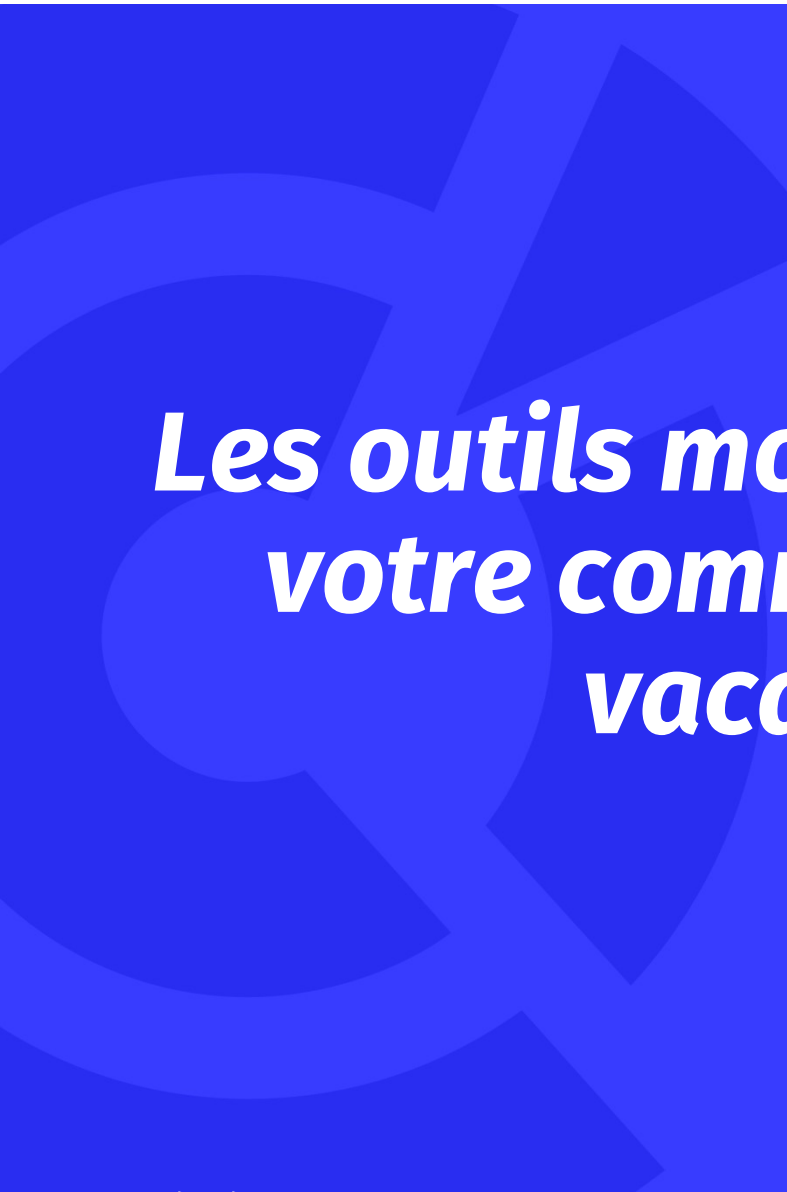


4^{ème} Rendez-vous des managers de proximité et des élus

Mardi 27 mai 2025



CCI SEINE-ET-MARNE



Les outils mobilisables pour structurer votre commerce et lutter contre la vacance commerciale



4^{ème} RDV des managers, développeurs économiques et élus
Mardi 27 mai 2025 – Les outils mobilisables pour structurer votre commerce et lutter contre la vacance commerciale

Les outils de planification en matière d'urbanisme commercial

Les **PLU/PLUi et SCoT**,
Vos **alliés** pour structurer le **commerce de votre territoire** et lutter contre la **vacance commerciale**.

Se doter de documents de planification offrant des **conditions favorables à la valorisation du commerce**.

Ils permettent à différentes **échelles temporelles et territoriales** de :

- ❖ Définir les zones pouvant **accueillir ou pas des commerces**
- ❖ Rechercher l'**équilibre** à l'échelle des territoires
- ❖ Agir d'une façon **prescriptive** sur les implantations commerciales nécessitant une **AEC**
- ❖ Valoriser les **commerces de proximité** (centre-ville, quartiers...)
- ❖ Définir les **aménités nécessaires** facilitatrices aux commerces (stationnements, accessibilité...)

Votre rôle : s'appuyer sur ses **outils de planification** pour valoriser le commerce en capitalisant sur votre **connaissance du terrain et votre expérience**.



Enjeux du commerce dans les documents d'urbanisme



Rôle croissant

- Exercer une influence déterminante sur les polarités et implantations commerciales d'un territoire
- Préparer un contexte favorable à l'installation et à la pérennisation des commerces

Principes à respecter

- Seulement des considérations urbanistiques et environnementales
- Ne pas restreindre la liberté d'établissements et ne pas fausser la concurrence

Cohérence à rechercher

- Dans les documents d'urbanisme depuis le diagnostic jusqu'aux pièces opposables
- Justification des dispositions réglementaires



Les préalables indispensables

Diagnostic / état des lieux



Enjeux / Objectifs



Conditions /
dispositions réglementaires



Bonne connaissance de son commerce et de son territoire

- Connaissance terrain
- Diagnostics et études
- Outils et observatoires

Choix politiques et enjeux spécifiques à chaque pôle

- revitalisation des centres-villes,
- maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité,
- cohérence de localisation des équipements et maîtrise des flux,
- équilibre entre foncier dédié aux activités économiques non commerciales et commerciales.

Outils réglementaires adaptés

- Prescriptions écrites
- Prescriptions graphiques
- Conditions d'implantation

**RAPPORT DE
PRESENTATION**

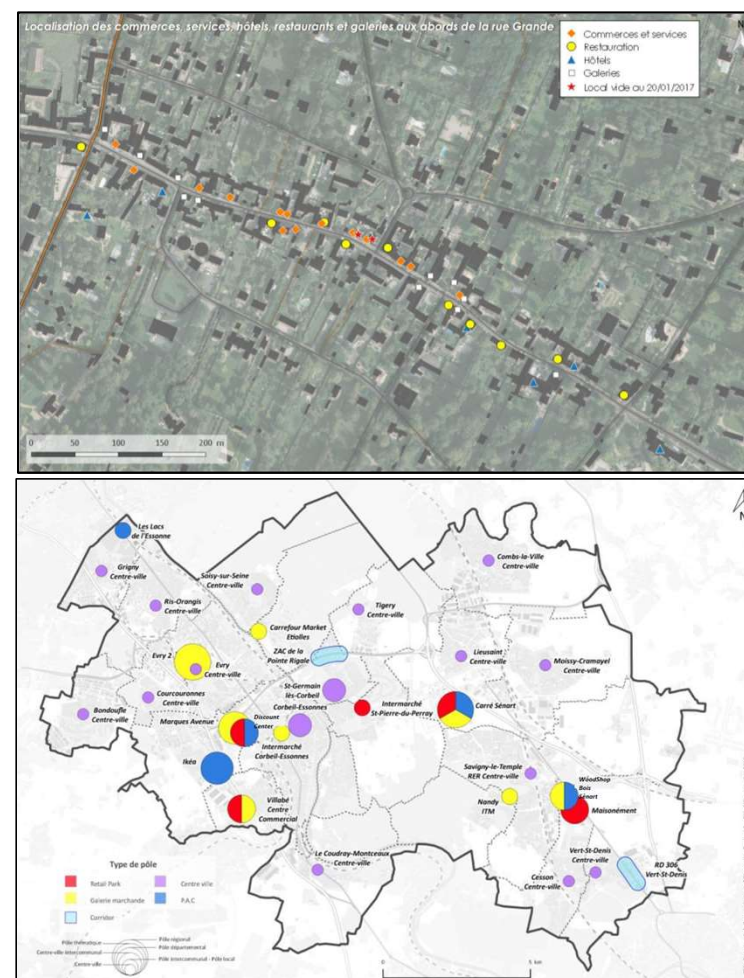
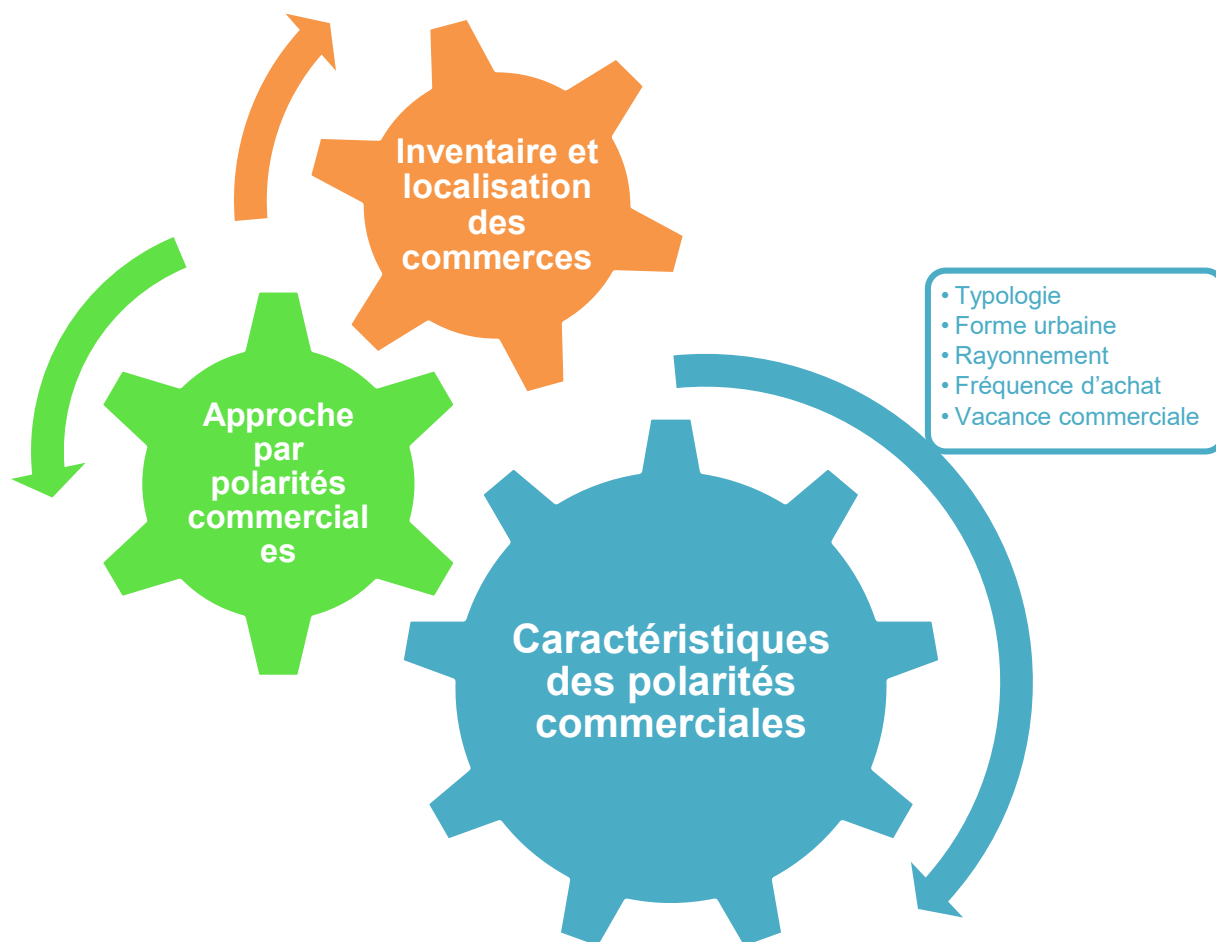
**PAS des SCoT
PADD des PLU/PLUi**

DOO du SCoT
DAACL du SCoT
OAP thématique dans PLUi
OAP sectorielle dans PLU/PLUi
Règlement graphique du PLU/PLUi
Règlement écrit du PLU/PLUi



Le diagnostic du rapport de présentation des PLU/PLUi et SCoT

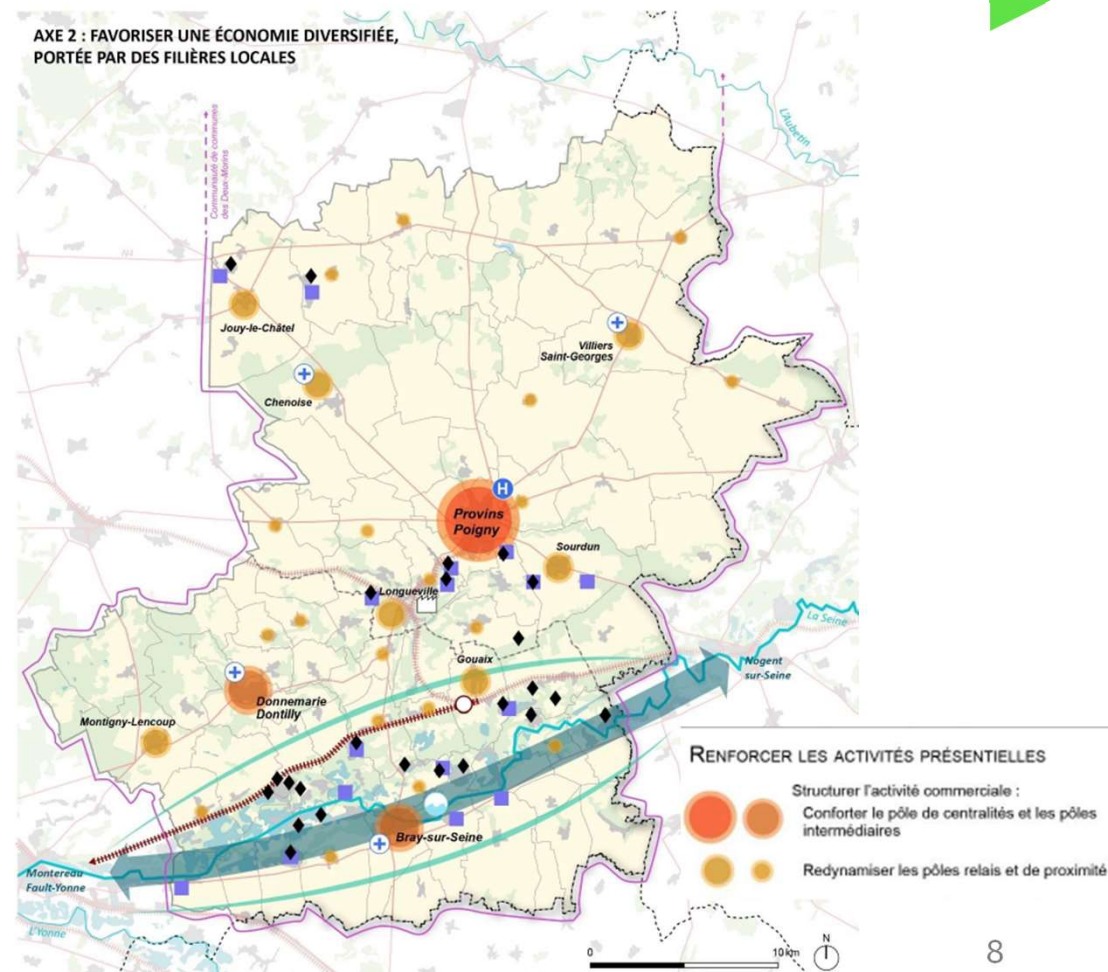
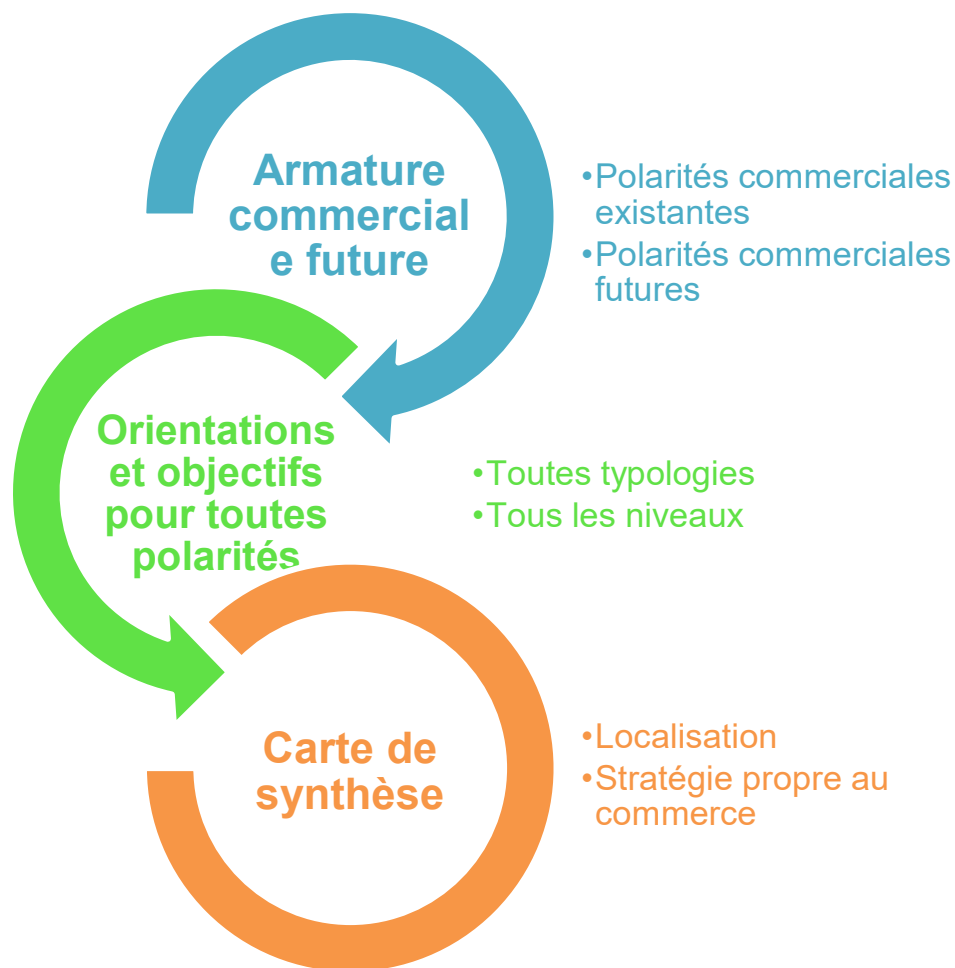
○ Diagnostic / Etat des

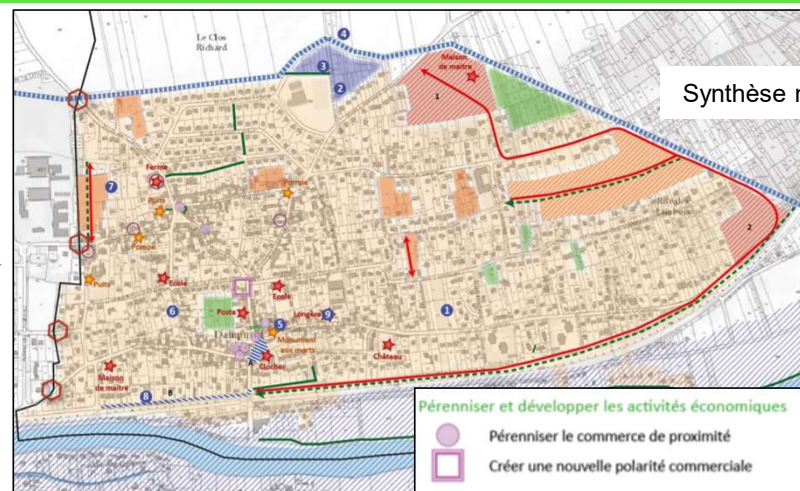




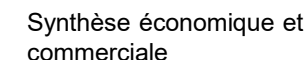
Le Plan d'Aménagement Stratégique (PAS) des SCoT

○ Enjeux / objectifs





Synthèse multithématique





Le Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO) des SCoT

○ Orientations / dispositions

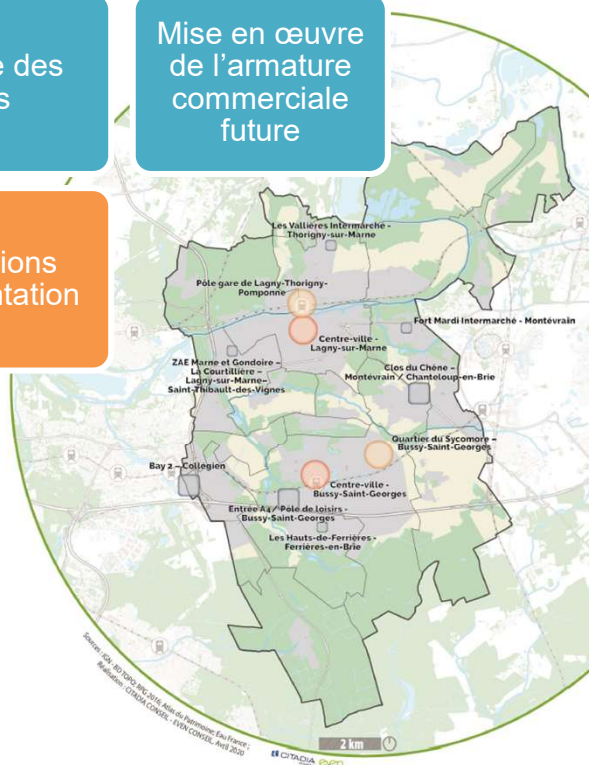
Objectifs chiffrés de consommations foncières dédiées aux activités économiques et commerciales

Orientations pour chacune des polarités commerciales

Mise en œuvre de l'armature commerciale future

Localisations préférentielles des commerces

Conditions d'implantation

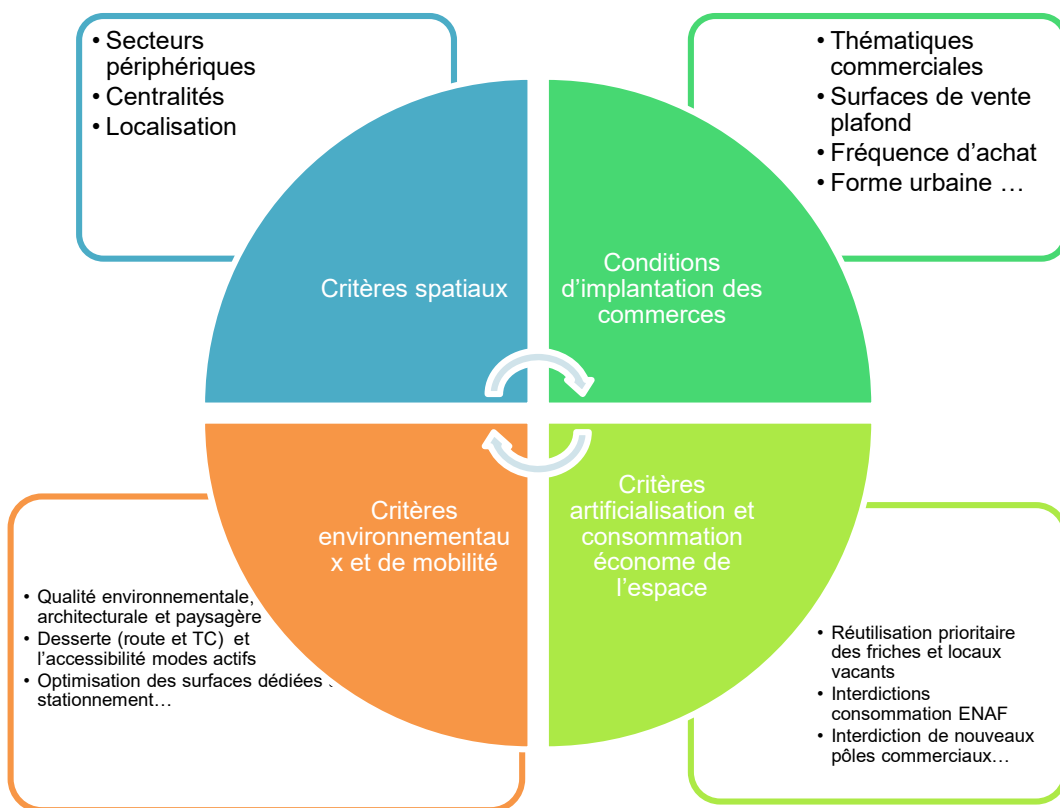


Localisations préférentielles		Nom/Situation		Fréquence d'achat	Rôle	Surface de vente maximale
Pôle de centralités urbaines	Centres-villes et centres de quartier d'importance	CV de Bussy-Saint-Georges CV de Lagny-sur-Marne Pôle gare de Lagny-Thorigny-Pomponne Quartier du Sycomore à Bussy-Saint-Georges		Achats quotidiens, hebdomadaires, occasionnels	Proximité, attractivité, animation locale	1000m² sauf opérations d'ensemble et mixte pas de limite
Pôles commerciaux d'importance (périphérie)	Pôles structurants	Bay 2	Collégien	Achats hebdomadaires, occasionnels, exceptionnels	Réduire l'évasion commerciale vers les CC des territoires voisins, attractivité à travers une variété d'offre commerciale importante	Pas de limites
		Clos du Chêne	Montévrain/Chanteloup-en-Brie			
		Entrée A4 / Pôle de loisirs	Bussy-Saint-Georges	Achats hebdomadaires (sauf alimentaires), occasionnels, exceptionnels		
	Pôles Intermédiaires	Les Vallières Intermarché	Thorigny-sur-Marne	Achats hebdomadaires, occasionnels	Offre à l'échelle du bassin de vie	Pas de limites
		Les Hauts-de-Ferrières	Ferrières-en-Brie			
		Fort Mardi Intermarché	Montévrain			
		ZAE Marne et Gondoire - La Courtillière	Lagny-sur-Marne /Saint-Thibault-des-Vignes			



Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique

○ Orientations / dispositions



Centre-ville existant



Quartier futur



Zone uniquement commerciale



Zone commerciale et économique





Orientation d'Aménagement et de Programmation (OAP) thématique des PLUi

En l'absence de SCOT, les OAP d'un PLUi comportent les orientations relatives à l'équipement commercial, artisanal et logistique du DOO du SCOT et déterminent les conditions d'implantation des équipements commerciaux. (L151-6 code de l'urb.)

○ Orientations / dispositions

OAP

Orientations d'Aménagement et de
Programmation

I.A. Objectifs

- Implantation périphérique ou en centralité urbaine
- Armature commerciale cible
- Etat
- Nature du pôle

OAP

Orientations d'Aménagement et de
Programmation

I.B. Orientations

- Vocation
- Linéaires commerciaux
- Forme urbaine, qualité environnementale, architecturale, paysagère

DAACL

Document d'Aménagement Artisanal Commercial et
Logistique

II. Conditions d'implantation

- Fréquences d'achat
- A.E.C
- Surface de vente maximale
- Type d'activité
- Qualité environnementale, architecturale et paysagère
- Desserte TC / Mode doux
- Localisation d'implantation préférentielle



Orientation d'Aménagement et de Programmation (OAP) thématique des PLUi

○ Orientations / dispositions

OAP

Orientations d'Aménagement et de
Programmation

I.A. Objectifs

Centralité urbaine

Pôle intermédiaire

Existant

Centre-ville



OAP

Orientations d'Aménagement et de
Programmation

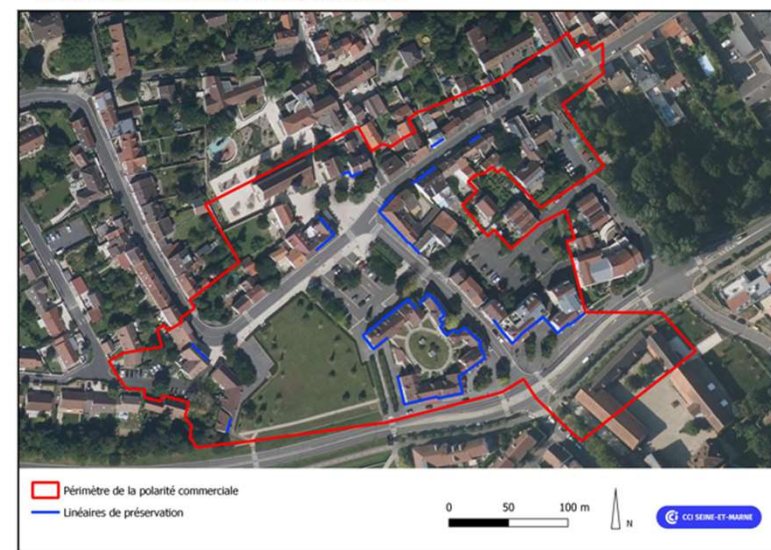
I.B. Orientations

Renforcer offre
commerciale

Linéaires
commerciaux de
préservation

Atténuer les ruptures
commerciales

C. SCHEMA DE PRINCIPE DES ORIENTATIONS





Orientation d'Aménagement et de Programmation (OAP) thématique des PLUi

○ Orientations / dispositions

DAACL

Document d'Aménagement Artisanal Commercial et
Logistique

II. Conditions d'implantation

Quotidienne, hebdomadaire,
occasionnelle

+ 1 000m² SV autorisés

SV max du pôle : 2 000m²

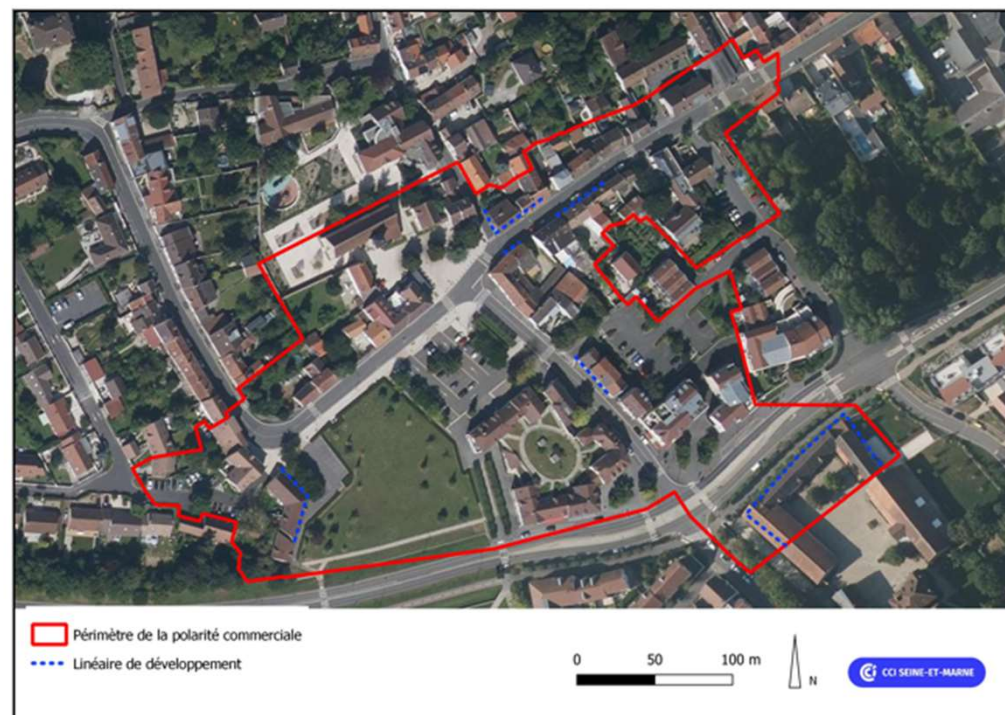
Artisanat, commerce, service
restauration

Commerces en RDC de logements

Linéaires de développement

Périmètre de la polarité commerciale

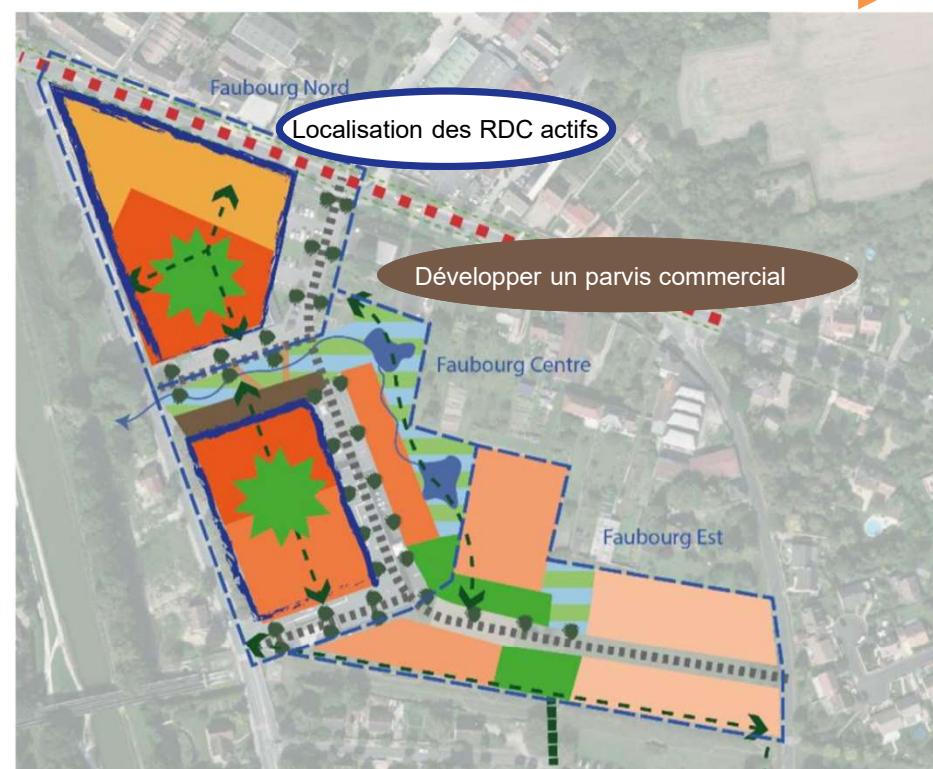
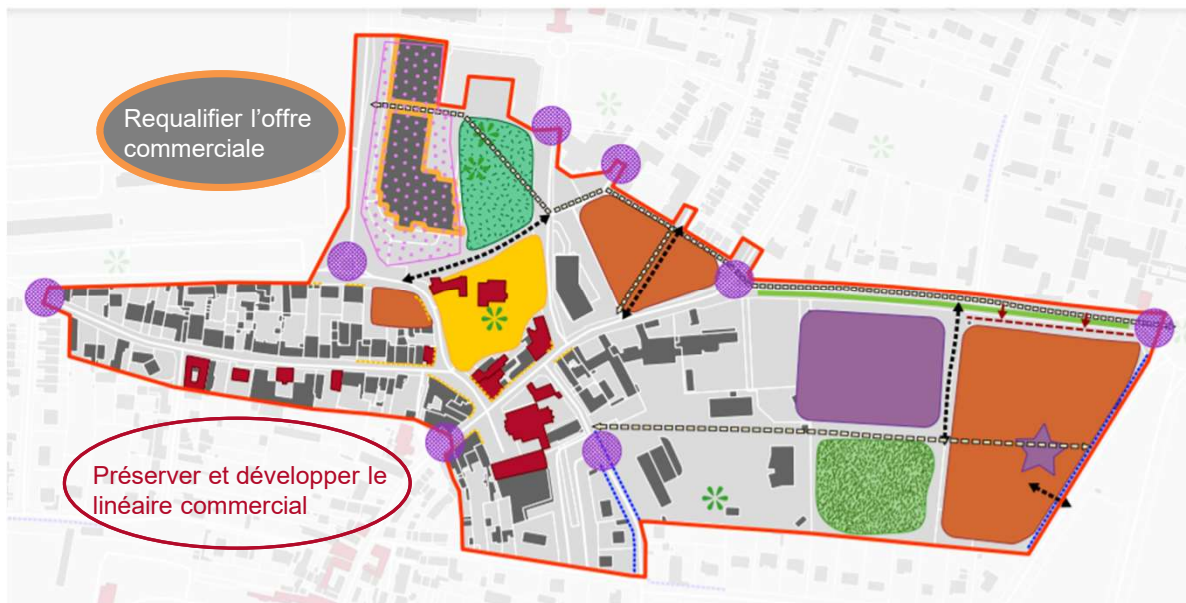
B. LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCES





Orientation d'Aménagement et de Programmation (OAP) sectorielle des PLU/PLUi

○ Orientations / dispositions





Règlements écrit et graphique des PLU/PLUi

○ Orientations / dispositions

Articles 1 et 2



- ❖ Artisanat et le commerce de détail,
- ❖ Restauration,
- ❖ Activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle,
- ❖ Entrepôt

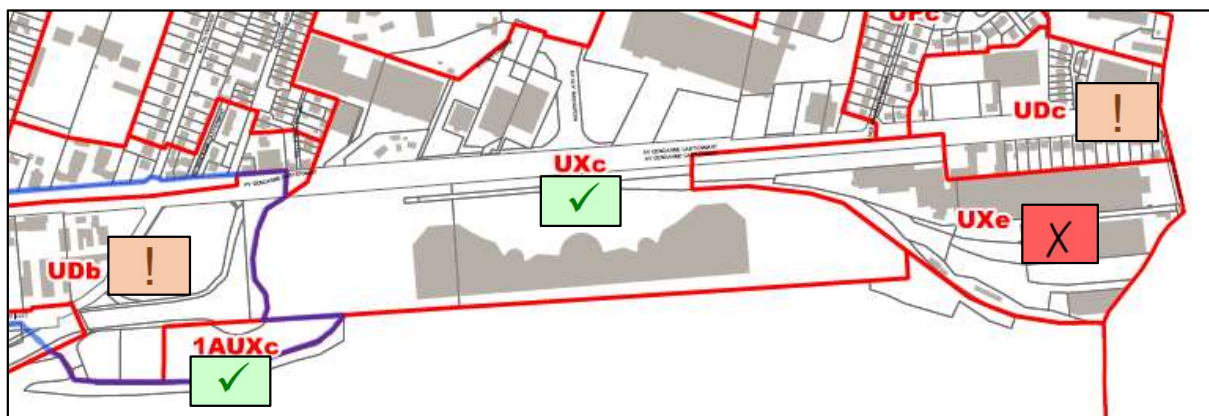
Destination / Sous-destination	Autorisé	Autorisé sous conditions	Interdit
Exploitation agricole et forestière			
Exploitation agricole			X
Exploitation forestière			X
Habitation			
Logement :	✓		
Hébergement	✓		
Commerce et activités de service			
Artisanat et commerce de détail		!	
Restauration		!	
Commerce de gros			X
Activités de services où s'effectue l'accueil d'une clientèle	✓		
Cinéma	✓		
Hôtels	✓		
Autres hébergements touristiques	✓		
Équipements d'intérêt collectif et services publics			
Locaux et bureaux accueillant du public des administrations publiques et assimilés	✓		
Locaux techniques et industriels des administrations publiques et assimilés	✓		
Établissements d'enseignement, de santé et d'action sociale :	✓		
Salles d'art et de spectacles	✓		
Équipements sportifs	✓		
Lieux de culte			X
Autres équipements recevant du public	✓		
Autres activités des secteurs secondaire ou tertiaire			
Industrie			X
Entrepôt			X
Bureau	✓		
Centre de congrès et d'exposition.			X
Cuisine dédiée à la vente en ligne			X



Règlements écrit et graphique des PLU/PLUi

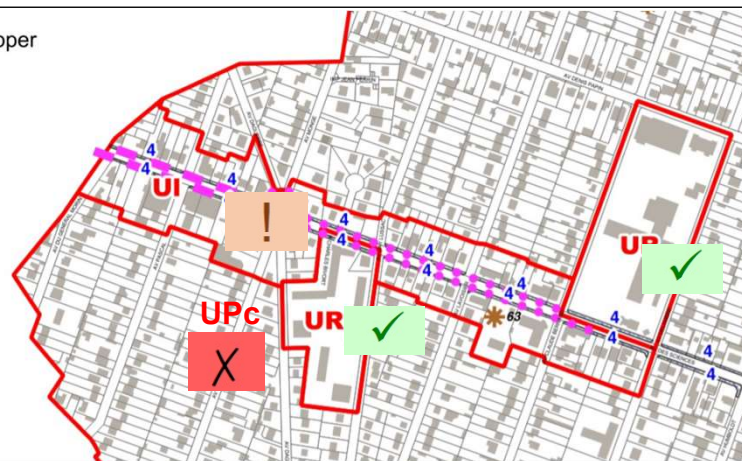
○ Orientations / dispositions

Articles 1 et 2



Linéaire commercial à préserver et à développer
(article L.151-16 du Code de l'Urbanisme)

- Obligation
- - - Possibilité



- ❖ Possibilité d'utiliser l'**interdiction du changement de destination différenciée** selon les axes.
- ❖ Règles de **mixité des destinations ou sous-destinations au sein d'une construction** ou d'une unité foncière / **règles différenciées entre le RDC et les étages supérieurs** des constructions à .
- ❖ Mise en place de **plafonds de surface de plancher pour les commerces** (compatibilité avec le SCOT, en fonction des commerces existants ou souhaités)

Autres articles

- ❖ **Exonération de réalisation de places de stationnement des commerces de moins de 100m² de surface de plancher** dans les centre-bourg afin de compenser les contraintes de places.
- ❖ Règles de réalisation de places de stationnement différenciées selon les sous-destinations.
- ❖ ...



4^{ème} RDV des managers, développeurs économiques et élus
Mardi 27 mai 2025 – Les outils mobilisables pour structurer votre commerce et lutter contre la vacance commerciale

Un outil réglementaire : le droit de préemption commerciale



Le droit de préemption commerciale

De quoi parle-t-on ?

Le droit de préemption commercial permet à une commune (ou à un EPCI, un établissement public y ayant vocation, une société d'économie mixte ou un concessionnaire d'une opération d'aménagement par délégation) d'**acquérir en priorité certains biens commerciaux lors de leur cession, dans un périmètre préalablement délimité.**

L'objectif est de **préserver la diversité et la vitalité du commerce de proximité en centre-ville ou centre-bourg**, et d'**éviter la transformation des locaux en logements ou bureaux.**

Quels biens peuvent être ciblés ?

- Fonds de commerce
- Fonds artisanaux
- Baux commerciaux
- Terrains destinés à porter des commerces (surface de vente de 300 à 1 000 m², construction dans les 5 ans)



Le droit de préemption commerciale

Quelles sont les conditions de mise en œuvre ?

- Prise d'une délibération par le conseil municipal pour délimiter un périmètre de sauvegarde, fondée sur un diagnostic du tissu commercial local.
- Obligation pour le vendeur de **déposer une déclaration préalable à la mairie** (DIA).
- La commune dispose de **deux mois pour exercer son droit de préemption** à prix et conditions indiqués, renoncer, ou saisir le juge en cas de désaccord sur le prix.
- En cas de préemption, la commune doit **retrocéder le bien à un commerçant ou artisan**, dans un délai déterminé : **2 ans à compter de la date d'acquisition effective**, en procédant à un **appel à candidature**.



Le droit de préemption commerciale

Quelles sont les points de vigilance ?

- Le périmètre doit être **justifié** et **adapté** au contexte local.
- La procédure doit être **rigoureuse** (déclaration préalable, délais).
- La préemption peut être **coûteuse**. Le titulaire du droit de préemption n'est pas toujours en mesure de payer le montant inscrit dans la déclaration préalable par le cédant
- Cet outil doit **s'articuler avec d'autres dispositifs** (Foncière de redynamisation, mise en place d'une fiscalité contraignante).



4^{ème} RDV des managers, développeurs économiques et élus
Mardi 27 mai 2025 – Les outils mobilisables pour structurer votre commerce et lutter contre la vacance commerciale

Un outil d'intervention : la foncière de redynamisation



La foncière de redynamisation

De quoi parle-t-on ?

Une foncière de redynamisation est une société, souvent créée en partenariat public/privé, qui acquiert, rénove, gère et remet sur le marché des locaux commerciaux vacants ou dégradés.

Elle permet de **maîtriser l'affectation des locaux**, de **soutenir la modernisation** et de **proposer des conditions locatives attractives pour les commerçants**.

Quels partenaires ?

- Collectivités territoriales
- Acteurs privés
- Etablissements publics
- Bailleurs sociaux
- Investisseurs

84 FONCIERES DE REDYNAMISATION
RECENCEES EN FRANCE EN 2024

Source : Banque des Territoires



La foncière de redynamisation

Quelles actions ?

- Acquisition de locaux vacants ou en difficulté (par achat ou préemption).
- Réhabilitation (travaux, mise aux normes, adaptation aux besoins du tissu commercial).
- Gestion locative professionnelle : sélection des porteurs de projets, accompagnement, conditions de loyer adaptées.
- Possibilité de revente ou de portage à moyen/long terme.

2 200 COMMERCES CONCERNES

350 CELLULES REMISES EN ACTIVITE

Source : Banque des Territoires



La foncière de redynamisation

Quelles sont les points de vigilance ?

- Nécessité d'un **portage financier solide** (Banque des Territoires, collectivités, partenaires privés).
- La mise en œuvre d'une **coordination avec la stratégie globale de revitalisation urbaine** conditionne son efficacité.
- La mise en place d'une **gouvernance partagée** et une inscription de l'**action sur le temps long** : temps de latence entre la création de la foncière, le lancement des opérations et la mesure de leur impact sur le territoire.



4^{ème} RDV des managers, développeurs économiques et élus
Mardi 27 mai 2025 – Les outils mobilisables pour structurer votre commerce et lutter contre la vacance commerciale

Un outil fiscal : la taxe sur les friches commerciales (TFC)



La Taxe sur les Friches Commerciales (TFC)

De quoi parle-t-on ?

La taxe sur les friches commerciales vise à **inciter les propriétaires à remettre sur le marché des locaux commerciaux vacants depuis une longue durée**, en leur appliquant une fiscalité spécifique.

Elle s'inscrit dans une logique de **lutte contre la vacance** et de **mobilisation du foncier commercial**.

Quels biens peuvent être ciblés ?

- locaux à usage commercial ou agricole, dont ceux à usage de bureaux ;
- locaux des associations, établissements d'enseignement privé et administrations publiques ;
- ateliers d'artisans qui ne sont pas munis d'un outillage suffisant pour leur conférer le caractère d'établissement industriel ;
- Eléments isolés et dépendances d'établissements industriels situés en dehors de l'enceinte de ces établissements qui ne présentent pas en eux-mêmes un caractère industriel, tels que des sièges sociaux ou des bureaux.



La Taxe sur les Friches Commerciales (TFC)

Quelles sont les conditions de mise en œuvre ?

- La taxe est instaurée par délibération de la commune ou de l'EPCI compétent avant le 1er octobre de l'année N pour une application à compter de l'année suivante (N+1).
- Elle concerne les **locaux vacants depuis plus de deux ans** (sous conditions).
- Le montant est calculé sur la **valeur locative cadastrale du bien**, avec des taux progressifs selon la durée de vacance.
- **Exonérations possibles** (travaux, force majeure, etc.).



La Taxe sur les Friches Commerciales (TFC)

Quelles sont les effets attendus ?

- Incitation à la **remise en location ou à la cession des locaux vacants**.
- **Mobilisation du parc existant** avant la création de nouvelles surfaces commerciales.
- **Contribution financière au budget local** pour des actions de revitalisation.

Quels sont les points de vigilance ?

- Nécessité d'un **recensement précis des locaux vacants**.
- Importance de **l'accompagnement des propriétaires** pour éviter une taxation « punitive » et favoriser la remise sur le marché.

A large, stylized blue gear graphic is positioned on the left side of the slide. It features a central circle with several teeth or segments extending outwards, creating a circular, mechanical appearance. The gear is rendered in a lighter shade of blue against the darker blue background.

Echanges