

LE GRAND COMMERCE SUR LE BASSIN RÉMOIS

ÉDITO :

Le développement de l'offre commerciale sur le bassin rémois, les nouvelles exigences fixées par le Grenelle 2 en matière d'aménagement commercial, l'évolution démographique ainsi que les nouveaux modes de consommation ont profondément bouleversé l'organisation et l'armature commerciales.

Les acteurs et les observateurs du commerce partagent et s'accordent sur certaines évolutions du commerce: regain des espaces ruraux et des centres-villes, étalement du commerce périphérique dans les zones périurbaines. Mais qu'en est-il sur notre territoire ? Observons-nous les mêmes tendances ?

Afin d'appréhender ces changements, et analyser les dynamiques commerciales, le recours à des outils d'observation apparaît indispensable pour approfondir et partager la connaissance du commerce ainsi qu'amorcer la réflexion sur la mise en œuvre du document d'aménagement commercial (DAC).

Fort de ce constat, il a été décidé de mettre en place un observatoire du commerce permettant d'une part d'observer le commerce et d'analyser ses dynamiques d'évolutions et d'autre part d'observer les tendances commerciales afin d'anticiper les nouveaux comportements de consommation et les mutations de l'appareil commercial.

Cette présente édition de l'observatoire du commerce, dont l'objectif est de partager avec l'ensemble des acteurs une connaissance approfondie du commerce, porte sur le grand commerce à l'échelle du bassin rémois.

L'arrivée de grandes enseignes d'attractivité régionale et le développement de nouveaux concepts dédiés notamment à l'équipement de la maison participe à la métropolisation de l'agglomération rémoise en induisant un élargissement de sa zone de chalandise et en participant au renforcement de son offre commerciale.

Le développement du grand commerce sur le bassin rémois induit une réorganisation de l'offre commerciale qui se traduit par l'apparition de nouvelles polarités commerciales, le renforcement de l'offre de certaines zones commerciales existantes et par le transfert d'enseignes d'une zone à une autre.

Il s'agit à travers cette publication de mieux connaître l'offre commerciale de plus de 300 m² tant par son nombre, sa composition que sa localisation mais aussi de se rendre compte et d'analyser les dynamiques commerciales observées. Cette publication permettra également de mettre à disposition de tous les acteurs du commerce des données chiffrées et cartographiées.

Serge Pugeault,

Président de l'Agence d'urbanisme et de prospective de la région de Reims.

ÉLÉMENTS DE CADRAGE

Définition:

La définition du grand commerce utilisée dans cet observatoire est d'abord réglementaire, elle désigne les établissements dont la surface de vente nécessite une autorisation en CDEC/CDAC¹. Compte tenu de la période d'observation retenue (2000-2012), il s'agit ici des établissements disposant d'une surface de vente² d'au moins 300m² et depuis 2008 de ceux dont la surface de vente est d'au moins 1000 m². Cela correspond aux seuils légaux d'autorisation des commerces fixés par la loi Raffarin de 1996 et par la Loi de Modernisation de l'Economie (LME) de 2008. La définition courante désigne le grand commerce comme des commerces dits de grande et moyenne surfaces (GMS).

Périmètres d'observation

Les périmètres d'observation sont le SCoT (140 communes) que l'on nommera également bassin rémois, Reims Métropole (16 communes) et la Ville de Reims. L'analyse des projets déposés à la CDEC/CDAC ainsi que celle des projets autorisés permet d'apprécier l'évolution des pôles et des secteurs commerciaux depuis 2000.

Sources

-Préfecture de la Marne: Commissions Départementales d'Équipement Commercial et d'Aménagement Commercial sur la période 2000-2012

-Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF): données 2007

Méthodologie

La DGCCRF ne fournit plus le recensement des commerces de plus de 300 m² depuis 2008, il a été décidé afin de disposer d'un inventaire du Grand Commerce, de mettre à jour le fichier DGCCRF 2007 sur le périmètre de l'agglomération rémoise via des relevés de terrains et d'y ajouter les projets commerciaux autorisés en CDAC depuis 2008 et qui ont été réalisés exceptés les garages et les commerces de véhicules ou de motos qui depuis la réforme LME, sont dispensés de demande d'autorisation quelle que soit la surface de vente.

¹ Commission Départementale d'Équipement Commercial/ Commission Départementale d'Aménagement Commercial.

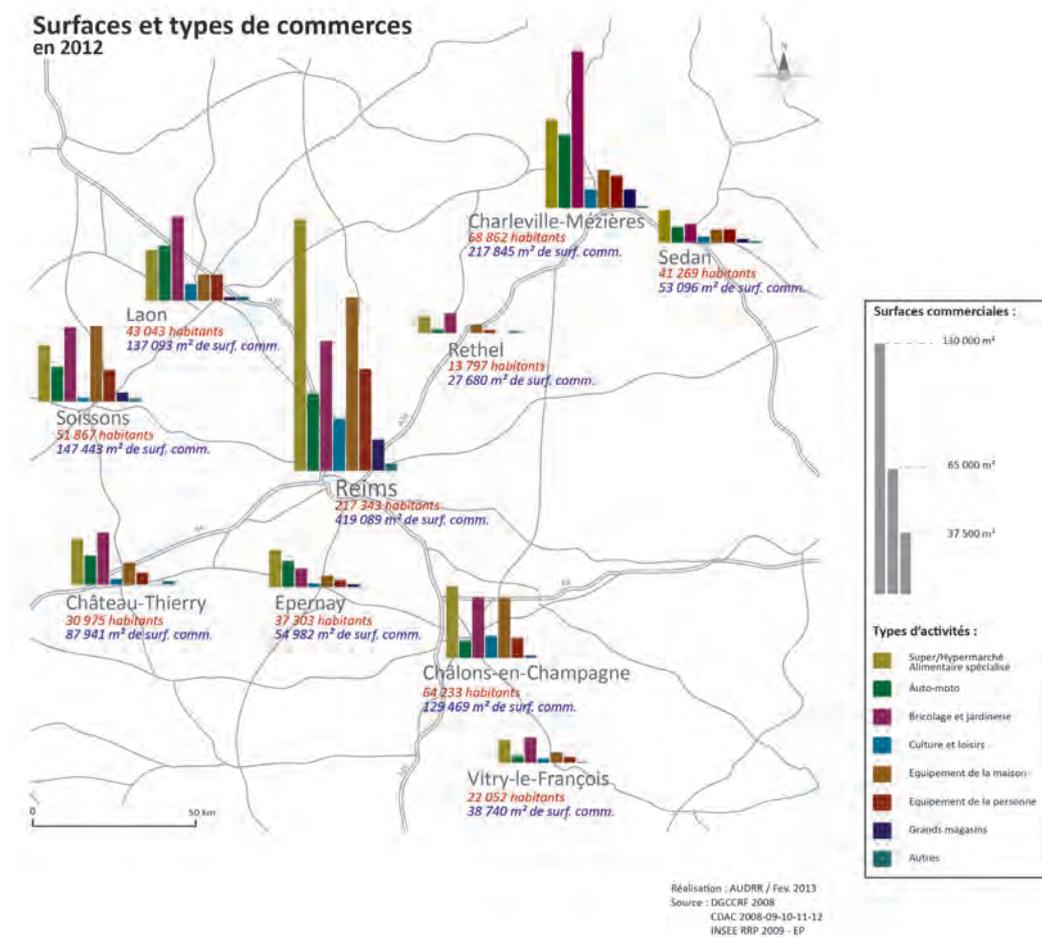
² Espace couvert ou non couvert affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, espace affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement (Définition INSEE).

I. L'ÉQUIPEMENT EN GRAND COMMERCE

1. Une métropole régionale au cœur du bassin rémois

Une forte attraction de l'agglomération rémoise

Située au centre d'un territoire peuplé de près de 600 000 habitants répartis sur trois départements que sont la Marne, l'Aisne et les Ardennes, l'agglomération rémoise constitue une métropole régionale par son offre commerciale grande et diversifiée et dispose d'une gamme complète. Elle concentre ainsi 32% de la surface commerciale de cet ensemble et 37% des populations cumulées de ces agglomérations.



Le développement des commerces de plus de 300m² participe activement à la métropolisation de l'agglomération rémoise en induisant un élargissement de sa zone de chalandise³ et en participant au renforcement de son offre commerciale ainsi qu'à la spécialisation des zones commerciales.

Sa zone d'influence commerciale théorique s'exercerait au-delà des frontières régionales sur un territoire large de près de 800 000 habitants selon Convergences-CVL⁴.

³ Zone de chalandise : Zone géographique d'influence.

⁴ Convergences-CVL : Société d'études et de conseil spécialisée en urbanisme et immobilier de commerce retenue par l'agglomération rémoise pour l'élaboration du Schéma de Développement et d'Urbanisme Commercial (SDUC).

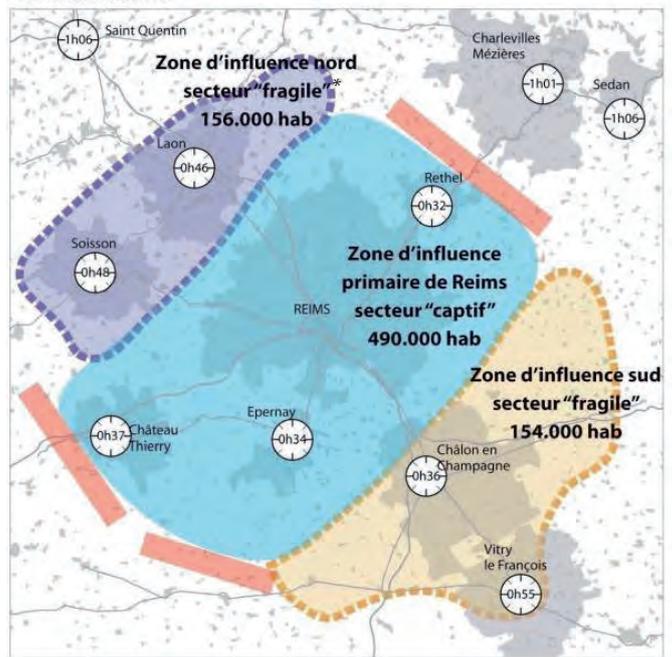
Un positionnement stratégique à renforcer

*Secteur «fragile» : Zone géographique qui présente un risque de fragilisation de la zone de chalandise de l'agglomération rémoise.

De par son positionnement et son poids démographique, l'agglomération rémoise a longtemps été un lieu privilégié pour l'implantation et le développement des grandes et moyennes surfaces.

Cependant avec le nouveau maillage stratégique des enseignes qui s'est opéré, les villes de population plus faible se sont équipées et s'autonomisent davantage en termes d'offre commerciale, ce qui entraîne une fragilisation de la zone de chalandise de l'agglomération rémoise au nord et au sud. L'analyse des surfaces autorisées en CDAC démontre un développement croissant du grand commerce sur le territoire du G10 et plus particulièrement marqué au nord. En effet, les agglomérations de Rethel, de Soissons, de Laon sont celles qui enregistrent les plus fortes augmentations en termes de surfaces commerciales autorisées depuis 2008. Viennent ensuite les agglomérations de Château-Thierry, de Sedan, de Vitry le François et de Châlons en Champagne qui développent leur équipement en grand commerce mais dans une moindre mesure.

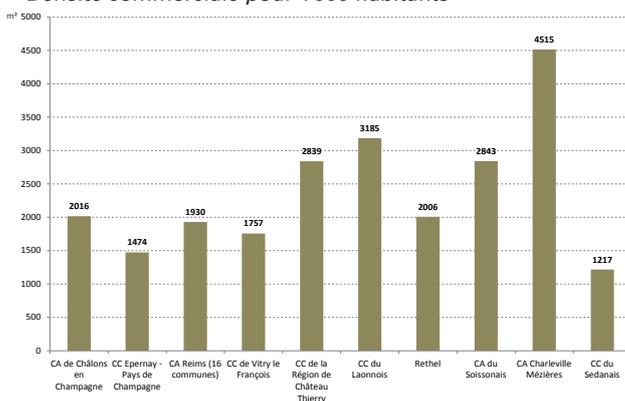
Zones d'influences



Source: SDUC de Reims Métropole 2011

Pour conserver et renforcer son positionnement stratégique et dominant dans cet environnement concurrentiel, l'agglomération rémoise se doit de se positionner sur des projets à forte valeur ajoutée comme l'implantation d'enseignes absentes régionalement et l'implantation de concepts innovants. L'opération d'aménagement du parc commercial «Maison +» à Thillois participe ainsi à l'extension de la zone de chalandise et permet à notre territoire de se doter d'un nouveau pôle d'attractivité économique spécialisé dans le bien-être à la maison.

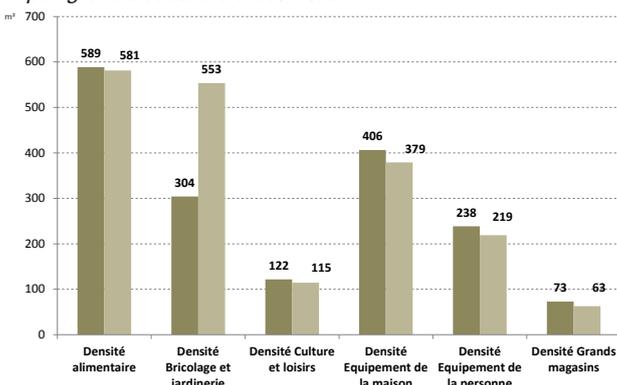
Densité commerciale pour 1000 habitants



La densité commerciale de l'agglomération rémoise s'établit à 1 928 m² pour 1 000 habitants contre une densité commerciale moyenne de 2 223 m² pour 1000 habitants sur le territoire du G10.

Cela met en évidence une disproportion entre la taille de l'appareil commercial et la taille de la population de certaines agglomérations. En effet, le nombre de m² du grand commerce rapporté au nombre d'habitants démontre que la Communauté d'Agglomération (CA) de Charleville Mézières est celle qui enregistre la densité commerciale la plus élevée.

Répartition de la densité commerciale pour 1000 habitants par grands secteurs d'activités



Par rapport à la moyenne du G10, la typologie des commerces de l'agglomération rémoise est en situation d'équilibre en alimentaire et en culture loisirs, de sous-équipement en bricolage jardinerie et de suréquipement en équipement de la maison et de la personne.

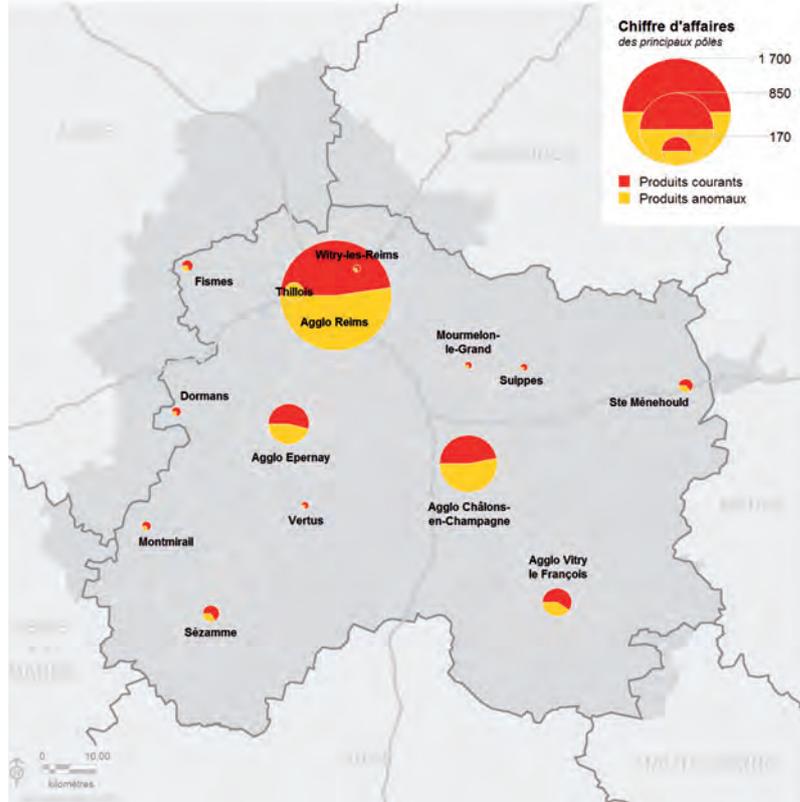
Le chiffre d'affaires des principaux pôles commerciaux

L'agglomération rémoise : 1er pôle de consommation marnais

L'étude des flux d'achat dans le département de la Marne réalisée en 2012 révèle que l'agglomération rémoise qui concentre 39% la population marnaise est le premier pôle de consommation avec 1 619 millions d'euros de chiffres d'affaires générés pour l'année 2012.

53% du chiffre d'affaires générés dans la Marne a ainsi été réalisé sur l'agglomération rémoise.

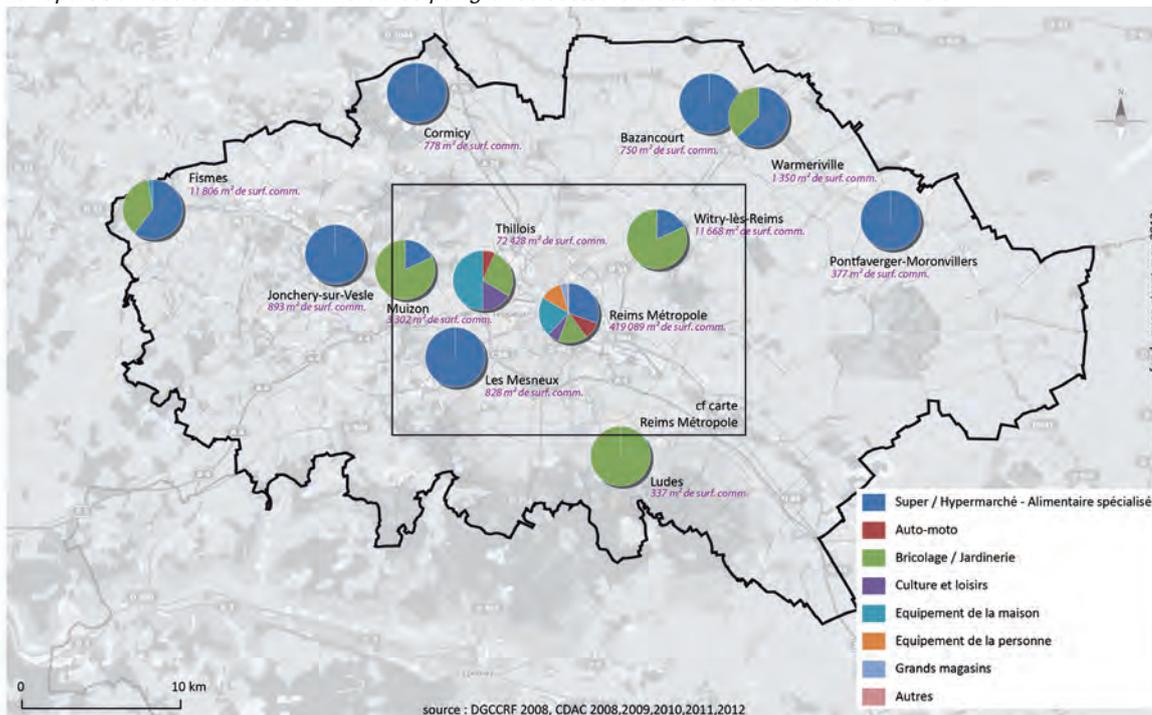
Source: Etude sur les flux d'achat dans le département de la Marne, AID Observatoires, 2012



2. Une offre commerciale dense et diversifiée

Au 31 décembre 2012, on dénombre sur le bassin rémois 325 établissements commerciaux de plus de 300 m² pour une surface de vente totale de près de 524 000 m² soit 1 818 m² pour 1 000 habitants contre 1 486 m² pour 1 000 habitants au niveau départemental. Ces chiffres incluent les créations ainsi que les extensions des stations de services annexées aux hypermarchés et supermarchés.

La répartition des surfaces commerciales par grands secteurs d'activités sur le bassin rémois



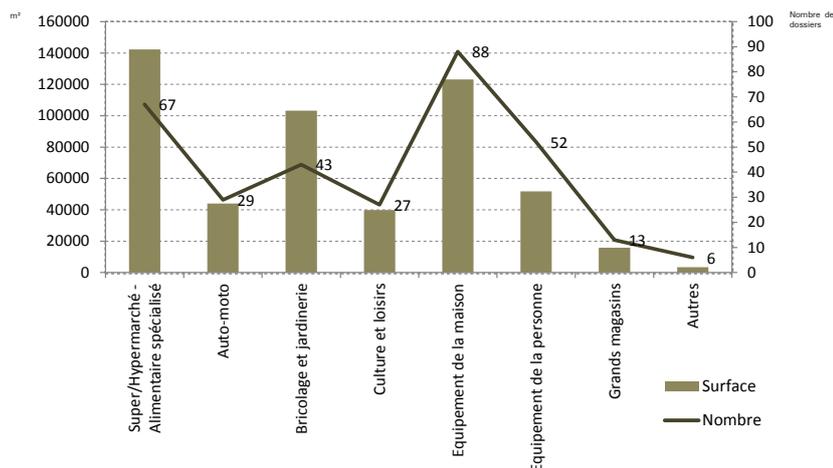
L'offre commerciale du bassin rémois concentre ainsi 50% de la surface de vente de la Marne tandis que sa population représente 39% de la population marnaise.

⁵ L'arrondissement de Reims compte près de 300.000 habitants et 156 communes.

	Nombre de m ²	Population	Densité / 1 000 Hab.
Arrondissement de Reims ⁵	525 869	291 833	1 801,9
Arrondissement de Châlons	141 764	102 175	1 387,4
Arrondissement d'Epernay	123 564	110 508	1 118,1
Arrondissement de Vitry le François	38 740	47 548	814,8
Arrondissement de Ste Menehould	11 472	14 081	814,7

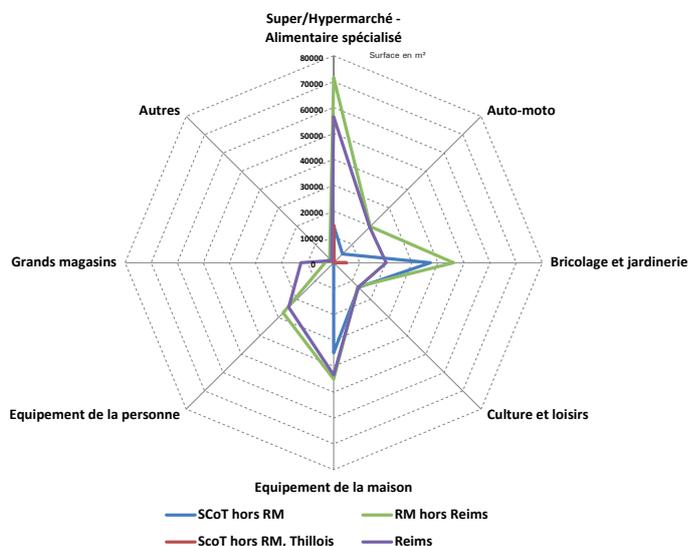
Sur les 325 commerces de plus de 300 m², 88 relèvent du secteur de l'équipement maison, 67 du secteur de l'alimentation et 52 de l'équipement de la personne. Ces trois secteurs d'activité dominent le paysage commercial du bassin rémois, en nombre de points de vente. Les grandes surfaces alimentaires sont prédominantes sur le bassin rémois en termes de surfaces commerciales; elles occupent 27% de la surface de vente totale pour une densité commerciale de 494 m² pour 1 000 habitants.

Avec un peu plus de 123 000 m² de surface de vente, le secteur de l'équipement de la maison se situe en 2^{ème} position avec une densité commerciale de 428 m² pour 1 000 habitants. Le secteur bricolage-jardinerie arrive en 3^{ème} position avec une densité commerciale de 304 m² pour 1 000 habitants.



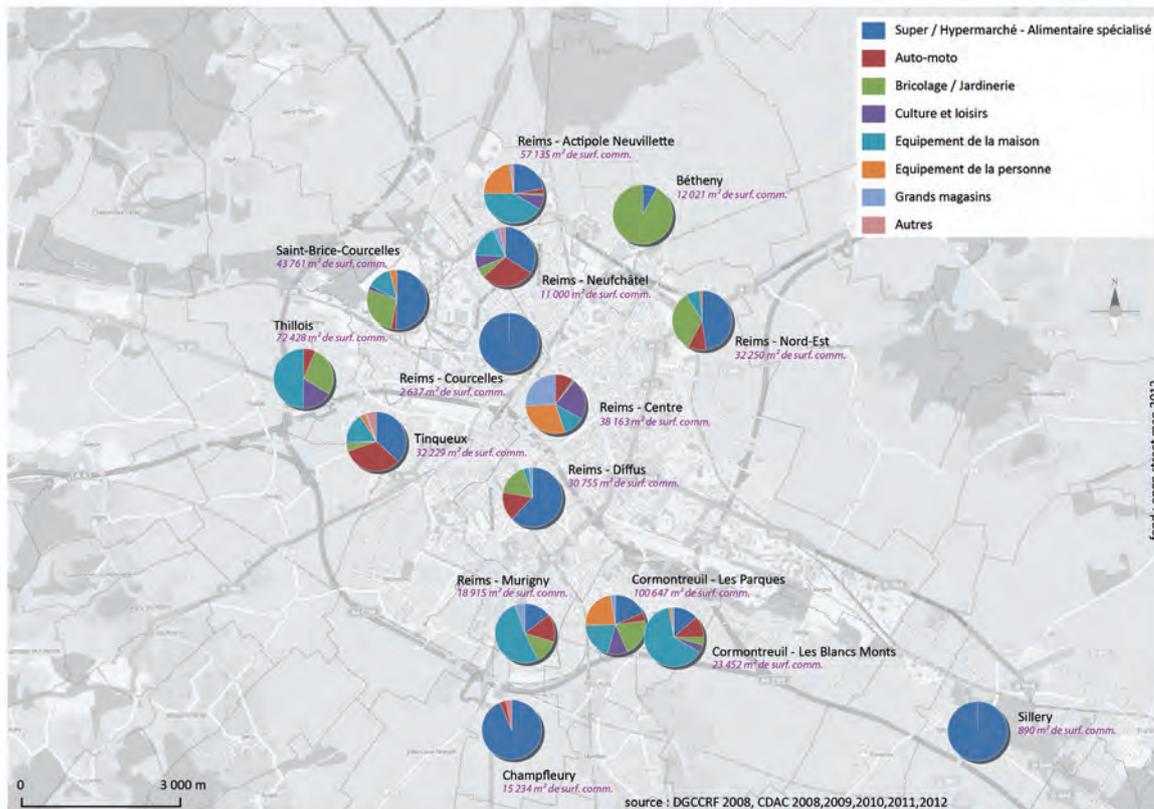
Sur le périmètre du SCoT hors RM, 62 % des établissements et 70% de la surface commerciale sont situés sur Thillois. Hors Thillois, l'offre en commerce de plus de 300 m² est principalement constituée du secteur de l'alimentaire qui permet aux bourgs centres de se doter d'un équipement commercial permettant de satisfaire les besoins de première nécessité et de proximité des habitants.

Note de Lecture: Sur le périmètre de RM hors Reims, on note une prépondérance des grandes surfaces alimentaires en termes de m².



L'agglomération rémoise concentre 80% de la surface commerciale du bassin rémois tandis qu'elle représente 75% de la population de cet ensemble (272 établissements pour 419 089 m² de surface commerciale). La densité commerciale de l'agglomération rémoise est importante au regard de celle de la Ville de Reims : 1 928 m² pour 1 000 habitants contre 1 055 m² pour 1 000 habitants pour la Ville de Reims.

La répartition des surfaces commerciales par grands secteurs d'activités sur l'agglomération rémoise



La Ville de Reims concentre 45% de la surface commerciale totale de l'agglomération rémoise tandis qu'elle représente 83% de la population de cet ensemble.

	Nombre de commerces de + 300m ²	Surface de vente en m ²
Reims	144	190 855
RM hors Reims	128	228 234
SCoT hors RM	53	104 517
Marne	610	841 409

Cela met en évidence que le développement du grand commerce, malgré l'instauration par la LME des Commissions d'Aménagement Commercial, concerne essentiellement les zones commerciales des communes situées en périphérie de Reims. Cette géographie de l'équipement commercial résulte de la compacité de l'agglomération, du développement de l'accessibilité par de nouvelles infrastructures voire des transports en commun et des possibilités foncières. Il est à noter que 80% de la surface commerciale du grand commerce de l'agglomération rémoise se situe dans les zones commerciales de périphérie.

CE QU'IL FAUT RETENIR

A l'échelle du G10, on constate que **l'agglomération de Reims concentre 32% de la surface commerciale du grand commerce**. Cependant lorsque l'on rapporte le nombre de m² au nombre d'habitants, elle se classe seulement en 7^e position par rapport aux autres communes du G10. Cela démontre que les communes s'autonomisent en termes d'offre commerciale.

-La densité commerciale de **l'agglomération rémoise s'établit à 1 928 m² pour 1 000 habitants contre une densité commerciale moyenne de 2 223 m² pour 1 000 habitants sur le territoire du G10.**

-Malgré cela, **50% du chiffre d'affaires générés sur la Marne ont été réalisés sur l'agglomération rémoise, ce qui correspond au poids de la surface commerciale du grand commerce dans cet ensemble tandis que le poids de sa population représente 39%**. Cela démontre l'attractivité de l'offre commerciale de l'agglomération rémoise.

-Pour conserver et renforcer son positionnement stratégique, l'agglomération rémoise se doit de renforcer sa position dominante en privilégiant les projets à forte valeur ajoutée comme l'implantation d'enseignes absentes régionalement et l'implantation de concepts innovants.

-Au 31 décembre 2012, on dénombre sur le bassin rémois **325 établissements commerciaux de plus de 300 m² pour une surface de vente totale de près de 524 000 m² soit 1 818 m² pour 1 000 habitants contre 1 486 m² pour 1 000 habitants au niveau départemental.**

-L'agglomération rémoise concentre 80% de la surface commerciale du bassin rémois tandis qu'elle représente 75% de la population de cet ensemble. **La densité commerciale de l'agglomération rémoise est importante au regard de celle de la Ville de Reims: 1 928 m² pour 1 000 habitants contre 1 055 m² pour 1 000 habitants pour la Ville de Reims.**

- **80% de la surface de vente du grand commerce de l'agglomération rémoise se situe dans les zones commerciales de périphérie.**



II. LE BILAN DES DEMANDES D'AUTORISATIONS 2000-2012

1. Le Bassin Rémois: un territoire attractif

Entre 2000 et 2012, la CDEC/CDAC de la Marne a examiné 303 dossiers qui correspondent à 479 530 m² de surfaces commerciales supplémentaires demandées.

La répartition des demandes d'autorisation ne s'exerce pas de manière homogène sur le département marnais:

	Nombre de dossiers examinés	Surface en m ²
CDAC Reims*	149	321 897
CDAC Châlons	78	74 033
CDAC Epernay	53	51 938
CDAC Vitry le François	15	23 729
CDAC Menehould	8	7 933

*CDAC Reims :
Le périmètre correspond à l'arrondissement de Reims qui compte près de 300 000 habitants et 156 communes.

- Sur les 303 dossiers examinés, près de la moitié s'inscrit sur le périmètre de la CDEC/CDAC de Reims, 26% se basent sur celle de Châlons et 17% sur Epernay. Viennent ensuite les CDEC/CDAC de Vitry-le-François et de Sainte-Menehould avec respectivement 5 et 3%.

- Plus de 65% de la surface commerciale totale demandée concernent des projets situés sur le périmètre de la CDEC/CDAC de Reims, 15% sur celle de Châlons et 11% sur Epernay. Suivent les CDEC/CDAC de Vitry-le-François et de Sainte-Menehould avec respectivement 5 et 2%.

Les projets commerciaux du bassin rémois représentent 45,2% des dossiers examinés et 64,7% de la surface commerciale totale demandée en CDAC de la Marne.

Cela témoigne de l'attractivité de notre territoire pour lequel près de 140 dossiers ont été examinés.

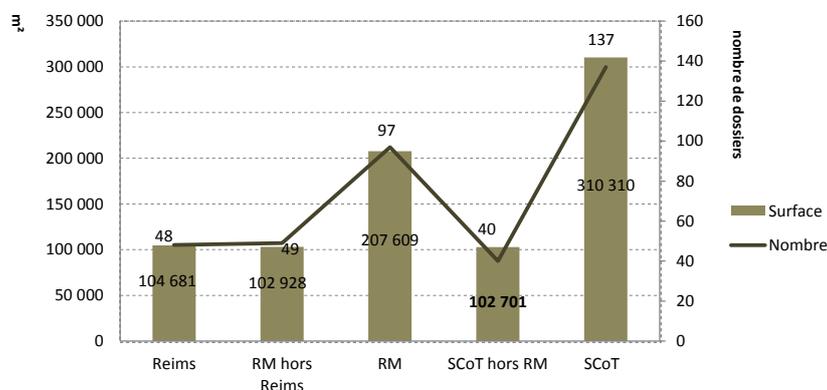
2. 137 dossiers examinés et 310 310 m² de projets commerciaux sollicités sur le SCoT

Sur le bassin rémois, la Préfecture de la Marne a enregistré 139 dossiers mais compte tenu du retrait d'un dossier et de l'annulation du projet de « la Cité de l'Habitat » autorisé en 2007, désormais remplacé par le projet Reims Village, la CDEC/CDAC a réellement statué sur 137 dossiers entre 2000 et 2012.

En termes de nombre de dossier, on note que :

- Près de 3/4 des dossiers sont des projets commerciaux qui se situent sur l'agglomération de Reims dont 35% sur la Ville de Reims

- 29% des dossiers examinés en CDEC/CDAC correspondent à des projets qui s'inscrivent sur le périmètre du SCoT hors RM.



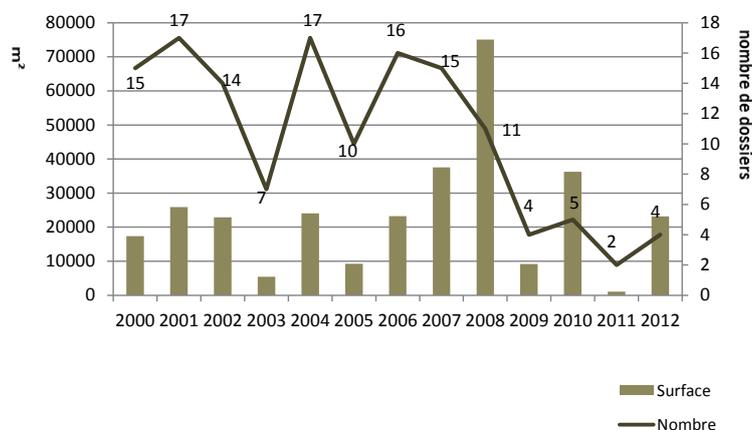
En termes de surface de vente, on note que :

- 67% des surfaces demandées concernent des projets qui se situent dans l'agglomération rémoise dont plus de la moitié sur la Ville de Reims (34%)
- Les surfaces demandées sur le périmètre du SCoT hors RM représentent 33% soit une surface de 102 701 m²
- Près de 1/3 des m² sollicités sont relatifs à des projets commerciaux sur Champfleury, Champigny et Thillois (surface totale demandée équivalente à celle enregistrée pour Reims). Ces derniers sont ceux qui enregistrent la surface moyenne demandée la plus élevée avec seulement 18 projets commerciaux déposés contre 48 dossiers pour Reims pour une surface quasi-équivalente.

Cela met en évidence le développement ces dernières années de grands ensembles commerciaux sur la première couronne périurbaine lié à la disponibilité foncière ainsi qu'au développement de nouvelles formes de commerces (Retail park...).

3. Des dossiers moins nombreux mais des surfaces commerciales demandées plus importantes

Le nombre de dossiers déposés entre 2000 et 2012 a baissé en moyenne de 6% chaque année tandis que les surfaces commerciales demandées ont augmenté en moyenne de 2% par an.



Cette baisse du nombre de dossiers qui s'accroît à partir de l'année 2008 coïncide avec la réforme LME qui relève le seuil des projets soumis à autorisations à 1 000 m² (52% des demandes d'autorisation entre 2000 et 2008 concernent des projets dont la surface commerciale y compris celle demandée est comprise entre 300 et 1 000 m²) tandis que la hausse des m² s'explique par des demandes d'autorisation relatives à la création d'ensembles commerciaux de plus en plus nombreux sur le territoire du SCoT et plus particulièrement localisées en première couronne.

Réforme LME

La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, publiée au Journal Officiel du 5 août 2008, modifie le régime d'autorisation d'exploitation commerciale.

Le seuil de déclenchement de la procédure d'autorisation d'exploitation commerciale est relevé de 300 m² à 1000 m².

En conséquence, sont dispensés d'autorisation les projets suivants :

- la création de commerce de détail d'une surface de vente inférieure à 1 000 m²,
- la création d'ensembles commerciaux d'une surface de vente totale de moins de 1 000 m²
- l'extension d'un magasin unique de détail, de telle sorte qu'il ne dépasse pas la surface de vente après extension de 1 000 m².
- l'extension d'un même ensemble commercial

réalisée en une ou plusieurs fois, et portant sur une surface de vente cumulée de moins de 1 000 m².

Sont dispensés d'autorisation d'exploitation commerciale quelle que soit la surface de vente:

- les hôtels
- les pharmacies
- les garages et les commerces de véhicules ou de motocycles

Dans les villes de moins de 20 000 habitants, les projets compris entre 300 m² et 1000 m² soumis à une demande de permis de construire, peuvent faire l'objet d'une saisine pour avis de la CDAC par le maire de la commune après délibération du conseil municipal, ou par le président de l'EPCI compétent en matière d'urbanisme ou chargé d'élaborer le SCoT.

CE QU'IL FAUT RETENIR

-Sur le département de la Marne, **303 dossiers ont été examinés soit 479 530 de m² demandés en CDEC/CDAC.**

-Le bassin rémois est un territoire attractif en termes de demandes d'implantation d'enseignes: **45,2% des dossiers examinés et 64,7% de la surface commerciale totale demandée en CDEC/CDAC de la Marne concernent des projets de cet ensemble.**

-**Sur les 137 dossiers examinés et les 310 310 m² de surface commerciale demandées sur le bassin rémois, près de 3/4 des dossiers et près de 67% de la surface commerciale demandée sont des projets commerciaux qui se situent sur l'agglomération de Reims.**

-**Près de 1/3 des m² sollicités sont relatifs à des projets commerciaux sur Champfleury, Champigny et Thillois,** cela témoigne de l'importance du développement de grands ensembles commerciaux en périphérie de Reims.

-Des demandes d'implantation qui sont davantage tournées vers les secteurs de l'alimentaire et de l'équipement de la maison sur le bassin rémois.

-**Un nombre de dossiers déposés en baisse mais une hausse de la surface commerciale demandée qui se justifie principalement par une hausse des projets d'ensembles commerciaux qui s'accroît depuis 2007 et qui se localise principalement en périphérie.**

III - LE BILAN DES PROJETS COMMERCIAUX AUTORISÉS 2000-2012

1. Une évolution du grand commerce façonnée par les autorisations en CDAC

Sur ces 137 dossiers présentés, 121 ont obtenu une autorisation et 16 ont été refusés en CDEC/CDAC.

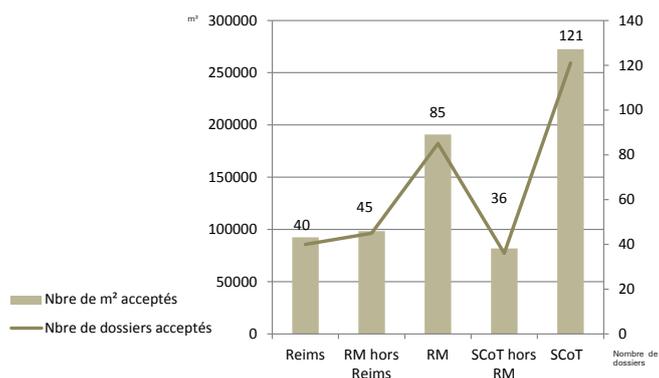
Entre 2000 et 2012 sur le périmètre du SCoT, 88% des projets présentés ont été autorisés. Le territoire se situe légèrement au-dessus de la moyenne départementale puisque la Marne enregistre à cette même période un taux d'autorisation de 86,6%.

En un peu plus d'une décennie, 310 310 m² de surfaces commerciales ont été présentés en CDEC/CDAC, 272 521 m² de surfaces commerciales ont été autorisées et 37 789 m² ont obtenu un avis défavorable. Ainsi, le taux d'autorisation en termes de surface de vente atteint donc 87,8% sur cette période contre 86,3% pour la Marne.

Le taux d'acceptation des dossiers sur le bassin rémois est relativement homogène, Reims Métropole enregistre un taux identique à celui observé sur l'ensemble soit 88%.

Cependant il est à noter que les communes de Reims Métropole hors Reims sont celles pour lesquelles le taux d'acceptation est le plus élevé (92%) suivies par celles du SCoT hors RM avec un taux de 90%.

2. Un peu plus de 272 000 m² de surfaces commerciales supplémentaires autorisées depuis 2000



Avec 121 dossiers déclarés favorables en CDEC/CDAC entre 2000 et 2012, ce sont 272 521 m² de surfaces commerciales qui ont été autorisées sur le bassin rémois. On observe, ainsi que 70% des dossiers autorisés sont des projets qui se situent sur l'agglomération de Reims dont près de la moitié sur la Ville de Reims.

Ce dynamisme des autorisations démontre l'attractivité du bassin rémois et plus particulièrement de l'agglomération rémoise en termes d'implantation de nouvelles enseignes.

La surface commerciale totale autorisée se répartit ainsi, 190 794 m² de surfaces commerciales ont été acceptées sur Reims Métropole, cela représente plus des 2/3 de la surface autorisée sur le SCoT dont 34% sur la Ville de Reims. Avec 81 727 m² de surfaces commerciales autorisées, les communes situées hors de l'agglomération rémoise représentent près de 30% de la surface totale autorisée avec 36 dossiers.

Entre 2000 et 2012, la CDEC/CDAC a donc autorisé plus de 272 000 m², dont près des 3/4 par création et 1/4 par extension. Seuls deux dossiers de régularisation et cinq dossiers de transfert avec extension correspondant respectivement à 4 751 m² et 2 605 m² ont été autorisés.

3. Une prédominance des secteurs de l'équipement de la maison et de l'alimentaire

31% des dossiers autorisés concernent des projets relatifs à l'équipement de la maison, dont 24 créations, 11 extensions et 1 modification. La volonté d'implanter de nouvelles surfaces commerciales dans ce domaine s'explique par le fort engouement des Français pour l'aménagement de leur intérieur ces dernières années.

Ce secteur est suivi par l'alimentaire qui regroupe 29% des dossiers autorisés dont plus de 38% sont des discounters. Les autorisations sollicitées par les porteurs de projets concernent majoritairement des extensions au nombre de 22, 11 créations (dont 6 dans les communes du SCoT hors RM) et 3 transferts avec extension.

A ces 2 secteurs s'ajoutent les ensembles commerciaux et l'activité auto/moto qui représentent respectivement 16 et 10% des projets autorisés. Depuis la réforme LME, les garages et les commerces de véhicules ou de motocycles sont dispensés de demande d'autorisation quelle que soit la surface de vente.

En termes de surfaces autorisées entre 2000 et 2012, par ordre d'importance, les secteurs les plus représentés sont :

1/ L'équipement de la maison qui se hisse au premier rang avec 119 477 m², en raison de la surface d'exposition nécessaire pour la vente des produits.

2/ L'alimentaire avec 58 771 m² de surface commerciale autorisée. Parmi les formes de vente, 21 supermarchés ont obtenu un avis favorable de la CDAC, suivis par 7 hypermarchés et 8 discounters.

3/ L'équipement de la personne qui comptabilise une surface commerciale autorisée de 34 216 m².

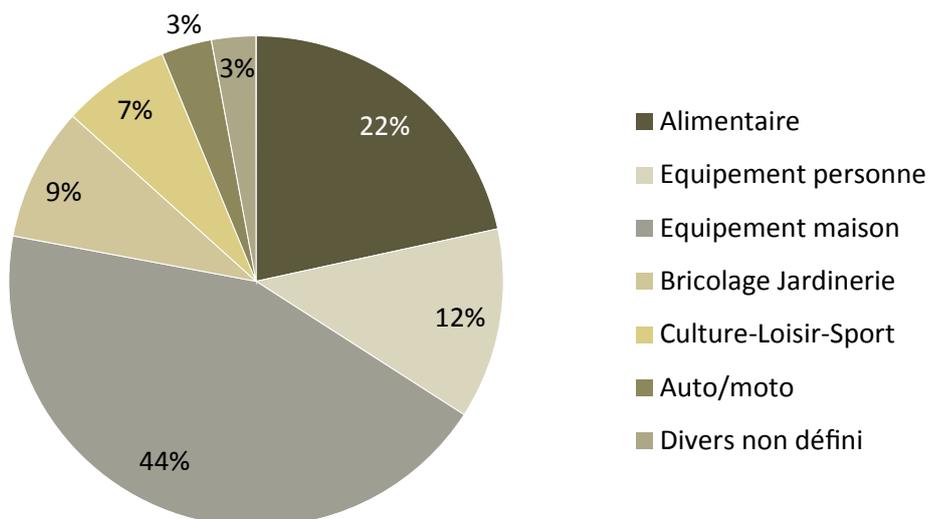
4/ Le secteur culture-loisir-sport pour lequel la CDAC a autorisé 19 294 m². Il s'agit ici des magasins d'articles de sports, de livres et musique...

5/ Le bricolage-jardinerie: S'agissant d'une activité structurellement consommatrice d'espace, pour 5 projets examinés, une surface commerciale de 23 906 m² a été autorisée.

6/ L'auto/moto: L'ensemble des projets au nombre de 12 ont été autorisés équivalant à 8 698 m², ils concernent majoritairement l'extension de stations-services annexées aux grandes surfaces alimentaires.

7/ La catégorie « divers non défini » qui concerne des projets sans enseignes pour une surface commerciale de 7 891 m².

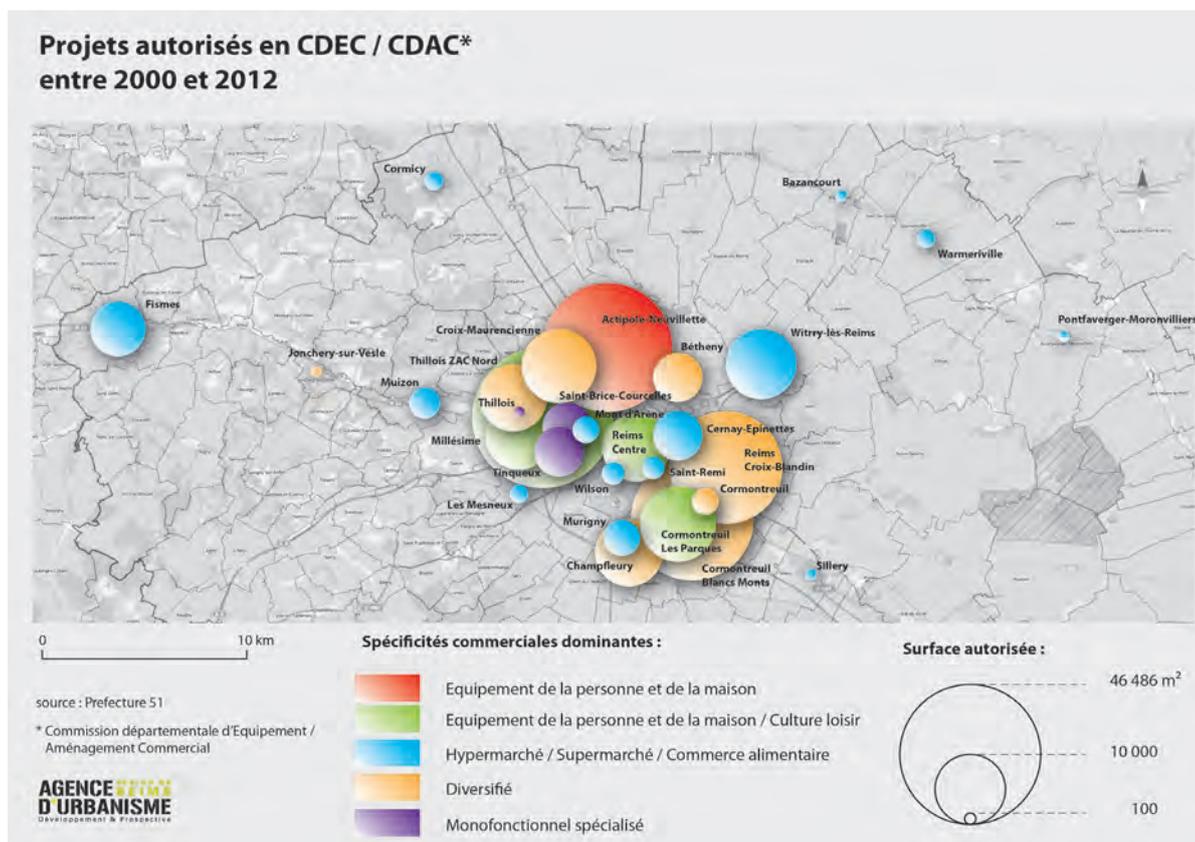
Répartition des surfaces commerciales autorisées par grands secteurs d'activités



4. Un développement du grand commerce qui se localise majoritairement en périphérie

Sur les 272 521 m² autorisés sur le périmètre du SCoT, près des 2/3 des projets commerciaux se localisent hors Reims.

- 34% sur Reims
- 36% sur Reims Métropole hors Reims
- 30% sur les communes du SCoT hors RM



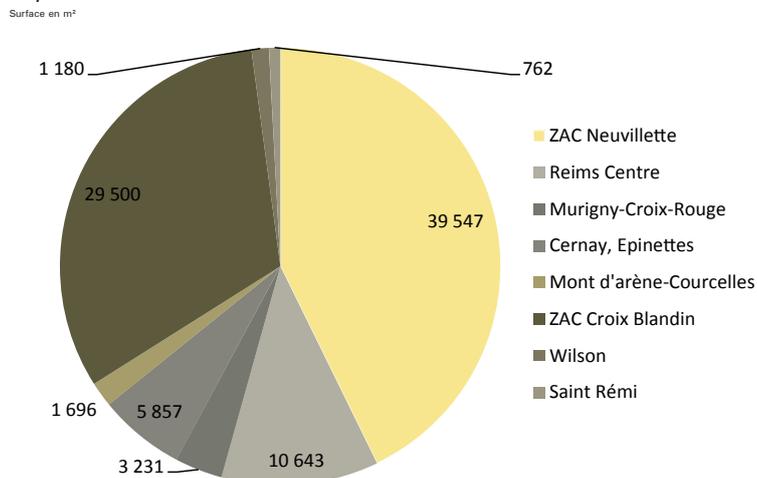
Ces autorisations de surfaces commerciales profitent principalement au développement de nouvelles polarités commerciales, au renforcement de l'offre commerciale de périphérie et à celui des bourgs centres.

Reims: 92 416 m² de surfaces commerciales autorisées (34%)

Entre 2000 et 2012, les autorisations de surfaces sur la ZAC Neuville representent 43% des surfaces totales autorisées sur Reims. La ZAC Neuville s'est fortement développée sur la période 2000-2008, elle concentrait 72% des m² autorisés. Le développement de cette zone est venu rééquilibrer l'offre commerciale qui s'était initialement concentrée au sud de l'agglomération.

L'année 2010 se caractérise par le plus grand nombre de m² autorisés sur la période 2000-2012 (29 500 m²) soit 32% des surfaces totales autorisées sur Reims. Il s'agit du projet REIMS Village situé dans la ZAC Croix Blandin qui vient en remplacement du projet de la Cité de l'Habitat initialement prévu. Ce projet a été accepté par la CDAC de Reims, cependant il a fait l'objet de plusieurs recours.

Répartition des surfaces commerciales autorisées sur Reims



Reims Métropole hors Reims: 98 378 m² de surfaces commerciales autorisées (36%)

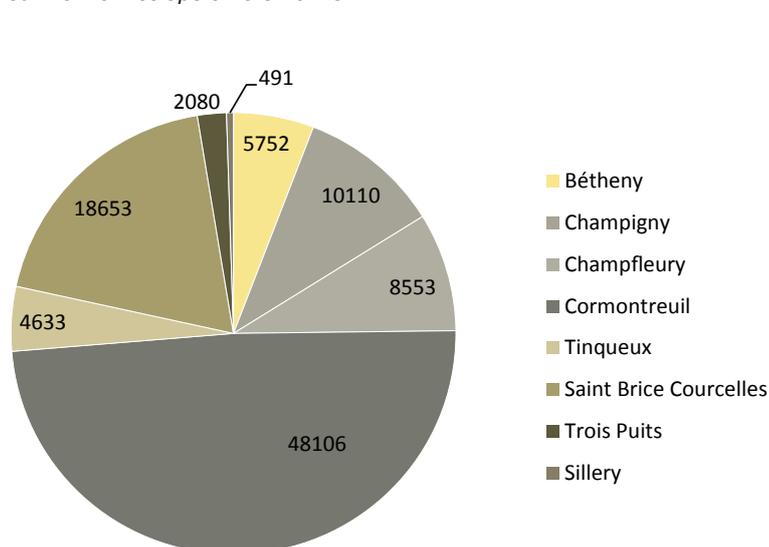
Entre 2000 et 2012, 49% des surfaces autorisées sur le périmètre RM hors Reims concernent la commune de Cormontreuil dont 35% pour la zone commerciale des Blancs Monts, 14% pour la zone les Parques. La commune de Saint-Brice-Courcelles compte 19% des m² autorisés dont 17% pour la ZAC la Croix Maurencienne sur laquelle est implanté le centre E. Leclerc et où il s'est développé un ensemble commercial avec les enseignes Babou, JYSK, Animalis, C&A...

Suivent les communes de Champigny et de Champfleury représentant respectivement 10,2 et 8,6% de la surface autorisée sur le périmètre du bassin rémois. Sur Champigny, il s'agit du projet commercial situé dans la zone d'activité « les charmes » autorisé lors de la CDAC du 04 juillet 2012. Sur la commune de Champfleury, les surfaces commerciales autorisées concernent principalement l'extension de la galerie marchande du centre E. Leclerc.

Les communes de Bétheny et de Tinquieux comptent respectivement 5,8 et 4,7% de la surface commerciale totale autorisée entre 2000 et 2012 sur RM hors Reims.

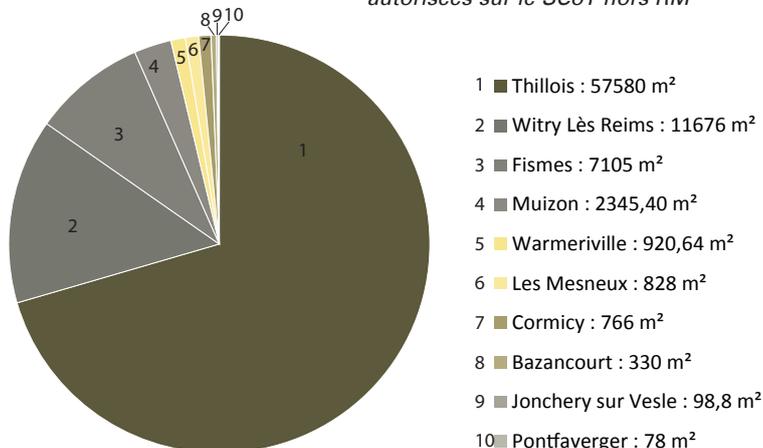
Viennent enfin les communes de Trois-Puits (magasin Stockomani) et de Sillery.

Répartition des surfaces commerciales autorisées sur Reims Métropole hors Reims



SCoT hors RM: 81 727 m² de surfaces commerciales autorisées (30%)

Répartition des surfaces commerciales autorisées sur le SCoT hors RM



Entre 2000 et 2012, plus de 70% des surfaces autorisées sur le périmètre du SCoT hors RM concernent la commune de Thillois dont 57% pour la ZAC Nord Thillois et 13% pour le Parc Millésime. Cette importante surface commerciale autorisée sur Thillois s'explique par le projet commercial Champéa (IKEA et Maison +).

A cela, s'ajoutent les principaux bourgs-centres du SCoT qui se sont dotés de commerces à dominante alimentaire pour satisfaire les besoins des habitants et répondre à des logiques de proximité.

5. Le Grand Commerce: une croissance record pour l'année 2008

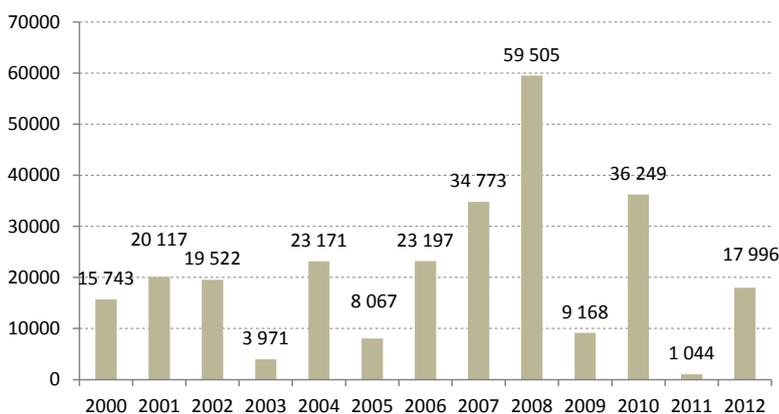
On remarque une certaine stabilité des m² acceptés sur le périmètre du bassin rémois de 2000 à 2006 exceptées pour les années 2003 et 2005 qui se caractérisent par une diminution des m² sollicités ainsi qu'une forte augmentation en 2008 liée pour grande partie à la création d'un ensemble commercial sur la ZAC Thillois Nord. En effet, cet ensemble commercial composé de l'enseigne IKEA, d'un parc commercial «Maison +» s'étend sur une surface commerciale de plus de 40 000 m².

En 2012, les 17 996 m² acceptés concernent :

- la création d'un ensemble commercial à Champigny
- le projet commercial Sernam à Reims*
- l'extension de la surface de vente du magasin Terres et Eaux situé à Witry-lès-Reims.

A noter : En février 2012, l'extension de l'îlot 4 de l'ensemble commercial ZAC Nord Thillois d'une surface de vente totale de 5 200 m² a été refusée en CDAC mais acceptée en CNAC le 11 juillet 2012.

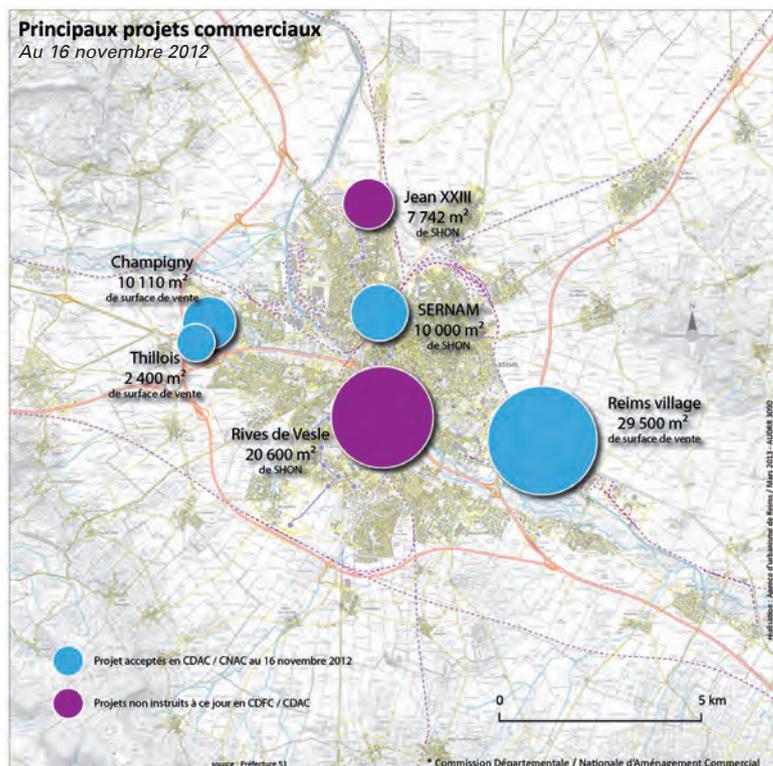
Historique des m² autorisés sur le SCoT



On observe également entre 2006 et 2007, une hausse des m² de 36,5% liée au développement de la ZAC les Blancs Monts à Cormontreuil. L'année 2010 se caractérise aussi par un fort nombre de m² autorisés qui s'explique par l'autorisation du projet Reims Village qui compte à lui seul 29 500 m².

Entre 2007 et 2012, le nombre de m² autorisés est nettement supérieur à celui autorisé entre 2000 et 2006 soit +39,5% de surfaces autorisées.

6. Les principaux projets commerciaux



-42 010 m² sont d'ores et déjà acceptés par la CDEC/CDAC et ne sont pas encore réalisés.

-Un peu plus de 28 000 m² pourraient venir s'ajouter à ce total, ils se répartissent sur 2 projets localisés sur la Ville de Reims.

**A la date de publication du présent observatoire, des recours auprès de la CNAC ont été déposés pour le projet commercial Sernam.*

CE QU'IL FAUT RETENIR

-121 dossiers ont été acceptés et 272 521 m² de surfaces commerciales ont été autorisées sur le périmètre du bassin rémois dont 65 créations, 49 extensions, 5 transferts et 2 régularisations avec extension.

-Entre 2000 et 2012, 88% de la surface commerciale demandée a été autorisée. Ce dynamisme des autorisations témoigne de l'attractivité de l'agglomération rémoise et démontre un renforcement de sa position dominante dans cet environnement commercial de plus en plus concurrentiel.

-Plus de 2/3 de la surface autorisées sur le bassin rémois concernent des projets commerciaux qui se localisent sur l'agglomération rémoise dont 34% sur la Ville de Reims.

-Les autorisations de surfaces commerciales profitent principalement au développement de nouvelles polarités commerciales, au renforcement de l'offre commerciale de périphérie et à celui des bourgs centres. Les 2/3 des projets commerciaux se localisent hors Reims, 36% sur Reims Métropole hors Reims et 30% sur les communes du SCoT hors RM.

-Ce développement commercial de périphérie concurrence certaines zones commerciales et entraîne le transfert d'enseignes.

-Face au développement commercial de périphérie, le centre-ville subit une concurrence et risque de se fragiliser.

-Une stratégie de renforcement et de développement du centre-ville s'illustre par des futurs projets commerciaux comme Sernam et Rives de Vesle qui s'inscrivent dans une volonté d'élargir les fonctions de centralités.

Une dynamique commerciale sur le bassin rémois se lit au travers des demandes de surfaces de vente, des surfaces autorisées et de leurs évolutions, renforçant et réorganisant l'offre commerciale sur le territoire.

A travers ces autorisations de surfaces, on constate :

-Le développement de nouvelles polarités et le renforcement de certains ensembles commerciaux existants qui conduisent à une réorganisation de l'armature commerciale.

-Le développement de zones commerciales thématiques et principalement dédiées à l'équipement de la maison qui répondent aux nouveaux modes de consommation.

-L'implantation d'enseignes jusqu'à maintenant inexistantes sur le territoire et pour certaines d'envergure régionale (Ikea) qui confèrent un caractère métropolitain à l'offre commerciale par l'élargissement de la zone de chalandise (d'attraction) de l'agglomération rémoise.

Cependant, ces transformations de l'équipement commercial supposent la requalification de tout ou partie des zones existantes. En effet, plusieurs transferts d'enseignes d'une zone existante à une nouvelle (Castorama, Conforama,...) ont eu lieu et sont en cours sur le territoire. La reconversion des friches commerciales et de la modernisation des sites arrivés à maturité se posent ainsi.

Le Schéma de Développement et d'Urbanisme Commercial initié par Reims Métropole a d'ailleurs fait ressortir, la nécessaire redynamisation de certaines zones commerciales arrivées à maturité, des préconisations ont été faites dans ce sens.

Le SDUC de Reims Métropole

Le Schéma Directeur d'Urbanisme Commercial (SDUC) est un document d'orientation et de stratégie en matière de développement commercial. Il cherche à organiser et dimensionner l'appareil commercial de la métropole rémoise au regard des principes d'aménagement du territoire, de développement durable et de satisfaction des besoins des consommateurs.

4 axes stratégiques ont été dégagés sur le SDUC de Reims

- Axe 1 : Engager un programme ambitieux de requalification commerciale et urbaine des polarités périphériques les plus fragiles et les plus obsolètes.

- Axe 2 : Orienter le développement des polarités dynamiques vers des implantations à forte valeur ajoutée.
- Axe 3 : Consolider le rayonnement métropolitain du centre-Ville de Reims et son identité commerciale et culturelle.
- Axe 4 : Renforcer le maillage des polarités de quartier par le développement d'une offre de commerces et de services de proximité.

La cohérence dans le développement commercial et le maintien d'un équilibre est un enjeu majeur pour le territoire. Il devient nécessaire d'avoir un document de cadrage pour avoir une stratégie commerciale commune et partagée. La réforme de l'urbanisme prévoit l'intégration d'un document d'Aménagement Commercial (DAC) au Schéma de Cohérence Territoriale.

La révision du SCoT de la Région de Reims a été lancée en 2012, des conférences et des travaux seront menés sur de multiples thématiques dont celle du commerce et des modes de consommation pour élaborer un DAC partie prescriptive du SCoT.

Où en sommes-nous de la réforme de l'urbanisme commercial ?

Sous la pression conjuguée du droit européen et de l'échec constaté de la législation nationale sur l'urbanisme commercial, le régime français de gestion du développement des équipements commerciaux est entré dans une nouvelle phase qui tend à l'intégrer au droit commun de l'urbanisme. La loi LME du 4 août 2008 a ainsi créé le DAC, instrument de planification territoriale commerciale qui met en œuvre des principes d'aménagement et d'urbanisme, et non des principes économiques, dans la définition d'un projet commercial de territoire. La loi portant Engagement national pour l'environnement du 12 juillet 2010, dite loi Grenelle 2, a fait du DAC une pièce obligatoire des SCoT.

Le document d'aménagement commercial (DAC) aura pour vocation de préciser les orientations relatives aux localisations préférentielles des commerces afin de répondre aux exigences d'aménagement du territoire.

La réforme Ollier Piron propose d'intégrer l'aménagement commercial dans l'urbanisme général et seule l'obtention du permis de construire vaudra autorisation commerciale.

Le passage en seconde lecture devant l'Assemblée Nationale n'est pas encore programmé.

Source : Note FNAU - Le SCoT Grenelle, approches juridiques : L'urbanisme commercial dans le SCoT - décembre 2011



LE GRAND COMMERCE SUR LE BASSIN RÉMOIS



Conception & rédaction, l'Agence d'urbanisme, développement et prospective de la région de Reims - 2013
Toutes les photographies, AUDRR - 2013



AGENCE REGION DE REIMS
D'URBANISME
Développement & Prospective