

# SCoT BEAUJOLAIS 2045

Schéma de Cohérence Territoriale

➤ Version approuvée le 26 juin 2025



## 2-2-1

**Document d'Aménagement Artisanal,  
Commercial et Logistique (DAACL)**

**Diagnostic de l'armature commerciale**



*Mis à jour avec les données « enquête comportements d'achats 2022 », CCI Beaujolais*



Syndicat Mixte  
du Beaujolais



3 avenue Condorcet, 69100  
Villeurbanne

# DIAGNOSTIC DE L'ARMATURE COMMERCIALE ACTUALISE

## SOMMAIRE

<b>1.1 LA REGLEMENTATION EN VIGUEUR .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 LE COMMERCE SUR LE TERRITOIRE DU SCOT BEAUJOLAIS.....</b>	<b>5</b>
1.2.1 Commerce et aménagement du territoire .....	5
1.2.2 Commerce et développement durable.....	11
1.2.3 Commerce et satisfaction des consommateurs.....	12
1.2.4 Hiérarchie des fonctions commerciales du SCoT .....	16

## 1.1 La réglementation en vigueur

Le contenu du volet commercial des SCoT a été modifié à plusieurs reprises depuis 2008 suite à plusieurs évolutions règlementaires depuis la loi Solidarité Renouvellement Urbain (loi SRU).

Ces modifications ont tout d'abord fortement renforcé le rôle du SCoT en matière de régulation des commerces, avec la possibilité puis l'obligation de définir des Zones d'Aménagement Commercial à une échelle parcellaire.

Les dernières modifications intervenues sont celles apportées par la LOI n° 2018-1021 du 23 novembre 2018 portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (ELAN). Le Document d'Aménagement Artisanal et commercial est à présent obligatoire dans les SCoT.

Article L. 141-6 du code de l'urbanisme

*Le document d'orientation et d'objectifs comprend un document d'aménagement artisanal et commercial déterminant les conditions d'implantation des équipements commerciaux qui, en raison de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire, le commerce de centre-ville et le développement durable.*

*Ces conditions privilégient la consommation économe de l'espace, notamment en entrée de ville, par la compacité des formes bâties, l'utilisation prioritaire des surfaces commerciales vacantes et l'optimisation des surfaces dédiées au stationnement. Elles portent également sur la desserte de ces équipements par les transports collectifs et leur accessibilité aux piétons et aux cyclistes ainsi que sur leur qualité environnementale, architecturale et paysagère, notamment au regard de la performance énergétique et de la gestion des eaux.*

*Le document d'aménagement artisanal et commercial localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines, qui peuvent inclure tout secteur, notamment centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines, dans lesquels se posent des enjeux spécifiques du point de vue des objectifs mentionnés au 3° de l'article L. 141-5. Il prévoit les conditions d'implantation, le type d'activité et la surface de vente maximale des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés.*

*Il peut également :*

*1° Définir les conditions permettant le développement ou le maintien du commerce de proximité dans les centralités urbaines et au plus près de l'habitat et de l'emploi, en limitant son développement dans les zones périphériques ;*

*2° Prévoir les conditions permettant le développement ou le maintien de la logistique commerciale de proximité dans les centralités urbaines afin de limiter les flux de marchandises des zones périphériques vers les centralités urbaines ;*

*3° Déterminer les conditions d'implantation des constructions commerciales et de constructions logistiques commerciales en fonction de leur surface, de leur impact sur les équilibres territoriaux, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises ;*

*4° Conditionner l'implantation d'une construction à vocation artisanale ou commerciale à l'existence d'une desserte par les transports collectifs et à son accessibilité aux piétons et aux cyclistes ;*

*5° Conditionner l'implantation d'une construction logistique commerciale à la capacité des voiries existantes ou en projet à gérer les flux de marchandises.*

*La révision ou l'annulation du document d'aménagement artisanal et commercial est sans incidence sur les autres documents du schéma de cohérence territoriale.*

*Conformément à l'article 7 de l'ordonnance n° 2020-744 du 17 juin 2020, ces dispositions sont entrées en vigueur le 1er avril 2021.*

L'ordonnance n° 2020-744 du 17 juin 2020 relative à la modernisation des SCoT a également modifié le contenu du volet commercial du DOO.

Article L. 141-5 du code de l'urbanisme :

*Dans un principe de gestion économe du sol, le document d'orientation et d'objectifs fixe les orientations et les objectifs en matière de :*

*1° Développement économique et d'activités, en intégrant les enjeux d'économie circulaire et en visant une répartition équilibrée entre les territoires ;*

*2° Préservation et développement d'une activité agricole respectant les sols ainsi que l'environnement et tenant compte des besoins alimentaires ;*

*3° Localisations préférentielles des commerces dans les polarités existantes et à proximité des lieux de vie, des secteurs de revitalisation des centres-villes, des transports et préservation environnementale, paysagère et architecturale des entrées de villes.*

Le volet commercial du SCoT est en conséquence composé :

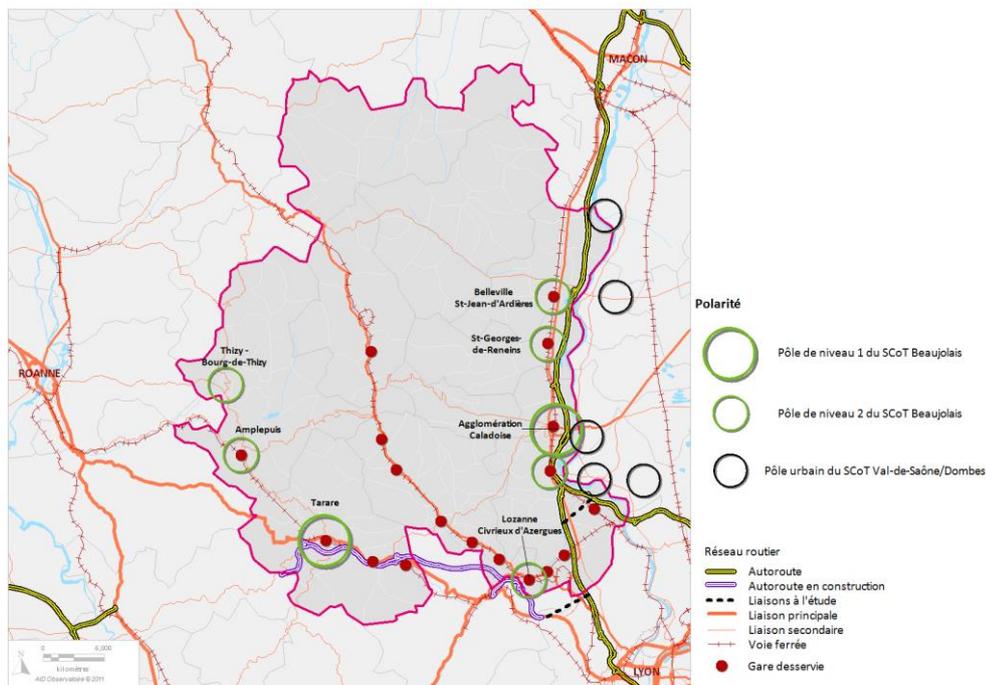
- Des orientations et objectifs en matière de localisations préférentielles des commerces conformément à l'article L. 141-5 du code de l'urbanisme ;
- Du DAAC conformément à l'article L. 141-6 du code de l'urbanisme.

## 1.2 Le commerce sur le territoire du SCoT Beaujolais

### 1.2.1 Commerce et aménagement du territoire

**Une organisation commerciale qui découle directement de l'organisation et des caractéristiques territoriales :**

- Une concentration de la population et des emplois sur le long de l'autoroute A6 sur le Val de Saône et la basse vallée d'Azergues, ainsi que sur les bassins industriels de l'ouest du territoire (bassin de Tarare, bassin d'Amplepuis – Thizy-les-Bourgs – Cours),
- ... mais un territoire majoritairement rural, avec seulement 24 communes de plus de 2 000 habitants, et donc des tailles critiques insuffisantes pour nombre d'entre elles pour envisager des fonctions commerciales diversifiées,
- Un territoire structuré par plusieurs polarités de taille et de fonctions différentes, hiérarchisées dans le SCoT : pôles de niveau 1 (agglomération caladoise, Tarare), pôles de niveau 2 (Amplepuis, Anse, Belleville, Lozanne – Civrieux-d'Azergues, Saint-Georges-de-Reneins, Thizy – Cours), pôles de niveau 3 et 4,



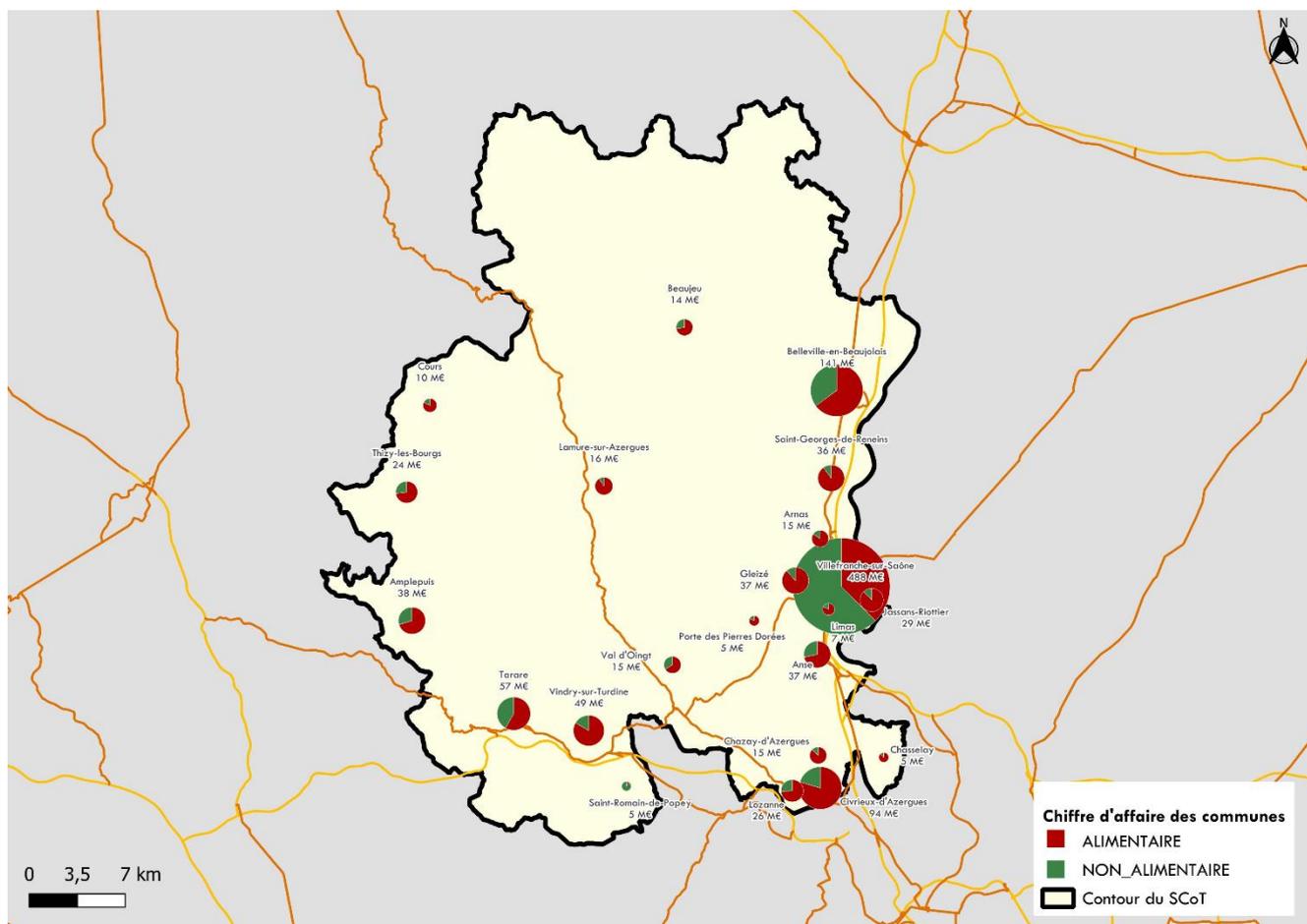
- Des coupures naturelles (Saône, Monts du Beaujolais, Monts du Lyonnais) qui limitent le rayonnement commercial extérieur du territoire ou de certains des pôles commerciaux,
- La Saône, à la fois contrainte et opportunité : axe de communication nord-sud, opportunité de valorisation touristique, mais aussi rupture physique et administrative avec le département de l'Ain, qui ne limite pour autant que peu les échanges en matière de consommation,
- Des bassins de vie irrigués par les infrastructures principales de déplacement (routes principales, autoroutes actuelles et en construction, voies ferrées), donc très accessibles : Val de Saône, basse vallée d'Azergues, et à un degré moindre bassin de Tarare,
- Des bassins de vie plus isolés, situés sur des axes routiers secondaires et dans un environnement topographique plus contraint : bassin d'Amplepuis – Thizy, haute vallée d'Azergues, bassin de Beaujeu,

- Des espaces ruraux et montagneux plus fragiles et à l'écart des dynamiques urbaines et des axes structurants,
- Un territoire proche de pôles urbains majeurs externes : agglomération mâconnaise au nord, métropole lyonnaise au sud, agglomération roannaise à l'ouest,
- Une fonction touristique partagée entre le Val de Saône (à travers des capacités d'accueil majoritairement marchandes : hôtels, chambres d'hôtes...) et des secteurs plus ruraux et montagneux (à travers essentiellement des résidences secondaires), qui repose sur la présence de sites attractifs (Villefranche-sur-Saône, Cublize - Lac des Sapins, Beaujeu, Oingt...) et par l'attrait paysager, patrimonial et viticole du territoire.

#### **Une organisation commerciale marquée par :**

- Une logique multipolaire d'organisation territoriale du commerce, structurée par les axes routiers et la répartition de la population, avec une concentration sur le Val de Saône et à un degré moindre sur les polarités de l'ouest du territoire du SCoT,
- Un pôle principal concentrant une majorité d'activités (1/3 des commerces du SCoT) diversifié sur les différentes familles de produits et à travers plusieurs sites commerciaux de centre-ville et de périphérie : Villefranche-sur-Saône,
- Des pôles de moindre importance en volume mais diversifiés dans leur composition commerciale, accueillant 7 à 9% des commerces du SCoT : Tarare et Belleville,
- Des pôles locaux moins diversifiés, offrant avant tout une réponse aux besoins courants pour des bassins de vie d'échelle intercommunale : Amplepuis et Anse (environ 50 commerces) mais aussi Thizy-les-Bourgs, Limas, Lozanne, Cours (30 à 40 commerces). Toutefois, parmi ces pôles dont le nombre d'activités est relativement similaire, la fonction commerciale et le poids économique du commerce pourront être différents au regard de la présence ou non de moyennes et grandes surfaces ayant un impact économique et un rayonnement plus important que des commerces traditionnels,
- Un maillage territorial fin à travers une offre plus simple en commerces et services de proximité (commerces de bouche, pharmacie, tabac - presse...) sur les petites communes, mais aussi sur les communes principales, jouant un rôle local (quartier, commune, voire communes limitrophes),
- De nombreuses communes sans commerce (19 communes situées notamment sur la Communauté de communes Saône Beaujolais et la Communauté d'agglomération de l'Ouest Rhodanien), qui posent la question de la desserte des populations concernées et donc des enjeux de maintien voire de renforcement de pôles à vocation intercommunale sur les secteurs moins peuplés pouvant répondre aux besoins courants.

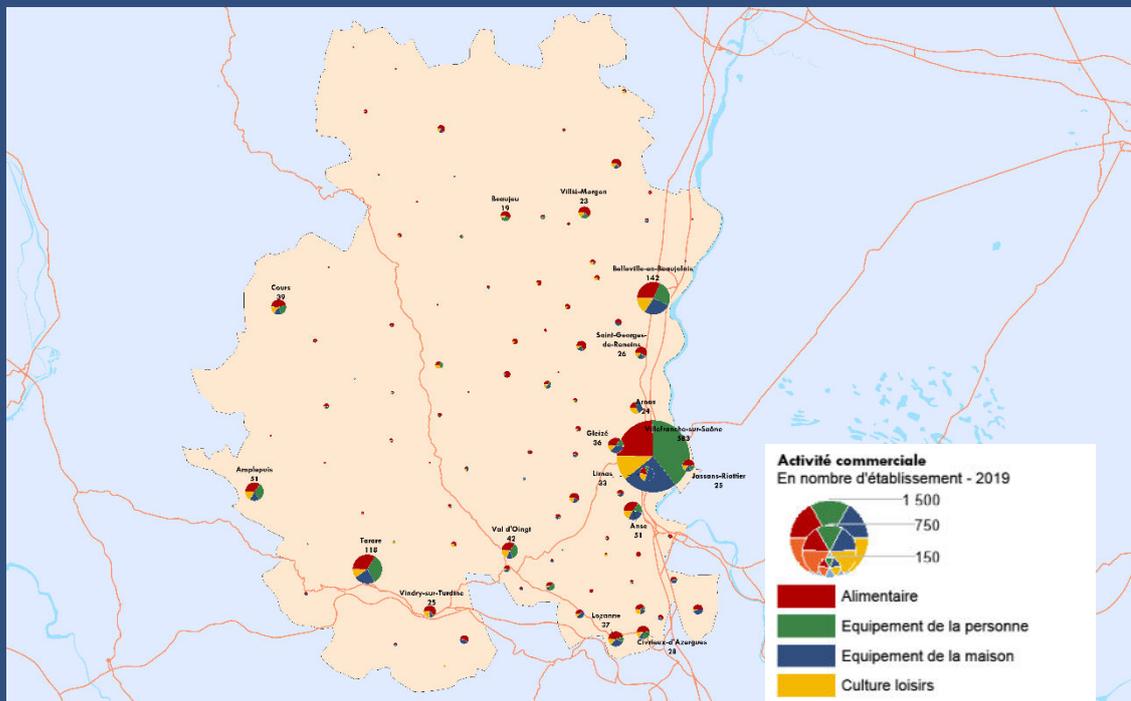
### Chiffre d'affaires par commune et par catégorie de produits



Source : Enquête comportements d'achats, CCI du Beaujolais 2022

## Focus : Analyse de la répartition des activités artisanales et commerciales

### Nombre de commerces par commune et par famille de produits



Source : INSEE, SIRENE 2020

En 2020, on compte 1750 commerces sur le territoire contre 1600 en 2015. Le nombre de commerce a augmenté de 10% sur cette période. Ces chiffres ne sont pas représentatifs de l'impact de la crise sanitaire qui est intervenue à postériori.

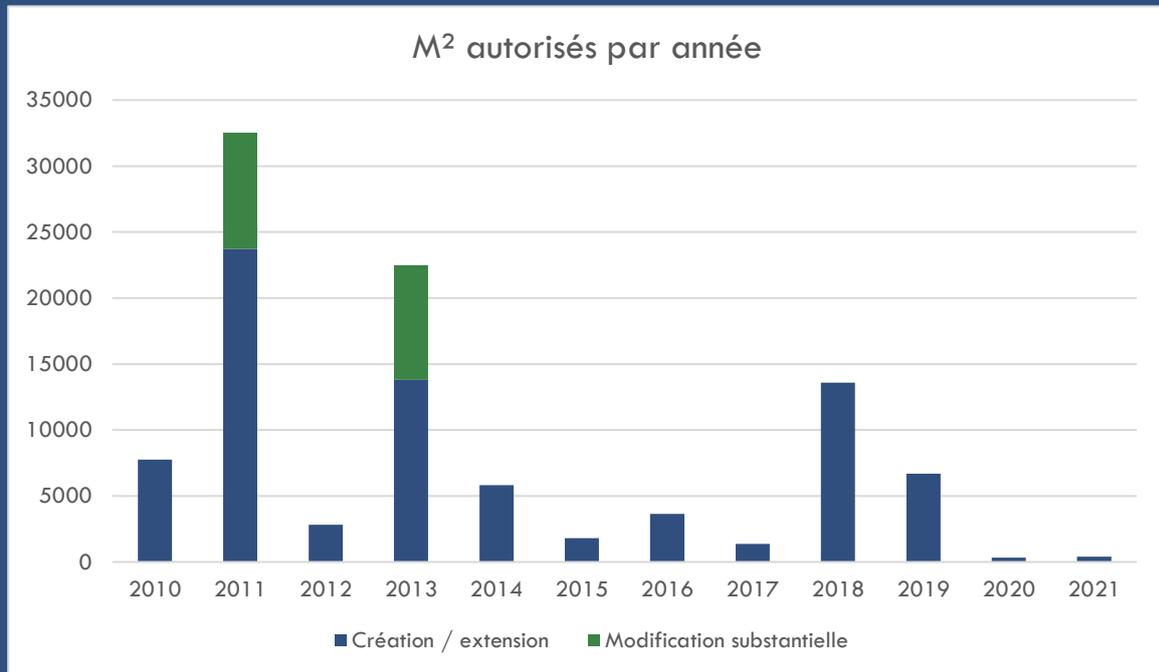
**La situation est variable selon les communes. Certaines connaissent une stabilité du nombre de commerces voire une légère baisse (Beaujeu, Tarare, Amplepuis, Thizy-les-Bourgs, Chazay-d'Azergues, Saint-Georges-de-Reneins,...) Certaines connaissent au contraire une augmentation significative du nombre d'activités (Villefranche-sur-Saône, Belleville-en-Beaujolais, Jassans-Riottier, Limas, Val d'Oingt...).**

### Focus : offre de grandes et moyennes surfaces

L'actualisation des données sur l'offre de plus de 300 m<sup>2</sup> (LSA Expert), met en évidence une légère augmentation du plancher commercial entre 2017 et 2021 à hauteur de 3 219 m<sup>2</sup> soit +1,7%. Cette évolution porte le plancher commercial du territoire à 190 761 m<sup>2</sup> de surface de vente. C'est le résultat de la création de surfaces notamment sur les communes de Belleville, Tarare et Villefranche-sur-Saône, mais on constate également la fermeture récente de nombreuses surfaces commerciales (Leader Price, La Halle aux chaussures / vêtements, Vet- affaires...).



Sur la période 2010-2021, près de 100 000 m<sup>2</sup> ont été autorisés sur le territoire du SCoT Beaujolais soit 45m<sup>2</sup>/an pour 1 000 habitants.<sup>1</sup>



Source : préfecture du Rhône

- L'année 2020 fait apparaître un niveau d'autorisation très bas en lien avec la crise sanitaire. Les derniers projets autorisés qui représentent un volume de m<sup>2</sup> important sont :

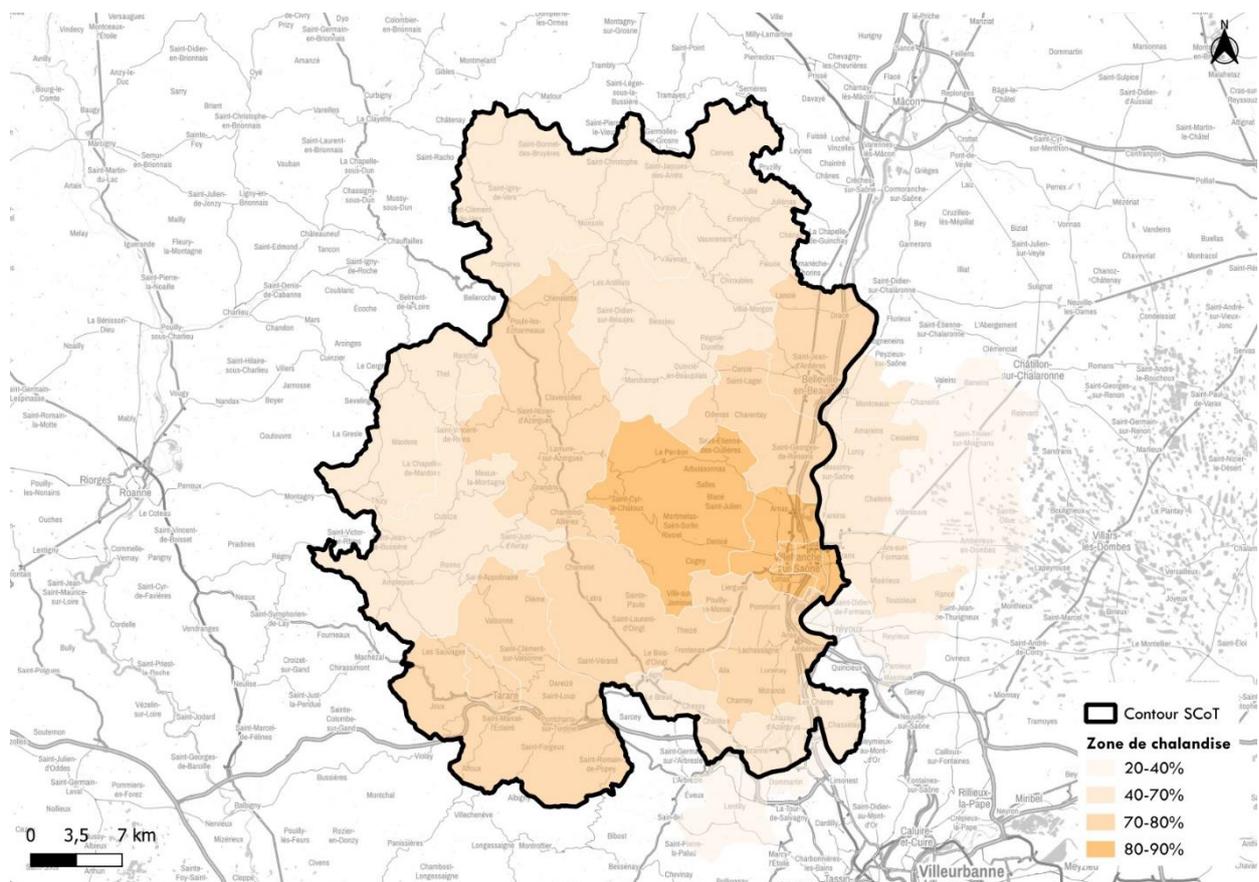
- Le Village Beaujolais à Gleizé : 6 425 m<sup>2</sup> (mixte alimentaire / non alimentaire) en 2019,
- Anse Via Dorée : 7 813 m<sup>2</sup> non alimentaire en 2018.

<sup>1</sup> Les dossiers de « modification substantielle » c'est-à-dire autorisés dans la période précédant 2010 et qui ont fait l'objet d'une modification substantielle sur la période étudiée représentent 17 512 m<sup>2</sup> inclus dans le total de 100 000 m<sup>2</sup> et localisés sur Villefranche-sur-Saône.

## 1.2.2 Commerce et développement durable

- Un environnement concurrentiel fort pouvant générer des déplacements lointains, avec des pôles externes d'impact variable selon leur taille et leur diversité commerciale : pôle d'envergure régionale impactant l'ensemble du territoire (Lyon Centre), pôles d'envergure départementale impactant chacun certains bassins du territoire (agglomération mâconnaise, agglomération roannaise, portes de Lyon), pôles locaux pouvant attirer les franges du territoire (L'Arbresle, Neuville - Genay, Chauffailles, Charlieu),
- Un rayonnement étendu au territoire du SCoT Beaujolais et aux territoires limitrophes à l'est (Ain) du fait de l'attractivité élargie de l'agglomération de Villefranche-sur-Saône,
- Des bassins de clientèle de taille variable selon les pôles : attractivité élargie de l'agglomération caladoise sur une grande partie du SCoT et sur la rive gauche de la Saône, bassins de consommation élargis et complémentaires pour les pôles de Lozanne - Civrieux d'Azergues, Tarare et Belleville-en-Beaujolais, rayonnement intercommunal de Thizy-les-Bourg, rayonnement local des autres polarités,

### Zone de chalandise des commerces du SCoT Beaujolais



Source : Enquête comportements d'achats, CCI Beaujolais, 2022

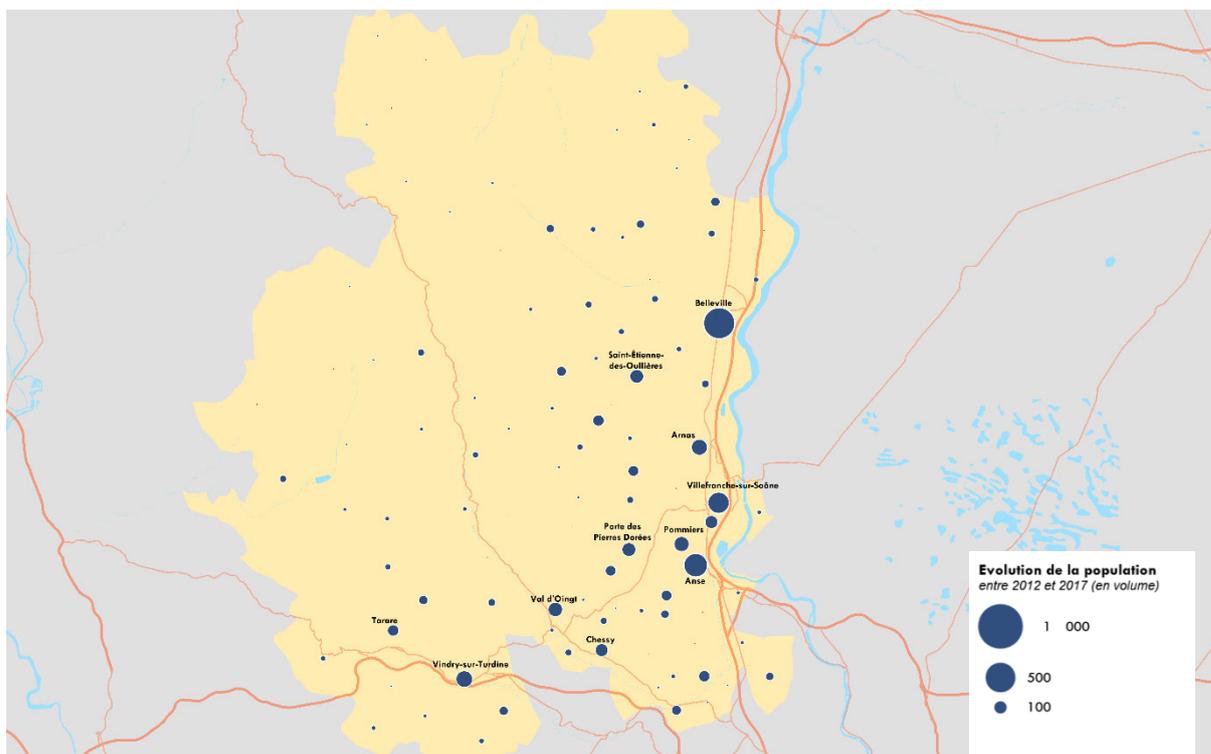
- Une intégration variable du commerce à son environnement local, en termes de qualité et d'intégration paysagère des équipements commerciaux, d'aménagement des sites commerciaux, de localisation des sites commerciaux au regard des enveloppes urbaines... : des bonnes pratiques mais aussi des points d'amélioration significative à envisager sur certaines polarités (cf. fiches pôles),

- Des accessibilités aux sites commerciaux qui restent massivement automobiles :
  - une desserte des sites commerciaux par les transports en commun réguliers uniquement présente sur l'agglomération caladoise, mais de manière inégale avec certains pôles principaux bien desservis et d'autres pas desservis du tout,
  - une desserte alternative des sites commerciaux assurée par les transports départementaux en dehors de l'agglomération caladoise, dont la faible fréquence ne permet pas d'envisager des capacités de report modal significatives pour un motif de déplacement lié aux achats.

### 1.2.3 Commerce et satisfaction des consommateurs

- Plus de 7 500 habitants supplémentaires sur le territoire du SCoT entre 2012 et 2017, soit un taux d'évolution de l'ordre de + 0,7% par an, quand le plancher commercial augmente de + 0,4% par an sur 2017-2021,
- Des évolutions démographiques soutenues mais variables selon les secteurs, impliquant de nouveaux besoins à couvrir. Les communes qui connaissent la plus forte croissance en volume sont Belleville-en-Beaujolais, Anse, Villefranche-sur-Saône,

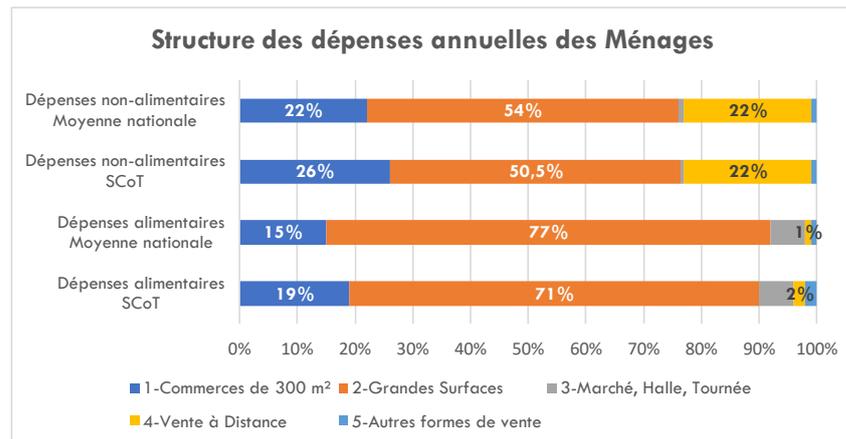
#### Evolution de la population par commune entre 2012 et 2017



Source : INSEE 2021

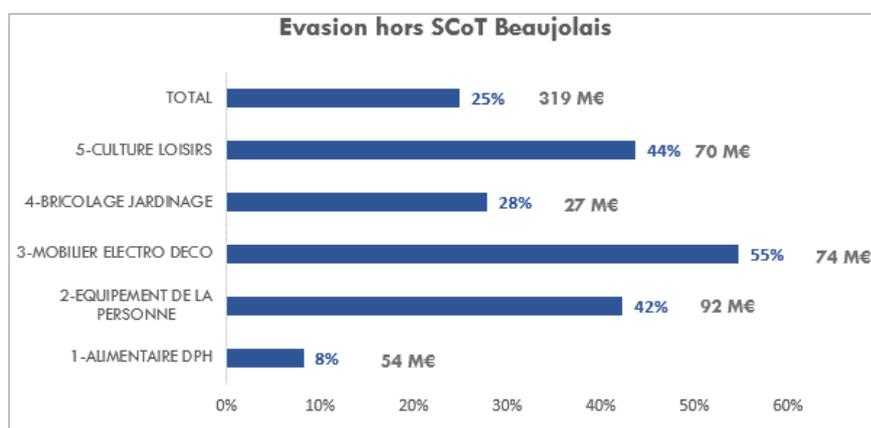
- Des logiques de déconcentration de la population vers les secteurs périurbains et ruraux, induisant une adaptation de l'armature commerciale locale à la localisation des nouvelles populations,
- Des profils de population très contrastés selon les secteurs, supposant de pouvoir adapter l'offre commerciale du territoire (dimensionnement, localisation, diversité),

- Des ménages dont les dépenses sont globalement semblables aux territoires similaires, mais sont marquées par un pouvoir d'achat plus élevé que la moyenne et l'effet des flux domicile-travail vers des pôles d'emploi éloignés du lieu de résidence,
- Une consommation qui se fait massivement en faveur de la grande distribution, de manière similaire aux territoires comparables, avec toutefois une meilleure représentation des commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> que sur des territoires équivalents en matière alimentaire et non alimentaire. La dynamique observée est similaire à celle de 2017. On note toutefois une progression notable de la vente à distance pour les dépenses non-alimentaires, qui passe de 10% en 2017 à 22% en 2022 pour le SCoT (+ 12 points) ainsi qu'une diminution de la fréquentation des Grandes Surfaces pour les dépenses alimentaires (-4 points) et non-alimentaires (-7 points).



Source : Enquête comportements d'achats, CCI Beaujolais, 2022

- Des achats non alimentaires satisfaits pour partie hors du territoire du SCoT, sous l'effet des pôles externes (notamment les agglomérations lyonnaise, roannaise, mâconnaise),
- Des besoins courants (alimentaires) satisfaits majoritairement au sein des commerces du Beaujolais,

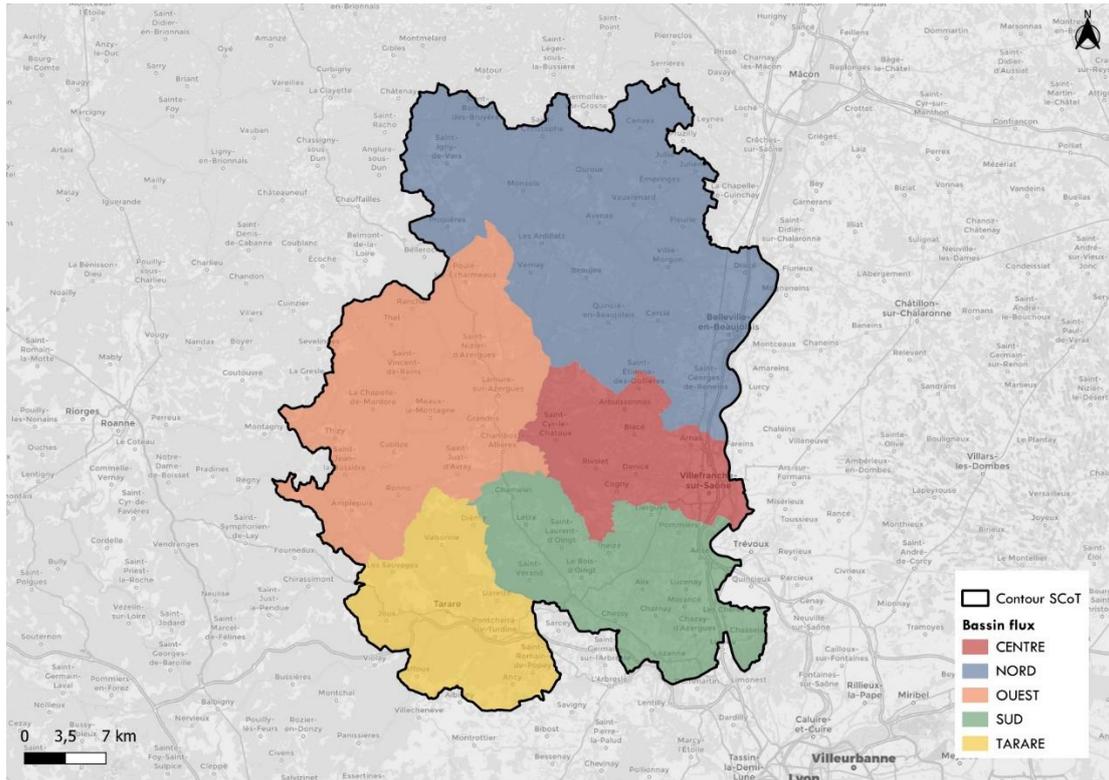


Source : Enquête comportements d'achats, CCI Beaujolais, 2022

- Des flux de consommation variables selon les secteurs géographiques du territoire du SCoT :
  - des besoins alimentaires satisfaits en majorité au plus près des lieux d'habitation, notamment sur les secteurs « Centre » et « Tarare » avec une rétention de 87 à 93 % des dépenses. Une rétention plus partielle sur le secteur « Sud » (74 %),
  - un bon degré de réponse aux besoins non alimentaires autour de l'agglomération caladoise, et dans une moindre mesure de Tarare, et une forte influence externe pour les autres bassins de consommation,

- des influences externes très diverses et en lien direct avec les temps d'accès aux pôles extérieurs très variables selon les secteurs du Beaujolais : Lyon pour le sud du SCoT, Roanne pour l'ouest, Macon pour le nord.
- Des flux de consommation qui se sont modifiés avec l'évolution de l'offre :
  - un renforcement de la rétention des achats alimentaires pour les bassins du « Centre », de l' « Ouest » et de « Tarare »,
  - en équipement de la personne, une évasion plus prononcée en vente à distance sur internet et une rétention sur le territoire qui se maintient,
  - en mobilier, décoration et électroménager, une rétention qui se maintient sur les bassins « Centre » et « Sud », qui augmente sur les secteurs « Nord » et « Ouest » mais qui baisse sur Tarare (augmentation de l'évasion vers le nord de l'agglomération lyonnaise),
  - en bricolage-jardinage, une rétention qui diminue sur les bassins « Ouest » et « Sud », qui se maintient pour le « Centre », mais qui augmente pour le « Nord » (nord de l'agglomération lyonnaise) et « Tarare » (vers Villefranche-sur-Saône),
  - une augmentation significative de la consommation sur internet sur les produits de culture-loisirs pour tous les bassins, mais qui s'est principalement développée en réduction de l'évasion hors du SCoT vers d'autres destinations.

### Secteurs de référence pour l'analyse des flux de consommation



### Matrice des flux de consommation

BASSIN HABITATION	FP	DESTINATIONS									
		SCOT	SCOT BEAUJOLAIS					EVASION			DESTINATIONS D'EVASION
			CENTRE Beaujolais	NORD Beaujolais	OUEST Beaujolais	SUD Beaujolais	TARARE Beaujolais	TOTALE	Z-EVASION PHYSIQUE	ZZ-VENTE EN LIGNE	
CENTRE Beaujolais	1-ALIMENTAIRE DPH	95%	87%	7%	0%	1%	0%	5%	3%	2%	Métropole de Lyon (2%), CC Dombes Saône Vallée (1%), ...
CENTRE Beaujolais	2-EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	70%	68%	1,5%	0,5%	0%	0%	30%	8%	22%	Métropole de Lyon (7%), ...
CENTRE Beaujolais	3-MOBILIER ELECTRO DECO	60%	59%	1%	0%	0%	0%	40%	13%	27%	Métropole de Lyon (10%), CA Mâconnais Beaujolais Agglomération (3%)
CENTRE Beaujolais	4-BRICOLAGE JARDINAGE	85%	78%	4%	0%	3%	0%	15%	10%	5%	Métropole de Lyon (7%), ...
CENTRE Beaujolais	5-CULTURE LOISIRS	71%	69%	1%	0%	1%	0%	29%	6%	23%	Métropole de Lyon (6%), ...
<b>CENTRE Beaujolais</b>	<b>TOTAL</b>	<b>83%</b>	<b>78%</b>	<b>4%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>17%</b>	<b>6%</b>	<b>11%</b>	
NORD Beaujolais	1-ALIMENTAIRE DPH	88%	7%	80%	1%	0%	0%	12%	10%	2%	CC La Clayette Chauffailles en Brionnais (5%), CC Val de Saône Centre
NORD Beaujolais	2-EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	55%	17%	38%	0%	0%	0%	45%	21%	24%	CA Mâconnais Beaujolais Agglomération (13%), Métropole de Lyon (7%)
NORD Beaujolais	3-MOBILIER ELECTRO DECO	33%	18%	15%	0%	0%	0%	67%	36%	31%	CA Mâconnais Beaujolais Agglomération (24%), Métropole de Lyon (8%)
NORD Beaujolais	4-BRICOLAGE JARDINAGE	72%	17%	55%	0%	0%	0%	28%	21%	7%	CA Mâconnais Beaujolais Agglomération (15%), CC La Clayette Chauff
NORD Beaujolais	5-CULTURE LOISIRS	56%	19%	37%	0%	0%	0%	44%	17%	27,0%	CA Mâconnais Beaujolais Agglomération (13%), ...
<b>NORD Beaujolais</b>	<b>TOTAL</b>	<b>71%</b>	<b>12%</b>	<b>59%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>29%</b>	<b>17%</b>	<b>12%</b>	
OUEST Beaujolais	1-ALIMENTAIRE DPH	91%	1,5%	1%	84%	1,5%	2,5%	10%	8%	1,5%	CA Roannais Agglomération (6%), Métropole de Lyon (1%), ...
OUEST Beaujolais	2-EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	40%	10%	1%	28%	0%	1%	60%	37%	23%	CA Roannais Agglomération (28%), Métropole de Lyon (6%), ...
OUEST Beaujolais	3-MOBILIER ELECTRO DECO	30%	9%	0%	17%	1%	3%	70%	41%	29%	CA Roannais Agglomération (30%), Métropole de Lyon (7%), ...
OUEST Beaujolais	4-BRICOLAGE JARDINAGE	65%	6%	0%	49%	1%	9%	35%	29%	6%	CA Roannais Agglomération (23%), ...
OUEST Beaujolais	5-CULTURE LOISIRS	41%	10%	0%	28%	1%	2%	59%	32%	27%	CA Roannais Agglomération (26%), ...
<b>OUEST Beaujolais</b>	<b>TOTAL</b>	<b>68%</b>	<b>5%</b>	<b>1%</b>	<b>58%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>	<b>32%</b>	<b>21%</b>	<b>11%</b>	
SUD Beaujolais	1-ALIMENTAIRE DPH	91%	14%	0%	1%	74%	2%	9%	6%	3%	Métropole de Lyon (5%), ...
SUD Beaujolais	2-EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	52%	30%	0%	0%	21%	1%	48%	23%	25%	Métropole de Lyon (20%), ...
SUD Beaujolais	3-MOBILIER ELECTRO DECO	41%	25%	0%	0%	15%	1%	59%	29%	30%	Métropole de Lyon (28%), ...
SUD Beaujolais	4-BRICOLAGE JARDINAGE	59%	26%	0%	0%	30%	3%	41%	36%	5%	Métropole de Lyon (33%), ...
SUD Beaujolais	5-CULTURE LOISIRS	48%	31%	0%	0%	17%	0%	52%	25,5%	26,5%	Métropole de Lyon (24%), ...
<b>SUD Beaujolais</b>	<b>TOTAL</b>	<b>71%</b>	<b>21%</b>	<b>0%</b>	<b>0,5%</b>	<b>48%</b>	<b>1,5%</b>	<b>29%</b>	<b>16%</b>	<b>13%</b>	
TARARE Beaujolais	1-ALIMENTAIRE DPH	94%	0%	0%	1%	0%	93%	6%	4%	2%	CC du Pays de l'Arbresle (CCPA) (2%), ...
TARARE Beaujolais	2-EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	53%	8%	0%	0%	1%	44%	47%	22%	25%	Métropole de Lyon (13%), CC du Pays de l'Arbresle (CCPA) (5%), ...
TARARE Beaujolais	3-MOBILIER ELECTRO DECO	49%	9%	0%	1%	0%	39%	51%	19%	32%	Métropole de Lyon (13%), ...
TARARE Beaujolais	4-BRICOLAGE JARDINAGE	77%	3%	0%	0%	0%	74%	23%	16%	7%	Métropole de Lyon (10%), ...
TARARE Beaujolais	5-CULTURE LOISIRS	48%	5%	0%	0%	0%	43%	52%	25%	27%	Métropole de Lyon (17%), CC du Pays de l'Arbresle (CCPA) (6%), ...
<b>TARARE Beaujolais</b>	<b>TOTAL</b>	<b>75%</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>71%</b>	<b>25%</b>	<b>12%</b>	<b>13%</b>	

Source : Enquête comportements d'achats, CCI Beaujolais, 2022

## 1.2.4 Hiérarchie des fonctions commerciales du SCoT

Une hiérarchie des **polarités du SCoT Beaujolais a été définie** à partir de plusieurs critères, afin de pouvoir synthétiser les constats effectués en matière de caractéristiques et de fonctionnement commercial. Cette hiérarchie est basée sur le poids économique des polarités commerciales, la typologie des activités présentes (notion de diversité et de fréquence des besoins satisfaits), la taille estimée des zones d'influence (et en conséquence de la zone dans laquelle les commerces vont avoir un impact sur l'aménagement du territoire) et l'organisation spatiale des pôles commerciaux.

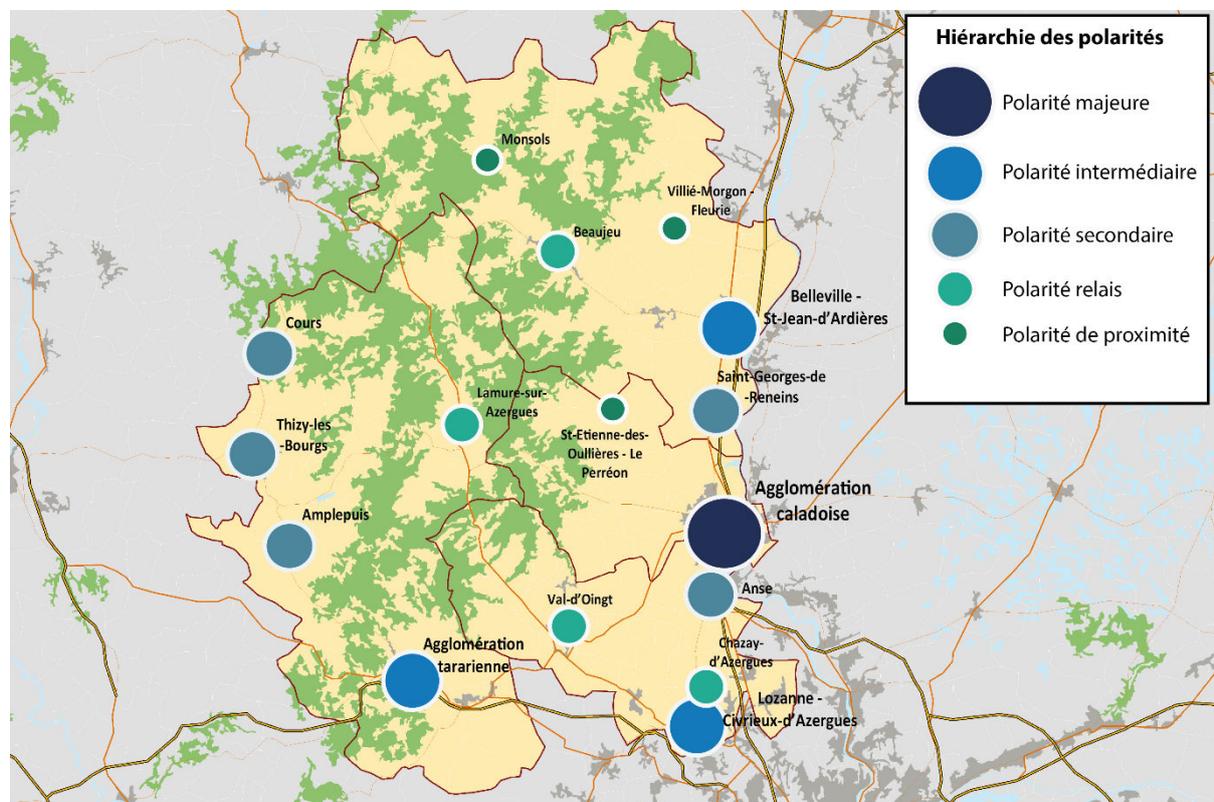
Cinq fonctions commerciales ont été identifiées, permettant de positionner le rôle des différents pôles les uns vis-à-vis des autres :

- **La proximité** : les pôles de proximité permettent de répondre aux besoins très fréquents des ménages, qui génèrent des déplacements généralement de courte distance mais très nombreux. Seules les polarités structurées par une offre complète en commerces et services de proximité, voire un petit supermarché, ont été identifiées dans la hiérarchisation. Toutes les communes disposant d'une offre commerciale sont concernées par cette fonction. Ces pôles rayonnent à l'échelle d'un quartier, d'une commune, voire des communes voisines, notamment dans les secteurs ruraux où de nombreuses communes ne disposent pas d'une taille critique suffisante pour développer une offre commerciale,
- **La fonction relais** : les pôles relais assurent à la fois une fonction de proximité, et jouent un rôle vis-à-vis des communes voisines, sur des besoins réguliers, du fait de la présence d'un équipement de type supermarché, et d'une concentration de commerces traditionnels. Ils peuvent également accueillir une offre de complément (jardinerie, bricolage). La zone d'influence de ces pôles est de l'ordre de 10 000 à 20 000 habitants,
- **La fonction secondaire** : les pôles secondaires sont davantage ciblés sur une desserte alimentaire à une échelle intercommunale mais disposent aussi pour certains d'une réponse (incomplète) à des besoins plus occasionnels (bricolage, jardinage, équipement de la personne, loisirs, produits culturels). Leur niveau d'activité est compris entre 17 et 36 M€ et leur zone d'influence est plus élargie, de l'ordre de 30 000 à 60 000 habitants,
- **La fonction intermédiaire** : les pôles intermédiaires sont caractérisés par un volume d'activité relativement élevé (80 à 110 millions d'euros de chiffre d'affaires), qui traduit une offre dense et diversifiée en alimentaire et non alimentaire (15 000 à 20 000 m<sup>2</sup> de grandes surfaces dont une part significative en non alimentaire). Cette offre leur permet d'apporter une réponse à des achats courants et occasionnels, mais également une réponse partielle à des besoins plus exceptionnels (aménagement de la maison, mobilier). Ils rayonnent sur une zone de chalandise correspondant à des bassins de vie étendus (60 000 à 120 000 habitants),
- **La fonction majeure** : le pôle de l'agglomération caladoise a été identifié comme pôle majeur à l'échelle du SCoT Beaujolais au regard des caractéristiques de son offre commerciale. A travers son offre commerciale de centre-ville et de périphérie mais aussi de quartiers ou centre-bourg, cette polarité dispose d'un équipement commercial important répondant aussi bien à des besoins quotidiens, qu'à des besoins hebdomadaires, occasionnels (équipement de la personne, biens culturels, bricolage, jardinage...) et exceptionnels (mobilier, automobile, électroménager...) avec la présence d'enseignes nationales inédites à l'échelle des deux SCoT. Il dispose d'une zone d'influence élargie de l'ordre de 200 000 à 300 000 habitants.

### Hiérarchie commerciale actuelle : synthèse des caractéristiques des niveaux de fonctions commerciales

Fonction	Population de la zone de chalandise	Accessibilité	Fréquences d'achats concernées
Majeure	200 000 à 300 000 habitants	30 à 60 minutes	Quotidienne Régulière Occasionnelle Exceptionnelle
Intermédiaire	60 000 à 120 000 habitants	15 à 30 minutes	Quotidienne Régulière Occasionnelle Exceptionnelle
Secondaire	30 000 à 60 000 habitants	10 à 15 minutes	Quotidienne Régulière Occasionnelle
Relais	10 000 à 20 000 habitants	5 à 10 minutes	Quotidienne Régulière
Proximité	1 000 à 10 000 habitants	< 5 minutes	Quotidienne

### Hiérarchie commerciale actuelle : cartographie des fonctions commerciales



\*\*\*