

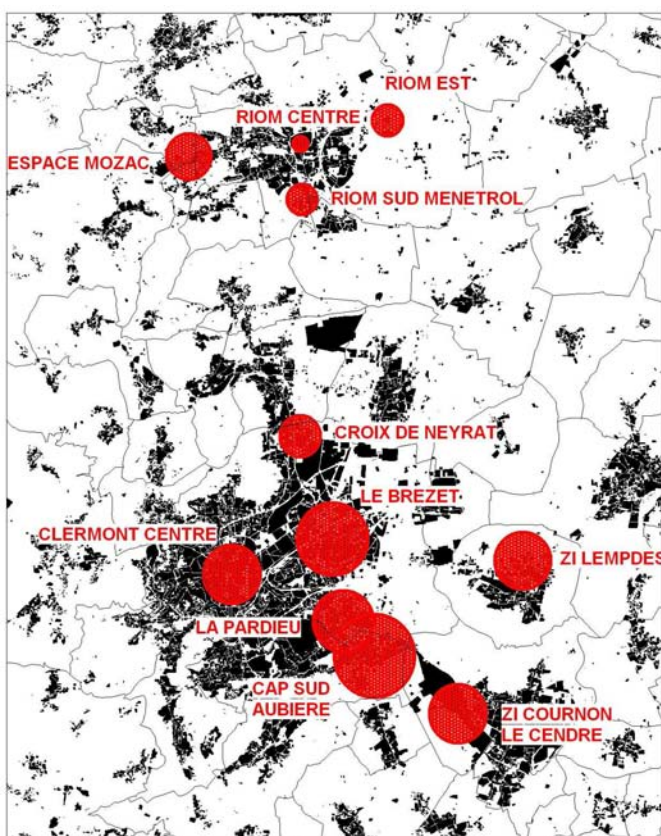
d

**Penser l'offre commerciale avec
de nouvelles exigences urbanistiques
et environnementales**



Une offre en grandes et moyennes surfaces conséquente mais déséquilibrée sur le plan géographique...

La métropole clermontoise joue pleinement son rôle de métropole départementale pour ce qui concerne l'offre commerciale. Elle présente une densité commerciale globale en grandes et moyennes surfaces d'un niveau globalement comparable aux autres grandes agglomérations françaises équivalentes. 225 grandes et moyennes surfaces (recensement 2004), 1 226 m² de surface commerciale pour 1 000 habitants (pour une moyenne nationale de 1 035 m² par habitant) permettent bien d'assurer la couverture des besoins de la population de manière satisfaisante et de satisfaire la demande départementale dirigée vers la ville centre pour ce qui concerne la plupart des commerces anomaux.



La distribution spatiale de l'offre commerciale de l'agglomération est moins satisfaisante et contribue à plusieurs déséquilibres majeurs.

En effet, l'offre est essentiellement concentrée sur une dizaine de sites, dont la moitié sont situés dans le quadrant sud est.

Les pôles commerciaux de ce quadrant totalisent environ 80% des surfaces commerciales totales, alors même que ce quadrant n'accueille que 50% environ de la population du territoire couvert par le SCoT.

L'ouest de l'agglomération, certes moins peuplée et contrainte par la géographie, est dépourvue d'offre réellement accessible.

Le développement relativement récent sur des zones qui n'avaient pas toutes une vocation commerciale lors de leur conception a de nombreux impacts négatifs.

La tâche urbaine (en noir) et les surfaces relatives des pôles commerciaux (en rouge), source DDE63

Qui pèse sur la préservation des commerces de proximité...

Premièrement, la puissance du pôle sud ainsi constitué n'a pas permis de maintenir ou de développer une offre suffisante dans les autres secteurs de l'agglomération. **La faiblesse de l'offre commerciale « centre ville » de Clermont Ferrand contribue également à la perte d'attractivité résidentielle du centre.** Plus largement, les pôles commerciaux des centres bourgs et des pôles résidentiels récents sont relativement faibles et n'offrent pas, pour certains, la diversité commerciale qui pourrait être attendue au regard des caractéristiques socio-économiques des résidents.

Et sur l'accessibilité des zones commerciales...

Deuxièmement, le déséquilibre entre la répartition de l'offre commerciale et les zones résidentielles pèse lourdement sur les infrastructures de transport. De fait, l'A 75 et les accès aux diffuseurs sud (Pardieu, Aubière) sont désormais les axes structurant du vaste regroupement de pôles commerciaux du quadrant sud est ; la superposition de ce trafic d'agglomération aux heures de pointe commerciale avec le trafic de transit ou de « sortie d'agglomération » aggrave les problèmes de saturation.

Troisièmement, le développement faiblement coordonné des pôles commerciaux du quadrant sud est, et dans une moindre mesure des autres pôles, n'a pas été accompagné d'une réflexion qualitative suffisante. Il en résulte de graves désordres fonctionnels, le principal restant l'inadaptation des réseaux viaires et des offres de transport collectifs aux journées de pointe (vendredi en soirée et samedi).

La qualité urbanistique, paysagère et architecturale de ces pôles est aussi significativement insuffisante au regard des ambitions métropolitaines, insuffisance renforcée par la localisation de ces pôles sur les principaux axes de pénétration dans l'agglomération (A 75, RN 9...).



Tendances

Une charte de développement commercial récente

Fin 2006, Les élus du SEPAC ont adopté une charte de développement commercial du Grand Clermont pour 2006-2010 afin "de promouvoir un modèle de développement commercial plus cohérent, plus équilibré et prenant en compte les nécessités d'un développement durable (optimisation de l'utilisation du foncier, respect de l'environnement, insertion urbanistique et paysagère, réduction des déplacements motorisés ...)".

Cette charte privilégie la requalification des pôles existant (paysage, urbanisme, accessibilité) plutôt que le développement de nouveaux pôles. Néanmoins, deux projets de zones thématiques à vocation "culture-loisirs" sont aujourd'hui actés et doivent être considérés comme des pôles existants :

- un programme de développement de 12 ha à la périphérie Est de Riom, à proximité immédiate du péage autoroutier
- un projet de 15 à 20 ha près de la grande halle à Cournon. Ce dernier pôle confortera le déséquilibre mentionné plus haut.

La charte prévoit également d'attacher une attention particulière aux projets d'aménagements urbains et aux stratégies de renforcement de l'attraction commerciale aux centres villes de Riom et de Clermont-Ferrand. Concernant le centre de Clermont-Ferrand, on peut déjà relever que l'opération "Carré de Jaude 2" qui prévoit un ensemble commercial d'une soixantaine de commerces "d'enseignes à forte notoriété", bien qu'ayant été menée au détriment du patrimoine bâti, contribuera à renforcer l'attractivité et l'image du centre ville.

La charte n'aborde pas clairement la problématique de la répartition spatiale et de la desserte des pôles. Sur ce dernier point, il convient de noter que l'extension de la ligne de tramway jusqu'à la gare de la Pardieu permettra de desservir le cœur du pôle commercial correspondant. La valorisation de cet investissement et des nouvelles stations suppose cependant que la démarche de requalification s'appuie sur une réflexion d'ensemble qui intègre notamment le thème de la diversification fonctionnelle (commerces, bureaux, équipements publics...).

Quelques efforts dans le domaine architectural à soutenir et accompagner

Les nouveaux équipements commerciaux, quelle que soit leur taille, s'implantent stratégiquement sur les trajets domicile-travail de leurs clients. Outre le fait qu'ils participent à la déprise des commerces en centre-ville, ils tendent à banaliser toutes les entrées de ville.

Entrée sud de Clermont, source DDE63



Si des efforts sont faits en matière architecturale, notamment dans la composition des nouvelles zones, en vue d'une meilleure qualité visuelle, un meilleur traitement des abords (contre-allée, aménagements paysagers, stationnements, enseignes et pré-enseignes...) permettrait de valoriser les réalisations architecturales nouvelles et de se démarquer d'une logique d'aménagement uniquement routière.

ZA Cribes, source DDE63



▶ Enjeux en matière d'urbanisme commercial

Maintenir une offre de commerce de proximité dans les bourgs centre et les quartiers, en lien avec le développement des modes de déplacements alternatifs à la voiture particulière (modes doux, transports collectifs...).

Préciser les orientations qui permettront à la ville centre d'assumer sa fonction de métropole régionale en matière d'offre commerciale.

Introduire des notions de qualités architecturales et d'insertion urbaine lors de l'émergence des projets et de la requalification des pôles périphériques existants.

Améliorer la desserte des zones existantes.