



Laval Agglomération

Élaboration d'une stratégie commerciale intercommunale (2022-2026)

Phase II – Schéma d'aménagement commercial et feuille de route

Sommaire

Partie 1. Le schéma d'aménagement commercial comme réponse aux enjeux du commerce et du territoire	Page 3
Partie 2. Le schéma d'aménagement commercial comme expression de choix politiques	Page 10
Partie 3. Le schéma d'aménagement commercial : orientations et règles de fonctionnement	Page 16
Partie 4. Le schéma d'aménagement commercial : les actions opérationnelles	Page 30



Partie 1

Le schéma
d'aménagement
commercial comme
réponse aux enjeux
du commerce et du
territoire

1. Maitriser la périphérisation du commerce traditionnel de moins de 400 m² hors des centralités.
2. Maitriser la division des grandes cellules commerciales en petites cellules propices à l'installation de commerces traditionnels
3. Maitriser la croissance des surfaces commerciales en GMS à l'heure où le digital s'accroît (croissance 6 fois plus rapide que la population)
4. Anticiper les mutations commerciales et urbaines des zones du cœur d'agglomération (18 000 m² de surfaces vacantes)
5. Conforter les fonctions médicales en centralité pour préserver la multifonctionnalité
6. Développer la complémentarité de l'offre vente directe avec l'offre traditionnelle pour qu'elle profite à l'attractivité des centralités
7. Favoriser le renouvellement urbain puis la rénovation des espaces publics sur cette typologie de centralités
8. Structurer et pérenniser ces marchés de plein-air jouant un rôle majeur dans la structure commerciale du territoire

+ 8 000 m²

Les potentiels de surface
supplémentaire à 2035
(40 000 m² autorisés
depuis 2010)

27 000 m²

Le nombre de m²
commerciaux vacants
supplémentaire à
échéance 2035

180 000

La taille de la zone de
chalandise à 2035 avec les
moindres déplacements de
la population (contre 232
000 habitants aujourd'hui)

Un constat qui nécessite 3 types de réponse :

1. Prioriser le développement du commerce en particulier celui de moins de 400 m² dans les centralités
2. Privilégier la restructuration de l'immobilier et du foncier commercial actuel des pôles périphériques pour accueillir les projets commerciaux de plus de 400 m² dont la zone de chalandise correspond au bassin de vie de l'agglomération lavalloise.
3. Favoriser la mutation vers d'autres fonctions économiques et urbaines les espaces commerciaux avec une vacance structurelle.

Le maillage du territoire – un schéma d'aménagement commercial pour conforter le maillage commercial existant



Secteur Le Bourgneuf / Saint-Pierre / Port-Brillet / Le Genest

Un secteur bien desservi dans l'ensemble mais une sous-offre évalué en alimentaire générale traditionnelle



L'ARMATURE COMMERCIALE DU TERRITOIRE

Secteur Louverné

Des faibles densités observées sur toutes les activités de proximité mais une centralité relais en phase de transition qui pourrait intégrer l'installation de nouveaux commerces à l'avenir



Secteur Argentré

Un secteur peu dense en habitants mais marqué par l'absence d'alimentaire générale traditionnelle et de boucherie-charcuterie



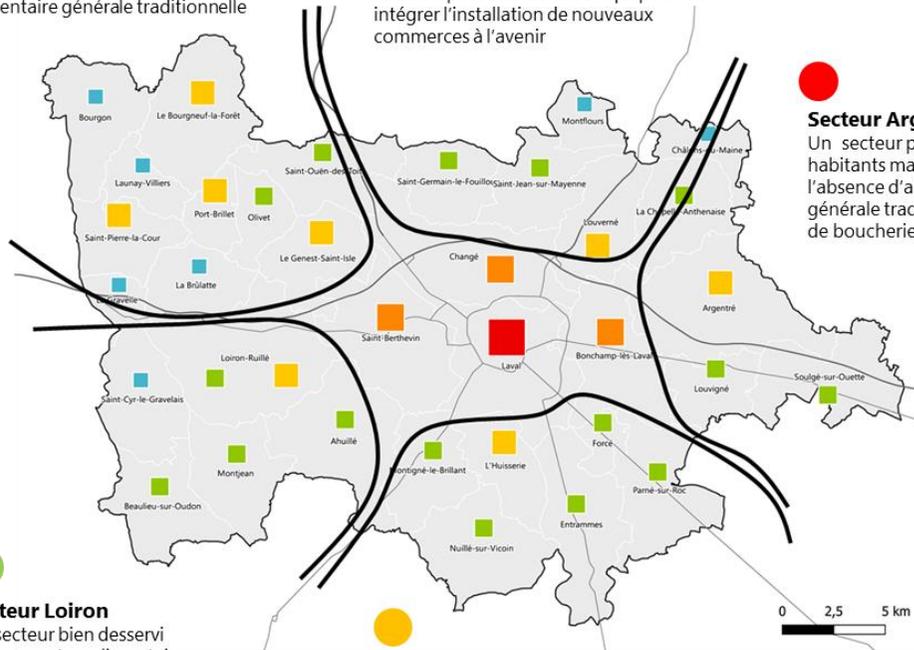
Secteur Loiron

Un secteur bien desservi notamment en alimentaire générale traditionnelle



Secteur L'Huisserie

Un secteur globalement bien desservi sur l'ensemble des activités de proximité avec une possibilité d'accueil ponctuelle de nouvelles activités sur l'Huisserie notamment.



Un schéma pour **anticiper les risques de friches** liés à la surcroissance des m² sur les 15 dernières années et à la croissance continue des achats sur internet.

Ces perspectives soulignent **les enjeux de mutation vers des fonctions non commerciale à moyen-long terme de plusieurs site commerciaux d'agglomération.**

Confirmation du rôle intégrateur du SCoT dans la loi en tant que document de référence pour l'aménagement commercial.

Un principe général d'interdiction de toute nouvelle autorisation d'exploitation commerciale générant une artificialisation du sol.

A contrario, tout projet d'aménagement commercial qui ne génère pas d'artificialisation peut être autorisé.

Une dérogation possible *

La loi prévoit néanmoins une procédure dérogatoire si le projet, s'insère en continuité avec les espaces urbanisés dans un secteur au type d'urbanisation adéquat, répond aux besoins du territoire.



Partie 2

Le schéma
d'aménagement
commercial comme
expression de choix
politiques

Volonté d'un développement commercial (re-)centré sur les centralités

Un scénario retenu qui fixe **la préservation et le développement des centres-bourgs et centres-villes comme LA priorité territoriale** du schéma et qui de facto fixe comme priorité la non implantation du commerce sur les flux et freine le développement sur les espaces de périphérie.

Les points stratégiques

1. Assurer un soutien renforcé pour le **centre-ville de Laval**
2. Interdire le développement du **commerce sur les flux**
3. Rationaliser **les espaces commerciaux de périphérie** en séparant clairement au sein des documents d'urbanisme les secteurs dédiés aux commerces et ceux dédiés aux activités économiques/artisanales
4. Avoir **des engagements de gouvernance** en donnant avis aux CDAC des plus de 300 m² sur les communes de moins de 20 000 habitants
5. Travailler sur un **dispositif anti-friches**
6. Accompagner **l'évolution du secteur du Parc de l'habitat** en lien avec l'Espace Mayenne sur une vocation loisirs.

DES ENGAGEMENTS POUR PRÉPARER LE COMMERCE DE DEMAIN

Au delà de la consolidation du scénario, l'atelier du 14 avril 2022 a permis de faire émerger des engagements issus d'un échange entre les membres de la commission qui viennent nourrir le volet réglementaire du schéma.



CE QUI DOIT ÊTRE MIEUX FAIT

Recenser les friches et le foncier disponible en centralité pour favoriser l'implantation des commerces

Echanger et mettre en place une gouvernance commune du commerce

Favoriser de nouvelles formes de commerce sur les plus petites communes (commerce nomade, livraison, marchés)

CE QUI NE DOIT PLUS ÊTRE FAIT

Implanter du commerce sur les ronds points et les axes de flux

Créer de nouvelles surfaces sans avoir utilisé les surfaces existantes

Autoriser des implantations commerciales sans schéma global d'aménagement



Partie 3

Le schéma
d'aménagement
commercial :
orientations et
règles de
fonctionnement

UNE ARMATURE
CONSTRUITE AUTOUR DE
9 TYPOLOGIES DE LIEUX
D'IMPLANTATIONS
COMMERCIALES

L'armature commerciale du territoire issue du diagnostic et recroisé avec l'analyse des potentiels commerciaux met en évidence 9 lieux où le commerce s'est implanté et développé à différentes vitesses au cours des dernières années et sur lesquels la stratégie devra éclaircir les vocations :

LES SECTEURS D'IMPLANTATION DU COMMERCE AUJOURD'HUI

**Centre-ville
de Laval**

**Centres-villes
structurants
péri-urbain**

Centres-villes de Saint-Berthevin, Changé et Bonchamps Lès Laval

**Centres-villes ,
centres-bourgs &
pôles de quartier**

Centres-villes de L'Huisserie, Louverné, Port-Brillet, Le Bourgneuf, Louvigné, Entrammes, Ahuillé,...

Espaces de flux

**Espace périphérique
secondaire & de
proximité**

Zone de Saint-Berthevin (Av. de Paris), de la Grivonnaire, Zone du Bourgneuf-La-Forêt, de L'Huisserie,...

**Espace périphérique
thématique**

Parc de l'Habitat

**Espaces
périphériques
majeurs
d'agglomération**

Zone de Saint-Berthevin (Leclerc/Retail) et zone Les Bozées/Pégase

Polarité :

Le centre-ville de Laval

Confronté à une perte d'enseigne et à une réduction de sa zone de chalandise, le centre-ville doit être conforté dans sa démarche de renforcement de sa singularité.

- ☒ Commerce proximité alimentaire
- ☒ Commerce de proximité non alimentaire
- ☒ Commerce de destination

#innovation
#nouveauxconcepts
#experienceclient
#valeurajoutée
#desirabilité



Enjeux :

- Poursuivre le ré-enchantement de l'espace public engagé depuis plusieurs années.
- Capitaliser sur une dimension expérientielle liée aux loisirs, à la culture.
- Favoriser l'implantation de concepts-stores, de magasins hybrides, de shop in shop dans les nouveaux espaces commerciaux en commercialisation.
- Poursuivre la densification en actifs et habitants du centre-ville en activant notamment le lien avec la gare



Vocation :

- Implantation de tout type de commerce mais secteur prioritaire d'implantation de commerce de moins de 400 m².
- Positionnement de commerce de destination à rayonnement large
- Activation d'une dimension loisirs et culture
- Implantation d'activités tertiaires
- Implantations de nouvelles formes d'habitat



Prescriptions :

- Délimitation du périmètre de centralité.
- Allègement des contraintes d'implantation des commerces dans les centralités
- Linéaires commerciaux soumis à une interdiction de changement de destination.
- Obligation de création de cellules commerciales en pied d'immeuble pour créer ou recréer une continuité commerciale dans le périmètre défini.



Conditions de fonctionnement :

- L'implantation des professions médicales et paramédicales
- L'implantation des immeubles tertiaires
- L'implantation des services au public
- Le renforcement de l'habitat et de sa désirabilité
- Portage des locaux commerciaux pour attirer des startupper.
- La qualité des terrasse de cafés et restaurants
- La convivialité de l'espace urbain et la place de l'enfant

Polarité :

Les centres-villes, structurants péri-urbains

Les centres-villes et les centres bourgs constituent l'espace prioritaire de développement pour le commerce de demain.

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#convivialité
#intensité #terrasses
#circuitscourts
#multifonctionnalité
#hallesetmarchés
#placedelenfant



Enjeux :

Ces centres-villes se caractérisent de manière simultanée par une densité en habitat parmi les plus élevées de la commune, par l'existence de services non-marchands (services-publics, services médicaux...), par la présence d'un lieu de sociabilisation public (lieu de culte, place, espace public), par une offre commerciale. Ils doivent être accompagné dans une logique de confortement de l'offre de proximité.



Vocation de la polarité

- Implantation de tout commerce quelque soit la taille mais secteur prioritaire d'implantation du commerce de surface de vente inférieure à 400 m² (surface de plancher). Cette règle vise à éviter la périphérisation.
- Implantation de commerces alimentaires et services de proximité avec un maximum de 1 500 m² pour les GSA.
- Lieu d'implantation exclusif des distributeurs automatiques de produits alimentaires



Prescription :

- Délimitation du périmètre de centralité.
- Allègement des contraintes d'implantation des commerces dans les centralités
- Linéaires commerciaux soumis à une interdiction de changement de destination.
- Obligation de création de cellules commerciales en pied d'immeuble pour créer ou recréer une continuité commerciale dans le périmètre défini.



Conditions de fonctionnement :

- L'implantation des professions médicales et paramédicales
- L'implantation des services au public
- Le renforcement de l'habitat et de sa désirabilité
- La présence d'une halle, d'un marché adapté aux temps sociaux des consommateurs (marché du soir)
- La qualité des terrasse de cafés et restaurants
- La convivialité de l'espace urbain et la place de l'enfant

Polarité :

Les centres-bourgs et pôle de quartier

Ils apportent une dimension servicielle de proximité essentielle qui doit être accompagnée et protégée

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#convivialité
#Circuits courts
#distributeurs
#proximité



Enjeux :

Ces centralités se caractérisent aussi par une mixité de fonction. Il s'agit de :

- Conforter les démarches urbaines en cours
- Renforcer le lien social par des aménagements favorisant la convivialité
- Développer le commerce, moins par des surfaces nouvelles, plus en adaptant le service aux temporalités de consommation.



Vocation :

- Implantation de tout commerce quelque soit la taille mais secteurs prioritaires d'implantation du commerce de surface de vente inférieure à 400 m² (surface de plancher). Cette règle vise à éviter la périphérisation.
- Implantation de commerces alimentaires et services de proximité avec un maximum de 1 200 m² pour les GSA.
- Lieu d'implantation exclusif des distributeurs automatiques



Prescriptions :

- Délimitation d'un périmètre de centralité au sein duquel devront être implantés les commerces
- Allègement des contraintes d'implantation des commerces dans les centralités.
- Linéaires commerciaux soumis à une interdiction de changement de destination.
- Obligation de création de cellules commerciales en pied d'immeuble pour créer ou recréer une continuité commerciale dans le périmètre défini.



Conditions de fonctionnement :

La faible densité de population à 3 min de la polarité commerciale et les temporalités de vie en quartiers peuvent conduire, en journée, à une insuffisance de clientèle pour permettre le fonctionnement du commerce. En dessous de 2 000 habitants par exemple et/ou avec une présence forte de navetteurs, il est préférable de privilégier une offre servicielle : casiers, livraisons à domicile.

Polarité :

Espaces de flux existants

Des espaces dont le développement a fragilisé les centralités en proposant une offre basée uniquement sur les trajets et l'usage de la voiture qui crée des difficultés de gestion des flux.

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#limitation

#reconversion

#restructuration

#reconquête



Enjeux :

Des espaces créés par opportunité qui favorise l'extension urbaine. Il peut s'agir d'espaces situés sur les axes de flux routiers d'entrée dans des parcs d'activité économique. Leur développement n'entre pas dans les objectifs du schéma. Il pourront faire l'objet soit :

- d'opérations de remembrement avec relocalisation de commerce en centralité,
- d'opérations de transformation en pôle de quartier avec reconversion en habitat.



Vocation de la polarité

- Interdiction d'implantation de nouveaux commerces.
- Extension des commerces existants limitée à 5% de la surface de plancher pour permettre la modernisation.



Prescriptions :

- Interdiction de création de commerce en pied d'immeubles sur les secteurs de commerce en dehors des pôles de centralité.
- Recherche de la perte de commercialité après deux ans de vacance commerce sur les commerces implantés sur les flux.



Conditions de fonctionnement :

Eviter sur ces secteurs l'implantation des professions médicales et paramédicale, des immeubles tertiaires, des services au public mais privilégier l'implantation de locaux artisanaux.

Polarité :

Espaces de périphérie majeurs

Des espaces de périphérie rattrapés par l'urbanisation qui offre des potentiels de participation à un modèle de développement par densification et en minimisant les déplacements automobiles

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#intensité
#multifonctionnalité
#ré-enchantement
#projeturbainglobal



Enjeux :

Ces espaces sont caractérisés par l'existence d'une ou plusieurs GMS et de cellules commerciales attenantes (en galerie) ou de moyennes surfaces non alimentaires. Ils doivent conforter leur attractivité sans croissance majeure de surface compte tenu des tensions de marché.



Vocation de la polarité :

Implantation de tout commerce de plus de 400 m² de surface de plancher sous condition :

- D'une croissance de moins de 10 % de l'ensemble commercial sur la période du schéma
- D'un projet urbain permettant de mutualiser les accès et les stationnement et de végétaliser l'espace.
- De constructions à forte dimension développement durable (bâtiment BEPOS)
- De non artificialisation de sol
- De non duplication d'enseigne avec le centre-ville de Laval



Prescriptions :

- Mise en place d'un plan guide d'aménagement
- Mise en place d'un règlement permettant d'améliorer la cohérence architecturale



Conditions de fonctionnement :

Eviter la duplication d'un modèle de centre-ville en permettant l'implantation d'activités complémentaires au commerce sans déstabiliser le centre-ville :

- Non implantation des professions médicales et paramédicales.
- La non implantation de services publics.
- Développement de la multifonctionnalité en développant de l'immobilier économique et/ou logistique
- Les implantations tertiaires feront l'objet d'une discussion préalable et d'un arbitrage des élus en fonction de leur impact sur les dynamiques du centre-ville de Laval.

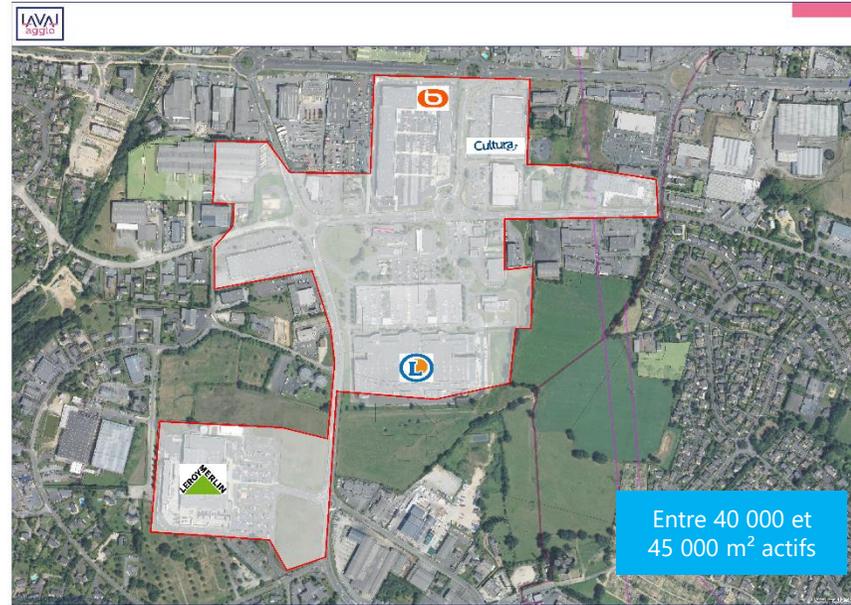
Polarité :

Espaces de périphérie majeurs

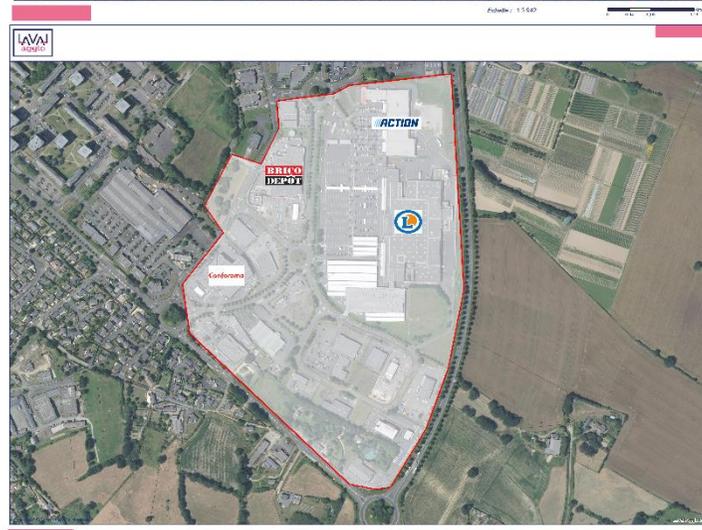
Des espaces de périphérie rattrapés par l'urbanisation qui offre des potentiels de participation à un modèle de développement par densification et en minimisant les déplacements automobiles

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#intensité
#multifonctionnalité
#ré-enchantement
#projeturbainglobal



**ZONE COMMERCIALE DE
SAINT-BERTHEVIN
(LECLERC/BD LOUIS
ARMAND)**



Environ 30 000
m² actifs

**ZONE COMMERCIALE LES
BOSEES / CC PEGASE**

Polarité :

Espaces de périphérie secondaires et de proximité

Des espaces à constructibilité commerciale limité pour permettre une stratégie orientée vers les centres-villes

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#surfacestables
#attractivitéurbaine
#projetsurbains
#nouveauacap



Enjeux

Des espaces de périphérie à vocation commerciale ou à vocation mixte commerce/activités économiques situés en discontinuité d'urbanisation avec les zones d'habitat et dont la fréquentation nécessite une utilisation majoritaire de la voiture.



Vocation de la polarité

- Un développement de l'offre commerciale interdit et limité au réinvestissement éventuelle de cellules vacantes à iso-surface
- Interdiction de découpe des cellules existantes en surfaces inférieures à 400 m² de surfaces de vente pour éviter la déstabilisation des centralités.
- Investissements concentrés sur la restructuration, l'apaisement des espaces urbains et la revalorisation architecturale.



Prescriptions :

- Délimitation du périmètre de projet.
- Autorisation sur le secteur de développer de la multifonctionnalité et transformation en activité économiques non commerciales
- Mise en en place d'une OAP.



Conditions de fonctionnement :

Ces espaces pourront à terme voir leur commercialité baisser avec l'apparition de friches. Il pourra être opportun de ne pas rechercher la prolongation de leur fonction commerciale mais de préparer leur mutation vers des fonctions économiques pour ré-implanter de l'emploi.

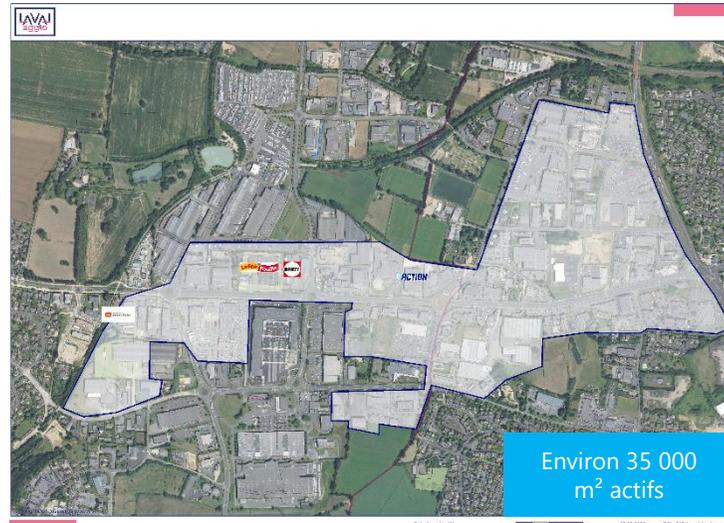
Polarité :

Espaces de périphérie secondaires et de proximité

Des espaces à constructibilité commerciale limitée pour permettre une stratégie orientée vers les centres-villes

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#surfacestables
#attractivitéurbaine
#projetsurbains
#nouveauCAP



PROPOSITIONS DE PERIMETRES SUR LES PRINCIPAUX ESPACES DE PERIPHERIE SECONDAIRES ET DE PROXIMITE

◀ ZONE COMMERCIALE DE SAINT-BERTHEVIN (AVENUE DE PARIS)



Autres espaces identifiés :

- Zone Sainte-Melaine (Laval)
- Zone de L'Huisserie
- Zone de Louverné
- Zone de Loiron-Ruillé
- Zone de Le Bourgneuf-La Forêt

◀ ZONE COMMERCIALE LA GRIVONNIERE / CC MAYENNE

Polarité :

Espace de périphérie thématique

Un espace de renouvellement majeur confronté à de la vacance forte qui doit trouver des relais de croissance

- Commerce proximité alimentaire
- Commerce de proximité non alimentaire
- Commerce de destination

#transformation
#loisirs
#projetsurbains
#activitééconomique



Enjeux

Un espace qui doit trouver un second souffle en lien avec les espaces d'habitat à proximité et en lien avec l'Espace Mayenne.



Vocation de la polarité

- Un développement de l'offre commerciale (nouveau m² commerciaux) interdit
- Développement d'activités de loisirs
- Développement d'immobilier tertiaire



Prescriptions :

- Délimitation du périmètre de projet.
- Autorisation sur le secteur de développer de la multifonctionnalité non commerciale
- Mise en en place d'un plan de ré-enchantement du secteur avant tout nouveau projet et de connexion à l'espace Mayenne.



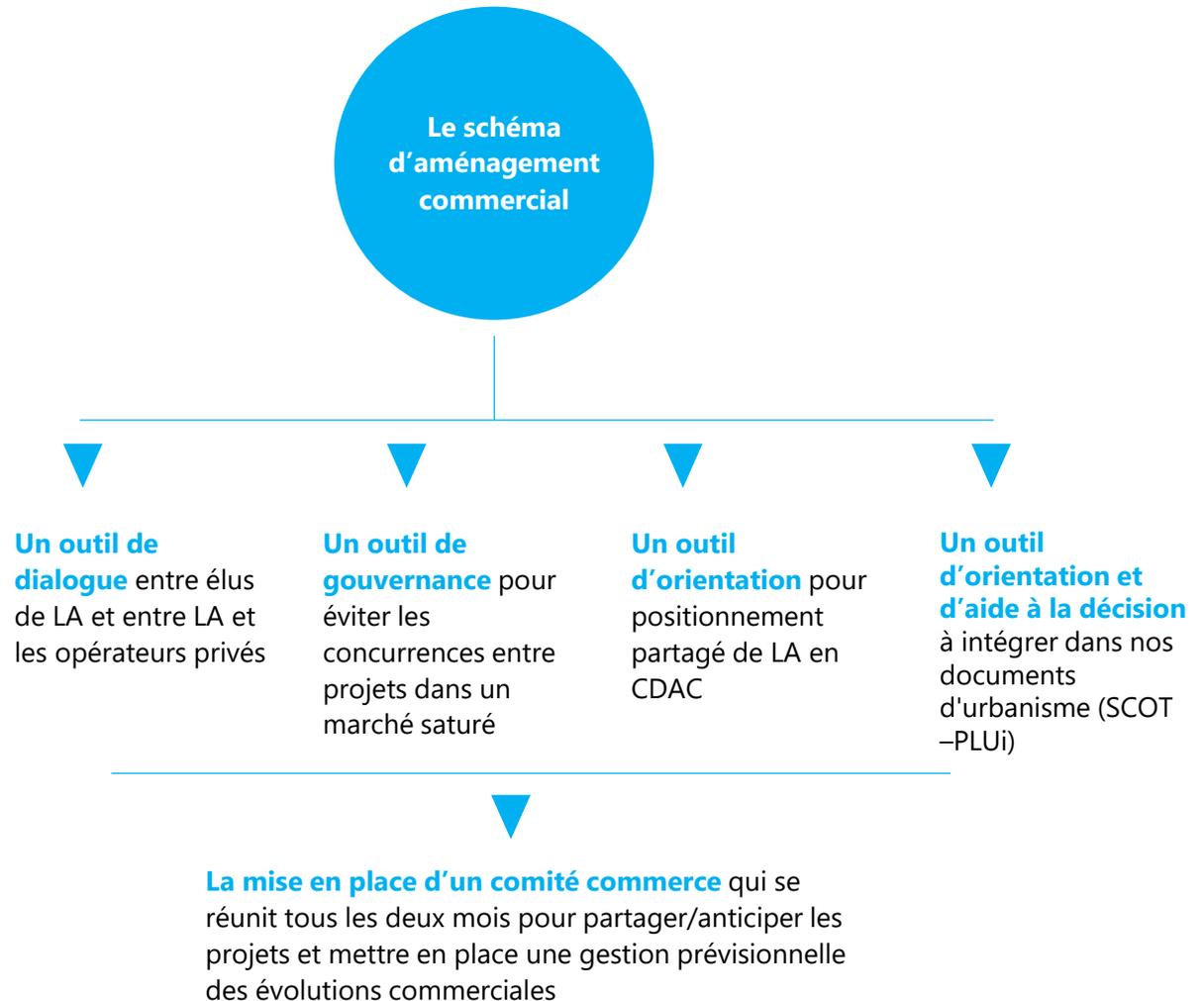
Conditions de fonctionnement :

L'objectif n'est pas de faire du « remplissage de friches » mais bien de créer un nouvel espace à forte identité par une mutation progressive vers une destination loisirs.



UN SCHEMA
D'AMENAGEMENT
COMMERCIAL POUR
INSTALLER UNE
GOUVERNANCE
PARTAGEE
DU COMMERCE

Aujourd'hui le territoire ne dispose d'aucun outil de pilotage du commerce. La lecture des projets reste le plus souvent communal et explique en particulier les effets de sur structuration qui émergent. Le schéma a pour objectif de proposer une vision partagée qui permettra de motiver les avis en CDAC, de dialoguer sereinement avec les acteurs et de préparer un volet commerce plus robuste pour les futurs document d'urbanisme. Ce schéma ne sera ainsi efficace que si une gouvernance se met en place autour des principes ci-contre.





Partie 4

Le schéma d'aménagement commercial : les actions opérationnelles

UN PROGRAMME
D'ACTION A PORTER
PAR LES COMMUNES,
L'AGGLO ET L'OFFICE
DU COMMERCE

A partir du cadre posé par le schéma, le programme d'action à pour ambition de proposer un outillage opérationnel pour agir au quotidien. Les actions proposées s'organisent autour de 5 défis qui pourraient être portés par l'agglomération dans une logique d'évolution de sa compétence commerce

5 DEFIS POUR DEMAIN

Défi N°1
Favoriser
l'implantation de
nouveaux
commerces en
centralité

Défi N°2
Accompagner
les commerçants
dans
l'innovation

Défi N°3
Renforcer
l'expérience
client en centre-
ville et centre-
bourg

Défi N°4
Se doter d'outils
de maîtrise des
linéaires
commerciaux

Défi N°5
Se doter d'outils
de pilotage de
l'immobilier
commercial



Défi 1

Favoriser l'implantation de nouveaux commerces en centralité

Le commerce est le seul secteur économique pour lequel des offres de type pépinière ou bâtiment relais n'existe pas pour accueillir de nouvelles activités. Dans un marché tendu lié à une structuration majeure des espaces de périphérie, le développement du linéaire commercial en centre-ville passe un travail sur de nouvelles offres immobilières



Actions à mener :

#1 FONDS DE SOUTIEN IMMOBILIER A L'ECONOMIE DE PROXIMITE DANS LES CENTRALITES

Création d'un fonds de soutien à la rénovation, la mise aux normes et le développement d'une offre de commerce et de service dans les centralités de Laval Agglo (centre-ville, centre-bourg, centralité de quartier) :

Pilote :
Laval Economie
Fonds : Laval Agglomération

#2 DISPOSER D'UN OUTIL DE PORTAGE FONCIER

Permettre via un outil de portage foncier :

- Sécuriser des enseignes stratégiques de centre-ville via le portage de leur immobilier
- Favoriser les opérations de restructuration de centralité ou d'espace stratégique de périphérie à reconfigurer par le portage voire la rénovation de locaux commerciaux
- Permettre des expérimentation type boutique à l'essai en centre-ville et prolonger la dynamique d'installation de concept store pour une nouvelle expérience de centre-ville :

Pilote :
Foncière portée par LMA

#3 LES FOOD-TRUCKS ET COMMERCES NOMADES

Densifier les propositions commerciales en cœur de ville par de l'offre non sédentaires qui viendront s'implanter sur les temporalités adaptées aux actifs

- Référencement de food-trucks du territoire et des commerçants non sédentaires
- Diffusion annuelle de la liste de ces commerçants avec un guide pratique de mise en place de marché aux 34 communes

Pilote :
Laval Economie et Damien Robert
Partenariat : Syndicat des commerçants et marchés non sédentaires de la Mayenne



Défi 1

Accompagner les commerçants dans l'innovation

Le changement de modèle commercial avec une offre supérieure à la demande, de nouvelles réflexions des commerçants dans un contexte post-crise font naître un besoin (et une nécessité) plus fort que jamais d'activer des démarches de soutien à l'innovation pour les commerçants indépendants



Actions à mener :

#4 ACCOMPAGNEMENT A L'INNOVATION DES COMMERÇANTS

Accompagner les commerçants dans les transitions numériques :

- Réalisation de diagnostic individuel auprès des commerçants du territoire avec Numéri-score.
- Proposer des ateliers collectifs de monter en compétences des commerçants sur la communication et la vente via les outils digitaux.
- Proposer un temps fort autour des solutions numériques à destination des TPE : La Nuit du numérique.
- Proposer à l'ensemble des commerçants suivi par Laval Economie (prêt d'honneur, aide, conseils,...) un accompagnement à la montée en compétence sur le numérique.
- Être le relais des actions de la Région et des consulaires sur le soutien à l'innovation et à la transition numérique.

Accompagner les commerçants à la RSE

- - mise en place d'action de sensibilisation et d'un parcours de formation des entreprises du territoire à la RSE pour se servir des enjeux de transitions économiques, sociales et environnementales comme des leviers de transformation, d'innovation et de performance durable de leur entreprise.

Pilote :

Laval Economie (coordinateur de l'action)

Soutien des chambres consulaires (CCI/CMA) pour l'action de conseils, formation auprès des commerçants sur le volet numérique



Défi 3

Renforcer l'expérience client en centre-bourg

La création de lien social, le développement de la convivialité, l'identité locale constituent des valeurs essentielles pour créer du lien entre la population et la centralité. Ce sont ces valeurs qui boosteront la fréquentation du commerce de centre-ville et centre-bourg



Actions à mener par les communes :

DÉFI RELEVANT DE LA COMPÉTENCE DES COMMUNES

#5 L'URBANISME ÉPHÉMÈRE

Faire vivre les places, les placettes des centres-bourgs par des installations d'urbanisme éphémère et créer une expérience nouvelle pour capter enfants et familles :

- Partenariat à développer avec des écoles d'architecture et de graphisme ou des associations locales

PILOTE : Communes

#6 UN RÉFÉRENTIEL D'ATTRACTIVITE DES DEVANTURES

Créer un référentiel qui fixe les codes à respecter et propose des solutions pour aménager ou relooker une façade de point de vente et créer identité différenciante qui respecte le patrimoine bâti :

- Codes, couleurs, matériau utiliser
- Mobilier de terrasse à respecter
- Eclairage.

PILOTE : Communes
Soutien : CAUE, ABF



Défi 4

Se doter d'outils de maîtrise des linéaires commerciaux

Au-delà des outils réglementaires du PLUI, il apparaît essentiel de se doter d'outils d'intervention pour refonder la relation aux opérateurs. A la fois outils d'observation, outil de dialogue et outils coercitifs, ils obligeront certainement la collectivité à mettre à jours les termes de sa politique du commerce.



Actions à mener :

#7 Instaurer le droit de préemption sur les fonds commerciaux

Un outil d'anticipation des mutations qui permet de créer les conditions d'un nouveau dialogue avec les opérateurs. A déployer sur les centralités mais aussi sur les périphéries. L'objectif n'est d'acquiescer que dans quelques cas mais surtout d'être informé des évolutions pour moins subir.

- Définition de périmètres de sauvegarde sur les secteurs d'intervention prioritaires
- Mise en place en interne d'une procédure de suivi.

Pilote : Laval Agglo – service foncier ? Première étape :

La modification de la compétence commerce pour permettre un éventuel transfert à l'agglomération

#8 Instaurer la taxe sur les friches commerciales

Un outil d'intervention à utiliser en deux temps :

- Fixer un cap de réduction des friches par un effet d'annonce avant la mise en place pour envoyer un signal aux opérateurs et les inciter à dialoguer avec la collectivité.
- Application de la taxe après délibération avec les limites de mise en œuvre quelle implique (application sur l'ensemble du territoire communal, effet d'évitement...)

Pilote ; Laval Agglo – service Finances ?

Attendre le retour sur l'expérimentation lavalloise ?



Défi 5

Se doter d'outils de pilotage

La nouvelle gouvernance de l'urbanisme commerciale nécessite de se doter de suivi du commerce afin d'apporter des éléments d'aide à la décision toujours opérants.



Actions à mener :

#9 UN OBSERVATOIRE DU COMMERCE

Un outil de suivi des évolutions du commerce mis à jour annuellement qui permettent de suivre :

- Les autorisations CDAC
- Les autorisations de PC pour les projets commerciaux non éligibles à la CDAC
- L'évolution de la vacance commerciale
- L'évolution de la périphérisation des commerces
- L'évolution de la fréquentation des pôles commerciaux
- Vérification des la TASCOM

Pilote :
Laval Economie

#10 UN PLAN GUIDE PORTE OUEST

Le secteur d'entrée Ouest de l'Agglomération, s'est construit au fil du temps sans vision d'ensemble et selon une logique d'aménagement à la parcelle. Avec ce plan guide, l'objectif serait de :

- Fixer un cadre paysager, architectural et urbain afin de gagner en cohérence et attractivité
- S'appuyer sur une doctrine cohérente pour analyser les dossier en CDAC
- Créer de nouvelles conditions de dialogues avec les opérateurs

Pilote :
Laval Agglo – direction de l'urbanisme

Laval Agglomération

Elaboration d'une stratégie commerciale intercommunale
Phase II – Stratégie commerciale intercommunale & feuille de route

Votre contact

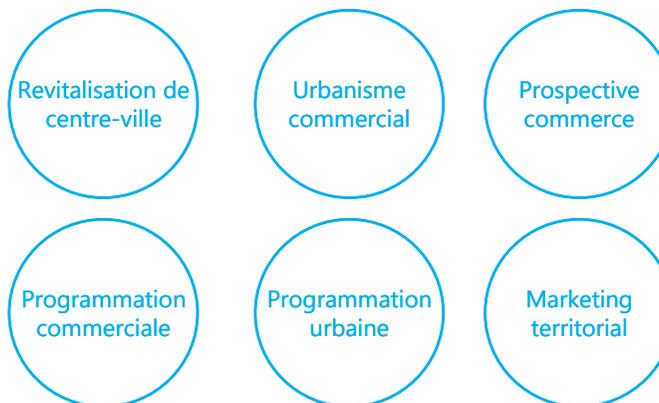
David Lestoux

Directeur - Consultant
07 85 99 15 66

Marie Le Duc

Chargée d'études – Urbaniste
02 96 50 55 01

Nos métiers



LESTOUX &
ASSOCIÉS