

Schéma de Développement Commercial d'Indre-et-Loire

Adopté par l'Observatoire Départemental
d'Équipement Commercial d'Indre-et-Loire
le 1^{er} avril 2005

Préconisations d'urbanisme commercial

Avec le concours de
la Chambre de Commerce et d'Industrie de Touraine



Et l'appui technique :
de l'Institut BVA
et de l'Observatoire Economique de Touraine

Sommaire

Avant-propos	p. 4
Méthodologie	p. 5
Cadre législatif et réglementaire	p. 6
Composition de l'ODEC	p. 7

LE COMMERCE

1. Contexte et orientations	p. 8
1.1 L'évolution démographique	p. 8
1.2 Les comportements des consommateurs	p. 9
1.3 L'évolution des infrastructures	p. 10
1.4 L'organisation territoriale	p. 11
1.4.1 Sur le SCOT de Tours : Un CA de près de 2 milliards d'Euros	p. 11
1.4.2 La répartition du CA des 6 pôles tourangeaux principaux	p. 11
1.4.3 Les autres territoires : Une répartition spatiale des polarités	p. 12
1.5 Les potentiels de développement	p. 13
1.5.1 Les potentiels de développement	p. 13
1.5.2 L'évolution des parts de marché	p. 13
1.5.3 Le potentiel	p. 13
2. Les préconisations	p. 14
2.1 Les principes généraux	p. 14
2.2 Les stratégies locales	p. 17
2.2.1 Le SCOT de l'agglomération tourangelle	p. 17
2.2.2 Le SCOT Amboise Bléré Château Renault	p. 18
2.2.3 Le Pays de la Touraine Côté Sud	p. 18
2.2.4 Le Pays Loire Nature	p. 18
2.2.5 Le Pays du Chinonais	p. 19

L'HOTELLERIE

1. Etat des lieux	p. 20
1.1 SCOT de l'agglomération tourangelle	p. 20
1.2 SCOT Amboise Bléré Château Renault	p. 21
1.3 Pays de la Touraine Côté Sud	p. 21
1.4 Pays Loire Nature	p. 21
1.5 Pays du Chinonais	p. 22
2. Préconisations	p. 22
2.1 SCOT de l'agglomération tourangelle	p. 22
2.2 SCOT Amboise Bléré Château Renault	p. 23
2.3 Pays Touraine Côté Sud	p. 23
2.4 Pays Loire Nature	p. 23
2.5 Pays du Chinonais	p. 23

LES CINEMAS

1. Rappel Etat des lieux	p. 24
1.1 Le parc des salles de cinéma en Indre et Loire	p. 24
1.2 L'offre par territoire	p. 24
1.3 La fréquentation	p. 25
2. Observations sur les évolutions possibles en Indre-et-Loire	p. 26
Conclusion	p. 27

Sont jointes à ce dossier les études préparatoires aux préconisations d'urbanisme commercial :

- Etude préparatoire n 1 : Diagnostic socio-économique,
- Etude préparatoire n°2 : Diagnostic environnement commercial,
- Etude préparatoire n°3 : Transports et commerce.

Avant-propos

Le commerce; activité utilitaire, lieu d'échanges, créateur d'emplois et de richesse, contribue également au maintien du lien social, participe à la convivialité et anime le cadre de vie tant en milieu urbain que dans les communes rurales.

Pour toutes ces raisons, la recherche d'une meilleure organisation de son développement sur le territoire représente un choix de société.

L'organisation commerciale constitue en outre une donnée majeure en matière d'urbanisme et les mutations de l'appareil commercial contribuent à transformer la physionomie du territoire.

L'arrivée en force de la grande distribution à la périphérie des villes a, au cours des quarante dernières années, bouleversé les équilibres urbains et affaibli le rôle économique et sociétal du commerce de proximité.

L'enjeu est donc de répondre aux attentes diversifiées des consommateurs – qui sont situés au cœur du dispositif – en promouvant de façon équilibrée les différentes formes de commerce (commerces de proximité et grande distribution, commerces de centre ville et de périphérie...).

Les schémas de développement commercial (S.D.C.) qui ont pour objet, non seulement de recenser les équipements commerciaux existants, mais de définir les orientations en matière de développement commercial, s'inscrivent dans ce cadre.

Prévus par la loi du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat, ces documents ont obtenu une assise juridique le 20 novembre 2002 grâce à la publication du décret précisant les modalités pratiques de leur élaboration.

En ce qui concerne l'Indre-et-Loire, le S.D.C. aura pour objet la recherche d'un développement équilibré pour une activité traditionnelle et importante qui concerne dans le département, selon les données SIRENE INSEE recalculées par l'Observatoire Economique de Touraine codes APE 151 F (charcuteries) et 158 C (boulangeries et boulageries-pâtisseries) et D (Pâtisseries) y compris, plus de 6 400 établissements et près de 29 000 salariés en 2004.

Cadre législatif et réglementaire

Expression de la volonté du législateur, le schéma de développement commercial s'inscrit dans un contexte juridique caractérisé par la diversité de ses origines.

Les lois des 2 et 17 mars 1791 (Lois Le Chapelier) ont consacré en France **le principe de la liberté du commerce et de l'industrie** ; les entreprises étant libres de rivaliser entre elles afin de conquérir les marchés et de retenir la clientèle induite.

Ce principe a été repris par **l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix.**

La loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat vise à mieux maîtriser l'expansion de la grande distribution tout en recherchant un meilleur équilibre entre toutes les formes de commerce en vue d'une meilleure satisfaction des besoins des consommateurs.

Dans cette optique, **elle a créé la commission départementale d'équipement commercial** (disposition reprise dans le cadre de l'article L720-3 du code du commerce) qui statue sur les demandes d'ouverture de grandes surfaces dans le respect de l'aménagement du territoire, de la protection de l'environnement et de la qualité de l'urbanisme.

Par ailleurs, **la loi du 5 juillet 1996** relative au développement et à la promotion du **commerce et de l'artisanat** a apporté, par **l'instauration des schémas de développement commercial (S.D.C.)**, un complément important à la loi de 1973 en affirmant la nécessité d'une gestion prévisionnelle et concertée de l'équipement commercial.

La loi du 5 juillet 1996 ne donne aucun caractère normatif aux indications contenues dans les S.D.C. ; ces dernières ont pour objet **d'apporter un éclairage utile aux membres des C.D.E.C. pour l'élaboration de leurs décisions.** Elle stipule **l'obligation qui est faite aux C.D.E.C. de faire référence aux travaux de l'observatoire départemental d'équipement commercial**, et notamment au schéma de développement commercial.

La loi n°2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains (loi "S.R.U.") a ajouté trois critères à l'examen des projets d'équipement commercial : l'impact sur les flux de voitures particulières et de livraison, la qualité de la desserte en transports publics, les capacités d'accueil pour le chargement et le déchargement des véhicules.

Le décret n° 2002-1369 du 20 novembre 2002 relatif aux schémas de développement commercial en définit le contenu, la procédure d'élaboration, de révision et de publicité. De plus, il consacre **l'obligation de compatibilité entre les S.D.C. et les schémas de cohérence territoriale définis par la loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 précitée.**

Methodologie

L'élaboration d'un schéma de développement commercial n'a pas été une tâche aisée. Pour ce faire, les 27 membres de l'O.D.E.C. répartis en 5 collèges (élus locaux, représentants des activités commerciales et artisanales, représentants des chambre de commerce et d'industrie et chambre de métiers et de l'artisanat, personnalités qualifiées dont représentants des consommateurs, représentants des administrations) ont dû prendre en compte un certain nombre d'intérêts multiples et souvent divergents ; le droit du sol, l'urbanisme, l'aménagement du territoire, l'initiative privée et la liberté du commerce.

La méthode utilisée au cours de ces deux dernières années a permis, à partir d'enquêtes et d'analyses, d'alimenter et d'enrichir les débats contradictoires.

Pour diligenter ces travaux, l'O.D.E.C. s'est réuni en formation plénière les 8 avril 2003, 14 septembre 2004, 26 novembre 2004, 19 janvier et 18 mars 2005 (lors de ces deux dernières réunions, les présidents de Pays et de S.C.O.T. ont été invités à se joindre aux membres de l'O.D.E.C.).

Les membres du comité de pilotage, au nombre de 18, désignés par l'O.D.E.C le 8 avril 2003, se sont rencontrés les 17 juin, 22 septembre, 15 décembre 2003 ainsi que les 15 mars, 19 avril, 15 juin, 21 octobre et 7 décembre 2004.

Différents travaux ont alimenté la réflexion des responsables politiques et socio-économiques pendant cette période ; qu'il s'agisse des études réalisées par l'observatoire économique de Touraine sur l'existant (observatoire de l'offre commerciale) et sur les perspectives du territoire départemental, de l'enquête "tables – rondes" diligentée auprès des consommateurs par un cabinet extérieur et enfin des résultats de l'étude de l'observatoire régional de la demande portant sur les besoins exprimés par les consommateurs.

Bien que l'arrêté ministériel du 4 mai 2001 n'ait pas prévu leur représentation au sein de l'O.D.E.C., il est rapidement apparu indispensable d'associer à la démarche d'élaboration du schéma de développement commercial les représentants des collectivités territoriales les plus concernées par la thématique "aménagement du territoire".

C'est ainsi que des réunions furent organisées à l'initiative de l'O.D.E.C. dans chacun des territoires de Pays afin de sensibiliser les acteurs locaux et de recueillir des informations sur les projets éventuels et que, au moment de débattre de la partie "préconisations", les présidents des Pays et territoires de S.C.O.T. furent conviés à une réunion spécifique le 14 décembre 2004 puis associés aux réunions plénières des 19 janvier et 18 mars 2005.

Composition de l'ODEC

Collège d'élus locaux :

Titulaire	Suppléant(e)
Mr Jean GERMAIN	Mme Joëlle MONSIGNY
Mr Yves DAUGE	Mr Jean-Pierre DUVERGNE
Mr Pierre RENARD	Mr Willy ADAM
Mr Pierre ULLIAC	Mme Véronique LEMEUNIER
Mr Pierre LOUAULT	Mr Michel LEZEAU
Mr Joseph MASBERNAT	Mr Yves MAVEYRAUD

Collège des représentants des activités commerciales et artisanales :

Titulaire	Suppléant(e)
Mr Jean-Claude PREVOST	Mr Bernard MOUET
Mr Philippe-Edouard DELANNOY	Mr Joël MARCHESSEAU
Mr Michel SALAÜN	Mr Benoit BONTE
Mr Jean-Marie CHASTELLIER	Mr Didier BEAUFRERE
Mr Gérard BARS	Mr Pascal BRAULT
Mr Alain LEVESQUE	Mr Jean-Michel FOREST

Collège des représentants des chambres de commerce et d'industrie de Touraine et chambre de métiers d'Indre-et-Loire :

Titulaire	Suppléant(e)
Mme Josée LE BIHAN-KATS	Mr Pascal BRIN
M. Eric PASQUIER	Mr Pierre GUERTIN
Mme Brigitte MAULEON	Mr Arie VAN DELFT
Mr Philippe BRANDELON	Mr Serge DELERABLE
Mr Jean-Claude RAOUL	Mr Jacky POTARD

Collège des personnalités qualifiées :

Titulaire	Suppléant(e)
Mme Marcelle TABUTAUD	Mr Yves SALICHON
Mr Gérard LATAPIE	Mme Jacqueline MATTERA
Mr Jean-Jacques UZOLS	Mme Anna CADOT
Mr Christophe DEMAZIERE	Mr Eric THOMAS
Mr Giuseppe BONACORSI	Mme Béatrice GENTY

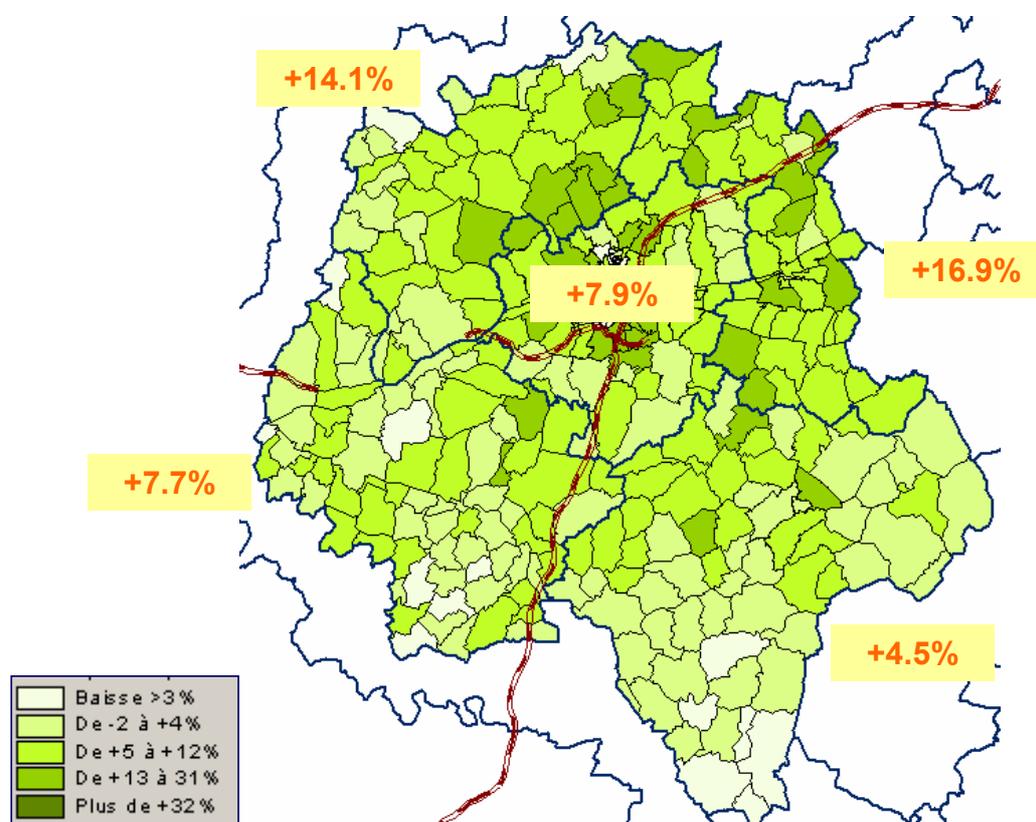
Le commerce

1. Contexte et orientations :

1.1 L'évolution démographique :

Le nombre de ménages augmente de 8,8% entre 1999 et 2010, soit une croissance de 4,7% entre 2004 et 2010.

Evolution du nombre de ménages par zone IRIS et par Pays



Projections BVA sur la base des données par pays Sources INSEE

1.2. Les comportements des consommateurs :

→ Les dépenses par ménage en produits commercialisables s'accroissent en volume de 2,7% par an, notamment en culture et loisirs.

→ Une utilisation toujours croissante des grandes et moyennes surfaces.

1.2.1. En alimentaire :

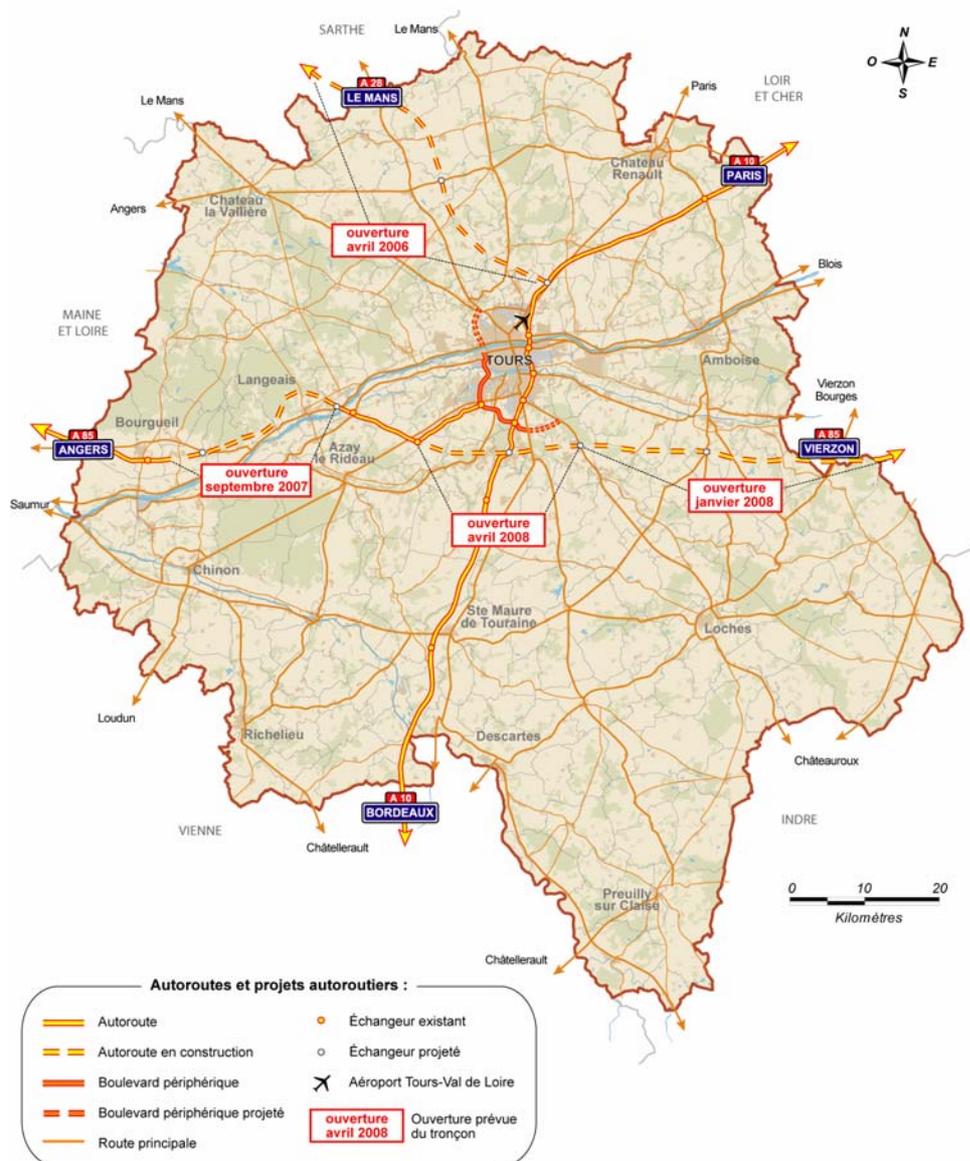
80% des achats sont faits en hyper ou supermarchés. Bien qu'approchant le niveau de saturation, ce taux continue d'évoluer du fait :

- Du développement des produits issus de l'industrie agro-alimentaire,
- De la densification du maillage du territoire,
- De l'émergence des hard-discount.

1.2.2. En non alimentaire, des situations différenciées selon les marchés :

- ➔ En bricolage-jardinage, dans le meuble et en blanc-brun-gris, premiers marchés de développement des GMS, la quasi-intégralité des achats se font en grandes surfaces. Les évolutions varient selon les marchés :
 - Avec des logiques de proximité en bricolage-jardinage (schéma quasi-comparable à l'alimentaire),
 - Avec des concepts thématiques en meuble-décoration (Habitat, Ikéa, Pier-Import...),
 - Avec l'émergence du multimédia et de la domotique en blanc-brun-gris.
- ➔ En équipement de la personne et en culture et loisirs, le développement est plus récent. Le commerce traditionnel garde une position concurrentielle. Le développement des GMS se fait :
 - Par banalisation des concepts (habillement, sport) qui favorise le maillage du territoire,
 - A travers des enseignes à forte notoriété (attractivité) qui renforce l'identité des centralités.

1.3. L'évolution des infrastructures :



Sources : Géoroute® - IGN 2003. Cartographie : Observatoire Économique de Touraine, juin 2004.

Des enjeux surtout pour :

- Bourgueil,
- Neuillé-Pont-Pierre,
- Bléré.

Des évolutions qui devraient renforcer les accès sur Tours, mais être peu génératrices de renforcement de l'évasion.

1.4. L'organisation territoriale :

1.4.1. Sur le SCOT de Tours : Un CA de près de 2 milliards d'Euros :

Une forte polarisation du département.

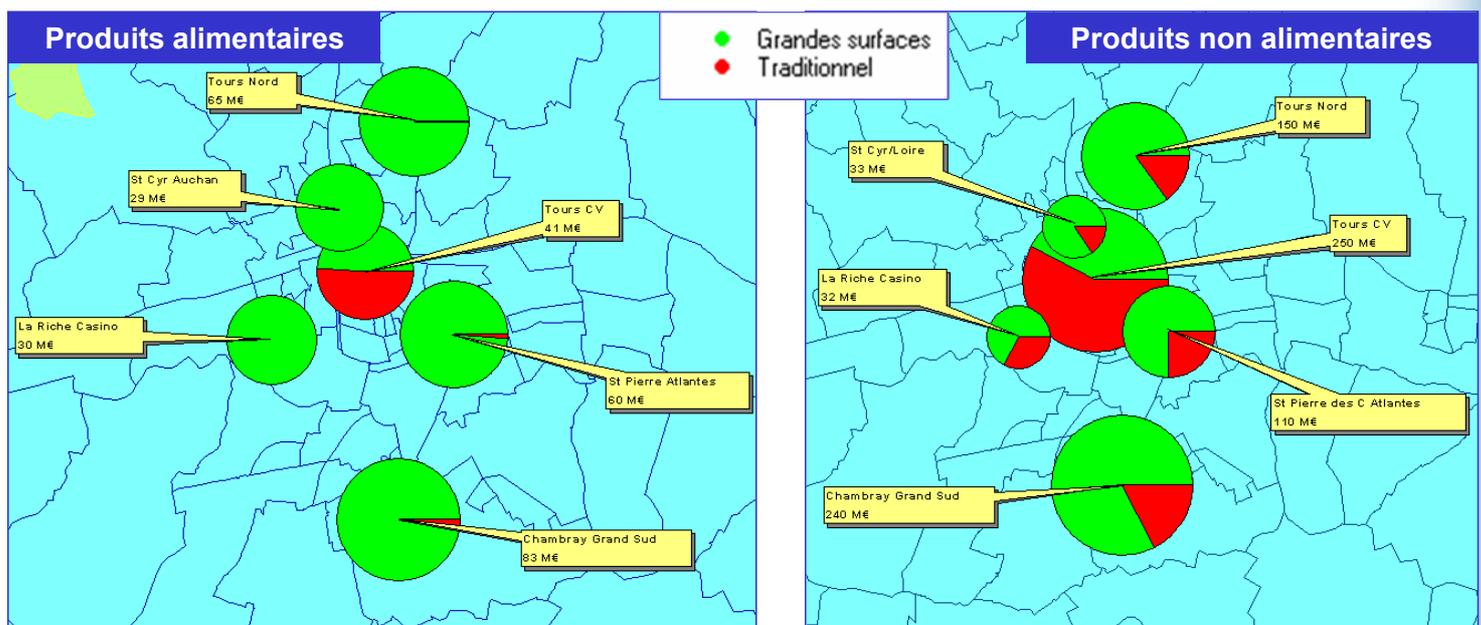
Le SCOT d'Agglomération de Tours représente dans le département :

- ➔ 62% de la population,
- ➔ 73% de la surface cumulée des plus de 300 m²,
 - 76% pour les hypermarchés,
 - 60% pour les supermarchés,
 - 66% pour les grandes surfaces de bricolage-jardinage,
 - 85% pour les autres grandes ou moyennes surfaces spécialisées (GMS).
- ➔ 68% du nombre de commerces traditionnels non-alimentaires (58% du nombre de points de vente alimentaire traditionnels).

Une forte diversification des activités

- ➔ 2/3 du CA est réalisé en non-alimentaire

1.4.2. La répartition du CA des 6 pôles tourangeaux principaux :



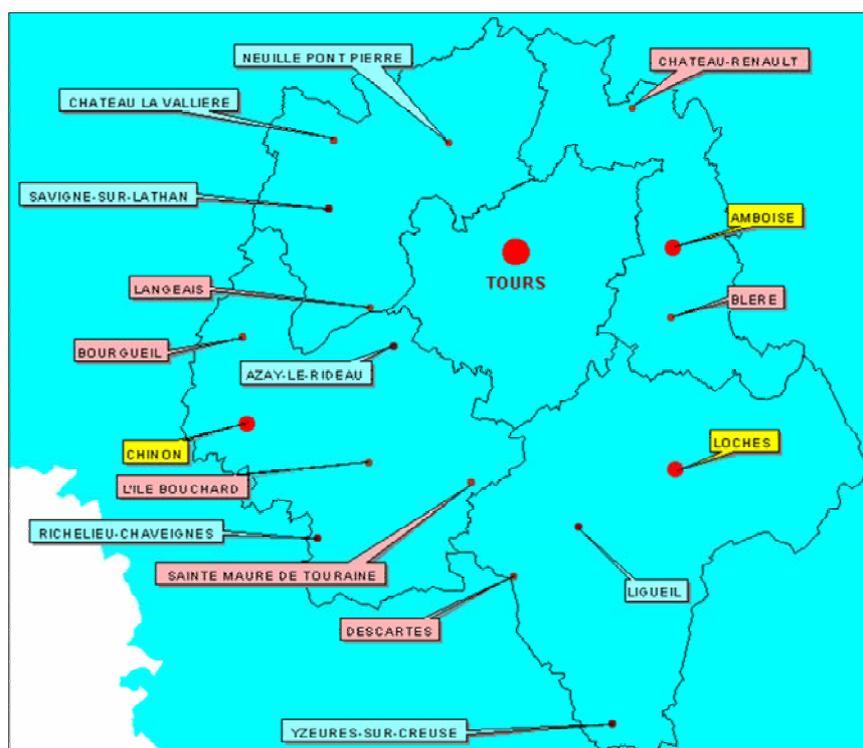
Source : Observatoire Régional de la Demande Commerciale

Les six pôles principaux représentent un CA de 1,1 milliard d'euros, soit 57% du CA total du SCOT :

- En alimentaire, les 6 pôles représentent 40% du CA total du SCOT, **60% du CA du SCOT est donc réalisé en dehors de ces 6 pôles (soit 469 M€).**
- En non-alimentaire, les 6 pôles représentent 69% du CA total du SCOT, **31% du CA du SCOT est donc réalisé en dehors de ces 6 pôles (soit 367 M€).**

A noter la présence de pôles intermédiaires jouant un rôle important dans leur secteur respectif (Leclerc Tours Nord, La Ville aux Dames - Montlouis/Loire, Joué les Tours).

1.4.3. Les autres territoires : Une répartition spatiale des polarités :



- ⇒ Les pôles urbains : **Amboise, Chinon, Loches**
 - ➔ Un CA de l'ordre de 100 Millions d'Euros, dont la moitié en non alimentaire et au moins les 2/3 en grandes surfaces.
- ⇒ Les pôles secondaires : **Bourgueil*, Ste-Maure-de-Touraine, L'Île Bouchard, Langeais, Château-Renault, Bléré, Descartes,**
 - ➔ Un CA de l'ordre de 30 Millions d'Euros, dont 40% en non alimentaire.
- ⇒ Les bourgs-centres : **Neullé-Pont-Pierre*, Azay-le-Rideau*, Richelieu-Chaveignes, Yzeures/Creuse, Ligueil, Château la Vallière, Savigné/Lathan :**
 - ➔ Un CA de l'ordre de 15 Millions d'Euros, dont 40% en non alimentaire.

* pôle à la limite du pôle supérieur

1.5. Les potentiels de développement :

1.5.1. L'évolution des dépenses totales des ménages du département :

Évolution annuelle en %	Alimentaire	Non alimentaire	Total
37 SCOT Agglomération de Tours	1.4%	4.3%	3.2%
37 SCOT Amboise Bléré Chateau Renault	2.1%	5.0%	3.9%
37 Pays Chinonais	1.3%	4.2%	3.1%
37 Pays Loire Nature	1.9%	4.8%	3.7%
37 Pays Touraine Cote Sud	1.1%	3.9%	2.8%
Total Indre et Loire	1.5%	4.3%	3.3%

Cette évolution prend en compte d'une part la croissance du nombre de ménages (+0,77% par an) et d'autre part la croissance des dépenses des ménages (+2,7% par an).

Une croissance soutenue, +21,2% entre 2004 et 2010, notamment pour :

- Les marchés non alimentaires,
- Le pays Loire Nature et le SCOT ABC.

IL EXISTE DONC UN VRAI POTENTIEL DE DEVELOPPEMENT A ORGANISER

1.5.2. L'évolution des parts de marché :

Entre un scénario « tendanciel » qui continue de favoriser la polarisation tourangelle et un scénario « de blocage » qui se traduit par une forte augmentation de l'évasion, **il a été retenu un scénario intermédiaire qui privilégie :**

- **Sur le SCOT de Tours**, une diversification non-alimentaire pour renforcer l'attractivité et la spécialisation de l'offre commerciale et par ailleurs des équipements de proximité dont le développement accompagne la démographie,
- **Hors du Scot**, le renforcement du maillage de l'offre de proximité et le développement du rôle joué par les pôles urbains ainsi que, dans une moindre mesure, par les pôles secondaires.

1.5.3. Le potentiel :

Compte tenu des éléments prospectifs, le potentiel d'ouverture de surfaces de plus de 300 m² sur la période 2005-2010 s'établit, selon le scénario intermédiaire, à :

- 15 à 20.000 m² en hypermarché,
- 25 à 30.000 m² en supermarché, plus autour de 8.000 m² en hard-discount,
- autour de 85.000 m² pour les GMS.

Ces données ne constituent pas une préconisation mais des ordres de grandeur sur lesquels s'est appuyée la réflexion pour l'élaboration des orientations (elles n'incluent pas les autorisations accordées en CDEC non encore réalisées au moment de l'étude consommateurs).

2. Les préconisations :

2.1. Les principes généraux :

Principe n° 1 : Cohérence avec les politiques d'aménagement des territoires

- Le développement du commerce participe au développement des territoires. Les décisions en matière de développement commercial doivent rester cohérentes avec les documents directeurs d'aménagement du territoire et de développement urbain.

Principe n° 2 : Cohérence avec les politiques publiques d'aide au commerce

- Les décisions de la CDEC ne doivent pas déstabiliser les équilibres locaux entre les différentes formes de commerce (commerce sédentaire comme commerce de marchés), et donc être en cohérence avec les politiques publiques d'aide au commerce et à l'artisanat, notamment en milieu rural.

Principe n° 3 : Les conditions d'exercice de la concurrence

- Les décisions de la CDEC doivent veiller au respect des conditions d'exercice de la concurrence. A ce titre, une attention particulière doit être apportée à la diversification des enseignes sur les territoires.

Principe n° 4 : Le renforcement de la fixation des clientèles

- L'objectif majeur du SDC est de renforcer la fixation des clientèles dans leur bassin de vie, notamment en vue de limiter les déplacements.
 - ✓ Pour les activités de proximité (alimentaire, bricolage-jardinage), le développement du commerce se fait au rythme des évolutions démographiques en tout point du territoire, c'est-à-dire en fonction de l'évolution de la population de la zone de chalandise pour tous les types de pôle..
 - ✓ Pour les autres activités non alimentaires, hors SCOT de Tours, la localisation des implantations doit renforcer les polarités existantes, notamment les pôles secondaires (avec l'équipement de la maison) et les pôles urbains (équipement de la personne et culture-loisirs de base).
 - ✓ Sur l'agglomération tourangelle, une priorité est donnée à l'accueil des enseignes à forte notoriété, de préférence en centre-ville. Cette démarche, ainsi que la modernisation des pôles structurants contribuent à renforcer le rôle de capitale.

Principe n° 5 : Le développement de l'offre commerciale

- Le développement du hard-discount doit être contrôlé et non subi.
- En alimentaire,
 - ✓ Au niveau hypermarché, pas de création ex-nihilo d'hypermarché structurant
 - ✓ Les développements ou créations sont argumentés par le développement démographique du bassin d'attraction, et, dans une certaine limite, par la modernisation et l'adaptation aux évolutions des concepts et des produits.
- En non alimentaire,
 - ✓ Les activités de bricolage-jardinage sont pour l'essentiel considérées comme des activités de proximité favorisant la fixation des populations sur les bassins d'attraction que ce soit au niveau du pôle tourangeau, des pôles urbains et des pôles secondaires.
 - ✓ Pour les autres activités d'équipement de la maison, les concepts classiques (Sésame, Expert, Gitem) ont vocation à se développer désormais sur l'ensemble du département tandis que, sur l'agglomération tourangelle, l'émergence des enseignes thématiques sera privilégiée.
 - ✓ Pour les autres activités non-alimentaires, l'essaimage des enseignes traditionnelles sera favorisée sur l'ensemble du département et notamment sur les Pôles urbains. Sur l'agglomération, on privilégiera des enseignes à très forte notoriété.

Principe n° 6 : Les solidarités territoriales

- Sur le plan quantitatif, les principes retenus sont les suivants :
 - ✓ Viser une harmonisation des densités commerciales (nombre de m² pour 1000 habitants) sur le territoire départemental pour les activités de proximité et de consommation courante, afin de contribuer à une qualité de prestation de service équivalente sur tous les territoires du département.
 - ✓ Les projets d'influence majeure (supra-départementale(1), voir régionale), sont examinés en dehors du cadre quantitatif défini ci-après,
 - ✓ Pour les projets d'envergure départementale (qui ne peuvent a priori ne s'implanter que sur l'agglomération), analyser les implantations dans le cadre classique du fonctionnement de la CDEC,
 - ✓ Pour les projets d'envergure locale, favoriser les implantations sur les pôles urbains. Les implantations dans l'agglomération tourangelle peuvent être acceptées si elles accompagnent une augmentation de la demande.
 - ✓ La taille de l'équipement commercial étant fonction de la population desservie, les objectifs sont exprimés en termes de densités des magasins de plus de 300 m², c'est à dire de m² pour 1000 habitants, calculées au niveau des pays ou des SCOT. Ces calculs ne concernent pas les projets de boutiques en galeries marchandes dont les cellules ont une surface de vente inférieure à 300 m².

(1) Il s'agit de projets susceptibles de s'implanter dans l'agglomération tourangelle avec un rayonnement englobant les chefs-lieux des départements limitrophes.

Principe n° 6 : Les solidarités territoriales (suite et fin)

- En octobre 2004 (source DDCCRF), la densité des plus de 300 m² alimentaires pour 1000 habitants est de 355 m² sur le SCOT de Tours pour une moyenne départementale de 330 m². **Le principe consiste à maintenir cet écart dans une fourchette de 10 à 40 m² pour 1000 habitants entre le SCOT de Tours et la moyenne départementale** (évolution au même rythme sur l'ensemble du territoire⁽²⁾).
- De même, en bricolage jardinage, l'écart actuel de densité des plus de 300 m² pour 1000 habitants est de 15 m² (210 m² sur le département, 225 m² sur le SCOT de Tours). **L'objectif est de maintenir un écart maximum de 25 m² pour 1000 habitants**(2).
- Pour les autres activités **hors projet d'envergure supra-départementale**, la densité actuelle est de 290 m² pour 1000 habitants sur le département pour une moyenne de 400 m² pour 1000 habitants sur le SCOT de Tours, soit un rapport de 1,35 (400/290). **L'objectif est d'aboutir à un rapport de 1,30** entre la densité constatée sur le SCOT de Tours et celle évaluée en moyenne sur le département. Pour permettre d'introduire une souplesse nécessaire dans les prises de décisions, ce rapport ne pourra dépasser 0,05 du rapport existant préalablement au dépôt d'un dossier sans jamais excéder la valeur de 1,40⁽³⁾.

(2) A partir de la répartition démographique 2004 (62% de la population départementale résidant dans le SCOT de Tours), cela signifie que 62% au plus des surfaces autorisées en alimentaire et en bricolage-jardinage devraient concerner le SCOT de Tours et 38% au moins le reste du territoire.

(3) A partir de la répartition démographique 2004, cela signifie que 75% au plus des surfaces autorisées en non alimentaire hors bricolage-jardinage doivent concerner le SCOT de Tours et 25% au moins le reste du territoire afin d'atteindre l'objectif de 1,30 (le maintien à 1,35 correspond à un rapport de 80% / 20 %).

2.2. Les stratégies locales :

2.2.1. Le SCOT de l'agglomération tourangelle :

- Le SDC doit rester compatible et cohérent avec le futur SCOT, notamment en ce qui concerne le développement des pôles principaux, des pôles intermédiaires et des pôles de proximité.
- Le centre-ville doit rester un pôle important sur l'agglomération. Toute implantation structurante pouvant renforcer son rôle doit être privilégiée. L'accueil des moyennes surfaces en centre-ville doit être facilité à travers la promotion d'une offre immobilière adaptée.
- Les choix en périphérie sont dictés par les principes suivants :
 - ✓ L'accueil des enseignes à forte notoriété ou des concepts nouveaux (ex : multimédias), se fait en priorité et de préférence dans un environnement qualitatif (effort paysager, qualité architecturale, règlement de zones...).
 - ✓ Le développement, notamment des galeries marchandes, doit être examiné au regard de son impact concurrentiel sur le centre-ville et sur les autres pôles urbains
 - ✓ Pour éviter l'apparition de friches commerciales, dans le cadre des projets de transfert, il est préconisé qu'une convention sur le devenir du local abandonné soit passé avec les collectivités locales concernées.
- Des questions clé :
 - ✓ Le projet IKEA.
 - ✓ Le projet des Deux Lions
 - ✓ Le renforcement à l'Ouest (Casino) et/ou à « l'est » (Carrefour) ?

Ces projets sont appelés à avoir un enjeu urbain ou commercial structurant ; ils doivent être examinés au regard de :

- L'équilibre Nord-Sud sur l'agglomération, avec l'émergence d'un grand pôle périphérique privilégié au sud,
- Un maillage de la périphérie avec un pôle majeur au sud et quatre pôles en entrée de ville autour de la rocade (St Pierre des Corps, Tours Nord, Saint Cyr sur Loire, La Riche)

Dans ce cadre, il est également nécessaire d'explicitier dès à présent le rôle que doivent jouer les pôles intermédiaires dans l'organisation spatiale du SCOT (La Ville aux Dames-Montlouis, Fondettes, Joue les Tours, Esvres sur Indre....)

Dans le cadre de la préparation de son projet de territoire, le SCOT de Tours devra expliciter les orientations spatiales proposées pour l'urbanisme commercial.

2.2.2. Le SCOT Amboise Bléré Château-Renault :

➤ **Renforcer l'attraction du pôle Amboisien, pôle urbain principal :**

- ✓ En alimentaire, compte-tenu de la croissance démographique attendue, envisager le renforcement d'un pôle visant à limiter le développement de l'évasion vers les hypermarchés tourangeaux.
- ✓ En non alimentaire, favoriser la diversification des GMS en équipement de la maison et envisager l'arrivée d'équipements de base en habillement et en culture et loisirs.

➤ **Conforter Bléré avant l'achèvement de l'A85**, principalement par un renforcement de l'existant (y compris du traditionnel).

➤ **Sur Château-Renault, favoriser la modernisation de l'existant**, voir la ré-organisation des équipements.

2.2.3. Le Pays de la Touraine Côté Sud :

➤ **Renforcer l'attraction du pôle Lochois, pôle urbain principal :**

- ✓ Par un développement au nord de la commune en alimentaire et non alimentaire.
- ✓ Par une réduction de l'évasion vers Tours en équipement de la maison (bricolage, jardinage, électroménager), voire en équipement de la personne.
- ✓ Accompagner la revitalisation en cours du centre-ville en renforçant la desserte de proximité s'appuyant notamment sur une locomotive alimentaire.

➤ **Sur Descartes, du fait des perspectives démographiques modérées, conforter l'existant et l'équilibre entre le commerce traditionnel, encore bien présent, et les supermarchés.**

2.2.4. Le Pays Loire Nature :

➤ **Un enjeu principal sur Langeais et Neuillé-Pont-Pierre :**

- En alimentaire (y compris hard-discount) et en bricolage-jardinage
- Pour favoriser la rétention des dépenses « banales » et limiter l'évasion vers l'agglomération

➤ **Conforter Savigné/Lathan et Château-La-Vallière comme pôles relais**, conserver leur rôle d'animation locale et la desserte de proximité à l'extrémité nord ouest du département.

2.2.5. Le Pays du Chinonais :

➤ **Moderniser et renforcer l'offre commerciale de Chinon, pôle urbain principal :**

- ✓ Mise en œuvre du projet de la plaine des Vaux et des évolutions induites inhérentes.
- ✓ Programmation dans le temps des évolutions (y compris sur le sud de la commune).

➤ **Renforcer les pôles secondaires :**

- ✓ Statut particulier de Bourgueil, petit pôle urbain, jouant un rôle essentiel à l'ouest du département et appelé à connaître une évolution de son environnement (achèvement de la liaison A85 Bourgueil-Tours). Un développement raisonné visant à structurer un axe Chinon-Bourgueil face à l'attraction de Saumur et de Tours.
- ✓ Azay-le-Rideau et Ste-Maure de Touraine, du fait de leur proximité aux accès autoroutiers, sont appelés à constituer des pôles de rétention sur les zones de développement péri-urbain de Tours (alimentaire et bricolage jardinage).
- ✓ L'Île Bouchard joue un rôle de desserte à l'échelle cantonale à conforter.

L'Hôtellerie

1. Etat des lieux :

Le parc hôtelier du département est réparti de façon assez déséquilibrée, et est généralement la traduction de l'activité touristique des différents secteurs géographiques de Touraine.

Ainsi, la plus grande partie du parc, en nombre comme en capacité, se situe dans le périmètre de l'agglomération tourangelle ; la situation géographique de Tours est idéale pour une clientèle, qu'elle soit touristique ou d'affaires, cherchant à rayonner autour d'un point central. Les pôles secondaires sont localisés dans les villes à forte attractivité touristique : Amboise, Loches, Chinon. Les autres hôtels, disséminés dans le milieu rural, sont généralement de petite taille, quelquefois non classés, et appuient leur viabilité sur une activité de restauration dominante, ou sur des activités multiples (bar, débit de tabac, presse, dépôts de gaz ou autres).

1.1. SCOT de l'agglomération tourangelle :

	0*	1*	2*	3*	4*	Total
Nbre ets	11	16	54	13	5	99
Nbre chambres	470	419	1735	1012	217	3853
Capacité moyenne	43	26	32	78	43	39

L'offre est variée, avec une prédominance dans les catégories moyennes. La plupart des chaînes hôtelières sont représentées. L'hôtellerie économique développée à la fin des années 80 est présente en périphérie de Tours, plusieurs fois pour certaines enseignes (Tours Nord, Chambray les Tours, Joué les Tours). Le nord et le sud, dans l'axe de l'autoroute A10 et de la RN 10, sont particulièrement bien pourvus.

Le centre ville de Tours, même s'il présente quelques établissements de grande capacité, est essentiellement composé d'hôtels de type familial, dans des classements intermédiaires.

Certaines autres communes du SCOT comme St Cyr sur Loire sont quasiment dépourvues d'hébergements hôteliers, alors qu'elles abritent par ailleurs des zones commerciales ou industrielles pleines et actives.

1.2. SCOT Amboise Bléré Château-Renault :

	0*	1*	2*	3*	4*	Total
Nbre ets	4	3	19	8	4	38
Nbre chambres	43	49	330	262	79	763
Capacité moyenne	11	16	17	33	20	20

Les établissements hôteliers sont concentrés dans les lieux les plus touristiques (Amboise, Chenonceaux). Si l'offre est assez variée à Chenonceaux, elle a tendance depuis quelques années à être « tirée vers le haut » à Amboise, au fil des reprises d'établissements ou du fait de créations *ex nihilo* dans des maisons bourgeoises; l'hôtellerie économique est absente : il n'y a pas d'hôtel 1*, et un seul hôtel classé sans étoile (20 chambres). La commune de Château Renault est quasiment dépourvue d'hôtellerie (2 établissements, pour 17 chambres). A noter que la création d'une résidence de tourisme (projet du groupe Météor : 250 appartements + centre de séminaires) positionnée sur du 2/3* est sur le point de se concrétiser.

1.3. Pays de la Touraine Côté Sud :

	0*	1*	2*	3*	4*	Total
Nbre ets	5	2	12	2	1	22
Nbre chambres	33	18	204	35	11	301
Capacité moyenne	7	9	17	18	11	14

Comme dans les autres secteurs ruraux, l'hôtellerie est concentrée autour de la ville de Loches, principal centre touristique et d'affaires du secteur (la ville regroupe 2/3 des chambres du SCOT). Des villes comme Descartes ou le Grand Pressigny offrent des petites structures de classement intermédiaire. A noter l'ouverture en 2004 d'une unité Pierre et Vacances de 120 lits à Loches.

1.4. Pays Loire Nature :

	0*	1*	2*	3*	4*	Total
Nbre ets	3	2	5	2	2	14
Nbre chambres	27	18	65	16	80	206
Capacité moyenne	9	9	13	8	40	15

Peu d'hôtellerie sur ce secteur ; les établissements sont concentrés autour de Langeais. L'hôtellerie de très haut de gamme est néanmoins bien représentée (Château des 7 Tours à Courcelles et château de Rochecotte à St Patrice). L'hébergement chez l'habitant, peut-être plus souple d'exploitation du fait de toutes petites structures, vient compenser la pénurie d'hôtels. A noter la présence d'un hébergement de groupes ouvert récemment à St Etienne de Chigny (50 lits dans 15 chambres).

1.5. Pays du Chinonais :

	0*	1*	2*	3*	4*	Total
Nbre ets	7	2	18	6	2	35
Nbre chambres	85	19	293	161	41	599
Capacité moyenne	12	10	16	27	21	17

Les hôtels sont concentrés sur les lieux touristiques ou de passage. Si l'hôtellerie chinonaise est actuellement en bon état, et de bonne capacité en 3*, le parc de Sainte Maure de Touraine aurait plutôt tendance à se détériorer (RN 10 de moins en moins fréquentée au profit de l'autoroute A10 ; l'autonomie moyenne des véhicules n'impose plus un arrêt dans cette commune ; ouverture d'un contournement par le sud en 2004). La ville de Richelieu, qui mériterait un réel développement touristique, ne comporte qu'un seul hôtel (17 chambres 2*, en cours de rénovation).

2. Préconisations :

Le taux d'occupation moyen annuel dans le département, tous classements confondus, est assez peu élevé, et aurait plutôt tendance à baisser ces dernières années : 56,7% en 2000, 55,4% en 2002, 52,2% en 2003. Il est sujet à une saisonnalité assez importante (pointes entre mai et septembre), toutefois atténuée dans le SCOT de Tours par un tourisme d'affaires bien présent à travers le Centre de Congrès Vinci, les agences de voyages réceptives spécialisées (séminaires et congrès), mais aussi à travers les entreprises implantées dans l'agglomération (clientèle « corporate »).

Dans les autres secteurs du département, certaines catégories sont peu ou mal représentées ; l'offre ne correspond donc pas toujours aux attentes des clientèles, entraînant un déplacement de celles-ci vers Tours, ou pire vers des départements voisins, laissant complètement échapper des recettes en hôtellerie mais aussi en prestations annexes.

2.1. SCOT de l'agglomération tourangelle :

En périphérie nord et sud de Tours, l'offre en hôtellerie de basse et moyenne gamme semble suffisante, si on en juge par l'absence totale de création d'hôtels, et la fermeture ou la transformation de 3 établissements ces dernières années.

Le centre ville s'est doté récemment d'une centaine de chambres 1* « modernes » (salle de bain complète dans chaque chambre, climatisation) ; il ne semble pas opportun de prévoir une unité supplémentaire.

Par contre, les agences de voyages réceptives et les organisateurs d'évènements ou de congrès disent perdre des clients de qualité car la ville ne dispose pas d'une structure hôtelière haut de gamme et de grande capacité ; leurs prospects choisissent des sites mieux équipés (Futuroscope, Deauville, Paris) pour éviter de mettre en place des navettes vers les hébergements, source de problèmes et de perte de temps. Un projet d'hôtellerie 4* de plus de 100 chambres devrait donc être considéré avec bienveillance.

Concernant les communes plus éloignées, on pourrait accepter la création d'un établissement (50 à 70 chambres en classement intermédiaire) dans la partie nord-ouest de l'agglomération (secteur St Cyr sur Loire / Fondettes / La Membrolle) actuellement dépourvue d'hôtels mais riche en zones d'activités, et surtout bientôt au cœur d'un nœud autoroutier (A10/A28/A85/périphérique de Tours).

Tout autre projet en dehors des zones décrites, sera à étudier dans le cadre normal des CDEC, en fonction de ses spécificités.

2.2. SCOT Amboise Bléré Château-Renault :

L'offre amboisienne peut également desservir Bléré, rapidement accessible par la route (ville de Bléré, mais aussi à moyen terme échangeur autoroutier de Sublaines).

L'hôtellerie est aujourd'hui fortement marquée « haut de gamme » à Amboise.

Pour rééquilibrer l'offre et moderniser le parc en bas et milieu de gamme, il conviendrait d'envisager l'ouverture d'un hôtel 1/2* de bonne capacité (50/60 chambres). Même si une telle ouverture venait perturber dans un premier temps le parc existant, il aurait le mérite de provoquer une remise à niveau de certains hôtels qui retrouveraient leur place milieu de gamme.

Château Renault reste trop éloigné d'Amboise pour profiter de ses infrastructures ; son potentiel touristique et économique ne permet pas d'envisager de création d'hôtel dans de bonnes conditions de viabilité ; il semble plus judicieux de favoriser la rénovation de l'hôtellerie existante (petites capacités et souvent absence de classement, mais plus souples à exploiter qu'une grosse structure).

2.3. Pays Touraine Côté Sud :

Comme sur d'autres secteurs ruraux, il apparaît aussi judicieux de favoriser la modernisation et éventuellement l'extension de l'existant, que la création de nouvelles unités.

Tout projet accompagnant un projet touristique créateur de flux, sera étudié dans le cadre normal de la CDEC.

2.4. Pays Loire Nature :

Zone très rurale et présentant un potentiel de développement industriel faible, le nord-ouest de la Touraine dispose d'un réseau d'hébergements chez l'habitant bien adapté, ne nécessitant pas d'être complété par une offre hôtelière importante. La seule zone susceptible de présenter un besoin est le secteur de Langeais, touristiquement fort (vallée de la Loire, château en centre ville, proximité d'Azay le Rideau et de la vallée de l'Indre), industriellement bien pourvu, et bientôt doté d'une autoroute reliant Bourges et Tours à Saumur et la Côte Atlantique. Un hôtel de capacité moyenne (30/40 chambres, avec un classement à déterminer) pourrait utilement compléter l'existant.

2.5. Pays du Chinonais :

Le développement d'une nouvelle zone d'activité à l'entrée de Chinon pourrait justifier la création ou l'extension d'un hôtel de moyenne gamme. Cet établissement, situé en dehors du centre ville, permettrait à l'occasion d'accueillir des groupes de touristes, aujourd'hui contraints de trouver des hébergements de cette catégorie à Saumur ou à Tours.

Le canton de Bourgueil dispose d'un parc hôtelier de petite capacité, sans classement ou avec un classement sans étoile. Une hôtellerie de meilleur niveau et de capacité moyenne (30 chambres maxi) trouverait certainement sa place, mais la situation géographique et l'activité économique du secteur, principalement viticole, ne justifie pas l'implantation d'un hébergement de grande capacité, même à proximité de l'échangeur autoroutier.

Les cinémas

1. Rappel Etat des Lieux :

1.1. Le parc des salles de cinéma en Indre et Loire :

Fin 2004, l'Indre et Loire compte 39 salles réparties dans 14 cinémas. On y dénombre un total de 8 915 places. (source : DRAC)

Le SCOT de l'agglomération tourangelle concentre à lui seul 69 % du total des fauteuils du département.

Par ailleurs, le circuit itinérant « Ciné Off » dessert 35 communes.

Les établissements de plus de 300 places sont localisés sur :

- l'agglomération tourangelle
 - Tours : 5 383 places (60 % de l'offre départementale)
 - Saint Pierre des Corps : 485 places

A noter que sur l'agglomération tourangelle, l'UGC (Mega CGR 2 Lions et Centre-ville) représente 71 % du nombre de salles (20 sur 28) et 70 % du nombre de fauteuils (4331 sur 6164).

- - les pôles urbains :
 - Amboise : 377 places
 - Chinon : 350 places
 - Loches : 503 places

- en dehors de l'agglomération tourangelle et des pôles urbains, seule la commune de Bourgueil affiche une capacité de plus de 300 fauteuils.

1.2. L'offre par territoire :

Au niveau du département, la densité d'équipement en fauteuils est de 1,61 fauteuil pour 100 habitants. Soit une densité inférieure à la moyenne nationale qui s'élève à 1,8 fauteuil pour 100 habitants (source : CNC)

Au niveau de l'Unité urbaine de Tours, la densité d'équipement en fauteuils est de 2,1 fauteuils pour 100 habitants. Soit une densité égale à la moyenne nationale des unités urbaines de plus de 200 000 habitants.

Au niveau des territoires, on note un éventail de densités allant de 0,79 (Loire Nature) à 1,67 (Chinonais). Les faibles densités constatées sur le SCOT Amboise-Bléré-Château Renault et le Pays Loire Nature s'expliquent vraisemblablement par la forte attraction exercée par l'équipement cinématographique de l'agglomération tourangelle sur les zones rurales.

	Nombre de cinémas	Nombre de salles	Nombre de places	Nombre de places/100 habitants
SCOT Agglo tourangelle	5	28	6164	1,82
SCOT Amboise Bléré Château Renault	2	3	589	1,05
Pays du Chinonais	4	4	1200	1,67
Pays Loire Nature	1	1	286	0,79
Pays Touraine Côté Sud	2	3	676	1,35
Total	14	39	8915	1,61

1.3. La fréquentation :

Au niveau national, la fréquentation des établissements est globalement en hausse depuis 10 ans.

Au niveau départemental, les cinémas ont réalisé 1 487 824 entrées en 2003 contre 1 813 933 en 2002, soit une baisse de fréquentation de -18 % (contre + 11,6 % au niveau national). Cependant, il faut considérer cette baisse comme ponctuelle, la fréquentation des cinémas dépendant étroitement du succès de certains films et de la météo.

Cette baisse de fréquentation induit logiquement une baisse de l'indice de fréquentation (nombre d'entrées/population) qui s'établit sur le territoire départemental à 2,68 entrées par habitant en 2003, soit un taux un peu inférieur à la moyenne nationale (2,98). Il est de 3,91 sur le SCOT de l'agglomération tourangelle. Par comparaison, l'indice départemental s'établissait à 3,3 entrées en 2002, soit un peu plus que la moyenne nationale (3,2 entrées par habitant).

La commune de Tours, qui comptait en 2003 quatre établissements cinématographiques (dont le Rex rue National, fermé depuis) totalisant 6 272 fauteuils (70 % de la capacité départementale), a réalisé à elle seule 1 299 331 entrées, soit 87 % des entrées du département.

Ces résultats s'expliquent par la présence de deux multiplexes CGR sur la commune de Tours : totalisant 48,6 % de la capacité d'accueil départementale, ils ont réalisé à eux seuls 65% des entrées en 2003 sur l'ensemble du département.

Ces deux multiplexes exercent une forte attraction sur une zone située dans un rayon de 30 minutes d'accès automobile. Sur cette zone d'attraction, on recense actuellement 6 cinémas totalisant 2 722 places :

- Tours : cinémas STUDIO, positionnés sur l'Art et l'Essai,
- Saint Pierre des Corps : avec 87 séances en 2003, il se positionne sur une programmation marginale,
- Amboise : 377 places,
- Château-Renault : 212 places,
- Montbazon : 296 places,
- Monnaie : 300 places.

2. Observations sur les évolutions possibles des structures cinématographiques en Indre-et-Loire :

Le secteur du cinéma est aujourd'hui confronté à la fermeture des petites salles, à la diminution du nombre de salles en milieu rural et au développement des multiplexes. Introduit en France en 1993, le concept du multiplexe combine une large offre de films, un confort certain et des facilités de stationnement. Il demande des investissements lourds et donc des zones d'attraction susceptibles de générer plus d'un million de spectateurs par an. L'implantation se fait donc sur des villes importantes.

Deux multiplexes sont en activité en Indre et Loire. Tous les deux situés sur Tours (un au centre-ville, un en périphérie sud), ils regroupent 51% des écrans et 48,6 % des places existant en Indre et Loire.

Considérant que :

- la conjoncture actuelle ne laisse pas augurer de demande de création ou d'extension de cinéma en milieu rural,
- les Cinémas d'Art et d'Essai « Le Studio » font l'objet, en 2005, d'une restructuration et d'une modernisation qui devraient aboutir à une structure de 7 salles et 1 111 places,
- En 2004, le Mega CGR a obtenu en CDEC l'autorisation d'accroître sa capacité d'accueil de 445 places, sans modification du nombre de salles,
- tout nouveau projet se situerait vraisemblablement en périphérie de Tours avec une capacité probable de plus de 1 500 places,

Il conviendra :

- d'absorber les effets des restructurations récente ou en cours,
- d'envisager toute création ou extension de cinéma sur la zone tourangelle par rapport à l'impact prévisible sur les cinémas des zones rurales,
- de considérer la nécessité de maintenir une offre culturelle attractive sur le centre-ville de Tours.

Conclusion

Les membres de l'observatoire départemental d'équipement commercial comme l'ensemble des personnes ayant contribué à l'élaboration de ce schéma n'ont ressenti aucun regret d'avoir consacré de nombreuses heures à cette réflexion car elles ont été l'occasion d'échanges véritables où chacun a pu exprimer le plus clairement possible sa conception de l'évolution commerciale dans le département.

Ces échanges, marqués parfois par des divergences d'opinion ont toujours été empreints d'une grande courtoisie et d'une qualité d'écoute remarquable permettant de construire un schéma fixant des préconisations ayant un sens véritable.

Même si l'ODEC a tenté, dans sa démarche, de retenir le plus grand nombre d'options ou de préconisations paraissant enrichir les idées initiales, il s'est refusé à établir un dossier dépourvu d'idées-forces.

En effet, ce document prospectif d'aide à la décision, adopté par les membres de l'ODEC le 1^{er} avril 2005, fruit de la réflexion des élus locaux et des responsables socio-économiques du département se veut apporter aux membres des commissions départementales d'équipement commercial l'éclairage nécessaire à leurs décisions pour les prochaines années.