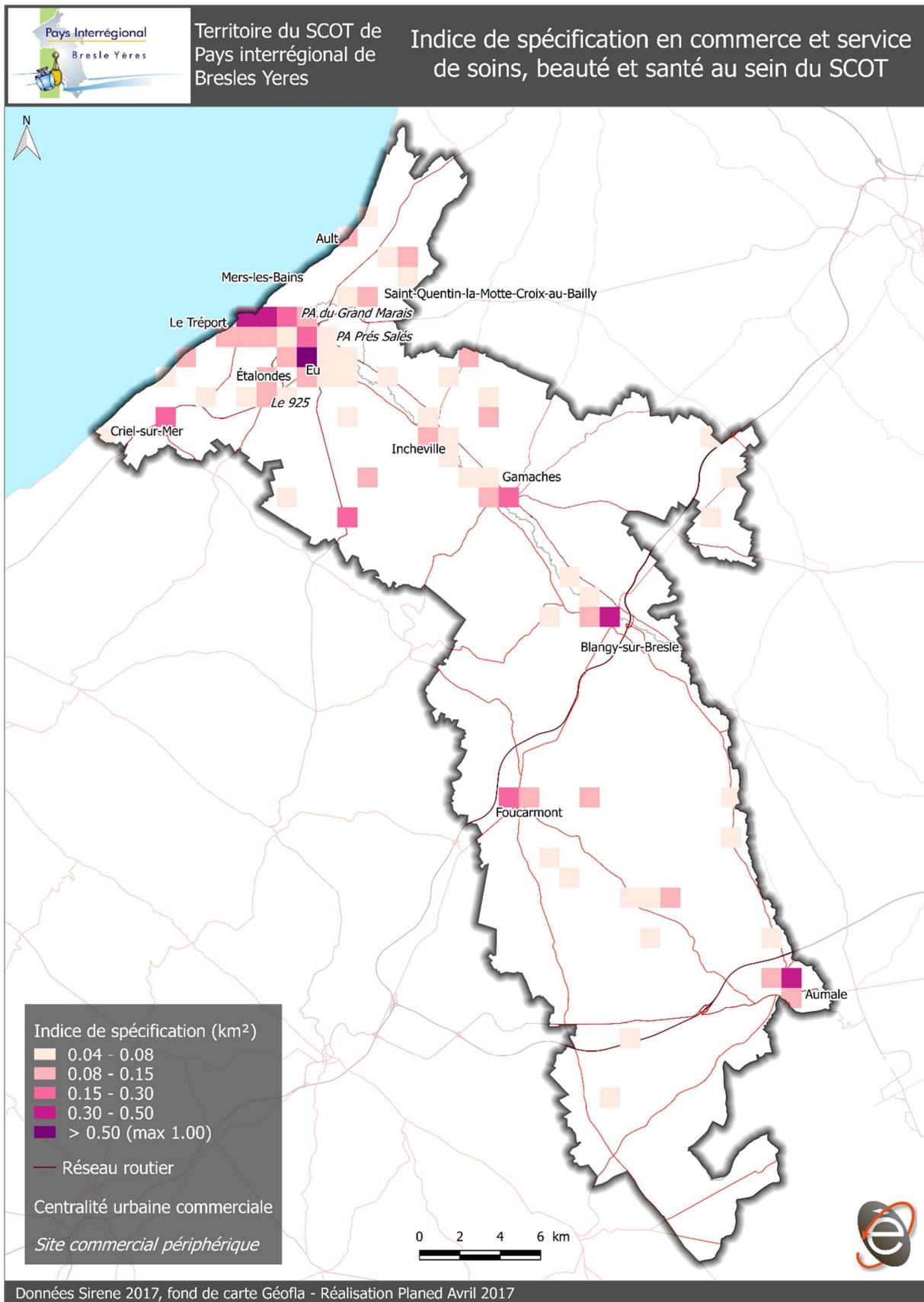












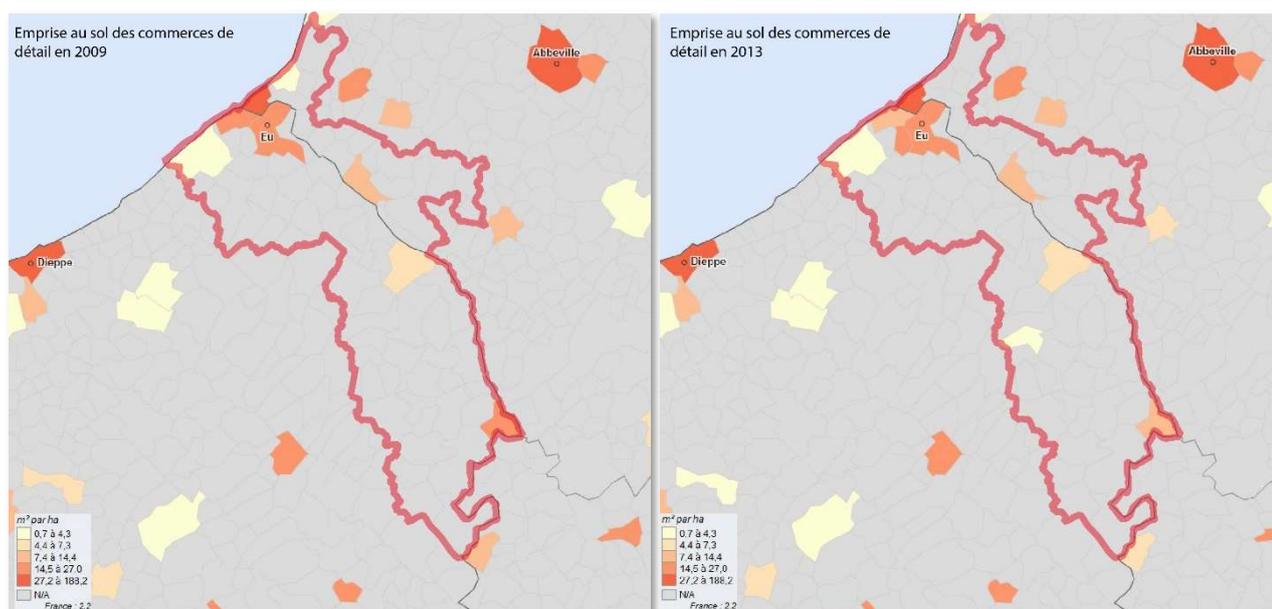
EVOLUTION DES SURFACES COMMERCIALES

► Impact des commerces de détail en termes de surfaces

Il est observé un étalement de l'emprise au sol des commerces de détail entre 2009 et 2013 sur la commune d'Étalondes qui atteint 24,5 m² / ha avec le développement de la zone commerciale des Prés Salés. Simultanément la commune du Tréport passe de 22 m² à 13,4 m² / ha traduisant une érosion de son tissu commercial en réaction au développement des sites commerciaux périphériques de plus grande taille.

A l'inverse, Mers-les-Bains enregistre une plus grande emprise au sol qui passe de 34,2m² à 53,5 m² / ha du fait de la généralisation des GMS au détriment des commerces de proximité (baisse du nombre de commerce).

L'érosion du commerce de proximité face au développement des GMS se traduisant par une augmentation de l'emprise au sol des commerces de détail.

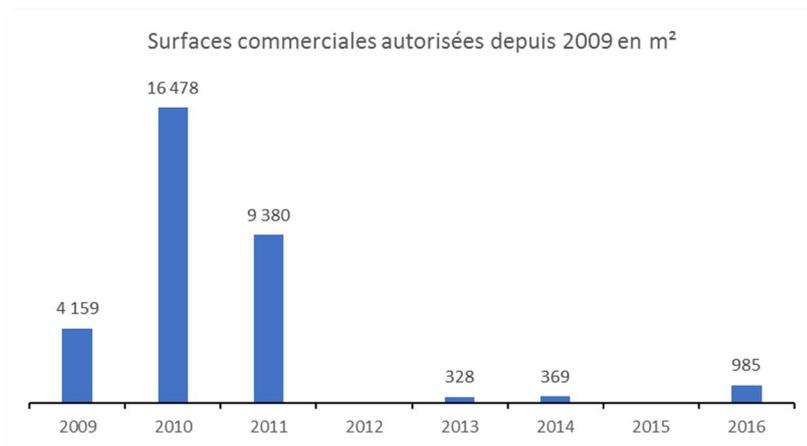


Source : ICODE, Implantation des commerces de détail, 2015

Ce phénomène observé sur l'ensemble du territoire français, concerne principalement le secteur du commerce alimentaire qui consomme le plus d'espace sur le territoire du SCoT (voir m² autorisé en CDAC depuis 2009).

► Un net ralentissement du développement de l'équipement commercial

Après une forte augmentation des surfaces de vente autorisées entre 2009 et 2011 pour un total de +30.017 m², le rythme d'accroissement est particulièrement bas depuis 2012 jusqu'en 2016 (à raison de 336,4 m² / an).

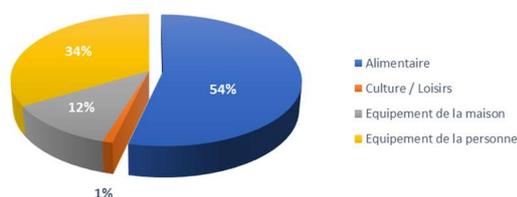


Source : CDAC Somme et Seine-Maritime, 2009-2017

L'accélération constatée entre 2009 et 2011 s'explique par le renforcement de l'offre commerciale d'Étalondes et de Blangy-sur-Mer à travers la création d'établissements alimentaires et d'équipements à la personne. Ensuite, les projets commerciaux autorisés concernent des extensions d'établissements alimentaires et dans une moindre mesure des commerces dédiés à la culture et aux loisirs.

Commune	m ²	Part en %
Étalondes	15 650	49,4%
Blangy-sur-Bresle	15 680	49,5%
Eu	369	1,2%
Total	31 699	100%

Répartition des m² autorisés depuis 2009



Source : CDAC Somme et Seine-Maritime, 2009-2017

Depuis 2009, la répartition des surfaces de ventes accordées en CDAC se ventile de la manière suivante :

- 54% en alimentaire,
- 34% en équipement à la personne,
- 12% en équipement de la maison,
- 1% en culture et loisirs.

Cette prédominance du développement commercial sur le segment de l'alimentaire peut s'expliquer par la volonté du territoire de limiter l'évasion commerciale vers les territoires voisins. L'essor des supermarchés et hypermarchés contribue pour l'essentiel à l'accroissement de l'offre globale contrairement à la typologie culture et loisirs qui correspond à de nouvelles formes de commerces intégrés (centres commerciaux) qui se développent de manière marginale sans doute liée au potentiel de consommation de la population.

SYNTHESE DE L'ANALYSE DU SECTEUR ECONOMIQUE COMMERCIAL DU SCOT :

► Une activité structurante en termes d'emplois et d'aménagement du territoire :

Le commerce représente une activité économique centrale pour le territoire : facteur d'emploi, de lien social et d'animation urbaine le commerce est en outre un acteur incontournable de l'aménagement de l'espace.

Près d'un emploi sur dix dépend du commerce de détail sur l'ensemble des emplois salariés du territoire du SCoT. Ces emplois se concentrent principalement sur les communes littorales de Eu 20,2% et Mers-les-Bains 29,4% qui connaissent un accroissement de 45,5% de son nombre d'établissements.

L'armature commerciale du SCoT répond à une logique d'axe et de concentration de la population répondant à la définition de la zone de chalandise. Ce raisonnement économique qu'adoptent les GMS est sous-jacent au développement commercial du territoire et se structure autour des communes de Mers-les-Bains, Eu, Le Tréport, Gamaches, Blangy-sur-Bresle et Aumale.

► Une offre commerciale peu diversifiée en proie aux pôles commerciaux extérieurs :

Au regard des territoires voisins, le SCoT dispose d'une offre commerciale moins développée que ses territoires voisins et s'inscrit dans un environnement concurrentiel multipolaire principalement représenté par l'agglomération d'Amiens et les villes de Dieppe et Rouen. À noter que l'offre commerciale du SCoT se trouve peu diversifiée puisqu'elle est en majorité constituée de surfaces commerciales dédiées à l'alimentaire (45%), ce qui représente un facteur d'évasion commerciale en sus de l'offre voisine.

► Une érosion du commerce traditionnel face au développement des sites périphériques :

Le développement des commerces se traduit sur le territoire par un accroissement de l'offre en GMS au détriment des commerces de proximité plus traditionnels. Le développement des zones commerciales périphériques comme celle des Prés Salés conduit à une érosion du tissu commercial urbain et à une baisse significative du nombre d'autorisations en Commission Départementale d'Aménagement Commercial depuis 2010 (+30.017 m² entre 2009 et 2011 contre +336,4 m² / an entre 2012 et 2016).

ANALYSE DES ENSEMBLES COMMERCIAUX

A. TYPOLOGIE DES COMMERCE : UNE MAJORITE DE COMMERCE DE MOINS DE 1.000 M²

Avant-propos méthodologique :

L'analyse qui suit est issue de l'élaboration de l'inventaire des commerces de plus de 300 m² et/ou des commerces de toute taille appartenant à un ensemble commercial de plus de 300 m² de surface totale de vente réalisé par la CCI Littoral Normand-Picard en 2014.

Un ensemble commercial fait ici référence à un espace qui se caractérise par une plus forte concentration d'établissement commerciaux à l'intérieur d'un périmètre cohérent. Les ensembles commerciaux correspondent essentiellement aux sites commerciaux périphériques et au centres villes du territoire.

Une large majorité des commerces a une surface inférieure à 1.000 m² (75,2%) et n'est donc pas soumise à l'autorisation en CDAC.

Les grandes surfaces commerciales de plus de 2.000 m² représentent 10,9% des établissements et couvrent 45,9% des surfaces commerciales de plus de 300 m².

Les surfaces moyennes de 1000 à 1999 m² représentent près de 14% de ces établissements et couvrent 19,3% du plancher commercial du SCoT. Ils forment des ensembles commerciaux le plus souvent localisés en entrée de ville ou en périphérie.

	Établissement		Surface en m ²		Surface moyenne / établissement
< 300 m ²	32	31,7%	5 907	6,3%	185
Entre 300 m ² et 1 000 m ²	44	43,6%	26 979	28,6%	613
Entre 1 000 et 2 000 m ²	14	13,9%	18 273	19,3%	1 305
Entre 2 000 et 5 000 m ²	8	7,9%	26 210	27,7%	3 276
> 5 000 m ²	3	3,0%	17 118	18,1%	5 706
Total	101		94 487		936

Source: CCI Littoral Normand-Picard, 2014

► Une vacance qui touche particulièrement les petits établissements des ensembles commerciaux

Les ensembles commerciaux du territoire présentent un dynamisme contrasté. Cela est mesuré à travers le taux de vacance :

La zone commerciale « Le 925 » à Étalondes présentait en 2014 un taux de vacance de 25% qui touchait en particulier les locaux de moins de 300 m². En ce qui concerne la zone commerciale des Grands Marais à Mers-les-Bains seulement 1 local est touché par la vacance. Cet écart est lié à l'intensité commerciale et à l'insertion des sites dans leur environnement proche. En effet la zone des Grands Marais bénéficie d'une localisation préférentielle en matière d'intensité urbaine et de zone de chalandise contrairement au site d'Étalondes.

Le site commercial de Gamache (de moindre envergure) se trouve dans une situation similaire (33,3% de taux de vacance) malgré une intensité urbaine de proximité supérieure.

Locaux vacants des ensembles commerciaux	Étalondes	Aumale	Eu	Gamaches	Mers-les-Bains	SCoT
< 300 m ²	3	1	0	0	0	4
Entre 300 m ² et 1000 m ²	0	0	1	3	1	5
Entre 1000 et 2000 m ²	1	0	0	0	0	1
> 2 000 m ²	0	0	0	0	0	0
Total locaux vacants	4	1	1	3	1	10
<i>Total établissements</i>	<i>16</i>	<i>9</i>	<i>12</i>	<i>9</i>	<i>36</i>	<i>101</i>
Taux de vacance	25,0%	11,1%	8,3%	33,3%	2,8%	9,9%

Source: CCI Littoral Normand-Picard, 2014

Entre la date d'inventaire de la CCI et les observations de terrain effectuées en mars 2017 les locaux commerciaux du site commercial « Le 925 » d'Étalondes ont été mobilisés par différentes enseignes d'équipement à la personne et de commerces dédiés aux loisirs, etc. Le zone ne présente aujourd'hui aucun local vacant.

LES SITES COMMERCIAUX DE CENTRE-VILLE ET CENTRE BOURG

► Insertion avec le tissu urbain

Les centres-villes marchands qui forment un véritable site marchand (formé de rues et places) concernent 7 villes-centres (Aumale, Blangy-sur-Bresle, Criel-sur-Mer, Eu, Gamache, Le Tréport, Mers-les-Bains).

Les commerces de centre-ville s’inscrivent dans un tissu urbain mixte. Les commerces, le plus souvent de petites tailles, s’insèrent bien dans un environnement urbain historique dense et mixte et contribuent à la valorisation et à l’animation des façades et des espaces publics.



Linéaire commercial du centre de Blangy-sur-Bresle : une bonne insertion des commerces en RDC des logements typiques du territoire

Le tissu commercial de centre-ville profite de qualités patrimoniales du bâti qui reflètent une identité historique et géographique (ex : quartier des pêcheurs du centre-ville du Tréport). A l’image du patrimoine bâti, certains commerces de centres-villes jouent l’identité territoriale et proposent des produits reflète de spécialités locales, vente directe, produits haut de gamme de savoirs faire historiques, marchés locaux de producteur.



Organisation commerciale du quartier des pêcheurs du centre-ville du Tréport



Centre ancien commerçant de la ville d’Eu : vente de produits du terroir

► Animation urbaine et commerciale

Parallèlement aux événements commerciaux (braderies, soldes, avants-fêtes, marché...), l'animation culturelle et/ou associative permet une attractivité des centres villes dont bénéficie le tissu commercial. De plus, certains équipements peuvent jouer un rôle de locomotive pour les centres urbains. Il s'agit d'équipements publics ou privés commerçants ou administratifs, scolaires, culturels, etc...



La Halle au Beurre d'architecture typique Normande, bâtie à l'emplacement de l'ancien prétoire ou s'organise des marchés et événements culturels.



La Collégiale Notre Dame, élément patrimonial structurant de la ville d'Eu localisé à proximité des commerces du centre-ville.



L'office de tourisme de Criel-sur-Mer au sein de la rue commerçante de la Libération. Une salle des fêtes est également présente dans cette rue favorisant l'animation du linéaire commercial.

► **Qualité des espaces publics**

La qualité des espaces publics est une thématique essentielle en matière d’attractivité commerciale : il s’agit alors autant de la qualité des espaces publics que des linéaires de façades marchandes. Le regroupement de plusieurs commerces (linéaire continu et/ou en face à face, notion de « rue marchande »), permet la lisibilité et la praticité d’achat. Néanmoins, beaucoup de centres-villes connaissent une dégradation du tissu commercial, visible par le clairsemé du linéaire commercial et par des façades désuètes et/ou dégradées. Les parcours commerciaux des usagers deviennent alors plus incertains, l’attractivité baisse et se retrouve soumise à la concurrence des galeries des grandes surfaces qui jouent bien le jeu de la présence de nombreux commerces en un lieu unique.



Aménagement de l'espace public et implantation de mobilier urbain (Place des Marchés à Aumale)



Place Notre Dame du centre ancien du Tréport propice à la circulation piétonne et à la visibilité des commerces



Totem d'information de la ville d'Eu signalisant l'entrée d'un espace commercial urbain



De nombreux locaux commerciaux vacants disséminés dans les rues commerçantes du centre ancien de la ville d'Eu

► Niveau d'accessibilité

La vitalité du tissu commercial de centre-ville dépend fortement des facilités d'accès (signalétique et relative fluidité du parcours) et de proximité du stationnement ou confort de cheminement piéton du parking aux commerces. Ces critères sont déterminants pour les consommateurs mais aussi pour les livraisons.



Aire de stationnement accolée au centre-ville de Blangy-sur-Bresle



La Place des marchés d'Aumale colonisée par les espaces de stationnement



Débordement des comportements de stationnement symptôme d'un manque de places de parking



Mise en place de stationnement minute en linaire des commerces de Mers-les-Bains

De plus, la densité et la diversité des fonctions du centre-ville peuvent aussi impliquer des conflits d'usages de l'espace public (circulations, terrasses commerciales, stationnements, livraisons...) et de la voirie entre les différents modes de déplacements (notamment modes-doux et motorisés...). Les communes sont confrontées à la difficulté de trouver le bon équilibre entre espaces publics centraux et aménagements d'aires de stationnement « au plus proche » et gestion du transit routier.

Dans les communes de petite taille, la localisation du centre urbain par rapport aux axes de passage structurants pour le bassin de vie est un critère supplémentaire de capacité de maintien d'une offre commerciale.

Dans les communes de taille plus importante, le plan de circulation de la ville ou de l'agglomération est aussi un critère déterminant d'autant plus que l'offre en périphérie est abondante.

MORPHOLOGIE ET ORGANISATION DES CENTRALITES URBAINES COMMERCIALES

► Gamache et Blangy-sur-Bresle : des centralités commerciales de petite taille

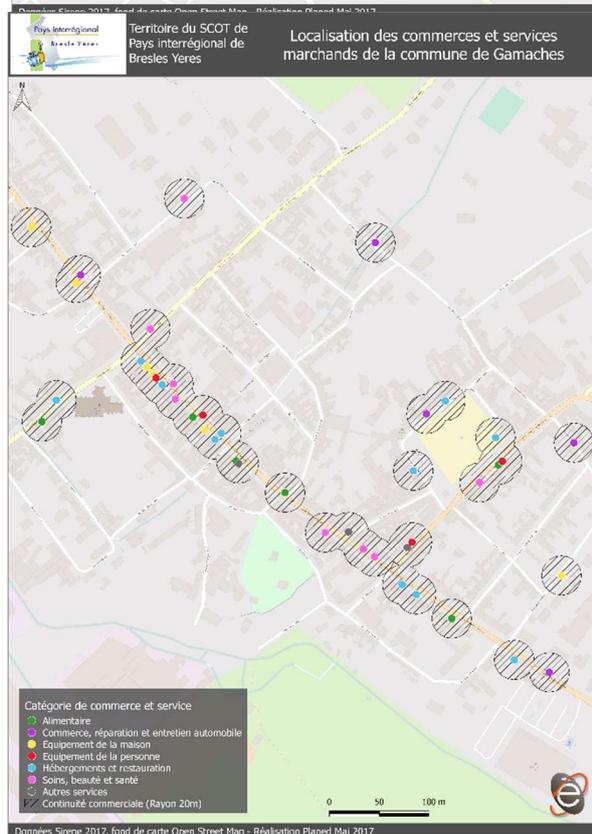
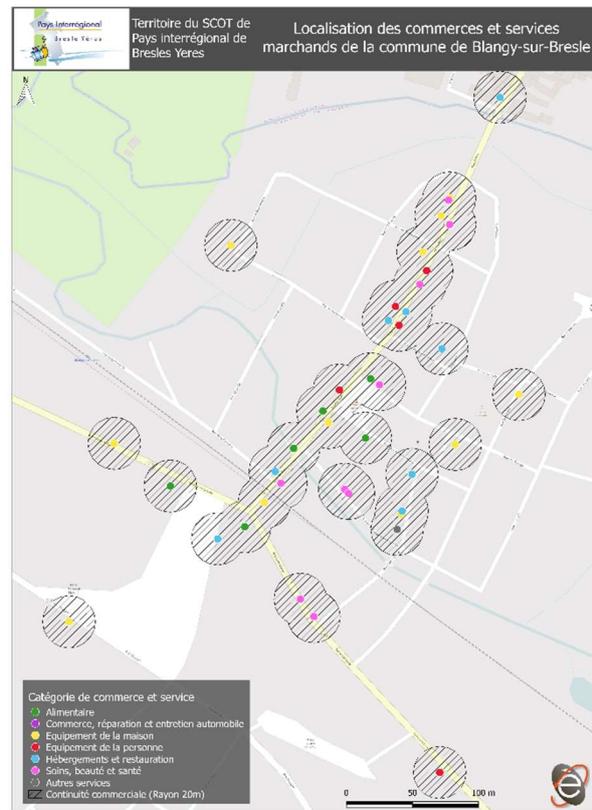
Les deux centres urbains présentent des similarités au niveau du nombre de commerces et services présents au sein de leur enveloppe urbaine, qui avoisine les 60 établissements

En matière de réparation spatiale on constate une agglomération des établissements formant des linéaires commerciaux cohérents de 300 m à Blangy-sur Bresle sur la Grande rue François Mitterrand (D928) et d’environ 400 m sur Gamaches le long de la Rue Charles de Gaulle (D1015).

La logique d’axe est beaucoup plus marquée au sein de la rue Charles de Gaule du fait de la nature plus structurante de la D1015. Ainsi contrairement au cœur urbain de Blangy-sur-Bresle qui présente un maillage commercial qui se diffuse notamment autour de la place notre Dame, le linéaire commercial de Gamache se caractérise par son organisation linéaire privilégiant la visibilité depuis la D1015.

Entre favoriser la visibilité des commerces depuis la route ou développer le maillage des commerces par la présence d’espaces publics qualitatifs, se dessine deux modes parcours commercial des populations. L’un favorisant le recours à la voiture, l’autre privilégiant les déplacements doux.

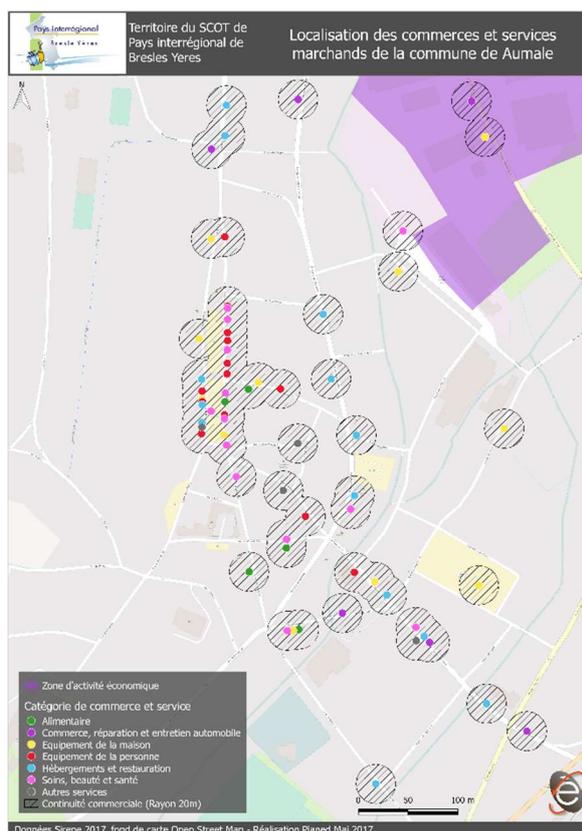
En, termes d’offre commerciale il est observé un niveau de diversification satisfaisant des biens et services.



► **Aumale : une concentration commerciale autour de la Place des Marchés**

Avec plus de 75 commerces au sein de son centre-ville la commune d'Aumale constitue une polarité commerciale. Localisés autour de la Place des Marchés (démontrant à nouveau le lien étroit entre espace public et localisation préférentielle des commerces de détail) les commerces présents sont pour la plupart spécialisés dans les domaines des soins, beauté et santé ainsi que dans l'équipement de la personne (vêtements, chaussures, accessoires etc.).

Les établissements de restauration et d'hébergement sont localisés le long du Boulevard des Fontaines qui débouche par le sud sur un maillage commerciale plus diffus constitué de commerces automobiles et du Leader Price et de quelques commerces d'équipement de la maison.

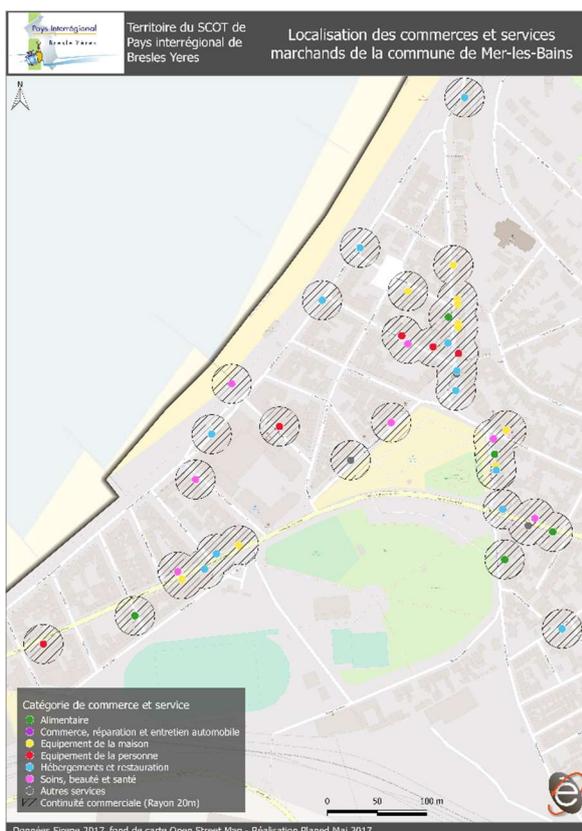


► **Mers-les-Bains : une implantation plus diffuse des commerces de centre-ville**

L'enveloppe urbaine centrale de Mers-les-Bains enregistre un peu plus de 100 commerces qui se concentrent en grande partie le long de la rue Jules Barni et au sein des rues adjacentes (Raspail et Buzeaux).

Ce premier linéaire bénéficiant d'une architecture typique est partagé entre des commerces d'équipement de la maison, de la personne et de restauration.

Il débouche sur la place emblématique de la commune qui accueille plusieurs commerces qui se regroupent pour la plupart aux abords de la rue Clemenceau.



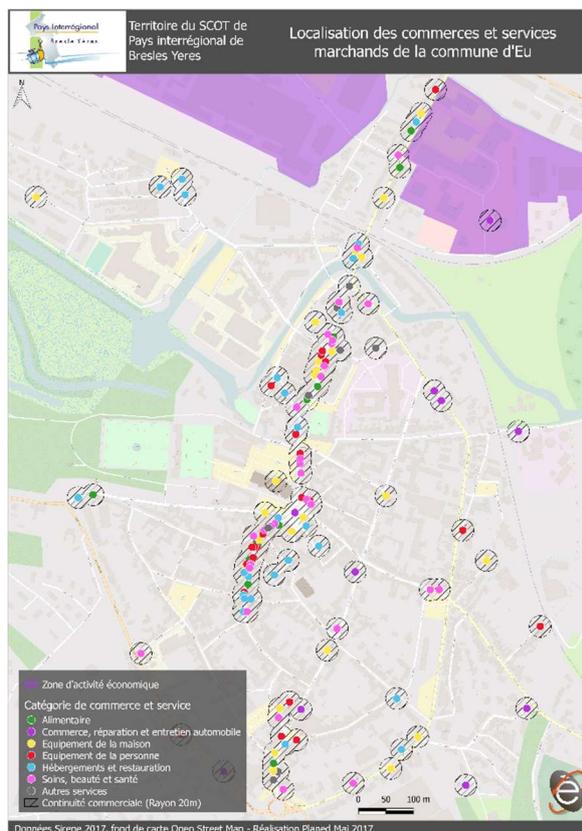
► La centralité commerciale urbaine d'Eu

Le centre-ville d'Eu compte plus de 140 établissements de commerces et de services à la personne. Cette concentration de commerces fait de la ville d'Eu un pôle économique majeur du territoire du SCoT.

Elle s'étend le long de la rue de Charles Morin. La place Guillaume le Conquérant fait le lien avec le centre ancien et la rue Paul Bignon où la densité commerciale y est particulièrement importante.

Par ailleurs il est observé une concentration de commerces le long de la D258 au niveau de l'entrée de la place du Général de Gaule et des rues adjacentes (Rue Jeanne d'Arc et Rue George Clemenceau).

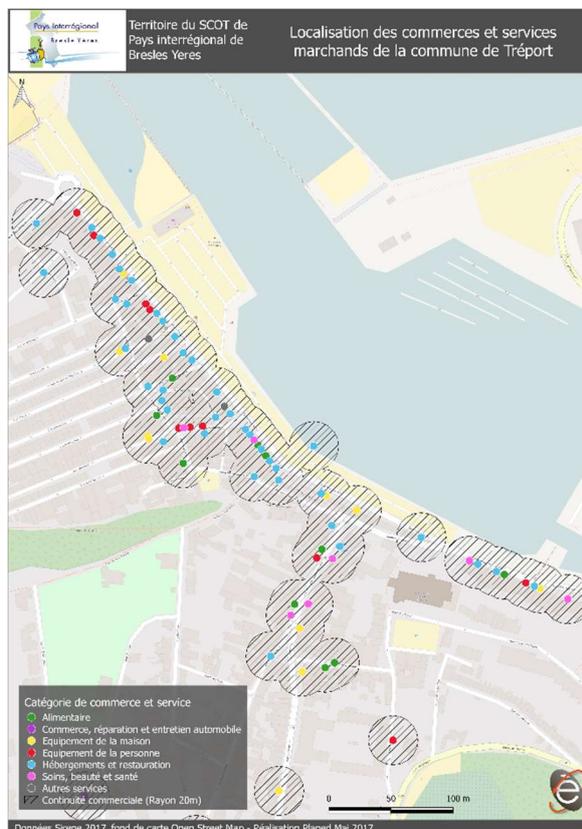
L'offre commerciale s'avère très diversifiée mais peu de commerces alimentaires sont présents du fait de la proximité du Parc d'activité Prés Salés qui accueille plusieurs grandes surfaces alimentaires.



► Centralité commerciale du Tréport : une activité fortement liée à l'activité touristique

Avec plus de 160 commerces et services à la personne, la ville de Tréport concentre le plus grand nombre d'établissement commerciaux du territoire. Cette concentration s'effectue en particulier le long du quai François 1^{er} et se prolonge à l'embouchure de la Rue de la Commune de Paris. En outre le quartier des pêcheurs recèle d'établissements commerciaux.

La spécificité de cette centralité urbaine se matérialise par la forte représentation des établissements d'hébergement et de restauration signe de l'attractivité touristique du site. Cette offre commerciale est complétée par des commerces alimentaires et d'équipement de la maison.



SYNTHESE DE L'ANALYSE DES CENTRALITES COMMERCIALES URBAINES :

- Les communes de Tréport et d'Eu présentent les caractéristiques de centralités commerciales urbaines principales avec une forte spécialisation pour le tourisme en ce qui concerne le Tréport.
- Une bonne insertion du tissu commercial dans le patrimoine bâti véhiculant l'identité géographique et historique du territoire dans toute sa diversité ;
- Une animation urbaine valorisée par des équipements publics, culturels et patrimoniaux ;
- Une dégradation des rues marchandes composées de linéaires clairsemés de façades désuètes ou de commerces vacants ;
- Une accessibilité à améliorer en termes de stationnement et de conflit d'usage avec les autres modes de déplacement.

ANALYSE QUALITATIVE DES SITES COMMERCIAUX PERIPHERIQUES

► Le confort d'usage des zones commerciales

La voiture est un élément omniprésent sur les zones commerciales du SCoT du Pays Interrégional Bresle Yères. Ce mode de déplacement est caractéristique du territoire du fait de son identité rurale qui encourage l'utilisation de la voiture pour une large majorité des achats quotidiens. La place dominante de la voiture se traduit par une faible place accordée aux modes doux (Établissements commerciaux des zones d'activités d'Aumale et Blangy-sur-Bresle) et en particulier pour les zones isolées du tissu urbain.



A contrario certaines zones d'activités, mieux insérées dans le tissu urbain, proposent des aménagements allant dans le sens d'une amélioration de la mixité modale (Agora commerciale du Parc d'activité des Prés Salés à Mers-les-Bains par exemple).



Le confort d'usage des zones d'activités passe également par le partage des espaces de circulation entre les voitures et les poids lourds. Bon nombre de zones d'activités sont partagées entre commerces, activités artisanales et industrielles ce qui soulève la question de la coexistence entre les automobiles et les poids lourds. Le niveau d'aménagement et de signalétique n'est pas systématiquement adapté aux besoins du site et de son environnement proche.



Par ailleurs, la signalétique externe reste encore sous-développée et non harmonisée, induisant une lisibilité des zones souvent faible. La plupart des zones d’activités ne bénéficient pas d’une signalétique adaptée mais certaines ont des plans d’orientation comme par exemple la zone d’activités de Blangy-sur-Bresle.



Zone commerciale « Le 925 » à Étalondes : Une signalétique piétonne visible (marquages au sol) favorisant à la sécurité de circulation



Espace commercial Rue du Marais (Super U, Gamme Vert, Leader Price) à Blangy-sur-Bresle : Plan d’orientation interne traduisant une organisation spatiale de la zone

► La qualité paysagère et architecturale

La qualité paysagère et architecturale constitue un critère d'attractivité pour les entreprises susceptibles de s'implanter au même titre que le confort d'usage, l'accessibilité et la desserte. Cela est particulièrement le cas pour les zones mixtes accueillant des établissements de services et de commerces.

En matière de qualité architecturale et paysagère des zones d'activités du SCoT, il faut distinguer :

- **Des sites commerciaux dilués dans une zone industrielle** ne bénéficiant pas d'une mise en valeur des établissements de commerces et des services en place du fait une hétérogénéité des volumétries et des formes bâties qui génère une concurrence de visibilité
- **Les zones mixtes plus qualitatives** avec un entretien des limites séparatives mais la présence de friches qui dégradent la perception générale de la zone comme par exemple le Parc d'activités de Bouttencourt.
- **Les zones commerciales récentes** bénéficiant d'entrées de zone qualitatives avec aménagements paysagers et d'une architecture moderne et homogène pour une visibilité panoramique des commerces disposés autour de l'espace de stationnement (modèle d'aménagement en agora au Prés Salés et au sein de la zone commerciale « Le 925 » à Étaldondes.



Agora commerciale du Parc d'activités des Prés Salés à Mers-les-Bains : Traitement paysager qualitatif des espaces verts.



Site commercial rattaché au Parc d'activités des Prés Salés a Eu : zone peu qualitative, volumétrie et formes bâties hétérogène, Une visibilité limitée pour les commerces en arrière zone



Site commercial du Parc d'activités des Prés Salés a Eu : Traitement paysager du linéaire commercial le long de la D1015



Parc d'activité de Bouttencourt : Traitement paysagé qualitatif mettant en valeur les limites séparatives des commerces. Mais pas de traitement particulier sur les limites inter-établissements commerciaux et présence d'une friche.



Site commercial rattaché à la zone d'activité de Cardonnoy à Aumale : espace commercial peu qualitatif. Des limites séparatives peu entretenues. Pas de traitement paysager particulier.

► La consommation et le partage de l'espace et prise en compte du développement durable

Les zones d'activités du territoire sont marquées par une densité d'aménagement relativement faible qui entraîne mécaniquement une consommation foncière plus importante.

L'aménagement de ces zones se caractérise notamment par :

- Une faible mutualisation des bâtiments et des entrées individuelles pour l'ensemble des zones mixtes mais un effort de mutualisation pour les zones plus récentes ;
- Des espaces de stationnement rarement mutualisés à l'exception de l'agora commerciale des Prés Salés et au sein de la zone commerciale « Le 925 » à Étalondes

Là encore, l'ancienneté de ces zones et leur développement au fil de l'eau ont fortement contribué à cette faible densité d'aménagement ainsi que la nature des activités en place qui se prêtent moins à la mutualisation des espaces de production (industrie en particulier).

Des efforts d'aménagements ont été réalisés dans le sens du développement durable avec par exemple la mise en place de noues pour la gestion des eaux pluviales.



Parc d'activités de Bouttencourt : Mutualisation de parking pour trois établissements et un bâtiment mutualisé pour deux établissements



Site commercial Bricomarché à Étalondes : un parking de plus de 200 places non mutualisées



Agora commerciale du Parc d'activités des Prés Salés à Mers-Bains : Mise en place d'une noue pour la gestion des eaux pluviales

RESULTATS DE L’ANALYSE QUALITATIVE DES SITES COMMERCIAUX PERIPHERIQUES³

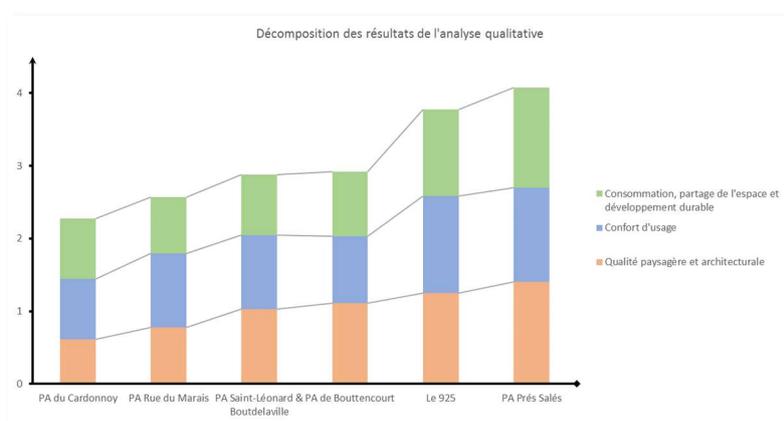
► Décomposition des critères d’évaluation et classement des sites commerciaux périphériques

Les trois critères d’évaluation constituent les piliers qualitatifs de la gestion et du fonctionnement de des sites commerciaux du territoire :

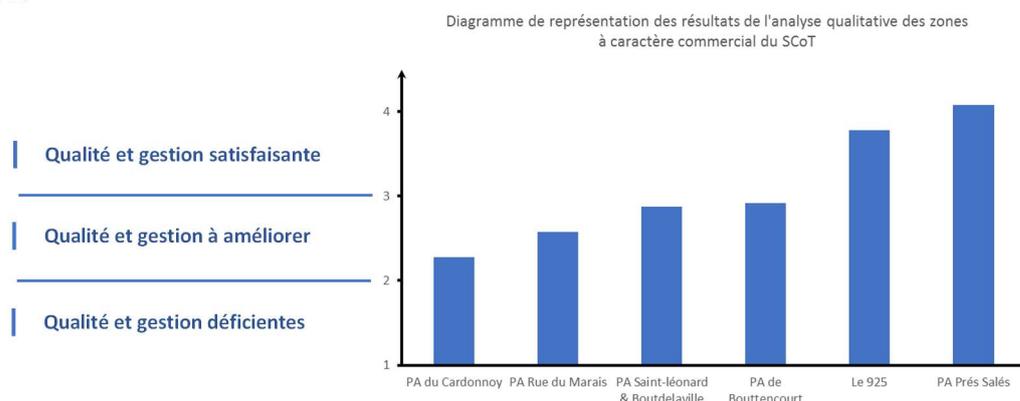
- Consommation, partage de l’espace et prise en compte du développement durable ;
- Confort d’usage ;
- Qualité paysagère et architecturale.

Les sites du Parc d’activités des Prés Salés et « Le 925 » bénéficient d’une qualité paysagère et d’un confort d’usage bien supérieurs aux autres sites du fait de leur plus récente implantation. Aussi la prise en compte des enjeux du développement durable et de la consommation d’espaces joue en leur faveur dans cette analyse.

Les Parcs d’activités de Bouttencourt et de Saint-Léonard & Boutdelaville suivent avec une qualité paysagère moins développée ainsi que de rares mutualisations de parking et de bâtiments d’exploitation.



Un classement qui délivre un enseignement : prendre en exemple les aménagements commerciaux plus récents pour améliorer et perfectionner les zones ayant des carences en fonctionnement et en qualité perceptive.



³ Cf : Annexe, grilles d’évaluation des sites commerciaux du SCoT du Pays Interrégional Bresle Yères

SYNTHESE DE L'ANALYSE DES SITES COMMERCIAUX

L'analyse qui suit cherche à comparer tout en tenant compte des différences d'organisation spatiale et structurelle les sites commerciaux présents sur le territoire du SCoT.

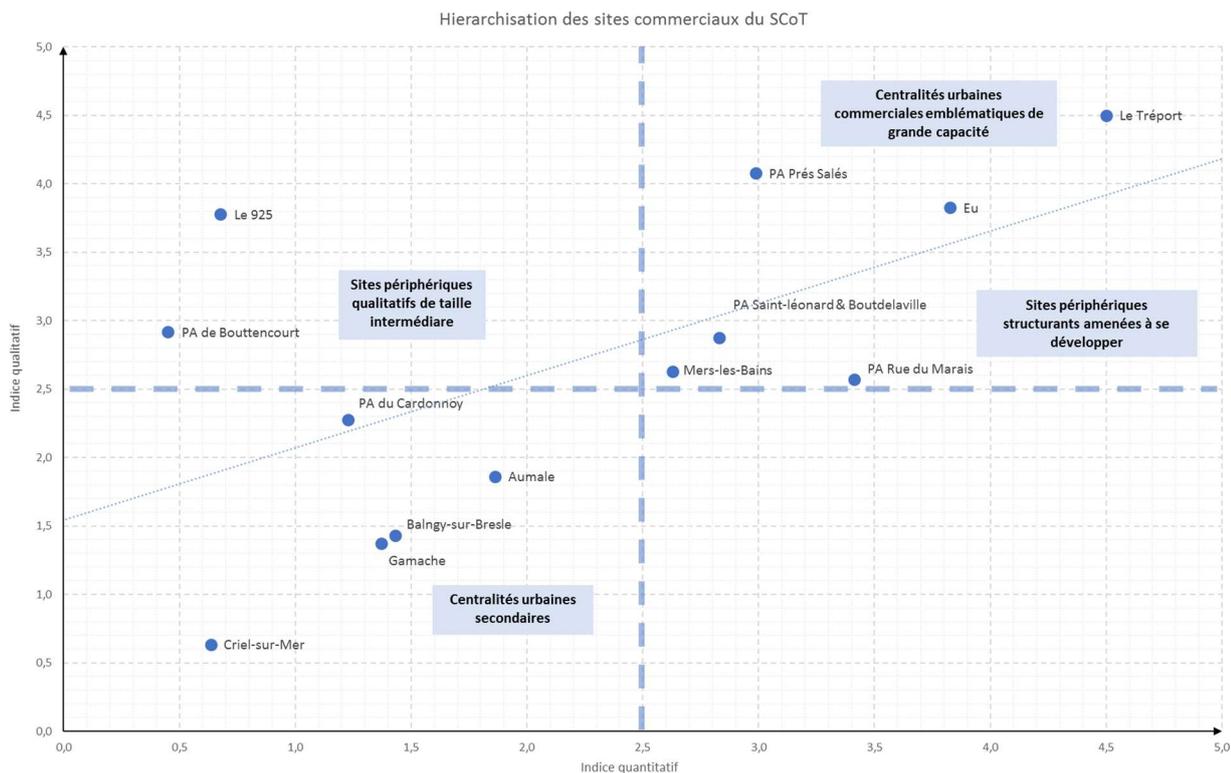
Ainsi les centralités urbaines commerciales se caractérisent par une agglomération des établissements de commerce au sein de l'enveloppe urbaine des communes. Cela se matérialise la plupart du temps par des linéaires commerciaux plus ou moins continu et cohérents, support du parcours commercial de la population. Le nombre, la diversité et la proximité des commerces entre eux sont autant de facteurs qui déterminent le fonctionnement du site son niveau d'attractivité et d'appréhender sa forme et ses limites. En outre les linéaires commerciaux sont captifs des aménités urbaines qui partagent leur espace de proximité et qui peuvent jouer autant en leur faveur qu'en leur défaveur (équipements publics, qualité architecturale, stationnement, accessibilité, etc.).

Les sites commerciaux périphériques se caractérisent avant tout par leur emprise au sol et les surfaces commerciales dont elles disposent (beaucoup plus importantes que la plupart des commerces de centre-ville) et aussi de la visibilité et de la gestion du site. En outre les potentiels d'extensions de ces sites représentent la capacité des sites à se développer et ainsi à augmenter leur pouvoir de chalandise à moyen/long terme.

Ces deux types de sites commerciaux coexistent sur le territoire du SCoT et répondent à différentes formes de demande commerciale du quotidien. Leur classification fait apparaître quatre types de sites :

- **Les centralités urbaines commerciales emblématiques du territoire** qui regroupent les cœurs urbains du Tréport, d'Eu et de Mers-les-Bains. Ces trois centralités bénéficient d'un cadre urbain qualitatif vecteur de l'identité géographique et historique des communes. Cela constitue un atout pour l'activité commerciale directement lié à l'attractivité touristique. À cela s'ajoute une forte concentration de commerces qui s'organise sous la forme de linéaires continu et dense.
- **Les sites périphériques structurants amenés à se développer** regroupent les parcs d'activité Prés Salés, Saint-Léonard & Boutdelaville et Rue du Marais. Avec une qualité d'organisation et de gestion supérieure à la moyenne de l'ensemble des sites périphérique, et des superficies d'exploitation conséquents ces sites se hissent en haut du classement. En outre ces trois sites disposent de réserves foncières⁴ leur octroyant un potentiel de développement pour l'avenir.
- **Les sites commerciaux périphériques de taille intermédiaire** sont représentés par les zones commerciales « Le 925 », le Parc d'activités de Bouttencourt et dans une moindre mesure le Parc d'activités du Cardonnoy. Leur superficie est moins significative que les sites précédents mais présentent des aspects qualitatifs du même ordre que les sites périphériques structurants.
- **Les centralités urbaines secondaires** concernent les centres urbains des communes de Aumale, Blangy-sur-Bresle, Gamache et Creil qui disposent d'une plus faible densité en commerce et services marchands et dont l'environnement urbain ne constitue pas une valeur ajoutée en faveur de l'attractivité commerciale et/ou touristique.

⁴ Potentiel d'extension : Prés Salés 0,8 ha ; Saint-Léonard & Boutdelaville 4,1 ha ; Rue du Marais 3,5 ha



Définitions :

L’indice qualitatif est issu des résultats de l’analyse qualitative des sites commerciaux afin de comparer les sites périphériques aux centralités urbaines commerciales.

L’indice quantitatif correspond à un agrégat d’indicateurs relatifs à la structure des sites et à leur potentiel de développement. Pour les centralités urbaines commerciales est pris en compte le nombre de commerces localisés au sein des enveloppes urbaines des centres villes identifiés. Dans le cas des sites commerciaux périphériques il s’agit de prendre en compte la surface occupée ainsi que les potentiels d’extension lui permettant d’élargir son offre future.

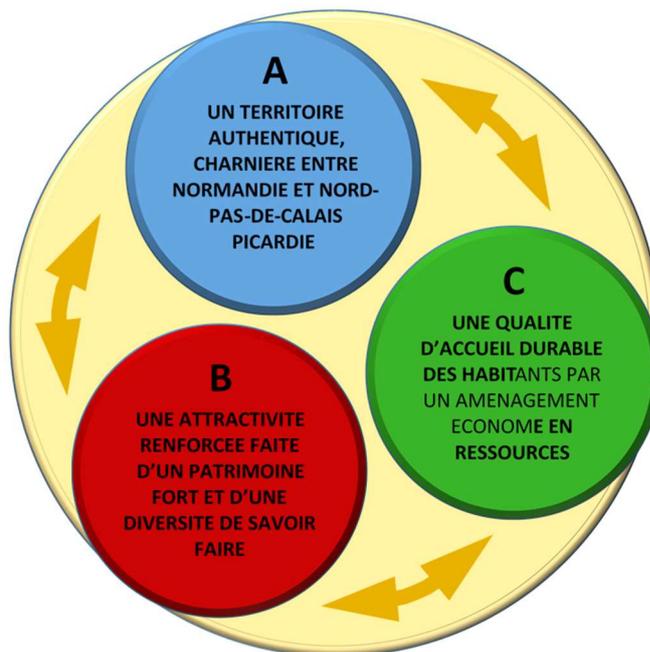


CHAPITRE 2 – LES OBJECTIFS DU SCOT, PRINCIPES ET STRATEGIES

L'AMBITION DU PADD

L'AMBITION GENERALE DU PROJET PADD

Le Projet d'Aménagement et de Développement Durables, projet politique du Schéma de Cohérence du Pays Interrégional Bresle Yères, associe **3 ambitions fondamentales** pour le développement et l'aménagement durables du territoire interrégional Bresle Yères :



Il affirme ainsi sa volonté d'être un **territoire dynamique, riche de son patrimoine et de ses savoir-faire, un territoire trait-d'union entre Normandie et Hauts de France.**

Il affirme également son ambition de favoriser un développement respectueux de son identité.

LA CONFIRMATION DE L'ARMATURE URBAINE A 2 NIVEAUX

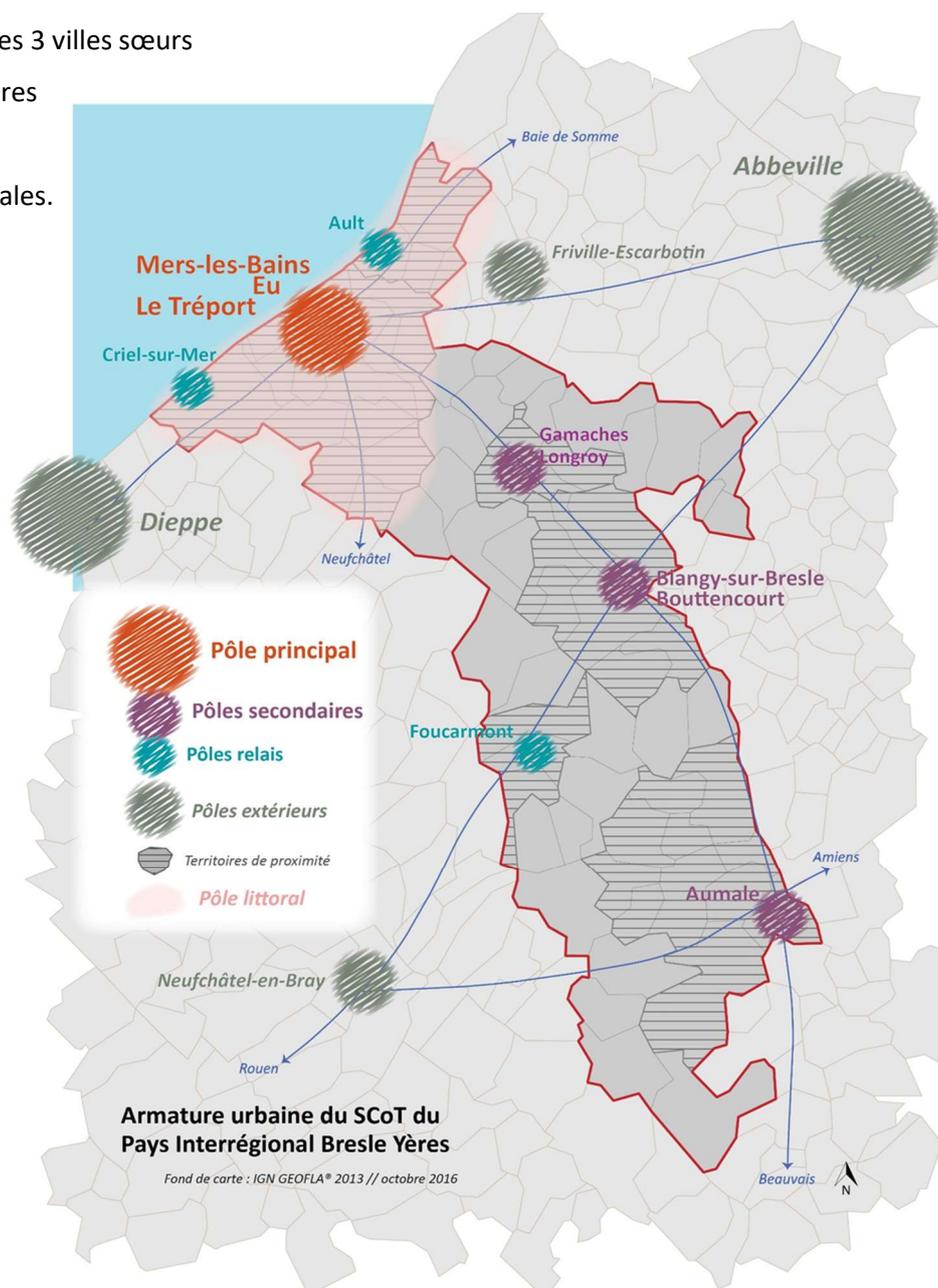
Simultanément, la cohérence du projet du SCoT et en particulier celle entre l'offre d'habitat avec le maillage des services de proximité (services à la personne et **commerces** et bien sûr l'offre de mobilité) repose sur une hiérarchie cohérente et partagée des différentes fonctions de chacun de ces espaces.

Ainsi, le SCoT propose la notion d'une armature urbaine comme assemblage spatial harmonieux des lieux de vie reliés entre eux par des infrastructures et des services de transports-déplacements. Ces lieux de vie sont différenciés selon leur niveau dans l'armature, rendant compte de leur dotation en équipements et services, publics et privés, et de plus ou moins grande portée spatiale. Cet étalement des villes et bourgs selon leur niveau permettra d'assurer un équilibre satisfaisant d'accès de tous aux fondamentaux de la vie collective en améliorant le fonctionnement territorial : éducation, santé, loisirs-sports-culture, **commerces et services**, accès aux gares ou aux lieux d'échanges entre modes de transports.

Ainsi, dans l'esprit de ce qui précède et en tenant compte de ce qui existe, le SCoT a pour ambition de renforcer cette cohérence, au profit de tous les habitants et des acteurs de toutes les communes, au travers de l'organisation de l'**armature urbaine** qui vise à combiner proximité et efficacité, par le croisement des fonctions urbaines tant internes (accueil de population, habitat, services aux personnes, mobilités, **commerces et services**, santé, activités et emplois,...) qu'externes avec l'attractivité et les échanges avec l'extérieur (tourisme, élargissement des bassins de vie quotidiens, ...).

Dans ce cadre, et dans la logique de préservation de ses grands équilibres, il confirme l'armature urbaine du territoire du Pays Interrégional Bresle Yères définie à 4 niveaux :

- Niveau 1 : le pôle principal des 3 villes sœurs
- Niveau 2 : les pôles secondaires
- Niveau 3 : les pôles relais
- Niveau 4 : les communes rurales.



L'existence de territoires de proximité, formés des communes reconnues comme associées met en évidence les interactions du Pays Interrégional Bresle Yères avec les territoires voisins notamment pour les déplacements domicile/travail.

Les communes associées ont un rôle de complémentarité vis-à-vis des pôles auxquels elles sont associées.

Les 3 villes sœurs Eu, le Tréport et Mers-les-Bains sont associées à 14 communes pour former le pôle littoral qui, selon les thèmes (habitat, économie, tourisme, ...), pourra faire l'objet d'objectifs particuliers en matière d'habitat, d'économie et bien sûr de valorisation

Le PADD en tire les conséquences quant aux politiques relatives :

- Au maillage du territoire par les équipements et services de transports-déplacements ;
- Au maillage du territoire par les équipements et services collectifs ;
- A la distribution des logements, et notamment des logements à produire.

Ainsi, l'objectif d'ensemble est d'assurer la « juste proximité » entre les lieux d'habitation de la population et les lieux d'implantation des équipements et services collectifs. L'appréciation de la notion de « juste proximité » est dépendante de la taille et du rayon de chalandise des équipements.

Dans ce cadre, des objectifs sont définis :

- Les équipements collectifs liés à l'administration générale, les grands équipements, les principaux services et commerces, l'éducation-formation, la santé, les loisirs-sports-culture, qui sont d'ampleur et d'intérêt à l'échelle du Pays sont localisés au 1^{er} ou au 2^{ème} niveau, dans un équilibre entre polarités ;
- Les pôles de proximité seront dotés des équipements et services collectifs d'ampleur et d'intérêt intercommunal ;
- Chaque commune peut, dans le souci du respect de l'équilibre entre équité territoriale et efficacité de la desserte, être lieu d'implantation des équipements/services collectifs et équipements commerciaux de proximité.

LES OBJECTIFS RELATIFS AUX ACTIVITES COMMERCIALES RETENUS PAR LE PADD DU SCOT

Le projet retient comme cibles la qualité de vie quotidienne des habitants en même temps que le bon fonctionnement du territoire qui se décline en deux principes complémentaires :

Les ambitions du Pays se décline alors de la façon suivante :

- Le renforcement de la qualité de vie quotidienne des habitants,
- Le bon fonctionnement du territoire qui repose sur deux principes complémentaires :
 - o La juste proximité qui garantira l'accessibilité de tous aux commerces de tous types (comme aux services),

- La limitation des déplacements par le rapprochement des commerces- services et de l'habitat.

Le PADD définit ensuite les objectifs spécifiques pour le commerce et l'aménagement commercial, tout en se positionnant au préalable sur les activités de services et les activités artisanales :

En matière de services, les polarités urbaines seront destinataires prioritaires des créations des services de taille significative, avec une logique de renforcement et de mutualisation.

En matière d'artisanat, le projet SCoT revendique la stimulation et l'assistance au développement des activités artisanales avec notamment le maintien ou le développement des établissements dans le tissu urbain quand leurs conditions d'exploitation sont compatibles avec un cadre résidentiel, pour maintenir la mixité des fonctions et l'animation urbaine.

Le PADD reconnaît l'importance des activités commerciales, essentielles à plus d'un titre :

- Elles constituent l'un des vecteurs essentiels d'attractivité des pôles urbains,
- Elles répondent à des besoins de proximité pour les habitants,
- Elles permettent la création d'emplois.

Les activités commerciales constituent un gisement d'emplois reconnu, important que le Pays Interrégional Bresle Yères ne veut pas négliger, simultanément à sa volonté d'équilibrer les modes de consommation dans une logique de liberté de choix pour les familles.

Dans ce cadre défini et en cohérence avec ce qui précède, le PADD définit les 4 orientations suivantes :

- **L'affirmation du principe d'équilibre et de diversité de l'offre des modes de consommation ;**
- **L'équilibre urbain entre les rues commerçantes, les centres urbains et les sites commerciaux périphériques ;**
- **La revitalisation des territoires et bourgs ruraux, avec le maintien voire la création de commerces de proximité innovants et développant des services annexes ;**
- **La diversification des modes commerciaux par les circuits courts et les formes coopératives, les marchés ambulants.**

LES OBJECTIFS DU DAAC

Le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial du SCoT du Pays Interrégional Bresle Yères décline alors les orientations et objectifs relatifs à l'aménagement commercial de la manière suivante :

Orientation 1 – Conforter l'armature commerciale actuelle dans une logique de desserte optimale des populations par le renforcement des bourgs centres, principales polarités commerciales et maîtrise des potentialités d'accueil de nouveaux grands équipements commerciaux spécialisés, en lien avec l'économie résidentielle

Orientation 2 – Améliorer l'irrigation commerciale du territoire notamment en maintenant le maillage de proximité sur l'ensemble du territoire, en garantissant la diversité des modes commerciaux, et en maintenant les conditions d'installation et d'activités du commerce de proximité.

Les objectifs en matière d'organisation territoriale du commerce s'inscrivent de manière générale en cohérence avec la logique de confortement de l'armature urbaine (donc commerciale) réaffirmée par le PADD.

Ces objectifs se déclinent ainsi à deux niveaux :

CONFORTER LE ROLE COMMERCIAL DES POLARITES PRINCIPALES, SECONDAIRES ET RELAIS (NIVEAUX 1, 2 ET 3) DE L'ARMATURE URBAINE)

Les besoins hebdomadaires, occasionnels et exceptionnels des habitants du territoire reposent essentiellement sur les polarités principales et secondaires du SCoT et les polarités extérieures situées à proximité (Abbeville, Dieppe, ...).

Les objectifs de développement sur ces polarités sont à distinguer selon la fréquence d'achats :

- Les achats hebdomadaires : conforter l'offre commerciale sur les centres villes commerciaux des niveaux 1, 2 et 3, afin de répondre aux nouveaux besoins. Ce confortement de l'offre devra permettre de tendre vers un recentrage de l'offre dans ou à proximité immédiate des densités urbaines, afin de favoriser le rapprochement entre lieux d'habitat et lieux d'achats, et l'utilisation des mobilités douces pour ces achats fréquents.
- Achats occasionnels : Afin de répondre à un enjeu de rapprochement des consommations, il s'agira de rendre possible le confortement de l'offre sur les polarités de niveau 1 et 2 sur cette catégorie d'achats. Concernant les achats occasionnels lourds, il s'agira de s'inscrire davantage dans une logique d'amélioration qualitative de l'offre que de développement quantitatif (extension des acteurs existant dans le but de moderniser les activités).
- Achats exceptionnels : Il s'agit d'activités associées à des zones d'influence relativement larges, pouvant englober l'ensemble du périmètre du SCoT mais aussi les espaces des agglomérations de voisines (Amiens...). Le SCoT affirme par conséquent le souhait de s'appuyer sur le niveau 1 afin d'apporter une réponse la plus complète possible à ces besoins exceptionnels à l'échelle du SCoT dans

son ensemble. Sur ces polarités, le développement de l'offre répondra à des achats exceptionnels s'effectuera :

- En améliorant l'attractivité de l'offre existante (logique de restructuration / requalification, extension des activités dans un objectif de modernisation),
- En conservant des possibilités d'accueil ponctuel d'activités nouvelles, qui devront apporter une plus-value et une diversification par rapport à l'offre existante.

Il s'agira également de garantir un dimensionnement de l'offre adapté à la taille des bassins de vie structurés par chaque polarité. Le DAAC prévoit des prescriptions quant au format des équipements commerciaux, garantissant un dimensionnement adapté de l'offre commerciale.

MAINTENIR ET CONFORTER LE MAILLAGE DE PROXIMITÉ SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Afin de répondre à l'évolution de la structure des ménages et notamment au phénomène de vieillissement de la population, et de favoriser une desserte la plus fine possible sur des achats quotidiens pour répondre aux enjeux de réduction des déplacements, le projet politique affirme un objectif de maintien et de confortement de l'offre de proximité sur l'ensemble du territoire. Il s'agira, à travers les prescriptions du DAAC, de favoriser le maintien et le confortement de ce maillage, ainsi que la structuration de polarités diversifiées en commerce de proximité dans les villages, afin d'affirmer leur rôle en termes de service apporté à la population.

► Favoriser le maintien et le développement de l'offre commerciale au cœur des centralités urbaines des villages

Au regard des enjeux du diagnostic et afin de favoriser des logiques de mixité urbaine, d'accessibilité multimodale et de consommation économe du foncier, le projet politique affirme la volonté de conserver et de développer une offre commerciale au cœur des bourgs des communes (quand elle existe), à travers plusieurs sous-objectifs :

- Privilégier le développement de l'offre de proximité (achats quotidiens), et de l'offre répondant à des besoins réguliers au cœur des villages,
- Inciter à la mise en place de règles d'urbanisme favorables au maintien et au développement de l'offre commerciale et artisanale (règles de stationnement, d'alignement, conditions d'accessibilité...),
- Favoriser un environnement urbain propice au développement du commerce dans les villages, et contribuant à l'attractivité des pôles marchands, à travers la mise en place d'aménagements urbains (cheminements doux, organisation du stationnement, mobilier urbain, végétalisation...) fonctionnels et qualitatifs,
- Dans les secteurs de périphérie existants, privilégier le développement d'une offre complémentaire à celle des centralités, et notamment les commerces de biens lourds, peu compatibles avec la fonction d'habitat et les conditions d'accessibilité en cœur de villages.

► Favoriser la polarisation de l'offre commerciale dans des localisations identifiées

Les objectifs et orientations du SCoT en matière de développement commercial doivent s'inscrire dans un objectif de consommation économe du foncier, en adéquation avec les dispositions de la loi portant engagement national pour l'environnement.

Dans le respect de ces objectifs d'économie du foncier, le projet d'aménagement commercial du SCoT traduit une volonté forte de limitation de la consommation foncière liée au développement commercial, en favorisant la polarisation de l'offre sur des localisations identifiées. Les orientations du DAAC permettront :

- D'améliorer la lisibilité de l'offre commerciale sur le territoire en favorisant la structuration et/ou restructuration des zones commerciales du territoire ;
- De rationaliser les déplacements motorisés pour un motif achat en limitant les phénomènes de dilution de l'offre commerciale, notamment le long des axes principaux ;
 - De maîtriser la consommation foncière à destination commerciale en densifiant les espaces marchands existants,
 - En privilégiant l'utilisation des dents creuses, la réhabilitation et la requalification des friches existantes en centralité urbaine et en périphérie, par rapport à la mise à disposition de foncier nouveau en extension des enveloppes urbaines.

OPERER UN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL QUALITATIF ET RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Le SCoT réaffirme la volonté d'orienter l'aménagement commercial vers des pratiques plus durables, favorisant une meilleure insertion des équipements dans leur environnement, et une accessibilité plus mixte aux pôles commerciaux. Il s'agit notamment :

- De favoriser une accessibilité multimodale aux pôles commerciaux :
 - En développant des liaisons douces sécurisées au sein des polarités urbaines et depuis les zones d'habitat et d'emploi proches ;
 - En favorisant les développements dans des secteurs desservis ou susceptibles de l'être par des transports en commun réguliers ;
 - En mettant en place des logiques d'aménagement d'ensemble, favorisant la proximité entre les commerces au sein des pôles, et par conséquent l'utilisation des mobilités douces,
- D'optimiser le foncier à vocation commerciale en poussant à la mutualisation d'infrastructures (stationnements notamment) et en fixant des orientations imposant une plus forte densité d'aménagement dans le cadre des nouveaux développements ;
- D'améliorer l'attractivité des pôles commerciaux, en soignant davantage la qualité architecturale et paysagère des commerces et leur insertion urbaine, notamment sur les secteurs situés en entrée de ville ;
- De limiter l'impact environnemental des zones commerciales en incitant notamment à la mutualisation de la gestion des ressources et des déchets (eau, déchets, production de chaleur et de froid...), à l'économie de la ressource en eau et des ressources énergétiques, à la mise en place de dispositifs de production énergétique propre et en favorisant, lorsque cela est possible, l'intégration de la trame verte et bleue dans les aménagements commerciaux.

CHAPITRE 3

MESURES ET PRESCRIPTIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET



PREAMBULE

Pour répondre aux deux objectifs de la stratégie en matière d'aménagement commercial, le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) définit des prescriptions et des recommandations associées pour les commerces.

Pour cela, il définit les localisations préférentielles du commerce, à savoir les polarités commerciales de centre-ville et les sites commerciaux périphériques.

Enfin, les prescriptions font référence à deux types d'opérations qu'il convient de définir :

- Les nouvelles implantations commerciales : sont considérées comme des nouvelles implantations commerciales, la construction de nouveaux magasins, la création de nouveaux ensembles commerciaux au sens de l'article L.752-1 du code du commerce, le changement de destination d'un bâtiment non commercial vers du commerce, les déplacements de magasins.
- Les nouveaux développements commerciaux : sont considérés comme des nouveaux développements, les créations de nouveaux commerces ainsi que l'extension de la surface de vente des activités commerciales existantes.

IDENTIFICATION DES LOCALISATIONS PREFERENTIELLES DES COMMERCES ET PRESCRIPTIONS ASSOCIEES

RAPPEL DES OBJECTIFS

L'identification des localisations préférentielles pour le développement commercial répond à plusieurs objectifs :

- Prévoir, en lien avec les objectifs d'évolution commerciale des polarités énoncés identifiées au sein de l'armature urbaine des espaces d'accueil de l'offre commerciale permettant à chaque polarité de remplir pleinement sa fonction,
- Favoriser la polarisation des activités dans une logique d'économie d'espace, de rapprochement entre fonction commerciale et autres fonctions urbaines et d'accessibilité multimodale,
- Favoriser le développement de l'offre commerciale dans des secteurs bien desservis par les différents modes de transport,
- Maîtriser le foncier à destination commerciale dans une logique d'économie d'espace, et délimiter des secteurs cohérents, permettant la mise en place de logiques d'aménagement d'ensemble, notamment dans un objectif de mutualisation (infrastructures, stationnement...).

Pour permettre la réponse à ces objectifs, les localisations préférentielles sont définies selon trois types :

Les centralités urbaines principales

Les centralités urbaines principales désignent les enveloppes urbaines principales des bourgs centres (niveaux 1, 2 (Blangy et Aumale) de l'armature urbaine), qui se caractérisent par une mixité de fonctions (habitat, commerces, services, espaces publics...).

Elles constituent l'espace prioritaire de développement des commerces de proximité pour proposer à la population une mixité des fonctions. Elles sont destinées à recevoir toutes sortes de commerces, quelle que soit leur taille :

- ✓ Les commerces de plus de 300 m² de surfaces de vente y seront accueillis,
- ✓ Les commerces de moins de 300 m² de surfaces de vente y seront favorisés et les collectivités pourront alléger certaines contraintes d'urbanisme.

Les centralités urbaines de proximité

Les centralités urbaines de proximité désignent les bourgs des communes de niveau 2 (Gamaches) et 3 de l'armature urbaine), et se caractérisent par une mixité de fonctions (habitat, commerces, services, espaces publics...).

Elles constituent l'espace complémentaire de développement des commerces de proximité pour assurer le maillage du territoire, destinées à recevoir les commerces de moins de 300 m² de surfaces de vente, quelle que soit leur nature.

Les sites périphériques structurants et les sites périphériques secondaires

Situés en dehors des centralités urbaines, ils se structurent autour des équipements commerciaux stratégiques du territoire avec un rayonnement intercommunal, et confortent les polarités existantes dans une logique de maîtrise foncière (les espaces peuvent être densifiés).

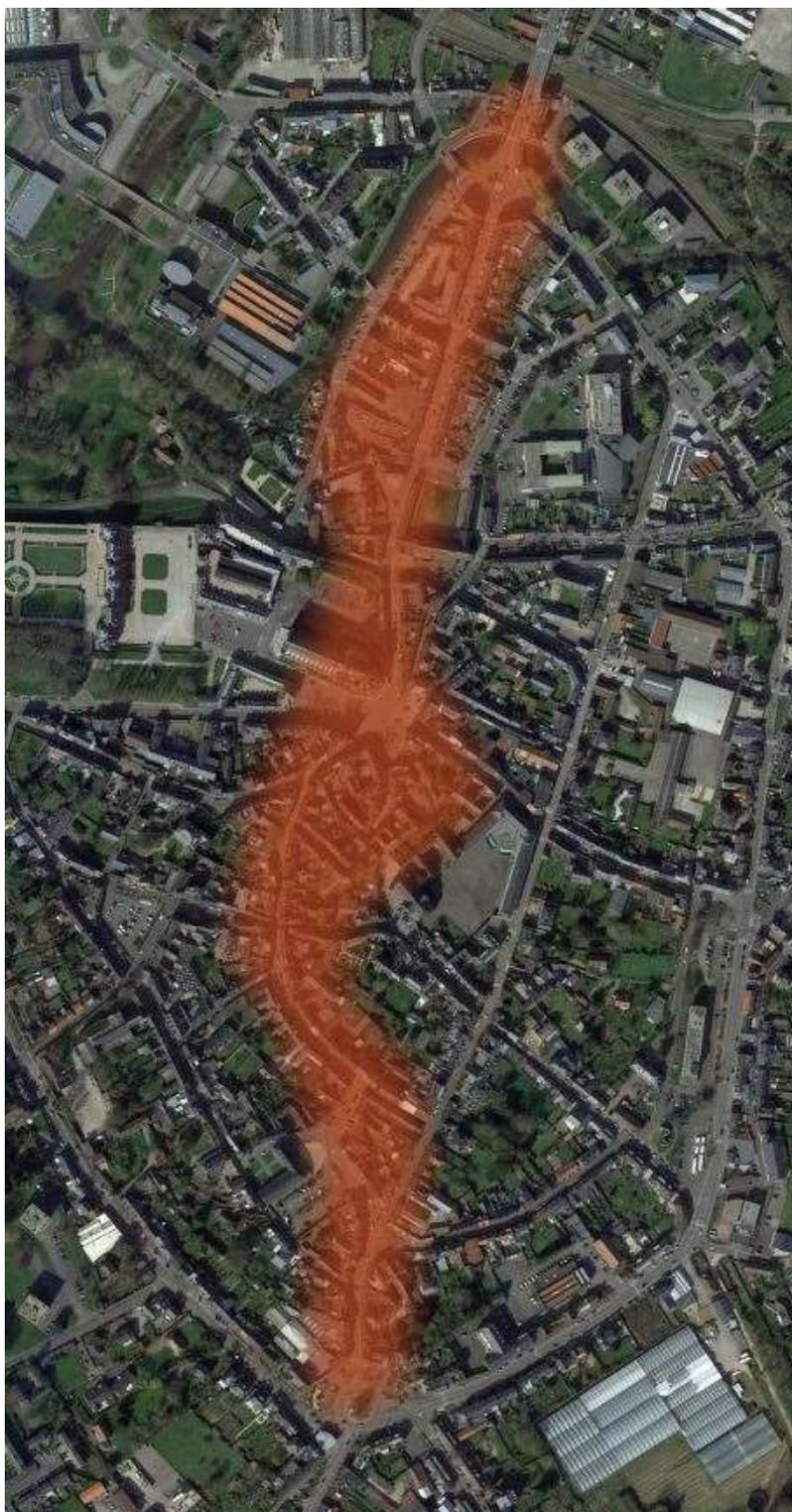
L'implantation en site périphérique structurants s'adresse aux commerces de plus de 300 m² de vente, avec une priorité à ceux de plus de 1000 m², celle en site périphérique secondaire s'adresse aux commerces de plus de 300 m² de surfaces de vente.

► Identification des localisations préférentielles

Le SCoT localise les localisations préférentielles du commerce :

A/ les centralités urbaines principales

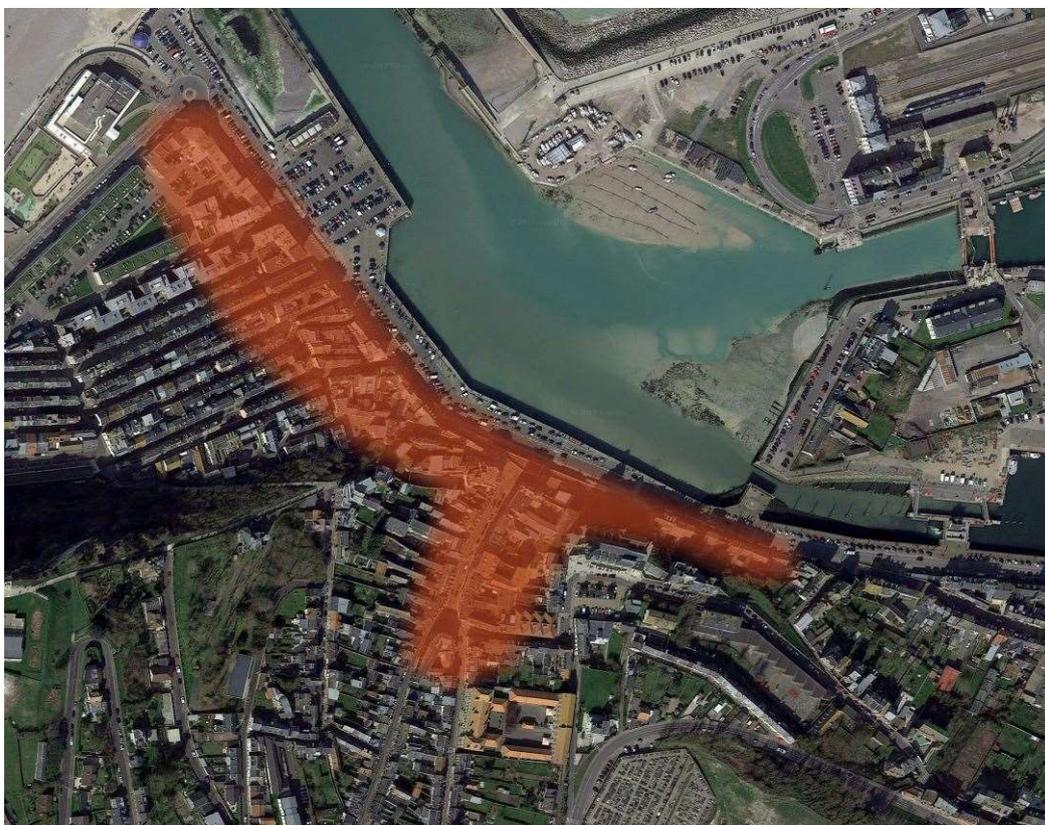
Eu centre



Mers-les-Bains centre



Le Tréport centre



Aumale centre



Blangy s/ Bresle centre

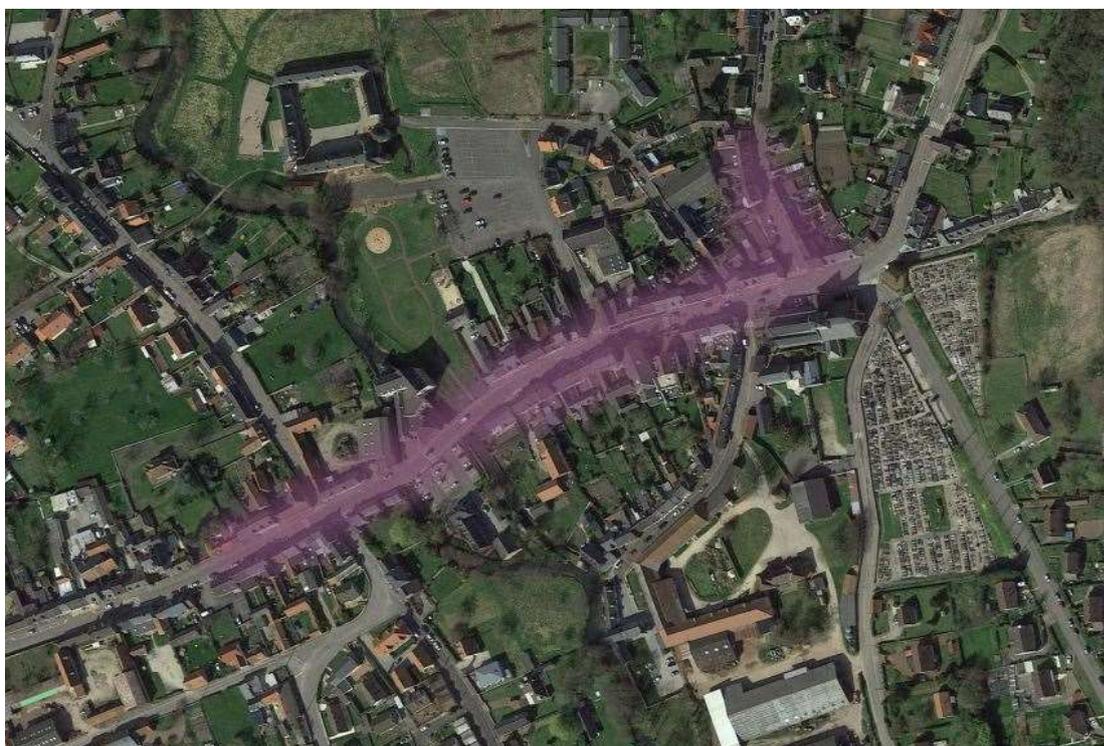


B/ Les centralités urbaines de proximité

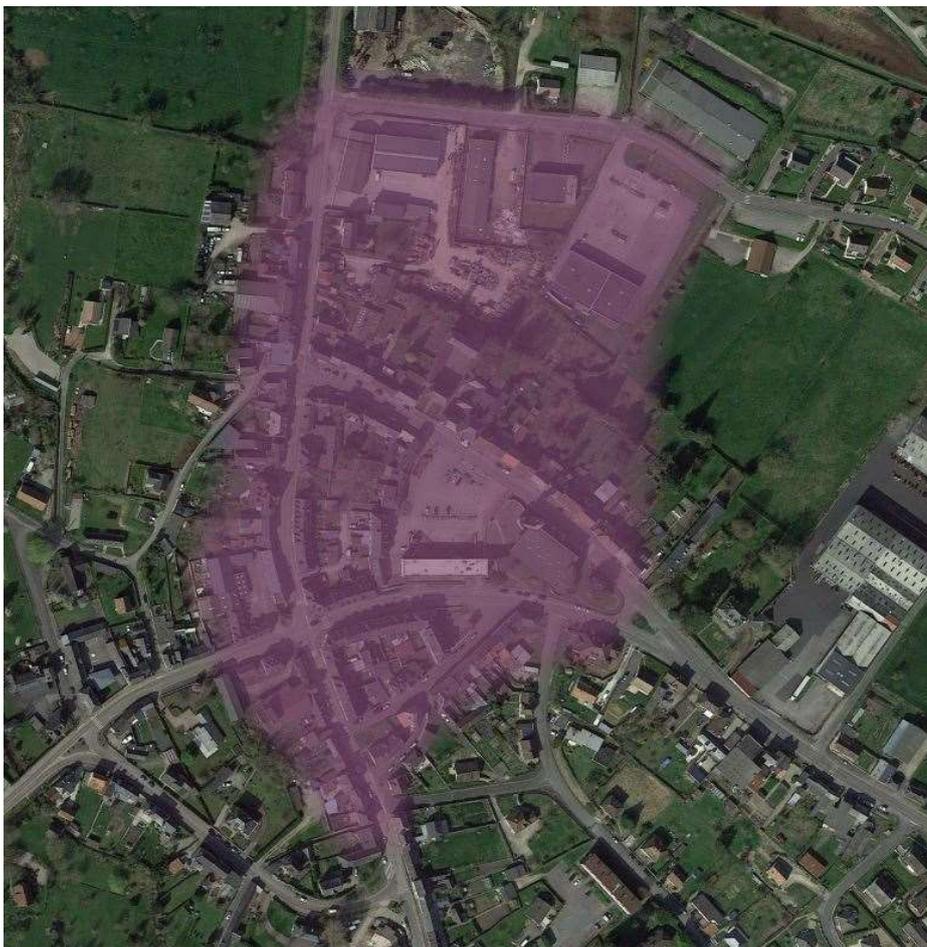
Ault centre



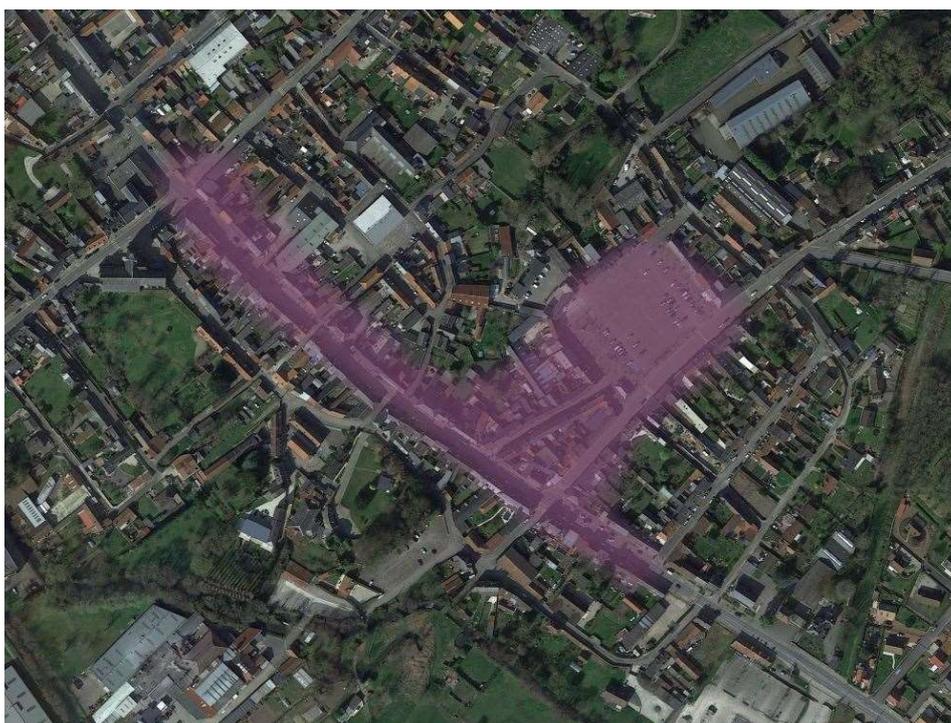
Criel s/ Mer centre



Foucarmont centre



Gamaches centre



C/ Les sites commerciaux périphériques structurants

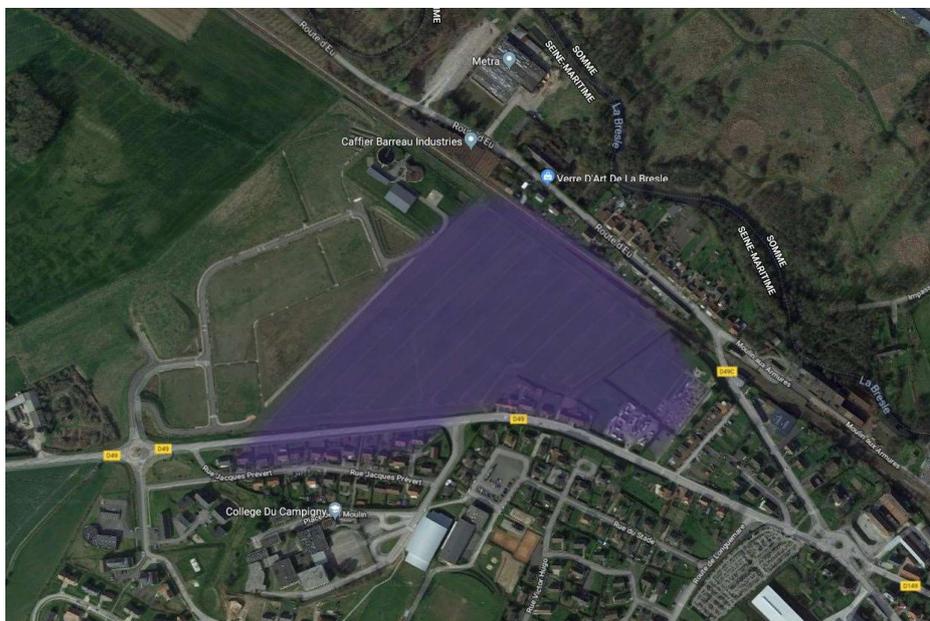
Grand-marais et Prés-Salés à Mers-les-Bains



Rue du Marais à Blangy s/ Bresle



ZA la Gargatte à Blangy s/ Bresle



D/ Les sites commerciaux périphériques secondaires

St Léonard Boutdelaville à Criel s/ mer



Le 925 à Étaldondes

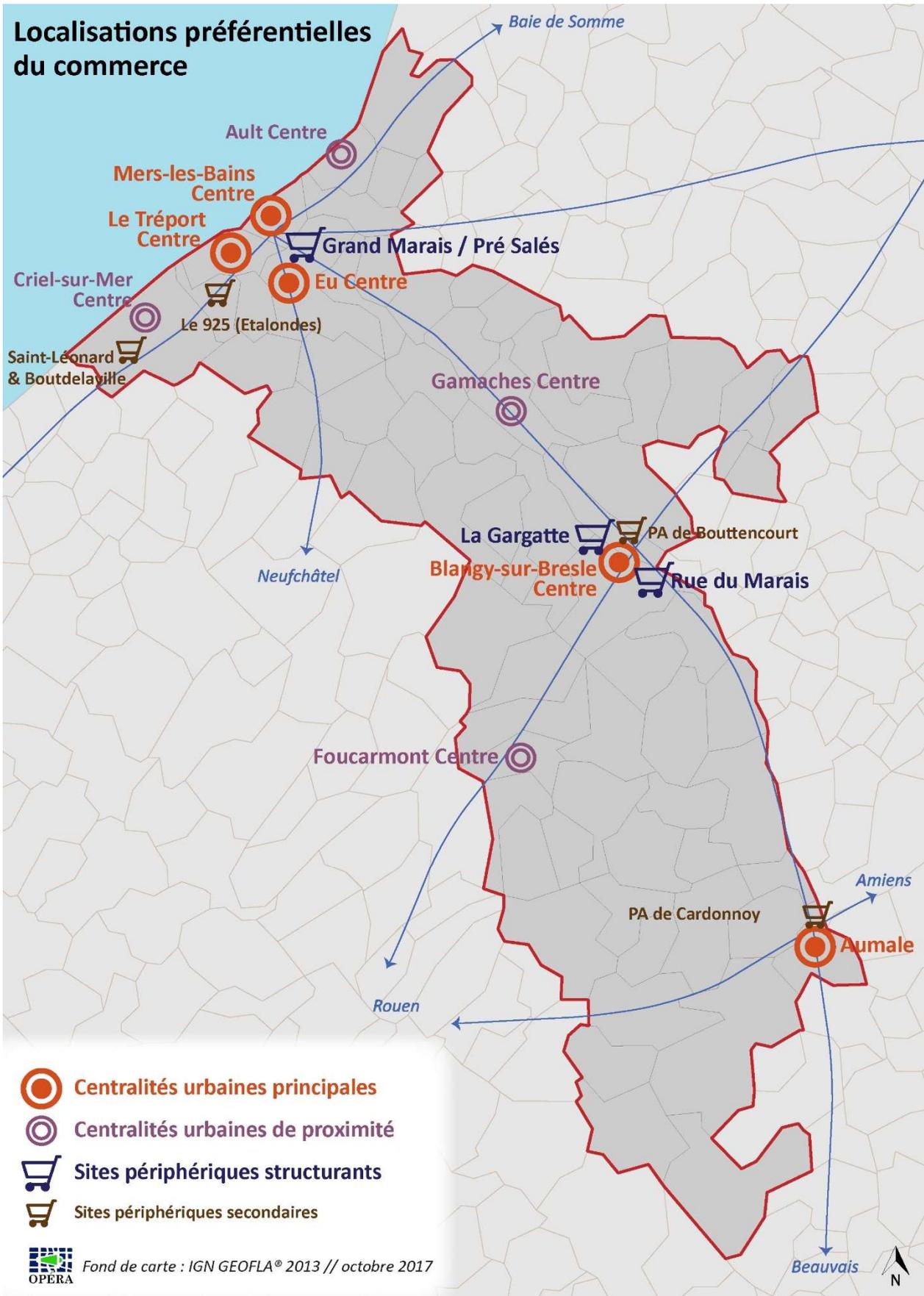


PA Bouttencourt



Cardonnoy à Aumale





P02 – Prescription des principes d'implantation des commerces et de leurs extensions

Le SCoT définit un seuil au-delà duquel les équipements commerciaux sont susceptibles d'impacter l'organisation territoriale, et sont considérés comme des commerces « d'envergure ». Les commerces⁵ de plus de 300 m² de surface de vente (soit 400 m² de surface de plancher) ont une zone d'influence principale supérieure à 3 000 habitants (la zone est variable selon la typologie de commerce développée). Ils sont considérés comme des commerces « d'envergure » et font l'objet de prescriptions spécifiques.

Les commerces de plus de 300 m² de surface de vente doivent s'implanter dans les « centralités urbaines principales » et dans les « sites commerciaux périphériques » identifiés ci-dessus.

- ✓ Les centralités urbaines principales accueillent les nouveaux développements répondant à des achats hebdomadaires, occasionnels lourds et légers, en accord avec les objectifs du PADD, soit les commerces de plus de 300 m² ou moins de 300 m².
- ✓ Afin d'assurer le maintien et le développement d'une fonction commerciale attractive dans les centralités urbaines, les sites commerciaux périphériques accueillent les commerces de plus de 300 m², préférentiellement concernant les activités peu compatibles avec les autres fonctions urbaines (accessibilité principalement motorisée, emprises foncières importantes, nuisances pouvant être générées par les livraisons...).

P03 – Prescription des principes d'extension des commerces existants hors centralités urbaines principales et hors sites commerciaux périphériques

Afin de permettre le bon fonctionnement des activités existantes, les commerces supérieurs à 300 m² de surface de vente implantés hors sites commerciaux périphériques et hors centralités urbaines principales ou de proximité peuvent bénéficier d'une extension limitée.

Afin de répondre au mieux aux objectifs précités, la notion d'extension « limitée » nécessite d'être précisée. On entend par extension « limitée », une ou plusieurs extensions dont le cumul permet de respecter les équilibres indiqués dans le tableau ci-dessous :

	Surfaces de vente à la date d'approbation du SCoT			
	300-1.000 m ²	1.001-2.500 m ²	2.501-4.000 m ²	Plus de 4.000 m ²
% d'extension	35%	30%	25%	20%

P04 – Prescription applicable aux commerces dont la surface de vente est inférieure à 300m²

Les commerces de détail de proximité ont vocation à s'implanter dans les centralités urbaines commerciales principales ou de proximité.

Afin de favoriser leur maintien et leur développement, les nouvelles implantations de commerces dont la surface de vente est inférieure à 300 m² (soit 400 m² de surface de plancher) et d'ensembles commerciaux (au sens de l'article L752-3 du Code de commerce) composés totalement ou partiellement d'unités commerciales⁶ inférieures à 300 m² de surface de vente (soit 400 m² de surface de plancher) sont exclues des sites commerciaux périphériques.

Les opérations d'aménagements pour le commerce sont réalisées en compatibilité avec le DOO du SCoT et notamment avec la carte et les orientations associées concernant la Trame verte et Bleue définie par le SCoT qui décline les attendus du Schéma Régional de Cohérence Écologique.

P05 – Prescription relative aux conditions de l'aménagement commercial des centralités urbaines

Dans les centralités urbaines principales et les centralités de proximité (centres-bourgs et centres de quartiers identifiés par les documents d'urbanisme locaux), les communes mettent en œuvre des dispositions visant à préserver ou développer la diversité commerciale. Elles veillent à instaurer des règles incitatives pour l'implantation des commerces, notamment en matière :

- . de traitement de l'espace public ;
- . de stationnement (le nombre minimal de places de stationnement par local commercial ne devra être pas être trop contraignant, voire seulement recommandé) ;
- . de hauteur des bâtiments (règles de hauteur permettant la mise en place de locaux d'activités en rez-de-chaussée) ;
- . d'alignement et de caractéristiques du bâti (assurer la visibilité des commerces, la continuité du linéaire commercial).

La centralité urbaine telle que définie dans le SCoT, se caractérise par une densité de construction et l'accueil de multiples fonctions urbaines (habitat, équipements, activités, commerces...).

Afin de garantir la mixité des fonctions urbaines dans ces localisations, les nouvelles implantations commerciales dans les centralités urbaines principales et de proximité s'effectuent dans le cadre d'opérations respectant une logique de mixité.

Les décisions des CDAC et les dispositions des documents d'urbanisme locaux doivent garantir la mise en œuvre de ce principe.

R01 – Recommandation relative à l'aménagement commercial des centralités urbaines

Afin de mettre en œuvre la prescription précédente, les collectivités pourront s'appuyer sur la définition suivante : sont considérées comme des opérations s'inscrivant dans une logique de mixité, les nouvelles constructions (ou ensembles de constructions dans le cadre d'une même opération) dont la surface de plancher intègre des surfaces à vocation commerciale, et une majorité d'autres occupations du sol (logement, activités non commerciales, équipements publics...).

Dans ces localisations, il est recommandé de mettre en place des aménagements favorisant le bon fonctionnement des commerces :

- Capacités et gestion du stationnement (stationnement de courte durée, de longue durée) ;
- Mise en place d'une signalétique commerciale homogène et d'un jalonnement ;
- Continuité des cheminements doux trottoirs, traversées piétonnes et accessibilité pour les personnes à mobilité réduite ;
- Mise en place de mobilier urbain qualitatif et homogène (bancs, éclairage...).
-

Par ailleurs, les opérations d'habitat qui s'inscriront dans les centralités urbaines 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.

PRESCRIPTIONS RELATIVES A LA DENSITE DES AMENAGEMENTS, A L'INTEGRATION PAYSAGERE DES EQUIPEMENTS, A L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

P06 – Prescription d'incitation à la densité des équipements commerciaux

Les nouveaux développements intègrent une plus forte densité d'aménagement afin de limiter la consommation d'espace. Ils mettent pour cela en place tout ou partie des dispositions ci-dessous :

- Réaliser des constructions sur plusieurs étages ;
- Intégrer tout ou partie du stationnement en sous-sol, rez-de-chaussée, toit-terrasse ou infrastructures ;
- Privilégier la mutualisation des infrastructures d'accès et du stationnement entre plusieurs équipements commerciaux ;
- Respecter une densité minimale de construction. Au regard des constats concernant le degré de densité des équipements commerciaux du territoire, les nouvelles implantations commerciales respectent un objectif de densité minimale des constructions : l'emprise au sol des surfaces, bâties ou non, affectées aux aires de stationnement, annexes d'un commerce soumis à l'autorisation d'exploitation commerciale prévue aux 1° et 4° du I de l'article L. 752-1 du code de commerce et à l'autorisation prévue au 1° de l'article L. 212-7 du code du cinéma et de l'image animée, ne pourra excéder un plafond correspondant aux trois quarts de la surface de plancher des bâtiments affectés au commerce. Cette orientation s'entend pour chaque commerce ou à l'échelle d'un ensemble commercial (au sens de l'article L. 752-3 du code de commerce). Les documents d'urbanisme locaux intègrent des dispositions compatibles avec cette orientation pour permettre la densification des Sites commerciaux périphériques.

Par exception à ce dernier principe, ce rapport peut être minoré dans les cas suivants :

- . S'il est établi que des contraintes naturelles ou techniques ne permettent pas d'atteindre une telle densité d'aménagement (parcelle située pour partie en zone inondable, contraintes de sécurité liées au passage de conduites...);
- . Si les demandes d'autorisation d'exploitation commerciale justifient qu'un tel niveau de densité n'est pas atteint dans le projet présenté, du fait de la mise en place d'aménagements paysagers et d'espaces verts dans des proportions inhabituelles. Il s'agit de justifier que ces aménagements ont pour conséquence de faire augmenter significativement la part des surfaces végétalisées dans le foncier mobilisé par l'opération.
- Il s'agit par ailleurs pour les documents d'urbanisme locaux, de rendre possible cette densification des zones commerciales :
- . En agissant par exemple sur les règles de volume et gabarits des bâtiments (hauteur, rapport aux limites) ;
- . En agissant par exemple sur les règles de densité s'appliquant aux nouveaux développements (définition d'une densité minimale de construction à proximité des arrêts de transport en commun) ;
- . En définissant des règles de stationnement adaptées et en rendant possible la mutualisation des parkings entre enseignes.

P07 – Prescription d'incitation à une meilleure intégration paysagère des équipements commerciaux

Les nouveaux développements commerciaux dans les sites commerciaux périphériques intègrent des aménagements permettant l'insertion visuelle du projet.

La justification de la prise en compte de cette orientation est évaluée au regard :

- De la végétalisation des espaces extérieurs, et du traitement de ces espaces végétalisés (essence, nombre de plantations, localisation...) notamment sur les espaces de stationnement. Les espaces libres de toute occupation sont prioritairement traités en espace vert, préférentiellement en pleine terre, et les arbres de haute tige sont privilégiés sur les espaces de stationnement ;
- Du traitement paysager dédié aux infrastructures et équipements pour les modes doux ;
- Du traitement paysager des équipements de gestion des eaux pluviales et usées (bassins d'orage paysagers, fosses d'infiltration, mares écologiques, noues paysagères, etc.) ;
- Du traitement des façades (palette de couleur, position et taille des enseignes) ;
- Du traitement des limites (hauteur, couleur et composition des clôtures ou haies, homogénéité à l'échelle de la zone) ;
- Des aménagements choisis permettant de dissimuler et mutualiser les emplacements de stockage avant collecte des déchets ;
- De l'intégration du stockage des matériaux en extérieur le cas échéant.

Les dossiers de demande d'autorisation justifient de la prise en compte de l'ensemble des points précités. Les documents d'urbanisme locaux mettent en place des règles compatibles avec cette orientation (degré de végétalisation, traitement des limites, matériaux, gabarits...).

P08 – Prescription de limitation de l'impact environnemental des équipements commerciaux

Les nouveaux développements dans les sites commerciaux périphériques veillent à contribuer à la préservation de la ressource en eau, notamment en favorisant la rétention des eaux pluviales à l'échelle de chaque opération (noues végétalisées, toitures végétalisées...), et en réduisant les surfaces imperméabilisées.

Les nouveaux développements intègrent la prise en compte de la problématique énergétique, principalement pour le chauffage, le refroidissement et l'éclairage. Les dossiers de demande d'autorisation sont analysés au regard :

- De l'enveloppe du bâtiment (isolation, toiture terrasse végétalisée...),
- Des types d'énergie utilisés ainsi que le rendement des dispositifs d'éclairage et de refroidissement,
- Du système de vitrage (les doubles vitrages peu émissifs sont à privilégier),
- De la présence éventuelle de « puits » de lumière, et des équipements d'éclairage projetés (commande de l'éclairage par horloge, éclairage des circulations par spot encastré à diodes ou par tubes T5 à haut rendement lumineux),
- De la mise en place de dispositifs de « production énergétique propre » (panneaux photovoltaïques, éoliennes...).

Les nouveaux développements veillent à favoriser la valorisation des déchets :

- En privilégiant, par des dispositifs adéquats, la valorisation sur site et le tri des déchets à la source ;
- En incitant au geste de tri pour les usagers (clients et personnels du bâtiment commercial) ;
- En intégrant un point de collecte des déchets d'emballages en sortie de caisse pour les équipements de plus de 2 500 m² de surface de vente (Cf. l'article 199 de la loi portant engagement national pour l'environnement) ;
- En intégrant un système de collecte séparée des biodéchets.

Les documents d'urbanisme locaux veillent à prévoir des espaces de collecte des déchets adaptés aux modalités de la collecte sélective.

P09 – Prescription relative aux secteurs d'extension des sites commerciaux périphériques

Dans les secteurs d'extension des sites commerciaux périphériques, les nouvelles implantations sont conditionnées à la définition préalable d'un projet d'aménagement global à l'échelle du site commercial périphérique (outils possibles : orientations d'aménagement, ZAC...) comportant :

- La définition préalable des modalités d'accessibilité routière, de manière à limiter les accès directs sur voie principale (mutualisation des accès entre plusieurs commerces) ;
- La définition des logiques d'accessibilité modes doux (principaux cheminements, connexion avec les itinéraires et modes doux existants et les quartiers d'habitation limitrophes) ;
- La définition des logiques d'implantation des bâtiments, espaces de stationnement (dans une logique de mutualisation) ;
- La prise en compte en termes de fonctionnalités des réservoirs de biodiversité et des corridors écologiques identifiés dans le SCOT.

R02 – Recommandation pour la requalification des sites commerciaux périphériques existants

Dans les sites commerciaux périphériques existants, il est recommandé de favoriser la mise en place de logiques de requalification en agissant :

Sur les espaces publics et notamment le traitement des axes routiers :

- **Traitement qualitatif des voies situées en entrée de ville avec :**
 - La mise en place d'alignements d'arbres de hautes tiges (ces alignements en bord de route ont l'avantage de masquer l'impact paysager des panneaux publicitaires et enseignes) ;
 - La matérialisation des cheminements doux par des espaces réservés en bord de route, continus, et des traversées piétonnes sécurisées. Dans la mesure du possible il s'agit de mettre en place des séparations matérialisées entre ces cheminements et les voies circulantes. Les alignements d'arbres peuvent par exemple matérialiser cette séparation ;
 - La mise en place d'une signalétique claire et homogène.
- **Aménagements urbains favorisant la lisibilité des espaces dans les zones d'activités :**
 - Gabarit des voies adapté à leur positionnement dans la hiérarchie du réseau (voie de desserte principale, secondaire...) ;
 - Mobilier urbain et éclairage homogènes et qualitatifs à l'échelle de la zone ;
 - Adaptation de l'éclairage aux usages (piéton, routier...) ;
 - Mise en place d'une signalétique qualitative et homogène à l'échelle d'une même zone. Dans les zones mixtes, la signalétique peut être différenciée entre activités commerciales, industrielles, artisanales (à l'aide d'un code couleur par exemple).

Sur les espaces privatifs : il s'agit de profiter des nouveaux développements dans ces secteurs pour procéder à des opérations de restructuration impliquant plusieurs commerces, et favoriser des logiques d'aménagement d'ensemble :

- Mise en place d'accès mutualisés ;
- Simplification des accès viaires ;
- Mutualisation des stationnements ;
- Création de connexions douces entre les commerces ;
- Réduction au maximum des distances entre commerces pour favoriser l'accessibilité douce ;
- Densification commerciale sur les places de parkings gagnées ;
- Végétalisation des espaces extérieurs ;
- Cohérence architecturale entre les bâtiments (gabarits, couleurs, matériaux).

Exemple :

- Réadresser l'entrée des commerces à proximité de l'axe routier (un seul accès) : vitrines plus visibles, requalification de la voirie transit ;
- Simplifier les accès viaires ;
- Mutualiser les parkings ;
- Densification commerciale sur les places de parking gagnées ;
- Création de liaisons douces.

CHAPITRE 4

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE SUIVI DU PROJET

LES LEVIERS DE MISE EN ŒUVRE DU DAAC

Les documents d'urbanisme locaux et les Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC) qui délivrent les autorisations d'exploitation commerciale disposent de leviers d'encadrement du commerce distincts et complémentaires. Les orientations du DAAC ont été constituées de manière à pouvoir être traduites à travers ces deux dispositifs :

- La CDAC, à travers ses décisions, va permettre d'encadrer les développements (création et extension) de commerces de détail dont la surface de vente obtenue est supérieure à 1 000 m². Elle peut également être saisie pour avis dans le cadre des projets de création ou d'extension de commerces dont la surface de vente obtenue serait supérieure à 300 m², situés dans des communes de moins de 20 000 habitants. La totalité des communes du SCoT est donc concernée par cette possibilité de saisine. Enfin, il convient de préciser que la CDAC est un outil d'appréciation des commerces de détail alimentaires, d'équipement de la personne, d'équipement de la maison et de culture-loisirs. Elle ne prend pas en compte les commerces automobiles, les services, les activités de restauration (sauf cas particulier). La CDAC s'assurera notamment de la compatibilité des développements commerciaux avec le DAAC, dans le cadre de son champ d'application, du point de vue :
 - De la localisation de ces développements, en lien avec la délimitation des localisations préférentielles et les principes associés,
 - De la vocation des développements commerciaux, en termes de fréquence d'achats, d'aire d'influence, mais aussi de format, en lien avec les orientations et prescriptions sur la vocation des localisations préférentielles pour le développement commercial,
 - De la qualité des développements commerciaux, au regard des éléments fournis par le pétitionnaire dans le dossier transmis à la commission.
- Les documents d'urbanisme locaux disposent également de moyens pour encadrer le « commerce » au sens du PLU (PLUi), c'est-à-dire les commerces de détail au sens de la CDAC ainsi que d'autres activités et notamment les services, les activités de restauration, le commerce automobile...). Les documents d'urbanisme locaux peuvent fixer des règles différentes selon les types d'occupation du sol dans une même zone. Il peut donc fixer des règles spécifiques au commerce quelle que soit leur superficie, mais ne peut distinguer des typologies de commerce contrairement à la CDAC. Les documents d'urbanisme locaux vont par conséquent retranscrire les orientations du DAAC en matière :
 - De localisation des développements, traduction dans le zonage et dans le règlement des principes d'implantation définis en dehors des localisations préférentielles, délimitation des secteurs dans lesquels la diversité commerciale doit être préservée, autorisation ou interdiction du commerce selon les secteurs...
 - De vocation des localisations préférentielles à travers les planchers et plafonds de surface de vente des constructions à destination commerciale,
 - De qualité des développements, en traduisant les conditions d'implantation des commerces dans les sites périphériques dans les articles du règlement (exemples des règles relatives à la hauteur, aux gabarits, des règles de densité, du traitement des limites, du traitement des façades...).

LA METHODOLOGIE DE MISE EN ŒUVRE DES OBJECTIFS ET DES ORIENTATIONS DU DAAC

La législation en vigueur définit les conditions suivantes :

- Déclenchement systématique de la CDAC pour les commerces et ensembles commerciaux dont la surface de vente obtenue sera supérieure à 1 000 m², avec la nécessité d'une autorisation de la CDAC pour délivrer le permis de construire (pour les projets de création et d'extension).
- Pour les communes de moins de 20 000 habitants et pour toutes demandes de permis de construire d'une surface de vente de 300 m² à 1.000 m² :
 - Le Maire a la possibilité de saisir directement la CDAC (via son Conseil Municipal) dans un délai d'un mois après le dépôt du permis de construire.
 - Le Maire de la commune d'implantation doit notifier la demande de permis de construire à l'EPCI compétent en matière d'urbanisme, ou à la structure en charge du SCoT dans les huit jours. Le Président de cet EPCI et le Président de la structure en charge du SCoT peuvent proposer à l'organe délibérant de leur EPCI respectif de saisir la CDAC dans un délai d'un mois après réception du permis de construire.
 - Le permis de construire ne peut être délivré si l'avis de la CDAC est négatif.

Le Syndicat Mixte du SCoT doit donc définir un avis officiel dans deux cas :

- Pour les projets de plus de 1 000 m², définition d'un avis vis-à-vis de la compatibilité avec le DAAC et le SCoT.
- Pour les projets entre 300 m² et 1 000 m², détermination de la nécessité de saisir ou non la CDAC, avec, dans le cas de la décision d'une saisine, la définition d'un avis officiel vis-à-vis de la compatibilité du projet avec le DAAC et le SCoT.

Le DAAC définit alors une grille d'analyse des projets commerciaux :

PROPOSITION D'UNE GRILLE D'ANALYSE DES PROJETS COMMERCIAUX

Afin de vérifier la compatibilité des projets commerciaux avec le SCoT, des critères d'analyse sont proposés dans le tableau ci-dessous.

Proposition de critères d'évaluation des projets commerciaux > 300 m ²	
Cohérence en termes de localisation	<p>Commerce > 300 m² :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Localisation dans un site périphérique ou une centralité urbaine principale telles que définies dans le DAAC, ou hors site commercial périphérique et hors centralité, dans le cadre de la requalification d'une friche commerciale, ➤ Implantation prioritaire dans un site périphérique. <p>Commerce < 300 m², dans le cadre d'un ensemble commercial de surface de vente supérieure à 300 m²) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Implantation dans les centralités urbaines définies par le SCoT ou les documents d'urbanisme locaux.

Cohérence en termes de vocation des développements	<p><u>Vérification de la cohérence en termes de fréquence d'achats :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toutes vocations dans les centralités urbaines principales et de proximité, ➤ Vocation occasionnelle lourde et exceptionnelle en sites périphériques. <p><u>Vérification de la cohérence en termes de formats :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plafonds de surface de vente par unité commerciale, ➤ Pourcentages maximaux pour les extensions de commerces existants.
--	--

Qualité paysagère et environnementale	<p><u>Gestion des déchets :</u></p> <p>Analyse de la compatibilité des projets avec le SCoT au regard :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Des dispositifs de tri et de valorisation des déchets, ➤ De la mise en place d'un point de collecte des déchets d'emballage en sortie de caisse (commerces de plus de 2 500 m² de surface de vente), ➤ De la mise en place d'un système de collecte séparée des bio déchets. <p><u>Économie d'énergie :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prise en compte de la problématique énergétique au regard des critères énoncés dans le DAAC. <p><u>Qualité architecturale et paysagère :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prise en compte de l'ensemble des dispositions du DAAC : le pétitionnaire doit justifier de la prise en compte, dans son projet des dispositions concernant : <ul style="list-style-type: none"> - La végétalisation des espaces extérieurs en privilégiant les espèces indigènes, - Le traitement paysager des infrastructures dédiées aux modes doux, - Le traitement des façades, des limites, - Les aménagements choisis pour la collecte et le stockage des déchets, - L'intégration du stockage des matériaux en extérieur le cas échéant, - L'intégration, le cas échéant, de la trame Verte et Bleue. <p><u>Desserte et accessibilité multimodale des Sites périphériques</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Insertion du site dans le réseau de modes doux et de transports en commun (le cas échéant) ➤ Adéquation des accès avec les flux supplémentaires générés ➤ Présence de cheminements mode doux sécurisés depuis les secteurs d'habitat, les arrêts de transports en commun, au sein des pôles commerciaux (au sein des équipements et entre équipements commerciaux)
---------------------------------------	---

Qualité paysagère et environnementale	<p><u>Niveau de densité des équipements commerciaux :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Respect de la densité minimale de construction (Cf Code du Commerce), ➤ Mise en place d'au moins un dispositif pour réduire la consommation foncière : constructions sur plusieurs étages, ou intégration du stationnement en sous-sol, rez-de-chaussée, toit-terrasse ou infrastructures (silo), ou mutualisation du stationnement entre plusieurs commerces.
Aménagement des Sites commerciaux périphériques	<p><u>La compatibilité des développements avec le SCoT dans ces localisations est avérée si :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Il est justifié que le projet d'implantation ne peut être réalisé dans un site périphérique existant, pour des raisons liées notamment à l'emprise foncière du projet, ➤ Le site périphérique ou le secteur a fait l'objet d'un projet d'aménagement global (sous la forme par exemple d'une orientation d'aménagement et de Programmation (OAP) dans le PLU (ou PLUi), d'un projet de ZAC, ou d'un projet d'aménagement faisant l'objet d'un permis de construire à l'échelle de l'ensemble du site périphérique.

RECOMMANDATIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE DU DAAC

- ▶ **Outils mobilisables pour maintenir / développer une fonction commerciale attractive au sein des centralités urbaines et villageoises**

Les documents d'urbanisme locaux doivent prévoir les capacités de constructions et de réhabilitation suffisante pour la satisfaction, sans discrimination, des besoins présents et futurs en matière [...] d'activités économiques, notamment commerciales, [...]

Les documents d'urbanisme locaux du périmètre du SCoT du Pays Interrégional Bresle-Yères doivent être compatibles avec les dispositions du DAAC et du SCOT dans un délai de 3 ans après approbation du SCOT.

- ▶ **Principes pouvant être inscrits dans les documents d'urbanisme locaux :**

- Identifier et délimiter les quartiers, îlots, voies dans lesquels doit être préservée ou développée la diversité commerciale, notamment à travers les commerces de détail et de proximité, et définir, le cas échéant, les prescriptions de nature à assurer cet objectif. Cela correspond :
 - ✓ À la délimitation des secteurs marchands de centre-bourg, centres villes et centres de quartiers, identifiés par le SCoT et par les communes,
 - ✓ À la mise en place de **linéaires marchands** permettant d'éviter les ruptures de linéaires (et ainsi favoriser la polarisation des activités). Au sein de ces linéaires, possibilité d'interdire la reconversion des locaux commerciaux (garage, habitation), et l'implantation de garages sur rue.
- A l'inverse, en dehors des secteurs marchands des centre-bourg et villages, définir des zones interdisant toute activité commerciale afin d'éviter le mitage des activités.
- Définir des règles de hauteur pour favoriser l'implantation de commerces en rez-de-chaussée des bâtiments afin de mettre en œuvre l'objectif de mixité dans les centralités urbaines (ex : RDC d'une hauteur minimale de 3.20m),

- Définir un nombre minimal de places de stationnement et des zones de livraisons adaptées à la fonction commerciale, dans le respect du Code du Commerce,
- Homogénéisation des règles de recul des bâtiments par rapport à la voie sur un même axe et possibilité de réglementer l’aspect extérieur des façades et des devantures. Le cas échéant ces principes peuvent être complétés avec un **règlement de publicité** et une charte enseigne, devanture.
- Mettre en place, dans les différents articles du règlement, des dispositions compatibles avec l’objectif de mixité urbaine dans les centralités.

► **Dispositifs et outils complémentaires :**

- Réflexion pour la détermination de **périmètres de préemption des baux et fonds commerciaux** sur les centralités (la mise en place de ce périmètre de préemption peut permettre d’alimenter un outil de suivi spécifique sur les centres-bourgs),
- Réflexion pour la mise en place de **périmètres de préemption urbaine** pour que la collectivité, le cas échéant, puisse se rendre acquéreur de bâtiments stratégiques. La Commune peut transférer le droit de préemption à l’EPCI si ce dernier possède la compétence urbanisme.
- Mise en place **d’opérations urbaines et de soutien aux commerces et services de proximité appuyées par la démarche FISAC** (valorisation du cadre urbain, modernisation et accessibilité Personnes à Mobilité Réduite, soutien aux associations de professionnels ...),
- Réflexion pour la mise en place **d’Opération Programmée d’Amélioration de l’Habitat** au sein des centralités urbaines et villageoises en accompagnement des démarches FISAC.

► **Outils spécifiques pouvant être mobilisés pour les sites commerciaux périphériques**

Principes pouvant être retranscrits dans les documents d’urbanisme locaux afin de répondre aux exigences d’optimisation de consommation foncière dans les sites commerciaux périphériques :

- Introduire des règles de volume et de gabarit des bâtiments (hauteur, reculs par rapport aux limites des parcelles, surface libre de l’article 11...)
- Autoriser les possibilités de densification (construction sur plusieurs étages, mutualisation des parkings ...).
- Interdiction d’étendre un même commerce de part et d’autre d’une voie : regroupement des équipements sur un même site

Règles pouvant être retranscrites dans les documents d’urbanisme locaux afin de répondre aux exigences en matière d’aménagement urbain des sites commerciaux périphériques

- Établissement d’une palette de couleur des façades ;
- Harmonisation de la hauteur des clôtures (article 11 concernant « l’aspect extérieur des constructions ») ;
- Interdiction de stockage de matériaux en limite de parcelle, sauf si une haie végétale (si possible d’essence locale) assure une brise vue ... ;
- Définition d’un quota d’espace libre paysager et des normes qualitatives (par exemple nombre d’arbres pour 3 places de stationnement...), marges de recul paysager, préservation des éléments paysagers / vues, création de cheminements piétons végétalisés et sécurisés... ;
- Définition des modalités d’aménagement relatives aux mobiliers urbains et à la signalétique ;

- Inopposabilité des dispositions interdisant l'installation de dispositifs individuels de production d'énergie renouvelable ou permettant de limiter les émissions de gaz à effet de serre (sous réserve d'une bonne insertion paysagère) ;
- Créer au sein d'une zone mixte **un traitement différencié** pour les activités industrielles et commerciales pour favoriser l'une ou l'autre des activités en fonction de la vocation souhaité à long terme.

Autres dispositions / principes mobilisables afin de favoriser le recours aux transports alternatifs à la voiture individuelle pour le motif achat

- Inscription dans les documents d'urbanisme locaux) de l'obligation de continuités piétonnes adaptées et accessibles entre les arrêts de transport et les entrées commerciales (prévoir notamment que le cheminement soit continu, protégé, accessible aux personnes à mobilité réduite.
- Localisation adéquate des **points d'arrêt du réseau à moins de 300 mètres de l'entrée des commerces** et mise en accessibilité des points d'arrêt.
- Intégrer des **normes pour les deux-roues** (ratios de places par m² de surface de plancher).
- Favoriser le développement d'espaces de **covoiturage**.

ANNEXES

GRILLES D'ANALYSE DES SITES D'ACTIVITES A CARACTERE COMMERCIAL

Département : Seine-Maritime	Commune : Étalonges	Nom de la zone : Espace commercial "Le 925"	Destination de la zone : Commerciale	Établissements principaux : Leclerc, Bricomarché, commerces
------------------------------	---------------------	---	--------------------------------------	---

		Commentaires
Qualité paysagère et architecturale	Aspect et perception visuelle des parties privatives	Un aspect épuré entre parking et bâtiment commercial en accord avec l'absence de relief et le mode d'accessibilité routier principal. Une qualité de perception satisfaisante des enseignes depuis la D925.
	Organisation architecturale (mixité / homogénéité de la zone)	Volumétrie et formes bâties homogènes. Pas de concurrence de visibilité
	État des espaces verts, limites séparatives	Présence de grillages verts (Bricomarché), limites séparatives parsemées d'arbres mais pas de clôtures favorisant la visibilité de l'agora commerciale (Leclerc)
Confort d'usage	État de le voirie (voirie et accotements)	Voirie et accotements en bon état,
	Signalétique (externe et interne) et visibilité, modes doux (piéton, vélo)	Signalétique et accessibilité adaptée aux piétons (marquage au sol) du coté de Leclerc. Un accès quasi exclusif à la voiture pour entrer à Bricomarché lié à une fréquence d'achat "occasionnelle"
	Mobilier urbain (mobilier et éclairage public)	Éclairage public en place uniquement
	Accessibilité de la zone (route, distance centre-ville/autoroute)	Bonne desserte de la zone par la D925. A moins de 5 minutes du centre d'Étalonges et à moins de 10 minutes du centre-ville d'Eu
	Organisation de la circulation interne (sécurité routière, adapté poids lourds)	Une organisation interne de la circulation interne adaptée avec des accès voiture/poids lourds séparés offrant un confort d'accessibilité pour la clientèle et l'acheminement de marchandise.
Consommation et partage de l'espace	Aire de stationnement (petite, adaptée, surdimensionnée)	Grande capacité de stationnement à Bricomarché (plus de 200 places de parking). Capacité moyenne pour Leclerc mais complété par les espaces de stationnement de l'agora commerciale.
	Insertion avec le tissu urbain, mutualisation ou individualisation des bâtiments	Effort de mutualisation notable des locaux commerciaux de l'agora. Leclerc et Bricomarché disposent de bâtiments individualisés.
	Potentiels de densification/extension (cf. carte)	Pas de potentiel de densification mais une extension prévue à l'arrière de Bricomarché à proximité d'habitations.
Prise en compte du DD	État de la zone et développement durable (aménagement, propreté, tri sélectif, gestion eau, etc.)	Pas d'aménagements particulier à part une gestion des eaux pluviales et des déchets.

Département : Somme	Commune : Mers-les-Bains	Nom de la zone : PA Pré Salés	Destination de la zone : Mixte (commerces, services, industrie)	Établissements principaux : Kiabi, Intersport, Gémot, Le Comptoir du Malt, ...
---------------------	--------------------------	-------------------------------	---	--

		Commentaires
Qualité paysagère et architecturale	Aspect et perception visuelle des parties privatives	Une zone commerciale qualitative plaçant en son centre les espaces de stationnement (agora) pour une visibilité panoramique des commerces disposés autour.
	Organisation architecturale (mixité / homogénéité de la zone)	Volumétrie et formes bâties homogènes. Pas de concurrence de visibilité
	État des espaces verts, limites séparatives	Entrée qualitative avec aménagements paysagers. Un espace de circulation intérieur qualitatif en termes d'espaces verts sur le parking
Confort d'usage	État de le voirie (voirie et accotements)	Bon état
	Signalétique (externe et interne) et visibilité, modes doux (piéton, vélo)	Un bon niveau d'accessibilité favorisant la multimodalité (cheminements doux en plus de la voirie). Une signalétique satisfaisante permettant la rencontre des différents modes de déplacements (marquages au sol, trottoirs)
	Mobilier urbain (mobilier et éclairage public)	Éclairage, bancs publics et poubelles présentes
	Accessibilité de la zone (route, distance centre-ville/autoroute)	A moins de 10 min du centre-ville du Tréport, d'Eu et de Mers-les-Bains
	Organisation de la circulation interne (sécurité routière, adapté poids lourds)	Bonne organisation de la circulation interne
Consommation et partage de l'espace	Aire de stationnement (petite, adaptée, surdimensionnée)	De taille adaptée pour la clientèle
	Insertion avec le tissu urbain, mutualisation ou individualisation des bâtiments	Effort de mutualisation notable des locaux commerciaux de l'agora ainsi que de l'espace de stationnement
	Potentiels de densification/extension (cf. carte)	
Prise en compte du DD	État de la zone et développement durable (aménagement, propreté, tri sélectif, gestion eau, etc.)	Gestion du tri des déchets et de l'eau avec un aménagement de noue entre les linéaires de stationnement.

		Département : Seine Maritime	Commune : Eu	Nom de la zone : PA Pré Salés	Destination de la zone : Mixte (commerces, services, industrie)	Établissements principaux : Lidl, Opel, Toyota, AD,
		Commentaires				
Qualité paysagère et architecturale	Aspect et perception visuelle des parties privatives	Une zone commerciale peu qualitative				
	Organisation architecturale (mixité / homogénéité de la zone)	Volumétrie et formes bâties hétérogène. Une visibilité limitée pour les commerces en arrière zone (pas de signalétique spatiale de la zone) et quelques bâtiments vétustes (L'affaire dans le sac, friche ?)				
	État des espaces verts, limites séparatives	Entrée du Lidl qualitative avec un aménagements paysagers minimum. Pas de traitement particulier au sein de la zone				
Confort d'usage	État de le voirie (voirie et accotements)	Détériorée				
	Signalétique (externe et interne) et visibilité, modes doux (piéton, vélo)	Un bon niveau d'accessibilité favorisant la multimodalité (cheminements doux en plus de la voirie et marquages au sol). Une signalétique extérieure et intérieure limitée en termes de visibilité et d'indication sur le partage des espaces de circulation entre piéton et voitures				
	Mobilier urbain (mobilier et éclairage public)	Éclairage public seulement				
	Accessibilité de la zone (route, distance centre-ville/autoroute)	A moins de 10 min du centre-ville du Tréport, d'Eu et de Mers-les-Bains				
	Organisation de la circulation interne (sécurité routière, adapté poids lourds)	Organisation de la circulation interne.				
	Consommation et partage de l'espace	Aire de stationnement (petite, adaptée, surdimensionnée)	Des espaces de stationnement de petite taille et moyenne pas mutualisés			
Insertion avec le tissu urbain, mutualisation ou individualisation des bâtiments		Pas de mutualisation des locaux commerciaux, Bonne insertion avec le tissu urbain alentour				
Potentiels de densification/extension (cf. carte)		Pas d'extension prévu, pas de potentiel de densification				
Prise en compte du DD	État de la zone et développement durable (aménagement, propreté, tri sélectif, gestion eau, etc.)	Gestion du tri des déchets et de l'eau				

		Département : Seine-Maritime	Commune : Criel-sur-Mer	Nom de la zone : PA Saint-Léonard & Boutdelaville	Destination de la zone : Mixte (commerces, services, artisanat)	Établissements principaux : Carrefour contact, MCA automobile, ...
		Commentaires				
Qualité paysagère et architecturale	Aspect et perception visuelle des parties privatives	Une qualité de perception satisfaisante du Carrefour Contact depuis la D925.				
	Organisation architecturale (mixité / homogénéité de la zone)	Une relative hétérogénéité des formes et volumétries bâties.				
	État des espaces verts, limites séparatives	Un traitement paysager qualitatif en entrée de zone par la D925 et quelques arbres. Pas de limites séparatives strictement définies. Une entrée en arrière zone (à proximité du centre bourg) moins qualitative.				
Confort d'usage	État de la voirie (voirie et accotements)	Bon état en général. Rue des Jardins dégradée.				
	Signalétique (externe et interne) et visibilité, modes doux (piéton, vélo)	Pas de signalétique attractive à l'extérieur. Pas de prise en compte des modes doux.				
	Mobilier urbain (mobilier et éclairage public)	Éclairage public seulement				
	Accessibilité de la zone (route, distance centre-ville/autoroute)	Espace artisanal proche du centre bourg de Criel-sur-Mer et desservie par la D925				
	Organisation de la circulation interne (sécurité routière, adapté poids lourds)	Entrée poids lourds du côté de la D925. Pas d'aménagements spécifiques pour les poids lourds conduisant à un partage de la voirie avec les usagers quotidiens. Une organisation de la circulation limitée entre toutes les activités présentes (bâtiments destinés à artisanat isolé)				
Consommation et partage de l'espace	Aire de stationnement (petite, adaptée, surdimensionnée)	Aire de stationnement de taille moyenne. Grande capacité de stockage de véhicules de location.				
	Insertion avec le tissu urbain, mutualisation ou individualisation des bâtiments	Pas de mutualisation des espaces bâti				
	Potentiels de densification/extension (cf. carte)	Extension de 4,1 ha en linéaire de la D925				
Prise en compte du DD	État de la zone et développement durable (aménagement, propreté, tri sélectif, gestion eau, etc.)	RAS				

		Commentaires
Département : Seine-Maritime	Commune : Aumale	Nom de la zone : PA du Cardonnoy
		Destination de la zone : Mixte (commerces, services, industrie, artisanat)
		Établissements principaux : Point S, Labilait GIE, Jardinerie Cardonnoy, Deremaux, Butagaz, ...
		Commentaires
Qualité paysagère et architecturale	Aspect et perception visuelle des parties privatives	Zone peu qualitative avec d'un côté un linéaire de sites de production industriels (D49) et de l'autre une enclave commerciale et de service peu visible (D1015)
	Organisation architecturale (mixité / homogénéité de la zone)	Une relative hétérogénéité des formes et volumétries bâties. Mais un alignement du bâti entre la voie ferrée et la D49 donnant lieu à un front industriel ancien.
	État des espaces verts, limites séparatives	Des limites séparatives peu ou pas entretenues et difficilement identifiables.
Confort d'usage	État de le voirie (voirie et accotements)	État moyen du côté industriel. Bon état du côté des commerces et services
	Signalétique (externe et interne) et visibilité, modes doux (piéton, vélo)	Pas de signalétique indiquant la présence de la zone commerciale et de services. Pas de prise en compte des modes doux.
	Mobilier urbain (mobilier et éclairage public)	
	Accessibilité de la zone (route, distance centre-ville/autoroute)	Une accessibilité limitée à la voiture. Au croisement de la D1015 et de la D49. A moins de 5 min du centre-ville d'Aumale
	Organisation de la circulation interne (sécurité routière, adapté poids lourds)	Pas de logique particulière
Consommation et partage de l'espace	Aire de stationnement (petite, adaptée, surdimensionnée)	Pas de mutualisation des espaces de stationnement. De petite taille pour l'ensemble.
	Insertion avec le tissu urbain, mutualisation ou individualisation des bâtiments	Pas de mutualisation des bâtiments
	Potentiels de densification/extension (cf. carte)	RAS
Prise en compte du DD (aménagement, propreté, tri sélectif, gestion eau, etc.)		RAS

Département : Seine-Maritime	Commune : Blangy-sur-Bresle	Nom de la zone : PA rue du Marais	Destination de la zone : Mixte (commerces, services, industrie, artisanat)	Établissements principaux : Super U, Leader Price, Gamme Vert, SECOMI, SNM, Kandy, ACOM, STH, ...
------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------	--	---

		Commentaires
Qualité paysagère et architecturale	Aspect et perception visuelle des parties privatives	Zone peu qualitative avec d'un côté de la D49E un linéaire de sites de production industriels et artisanal relativement homogène et de l'autre des unités commerciales hétérogènes. Mais bonne visibilité du site
	Organisation architecturale (mixité / homogénéité de la zone)	Une relative hétérogénéité des formes et volumétries bâties en dehors de la zone dédiée aux activités industrielles et artisanales.
	État des espaces verts, limites séparatives	Des limites séparatives peu ou pas entretenues. Pas de traitement paysager particulier.
Confort d'usage	État de la voirie (voirie et accotements)	État moyen de manière générale
	Signalétique (externe et interne) et visibilité, modes doux (piéton, vélo)	Une signalétique interne (plan de zone) mais des panneaux de qualité variable. Une prise en compte limitée des modes doux (cheminements présents le long de la partie industrielle) mais peu praticable du fait de la proximité avec la D49E (traversée dangereuse)
	Mobilier urbain (mobilier et éclairage public)	Éclairage public uniquement
	Accessibilité de la zone (route, distance centre-ville/autoroute)	Très bonne desserte au croisement de la A28 et de la D49E
	Organisation de la circulation interne (sécurité routière, adapté poids lourds)	Pas de logique particulière
Consommation et partage de l'espace	Aire de stationnement (petite, adaptée, surdimensionnée)	Une capacité de stationnement limitée. Pas de mutualisation des espaces de stationnement.
	Insertion avec le tissu urbain, mutualisation ou individualisation des bâtiments	Pas de mutualisation des bâtiments
	Potentiels de densification/extension (cf. carte)	Une extension de 3,5 ha à proximité du Leader Price.
Prise en compte du	État de la zone et développement durable (aménagement, propreté, tri sélectif, gestion eau, etc.)	Faussé de rétention d'eau et gestion des déchets

Département : Seine-Maritime	Commune : Bouttencourt	Nom de la zone : PA de Bouttencourt	Destination de la zone : Mixte (commerces, services, artisanat)	Établissements principaux :
Commentaires				
Qualité paysagère et architecturale	Aspect et perception visuelle des parties privatives	Une qualité de perception satisfaisante des enseignes depuis la D925 renforcé par le relief boisé du Fond de l'Abbaye au Bois. Friche observée en face de l'Intermarché.		
	Organisation architecturale (mixité / homogénéité de la zone)	Volumétrie et formes bâties homogènes. Pas de concurrence de visibilité		
	État des espaces verts, limites séparatives	Traitement paysagé qualitatif mettant en valeur les limites séparatives des commerces avec la voirie mais pas de traitement particulier sur les limites inter établissements commerciaux.		
Confort d'usage	État de la voirie (voirie et accotements)	État moyen au sein des espaces de circulation intérieurs		
	Signalétique (externe et interne) et visibilité, modes doux (piéton, vélo)	Signalétique piéton visible par marquage au sol favorable aux modes doux. Pas de signalétique particulière pour les vélos.		
	Mobilier urbain (mobilier et éclairage public)	Éclairage public seulement		
	Accessibilité de la zone (route, distance centre-ville/autoroute)	À proximité du croisement entre la D928 et l'Avenue du Président Roosevelt et du centre de Blangy-sur-Bresle. A moins de 5 min du hameau de Ansenes		
	Organisation de la circulation interne (sécurité routière, adapté poids lourds)	Pas de logique particulière		
	Consommation et partage de l'espace	Aire de stationnement (petite, adaptée, surdimensionnée)	Moyenne capacité, pas de mutualisation	
Insertion avec le tissu urbain, mutualisation ou individualisation des bâtiments		Bonne insertion mais pas de mutualisation des bâtiments		
Potentiels de densification/extension (cf. carte)		Friche re mobilisable ?		
Prise en compte du DD	État de la zone et développement durable (aménagement, propreté, tri sélectif, gestion eau, etc.)	RAS		