



Syndicat Mixte d'Etude Territoriale  
du SCOT des Pays de Combray et  
Courvillois

# **DOCUMENT D'AMENAGEMENT COMMERCIAL**

## **PAYS DE COMBRAY ET COURVILLOIS**

Arrêt le 08/07/2013

Approuvé le

## SOMMAIRE

PREAMBULE .....	2	4.1.1. Le pôle de Courville-sur-Eure .....	32
Contexte et objectifs.....	3	4.2.2. Le pôle d'Illiers-Combray .....	34
Méthodologie préalable .....	5	4.2. Les pôles d'équilibre .....	36
		4.2.1. Le pôle de Bailleau-le-Pin.....	36
PARTIE 1 – DIAGNOSTIC D'AMENAGEMENT COMMERCIAL .....	7	4.2.2. Le pôle de Fontaine-la-Guyon.....	37
I - LES CONSOMMATEURS.....	8	4.3. Le pôle de proximité .....	38
1.1. Données de cadrage socio-économiques .....	8	4.4. Tableau de Bord.....	40
1.1.1. Un dynamisme démographique lié à l'arrivée d'une			
population nouvelle.....	8		
1.1.2. Une population jeune, surtout à l'est .....	10		
1.1.3. Un nombre de ménages en progression constante	10		
1.1.4. Un revenu moyen homogène et supérieur à celui du			
département .....	11		
1.1.5. Une population active mobile.....	11		
1.1.6. Une activité touristique encore peu développée ...	12		
1.2. Les comportements d'achat des consommateurs .....	14		
1.2.1. Des dépenses conformes à l'échelon départemental	15		
1.2.2. Des zones de chalandise imbriquées .....	17		
1.2.3. Une évasion commerciale très marquée .....	18		
II – L'OFFRE MARCHANDE.....	21		
2.1. L'armature commerciale.....	21		
2.2. L'évolution du tissu commercial .....	24		
2.3. Des grandes surfaces alimentaires concentrant les parts			
de marché .....	25		
2.3.1. Les caractéristiques du chiffre d'affaires des			
commerces .....	25		
2.3.2. Les caractéristiques du chiffre d'affaires des pôles			
commerciaux.....	26		
2.3.3. Les caractéristiques des grandes surfaces			
alimentaires .....	27		
III – L'ACCESSIBILITE AUX COMMERCES .....	29		
3.1. Un maillage routier fortement emprunté .....	29		
3.2. Un réseau de transport en commun peu adapté .....	30		
3.3. Des projets d'infrastructures routières importants ....	30		
IV – APPROCHE INDIVIDUALISEE.....	32		
4.1. Les pôles structurants.....	32		
		PARTIE 2 – ELEMENTS DE PROSPECTIVE .....	47
		I – La prospective territoriale.....	48
		1.1. Les projets impactant potentiellement la fonction	
		marchande.....	48
		1.2. Deux projets commerciaux pour le territoire .....	48
		1.3. L'environnement commercial .....	50
		1.3.1. Les caractéristiques des pôles voisins.....	50
		1.3.2. De grands projets pour les pôles voisins .....	51
		1.4. Les outils mis en œuvre par les communes du SMET.	52
		II – La prospective clientèle.....	53
		PARTIE 3 – PROJET D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DURABLE ..	54
		I – Conforter un aménagement multipolaire équilibré .....	55
		II – Garantir la qualité environnementale .....	57
		PARTIE 4 – ORIENTATIONS D'AMENAGEMENT COMMERCIAL .....	59
		PARTIE 5 – DOSSIER CARTOGRAPHIQUE .....	63
		Lexique.....	72

# **PREAMBULE**

### Contexte et objectifs

L'élaboration du Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) des Pays de Combray et Courvillois a été prescrite le 22 juin 2009. Par délibération en date du 20 avril 2011, les élus du Syndicat Mixte d'Etude Territoriale (SMET) du SCOT ont souhaité élaborer un Document d'Aménagement Commercial (DAC) dans le cadre des dispositions prévues par la Loi de Modernisation de l'Economie (LME) du 4 août 2008, en attendant une possible évolution législative. Véritable volet commercial du SCOT, ce document sera intégré dans le Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO) du SCOT, il deviendra définitif au terme des travaux du SCOT.

### Rappel du contexte législatif

L'article L. 750-1 du Code de commerce fait ressortir le prisme à travers lequel est apprécié le volet commercial en matière d'urbanisme :

« Les implantations, extensions, transferts d'activités existantes et changements de secteur d'activité d'entreprises commerciales et artisanales doivent répondre aux exigences d'aménagement du territoire, de la protection de l'environnement et de la qualité de l'urbanisme. Ils doivent en particulier contribuer au maintien des activités dans les zones rurales et de montagne ainsi qu'au rééquilibrage des agglomérations par le développement des activités en centre ville et dans les zones de dynamisation urbaine.

Dans le cadre d'une concurrence loyale, ils doivent également contribuer à la modernisation des équipements commerciaux, à leur adaptation à l'évolution des modes de consommation et des techniques de commercialisation, au confort d'achat du consommateur et à l'amélioration des conditions de travail des salariés. »

Le Document d'Aménagement Commercial (DAC) s'inscrit dans le cadre réglementaire fixé par la Loi de Modernisation de l'Economie (LME) du 4 août 2008. L'article n°102-V de la LME, permettant notamment l'intégration d'un DAC au SCOT, a été codifié à l'article L. 752-1-II du Code de commerce :

« Les [SCOT] peuvent définir des zones d'aménagement commercial.

Ces zones sont définies en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement ou de qualité de l'urbanisme spécifiques à certaines parties du territoire couvert par le schéma. Leur délimitation ne peut reposer sur l'analyse de l'offre commerciale existante ni sur une mesure de l'impact sur cette dernière de nouveaux projets de commerces.

La définition des zones figure dans un document d'aménagement commercial qui est intégré au schéma de cohérence territoriale par délibération (...). A peine de caducité, ce document d'aménagement commercial doit faire l'objet, dans un délai d'un an à compter de la délibération l'adoptant, d'une enquête publique. »

La loi portant engagement national pour l'environnement (Grenelle II) a apporté des modifications à l'outil SCOT en matière d'urbanisme commercial. Le SCOT doit définir les objectifs et priorités intercommunales en matière d'équipement commercial et le PADD fixe les objectifs des politiques publiques d'implantation commerciale.

Le législateur précise la possibilité de fixer des orientations commerciales via un nouvel alinéa 9 de l'article L. 122-1 du Code de l'urbanisme entièrement consacré à l'encadrement des activités commerciales par le SCOT :

« Art. L. 122-1-9 – Le document d'orientations et d'objectifs précise les objectifs relatifs à l'équipement commercial et artisanal et aux localisations préférentielles des commerces afin de répondre aux exigences d'aménagement du territoire, notamment en matière de revitalisation des centres ville, de cohérence entre équipements commerciaux, desserte en transports, notamment collectifs, et maîtrise des flux de marchandises, de consommation économe de l'espace et de protection de l'environnement, des paysages et de

## PREAMBULE

---

l'architecture. Il comprend un document d'aménagement commercial défini dans les conditions prévues au II de l'article L. 752-1 du Code de commerce, qui délimite des zones d'aménagement commercial en prenant en compte ces exigences d'aménagement du territoire.

Dans ces zones, il peut prévoir que l'implantation d'équipements commerciaux est subordonnée au respect de conditions qu'il fixe et qui portent, notamment, sur la desserte par les transports collectifs, les conditions de stationnement, les conditions de livraison des marchandises et le respect de normes environnementales, dès lors que ces équipements, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'organisation du territoire. »

### Les objectifs des élus

Un questionnaire adressé aux élus en octobre 2011 a permis de mettre en évidence les objectifs majeurs des collectivités.

Les principaux enjeux dans l'élaboration du DAC des Pays de Combray et Courvillois sont le maintien du commerce de proximité et la revitalisation des centres villes. Les élus souhaitent que ce document soit facteur d'une cohérence dans la localisation des équipements commerciaux.

Le DAC devra permettre le développement commercial des chefs-lieux de canton mais également celui des communes moyennes afin de proposer aux habitants une offre complète de proximité.

### Méthodologie préalable

Le Document d'Aménagement Commercial a vocation à maîtriser le développement commercial par la prise en considération d'enjeux d'aménagement du territoire et de développement durable. Une polarisation de l'offre au sein des centralités denses en population et emploi, et bien desservie, notamment par les transports en commun, permet d'identifier les zones les plus à même d'accueillir le commerce.

Pour répondre à ces principes, trois niveaux d'offre commerciale sont retenus dans le DAC :

**L'offre de proximité (pôles de proximité)** : regroupant des commerces traditionnels, les pôles de proximité répondent aux achats quotidiens, de première nécessité, et de grande proximité, qu'ils assurent à l'échelle d'une commune. Il s'agit du pôle de Pontgouin.

**L'offre intermédiaire (pôles d'équilibre)** : composés d'une grande surface commerciale alimentaire et d'une offre de proximité, les pôles d'équilibre ont une fonction de desserte locale, à l'échelle communale et/ou intercommunale, pour des fréquences d'achats hebdomadaires ou quotidiennes. Ces pôles commerciaux se situent sur les communes de Fontaine-la-Guyon et de Bailleau-le-Pin.

**L'offre en pôles structurants** : disposant d'une offre diversifiée, les pôles structurants sont composés d'une offre complète de proximité en centre ville et d'une locomotive alimentaire de type hypermarché ainsi que des enseignes spécialisées en périphérie ayant besoin d'une zone de chalandise large. Les zones périphériques de ces pôles répondent à des achats ponctuels, spécialisés souvent à un rythme mensuel, excepté en alimentaire, où la consommation en hypermarché est plus proche d'un rythme hebdomadaire. Le territoire du SMET-SCOT est

composé de deux pôles structurants situés sur les communes d'Illiers-Combray et de Courville-sur-Eure.

La prise en compte de l'offre commerciale ne se fait pas au regard des enseignes et produits qu'elle distribue, afin de respecter le principe de libre concurrence, mais vise à répondre à une juste répartition de l'offre commerciale en tant que service à la population et objet urbain générateur de flux.

Ainsi, l'application des orientations du présent Document d'Aménagement Commercial s'appuie sur une lecture de l'appareil commercial en grandes surfaces de plus de 1 000 m<sup>2</sup> de surface de plancher. La gestion des commerces de moins de 1 000 m<sup>2</sup> ne relève pas du présent document. Elle pourra être établie par les communes ou leur groupement, dans le cadre des Plan Locaux d'Urbanisme (PLU).

L'étude se présente en **quatre phases** distinctes :

- Une première phase qui permet de réaliser un **diagnostic** de l'aménagement commercial avec une analyse des consommateurs, de l'offre, et de l'accessibilité aux pôles commerciaux.
- Une deuxième phase de **prospective** territoriale.
- Une troisième phase qui a pour objectif d'élaborer un **projet d'aménagement commercial et durable** et de définir les grandes orientations commerciales des années à venir.
- Une dernière phase qui correspond à la **rédaction du volet « aménagement commercial » du document d'orientation et d'objectifs** du SCOT et à l'élaboration du **dossier cartographique**.

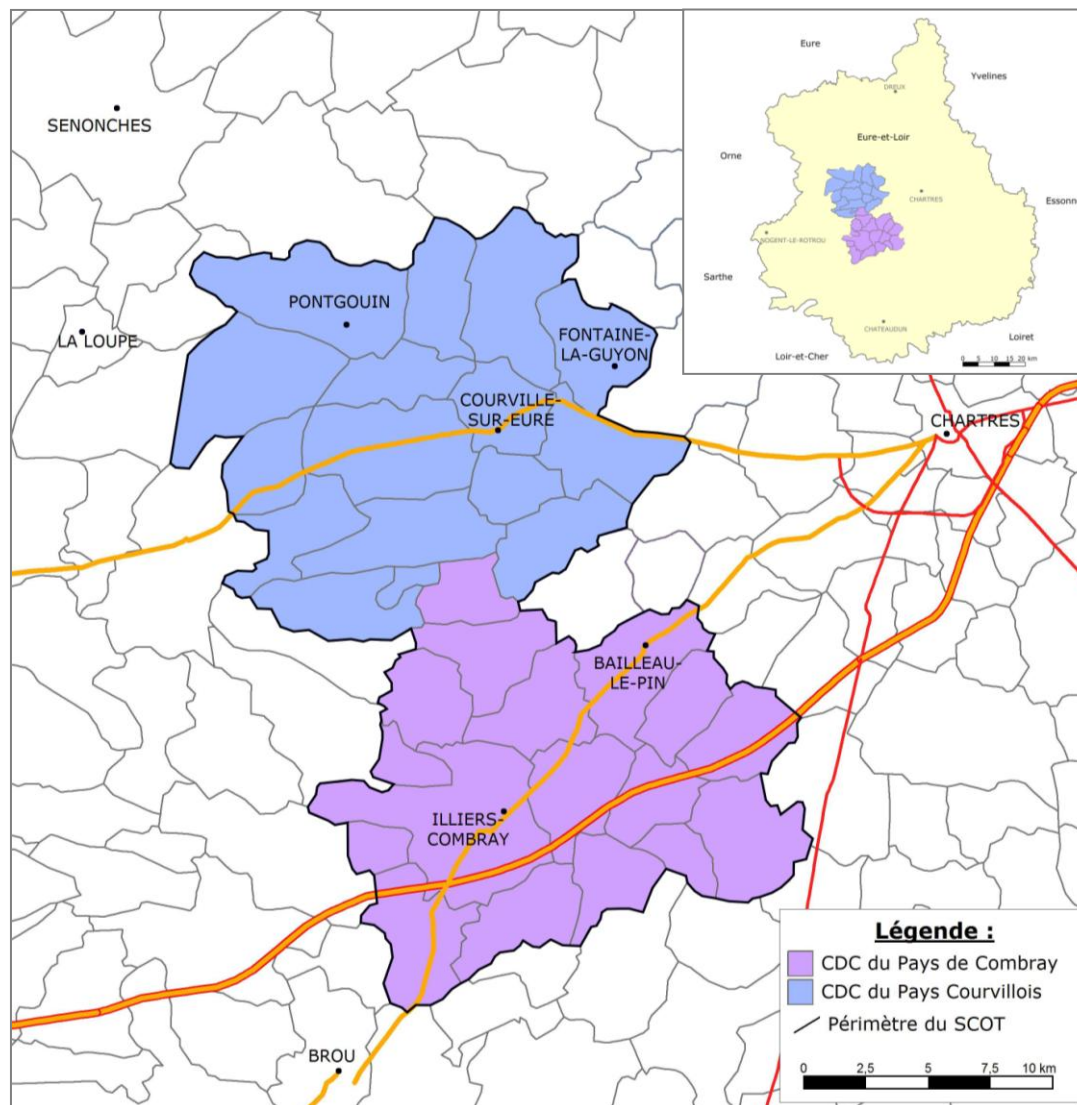
## PREAMBULE

Cette étude a été réalisée par la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) d'Eure-et-Loir, à partir de septembre 2011.

Les données de l'étude sont extraites du **fichier des entreprises** de la CCI (septembre 2011), et de **l'observatoire des flux de consommation** de la CCI (octobre 2008).

Le périmètre d'étude correspond aux limites communales des 33 communes appartenant au SMET du SCOT des Pays de Combray et Courvilleois (Communautés de Communes du Pays de Combray et du Pays Courvilleois).

### Localisation géographique du périmètre d'étude



# **PARTIE 1 – DIAGNOSTIC D'AMENAGEMENT COMMERCIAL**



# I - LES CONSOMMATEURS

## 1.1. Données de cadrage socio-économiques

L'ensemble des données est issu des enquêtes INSEE disponibles en ligne ([www.insee.fr](http://www.insee.fr)) et notamment des recensements généraux de la population de 1982 à 2008.

Les données suivantes sont également basées sur des éléments du diagnostic du SCOT.

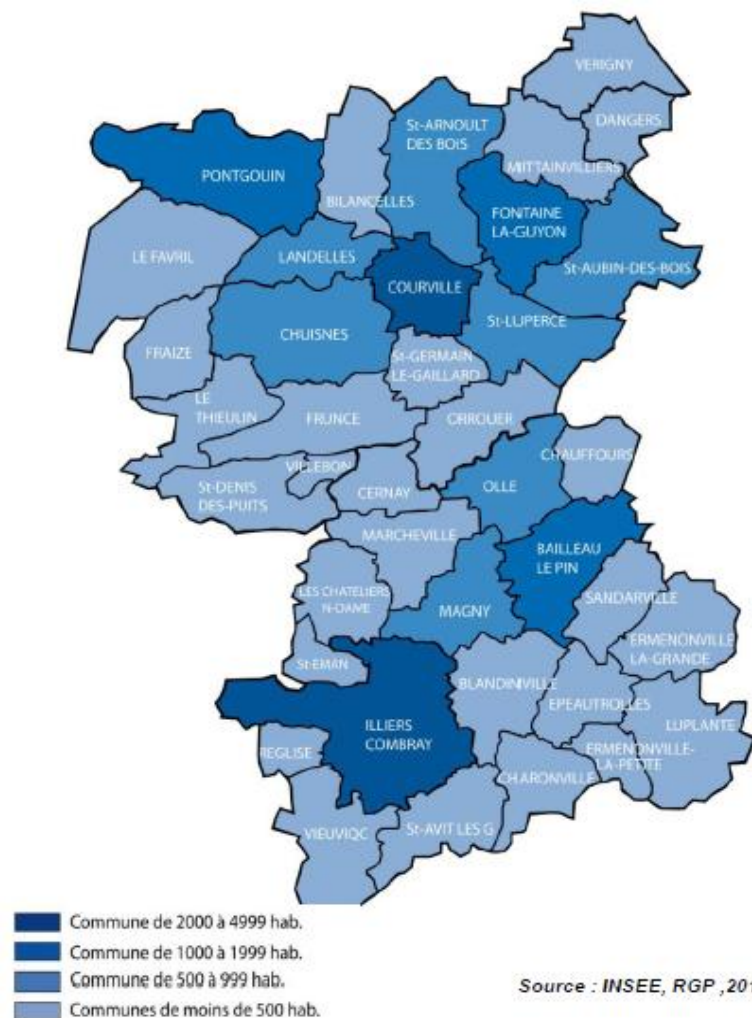
### 1.1.1. Un dynamisme démographique lié à l'arrivée d'une population nouvelle

Le périmètre d'étude du SCOT regroupe **20 186 habitants** en 2009 (soit environ 5% de la population départementale) installés sur **33 communes** aux profils variés et pesant de manière inégale en termes de démographie, d'emplois, de niveau d'équipements et de services. Globalement, le périmètre comporte de nombreuses petites communes : **70% des communes du périmètre accueillent moins de 500 habitants.**

Entre 1999 et 2009, le territoire du SMET des Pays de Combray et Courvillois a enregistré près de 2 212 personnes supplémentaires (+11%).

Les pôles structurants et d'équilibre (Courville-sur-Eure, Illiers-Combray, Bailleau-le-Pin, Fontaine-la-Guyon) rassemblent près de 45% de la population totale du territoire.

La répartition des habitants en 2010



SCOT des Pays de Combray et Courvillois			
Population de 1990 à 2009	1990	1999	2009
Nombre d'habitants	16 832	17 974	20 186



## LES CONSOMMATEURS

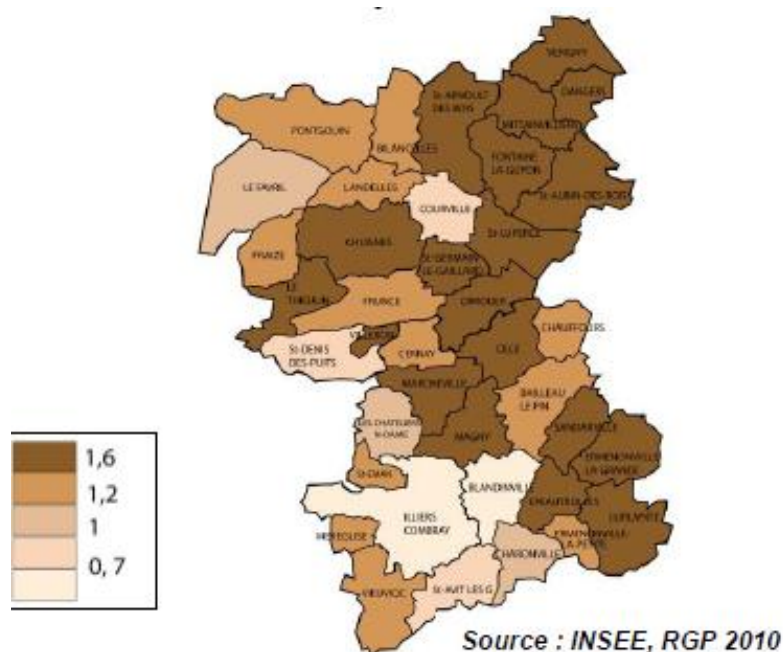
### 1.1.2. Une population jeune, surtout à l'est

Indice de jeunesse : un indice de jeunesse supérieur à 1 traduit une part de population de moins de 20 ans plus importante que la part des plus de 60 ans.

L'indice de jeunesse peut être estimé à **1,3** sur le territoire du SMET en 2010. Il est moins important sur les communes situées à l'ouest du périmètre où le renouvellement des générations semble plus difficile.

Les pôles structurants sont constitués d'une population plus âgée, cette caractéristique est plus prégnante à Illiers-Combray.

#### Indice de jeunesse en 2010



### 1.1.3. Un nombre de ménages en progression constante

Le périmètre du SMET compte actuellement environ **7 600 ménages**.

Comme la population, les ménages sont toujours plus nombreux, avec une augmentation constante de l'ordre de 1,5% par an entre 1999 et 2008.

Le nombre de personnes par ménage est quant à lui en baisse, traduisant le phénomène national de desserrement des familles. Il est néanmoins plus important qu'à l'échelle départementale avec **2,6 personnes par ménage** en 2008 (2,4 pour l'Eure-et-Loir).

Parmi les actifs du périmètre du SCOT, une part importante appartient à la catégorie socioprofessionnelle des employés (20%), des ouvriers (18%), et des professions intermédiaires (14%).

26% des chefs de familles des ménages du SCOT sont à la retraite (identique à la moyenne départementale).

Evolution des ménages du SMET entre 1990 et 2008 (estimation)	1999	2008
Nombre de ménages	6 600	7 600
Nombre moyen de personnes par ménage	2,7	2,6

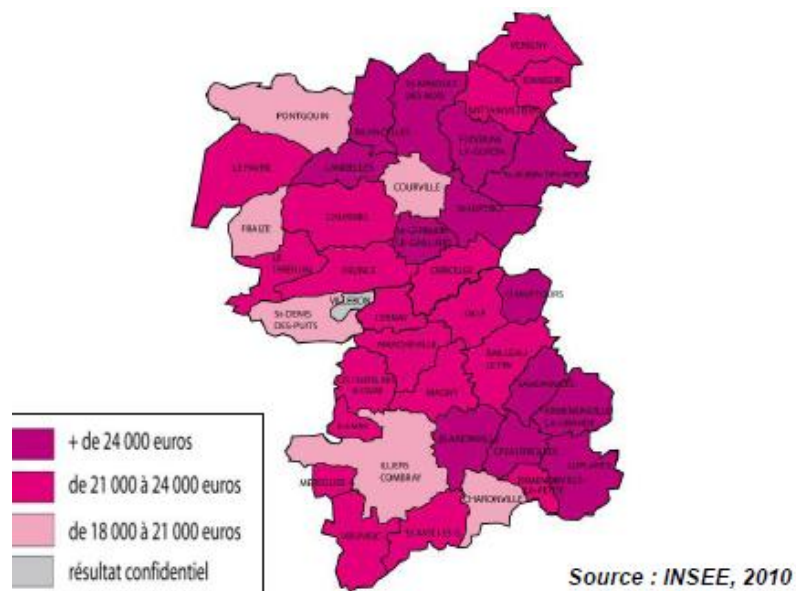
## LES CONSOMMATEURS

### 1.1.4. Un revenu moyen homogène et supérieur à celui du département

Le revenu net moyen annuel par foyer fiscaux du périmètre d'étude, égal à 23 352 € en 2008, est identique au revenu moyen départemental (23 440 €).

Les écarts ne sont pas significatifs entre les communes du SMET, même si on décèle quelques contrastes, notamment des ménages en moyenne plus aisés sur les communes du nord-est du Pays Courvillois et surtout des populations moins privilégiées au sein des deux pôles structurants du secteur.

#### Revenus net imposable de l'ensemble des foyers fiscaux en 2010

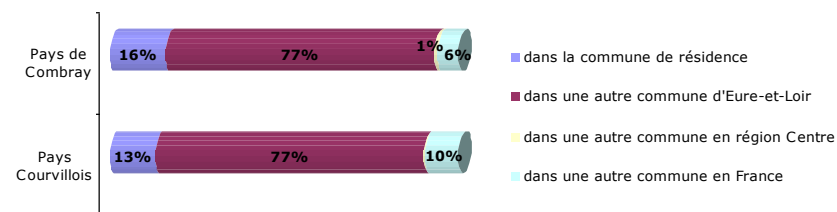


### 1.1.5. Une population active mobile

Forts de **4 661 emplois** sur le territoire du SCOT en 2008, les principaux pôles d'emplois sont Illiers-Combray (1 426 emplois) et Courville-sur-Eure (1 413 emplois).

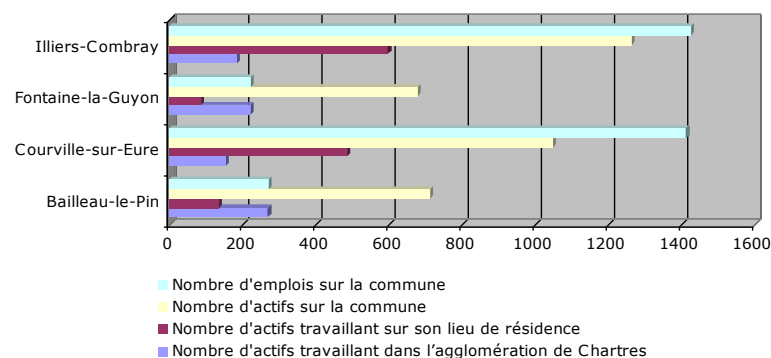
Les actifs travaillent largement hors de leur commune de résidence et hors du SMET : **84%** des actifs travaillent en dehors de leur commune de résidence en 2008.

#### Travaillent en 2008 :



L'appartenance au bassin d'emploi de Chartres et la dépendance également en termes d'emplois à la région francilienne engendrent de nombreuses **migrations domicile-travail** dont le volume s'accroît.

#### Déplacements domicile-travail, 2008



### **1.1.6. Une activité touristique encore peu développée**

Le tourisme du secteur d'étude est essentiellement un tourisme de transit (clientèle de retraités).

L'offre d'hébergement existante repose sur deux campings (à Illiers-Combray et Courville-sur-Eure), quelques gîtes et chambres d'hôtes et deux hôtels à Illiers-Combray (8 et 9 chambres).

Il n'existe plus d'hôtel dans le secteur du Pays Courvillois.

Les faibles flux touristiques ne permettent pas aux activités commerciales de construire leur activité uniquement sur une clientèle touristique.

### **SYNTHESE CONSTATS / ENJEUX**

<b>Constat : force / faiblesse</b>	<b>Enjeux</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Croissance démographique constante.</li><li>- Communes rurales (70% des communes ont moins de 500 habitants)</li><li>- Phénomène de périurbanisation.</li><li>- Solde migratoire positif.</li><li>- Population jeune.</li><li>- Nombre de personnes par ménage supérieur au département.</li><li>- Revenu des ménages supérieur au revenu moyen départemental.</li> <li>- 2 pôles d'emplois : Courville-sur-Eure et Illiers-Combray.</li> <li>- Les actifs travaillent largement hors de leur commune / nombreuses migrations domicile-travail.</li> <li>- Activité touristique peu développée / peu d'offre d'hébergement.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Une réponse commerciale aux nouvelles populations, qui apportent de nouveaux besoins (diversité de l'offre et nouveaux modes de consommation).</li> <li>- Une offre commerciale adaptée à la population locale, dans un milieu rural : jeunes ménages + personnes âgées (besoin de proximité).</li> <li>- Le rapprochement des commerces et des lieux de vie ; alors que le phénomène actuel de périurbanisation pose la problématique de la proximité entre le lieu de résidence (rural) et le lieu d'achat (urbain).</li> <li>- La proximité entre offre commerciale et lieux de travail.</li> <li>- L'offre commerciale proposée aux actifs des pôles structurants.</li> <li>- Les modes de déplacements entre les zones commerciales et les zones d'emploi.</li> <li>- La captation des actifs qui réalisent leurs achats à proximité de leur lieu de travail.</li></ul>

### 1.2. Les comportements d'achat des consommateurs

La base de données de l'observatoire des flux de consommation a été constituée à partir d'une enquête, réalisée en 2008, auprès de 1 650 ménages du département d'Eure-et-Loir, sur leurs dépenses de consommation concernant 31 produits de consommation courante.

Ces 31 produits de consommation courante concernent les 5 familles de produits suivantes : alimentaire, équipement de la personne, équipement de la maison, culture-loisirs, autres produits. Les secteurs de l'hôtellerie/restauration et de l'automobile ne sont pas concernés.

Les familles de produits :

#### **Alimentaire**

Pain, pâtisserie / Fruits, légumes / Charcuterie, viande, volailles, plats cuisinés / Poisson, crustacés / Surgelés / Epicerie, hygiène, produits d'entretien, crèmerie / Vins, alcools et liquides.

#### **Équipement de la personne**

Chaussures de villes / Vêtements hommes / Vêtements femmes / Vêtements enfants (-12 ans), layette, puériculture / Vêtements et chaussures de sport / Lingerie, hommes, femmes / Bijouterie, bijouterie fantaisie et horlogerie / Accessoires d'habillement, maroquinerie.

#### **Équipement de la maison**

Meubles / Electroménager (gros et petit) / Art de la table, décoration, bibelots, linge de maison / Bricolage, revêtements murs et sols, matériaux et loisirs / Jardinerie, animalerie, végétaux, produits phytosanitaires.

#### **Culture/loisirs**

Articles et matériel de sport / TV, hifi, matériel, photo, vidéo, téléphonie / Informatique, accessoires, jeux vidéo / Produits culturels, cassettes, CD, DVD / Livres / Jeux jouets / Papeterie, presse (revues, magazines, journaux).

#### **Autres produits**

Coiffure / Optique / Fleurs / Produits de Beauté, parfumerie, cosmétique.

## LES CONSOMMATEURS

---

Les données suivantes concernent les comportements d'achat des ménages des secteurs de Courville-sur-Eure et d'Illiers-Combray, définis par l'observatoire des flux de consommation.

### **1.2.1. Des dépenses conformes à l'échelon départemental**

Les Indices de Disparité de la Consommation (IDC) (2010)

Les IDC permettent de mesurer la capacité des ménages à consommer. Ils sont établis sur une base 100, représentative de la consommation moyenne française. Cela signifie que les ménages d'un secteur géographique ayant un indice égal à 90, pour une catégorie de produit, ont une consommation plus faible que celle de la moyenne des français. Inversement, les ménages d'un secteur ayant un indice de 120 ont une consommation plus forte que celle de la moyenne des français.

Les ménages du SMET des Pays de Combray et Courvillois consomment légèrement plus que le reste de la France. Ils consomment plus que la moyenne en produits alimentaires (110,8) et en équipement de la maison (115,9). Cette consommation est caractéristique d'un territoire rural.

Famille de produits	IDC
Alimentaire	110,8
Équipement de la personne	90,6
Équipement de la maison	115,9
Culture, loisirs	98,4
Autres produits (services à caractère commercial)	94,3
<b>TOTAL</b>	<b>103,6</b>



## LES CONSOMMATEURS

### Dépenses commercialisables

Les dépenses commercialisables correspondent au budget que consacrent les ménages d'une zone géographique à l'achat d'un produit donné.

D'une manière quantitative, les dépenses commercialisables des ménages du secteur du SMET en biens de consommation courante sont estimées à environ **87 millions (M) d'euros**.

**L'alimentaire et l'équipement de la maison** représentent la part la plus importante dans le budget des ménages du secteur de SMET, avec respectivement 52% et 17% de la dépense commercialisable totale (soit 45,5 millions d'euros et 14,8 millions d'euros).

Cette proportion est identique à celle du département d'Eure-et-Loir.

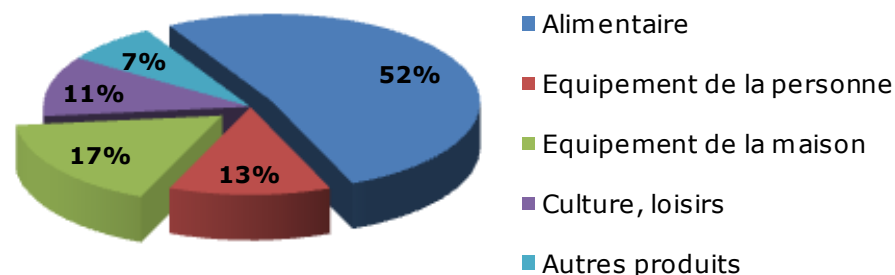
### Destination des dépenses

Les dépenses des ménages des secteurs d'étude sont très majoritairement effectuées dans des grandes surfaces (hypermarché, supermarché, grandes surfaces alimentaires et non alimentaires).

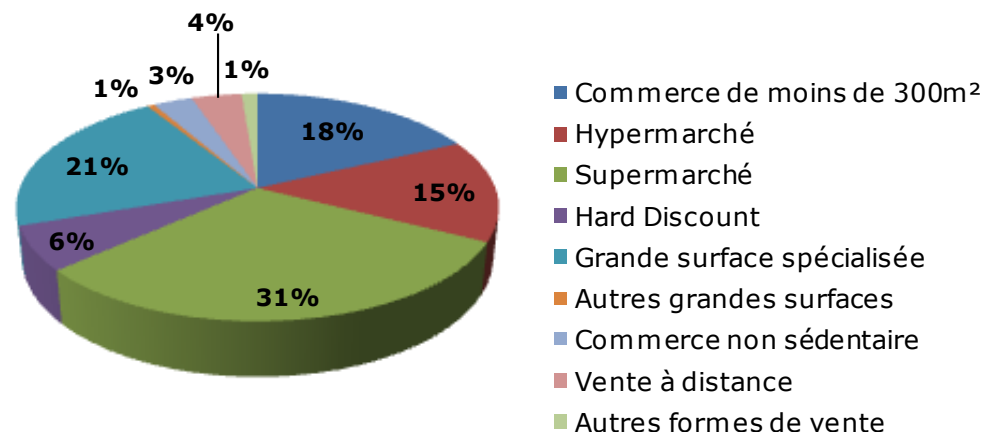
Les petits commerces mobilisent tout de même 18% des dépenses des ménages.

Les mêmes proportions se détachent à l'échelle départementale

### Dépenses des ménages, 2008



### Répartition des dépenses par forme de vente



**1.2.2. Des zones de chalandise imbriquées**

La zone de chalandise d'un pôle commercial correspond au lieu d'habitation de la clientèle régulière venant consommer sur le secteur étudié. Cette zone est ainsi déterminée par la proximité géographique entre les clients potentiels et le point de vente, ainsi que les flux de circulation domicile-travail, l'accessibilité et la concurrence.

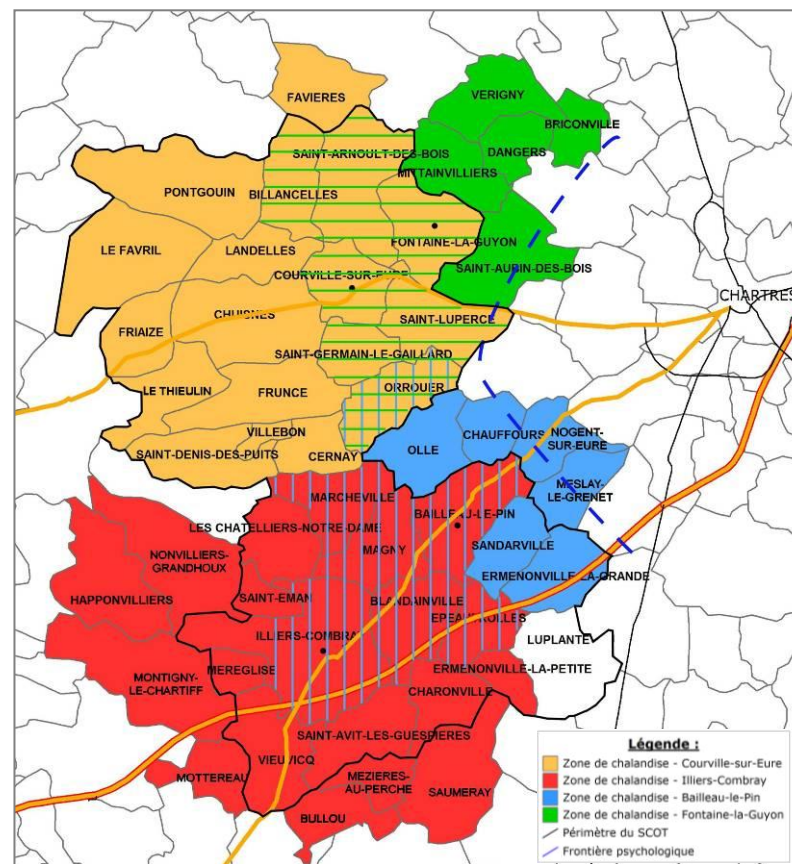
Chaque zone de chalandise a été définie selon un temps de trajet voiture de moins de 10 minutes

Globalement, les zones de chalandise des différents pôles sont cantonnées au périmètre du SMET des Pays de Combray et Courvillois. Cette caractéristique est d'autant plus flagrante qu'une frontière psychologique invisible existe à la limite est du périmètre. Cette frontière correspond à l'extrémité de la zone de chalandise primaire de l'agglomération de Chartres. L'attraction de l'agglomération de Chartres implique que les ménages situés à l'est de cette frontière n'iront pas « naturellement » vers l'ouest pour réaliser leurs achats.

**Estimation de la population des zones de chalandise des pôles commerciaux**

Pôle commercial	Population (1999)	Population (2009)	Evolution
Courville-sur-Eure	11 210	11 416	+1,8%
Illiers-Combray	9 898	10 142	+2,5%
Fontaine-la-Guyon	8 912	9 156	+2,7%
Bailleau-le-Pin	8 822	9 028	+2,3%

**Zones de chalandise des 4 pôles commerciaux du SMET des Pays de Combray et Courvillois**



Par ailleurs, les zones de chalandise s'interpénètrent parfois, notamment entre les pôles structurants et les pôles d'équilibre, témoignant de la qualité de l'offre commerciale. Plusieurs communes disposent ainsi d'un accès à deux pôles commerciaux.

### 1.2.3. Une évasion commerciale très marquée

L'évasion commerciale est définie comme la part des dépenses des ménages, résidant dans une zone, réalisée à l'extérieur de cette même zone.

La rétention commerciale correspond aux dépenses des ménages du secteur étudié réalisée dans leur propre secteur.

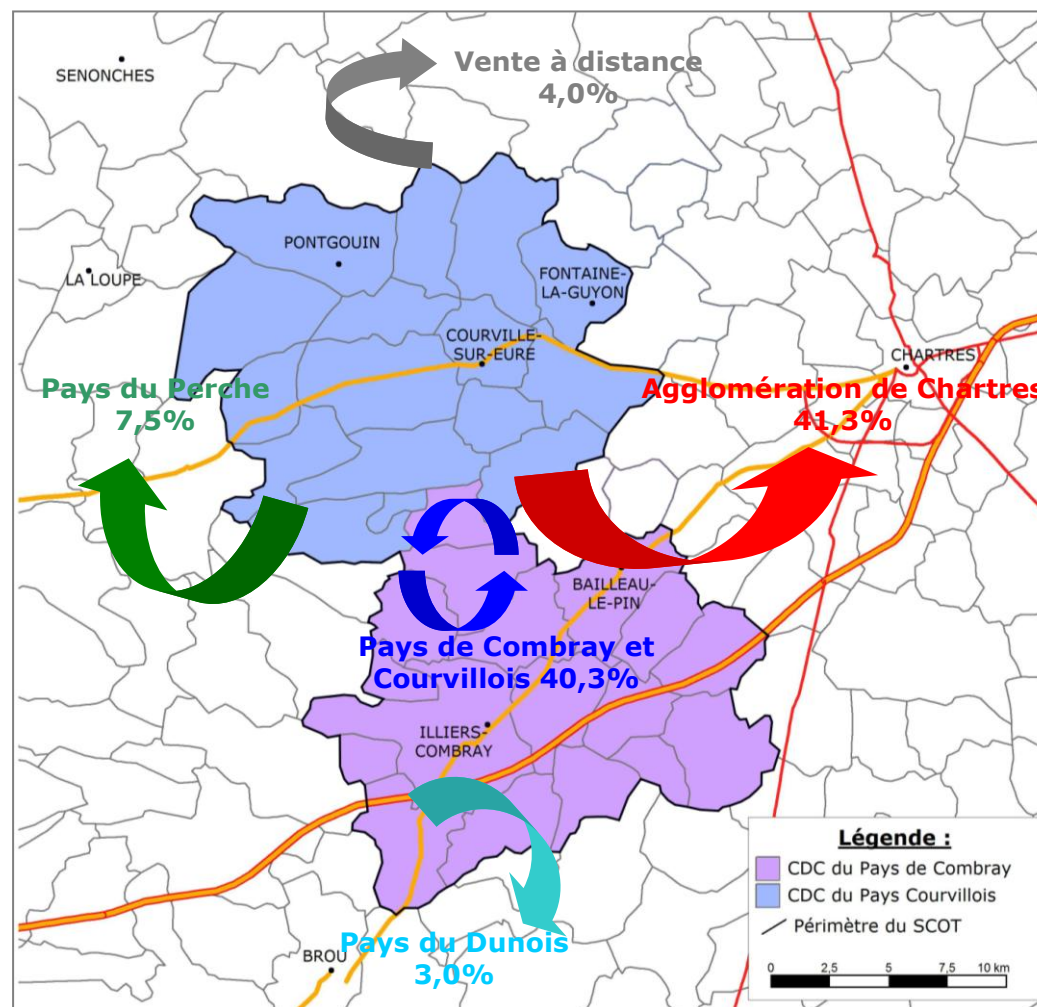
L'attraction commerciale correspond aux dépenses des ménages résidant hors du secteur étudié, mais réalisant des dépenses dans le secteur.

Avec seulement **40% des dépenses effectuées à l'intérieur de son territoire**, on peut parler d'une importante évasion commerciale.

Cette évasion s'oriente principalement vers l'agglomération de Chartres (Chartres, Luisant, Lucé, Barjouville). Les communes les plus proches de l'agglomération chartraine subissent la plus forte attraction.

Cette évasion existera toujours, du fait de facteurs incompressibles comme des achats lors du trajet domicile/travail et de pôles voisins plus attractifs.

### Destination des dépenses - évasion commerciale.

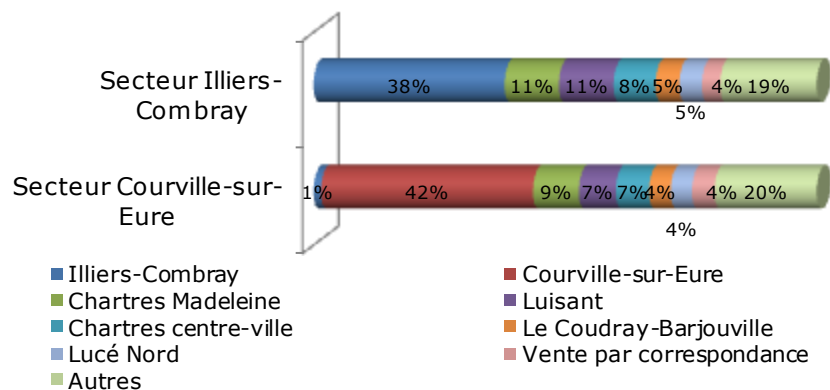


## LES CONSOMMATEURS

Le secteur de Courville-sur-Eure accuse une rétention commerciale de seulement 42%. L'évasion s'effectue essentiellement vers le secteur de Chartres (16%) et Luisant (7%).

Quant au secteur d'Illiers-Combray, la rétention est encore inférieure avec 38% des dépenses des ménages de la Communauté de Communes des Pays de Combray effectuées dans ce secteur et environ 40% des dépenses effectuées dans l'agglomération de Chartres.

### Evasion commerciale

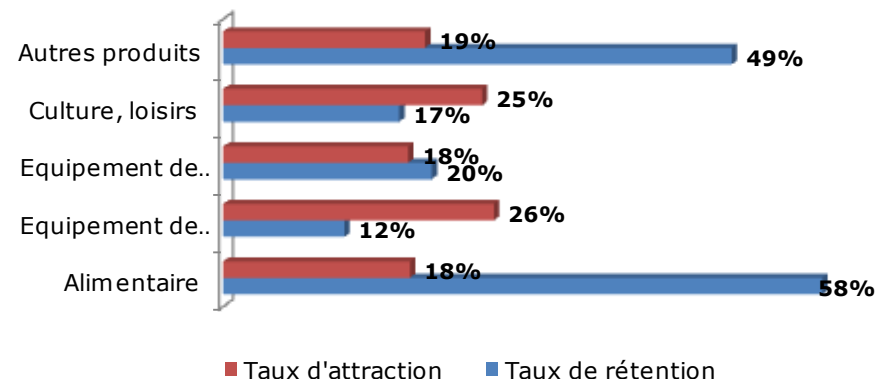


Par ailleurs, sur ces deux secteurs, avec tout de même **42%**, **l'évasion alimentaire** est la moins importante.

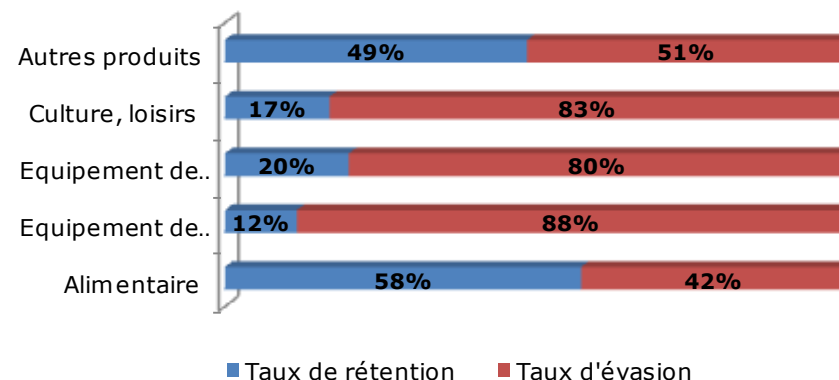
En non alimentaire, l'évasion est très marquée, surtout en équipement de la personne.

Considérant **l'attraction commerciale**, on peut noter qu'elle est **faible**, autour de 20% pour l'ensemble des familles de produits. Ainsi, la quasi-totalité du chiffre d'affaires des commerces du secteur du SMET provient des habitants de ce même secteur.

### Rétention et attraction commerciale, 2008



### Rétention et évasion commerciale, 2008

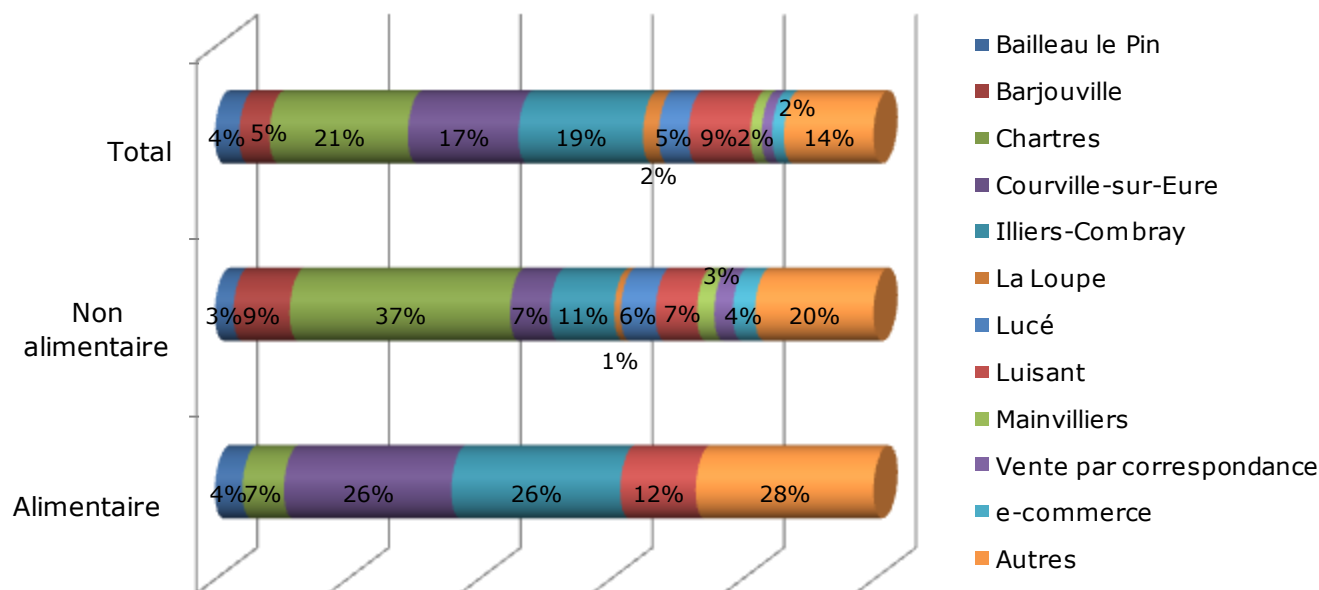


## LES CONSOMMATEURS

En alimentaire, les habitants des secteurs d'étude consomment près de chez eux. Ils se rendent le plus souvent à Illiers-Combray (26% des dépenses), et à Courville-sur-Eure (26% des dépenses), et à Courville-sur-Eure (26% des dépenses), et à Courville-sur-Eure (26% des dépenses).

En non alimentaire, les habitants du secteur du SMET sortent généralement de la zone d'étude pour effectuer leurs achats. Ils se rendent prioritairement à Chartres (zone commerciale de Carrefour ou dans le centre ville) pour acheter ce type de produits. Notons que le e-commerce représente près de 4% des dépenses non alimentaires des ménages.

**Destination des dépenses des ménages, 2008**



## II – L’OFFRE MARCHANDE

L’analyse suivante concerne le commerce de détail (sédentaire et non sédentaire) et les services aux particuliers. Le commerce de gros, les services bancaires (banques, assurances), et les agences immobilières ne font pas partie du champ d’investigation.

### 2.1. L’armature commerciale

Le périmètre du SMET des Pays de Combray et Courvillois compte **168 commerces et services** de proximité, dont **7 surfaces commerciales de plus de 300 m<sup>2</sup>** de surface de vente (dont 3 surfaces commerciales de plus de 1 000 m<sup>2</sup>).

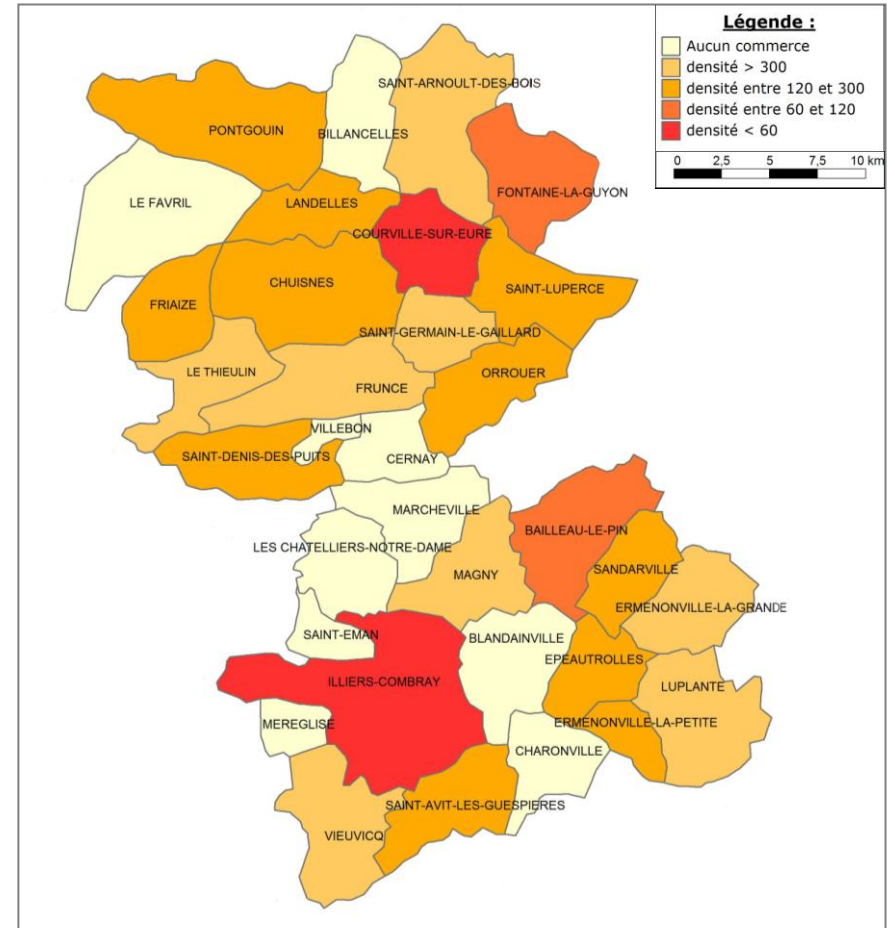
Au 1<sup>er</sup> septembre 2011, la Communauté de Communes du **Pays de Combray** accueillait **78 commerces** et services aux particuliers répartis sur **10 communes**.

La Communauté de Communes du **Pays Courvillois** accueillait, quant à elle, **90 commerces** et services aux particuliers répartis sur **13 communes**.

Les densités commerciales de Courville-sur-Eure et d’Illiers-Combray sont identiques avec **1 cellule commerciale pour 58 habitants**. (2008 : 1 local pour 60 habitants dans l’unité urbaine de Chartres).

13 communes sur 33 n’ont qu’un seul commerce, pour 7 communes (21%), il s’agit d’un commerce alimentaire.

### Densité commerciale par commune, au 1<sup>er</sup> septembre 2011.



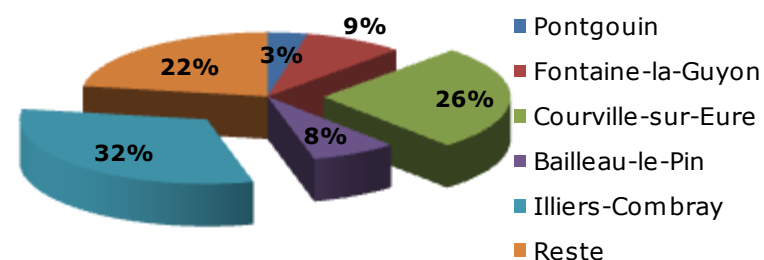
## L'OFFRE MARCHANDE

Les commerces les plus présents sur le territoire du SMET des Pays de Combray et Courvillois sont les cafés, hôtels, restaurants (41), les garages (22 établissements classés « automobile, cycles »), et les commerces alimentaires de proximité (22).

**Plus de la moitié de cette offre se trouve sur un pôle structurant (60%).**

Courville-sur-Eure représente 51% de l'offre commerciale de sa Communauté de Communes et Illiers-Combray représente 71% de l'offre commerciale de sa Communauté de Communes, traduisant une polarisation plus forte sur la Communauté de Communes du Pays de Combray.

### Répartition de l'offre commerciale entre les pôles commerciaux repérés

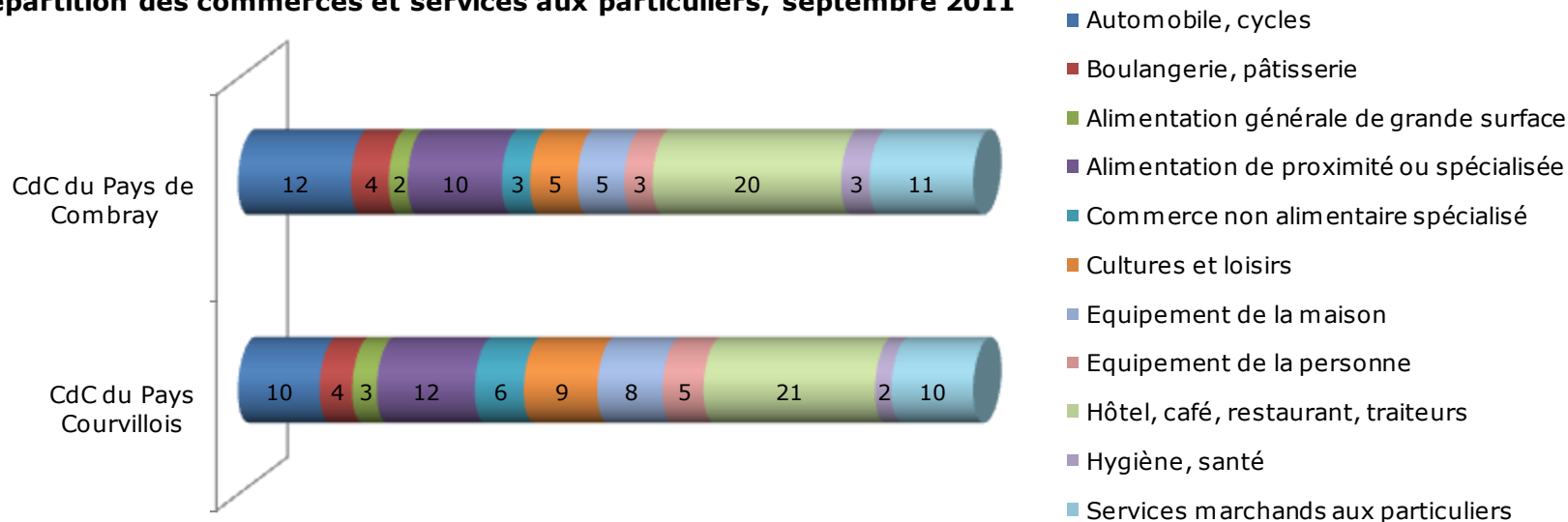


L'offre commerciale sédentaire est complétée par la présence de **deux marchés non-sédentaires** :

- à Courville-sur-Eure, chaque jeudi matin, place des Fusillés (30 commerçants),
- à Illiers-Combray, chaque vendredi matin place de l'Église.

Ces activités commerciales non sédentaires sont le moteur d'un dynamisme commercial pour les centres villes, surtout à Courville-sur-Eure.

### Répartition des commerces et services aux particuliers, septembre 2011





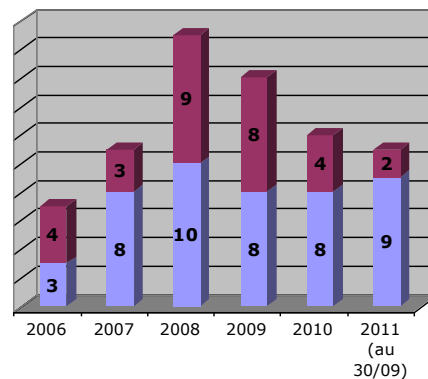


## 2.2. L'évolution du tissu commercial

Globalement, les créations d'entreprises sont plus nombreuses dans la Communauté de Communes du Pays Courvillois que dans la Communauté de Communes du Pays de Combray.

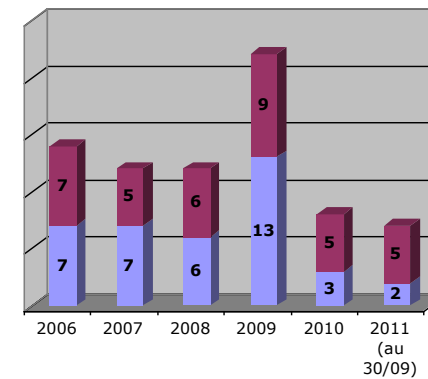
En 2010, le solde des créations, reprises moins les cessations était en faveur de la Communauté de Communes du Pays Courvillois. Cette tendance se retrouve pour les derniers chiffres 2011.

Créations pures



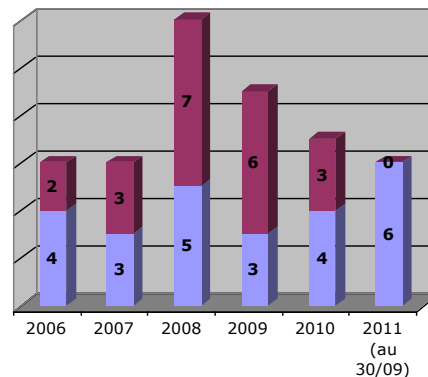
■ CdC du Pays Courvillois ■ CdC du Pays de Combray

Cessations pures



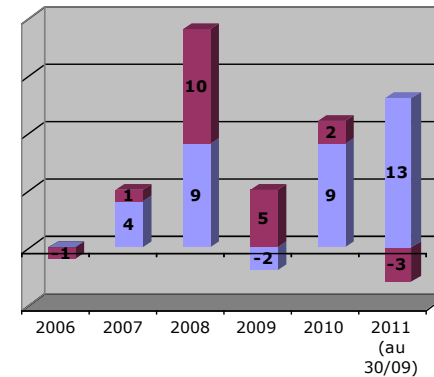
■ CdC du Pays Courvillois ■ CdC du Pays de Combray

Reprises pures



■ CdC du Pays Courvillois ■ CdC du Pays de Combray

Solde (création + reprise - cessations)



■ CdC du Pays Courvillois ■ CdC du Pays de Combray

### 2.3. Des grandes surfaces alimentaires concentrant les parts de marché

#### 2.3.1. Les caractéristiques du chiffre d'affaires des commerces

Le chiffre d'affaires<sup>3</sup> total des commerces présents sur les deux secteurs d'étude est de **43,3 millions d'euros**.

Le secteur de l'alimentaire présente le chiffre d'affaires le plus important : 32 millions d'euros, soit **73,6% du chiffre d'affaires** total des secteurs d'étude. Les autres familles de produits se répartissent équitablement le chiffre d'affaires restant.

Les **grandes surfaces alimentaires** (Super U / Intermarché) dégagent le chiffre d'affaires le plus important (26,7 millions d'euros, soit **62%** du chiffre d'affaires total des secteurs d'étude).

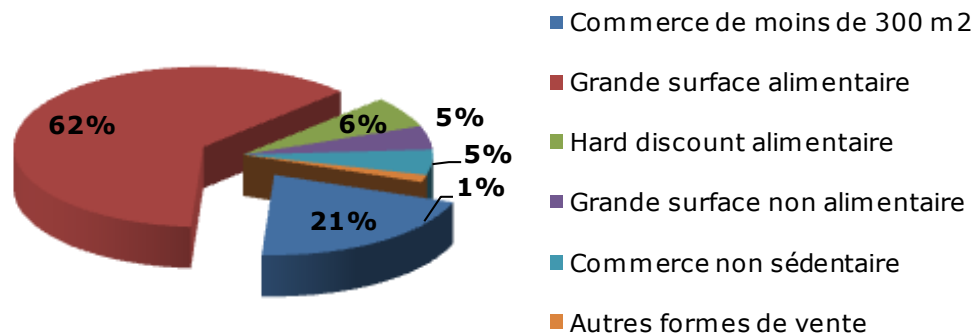
Le **hard-discount alimentaire** (DIA / Netto) représente **6%** du chiffre d'affaires du périmètre.

Le chiffre d'affaires des **grandes surfaces non alimentaires** (Bricomarché) représente **5%** du chiffre d'affaires total du secteur.

Enfin **21%** du chiffre d'affaires du SMET est effectué par les **commerces de moins de 300 m<sup>2</sup>**.

<sup>3</sup> Il s'agit d'une estimation du chiffre d'affaires dégagé par les commerces de la zone concernée (estimation par addition de tous les flux d'achats).

Répartition des chiffres d'affaires par forme de vente, 2008



Répartition du Chiffre d'Affaires (CA) des commerces par famille de produits et par secteur.

Famille de produits	CA (en M€)	Pays Courvillois	Pays de Combray
Alimentaire	31,9	39%	61%
Equipement de la personne	1,7	43%	57%
Equipement de la maison	3,6	19%	81%
Culture, loisirs	2,2	33%	67%
Autres produits	3,9	37%	63%
<b>TOTAL</b>	<b>43,3</b>	<b>37%</b>	<b>63%</b>

## L'OFFRE MARCHANDE

### 2.3.2. Les caractéristiques du chiffre d'affaires des pôles commerciaux

Dans les pôles structurants, les **supermarchés représentent plus de 60% du chiffre d'affaires du pôle**. Ce sont les enseignes locales qui occupent le second rang.

C'est en non alimentaire que les commerces de proximité (petit commerce) produisent la part la plus importante de chiffre d'affaires. Néanmoins en non alimentaire, le supermarché occupe toujours une place importante.

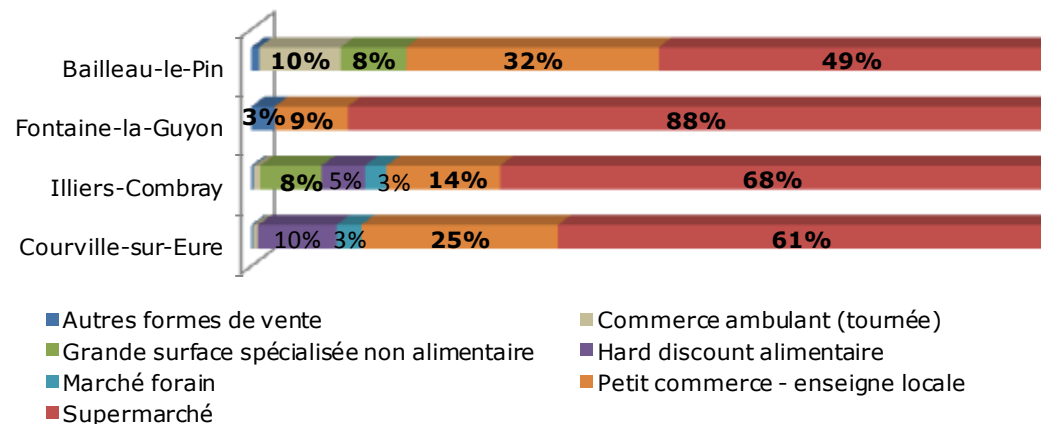
Dans les pôles structurants, le hard discount (Netto / DIA) occupe une part non négligeable (5% à Illiers-Combray et 10% à Courville-sur-Eure) du chiffre d'affaires des pôles commerciaux.

Alors que les caractéristiques des pôles structurants sont semblables, largement orientées vers l'alimentaire, les deux pôles secondaires ne sont pas constitués du même type d'offre.

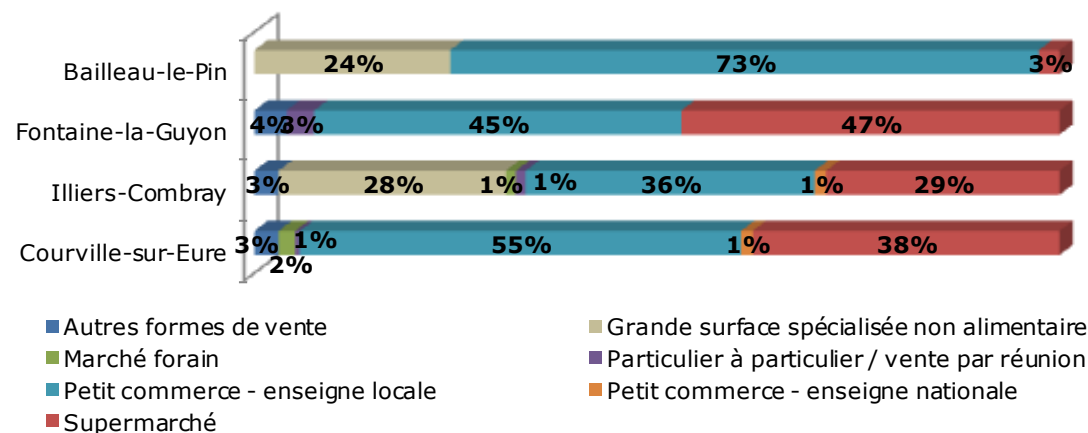
A Bailleau-le-Pin, les commerces de proximité tiennent une place importante dans le chiffre d'affaires du pôle (32%), alors que le supermarché capte la quasi-totalité du chiffre d'affaires à Fontaine-la-Guyon, synonyme d'une faible offre de proximité.

Pôle	Estimation du chiffre d'affaires (en K €)
Courville-sur-Eure	15 619
Illiers-Combray	22 156
Bailleau-le-Pin	4 559
Fontaine-la-Guyon	6 600

#### Répartition du CA - Par pôles de vente et formes de vente



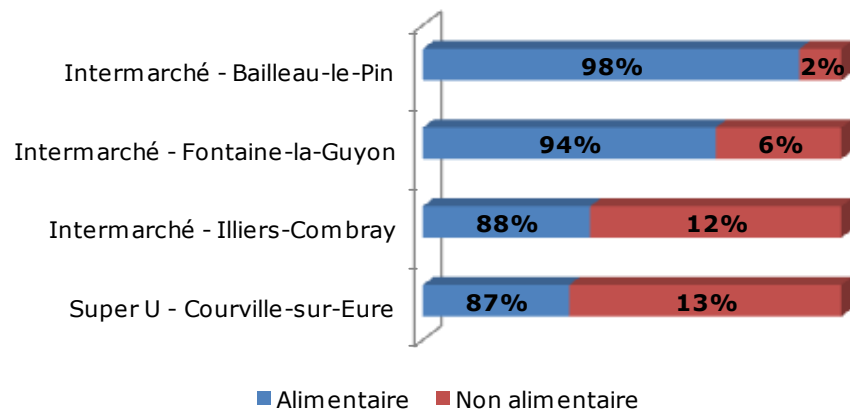
#### Répartition du CA en non alimentaire - Par pôles de vente et formes de vente



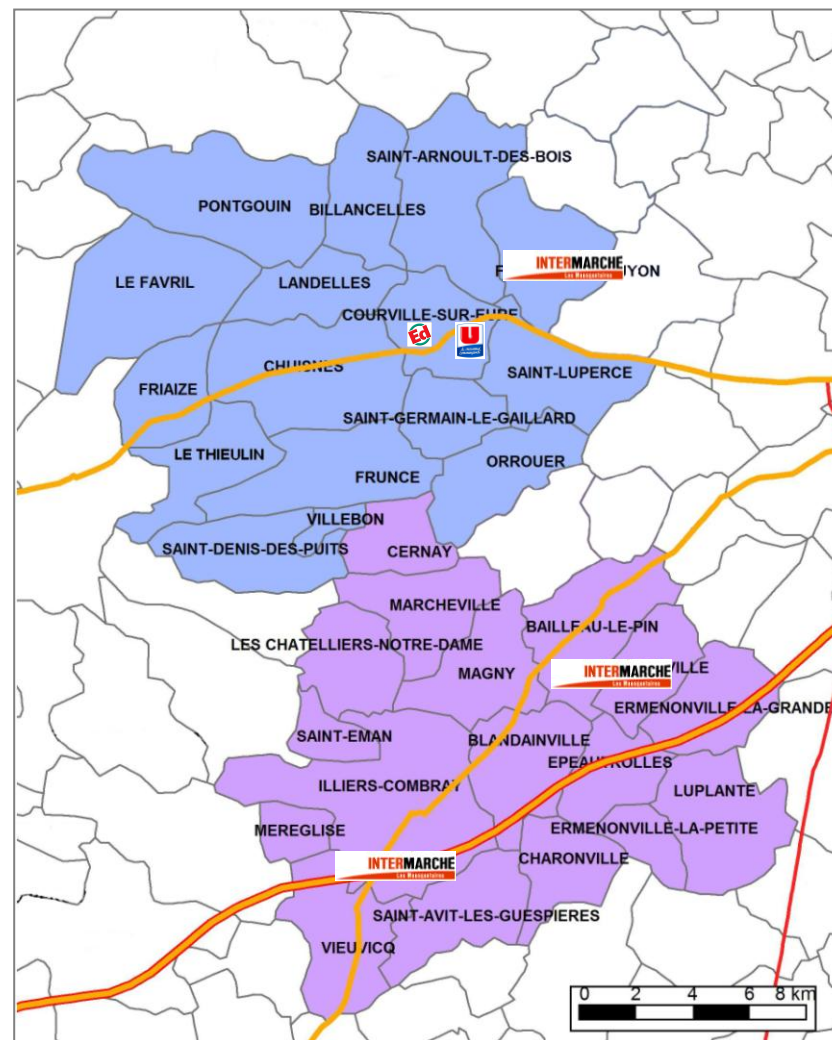
### 2.3.3. Les caractéristiques des grandes surfaces alimentaires

Chaque pôle commercial (structurant et d'équilibre) est constitué d'un supermarché.  
 Ces supermarchés réalisent plus de 80% de leur chiffre d'affaires sur des produits alimentaires.  
 Cette proportion est davantage marquée dans les pôles d'équilibre.

Part du CA des supermarchés en alimentaire et non alimentaire



Localisation des grandes surfaces alimentaires



### SYNTHESE CONSTATS / ENJEUX :

Constat : force / faiblesse	Enjeux
<ul style="list-style-type: none"><li>- Consommation légèrement supérieure à la moyenne nationale et notamment en produits alimentaires et en équipement de la maison.</li><li>- Dépenses conformes à l'échelon départemental / 60% en alimentaire / 67% dans des grandes surfaces.</li><li>- 20% du chiffre d'affaires effectué dans des commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> / essentiellement dans le non alimentaire.</li><li>- Les grandes surfaces : 60% du chiffre d'affaires des pôles structurants.</li><li>- Zone de chalandise limitée par l'attractivité de l'agglomération de Chartres / importante évasion commerciale (dont évasion incompressible).</li><li>- Deux pôles structurants : Courville-sur-Eure et Illiers-Combray / deux pôles d'équilibre : Bailleau-le-Pin et Fontaine-la-Guyon / un pôle de proximité : Pontgouin.</li><li>- Territoire bien couvert / certaines communes ont le choix entre plusieurs pôles commerciaux à moins de 10 minutes de trajet voiture.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- L'adaptation des formes de commerce à l'évolution des modes de consommation.</li><li>- Une offre commerciale conforme aux besoins et aux attentes des consommateurs.</li><li>- Le positionnement du territoire dans son environnement concurrentiel, notamment par rapport à l'agglomération de Chartres.</li><li>- Une offre commerciale équilibrée à l'échelle du territoire (entre commerce de proximité et grandes surfaces).</li><li>- La complémentarité de l'offre proposée sur les différents pôles.</li><li>- L'équilibre commercial sur les deux communautés de communes.</li><li>- La préservation de l'attractivité des pôles commerciaux existants.</li><li>- Le maintien d'une offre complète en centre ville, notamment pour les personnes les moins mobiles.</li></ul>

### III – L'ACCESSIBILITE AUX COMMERCES

#### 3.1. Un maillage routier fortement emprunté

Le territoire du SMET des Pays de Combray et Courvillois est qualifié de « sortie » de l'agglomération chartraine. Il s'agit d'un espace de transition entre les espaces urbanisés et des espaces ruraux. Par conséquent, les infrastructures routières y sont très sollicitées.

Les pôles du SCOT exercent une attractivité locale, mais ont peu de relations entre eux.

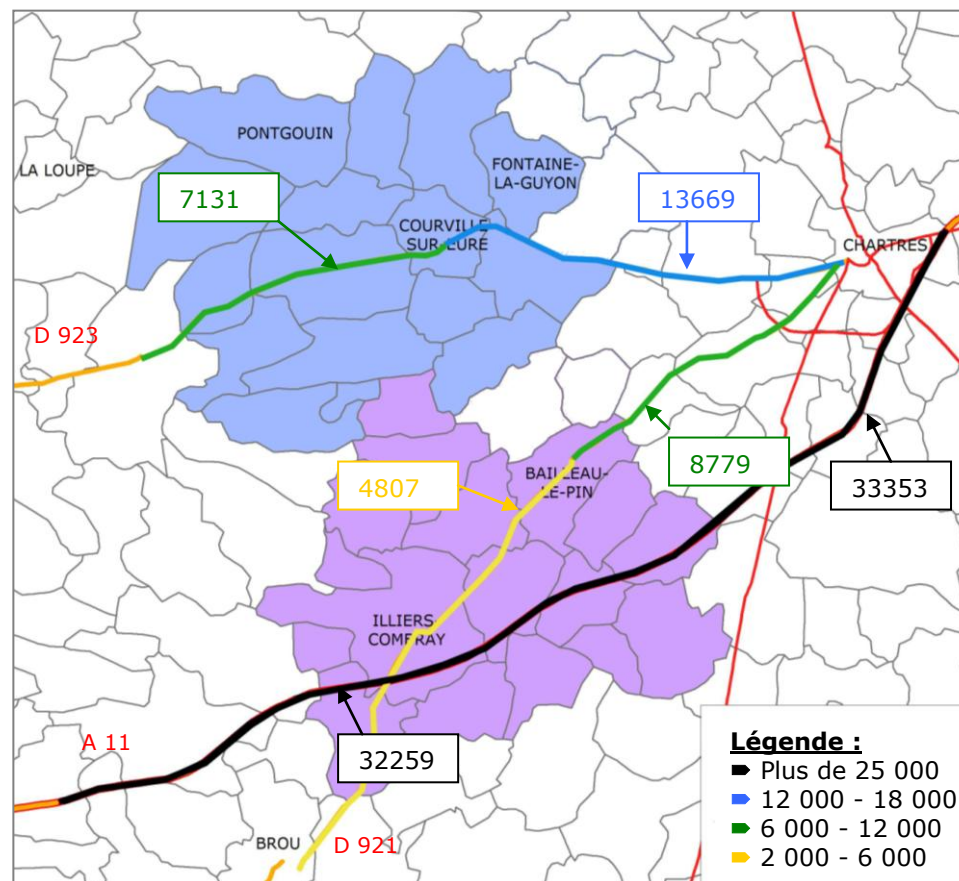
Les flux de déplacement sont soit, internes aux Communautés de Communes, soit orientés vers l'extérieur et **principalement vers Chartres et sa périphérie.**

Comme vu précédemment (paragraphe 1.1.5), il est constaté une multiplication des déplacements domicile-travail. Ces migrations montrent l'influence des axes routiers structurants comme la RD 923 et la RD 921.

La bonne desserte du territoire implique une évacuation commerciale qui existera toujours, du fait d'achats lors du trajet domicile/travail et d'achat dans des pôles voisins plus attractifs.

La RD 923 est la route la plus empruntée du territoire du SCOT. Des problèmes de saturation peuvent apparaître à certaines heures de la journée.

#### Trafic routier moyen journalier annuel, 2008



Source : Trafic routier en Région Centre 2008, DREAL Centre, novembre 2010.

### 3.2. Un réseau de transport en commun peu adapté

La voiture est le principal mode de transport utilisé. Cette caractéristique s'explique par l'insuffisance des transports en commun, pour les actifs. En effet, les transports en commun sont principalement adaptés aux déplacements des scolaires vers l'agglomération de Chartres.

Les modes de transport collectif sont peu adaptés à des déplacements vers les différents pôles commerciaux du SMET. Néanmoins, il existe un car qui permet de se rendre une fois par semaine, le matin du marché, dans les pôles structurants.

Un service de transport à la demande permet également de se rendre dans les pôles structurants, deux fois par semaine.

Concernant l'offre ferroviaire, la ligne « Paris-Chartres-Courtalain » propose un arrêt aux gares de Bailleau-le-Pin, Magny et Illiers-Combray, et la ligne « Le Mans-Chartres-Paris » propose un arrêt aux gares de Saint-Lupercé, Courville-sur-Eure et Pontgouin. Ces deux lignes semblent pratiques pour les migrations domicile-travail, mais ne répondent pas à des besoins en desserte locale.

Les temps de trajet à pied entre les gares et les pôles commerciaux de centre ville peuvent être estimés à moins de 10 min.

	Illiers-Combray	Bailleau-le-Pin	Courville-sur-Eure
Nombre de trains par jour	- 8 a/r par jour en semaine - 5 a/r par jour le week-end	- 8 a/r par jour en semaine - 5 a/r par jour le week-end	- 18 a/r par jour en semaine - 11 a/r par jour le week-end
Temps d'accès à Paris	1h45	1h40	1h20
Temps d'accès à Chartres	25 min	15 min	10 min
Distance entre la gare et le centre ville	650 m	550 m	600 m
Distance entre la gare et la GSA	800 m	450 m	1,6 km
Distance entre la GSA et le centre ville	1,1 km	250 m	1,1 km

### 3.3. Des projets d'infrastructures routières importants

Deux projets majeurs :

- Création d'un itinéraire de déviation pour le trafic des poids-lourds à Illiers-Combray (mise en service : 2014).

- Création d'un échangeur sur l'A11 au niveau d'Illiers-Combray : cet échangeur ne répondra pas au besoin de desserte quotidienne vers Chartres (autoroute payante) mais permettra de soulager les routes départementales (mise en service : 2015).

### SYNTHESE CONSTATS / ENJEUX

Constat : force / faiblesse	Enjeux
<ul style="list-style-type: none"><li>- Flux de déplacements internes aux communautés de communes ou vers l'extérieur (principalement vers Chartres) / peu de relations entre les pôles structurants.</li><li>- Espace de sortie de l'agglomération chartraine / transition entre espace urbanisé et espaces ruraux.</li><li>- Bonne desserte routière / problème de saturation à certaines heures.</li><li>- Voiture comme principal mode de transport / peu de transports en commun (hors scolaires) / six gares.</li><li>- Temps de trajet à pied entre gares et centre ville estimé à moins de 10 minutes.</li><li>- Deux projets d'infrastructure majeurs ayant peu d'impact sur l'activité commerciale.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Le maintien des activités, équipements et services afin de retenir les consommateurs.</li><li>- La localisation des commerces par rapport aux axes de sortie du territoire vers Chartres.</li><li>- Le développement de l'emploi local afin de réduire l'évasion liée aux trajets domicile-travail.</li><li>- Le rapprochement des activités économiques et des lieux de vie.</li><li>- La réflexion sur d'autres modes de déplacement (transports collectifs, covoiturage, navette, etc.).</li><li>- La captation des actifs utilisant les gares ferroviaires pour se rendre sur leur lieu de travail.</li><li>- La définition des lieux d'implantation commerciale selon la qualité de la desserte, la proximité des lieux de travail et d'habitation.</li><li>- Le développement du commerce dans les lieux desservis par les transports collectifs (proximité des arrêts, gares, etc.).</li></ul>



## IV – APPROCHE INDIVIDUALISEE

### 4.1. Les pôles structurants

**Les pôles structurants** accueillent une offre commerciale diversifiée en centre ville et une offre en périphérie menée par une enseigne alimentaire en grande surface et des enseignes non alimentaires de proximité (bricolage, jardinage). On dénombre deux pôles structurants sur le secteur du SMET des Pays de Combray et Courvillois : Courville-sur-Eure et Illiers-Combray.

#### 4.1.1. Le pôle de Courville-sur-Eure

Le pôle de Courville-sur-Eure est composé d'un centre ville et de la zone commerciale (ZACOM) Super U.

##### Le centre ville de Courville-sur-Eure

Le centre ville de Courville-sur-Eure est historiquement commerçant, avec un attachement particulier des habitants aux commerces de proximité. Les commerces et services du centre ville de Courville-sur-Eure sont resserrés autour de la place des Fusillés. 33 commerces sont recensés autour de cette place et sur les trois rues adjacentes (rue Carnot, rue Pannard, rue de l'Ecu).

La centralité des commerces accentue le sentiment de dynamisme commercial et de convivialité.

L'espace est largement destiné à l'usage de la voiture. La place des Fusillés, d'aspect très minéral, concentre de nombreuses places de stationnement en zone bleue. La zone bleue favorise la rotation des véhicules, réduisant les difficultés de stationnement des chalands. Par ailleurs, trois autres parkings se trouvent à moins de 500 mètres du centre.

Quelques activités artisanales, commerciales et de services complémentaires au centre ville se localisent en limite extérieure du centre ville, dont un magasin de discount alimentaire (DIA).



## APPROCHE INDIVIDUALISEE

### La zone commerciale de Courville-sur-Eure

La zone commerciale de Courville-sur-Eure est localisée en entrée est de la commune, le long de la RD 923, sans véritable connexion avec le centre ville. Cette zone est, pour le moment, uniquement composée de l'enseigne « Super U » (avec station service, contrôle technique, etc.). Elle sera prochainement étendue de nouvelles surfaces commerciales dans le cadre d'un projet de ZAC (Zone d'Aménagement Concerté) à l'est de Super U.

Cette zone, aujourd'hui, très excentrée sera à terme insérée dans un environnement mixte (habitat, commerce, artisanat, etc.).

La zone commerciale est accessible par un rond-point depuis la RD 923.

Concernant l'espace de stationnement, il est important, très minéral, laissant peu de place à la végétation. Néanmoins, la qualité architecturale du bâtiment « Super U » est à noter.

La distance entre la zone commerciale et le centre ville (1,6 km) ne facilite pas les projets de liaison douce entre ces deux secteurs. Néanmoins, il existe une réelle proximité de la zone commerciale avec une large zone résidentielle à l'ouest du Super U.

Super U est inscrit dans un terrain de 1,8 ha. Le projet de ZAC destine sept parcelles à l'activité commerciale (6 parcelles de 1 500 à 3 000 m<sup>2</sup>, et une parcelle d'environ 6 000 m<sup>2</sup>).



### **POINTS FORTS/POINTS FAIBLES - PÔLE COURVILLE-SUR-EURE**

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Proximité ZACOM / zone urbaine	Eloignement de la zone commerciale avec le centre ville pas compensé par les liaisons douces
Offre de stationnement suffisante (zone bleu en centre ville)	Parkings minéraux, peu de végétation
Diversité commerciale	Tout voiture
Accessibilité de la ZACOM depuis la RD 923	
ZACOM insérée dans un projet de ZAC	
Façades des commerces / Architecture de Super U	
Polarisation des activités commerciales du centre ville	

### **4.2.2. Le pôle d'Illiers-Combray**

Le pôle d'Illiers-Combray est composé de deux secteurs : le centre ville et la zone commerciale de périphérie.

#### Le centre ville d'Illiers-Combray

Le commerce du centre ville d'Illiers-Combray est resserré dans l'hypercentre, autour de la place du marché, au cœur d'un polygone d'à peine plus d'un hectare. Les densités commerciales de ce secteur sont importantes : 16 activités commerciales ou de services sont recensées place du Marché. Les chalands disposent dans ce périmètre d'une offre relativement large (commerces de bouche, équipement de la personne, services, métiers de la santé, etc.). La moyenne surface Petit Casino joue un véritable rôle de locomotive commerciale de centre ville.

La polarisation est d'une part, un atout en termes d'attractivité pour le centre ville et d'autre part, accentue l'impression de dynamisme commercial.

Le traitement des façades relativement homogène et l'espace pavé apportent à cet espace chaleur et convivialité.

Le traitement du sol permet d'identifier clairement le centre ville commerçant

La circulation en voiture dans les rues étroites peut être une difficulté. Pour les circulations piétonnes, elles s'effectuent sur des trottoirs étroits, elles peuvent être difficiles pour les personnes à mobilité réduite.

Concernant le stationnement, il semble suffisant, avec la présence de trois parkings à proximité du centre ville. La zone bleue permet une certaine rotation des véhicules.



## APPROCHE INDIVIDUALISEE

### La zone commerciale d'Illiers-Combray



La zone commerciale d'Illiers-Combray se situe en entrée nord-est de la commune. Elle accueille deux enseignes du Groupe Intermarché (Bricomarché/Intermarché). Netto, magasin de discount alimentaire, situé dans un bâtiment attenant à Bricomarché a fermé en novembre 2011.

Les activités liées à l'automobile sont omniprésentes avec deux stations service, une boutique Total, deux stations de lavage et deux garages automobiles à proximité.

Dans cette zone, la localisation des activités manque de cohérence. L'absence de connexion entre Bricomarché et Intermarché (scission par un champ) limite l'effet de polarisation.

Alors que Bricomarché et Elephant Bleu ont pu mutualiser leurs places de stationnement, Intermarché est à l'écart de cet ensemble. De plus, aucun cheminement piéton n'existe entre les deux ensembles, obligeant les chalands à utiliser leur véhicule pour se déplacer au cœur de la zone.

Les espaces de stationnement sont importants avec pour particularité de laisser une place relativement importante à la végétation (abords paysagers, haies végétales, etc.).

Des réflexions sont en cours pour aménager cette zone d'un potentiel de 7 hectares (3,5 hectares construits).



La proximité avec le centre ville (1,2 km) et les zones d'habitat permet d'envisager la multiplication des déplacements doux. Les trottoirs larges à proximité de la zone se réduisent en se rapprochant du centre historique. Aucun aménagement n'est prévu pour les vélos (circulation sur la chaussée).

### **POINTS FORTS/POINTS FAIBLES - POLE ILLIERS-COMBRAY**

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Proximité ZACOM/zone urbaine (mixité des fonctions urbaines)	Implantation de la ZACOM en périphérie parmi l'activité agricole
Offre de stationnement suffisante	Localisation des différentes surfaces commerciale sans cohérence
Offre de stationnement mutualisée	Pas d'unité de traitement architectural de la ZACOM
Centre ville convivial	Circulation voiture / rues étroites
Polarisation des activités dans un petit périmètre en centre ville	Circulations piétonnes / trottoirs étroits

### 4.2. Les pôles d'équilibre

**Les pôles d'équilibre** sont des pôles de proximité composés d'une offre limitée en centre bourg et d'un supermarché : il s'agit des pôles de Bailleau-le-Pin et de Fontaine-la-Guyon.

#### 4.2.1. Le pôle de Bailleau-le-Pin



Les activités commerciales sont concentrées dans le centre bourg de Bailleau-le-Pin, de manière linéaire, principalement Grande Rue. Ainsi, 8 commerces et services de proximité sont recensés sur environ 300 mètres.

L'une des caractéristiques de Bailleau-le-Pin est, en outre, de disposer d'une grande surface (Intermarché) dans le bourg, véritable locomotive pour le commerce de proximité.

Les modes de circulation et de stationnement sont significatifs d'une commune rurale : le stationnement s'effectue sur la chaussée (alors qu'il existe un parking devant la mairie) ; les circulations piétonnes se font sur des trottoirs parfois peu praticables ; les circulations vélos s'effectuent sur la chaussée.

Aujourd'hui, très minéral et peu végétalisé, l'environnement des commerces du bourg sera amélioré après des travaux d'aménagement de l'espace public dans le cadre d'une opération cœur de village (début des travaux fin 2011).



#### POINTS FORTS/POINTS FAIBLES - POLE BAILLEAU-LE-PIN

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Mixité des fonctions urbaines	Pas de cheminements doux
Offre commerciale de proximité complète	Qualité de l'environnement urbain
Enseigne alimentaire de grande surface	

**4.2.2. Le pôle de Fontaine-la-Guyon**



Les activités commerciales sont réparties sur deux sites à Fontaine-la-Guyon : le centre bourg et la zone d'activités.

Les activités commerciales du centre bourg sont peu développées avec quelques activités dispersées rue Charles Peguy et autour de la place principale (bar-tabac, pizzeria, salon de coiffure, pharmacie, etc.).

Concernant la zone d'activités, elle est structurée autour de la locomotive « Intermarché », le long de la RD 24, en entrée nord-est de la commune. Il s'agit d'une zone mixte ayant un potentiel de 15 ha accueillant des activités commerciales, artisanales et de services.

Cette zone est récente et relativement bien intégrée dans le paysage urbain (abords paysagers, etc.). Le stationnement y est suffisant.

En termes de modes de déplacement doux, les circulations depuis le centre ville peuvent s'effectuer à pied sur des trottoirs larges ou à vélo sur la chaussée.

Aujourd'hui, la zone est construite à plus de 50%. Afin de densifier l'existant 1,2 hectares sont potentiellement constructibles à côté d'Intermarché.



**POINTS FORTS/POINTS FAIBLES - POLE FONTAINE-LA-GUYON**

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Bonne accessibilité (depuis la RD 24, via un rond-point)	Peu de lien entre zone commerciale et centre bourg.
Zone d'activités insérée dans le tissu urbain (commerces, artisanat, services, habitat)	Offre commerciale du centre ville restreinte.
Offre de stationnement suffisante	
Potentiel de densification de la zone d'activités	

### 4.3. Le pôle de proximité

**Le pôle de proximité** regroupe des commerces traditionnels de proximité. Il accueille des commerces de première nécessité répondant à des achats quotidiens.

La commune de Pontgouin a été repérée comme pouvant jouer un rôle de pôle de proximité avec la présence de quatre activités commerciales de proximité place des Halles (alimentation générale multiservice, boulangerie, restaurant, salon de coiffure).

La commune dispose, de plus, d'un large patrimoine historique (château de la Rivière, écluses de Boizard, etc.) qui, mis en valeur, pourrait devenir un facteur de dynamisme commercial.

L'offre commerciale est très peu développée sur les autres communes du SMET-SCOT. Pour rappel, seul 7 communes rurales disposent d'un commerce de proximité alimentaire.



#### **POINTS FORTS/POINTS FAIBLES - POLE PONTGOUIN**

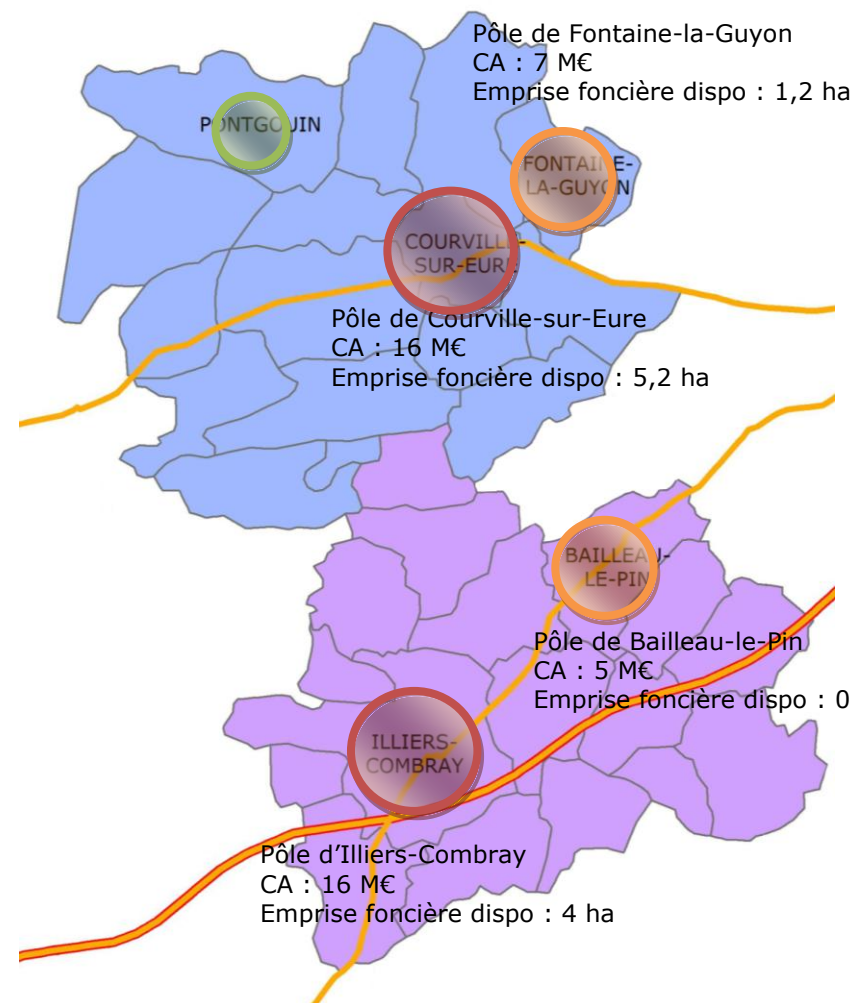
POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Offre de proximité	Instabilité des activités commerciales qui peinent à développer leur clientèle
Apporte une offre commerciale pour l'ouest du Pays Courvillois, permettant d'équilibrer l'offre à l'échelle du territoire	



**SYNTHESE CONSTATS / ENJEUX**

Constat : force / faiblesse	Enjeux
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attachement des habitants aux commerces de proximité.</li> <li>- Resserrement des commerces sur une place ou quelques rues.</li> <li>- Centre ville comme espace largement destiné à l'usage de la voiture.</li> <li>- Offre de stationnement suffisante / parfois mise en place de zone bleue en centre ville et mutualisation en zone commerciale.</li> <li>- Offre diversifiée dans les pôles structurants mais faible sur les autres communes.</li> <li>- Localisation des zones commerciales en périphérie, le long d'un axe majeur, sans connexions avec le centre ville.</li> <li>- Chaque pôle dispose d'une enseigne alimentaire locomotive.</li> <li>- Insertion des zones commerciales dans un environnement mixte (habitat, commerce, artisanat).</li> <li>- Différence de traitement paysager et architectural des zones commerciale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le développement des liaisons douces au sein des zones commerciales en lien avec les centres villes.</li> <li>- La cohérence de localisation des équipements commerciaux.</li> <li>- Le traitement de l'espace public.</li> <li>- La consommation économe de l'espace.</li> <li>- La protection de l'environnement, des paysages et de l'architecture.</li> <li>- La prescription d'orientations communes relatives à l'organisation, la volumétrie des constructions, à l'aspect extérieur, etc.</li> </ul>

**Carte de synthèse**





### 4.4. Tableau de Bord

Chaque pôle commercial du territoire fait l'objet d'une « fiche pôle » (annexe 1) détaillant :

- des données quantitatives issues du diagnostic (type de pôle, surfaces de plus de 300 m<sup>2</sup>, nombre de commerces, principale locomotive).
- des données qualitatives issues des expertises sur site, analysant le fonctionnement et l'environnement commercial et urbain du site.

Afin de permettre une vision transversale et globale, une synthèse des fiches est réalisée sous la forme d'un **tableau de bord** (annexe 2).

Ce tableau de bord sera un document évolutif qui servira de base à l'évaluation obligatoire du SCOT tous les 3 ans.

## **PARTIE 2 – ELEMENTS DE PROSPECTIVE**

## I – La prospective territoriale

### 1.1. Les projets impactant potentiellement la fonction marchande

Plusieurs projets engagés sont susceptibles d’avoir des impacts sur la fonction marchande du territoire.

Il s’agit :

- d’opération d’ensemble à vocation d’habitat (objectif : 138 nouveaux logements par an, dont 30 à 35 logements par an dans les pôles structurants et d’équilibre),
- de la création d’un échangeur autoroutier (A11) au niveau d’Illiers-Combray,
- de la création d’une zone d’activités de grande envergure au niveau de l’échangeur d’Illiers-Combray (60 ha),
- de la création d’un itinéraire de déviation pour le trafic des poids lourds à Illiers-Combray.

Les principaux impacts sur la fonction marchande sont :

- l’augmentation de la population locale, et donc du nombre de consommateurs,
- l’augmentation des flux de déplacement,
- la modification des conditions d’accessibilité aux pôles commerciaux.

### 1.2. Deux projets commerciaux pour le territoire

Les deux communautés de communes mènent actuellement des études pour l’aménagement d’une zone commerciale.

Dans la Communauté de Communes du Pays Courvillois, le projet de développement commercial concerne le secteur à proximité du Super U, à Courville-sur-Eure : la Zone d’Aménagement Concerté (ZAC) de l’éolienne. Le projet de ZAC destine 6 parcelles allant de 1 500 m<sup>2</sup> à 3 000 m<sup>2</sup> (parking compris) à des activités commerciales. Il est également prévu l’ouverture d’une parcelle commerciale de 5 980 m<sup>2</sup> (parking compris) en seconde tranche de travaux.

Dans la Communauté de Communes du Pays de Combray, le projet de développement commercial concerne l’extension de la zone commerciale La Croix des Marains d’Illiers-Combray. 4 lots commerciaux, allant de 1 150 m<sup>2</sup> à 5 350 m<sup>2</sup>, sont prévus en première tranche.

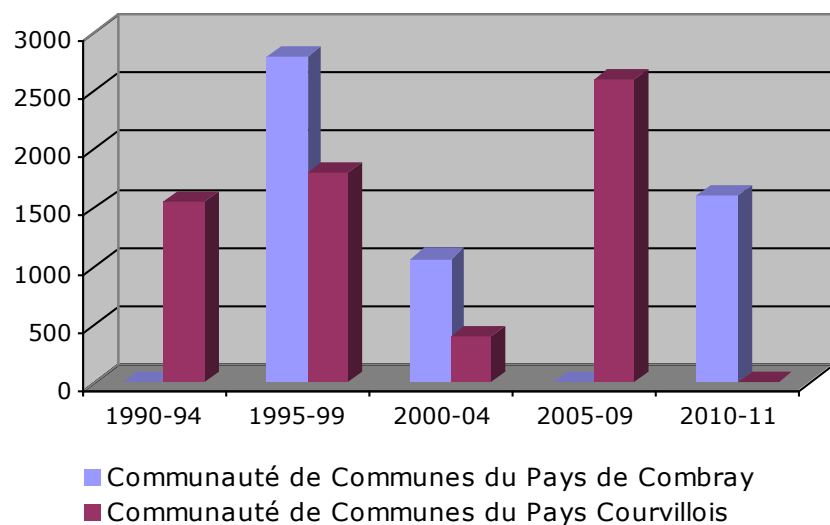
Potentiel lié aux projets en cours (selon estimation d’une emprise au sol de 60%)	Surface de plancher
CdC du Pays de Combray	15 700 m <sup>2</sup>
CdC du Pays Courvillois	11 000 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>26 700 m<sup>2</sup></b>

Les projets en cours (tranches 1 et 2) permettront d’accueillir des surfaces commerciales nouvelles. Les parcelles qui seront ouvertes à l’urbanisation pourront accueillir environ 26 700 m<sup>2</sup> de surface de plancher supplémentaire (soit une évolution annuelle moyenne de 11% sur 10 ans).

## ELEMENTS DE PROSPECTIVE

Au regard des données de l'évolution des surfaces commerciales de plus de 300 m<sup>2</sup> sur les 20 dernières années, dans le territoire du SCOT, nous constatons que la dynamique des implantations est en baisse. Les implantations commerciales ont été les plus importantes sur la période 1990-1999 avec une augmentation des surfaces commerciales de 17% par an. Sur la période 2000-2011 elle n'était que de 4%. Et sur les 5 dernières années, elle est encore plus basse avec une augmentation annuelle de 2% par an.

**Evolution des surfaces de vente**



La seule réalisation des surfaces commerciales rendues possibles par l'ouverture à l'urbanisation des projets de ZAC de l'éolienne à Courville-sur-Eure et de la zone commerciale de la Croix des Marains (26 700 m<sup>2</sup>) permettra d'atteindre le taux de croissance annuel moyen des vingt dernières années (1990 à 2011).

Taux de croissance annuel moyen			
Période	SMET - SCOT	CdC du Pays de Combray	CdC du Pays Courvillois
1990-2011	10%	3%	7%
1990-2000	17%	3%	9%
2000-2011	4%	3%	5%
1990-1995	32%	57%	17%
1995-2000	4%	7%	2%
2000-2005	6%	0%	11%
2005-2011	2%	6%	0%

Estimation d'évolution entre 2012-2022	Surface de vente en 2011	Surface de vente supplémentaire	Surface de plancher supplémentaire*
10% (évolution 1990-2011)	11 760 m <sup>2</sup>	20 000 m <sup>2</sup>	25 000 m <sup>2</sup>
17% (évolution 1990-2000)	11 760 m <sup>2</sup>	45 000 m <sup>2</sup>	56 250 m <sup>2</sup>
4% (évolution 2000-2011)	11 760 m <sup>2</sup>	5 000 m <sup>2</sup>	6 250 m <sup>2</sup>

\*Sur la base de 1 m<sup>2</sup> de surface de vente = 1,25 m<sup>2</sup> de surface de plancher.

### 1.3. L'environnement commercial

#### 1.3.1. Les caractéristiques des pôles voisins

Pôle	CA (en million d'euros)	CDAC depuis 2007 (en m <sup>2</sup> )	Distance Courville / Illiers (en min)
Courville-sur-Eure	16	949	
Illiers-Combray	22	0	
Bailleau-le-Pin	5	0	
Fontaine-la-Guyon	7	0	
Chartres	767	8732	20/30
Chateaudun	160	18242	55/35
Nogent-le-Rotrou	152	5746	35/40
Brou	44	6240	35/15
La Loupe	30	4135	25/30
Bonneval	27	3656	40/25
Senonches	16	3037	25/40
Saint-Georges-sur-Eure	8	547	10/20

### **1.3.2. De grands projets pour les pôles voisins**

Plusieurs projets commerciaux de grande ampleur sont envisagés dans l'agglomération de Chartres :

- Ensemble commercial de 15 131 m<sup>2</sup> de surface de vente comprenant un hypermarché d enseigne E. Leclerc de 9 750 m<sup>2</sup>, une galerie marchande de 3 800 m<sup>2</sup>, un magasin spécialisé dans le matériel informatique de 720 m<sup>2</sup> à la même enseigne et un magasin spécialisé dans l'habillement de 861 m<sup>2</sup>, sur le territoire de la commune de Barjouville.
- Ensemble commercial à Amilly en déplaçant d'environ 500 mètres l'ensemble commercial « Géant Casino » et la création d'un Rétail Park sur la même emprise foncière afin de créer un pôle commercial de 38 017 m<sup>2</sup>.

Par ailleurs, il existe un projet de Parc d'activités commerciales de 9 837 m<sup>2</sup> de surface de vente à Châteaudun. Ce parc d'activités comprendrait 7 moyennes surfaces pour 8 071 m<sup>2</sup> (3 surfaces destinées à l'équipement de la personne, 1 au bricolage, 1 à l'alimentaire, 1 à l'équipement de la maison, 1 à l'équipement automobile) et 13 boutiques pour 1 766 m<sup>2</sup>.

De plus, la municipalité de Chartres a annoncé un projet d'extension et de transfert de Carrefour Chartres à 500 m du site actuel, à l'horizon 2015.

### 1.4. Les outils mis en œuvre par les communes du SMET

#### Périmètre de préemption des fonds de commerce :

Le conseil municipal peut, par délibération motivée, délimiter un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat de proximité, à l'intérieur duquel sont soumises au droit de préemption les cessions de fonds artisanaux, de fonds de commerce ou de baux commerciaux.

Lorsque la commune possède ce droit, chaque cession est subordonnée, à une déclaration préalable faite par le cédant à la commune. Cette déclaration précise le prix et les conditions de la cession. Le silence de la commune pendant deux mois à compter de la réception de la déclaration vaut renonciation à l'exercice du droit de préemption.

Après exercice de son droit de préemption, la commune doit, dans le délai d'un an à compter de la prise d'effet de la cession, rétrocéder le fonds artisanal, le fonds de commerce ou le bail commercial à une entreprise immatriculée au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, en vue d'une exploitation destinée à préserver la diversité de l'activité commerciale et artisanale dans le périmètre concerné.

Les communes de Bailleau-le-Pin, Courville-sur-Eure et Illiers-Combray ont mis en place un droit de préemption sur les fonds artisanaux, les fonds de commerce et les baux commerciaux. A ce jour, aucune des ces communes n'a exercé ce droit.

#### Définition de linéaires commerciaux dans un PLU :

L'article L.123-1-5 7° bis du code de l'urbanisme, permet au PLU d'« identifier et délimiter les quartiers, îlots, voies dans lesquels doit être préservée ou développée la diversité commerciale,

notamment à travers les commerces de détail et de proximité, et définir, le cas échéant, les prescriptions de nature à assurer cet objectif ».

Il est ainsi possible de délimiter des secteurs (places, rues, etc.) sur lesquels le changement de destination des surfaces de commerce en rez-de-chaussée sera interdit, sauf en cas de création de locaux nécessaires aux services publics ou d'intérêts collectifs. Des règles différentes concernant les obligations en matière de stationnement, par exemple, peuvent également être établies.

Seul le PLU d'Illiers-Combray utilise, à ce jour, cette possibilité offerte par le code de l'urbanisme.

### II – La prospective clientèle

Le projet de SCOT se fonde sur le principe d'une croissance démographique, avec la perspective d'atteindre à l'horizon 2020 une population d'environ 26 900 habitants sur le territoire du SCOT, soit une progression moyenne d'environ 360 habitants supplémentaires chaque année.

En l'absence d'éléments permettant de dégager une évolution tendancielle à l'horizon 2020 du marché de consommation locale, une approche mécanique consistant à transposer les perspectives de croissance démographiques sur l'évolution de la consommation, laisse envisager une évolution du marché de consommation de l'ordre de 19% sur le territoire du SCOT.

#### **L'évolution des modes de consommation :**

- 1) Privilégier la proximité et la simplicité des achats : retour à la proximité, au commerce traditionnel, au marché.
- 2) Gagner du temps : vente en ligne, drive in, automates, ...
- 3) Consommer au meilleur prix : enseignes discount, sites de vente en ligne (déstockage, vente privée, particulier à particulier), vente directe.
- 4) Consommer durable et éthique : recherche d'une qualité de produits (labels, produits régionaux), producteurs locaux, marché, AMAP, ...
- 5) Consommer connecté : vente en ligne par des enseignes généralistes, sites vitrines, sites interactifs, ...
- 6) Etre étonné par l'offre : design dans les points de vente, ...

- 7) Bénéficier d'une offre personnalisée de produits et de services : livraison à domicile, essayages virtuels, ...



## **PARTIE 3 – PROJET D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DURABLE**

Pour mémoire, les axes stratégiques déclinés dans le projet d'aménagement et de développement durable du SCOT des Pays de Combray et Courvillois sont les suivants :

- Axe 1 – Renforcer l'attractivité économique du territoire.
- Axe 2 – Organiser un développement urbain respectueux du territoire.
- Axe 3 – Valoriser le cadre de vie et l'environnement.

La volonté politique locale qui oriente le contenu du SCOT peut être résumée de la manière suivante : « Préserver l'identité du territoire en recherchant les moyens d'améliorer sa situation économique ».

Le projet de SCOT identifie une armature urbaine sur laquelle se base le Document d'Aménagement Commercial (DAC), sauf pour le pôle de Pontgouin qui est un pôle de proximité dans le DAC :

- **2 pôles structurants** : les communes de Courville-sur-Eure et d'Illiers-Combray concentrent la très grande majorité des emplois, des équipements et des services du secteur. Elles constituent les « pôles structurants » du secteur.
- **2 pôles d'équilibre** : les communes de Bailleau-le-Pin et de Fontaine-la-Guyon sont qualifiées de « pôle d'équilibre » car elles complètent l'offre en équipements et services à la population.
- **1 pôle de proximité** (Pontgouin).

Les objectifs traduits dans le document d'orientation et d'objectifs du SCOT en matière d'aménagement commercial sont détaillés ci-après.

## I – Conforter un aménagement multipolaire équilibré

### 1.1. Maintenir l'attractivité et la dynamique économique.

#### Constat :

Afin de répondre aux exigences évolutives d'une population qui augmente continuellement, il est essentiel de maintenir l'attractivité et la dynamique économique du territoire en complémentarité avec les pôles commerciaux de l'agglomération de Chartres.

#### Orientations :

Pour ce faire, le territoire proposera des surfaces commerciales supplémentaires en périphérie et le maintien, voire le renforcement, des commerces dans les centres villes et centres bourgs des centralités.

De même, il s'agira de proposer aux nouveaux habitants une offre commerciale conforme à leurs attentes.

#### Objectifs :

- ⇒ Maintien d'une attractivité et d'un dynamisme économique.
- ⇒ Accueil d'une offre commerciale complète et diversifiée.
- ⇒ Limiter l'évasion commerciale.

### 1.2. Développer prioritairement le commerce dans les centres villes et centres bourgs.

#### Constat :

Le territoire du SCOT des Pays de Combray et Courvillois est constitué à 70% de communes de moins de 500 habitants. Ce sont ces communes qui accueillent une population nouvelle et qui ont la croissance démographique la plus importante. Ainsi, comme ailleurs, le territoire doit faire face au phénomène de périurbanisation qui éloigne les habitants des lieux de consommation.

#### Orientations :

Afin de répondre au phénomène de périurbanisation qui pose la problématique de la proximité entre lieu de résidence et lieu d'achat, le développement du commerce se fera prioritairement dans les centres villes et centres bourgs des communes.

#### Objectifs :

⇒ Favoriser le maintien du commerce de proximité dans les centres bourgs.

### 1.3. Equilibrer l'offre à l'échelle du territoire

#### Constat :

Le territoire du SCOT accueille deux pôles structurants et deux pôles d'équilibre qui concentrent les emplois et plus de 40% de la population. Le pôle de proximité et les villages ont essentiellement une fonction résidentielle, mais quelques commerces sont toujours en activité.

Aujourd'hui, chaque intercommunalité du SCOT est ainsi constituée d'un pôle structurant et d'un pôle d'équilibre. Cette structuration permet à tous les habitants de disposer d'une offre commerciale à moins de 10 minutes de trajet voiture.

#### Orientations :

Cette structuration multipolaire doit être confortée et renforcée.

#### Objectifs :

⇒ Conforter l'équilibre commercial multipolaire actuel.

### 1.4. Mixité des fonctions

#### Constat :

La société est en mouvement : évolution des modes de consommation, retour au commerce de proximité, vieillissement de la population qui nécessite une grande proximité entre lieu de vie et offre commerciale de première nécessité, augmentation du prix du carburant, exigences environnementales, etc.

#### Orientations :

Afin de suivre les évolutions structurelles, il est indispensable de garantir la mixité fonctionnelle sur un même lieu : habitat, emplois, services, commerces, équipements, etc.

#### Objectifs :

⇒ Favoriser le commerce intégré à la ville.

## II – Garantir la qualité environnementale

### 2.1. Limiter les déplacements en voitures particulières

#### Constat :

Le territoire intercommunal est qualifié de sortie de l'agglomération chartraine. Il s'agit d'un territoire de transition entre le milieu urbain et le milieu rural. L'agglomération chartraine exerce une très forte attractivité sur le territoire, comme le démontre les nombreuses migrations domicile-travail qui sont facilitées par la présence d'axes routiers majeurs (RD 921, RD 923).

Les actifs travaillent majoritairement hors de leur commune, et utilisent préférentiellement leur voiture particulière dans leurs déplacements domicile-travail.

#### Orientations :

Afin de lutter contre l'émission de gaz à effet de serre, il est indispensable de réfléchir à d'autres modes de déplacement.

Si la voiture particulière est difficilement substituable dans l'immédiat par des transports moins polluants pour des trajets longs, les actions porteront principalement sur la mise en place de mode de déplacements doux pour les trajets courts.

Ainsi, à proximité des zones d'emplois du territoire, des modes de déplacement doux pourront être envisagés pour rejoindre les zones commerciales. De même, des aménagements pourront être prévus afin de faciliter les déplacements en modes doux entre les zones d'habitat et les zones commerciales (pôles périphériques et centres villes). Une communication renforcée sur les transports collectifs existants, pourra être effectuée, notamment sur les modes permettant de rejoindre les centres villes commerçants.

Dans chaque zone commerciale, il s'agira également de prévoir le foncier nécessaire à l'accueil d'équipements dédiés aux transports alternatifs à la voiture individuelle (transports collectifs, covoiturage, navettes, etc.).

#### Objectifs :

- ⇒ Limiter l'émission de gaz à effet de serre.
- ⇒ Faciliter l'usage des modes doux dans les besoins de proximité.

### 2.2. Limiter la consommation foncière

#### Constat :

Les zones commerciales de Courville-sur-Eure et d'Illiers-Combray ont la particularité d'être implantées à proximité de zones d'habitat, sur un axe majeur en sortie de commune vers Chartres, et disposent de bonnes conditions d'accessibilité, notamment pour les livraisons.

#### Orientations :

Ce sont ces deux pôles qui seront privilégiés pour le développement commercial. Le développement commercial privilégiera la densification des zones existantes. Les zones conserveront les emprises foncières dans leurs limites actuelles (PLU en vigueur).

#### Objectifs :

- ⇒ Limiter l'imperméabilisation des sols.
- ⇒ Limiter le développement des pôles périphériques : maintien des emprises foncières dans leurs limites actuelles.
- ⇒ S'appuyer sur l'existence d'une desserte de qualité, de la proximité des lieux de travail et d'habitation pour définir les lieux d'implantation commerciale.
- ⇒ Garantir une bonne gestion des flux routiers et la qualité des accès.

### 2.3. Gestion durable des zones commerciales

#### Constat :

L'aménagement des espaces commerciaux fait l'objet d'une attention particulière (paysagement, convivialité, etc.). Notons par exemple, l'effort architectural du Super U de Courville-sur-Eure ou de paysagement de la zone commerciale d'Illiers-Combray. Néanmoins, les espaces publics manquent globalement d'aménagements pour les modes doux et laissent une large place à la voiture particulière donnant parfois un aspect très minéral aux sites.

#### Orientations :

L'objectif général de veille aux qualités urbaines, et paysagères des espaces commerciaux déjà pris en compte dans les aménagements des zones commerciales est réaffirmé.

Les zones d'aménagement commerciales devront être traitées d'une manière qualitative afin de garantir l'amélioration de l'urbanisme commercial, la protection de l'environnement et donc le développement durable du territoire.

Les aménagements devront :

- prévoir le traitement qualitatif ou paysager des espaces publics et des limites avec les sites voisins,
- proposer un aménagement cohérent en termes d'organisation, de volumétrie des constructions, d'aspect extérieur et de matériaux.
- privilégier la mise en place de dispositifs d'économie d'énergie performants (chauffage, climatisation, éclairage, etc.) ou d'installations intégrées de production d'énergies renouvelables, afin d'aller vers une meilleure efficacité énergétique des zones,
- assurer la gestion des déchets,
- mettre en place une signalétique appropriée, claire et homogène, à partir des voies d'accès et à l'intérieur des pôles,
- limiter la multiplication des publicités et enseignes.

#### Objectifs :

- ⇒ Traitement qualitatif des espaces publics (« verdissement » des parkings, trajets en modes doux, etc.).
- ⇒ Amélioration de l'urbanisme commercial.
- ⇒ Préservation de l'environnement.

En considération de ces objectifs, ont été retenues les orientations d'aménagement de la partie 4 et les zones délimitées dans le dossier cartographique (partie 5).

## **PARTIE 4 – ORIENTATIONS D'AMENAGEMENT COMMERCIAL**

Les préconisations suivantes sont la traduction des objectifs et enjeux énoncés dans la partie précédente : Partie 3 - Projet d'Aménagement Commercial et Durable.

La lecture des orientations du DAC doit s'effectuer au regard du Projet d'Aménagement Commercial et Durable.

Les Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) devront établir les modalités et règlements nécessaires pour mettre en œuvre ces orientations.

### 1) Conforter un aménagement multipolaire équilibré

#### Rappel des 4 objectifs majeurs :

- Maintenir l'attractivité et la dynamique économique.
- Développer prioritairement le commerce dans les centres villes et centres bourgs.
- Equilibrer l'offre à l'échelle du territoire
- Mixité des fonctions

#### **Maintenir l'attractivité et la dynamique économique.**

⇒ Les documents d'urbanisme communaux devront instaurer des règles incitatives pour l'implantation des commerces dans les centres villes et centres bourgs des centralités (exemple : traitement de l'espace public, stationnement, alignement, caractéristique du bâti).

Ils pourront par exemple inscrire les règles suivantes :

- règles de recul homogène des bâtiments par rapport à la voie publique,

- définition de linéaires commerciaux au titre de l'article L. 123-1-5-7°bis du code de l'urbanisme,
- alléger les exigences portant sur le nombre de places de stationnement pour les constructions destinées à une activité commerciale (en centre ville).

⇒ Les collectivités territoriales, les compagnies consulaires, les associations de commerçants devront conduire des actions d'accompagnement au développement commercial par la mise en valeur des espaces publics, la sécurisation des circulations piétonnes, une signalétique adaptée, l'organisation d'actions d'animations, etc.

#### **Développer prioritairement le commerce dans les centres villes et centres bourgs.**

⇒ Le développement des commerces s'effectue prioritairement dans les centres villes des centralités identifiées dans le DAC.

Un dessin de principe délimite les centralités dans la partie 5. Ce dessin est indicatif, il appartient aux PLU de définir le périmètre des centres villes.

⇒ Les PLU veilleront à favoriser, le développement des activités commerciales dans les centres bourgs.

#### **Equilibrer l'offre à l'échelle du territoire**

⇒ Les ZACOM et les centralités définies graphiquement en partie 5 du DAC constituent les localisations préférentielles des équipements commerciaux qui du fait de leur importance sont susceptibles d'avoir un impact significatif dans l'organisation du territoire (exemple : circulations automobiles intenses, format peu compatible avec un environnement urbain, etc.). En dehors des centralités et des ZACOM, les commerces de plus de 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente sont exclus.

⇒ Les documents d'urbanisme communaux devront faire en sorte d'éviter les implantations isolées.

⇒ Chaque projet commercial devra privilégier l'utilisation d'un bâtiment existant par rapport à une nouvelle construction.

⇒ Il est préconisé d'établir, dans les PLU, des orientations d'aménagement et de programmation pour les ZACOM situées en entrée de ville.

### Mixité des fonctions

⇒ Les PLU veilleront à limiter les changements de destination des rez-de-chaussée commerciaux dans les centres villes.

## 2) Garantir la qualité environnementale

### Rappel des 3 objectifs majeurs :

- Limiter les déplacements en voitures particulières
- Limiter la consommation foncière
- Gestion durable des zones commerciales

### Limiter les déplacements en voitures particulières

⇒ Dans les ZACOM, il s'agira de profiter des extensions pour améliorer la desserte des espaces en termes de circulations douces (piétonnes, cyclables) et d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.

⇒ L'urbanisation des ZACOM sera conditionnée par la mise en place préalable de liaisons en modes doux depuis les secteurs d'habitat limitrophes.

⇒ Les projets commerciaux et les documents d'urbanisme communaux pourront favoriser, par tous les moyens, le développement des modes de déplacement alternatifs à la voiture.

### Limiter la consommation foncière

⇒ Dans les ZACOM, les surfaces de plancher devront représenter au minimum 40% de l'emprise foncière mobilisée dans le cadre de l'opération.

⇒ Les documents d'urbanisme communaux devront permettre la densification des ZACOM.

⇒ Les projets commerciaux et les Orientations d'Aménagement et de Programmation (OAP) des PLU devront favoriser la mutualisation des parkings dans les ZACOM.

⇒ Les nouvelles implantations commerciales (création et extension) seront privilégiées au sein des espaces urbanisés existants, avant l'ouverture à l'urbanisation des espaces d'extension urbaine.

### Gestion durable des zones commerciales

⇒ Les projets commerciaux devront veiller à leur intégration dans le tissu existant, au traitement des façades et des arrières de parcelles, à la prise en compte des problématiques de nuisances (bruit, lumière, flux, etc.).



## ORIENTATIONS D'AMENAGEMENT COMMERCIAL

---

⇒ Les projets commerciaux dans les ZACOM devront favoriser la qualité des espaces publics : cheminements, aires de stationnement, mobilier urbain, signalétique, etc.

⇒ Les communes devront veiller à travers les PLU à traiter la qualité paysagère de ZACOM, notamment en évitant la surcharge du paysage visuel en enseignes, préenseignes et publicités.

⇒ Les projets commerciaux veilleront à limiter la pollution lumineuse induite par le projet.

⇒ Les PLU devront définir des objectifs et des règles précises quant au traitement végétal des parcelles. Ils pourront par exemple inscrire les règles suivantes :

- pourcentage de végétation des parcelles,
- traitement des limites,
- composition des espaces verts (essences, nombre de plantations), notamment dans les espaces de stationnement,
- aménagement permettant de dissimuler et de mutualiser les emplacements de stockage des déchets.

⇒ Les projets commerciaux devront minimiser leurs impacts sur l'environnement en s'efforçant à présenter des solutions visant à réduire l'imperméabilisation des sols, ainsi que des systèmes de rétention et de récupération des eaux pluviales.

⇒ Les documents d'urbanisme communaux veilleront à prévoir des espaces de collecte des déchets adaptés aux modalités de la collecte sélective, en concertation avec l'organisme chargé de cette collecte.

⇒ Il s'agira pour les communes de :

- favoriser la valorisation du parc existant,
- maîtriser les implantations en périphérie,
- permettre la création ou le développement d'hôtels dans les centres villes des centralités.

### Complexes cinématographiques

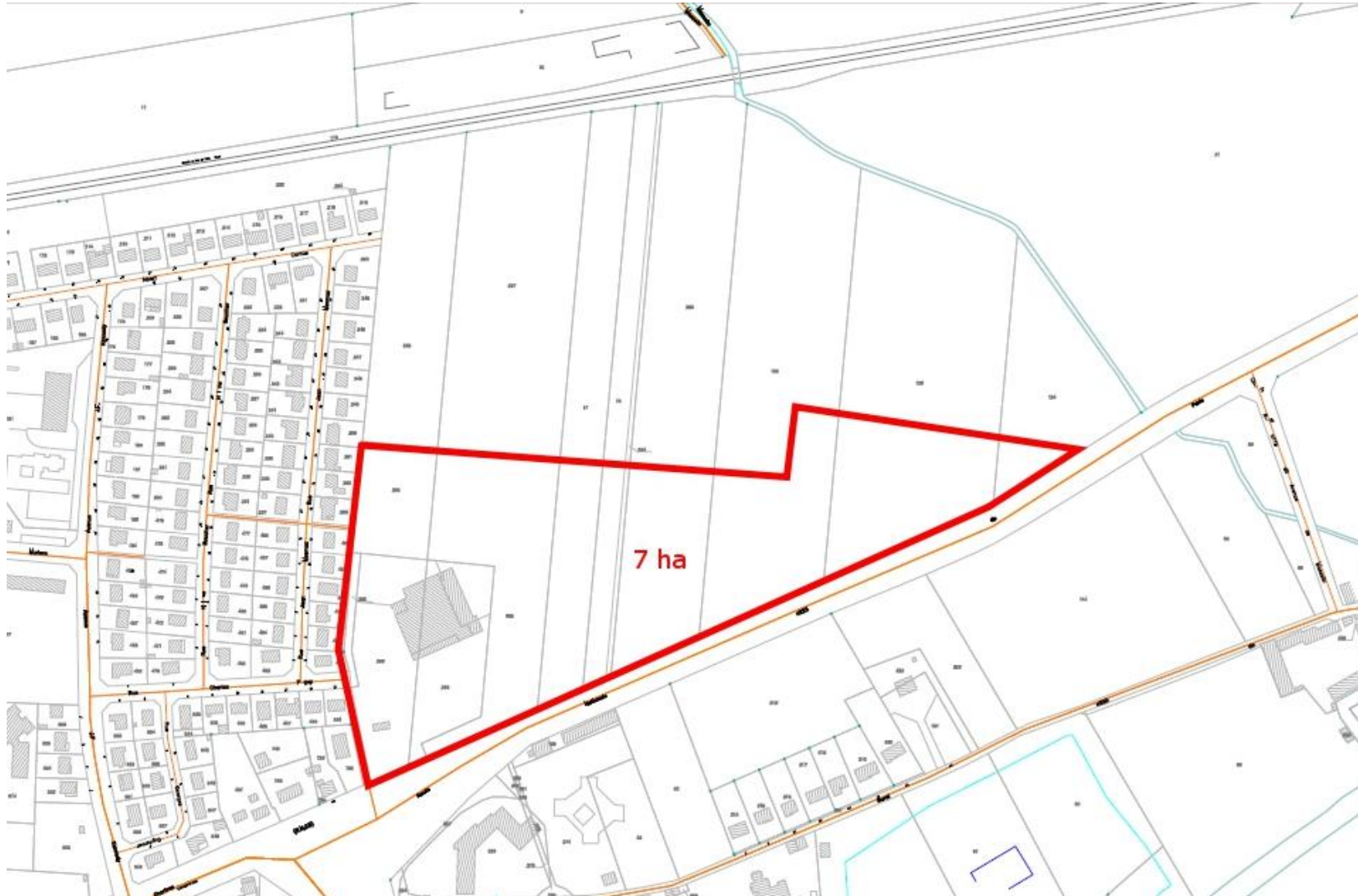
⇒ Les projets de complexes cinématographiques s'implanteront préférentiellement dans le centre ville des centralités pour favoriser l'animation et la mixité urbaine.

## 3) Les activités spécifiques

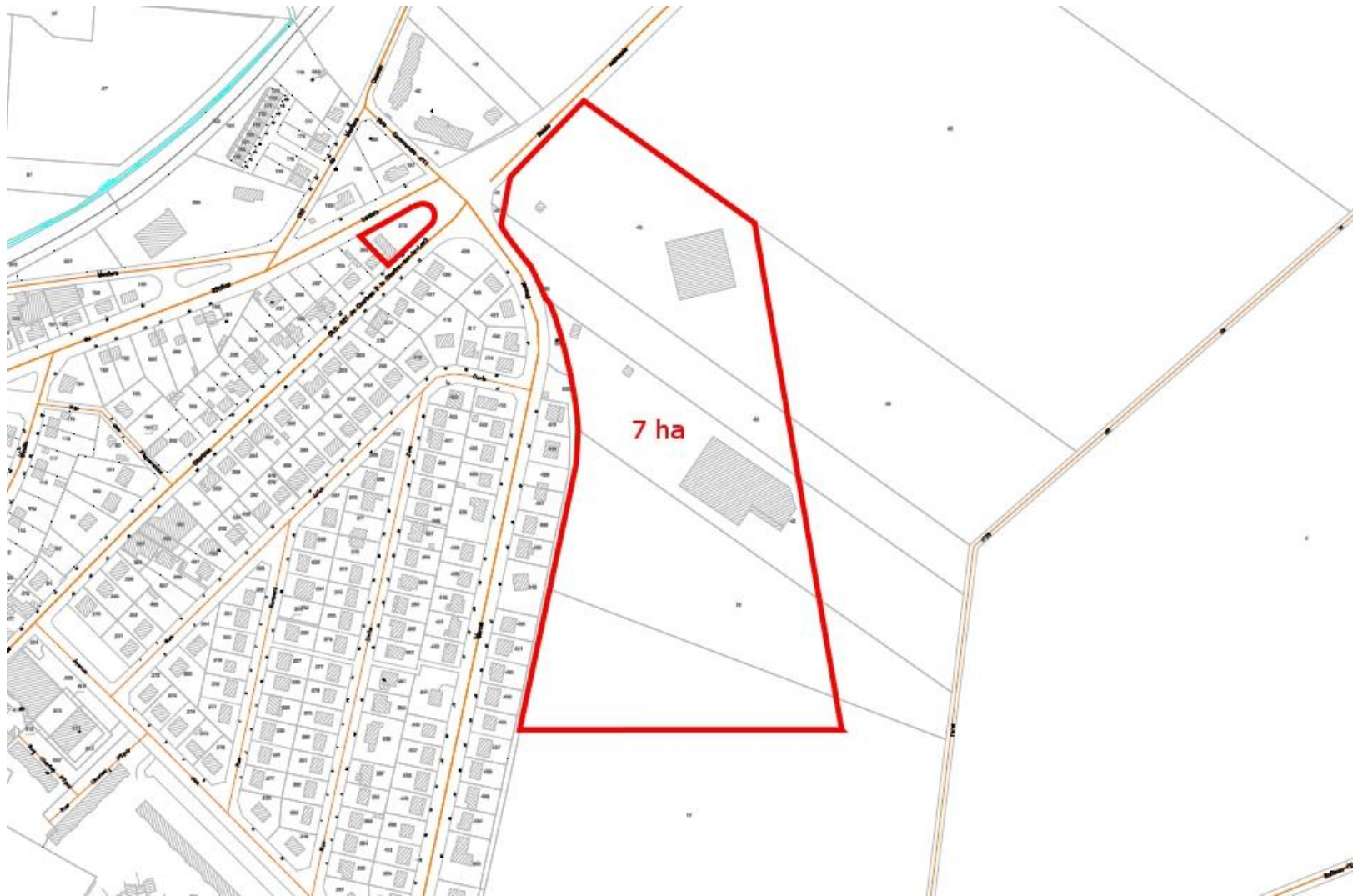
### L'hôtellerie – restauration

## **PARTIE 5 – DOSSIER CARTOGRAPHIQUE**

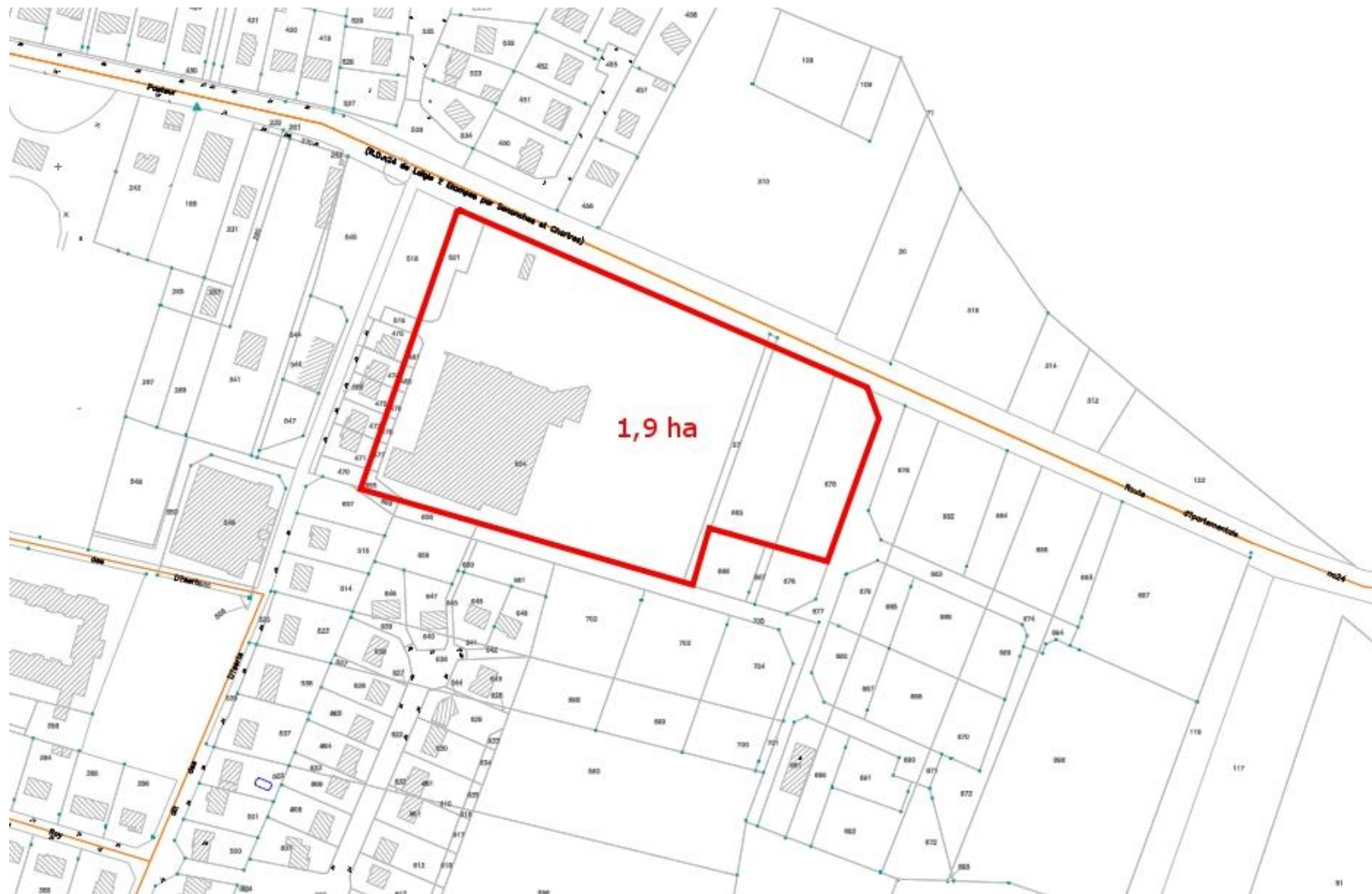
ZACOM COURVILLE-SUR-EURE



ZACOM ILLIERS-COMBRAY



ZACOM FONTAINE-LA-GUYON



CENTRALITE COURVILLE-SUR-EURE



**CENTRALITE ILLIERS-COMBRAY**

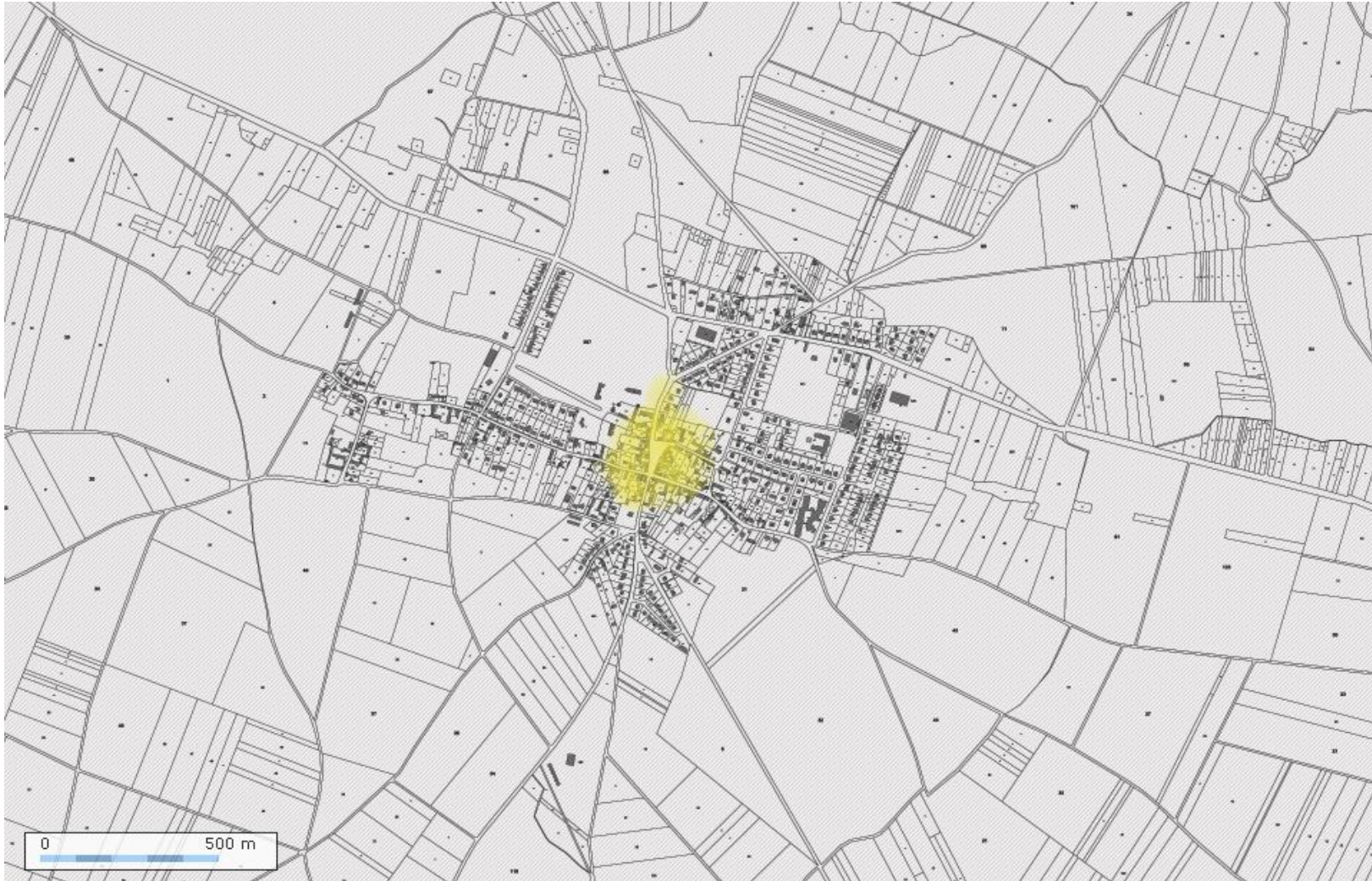


**CENTRALITE BAILLEAU-LE-PIN**

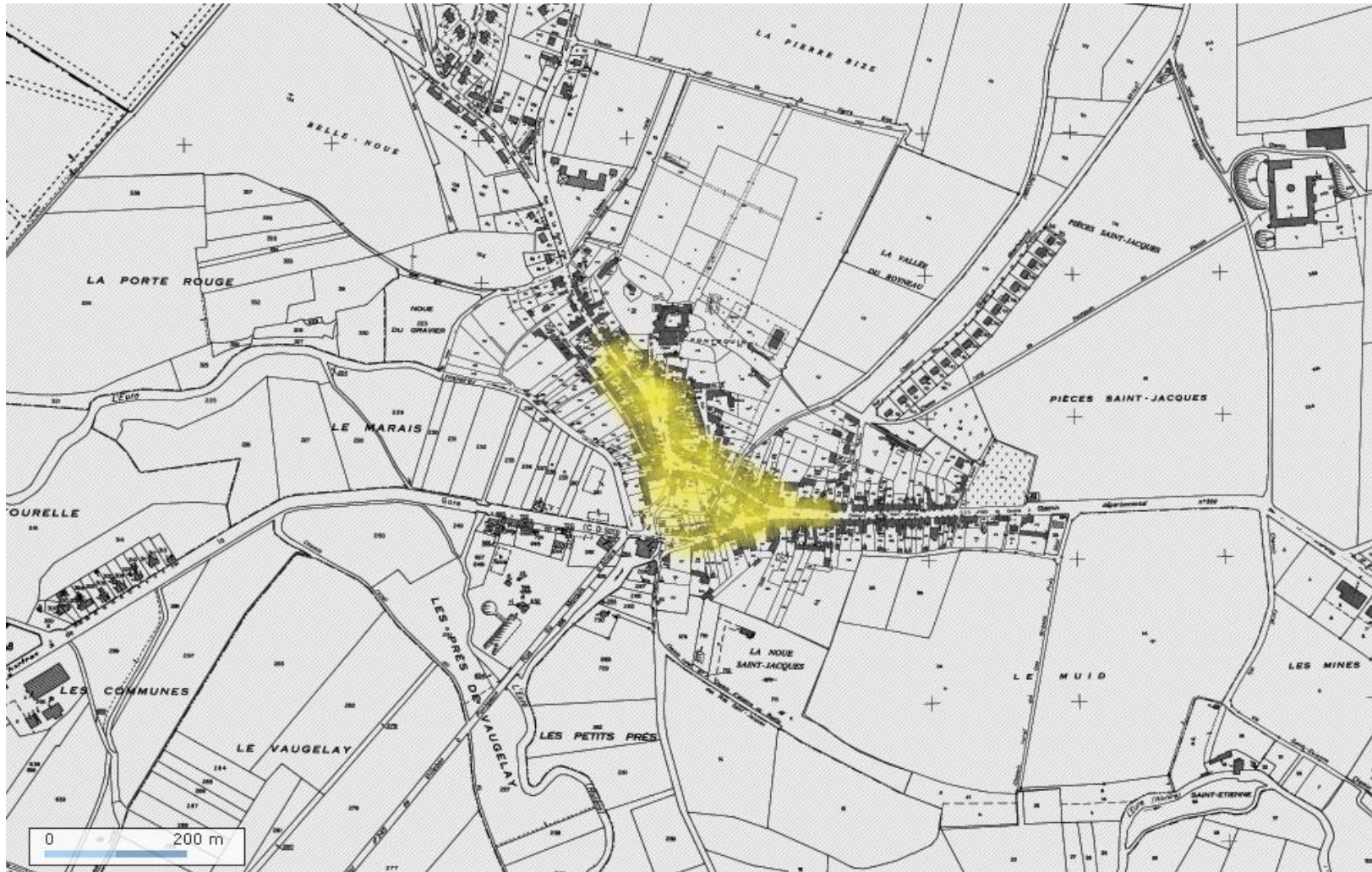




**CENTRALITE FONTAINE-LA-GUYON**



CENTRALITE PONTGOUIN



## Lexique

Attraction commerciale : dépenses des ménages résidant hors du secteur étudié, mais réalisée dans le secteur d'étude.

Centralité : correspond aux centres urbains des pôles définis par le document (pôles structurants, pôles d'équilibre et pôle de proximité).

Chiffre d'Affaires (CA) : il s'agit d'une estimation du chiffre d'affaires dégagé par les commerces de la zone concernée (estimation par addition de tous les flux d'achats).

Commerce de proximité : les commerces traditionnels qui répondent aux achats quotidiens et de grande proximité.

Dépenses des ménages (ou dépenses commercialisables) : il s'agit du budget que consacrent les ménages d'une zone géographique à l'achat d'un produit donné.

Evasion commerciale : part des dépenses effectuées par les ménages à l'extérieur de leur secteur de résidence.

Indice de Disparité des Ménages (IDC) : les indices sont établis sur une base 100, représentative de la consommation moyenne française. Cela signifie que les ménages d'une commune ayant un indice égal à 90, pour telle ou telle catégorie de produit, ont une consommation plus faible que celle de la moyenne des français. Inversement, les ménages d'une commune ayant un indice de 120 ont une consommation plus forte que celle de la moyenne des français.

Pôle de proximité : le pôle de proximité regroupe des commerces traditionnels, répondant aux achats quotidiens, de première nécessité, et de grande proximité, à l'échelle d'une commune.

Pôle structurant : disposant d'une offre diversifiée, le pôle structurant est porté par une locomotive alimentaire de type

hypermarché. Ces pôles accueillent des enseignes spécialisées ayant besoin d'une zone de chalandise large. Les pôles structurants répondent à des achats ponctuels, spécialisés souvent à un rythme mensuel, excepté en alimentaire, où la consommation en hypermarché est plus proche d'un rythme hebdomadaire.

Pôle d'équilibre : composés d'une moyenne surface commerciale alimentaire et d'une offre de proximité en commerces traditionnels et services, les pôles d'équilibre ont une fonction de desserte locale, à l'échelle communale et/ou intercommunale, pour des fréquences d'achats hebdomadaires ou quotidiennes.

Rétention commerciale : dépenses des ménages réalisées dans leur secteur de résidence.

Zone de chalandise : la zone de chalandise correspond au lieu d'habitation de la clientèle venant consommer sur le secteur étudié.

## ANNEXE 1 – FICHES POLES

Fiche individuelle : Courville-sur-Eure

<b>Données quantitatives</b>	
Types de pôles	Pôle structurant
Localisation des commerces	Centralité et périphérie
Population de la zone de chalandise (2009)	11 416 habitants
Fréquence d'achat	Hebdomadaire et occasionnelle
Surfaces du plus de 300 m <sup>2</sup>	DIA - 697 m <sup>2</sup>
Surfaces de plus de 1000 m <sup>2</sup>	Super U - 2 100 m <sup>2</sup> (dont 90 m <sup>2</sup> de boutique électroménager)
Emprises foncières consommées au 17 février 2012	1,8 ha
Emprises foncières disponibles	5,2 ha
Nombre de commerces	47
Principales locomotives	Super U
Autorisations en CDAC	25/01/2007 : Extension de DIA (+309 m <sup>2</sup> )
	18/12/2007 : Extension de Super U (+550 m <sup>2</sup> ) et création d'une boutique d'électroménager (90 m <sup>2</sup> )
<b>Données qualitatives</b>	
<u>Centre-ville :</u> Polarisation des activités commerciales en centre-ville (autour de la place des Fusillés). Façades et enseignes des commerces de centre-ville relativement homogènes. Mixité des fonctions urbaines. Offre de stationnement suffisante (zone bleue). Marché dynamique le jeudi matin. Diversité de l'offre commerciale.	
<u>Zone d'activités commerciales :</u> Proximité ZACOM et zone urbaine. Zone Super U intégrée dans un projet de ZAC. Zone Super U, minérale et peu végétalisée, mais intérêt architectural de l'enseigne. Offre de stationnement suffisante. Eloignement avec le centre-ville pas compensé par des liaisons douces. Circulations envisagées sous l'angle de la voiture essentiellement.	

## ANNEXE 1 – FICHES POLES

Fiche individuelle : Illiers-Combray

<b>Données quantitatives</b>	
Types de pôles	Pôle structurant
Localisation des commerces	Centralité et périphérie
Population de la zone de chalandise (2009)	10 142 habitants
Fréquence d'achat	Hebdomadaire et occasionnelle
Surfaces du plus de 300 m <sup>2</sup>	Netto - 657 m <sup>2</sup>
	Bricomarché - 853 m <sup>2</sup>
Surfaces de plus de 1000 m <sup>2</sup>	Intermarché - 1 927 m <sup>2</sup>
Emprises foncières consommées au 17 février 2012	3 ha
Emprises foncières disponibles	4 ha
Nombre de commerces	56
Principales locomotives	Intermarché
Autorisations en CDAC	15/06/2004 : Extension de Netto (+358 m2)
<b>Données qualitatives</b>	
<u>Centre-ville :</u> Polarisation des activités commerciales de centre-ville (Place du Marché). Offre de stationnement suffisante (zone bleue). Centre-ville convivial. Circulation des voitures difficile en centre-ville (rues étroites). Circulation des piétons difficile en centre-ville (trottoirs étroits).	
<u>Zone d'activités commerciales :</u> Proximité de la ZACOM avec la zone urbaine. Implantation de la ZACOM en périphérie parmi l'activité agricole. Localisation des activités commerciales sans cohérence. Pas d'unité de traitement architectural des enseignes de la ZACOM. Offre de stationnement partiellement mutualisée.	

## ANNEXE 1 – FICHES POLES

Fiche individuelle : Bailleau-le-Pin

<b>Données quantitatives</b>	
Types de pôles	Pôle d'équilibre
Localisation des commerces	Centralité
Population de la zone de chalandise (2009)	9 028 habitants
Fréquence d'achat	Hebdomadaire et occasionnelle
Surfaces du plus de 1000 m <sup>2</sup>	Intermarché - 1000 m <sup>2</sup> (extension de 600 m <sup>2</sup> en 2011)
Nombre de commerces	13
Principales locomotives	Intermarché
<b>Données qualitatives</b>	
Mixité des fonctions urbaines. Offre commerciale de proximité et de première nécessité complète. Pas de cheminements doux. Qualité de l'environnement urbain médiocre (amélioration - opération cœur de village).	

Fiche individuelle : Fontaine-la-Guyon

<b>Données quantitatives</b>	
Types de pôles	Pôle d'équilibre
Localisation des commerces	Centralité et périphérie
Population de la zone de chalandise (2009)	9 156 habitants
Fréquence d'achat	Hebdomadaire et occasionnelle
Surfaces du plus de 1000 m <sup>2</sup>	Intermarché - 2 056 m <sup>2</sup> (dont 256 m <sup>2</sup> de galerie marchande - 6 boutiques)
Emprises foncières consommées au 17 février 2012	1,9 ha
Emprises foncières disponibles	1,2 ha (densification)
Nombre de commerces	15
Principales locomotives	Intermarché
Autorisations en CDAC	25/04/2005 : Extension d'Intermarché (+939 m <sup>2</sup> ) 25/04/2005 : Création d'une galerie marchande de 6 boutiques (256 m <sup>2</sup> )
<b>Données qualitatives</b>	
<u>Centre-ville :</u> Offre commerciale restreinte.  <u>Zone d'activités commerciales :</u> Bonne accessibilité depuis la RD 24. Offre de stationnement suffisante. Potentiel de densification de la ZACOM. Pas de lien entre ZACOM et centre-bourg.	

## ANNEXE 2 – TABLEAU DE BORD

Au 17/02/2012

Nom du pôle	Type de pôle	Estimation de la zone de chalandise	Nombre de commerces	Etablissements > 1000 m <sup>2</sup>			Densité (nb hab. / établissement)	ZACOM Foncier consommé	ZACOM Foncier disponible	ZACOM Foncier consommé (31/12/14)	ZACOM Foncier consommé (date)
				> 300 m <sup>2</sup> < 1000 m <sup>2</sup>	> 1000 m <sup>2</sup>	Surface de vente cumulée					
<b>Courville-sur-Eure</b>	Structurant	11 416 hab.	47	1	1	2797	59	1,8 ha	5,2 ha	2,6 ha (50%) – reste disponible 2,6 ha.	
<b>Illiers-Combray</b>	Structurant	10 142 hab.	56	2	1	3437	59	3 ha	4 ha	1,3 ha (32%) – reste disponible 2,7 ha.	
<b>Bailleau-le-Pin</b>	Equilibre	9 156 hab.	13	1	0	1000	116	6800 m <sup>2</sup>	0	0	
<b>Fontaine-la-Guyon</b>	Equilibre	9 028 hab.	15	0	1	2056	96	1,9 ha	1,2 ha	1,2 ha (100%) – reste disponible 0 ha.	
<b>Pontgouin</b>	Proximité	2 192 hab.	6	0	0	0	169	0	0	0	