L'Agglo dresse son schéma d'aménagement commercial

Publié le 21 décembre 2023

#Économie

#Urbanisme

Mise à jour le 06 février 2024

Le commerce connaît sa plus profonde mutation depuis 30 ans. Un nouveau modèle commercial émerge et l'Agglomération souhaite accompagner ce changement. C'est pourquoi elle a élaboré un schéma d'aménagement commercial qui définit 9 principes-clés.

Les élus des 32 communes de l'Agglomération ont décidé de dresser un schéma d'aménagement commercial afin de partager des règles de développement .

La stratégie d'aménagement commercial distingue plusieurs espaces :

- La centralité majeure : le centre-ville de Saint-Brieuc.
- Les centralités relais : centres-villes structurants, péri-urbains et balnéaires.
- Les centralités de proximité : les centres-bourgs et les pôles de quartier.
- Les espaces périphériques majeurs : L'Escale (Langueux-Trégueux), Brézillet Est (Trégueux), Le Chêne vert/Le Plateau (Plérin).
- Les espaces périphériques secondaires connectés : La Carpont (Ploufragan), Les Prés Calans (Binic-Étables-sur-Mer), Les Islandais (Binic-Étables-sur-Mer), Kéribet (Pordic), Espace du Lié (Plœuc-L'Hermitage), Le Volozen (Quintin-Le Fœil), Brézillet Ouest (Trégueux), La Villeneuve (Saint-Brandan), Espace Super U (Yffiniac), Les Plaines Villes (Ploufragan).
- Les espaces périphériques non connectés et les espaces de flux : La Ville Auvray (Pordic), Kertugal (Saint-Quay-Portrieux), rue de Brest (Yffiniac-Hillion), L'Arrivée/Eleusis (Plérin), Saint-René (Yffiniac-Hillion), Malakoff (Plaintel).

Les 9 principes-clés de la stratégie :

1. Les commerces de moins de 400m^2 de surface de plancher doivent s'implanter en centralité.
2. Les implantations de commerces hors zones commerciales et hors centralités sont interdites.
3. La croissance des surfaces commerciales de grandes et moyennes surfaces (+de 400 m^2) ne peuvent s'opérer que sur les espaces de périphérie connectés.
4. Les croissances de surfaces commerciales sur les espaces de périphérie majeurs et secondaires connectés sont limitées à +10% à 10 ans.
5. Les croissances de surfaces commerciales ne pourront pas porter sur les supermarchés et hypermarchés à dominante alimentaire.
6. La diversification non commerciale des espaces commerciaux est encouragée à l'heure du Zéro artificialisation nette.
7. La réflexion globale d'aménagement des zones commerciales avec obligation d'orientations d'aménagement et de programmation dans le PLUi (Plan Local d'Urbanisme Intercommunal).
8. La réduction progressive de la fonction commerciale des espaces déconnectés et des espaces de flux.
9. La non-création de nouvel espace commercial de périphérie.

Agrandir l'image (fenêtre modale)