

# Le SCoT du Grand Clermont

une chance pour notre avenir

SCoT approuvé le 29 novembre 2011  
modification n°1 approuvée le 26 mars 2013  
modification n°2 approuvée le 12 novembre 2015  
modification n°3 approuvée le 28 septembre 2017  
modification n°4 approuvée le 7 décembre 2017  
modification n°5 approuvée le 21 mars 2019  
modification n°6 approuvée le 20 décembre 2019



## Document d'Aménagement Artisanal et Commercial

Document à jour de la modification n°6



le Grand Clermont  
phénomène actif

## Table des matières

<b>introduction . . . . .</b>	<b>3</b>
Rappel du cadre réglementaire . . . . .	3
<b>Les Conditions Générales d'implantation des Equipements Commerciaux . 4</b>	
<b>1.1 En matière d'aménagement du territoire . . . . .</b>	<b>4</b>
a) La localisation du projet et son intégration urbaine . . . . .	4
b) La consommation économe de l'espace, notamment en termes de stationnement . 4	
c) L'effet sur l'animation de la vie urbaine, rurale et dans les zones de montagne . . . . 4	
d) L'effet du projet sur les flux de transports . . . . .	5
<b>1.2 En matière de développement durable . . . . .</b>	<b>5</b>
a) La qualité environnementale du projet . . . . .	5
b) Insertion paysagère et architecturale du projet . . . . .	5
c) Les nuisances . . . . .	6
<b>1.3 En matière de protection des consommateurs . . . . .</b>	<b>7</b>
<b>Les conditions particulières d'implantation des équipements commerciaux 8</b>	
<b>2.1 Droits d'exploitation commerciale . . . . .</b>	<b>8</b>
a) Définition des droits d'exploitation commerciale . . . . .	8
b) Gestion des droits d'exploitation commerciale . . . . .	8
<b>2.2 Principes de développement . . . . .</b>	<b>9</b>
a) Dispositions concernant les pôles commerciaux de périphérie de niveau métropolitain . . . . .	9
b) Dispositions concernant les pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire . . . . .	9
c) Dispositions concernant les pôles commerciaux périphériques de rayonnement local . . . . .	9
d) Dispositions hors pôles . . . . .	9
<b>Fiches par pôle et synthèse . . . . .</b>	<b>11</b>
<b>Lexique et définitions . . . . .</b>	<b>17</b>

## Introduction

Le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) détermine **les conditions d'implantation des équipements commerciaux et artisanaux\*** de taille importante, susceptibles d'avoir un impact sur l'aménagement du territoire et le développement durable, en veillant à porter une attention particulière sur la vacance, l'économie de l'espace, les entrées de villes, les déplacements et le stationnement, la qualité environnementale, architecturale et paysagère. Il localise les secteurs d'implantation périphérique et les centralités urbaines.

Par équipements commerciaux ou artisanaux de taille importante, il faut entendre les commerces ou ensembles commerciaux de plus de 300 m<sup>2</sup>.

Les prescriptions du DAAC sont complémentaires des orientations du Document d'Orientations Générales qui expose la philosophie générale de l'organisation commerciale du territoire du Grand Clermont.

### \*Commerce et artisanat : de quoi parle t-on ?

Au sens du Code de l'Urbanisme, la sous-destination « commerce de détail et artisanat » recouvre les constructions commerciales destinées à la présentation et vente de bien directe à une clientèle ainsi que les constructions artisanales destinées principalement à la vente de biens ou services.

La notion d'artisanat se distingue ici des activités artisanales liées à la construction ou à la réparation pouvant générer des nuisances qui sont couvertes par la sous-destination « industrie »

Cf : Arrêté du 10 novembre 2016 définissant les destinations et sous-destinations de constructions

### Rappel du cadre réglementaire

Les autorisations d'exploitation commerciale sont régies par les articles L. 750-1 à L. 752-27 et R. 751-1 à R. 752-48 du code de commerce.

Tout projet de création ou d'extension d'un commerce de détail, d'une surface de vente de plus de 1 000 m<sup>2</sup>, est soumis à une autorisation d'exploitation commerciale. Cette autorisation est délivrée en même temps que le permis de construire s'il y est soumis, après avis favorable de la commission départementale d'aménagement commerciale (CDAC). Lorsque le projet n'est pas soumis à permis de construire, le porteur du projet doit saisir la CDAC, en vue de l'obtention d'une autorisation préalable.

Sont soumis à autorisation de la CDAC les cas suivants :

- créer un magasin ou étendre un commerce existant d'une surface de vente supérieure à 1 000 m<sup>2</sup> ;
- changer le secteur d'activité (par exemple transformation d'un commerce alimentaire en un commerce d'habillement) d'un magasin de plus de 2 000 m<sup>2</sup> (ou 1 000 m<sup>2</sup> si le nouveau commerce est à dominante alimentaire) ;
- créer ou étendre un centre commercial au-delà d'une surface de vente de 1 000 m<sup>2</sup> ;
- ré-ouvrir un magasin d'une surface de vente supérieure à 1 000 m<sup>2</sup> après une fermeture au public d'au moins 3 ans.

Dans les communes de moins de 20 000 habitants, les projets nécessitant un permis de construire, dont la surface de vente finale est comprise entre 300 m<sup>2</sup> et 1 000 m<sup>2</sup>, peuvent néanmoins faire l'objet d'un passage en CDAC, pour avis, après saisie de la commission par le Maire.

Ne sont pas soumis à l'application de la loi certaines professions : les pharmacies, les commerces de véhicules automobiles ou de motocycles, les halles et marchés d'approvisionnement au détail (couverts ou non) établis sur les dépendances du domaine public, les magasins accessibles aux seuls voyageurs munis de billets situés dans les aéroports ou dans les parties du domaine public affecté aux gares ferroviaires (d'une surface maximum de 2 500 m<sup>2</sup>), les prestataires de services à caractère immatériel ou intellectuel (banques, agence de voyages, ...), les établissements de service ou de location de matériels (laveries automatiques), les restaurants, cafés, bars.

Sont soumis à une autorisation de la commission départementale d'aménagement cinématographique les cas suivants :

- création (dans une construction nouvelle ou un immeuble existant) d'un établissement avec plusieurs salles et plus de 300 places ;
- extension d'un établissement avec plusieurs salles et dépassant le seuil de 300 places (sauf si l'extension représente moins de 30 % des places existantes, plus de 5 ans après la mise en exploitation ou la dernière extension) ;
- extension d'un établissement dépassant le seuil de 1 500 places ;
- extension d'un établissement au-delà de 8 salles ;
- réouverture au public sur le même emplacement d'un établissement comportant plusieurs salles et plus de 300 places et dont les locaux ont cessé d'être exploités pendant 2 années consécutives.

# Les Conditions Générales d'implantation des Equipements Commerciaux

Les projets commerciaux, en création comme en extension, respectent les conditions d'implantation décrites ci-après, en vue d'améliorer leur cohérence et leur durabilité sur un plan urbain et environnemental.

Dans les centralités telles que définies au DOG, les projets prennent en compte les dispositions et orientations « en matière de développement durable » dans la limite des contraintes techniques et foncières liées au contexte urbain et réglementaire.

Il reviendra aux porteurs de projet de justifier les choix opérés dans les dossiers déposés en CDAC.

## 1.1 En matière d'aménagement du territoire

### a) La localisation du projet et son intégration urbaine

#### ➔ Les Centralités de rayonnement local, intermédiaire ou métropolitain

Conformément au Document d'Orientations Générales, les projets commerciaux s'implantent en priorité dans les centralités de rayonnement local, intermédiaire ou métropolitain.

Celles-ci correspondent à des espaces multifonctionnels où se côtoient logements, équipements (publics ou privés), activités commerciales, artisanales et de services (marchands ou non), desservis le cas échéant par différents modes de transports.

Au sein de ces centralités, les activités commerciales sont localisées préférentiellement dans les tissus urbains les plus denses en ce qu'ils concentrent des noyaux et/ou linéaires de commerces, services et équipements existants. Ils s'y implantent librement, dans une approche de renforcement de l'animation urbaine et de ville des courtes distances.

#### ➔ Les Pôles de périphérie de rayonnement local, intermédiaire ou métropolitain

Lorsque les conditions d'implantation ne sont pas réunies en centralité, les activités commerciales s'implantent dans les pôles périphériques de rayonnement intermédiaire ou métropolitain.

Le développement commercial y est encadré, notamment par le biais de droits à exprimés en surface de vente.

Les pôles périphériques, bien souvent localisés en entrée d'agglomération, résultent d'un développement au coup par coup. Ils sont sources d'engorgement, de pollution, d'image dépréciée et standardisée... C'est pourquoi, le DAAC privilégie leur restructuration et limite corrélativement leur extension.

Au sein des pôles périphériques, il convient de distinguer :

#### - les secteurs de restructuration du tissu commercial

Dans ces secteurs, les prescriptions du DAAC tendent vers :

- une modernisation du tissu commercial.
- des efforts sur une diversification urbaine et fonctionnelle

Ces secteurs sont identifiés dans les fiches descriptives des différents pôles commerciaux de périphérie selon la légende suivante :



secteur de restructuration du tissu commercial

#### - les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle

Ces secteurs concernent des espaces qui ont été progressivement « rattrapés par la ville ». Un processus de mutation y est amorcé, sous la forme d'opérations urbaines associant commerces, services, équipements, transports publics, logements... Ces opérations sont conçues dans une approche de circulation apaisée et de mobilité douce, de réintroduction de la nature en ville...

Ces secteurs ont vocation à devenir des centralités et à accueillir du commerce de proximité, sous la condition que la collectivité se soit dotée/ou ait validé préalablement un plan guide et/ou une Opération d'Aménagement et de Programmation, dans le respect des orientations fixées par le DOG.

Ces secteurs sont identifiés dans les fiches descriptives des différents pôles commerciaux de périphérie selon la légende suivante :



secteur de mutation urbaine et fonctionnelle

#### - les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension

Ces secteurs, vierges de toute urbanisation, accueillent de nouveaux projets commerciaux par création ou transfert, dans la stricte mesure où les centralités ou pôles périphériques identifiés n'offrent aucune possibilité d'implantation satisfaisante : difficultés liées à la logistique, foncier inadapté, risques de nuisances, accessibilité...). Ils font l'objet d'un aménagement d'ensemble, dont la réalisation peut être opérée en une ou plusieurs phases.

Ces secteurs sont identifiés dans les fiches descriptives des différents pôles commerciaux de périphérie selon la légende suivante :



secteur de développement commercial en extension

#### ➔ Hors Pôle

Le développement commercial n'est pas souhaité en dehors des centralités et des pôles commerciaux. Il est donc en principe interdit.

### b) La consommation économe de l'espace, notamment en termes de stationnement

L'objectif de consommation économe du foncier justifie les prescriptions suivantes :

#### ➔ Compacité des volumes bâtis

Les projets participent à une consommation plus économe de l'espace :

- en réduisant au maximum l'emprise au sol des bâtiments,
- en construisant sur plusieurs niveaux lorsque l'environnement urbain s'y prête,
- en intégrant, dès le stade de la conception architecturale des bâtiments, des possibilités de réversibilité du bâti vers une autre destination.

Les opérations sont conçues dans une approche qui dépasse le strict périmètre du terrain d'assiette. L'objectif est de rechercher une optimisation des bâtiments et stationnements, de densifier les parties bâties, pour libérer du foncier mobilisable pour des actions de renaturation, de création de cheminements doux...

#### ➔ Rationaliser et qualifier l'espace dédié au stationnement

En application de la loi ALUR, les surfaces de stationnement des nouveaux commerces sont (sauf exception) limitées à 75 % de la surface de plancher des bâtiments affectés au commerce (article L 111-19 du Code de l'Urbanisme). Tout projet de plus de 300 m<sup>2</sup> est soumis à ce ratio.

Les projets viseront par ailleurs à gagner davantage en efficacité en examinant les possibilités de mutualisation des parkings avec les enseignes voisines et/ou de recherche de solutions de stationnement verticales.

Les espaces de stationnement doivent également être conçus dans le respect des dispositions du 1.2 du présent chapitre « en matière de développement durable ».

### c) L'effet sur l'animation de la vie urbaine, rurale et dans les zones de montagne

Les nouveaux commerces de proximité s'installent en priorité dans les centralités urbaines, rurales ou de zone de montagne, en synergie avec les commerces, services et équipements publics existants, qui participent à l'animation de la vie locale.

Dans les communes dépourvues de commerces ou confrontées à une fragilisation du tissu commercial, une intervention ou un accompagnement

de la puissance publique s'impose pour maintenir ou créer des commerces de première nécessité, à destination des populations résidentes, et ce, d'autant plus qu'elles ne seraient pas motorisées.

#### d) L'effet du projet sur les flux de transports

et son accessibilité par les transports collectifs et les modes de déplacement les plus économes en émission de dioxyde de carbone.

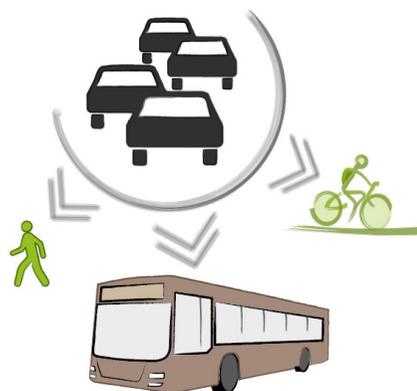
L'autorisation de surfaces commerciales est conditionnée à la capacité des infrastructures viaires à absorber les flux générés par les projets (dans des conditions de sécurité garanties) et à leur desserte par un transport collectif (en lien avec la politique menée par les autorités organisatrices des mobilités).

Les projets intègrent ainsi une réflexion poussée sur les effets de saturation générés par l'afflux de clientèle et l'acheminement des marchandises (plan de circulation, dimensionnement des voies, conséquences en termes de pollution...).

Les aménagements et équipements garantissent le confort des usagers (largeur des espaces de circulation, insertion adaptée sur les espaces circulés, qualité des matériaux, éclairage adapté, stationnement deux roues, places pour véhicules électriques...).

Ils s'intègrent dans le projet urbain et le plan d'aménagement de la collectivité, notamment en ce qui concerne la continuité des parcours dédiés aux modes doux depuis les stations de transports collectifs, les zones d'habitat et les commerces et services voisins.

La qualité de ces aménagements contribue à l'augmentation des déplacements doux, et par conséquent à la réduction de l'usage de la voiture.



## 1.2 En matière de développement durable

### a) La qualité environnementale du projet

Les projets portent une attention particulière à la qualité environnementale, notamment :

- du point de vue de la performance énergétique ;
- du recours aux énergies renouvelables et à l'emploi de matériaux ou procédés écoresponsables qui doit être le plus large ;
- de la gestion des eaux pluviales ;
- de l'imperméabilisation des sols et de la préservation de l'environnement.

#### ➔ Limiter l'impact environnemental des équipements commerciaux

Les projets contribuent à la préservation de la ressource en eau.

Ils favorisent la rétention des eaux pluviales, de façon globale, ou à défaut, à l'échelle de chaque opération (noues, bassins en surface ou enterrés, toitures végétalisées...) pour soulager les réseaux. En outre, ils limitent les surfaces imperméabilisées et recherchent des solutions de récupération et de réutilisation des eaux de pluie.

#### ➔ S'inscrire dans la transition énergétique

Les projets doivent prendre part à la réduction de la dépendance énergétique du territoire. A cette fin, ils prévoient des dispositifs d'économie d'énergie principalement pour le chauffage-climatisation, l'isolation, l'éclairage et les équipements frigorifiques. Ils envisagent également l'installation de dispositifs de production d'énergie renouvelable (toitures et ombrières photovoltaïques, réseau de chaleur...)

Les projets intègrent, dans leur conception, les objectifs suivants :

- végétalisation des parcelles et renforcement de la biodiversité, afin de limiter les îlots de chaleur et contribuer au stockage du carbone (plantation de pleine terre, espaces verts sur dalles, arbres de hauteur, façades et toitures végétalisés...).
- lutte contre la pollution lumineuse, en réduisant significativement les émissions de lumière artificielle, sources de nuisances pour les personnes et les écosystèmes et de gaspillage énergétique (extinctions nocturnes, éclairages à détection...).
- maîtrise de la production de déchets, et mise en place de systèmes de collecte voire valorisation sur site ; des solutions qui peuvent être mutualisées entre plusieurs enseignes, dans un dialogue avec la collectivité.

### b) Insertion paysagère et architecturale du projet

Les prescriptions ci-après s'appliquent aux projets de création d'équipements commerciaux. Toutefois, les projets d'extension ou de restructuration d'équipements commerciaux existants cherchent à s'en rapprocher pour participer à la revalorisation et renaturation des polarités commerciales.

#### ➔ Intégrer le projet dans son environnement urbain et naturel

Afin de gagner en fonctionnalité, en rationalité et en cohérence, les projets visent dans le cadre d'un dialogue avec la collectivité à :

- garantir une gestion économe du foncier en proposant des solutions de densification des sites commerciaux au niveau de la conception du magasin et du stationnement,
- faire muter les sites commerciaux vers davantage de mixité urbaine et fonctionnelle dans la mesure où le contexte urbain le rend possible,
- utiliser prioritairement les surfaces commerciales vacantes,
- réduire les effets d'enclave de certains sites monofonctionnels, en ouvrant le projet sur l'espace public et les opérations voisines,
- permettre des usages mixtes au sein d'un bâtiment ou d'un îlot commercial,
- organiser la mutualisation des stationnements notamment dans les nouveaux projets,
- prendre en compte le fonctionnement naturel du site et de ses abords (topographie, haie-talus-fossé, biodiversité, continuités écologiques, choix de la palette végétale...).

En outre, les projets recherchent l'utilisation de matériaux caractéristiques des filières de production locales.

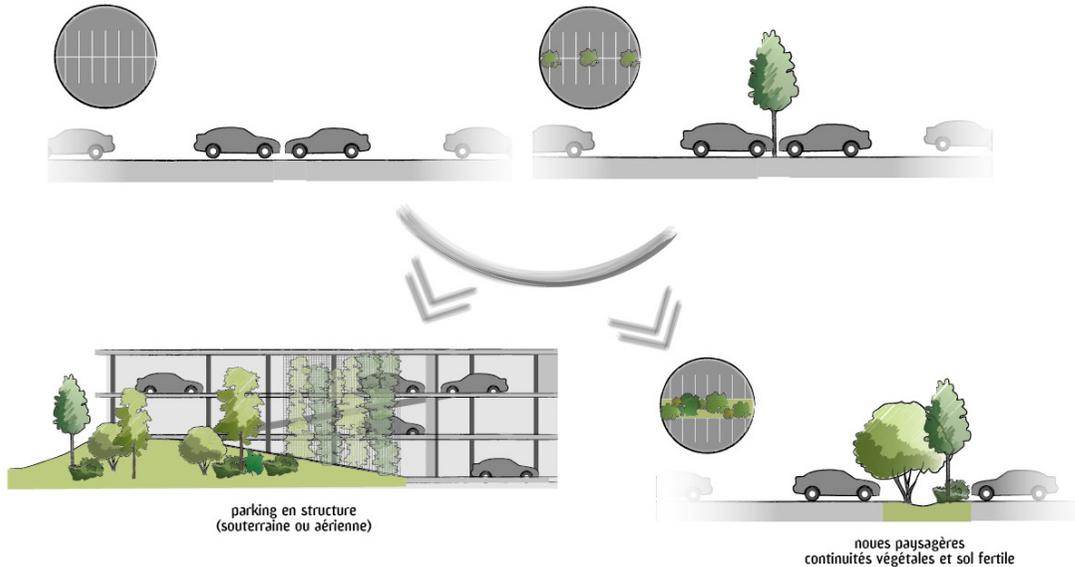
#### Orientations spécifiques aux stationnements :

Les parcs de stationnements sont conçus dans une approche durable, et notamment de lutte contre les îlots de chaleur, en :

- privilégiant les matériaux perméables selon le niveau de fréquentation,
- intégrant des espaces plantés qualitatifs. Leur conception permet le plein développement des végétaux (espèces adaptées, protections, fosses de plantation, noues...), et vise à ce qu'ils participent à une meilleure insertion paysagère des projets.

Les espaces plantés peuvent être le support des cheminements doux, du traitement des eaux pluviales (noues) et/ou du maintien voire de la création de continuités écologiques,

- apportant un soin particulier aux stationnements les plus visibles depuis le domaine public.



### **Orientations spécifiques aux espaces libres**

La réflexion sur l'aménagement des espaces extérieurs au projet doit être au cœur de sa conception.

Ils sont conçus en complémentarité avec les espaces de stationnement. Ils participent à qualifier le projet et à l'insérer dans son environnement proche et lointain. Ils sont plantés d'arbres et d'arbustes d'essences locales, en quantité et en diversité suffisante, pour lutter contre les îlots de chaleur et participer au verdissage des équipements commerciaux. En effet, ceux-ci laissent habituellement trop peu de place au végétal.

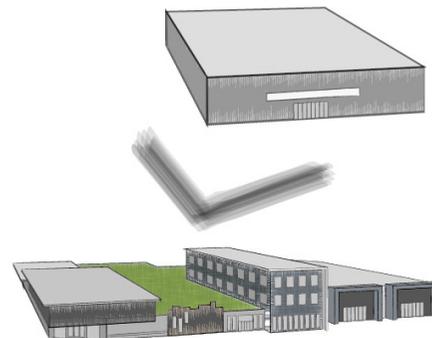
Concernant les implantations commerciales existantes le long des voies rapides, des aménagements paysagers doivent être réalisés : plantations mixtes hautes et basses en limite du domaine public, assurant un effet masse.

En l'absence, dans les PLU(i), de prescriptions spécifiques portant sur le renforcement de la nature en ville - coefficient de biotope ou tout dispositif en tenant lieu - les projets d'aménagement commercial devront maintenir ou créer des aménagements paysagers de pleine terre représentant à minima 20% des surfaces non construites.

### **Orientations spécifiques relatifs au traitement des eaux pluviales**

Les projets d'aménagement commercial organisent le traitement alternatif des eaux pluviales sous forme d'aménagement de noues. Les bassins de rétention font l'objet d'un aménagement paysager de qualité (faibles pentes, paliers, plantations adaptées).

du format « boîte à chaussures »



à la diversité des volumétries architecturales

### **Améliorer la qualité architecturale des projets**

Tout projet de construction :

- s'insère harmonieusement dans le paysage et dans son environnement proche ou lointain, notamment lorsqu'il impose des volumétries verticales ou horizontales importantes. La réalisation de toiture-terrasse et/ou mur végétalisés est privilégiée pour atténuer les vues depuis les grands paysages : plateau de Gergovie, Coteaux d'agglomération... ;
- vise à limiter les impacts paysagers et environnementaux, en cherchant à gommer leur empreinte visuelle, notamment depuis les accès routiers ;
- recherche une architecture de qualité, en rupture avec la forme fonctionnaliste (« boîte à chaussures »). Dans le cadre de linéaires de façade importants, les ruptures volumétriques et/ou de matériaux sont privilégiées afin de limiter un effet masse ou monotone ;
- porte un soin particulier au choix des matériaux et aux dispositifs visuels de communication ou d'enseigne ;
- garantit un apport de lumière naturelle.

De façon générale, les opérateurs s'inscrivent dans des démarches de certification environnementale.

### **c) Les nuisances**

Tout projet d'équipement commercial :

- conçoit ses aménagements de manière à limiter les nuisances vis-à-vis des zones d'habitat proches, notamment en éloignant le plus possible les entrées/sorties poids lourds, ainsi que tout dispositif générateur de bruit (ventilations...).
- porte une attention particulière aux risques naturels, miniers ou autres, auxquels le site d'implantation peut être exposé. Il prévoit les mesures propres à assurer la sécurité des consommateurs.

### 1.3 En matière de protection des consommateurs

Conformément à l'article L752-6 du Code du Commerce, les projets veilleront à :

- l'accessibilité, en termes, notamment, de proximité de l'offre par rapport aux lieux de vie ;
- la contribution du projet à la revitalisation du tissu commercial, notamment par la modernisation des équipements commerciaux existants et la préservation des centres urbains ;
- la variété de l'offre proposée par le projet, notamment par le développement de concepts novateurs et la valorisation de filières de production locales ;

#### ➔ Le dispositif Action Coeur de Ville

En matière de revitalisation du tissu commercial dans les centralités, la ville de Riom a été sélectionnée par l'Etat, parmi 222 villes, dans le cadre du Plan « Action Coeur de ville ».

La ville de Riom ainsi que Riom Limagne et Volcans pourront bénéficier de financements pour réaliser des projets visant à revitaliser son centre-ville.

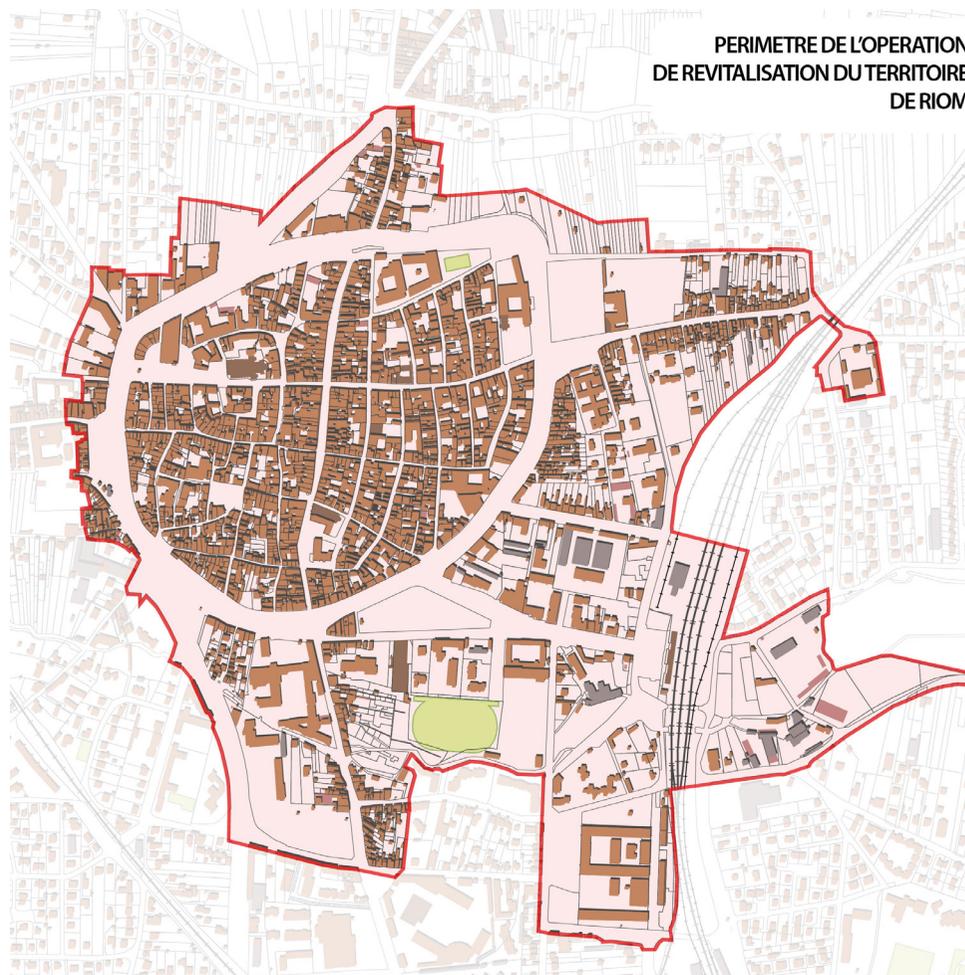
La convention « Action Coeur de ville » a été homologuée par l'Etat en convention « Opération de Revitalisation de Territoire (ORT) ».

Elle détermine notamment un périmètre opérationnel intégrant notamment le centre ville de Riom ainsi que le quartier de Gare et les faubourgs de la Bade et de Clermont.

Cette ORT vise, entre autres mesures, à favoriser l'attractivité commerciale du centre ville :

- en dispensant d'autorisation d'exploitation commerciale des projets de centre ville
- en rendant possible la suspension, au cas par cas, des projets commerciaux périphériques
- en renforçant les possibilités de maîtrise foncière, notamment en termes de droit de préemption.

Cette convention est signée pour 5 ans. Toutefois elle est amenée à évoluer, Riom Limagne et Volcans travaillant actuellement à l'extension de l'ORT à 5 centres bourgs de son territoire : Chatel-Guyon, Volvic, Enval, Mozac et Ménérol.



## Les conditions particulières d'implantation des équipements commerciaux

### 2.1 Droits d'exploitation commerciale

#### a) Définition des droits d'exploitation commerciale

Pour rappel, la localisation du développement commercial est privilégié dans les centralités locale, intermédiaire et métropolitaine.

**Dans les pôles périphériques locaux**, le développement commercial se limite aux besoins de modernisation des commerces.

**Dans les pôles périphériques, intermédiaire et métropolitain**, les droits d'exploitation commerciale sont encadrés dans les conditions déterminées ci-après.

Pôle de périphérie		Droits d'exploitation commerciale
Niveau	Nom	m <sup>2</sup> de surface de vente
Métropolitain	<b>Clermont-Sud Aubière</b>	enveloppe globale comprise entre 20 000 et 25 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	<b>Cournon Le Cendre</b>	
Métropolitain	<b>Les Gravanches</b>	enveloppe globale comprise entre 30 000 et 34 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	<b>Clermont-Nord</b>	
Intermédiaire	<b>Le Brézet</b>	enveloppe globale comprise entre 5 000 et 10 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	<b>Le Pontel</b>	
Intermédiaire	<b>Espace Mozac</b>	enveloppe globale comprise entre 0m <sup>2</sup> et 5 000m <sup>2</sup>
Intermédiaire	<b>Riom-Sud</b>	
local	<b>tous les pôles locaux</b>	0m <sup>2</sup>
total enveloppe à ne pas dépasser		<b>69 000m<sup>2</sup></b>

Ces droits d'exploitation commerciale sont exprimés en m<sup>2</sup> de surface de vente, à savoir :

La surface de plancher ouverte au public.

Ils sont définis pour chaque pôle périphérique intermédiaire et métropolitain, en renouvellement comme en extension, dans le tableau ci-avant et représentent une surface totale maximale de 69 000 m<sup>2</sup> de surface de vente.

Ils font l'objet d'un bilan trois ans après l'approbation du DAAC.

**Hors pôle**, le développement commercial est en principe interdit.

#### b) Gestion des droits d'exploitation commerciale

La Gestion des enveloppes de droits d'exploitation commerciale dans les pôles périphériques répond aux principes suivants :

➔ **En cas de création ou d'extension d'un magasin**, tout projet générateur de surface de vente de plus de 300m<sup>2</sup> vient en déduction des enveloppes de droits d'exploitation commerciale.

➔ **En cas de démolition / reconstruction, à surface identique**, les projets de démolition-reconstruction d'un commerce existant ne sont pas comptabilisés. Toute nouvelle surface supplémentaire est décomptée des enveloppes de droits d'exploitation commerciale.

➔ **En cas de transfert d'un magasin**, nécessitant l'obtention d'une autorisation en CDAC.

Le DAAC préconise de renoncer aux droits d'exploitation commerciale rattachés au site délaissé, pour s'orienter vers un aménagement mixte (habitat, bureau, service, équipement), en lien avec les objectifs définis dans le PLU(I). Les m<sup>2</sup> qui font l'objet du renoncement abondent alors l'enveloppe des droits d'exploitation commerciale du pôle commercial délaissé.

**Dans les secteurs en mutation**, les m<sup>2</sup> de surface de vente ne sont pas décomptés de l'enveloppe des droits d'exploitation commerciale, dès lors que la collectivité a validé un plan guide et / ou élaboré une OAP. Dans ce cas, le secteur est considéré comme une centralité où s'implante prioritairement le commerce de proximité.

**Des indicateurs sont mis en place pour assurer le suivi des enveloppes de droits d'exploitation commerciale.** Ceux-ci :

- sont provisoirement réduits lors de l'obtention d'une autorisation en CDAC
- sont définitivement déduits des enveloppes de chaque pôle, lorsque les surfaces sont réalisées ou en cours de réalisation ;
- sont réaffectés aux différentes enveloppes lorsque les projets sont abandonnés.

## 2.2 Principes de développement

Chaque pôle commercial de périphérie fait l'objet de règles spécifiques, propres à son niveau de rayonnement, sa configuration et ses problématiques d'aménagement.

Il fait également l'objet d'une fiche de synthèse :

- localisant les pôles et les secteurs définis au 1.1.a,
- rappelant les enjeux propres à chaque pôle.

### a) Dispositions concernant les pôles commerciaux de périphérie de niveau métropolitain : Clermont-Sud-Aubière (secteurs de La Pardieu, Ernest Cristal, Cap sud et le kilomètre lancé) et Pôle des Gravanches

Les pôles commerciaux périphériques de niveau métropolitain accueillent les surfaces commerciales dont les dimensionnements ne sont pas compatibles avec la proximité de l'habitat en raison de l'importance des surfaces concernées et des flux qu'elles génèrent.

Afin de limiter les effets de concurrence avec les centralités, seuls sont autorisés :

➡ **pour le PÔLE CLERMONT SUD AUBIERE**, les projets d'aménagement commercial d'une surface de vente supérieure à 2 000 m<sup>2</sup> et en leur sein des cellules commerciales de plus de 800 m<sup>2</sup>.

Toutefois, afin de limiter la vacance commerciale, il est permis de réaliser des cellules entre 300 et 800 m<sup>2</sup> au sein d'un bâtiment commercial fermé au public depuis au moins 3 ans qui fait l'objet d'un projet de réouverture, dans la limite de 10 % de la surface totale du bâtiment.

➡ **pour le PÔLE DES GRAVANCHES**, les projets d'aménagement commercial d'une surface de vente supérieure à 5 000 m<sup>2</sup> de surface de vente et en leur sein des cellules commerciales de plus de 1 000 m<sup>2</sup>.

Dans l'objectif de limiter la consommation foncière et de favoriser le commerce dans les centralités, le SCoT vise la restriction des possibilités d'extension de ces pôles et encourage leur recomposition sur eux-mêmes.

A cette fin, **seule l'extension du pôle commercial des Gravanches est autorisée** dans le cadre d'un aménagement d'ensemble **sur une emprise foncière maximale de 35 ha autour de la thématique « équipement de la maison, sport, loisir »**.

En outre, pour favoriser les processus de renouvellement urbain, **un bonus de 10% des surfaces de vente cumulées** peut être autorisée dans le cadre d'un processus de requalification engagé conjointement par plusieurs opérateurs sur un même site, dans le cadre d'un dialogue avec la collectivité, et ceci dans la limite d'un plafond de 5000 m<sup>2</sup>.

### b) Dispositions concernant les pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire : Le Brézet, Cournon-Le Cendre, le Pontel, Clermont-Nord, Espace Mozac, Riom sud

Les pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire accueillent les surfaces commerciales dont les dimensionnements ne sont pas compatibles avec la proximité de l'habitat en raison de l'importance des surfaces concernées et des flux qu'elles génèrent.

Afin de limiter les effets de concurrence avec les centralités, seuls sont autorisés les projets d'aménagement commercial d'une surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup> et en leur sein des cellules commerciales de plus de 500 m<sup>2</sup>.

Toutefois, afin de limiter la vacance commerciale, il est permis de réaliser des cellules entre 300 et 500 m<sup>2</sup> au sein d'un bâtiment commercial fermé au public depuis au moins 3 ans qui fait l'objet d'un projet de réouverture, dans la limite de 10 % de la surface totale du bâtiment.

Dans l'objectif de limiter la consommation foncière et de favoriser le commerce dans les centralités, le SCoT vise la restriction des possibilités d'extension de ces pôles et encourage leur recomposition sur eux-mêmes.

A cette fin, **seule l'extension du pôle commercial de Cournon-Le Cendre est autorisée sur une emprise foncière maximale de 12 ha dès lors qu'aucune solution n'a été trouvée dans le tissu urbain existant, au regard du projet de requalification en cours du pôle.**

En outre, pour favoriser les processus de renouvellement urbain, **un bonus de 10% des surfaces de vente cumulées** peut être autorisée dans le cadre d'un processus de requalification engagé conjointement par plusieurs opérateurs sur un même site, dans le cadre d'un dialogue avec la collectivité, et ceci dans la limite d'un plafond de 3 000 m<sup>2</sup>.

### c) Dispositions concernant les pôles commerciaux périphériques de rayonnement local

Les pôles commerciaux périphériques de rayonnement local correspondent le plus souvent à des petits pôles en entrée de ville ou à des commerces alimentaires isolés, dont le développement est encadré.

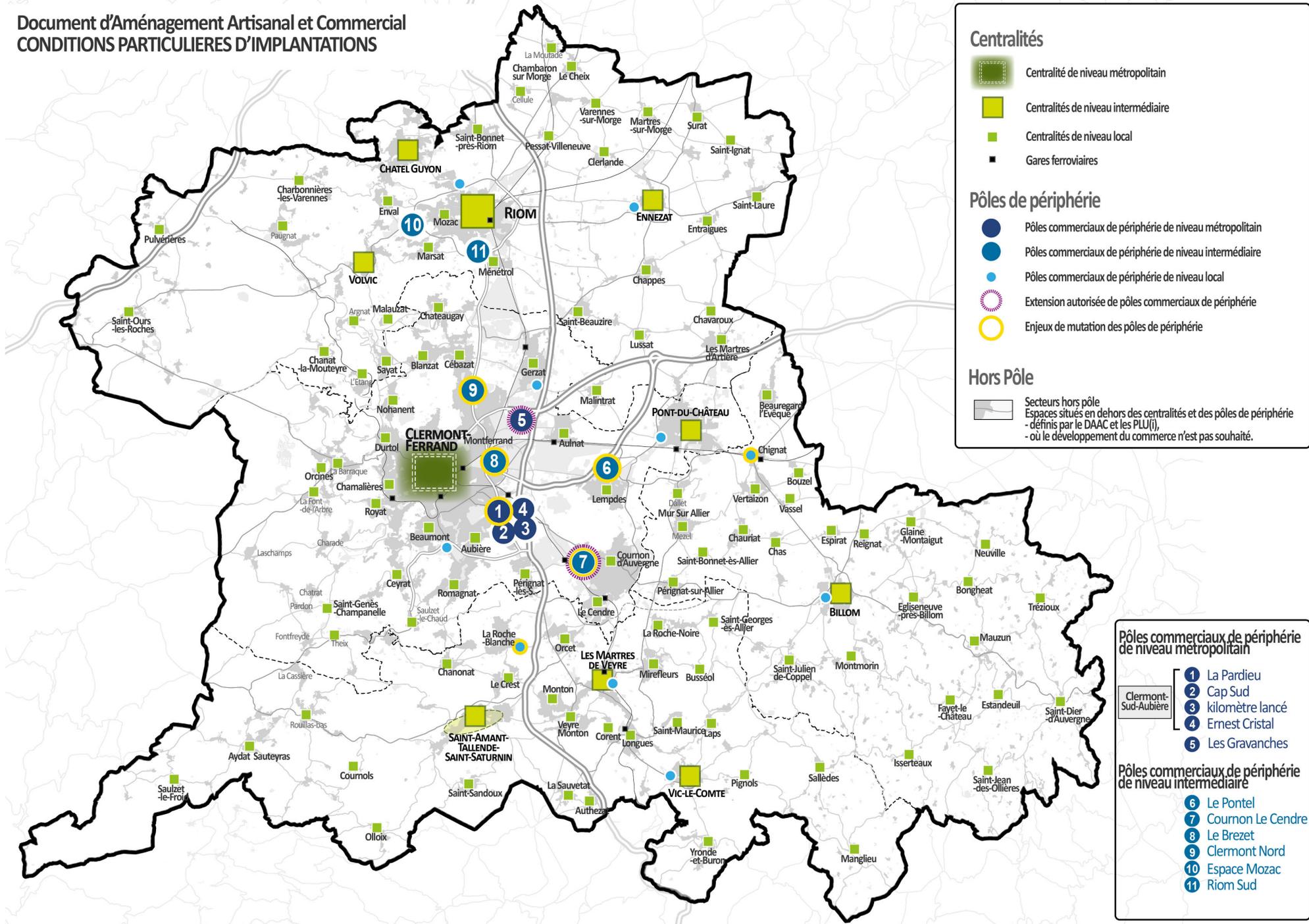
En vue de favoriser la modernisation des magasins et / ou la rénovation de leur bâtiment, notamment pour en améliorer l'efficacité énergétique ou l'intégration urbaine, une extension est autorisée à hauteur de 5% de la surface de vente, déterminée à compter de la date d'approbation de la modification intégrant le DAAC au SCoT.

### d) Dispositions hors pôles

Le développement commercial n'est pas souhaité en dehors des centralités et des pôles commerciaux.

Par principe, il est donc interdit.

Document d'Aménagement Artisanal et Commercial  
CONDITIONS PARTICULIÈRES D'IMPLANTATIONS



Centralités

- Centralité de niveau métropolitain
- Centralités de niveau intermédiaire
- Centralités de niveau local
- Gares ferroviaires

Pôles de périphérie

- Pôles commerciaux de périphérie de niveau métropolitain
- Pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire
- Pôles commerciaux de périphérie de niveau local
- Extension autorisée de pôles commerciaux de périphérie
- Enjeux de mutation des pôles de périphérie

Hors Pôle

- Secteurs hors pôle
- Espaces situés en dehors des centralités et des pôles de périphérie
- définis par le DAAC et les PLU(i),
- où le développement du commerce n'est pas souhaité.

Pôles commerciaux de périphérie de niveau métropolitain

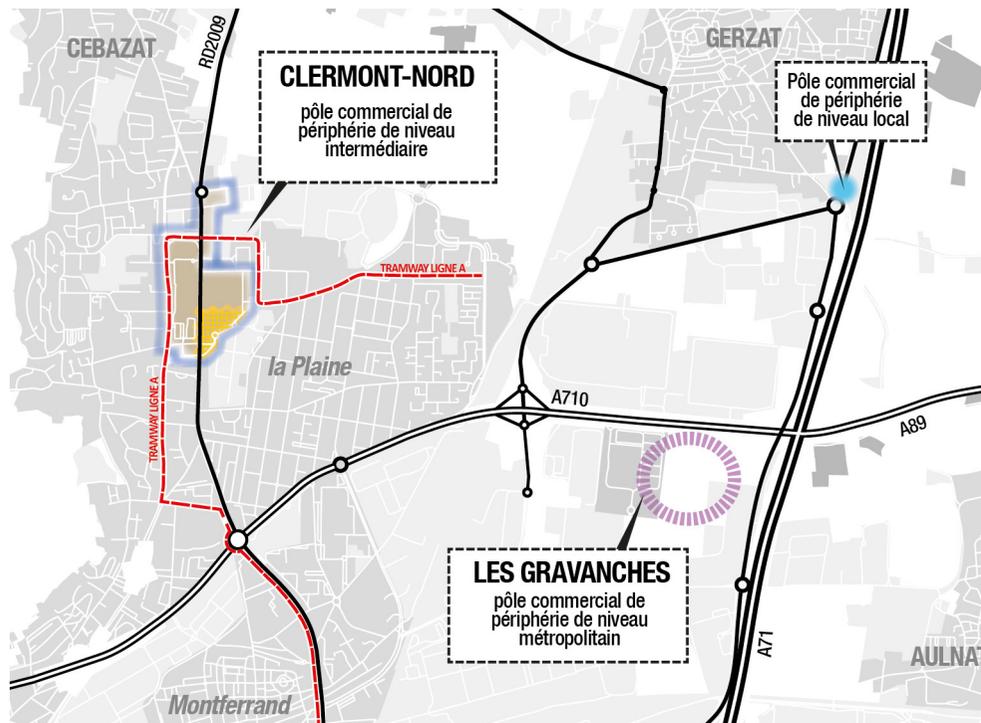
- 1 La Pardieu
- 2 Cap Sud
- 3 kilomètre lancé
- 4 Ernest Cristal
- 5 Les Gravanches

Pôles commerciaux de périphérie de niveau intermédiaire

- 6 Le Pontel
- 7 Courmon Le Cendre
- 8 Le Brezet
- 9 Clermont Nord
- 10 Espace Mozac
- 11 Riom Sud

## Fiches par pôle et synthèse

## FICHE 1 : GRAVANCHES - CLERMONT NORD

**Identification :**

**Pôle commercial de périphérie de niveau métropolitain des Gravanches**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire de Clermont-Nord**

**Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :**

**enveloppe globale de 30 000 à 34 000m<sup>2</sup> de surface de vente**

il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles.

**Enjeux :****Les Gravanches**

Le pôle des Gravanches fait l'objet d'un secteur de développement de l'offre commerciale en extension sur une superficie foncière maximale de 35ha\*.

Le DOG identifie la thématique «équipements de la maison» et «sports, loisirs» pour ce pôle commercial. Il doit également proposer une diversité programmatique afin d'éviter la création d'un quartier monofonctionnel.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 5000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 1000 m<sup>2</sup>.

Le PLU(i) définit, par l'intermédiaire d'une Orientation d'Aménagement et de Programmation, les principes retenus au regard des orientations énoncées au 1,1 et 1,2 du DAAC concernant la consommation économe de l'espace, les flux de transports, la qualité environnementale des projets, l'insertion paysagère et architecturale et les nuisances.

**Clermont-Nord**

Un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle est identifié le long de la Route Départementale 2009 afin de faire évoluer un urbanisme commercial ancien vers une typologie mixte.

De manière générale, le pôle commercial de Clermont-Nord est amené à se moderniser et à proposer un espace urbain diversifié, en lien avec la desserte par la ligne A du tramway.

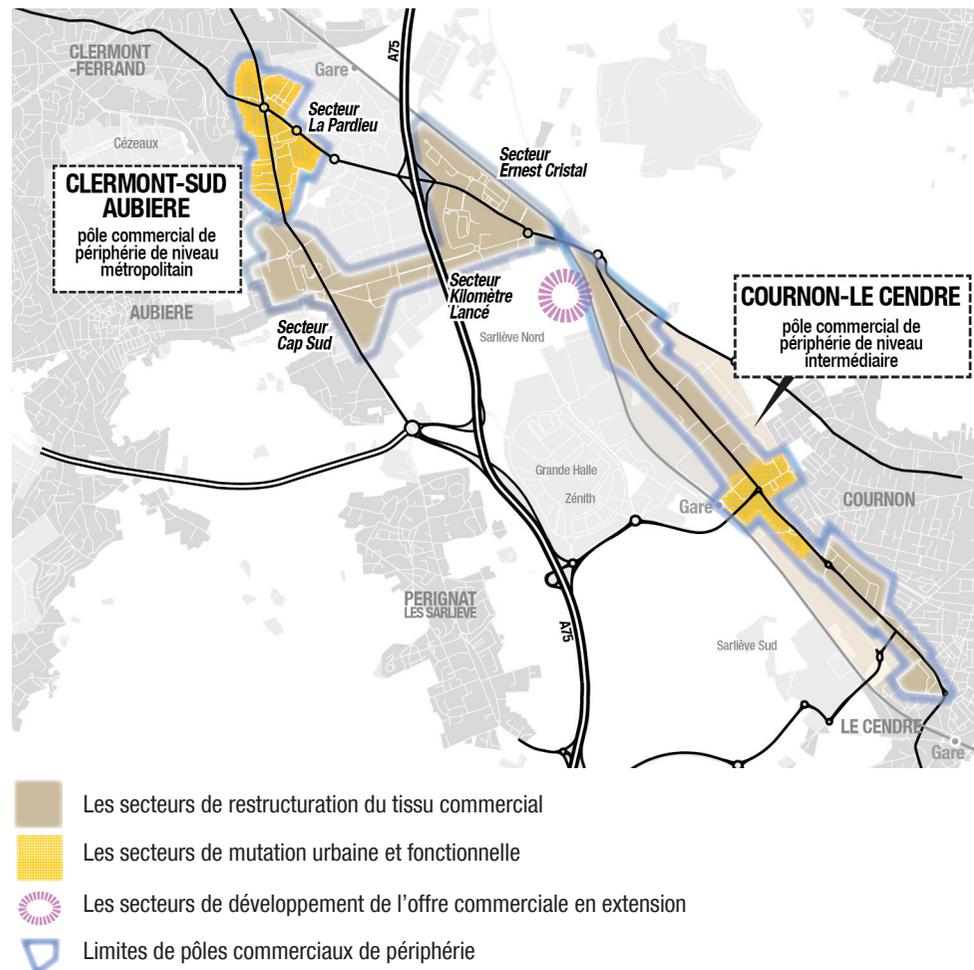
Le PLU(i) définit par l'intermédiaire d'une OAP les principes de mutation urbaine et fonctionnelle de ce secteur.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 500 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 3 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification

\*comprend les superficies aménagées depuis l'approbation du SCoT en 2011.

FICHE 2 : CLERMONT SUD AUBIERE - COURNON-LE CENDRE



**Identification :**

**Pôle commercial de périphérie de niveau métropolitain Clermont Sud Aubière**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire de Cournon - Le Cendré**

**Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :**

**enveloppe globale de 20 000 à 25 000m<sup>2</sup> de surface de vente**  
 il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles.

**Enjeux :**

**Clermont Sud Aubière**

Le secteur La Pardieu est classé en secteur de mutation urbaine et fonctionnelle. En effet, ce secteur autrefois en périphérie de la ville propose aujourd'hui toutes les caractéristiques des centralités : desserte par le tramway et la ligne C, diversité fonctionnelle (commerciale, étudiante, tertiaire, habitat...). Aussi, l'objectif est d'accompagner cette mutation pour favoriser l'émergence d'une vie urbaine plus intense. Le commerce de proximité y est privilégié.

Le PLU(i) définit par l'intermédiaire d'une OAP les principes de mutation urbaine et fonctionnelle de ce secteur. Les autres secteurs du pôle commercial peuvent également proposer une restructuration de leur tissu urbain, en favorisant le développement d'une mixité fonctionnelle en opérant un saut qualitatif sur le plan architectural et paysager et sur la renaturation des sites.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 2000m<sup>2</sup>, au sein desquelles les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 800 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 5 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification

**Cournon-Le Cendré**

Un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle est identifié dans lequel le commerce de proximité est privilégié, sous réserve d'une programmation mixte et d'une intensification urbaine, notamment autour de la Gare.

Il fait l'objet d'une étude de requalification par la Métropole afin :

- d'organiser la mixité économique et fonctionnelle du secteur,
- de redonner une cohérence et une lisibilité en retissant des liens entre la zone d'activité, la ville, la Grande Halle-Zénith et la gare, en requalifiant et hiérarchisant les voiries et les espaces publics
- en réinscrivant la zone d'activités dans son environnement paysager et naturel, en traitant notamment les ouvertures vers le grand paysage et les interfaces avec les espaces agricoles, en améliorant les fonctionnalités écologiques.

Sur les autres secteurs de la zone de Cournon, la restructuration du tissu urbain doit avoir pour objectif de retrouver une meilleure organisation et lisibilité de la zone.

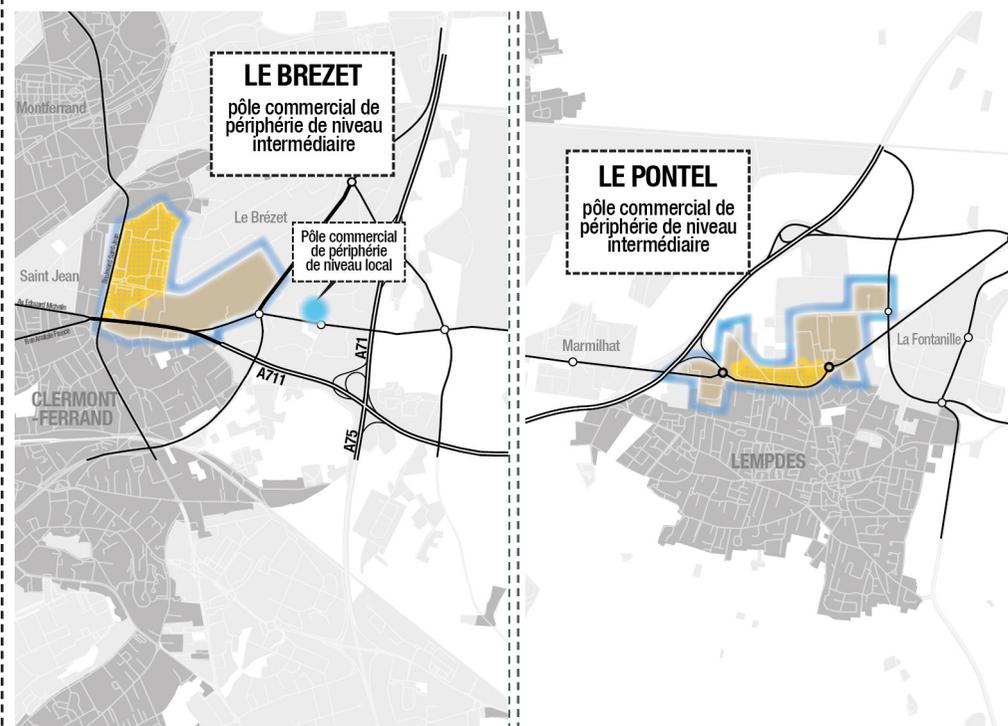
Le pôle commercial de Cournon fait l'objet d'un secteur de développement de l'offre commerciale en extension sur une superficie foncière maximale de 12ha. Il doit s'inscrire dans une démarche globale en cohérence avec la requalification de la zone existante et le Plan de Paysage de l'entrée Sud de l'agglomération.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 500 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 3 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification

Le PLU(i) définit, par l'intermédiaire d'une Orientation d'Aménagement et de Programmation, les principes retenus au regard des orientations énoncées au 1,1 et 1,2 du DAAC concernant la consommation économe de l'espace, les flux de transports, la qualité environnementale des projets, l'insertion paysagère et architecturale et les nuisances.

## FICHE 3 : LE BREZET - LE PONTEL



-  Les secteurs de restructuration du tissu commercial
-  Les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle
-  Les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension
-  Limites de pôles commerciaux de périphérie

**Identification :**

**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire du Brezet**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire du Pontel**

**Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :**

**enveloppe globale de 5 000 à 10 000m<sup>2</sup> de surface de vente**  
 il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles.

**Enjeux :****Le Brezet**

Le pôle du Brezet fait l'objet pour partie d'un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle. Le secteur du Brezet est identifié comme un élément majeur de la stratégie de développement et de renouvellement urbain de la ville de Clermont-Ferrand. Au contact du Boulevard Saint Jean, le centre commercial est au coeur d'un secteur stratégique qui devrait accueillir à terme un transport en commun en site propre, un nouveau lycée et un nouveau quartier d'habitat. Afin d'accompagner ce renouveau, la zone commerciale est appelée à évoluer vers davantage de mixité fonctionnelle et à proposer des typologies plus urbaines et diversifiées. Le commerce de proximité y est privilégié afin de devenir une centralité.

Sur les secteurs périphériques du pôle, la modernisation de l'offre doit s'accompagner d'une diversification urbaine en facilitant notamment le développement de la trame viaire participant ainsi à mailler et décloisonner le quartier. Les projets doivent également contribuer à réintroduire la nature (trame verte et bleue) dans un secteur industriel en pleine évolution.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 500 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 3 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification.

**Le Pontel**

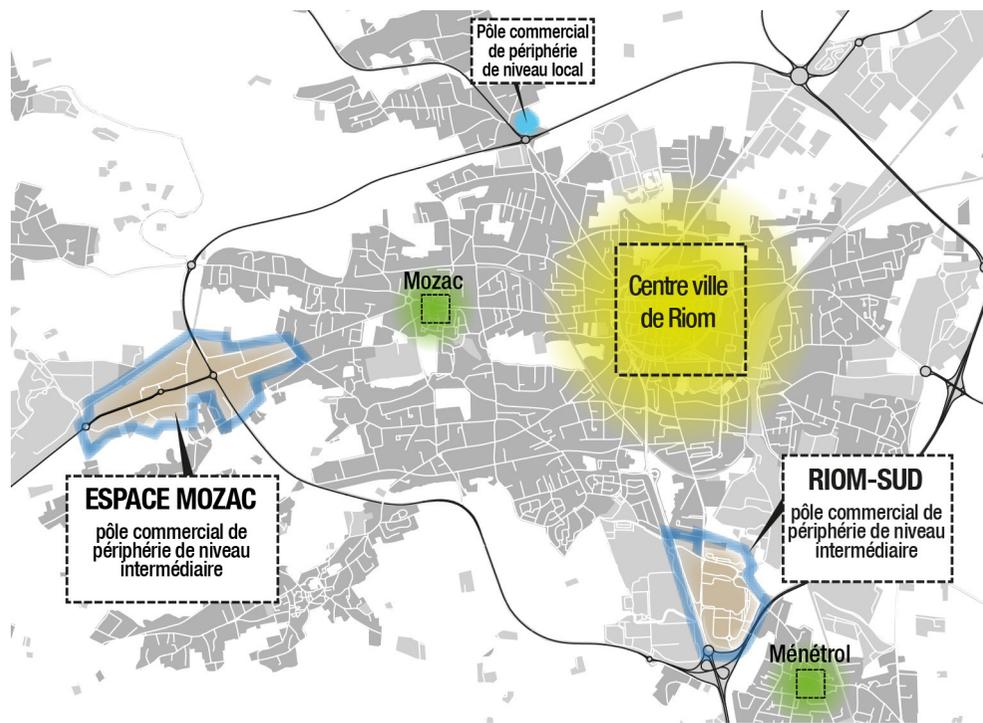
Un secteur de mutation urbaine et fonctionnelle est identifié le long l'ancienne route nationale afin de faire évoluer un urbanisme commercial ancien vers une typologie mixte, une requalification paysagère et architecturale afin de favoriser son intégration dans le tissu urbain de Lempdes. Il doit permettre de créer une couture urbaine entre le centre ville, la piscine et le centre commercial, dans une logique de diversification des activités tertiaires (commerces/services/bureaux).

Sur les autres secteurs du pôle commercial, l'enjeu réside dans la modernisation de l'offre et la diversification fonctionnelle.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 500 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 3 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification.

FICHE 4 : AGGLOMERATION RIOMOISE - ESPACE MOZAC - RIOM-SUD



-  Les secteurs de restructuration du tissu commercial
-  Les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle
-  Les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension
-  Limites de pôles commerciaux de périphérie

**Identification :**

**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire d'Espace Mozac**  
**Pôle commercial de périphérie de niveau intermédiaire de Riom Sud**

**Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :**

**enveloppe globale de 0m<sup>2</sup> à 5000m<sup>2</sup> de surface de vente**

il s'agit d'une enveloppe commune aux deux pôles, utilisable dans le cadre de projets de réaménagement ou de restructuration du tissu commercial, élaborés dans un dialogue ouvert avec la collectivité.

**Enjeux :**

**Espace Mozac**

Le pôle commercial d'Espace Mozac a connu une restructuration de l'offre et un développement de son attractivité ayant pour conséquence un étalement de la partie «commerce», sur les secteurs en second rideau, à vocation d'accueil d'activité artisanale du secteur du bâtiment notamment. Cet accroissement des mètres carrés commerciaux a entraîné une saturation de la circulation automobile.

Les efforts de modernisation de l'offre doivent être poursuivis notamment dans le sens de la mutualisation des espaces, afin de recréer des ensembles commerciaux plus homogènes et moins cloisonnés, avec un stationnement mutualisé et une réintroduction de la nature en ville. Les secteurs industriels ou du BTP doivent être maintenus afin d'éviter l'étalement de l'offre commerciale ou servitielle sur toute la zone. Les transferts, réaménagement et restructuration de l'offre commerciale, permettant une réorganisation fonctionnelle de la zone (notamment en termes d'accessibilité et de sécurité), sont autorisés dans le cadre d'un dialogue ouvert et partagé avec la collectivité.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 500 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 3 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification

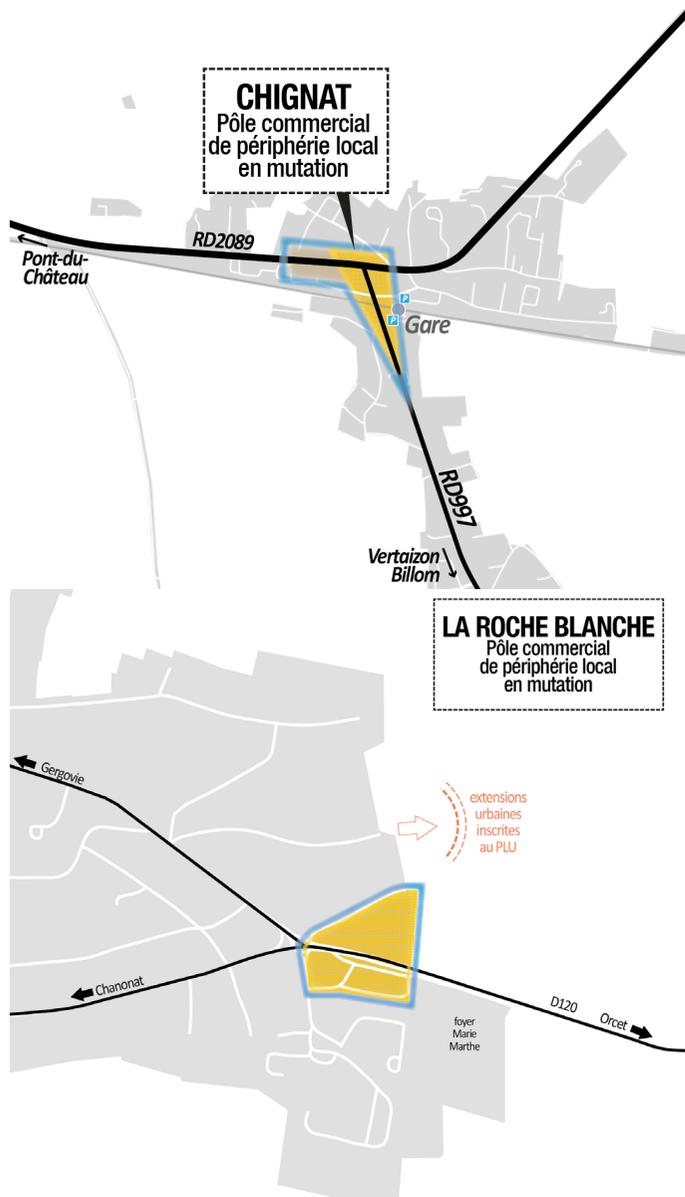
**Riom-Sud**

La zone commerciale Riom-Sud a connu une importante restructuration de l'offre dans une période récente permettant d'asseoir son rayonnement. Un travail d'intégration paysagère et architecturale doit être mené afin de qualifier l'entrée de ville de Riom et de Ménétrol mais aussi les abords de la rocade.

**Seuils :** surface de vente supérieure à 1000m<sup>2</sup>, au sein desquels les cellules commerciales ne peuvent être inférieures à 500 m<sup>2</sup>.

**Bonus :** 10 % des surfaces de vente cumulées, dans une limite plafonnée à 3 000 m<sup>2</sup> dès lors que plusieurs opérateurs s'engagent dans un processus conjoint de requalification

## FICHE 5 : POLES COMMERCIAUX DE PERIPHERIE DE NIVEAU LOCAL EN MUTATION



### Identification :

**Pôle commercial de périphérie de niveau local de Chignat**

**Pôle commercial de périphérie de niveau local de La Roche-Blanche**

### Enveloppe de droits d'exploitation commerciale :

**enveloppe globale de 0m<sup>2</sup> de surface de vente**

### Enjeux :

Ces deux pôles commerciaux correspondent à des îlots commerciaux ayant profité de leur situation aux abords d'axes de transit automobile. Aujourd'hui, « rattrapés par la ville », ils peuvent faire l'objet d'un processus de mutation avec la réalisation d'opérations urbaines associant commerces, services, équipements, transports publics, logements..., dans une approche de circulation apaisée et de mobilité douce, de réintroduction de la nature en ville...

Ces secteurs ont vocation à devenir des centralités et donc à y accueillir prioritairement du commerce de proximité, avec la nécessité pour la collectivité de se doter/ou de valider au préalable un plan guide et/ou une Opération d'Aménagement et de Programmation, respectant les principes exposés dans le DOG. Dans ce cadre des projets de modernisation du tissu commercial existant est autorisé.

Concernant le pôle de Chignat, les projets comportant du commerce doivent être pensés en complémentarité avec l'offre existante du bourg de Vertaizon, afin de renforcer l'offre commerciale de proximité en évitant l'implantation d'offre concurrente ou de transfert d'activités du bourg vers le bas du village.

-  Les secteurs de restructuration du tissu commercial
-  Les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle
-  Les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension
-  Limites de pôles commerciaux de périphérie

Pôle commercial			Droits d'exploitation commerciale (en surface de vente)	Dispositions spécifiques aux pôles périphériques				
Type	Niveau	Nom du pôle		Seuils minimal décréation de surface de vente		Bonus Processus commun de renouvellement urbain <sup>1</sup> et besoins de modernisation <sup>2</sup>	Principes d'aménagement Secteurs à enjeux <sup>3</sup>	
			par projet	par cellule commerciale				
centralité	métropolitain, intermédiaire, local	centres villes de Clermont, Riom, Pôles de vie, centres-bourgs	illimité					
Périphérie	métropolitain	<b>Clermont-Sud-Aubière</b> <i>Cap Sud</i> <i>La Pardieu</i> <i>Kilomètre lancé</i> <i>Ernest Cristal</i>	enveloppe comprise entre 20 000m <sup>2</sup> à 25 000m <sup>2</sup>	2 000m <sup>2</sup>	800 m <sup>2</sup>	+ 10% /max 5000m <sup>2</sup>		
	intermédiaire	<b>Cournon- Le Cendre</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>		12
	métropolitain	<b>Les Gravanches</b>	enveloppe comprise entre 30 000 à 34 000m <sup>2</sup>	5 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	+ 10% /max 5000m <sup>2</sup>		35
	intermédiaire	<b>Clermont-Nord</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>		
	intermédiaire	<b>Le Brézet</b>	enveloppe comprise entre 5 000m <sup>2</sup> à 10 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>		
	intermédiaire	<b>Le Pontel</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>		
	intermédiaire	<b>Riom-Sud</b>	enveloppe comprise entre 0m <sup>2</sup> à 5 000m <sup>2</sup>	1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>		
	intermédiaire	<b>Espace Mozac</b>		1 000m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	+ 10% /max 3000m <sup>2</sup>		
	local	<b>petits pôles périphériques, commerces alimentaires isolés,...</b>	0m <sup>2</sup>	x	x	extension de 5% des Surfaces de Vente		x

Les secteurs de restructuration de tissu commercial

Les secteurs de mutation urbaine et fonctionnelle

Les secteurs de développement de l'offre commerciale en extension (ha de foncier autorisés)

1 conformément au 2.2.b  
2 conformément au 2.2.c  
3 conformément au 1.1.a

## Lexique et définitions

### Cellule Commerciale

Espace composé de surfaces de vente, alloué à une enseigne/franchise/ entreprise identifiable par un seul numéro SIRET, en vue d'y pratiquer une activité commerciale ou artisanale. Cet espace peut être : clos ou non, couvert ou non, indépendant d'une autre cellule ou inscrit à l'intérieur d'une autre cellule

### Centralité

De manière générale, la centralité est la propriété conférée à une ville ou un secteur urbain d'offrir des biens et des services à une population, de combiner activités économiques, fonctions administratives, pratiques sociales... Son pouvoir d'attractivité est donc dépendant à la fois de l'efficacité et de la complétude de son offre et de son accessibilité (population proche ou réseau de communication efficace).

### Commerces de détail et artisanat

Au sens du Code de l'Urbanisme, la sous-destination « commerce de détail et artisanat » recouvre les constructions commerciales destinées à la présentation et vente de bien directe à une clientèle ainsi que les constructions artisanales destinées principalement à la vente de biens ou services.

La notion d'artisanat se distingue ici des activités artisanales liées à la construction ou à la réparation pouvant générer des nuisances qui sont couvertes par la sous-destination « industrie ».

*Cf : Arrêté du 10 novembre 2016 définissant les destinations et sous-destinations de constructions*

### Multiple rural

Un multiple rural est une entreprise assurant simultanément plusieurs activités commerciales ou prestations de services non viables séparément, du fait notamment du faible rayon de chalandise, mais dont la combinaison permet d'engendrer de l'attractivité et suffisamment de chiffre d'affaires pour assurer une viabilité économique. Les multiples ruraux revêtent une fonction d'aménagement d'un territoire rural en permettant un approvisionnement des personnes peu mobiles, le maintien de lien social et le confortement des centralités locales.

#### exemple d'activités :

commerce d'alimentation générale, dépôt de pain, bureau de tabac, point presse, carterie, développement de photos, dépôt de gaz..., prestations de services postaux et bancaires en relation avec des établissements spécialisés, bar, restaurant.

### Pôle commercial périphérique

Le pôle commercial périphérique est une centralité spécialisée, voire monofonctionnelle, qui engendre une attractivité commerciale (zone de chalandise) en tirant parti avant tout de sa facilité d'accès (noeud routier par exemple), au détriment de sa proximité ou de sa complémentarité avec les autres activités présentes ou l'habitat.

### Surface de vente

Espace exprimé en m<sup>2</sup> couvert ou non couvert :

- affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats,
- affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement,
- affecté à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburants).

Ne sont pas compris : les réserves, les cours, les entrepôts, ainsi que toutes les zones inaccessibles au public, les parkings, etc.

Sont exclues les surfaces correspondant à des formes de vente non sédentaires, en stand ou par correspondance.

le Grand Clermont  
phénomène actif