

CHARTRE DIRECTRICE D'AMENAGEMENT COMMERCIAL

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU MURETAIN

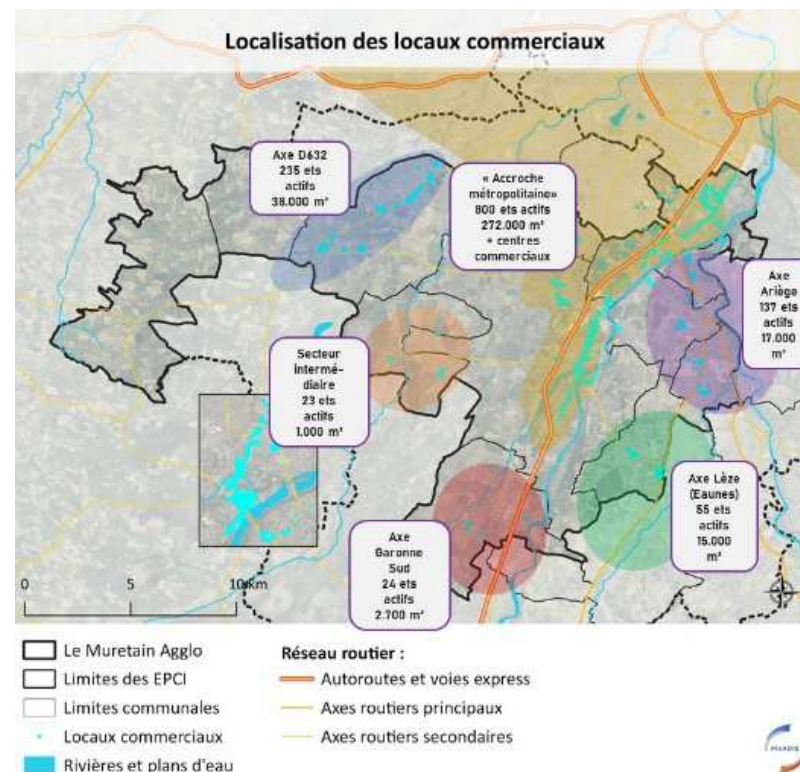
1. CARACTERISTIQUES COMMERCIALES DE LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU MURETAIN

La Communauté d'Agglomération du Muretain présente, du point de vue commercial, une double spécificité :

- elle accueille 2 sites commerciaux majeurs de rayonnement sur Portet sur Garonne et sur Roques, s'inscrivant dans l'armature commerciale de la métropole toulousaine.
- elle dispose d'une structuration commerciale aux échelles communales, de niveaux divers en fonction du poids démographiques, mais toujours dynamique avec des potentiels significatifs de confortement des centralités.

Les chiffres clefs montrent l'importance de l'activité commerciale de détail au sens large (y compris hôtellerie restauration) sur le territoire avec :

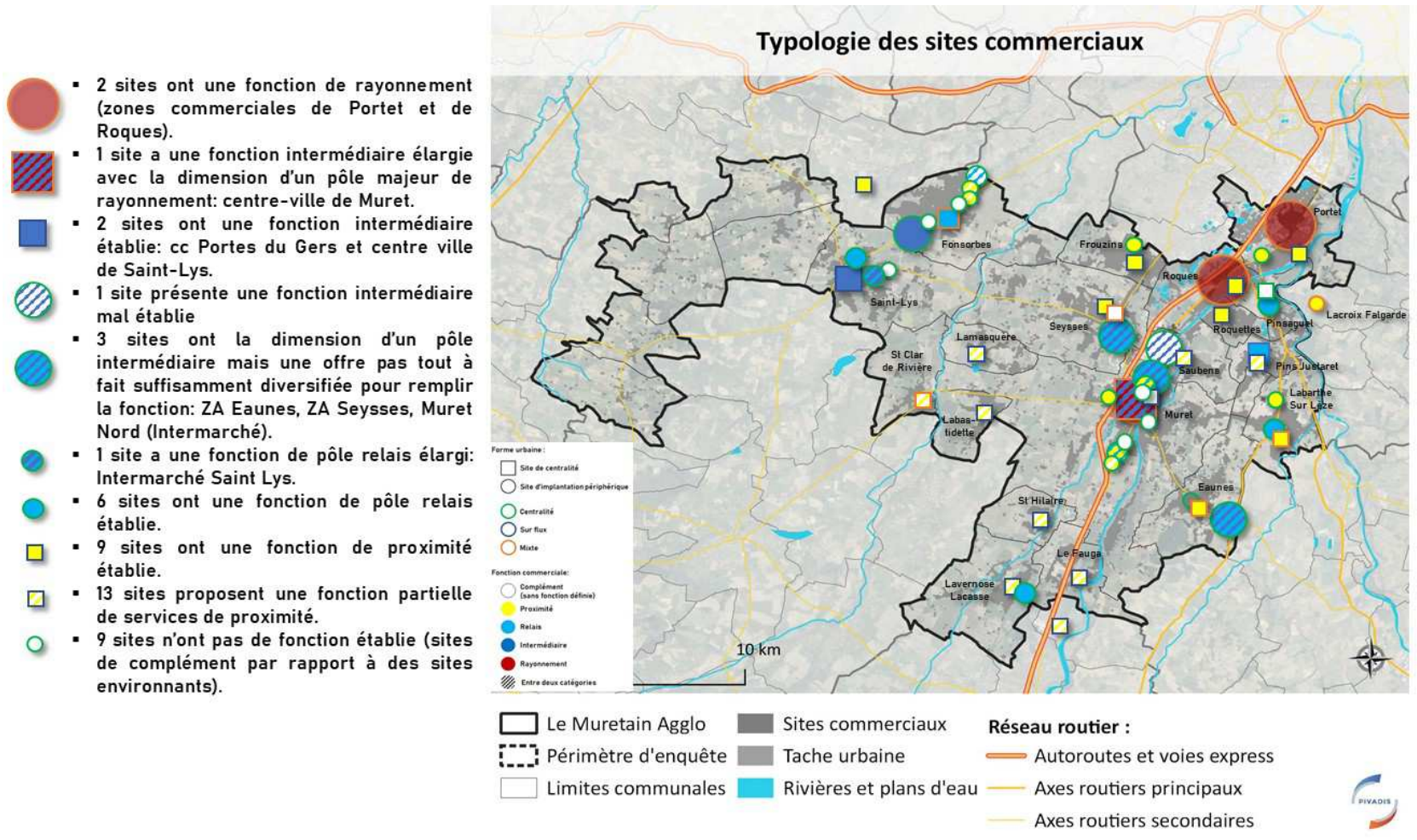
- 1.415 commerces et services actifs,
- 130.000 m² de surfaces de vente cumulées de commerces et services hors centres-commerciaux, auxquels s'ajoutent 110.000 m² de surface GLA (surface louée incluant les réserves) pour les 2 grands centres commerciaux,
- 72.000 m² de grandes et moyennes surfaces alimentaires (24 supermarchés et hypermarchés)
- 200.000 m² de grandes et moyennes surfaces spécialisées (192 ets)
- 8.250 emplois salariés privés¹ (1.025 employeurs), soit 31% de l'emploi salarié privé total du territoire (source URSSAF 2020), en progression de 8,8% dans les 10 dernières années.



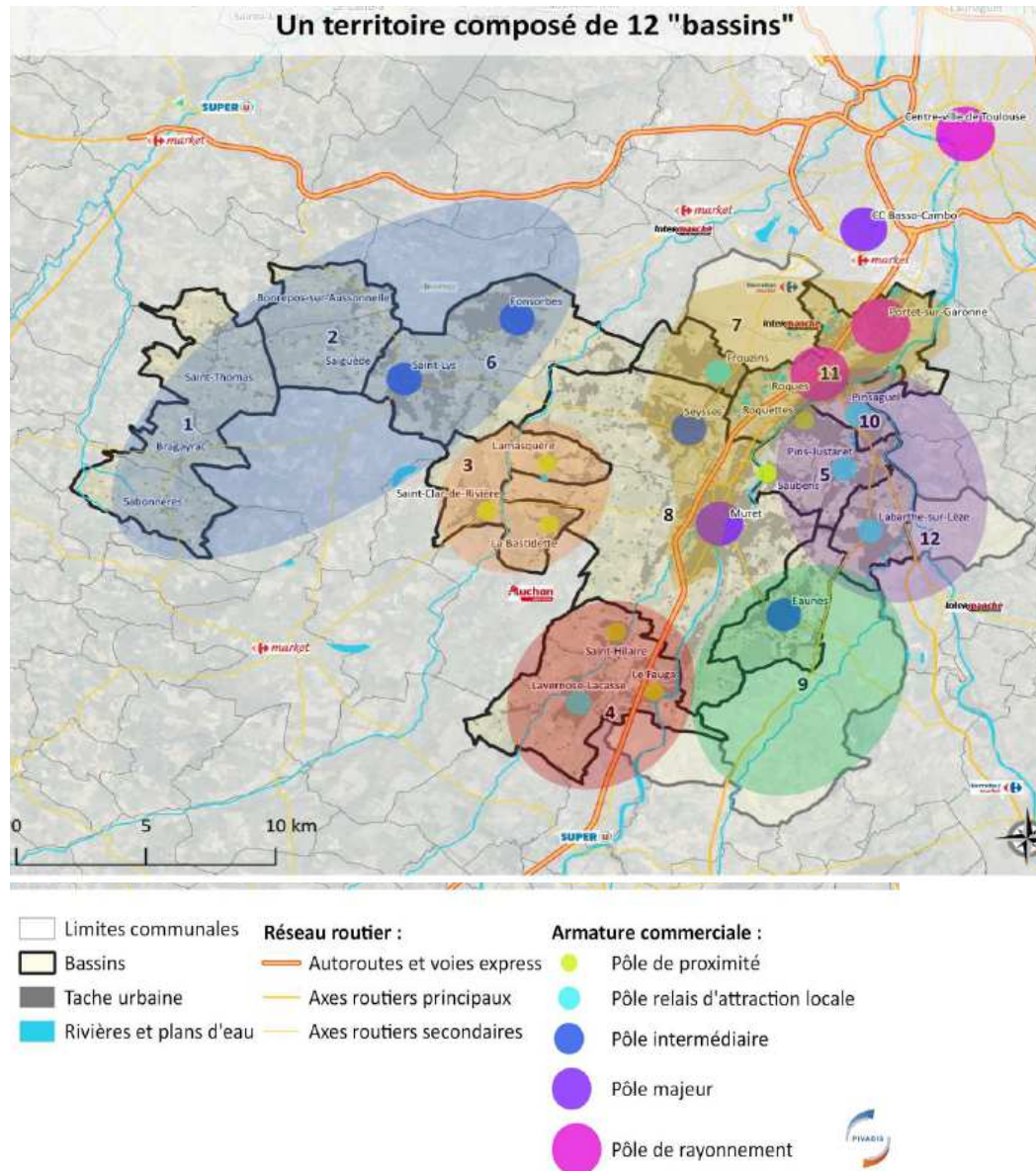
¹ S'y ajoutent 1.050 emplois salariés privés dans le commerce de gros, pour

L'importance des flux pendulaires liés au territoire ou au passage sur le territoire exacerbe les tendances des acteurs économiques à vouloir se positionner sur ces flux, plutôt que sur les centralités. Or, les centralités, déjà constituées, bien que dynamiques, restent fragiles face d'éventuels déplacements ou renforcement d'offres « périphériques » situées sur les principaux axes routiers, d'autant qu'un quart des commerces et services actifs sont potentiellement mis en difficulté par la crise sanitaire (chiffre à mi 2021).

L'armature commerciale actuelle du territoire se structure autour de 47 sites, dont des sites se situent un peu entre deux niveaux, montrant l'importance de la structuration de la démarche de développement commercial au regard des potentiels apportés par le développement démographique.



2. UN TERRITOIRE COMPOSE DE 6 GRANDES ZONES GEOGRAPHIQUES MAIS SUBDIVISES EN 12 BASSINS AUX ENJEUX DIFFERENCIES



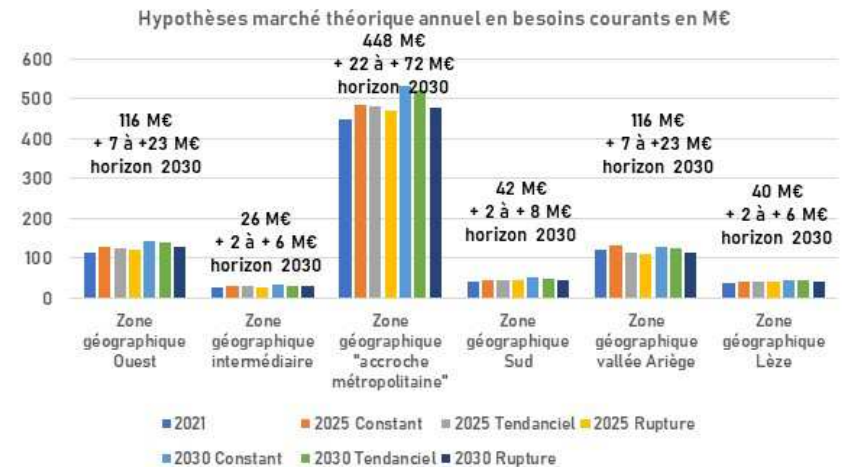
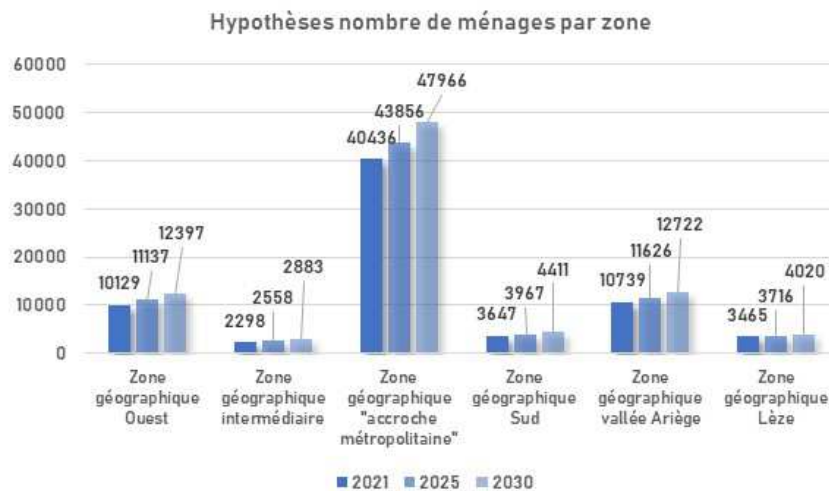
Les bassins :

- Sabonnère-Bragayrac- Saint Thomas- Empeaux
- Bonrepos sur Aussonnelle – Saiguède
- Fonsorbes -Saint Lys
- Saint Clar de Rivière- Lamasquère- Labastidette
- Saint Hilaire - Le Fauga- Lavernose- Lacasse
- Eaunes et vallée de la Lèze (dépassé les limites territoriales)
- Labarthe s/Lèze–Clermont Le Fort (dépassé les limites territoriales)
- Pins Justaret- Villate- Saubens- Roquettes
- Pinsaguel
- Portet s/Garonne - Roques
- Frouzins- Villeneuve tolosane- Cugnaux (dépassé les limites territoriales)
- Muret - Seysses

3. CROISSANCE POTENTIELLE DU MARCHÉ AU REGARD DES PREVISIONS DE DEVELOPPEMENT DEMOGRAPHIQUE

Sur la base des objectifs du PLH, prolongés à l'horizon 2030, le schéma d'aménagement commercial à chiffrer les potentiels de croissance des capacités de dépenses des habitants actuels et futurs du territoire.

Cette capacité de croissance dépend néanmoins aussi de l'évolution des pratiques de dépenses, ce qui implique une fourchette assez large de croissance. Cette fourchette, qui s'entend hors inflation, met également en avant la forte dépendance envers le désir de consommer et la manière de consommer. Ces dépenses ne se dirigeront en effet pas uniquement vers le commerce physique, mais aussi vers toutes les formes de commerces et des services, de plus en plus diversifiées, dont le e-commerce, les circuits courts ou les achats d'occasion.



4. ORIENTATIONS ISSUES DU TRAVAIL SUR LE SCHEMA D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU MURETAIN

Le schéma d'aménagement commercial a débouché sur 8 orientations principales pour l'aménagement commercial du territoire du Muretain à l'horizon 2030 :

- **Conforter les sites de centralités dans leurs fonctions commerciales,**
- **Contribuer à la réinvention de l'organisation et du fonctionnement des sites de rayonnement,**
- **Maîtriser le développement et accompagner l'évolution des sites d'implantation « périphériques »,**
- **Accompagner les commerçants dans le développement des services à la population, en particulier pour la desserte des communes non pourvues en commerces sédentaires,**
- **Limiter le développement commercial dans les zones d'activités économiques, non fléchées en sites commerciaux,**
- **Eviter les implantations commerciales dispersées au sein des enveloppes urbaines,**
- **Exclure la création de nouveaux sites commerciaux au-delà des sites identifiés dans l'armature commerciale future,**
- **Exclure l'implantation de commerces isolés positionnés sur les flux hors sites identifiés.**

Orientation proposée:	Cadrage:	Outils d'application:
CONFORTER LES SITES DE CENTRALITE DANS LEURS FONCTIONS COMMERCIALES	Priorisation de la pérennisation / confortement des centralités, avec la création, lorsque le potentiel est avéré, de nouveaux locaux commerciaux en continuité de l'existant.	Cadrage de l'aménagement commercial (défensif: PLU(i), Charte) Aménagement de l'espace Intervention sur l'immobilier Promotion / commercialisation Soutien aux commerçants Animation
CONTRIBUER A LA REINVENTION DE L'ORGANISATION ET DU FONCTIONNEMENT DES SITES DE RAYONNEMENT	L'appareil commercial des 2 sites de rayonnement du territoire est surdimensionné par rapport aux mutations des pratiques et attentes.	Urbanisme réglementaire (OAP) Foncier Aménagement de l'espace
MAITRISER LE DEVELOPPEMENT & ACCOMPAGNER L'EVOLUTION DES SITES D'IMPLANTATION « PERIPHERIQUES »	Accompagner la modernisation / restructuration, le cas échéant pour renforcer l'interaction avec les centralités proches.	Urbanisme réglementaire (PLU(i)) Décisions en CDAC (à partir de 1.000 ou 300 m ²) Aménagement de l'espace Soutien aux commerçants
ACCOMPAGNER LES COMMERCANTS DANS LE DEVELOPPEMENT DES SERVICES A LA POPULATION	Développement des services à la population dans les communes non ou peu dotées en commerce.	Marquage de lieux d'accueil de commerces et services itinérants dans les communes non ou peu dotées en commerce.
LIMITER LE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DANS LES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES	Une zone d'activité économique n'a pas vocation à accueillir une offre commerciale, sauf à être clairement et historiquement identifié « commerce ».	Maîtrise foncière (EPCI) Urbanisme réglementaire (PLU(i)) Décisions en CDAC (à partir de 1.000 ou 300 m ²)
EVITER LES IMPLANTATIONS COMMERCIALES DISPERSEES AU SEIN DES ENVELOPPES URBAINES	Conditions d'implantation à définir dès le 1 ^{er} m ² , nécessitant une contrainte dans le PLU(i).	Urbanisme réglementaire (PLU(i)) Décisions en CDAC (à partir de 1.000 ou 300 m ²)
EXCLURE LA CREATION DE NOUVEAUX SITES COMMERCIAUX AU DELA DES SITES IDENTIFIES DANS L'ARMATURE COMMERCIALE FUTURE	Pas de création ex-nihilo. Possibilités de transferts / recréation à condition de générer un projet de reconversion en habitat.	Urbanisme réglementaire (PLU(i)) Décisions en CDAC (à partir de 1.000 ou 300 m ²)
EXCLURE L'IMPLANTATION DE COMMERCES ISOLES POSITIONNE SUR LES FLUX HORS SITES IDENTIFIES	Orientation dès le 1 ^{er} m ² , nécessitant une contrainte dans le PLU(i).	Urbanisme réglementaire (PLU(i))

i: offre commerciale au sens strict (hors activités automobiles, commerces de gros, show rooms, restauration, hôtellerie)

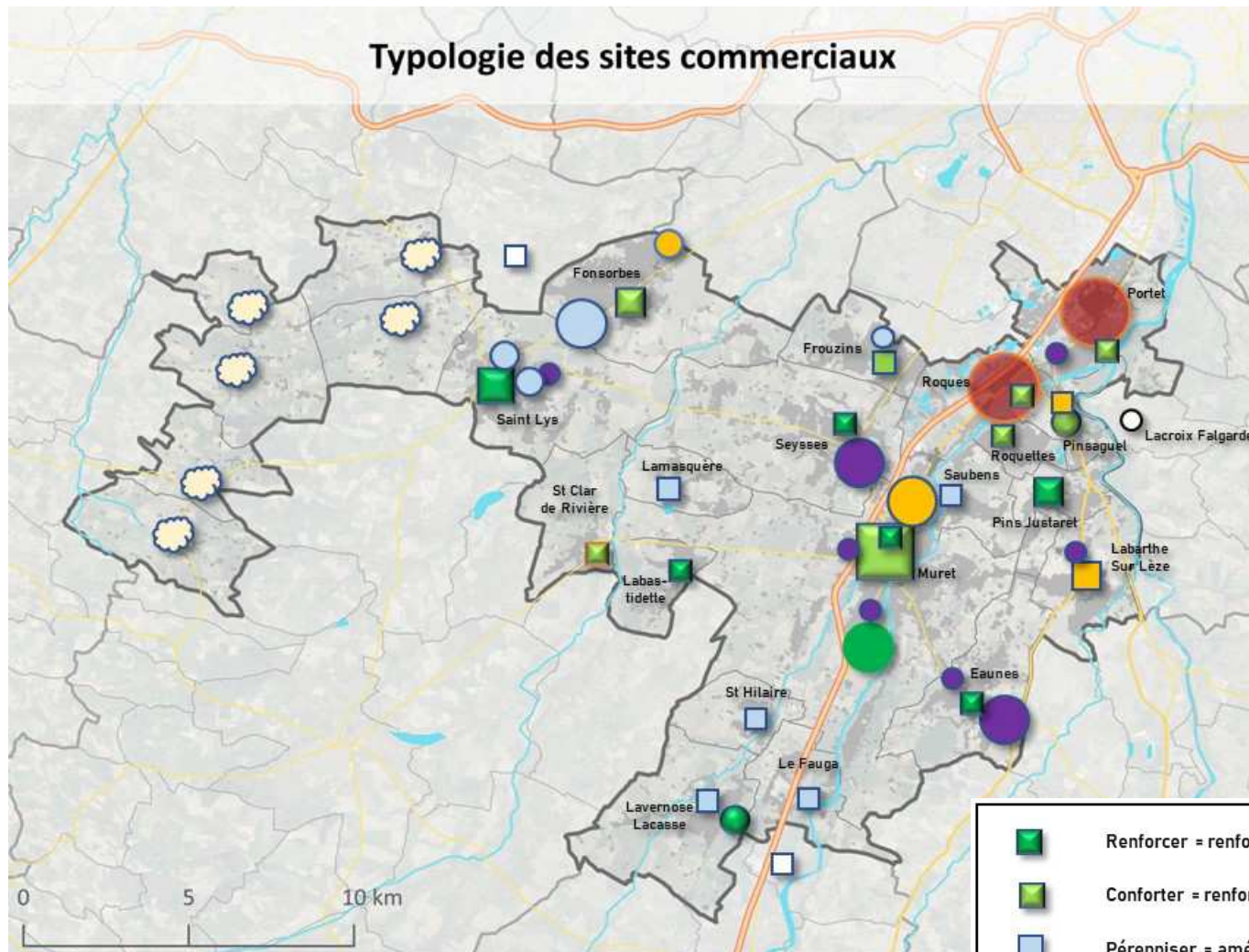
5. TRADUCTION SPATIALE DES ORIENTATIONS DU SCHEMA D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU MURETAIN








Le schéma d'aménagement commercial classe en 7 catégories les sites commerciaux existants ou potentiels² sur le territoire :

- Les sites **à renforcer** sont les sites sur lesquels un renforcement quantitatif et qualitatif est attendu pour répondre aux enjeux de réponse aux besoins des habitants actuels et futurs.
- Les sites **à conforter** sont des sites de centralité constitués pour lesquels l'apport d'activités complémentaires est nécessaire à l'atteinte d'un niveau de services optimum pour la population future.
- Les sites **à pérenniser** ne sont pas prioritaires pour le développement de nouvelles offres commerciales, mais pour lesquels une veille sur le maintien de l'offre existante est souhaitable.
- Les sites **à restructurer** sont des sites qui s'inscrivent dans une évolution urbaine engagée ou souhaitable, évolution intégrant des mutations potentielles du tissu commercial existant et des compléments d'offres commerciales à promouvoir.
- Les sites **à réinventer** : il s'agit d'engager une démarche de réflexion et d'actions avec les acteurs économiques sur les 2 grands sites commerciaux de rayonnement, en imaginant un renouvellement urbain progressif de ces vastes espaces.
- Les sites **à freiner** sont des sites qui fonctionnent essentiellement sur les flux. L'objectif est de limiter le développement de grandes et moyennes surfaces au-delà des extensions déjà engagées.
- Sur l'Ouest du territoire, l'absence d'offres commerciales sédentaires est liée à un potentiel insuffisant d'habitants. Pour autant, il convient de ne pas laisser pour compte ces communes et prendre en compte à la fois les populations peu mobiles d'une part, et le besoin d'animer les centres des villages / bourgs d'autre part. Pour ce faire, l'aménagement d'espaces publics couverts ou non en fonction des opportunités, sur les centres de chacune des communes, permettra d'accueillir micro-marchés, livraisons collectives à partir des commerces des sites environnants, bar et animations récurrentes ou éphémères afin d'initier de véritables lieux de vie ponctuels.

¹Restructuration de Muret Sud avec l'émergence de la ZAC des Pyrénées. Développement de Labastidette avec une offre de supermarché

Typologie des sites commerciaux



	Renforcer = renforcement quantitatif et qualitatif de l'offre
	Conforter = renforcement de l'offre en petites surfaces (moins de 300 m ²)
	Pérenniser = amélioration qualitative, implantations limitées de petits formats.
	Restructurer = possibilité de développement des surfaces dans cet objectif
	Réinventer = renouvellement urbain des sites en mixité fonctionnelle
	Freiner = limiter la croissance de m ² de grandes et moyennes surfaces sur les ZA (Eaunes et Seysses) / bloquer le développement sur les autres sites.
	Servir

6. MISE EN ŒUVRE DES ORIENTATIONS DU SCHEMA D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DU MURETAIN

La présente charte directrice a pour vocation de préciser les conditions de mise en œuvre des orientations du schéma d'aménagement commercial du Muretain. Elle s'articule autour de 3 principes fondamentaux :

6.1. Une gouvernance adaptée pour la maîtrise du développement des grandes et moyennes surfaces commerciales.

L'organisation d'un échange en commission « commerce » sera réalisée avant toute autorisation d'implantation d'une surface commerciale de plus de 300 m² de vente ou de 350 m² de surface de plancher.

Cette commission sera organisée par la communauté d'agglomération en associant les communes concernées par le ou les bassin(s) commerciaux potentiellement concernés par le projet. Ainsi elle comprendra le maire concerné par le projet, les maires des communes concernées par le bassin d'implantation du projet, le Président, le vice Président en charge de l'urbanisme commercial, le vice Président en charge de l'aménagement du territoire, le vice Président en charge du développement économique, le conseiller délégué au développement territorial du secteur concerné.

Pour mettre en œuvre cet échange d'informations et d'analyses :

- les communes s'engagent à :
 - faire remonter au service du développement territorial et au vice Président en charge de l'urbanisme commercial et commerces de centre bourg, les projets et les souhaits de toutes nouvelles implantations commerciales,
 - débattre en commission de l'intérêt et de l'impact des projets, en particulier ceux dépassant 350 m² de surface de plancher (ou 300 m² de surface de vente) par rapport aux orientations du schéma d'aménagement commercial, afin de déterminer :
 - une position commune en CDAC pour les établissements nécessitant une Autorisation d'Exploitation Commercial.
 - si la commune concernée demande qu'une autorisation d'exploitation commerciale soit exigée pour les cas de moins de 1.000 m² de vente mais de plus 300 m² de vente (*possibilité confirmée par la loi Climat et Résilience et étendue à l'ensemble des communes, quelle que soit leur taille*).
- la communauté d'agglomération s'engage à :
 - organiser le passage d'information et/ou le débat en commission, en fonctions de l'importance du projet et de sa cohérence avec les objectifs et annexes communales du schéma d'aménagement commercial, soit sous la forme d'une simple information soit lors d'une réunion de concertation.
 - analyser en amont le(s) projet(s) : une analyse des impacts sera réalisée, à partir des études existantes, ou une analyse complémentaire externe si besoin.
 - faire l'interface avec les EPCI environnantes, pour les projets concernant des bassins au-delà du territoire communautaire.

6.2. Un soutien au développement de la diversité commerciale.

La communauté d'Agglomération développera :

- une démarche de promotion du territoire, visant à promouvoir l'implantation sur le territoire de commerces nouveaux contribuant à la diversité commerciale et de services, de manière coordonnée à l'échelle du territoire,
- des actions d'accompagnement, en lien avec les chambres consulaires, des commerçants dans le développement de nouveaux services à la population, notamment pour assurer une desserte des communes non pourvues en commerces sédentaires, mais aussi plus largement, y compris pour la numérisation du commerce (en particulier la visibilité numérique des offres proposées par les commerçants locaux).

6.3. Une cohérence entre orientations commerciales et aménagement des espaces.

La communauté d'Agglomération appuiera les démarches communales d'aménagement des espaces en lien avec le développement commercial, à condition que ce développement soit compatible avec les orientations du schéma d'aménagement commercial.