



## Document d'Aménagement Artisanal, Commercial et Logistique



Ce document a été élaboré en deux temps afin de tenir compte des avancées institutionnelles et législatives au cours de la révision du SCoT de la CC Thelloise :

- Juillet 2019 : réalisation du DAAC dans l'ancien périmètre Thelloise.
- Juin- novembre 2022 : apport du volet « Logistique » et intégration de la commune d'Ansacq

Par ailleurs, il s'appuie sur une étude préalable fournie par la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oise.

## PREAMBULE

### Définition du DAAC

La loi du 23 novembre 2018 a rendu le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) obligatoire dans le SCOT. Il est intégré dans le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) qui définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs bien particuliers de revitalisation des centres-villes, de maintien de la diversification de l'offre commerciale, de leur localisation au plus près des consommateurs, et de la consommation économe et qualitative de l'espace.

Le DAAC concerne les équipements commerciaux dont l'importance est susceptible d'avoir un impact significatif sur :

- L'aménagement du territoire
- Le commerce de centre-ville et,
- Le développement durable.

Il détermine de manière obligatoire la localisation des pôles entre périphérie et centralités urbaines, et pour chacun d'eux :

- Les conditions d'implantation des équipements commerciaux (consommation d'espace, desserte et accessibilité, qualité environnementale)
- Le type d'activité et,
- La surface de vente maximale

### Le commerce et l'artisanat pris en compte dans le DAAC

Le type de commerce retenu<sup>1</sup> pour le DAAC est le commerce de détail : il consiste à vendre des marchandises, dans l'état où elles sont achetées (ou après transformations mineures), généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues (définition de l'Insee). L'artisanat commercial regroupe les entreprises ayant pour activité la charcuterie, la boulangerie, la boulangerie-pâtisserie, la pâtisserie, la cuisson de produits de boulangerie.

Le recensement des commerces s'est effectué à partir des fichiers Sirene afin de couvrir les activités dépendant des registres du commerce et des métiers. Les activités ne disposant pas de vitrine ou dont l'activité est principalement de services n'ont pas été retenues (location de terrains, consulting, géomètre, holding, entretien de parcs et jardins, prestations financières, commerce de gros, taxi, transport etc.); l'hébergement touristique n'est également pas pris en compte.

Le classement des différents types de commerce se base sur la nomenclature en vigueur « IDC » (Indice de Disparité de Consommation) de la Chambre de Commerce et d'Industrie Française. Les différents types de commerce sont les suivants :

- Alimentaire (boulangerie, viande...)
- Automobiles et motocycles (vente, entretien, réparation...)
- Supérettes et Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) et Grandes Surfaces Spécialisées (GSS)
- Repas et consommations pris à l'extérieur et tabac (restauration, traiteur, débit de boissons...)
- Equipement de la maison (Vente informatique, quincaillerie, meuble...)
- Equipement de la personne (habillement, chaussures, optique, bijouterie...)
- Culture-Loisirs (librairie, jardinerie...)
- Santé-beauté (pharmacie, coiffure, soins...)
- Services (agence immobilière, auto-école, banque, blanchisserie...)

---

<sup>1</sup> Cf liste des code Naf en annexe

## **DU DAAC AU DAACL : L'INTEGRATION DE LA LOGISTIQUE URBAINE DANS LA PLANIFICATION DE L'AMENAGEMENT COMMERCIAL, UNE NOUVEAUTE, UNE DEMARCHE PIONNIERE DE LA CC THELLOISE**

La Loi Climat et Résilience du 22 août 2021 a ajouté la logistique commerciale aux côtés du commerce et de l'artisanat, en tant qu'activité à réguler via le Document d'aménagement. En matière d'élaboration du volet logistique au DAACL, la CC Thelloise a engagé les travaux de finalisation du SCOT au moment de la parution de la Loi Climat qui créait l'obligation d'intégrer une réflexion sur la logistique dans le DAAC. Elle est donc pionnière dans le département de l'Oise en la matière, ainsi qu'à l'échelle de la Normandie et de l'Île-de-France. Le caractère à dominante rurale<sup>1</sup> de la CC Thelloise ajoute un nouvel intérêt en même temps qu'une nouvelle exigence à l'exercice d'élaboration de ce volet logistique commerciale dans la mesure où la question de la logistique commerciale n'a pas ou très peu été traitée au moment de la rédaction, y compris par la recherche. Dès lors, sans modèle ni travaux permettant de construire le volet « L » du document d'aménagement artisanal et commercial, des échanges ont été menés en coopération avec la DDT de l'Oise afin de stabiliser une définition de l'objet d'étude fin 2021 et jusqu'en janvier 2022. La CCI remercie le territoire et la DDT de l'Oise d'avoir accepté le principe de tels échanges. Les discussions entre les trois structures ont été guidées par une triple exigence :

**1 – La recherche d'une mise en cohérence entre les politiques publiques nationales pouvant impacter le DAACL :** politiques en matière de développement d'une smart logistique (*Rapport pour un développement durable du commerce en ligne*, Janvier 2021 et *Rapport de la Mission Logistique Urbaine Durable*, Juin 2021) d'une part et Loi Climat et Résilience (Août 2021).

Les ambitions nationales affichent un souhait d'accompagner (et non d'empêcher) le développement du e-commerce en même temps qu'elles affichent une ambition claire de l'encadrer et de verdir le secteur, notamment au regard de l'enjeu de décarbonation et de lutte contre l'artificialisation des sols.

**2– La recherche d'une politique locale de logistique urbaine, complémentaire et cohérente avec les échelles supérieures de régulation du phénomène logistique :** A l'exemple de l'Allemagne, l'appel à une planification logistique nationale a été formulé de longue date par les spécialistes de l'aménagement logistique, qui n'existe pas encore à ce jour. Les implantations logistiques correspondent en effet à un phénomène de mutation des chaînes d'approvisionnement (supply chain) qui s'inscrit dans des dynamiques internationales, nationales et régionales, avant d'être locales. Dans l'attente d'une planification nationale, la planification régionale aurait également du sens, particulièrement dans les Hauts-de-France puisque la Région se fixe pour ambition de devenir « le hub portuaire et logistique de l'Europe du Nord ». L'ambition régionale forte et structurante pour l'avenir est de positionner la Région comme un hub logistique allant de Paris vers le Nord de l'Europe pour capter les emplois et le dynamisme d'un secteur en forte croissance. Le SRADDET identifie en particulier les pôles multimodaux pour développer les implantations et en particulier ceux autour de l'Autoroute A1. Cela signifie que Thelloise n'est pas concernée par ces développements de l'ambition régionale. **On remarque à ce sujet que l'ambition régionale est cohérente avec l'ambition de la Communauté de commune Thelloise qui souhaite limiter les entrepôts XXL en proximité des axes structurants.**

La planification locale devrait s'inspirer et s'intégrer à ces échelons supérieurs de planification s'ils existaient et l'exercice en serait alors facilité. C'est le SRADDET qui devrait logiquement traduire spatialement l'ambition logistique régionale formulée dans le SRDEII. A titre informatif, au moment de la rédaction de ce rapport, la Région Normandie, qui fait partie des territoires les plus en pointe en matière de planification logistique avec l'Île-de-France, finalise son premier « *Schéma de Cohérence pour penser l'aménagement logistique* ». Dans l'attente, l'élaboration de ce volet « L » du DAAC de thelloise s'effectue principalement au regard des

<sup>1</sup> Informations vérifiées à l'occasion des Assises Nationales du Foncier et des Territoire, 6 octobre 2022 (Nancy), auprès des experts franciliens et normands intervenants dans le cadre de la réflexion sur le foncier logistique. (Adeline HEITZ maître de conférence transport, logistique, CNAM ; Lucile Audièvre, Cheffe de projets Logistique Sein Normandie ; Jean-Michel Genestier, Conseiller métropolitain délégué à la logistique métropolitaine, Métropole du Grand Paris ; Gwenaëlle Nardy, Senior Development Manager, GLP).

problématiques et des enjeux locaux de la logistique urbaine en territoire peu dense.

### **3– La recherche d’une cohérence entre l’ambition historique du DAAC et son volet « L » :**

l’objectif du DAAC vise à réguler l’aménagement du commerce et de l’artisanat dans le territoire. Le volet logistique couvert par le **DAACL correspond à la logistique associée au commerce visant l’approvisionnement des habitants du territoire.** Ainsi, le volet « L » du DAAC ne couvre pas l’intégralité de l’immobilier logistique d’un territoire, lequel peut couvrir une diversité de bâtis allant de l’entrepôt XXL (+60 000 mètres carrés) à la petite unité de stockage en proximité des habitants. A fortiori on doit relever qu’au sein de l’immobilier logistique, le e-commerce représente 15 à 20% des surfaces d’entrepôts en France (Chiffre Cushman & Wakefield cité par Les Echos, 12/11/2020), la majorité du bâti logistique relevant en effet de l’industrie (B to B).

### **Le CEREMA<sup>2</sup> précise à l’égard de la logistique commerciale que le DAACL vise**

*« Les conditions d’implantation des constructions commerciales et des constructions logistiques commerciales en fonction de leur surface, de leur impact sur l’artificialisation des sols et de leur impact sur les équilibres territoriaux, au regard de certains critères (développement du commerce de proximité, fréquence d’achat ou des flux liés au transport...) et principes (utilisation prioritaire des surfaces vacantes, optimisation des surfaces consacrées au stationnement...) fixés par le code de l’urbanisme ;*

*(...)*

***La localisation des secteurs d’implantation privilégiés pour les équipements logistiques commerciaux. Cette localisation est déterminée au regard des besoins logistiques du territoire, au regard de la capacité des voiries, existantes ou en projet, à gérer les flux de marchandises et au regard des objectifs de réduction du rythme de l’artificialisation des sols. »***

L’objet du DAACL est bien d’encadrer, de planifier l’aménagement commercial dans le territoire afin que les habitants puissent bénéficier d’un appareil commercial répondant à leurs besoins courants sans pour autant que celui-ci n’affecte leur cadre de vie (allusion faite ici aux excès des implantations de grandes surfaces périphériques, abondamment documentés et désormais règlementés). Cela signifie que le phénomène de « **logistique commerciale** » encadré par le DAACL correspond à la logistique destinée au consommateur final, habitant le territoire ou de passage dans le territoire (tourisme...).

- **Cela exclut la logistique destinée aux marchés extérieurs**, à vocation internationale, nationale ou même régionale puisque destinée à des besoins non présents sur le territoire (ex. entrepôt destiné à l’approvisionnement de tous les magasins Carrefour du Nord Est Français). Cette logistique qui relève non pas de l’économie résidentielle mais de l’économie productive relève davantage du niveau régional (Cf supra)  
**Concrètement, pour la CC Thelloise**, la question de l’entrepôt XXL destiné à une activité extérieure au territoire n’a pas été intégrée à la réflexion ci-présente laquelle se focalise dans l’esprit de l’ancien DAAC, sur l’aménagement commercial lié à la satisfaction des besoins des habitants de la CC Thelloise ou à proximité. On peut toutefois relever qu’au cours du travail d’enquête mené auprès des représentants de la Communauté de Commune, il apparaît une volonté de limiter l’accueil d’entrepôts de taille XXL à l’implantation prévue à Chambly-Belle Eglise.
- **Cela exclut également la logistique non commerciale, à vocation productive (ex. entrepôts destinés à l’approvisionnement industriel)**

<sup>2</sup> <http://outil2amenagement.cerema.fr/developper-et-reguler-le-commerce-l-artisanat-et-r835.html>

Le volet « L » du DAACL, couvre donc l'analyse de la logistique destinée au consommateur final « B to C » (Business to Consumer)

**Schéma. L'emboîtement des différentes vocations de la « logistique » sur un territoire**  
(source CCI Oise)



## Table des matières

PREAMBULE.....	2
I- DIAGNOSTIC COMMERCIAL.....	7
A- ETAT DES LIEUX DE L'EQUIPEMENT COMMERCIAL, SON EVOLUTION DANS LETEMPS, LES PROJETS .7	
B- LES POLES COMMERCIAUX.....	16
C- DES CONTRAINTES ENVIRONNEMENTALES TRES LOCALISEES.....	32
II- ANALYSE DU FONCTIONNEMENT COMMERCIAL.....	34
Préambule.....	34
Objectifs de l'observatoire des flux de consommation AID.....	35
Méthodologie.....	36
A- LA CONSOMMATION DES MENAGES.....	38
B- L'ACTIVITE COMMERCIALE.....	55
C- FONCTIONNEMENT COMMERCIAL – Synthèse.....	67
III- LES PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION.....	68
A- PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION DANS LE POLE MAJEUR.....	69
B- PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION DANS LES POLES INTERMEDIAIRES.....	70
C- PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION DANS LES POLES DE PROXIMITE.....	71
D- RECAPITULATIF DES PRESCRIPTION D'IMPLANTATION DANS LES CENTRALITES ET LES PERIPHERIES.....	72
<u>IV</u> - MISE A JOUR 2022 DU DAACL DE THELLOISE – AJOUT DES DONNEES ECONOMIQUES DE LA COMMUNE D'ANSACQ.....	73
A. ETAT DES LIEUX DE L'EQUIPEMENT COMMERCIAL.....	73
B. LA CONSOMMATION DES MENAGES ET PÔLES COMMERCIAUX.....	73
C. ZONES DE CHALANDISE DES POLES COMMERCIAUX DU TERRITOIRE.....	73
V - LA LOGISTIQUE URBAINE DANS LA CC THELLOISE.....	74
A. L'approvisionnement des populations, un enjeu urbain historique.....	74
B. Les 4 enjeux de la planification du e-commerce et de la logistique du dernierkilomètre dans un territoire à dominante rurale.....	75
C. Etat des lieux de la logistique urbaine en Thelloise.....	76
D. Préconisations pour encadrer le développement de la logistique urbaine dans leterritoire.....	82
ANNEXES.....	87

## I- DIAGNOSTIC COMMERCIAL

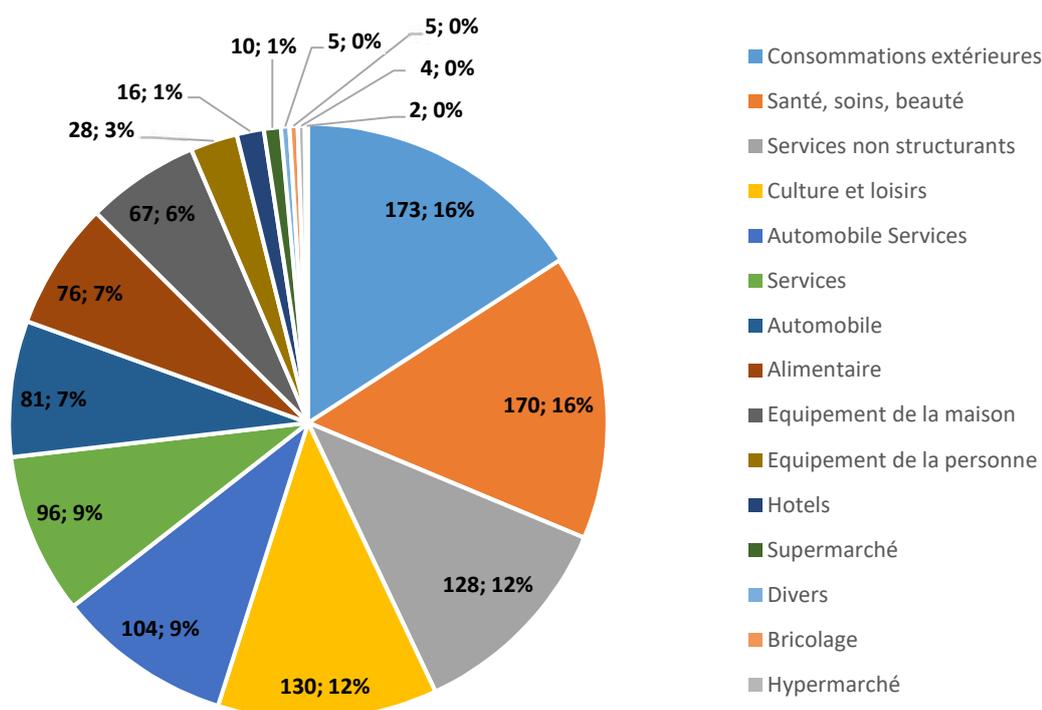
### A- ETAT DES LIEUX DE L'EQUIPEMENT COMMERCIAL, SON EVOLUTION DANS LE TEMPS, LES PROJETS

Le commerce et les habitudes de consommation ont bien évolué depuis quelques années. Le commerce de centre-ville a beaucoup souffert du développement des grandes surfaces en périphérie des villes et, aujourd'hui, ce sont ces même grandes surfaces qui voient leur chiffre d'affaires diminuer d'année en année. D'autres formes de consommation ont pris des parts de marchés comme le e-commerce ou des formes de commerce plus soucieuses du développement durable : AMAP, site de vente de seconde main (bon coin, vinted etc.) ou encore recyclerie. Le commerce dans la CCT n'est pas épargné par cette mouvance. Une étude de l'équipement commercial sous toutes ses formes : commerces, artisanat, grande distribution, marchés, permet d'appréhender ce secteur en toute connaissance de causes afin de pouvoir en fixer les grands principes de fonctionnement pour les années à venir.

#### a- Le commerce et l'artisanat commercial

La communauté de communes de la Thelloise compte 1 095 commerces à mi-mai 2019. Ce sont les consommations extérieures qui sont le plus présentes (restauration, débits de boissons) avec les établissements du secteur de la santé, soins et beauté. A noter une forte présence des services non structurants (assurance, banque, agence immobilière etc.) et de la culture-loisirs (librairie, informatique, jardinerie etc.)

**Répartition des commerces par secteur (en nombre d'établissements)**



## Les commerces par commune

Commune	Nombre d'habitants	Alimentaire	Supérette	Supermarché	Hypermarché	Automobile	Bricolage	Consommations extérieures	Cultures et loisirs	Divers	Equipement de la maison	Equipement de la personne	Hotels	Santé, soins, beauté	Services structurants	Services non structurants	Total général	%
Chambly	10 034	20	1	4	2	50	1	53	31	1	23	17	4	40	22	33	302	27,58
Cires les Mello	3 928	8	1			3		9	4		3		1	9	6	7	51	4,66
Neuilly en Thelle	3 378	6		1		8		12	9	2	5		2	15	6	12	78	7,12
Précy sur Oise	3 227	5				5		6	10		1	1	1	9	11	6	55	5,02
Sainte Geneviève	3 092	9		1		25		11	8		8		1	13	6	8	90	8,22
Noailles	2 857	6		1	1	13		21	10		3			12	8	17	92	8,40
Villers sous Saint leu	2 339	1		2		5		2	9	1	2		1	9	3	1	36	3,29
Le Mesnil en Thelle	2 257	3				7	2	7	3		1			6	5	1	35	3,20
Boran sur Oise	2 156	4				8		8	4	1	2			6	4	3	40	3,65
Uilly Saint Georges	1 866	1				6		1	4					3		4	19	1,74
Balagny sur Thérain	1 690	2				1	1	5	3					7		1	20	1,83
Berthecourt	1 642	2				5		3	2		2			3	2	2	21	1,92
Cauvigny	1 610					2		5	2		2			3	2	3	19	1,74
Ercuis	1 498	2				5		2			1			2	2	1	15	1,37
Blaincourt les Précy	1 193					2		3	1					2	1		9	0,82
Angy	1 190	1		1	1	3		7	2		3	1		5	1	3	28	2,56
Crouy en Thelle	1 109	2				2		1	2					1	1	1	10	0,91
Ponchon	1 104	1							3		3	2		2	3	2	16	1,46
Saint Sulpice	1 001						1	2	2			1		1	1	2	10	0,91
Villers Saint Sépulcre	957					2		3	1		1			1		1	9	0,82
Fresnoy en Thelle	942	1				2			4					2	1		10	0,91
Lachapelle St Pierre	911					1		1	2					2	2		8	0,73
Mortefontaine en Thelle	883					3		1	2			1		2	2	2	13	1,19
Puiseux le Hauberge	838					4					1			3	1		9	0,82
Dieudonné	821					4			2		1	2	1	1		2	13	1,19
Abbecourt	760					6		1	1					1	1		10	0,91
Hondainville	689	1				3			1		1	1				3	10	0,91
Thury sous Clermont	683												1		1	1	3	0,27
Mello	635					4		1					1		1	1	8	0,73
Saint Félix	634	1						2	1					1		1	6	0,55
Heilles	622							1	2		1	1		2		3	10	0,91
Belle Eglise	617					1		1					1	4	2	2	11	1,00
Le Coudray sur Thelle	534					2									1		3	0,27
Silly Tillard	439								3		1			1		1	6	0,55
Morangles	420												1	2			3	0,27
Novillers	359					3		1	1		1		1			4	11	1,00
Hodenc l'Evêque	253																0	0,00
Montreuil sur Thérain	249							1	1								2	0,18
Foulangues	198							1			1	1					3	0,27
Mouchy le Chatel	81							1									1	0,09
<b>TOTAL</b>		<b>76</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>185</b>	<b>5</b>	<b>173</b>	<b>130</b>	<b>5</b>	<b>67</b>	<b>28</b>	<b>16</b>	<b>170</b>	<b>96</b>	<b>128</b>	<b>1095</b>	<b>100</b>

Source : Fichier Sirene 05/2019

La commune de Chambly concentre plus du quart des commerces du territoire. Viennent ensuite les communes de Noailles, Saint Geneviève et Neuilly-en-Thelle qui offrent à leurs habitants une bonne diversité de commerces en centre-ville avec une ou plusieurs surfaces de vente, en général alimentaire, en périphérie. Les pôles de moindre importance ont une attractivité plus modeste, le plus souvent concentrée en centre-bourg comme à Angy, Berthecourt, Boran sur Oise ou encore Cires-les-Mello. Par contre d'autres pôle de proximité comme Le Mesnil-en-Thelle, Précý sur Oise et Villers sous St Leu ont développé du commerce en périphérie qui profite également à une commune limitrophe.

Commune	Commerce et artisanat (en%)	Commune	Commerce et artisanat (en%)
Chambly	27,58	Abbecourt	0,91
Noailles	8,40	Crouy en Thelle	0,91
Sainte Geneviève	8,22	Fresnoy en Thelle	0,91
Neuilly en Thelle	7,12	Heilles	0,91
Précý sur Oise	5,02	Hondainville	0,91
Cires les Mello	4,66	Saint Sulpice	0,91
Boran sur Oise	3,65	Blaincourt les Précý	0,82
Villers sous Saint leu	3,29	Puiseux le Hauberger	0,82
Le Mesnil en Thelle	3,20	Villers Saint Sépulcre	0,82
Angy	2,56	Lachapelle St Pierre	0,73
Berthecourt	1,92	Mello	0,73
Balagny sur Thérain	1,83	Saint Félix	0,55
Cauvigny	1,74	Silly Tillard	0,55
Ully Saint Georges	1,74	Foulangues	0,27
Ponchon	1,46	Le Coudray sur Thelle	0,27
Ercuis	1,37	Morangles	0,27
Dieudonné	1,19	Thury sous Clermont	0,27
Mortefontaine en Thelle	1,19	Montreuil sur Thérain	0,18
Belle Eglise	1,00	Mouchy le Chatel	0,09
Novillers	1,00	Hondenc l'Evêque	0,00

#### *L'Evolution du commerce*

Le commerce et l'artisanat commercial sont des activités où les mouvements d'entreprises sont nombreux. Entre 2010 et 2018, dans les différents pôles commerciaux de la CCT, 334 créations ont été enregistrées pour 360 radiations, soit un changement pour 1 commerce sur 3 environ. Quelle que soit la taille du pôle considéré, la tendance est la même : le nombre de créations avoisine celui des radiations sur cette période.

### Créations et radiations entre 2010 et 2018 dans les pôles commerciaux de la CCT

Poles commerciaux	Nature du pôle	Créations entre 2010 et 2018	Moyenne annuelle	Radiations entre 2010 et 2018	Moyenne annuelle
Chambly	Majeur	132	14,7	142	15,8
Villers sous Saint Leu/Précy sur Oise	Intermédiaire	41	4,6	41	4,6
Saint Geneviève	Intermédiaire	35	3,9	39	4,3
Neuilly en Thelle	Intermédiaire	29	3,2	37	4,1
Noailles	Intermédiaire	29	3,2	34	3,8
Boran sur Oise	Proximité	17	1,9	15	1,7
Cires les Mello	Proximité	16	1,8	12	1,3
Le Mesnil en Thelle	Proximité	16	1,8	17	1,9
Angy	Intermédiaire	13	1,4	14	1,6
Berthecourt	Proximité	6	0,7	9	1,0
<b>Total</b>		<b>334</b>	<b>37,1</b>	<b>360</b>	<b>40,0</b>

Les mouvements de créations-radiations touchent particulièrement les secteurs de la restauration et débits de boissons (consommations extérieures) et de l'automobile. Les secteurs de l'alimentaire, la culture-loisirs et la santé-soins-beauté connaissent également un fort taux de rotation. Cependant, les tendances diffèrent selon les secteurs. Sur les 9 années étudiées, l'automobile et l'alimentaire ont vu plus de fermetures d'établissements que d'ouvertures, alors que dans les services on a enregistré une radiation pour deux créations. Les magasins d'équipement de la personne ont davantage souffert.

### Créations et radiations entre 2010 et 2018 par secteur d'activités Dans les pôles commerciaux de la CCT

Secteur	Créations	en %	Radiations	en %
Consommations extérieures	79	23,65	75	20,83
Automobile	69	20,66	78	21,67
Alimentaire	41	12,28	53	14,72
Culture loisir	35	10,48	33	9,17
Santé, soins, beauté	34	10,18	36	10,00
Services non structurants	23	6,89	18	5,00
Equipement de la maison	20	5,99	24	6,67
Services	19	5,69	9	2,50
Equipement de la personne	7	2,10	24	6,67
Bricolage	2	0,60	2	0,56
Hôtel	2	0,60	6	1,67
Supermarché	2	0,60	-	-
Supérette	1	0,30	2	0,56
<b>Total</b>	<b>334</b>		<b>360</b>	

## b- La grande distribution

Sur le territoire de la CCT, la grande distribution est principalement présente sur Chambly dans la zone des Portes de l'Oise. Les autres communes concernées sont pour la plupart les pôles intermédiaires où des surfaces de vente essentiellement alimentaires sont implantées en périphérie.

### 1- Les commerces de plus de 400m<sup>2</sup>

#### Les surfaces de vente de plus de 400m<sup>2</sup>

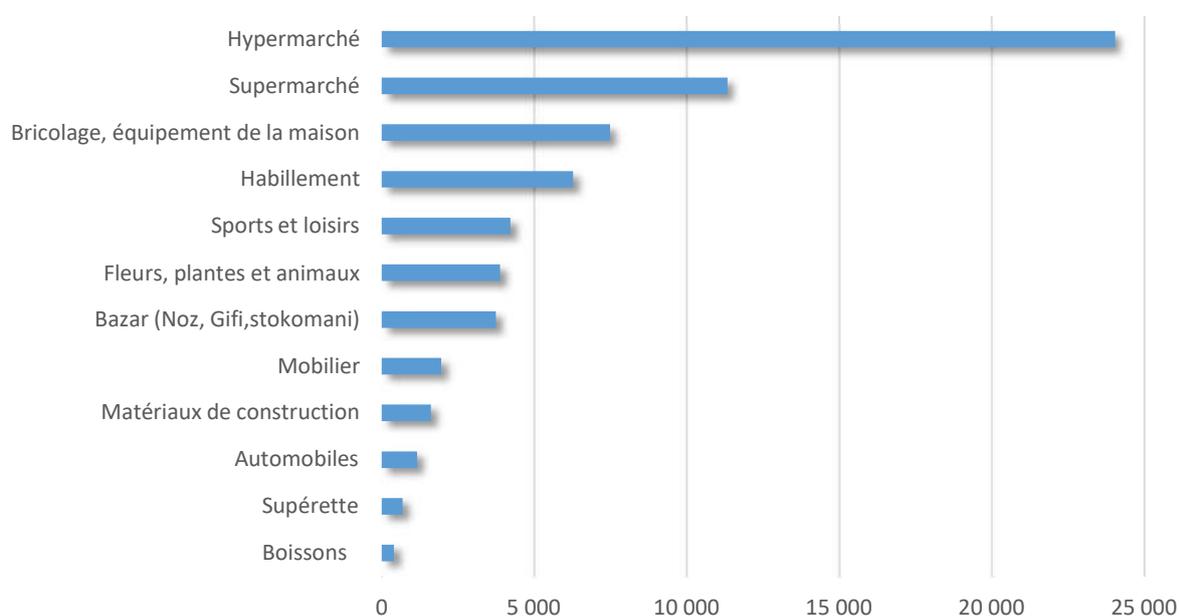
Enseigne	Commune	Surface de vente (en m <sup>2</sup> )
ALDI	Angy	765
Intermarché	Angy	2 830
Aldi	Chambly	627
C&A	Chambly	1 105
Culture Velo*	Chambly	440
E. Leclerc	Chambly	19 090
Fabio Lucci	Chambly	669
FESTI	Chambly	730
G20	Chambly	473
GIFI	Chambly	1 642
Grand Frais	Chambly	2 132
Gueudet Automobiles (Renault)	Chambly	614
Irrijardin	Chambly	850
Jardi Chambly - VILLA VERDE	Chambly	2 396
JMT*	Chambly	400
La Halle aux vêtements et chaussures	Chambly	1 800
Leader Price	Chambly	804
LIDL	Chambly	776
Maisons Plaisirs	Chambly	1 950
Maxi Toys	Chambly	1 100
Natureo	Chambly	865
NOZ	Chambly	1 152
Peugeot Neubauer	Chambly	533
Point P	Chambly	800
Sports Loisirs Leclerc	Chambly	1 950
Stokomani	Chambly	950
TATI	Chambly	645
Tom & Co	Chambly	506
V&B	Chambly	400
Vetir Gemo	Chambly	2 060
Petit Casino*	Cires les Mello	680
Monsieur Bricolage	Mesnil-en-Thelle	6 626
Carrefour Market	Neuilley-en-Thelle	1 576
Coccinelle	Noailles	730
Point P	Sainte-Geneviève	800
Super U	Sainte-Geneviève	1 798
ALDI	Villers-sous-Saint-Leu	759
Carrefour Market	Villers-sous-Saint-Leu	2 170
Vertdis	Villers-sous-Saint-Leu	580

Source : fichier Tascom<sup>2</sup> 2017 (mise à jour 2019 d'après fichier consulaire CCIO et CCT)

\*Surface de vente calculée à partir de la surface totale du commerce moins 20% considérés comme de la réserve

En 2019, les commerces de plus de 400 m<sup>2</sup> représentent environ 66 700 m<sup>2</sup> de surface de vente sur le territoire dont plus de 54% pour l'alimentaire (hypermarché, supermarché et supérette). L'extension régulière du Leclerc de Chambly et l'implantation plus récente d'enseignes mettant en avant le naturel et le bio favorisent cet état de fait. Ce sont ensuite les magasins de bricolage, et d'équipement de la personne qui sont les plus présents. Ils représentent respectivement 11 et 9% des surfaces de vente. Les sports et les loisirs, les ventes de fleurs, plantes et animaux, ainsi que les commerces de type bazar ou déstockage ont tendance à prendre de l'ampleur.

### Les hyper et supermarchés représentent plus de la moitié des surfaces de vente de plus de 400m<sup>2</sup>



#### 2- Evolution dans la grande distribution

L'évolution a été importante en 10 ans. En effet en 2010, le fichier Tascom recensait 43 200 m<sup>2</sup> de surface de vente sur la CCT. Avec les 66 700 m<sup>2</sup> actuels, la hausse atteint près de 55%. L'ouverture de nouvelles enseignes dans la zone des Portes Sud accentue ce phénomène. A terme l'ensemble commercial autour de Chamblyrama devrait compter 9 500 m<sup>2</sup> de surface de vente supplémentaire. En outre, ces chiffres ne sont qu'une partie de l'offre globale, puisque n'ont pas été pris en compte les commerces de moins de 400m<sup>2</sup>. La CCT est ainsi pourvue d'une offre commerciale importante et variée qui couvre entièrement les besoins des consommateurs. Le challenge pour les années à venir consiste donc à améliorer cette offre sans perturber le fonctionnement commercial actuel. Seules devront se développer des offres encore inexistantes sur le territoire ou venant en renfort de pôles existants.

<sup>2</sup> Tascom : Taxe sur les Surfaces Commerciales. Cette taxe est due dès la première année d'exploitation pour les commerces de vente au détail dont la surface de vente dépasse 400m<sup>2</sup> et dont le chiffre d'affaires HT (CA HT imposable de l'année précédente) est supérieur ou égal à 460 000€.

### Les autorisations en CDAC des surfaces de vente de plus de 1 000m<sup>2</sup> depuis 2010

La commune de Chambly est incontestablement la plus attractive. Sur les années considérées, elle a concentré 78% des autorisations d'ouverture de grandes surfaces de vente (Plus de 1 000m<sup>2</sup>). Il s'agit essentiellement du centre Leclerc et de cellules proches de cet hypermarché.

#### m<sup>2</sup> autorisés par secteur depuis 2010

##### Sur la commune de Chambly :

2010 : 990m<sup>2</sup> (un nouvelle cellule)  
 2013 : 6 687 m<sup>2</sup> (3 nouvelles cellules + l'extension d'un supermarché)  
 2014 : 1 750 m<sup>2</sup> (une extension)  
 2016 : 9 500 m<sup>2</sup> (13 nouvelles cellules)

##### Sur Noailles

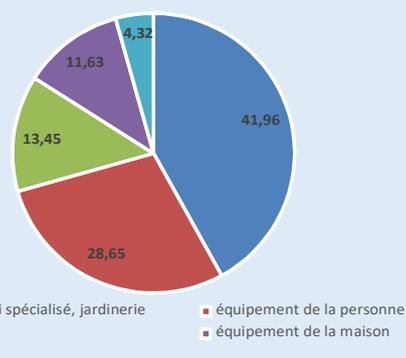
Un projet avait été autorisé en 2011 sur 6 883m<sup>2</sup>, il a été abandonné.

##### Sur le Mesnil-en-Thelle

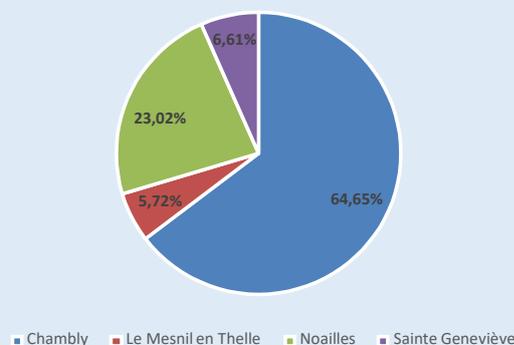
2018 : 1 710 m<sup>2</sup> (transformation de l'ancien magasin But en surface alimentaire)

##### Sur Sainte Geneviève

2018 : 3 589m<sup>2</sup> (extension d'un supermarché + un drive et un magasin non alimentaire)

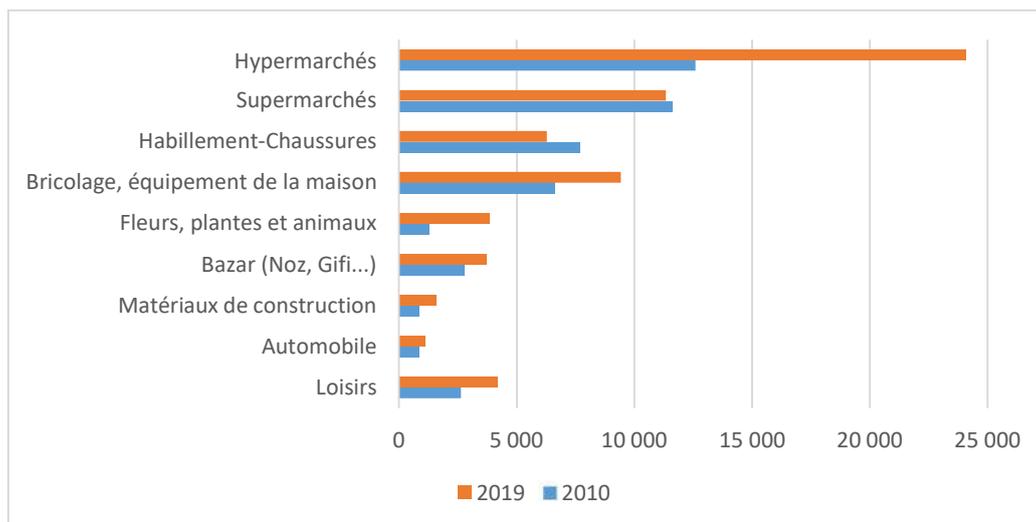


#### m<sup>2</sup> autorisés par commune depuis 2010



### Evolution des surfaces de vente entre 2010 et 2019

Une forte progression des hypermarchés, des sports et loisirs et des matériaux de construction



Source : fichier Tascom + mises à jour CCIO/CCT

### 3- Les projets sur les territoires voisins

Sur les territoires voisins, le seul projet d'envergure se situe sur la commune de Persan. Il consiste en la réalisation du centre commercial « Parenthèse » sur 8ha dont 32 000m<sup>2</sup> de surface de vente consacrés à l'art de vivre. Ce projet est actuellement en cours de réalisation. Son ouverture est prévue pour la fin de l'année 2022.



©Charoin+Donda – Architectes / btpgallery.eu

Ces dernières années, les pôles voisins de Beauvais et Creil-Saint Maximin ont également connu une forte expansion de leur offre commerciale. À Beauvais, le centre du « Jeu de paume » a ouvert ses portes. Il comprend 84 boutiques et restaurants. Sur Saint Maximin, la zone s'est développée avec notamment l'ouverture du complexe piétonnier de St Max Avenue et l'aménagement de tout le secteur autour de Castorama (zone des Haies). La mise en service en début d'année du nouvel échangeur à deux voies sur la D1016 favorise l'accessibilité et les intentions politiques sont clairement affichées pour attirer de nouvelles enseignes.

Centre commercial « Jeu de paume » à Beauvais



Photo CCI de l'Oise

« Park Avenue » à Saint Maximin

<http://oise-media.fr/park-avenue-saint-maximin/>

A proximité immédiate du territoire de la CCT, des projets essentiellement alimentaires ont été autorisés sur Bury (en 2013) et Mouy (en 2016) pour une superficie totale de 2 095m<sup>2</sup>.

### c- Les marchés

Les marchés sont des pôles de consommation de proximité par excellence qui dynamisent une commune et favorisent les agriculteurs et producteurs locaux. Le souci du consommateur d'acheter sain et local tend à redynamiser cette forme de vente. Dans cette mouvance, un nouveau marché s'installe à Angy chaque troisième vendredi du mois. Ce marché alimentaire prône le développement de circuits courts. Il est ouvert aux producteurs bio ou issus de l'agriculture raisonnée. En complément de ce marché pourraient s'ajouter des animations. Sur l'ensemble du territoire, cinq marchés se tiennent chaque semaine sur 4 communes différentes et 3 mensuellement.

	Angy*	Boran sur Oise*	Chambly	Neuilly en Thelle	Noailles	Précý sur Oise	Dieudonne
Lundi							
Mardi							
Mercredi							
Jeudi							
Vendredi							
Samedi							
Dimanche							
Marché mensuel							

#### \*Informations 2018

On recensait 83 commerçants ambulants inscrits au registre du commerce ou des métiers en 2018. Selon le fichier consulaire CCI (or répertoire des métiers) au 24/10/2022, 45 entreprises immatriculées au registre du commerce et des sociétés (RCS) sont enregistrées sur le territoire de la Communauté de Communes Thelloise et relèvent pour leur « activité principale exercée » (APE) des sous-classes « *commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés* », « *commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés* » ou « *autres commerces de détail sur éventaires et marchés* » de la Nomenclature d'Activités Française (NAF).

À noter : certaines entreprises dont l'« activité principale exercée » ne correspond pas à l'une de ces sous-classes pratiquent cependant la vente sur marchés en complément d'autres outils de distribution (e-commerce...).

## B- LES POLES COMMERCIAUX

Méthodologie :

L'identification des pôles commerciaux de la CCT a été faite selon plusieurs critères définis pour une étude réalisée par la CCI de l'Oise en 2016 sur les pôles commerciaux du département. Ces critères permettent d'établir la taille des pôles. Ils ont été mis à jour pour le présent DAACL :

- La population (Source : Insee 2019 – Population 2016),
- Le nombre et le type de commerces dans la commune (Source : fichier consulaire et Sirene 04/2019),
- Le montant des dépenses<sup>3</sup> des consommateurs isariens (Source : AID 2018 – Dépenses 2017),
- L'accessibilité (Principales routes d'accès).

Ainsi, 5 types de pôles ont été définis :

- Pôle majeur,
- Pôle structurant,
- Pôle intermédiaire,
- Pôle relais,
- Pôle de proximité.

**Le pôle majeur** se caractérise par :

- Une population de plus de 22 000 habitants **et/ou**
- Un chiffre d'affaires généré de plus de 300 millions d'euros **et/ou**
- Un ou des hypermarché(s) et supermarché(s), un équipement commercial complet et concurrentiel notamment une offre culturelle dédiée en grande surface

**Le pôle structurant** se caractérise quant à lui par :

- Une population comprise entre 5 000 et 22 000 habitants (sauf pour les pôles ayant une offre commerciale exclusivement périphérique -> la population peut être moins importante) **et/ou**
- Un chiffre d'affaires généré entre 50 et 200 millions d'euros **et/ou**
- Au moins un hypermarché et une offre commerciale complète sans offre culturelle dédiée en grande surface

**Le pôle intermédiaire** se caractérise par :

- Une population entre 2 000 et 13 000 habitants (sauf pour les pôles ayant une offre commerciale exclusivement périphérique -> la population peut être moins importante) **et/ou**
- Un chiffre d'affaires généré entre 4 et 80 millions d'euros **et/ou**
- Au moins un supermarché ou un hypermarché, et une offre commerciale de proximité

**Le pôle relais** se caractérise par :

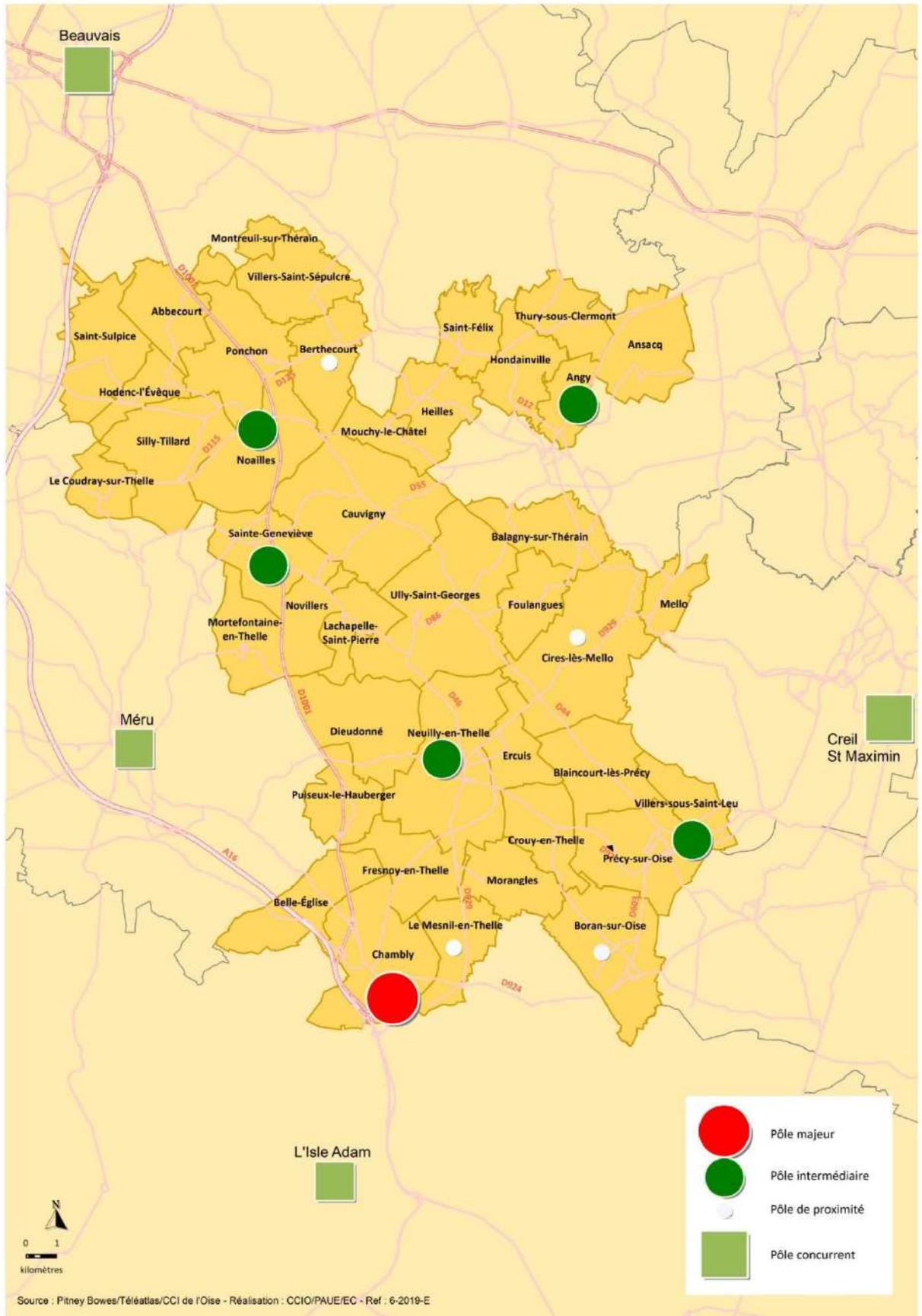
- Une population entre 1 000 et 4 000 habitants (sauf pour les pôles ayant une offre commerciale exclusivement périphérique -> la population peut être moins importante)
- Un chiffre d'affaires généré entre 150 000 et 42 millions d'euros
- Au moins un supermarché

**Le pôle de proximité** se caractérise par :

- Une population inférieure à 4 000 habitants **et/ou**
- Un chiffre d'affaires généré entre 10 000 € et 10 millions d'euros **et/ou**
- Au moins quatre commerces de proximité dont une supérette ou une alimentation générale, une boulangerie, un bar (ou restaurant).

<sup>3</sup> Le chiffre d'affaires correspond aux dépenses des ménages dans le pôle

### Les pôles commerciaux de la CCT



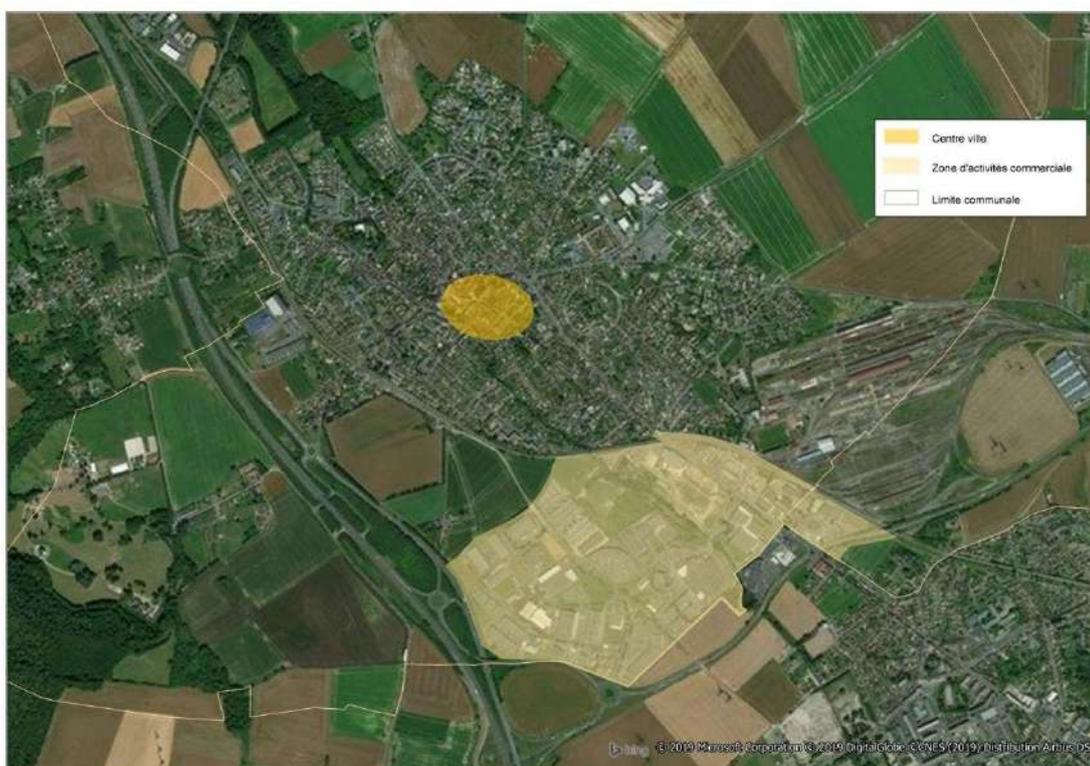
L'offre commerciale dans la CCT se concentre sur la commune de Chambly avec la zone d'activités très attractive des Portes de l'Oise. Dans son prolongement, l'aménagement récent des Portes Sud de l'Oise autour du multiplexe « Chamblyrama » complète l'offre déjà existante.

Par ailleurs, l'offre se répartit dans cinq pôles intermédiaires. Trois sont localisés le long de la départementale D1001 : Noailles, Sainte Geneviève et Neuilly-en-Thelle. Un autre pôle plus excentré au nord-est du territoire propose une offre commerciale variée structurée autour de trois communes voisines : Angy, Bury et Mouy. Par ailleurs, le fonctionnement commercial des pôles de Précly-sur-Oise et de Villers sous Saint Leu permettent de considérer ces communes en un seul pôle intermédiaire. En effet l'offre en périphérie de Villers-sous-St-Leu et celle de proximité de Précly-sur-Oise fonctionnent avec la même clientèle.

Enfin quatre pôles de proximité répartis sur l'ensemble du territoire permettent à une population locale d'effectuer les achats de première nécessité : Berthecourt, Boran-sur-Oise, Cires-les-Mello et Le Mesnil-en-Thelle.

#### a- Chambly, un pôle majeur dont l'attractivité rayonne au-delà du territoire

Chambly est considérée comme l'un des pôles majeurs du département avec ceux des trois agglomérations de Beauvais, Compiègne et Creil-St Maximin. La commune est le centre névralgique du territoire grâce à un centre-ville dynamique et principalement sa zone d'activités des Portes de l'Oise qui s'est développée sur 88ha au sud de la commune, autour du centre Leclerc. Elle s'étend également sur la commune du Mesnil-en-Thelle. Son attractivité rayonne autant sur l'Oise que sur le Val d'Oise. D'ici la fin de l'année, l'éclosion du nouveau centre commercial « Parenthèse » à Persan Beaumont se fera dans le prolongement des Portes de l'Oise.



Source : Pitney Bowes-Bing2019/Mapeco60-CCI de l'Oise

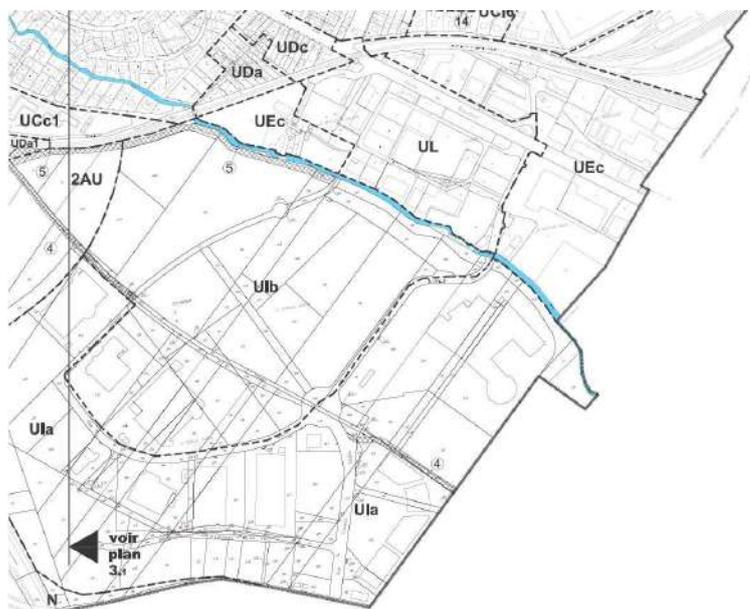


Photos CCI de l'Oise

### 1- La zone d'activités des Portes de l'Oise

Sur la totalité de la zone, 67% des terrains sont dédiés spécifiquement au commerce, soit 59ha répartis de la façon suivante :

- Les Portes de l'Oise (zonage Ula, Ulb) : 64.2ha dont 35ha dédiés au commerce
- Les Portes sud de l'Oise (zonage UL) : 8.3ha (vocation : loisirs, commerces, services, hôtels et restaurants)
- Zone d'activité privée n°3 (zonage UEc) : 15.4ha



Source : PLU approuvé en 2009

La zone est bien desservie par la route, notamment par l'A16, la D1001, la D200 et la D924. Elle se trouve ainsi à 10 minutes des communes environnantes et à 30 minutes environ de villes plus importantes comme Beauvais, Creil, ou Senlis.



Source Michelin

Un service de transport à la demande (Pass Thelle bus) relie le centre-ville de Chambly à la zone commerciale. Le service fonctionne du lundi au samedi de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 18h30.

- Depuis L'Isle Adam : D922 – D301 (environ 10 minutes)
- Depuis Méru : via D923 (environ 20 minutes) ; par A16 (environ 10 minutes)
- Depuis Neuilly-en-Thelle : via D49 (environ 10 minutes)
- Depuis Noailles : via D1001 (environ 20 minutes)
- Depuis Beauvais via D1001 (environ 40 minutes) ; via A16 (environ 30 minutes)
- Depuis Montataire-Nogent sur Oise-Creil : via D200-D92-D603-D924-D4 (environ 30 minutes)
- Depuis Chantilly : D909-D924-D4 (environ 25 minutes)
- Depuis Senlis : via D924-D4 (environ 40 minutes)

## 2- Evolution du pôle depuis 2010

Le centre-ville de Chambly se porte plutôt bien avec une variété de commerces qui permettent des achats réguliers quotidiens et/ou hebdomadaires. La réouverture prochaine du G20 est plutôt réconfortante pour le maintien du petit commerce ; et ce d'autant plus que la zone d'activités se développe régulièrement avec de nouveaux commerces et de nouveaux services.

Dans la zone d'activités entre 2010 et 2018, 6,5ha de terrain ont été consommés :

- 5,8ha, pour le pôle cinéma
- 7 400m<sup>2</sup> pour le bâtiment Aubade
- 2 780m<sup>2</sup> pour l'espace de stockage Mecadrum (pas commerce)

S'ajoute à cette consommation, 1.2ha pour les implantations qui ont eu lieu sur la commune de Persan hors territoire de la Thelloise :

- 6 500m<sup>2</sup> pour la réorganisation d'un ancien bâtiment (maintenant Action, KFC, L'Univers du Peintre, Boulangerie Louise, Litrimarché)
- 2 000m<sup>2</sup> pour Pizza Del Arte
- 3 500m<sup>2</sup> pour l'extension du parking O'Marché Frais

### Zone des Portes de l'Oise en 2013



Source : Orthophotographie 2013-Conseil Régional de Picardie/CCI de l'Oise-Mapeco60

### Zone des Portes de l'Oise en 2018



Source : Pitney Bowes-Bing 2019/CCI de l'Oise-Mapeco60

*En rouge, la consommation foncière depuis 2010*

*L'ellipse rouge représente le projet de centre commercial « Parenthèse » sur Persan*

*Il reste sur la zone 6ha de foncier disponibles, derrière le Leclerc Sport-Loisirs.*

### 3- Evolution pour les années à venir

Plusieurs projets évoqués dans le PLU en cours pourraient compléter l'offre commerciale sur Chambly, notamment :

- sur le pôle gare où plusieurs ha sont prévus pour les activités. L'enjeu est de proposer une offre commerciale d'hyper-proximité (ex. boulangerie, boucherie) répondant aux besoins des habitants du quartier. La commune souhaite limiter les implantations à quelques cellules commerciales intégrées aux nouveaux logements.

On peut noter que la grande parcelle signalée sur la carte est destinée à recevoir d'autres activités économiques (à vocation productive notamment, industrielles), une part d'équipements publics et des logements.

**Objectifs de la rénovation du pôle gare :**

Constituer une nouvelle unité centrale au territoire par la création d'un pôle gare à proximité du centre-ville

Permettre le développement d'un tissu d'activités et de service dans les nouveaux quartiers d'habitation

Développer l'offre de stationnement à proximité des commerces et des équipements

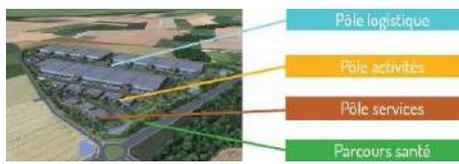


Photo : PADD Chambly

- à proximité du futur pôle logistique où un pôle d'activités pouvant accueillir environ 12 entreprises et 250 emplois ainsi qu'un point de restauration et des services de proximité pour les personnes qui travailleront sur place.



Photos : Commune de Chambly, mise en compatibilité du PLU 2018



Projet de développement d'un pôle services, commerces, activités et logistiques

A la périphérie, sur la commune de Persan hors territoire Thelloise, le centre commercial « Parenthèse » devrait ouvrir fin 2022. Le projet global se réalise sur 8ha dont 32 000m<sup>2</sup> de surface de vente consacrés à l'art de vivre.



Photo : btpgallery.eu

Le complexe commercial fait partie intégrante d'une ZAC de 55ha dont 13ha sont destinés à un pôle logistique, 12ha aux PME-PMI, 8ha aux commerces et services.

**Les pôles commerciaux existants et en projet sur la commune de Chambly**



## b- Cinq pôles intermédiaires structurent le commerce du nord au sud et d'est en ouest

Le commerce de la CCT, outre le pôle majeur de Chambly, se structure autour de cinq pôles offrant à la fois commerces de proximité et un super ou hypermarché qui attirent une clientèle locale mais aussi périphérique. Trois d'entre eux se répartissent essentiellement le long de la D1001 : Noailles, Sainte Geneviève et Neuilly-en-Thelle, tandis que les autres couvrent l'est du département, l'un au nord : Angy, l'autre au sud : Précly-sur-Oise/Villers-sous-St Leu.

### 1- Pôle d'Angy-Bury-Mouy

Le pôle d'Angy est excentré par rapport au territoire. Situé au nord-est de celui-ci, son fonctionnement commercial est indissociable de celui des communes de Bury et Mouy (membres de l'intercommunalité attenante du Pays du Clermontois). Ainsi, il bénéficie autant à la CCT qu'au territoire voisin. En effet, si le centre bourg d'Angy attire une clientèle de proximité, sa zone d'activités jouxte celles de ses voisines et forme ainsi une zone de chalandise plus étendue. Les commerces sont principalement implantés le long de la D12 et de la D929.

#### Les ZA contigües d'Angy-Bury-Mouy



Source : Pitney Bowes/Bing 2019/CCI de l'Oise



Source Michelin

Angy est situé au centre de 3 grands axes routiers : la D1001, la RN31 et la D1016, néanmoins son accessibilité se fait par des axes secondaires.

En voiture, le temps de trajet à partir des pôles voisins varie de 10 à 30 minutes :

- Depuis Noailles : via la D137 (environ 15 minutes)
- Depuis Clermont : via la D929 (environ 10 minutes)
- Depuis Beauvais : via la D12 (environ 30 minutes)
- Depuis Neuilly en Thelle : via les D12-D922 (environ 20 minutes)

➤ Evolution du pôle depuis 2010

Sur la commune même d'Angy, le commerce n'a pas connu d'évolution. La zone d'Intermarché est aujourd'hui telle qu'elle était en 2013. Au PLU arrêté en avril 2018, le zonage dédié aux activités économiques reste de 3ha.

**2013**



Source : Orthophotographie 2013/Conseil Régional de Picardie/CCI de l'Oise-Mapeco60

**2018**



Source : Pitney Bowes-Bing 2019 / CCI de l'Oise-Mapeco60

A proximité, sur les communes de Bury et Mouy hors territoire de la Thelloise, 2 095 m<sup>2</sup> ont été autorisés en CDAC depuis 2010. Ces autorisations concernent l'extension du Lidl de Bury sur 213.88m<sup>2</sup> et l'ouverture d'un Leclerc sur Mouy sur 1 880,84 m<sup>2</sup>. Depuis, ce dernier projet a été abandonné. La consommation foncière pour des activités commerciales sur ces zones d'activités a donc été très faible depuis ces 8 dernières années.

**Zones d'activités de Bury et Mouy en 2013**



**Zone d'activités de Bury et Mouy en 2019**



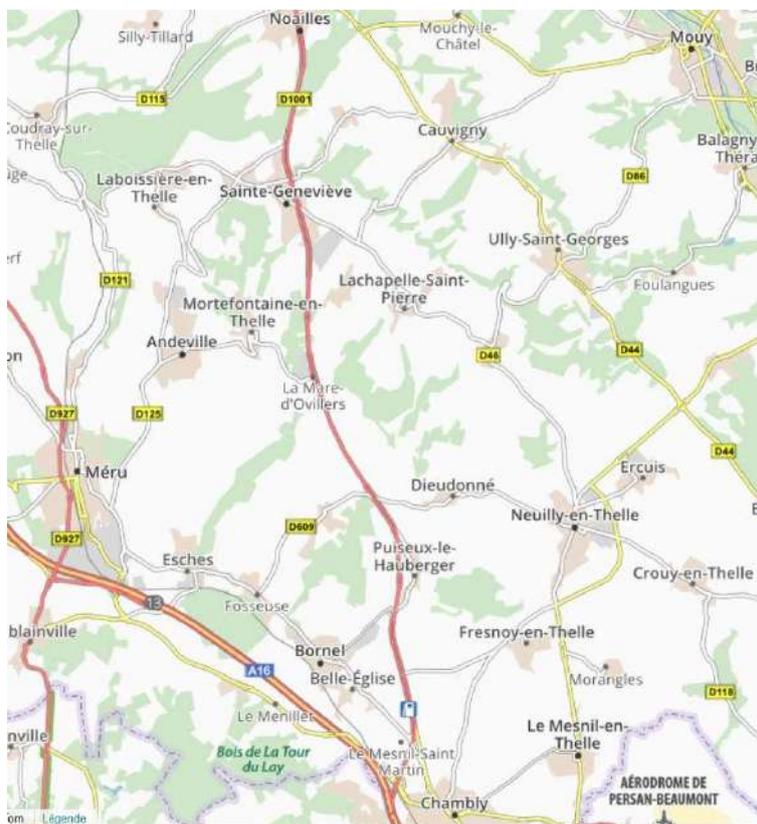
Source : Orthophotographie 2013-Conseil Régional de Picardie CCI Source : Pitney Bowes–Bing 2019/CCI de l'Oise-Mapeco60 de l'Oise-Mapeco60

## 2- Pôle de Neuilly-en-Thelle

Neuilly-en-Thelle possède un centre-ville avec des commerces de proximité et un supermarché en périphérie dans la zone d'activités. C'est cet établissement qui donne à ce pôle toute sa dimension. La commune est située en retrait de la RD1001 mais depuis 2021, elle est reliée par le nouveau barreau routier qui relie la RD 1001 à la RD 49 réalisé par la CC Thelloise dans le cadre du désenclavement du plateau du Thelle. Des itinéraires depuis Noailles par la D46 et depuis Sainte-Geneviève par la D44 permettent d'accéder directement à la zone d'activités sans passer par le centre-ville de Neuilly-en-Thelle.

Source Michelin

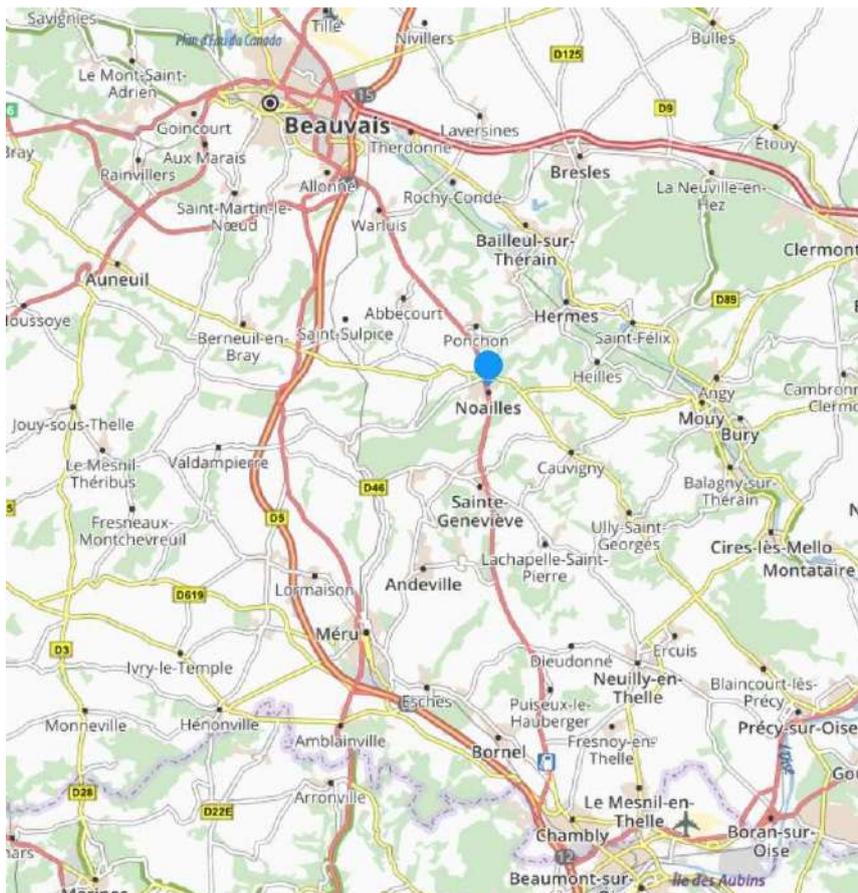
La commune n'a pas de zone d'activités intégralement dédiée au commerce. Son fonctionnement commercial est stable. Aucune transformation importante ne s'est réalisée depuis 10 ans.



## 3- Pôle de Noailles

La commune de Noailles a un centre bourg assez dynamique offrant tous les commerces de proximité. Comme Sainte-Geneviève, elle est traversée par la D1001. Les flux de circulation ne favorisent pas le stationnement et la déambulation entre les deux côtés de la route.

Le pôle est facilement accessible dans un axe nord-sud mais c'est plus compliqué pour les communes situées de part et d'autre de la D1001. Les consommateurs doivent circuler sur des axes secondaires.



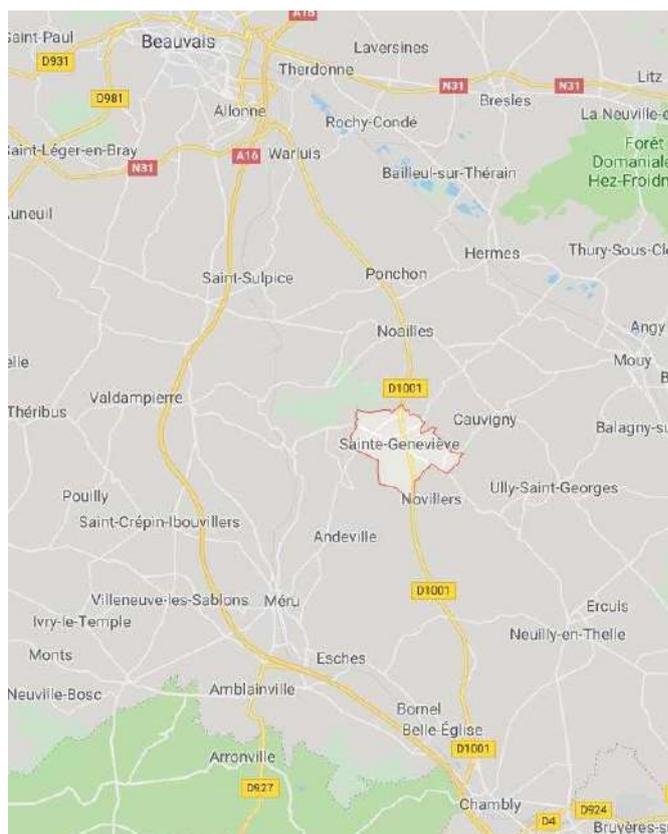
Source Michelin

La commune n'a pas de zone d'activités spécialement dédiée au commerce. Elle compte un supermarché à l'écart du centre-ville qui draine une clientèle locale. Il n'y a pas eu d'évolution importante durant ces 10 dernières années.

#### 4- Pôle de Sainte-Geneviève

Le pôle commercial de Sainte Geneviève s'étend le long de la D1001 qui traverse la commune. On y trouve à la fois du commerce de proximité et un supermarché avec sa galerie marchande, bien implanté au cœur de la ville.

L'accessibilité en voiture est aisée mais le stationnement plus problématique. Au vu des flux de circulation, la traversée de la D1001 n'est pas toujours simple et ne favorise pas la déambulation d'un côté à l'autre de la voie, tout comme l'implantation des commerces qui est intermittente et assez étalée le long de la route.



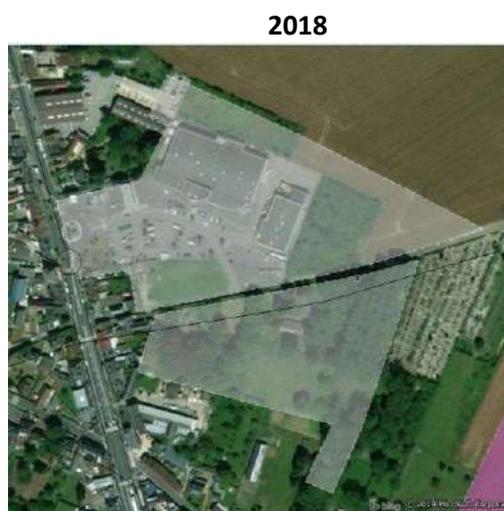
Source Michelin

#### ➤ Evolution du pôle depuis 2010

Le pôle de Sainte-Geneviève n'a pas connu d'évolution marquante depuis 2010. Il n'y a pas eu d'implantation supplémentaire dans la zone d'activités.



Source : Orthophotographie 2013/Conseil Régional de Picardie  
CCI de l'Oise-Mapeco60



Source : Pitney Bowes-Bing 2019/CCI de l'Oise-Mapeco60

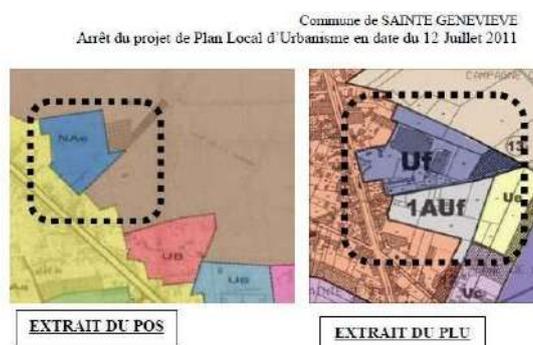
La commune est directement placée sur la D1001, ce qui facilite les liaisons nord-sud. Les liaisons est-ouest sont moins faciles.

Le pôle de Sainte-Geneviève est relativement central dans le territoire. L'accès aux autres pôles de la CCT se fait en 15 minutes environ :

- Chambly, via la D1001
- Neuilly-en-Thelle, via la D46
- Méru, via la D125

Il faut 20 minutes environ pour aller via la D1001 jusqu'à la ZAC de Ther à Beauvais.

Par contre, la commune a souhaité favoriser le développement du commerce. Dans le PLU approuvé en 2012, un nouveau zonage 1AUf de 2ha a été ajouté. il est destiné à une urbanisation future à vocation de services, commerces et bureaux.



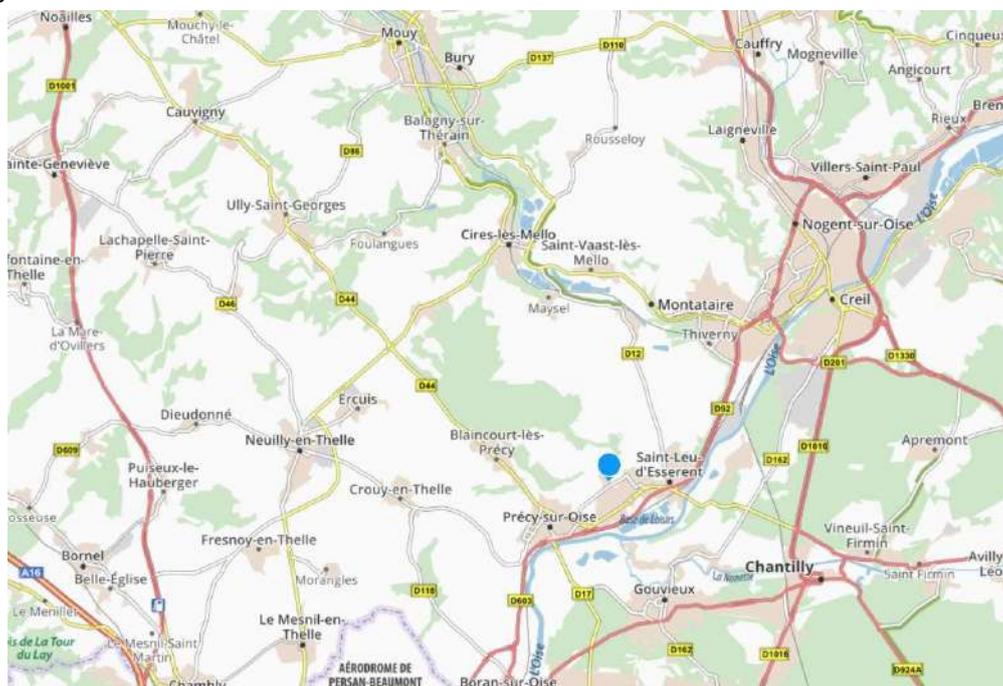
*Source : document d'urbanisme commune de Chambly*

Une décision récente en CDAC (05/2018) autorise une extension de 685m<sup>2</sup> du Super U et la construction d'un drive ainsi que l'ouverture d'un nouveau magasin de 1 094m<sup>2</sup> de surface de vente en cours d'achèvement.

#### 5- Pôle de Précý-sur-Oise/Villers-sous-St-leu

Le commerce sur la commune de Précý-sur-Oise est essentiellement implanté en centre bourg, mais les achats alimentaires des habitants se font également dans les grandes surfaces sur la commune voisine de Villers sous St leu. Cette dernière a en effet développé depuis plusieurs années une zone d'activités commerciale attractive dont l'offre en supermarché s'est complétée récemment d'autres commerces et services : garage, restauration, fleuriste... Le fonctionnement commercial de ces deux communes est ainsi indissociable. Elles forment à elles deux un pôle intermédiaire à part entière.

L'accessibilité à ce pôle est relativement aisée par la D603, la D924 et la D92 qui relie Chambly à Nogent-sur- Oise, et la D44 sur un axe nord-sud (Noailles-Chantilly). Toutefois, ces portions présentent de plus en plus des problèmes de ralentissement et de sur-fréquentation routière, notamment en cœur de village. *Source : Michelin*



➤ Evolution du pôle depuis 2010

Les deux communes ont approuvé leur PLU en 2017. Les zonages économiques ont changé sans qu'il n'y ait de modification des surfaces foncières dédiées aux activités économiques. Ainsi, sur Villers-sous-st Leu, la fusion des zonage UEc (secteur commerce 3,9ha), 1NAe et UEa (secteur artisanat 5,8ha) n'opère aucun changement de surface (12,7ha). De même sur Précý sur Oise, le zonage UEa passe en UE, et le 1NAe en 1AUe (OAP de 1,65ha) pour des superficies quasiment identiques.

Plusieurs commerces se sont implantés dans la zone d'activités de Villers-sous-St leu depuis 2013. Environ 5 000m<sup>2</sup> ont été ainsi consommés. Globalement sur les 12ha de la zone, 7ha sont dédiés au commerce.

**La consommation foncière entre 2013 et 2019  
dans la zone d'activité de Villers sous St Leu/Précý sur Oise**

**2013**



Source : Orthophotographie 2013-Conseil Régional de Picardie/POS-PLU des communes/CCI de l'Oise-Mapeco60

**2018**



Source : Pitney Bowes-Bing2019/PLU-POS des communes/CCI de l'Oise-Mapeco60

En rouge : les terrains consommés depuis 2013

Sur la commune de Précý-sur-Oise, le zonage 1AUe est soumis à une OAP (Orientation d'Aménagement et de Programmation). Elle a pour objectif l'aménagement d'une zone pouvant accueillir des activités économiques, artisanat, bureaux, commerces et services.

c- **Quatre pôles de proximité complètent l'offre commerciale malgré la centralisation croissante**

Les pôles de proximité ont vocation à satisfaire les besoins de première nécessité de la population locale. Ils offrent une supérette ou une alimentation générale et quelques commerces tels que salon de coiffure, bar-tabac, boulangerie. Ce sont des pôles souvent en danger du fait de la centralisation croissante du commerce sur les pôles intermédiaires qui, en favorisant l'ouverture de supermarchés alimentaires et autres enseignes, mettent en difficulté le petit commerce. Par ailleurs, les consommateurs ont tendance à faire leurs courses toutes les semaines dans un centre attractif multi-spécialisé, plutôt que de consommer sur place au jour le jour. Il y a 3 ans, la commune d'Ully-St Georges a ainsi perdu sa supérette et par là même sa qualité de pôle de proximité. Actuellement le territoire de la CCT compte quatre pôles de proximité : Berthecourt, Boran-sur-Oise, Cires-les-Mello et Le Mesnil-en-Thelle.

### Berthecourt



Photo CCI de l'Oise

- |                   |                                   |
|-------------------|-----------------------------------|
| 1 épicerie        | 1 vente de biens d'occasion       |
| 1 boulangerie     | 1 fleuriste                       |
| 2 garages         | 1 vente de charbon et combustible |
| 1 bar-tabac       | 1 salon de coiffure               |
| 1 restaurant      |                                   |
| 1 pompes funèbres |                                   |

### Boran-sur-Oise



Photo CCI de l'Oise

- |                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| 1 supérette                      | 2 coiffeurs         |
| 2 boulangeries                   | 1 salon de tatouage |
| 1 bar-café-tabac                 | 1 pharmacie         |
| 6 restaurants/débits de boissons | 1 salon de beauté   |
| 1 fleuriste                      | 1 banque            |

### Cires-les-Mello



Photo CCI de l'Oise

### Le Mesnil-en-Thelle



Photo CCI de l'Oise

1 supérette  
2 boulangeries  
1 boucherie  
1 garage  
1 café  
4 restaurants  
1 vente biens occasion

1 fleuriste  
1 laverie-auto  
1 auto-école  
1 cabinet d'assurance  
1 banque  
1 magasin de sport  
1 maison de la presse

1 supérette  
1 boulangerie  
1 garage  
1 magasin de bricolage

1 restaurant  
2 coiffeurs  
1 pharmacie

Outre son centre-ville, le pôle du Mesnil-en-Thelle a la particularité d'accueillir sur son territoire une petite partie de la zone d'activité des Portes de l'Oise. Aux côtés de Monsieur Bricolage, l'ancien magasin But a été réaménagé pour accueillir deux grandes enseignes dédiées à l'alimentaire. Ces commerces fonctionnent davantage avec la clientèle des Portes de l'Oise et viennent ainsi conforter ce pôle majeur.

### Zonage Ue sur la commune du Mesnil-en-Thelle dans la continuité de la zone de Chambly (5ha)



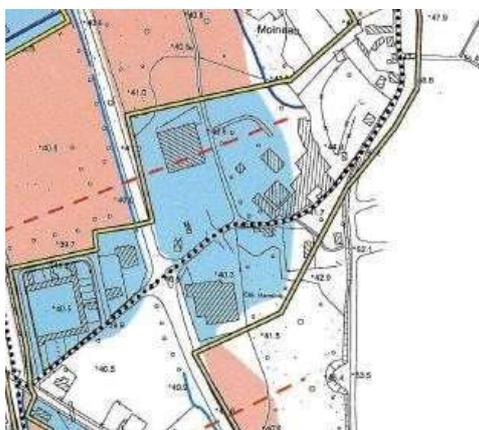
*En rouge : transformation de la surface de vente de But accordé en CDAC de décembre 2018 (1710m<sup>2</sup>).*

## C- DES CONTRAINTES ENVIRONNEMENTALES TRES LOCALISEES

Le SCoT de la CCT a identifié les contraintes environnementales du territoire. En ce qui concerne l'activité commerciale, en prenant en compte les centres-villes et les zones d'activités, peu de communes sont impactées. Des précautions doivent néanmoins être prises sur les communes d'Angy et de Sainte Geneviève.

### a- Angy dans une zone bleue du PPRI

En matière de cours d'eau et plans d'eau, il existe un ruisseau à proximité de la ZAE « *Intermarché* » d'Angy (ruisseau « *ru de Moineau* »). La DREAL identifie autour du site des zones humides d'après le critère végétation, mais sans impact immédiat sur la zone.



En matière d'inondation, la zone d'activités « *Intermarché* » est dans la zone bleue du PPRI du Thérain aval. En cas de projet d'extention des précautions liées au PPRI devront être prises en compte.

### b- Sainte Geneviève située à proximité d'une zone de captage d'eau

La zone « *Super U* » de Sainte-Geneviève est proche du périmètre d'une Aire d'Alimentation de Captage « *Grenelle* » selon *Cartélie*. Elle n'est toutefois pas touchée directement et ne remet pas en cause l'aménagement futur de la zone.



Source : Cartelie - En rouge : la zone d'activités commerciale

Outre ces deux cas, l'indication peut être fait sur la zone des Portes de l'Oise bordée par le cours d'eau de l'Esches. Toutefois, cette zone commerciale n'est pas concernée par un PPRi ou par un Atlas des Zones Inondables signalant un risque d'inondation. L'absence de données ne garantit toutefois pas l'absence de risques.



Source : Cartelie

## II- ANALYSE DU FONCTIONNEMENT COMMERCIAL

### Préambule

Dans le contexte actuel, le commerce et l'artisanat sont des facteurs déterminants de développement équilibré de la ville, grâce aux emplois qu'ils créent, aux services qu'ils rendent aux particuliers, à l'animation et aux liens sociaux qu'ils génèrent.

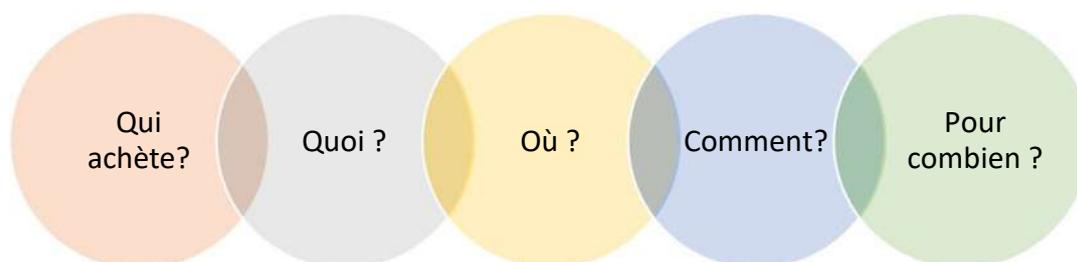
Au cours des dernières années, la transformation des modes de vie et des comportements d'achat des consommateurs a entraîné de profondes mutations du secteur de la distribution.

Elles se sont traduites par le développement des grandes surfaces, l'apparition de nouvelles formes de commerce mais aussi, dans certains cas, par la dévitalisation des centres-villes entraînant la réduction des activités commerciales.

C'est à partir de ce constat global que le législateur a rendu le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial à nouveau obligatoire.

L'observatoire AID permet de mieux comprendre les modes de consommation sur les territoires, préalable indispensable à la définition d'une stratégie.

Cet observatoire s'appuie sur des enquêtes de consommation et de comportements d'achat qui ont pour objectifs, pour une trentaine de produits de consommation courante, de quantifier et de qualifier la consommation des ménages en répondant aux questions suivantes :



## Objectifs de l'observatoire des flux de consommation AID

L'Observatoire AID (Analyse Informatique des Données) a développé un outil d'aide à la décision relative au commerce. Il permet l'exploitation de bases de données de flux de consommation. Il met à la disposition de la CCI des calculs statistiques offrant la possibilité de gérer des données portant sur le comportement d'achat des ménages, les aspects sociodémographiques et l'offre commerciale.

L'outil permet de quantifier les flux de consommation sur l'ensemble du département de l'Oise, mais également à l'échelle d'un bassin de vie. Le découpage permet donc d'extraire et d'analyser les données à l'échelle de Communauté de Communes Thelloise.

Les objectifs de l'observatoire sont :

⇒ **Valoriser la consommation en identifiant les comportements d'achats des ménages :**

- ✗ Montant des dépenses
- ✗ Destinations géographiques
- ✗ Destinations par forme de vente
- ✗ Taux d'attraction et d'évasion...

⇒ **Quantifier l'attractivité des polarités commerciales**

- ✗ Chiffre d'affaires des lieux d'achats : agglomérations, villes, pôles, points de vente...
- ✗ Zones de chalandise
- ✗ Niveaux de concurrence

⇒ **Etudier les principales évolutions**

- ✗ Evolution des dépenses des ménages, du chiffre d'affaires, de l'évasion (comparaison à 2010)

## Méthodologie

### Les quotas

L'élaboration et la prise en compte de quotas permettent de garantir la représentativité des réponses collectées.

Ces quotas sont de nature :

- sociologique (taille du ménage décomposée en 3 tranches) et catégories socio professionnelles
- géographique (pour Senlis, milieux urbains : des sous zones basées sur des périmètres IRIS)

### Les produits

#### *Alimentaire :*

01. Viande Charcuteries Volailles
02. Fruits et légumes
03. Epicerie et boissons non alcoolisées
04. Beurre, œuf, fromage, lait
05. Poissons frais, crustacés, coquillages frais
06. Boissons alcoolisées
07. Boulangerie, pâtisserie
08. Produits surgelés

#### *Équipement de la personne :*

09. Chaussures
10. Parfumerie, hygiène, beauté
11. Horlogerie, bijouterie, maroquinerie
12. Habillement enfant moins de 12 ans
13. Habillement homme
14. Habillement femme
15. Sous-vêtements, lingerie (hommes et femmes)
16. Opticien

#### *Équipement de la maison :*

17. Mobilier dont literie et mobilier de jardin
18. Appareils d'équipements ménagers
19. Articles de décoration, art de la table, linge de maison
20. Bricolage
21. Fleurs, plantes

#### *Culture, loisirs :*

22. Appareil audio-visuel
23. Articles et matériels de sport, camping, musique
24. Jouets, loisirs créatifs, jeux, consoles vidéo
25. Livres, papeterie, journaux, presse, article de bureau
26. Informatique, logiciels, accessoires, matériel de téléphonie
27. CD, DVD, téléchargement légal

#### *Pharmacie :*

28. Parapharmacie, pharmacie, articles médicaux

#### *Coiffure, Pressing :*

29. Coiffure, beauté, soin esthétique
30. Pressing, cordonnerie, clé minute

### ⇒ *Questionnement :*

*La dernière fois que vous avez acheté des fruits et légumes, dans quel point de vente était ce ?*

- *Point de vente précis*
- *Ou pôle commercial + forme de vente*
- *Ou commune + forme de vente*

⇒ **Mode de collecte** : RDV téléphonique

### Les Indices de Disparité de Consommation (IDC)

Les indices de disparité des dépenses de consommation (IDC) sont des coefficients qui, appliqués à des statistiques nationales de consommation des ménages (la dépense commercialisable ou DC), permettent de traduire, localement, la réalité des dépenses des ménages résidant sur une zone de chalandise.

**Ils sont calculés à partir d'une base 100 nationale. Un IDC de 110 pour un produit sur un territoire signifie que sa consommation par les ménages concernés est supérieure de 10 % à la moyenne nationale.**

Les IDC reposent sur deux sources de données : **l'enquête sur le BDF "budget des familles" et le recensement de l'INSEE**. Ils sont calculés à l'IRIS pour 52 postes IDC auxquels sont rattachés 156 produits de consommation répartis en 7 familles : alimentaire, équipement de la personne, équipement de la maison, culture loisirs, soin de la personne, automobile et divers. L'IRIS, « Ilots Regroupés pour l'Information Statistique » est le niveau géographique le plus fin de l'INSEE actuellement disponible (environ 55 000 quartiers IRIS en France).

**Les IDC sont calculés à partir d'un modèle statistique qui prend notamment en compte des variables explicatives.** Pour chacun des produits, on identifie les variables explicatives de la consommation (4 à 5 en moyenne vraiment significatives). Elles révèlent des disparités géographiques et démographiques: nombre de personnes au foyer, d'actifs et inactifs du ménage, d'enfants de moins de 2 ans, d'enfants de 3 à 13 ans, de femmes de plus de 14 ans, d'hommes de plus de 14 ans, l'âge de la personne de référence, sa catégorie socioprofessionnelle, son diplôme, l'ancienneté dans le logement, le nombre de pièces, le statut d'occupation, le nombre de véhicules, le type de commune et taille de l'aire urbaine, etc...

Le modèle de calcul met en évidence les spécificités de chaque produit quant au comportement d'achat des ménages. Toutes les caractéristiques utiles de la population sont prises en compte, y compris les revenus par une approche complémentaire.

## A- LA CONSOMMATION DES MENAGES

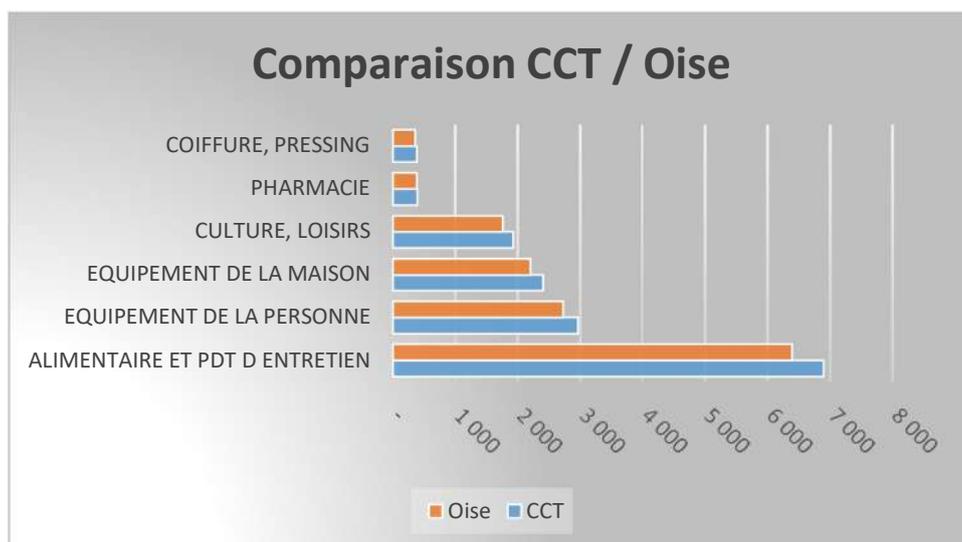
### ➤ Une dépense commerciale par ménage supérieure à la consommation moyenne nationale

Produits	DC (€)	DC/ménage	% DC/ménage	IDC
ALIMENTAIRE ET PDT D'ENTRETIEN	170 527 227	6 894	46,1	108
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	73 182 523	2 959	19,8	113,1
EQUIPEMENT DE LA MAISON	59 422 516	2 402	16,1	107,1
CULTURE, LOISIRS	47 538 796	1 922	12,9	111,2
PHARMACIE	9 683 302	391	2,6	98,1
COIFFURE, PRESSING	9 570 818	387	2,6	112,5
Total	369 925 182	14 956	100	109

Le poste Pharmacie est le seul poste sur lequel les ménages de la CDC de la Thelloise ont une consommation inférieure à la moyenne nationale.

### ➤ Une dépense commerciale par ménage supérieure à la consommation moyenne départementale

Produits	CCT	OISE
ALIMENTAIRE ET PDT D'ENTRETIEN	6 894	6 387
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 959	2 723
EQUIPEMENT DE LA MAISON	2 402	2 202
CULTURE, LOISIRS	1 922	1 756
PHARMACIE	391	385
COIFFURE, PRESSING	387	353
Total	14 955	13 806



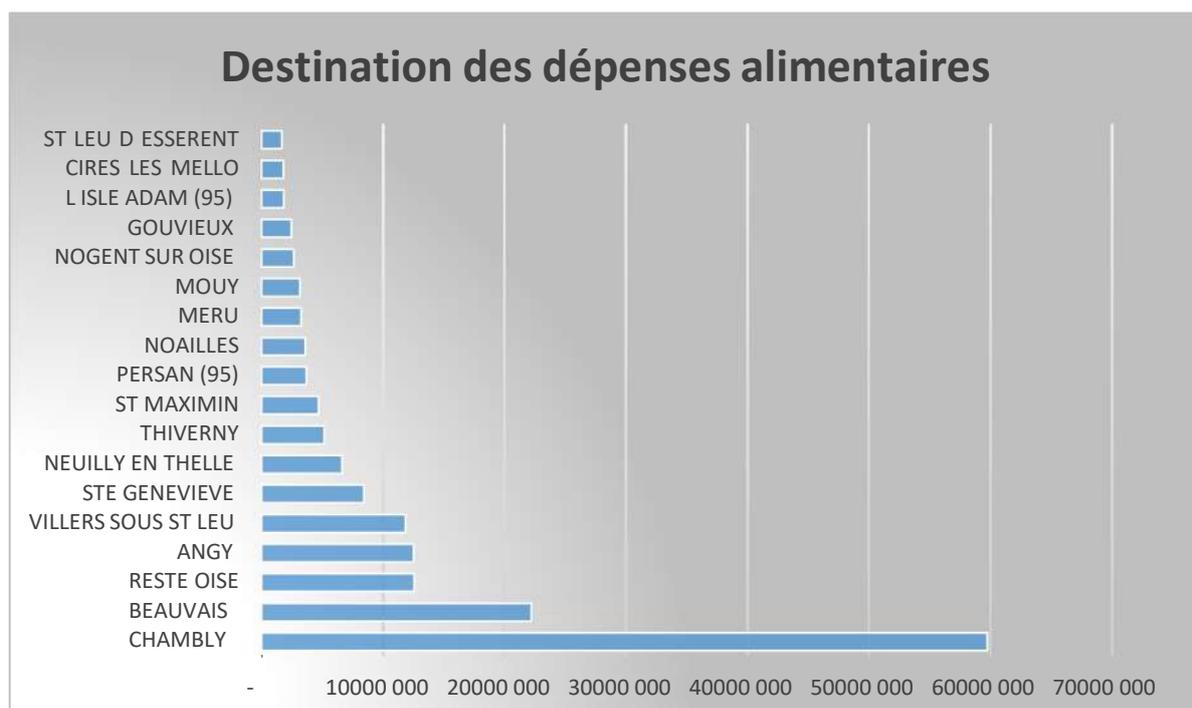
Les ménages de la CDC de la Thelloise ont une consommation supérieure à la moyenne départementale sur toute les familles de produits. Au global, l'écart est de 11 149 € par an, soit 7.7%.

a- L'alimentaire

**1- La consommation**

**Dans quelles communes les ménages consomment-ils en alimentaire ?**

COMMUNES	DC (€)	DC en %
CHAMBLY	59 719 627	35
BEAUVAIS	22 191 568	13
Reste OISE	12 548 663	7,4
ANGY	12 490 542	7,3
VILLERS SOUS ST LEU	11 837 262	6,9
STE GENEVIEVE	8 431 292	4,9
NEUILLY EN THELLE	6 627 017	3,9
THIVERNY	5 166 171	3
ST MAXIMIN	4 684 581	2,7
PERSAN (95)	3 679 005	2,2
NOAILLES	3 587 819	2,1
MERU	3 261 260	1,9
MOUY	3 153 452	1,8
NOGENT SUR OISE	2 646 812	1,6
GOUVIEUX	2 456 689	1,4
L'ISLE ADAM (95)	1 815 072	1,1
CIRES LES MELLO	1 804 907	1,1
ST LEU D ESSERENT	1 661 368	1
HERMES	764 863	0,4
Vente par téléphone	577 359	0,3
Reste Val d'Oise	495 392	0,3
ACHEUX EN AMIENOIS (80)	328 047	0,2
ST OUEN L'AUMONE (95)	152 283	0,1
LABOISSIERE EN THELLE	139 959	0,1
BORAN SUR OISE	137 112	0,1
MESNIL EN THELLE (LE)	119 505	0,1
Vente à distance	49 600	0
<b>Total</b>	<b>170 527 227</b>	<b>100</b>



Les dépenses de consommation alimentaire sont géographiquement très diffuses. Seule la commune de Chambly polarise 35% des dépenses.

Saint Maximin ne capte que 2.7%.

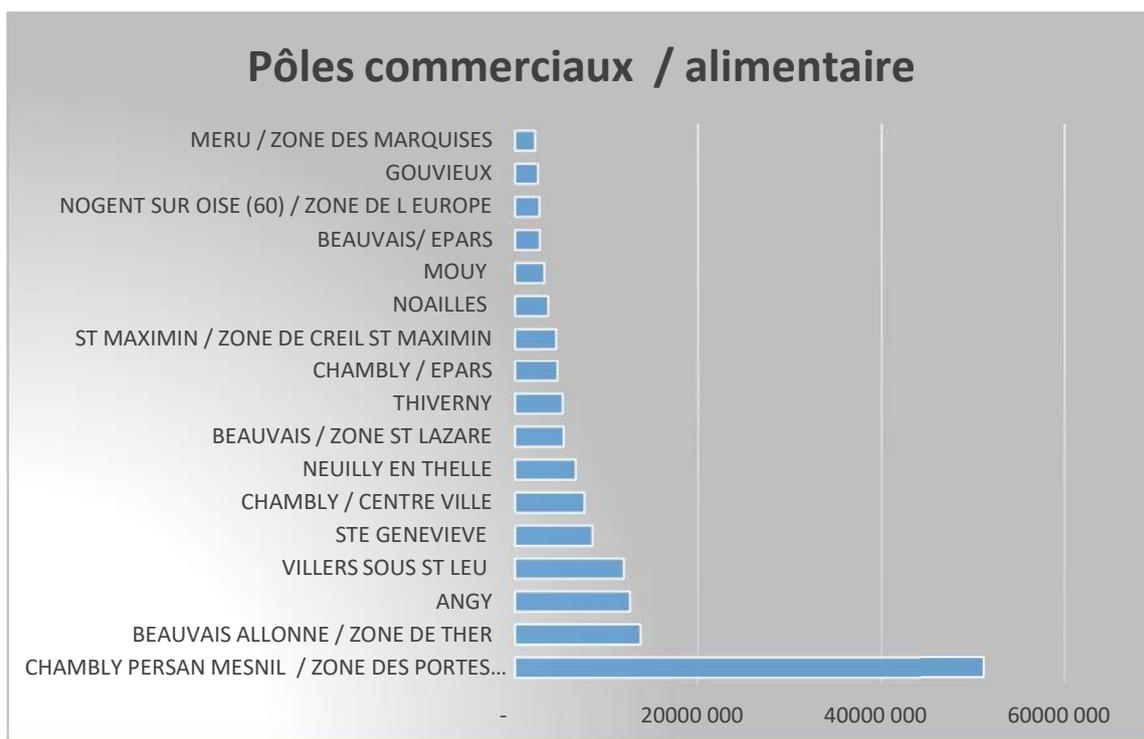
Le Val d'Oise capte très peu de part de marché : Persan : 2.2% et L'Isle Adam : 1.1%

#### Et par pôle commercial ?

LIEUX D'ACHAT	DC (€)	% DC
CHAMBLY PERSAN MESNIL / ZONE DES PORTES DE L'OISE	51 183 577	30
BEAUVAIS ALLONNE / ZONE DE THER	13 656 394	8
ANGY	12 490 542	7,3
VILLERS SOUS ST LEU	11 837 262	6,9
STE GENEVIEVE	8 431 292	4,9
CHAMBLY / CENTRE VILLE	7 561 424	4,4
NEUILLY EN THELLE	6 627 017	3,9
BEAUVAIS / ZONE ST LAZARE	5 280 360	3,1
THIVERNY	5 166 171	3
CHAMBLY / EPARS	4 613 054	2,7
ST MAXIMIN / ZONE DE CREIL ST MAXIMIN	4 455 119	2,6
NOAILLES	3 587 819	2,1
MOUY	3 153 452	1,8
BEAUVAIS/ EPARS	2 665 062	1,6
NOGENT SUR OISE / ZONE DE L'EUROPE	2 646 812	1,6
GOUVIEUX	2 456 689	1,4
MERU / ZONE DES MARQUISES	2 162 302	1,3

CIRES LES MELLO	1 804 907	1,1
ST LEU D ESSERENT	1 661 368	1
BEAUVAIS / CENTRE VILLE	1 642 233	1
ISLE ADAM / GRAND VAL	1 455 527	0,9
BRESLES	1 159 824	0,7
BURY	1 148 010	0,7
MERU / CENTRE VILLE	958 719	0,6
CREIL / CENTRE VILLE	924 312	0,5
PRECY SUR OISE	804 833	0,5
HERMES	764 863	0,4
Vente à distance	626 959	0,4
RANTIGNY	503 604	0,3
BRETEUIL	502 425	0,3
CHANTILLY	478 891	0,3
GOINCOURT	463 844	0,3
CAUFFRY	452 726	0,3
VILLERS ST PAUL	444 026	0,3
BEAUVAIS / CC JEU DE PAUME	425 105	0,2
SENLIS / CENTRE VILLE	410 334	0,2
SENLIS/ ZONE DE VILLEVERT	386 797	0,2
BEAUMONT SUR OISE (95)	377 185	0,2
ISLE ADAM (L) (95) / LECLERC	359 545	0,2
CHAPELLE EN SERVAL	342 893	0,2
ACHEUX EN AMIENOIS (80)	328 047	0,2
ANDEVILLE	325 731	0,2
CROUY EN THELLE	324 755	0,2
NOINTEL	317 054	0,2
MONTATAIRE	294 223	0,2
BORNEL	250 519	0,1
ST MAXIMIN / EPARS	229 462	0,1
CERGY PONTOISE AGGLO	228 150	0,1
BALAGNY SUR THERAIN	214 392	0,1
ST PAUL	208 760	0,1
ULLY ST GEORGES	203 759	0,1
FITZ JAMES	192 218	0,1
PERSAN (95) / Reste (HORS PORTES DE L'OISE)	160 082	0,1
FRESNEAUX MONTCHEVREUIL	152 283	0,1
MERU / EPARS	140 239	0,1
LABOISSIERE EN THELLE	139 959	0,1
BORAN SUR OISE	137 112	0,1
AUNEUIL	85 047	0
BERTHECOURT	76 152	0
PONCHON	76 152	0
LAMORLAYE	74 939	0
MILLY SUR THERAIN	61 912	0

FRESNOY EN THELLE	45 051	0
BEAUVAIS/ ZONE DE L AVELON	34 796	0
CHAMANT	30 698	0
ERCUIS	30 472	0
MELLO	21 455	0
Reste VAL D'OISE (95)	21 455	0
HERBLAY (95)	20 885	0
ST FELIX	15 956	0
CAUVIGNY	12 234	0

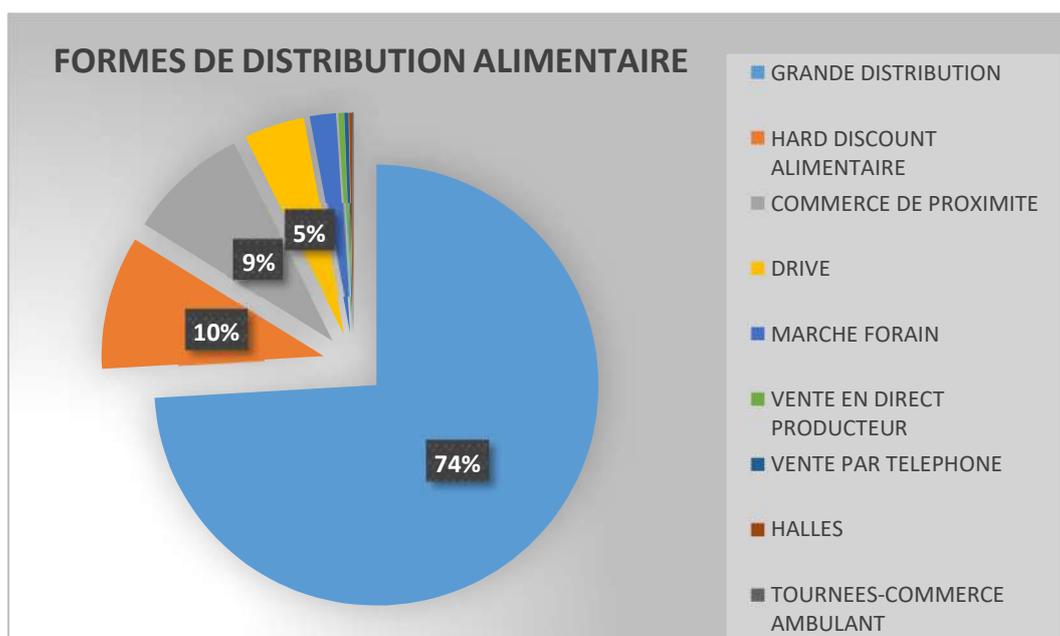


30% des achats des ménages de la Thelloise sont réalisés sur la ZAC de Chambly.

Si la ville de Beauvais attire 13% des dépenses effectuées par les habitants de la Thelloise, la ZAC de Ther n'en capte que 8%, à peine plus qu'Angy (7.3%).

## Quels formats de distribution les ménages de la Thelloise fréquentent-ils pour réaliser leurs achats alimentaires ?

LIEUX D'ACHAT	DC (€)	% DC Thelloise
GRANDE DISTRIBUTION	126 180 894	74
HARD DISCOUNT ALIMENTAIRE	16 682 249	9,8
COMMERCE DE PROXIMITE	15 040 348	8,8
DRIVE	7 483 295	4,4
MARCHE FORAIN	3 278 363	1,9
VENTE EN DIRECT PRODUCTEUR	706 505	0,4
VENTE PAR TELEPHONE	577 359	0,3
HALLES	348 720	0,2
TOURNEES-COMMERCE AMBULANT	179 894	0,1
VENTE PAR CORRESPONDANCE	24 927	0
INTERNET	24 673	0
Total	170 527 227	100

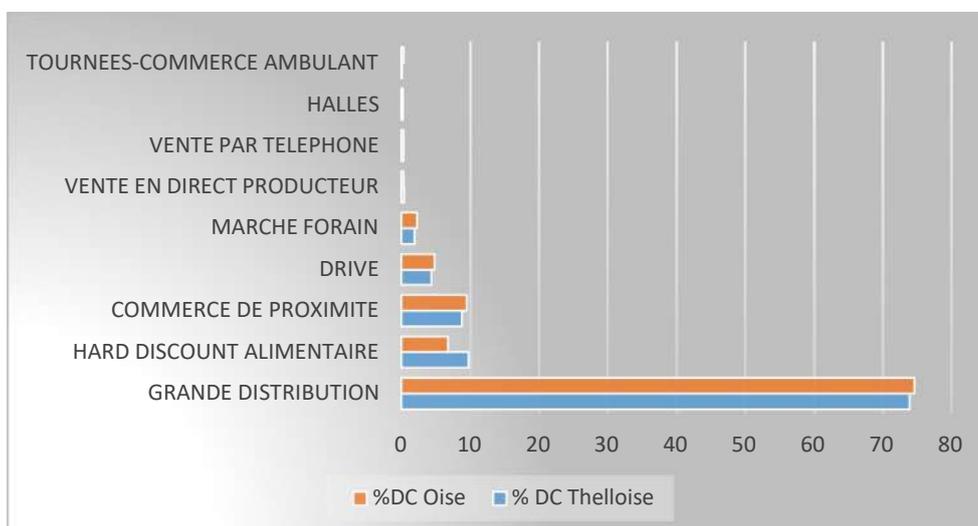


A l'instar de l'échelon national, les ménages privilégient largement la grande distribution pour réaliser leurs achats alimentaires.

Notons que le second format fréquenté est le hard discount avec près de 10% de part de marché.

### Et par rapport à l'échelon départemental ?

LIEUX D'ACHAT	% DC Thelloise	%DC Oise
GRANDE DISTRIBUTION	74	74,7
HARD DISCOUNT ALIMENTAIRE	9,8	6,8
COMMERCE DE PROXIMITE	8,8	9,5
DRIVE	4,4	4,8
MARCHE FORAIN	1,9	2,3
VENTE EN DIRECT PRODUCTEUR	0,4	0,3
VENTE PAR TELEPHONE	0,3	0,3
HALLES	0,2	0,2
TOURNEES-COMMERCE AMBULANT	0,1	0,3

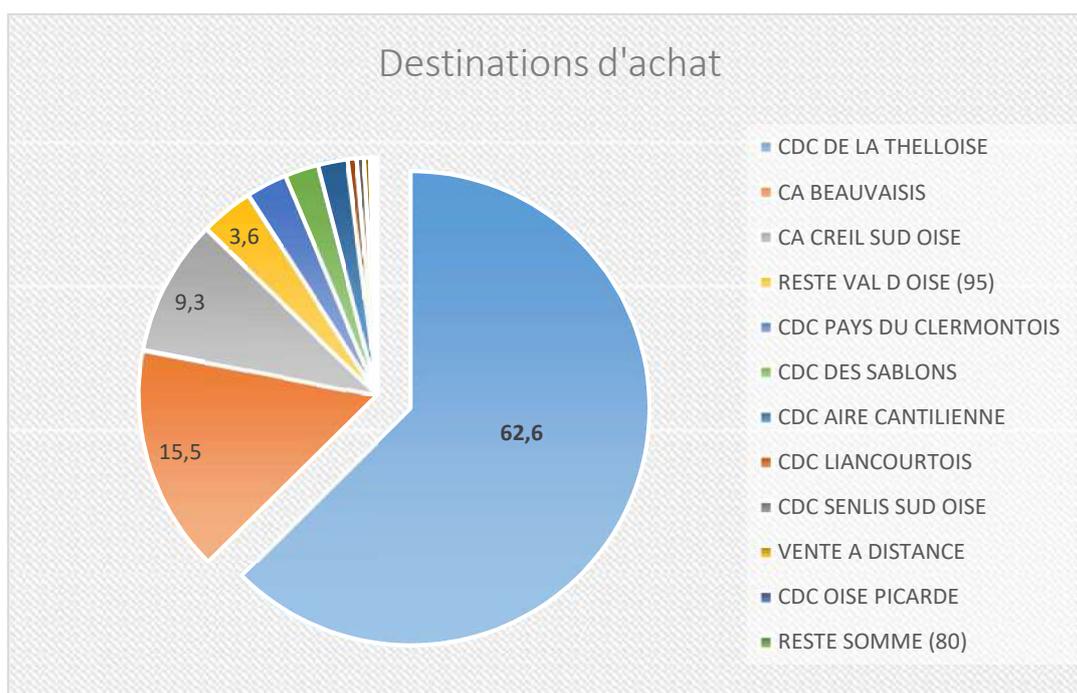


Les ménages de la Thelloise fréquentent moins les commerces de proximité et les marchés que les ménages oisiens au profit du hard discount. La fréquentation de la grande distribution et l'utilisation du drive sont comparables.

## 2- L'évasion commerciale alimentaire du territoire

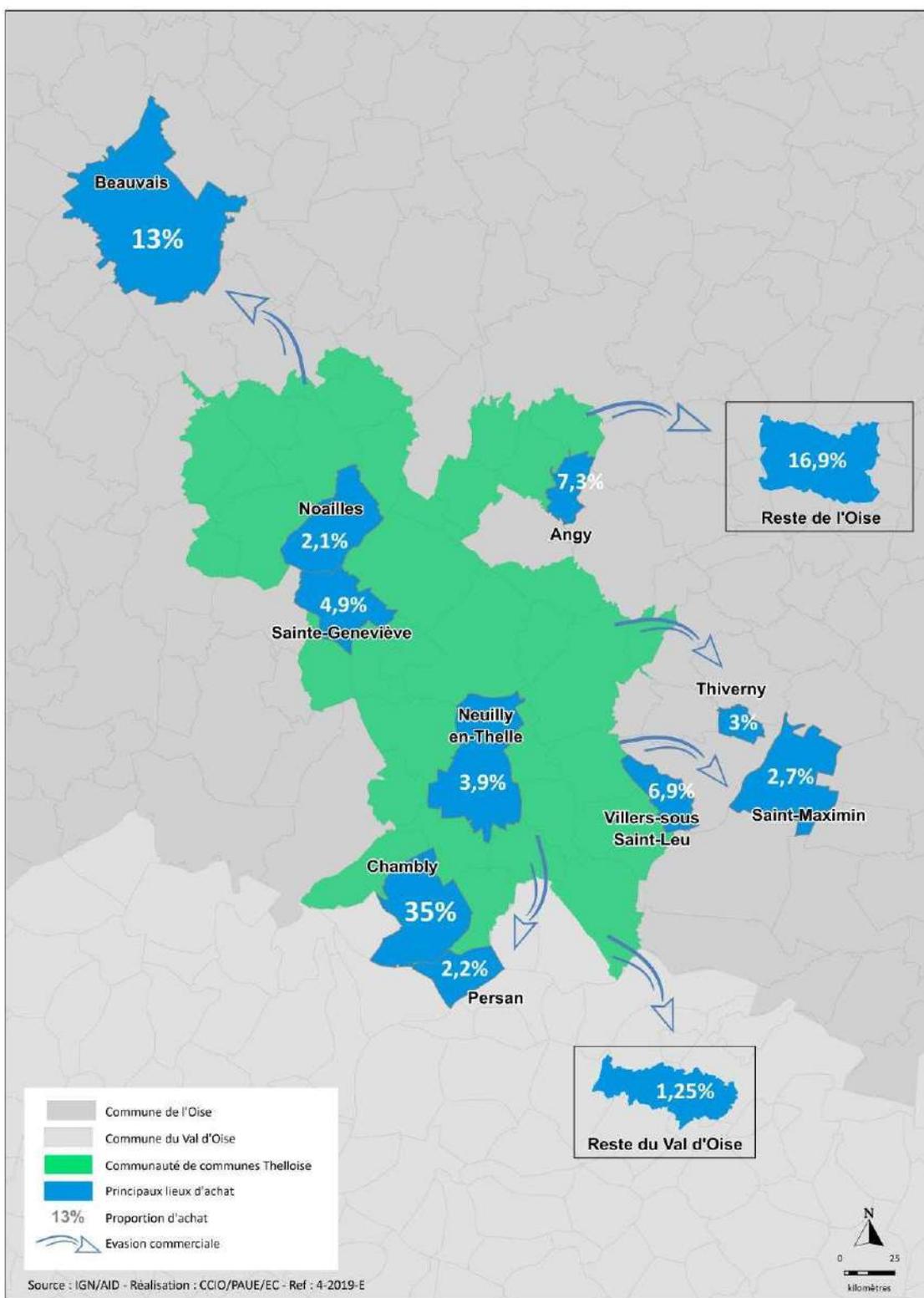
➤ 62% des achats alimentaires sont réalisés sur le territoire

LIEUX D'ACHAT	DC (€)	% DC
CDC DE LA THELLOISE	106 720 253	62,6
CA BEAUVAISIS	26 448 200	15,5
CA CREIL SUD OISE	15 821 493	9,3
Reste VAL D'OISE (95)	6 141 752	3,6
CDC PAYS DU CLERMONTOIS	4 810 734	2,8
CDC DES SABLONS	3 989 793	2,3
CDC AIRE CANTILIEENNE	3 353 412	2
CDC LIANCOURTOIS	956 330	0,6
CDC SENLIS SUD OISE	827 829	0,5
Vente à distance	626 959	0,4
CDC OISE PICARDE	502 425	0,3
Reste SOMME (80)	328 047	0,2



Le taux d'évasion commerciale en alimentaire est de 37.4%. Ce taux peut paraître élevé en comparaison à d'autres territoires mais s'explique aisément par la proximité du pôle primaire de La ZAC de Ther et de la CDC de Creil Sud Oise dont l'offre est importante.

## LIEUX D'ACHAT POUR LES DEPENSES ALIMENTAIRES

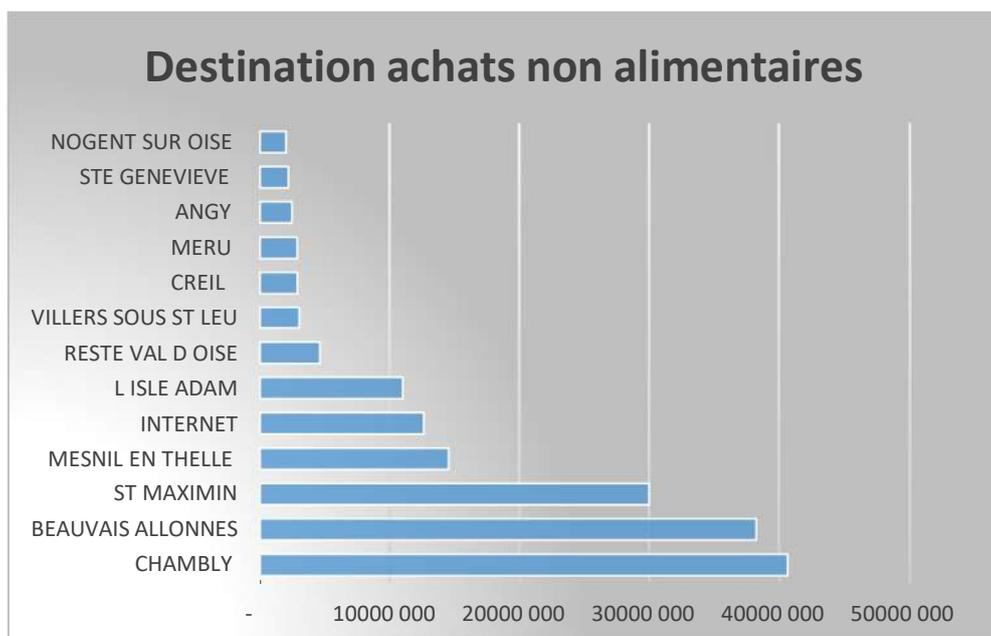


## b- Le non alimentaire

**1- La consommation****Dans quelles communes les ménages consomment-ils en non alimentaire ?**

LIEUX D'ACHAT	DC (€)	% DC
CHAMBLY	40 650 776	22,6
BEAUVAIS/ ALLONNE	38 229 451	21,2
ST MAXIMIN	29 976 457	16,6
MESNIL EN THELLE (LE)	14 535 126	8,1
Internet	12 635 269	7
L'ISLE ADAM (95)	11 002 983	6,1
Reste VAL D'OISE	4 621 802	2,6
VILLERS SOUS ST LEU	3 029 591	1,7
CREIL	2 894 187	1,6
MERU	2 868 470	1,6
ANGY	2 472 921	1,4
STE GENEVIEVE	2 191 746	1,2
NOGENT SUR OISE	2 026 496	1,1
NOAILLES	1 329 585	0,7
NEUILLY EN THELLE	1 302 726	0,7
FRANCONVILLE (95)	1 288 368	0,7
Reste RP (Région Parisienne)	1 012 710	0,6
THIVERNY	917 552	0,5
Vente par correspondance	622 709	0,3
FITZ JAMES	618 913	0,3
PARIS	549 538	0,3
MOUY	521 447	0,3
PERSAN (95)	475 015	0,3
BURY	473 427	0,3
CHANTILLY	372 874	0,2
CIRES LES MELLO	312 317	0,2
Reste OISE	282 067	0,2
ROUEN (76)	264 001	0,1
HERMES	244 366	0,1
TREMBLAY EN FRANCE (93)	240 898	0,1
GOUVIEUX	237 729	0,1
Vente par téléphone	218 320	0,1
JAUX	202 823	0,1
BRESLES	186 376	0,1
RANTIGNY	184 305	0,1
TILLE	166 651	0,1
LAMORLAYE	154 328	0,1

CHAPELLE EN SERVAL (LA)	149 284	0,1
BORAN SUR OISE	132 264	0,1
VILLERS ST PAUL	126 386	0,1
ULLY ST GEORGES	123 295	0,1
CAUFFRY	112 858	0,1
COMPIEGNE	94 537	0,1
PRECY SUR OISE	90 891	0,1
Total	180 143 835	100



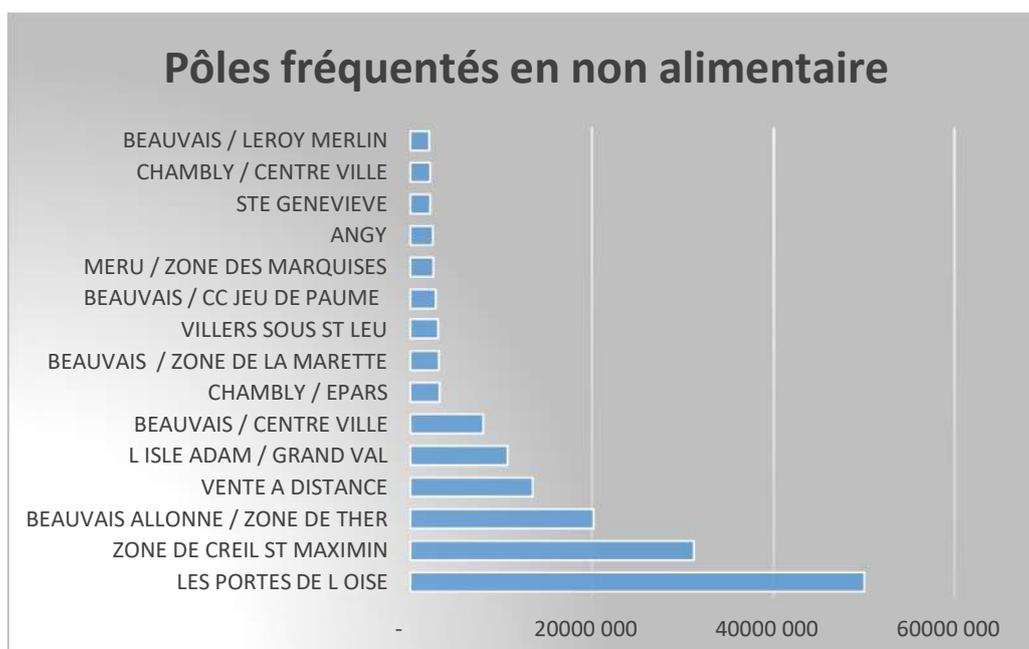
Les villes de Chambly et Beauvais captent chacune plus de 20% des dépenses non alimentaires. L'Isle Adam est la première destination d'achat du Val d'Oise avec seulement 6.1% de part de marché.

#### Et par zone commerciale ?

LIEUX D'ACHAT	DC (€)	% DC
CHAMBLY PERSAN MESNIL / ZONE DES PORTES DE L'OISE	50 012 724	27,8
ST MAXIMIN / ZONE DE CREIL ST MAXIMIN	29 628 501	16,4
BEAUVAIS ALLONNE / ZONE DE THER	20 188 509	11,2
Vente à distance	13 476 298	7,5
ISLE ADAM (L) (95) / GRAND VAL	10 710 529	5,9
BEAUVAIS / CENTRE VILLE	8 002 280	4,4
CHAMBLY / EPARS	3 217 936	1,8
BEAUVAIS / ZONE DE LA MARETTE	3 124 305	1,7
VILLERS SOUS ST LEU	3 029 591	1,7
BEAUVAIS / CC JEU DE PAUME	2 780 458	1,5
MERU / ZONE DES MARQUISES	2 520 442	1,4

ANGY	2 472 921	1,4
STE GENEVIEVE	2 191 746	1,2
CHAMBLY / CENTRE VILLE	2 174 740	1,2
BEAUVAIS / LEROY MERLIN	2 076 635	1,2
ST MAXIMIN / PARC AVENUE	1 594 550	0,9
NOAILLES	1 329 585	0,7
NEUILLY EN THELLE	1 302 726	0,7
FRANCONVILLE (95) / ZONE IKEA	1 288 368	0,7
CERGY PONTOISE AGGLO	1 237 299	0,7
NOGENT SUR OISE / ZONE DE L'EUROPE	1 186 821	0,7
CREIL / CENTRE VILLE	996 695	0,6
ROISSY PAYS DE FRANCE AGGLO	923 683	0,5
THIVERNY	917 552	0,5
NOGENT SUR OISE / EPARS	839 675	0,5
MONTSOULT (95)	769 478	0,4
AULNAY SOUS BOIS (93)	758 856	0,4
BEAUVAIS / ZONE DE L AVELON	723 496	0,4
BEAUVAIS / ZONE ST LAZARE	699 859	0,4
BEAUVAIS / EPARS	633 909	0,4
FITZ JAMES	618 913	0,3
MOUY	521 447	0,3
HERBLAY (95)	490 392	0,3
CREIL / EPARS	481 946	0,3
BURY	473 427	0,3
PLAINE VALLEE AGGLO	455 864	0,3
PARIS (75)	427 513	0,2
ROUEN AGGLO (76)	384 488	0,2
Reste VAL D'OISE (95)	383 480	0,2
CHANTILLY	372 874	0,2
MERU / CENTRE VILLE	348 028	0,2
CIRES LES MELLO	312 317	0,2
ISLE ADAM (L) (95) / LECLERC	292 454	0,2
BEAUMONT SUR OISE (95)	256 490	0,1
PERSAN (95) / RESTE (HORS PORTES DE L'OISE)	255 517	0,1
HERMES	244 366	0,1
AEROVILLE (95)	240 898	0,1
COMPIEGNE / ZONE DE JAUX VENETTE	238 424	0,1
GOUVIEUX	237 729	0,1
BRESLES	186 376	0,1
RANTIGNY	184 305	0,1
ST MAXIMIN / EPARS	168 952	0,1
TILLE	166 651	0,1
LAMORLAYE	154 328	0,1
CHAPELLE EN SERVAL	149 284	0,1
Reste GRAND PARIS, HORS PARIS, AEROVILLE, AULNAY	133 367	0,1

BORAN SUR OISE	132 264	0,1
VILLERS ST PAUL	126 386	0,1
ULLY ST GEORGES	123 295	0,1
PARIS GARE DU NORD	122 025	0,1
CAUFFRY	112 858	0,1
MONTIGNY LES CORMEILLES (95)	105 116	0,1
COMPIEGNE / CENTRE VILLE	94 537	0,1
PRECY SUR OISE	90 891	0,1
NEUILLY SOUS CLERMONT	75 135	0
ST LEU D ESSERENT	61 457	0
MONTATAIRE	46 491	0
TROISSEREUX	27 076	0
LABOISSIERE EN THELLE	22 569	0
BORNEL	13 738	0
Total	180143835	100

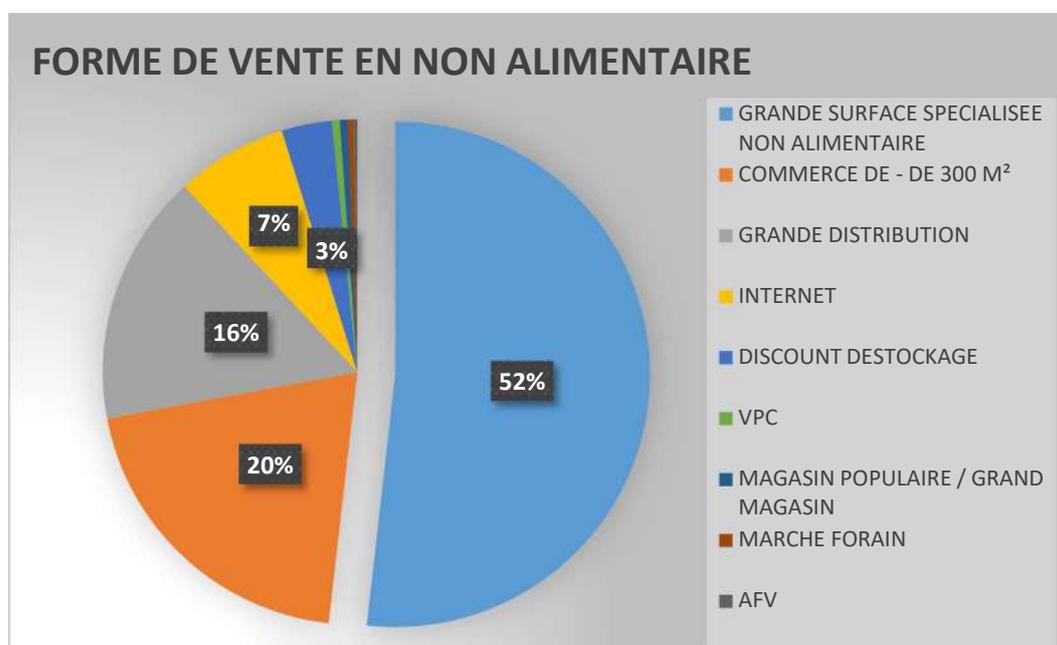


La zone commerciale de Chambly-Persan reste la première destination d'achat des ménages du territoire en non alimentaire, mais avec seulement 27% de part de marché. Le pôle de Saint Maximin tient la seconde place, avant la ZAC de Ther de Beauvais. Les 3 pôles captent 35% du montant des dépenses.

Comparativement à d'autres territoires, les dépenses non alimentaires ne sont pas concentrées sur un seul pôle, mais réparties sur 3.

### Quel format de distribution les ménages de la Thelloise fréquentent-ils pour réaliser leurs achats non alimentaires ?

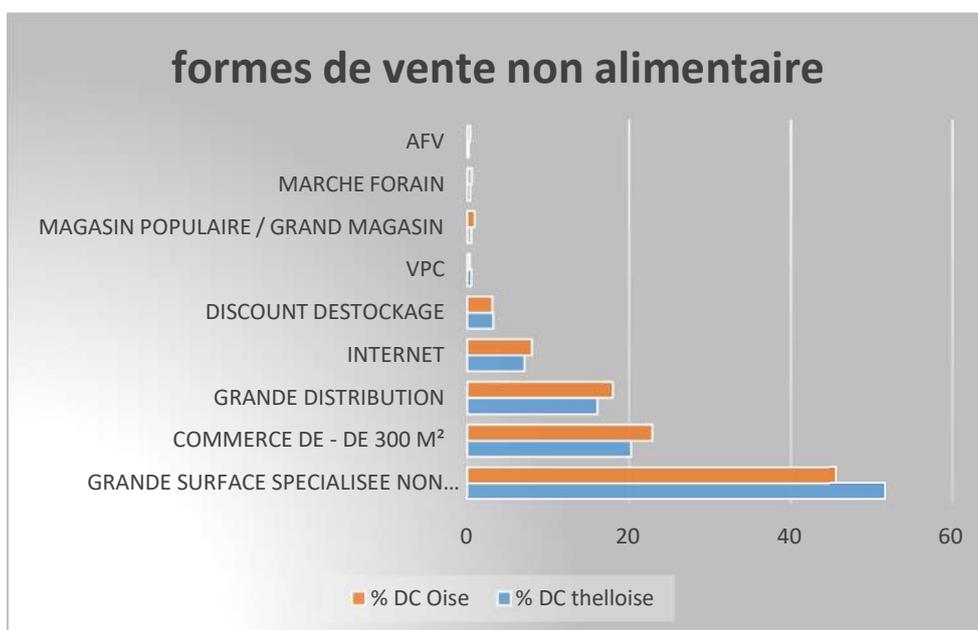
LIEUX D'ACHAT	DC (€)	% DC
GRANDE SURFACE SPECIALISEE NON ALIMENTAIRE	93 410 511	51,9
COMMERCE DE MOINS DE 300 M <sup>2</sup>	36 557 069	20,3
GRANDE DISTRIBUTION	29 025 664	16,1
INTERNET	12 775 834	7,1
DISCOUNT DESTOCKAGE	5 697 594	3,2
VPC (Vente par correspondance)	841 029	0,5
MAGASIN POPULAIRE / GRAND MAGASIN	826 824	0,5
MARCHE FORAIN	703 283	0,4
AFV (Autres Formes de Vente)	306 027	0,2
Total	180 143 835	100



A l'instar de l'échelon national, la Grande Surface Spécialisée est le format de vente le plus fréquenté en non alimentaire.

### Et par rapport au département ?

FORME DE VENTE	% DC THELLOISE	% DC OISE
GRANDE SURFACE SPECIALISEE NON ALIMENTAIRE	51,9	45,8
COMMERCE DE MOINS DE 300 M <sup>2</sup>	20,3	22,9
GRANDE DISTRIBUTION	16,1	18
INTERNET	7,1	8
DISCOUNT DESTOCKAGE	3,2	3,1
VPC (Vente Par Correspondance)	0,5	0,3
MAGASIN POPULAIRE / GRAND MAGASIN	0,5	0,9
MARCHE FORAIN	0,4	0,6
AFV (Autres Formes de Vente)	0,2	0,4

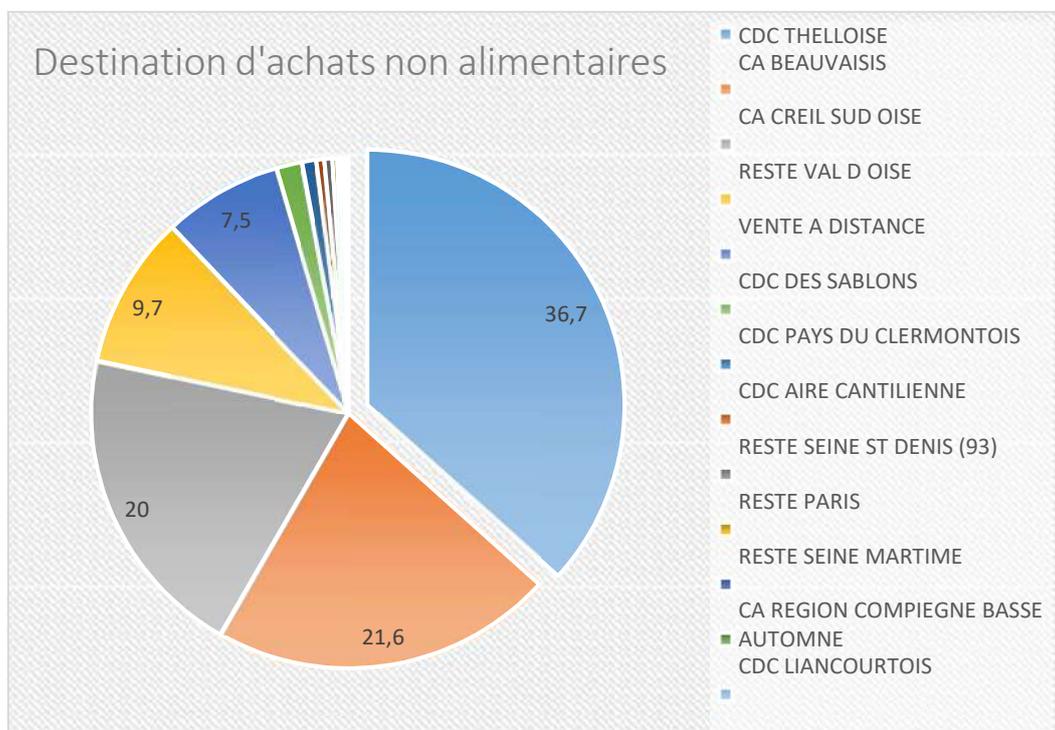


Par rapport aux Oisiens, les ménages de la Thelloise privilégient les grandes surfaces spécialisées au détriment des commerces de proximité, des grandes surfaces alimentaires et d'Internet.

## 2- L'évasion commerciale du territoire de la Thelloise en non alimentaire

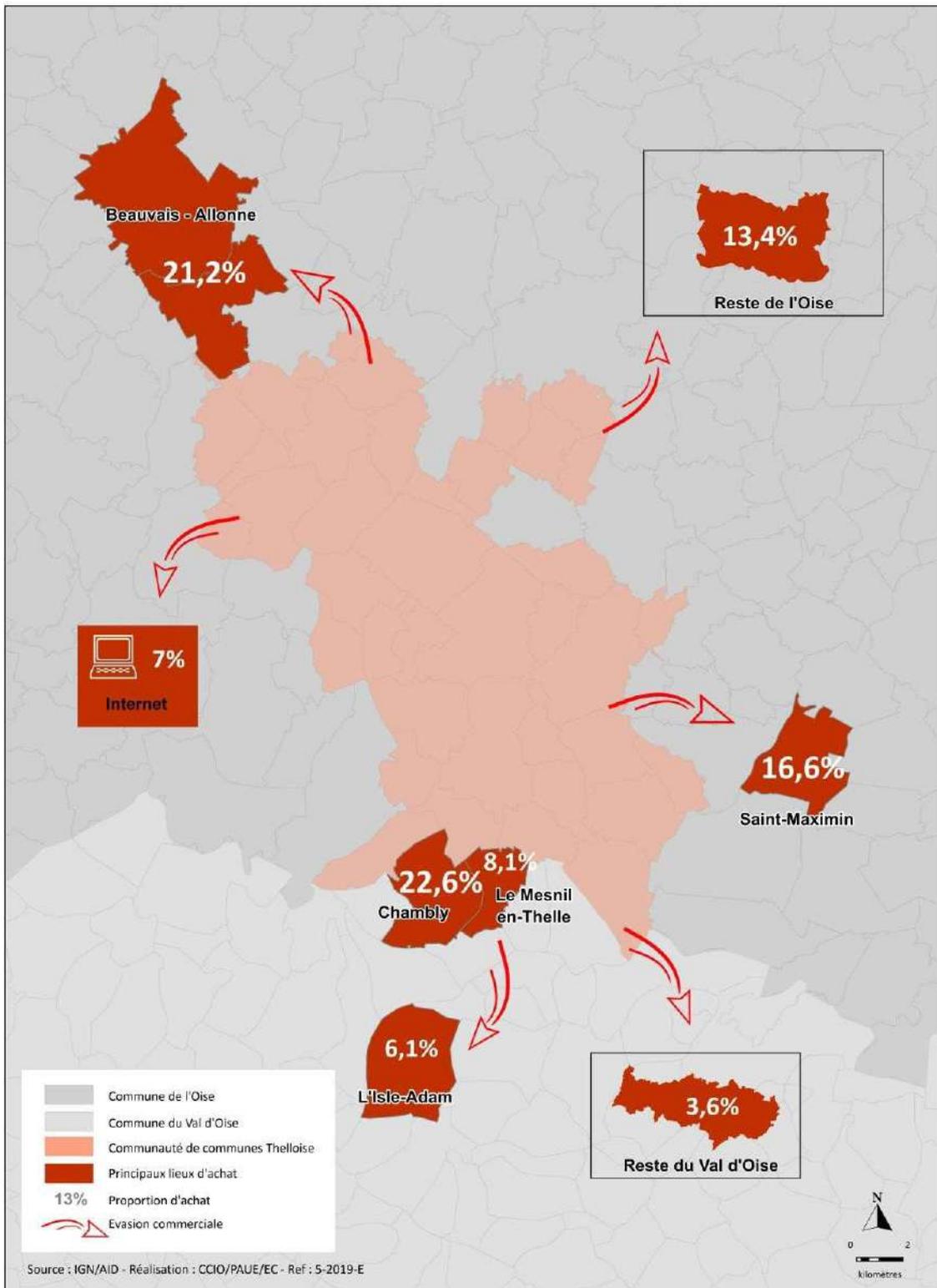
Une consommation réalisée essentiellement sur trois pôles avec une préférence pour la ZAC de Chambly

LIEUX D'ACHAT	DC (€)	% DC
CDC PAYS DE THELLOISE	66 193 807	36,7
CA BEAUVAISIS	38 853 920	21,6
CA CREIL SUD OISE	36 049 026	20
Reste VAL D'OISE	17 460 334	9,7
Vente à distance	13 476 298	7,5
CDC DES SABLONS	2 882 208	1,6
CDC PAYS DU CLERMONTOIS	1 688 922	0,9
CDC AIRE CANTILIENNE	914 215	0,5
Reste SEINE ST DENIS (93)	820 057	0,5
Reste PARIS	549 538	0,3
Reste SEINE MARTIME	384 488	0,2
CA REGION COMPIEGNE BASSE AUTOMNE	332 961	0,2
CDC LIANCOURTOIS	297 163	0,2
Reste REGION PARISIENNE	240 898	0,1
<b>Total</b>	<b>180 143 835</b>	<b>100</b>



Les commerces de la CDC de la Thelloise retiennent 36.7% des dépenses non alimentaires. La proximité des pôles primaires de Beauvais/Allonne et Saint Maximin explique l'importance de l'évasion commerciale. Le val d'Oise capte près de 10% de parts de marché et devance la vente sur internet de 2,2 points.

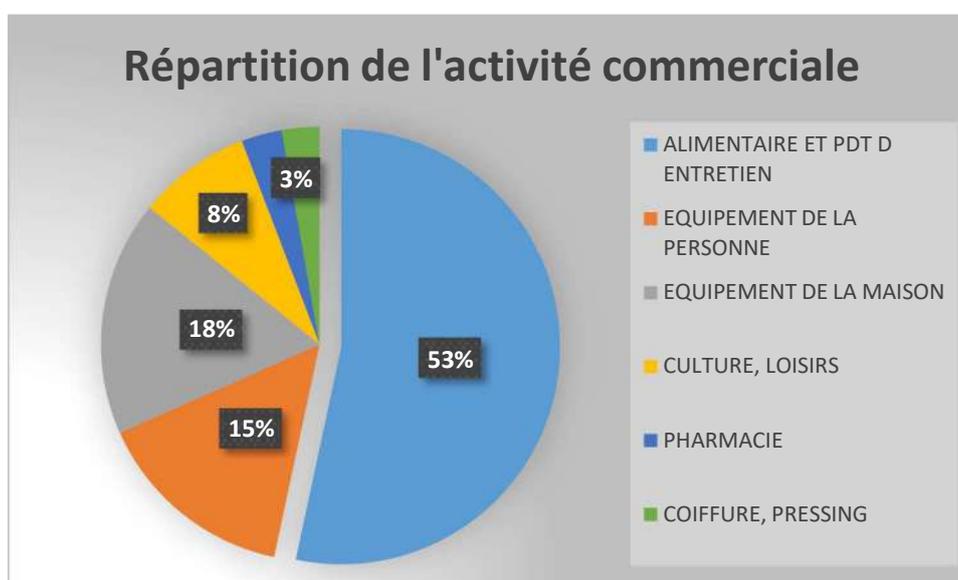
### LIEUX D'ACHAT POUR LES DEPENSES NON ALIMENTAIRES



## B- L'ACTIVITE COMMERCIALE

### ➤ Quelle est la répartition de l'activité commerciale du territoire par famille de produits ?

PRODUITS	CA en €	% CA en €
ALIMENTAIRE ET PDT D'ENTRETIEN	172 790 873	53,4
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	48 568 505	15
EQUIPEMENT DE LA MAISON	56 522 664	17,5
CULTURE, LOISIRS	27 100 958	8,4
PHARMACIE	9 598 275	3
COIFFURE, PRESSING	9 171 807	2,8
Total	323 753 082	100

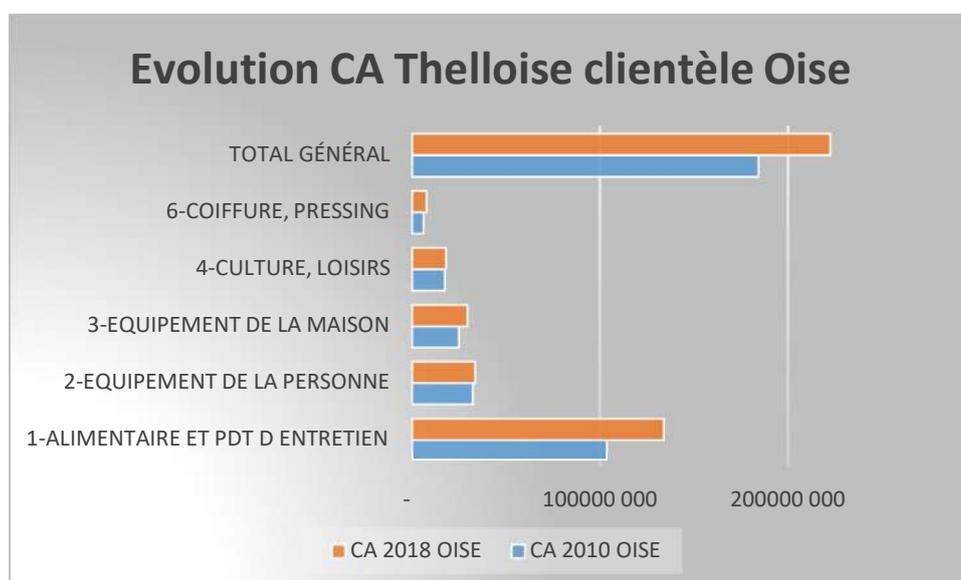


L'alimentaire représente 53.4% de l'activité commerciale du territoire. Ce taux est supérieur de 6.3 points par rapport au territoire de l'Oise. L'équipement de la maison est également surreprésenté par rapport au département avec un taux 17.5% contre 15.7% dans l'Oise.

En revanche, l'équipement de la personne et le poste culture-loisirs généraient peu de CA sur le territoire au moment de l'enquête. Toutefois, la mise en service des Portes Sud de l'Oise exerce un fort rayonnement en la matière via le pôle Chamblyrama/Leclerc Culture ainsi que les cellules de loisirs.

➤ **Comment l'activité commerciale de la CDC de la Thelloise a-t-elle évoluée depuis 2010 par rapport à la clientèle de l'Oise ?**

PRODUITS	CA 2010 OISE	CA 2018 OISE	EVOLUTION
1-ALIMENTAIRE ET PDT D'ENTRETIEN	103 496 233	133 915 177	29%
2-EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	32 319 517	33 503 694	4%
3-EQUIPEMENT DE LA MAISON	24 864 816	29 322 944	18%
4-CULTURE, LOISIRS	17 351 179	18 115 754	4%
6-COIFFURE, PRESSING	6 129 724	7 584 778	24%
Total général	184 161 469	222 442 347	21%



L'activité commerciale de la CDC a augmentée en CA de 21% sur la clientèle de l'Oise. Les services de proximité, l'alimentaire et l'équipement de la maison enregistrent la plus forte hausse.

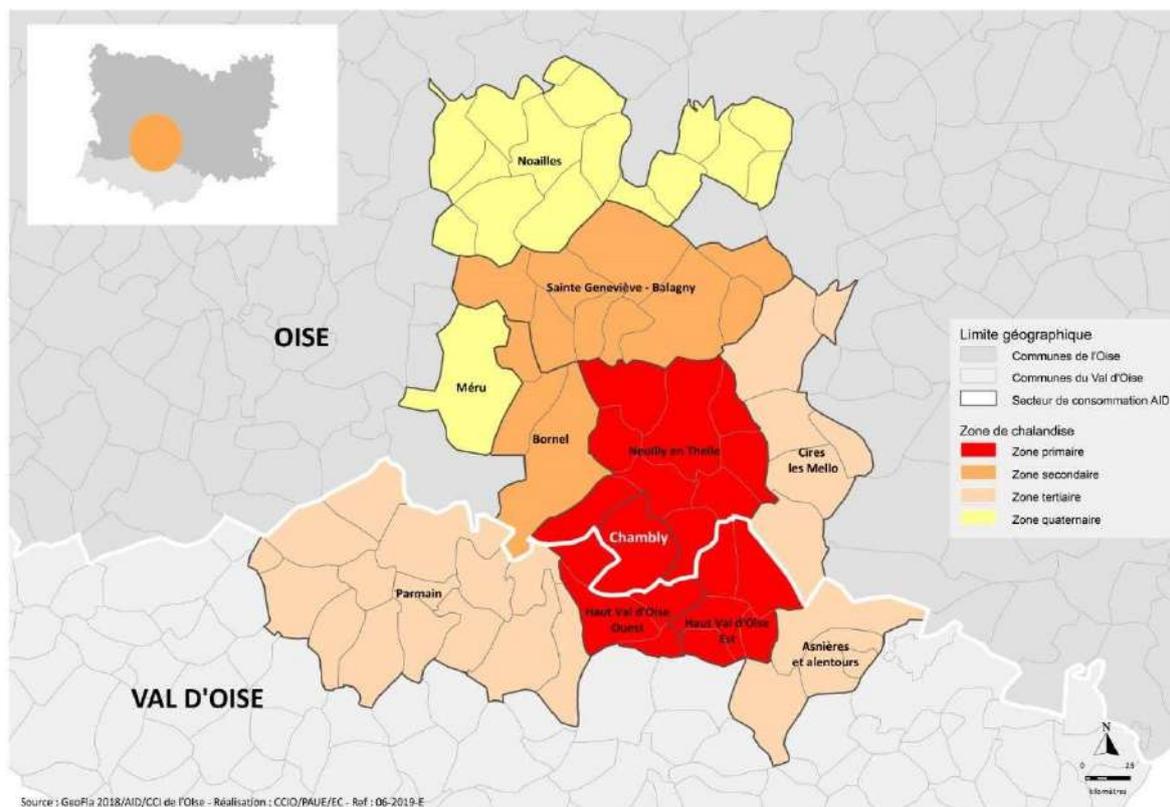
## a- Zones de chalandise des pôles commerciaux du territoire

Il s'agit de déterminer les secteurs d'habitation de la clientèle des différents pôles commerciaux de la CDC de la Thelloise. Le taux d'emprise correspond à la part de marché théorique captée par les points de vente des pôles.

**1- Quelle est la zone de chalandise du pôle majeur de Chambly/Persan/Le Mesnil, et son influence sur le Val d'Oise ?**

Secteurs	Chiffre d'affaires	Taux d'emprise	Contribution au CA	Contribution cumulée
CHAMBLY	33 267 835	55,7	12,2	12,2
CC HAUT VAL D'OISE OUEST	66 238 988	52	24,3	36,5
NEUILLY EN THELLE	33 341 360	46	12,2	48,7
HAUT VAL D'OISE EST	47 815 420	44,8	17,5	66,2
SAINTE GENEVIEVE BALAGNY	16 510 406	23,5	6,1	72,3
BORNEL	12 473 269	22,1	4,6	76,8
ASNIERES ET ALENTOUR	12 085 897	16,1	4,4	81,3
CIRES LES MELLO	13 326 688	15,7	4,9	86,1
VDO_PARMAIN ET ALENTOUR	11 010 040	12,3	4	90,2
NOAILLES ANGY	6 871 960	8,3	2,5	92,7
MERU	5 468 079	7,7	2	94,7
L'ISLE ADAM ET ALENTOUR	6 773 005	5,2	2,5	97,2
AMBLAINVILLE	1 727 776	2,3	0,6	97,8
LUZARCHES ALENTOUR	1 018 014	1,4	0,4	98,2
AUVERS-SUR-OISE ALENTOUR	1 372 132	1,3	0,5	98,7
LAMORLAYE	929 836	1,1	0,3	99
SENLIS	1 093 952	1	0,4	99,4
GOUVIEUX	566 006	1	0,2	99,6
VERBERIE	261 245	0,4	0,1	99,7
THIERS SUR THEVE	126 962	0,3	0	99,8
SAINT MAXIMIN	186 095	0,3	0,1	99,9
LOUVRES ALENTOUR	185 387	0,2	0,1	99,9
MONTATAIRE	115 504	0,2	0	100
BEAUVAIS - BERLIOZ CHAMP DE MANOEUVRE	82 469	0,1	0	100
MOUY BURY	24 433	0,1	0	100
<b>TOTAL</b>	<b>272 872 758</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

## Zone de chalandise du pôle commercial de Chambly/Persan/Le Mesnil



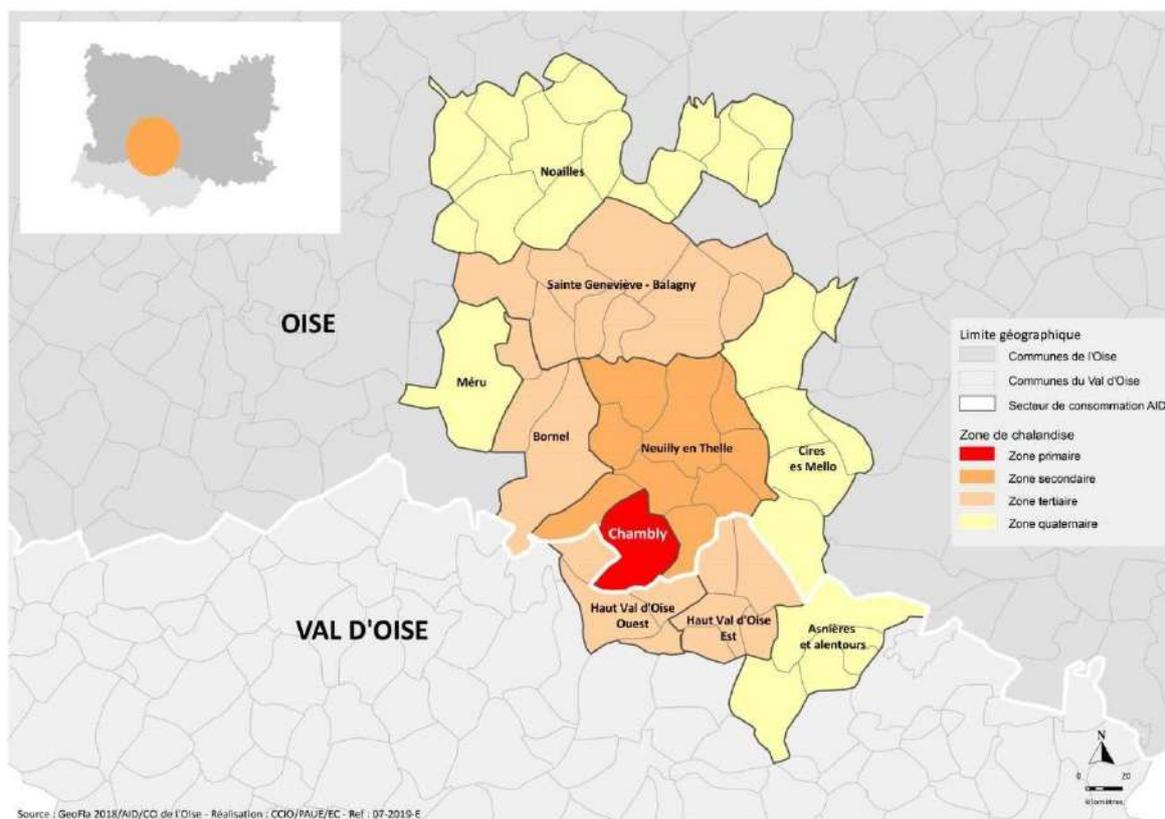
La zone de Chalandise du pôle des portes de l'Oise (Chambly, Persan, Le Mesnil) génère près de 273 millions d'Euros.

Elle se découpe en 4 zones. La zone primaire concerne les deux départements de l'Oise et du Val d'Oise. Les ménages de la zone primaire consacrent entre 45 et 55% de leur budget de consommation courante dans les commerces de ce pôle commercial.

Les ménages du Val d'Oise contribuent à près de 50% au CA généré sur la zone.

## Si l'on considère la commune de Chambly ?

Secteurs	Chiffre d'affaires	Taux d'emprise	Contribution au CA	Contribution cumulée
CHAMBLY	42 540 129	71,2	21,3	21,3
NEUILLY EN THELLE	33 178 535	45,8	16,6	37,9
CC HAUT VAL D'OISE OUEST	33 749 669	26,5	16,9	54,9
BORNEL	12 900 109	22,8	6,5	61,3
SAINTE GENEVIEVE BALAGNY	15 449 007	22	7,7	69,1
CC HAUT VAL D'OISE EST	22 274 016	20,9	11,2	80,2
CIRES LES MELLO	9 453 100	11,1	4,7	85
ASNIERES ET ALENTOUR	6 471 474	8,6	3,2	88,2
MERU	5 396 947	7,6	2,7	90,9
NOAILLES ANGY	6 033 457	7,3	3	93,9
PARMAIN ET ALENTOUR	4 742 892	5,3	2,4	96,3
AMBLAINVILLE	1 504 784	2	0,8	97,1
L ISLE ADAM ET ALENTOUR	1 836 886	1,4	0,9	98
LUZARCHES ALENTOUR	893 121	1,3	0,4	98,4
LAMORLAYE	852 930	1	0,4	98,9
GOUVIEUX	566 006	1	0,3	99,2
SENLIS	506 092	0,5	0,3	99,4
VERBERIE	261 245	0,4	0,1	99,5
THIERS SUR THEVE	126 962	0,3	0,1	99,6
SAINTE MAXIMIN	186 095	0,3	0,1	99,7
LOUVRES ALENTOUR	185 387	0,2	0,1	99,8
MONTATAIRE	115 504	0,2	0,1	99,8
AUVERS-SUR-OISE ALENTOUR	154 879	0,1	0,1	99,9
BEAUVAIS - BERLIOZ CHAMP DE MANOEUVRE	82 469	0,1	0	100
BEAUVAIS - RESIDENCE SAINT JEAN	41 934	0,1	0	100
MOUY BURY	24 433	0,1	0	100
<b>TOTAL</b>	<b>199 528 062</b>		<b>100</b>	<b>100</b>



Les commerces implantés sur la commune de Chambly Ville génèrent près de 200 millions d'Euros si l'on considère le centre-ville, les quartiers et les portes de l'Oise.

On ne retrouve pas de secteur du Val d'Oise dans la zone primaire, même si les ménages du Val d'Oise contribuent pour 35% au CA des commerces de la ville.

**\*Secteur de Chambly** : Chambly

**Secteur Haut Val d'Oise Ouest** : Champagne-sur-Oise, Mours, Persan, Ronquerolles

**Secteur de Neuilly en Thelle** : Belle-Eglise, Crouy-en-Thelle, Dieudonné, Erceuil, Fresnoy-en-Thelle, Le Mesnil-en-Thelle, Morangles, Neuilly-en-Thelle, Puiseux-le-Hauberger

**Secteur Val d'Oise Est** : Beaumont-sur-Oise, Bernes-sur-Oise, Bruyères-sur-Oise, Nointel

**Secteur de Sainte-Geneviève – Balagny-sur-Thérain** : Balagny-sur-Thérain, Cauvigny, Foulanges, Laboissière-en-Thelle, Lachapelle-Saint-Pierre, Mortefontaine-en-Thelle, Novillers, Sainte-Geneviève, Uilly-Saint-Georges

**Secteur de Bornel** : Andeville, Anserville, Bornel, Esches, Fosseuse

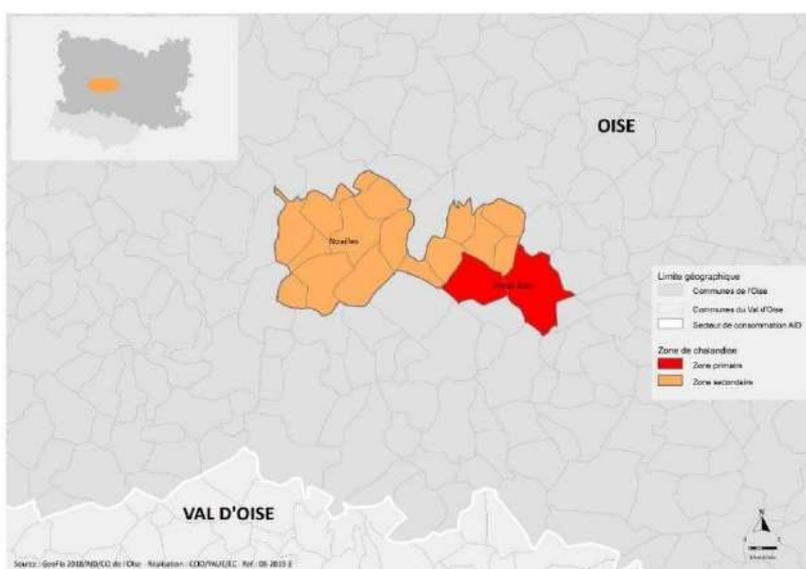
**Secteur de Cires-les-Mello** : Blaincourt-les-Précy, Boran-sur-Oise, Cires-les-Mello, Mello, Précy-sur-Oise, Villers-Sous-Saint-Leu

**Secteur Asnières et alentour** : Asnières-sur-Oise, Saint-Martin-du-Tertre, Seugy, Viarmes

**Secteur Parmain et alentour** : Arronville, Berville, Bréançon, Epiais-Rhus, Frouville, Grisy-les-Plâtres, Haravilliers, Hédouville, Labbeville, Le Heaulme, Menouville, Nesles-la-Vallée, Parmain, Theuville.

## 2- Zone de chalandise du pôle intermédiaire d'Angy

Secteurs*	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise	Contribution au CA	Contribution cumulée
MOUY BURY	9 913 494	23,4	36,8	36,8
NOAILLES ANGY	11 087 358	13,5	41,1	77,9
SAINTE GENEVIEVE BALAGNY	1 978 264	2,8	7,3	85,3
CIRES LES MELLO	2 227 893	2,6	8,3	93,5
BRESLES	1 355 301	1,6	5	98,5
AGNETZ	177 607	0,4	0,7	99,2
GOUVIEUX	144 029	0,2	0,5	99,7
BREUIL LE VERT	70 958	0,1	0,3	100
<b>TOTAL</b>	<b>26 954 904</b>		<b>100</b>	<b>100</b>



Les commerces d'Angy aspirent 23.4% de la consommation des ménages du secteur Mouy-Bury et 13.5% de la consommation du secteur de Noailles-Angy. Les ménages de ces deux secteurs contribuent à 78% du CA des points de vente du pôle d'Angy

**\*Secteur de Mouy Bury** : Bury, Mouy,

**Secteur de Noailles Angy** : Abbecourt, Berthecourt, Le Coudray-sur-Thelle, Hodenc-L'Evêque, Montreuil-sur-Thérain, Mouchy-le-Châtel, Noailles, Ponchon, Saint-Sulpice, Silly-Tillard, Villers-Saint-Sépulcre, Heilles, Hondainville, Saint-Félix, Thury-sous-Clermont, Angy.

### 3- Zone de chalandise de Neuilly-en-Thelle

Secteurs*	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise	Contribution au CA	Contribution cumulée
NEUILLY EN THELLE	8 573 210	11,8	81	81
BORNEL	956 224	1,7	9	90,1
CIRES LES MELLO	968 011	1,1	9,1	99,2
SAINTE GENEVIEVE BALAGNY	80 603	0,1	0,8	100
SAINTE MAXIMIN	2 395	0	0	100
<b>TOTAL</b>	<b>10 580 443</b>		<b>100</b>	<b>100</b>



Les ménages du secteur de Neuilly-en-Thelle constituent la zone primaire de chalandise.

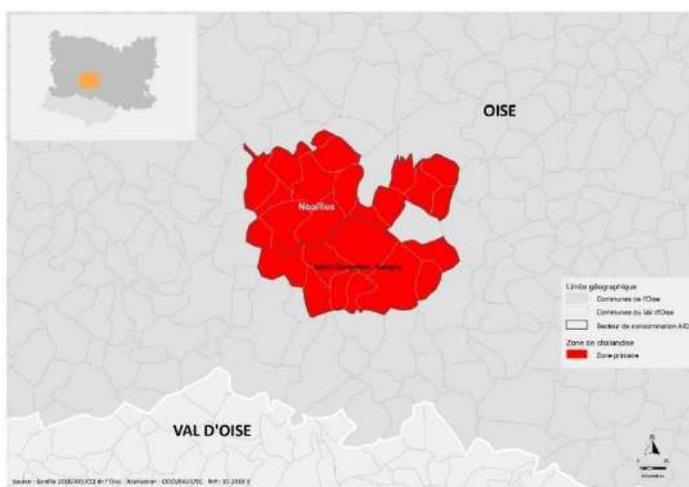
Ils contribuent à 81% du CA généré par les commerces dans lesquels ils consacrent 11.8% de leurs dépenses de consommation courantes.

Le pôle est peu attractif pour les secteurs voisins d'un point de vue commercial.

**\*Secteur de Neuilly-en-Thelle** : Belle-Eglise, Crouy-en-Thelle, Dieudonné, Ercuis, Fresnoy-en-Thelle, Le Mesnil-en-Thelle, Morangles, Neuilly-en-Thelle, Puiseux-le-Hauberger.

#### 4- Zone de chalandise de Noailles

Secteurs*	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise	Contribution au CA	Contribution cumulée
NOAILLES ANGY	2 844 255	3,5	48,3	48,3
SAINTE GENEVIEVE BALAGNY	2 012 539	2,9	34,1	82,4
NEUILLY EN THELLE	488 210	0,7	8,3	90,7
CHAMBLY	188 992	0,3	3,2	93,9
BORNEL	151 034	0,3	2,6	96,4
BRESLES	142 379	0,2	2,4	98,9
AMBLAINVILLE	67 071	0,1	1,1	100
<b>TOTAL</b>	<b>5 894 480</b>		<b>100</b>	<b>100</b>



Le chiffre d'affaires généré sur la commune de Noailles est faible. Il n'y a pas de véritable locomotive alimentaire.

Le taux d'emprise sur les ménages des secteurs de Noailles et Ste Geneviève est faible (- de 4%). Les dépenses de ces ménages contribuent néanmoins à plus de 80% du CA.

**\*secteur de Noailles-Angy** : Abbecourt, Berthecourt, Le Coudray-sur-Thelle, Hodenc-L'Evêque, Montreuil-sur-Thérain, Mouchy-le-Châtel, Noailles, Ponchon, Saint-Sulpice, Silly-Tillard, Villers-Saint-Sépulcre, Heilles, Hondainville, Saint-Félix, Thury-sous-Clermont, Angy.

**Secteur de Sainte-Geneviève – Balagny-sur-Thérain** : Balagny-sur-Thérain, Cauvigny, Foulanges, Laboissière-en-Thelle, Lachapelle-Saint-Pierre, Mortefontaine-en-Thelle, Novillers, Sainte-Geneviève, Ully-Saint-Georges.

### 5- Zone de chalandise de Sainte Geneviève

Secteurs*	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise	Contribution au CA	Contribution cumulée
<b>SAINTE GENEVIEVE BALAGNY</b>	<b>8 634 488</b>	<b>12,3</b>	<b>60</b>	<b>60</b>
MERU	2 249 432	3,2	15,6	75,7
NEUILLY EN THELLE	1 353 779	1,9	9,4	85,1
CHAMBLY	825 658	1,4	5,7	90,8
BORNEL	526 369	0,9	3,7	94,5
NOAILLES ANGY	530 802	0,6	3,7	98,2
MONTATAIRE	230 709	0,3	1,6	99,8
GOUVIEUX	31 941	0,1	0,2	100
<b>TOTAL</b>	<b>14 383 178</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

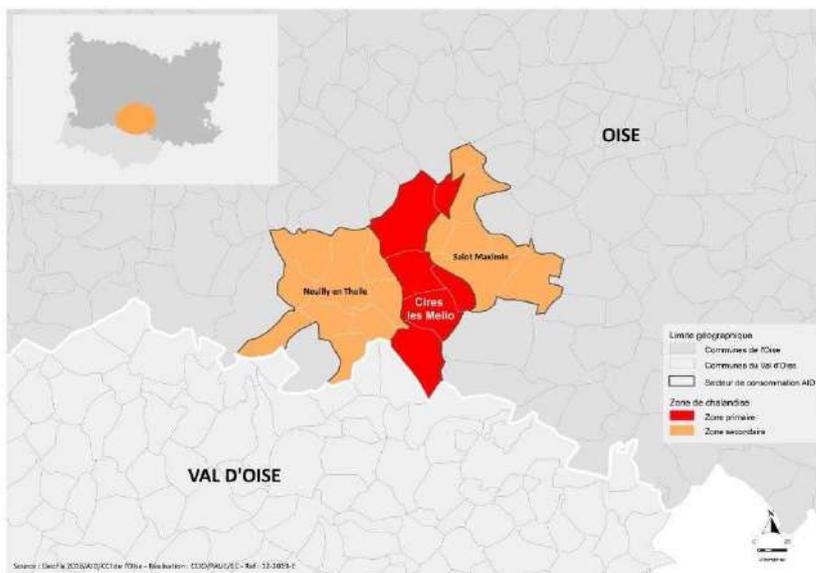


La zone de chalandise de Sainte-Geneviève est concentrée sur le secteur de Sainte-Geneviève/Balagny. Les ménages contribuent à hauteur de 60% du CA généré en consacrant 12.3% de leurs dépenses de consommation courante.

**\*Secteur de Sainte-Geneviève – Balagny-sur-Thérain** : Balagny-sur-Thérain, Cauvigny, Foulanges, Laboissière-en-Thelle, Lachapelle-Saint-Pierre, Mortefontaine-en-Thelle, Novillers, Sainte-Geneviève, Uilly-Saint-Georges.

## 6- Zone de chalandise de Villers-sous-Saint-Leu/Précy-sur-Oise

Secteurs*	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise	Contribution au CA	Contribution cumulée
<b>CIRES LES MELLO</b>	<b>13 911 151</b>	<b>16,8</b>	<b>74,6</b>	<b>74,6</b>
<b>SAINT MAXIMIN</b>	<b>2 013 582</b>	<b>3</b>	<b>10,8</b>	<b>85,4</b>
<b>NEUILLY EN THELLE</b>	<b>1 971 375</b>	<b>2,8</b>	<b>10,6</b>	<b>96</b>
GOUVIEUX	410 347	0,7	2,2	98,2
NOAILLES ANGY	341 717	0,4	1,8	100
<b>TOTAL</b>	<b>18 648 172</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

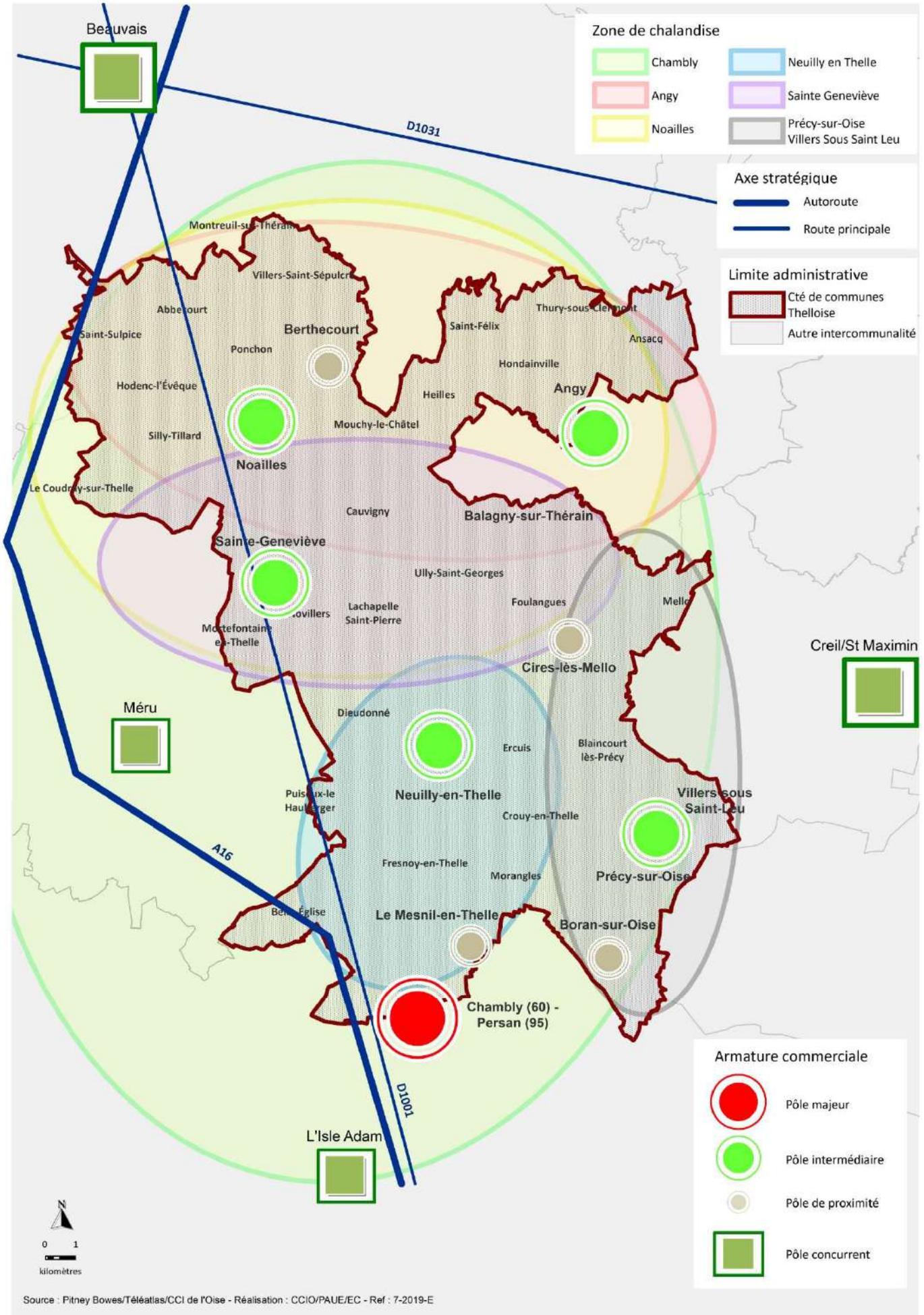


Les ménages du secteur de Cires-les-Mello consacrent 16.6% de leurs dépenses au commerce de Villers-sous-St-Leu et Précy-sur-Oise et contribuent à 74.6% du CA généré.

Les ménages des secteurs de Saint-Maximin et Neully-en-Thelle, s'ils consacrent un faible pourcentage de leur dépenses sur ces 2 communes, contribuent néanmoins à + de 20% au CA généré.

**\*Secteur de Cires-les-Mello :** Blaincourt-les-Précy, Boran-sur-Oise, Cires-les-Mello, Mello, Précy-sur-Oise, Villers-Sous-Saint-Leu.

Aires de chalandise des principaux pôles commerciaux de la CCT



## C- FONCTIONNEMENT COMMERCIAL – Synthèse

Les ménages de la Communauté de Communes de la Thelloise ont une dépense de consommation courante supérieure aux échelons départemental et national. C'est en équipement de la personne et en services que l'écart est le plus probant par rapport à la moyenne France, et en alimentaire par rapport à la moyenne oisienne.

Concernant l'alimentaire, la première destination d'achat des ménages du territoire est Chambly avec 35% de part de marché, suivi de loin par Beauvais (13%).

Le format de vente le plus fréquenté est bien sûr la grande distribution traditionnelle (hypermarchés, supermarchés), mais le hard Discount arrive en seconde place avec 10% de parts de marché. C'est 3% de plus que l'Oise et c'est au détriment du commerce de proximité.

L'évasion commerciale de 34.4% en alimentaire est relativement importante. Ce constat est dû à la situation géographique du territoire et à l'importance de l'offre sur les territoires limitrophes (Communauté d'Agglomération du Beauvaisis et Communauté d'Agglomération Creil Sud Oise).

En non alimentaire, les dépenses sont relativement bien réparties entre les trois villes de Chambly, Beauvais et Saint Maximin avec une place prépondérante pour Chambly. Internet arrive en cinquième position, avant l'Isle Adam dans le Val d'Oise.

Quand on observe les fréquentations des ménages par pôle et non par ville, Saint Maximin passe devant Beauvais pour les achats non alimentaires. L'attractivité de Beauvais est donc liée, non pas seulement à la ZAC de Ther, mais également au commerce de centre-ville (y compris le Jeu de Paume – Centre Hammerson).

Ce sont les grandes surfaces spécialisées qui attirent prioritairement les ménages, dans des proportions supérieures à l'Oise, au détriment du commerce de proximité, d'Internet et des grandes surfaces alimentaires.

Le taux d'évasion commerciale sur le non alimentaire s'élève à 63%. Chambly reste la première destination d'achat.

L'activité commerciale du territoire enregistre une augmentation de chiffre d'affaires de 21% depuis 2010. L'alimentaire, les services de proximité et l'équipement de la maison bénéficient des meilleures progressions.

### III- LES PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION

Le DAACL définit une stratégie commerciale pour le territoire en déterminant les localisations préférentielles et les prescriptions d'implantation des commerces qui y sont attachées. Il répond à plusieurs objectifs :

- Prévoir les espaces d'accueil pour le développement commercial tel qu'il a été défini pour chaque polarité dans le PAS du SCoT
- Favoriser la polarisation commerciale autour des centres existants afin de modérer la consommation d'espace
- Assurer une meilleure complémentarité entre les centres villes et la périphérie,

Pour le territoire de la Thelloise, le PAS fixe comme orientation de la stratégie de développement économique : l'organisation de l'espace économique en conciliant besoins des entreprises et sobriété foncière. Plus précisément, il fixe des objectifs concernant le commerce :

- Conserver l'attractivité des centres villes/villages et de leurs commerces
- Conforter les zones commerciales existantes sur le territoire
- Tenir compte des zones commerciales existantes aux abords du territoire et encadrer le commerce en fonction de l'organisation du territoire
- Limiter la consommation d'espaces dédiés à l'activité économique dans les limites de surfaces indiquées dans le Projet d'Aménagement Stratégique, toutes activités confondues).

Ces objectifs sont précisés par des prescriptions du DOO :

- Délimiter des secteurs de concentration du commerce pour éviter une déperdition des flux de chalands
- Mettre en place dans les documents d'urbanisme des règles créant des conditions favorables au développement du commerce (délimitation de linéaires dédiés au commerce et à l'artisanat, des règles spécifiques en matière de stationnement ; ...)

Les prescriptions d'implantation sont définies en fonction du type de pôle commercial. Pour rappel, dans la communauté de communes de la Thelloise trois types de pôles coexistent :

- 1 pôle majeur : Chambly
- 5 pôles intermédiaires : Angy (avec Bury et Mouy hors territoire de la Thelloise), Neuilly-en-Thelle, Noailles, Précý-sur-Oise/Villers-sous-St Leu et Sainte-Geneviève
- 4 pôles de proximité : Berthecourt, Boran-sur-Oise, Cires-les-Mello, et Le Mesnil-en-Thelle.

Ces pôles sont les lieux de consommation où l'intercommunalité souhaite maintenir et développer le commerce. Le DAACL définit donc les règles d'implantation pour chaque pôle, d'une part pour les centralités et d'autre part pour les sites périphériques.

Il incombera alors aux communes de déterminer dans les PLU les règles d'implantation dans les secteurs dédiés en fonction des prescriptions émises dans ce DAACL.

## A- PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION DANS LE POLE MAJEUR

## Chambly

## En centre-ville

**Surface de vente\*** :

L'implantation de commerce de toute taille est possible.

**Aménagement commercial et développement durable :**

- Ne pas imposer la réalisation de locaux commerciaux dans les projets d'aménagement nouveaux (OAP...) a rediscuter
- Privilégier la reprise de locaux vacants
- Veiller au respect du RNP (Règlement National de Publicité) pour préserver la qualité architecturale des bâtiments (façades, enseignes)
- Améliorer et éventuellement encadrer (durée) le stationnement et les conditions de livraison
- Définir de manière précise et resserrée le centre-ville ou afin d'y concentrer la partie commerçante
- Favoriser l'accessibilité (route, transports collectifs, voie douce...).

## En périphérie

**Surface de vente**

- Surface de vente minimale par commerce : 300m<sup>2</sup> (NB : ce seuil de surface de vente est communément utilisé pour la définition des grandes et moyennes surfaces commerciales, il rassemble la plupart des commerces. Autrefois c'est à partir de ce seuil que les autorisations d'exploiter étaient requises auprès de l'ex CDEC).  
Exception faite des boutiques dans les galeries marchandes
- Pas de création possible de galerie commerciale couverte ou non.  
Extension possible de galerie dans la limite de 10% de la surface de vente de l'ensemble commercial\*\*.

**Aménagement commercial et développement rural**

- Ne pas ouvrir de nouvelles disponibilités foncières dédiées au commerce ou envisager l'ouverture exceptionnellement et uniquement pour des équipements absents du territoire et en renfort de pôles existants
- Fonder la création ou le maintien de disponibilités foncières à vocation commerciale sur une étude des besoins de la population, des flux de consommation, de l'offre existante et prévue à court terme, de l'impact sur l'environnement.

**\*Surface de vente**  
(définition de l'Insee)

« Espace couvert ou non couvert affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, espace affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement, espace affecté à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburants).  
Ne sont pas compris les réserves, les cours, les entrepôts, ainsi que toutes les zones inaccessibles au public, les parkings, etc. »

**\*\*Ensemble commercial**  
(article L752-3 du C. Commerce)

« I. - Sont regardés comme faisant partie d'un même ensemble commercial, qu'ils soient ou non situés dans des bâtiments distincts et qu'une même personne en soit ou non le propriétaire ou l'exploitant, les magasins qui sont réunis sur un même site et qui :

- 1° Soit ont été conçus dans le cadre d'une même opération d'aménagement foncier, que celle-ci soit réalisée en une ou en plusieurs tranches ;
- 2° Soit bénéficient d'aménagements conçus pour permettre à une même clientèle l'accès des divers établissements
- 3° Soit font l'objet d'une gestion commune de certains éléments de leur exploitation, notamment par la création de services collectifs ou l'utilisation habituelle de pratiques et de publicités commerciales communes ;
- 4° Soit sont réunis par une structure juridique commune, contrôlée directement ou indirectement par au moins un associé, exerçant sur elle une influence au sens de l'article L.233-16 ou ayant un dirigeant de droit ou de fait commun.

## B- PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION DANS LES POLES INTERMEDIAIRES

Angy, Noailles, Sainte-Geneviève, Neuilly en Thelle, Précy-sur-Oise/Villers-sous-Saint Leu

### En centre ville

#### Surface de vente

L'implantation de commerce de toute taille est possible.

#### Aménagement commercial et développement durable

- La réalisation de locaux commerciaux dans les projets d'aménagement nouveaux (OAP...) n'est pas obligatoire, elle relève d'une appréciation des réalités locales relatives aux besoins d'hyper proximité.
- Privilégier la reprise de locaux vacants
- Veiller au respect du RNP (Règlement National de Publicité) pour préserver la qualité architecturale des bâtiments (façades, enseignes)
- Améliorer et éventuellement encadrer (durée) le stationnement et les conditions de livraison
- Définir de manière précise et resserrée le centre-ville ou afin d'y concentrer la partie commerçante
- Favoriser l'accessibilité (route, transports collectifs, voie douce...).

### En périphérie

#### Surface de vente

- Surface de vente maximum de 1 000 m<sup>2</sup> par commerce
- L'implantation ne doit pas remettre en cause l'équilibre entre le centre bourg et la périphérie (offre absente du centre-ville), ainsi qu'entre les pôles marchands du territoire.

#### Aménagement commercial et développement durable

- Ne pas ouvrir de nouvelles disponibilités foncières dédiées au commerce ou envisager l'ouverture exceptionnellement et uniquement pour des équipements absents du territoire et en renfort de pôles existants
- Fonder la création ou le maintien de disponibilités foncières à vocation commerciale sur une étude des besoins de la population, des flux de consommation, de l'offre existante et prévue à court terme, de l'impact sur l'environnement
- Interdire la dispersion du commerce dans des zones économiques dédiées à d'autres activités
- Demander la qualité paysagère et architecturale des nouveaux bâtiments qui auront recours si possible à des énergies renouvelables (isolation, panneaux photovoltaïques...)
- Favoriser l'accessibilité et les moyens de circulation doux
- Optimiser le stationnement
- Interdire la création de galerie commerciale
- Demander une consommation foncière raisonnable par des règles adaptées.

## C- PRESCRIPTIONS D'IMPLANTATION DANS LES POLES DE PROXIMITE

Berthecourt, Boran sur Oise, Cires-les-Mello, Le Mesnil-en-Thelle

### En centre ville

#### Surface de vente

L'implantation de commerce de toute taille est possible.

#### Aménagement commercial et développement durable

- La réalisation de locaux commerciaux dans les projets d'aménagement nouveaux (OAP...) n'est pas obligatoire, elle relève d'une appréciation des réalités locales relatives aux besoins d'hyper proximité.
- Privilégier la reprise de locaux vacants
- Veiller au respect du RNP (Règlement National de Publicité) pour préserver la qualité architecturale des bâtiments (façades, enseignes)
- Améliorer et éventuellement encadrer (durée) le stationnement et les conditions de livraison
- Définir de manière précise et resserrée le centre-ville ou afin d'y concentrer la partie commerçante
- Favoriser l'accessibilité (route, transports collectifs, voie douce...).

### En périphérie

#### Surface de vente

- Le pôle de proximité n'a pas vocation à accueillir du commerce en périphérie
- Exception pour 1 pôle périphérique déjà existant : **Le Mesnil en Thelle**  
Les reconversions de sites existants sont possibles.

#### Aménagement commercial et développement durable

- Ne pas ouvrir de nouvelles disponibilités foncières dédiées au commerce ou envisager l'ouverture exceptionnellement et uniquement pour des équipements absents du territoire et en renfort de pôles existants
- Fonder la création ou le maintien de disponibilités foncières à vocation commerciale sur une étude des besoins de la population, des flux de consommation, de l'offre existante et prévue à court terme, de l'impact sur l'environnement
- Interdire la dispersion du commerce dans des zones économiques dédiées à d'autres activités
- Demander la qualité paysagère et architecturale des nouveaux bâtiments qui auront recours si possible à des énergies renouvelables (isolation, panneaux photovoltaïques...)
- Favoriser l'accessibilité et les moyens de circulation doux
- Optimiser le stationnement Interdire la création de galerie commerciale
- Demander une consommation foncière raisonnable par des règles adaptées.

## D- RECAPITULATIF DES PRESCRIPTION D'IMPLANTATION DANS LES CENTRALITES ET LES PERIPHERIES

		Pôle majeur	Pôle intermédiaire	Pôle de proximité	Hors pôle préférentiel
Caractéristiques des pôles préférentiels		Attraction au-delà du territoire. Achats hebdomadaires et occasionnels  Offre commerciale complète : hypermarché, supermarché, commerces de détail et grandes surfaces de tout type avec du choix pour une même activité et une offre culturelle et de loisirs dédiées Équipement varié de centre-ville et de périphérie	Attraction sur une zone de chalandise incluant les communes voisines.  Achat quotidien à hebdomadaire.  L'offre commerciale repose sur un hyper ou un supermarché et une offre complète de proximité	Clientèle de proximité.  Achat quotidien.  Au moins 4 commerces dont un supermarché ou une alimentation générale, une boulangerie, un bar (ou restaurant)	Pas ou peu de commerce de proximité
	Centralité	<p><b>Surface de vente</b> Permettre l'implantation de commerces de toute taille en centre-ville</p> <p><b>Aménagement commercial et développement durable</b> Ne pas imposer la réalisation de locaux commerciaux dans les projets d'aménagement nouveaux (OAP...) Privilégier la reprise de locaux vacants Veiller au respect du RNP (Règlement National de Publicité) pour préserver la qualité architecturale des bâtiments (façades, enseignes) Améliorer et éventuellement encadrer (durée) le stationnement et les conditions de livraison Définir de manière précise et resserrée les centres-villes ou centre-bourgs afin d'y concentrer la partie commerçante Favoriser l'accessibilité (route, transports collectifs, voie douce...)</p>			
Périphérie	Surface de vente	Surface de vente* minimale par commerce : 300m <sup>2</sup> (exception faite des boutiques dans les galeries marchandes)  Pas de création possible de galerie commerciale couverte ou non. Extension possible de galerie dans la limite de 10% de la surface de vente de l'ensemble commercial*.	Surface de vente maximum de 1000m <sup>2</sup> par commerce  L'implantation ne doit pas remettre en cause l'équilibre entre le centre bourg et la périphérie (offre absente du centre-ville), ainsi qu'entre les pôles marchands du territoire.	Le pôle de proximité n'a pas vocation à accueillir du commerce en périphérie  Exception pour 1 pôle déjà existant : <b>Le Mesnil en Thelle</b> (reconversion de sites existants possible)	Pas d'implantation possible
	Aménagement commercial et développement durable	Ne pas ouvrir de nouvelles disponibilités foncières dédiées au commerce ou envisager l'ouverture exceptionnellement et uniquement pour des équipements absents du territoire et en renfort de pôles existants Fonder la création ou le maintien de disponibilités foncières à vocation commerciale sur une étude des besoins de la population, des flux de consommation, de l'offre existante et prévue à court terme, de l'impact sur l'environnement.  Les secteurs d'extension sont conditionnés à la définition préalable d'un projet d'aménagement global du site (ZAC, OAP...) tendant à favoriser : le traitement paysager du projet tant au niveau des bâtiments, que des infrastructures, la gestion collective (eau, stockage, déchets), les économies d'énergie, l'accessibilité	Interdire la dispersion du commerce dans des zones économiques dédiées à d'autres activités Demander la qualité paysagère et architecturale des nouveaux bâtiments qui auront recours si possible à des énergies renouvelables (isolation, panneaux photovoltaïques...)  Favoriser l'accessibilité et les moyens de circulation doux  Optimiser le stationnement Interdire la création de galerie commerciale  Demander une consommation foncière raisonnable par des règles adaptées		

\*Voir définition page précédente

## V - Mise à jour 2022 du DAACL de Thelloise – ajout des données économiques de la commune d'ANSACQ

Suite à l'intégration de la commune d'ANSACQ dans la Communauté de Communes Thelloise au 1<sup>er</sup> janvier 2022, les données commerciales de cette commune sont à associer aux données préexistantes du DAACL de Thelloise. On note que compte tenu de la taille de la population (274 habitants soit 0,45% de la population) les analyses et préconisations effectuées en 2019 restent valides.

### A. ETAT DES LIEUX DE L'EQUIPEMENT COMMERCIAL

La commune d'Ansacq comprend 274 habitants et ne comporte pas d'activité commerciale (source : INSEE - Sirene 2022), elle n'accueille aucun marché. Les habitants fréquenteraient – en faible nombre - les marchés de Clermont ou de Mouy.<sup>3</sup>

### B. LA CONSOMMATION DES MENAGES ET PÔLES COMMERCIAUX

#### 1. L'alimentaire

Les Ansacquois fréquentent les super et hypermarchés de Angy (Intermarché et Aldi), ainsi qu'à Mouy et à Bury (Clermontois). Leurs habitudes de consommation alimentaire s'exercent essentiellement à travers la grande distribution et/ou en boulangerie.<sup>4</sup>

#### 2. Le non alimentaire

- En équipement de la personne : Vers Saint-Maximin, la zone de Cora.
- En équipement de la maison : Vers Nogent-sur-Oise (Bricoman) et Bury (Bricomarché)
- En Culture-Loisirs : Achats principalement *via* le e-commerce.<sup>5</sup>
- Santé et pharmacie : L'ensemble des flux concernant le secteur de la santé (pharmacie, médecins, ...) des ansacquois sont tournés vers Mouy.
- En Coiffure – pressing : Pressing : vers Clermont ou Saint-Maximin (Cora). Coiffure : Plutôt Mouy, bien qu'il y ait globalement au moins 1 salon de coiffure par village.

### C. ZONES DE CHALANDISE DES POLES COMMERCIAUX DU TERRITOIRE

Les habitudes de consommation (et de déplacement) sont importantes entre Ansacq et Mouy pour des raisons géographiques et historiques. Ansacq est à la limite nord de la Vallée du Thérain. Historiquement, tous les déplacements se font donc dans cette vallée, vers le sud du territoire.

<sup>3</sup> Entretien avec Mme MARIENVAL (maire d'Ansacq), 16/12/2021

<sup>4</sup> Ibid

<sup>5</sup> Ibid

---

L'attractivité de Clermont est moindre, bien que la route vers Neuilly-sous-Clermont date de 1914 l'ancrage des orientations territoriales demeure : les habitants à l'époque se déplaçaient davantage vers Mouy. Les habitudes perdurent avec les nouvelles générations.<sup>6</sup>

Ansacq fait donc partie du secteur Noailles-Angy, à intégrer dans la zone primaire de la zone de chalandise de Mouy-Bury.

## V - LA LOGISTIQUE URBAINE DANS LA CC THELLOISE

### A. L'approvisionnement des populations, un enjeu urbain historique

Historiquement, l'acheminement des marchandises au cœur des villes représente depuis toujours un enjeu stratégique pour l'approvisionnement des populations. L'éloignement des champs et des pâtures des lieux d'habitation a imposé aux villes d'assurer, en contrepartie, l'acheminement efficace des marchandises pour répondre aux besoins vitaux de la population. La progression rapide du e-commerce dans les 20 dernières années et les facilités plus récentes de s'approvisionner rapidement à domicile en offre alimentaire reformule l'organisation séculaire de l'approvisionnement des populations dans la mesure où elle s'affranchit du commerce de proximité, qu'il soit en centre-urbain ou périphérique. L'efficacité des dernières années des supply-chain, couplée au e-commerce ou m-commerce (achat à partir du mobile) apporte une solution inédite au consommateur. La possibilité d'accéder instantanément, facilement et en continu (7J/7 et 24h/24), aux biens de consommation courante laisse entrevoir la possibilité d'un étiolement fort du commerce de proximité, concurrencé par l'évasion des dépenses vers le e-commerce.

Les spécialistes observent surtout un phénomène d'hybridation du commerce qui se matérialise par l'utilisation par les acteurs du e-commerce d'aménagements physiques (ex. consignes automatiques Amazon dans les supermarchés) et par le déploiement d'une présence sur internet par les acteurs du commerce traditionnel (ex. achats en Drive Intermarché ou Leclerc, Yves Rocher...). Néanmoins, pour que le commerce de proximité puisse lui aussi capter les achats en ligne, ces derniers doivent passer par la numérisation de leur activité pour que les habitants les retrouvent en ligne. Ces solutions développées plus couramment par les commerces franchisés laissent souvent en retrait les commerces indépendants. Dans ces cas, sauf exception, des politiques d'accompagnement à la numérisation voire d'animation de plateformes locales peuvent faciliter leur intégration dans le commerce en ligne. Le dispositif d'accompagnement des commerçants à la transition numérique mis en place par la Région et déployé notamment par la CCI auprès des commerçants de la CC Thelloise, constitue un outil d'action publique pour limiter la fracture numérique selon les types de commerces.

---

<sup>6</sup> Entretien avec Mme MARIENVAL (maire d'Ansacq), 16/12/2021

## B. Les 4 enjeux de la planification du e-commerce et de la logistique du dernier kilomètre dans un territoire à dominante rurale

En cas de « laisser-faire » du marché, la perspective d'un effritement des chiffres d'affaires du commerce physique à cause de la concurrence du e-commerce, soulève de nouveaux problèmes pour les territoires, qui interpelle l'action publique et invitent à la mise en place d'un encadrement du phénomène à l'échelle nationale, régionale et locale. On repère en particulier quatre sujets de préoccupations.

1. **un problème écologique** avec la décarbonation nécessaire des activités humaines dont le transport représente une part importante (« Le transport est l'activité qui contribue le plus aux émissions de gaz à effet de serre (GES) de la France. En 2019, il représente 31 % des émissions françaises de GES. (..) le transport par poids lourds et véhicules utilitaires légers représente 54% de ces émissions. » Source <https://www.notre-environnement.gouv.fr/>) ;
2. **un problème d'accroissement des flux** sur les infrastructures routières majeures et mineures lorsque les livraisons sont effectuées à domicile, supposant des enjeux de congestion et de sécurité;
3. **un enjeu d'indépendance en matière d'approvisionnement pour les biens de consommation courante, en particulier alimentaire** : le phénomène de e-commerce est caractérisé par la mise en place de marchés oligopolistiques voire monopolistiques pointés du doigt par les économistes (Cf. par ex. « GAFA : au secours, le capitalisme d'oligopole est de retour », Challenges Magazine, Patrick ARTUS, 11 Mai 2019) dans la mesure où la concentration des places de e-commerce tend à créer une dépendance forte des consommateurs à un seul acteur. Le maillage territorial par les entrepôts visant à approvisionner les grandes villes de France ont permis de mettre en lumière le risque redouté de dépendance territoriale qui contrarie l'objectif de résilience pourtant recherché depuis la crise sanitaire.
4. **un enjeu social avec un risque d'affaiblissement du commerce physique** qui participe éminemment à l'animation du territoire, au maintien du lien social et assure efficacement depuis plusieurs siècles la mission d'approvisionnement alimentaire des populations, bien que le déploiement de la voiture individuelle ait déjà nettement affaibli le commerce de village.

En milieu rural, l'approvisionnement alimentaire par l'appareil commercial a été jusqu'à une période encore récente différente de celle des centres urbains dans la mesure où l'agriculture vivrière, l'élevage et la cueillette favorisait l'autonomie des populations. L'épicier-cafetier de village jouait un rôle central complémentaire des productions locales dans l'approvisionnement jusque dans les années 1970 dans une majorité de villages. Le développement de la voiture individuelle avec la perspective d'une progression forte du e-commerce, les zones rurales doivent être interpellées par les mêmes enjeux que les centres urbains : écologique, aménagement du territoire, résilience, lien social.

## C. Etat des lieux de la logistique urbaine en Thelloise

### 1. Les points de retrait colis en Thelloise : points nodaux de la logistique du dernier km

Compte tenu des caractéristiques du territoire, à dominante rurale, marqué par les pôles de Chambly (+ de 10 000 habitants) puis de Noailles et Neuilly-en-Thelle, **avec une densité de 199 hab/km<sup>2</sup>, les aménagements de la logistique urbaine destinée aux consommateurs s'organisent essentiellement :**

1. Autour des **points retrait colis** auprès des commerçants.
2. De la **livraison à domicile**, potentiellement facilitée à l'avenir par l'apparition de boîtes-lettres aux formats XXL pour réceptionner des colis aux dimensions de plus en plus notables.
3. On recense au moment de l'étude, l'implantation de **consignes automatiques** pour le retrait des colis à Noailles, en bordure de la D.1001.

Le territoire de la Communauté de Communes Thelloise compte **65 établissements proposant le service de dépôt/retrait de colis (ou « points relais »)**. Ces derniers sont répartis de manière hétéroclite entre les différentes centralités marchandes du territoire. Cet équipement évolue dans le temps et actuellement ne fait pas l'objet d'un suivi systématique. Parmi les 65 points relais identifiés, **40 sont des commerces (dont 14 bars-tabac), le restant étant composé de relais Postaux**. Le service de relais est donc principalement assuré par un établissement commercial de **proximité** (épicerie, fleuriste, bar-tabac...). Il représente pour le commerçant une activité subsidiaire visant à attirer – et éventuellement fidéliser – une clientèle nouvelle qui n'aurait pas eu vocation à pénétrer dans l'établissement en d'autres circonstances.

### 2. Les « pôles » de logistiques urbaines de proximité du consommateur en Thelloise: méthodologie et enseignements

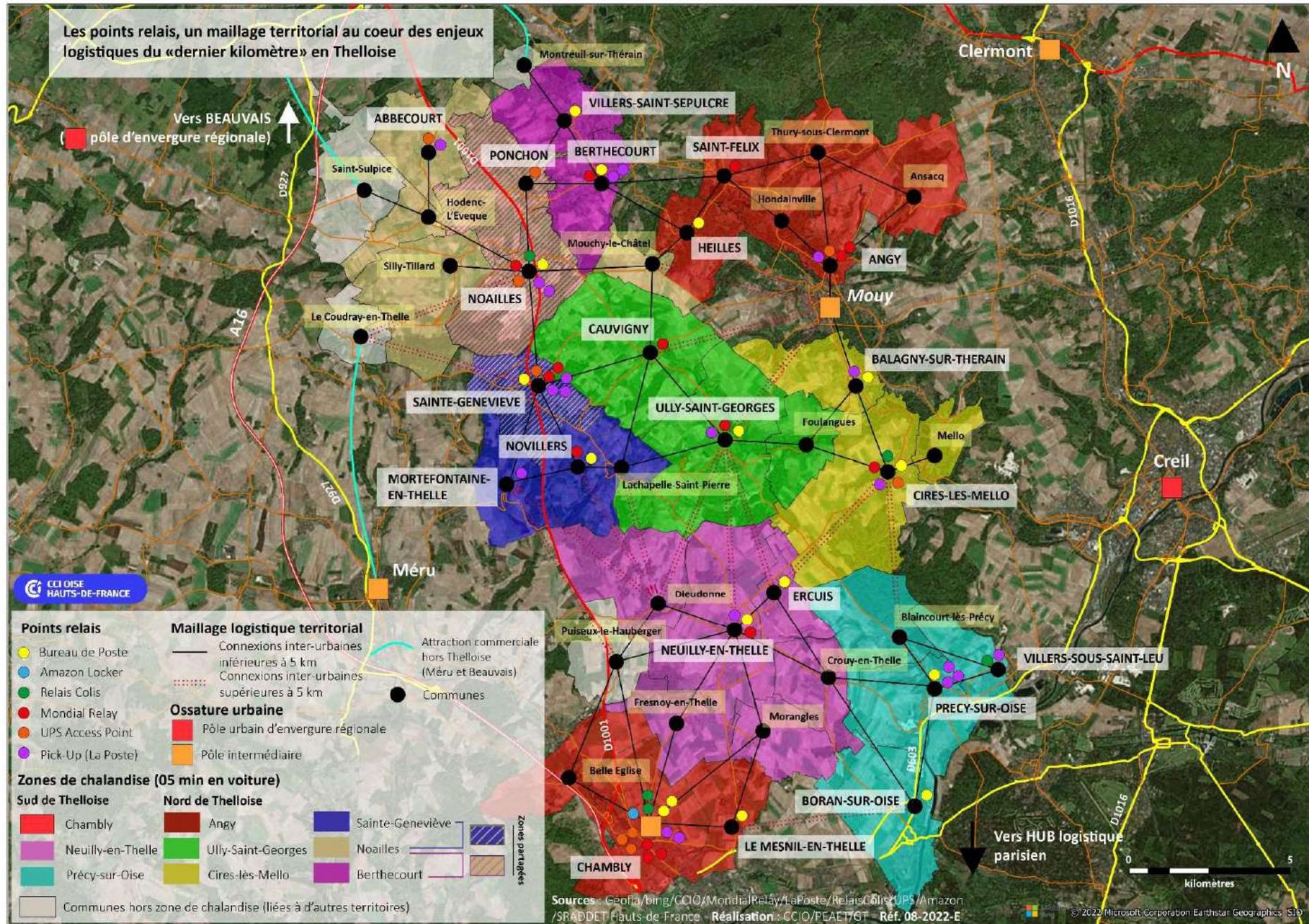
La carte suivante identifie les centralités de la logistique urbaine à destination du consommateur en maillant le territoire à partir d'un seuil minimal de 3 points relais dans une commune, indiquant une implantation démographique et commerciale plus importante que la moyenne.

A partir de ces centralités, le territoire de Thelloise a été distribué en 10 zones de chalandise avec pour critère une distance entre le point relais et le territoire de moins de 5 km et de moins de 5 min en voiture. Les territoires en dehors de ce maillage permettent d'identifier les lieux les moins bien desservis par une *centralité de logistique urbaine de proximité*. En effet, la logique de proximité immédiate du « dernier kilomètre » suppose une distance et un temps de trajet le plus court possible entre le consommateur-usager du service et l'établissement proposant le service (« *B2C : Business to Consumer* »).

**On dénombre 9 « communes polarisantes » : Chambly, Précy-sur-Oise, Neuilly-en-Thelle, Cires-les-Mello, Uilly-Saint-Georges, Sainte-Geneviève, Noailles, Berthecourt, Angy.**

La cartographie révèle que quelques communes ne font partie d'aucune des *zones de chalandise* des pôles de logistique urbaine de proximité à destination du consommateur tels que définis précédemment : **Le Coudray-sur-Thelle d'une part, Saint-Sulpice et Montreuil-sur-Thérain d'autre part**. Elles partagent une position excentrée au sein de la communauté de communes et sont plutôt polarisées par respectivement Méru et Beauvais.

**Carte, page suivante. Les points relais, un maillage territorial au cœur des enjeux logistiques du « dernier kilomètre » en Thelloise**



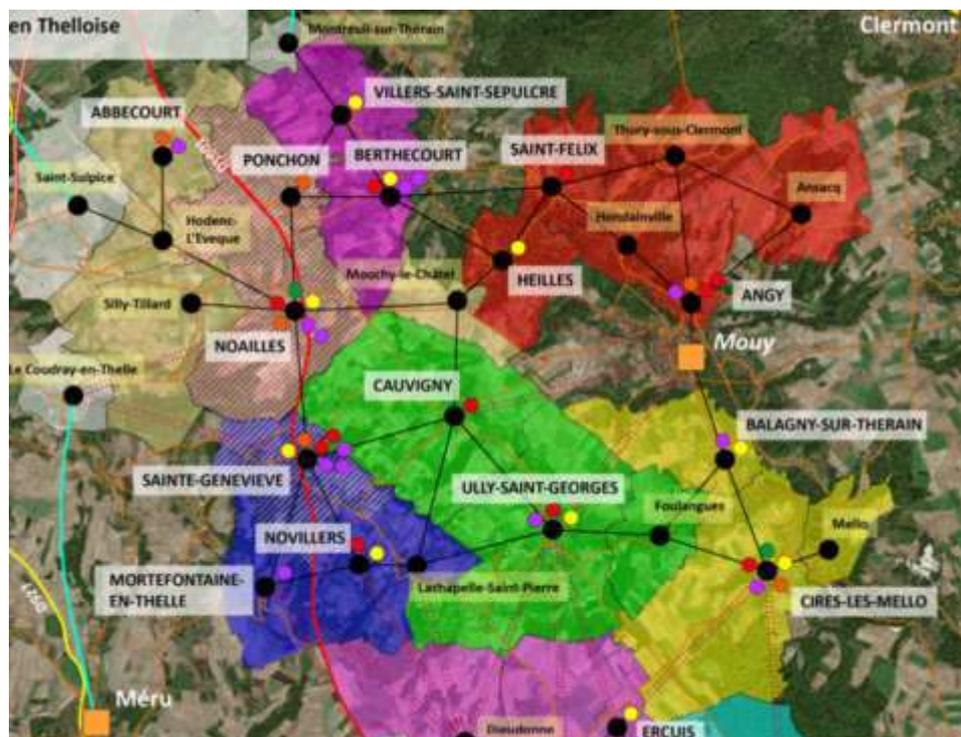
### 3. Analyse : un fonctionnement Nord/Sud différent dans le maillage et la logique de répartition spatiale des points relais

L'analyse cartographique et statistique de l'implantation des points relais et des relations entre les différents territoires qui les accueillent a d'abord mis en évidence un fonctionnement différencié entre le Nord et le Sud.. On constate d'abord à une échelle macro **une polarisation Nord/Sud** : entre un pôle Nord rural et hétérogène et un pôle Sud proche de la région parisienne et dominé par Chambly. La rupture entre Nord et Sud se matérialise ici par une bande homogène de 5km de distance séparant les communes de Mortefontaine-en-Thelle, Novillers, Lachapelle-Saint-Pierre, Ullly-Saint-Georges et Cires-lès-Mello (au nord) et Puiseux-le-Hauberger, Dieudonne, Neuilly-en-Thelle, Erceux et Blaincourt-lès-Précy (au sud). On constate également une différence Nord/Sud, à une échelle plus fine, dans la distribution du territoire en zones de chalandise autour des pôles de logistique urbaine de proximité, plus nombreuses au Nord.

Plusieurs critères pourraient expliquer la logique de répartition des points relais et le maillage :

- La démographie (plus une population est nombreuse sur un territoire, plus de relais il y a),
- La proximité avec de grandes infrastructures (départementales, autoroutes),
- L'historicité du territoire (soit la proximité relationnelle, historique et géographique, ou son absence, entre tel et tel territoire),
- La concurrence entre les plateformes de distribution de colis privés (Mondial Relay, Relais colis, UPS...) et le service de distribution postal assuré par La Poste.

*Situation au nord de Thelloise*



La rupture nord/sud appuie l'idée d'une dynamique d'implantation des points relais différente entre ces deux secteurs donc celle d'un maillage différencié. **Au nord, les points relais sont mieux répartis et plus nombreux qu'au sud, ce qui peut s'expliquer par un nombre plus important de communes, plus rurales et plus diffuses dans l'espace.** En dehors de Saint-Félix qui ne compte qu'un point relais, les autres communes centrales – au sens des zones de chalandise – possèdent 3 points relais ou plus.

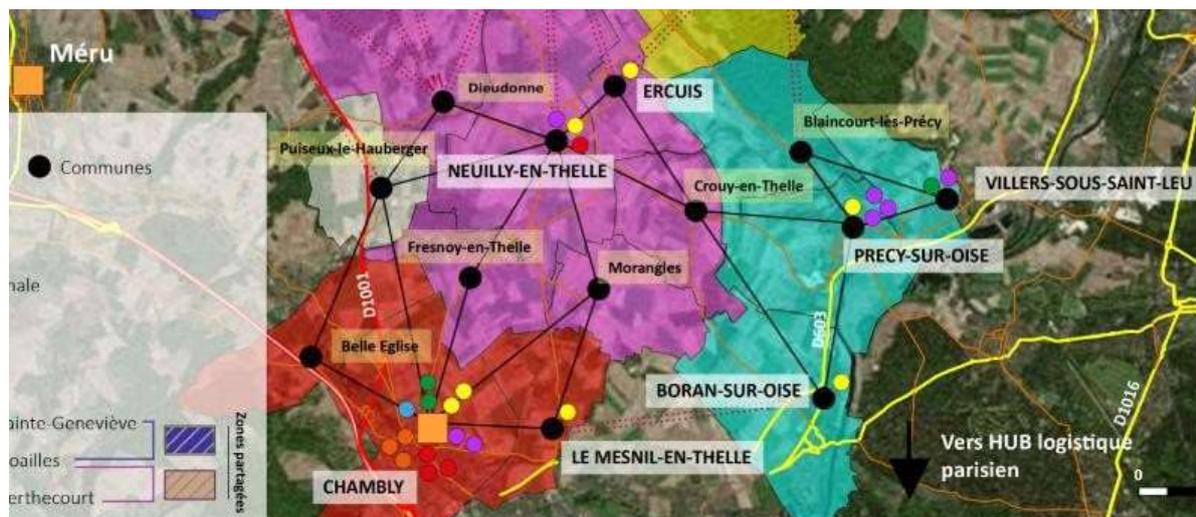
Notons que les communes de **Sainte-Geneviève, Noailles et Berthecourt** – centralités de leur zone de chalandise respective – forment un croissant homogène en termes d'offre de points relais, en diversité et en nombre. Elles **semblent fonctionner de concert au vu de la confusion spatiale de leurs zones de chalandise** (Noailles/Sainte-Geneviève, Noailles/Berthecourt). Ces trois zones totalisent 13619 habitants et 24 points relais.

**Hormis Le Coudray-sur-Thelle, Saint-Sulpice et Montreuil-sur-Thérain qui sont reliées à des pôles extérieurs à la CCT, chaque commune – et donc chaque habitant – peut bénéficier du service d'un point relais à moins de 5 min et moins de 5 km au sein de la Communauté de communes** (entre 3 et 4km de distance). La triade Noailles – Sainte-Geneviève – Berthecourt profite également du passage de la D1001 (axe Paris-Beauvais) à travers leur territoire, et de la proximité avec l'A16 et la D927 (axe Paris-Beauvais également) à moins de 10 km qui leur offre un avantage logistique significatif, ainsi qu'edu passage.

**Il en est de même pour les zones de Uilly-Saint- Georges, Angy et Cires-les-Mello.** Ces deux dernières ont cependant la particularité d'être limitrophes à la commune de Mouy, pôle urbain intermédiaire dans l'ossature urbaine régionale (SRADDET Hauts-de-France) de 5255 habitants (INSEE, 2018). Ces deux zones bénéficient donc probablement de cette proximité, notamment Angy qui compte 4 points relais, tous au sein de commerces de proximité.

**Enfin, 12 communes sur les 27 qui composent ce secteur ne disposent pas de points relais. Il s'agit de La Coudray-en-Thelle, Saint-Sulpice, Silly-Tillard, Hodenc-L'Evêque, Montreuil-sur-Thérain, Mouchy-le-châtel, Hondainville, Thury-sous-Clermont, Ansacq, Lachapelle-Saint-Pierre, Foulanges, et Mello.** L'hypothèse de la disparition progressive et croissante du commerce de proximité en milieu rural depuis plusieurs décennies peut expliquer cette vacance, ainsi que la population inférieure à 1200 habitants.

### Situation au sud de Thelloise



L'offre est moins importante si on la rapporte au nombre de communes présentes dans le secteur et semble polarisée par la zone de chalandise de Chambly (12 999 habitants). On compte en effet 13 points relais à Chambly, également pôle urbain intermédiaire, et 1 relais au Mesnil-en-Thelle. Les trois zones de chalandise qui composent ce secteur – Chambly, Neuilly-en-Thelle et Précy-sur-Oise – totalisent 22 555 habitants et sont les trois zones qui concentrent le plus de population (fig. 1). La proximité immédiate de ces territoires avec la région parisienne – et son HUB logistique - contribue à accentuer cette polarité et à expliquer une telle démographie, ainsi que la différence de répartition des points relais logistiques entre le nord et le sud. La proximité immédiate de Chambly avec l'A16, la D929 et la D1001, et le passage de la D603 par Précy-sur-Oise – qui rejoint Creil et Clermont - illustre également cette forte présence logistique et le maillage qui en découle.

Hormis Puiseux-le-Hauberger, chaque commune dispose d'une connexion de moins de 5km et moins de 5 min avec une autre commune disposant d'au-moins 1 point relais (La Poste compris). Sur les 14 communes composant ce secteur, la moitié ne dispose pas de point relais ou de bureau de poste. Il s'agit des communes de Belle-Eglise, Fresnoy-en-Thelle, Puiseux-le-Hauberger, Dieudonne, Crouy-en-Thelle, Blaincourt-lès-Précy, et Morangles. Seules 4 disposent d'au moins 1 point relais (hors bureau de poste).

#### 4. Une forte présence de la Poste malgré une forte concurrence des opérateurs privés

Face à la croissance du e-commerce depuis plusieurs années, la logistique urbaine a dû s'adapter et opérer une mutation profonde pour affronter l'augmentation très importante du nombre de colis en transit, aux contraintes urbaines du « dernier kilomètre » et aux exigences des consommateurs en termes de délais de livraison et du rapport distance/temps de parcours. A défaut de pouvoir livrer tous les colis directement chez le consommateur (contrainte de temps, d'espace et d'effectif), les commerces de proximité figurent parmi les meilleures options pour assurer la réception

ou l'envoi des colis légers (moins de 30 kg)<sup>8</sup>. La part de la fonction commerciale parmi les établissements proposant ce service en Thelloise l'illustre, avec plus de la moitié des établissements (40 sur 65).

**Cependant, face à cette concurrence des opérateurs privés (Mondial Relay, Amazon, UPS, Relais Colis...), La Poste opère depuis 10 ans une stratégie de reconquête des territoires, notamment des territoires ruraux.** La forte présence des relais Pick-up (20 sur l'ensemble de Thelloise et au moins 1 dans chaque zone de chalandise) en complément des bureaux de poste (« en propre », en mairie ou en relais dans un commerce) illustre cette stratégie. La Poste représente ainsi 36 établissements offrant le service de relais colis sur 65, soit un peu plus de la moitié de l'offre de Thelloise. Celle-ci est d'ailleurs présente sur l'ensemble du territoire et répartie de manière homogène. **Certaines communes ne comptent par ailleurs que des établissements de service postal, comme Boran-sur-Oise, Précly-sur-Oise, Ercuis, Balagny-sur-Thérain ou encore Berthecourt.**

#### D. Préconisations pour encadrer le développement de la logistique urbaine dans le territoire

1. Les solutions de logistiques urbaines récemment développées en France : principalement adaptées aux villes et territoire nettement plus peuplés qu'en Thelloise

Les solutions de logistiques urbaines se déploient peu à peu dans les territoires urbains les plus denses ou les plus enclins à une saturation des stationnements et des espaces de circulation en centre-urbain (ex. Bayonne, La Rochelle). Les solutions développées répondent le plus souvent aux écueils écologiques et aux problèmes d'engorgement des centres-villes telles que les plateformes de distribution à l'extérieur de la ville pour centraliser les flux à destination du centre, le verdissement des flottes de véhicules, la règlementation du stationnement et des horaires de circulation...

Ces solutions sont essentiellement développées dans des villes de plusieurs dizaines de milliers d'habitants (+49 000 à Bayonne, +143 000 Le Mans...) ou comme en témoignent les collectivités parties prenantes du programme INTERLUD<sup>9</sup> animé par le Ministère de la Transition écologique (Bordeaux, Brest, Versailles, Cannes, Vendôme, etc.).

Une veille documentaire réalisée dans le cadre de cette étude a permis de regrouper les bonnes pratiques au sein de « familles » suivantes et explicitées en annexe (Cf. Présentation : « *Atelier de travail pour construire le volet L du DAACL de la CC Thelloise* », 20 Mai 2022) :

- L'optimisation des véhicules de livraison
- L'adaptation des flux dans le temps pour limiter les congestions et faciliter la circulation
- La réduction des distances parcourues par les marchandises

<sup>8</sup> Raphaëlle Ducret (2015), « Nouvelles organisations de la distribution urbaine des colis sur le dernier kilomètre : innover par une approche spatiale », thèse (CIFRE) soutenue à Paris Tech-Les Mines en 2015

<sup>9</sup> <https://www.interlud.green/la-charte-dengagement/les-collectivites-engagees>

- Le développement de la logistique dans le tissu urbain
- La valorisation de démarches logistiques qualitatives
- La mise en place d'un « service public » de la logistique des derniers kilomètres
- La participation des habitants à la logistique des derniers kilomètres et à son évolution
- La rationalisation des lieux de livraison

## 2. Préconisations pour les aménagements de logistique urbaine en Thelloise

*AXE 1. Acculturer les élus, techniciens de la collectivité et sensibiliser la population aux enjeux de la logistique urbaine (Préconisations 1 à 4)*

### **Préconisation 1. Acculturer les élus de l'intercommunalité, des communes et leurs techniciens (urbanisme en particulier) aux enjeux de la logistique urbaine pour responsabiliser les actes d'achat et les choix de livraison, en lien avec les travaux du PCAET**

Dans la mesure où le e-commerce et m-commerce (commerce à partir du mobile) se développent rapidement et qu'un encadrement de ce phénomène par l'Etat, la Région et les collectivités locales se met en place, la prise de conscience collective doit avoir lieu.

#### Propositions d'actions :

- **Diffuser les principaux enseignements du volet L du DAAC pour accélérer la prise de conscience auprès des élus communautaires, des communes et techniciens et de la population** (affichages en mairie et dans les locaux intercommunaux, magazine intercommunal, réseaux sociaux communautaires...)
- **Communiquer par affichage dans les points relais pour encourager les consommateurs à « cliquer local » ou à faire livrer en relais colis plutôt qu'à domicile en 24H.**
- **Etablir un rapprochement des préconisations du volet L du DAACL et des travaux du PCAET pour opérer des synergies entre ces deux domaines de l'action intercommunale**

**Préconisation n°2. Pour une acculturation dans le temps, mettre en place un observatoire de la logistique urbaine annuel dans une économie de moyens.** A partir du suivi des relais-colis automatisés et physique, cet observatoire peut être fondé sur les remontées terrain et/ou les données ouvertes disponibles en ligne. Il permettrait de suivre l'évolution des implantations des points de retrait et consignes automatiques (lockers Amazon...) et à cette occasion d'organiser un débat ou de décider d'actions à mettre en place en cas de pratiques à l'écart des ambitions intercommunales d'encadrement du phénomène.

**Préconisation n°3. Envisager la possibilité d'une demande d'information annuelle à La Poste** pour comprendre l'évolution des flux de livraison du e-commerce et les éventuelles problématiques identifiées par leurs agents (facteurs et postiers) dans le territoire.

**Préconisation n°4. Identifier rapidement les interlocuteurs locaux des entreprises de e-commerce implantant des lockers dans le territoire** (Chambly, Noailles) pour engager un dialogue qui permettra à l'intercommunalité d'expliquer sa vision en matière d'implantation.

*AXE 2. Encourager le commerce physique et le lien social par un maillage de points relais qui leur soit propice (Préconisations 5 à 7)*

**Préconisation 5. Evaluer en lien avec les élus des communes concernées par un éloignement relatif d'un pôle de logistique urbaine, l'opportunité d'un renforcement du maillage des points de retrait** (Puisseux-le-Hauberger, Le Coudray-sur-Thelle, Saint-Sulpice et Montreuil-sur-Thérain).

**Préconisation 6. En relation avec le pôle commerce de la CCI, à partir des observations de terrain du conseiller commerce opérant dans le territoire** : conforter la digitalisation et faire le point sur le niveau de digitalisation des commerçants d'une part et sur les conditions d'exercice des commerçants animant des points relais. Identifier les faiblesses potentielles et engager de nouvelles actions pour conforter la digitalisation du commerce local et le maillage des points de retrait.

**Préconisation 7. Encadrer le développement des lockers : un complément aux points relais pour les retraits de colis en dehors des jours et heures d'ouverture.**

Les points de retrait des colis gérés par les services postaux ou par les commerçants permettent de renforcer les services existants. La « concurrence » potentielle des consignes automatisées peut donc les fragiliser mais pourrait dans un futur proche se développer en fonction des politiques d'implantation des acteurs du e-commerce. Les consignes automatiques apportent un service supplémentaire aux commerçants compte tenu de leur accès sans limite horaire et toute l'année.

Compte tenu des enjeux de maintien du commerce physique, de l'animation du lien social, nous recommandons d'encadrer les implantations des lockers :

- **En les privilégiant dans les lieux de flux majeurs du territoire** (gares, pôle urbain de Chambly ou zones d'activités commerciales qui bénéficieront potentiellement aux commerces ou services physiques pré-existants et limiteront les déplacements.
- **Dans les villages** : afin que le service offert par l'implantation du locker continue de conforter le commerce physique et participe à l'animation du lien social, orienter les implantations de consignes automatiques (lockers) :
  - A proximité immédiate du ou des commerces existants,
  - En second choix, à défaut de commerces, privilégier l'implantation au centre du village à proximité de la mairie ou sur la place (du marché), à l'emplacement d'un commerce ambulant (ex. camion pizza)
  - En troisième choix, à défaut d'autre possibilité, implanter les consignes automatiques à proximité d'autres services : emplacement du point vert (point collecte volontaire), parking de co-voiturage.

### Encadrement par le DAACL :

Le DAACL fixe « *les conditions d'implantation des constructions commerciales et des constructions logistiques commerciales en fonction de leur surface [...] et de leur impact sur les équilibres territoriaux, notamment au regard du développement du commerce de proximité, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises* ». Il définit également les « *secteurs d'implantation privilégiés* » des « *équipements logistiques commerciaux* ».

Un DAACL détermine des secteurs (secteur d'implantation périphérique, centralité urbaine) à enjeux spécifiques en matière de localisation préférentielle des commerces où il « *prévoit les conditions d'implantation, le type d'activité et la surface de vente maximale des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs* » et peut également « prévoir les conditions permettant le développement ou le maintien de la logistique commerciale de proximité dans les centralités urbaines » (art L 141-6).

⇒ La CCT peut faire le choix d'encadrer l'implantation des distributeurs / consignes en :

#### **Proposition :**

- limiter leur implantation à proximité des commerces physiques des pôles commerciaux existants ;
- à défaut de commerces, inciter à l'implantation à proximité des équipements publics.

**N. B.** D'autres types de réflexions pourraient justifier des choix différents, selon les enjeux qui retiennent l'attention : infrastructures et accès (cf règles 1 et 3 du SRADDET), comportements d'achat, mixité et intégration urbaine (cf règle 22 du SRADDET)... Le code de l'urbanisme permet en outre à un SCOT de contenir un programme d'actions précisant les actions prévues par des acteurs publics mais également privés pour mettre en œuvre les objectifs du SCOT (art L 141-19).

### Encadrement par un PLU

Le PLU peut encadrer ces activités et pour cela a plusieurs leviers (Cf. Annexe 2), on retiendra notamment qu'il peut interdire la destination des « *distributeurs automatiques* » prévue dans les destinations d'activités.

#### *Limites de l'encadrement :*

**Limite 1** - les distributeurs / consignes implantés dans une construction existante semblent échapper à l'encadrement. En effet, un distributeur s'implantant dans une construction de la sous-destination « *artisanat et commerce de détail* » (centre commercial...) n'entraîne pas *a priori* de changement de destination. De plus, les « *locaux accessoires* » d'un bâtiment sont réputés avoir la même destination que le local principal (un PLU peut préciser sa définition des locaux accessoires).

**Limite 2** - Les projets de moins de 5m<sup>2</sup> échappent à toutes les formalités mais pour autant, ils doivent respecter les règles du PLU.

**N.B. Implantation de casiers sur le domaine public :** le porteur de projet doit effectuer une *demande d'autorisation d'occupation par un commerce*, comme dans le cas d'un kiosque par exemple (AOT = autorisation d'occupation temporaire du domaine public)). Le Code de la propriété des personnes publiques prévoit qu'un Appel à manifestation d'intérêt concurrent soit lancé par le propriétaire public. En cas d'acceptation une redevance est due.

*AXE 3. La mise en place d'une politique de logistique urbaine à destination du consommateur à plus long terme (Préconisations 8 et 9)*

Sous l'impulsion des Règlementations nationales (Loi Climat, Rapports nationaux) et régionales (SRADDET), la mise en place d'un encadrement local de la logistique urbaine à destination du consommateur s'opère très progressivement. Au-delà des actions de court et moyen terme, des actions de plus long terme pourront être envisagées par le territoire pour limiter les flux à la source.

**Préconisation 8. Repérer les problèmes de livraison et engorgement potentiels en lien avec le plan de mobilité simplifié (et non obligatoire).** Les échanges au cours de l'étude ont permis d'identifier des circulations difficiles à Sainte Geneviève (rue en long) ainsi qu'à Balagny où la RD 929 est particulièrement empruntée par les poids-lourds. Des travaux y sont actuellement engagés pour modifier les conditions de circulation en direction de Mouy et Chambly. La voie RD4 dans le secteur de Mesnil-en-Thelle et Chambly, pourrait également être susceptible de saturation en cas d'alourdissement du trafic. Conscient de ces enjeux, le territoire a engagé en parallèle du projet d'implantation d'un entrepôt à Chambly-Belle-Eglise des travaux permettant de fluidifier les circulations futures (giratoire notamment). Ce type d'identification nécessite d'être approfondi (ex. auprès de la commune de Noailles) pour envisager des solutions durables (stationnements règlementés, spécifiques aux livraisons par ex.).

**Préconisation 9. Encourager les circuits courts pour limiter les flux de longue distance pour les approvisionnements de la population**

En cohérence avec la stratégie de développement économique du territoire et avec le PCAET, le développement des circuits courts constitue un bon levier pour limiter le recours au e-commerce. En résonance avec l'appétence des consommateurs pour les produits locaux et aux produits de seconde main, les circuits courts peuvent profiter à la fois à l'approvisionnement alimentaire (cueillettes, distributeurs, etc.) et à l'approvisionnement en biens de consommation courante (habillement, bricolage, ameublement, etc.). De ce point de vue les échanges ont mis en évidence les pratiques déjà bien implantées en matière alimentaire à Noailles, Puiseux-le Haut-Berger, Dieudonne et Neuilly-en-Thelle (casiers automatiques, vente à la ferme, cueillette...).

## ANNEXES

## Annexe 1. Codes NAF pris en compte dans le DAACL

Code NAF	Activité	Code NAF	Activité
1013B	Charcuterie	4774Z	Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé
1071B	Cuisson de produits de boulangerie	4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé
1071C	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie	4776Z	Commerce de détail , fleur, plante, graine, engrais, animaux de cie, aliments pour animaux en magasin spécialisé
1071D	Pâtisserie	4777Z	Commerce de détail d'article d'horlogerie et bijouterie en magasin spécialisé
4511Z	Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers	4778A	Commerce de détail d'optique
4519Z	Commerce d'autres véhicules automobiles	4778B	Commerce de détail de charbons et combustibles
4520A	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	4778C	Autres commerces de détail spécialisés divers
4520B	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	4779Z	commerce de détail de biens d'occasion en magasin
4532Z	Commerce de détail d'équipements automobiles	4781Z	Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés
4540Z	commerce et réparation de motocycles	4782Z	Commerce de détail de textile, d'habillement, chaussures sur éventaires, marchés
4711A	commerce de détail de produits surgelés	4789Z	Autres commerces de détail alimentaire sur éventaires et marchés
4711B	Commerce d'alimentation générale	5510Z	Hôtels et hébergement similaire
4711C	Supérettes	5610A	Restauration traditionnelle
4711D	Supermarchés	5610B	Caféterias et autres libres-services
4711E	Magasins multi-commerces	5610C	Restauration de type rapide
4711F	Hypermarchés	5621Z	Services des traiteurs
4719A	Grands magasins	5630Z	Débites de boissons
4719B	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé	6120Z	Télécommunications sans fil
4721Z	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	6419Z	Autres intermédiations monétaires
4722Z	Commerce de détail de viande, de produits à base de viande en magasin spécialisé	6622Z	Activités des agents et courtiers d'assurances
4723Z	Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé	6831Z	Agences immobilières
4724Z	Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé	7120A	Contrôle technique automobile
4725Z	Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé	7420Z	Activités photographiques
4726Z	Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé	7810Z	Activités des agences de placement de main d'œuvre
4729Z	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé	7820Z	Activités des agences de travail temporaire
4730Z	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé	7911Z	Activités des agences de voyage
4741Z	Commerce de détail d'ordinateur, d'unité périphérique, logiciel en magasin spécialisé	7912Z	Activités de voyagistes
4742Z	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé	8219Z	Photocopie, préparation de document, autre activité spécialisée de soutien de bureau
4743Z	Commerce de détail de matériels audio et video en magasin spécialisé	8553Z	Enseignement de la conduite
4751Z	Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé	8810A	Aide à domicile
4752A	Commerce de détail de quincaillerie, peintures, verres en petites surfaces (moins 400 m2)	9511Z	Réparation d'ordinateurs et d'équipements périphériques
4752B	Commerce de détail quincaillerie, peinture, verre en grande surface 400 m2 et plus	9512Z	Réparation d'équipements de communication
4753Z	Commerce de détail tapis, moquettes, revêtements murs et sols en magasin spécialisé	9521Z	Réparation de produits électroniques grand public
4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé	9522Z	Réparation d'appareils électroménagers et d'équipements pour maison et jardin
4759A	Commerce de détail de meubles	9523Z	Réparation de chaussures et d'articles en cuir
4759B	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	9524Z	Réparation de meubles et d'équipements du foyer
4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	9525Z	Réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie
4762Z	Commerce de détail de journaux et de papeterie en magasin spécialisé	9529Z	Réparation d'autres biens personnels et domestiques
4763Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et video en magasin spécialisé	9601B	Blanchisserie-teinturerie de détail
4764Z	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé	9602A	Coiffure
4765Z	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé	9602B	Soins de beauté
4771Z	commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé	9603Z	Services funéraires
4772A	Commerce de détail de la chaussure	9604Z	Entretien corporel
4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage	9609Z	Autres services personnels
4773Z	Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé		

## Annexe 2. Points de repère pour l'encadrement d'une implantation dans un PLU

En 2021, un député affirmait « *des distributeurs fleurissent sur des terrains privés et ne sont soumis à aucune autorisation préalable de travaux au regard de la surface de plancher qui n'excède pas 5m<sup>2</sup>* ». Plus globalement, un « vide juridique » est évoqué dans plusieurs articles de journaux traitant de l'implantation des « boîtes à pizzas » (Condé-en-Normandie, Esnandes...). Toutefois, certains maires se sont opposés à des projets de distributeurs en s'appuyant sur le PLU (Saintry-sur-Seine...).

### **L'implantation des distributeurs / consignes doit respecter les règles du PLU y compris lorsque le projet n'est pas soumis à déclaration ou à autorisation (déclaration préalable, permis de construire...)**

Une réponse ministérielle du 05/10/2021 indiquait « *une construction de moins de 5 m<sup>2</sup> ne nécessite pas de faire une demande de travaux en mairie, sauf si la zone est protégée, classée (Bâtiment de France) et si elle s'effectue dans une zone non destinée au commerce telle que définie dans le plan local d'urbanisme* » (la fin de cette phrase est surprenante, je n'ai pas identifié de dérogation prévue pour les distributeurs implantés dans des zones destinées au commerce définies par un PLU).

Néanmoins, l'article L 421-8 du code de l'urbanisme précise que les constructions, aménagements, installations et travaux dispensés de toute formalité d'urbanisme (permis de construire, déclaration préalable...) doivent tout de même être conformes aux « *dispositions législatives et réglementaires relatives à l'utilisation des sols, à l'implantation, la destination, la nature, l'architecture, les dimensions, l'assainissement des constructions et à l'aménagement de leurs abords* » (PLU, RNU...).

L'implantation de distributeurs / consignes doit donc respecter le PLU dans tous les cas. Les constructions, aménagements, installations ou travaux peuvent échapper à cette obligation uniquement s'ils ont été dispensés de formalité d'urbanisme en raison de « *la faible durée de leur maintien en place ou de leur caractère temporaire compte tenu de l'usage auquel ils sont destinés* » (« *constructions implantées pour une durée n'excédant pas trois mois* » précise l'article R 421-5 du code).

### **Si les distributeurs / consignes correspondent à des « constructions », les règles du PLU s'appliquant sont celles définies pour leur sous-destination de constructions (« artisanat et commerce de détail » essentiellement)**

Selon la fiche technique « *lexique national d'urbanisme* » (ministère de la cohésion des territoires, juin 2017), une construction est « *un ouvrage fixe et pérenne, comportant ou non des fondations et générant un espace utilisable par l'Homme en sous-sol ou en surface* ». A priori, il y a peu de distributeurs / consignes comportant un espace où il serait possible de vivre, de rentrer ou d'exercer une activité et correspondant donc à des « constructions ».

Le « *guide sur les dispositions opposables du PLU* » (ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, mars 2020) note « *il n'existe pas de distinctions entre les services et entre les types de commerces au-delà de celles prévues par les sous-destinations, et le PLU ne peut pas en créer* ». Les règles s'imposant aux distributeurs / consignes en tant que « constructions » sont donc les règles définies pour la sous-destination de constructions correspondante.

À la lecture de la fiche technique « *réforme des destinations de constructions* » (ministère du logement et de l'habitat durable, février 2017), il semblerait que les distributeurs / consignes correspondent à la sous-destination de constructions « *artisanat et commerce de détail* » mais certains pourraient relever d'autres sous-destinations (ex : « *commerce de gros* » si le distributeur vend des produits destinés à une clientèle professionnelle...).

**Si les distributeurs / consignes ne correspondent pas à des « constructions », le PLU peut les encadrer spécifiquement en tant qu'usage des sols et/ou en tant qu'activité**

Lorsque les distributeurs / consignes ne sont pas des « constructions », le PLU pourrait les interdire en tant qu'usage des sols (cf art R 151-30 du code de l'urbanisme). *A priori*, il peut interdire notamment les « distributeurs automatiques » car « les définitions des destinations et sous-destinations ne s'appliquent qu'aux seules constructions et pas aux installations » (fiche technique « réforme des destinations de constructions »).

Le PLU pourrait également interdire ou « soumettre à conditions particulières » la distribution automatique en tant que type d'activités « qu'il définit » (cf art R 151-30 et R 151-33 du code de l'urbanisme). En effet, « contrairement aux destinations et sous-destinations qui sont limitatives, les types d'activité pouvant être interdits ou autorisés sous conditions ne sont pas définis ou limités par le code de l'urbanisme » (fiche technique « réforme des destinations de constructions »).

Il est possible de justifier les prescriptions encadrant ou interdisant les distributeurs / consignes en s'appuyant par exemple sur l'article L 151-16 du code de l'urbanisme qui permet au règlement du PLU d'identifier des « quartiers, îlots et voies dans lesquels est préservée ou développée la diversité commerciale » et en zone U ou AU « des secteurs dans lesquels la préservation ou le développement d'infrastructures et d'équipements logistiques est nécessaire ».

**Il est impératif de justifier finement l'interdiction ou l'encadrement des distributeurs / consignes à partir de motifs d'urbanisme et d'intérêt général**

L'interdiction d'un usage des sols ou d'un type d'activités par le PLU doit se faire « pour des raisons de sécurité ou salubrité ou en cohérence avec le PADD » et « dans le respect de la vocation générale des zones » (art R 151-30 du code de l'urbanisme). Soumettre un usage des sols ou un type d'activités à des conditions doit également se faire « en fonction des situations locales » (art R 151-33). Plus généralement, un PLU doit justifier les règles qu'il définit (art R 151-2).

La justification des règles impactant les activités commerciales est particulièrement sensible. En effet, « le PLU(i) ne peut instaurer aucune discrimination en fonction du type d'équipement commercial (surface de vente / secteur d'activité / enseigne) ni fixer de limitation au commerce qui seraient justifiées par des objectifs de nature purement économiques » (« Encadrer le développement des projets commerciaux et artisanaux », CEREMA, mars 2021).

Par ailleurs, une interdiction des distributeurs / consignes ne devrait pas être « générale et absolue » et l'encadrement devrait être justifié « par des motifs d'urbanisme » (CEREMA). À noter : un PLU « ne peut interdire ou soumettre à condition que des activités liées à l'occupation et l'utilisation des sols, et non réglementer les modalités d'exercice d'une activité » (« L'écriture du règlement : problèmes généraux - fiche n°5 », Jean-François Inserguet, Gridauh, 2018).

**Remarques**

D'après l'article L 151-11 du code de l'urbanisme, les seuls distributeurs / consignes pouvant être admis par un PLU en zone A (et en zone « forestière ») sont ceux « nécessaires à la transformation, au conditionnement et à la commercialisation des produits agricoles, lorsque ces activités constituent le prolongement de l'acte de production ». En zones A et N, le PLU peut également définir « à titre exceptionnel » un STECAL ou encore autoriser le changement de destination de bâtiments existants.