

HORIZON 2030 **SCOT Roannais**

**POUR UNE URBANITE NOUVELLE ET UNE RURALITE MODERNE
DANS L'AIRE METROPOLITAINE LYONNAISE**

Modification n°1 Document d'Aménagement Commercial



Dossier d'approbation

SOMMAIRE

PREAMBULE	2
1. Synthèse des enjeux	3
1. Préalable : les fréquences d'achat	3
2. Un appareil commercial dense et rayonnant au-delà du SCoT	4
3. Une armature commerciale hiérarchisée.....	5
4. Des centralités urbaines en perte de vitesse	6
5. Des enjeux qualitatifs au sein des pôles de centralité et de périphérie	6
6. Une évolution des modes de consommation à prendre en considération.....	7
2. Hiérarchisation des pôles commerciaux	8
3. La stratégie d'aménagement commercial	10
3.1 Rappel des objectifs du PADD	10
3.2 La stratégie d'aménagement commercial	10
3.2.1 Affirmer le rôle commercial majeur du coeur d'agglomération.....	11
3.2.2 Maîtriser l'évolution des pôles de périphérie.....	11
3.2.3 Conforter les pôles de Rang 3 dans leur fonction	12
3.2.4 Conforter le maillage sur des besoins les plus courants.....	13
3.2.5 Favoriser le maintien et le développement des commerces au cœur des lieux de vie	14
4. Délimitations des zones d'aménagement commercial	15
4.1 Fiche ZACO du centre-ville de Roanne	16
4.2 Fiche ZACO des faubourgs de Roanne.....	17
4.3 Fiche ZACO du centre ville de Le Coteau	18
4.4 Fiche ZACO de Mably – zone commerciale	19
4.5 Fiche ZACO de Riorges – zone commerciale	20
4.6 Fiche ZACO de Le Coteau – zone commerciale.....	21
4.7 Fiche ZACO de Perreux – Zone commerciale.....	23
4.8 Fiche ZACO de Parigny – Zone commerciale	24
4.9 Fiche ZACO des pôles de rang 3 : Renaison, La Pacaudière, Saint Just en Chevalet.....	25
BILAN DU FONCIER EN ZACO DE PERIPHERIE	27

PREAMBULE

Suite à la possibilité offerte par la loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008, le syndicat d'études et de programmation pour l'aménagement du Roannais (SYEPAR) avait engagé une réflexion sur l'urbanisme commercial sur l'ensemble de la zone de chalandise roannaise et avait élaboré un document d'aménagement commercial (DAC) qui identifiait les zones d'aménagement commercial (ZACO) sur les polarités commerciales du territoire.

Dans le cadre de l'élaboration du schéma de cohérence territoriale (SCOT) Roannais, cette stratégie de développement commercial sur la temporalité 2010-2014 a été intégrée dans le document d'orientations générales (DOG) du SCOT approuvé le 4 avril 2012. Le choix de la temporalité 2010-2014 avait été retenu considérant que la stratégie commerciale ne pouvait être envisagée sur le même horizon que le SCOT mais plutôt en fonction du projet de mandat, soit 2014.

Arrivant à cette échéance, le SYEPAR a engagé début 2015 de nouvelles réflexions sur la thématique de l'urbanisme commercial. Ces nouvelles orientations nécessitent une adaptation du contenu du DOG et du DAC. Ne remettant pas en cause l'économie générale du projet d'aménagement et de développement durable (PADD), elles sont intégrées dans le cadre d'une procédure de modification du SCOT conformément aux articles L. 122-14-1 à L. 122-14-3 du code de l'urbanisme.

Le SYEPAR a confié une étude de l'offre commerciale du territoire à l'agence AID Observatoire, bureau d'études spécialisé dans l'urbanisme commercial. La chambre de commerce et d'industrie du Roannais ainsi que la chambre des métiers et de l'artisanat de la Loire ont par ailleurs contribué à ce travail.

A partir d'un diagnostic de l'armature commerciale, des enjeux de structuration et de maîtrise des équilibres entre les centralités et les pôles périphériques, **une stratégie d'urbanisme commercial** a été définie à l'échelle du SCOT.

Cette stratégie implique des orientations de mise en oeuvre concernant chacun des pôles commerciaux existants sur le territoire. Ainsi, des Zones d'aménagement commercial (ZACO) de **centralité urbaine** et de **périphérie** sont **définies** et fondées sur des critères d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement et de qualité de l'urbanisme conformément à l'article L. 752-1 du code de commerce dans sa version issue de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (dite « LME »).

Le document d'aménagement commercial (DAC) répond à un enjeu d'identification et de hiérarchisation des fonctions commerciales à l'échelle du territoire, afin de favoriser la complémentarité entre pôles commerciaux dans la réponse aux besoins de la population, et surtout d'opérer un développement commercial en cohérence avec les logiques d'aménagement du territoire.

Le présent document modifie le DAC approuvé sur le périmètre du SCOT du Roannais

1. SYNTHÈSE DES ENJEUX

1. Préalable : les fréquences d'achat

L'analyse des comportements d'achat, les objectifs stratégiques et les dispositions du DOG et du DAC distinguent cinq niveaux d'offre commerciale, dont les impacts sur l'aménagement du territoire et le développement durable sont hétérogènes. La nomenclature utilisée pour distinguer ces niveaux d'offre est la fréquence d'achat.

Ces fréquences d'achat sont établies au regard des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement et de qualité de l'urbanisme spécifiques à certaines parties du territoire du SCOT conformément à l'article L. 752-1-II précité.

Les fréquences d'achats : typologies et aires d'influence

Fréquences d'achats		Types d'activités concernées	Aire d'influence minimale	Formats de vente concernés	Modes principaux d'accès et de transports pour les achats
Régulière	Quotidienne	Boulangerie, boucherie – charcuterie, tabac – presse, fleurs, alimentation, services ...	Entre 1 200 à 2 500 habitants	Commerces traditionnels sédentaires et non sédentaires	Modes doux Transports en commun Voiture
	Hebdomadaire	Supermarchés / hypermarchés, alimentaire spécialisé...	> 8 000 habitants (1 000 m²).	Moyennes surfaces alimentaires	Modes doux Transports en commun Voiture
Occasionnelle « lourde »		Bricolage, jardinage, petits matériaux	> 10 000 à 15 000 habitants	Grandes et moyennes surfaces spécialisées (GSS) non alimentaires	Voiture
Occasionnelle « légère »		Habillement, chaussures, parfumerie, bijouterie, librairie papeterie CD/DVD, jeux - jouets, petite décoration, ...	> 10 000 à 20 000 habitants		Modes doux Transports en commun Voiture
Exceptionnelle		Mobilier, électroménager, aménagement, de la maison (cuisines, salles de bains), ...	> 40 000 à 50 000 habitants > 200 000 habitants pour concepts métropolitains / d'envergure métropolitaine / atypique (pas d'activités spécifiques)		Voiture

Les différentes fréquences d'achats renvoient à des typologies d'activités distinctes, qui n'induisent pas toutes les mêmes contraintes d'implantation (emprise foncière, modes d'accès...) et les mêmes comportements de déplacements (fréquence des déplacements, origine de la clientèle...).

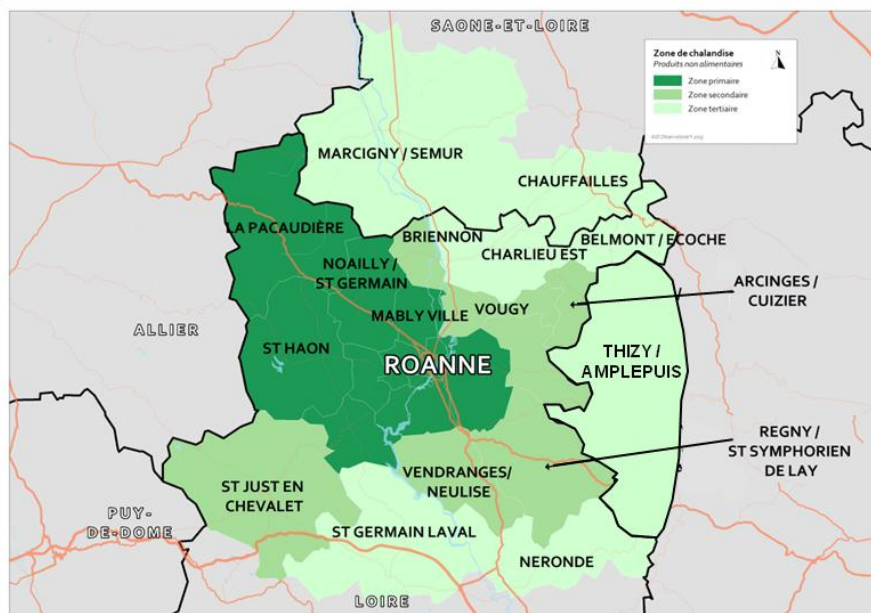
A titre d'exemple, l'offre répondant aux achats « quotidiens » nécessite une zone de chalandise relativement restreinte pour fonctionner et va générer des déplacements très fréquents, souvent de courte distance. Afin de répondre à un enjeu de rationalisation des déplacements, il est préférable que cette offre soit maillée finement sur le territoire, au plus près des centralités (habitats, emplois, équipements). Une telle logique d'implantation permet une desserte optimale des populations sur ces achats très fréquents, mais favorise également le recours à des modes de déplacements doux. Cette offre contribue également particulièrement à l'animation des centralités urbaines, et peut s'y implanter relativement facilement car elle nécessite des emprises foncières restreintes.

A *contrario*, l'offre répondant aux achats « exceptionnels » rayonne sur un périmètre large. Elle nécessite de très bonnes conditions d'accessibilité et renvoie à des équipements dont l'emprise foncière est importante, difficiles à intégrer en centralité. Il est par ailleurs pertinent de concentrer cette offre sur un nombre restreint de sites, pour permettre au consommateur de satisfaire des besoins de comparaison souvent associés à ce type d'achats, sans parcourir une multitude de sites. La concentration de cette offre répond également à une logique de développement favorisant la lisibilité de l'offre à l'échelle de l'agglomération, et son attractivité.

2. Un appareil commercial dense et rayonnant au-delà du SCoT

L'appareil commercial du Roannais peut être qualifié de dense et diversifié. En effet, la densité commerciale en grandes et moyennes surface est élevée (1 223 m² de surface de vente pour 1 000 habitants pour une moyenne nationale de 960 m² pour 1 000 habitants), notamment concernant les commerces non alimentaires. Cette densité témoigne d'un équipement commercial rayonnant au-delà des limites du SCoT.

Zone de chalandise (ZC) non alimentaire des commerces du SCoT

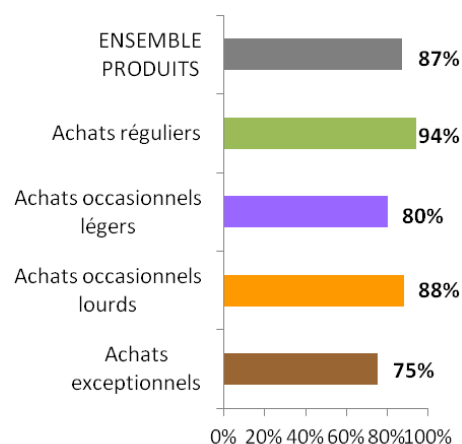


La zone de chalandise (ZC) des commerces du SCoT pour les produits non alimentaires, représentée sur la carte ci-contre, permet d'identifier l'origine de la clientèle des commerces et confirme ce constat. Cette représentation met en évidence une zone primaire et une zone secondaire sur lesquelles la majorité des consommations est réalisée sur le SCoT (respectivement plus de 80% et plus de 50%), et une zone tertiaire davantage influencée par des polarités extérieures au SCoT (moins de 40% des consommations réalisées sur le SCoT).

Source : CCI Roanne – Enquête ménages 2010, mise à jour 2015

L'attractivité de l'offre présente sur le Roannais se mesure également au regard de l'évasion commerciale, c'est-à-dire la part des consommations des ménages de la zone de chalandise effectuée en dehors de la zone de chalandise. Cette évasion est globalement faible et variable selon les catégories de besoins. Elle reste relativement élevée sur certains produits spécifiques tels que les vêtements adolescents, le linge de maison, les articles de décoration.

Part des consommations des ménages de la ZC réalisée dans les commerces de la ZC (taux d'emprise)



Source : CCI Roanne – Enquête ménages 2010, mise à jour 2015

Ces éléments laissent envisager des marges de manœuvre limitées et ciblées en termes de réduction de l'évasion commerciale. L'attractivité commerciale du territoire est avérée (enseignes, densité).

➔ **Enjeu : La « diversification qualitative » est le principal levier d'amélioration de l'attractivité commerciale du territoire** (amélioration qualitative de l'équipement commercial, plus grande lisibilité de l'offre, repositionnement d'enseignes présentes, accueil d'une offre différenciante).

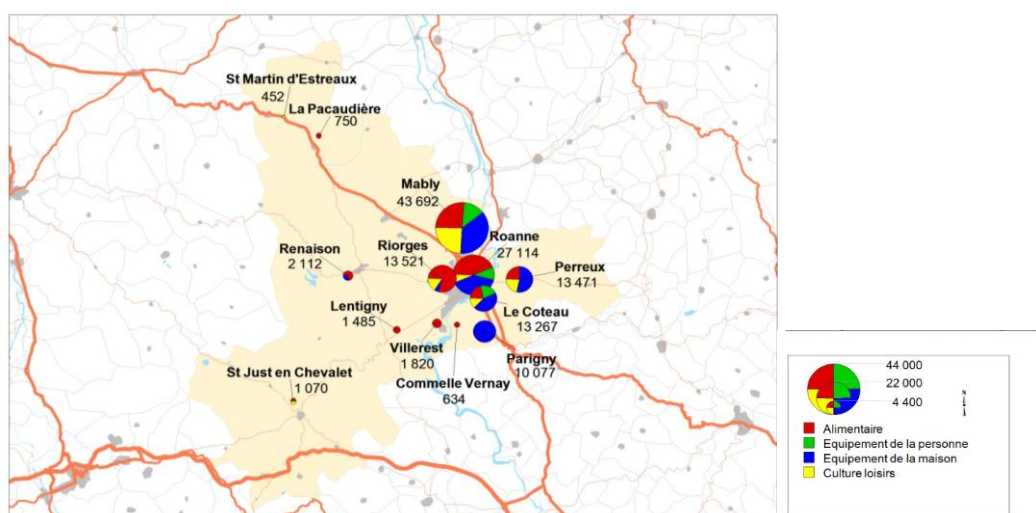
3. Une armature commerciale hiérarchisée

La répartition spatiale de l'offre commerciale met en évidence un maillage fin de l'offre de proximité (commerce < 300 m² de surface de vente) avec seulement 17 communes sur 51 qui ne disposent pas de commerce alimentaire, et une densité de commerces de proximité supérieure à la moyenne nationale. Ce maillage est satisfaisant au regard de l'armature urbaine avec plus de 30 communes inférieures à 1 000 habitants, dont la taille est en conséquence limitée pour accueillir du commerce. Certains indicateurs montrent cependant des signes de fragilisation de cette armature de proximité (taux de vacance élevé dans les faubourgs et certains centres, taux de commercialité faible). Le maintien de ce maillage fin est un véritable enjeu pour une desserte optimale des habitants du territoire sur des besoins de première nécessité dans un contexte de vieillissement de la population.

L'armature commerciale du territoire s'organise autour :

- des espaces marchands de la polarité urbaine d'une part, composés principalement du centre-ville de Roanne, des faubourgs et quartiers, et des pôles de périphérie majeur, intermédiaire, secondaires et relais, concentrant la grande majorité de l'offre de grandes surfaces et permettant de répondre à toutes les catégories de besoins,
- des pôles de rang 3 qui concentrent une offre de proximité et de moyennes surfaces permettant de satisfaire des besoins réguliers et plus partiellement certains besoins occasionnels.

Surface de vente des commerces de plus de 300 m² par commune et famille de produits



Base : 129 465 m² de surface de vente

Sources: Fichier CCI 2015 – IFLS 2014

L'offre commerciale de l'agglomération est caractérisée par un manque de lisibilité des espaces périphériques (dilution de l'offre sur des pôles mixtes notamment au sud et à l'est de l'agglomération), nuisant à son attractivité.

→ Enjeux :

- **Maintenir un maillage fin du commerce de proximité au cœur des lieux de vie,**
- **Maintien les pôles de rang 3 dans leurs fonctions à l'échelle de leur bassin de vie,**
- **Définir le positionnement des pôles d'agglomération pour gagner en lisibilité.**

4. Des centralités urbaines en perte de vitesse

Depuis 2010, force est de constater que l'objectif de renforcement du poids des centralités urbaines par rapport à la périphérie n'a pas été atteint.

Sur 13 555 m² de surface de vente de plus de 300 m² créées, 38% **des surfaces ont été créées sur Mably et plus de 50 % sur des pôles plus « secondaires » (Parigny, Perreux, Villerest)**. La grande majorité des surfaces a été créée en ZACO de périphérie parallèlement à des ZACO de centre-ville qui stagnent. La ville centre recule en termes de poids économique dans l'agglomération, au profit des pôles périphériques. Des développements de grandes surfaces hors ZACO sont également à relever depuis 2010, avec des formats légèrement inférieurs à 1 000 m² de surface de vente, seuil choisi lors de l'élaboration du SCoT, pour définir les équipements encadrés par le document.

Certains indicateurs alertent également sur les difficultés de maintien de l'offre commerciale de proximité au cœur des lieux de vie (faubourgs de Roanne, Le Coteau, centres-bourgs...) notamment des taux de vacance élevés. Parallèlement à ce constat, des activités se développent le long des axes de flux et d'entrées de villes (commerce de proximité, activités de restauration), ainsi que dans les espaces périphériques. Ces implantations correspondent parfois à des relocalisations d'activités situées en centralités vers ces espaces, fragilisant ainsi davantage l'offre présente au cœur des lieux de vie.



→ Enjeux :

- **Maintenir une offre commerciale attractive au cœur des lieux de vie,**
- **Maîtriser les développements hors ZACO notamment sur les lieux de flux et affirmer les périmètres des pôles,**
- **Favoriser les complémentarités centre/périphérie.**

5. Des enjeux qualitatifs au sein des pôles de centralité et de périphérie

Les pôles de périphérie présentent des enjeux qualitatifs forts, qui sont des leviers d'amélioration de l'attractivité de l'offre, de la qualité des entrées de ville et de l'image du territoire... Certains pôles sont soumis à des enjeux particulièrement forts de modernisation des équipements et de requalification (Mably, Perreux, Le Coteau...).



Il ressort du diagnostic une faible lisibilité au sein des zones d'activités mixtes (activités commerciales et non commerciales). La zone du Coteau notamment est le résultat de développements commerciaux au « coup par coup », sans cohérence d'ensemble et sans espaces marchands identifiés au sein des autres espaces d'activités.



Les centralités urbaines ont pour certaines fait l'objet d'une amélioration significative de l'environnement commercial. Cependant, d'autres nécessitent un travail sur l'affirmation des périmètres marchands, la résorption de la vacance et l'amélioration de l'environnement urbain.



→ Enjeux :

- **Améliorer la qualité et la fonctionnalité des pôles commerciaux,**
- **Affirmer les périmètres marchands des pôles commerciaux de centralité et de périphérie**
- **Moderniser les commerces et les espaces publics et privés au sein des pôles**

6. Une évolution des modes de consommation à prendre en considération

Les modes de consommation connaissent une évolution significative. Parmi les principales tendances récentes constatées, quatre d'entre elles sont particulièrement notables et impactent fortement l'aménagement commercial :

- **Un ralentissement marqué de la consommation des ménages** qui induit inévitablement des besoins en création de surfaces commerciales moins importants. En effet, la consommation par ménage diminue significativement sur les produits de consommation sur les cinq dernières années. Les dépenses alimentaires continuent d'augmenter, même si cette tendance s'atténue. Au global, le budget de consommation des ménages stagne sur les cinq dernières années. La stagnation démographique sur le Roannais et l'évasion relativement limitée, associées à ces tendances peu favorables aux évolutions du commerce induisent des potentialités de développement commercial limitées sur le territoire.
- **Une explosion du e-commerce** dont les parts de marché ne cessent d'augmenter. Elles atteignent 18% en 2013 sur l'équipement de la maison et 12% sur l'équipement de la personne, générant là encore des besoins en surfaces commerciales réduits, voire la fermeture de certaines enseignes (source : FEVAD).
- **Un retour à la proximité et une recherche de simplicité de consommation**, notamment pour des achats réguliers, avec des parts de marché en baisse pour les hypermarchés, l'émergence de formats alimentaires de proximité, la diversification des lieux d'achats (supermarché, marché, vente directe...). Cette tendance constitue une opportunité pour le maintien et le développement d'une fonction commerciale attractive dans les centralités urbaines. Elle s'inscrit également en cohérence avec les caractéristiques de l'appareil commercial du Roannais, composé en alimentaire essentiellement de supermarchés de taille modérée (peu d'hypermarchés) relativement bien maillés sur le territoire.

- **La nécessité de gagner du temps** qui se traduit notamment par des consommations sur les lieux de flux. Le développement des Drive (cinq Drive recensés sur le territoire) répond à cette tendance. De manière générale, les secteurs en bord d'axes de transit sont soumis à des pressions d'implantation fortes, tendance visible sur le territoire du Roannais. La maîtrise de ces développements pour limiter les phénomènes d'étalement urbain, de congestion et d'insécurité routière, mais aussi de concurrence avec les centralités urbaines constitue un enjeu dans le cadre de la stratégie.

→ **Enjeux :**

- **Maîtriser le foncier à vocation commerciale pour limiter le risque de friche, adapter le volume de développement aux besoins réels ;**
- **Favoriser le développement du commerce au cœur des lieux de vie, dans des logiques de courte distance et d'accessibilité multimodale ;**
- **Maîtriser les développements liés à des logiques de captage des flux routiers.**

2. HIERARCHISATION DES POLES COMMERCIAUX

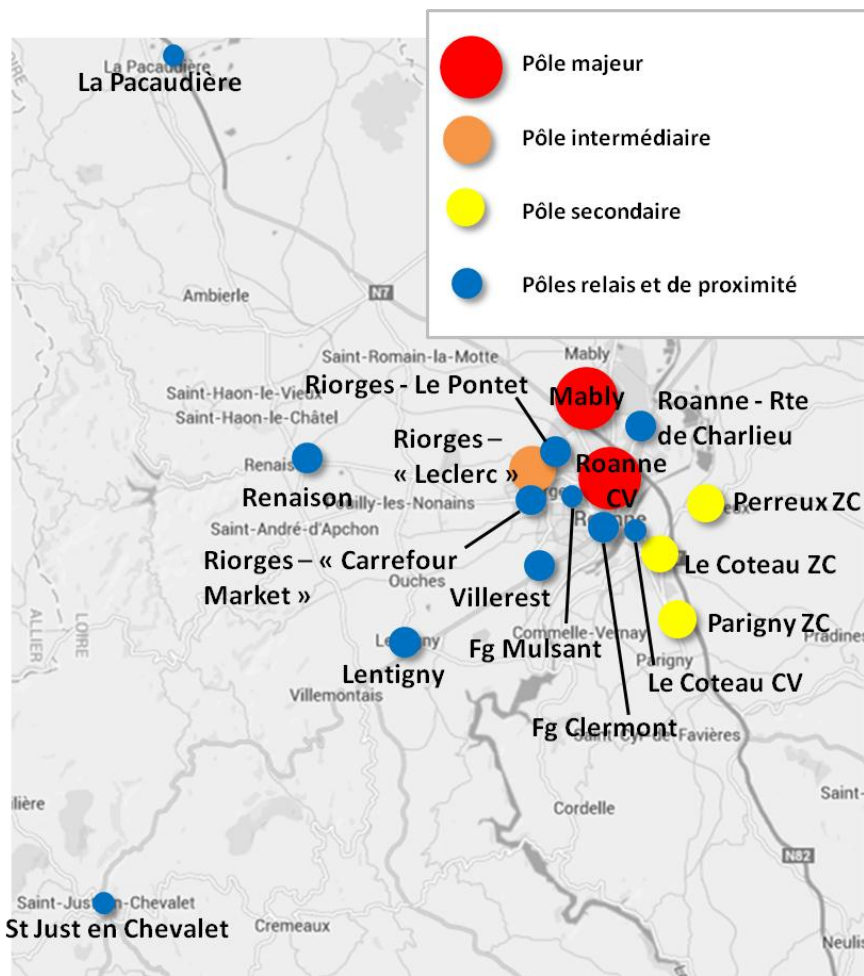
Afin de donner des orientations spatialisées et différenciées selon les pôles commerciaux et leurs enjeux propres, une hiérarchisation des pôles composant l'armature commerciale du territoire a été effectuée. Cette hiérarchisation synthétise les constats du diagnostic. Elle a été réalisée en fonction du niveau de rayonnement des pôles (zone d'influence) et des besoins couverts. L'objectif est de pouvoir ainsi considérer de manière différenciée les pôles répondant à des besoins de proximité et rayonnant à l'échelle d'une commune ou d'un quartier, par rapport à des pôles répondant à une plus grande diversité de besoins et rayonnant à l'échelle de secteur plus larges (territoire dans son ensemble voire au-delà).

Quatre niveaux de fonction commerciale ont été identifiés, et permettront de donner des orientations spatialisées, tenant compte des caractéristiques propres à chaque catégorie.

Définition des niveaux de fonction commerciale sur le territoire Roannais

Fonction commerciale	Aire d'influence	Fréquence d'achat
Majeure	Rayonnement au-delà des limites du SCoT (> 100 000 habitants)	Quotidienne à exceptionnelle
Intermédiaire	Rayonnement à l'échelle du SCoT (de 70 000 à 90 000 habitants)	Quotidienne à occasionnelle
Secondaire	Rayonnement à l'échelle intercommunale (de 40 000 à 60 000 habitants)	Quotidienne à occasionnelle
Relais et de proximité	Rayonnement sur une à plusieurs communes/quartiers (5 000 à 20 000 habitants)	Quotidienne à hebdomadaire

Hiéarchie actuelle des fonctions commerciales



Le DOG et le DAC du SCOTRoannais s'appuient sur cette armature et sur les évolutions à privilégier sur les différents pôles en déclinaison des objectifs du PADD, pour fixer des orientations et délimiter des ZACO.

3. LA STRATEGIE D'AMENAGEMENT COMMERCIAL

Cette partie vise à exposer la stratégie de d'aménagement commerciale retenue par les élus du SYEPAR, en déclinaison des objectifs du PADD.

C'est sur cette stratégie que s'appuient l'ensemble des dispositions du DOG et du DAC du SCoT Roannais.

3.1 Rappel des objectifs du PADD du SCOT Roannais

Pour rappel, le PADD repose sur plusieurs grands objectifs en matière d'aménagement commercial et notamment :

- Conserver un équilibre entre le commerce de centre-ville et le commerce de périphérie,
- Favoriser les initiatives d'optimisation du foncier et d'intégration urbaine,
- Renforcer l'offre commerciale dans les centres villes et les centres-bourgs :
 - Réactiver le commerce de première nécessité dans l'hyper centre de l'agglomération,
 - Renforcer le poids de l'offre commerciale des centres par rapport à la périphérie,
 - Remettre à et maintenir le commerce de proximité dans les pôles de Rang 3 et les plus petites communes,
- Conforter les communes de rang 3 :
 - Admettre l'implantation de moyennes surfaces comblant un segment d'offre non représenté
 - Viser à proposer une diversité de fonctions (résidentielles, commerciales, en équipements, ...) dans les futures opérations,
- Maîtriser le commerce de périphérie pour ne pas déséquilibrer l'offre actuelle et générer à terme des friches commerciales :
 - Pas de création de nouvelles zones commerciales structurées autour d'un hypermarché en dehors des pôles prioritaires identifiés,
 - Favoriser la modernisation de l'appareil commercial.

3.2 La stratégie d'aménagement commercial

Dans une logique de déclinaison de ces objectifs, et au regard de la mise à jour du diagnostic et des évolutions récentes de l'armature commerciale, **les élus se sont positionnés sur une stratégie d'aménagement commercial qui repose sur une priorité forte donnée au renforcement du centre-ville de Roanne et au maintien de la vitalité économique des centralités urbaines de l'ensemble du territoire.**

Le diagnostic a en effet démontré que les dispositions du DOG et du DAC approuvés en 2012 n'ont pas permis de tendre vers un renforcement de l'offre dans les centres-villes et centres-bourgs. Il s'agit pourtant d'un des principaux objectifs du PADD et d'un critère majeur à prendre en compte dans l'élaboration du SCOT au regard de la réglementation en vigueur. Les élus ont en conséquence souhaité réaffirmer cet objectif et modifier les dispositions du DOG et du DAC pour garantir sa réalisation.

L'élaboration de la stratégie repose sur des critères d'aménagement du territoire et de développement durable. Elle définit l'évolution des pôles selon leur niveau hiérarchique actuel, et selon leur localisation (centrale ou périphérique), de manière à privilégier d'une part le maintien d'une offre diversifiée dans les centralités, et d'autre part un développement commercial permettant d'assurer une desserte optimale du territoire sur les différentes catégories de besoins et en conséquence une rationalisation des déplacements liés aux achats.

Les réflexions ont pour cela été menées en utilisant les fréquences d'achats (cf. préalable) pour définir les évolutions à privilégier sur chaque pôle au regard de son niveau hiérarchique (cf. 2. Hiérarcisation des pôles commerciaux) et de sa localisation (centrale ou périphérique).

La stratégie sur laquelle repose le projet de modification s'appuie sur cinq grands objectifs exposés ci-après. L'ensemble des dispositions du DOG dans son volet relatif à l'aménagement commercial et du DAC du SCoT du Roannais vise à mettre en œuvre ces objectifs.

3.2.1 Affirmer le rôle commercial majeur du coeur d'agglomération

Il s'agit en premier lieu de développer et **diversifier l'offre commerciale dans le pôle prioritaire du centre-ville de Roanne, de manière à affirmer le cœur d'agglomération dans sa fonction majeure à l'échelle du SCoT** au au-delà, et renforcer son poids par rapport aux espaces marchands de périphérie. Cet objectif implique de mettre en œuvre des projets de renouvellement urbain dans le centre-ville, de manière à **créer une offre foncière permettant d'accueillir des surfaces commerciales dans une logique de mixité fonctionnelle et urbaine.**

La modification du DOG renforce également ses dispositions pour garantir la réalisation de cet objectif. Le DOG modifié favorise les implantations commerciales dans le centre-ville de Roanne et encourage l'accueil de tous types d'activités et tous types de formats. Des dispositions favorisant les complémentarités entre les localisations de centralité et les localisations de périphérie sont également introduites. Elles prévoient de réserver les localisations de périphérie à des équipements commerciaux peu compatibles avec une implantation en centralité (surface importante, supérieure à 300 m², et commerces de biens lourds principalement associés à une accessibilité motorisée). Le DAC a également été modifié en ce sens, avec la suppression de certaines ZACO de périphérie et la réduction significative des disponibilités foncières dans les ZACO de périphérie, de manière à traduire dans les outils règlementaires cette priorité forte au développement du cœur d'agglomération.

3.2.2 Maîtriser l'évolution des pôles de périphérie

Les pôles de périphérie ont accueilli la majeure partie des développements commerciaux sur les cinq dernières années, renforçant ainsi leur poids par rapport aux centralités urbaines. La stratégie affirme la volonté de **contenir leur évolution, tout en permettant de répondre à des enjeux qualitatifs** sur les secteurs les plus touchés par ces problématiques (Le Coteaux, Mably, Perreux, Parigny) au regard du diagnostic.

La stratégie identifie des localisations de périphérie, qui constituent des localisations préférentielles pour le développement commercial mais font l'objet d'orientations visant à contenir leur évolution et assurer une prise en compte des enjeux qualitatifs dans le cadre des nouveaux développements :

- Le pôle majeur de Mably sur lequel il s'agit de privilégier une **logique de « confortement »** sur des besoins occasionnels et exceptionnels, c'est-à-dire la possibilité d'accueillir de nouveaux développements sur un périmètre globalement constant, dans la mesure où ces développements s'inscrivent dans un objectif d'amélioration de l'insersion paysagère des équipements, de la fonctionnalité des aménagements, et de densification des espaces marchands existants. Dans le cadre de la modification du DAC, la ZACO de Mably fait l'objet d'une nouvelle délimitation qui intègre essentiellement les espaces actuellement urbanisés, sur lesquels il existe des enjeux de requalification importants. Des dispositions spécifiques ont également été introduites de manière à garantir que les nouveaux développements s'inscriront dans cet objectif d'amélioration qualitative.
- Le pôle intermédiaire de Riorges sur lequel il s'agit de privilégier une **logique de « maintien »** des activités. Les enjeux qualitatifs sont moins forts sur ce pôle au regard du diagnostic. Une évolution maîtrisée de ce pôle sera privilégiée, en admettant l'extension des commerces existants de manière à rendre possible leur modernisation. Le DAC a été modifié en ce sens avec une nouvelle délimitation de la ZACO qui n'intégrera que les secteurs actuellement marchands (suppression des 10 ha de foncier libre). Le DOG intègre également, de nouvelles dispositions sur la vocation des localisations préférentielles qui traduisent cette logique de maintien (les nouvelles implantations ne sont pas privilégiées mais l'extension des commerces existants reste possible).

- Les pôles secondaires de Le Coteau, Perreux et Parigny, là aussi dans une **logique de « confortement »**, notamment sur des besoins occasionnels, à périmètre globalement constant. Des enjeux spécifiques au pôle périphérique du Coteau, caractérisé par un manque de lisibilité des espaces commerciaux au sein de la zone mixte sont également pris en compte dans la stratégie. Le regroupement des activités commerciales doit être privilégié dans des secteurs marchands bien identifiés, de manière à mettre en place des aménagements adaptés dans ces secteurs et limiter les conflits d'usage avec les autres activités économiques. Cela nécessite de mener une réflexion sur la relocalisation éventuelle d'activités « isolées » dans la zone. La délimitation de cette ZACO est ajustée dans le cadre de la modification, de manière à réduire là aussi le foncier nu disponible pour les nouvelles implantations commerciales. Sur les 7 ha de foncier disponible dans la ZACO du Coteau telle que délimitée dans le DAC approuvé en 2012, 2,5 ha ont été conservés pour la relocalisation d'activités existantes sur la zone (essentiellement dans cet objectif d'affirmation de secteurs marchands au sein de la zone économique et d'amélioration de la lisibilité). L'urbanisation de ce secteur est associée à des dispositions spécifiques qui garantissent un aménagement d'ensemble et de qualité à l'échelle du secteur. Les ZACO de Perreux et de Parigny n'évoluent pas dans le cadre de la modification.

La prise en compte de l'objectif de maîtrise de l'évolution des pôles périphériques, mais également d'un objectif de maîtrise de la consommation foncière engendrée notamment par la dilution des commerces sur les lieux de flux abouti à la suppression de certaines ZACO dans le cadre de la modification. Les ZACO de Roanne - Route de Charlieu et Villerest – La Mirandole ne constituent plus des localisations préférentielles pour le développement commercial. Elles ont en conséquence été supprimées.

Le DOG est également étoffé dans le cadre de la modification, pour intégrer les enjeux qualitatifs issus du diagnostic. Des dispositions favorisant la qualité des nouveaux développements commerciaux dans les localisations de périphérie ont été ajoutées.

Enfin, l'objectif d'évolution maîtrisée des pôles de périphérie est également pris en compte dans le cadre de la modification à travers un abaissement du seuil de 1 000 m² relatif aux équipements dont l'implantation est privilégiée en ZACO. Ce seuil est ramené à 300 m² de surface de vente dans le cadre de la modification. Cette évolution vise à apporter une réponse au constat du diagnostic selon lequel des développements de grandes surfaces ont été réalisés hors ZACO sur les 5 dernières années. Ces développements représentent une surface supérieure à celle créée dans les ZACO de centralité sur la même période, et concernent des équipements situés juste en dessous du seuil de 1 000 m².

3.2.3 Conforter les pôles de rang 3 dans leur fonction

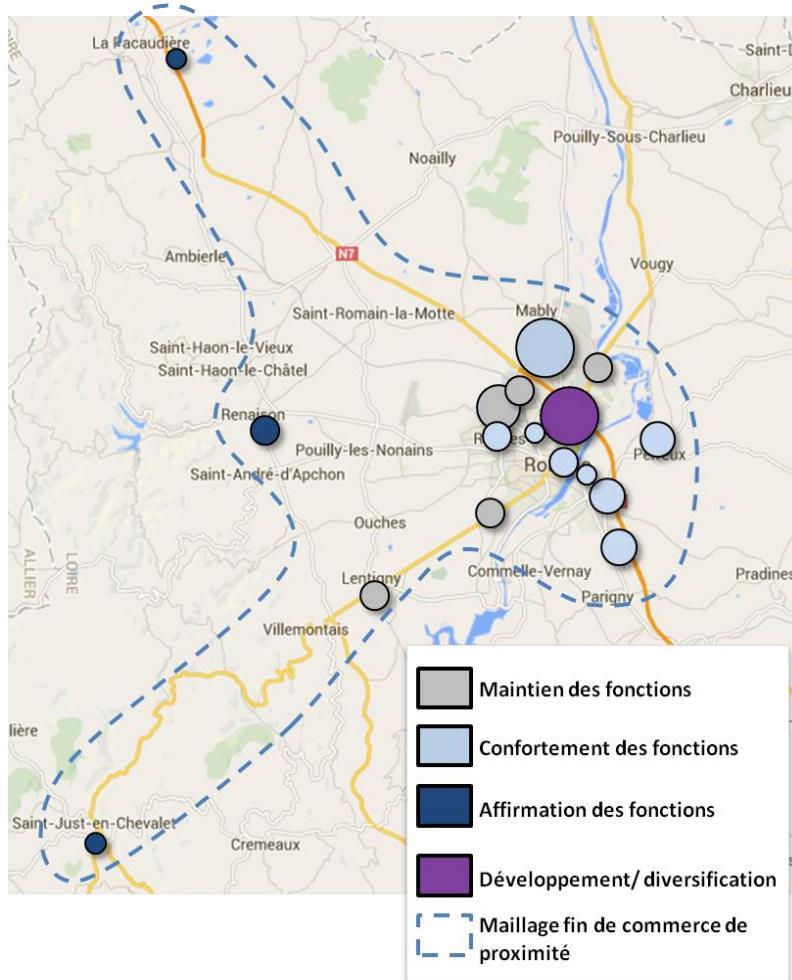
Les pôles de rang 3 permettent d'apporter une desserte sur des besoins réguliers et plus partiellement occasionnels à l'échelle d'un bassin de consommation de proximité. **La stratégie identifie comme une priorité l'« affirmation de la fonction » de ces pôles en rendant possible l'accueil d'un équipement commercial répondant à des besoins réguliers et occasionnels lourds qui reste « à l'échelle » de leur zone d'influence actuelle.** Le SCoT identifie en conséquence des localisations préférentielles pour l'accueil d'une offre commerciale répondant à des besoins hebdomadaires et occasionnels lourds de rayonnement limité sur ces communes. Il s'agit d'une part de conforter les centres-bourgs, et d'autre part de permettre l'accueil de commerces peu compatibles avec une implantation en cœur de bourg (notamment pour des raisons de disponibilité du foncier), dans d'autres secteurs de l'enveloppe urbaine. Les spécificités des pôles de Rang 3 « ruraux » au sens du SCoT ont également donné lieu à des dispositions spécifiques dans le DOG. En effet, ces secteurs relativement peu dynamiques d'un point de vue démographique connaissent des difficultés pour accueillir une offre sur de nouveaux segments.

3.2.4 Conforter le maillage sur des besoins les plus courants

Les élus ont identifié comme une priorité le **maintien et le confortement d'un maillage fin du commerce de proximité dans les quartiers et les bourgs**, de manière à assurer une desserte la plus fine possible sur des besoins de première nécessité, dans un contexte de vieillissement de la population. Le diagnostic a mis en évidence la finesse de ce maillage qui constitue un véritable atout. Il a aussi mis en exergue des signes de fragilisation.

Il s'agit de créer les conditions du maintien et du confortement d'une offre de proximité dans les bourgs sur l'ensemble du territoire, d'encourager la redynamisation des faubourgs de Roanne et du centre-ville du Coteau qui connaissent une déprise commerciale, et le confortement des supermarchés intégrés au tissu urbain qui maillent le territoire tout en restant sur une offre de rayonnement local.

Synthèse des évolutions de l'armature commerciale à privilégier



Développement / diversification des fonctions dans le centre-ville de Roanne :

Mise à disposition d'une offre foncière pour la création de nouvelles surfaces commerciales. Accueil de nouvelles implantations et extensions dans un volume important et sur des fonctions pouvant être inexistantes, entraînant une montée en puissance du pôle commercial



Confortement des fonctions :

Nouvelles implantations et extensions possibles des surfaces existantes sur le pôle pour répondre à un objectif d'amélioration qualitative sur un périmètre globalement équivalent à l'existant.



Affirmation des fonctions des polarités de rang 3 :

Accueil d'un équipement commercial qui reste « à l'échelle » de la zone d'influence actuelle du pôle, dans le centre-bourg et dans d'autres secteurs de l'enveloppe urbaine. Mise à disposition de foncier nouveau modérée.



Maintien des fonctions :

Extensions des commerces existants admise pour permettre leur modernisation. Pas de foncier nouveau mis à disposition.

3.2.5 Favoriser le maintien et le développement des commerces au cœur des lieux de vie

La présente stratégie définit des principes de complémentarités entre les centralités urbaines et les pôles de périphérie. De manière à privilégier le maintien d'une fonction commerciale attractive dans les centres-villes et centres-bourgs, les espaces périphériques sont davantage dédiés à l'accueil d'une offre commerciale peu compatible avec une implantation en tissu urbain.

Plus précisément, les vocations préférentielles des ZACO de centralité et de périphérie sont précisées dans le DOG de manière à répondre aux objectifs suivants :

- privilégier le développement du commerce de proximité (commerce < 300 m² de surface de vente), qui compose en grande majorité l'offre des centres-villes et centres-bourgs, dans les centralités urbaines.
- rendre possible l'implantation de tous types de commerces en centralité urbaine, dans le respect des objectifs précédents en termes d'armature commerciale,
- dans les ZACO de périphérie, privilégier l'accueil de commerces de biens lourds dont l'emprise foncière est importante.

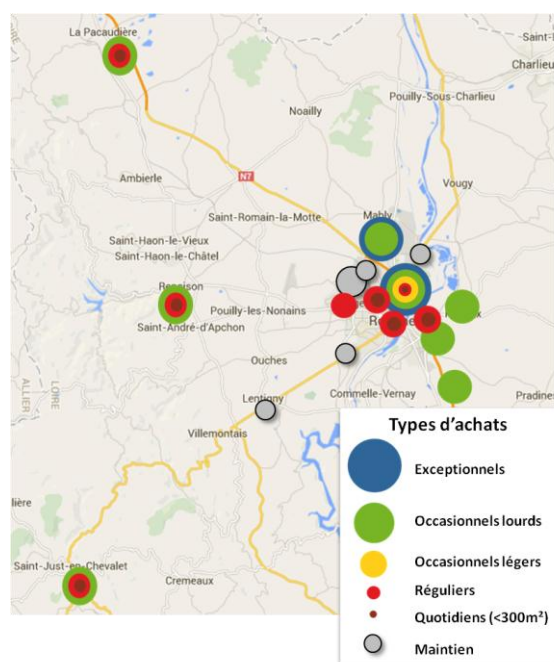
Les centralités sont identifiées dans le DOG modifié comme des localisations préférentielles pour le développement commercial, notamment le commerce répondant à des achats quotidiens et hebdomadaires. Le DOG encourage les documents d'urbanisme locaux à définir leur(s) centralité(s) marchande(s), qu'elles soient ou non identifiées dans le SCoT, et à limiter le développement des commerces en dehors.

Tout comme dans le DAC approuvé en 2012, les principales centralités font l'objet d'une délimitation dans le DAC modifié. Il est à noter que la ZACO de centralité du Coteau a été modifiée pour intégrer la moyenne surface alimentaire actuellement présente dans cette localisation. Cette modification prend en compte un projet de halle commerciale porté par la commune dans le bâtiment accueillant la moyenne surface (qui projette de se délocaliser).

Enfin, de manière à limiter les phénomènes d'étalement urbain et à favoriser la polarisation de l'offre commerciale dans les localisations préférentielles définies par le SCoT (correspondant notamment aux ZACO de centralité), les implantations commerciales dans des emplacements liés uniquement à des logiques de captage des flux (axes de transit) sont à éviter et sont encadrées par le DOG modifié, notamment sur la RD53, la RD207, la RD504, la RD43, la RN7, la RD 43, la RD8, la RD9, la RD300 et la RD 3031.

La représentation ci-après synthétise les objectifs en matière de vocation préférentielle des pôles commerciaux au regard des cinq objectifs stratégiques précités.

Vocation préférentielle des pôles commerciaux



4. DELIMITATION DES ZONES D'AMENAGEMENT COMMERCIAL (ZACO)

Les zones d'aménagement commercial (ZACO) délimitées dans cette partie correspondent aux principales localisations préférentielles identifiées dans le DOG du SCoT Roannais.

La délimitation précise des ZACO repose sur la stratégie d'aménagement commerciale exposée dans la partie 3 du présent document, et sur la prise en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement et de qualité de l'urbanisme conformément à l'article L. 752-1 du code de commerce. Les objectifs associés à la délimitation des ZACO visent notamment à :

- Développer et diversifier l'offre commerciale du cœur d'agglomération, créer les conditions d'accueil de nouvelles surfaces commerciales dans le centre-ville de Roanne,
- Maîtriser le développement des pôles périphériques et renforcer le poids des centralités urbaines,
- Optimiser l'occupation de l'espace dans les pôles de périphérie et privilégier la densification à la mise à disposition de foncier non bâti,
- Limiter l'étalement urbain et le « grignotage » des espaces naturels et agricoles, en favorisant la densification des pôles plutôt que l'extension des espaces dédiés au commerce et la création de nouveaux pôles,
- Prévoir des enveloppes foncières limitant les risques de développements générant des flux routiers qui ne pourront être absorbés par le réseau routier, et le risque d'apparition de friches commerciales.

Chacune des principales localisations préférentielles telles que définies dans le DOG fait l'objet d'une fiche ZACO comprenant un document graphique portant délimitation de la (ou des) ZACO. Dans chaque fiche ZACO, sont également précisés :

- des éléments descriptifs sur les principaux enjeux et caractéristiques de ces localisations
- un rappel des principales dispositions du DOG s'appliquant à la localisation,
- l'objectif d'évolution générale à recherche sur la localisation,
- des dispositions particulières le cas échéant, qui complètent les orientations générales du DOG,
- des recommandations le cas échéant. Ces recommandations sont dépourvues de toute portée juridique contraignante.

Les documents d'urbanisme locaux visés au point 3.3 du DOG du présent SCOT doivent être compatibles ou rendus compatibles avec le présent DAC notamment avec la délimitation des ZACO et les objectifs qui y sont associés. Cette compatibilité ou mise en compatibilité doit si nécessaire, et notamment se traduire par une retranscription ou une précision de ces ZACO dans ces documents d'urbanisme (zonage, règlement de zonage notamment).


Par ailleurs, les autorisations d'exploitation commerciale telles que prévues à l'article L. 752-1 du code de commerce, doivent être compatibles avec le présent DAC notamment ses objectifs et ses documents graphiques.

Les autorités administratives chargées d'appliquer ces dispositions disposent d'une marge d'appréciation qui s'exerce dans le cadre du rapport de compatibilité associé au DAC.

4.1 Fiche ZACO du centre-ville de Roanne

Délimitation de la ZACO du centre-ville de Roanne



 ZACO de centralité

Niveau hiérarchique : Pôle majeur

Vocation préférentielle : tous types d'achats et de formats

Caractéristiques :

Centralité urbaine

Desserte en transport en commun : Oui – Nombre de lignes et fréquences élevés

Aménagements urbains qualitatifs et fonctionnels sur la majeure partie du périmètre

Projet « Ilot Foch-Sully » porté par la ville, incluant la création de surfaces commerciales en renouvellement urbain dans le centre-ville

Objectif : Renforcer le centre-ville en accueillant de nouvelles surfaces commerciales : création d'une offre foncière et immobilière en renouvellement urbain et dans le cadre de projets urbains mixtes.


Recommandation :

Délimiter plus précisément dans le document d'urbanisme local des « polarités marchandes » au sein de la ZACO et des « alignements marchands » de manière à favoriser la concentration et la continuité des activités et limiter les phénomènes de vacance commerciale (reconversion de certains axes à envisager).

4.2 Fiche ZACO des faubourgs de Roanne


Délimitation de la ZACO du Faubourg Mulsant



 ZACO de centralité

Délimitation de la ZACO du Faubourg Clermont



 ZACO de centralité

Niveau hiérarchique : Pôles relais et de proximité

Vocation préférentielle : Achats quotidiens et hebdomadaires, surface de vente maximale par commerce : 2 000 m²

Caractéristiques :

Centralité urbaine

Desserte en transport en commun : Oui

Objectif : Maintenir une offre commerciale répondant à des besoins quotidiens et hebdomadaires. Recentrer l'offre commerciale sur un périmètre resserré et continu. Améliorer la fonctionnalité des aménagements urbains et la qualité des devantures.

Recommandation :


Délimiter précisément dans le document d'urbanisme local le périmètre commercial des faubourgs en privilégiant un resserrement des alignements marchands sur de courtes séquences et privilégier la reconversion des secteurs les plus touchés par la vacance. Recommandation pouvant être appliquée à l'ensemble des faubourgs de la ville

4.3 Fiche ZACO du centre ville de Le Coteau

DAC approuvé en 2012

Délimitation de la ZACO du centre-ville de Le Coteau



 ZACO de centralité

Niveau hiérarchique : Pôle relais et de proximité

Vocation préférentielle : Achats quotidiens et hebdomadaires, surface de vente maximale par commerce : 2 000 m²

Caractéristiques :

Centralité urbaine
Desserte TC : Oui

Objectif : Maintenir une offre commerciale répondant à des besoins quotidiens et hebdomadaires. Recentrer l'offre commerciale sur un périmètre resserré et continu. Mettre en place des opérations de renouvellement urbain, notamment sur la partie Nord pour marquer l'entrée du centre-ville et l'ouvrir sur le fleuve. Améliorer la qualité et la fonctionnalité des aménagements urbains.

Recommandation :

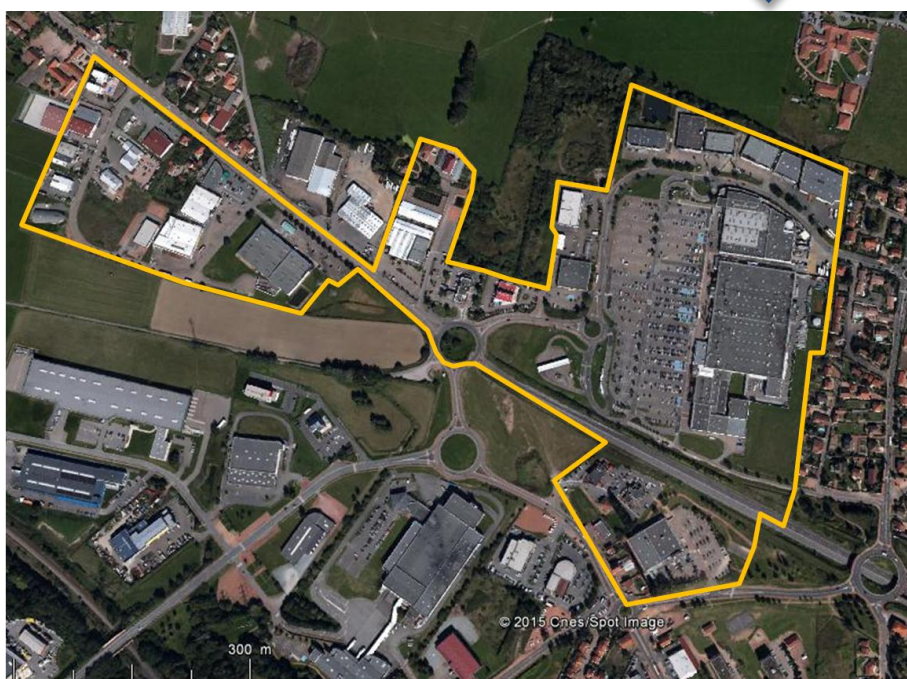
Délimiter précisément dans le PLU le périmètre commercial du centre-ville marchand en privilégiant un resserrement des alignements marchands sur de courtes séquences et privilégier la reconversion des secteurs les plus touchés par la vacance.


4.4 Fiche ZACO de Mably – zone commerciale

DAC approuvé en 2012



Délimitation de la ZACO de périphérie de Mably



 ZACO de périphérie

Niveau hiérarchique : Pôle majeur

Vocation préférentielle : Achats occasionnels lourds et exceptionnels, formats > 300 m² de surface de vente

Caractéristique :

Zone périphérique
Desserte TC : Oui
Enjeux d'amélioration qualitative et de l'accessibilité

Objectif : Permettre une évolution mesurée des surfaces commerciales uniquement dans un objectif d'amélioration qualitative du pôle commercial.

Dispositions spécifiques à la ZACO de périphérie de Mably :

Dans le cadre d'une logique d'aménagement d'ensemble sur le périmètre de la ZACO, les nouvelles implantations et extensions de commerces existants s'inscrivent dans un objectif d'amélioration qualitative du pôle induisant :

- La recherche d'une plus forte densité d'aménagement à l'échelle de la ZACO notamment par la densification sur les espaces de stationnement et l'intégration de tout ou partie du stationnement en sous-sol, rez-de chaussée, toit-terrasse ou infrastructure,
- Une amélioration de l'insertion visuelle de la ZACO à travers la qualité architecturale, la végétalisation des espaces extérieurs, la recherche de transitions / franges paysagères avec les espaces à vocation agricole et résidentielle limitrophes,
- L'amélioration des conditions d'accessibilité routière au pôle, les nouveaux développements ne doivent pas aggraver la situation en termes de congestion,
- La sécurisation des déplacements doux au sein de la ZACO, depuis les zones d'habitat limitrophes et les arrêts de transport en commun.


4.5 Fiche ZACO de Riorges – zone commerciale

DAC approuvé en 2012



Délimitation de la ZACO de périphérie de Riorges



 ZACO de périphérie

Niveau hiérarchique : Pôle intermédiaire

Vocation préférentielle : Formats > 300 m² de surface de vente, extension possible des surfaces existantes, achats hebdomadaires < 2000 m² de surface de vente

Caractéristiques :

Zone périphérique

Desserte TC : Oui

Objectif : Maintenir l'emprise et la vocation actuelle du pôle. Permettre la modernisation des commerces existants à travers leur extension.

4.6 Fiche ZACO de Le Coteau – zone commerciale

Délimitation de la ZACO de périphérie de Le Coteau

DAC approuvé en 2012



Niveau hiérarchique : Pôle secondaire

Vocation préférentielle : Achats occasionnels lourds (jusqu'à 3 500 m² de surface de vente) commerces > 300 m²

Caractéristiques :

Zone périphérique

Desserte TC : Oui

Objectif : Améliorer la lisibilité des espaces marchands, la qualité architecturale et paysagère au sein de la ZACO, l'attractivité des secteurs marchands. Favoriser le regroupement des commerces sur des secteurs identifiés.

Dispositions spécifiques :

- Le secteur présentant du foncier nu (au Sud de la ZACO) est dédié préférentiellement à la relocalisation d'activités existantes.
- Les nouvelles implantations dans ce secteur s'inscrivent dans un projet d'aménagement d'ensemble à l'échelle du secteur qui définira notamment :
 - l'organisation d'accès routiers aux commerces mutualisés (limiter les accès directs depuis la RD),
 - les logiques d'implantation des bâtiments et des espaces de stationnement, de manière à mutualiser les espaces de stationnement entre plusieurs commerces et structurer un front bâti,
 - Assurer l'insertion visuelle des commerces et la qualité de cette entrée d'agglomération (végétalisation, homogénéité des formes et gabarits, exigences en termes de qualité architecturale...).

Ce projet d'aménagement d'ensemble peut, par exemple, faire l'objet d'une Orientation d'Aménagement et de Programmation (OAP) dans le document d'urbanisme local.

Recommandations :


Réaliser une charte d'aménagement qui déterminera notamment :

- Des critères de cohérence architecturale, de formes, couleurs et gabarits,
- Des critères de végétalisation, de traitement des limites et des espaces extérieurs,
- Les modalités de sécurisation des cheminements doux au sein de la ZACO,
- Le traitement approprié des voies de circulation.

4.7 Fiche ZACO de Perreux – Zone commerciale

Délimitation de la ZACO de périphérie de Perreux



 ZACO de périphérie

Niveau hiérarchique : Pôle secondaire

Vocation préférentielle : Achats occasionnels lourds (jusqu'à 3 500 m² de surface de vente) commerces > 300 m²

Caractéristiques :

Zone périphérique

Desserte TC : Oui

Objectif : Permettre une évolution mesurée des surfaces commerciales au service de l'amélioration qualitative des espaces marchands (qualité du bâti, des espaces extérieurs, du traitement des voies...).

Disposition spécifique:

Le document d'urbanisme local doit être compatible ou rendu compatible avec l'objectif d'amélioration de l'insertion visuelle du pôle qui peut notamment se traduire par le traitement des espaces extérieurs, des formes et des gabarits, l'intégration des enseignes en façade, le traitement des limites...).

Recommandation :


Réaliser une charte d'aménagement qui déterminera notamment :

- des critères de cohérence architecturale, des formes, couleurs et gabarits,
- des critères de végétalisation, de traitement des limites et des espaces extérieurs,
- les modalités de sécurisation des cheminements doux au sein de la ZACO,
- le traitement approprié des voies de circulation.

4.8 Fiche ZACO de Parigny – Zone commerciale

Délimitation de la ZACO de périphérie de Parigny



 ZACO de périphérie

Niveau hiérarchique : Pôle secondaire

Vocation préférentielle : Achats occasionnels lourds (jusqu'à 3 500 m² de surface de vente) commerces > 300 m²

Caractéristiques :

Zone périphérique

Desserte TC : Oui

Objectif : Permettre une évolution mesurée des surfaces commerciales au service de l'amélioration qualitative des espaces marchands (qualité du bâti, des espaces extérieurs, du traitement des voies...).

Disposition spécifique:

Le document d'urbanisme local doit être compatible ou rendu compatible avec l'objectif d'amélioration de l'insertion visuelle du pôle qui peut notamment se traduire par le traitement des espaces extérieurs, des formes et des gabarits, l'intégration des enseignes en façade, le traitement des limites...).

Recommandation :

Réaliser une charte d'aménagement qui déterminera notamment :

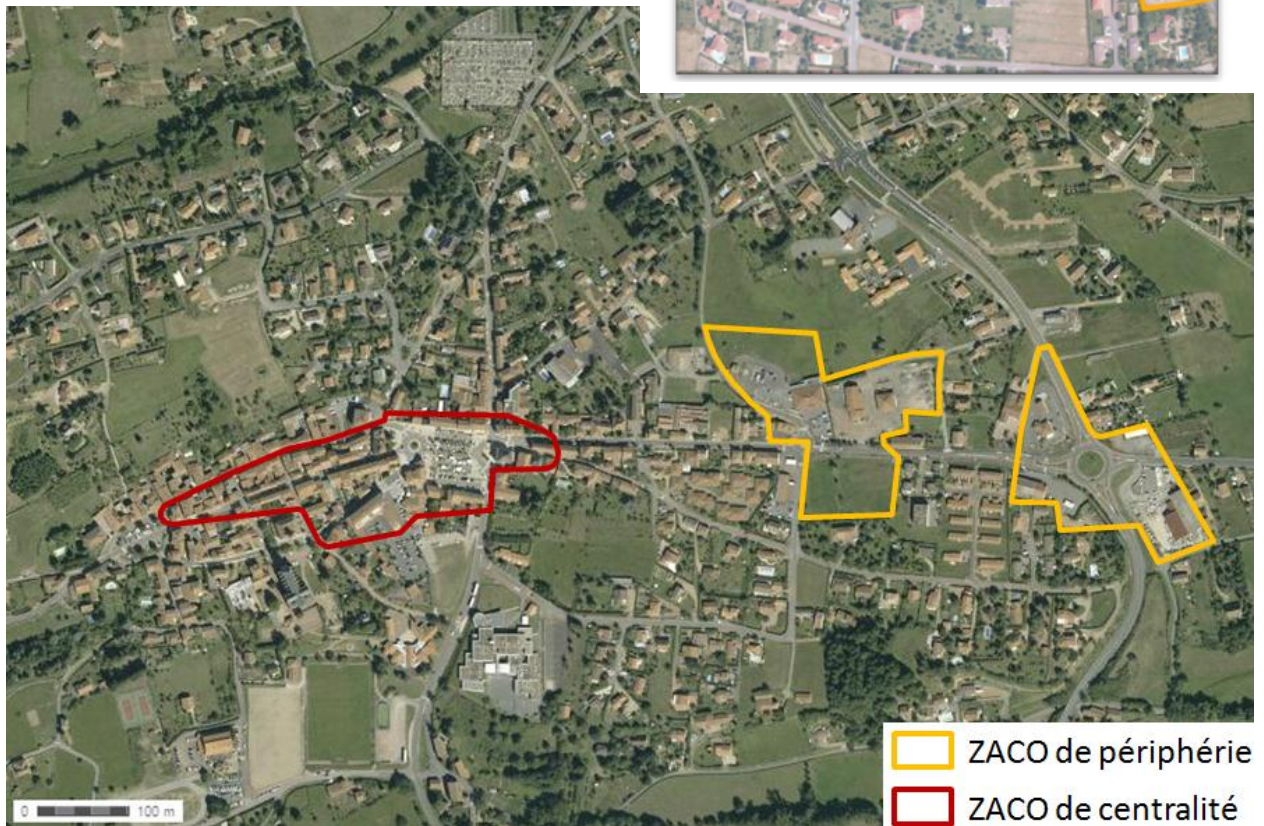
- des critères de cohérence architecturale, des formes, couleurs et gabarits,
- des critères de végétalisation, de traitement des limites et des espaces extérieurs,
- les modalités de sécurisation des cheminements doux au sein de la ZACO,
- le traitement approprié des voies de circulation.

4.9 Fiche ZACO des pôles de rang 3 : Renaison, La Pacaudière, Saint-Just-en-Chevalet

DAC approuvé en 2012



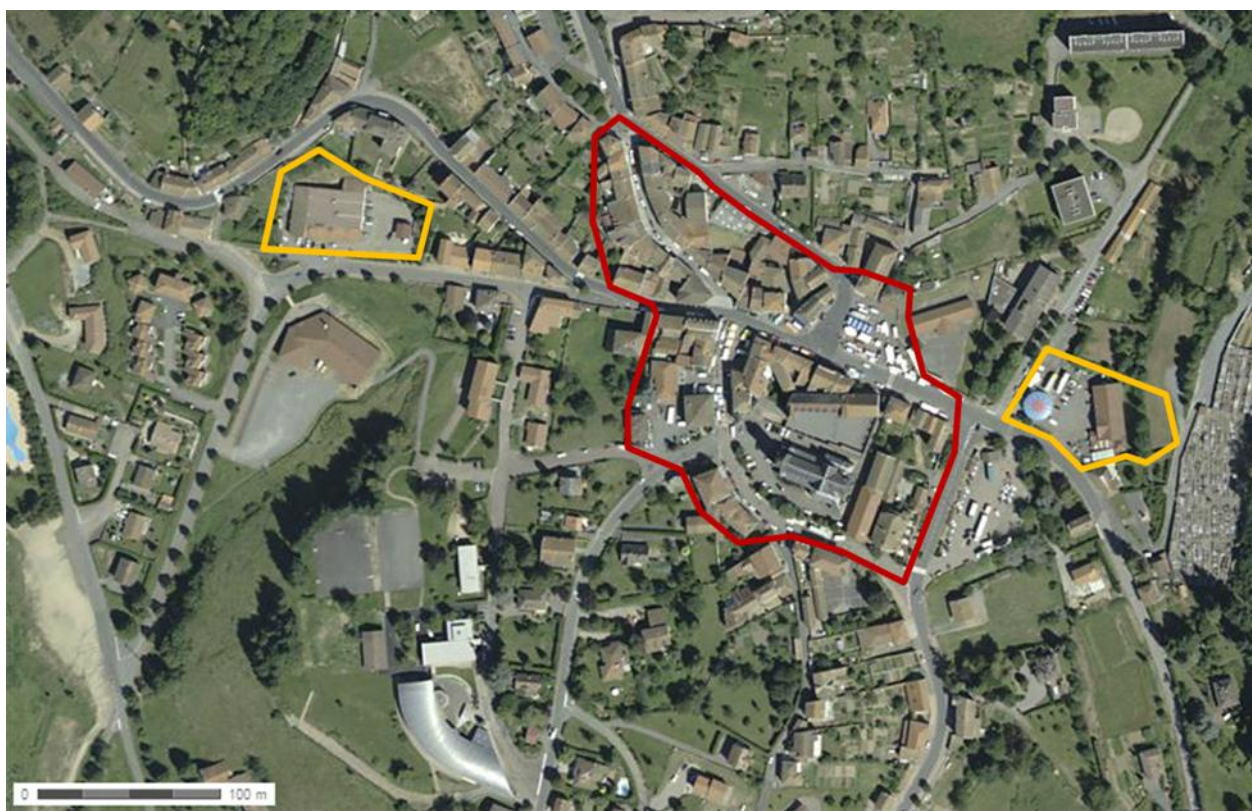
Délimitation des ZACO de Renaison



Délimitation des ZACO de La Pacaudière



Délimitation des ZACO de St Just en Chevalet



Niveau hiérarchique : Pôles relais et de proximité

Vocation préférentielle : Achats hebdomadaires (jusqu'à 2 000 m² de surface de vente) et occasionnels lourds (jusqu'à 1 500 m² de surface de vente), commerces > 300 m² en ZACO de périphérie

Objectif : Conforter le commerce de centre-bourg et les grandes surfaces de périphérie en restant dans un développement « à l'échelle » de la polarité de Rang 3.

BILAN DU FONCIER EN ZACO DE PERIPHERIE – DAC MODIFIE

	DAC actuel		Modification	
	Surface totale ZACO de périphérie	Foncier disponible en ZACO DAC 2010	Surface totale ZACO de périphérie	Foncier disponible en ZACO après modification
La Pacaudière	2,8 ha	1,3 ha	2,8 ha	1,3 ha
Le Coteau	36,6 ha	7 ha	12 ha	2,5 ha
Mably	38 ha	6,7 ha	32,3 ha	1 ha
Parigny	9,8 ha	2,2 ha	9,8 ha	2,2 ha
Perreux	11,9 ha	0,6 ha	12 ha	0,6 ha
Renaison	6,9 ha	2,2 ha	5,3 ha	0,4 ha
Riorges	18,5 ha	10 ha	8,5 ha	-
Roanne	13,8 ha	-	-	-
Saint Just en Chevalet	0,7 ha	-	0,7 ha	-
Villerest	6,6 ha	3,4 ha	-	-
Total	145,6 ha	33,4 ha	83,4 ha	8,2 ha

Le DAC modifié conduit à supprimer 25 ha de foncier mobilisé dans les ZACO de périphérie.

HORIZON 2030 SCOT Roannais



**PAILLAT
& CONTI
BORY** AVOCATS



AID
OBSERVATOIRE

AID OBSERVATOIRE

3, avenue Condorcet
69100 Villeurbanne
Tél. : 04.78.93.12.81
Fax : 04.72.69.51.77
<http://www.aidobservatoire.fr>



SYEPAR
SCOT Roannais
Schéma de Cohérence Territoriale

SYEPAR

63 Rue Jean Jaurès
42300 Roanne
Tél : 04.77.44.83.37
www.scotroannais.fr