



Pays de Fayence
Provence d'Azur

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

083-200004809-20241211-241211-08-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 17/12/2024

Publication : 17/12/2024

SCoT Communauté de communes du Pays de Fayence

**DOCUMENT D'AMENAGEMENT
ARTISANAL, COMMERCIAL ET
LOGISTIQUE**

DIAGNOSTIC

SOMMAIRE

Table des matières

TABLE DES MATIERES	2
1. PREAMBULE : CE QUE DEMANDE LE DOCUMENT D'AMENAGEMENT COMMERCIAL ET LOGISTIQUE	3
1.1. QU'EST-CE QU'EST LE DAACL ?	4
1.2. LES CHAMPS D'APPLICATION.....	6
1.3. ÉVOLUTION LEGISLATIVE RECENTE CONCERNANT LA CREATION DE NOUVELLES SURFACES COMMERCIALES	8
2. FONCTIONNEMENT DU TERRITOIRE DU PAYS DE FAYENCE : UN BASSIN DE VIE INTEGRE AU SYSTEME AZUREEN	9
2.1. UN TERRITOIRE FORTEMENT TOURNE VERS L'EXTERIEUR ET EN PARTICULIER LES ALPES-MARITIMES.....	10
2.2. DES AIRES D'ATTRACTIONS EXTERIEURES FORTES MAIS UN ROLE TOUJOURS CENTRAL DE FAYENCE.....	13
2.3. BILAN	15
3. ARMATURE COMMERCIALE : UN GLISSEMENT DE L'OFFRE COMMERCIALE DEPUIS LES CENTRALITES VERS LA PLAINE	16
3.1. UNE IMPLANTATION DES COMMERCES DANS LA PLAINE ACCOMPAGNANT LE DEVELOPPEMENT RESIDENTIEL RECENT DU TERRITOIRE	17
3.2. UNE ARMATURE COMMERCIALE TERRITORIALE ADAPTEE AUX MODES DE VIE PERIURBAIN	23
3.3. BILAN	31
4. EQUIPEMENT COMMERCIAL : UN TERRITOIRE GLOBALEMENT BIEN EQUIPE EN GRANDS COMMERCE AU REGARD DE SES CARACTERISTIQUES	32
4.1. UNE OFFRE REpondant AUX BESOINS A L'ECHELLE DU BASSIN DE VIE	33
4.2. DES EVOLUTIONS RECENTES DU MARCHE ENTRAINANT UN RISQUE DE SUROFFRE	39
4.3. BILAN	41
5. LES DYNAMIQUES OBSERVEES AU SEIN DE L'ARMATURE COMMERCIAL : UN PAYSAGE COMMERCIAL DESEQUILIBRE ET FRAGMENTE	42
5.1. VERS UNE SPECIALISATION TOURISTIQUE DES NOYAUX VILLAGEOIS	43
5.2. LES NOYAUX VILLAGEOIS CONNAISSENT UNE PERTE DE VITALITE COMMERCIALE	46
5.3. UN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DANS LA PLAINE ENTRAINANT UNE FRAGMENTATION DU PAYSAGE ET UNE DEPENDANCE EXCESSIVE A LA VOITURE	52
5.4. BILAN	55
6. LOGISTIQUE : UNE LOGISTIQUE COMMERCIALE LOCALISEE EN ENTREE DE TERRITOIRE, AUTOUR DE LA RD 526	56
6.1. LE POSITIONNEMENT LOGISTIQUE DU TERRITOIRE AU SEIN DE LA REGION	57
6.2. DES ACTIVITES DE LOGISTIQUES CONCENTREES AUTOUR DE LA RD 526	59
6.3. BILAN	63
8. GLOSSAIRE	65

1. Préambule

Ce que demande le document
d'aménagement artisanal, commercial
et logistique

1.1. Qu'est-ce qu'est le DAACL ?

1.1.1. Objet du DAACL

Le documents d'aménagement artisanal, commercial et logistique (DAACL) est défini par l'article L141-6 du code de l'urbanisme. Le DAACL organise et règlemente le commerce de détail (alimentaire, équipement de la personne ou de la maison...), l'artisanat commercial (boulangerie, boucherie, coiffeur, fleuriste...) et la logistique commerciale. Les documents d'urbanisme locaux (pour les autorisations de construire) et les décisions soumises à la Commission départementale d'aménagement commerciale (CDAC) (pour les autorisations d'exploitation commerciale) doivent être compatibles avec les prescriptions du SCoT et du DAACL. Le DAACL est une pièce obligatoire du SCoT. La révision ou l'annulation du DAACL est sans incidence sur les autres documents du SCoT.

Le volet logistique commercial a été intégré au Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) par la loi Climat & Résilience. Il est appuyé par le SRADDET qui fixe les objectifs de moyen et long terme en matière de développement et de localisation des constructions logistiques.

1.1.2. Article L141-6 du Code de l'urbanisme

Le document d'orientation et d'objectifs comprend un document d'aménagement artisanal, commercial et logistique 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.

Il détermine 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, notamment au regard du développement du commerce de proximité, de la fréquence d'achat ou des flux générés par les personnes ou les marchandises. Ces conditions privilégient la consommation économe de l'espace, notamment en entrée de ville, par la compacité des formes bâties, la protection des sols naturels, agricoles et forestiers, l'utilisation prioritaire des surfaces vacantes et des friches et l'optimisation des surfaces consacrées au stationnement.

Pour les équipements commerciaux, ces conditions 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 DAACL 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.

Pour les équipements logistiques commerciaux, il localise les secteurs d'implantation privilégiés 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 mentionnés au second alinéa de l'article L. 141-3.

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 ;

1.2. Les champs d'application

1.2.1. Le volet commercial et artisanat commercial

Définition du commerce

Toute activité de vente de biens ou services dans des conditionnements adaptés à une clientèle générant des flux de véhicules particuliers ou de transport en commun que la transaction soit réalisée sur place ou par voie dématérialisée. Sont exclus de cette définition les restaurants dont les caractéristiques d'insertion urbaine et d'animation locale sont spécifiques, les concessions automobiles et espaces de ventes de véhicules de loisirs compte-tenu de besoins en foncier spécifique et d'une influence réduite sur les flux de circulation. Les show-rooms, magasins d'usines ne rentrent pas dans cette classification sous réserve que leur surface ne dépasse pas 15% de la surface de l'unité bâtie et que l'impact sur les flux de véhicule est réduit. La typologie d'activité est prise en compte et pas seulement le type de distribution. Ainsi sont intégrés sous le terme commerce : les formes de commerce physique accueillant du public, les formes dites de drives ou de retraits par des particuliers, les formes de distributeurs dits automatiques ou automates.

Les activités concernées

Les orientations et prescriptions du DOO et du DAACL en matière de commerce concernent les équipements commerciaux entendus au sens du Code de l'Urbanisme par la sous destination « commerce de détail et artisanat » qui recouvre les constructions commerciales destinées à la présentation et vente de biens directe à une clientèle ainsi que les constructions artisanales destinées principalement à la vente de biens ou services (article 3 de l'arrêté du 10 novembre 2016, modifié par le décret n°2023-195 du 22.03.2023, définissant les destinations et sous-destinations de constructions).

Sans que leur caractère soit exclusif, les activités ci-dessous rentrent, quel que soit leur mode de distribution (à partir du moment où il génère des flux de véhicules particuliers), dans le champ d'application du DOO et du DAACL.

- **Alimentaire** : commerces d'alimentation générale, épicerie, primeur, vins et spiritueux, crèmerie, fromagerie, café, bonbon, poissonnerie, boucherie, charcuterie, traiteur, boulangerie.
- **Culture-loisirs** : fleurs, tabac, presse, librairie, photographe, jardinerie, informatique, sport.
- **Hygiène-santé-beauté** : coiffeur, institut de beauté, parfumerie, opticien, pharmacie et parapharmacie.
- **Équipement de la maison** : électroménager, tv-hifi, décoration, art de la table, linge de maison, bricolage, quincaillerie, meubles, brocantes.
- **Équipement de la personne** : vêtements, chaussures, bijouterie, maroquinerie, horlogerie, mercerie, dépôt vente.

- **Les services aux particuliers** : pompes funèbres, pressing, cordonnerie, toilettage pour chien, tatouage, agence immobilière, banque, assurance, auto-école, location et réparations diverses.

Les activités non concernées

Sans que leur caractère soit, de nouveau exclusif, les activités ci-dessous ne rentrent pas dans le champ d'application du volet commerce du DOO et du DAACL. Compte tenu de leur typologie et des flux qu'elles génèrent, ces activités peuvent ou doivent pouvoir s'implanter en dehors des localisations préférentielles dédiées au commerce :

- **Les hôtels-restaurants** y compris les campings,
- **La vente directe de produits agricoles** domiciliée sur le lieu de production,
- **Les stations de distribution de carburants,**
- **Les concessionnaires automobiles**, camping-car, garages, nautisme, accastillage, motocycles et motoculture de plaisance,
- **Les cinémas**, bowling, parc de loisirs, salle de fitness,
- **Les pépinières** avec espace de production.

1.2.2. Le volet logistique commerciale

Les orientations et prescriptions du DAACL en matière de logistique commerciale concernent :

- Les équipements logistiques destinés à l'approvisionnement du commerce de détail et/ou des livraisons à domicile générées par le commerce en ligne ;
- Les points permanents de retrait par la clientèle d'achats au détail commandés par voie télématique (drive, « click and collect »...).
- La logistique industrielle et du BTP sont exclues.

La logistique commerciale s'inscrit dans un champ d'activité très large comprenant les agences de messagerie, les entrepôts du e-commerce, points et lieux de retrait du e-commerce, les entrepôts de la grande distribution, les grossistes effectuant des services de livraison, les transporteurs et logisticiens.

Elle est rattachée aux destinations et sous-destinations suivante :

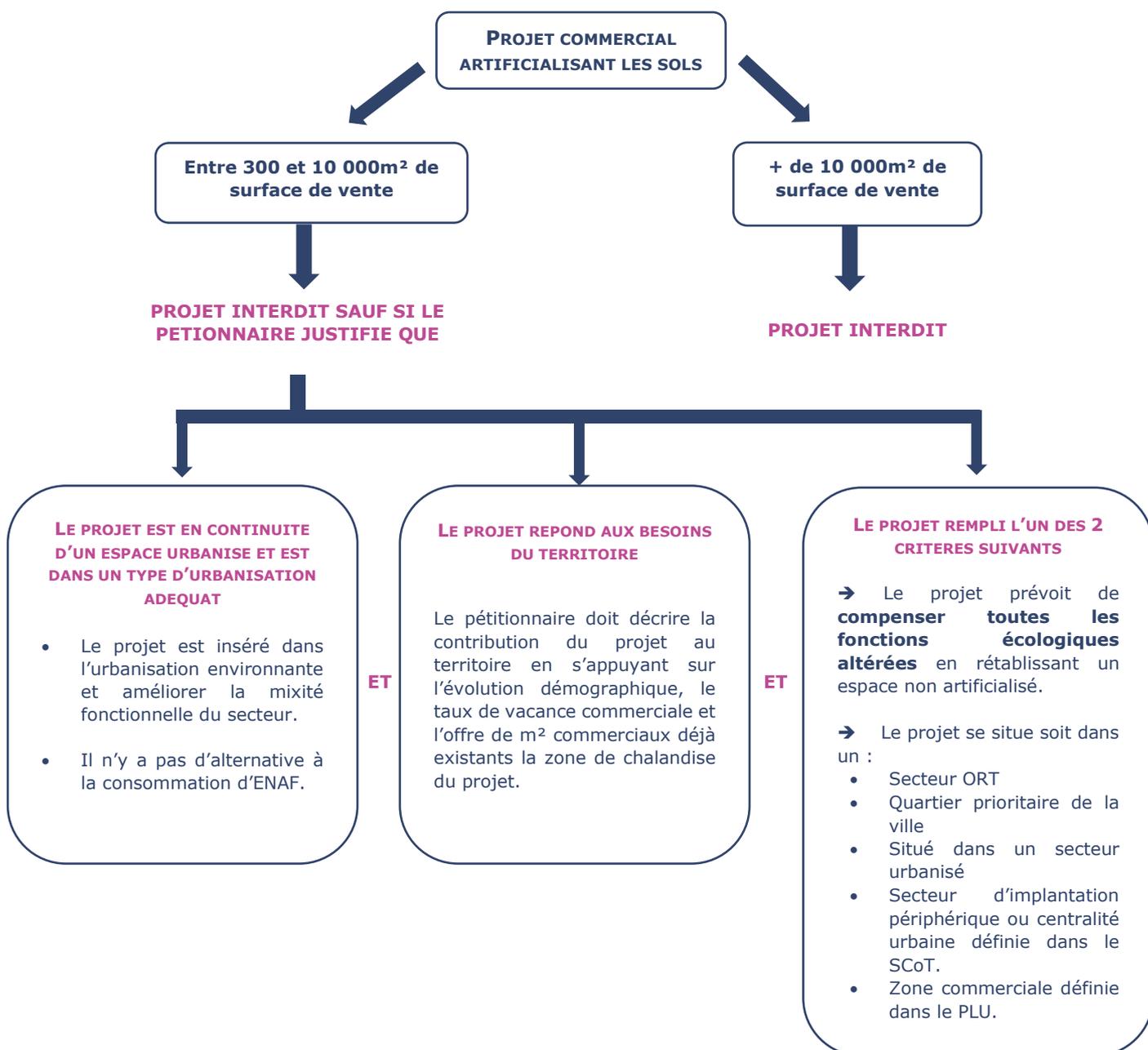
- « **Commerce de gros** » (Destination commerce et activité de services) concerne les constructions destinées à la présentation et la vente de biens pour une clientèle professionnelle ;
- « **Entrepôt** » (Destination « autres activités des secteurs secondaire ou tertiaire »).

1.3. Évolution législative récente concernant la création de nouvelles surfaces commerciales

La loi Climat et résilience inscrit des principes généraux concernant les conditions d’implantation de nouvelles surfaces commerciales.

Effectivement, l’article 215 de la loi pose d’une part, un principe général d’interdiction de création ou d’extension de toutes nouvelles surfaces commerciales entraînant une artificialisation des sols. Cette interdiction est absolue pour tout projet générant plus de 10 000m² de surface de vente et reste soumis à conditions pour les projets entre 300m² et 10 000m². Tout projet d’aménagement commercial qui ne génère pas d’artificialisation reste également soumis à autorisation commerciale.

Dans quels cas peut-on artificialiser les sols pour construire de surfaces commerciales ?

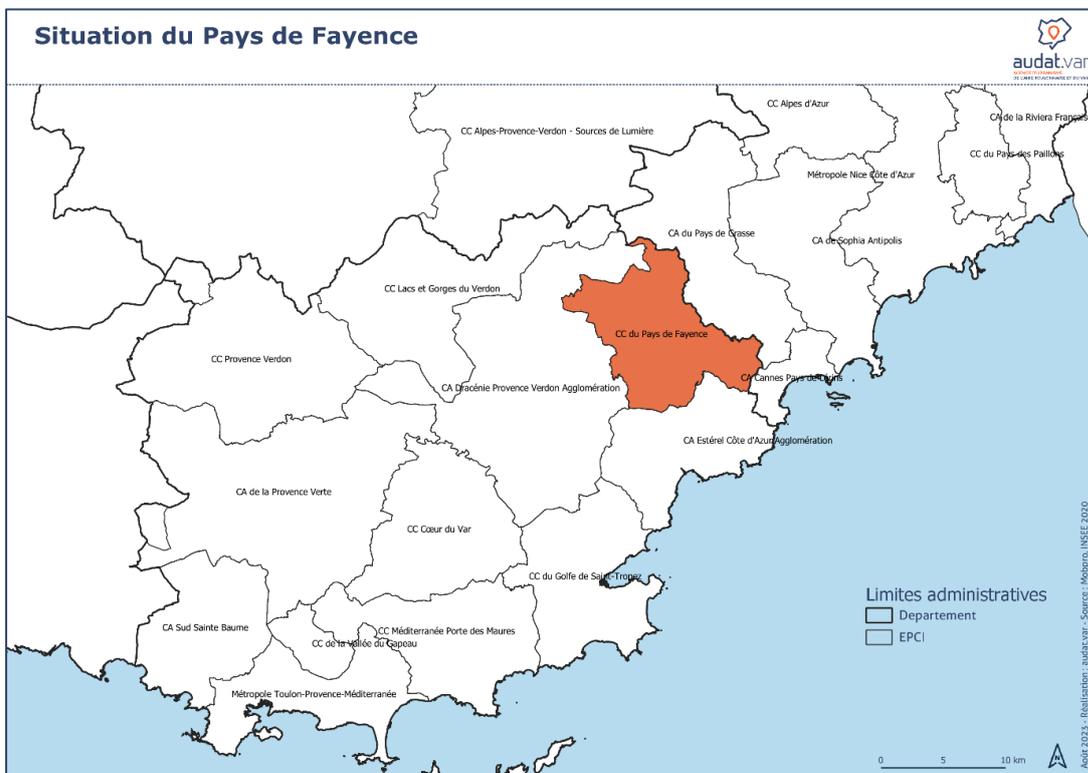


2. Fonctionnement du territoire du Pays de Fayence

Un bassin de vie intégré au système azuréen

2.1. Un territoire fortement tourné vers l'extérieur et en particulier les Alpes-Maritimes

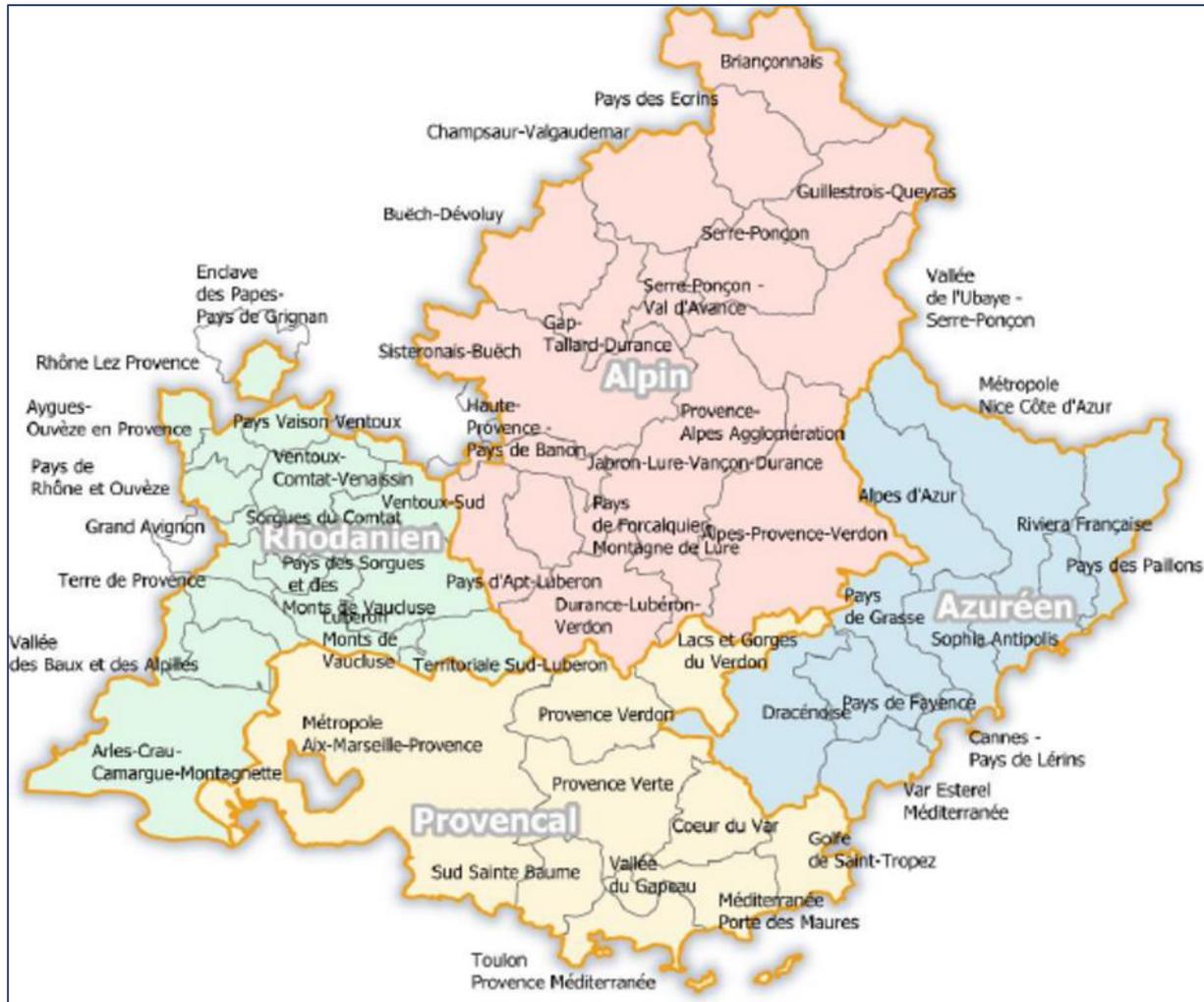
2.1.1. Un territoire rural de près de 30 000 habitants



Le Pays de Fayence est une communauté de communes rurale comptant 28 550 habitants en 2020 et située à l'est du département du Var. Le territoire comporte 9 communes : Mons, Seillans, Fayence, Tourette, Callian, Montauroux, Tanneron, Saint Paul-en-Forêt et Bagnols en Forêt.

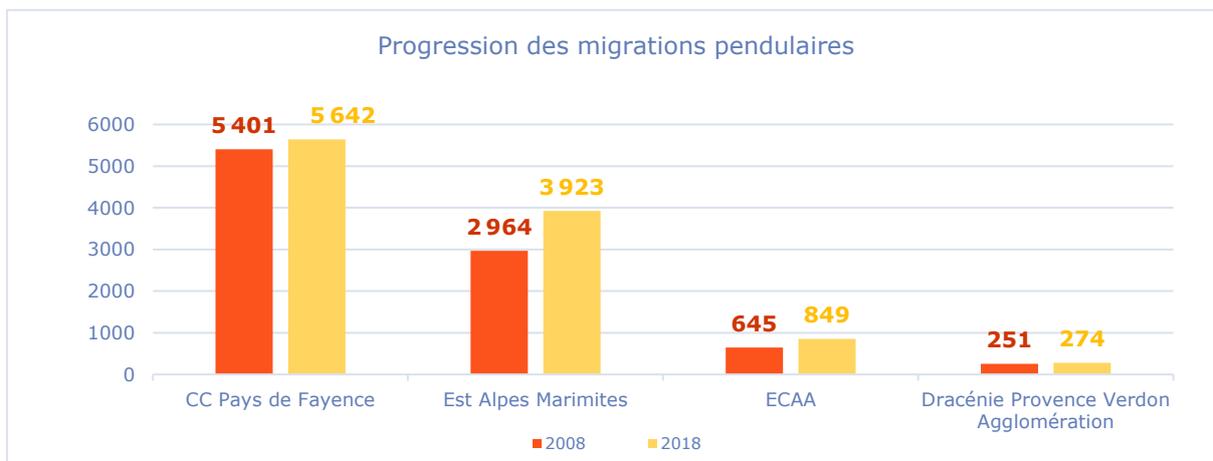
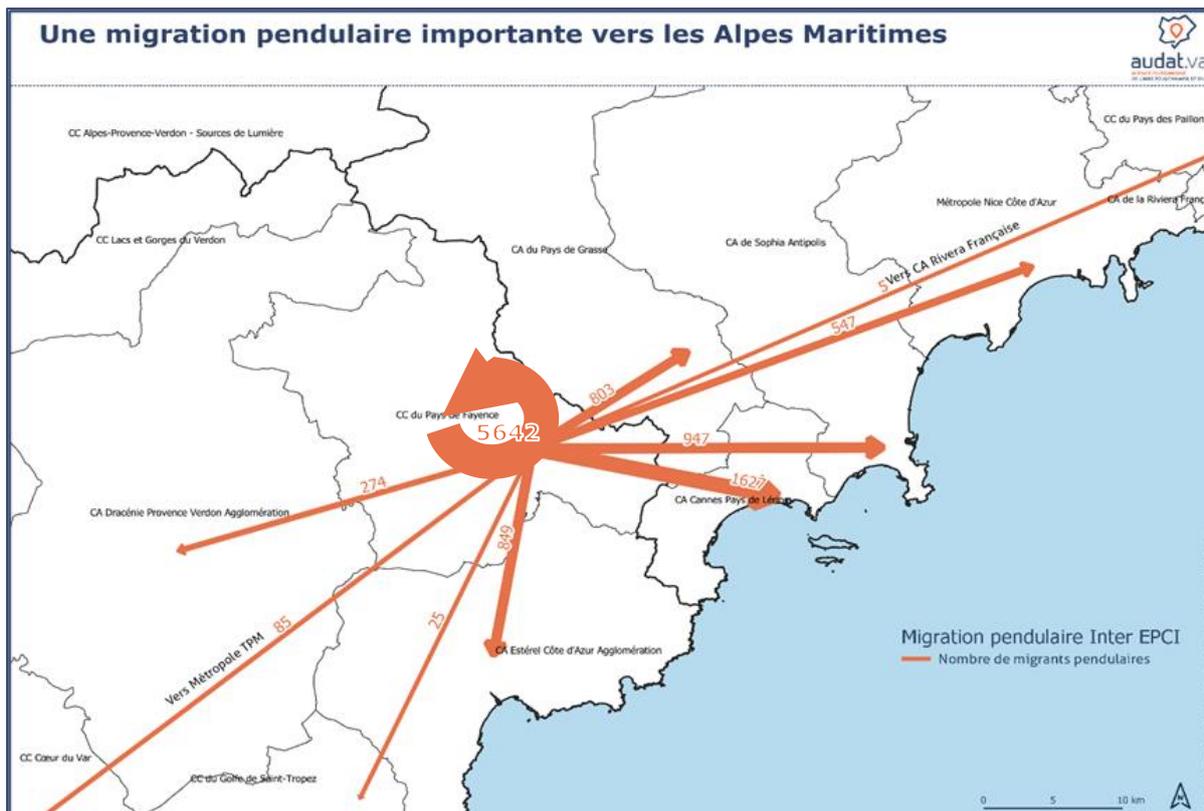


2.1.2. Des liens domicile/travail important avec les autres territoires azuréens



Le territoire fait partie intégrante de l'espace Azuréen défini dans le SRADDET PACA, et entretient des relations étroites avec les agglomérations qui le constituent (Fréjus, Cannes, Sophia-Antipolis, Nice Métropole et Grasse).

Cette imbrication géographique est étayé par l'importance des déplacements domicile-travail en direction des agglomérations voisines (*carte ci-dessous*). En effet, 42,5% des actifs exercent une profession hors du territoire (INSEE, 2020). Plus précisément, 3929 habitants travaillent quotidiennement dans les Alpes-Maritimes et 849 au sein d'EstereL Cote d'Azur Agglomération en 2020 (mobpro, INSEE 2020).

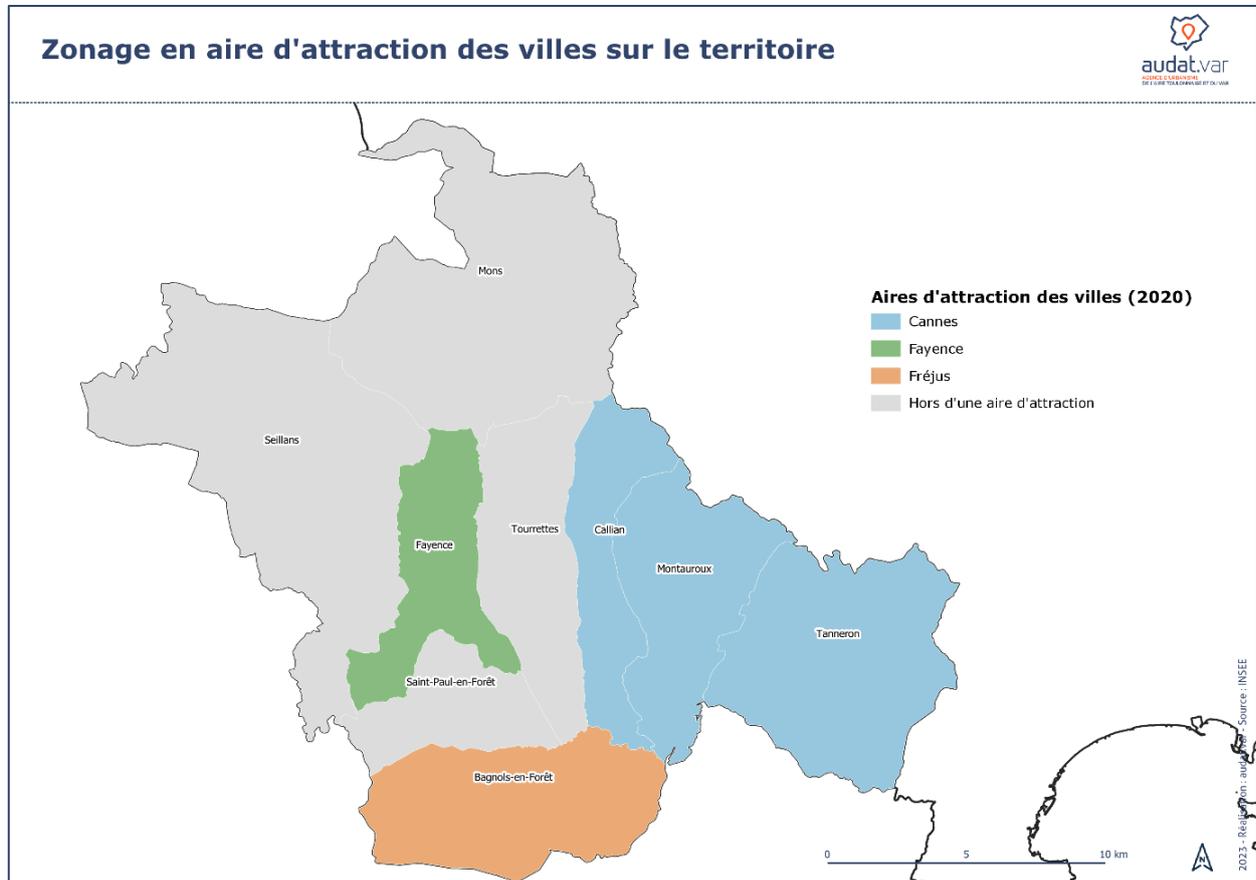


Le nombre de navetteurs a connu une forte augmentation depuis 15 ans, rendant le territoire de plus en plus résidentiel avec une fonction périurbaine grandissante au sein du bassin de vie azuréen. L'indice de concentration de l'emploi est ainsi passé de 64,7% en 2009 à 57,5 en 2020, soit près de 10 points en moins. Environ, 1 000 navetteurs supplémentaires se dirigent vers les Alpes maritimes tous les jours. Il est à noter que le nombre de navetteurs au sein du Pays de Fayence augmente également mais dans une moindre proportion.

Indice de concentration de l'emploi (INSEE, 2024)		
2009	2014	2020
64,7%	61,7%	57,5%

2.2. Des aires d'attractions extérieures fortes mais un rôle toujours central de Fayence

2.2.1. Un territoire entre 3 aires d'attractivités



Selon les aires d'attractions* de l'INSEE, 3 communes sont particulièrement structurantes pour le territoire, dont 2 appartiennent à des EPCI extérieurs.

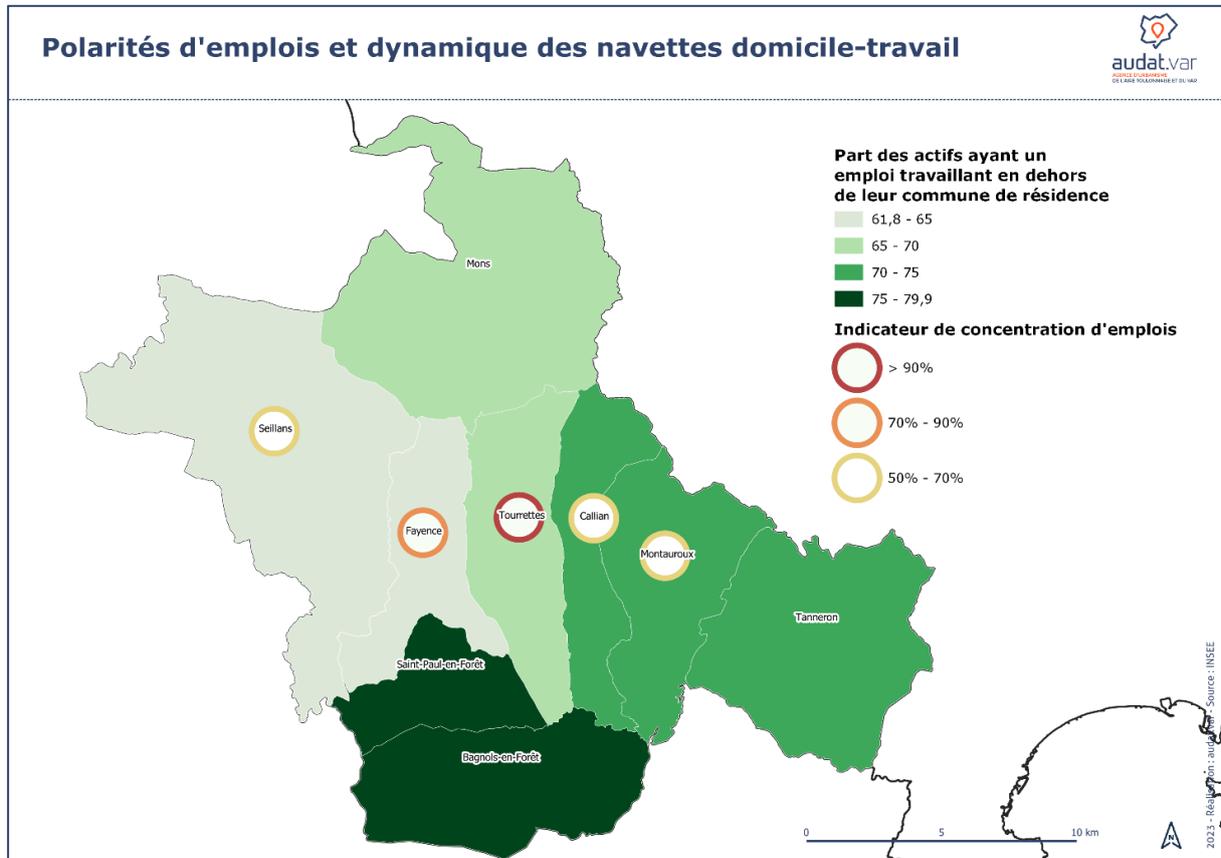
Fayence conserve un rôle structurant au centre-ouest : La commune est catégorisée comme une polarité structurante du territoire, notamment dans sa partie centrale. De plus, la moitié de la création d'emplois entre 2009 et 2020 est localisée à Fayence.

L'est tourné vers Cannes : Les 3 communes de l'est du territoire sont sous influence de l'agglomération de Cannes, soit 41% de la population du Pays de Fayence.

Le sud tourné vers Fréjus/Saint Raphaël : Bagnols-en-Forêt au sud est sous influence de Fréjus, soit 10% de la population du Pays de Fayence.

51% des habitants du territoire du SCoT se situent donc dans une aire d'influence extérieure impactant les comportements d'achats et entraînant ainsi une évasion commerciale.

2.2.2. Les communes sous aire d'influence extérieure accueillent le nombre de navetteurs le plus important du territoire



Sur l'ensemble du SCoT, le taux de personnes travaillant hors de leur commune de résidence est élevé, avec des chiffres plus importants à l'est et surtout au sud du territoire. Excepté, Saint-Paul-en-Forêt, toutes les communes avec un taux supérieur à 70% se situent dans les aires d'influences de territoires extérieurs : Bagnols-en-forêt avec Fréjus et Callian, Montauroux et Tanneron avec Cannes. Plus les communes sont éloignées de ces pôles d'emplois, plus la part de personnes travaillant hors de la commune se réduit.

Par ailleurs, aucune commune n'a d'indicateur de concentration de l'emploi (IDC) supérieur à 100%, c'est-à-dire que le nombre d'actifs sur le territoire est globalement inférieur aux emplois. Les communes centrales de Tourrettes et de Fayence accueillent les taux les plus élevées avec respectivement 90,8% et 72,6%. Il est à noter, que dans la plaine, les IDC sont décorrélées des taux d'actifs ayant un emploi en dehors de la commune de résidence. Entre les communes de la plaine, la localisation résidentielle semble donc déconnectée du lieu de travail, entraînant une augmentation du trafic routier.

2.3. Bilan

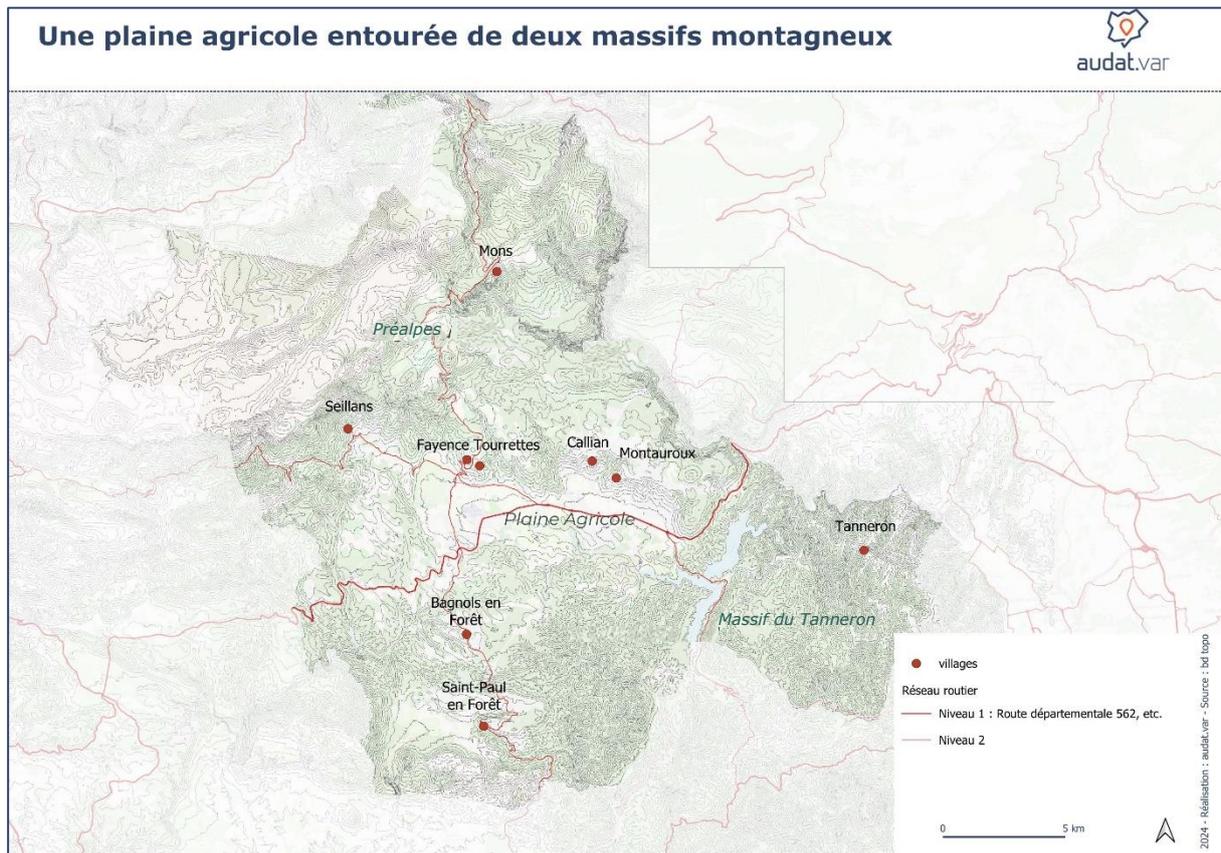
- Un **territoire périurbain situé au cœur de plusieurs aires d'attractivités** (Fréjus/Saint-Raphaël et Cannes), entraînant une concurrence commerciale à l'échelle de l'espace azuréen.
- **Fayence continue de jouer un rôle structurant** à l'échelle du territoire du SCoT, car plus éloigné des bassins d'emplois extérieurs.

3. Armature commerciale

Un glissement de l'offre commerciale depuis les centralités vers la plaine

3.1. Une implantation des commerces dans la plaine accompagnant le développement résidentiel récent du territoire

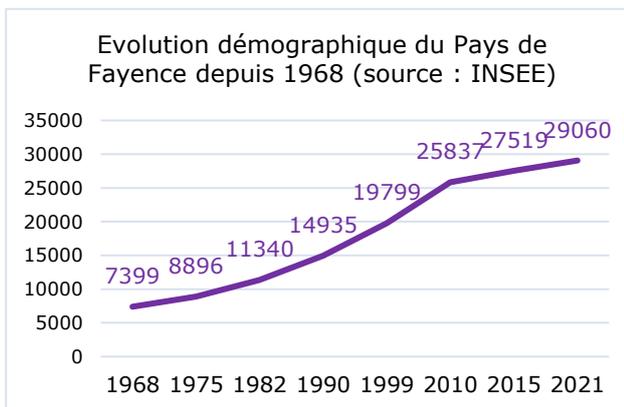
3.1.1. Des villages perchés en flanc de montagne autour d'une plaine centrale



La géographie du Pays de Fayence se caractérise par ses montagnes, sa plaine et ses villages perchés. Ainsi, le territoire s'étend du Nord du massif du Tanneron dans sa partie sud-est aux Préalpes dans sa partie nord. Ces entités sont reliées par une plaine agricole traversée par l'axe majeur de communication du territoire, la RD562. Avant les années 1960, les villages perchés regroupaient la majorité de la population et la plaine était essentiellement agricole.

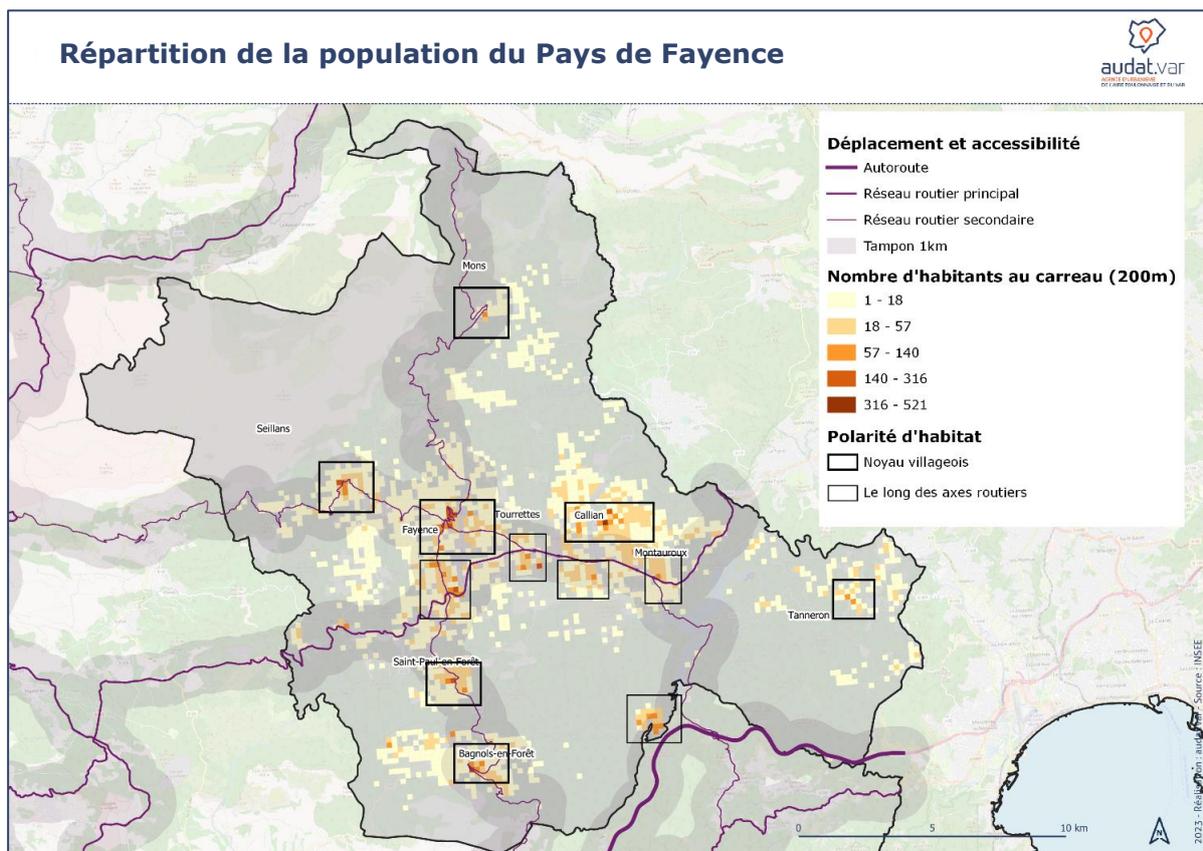
3.1.2. Une population quadruplée depuis 1968

La situation géographique du Pays de Fayence, à proximité de grandes agglomérations et de zones d'emplois (Cannes, Nice, Fréjus etc.) et son cadre paysager rural et remarquable, ont entraîné une forte attractivité résidentielle depuis les années 60 et la massification de l'usage de la voiture. En effet, entre 1968 et 2021, la population a été multipliée par 4 avec une croissance démographique annuelle souvent supérieure à 3%.



3.1.3. Emergence de nouvelles concentrations de populations dans la plaine

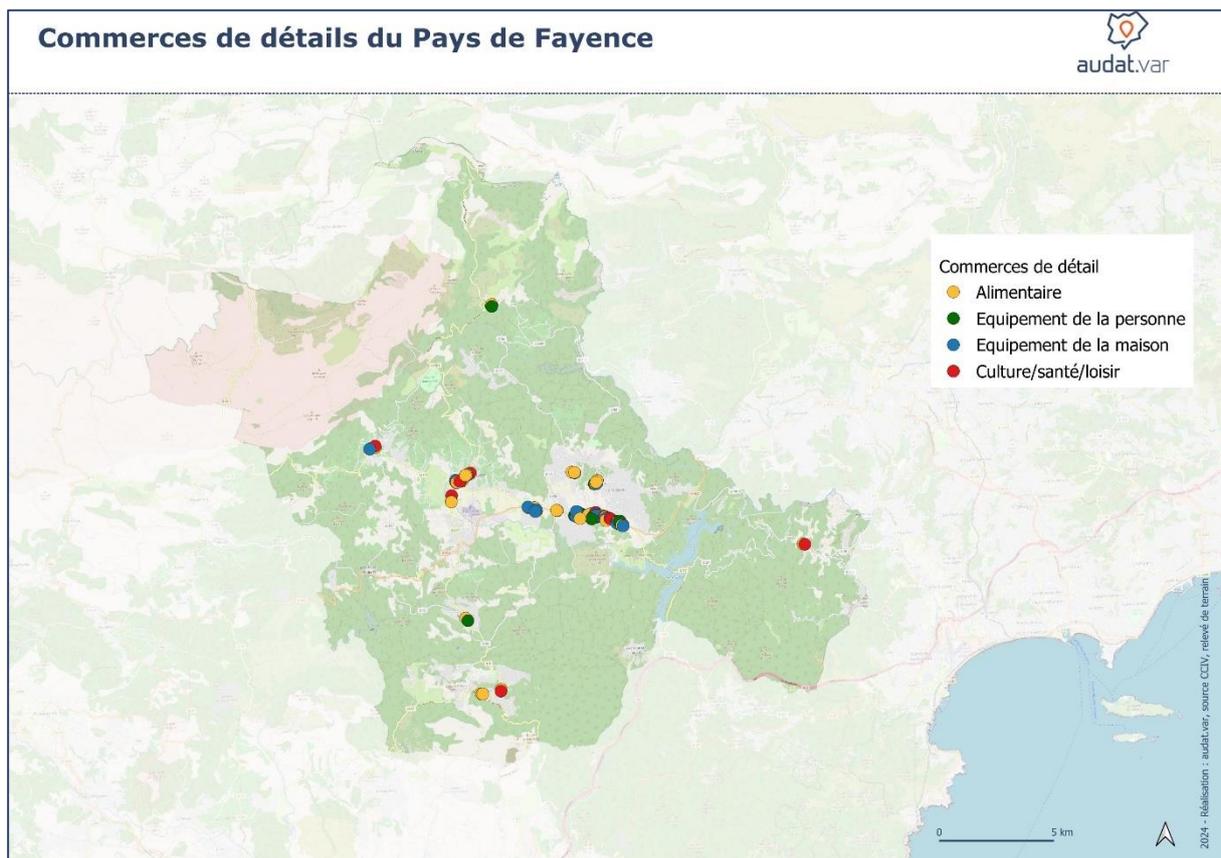
La croissance démographique s'est traduite par un développement important et très diffus de résidences individuelles en périphérie des noyaux villageois et notamment dans la plaine.



Cette évolution a radicalement changé la répartition géographique des habitants. En effet, même si les centralités historiques des noyaux villageois conservent les plus fortes densités de population, elles ne regroupent aujourd'hui plus que ¼ des habitants du territoire. La population a tendance à se concentrer autour du réseau routier avec 29% de la population qui habitent à moins d'un km de la RD 562 et 65% qui habitent à moins d'un km des routes principales (RD 562 et secondaires). De nouvelles polarités d'habitat se sont ainsi formées le long de la route départementale.

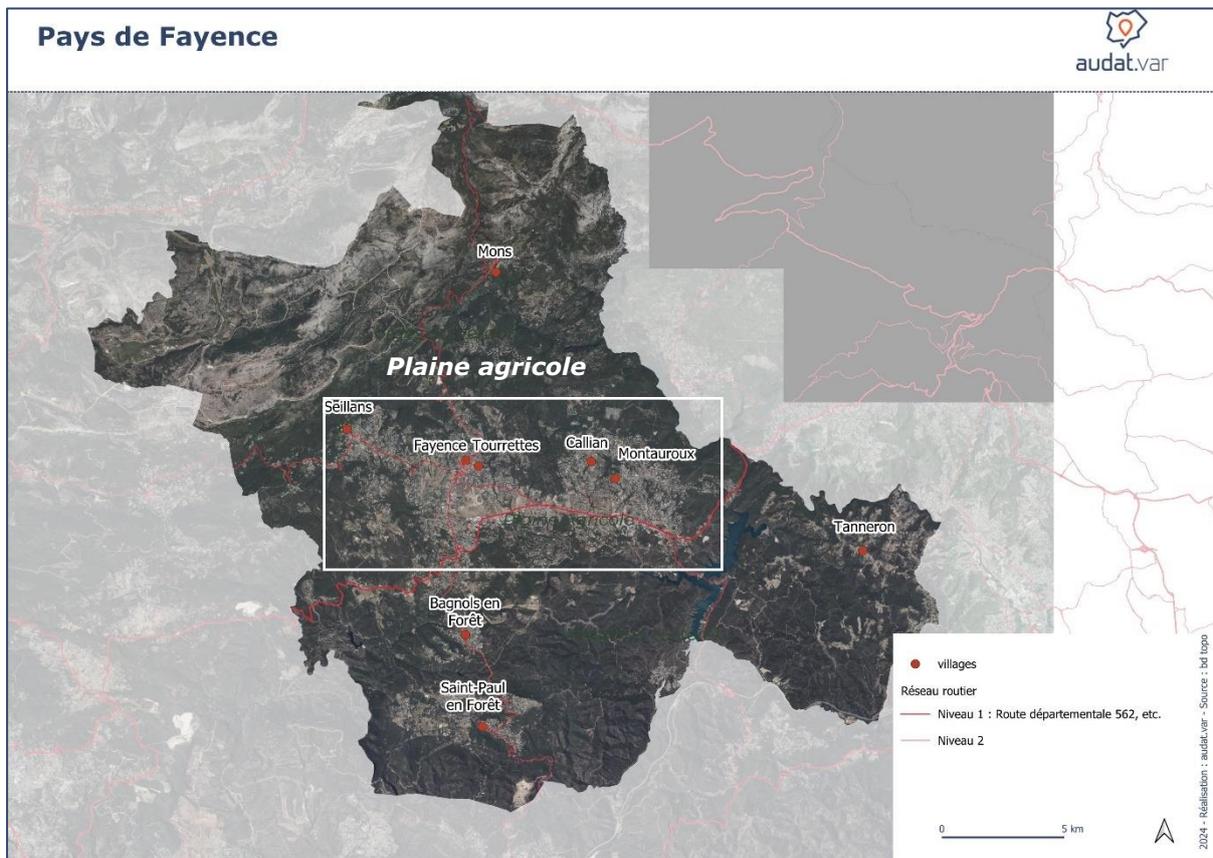
Répartition de la population		
Localisation	Population	Pourcentage
 Noyau villageois	6 876	24%
 <1km RD562	8 255	29%
 <1km RD562 + routes 2nd	18 487	65%

3.1.4. Une dynamique accompagnée par des implantations de commerces de flux en contre-bas des villages et le long de la route départementale

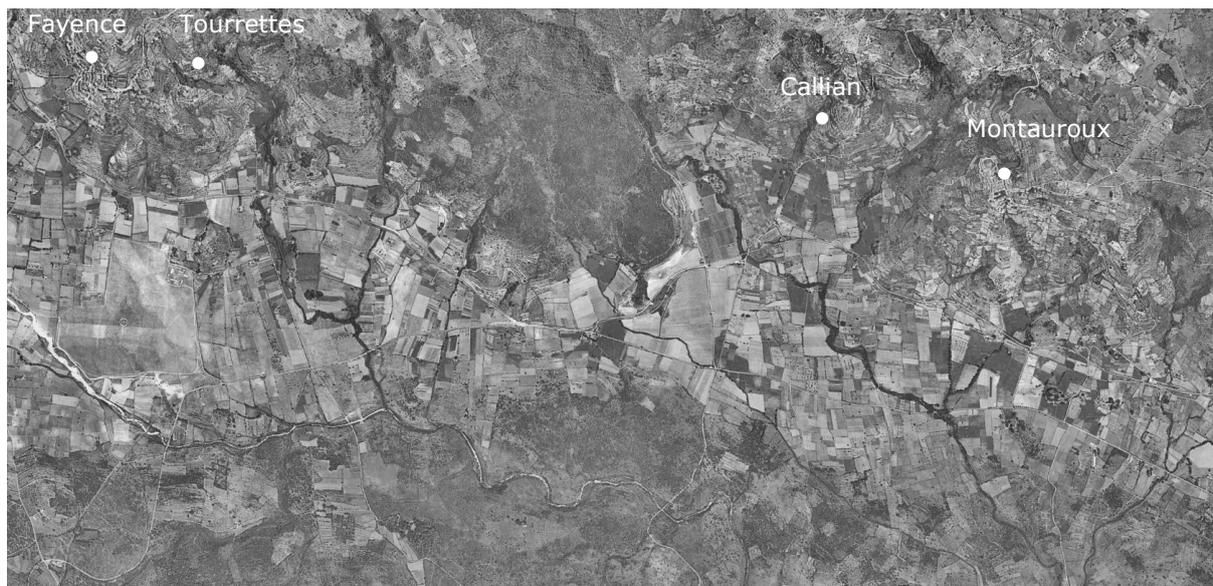


Le développement commercial du territoire a suivi les évolutions urbaines récentes et s'est adapté aux nouveaux modes de vie. En effet, de nombreux commerces de flux se sont implantés le long des routes, en contre-bas des villages perchés, représentant aujourd'hui 90% de la surface commerciale (tout type de commerce) du Pays de Fayence (CCIV 2018),

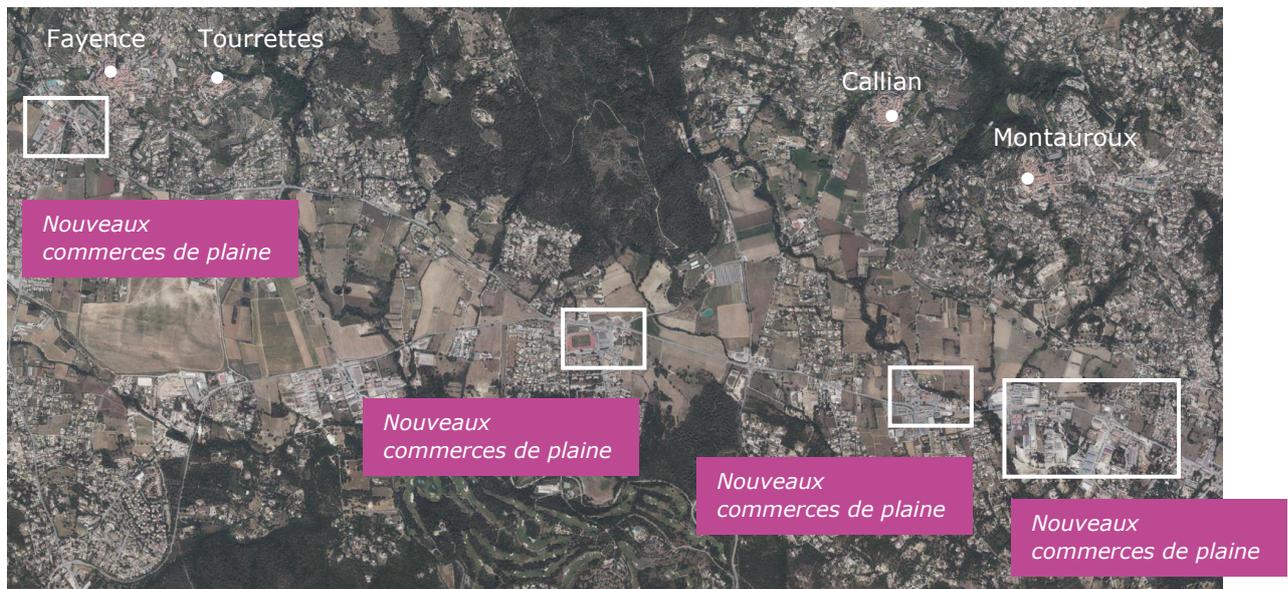
soit le taux de périphérisation le plus élevée du Var. Les commerces situés dans la plaine jouent ainsi un rôle majeur dans le quotidien des habitants. Le caractère périurbain du Pays de Fayence et son intégration au bassin de vie azuréen, a donc fortement remodelé l'offre marchande et restructuré l'armature commerciale du territoire.



Photographie aérienne de la plaine du Pays de Fayence en 1965

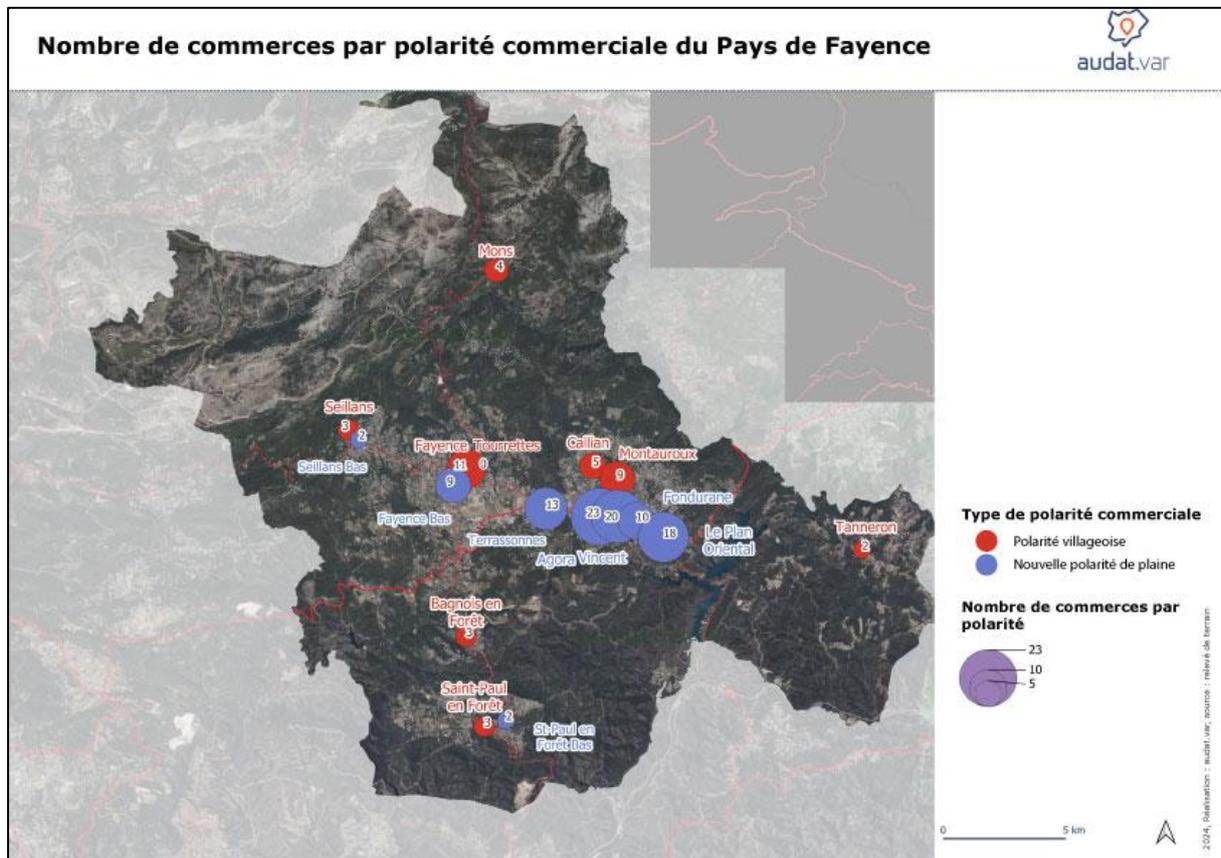


Photographie aérienne de la plaine du Pays de Fayence en 2021



Certains secteurs sont même devenus de véritables polarités commerciales structurantes (*cartes ci-dessus*) avec le regroupement de commerces, de services marchands (coiffeur, banques, etc.), de santé (médecins, vétérinaires, pharmacies, etc.) et publiques (Poste, etc.) et d'équipements (école, service communautaire ; etc.). La plaine agricole est particulièrement impactée mais cette dynamique se retrouve également à Seillans et à Saint-Paul en Forêt.

3.1.5. Un développement qui a entraîné un fort déséquilibre entre les polarités périphériques et villageoises, au détriment de ces dernières



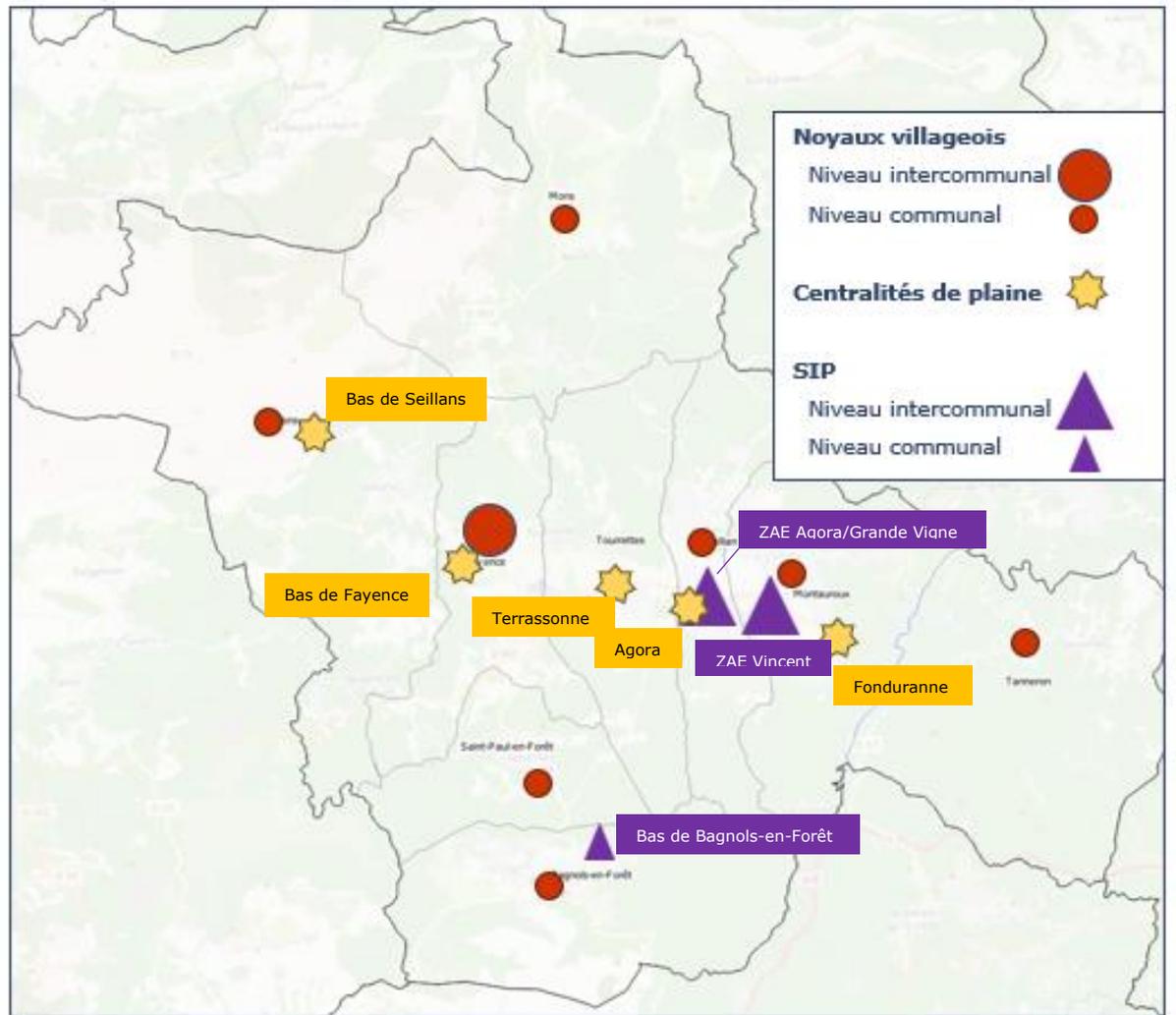
97 commerces inférieurs à 300 m² sont situés dans les polarités commerciales (*cf ; définition dans le glossaire*) dans la plaine et en contrebas des villages contre 40 au sein des noyaux villageois, soit 2,5 fois plus. La majorité de ceux-ci sont positionnés le long la route départementale en direction des Alpes-Maritimes et notamment au sein des ZAE d'Agora, de Vincent et du Plan Oriental. 61% des commerces faisant partie d'une polarité commerçante est situé le long de la route. Il est à noter que le noyau villageois de Tourettes ne contient pas de commerces et ne constitue donc pas une polarité commerçante du territoire.

Le diagnostic comprend en annexe des fiches détaillant les équipements commerciaux et les caractéristiques urbaines par secteur. Au regard de ces analyses, le territoire comprend trois types de centralités commerciales :

- les centralités villageoises historiques ;
- les nouvelles centralités de plaine comportant des regroupements de commerces inférieurs à 300m² et des services ;
- et les secteurs d'implantation périphérique avec une majorité de grandes et moyennes surfaces (>300m²).

3.2. Une armature commerciale territoriale adaptée au mode de vie périurbain

3.2.1. Carte de l'armature

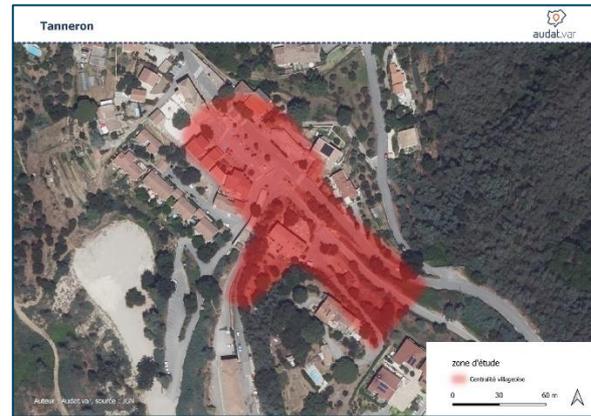
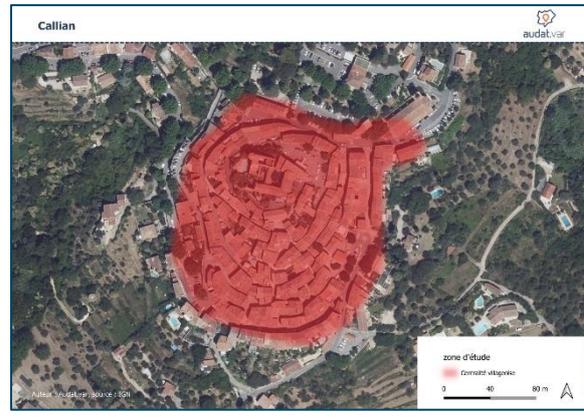
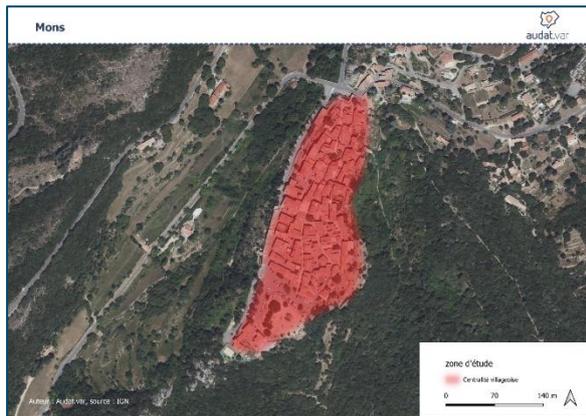
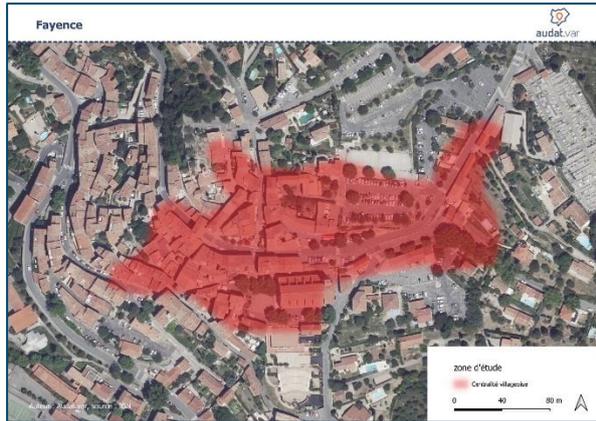


Niveau de polarité		Définition
Centralités villageoises		<ul style="list-style-type: none"> • Offre commerciale répondant à des besoins hebdomadaires et quotidiens. • Tous les types de commerces de détail sont représentés • Zone de chalandise intercommunale
		<ul style="list-style-type: none"> • Offre correspondant à des besoins quotidiens • Présence de commerces alimentaires de proximité • Zone de chalandise recentrée sur le noyau villageois
SIP		<ul style="list-style-type: none"> • Offre commerciale répondant à des besoins quotidiens, hebdomadaires et occasionnels • Bâti commercial > 20 000m² sur le secteur
		<ul style="list-style-type: none"> • Offre commerciale répondant à des besoins quotidiens et hebdomadaire • Bâti commercial < 20 000m² sur le secteur
centralités de plaine		<ul style="list-style-type: none"> • Regroupement des commerces inférieurs à 300m² et des services dans la plaine, en contrebas des noyaux villageois et/ou le long de la route départementale.

3.2.2. Les centralités villageoises

Ce sont les cœurs commerçants des villages historiques. Ils polarisent, à différents degrés, une diversité de fonctions urbaines (habitat, économie, commerces, service, équipement, sociabilisation, etc.). Ils sont souvent difficiles d'accès pour les personnes résidants hors du village, à cause de la topologie mais sont les marqueurs de l'identité locale. (Voir détails dans les fiches des centralités villageoises en annexe)

Niveau dans l'armature commerciale	Village
Centralité intercommunale	Fayence
Centralité locale	Mons, Tanneron, Montauroux, Callian, Seillans, Saint-Paul-en-forêt, Bagnols-Forêt





@ audat.var

3.2.3. Les nouvelles centralités de plaine

Les nouvelles centralités de plaine sont situées en contrebas des villages perchés, accolées ou détachées de ces derniers, et souvent le long de la route départementale. Elles regroupent une multitude de fonctions urbaines (loisirs, équipements, commerces, services, habitat, etc.) répondant aux besoins de proximité des habitants à l'année et sont parfois issues d'opération d'aménagement d'ensemble. Certaines de ces centralités ont des formes urbaines se rapprochant de celles des villages avec la présence de façades de bâtiments ocres et de toits en tuile. Les places de stationnements prennent une part importante et les aménagements paysagers sont limités. Ces nouvelles centralités sont aisément accessibles en voiture car elles sont situées à proximité de la route et sur les itinéraires quotidiens des habitants, notamment ceux travaillant dans les Alpes-Maritimes. (Voir détails dans les fiches des nouvelles centralités de plaine en annexe)

Niveau dans l'armature commerciale

Centralité de la plaine

ZAE Agora, Bas de Fayence, bas de Seillans,
ZAE les Terrassonnes, ZAE de Fondurance





@ Quartier de la gare – Fayence (audat.var)



@ Terrassonnes – Tourrettes (audat.var)



@ Terrassonne - Tourrettes (audat.var)

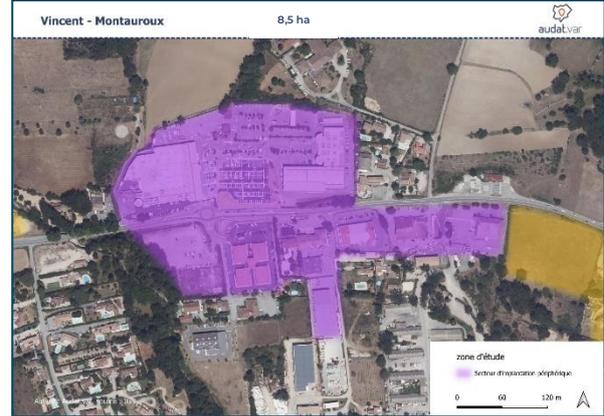
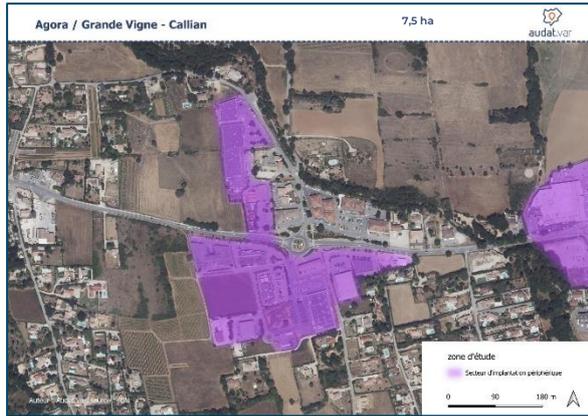


@ Agora - Callian (audat.var)

3.2.4. Les Secteurs d'implantation périphériques

Les secteurs d'implantation périphérique (SIP) sont majoritairement situés dans les zones d'activités économiques (ZAE) de la plaine et/ou en contrebas des noyaux villageois. Ces secteurs peuvent être isolés ou en continuité des centralités de plaine. Ils regroupent essentiellement des grands commerces de plus de 300m² et occupent 16,4 ha sur l'ensemble du territoire du Pays de Fayence.

Niveau dans l'armature commerciale	SIP
Centralité intercommunale	ZAE Agora et Grande Vigne, ZAE Vincent
Centralité locale	Bas de Bagnols en Forêt



@ ZAE Grande Vigne (audat.var)



@ ZAE Vincent (audat.var)



@ ZAE Vincent (audat.var)



@ SIP Bas de Bagnols-en-Forêt (audat.vat) (audat.var)

3.2.5. Secteur diffus

Certains commerces isolés le long de la route ne font pas partie d'une polarité commerciale. Ils peuvent être situés hors des ZAE ou au sein de certaines ZAE ne regroupant pas assez de commerces pour constituer une polarité commerciale. Ils peuvent être au sein de constructions existantes ayant fait l'objet d'un changement de destination (ancienne bâti agricole par exemple). Ces emplacements diffus sur le territoire génèrent des flux de circulation importants et accentuent la saturation du réseau routier.

Ces commerces ont des typologies variées comme l'alimentaire (boulangerie, boucherie, etc.), l'équipement à la personne (vêtements, etc.), la restauration ou la santé (pharmacie) et rentrent en concurrence directe avec ceux présents dans les centralités du territoire.



@ Montauroux (audat.var)



@ Tourrettes (audat.var)

3.3. Bilan

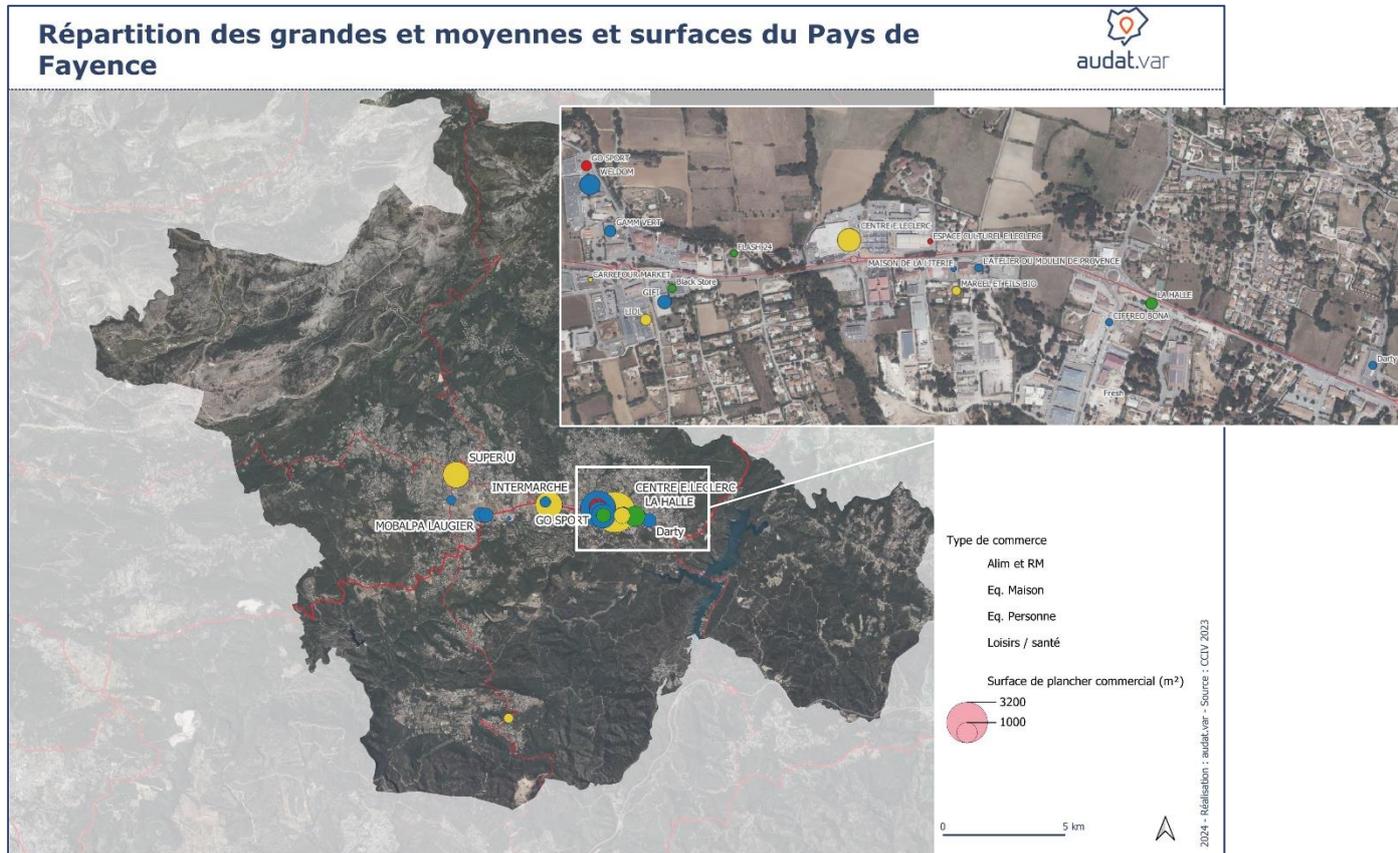
- Emergence de nouvelles centralités de plaine en contrebas des villages et le long de la route départementale, répondant aux nouvelles pratiques des habitants

4. Equipement commercial

Un territoire globalement bien équipé en grands commerces au regard de ses caractéristiques

4.1. Une offre répondant aux besoins à l'échelle du bassin de vie

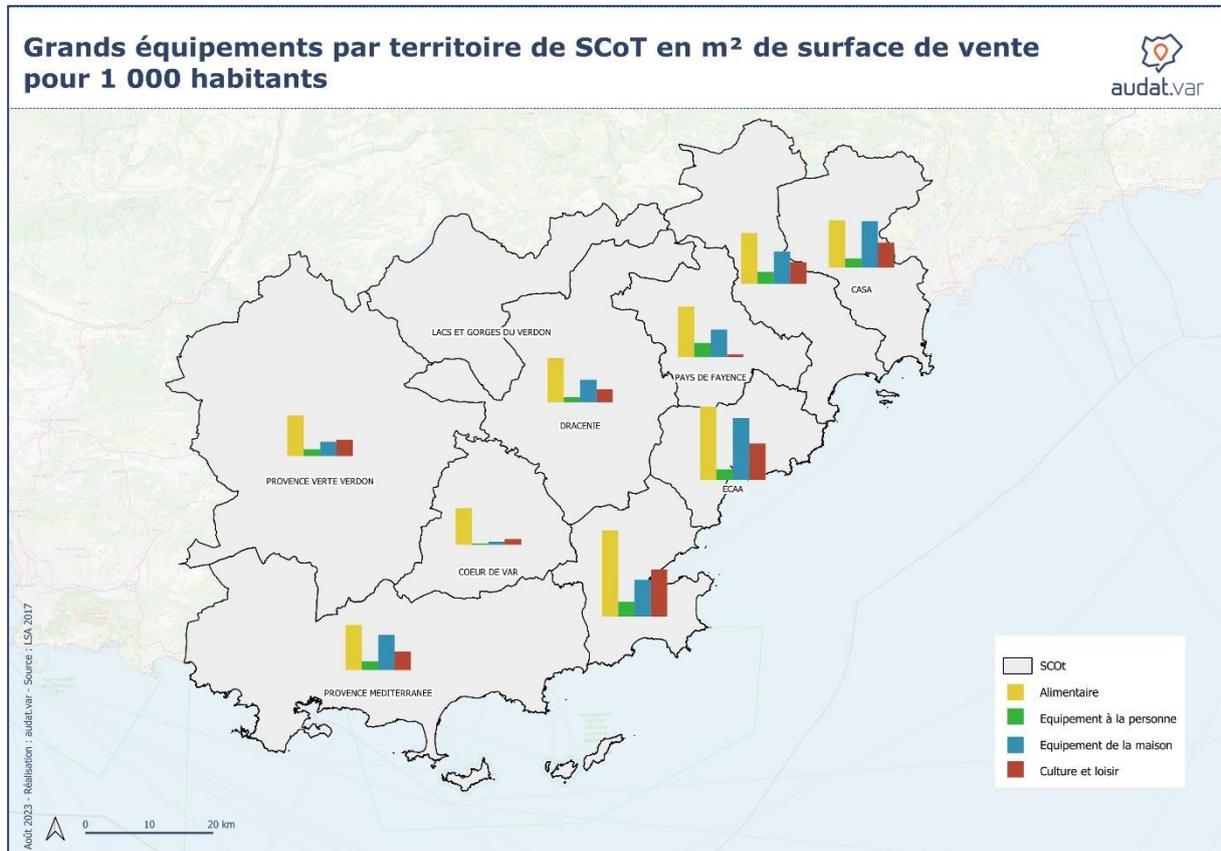
4.1.1. Des grands commerces se concentrant le long de la route départementale



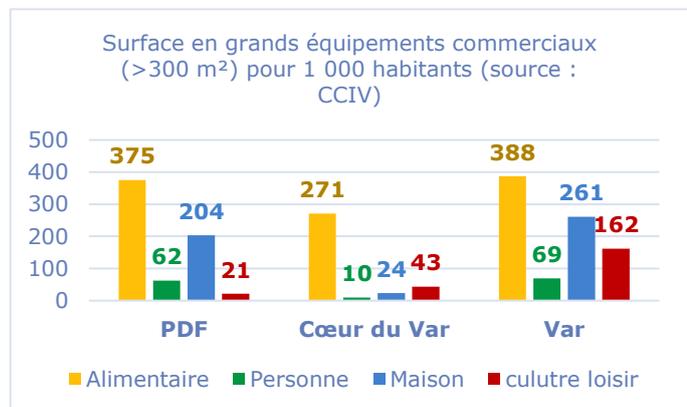
Le territoire du Pays de Fayence compte 21 grandes et moyennes surfaces commerciales recouvrant les 4 typologies commerciales, c'est-à-dire l'alimentaire, l'équipement de la personne, l'équipement de la maison et de la santé/loisir/culture. Celles-ci sont majoritairement situées le long de la route départementale ; dans les ZAE d'Agora, de Grande Vigne, de Vincent et de Fondurane. Ce positionnement stratégique est central sur le territoire et permet de capter les flux d'utilisateurs.

Les ZAE de Grande vigne et d'Agora regroupent la plus grosse polarité de grands commerces du territoire, notamment pour l'équipement à la personne et de la maison. Les grandes surfaces alimentaires sont réparties sur 4 secteurs avec des supermarchés en contrebas des villages de Seillans, Bagnols-en-Forêt, Tourrettes et de Fayence.

4.1.2. Une offre générale proche de celle du Var exceptée en équipement de loisir et culture

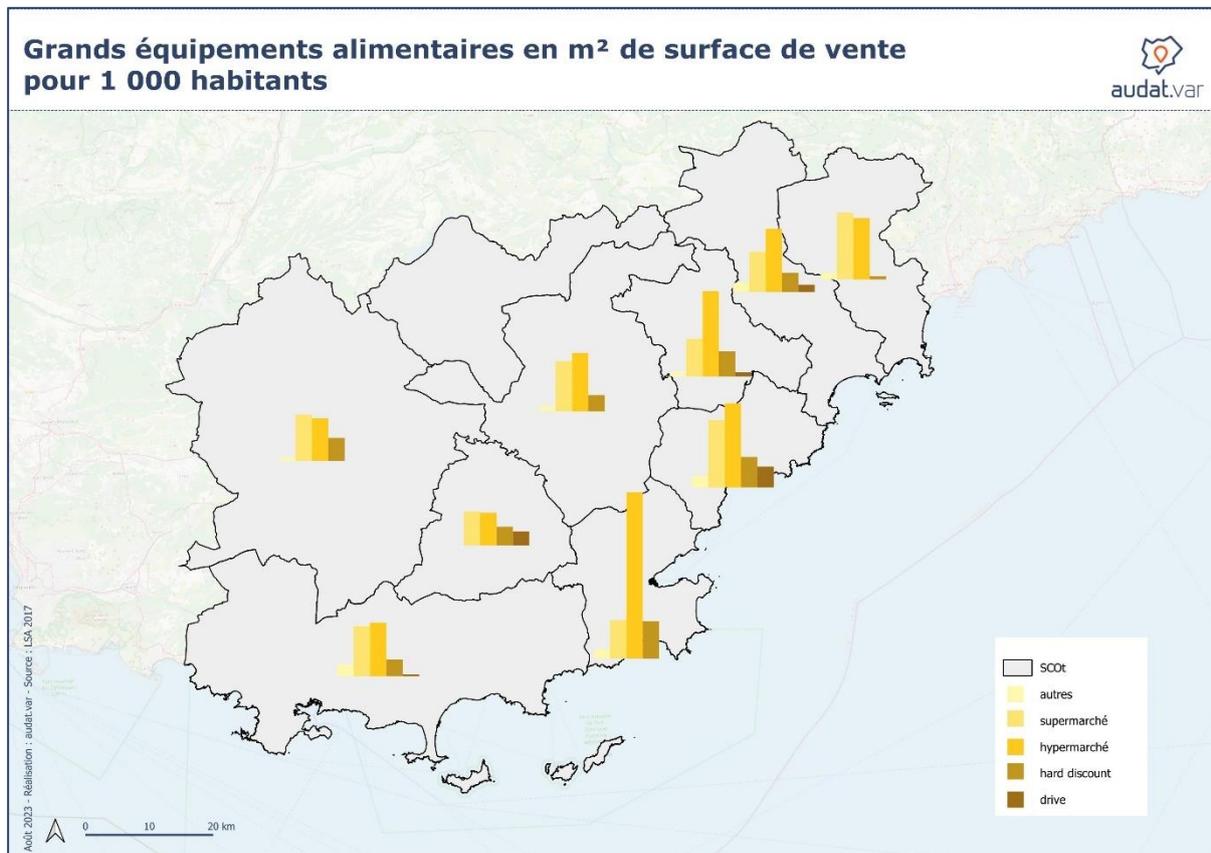


Le Pays de Fayence possède une offre en grands équipements commerciaux bien étoffée dans l'ensemble. En effet, excepté dans le domaine de la culture et loisirs, l'offre est équivalente à la moyenne varoise. La comparaison avec d'autres territoires périurbains, comme Cœur du Var, indique même une offre abondante en équipement de la personne et de la maison. Cela est à relativiser car au regard du faible nombre d'habitants, la surface commerciale reste faible en chiffre absolue et la diversité de l'offre n'est pas très importante.



L'offre importante en alimentaire et en équipement de la maison peut s'expliquer par le profil touristique du territoire et notamment par la présence importante de résidences secondaires. Les visiteurs augmentent effectivement la demande dans la première catégorie et les résidents secondaires dans les deux.

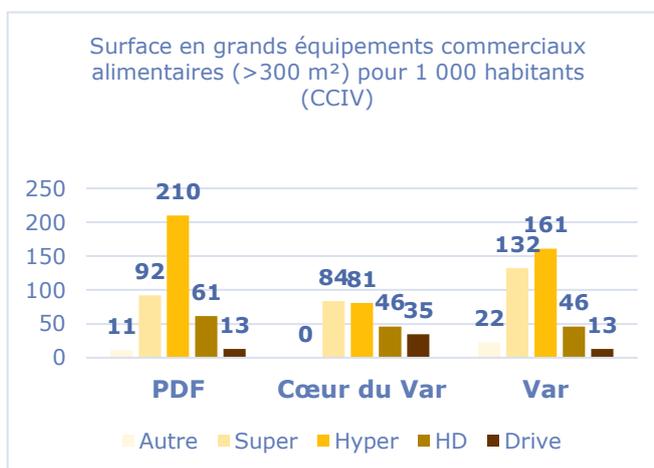
4.1.3. Alimentaire : Une offre étoffée, centrée sur le format hypermarché



Avec 375 m² pour 1 000 habitants contre 388m² dans le Var, l'offre en grands commerces alimentaires est dans la moyenne du département.

Cependant, avec 1,3 fois plus de surface commerciale par habitant que dans le Var et 2,6 fois plus qu'en Cœur du Var, le format hypermarché est prépondérant sur le territoire, signalant ainsi la place forte de l'usage de la voiture pour faire les achats du quotidien et la forte pression concurrentielle subie par les centralités.

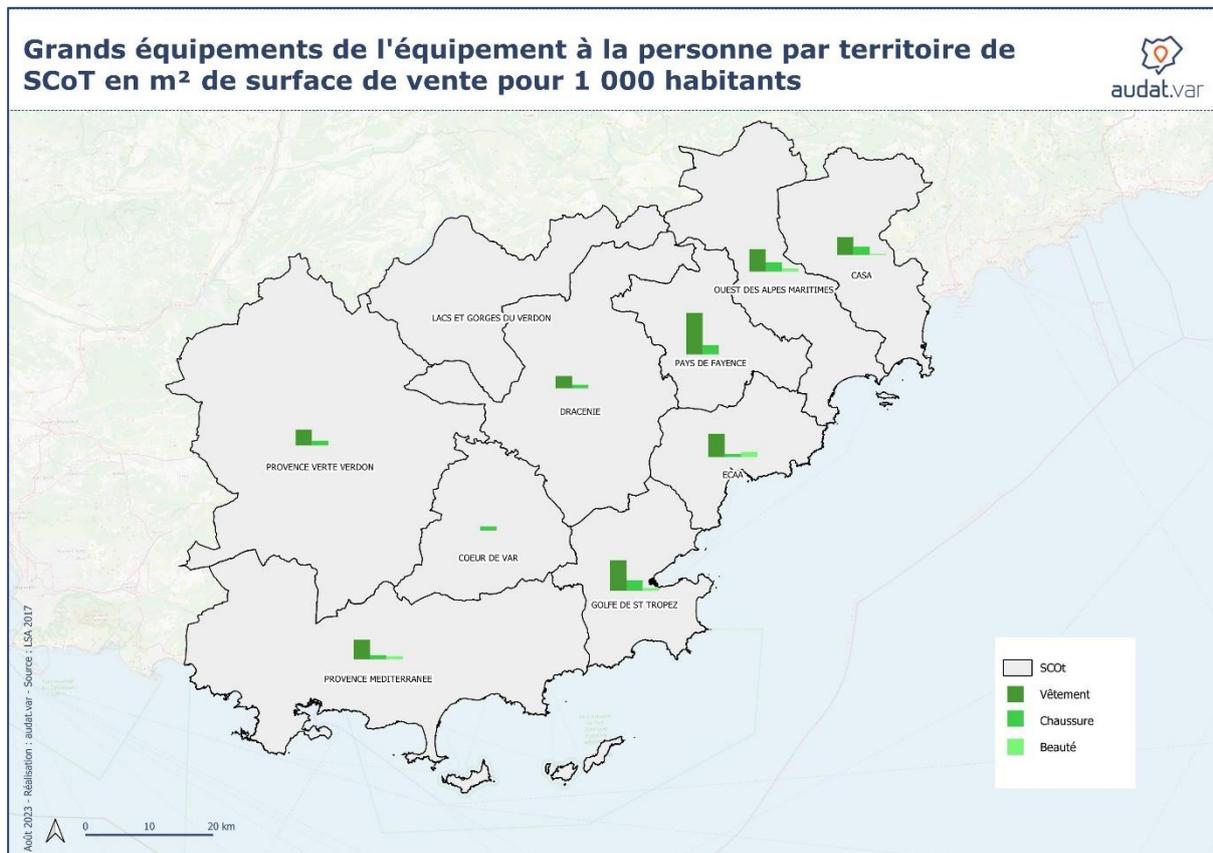
L'offre alimentaire comporte une typologie d'enseignes diversifiée, allant du hard discount au bio, en passant par les magasins généralistes et le surgelé.



Enseignes présentes



4.1.4. Equipement à la personne : Une offre importante en vêtements



Avec 62 m² pour 1 000 habitants contre 69 m² dans le Var, l'offre en grands commerces d'équipements à la personne est globalement similaire à la moyenne départementale. A titre de comparaison, elle est 6 fois supérieure à celle de Cœur du Var.

Le territoire n'a pas de grand magasin spécialisé dans la vente de chaussures mais ces produits peuvent se retrouver dans les enseignes classifiées en vêtement comme la Halle. Les habitants vont cependant chercher plus de diversité en vêtements vers les grandes enseignes présentes sur les territoires limitrophes.

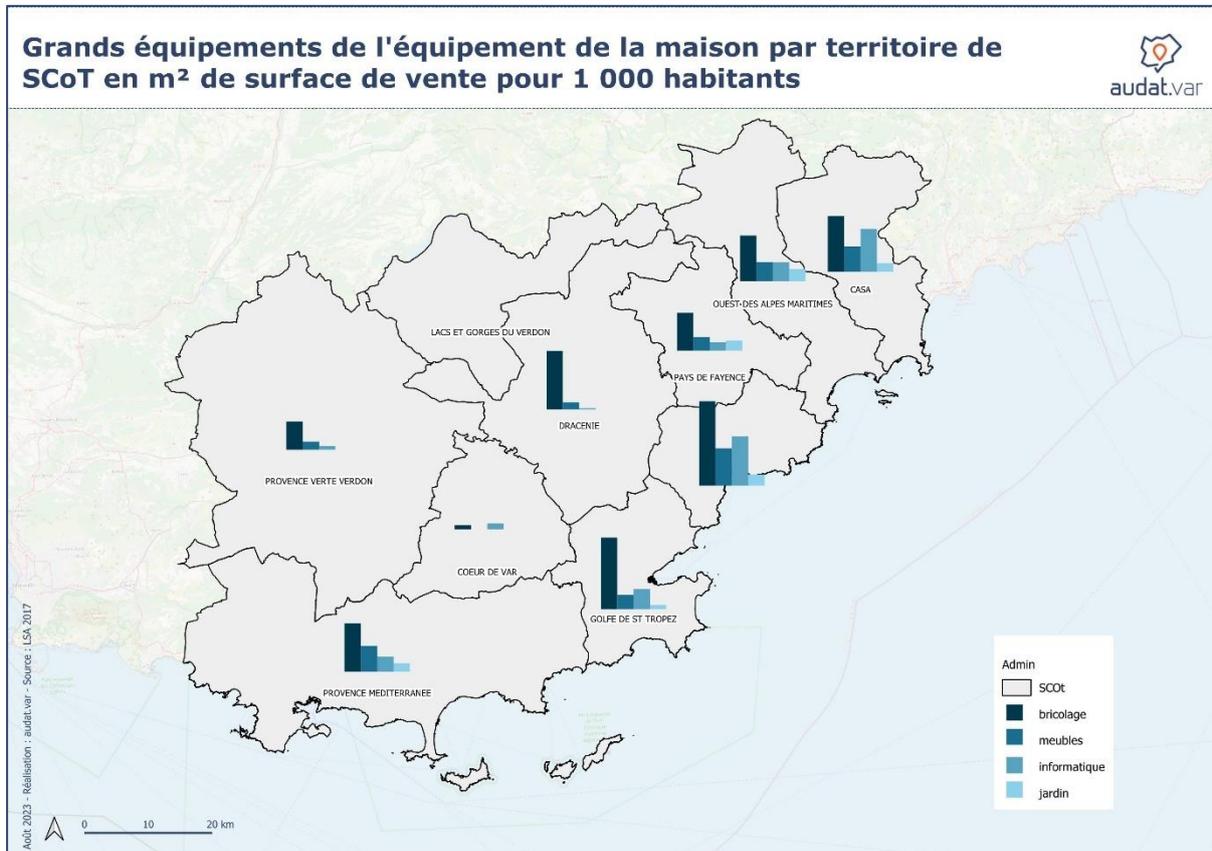


La typologie rurale du territoire et le nombre d'habitant réduit, ne permet pas d'avoir une demande suffisante pour l'installation de grands équipements commerciaux de beauté.

Enseignes présentes

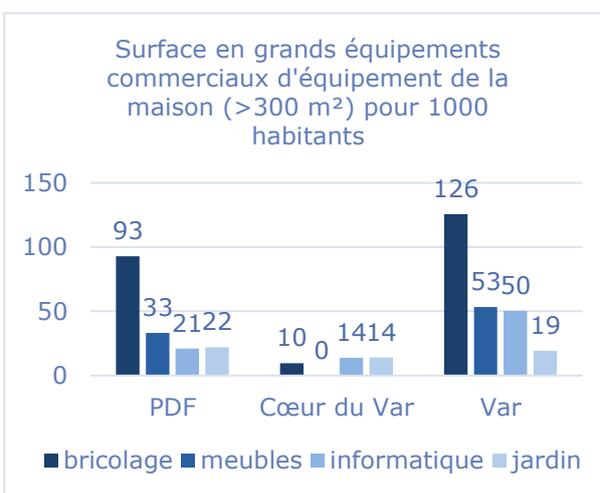


4.1.5. Equipement de la maison : Une offre proche de la moyenne varoise, dynamisée par les résidences secondaires



Avec 204 m² pour 1 000 habitants contre 261 m² dans le Var, l'offre en grands commerces d'équipement de la maison est légèrement inférieure à la moyenne départementale. Elle reste cependant 10 fois supérieure à celle de Cœur du Var.

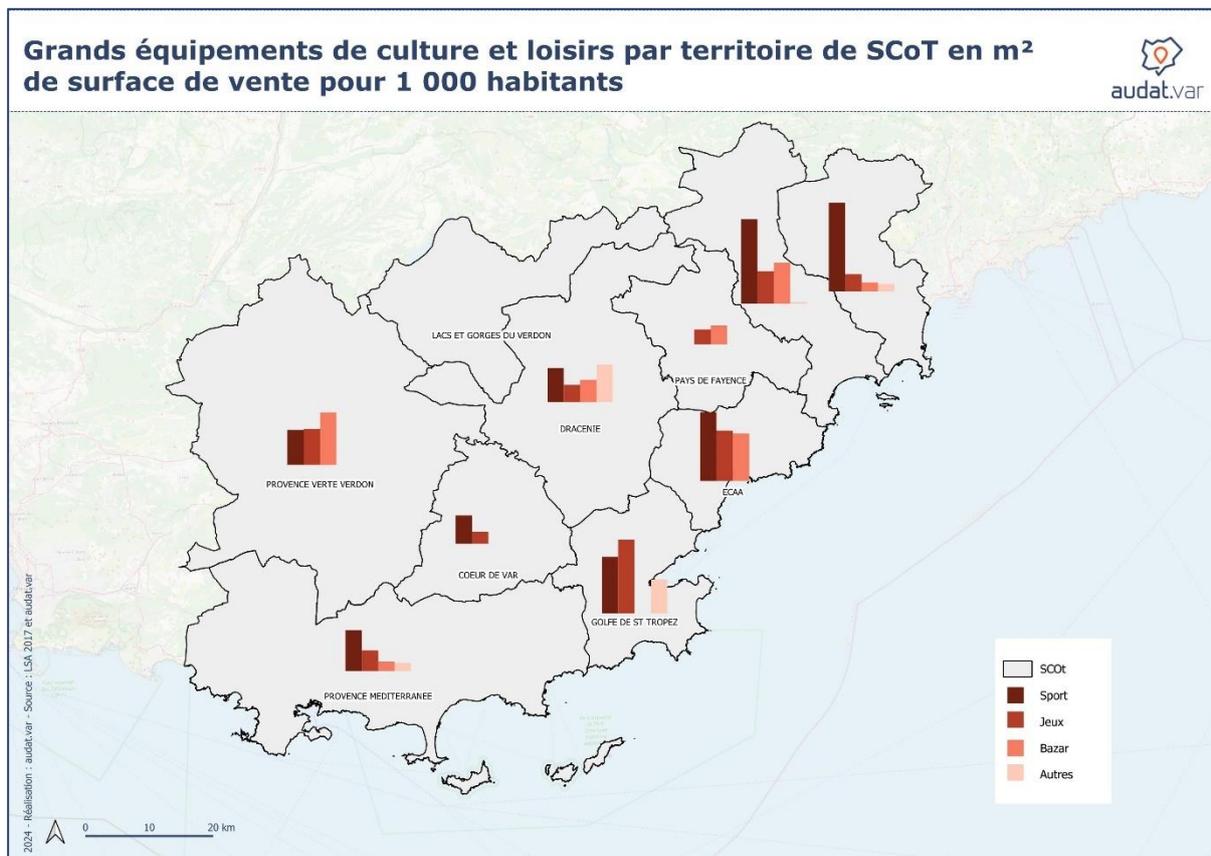
Toutes les catégories sont présentes sur le territoire, avec une présence relativement importante des magasins de meuble et de bricolage. Ceci est le corrélateur du taux important de résidences secondaires, augmentant les achats d'équipement de la maison de ce type. Il est à noter qu'une évocation commerciale existe à destination du Castorama et du Leroy Merlin d'ECAA.



Enseignes présentes



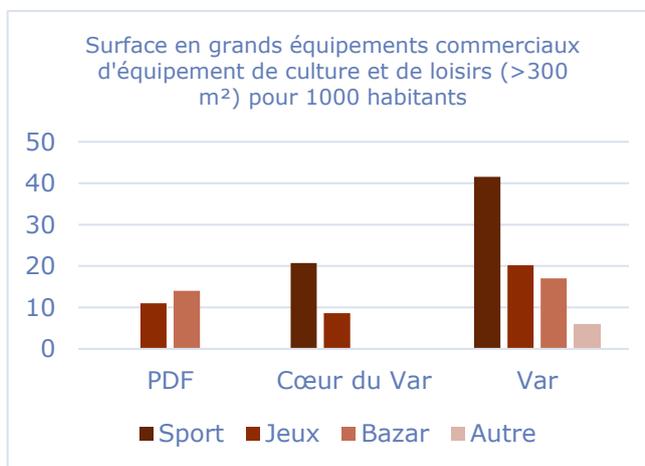
4.1.6. Santé, loisirs : Des manque en enseigne de sport



Avec 21 m² pour 1 000 habitants contre 162 m² dans le Var (8 fois plus) et 42 m² au Cœur du Var, le territoire du Pays de Fayence semble sous équipé en grands équipements commerciaux culturels et de loisirs.

Depuis la fermeture de Sport 2000 à Callian, la collectivité ne comporte aucun grand magasin de sport.

Concernant les catégories jeux et bazar, le territoire semble bien équipé au regard de sa typologie.

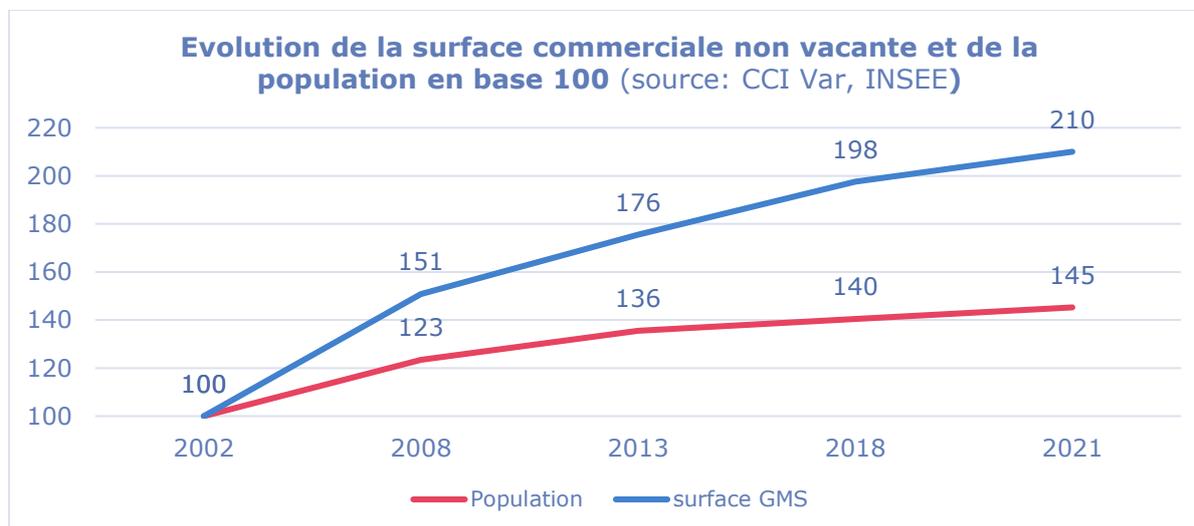


Enseignes présentes



4.2. Des évolutions récentes du marché entraînant un risque de suroffre

4.2.1. Une croissance en GMS 2 fois plus rapide que celle de la population



Entre 2002 et 2021, la surface en grands commerces a été multipliée par 2,1 alors que dans le même temps, la population a été multipliée par seulement 1,5. La surface commerciale a donc crue deux fois plus rapidement que la population. Cette forte décorrélation indique que l'offre augmente plus rapidement que la demande et que, si un effet de rattrapage a pu s'opérer dans un premier temps, un réajustement du marché pourrait se réaliser, notamment dans un contexte de ralentissement de la croissance démographique. Par ailleurs, ces nombreux grands commerces rentrent en concurrence direct avec les petits commerces de village.

4.2.2. Une explosion du E-commerce impactant le commerce traditionnel et les chaînes logistiques

L'usage du e-commerce est en constante augmentation depuis son apparition. Ainsi, au niveau national, le nombre d'utilisateurs est passé de 28,0 millions à 41,8 millions de 2010 à 2021, touchant 80,3% des Français et son chiffre d'affaires double tous les 4 ans.

Son utilisation est partagée pour toutes les classes sociales et l'ensemble des générations. Toutefois, les acheteurs les plus représentés sont les internautes de moins de 50 ans, les familles d'au moins 2



enfants et les catégories socio-professionnelles supérieures. Par ailleurs, la région Sud affiche un taux de pénétration de 83%, soit le plus élevé à l'échelle nationale.

Une tendance à l'augmentation des petits achats, notamment de mode, santé, produits culturels et jeux.

En 2020, un Français effectue en moyenne 3,7 transactions mensuelles contre seulement 1 en 2010 (*source : Fevad*). Le choix des e-clients se porte majoritairement vers des livraisons n'impliquant pas de déplacement. Ainsi, 79% d'entre eux choisissent d'être livrés à domicile. Par ailleurs, 67% des acheteurs en ligne se sont déjà fait livrer dans un lieu de retrait, 59% en points relais, 10% en agence postale et 7% en consigne (*source : Fevad*). Ces mécanismes entraînant une augmentation des flux logistiques du dernier kilomètre dans le cœur des villages et complexifient également la chaîne globale de distribution.

Selon la Fevad, les produits les plus achetés sur internet sont ceux concernant la mode, la culture, les jeux et jouets, les chaussures et l'hygiène beauté. Ces données, couplées à la concurrence régionale, pose la question de la capacité des acteurs économiques à maintenir à long terme une surface commerciale aussi importante, notamment en magasins de vêtements.

4.3. Bilan

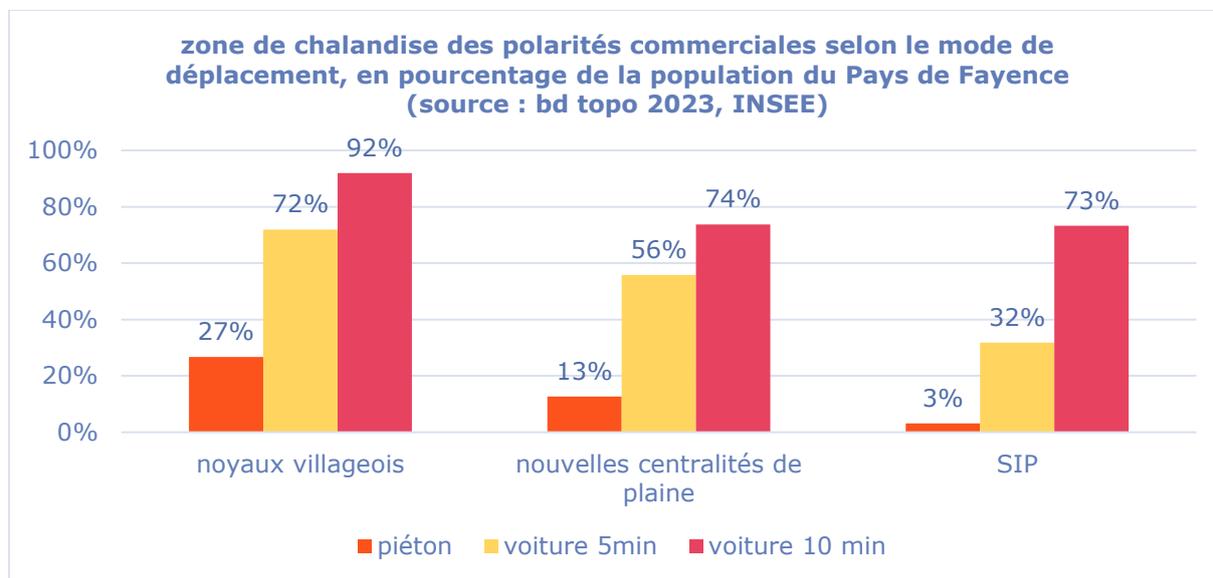
- **Une offre commerciale complète à l'échelle du bassin de vie.** Les achats alimentaires, de vêtements et de bricolage/jardinerie peuvent être complétés par des magasins présents dans le 06 et à Fréjus.
- **Une évasion commerciale incompressible vers les agglomérations proches**
- **Un risque d'offre trop abondante :** Un territoire avec une offre en équipement de la maison supérieur aux territoires similaire et une offre en équipement à la personne (chaussure et vêtement) prochainement en augmentation alors que la croissance démographique va stagner.

5. Les dynamiques observées au sein de l'armature commerciale

Un paysage commercial déséquilibré et fragmenté

5.1. Vers une spécialisation touristique des noyaux villageois

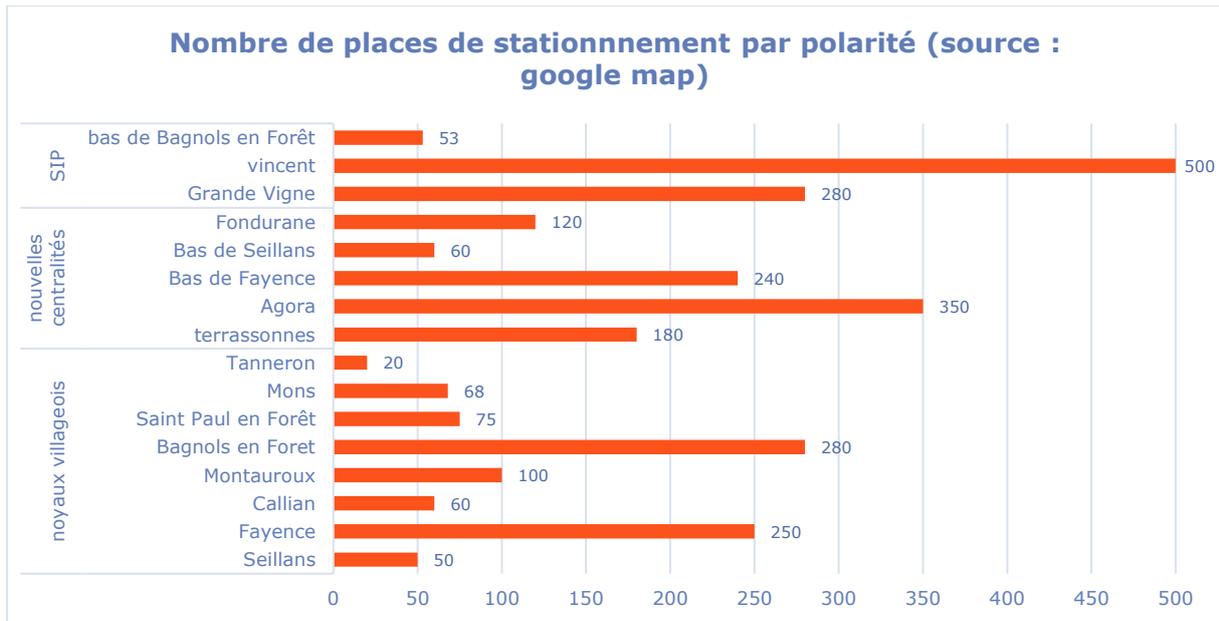
5.1.1. Des nouvelles noyaux villageois peu accessibles perdant en attractivité



Les noyaux villageois sont à moins de 5 min à pied de 27% des habitants du Pays de Fayence contre 13% pour les nouvelles centralités de plaine. Cela représente 2 fois plus de personnes. Au regard de leurs localisations, les deux type de centralités ne concernent pas les mêmes personnes et sont complémentaires.

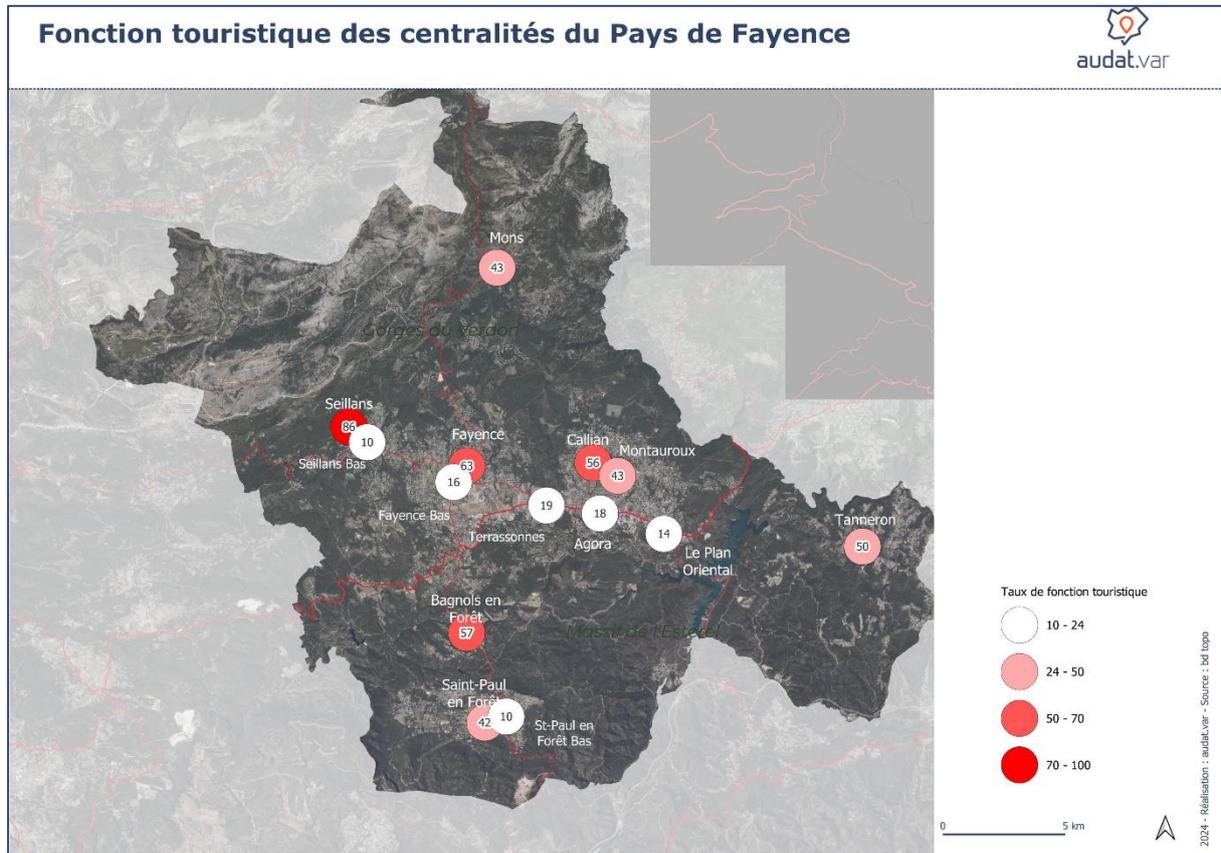
Concernant le temps d'accès en voiture, l'écart se resserre avec 72% des habitants à moins de 5min d'un noyau villageois contre 56% à moins de 5 min d'une nouvelle centralité de plaine. Les noyaux villageois restent donc un maillon central de l'armature commerciale du Pays de Fayence et jouent un rôle de proximité primordial.

Les SIP sont moins facilement accessibles à pied mais conservent une bonne accessibilité en voiture pour les $\frac{3}{4}$ des habitants du territoire.



Le nombre de places de stationnement est en moyenne plus important dans les centralités de plaine et les SIP que dans les noyaux villageois. Fayence et Bagnols-en-Forêt font office d'exception avec un nombre important de place. Il est donc plus aisé d'accéder en voiture aux commerces de plaine et ceux situés dans les SIP, donnant ainsi un rôle structurant aux nouvelles centralités de plaine pour les résidents équipés d'une voiture.

5.1.2. Une spécialisation des noyaux villageois vers les commerces destinés aux touristes



Taux de spécialisation touristique : rapport entre le nombre de commerces de détail à destination touristique, CHR, et atelier d'art sur le nombre total de cellules commerciales (hors bureau). Ce taux permet de connaître les centralités utilisées par les habitants et celles se tournant vers le tourisme et les usages récréatifs.

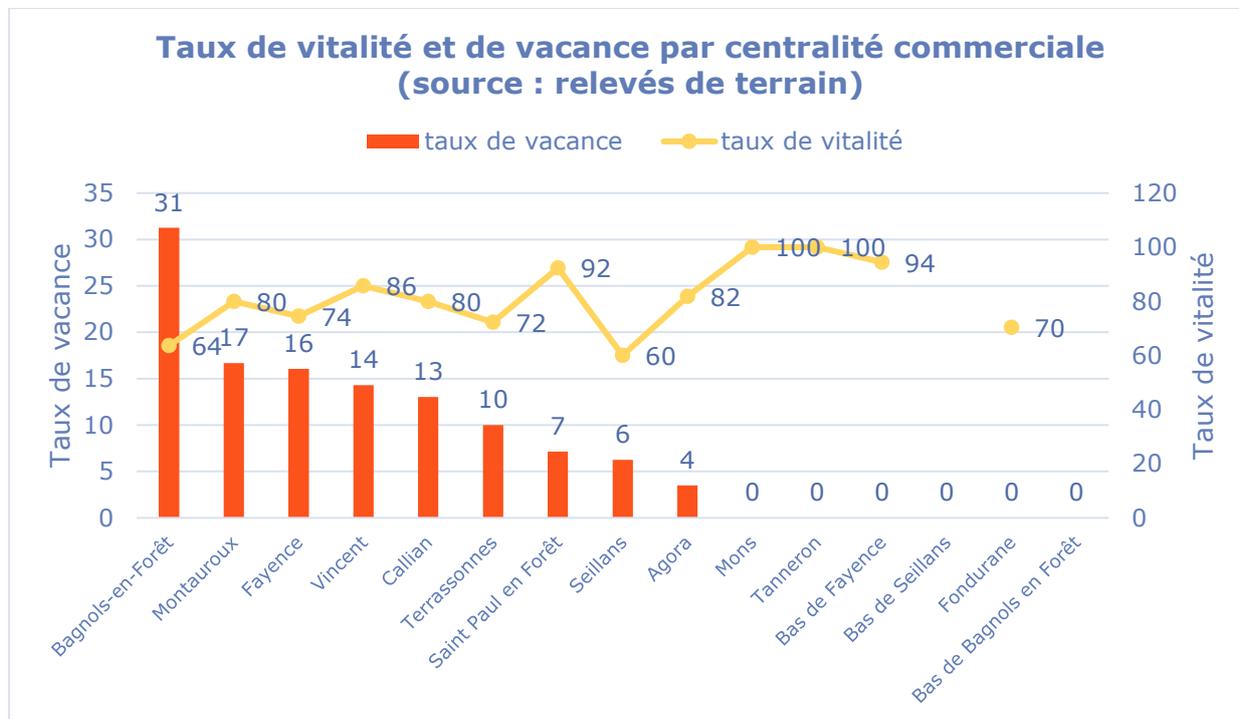
Les centralités du territoire sont divisées en trois catégories ; les centralités de villages avec des taux de spécialisation touristique supérieurs à 40% et les centralités de plaine avec des taux inférieurs à 20%.

Les profils Les communes de Seillans, Fayence, Bagnols-en-Forêt et Callian sont particulièrement spécialisées dans les commerces et services récréatifs à destination des touristes (magasin de souvenir, etc.). Les communes de Montauroux, Saint-Paul-en-Forêt et Tanneron ont des profils mixtes. Elles ont en effet des commerces à destination des touristes tout en conservant des commerces de proximité pour les résidents.

Les centralités de plaine ont un taux de spécialisation touristique faible, entre 10 et 19%. Cela signifie qu'elles accueillent en majorité des commerces et des services à destination des résidents du territoire.

5.2. Les noyaux villageois connaissent une perte de vitalité commerciale

5.2.1. Une vacance commerciale importante et une vitalité réduite



Taux de vitalité : rapport entre le nombre de commerces de détail (alimentaires, équipements de la personne, de la maison, culture/loisirs, CHR et services marchands) sur le nombre total de cellules commerciales d'un secteur donné (hors vacance commerciale)

Le taux de vacance commerciale de l'ensemble du territoire est supérieur de 2 points au taux départemental (CCIV 2018). Cependant les dynamiques sont différentes selon les types de polarités commerciales, leur emplacement sur le territoire et leur positionnement par rapport à la route.

Un taux de vacance commerciale plus important dans les noyaux villageois

Avec une moyenne de 17% de taux de vacance commerciale pour les noyaux villageois, de 3% pour les centralités de plaine et de 6% pour les SIP, les villages marquent leur difficulté à maintenir le commerce en leur sein. Bagnols-en-Forêt, Fayence et Montauroux, avec des taux supérieurs à 15%, sont les plus touchés par la vacance commerciale. Fayence et Bagnols-en-Forêt ont de nouvelles polarités commerciales directement en bas des villages. Les noyaux villageois ont également les taux de vitalités les plus faibles, cela se traduit par des devantures de magasin vides et le remplacement des cellules commerciales par des professions libérales ou des entrepôts (cf : fiches des polarités commerciales en annexe). Cela entraîne des baisses qualitatives des vitrines et une ruptures dans le linéaire commercial, diminuant ainsi la qualité du parcours marchand. Ce

mécanisme se retrouve notamment dans les rues étroites et en s'éloignant de la place principale du village.



@Fayence (audat.var)



@ Bagnols-en-Forêt (audat.var)



Forme urbaine et éloignement de la route, facteurs clefs pour expliquer une perte de vitalité de certaines centralités de plaine

Il existe une différence de dynamisme entre les centralités de plaine. Celles situées le plus à l'est en direction des Alpes-Maritimes sont celles avec les taux de vacance les plus faibles à la différence des ZAE de Vincent et de Terrassonnes. Ces deux secteurs ont des formes urbaines particulières pouvant cacher certaines cellules commerciales depuis la route. Ainsi, les commerces en premier rideau, facilement accessibles et visibles depuis la route fonctionnent mieux que ceux situés en deuxième rideau. L'exemple de Terrassonnes étaye bien cette dynamique. On retrouve dans ces secteurs une dynamique de remplacement des cellules commerciales par des professions libérales ou des entrepôts de magasin alors que les commerces en premier rideaux se maintiennent. (cf : fiche des polarités commerciales en annexe)



@ Les Terrassonnes – Tourettes



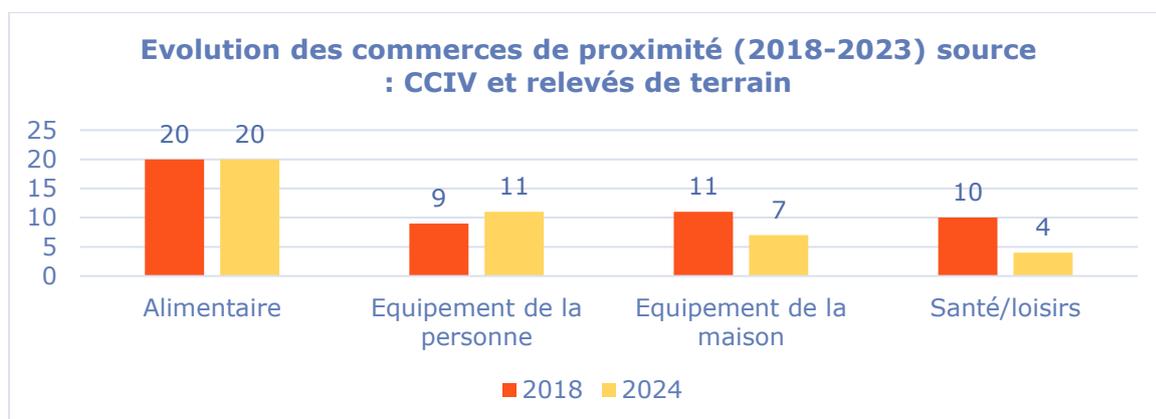
@ centre Espace-Montauroux (audat.var)

5.2.2. Des noyaux villageois connaissant une perte de diversité en commerces de proximité

Commerces de proximité au sein des noyaux villageois en 2024

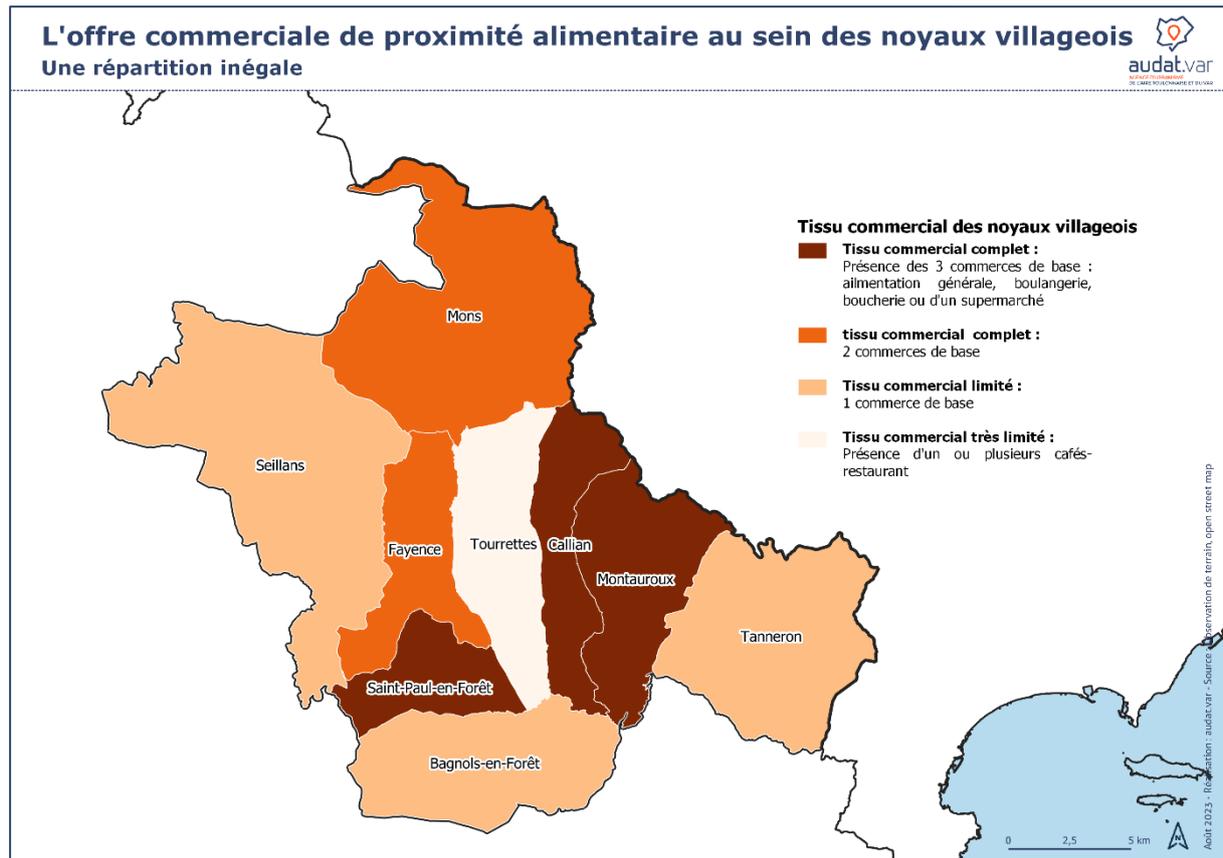
Type de commerce	Alimentaire	Personne	Maison	Santé	Total
Bagnols-en-Forêt	2			1	3
Saint Paul en Forêt	2	1			3
Seillans	1	2	1	1	5
Fayence	3	4	3	1	11
Tourrettes	0	0	0	0	0
Callian	3	2			5
Montauroux	5	1	3		9
Mons	3	1			4
Tanneron	1			1	2
	20	11	7	4	42

A l'exception de Fayence et de Seillans, aucun noyau villageois n'accueille l'ensemble des typologies de commerces. Certaines centralités importantes comme Montauroux n'ont pas de pharmacie. Ce manque d'offre oblige les résidents à faire leurs achats dans les commerces le long de la route départementale.



Entre 2018 et 2024, le nombre de commerces de proximité au sein des noyaux villageois est passé de 50 à 42, soit une baisse de 16%. Le secteur de la santé et des loisirs est le plus impacté par cette dynamique. Cela se traduit notamment par des délocalisations de pharmacies depuis les villages vers la plaine.

L'offre de l'équipement à la maison est présente dans 3 noyaux villageois et vise essentiellement une clientèle touristique de type boutique de souvenirs.



Si tous les noyaux villageois possèdent au moins 1 commerce alimentaire, à l'exception de Tourettes, permettant d'assurer les besoins de premières nécessités, seulement 3 noyaux villageois sur 9 possèdent un tissu commercial alimentaire complet. C'est-à-dire que la majorité des villages ne peuvent fournir les produits alimentaires du quotidien en commerces de proximité aux habitants. Fayence, plus grande polarité villageoise du territoire est également dans ce cas de figure.

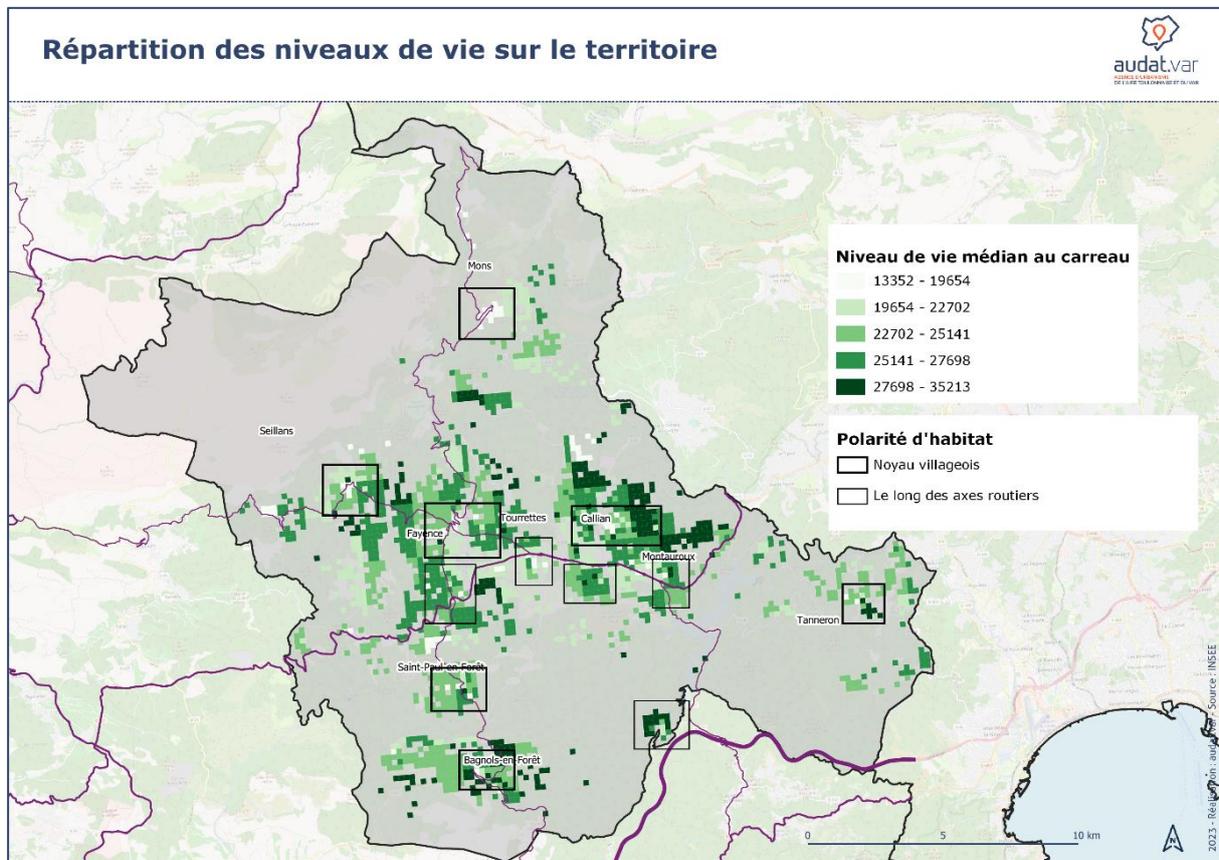
Marchés du Pays de Fayence

Localisation	Saison	Hors saison
Fayence	Mardi, jeudi et samedi	Jeudi et mardi
Montauroux	Mardi	Mardi
Saint-Paul-en-Forêt	Dimanche	Dimanche
Bagnols-en-Forêt	Mercredi	Samedi
Le Marché paysan de la Ferme du Laquet	Hebdomadaire	

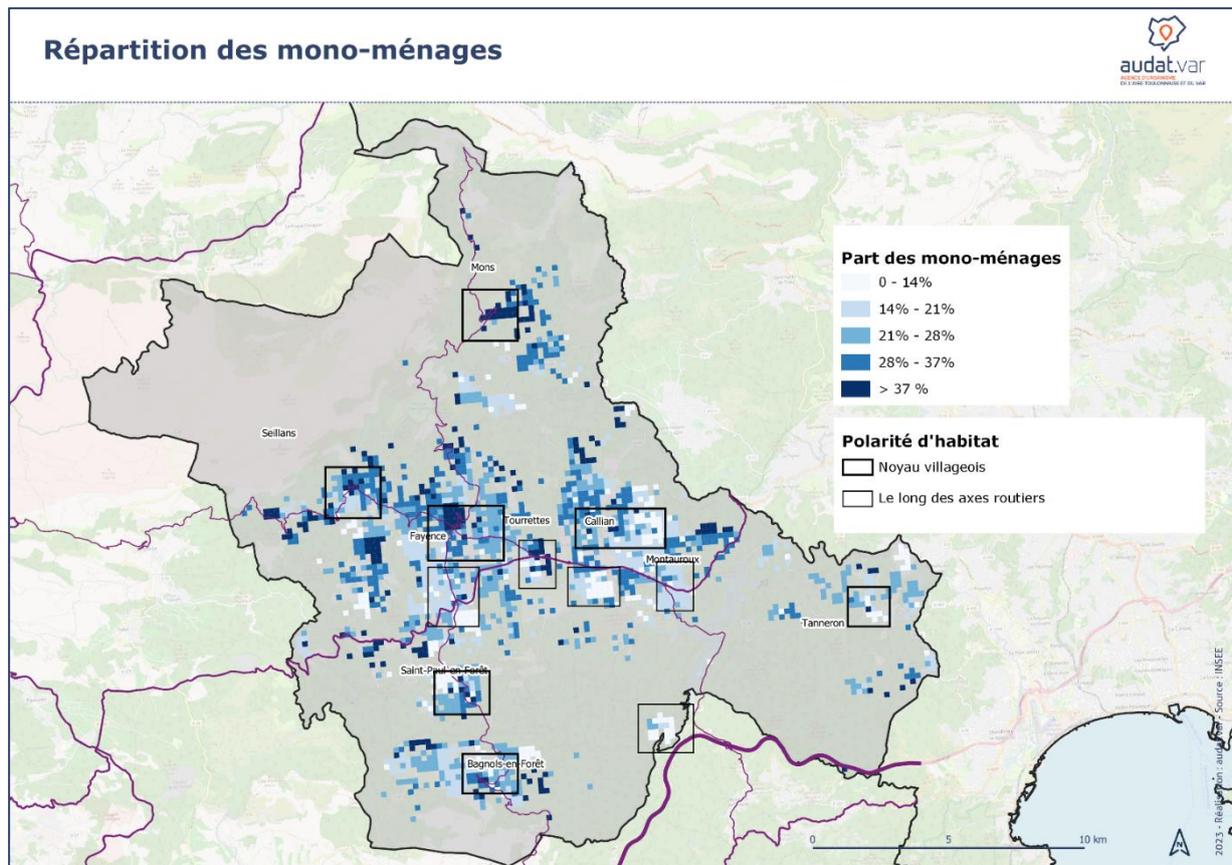
@ Pays de Fayence.com

Les besoins alimentaires sont complétés par 4 marchés au sein des noyaux villageois et un marché de producteurs à Tourettes dans le quartier Tire-Bœuf.

5.2.3. Des noyaux villageois qui concentrent pourtant des populations relativement précaires ou dépendantes



La répartition de la population selon leur niveau de vie est inégale sur le territoire. En effet, les ménages avec les revenus les plus faibles se regroupent au sein des noyaux villageois et les ménages les plus aisés se retrouvent en périphérie, notamment au nord-est des villages de Callian et de Montauroux.

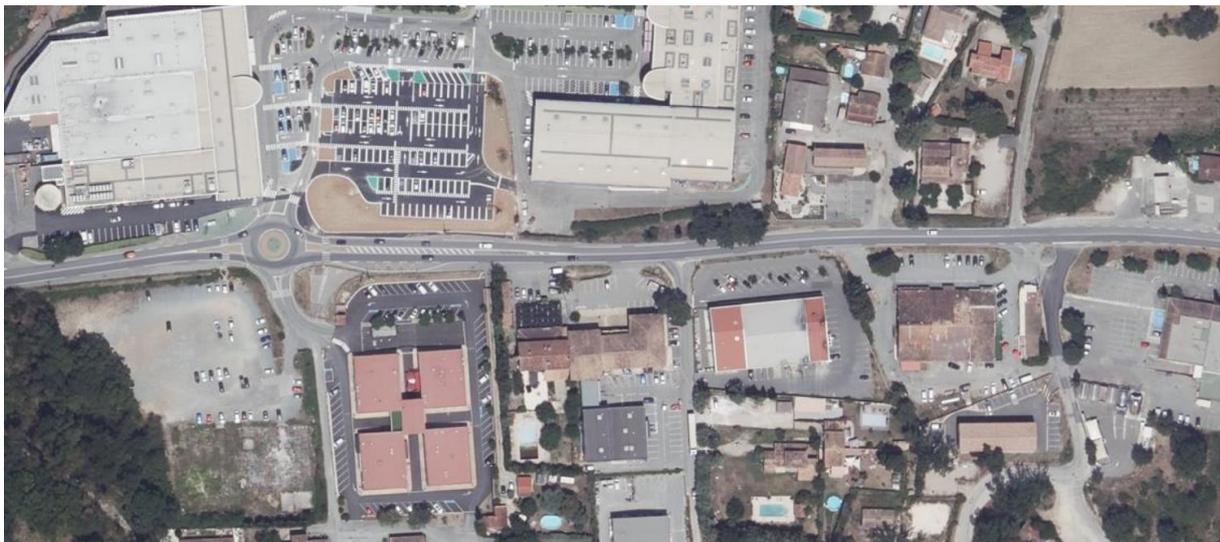


Les personnes en mono-ménages (personnes âgées, jeunes précaires, etc.) sont surreprésentées au cœur des noyaux villageois avec des taux atteignant près de 40% à Fayence et Mons. A l'inverse, les ménages de types familles avec enfants sont plus souvent éloignés des centralités, dans le pavillonnaire diffus et à proximité relative de la départementale.

Ainsi, les personnes rencontrant des difficultés à se déplacer sur de longues distances par manque de moyen financier ou par perte d'autonomie motrice se concentrent dans les noyaux villageois alors que ces derniers offrent un tissu commercial de proximité de moins en moins complet. Cela pose la question de la capacité de ces habitants à conserver leur autonomie dans l'acte d'achat et de l'accessibilité aux centralités de plaine.

5.3. Un développement commercial dans la plaine entraînant une fragmentation du paysage et une dépendance excessive à la voiture

5.3.1. Une fragmentation paysagère forte





Le développement des commerces le long des routes a entraîné une importante fragmentation paysagère du territoire, qui est particulièrement marquée depuis la route départementale. En effet, la plaine agricole, marqueur de l'identité locale n'y est quasiment plus visible. De plus, cette fragmentation paysagère additionnée à un manque de traitement de la 4^{ème} façade des locaux (toiture) a un impact sur la qualité des cônes de vues depuis les villages perchés.

La plupart du temps, chaque bâtiment commercial a son propre accès depuis la route sans connexion entre les zones de stationnement. Cela oblige les utilisateurs à ressortir sur la route pour accéder aux cellules voisines et ainsi multiplier les « sauts de puces », alourdissant un trafics routier déjà dense.

5.3.2. Une prépondérance de la voirie et du stationnement au détriment des aménagements piétons et paysagers



Répartition de l'usage du sol par polarité de plaine (source :bdtopo)					
Site	CES	Part voirie	Espace vert	Logement	Libre
Terrassonnes	22%	71%	7%		
Agora	23%	62%	4%	1%	9%
Vincent	19%	67%	1%	6%	6%
Fondurane	21%	72%	1%		6%
Le Plan Oriental	29%	63%	0%	8%	

Voir les fiches en annexe pour les analyses précises par secteur.



@ Fondurane, Audat.var



@ Agora, Audat.var

Avec, 66% de l'occupation du sol, la voirie occupe une place prépondérante au sein des nouvelles centralités de plaine et des SIP.

Le CES du bâti économique, à 22% en moyenne, reste faible et laisse présager des capacités de densification et d'optimisation de l'équipement commercial du territoire au sein des secteurs déjà urbanisés.

Les espaces verts occupent seulement 3% de la surface du sol, et sont inexistant dans certains secteurs, entraînant des effets d'îlot de chaleur urbain et une perte de qualité paysagère.

Les parcelles encore libres dans les ZAE d'Agora, de Vincent et de Fondurane octroient à ces secteurs des potentiels d'aménagement futur.

5.4. Bilan

- **Les noyaux villageois : des centralités historiques attrayante mais avec des difficultés commerciales :**
 - Des centralités villageoises avec des paysages urbains de qualité et de jolis cônes de vue sur la plaine.
 - Des noyaux villageois se tournant vers les touristes et des centralités de plaine vers les habitants.
 - Des ménages précaires en difficultés pour accéder aux commerces de proximité
 - Mais des marchés complétant les commerces alimentaires de proximité dans certains villages

- **La plaine : Un développement commercial centré sur l'usage de la voiture :**
 - Un développement commercial ayant entraîné une fragmentation paysagère et une perte de qualité paysagère sur l'ensemble de la plaine.
 - Des SIP et des centralités de plaine aménagés quasi exclusivement pour la voiture au détriment de la marchabilité et de la végétation.
 - Des ZAE mélangeant plusieurs fonctions : logements, commerces, artisanats, logistiques, services etc.

6. Logistique

Une logistique commerciale localisée en entrée de territoire, autour de la RD 526

6.1. Le positionnement logistique du territoire au sein de la région

6.1.1. Un territoire éloigné des grands flux logistiques nationaux et régionaux



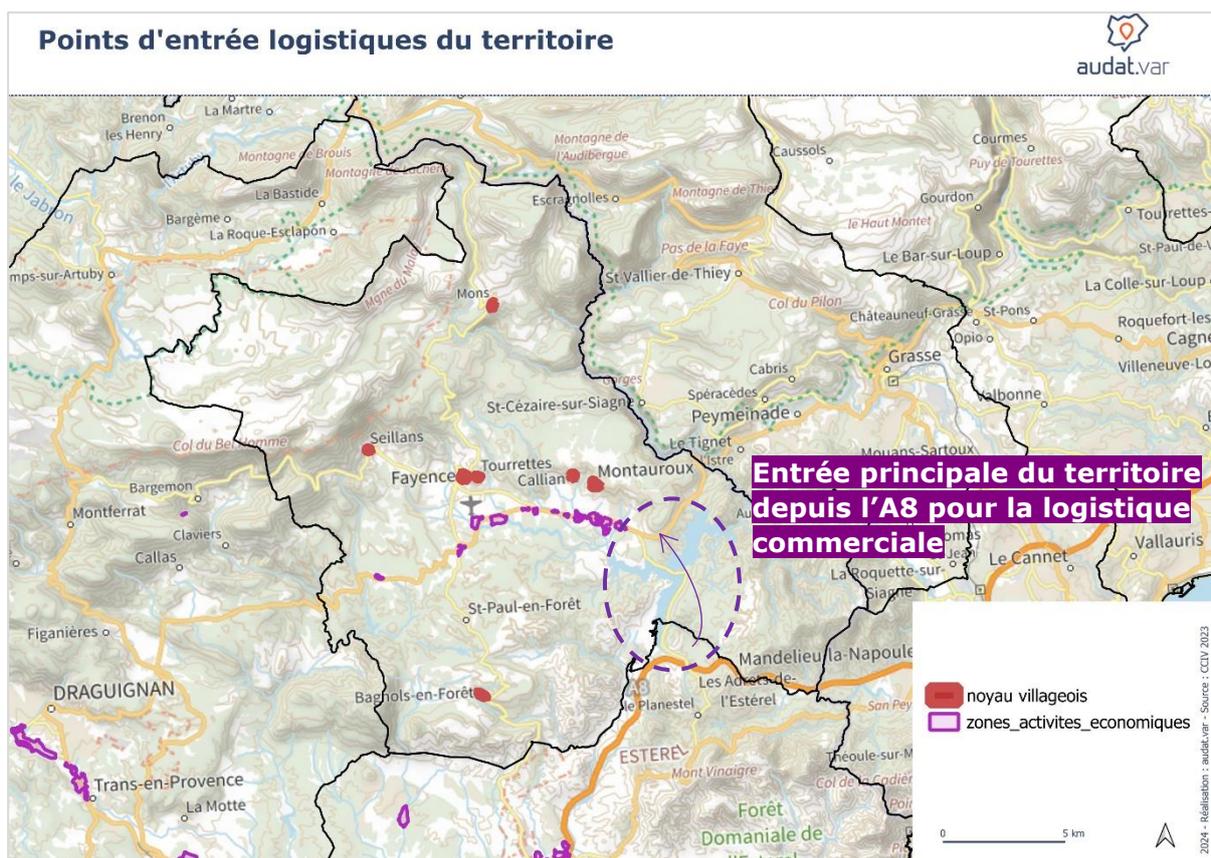
@ Région Sud

Le Pays de Fayence est situé à la marge des corridors internationaux et interrégionaux tel que l'axe Méditerranée entre Marseille, Nice et l'Italie. L'axe autoroutier et ferroviaire

menant aux Alpes Maritimes passent au sud du territoire du Pays de Fayence sans y pénétrer.

La route départementale 526 entre Draguignan et Grasse et traversant le territoire d'est en ouest est considérée comme une route principale à l'échelle régionale.

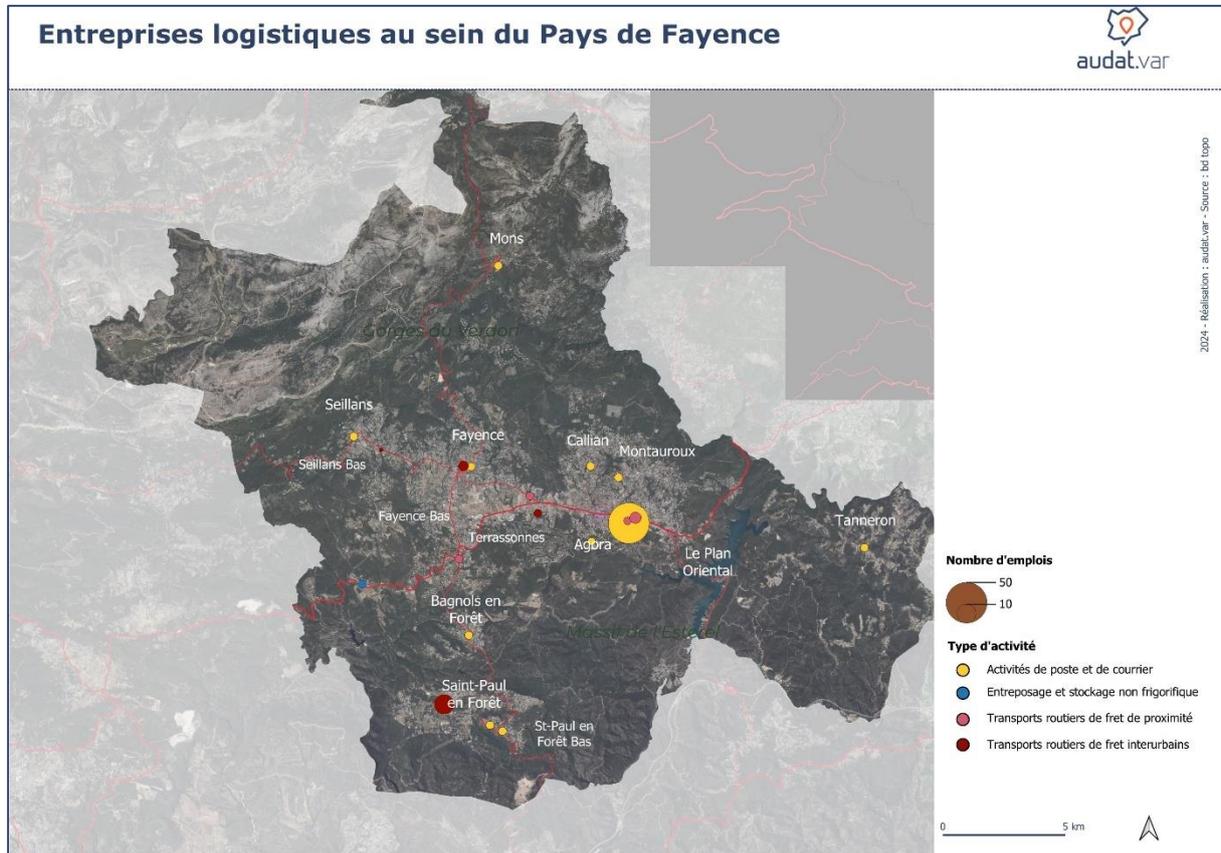
6.1.2. Deux axes majeurs structurants le territoire



Le territoire a comme entrée principale, la route départementale D37 en provenance de l'A8 et débouchant sur la D256 au niveau du Collège Léonard de Vinci. La route départementale D256 entre Draguignan et Grasse dessert toutes les zones d'activités économiques du territoire, constitue l'axe majeur de déplacement des voitures et camions au sein du territoire. Cette route dessert également la majorité des villages et des centralités de plaine du Pays de Fayence.

6.2. Des activités de logistiques concentrées autour de la RD 526

6.2.1. Une logistique territoriale structurée autour du réseau de distribution du courrier

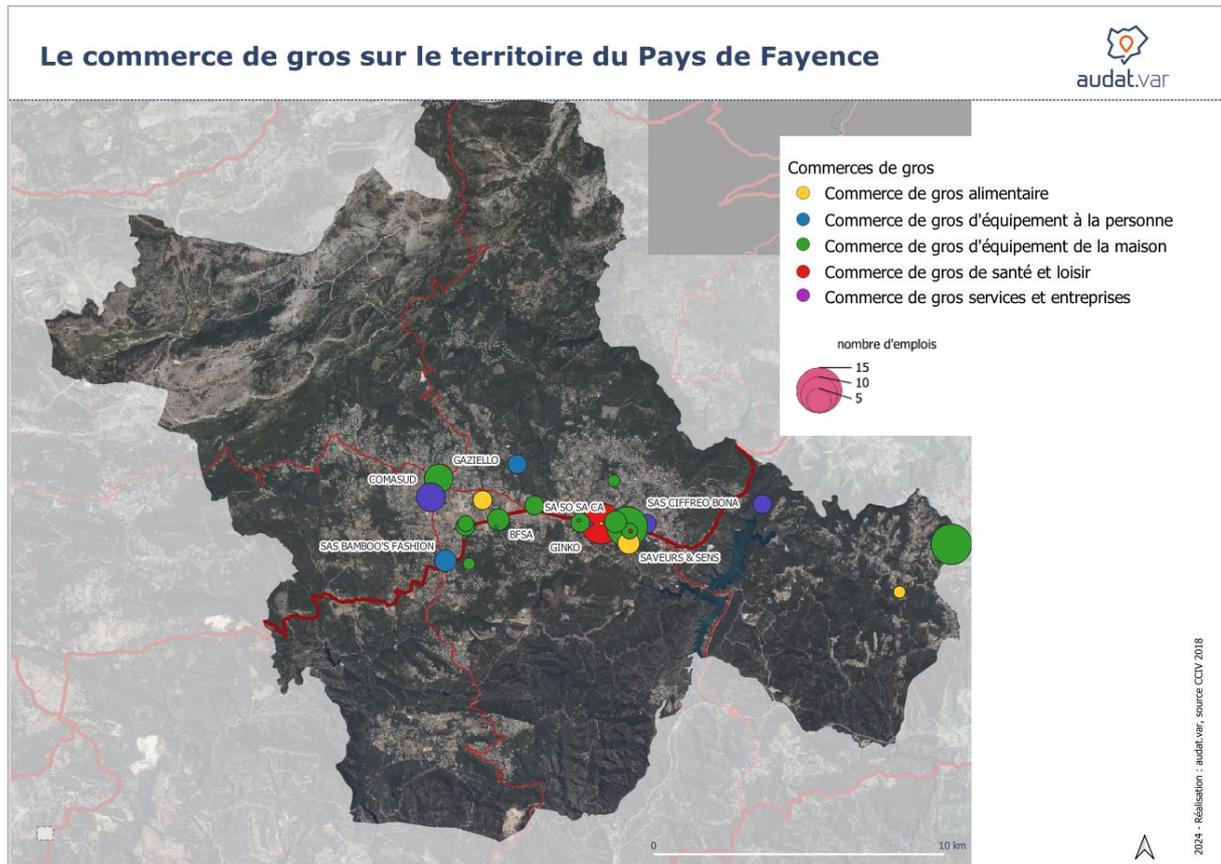


Le territoire du Pays de Fayence comporte peu d'établissements de grande taille de logistiques.

Les établissements les plus présents sont ceux liés aux activités de poste et de courrier. Cela s'observe avec la présence de La Poste dans les noyaux villageois et du centre de tri dans la zone d'activité de Fondurane à Montauroux, à l'entrée du territoire depuis l'A8, le long de la route départementale. Cette ZAE accueille également des activités de transports routiers de fret de proximité.

Il est à noter que le territoire ne dispose pas de site de groupage/dégroupage de marchandises.

6.2.2. Des grossistes concentrés autour de la RD256 et particulièrement en entrée de territoire



Les grossistes sont présents le long de la route départementale, dans l'ensemble des ZAE du territoire, avec une forte concentration dans les ZAE de Grande Vigne et de Fonduranne. Ceci augmente les flux de véhicules sur la RD562 et accroît la saturation du trafic routier, notamment aux heures de pointes du matin et du soir.

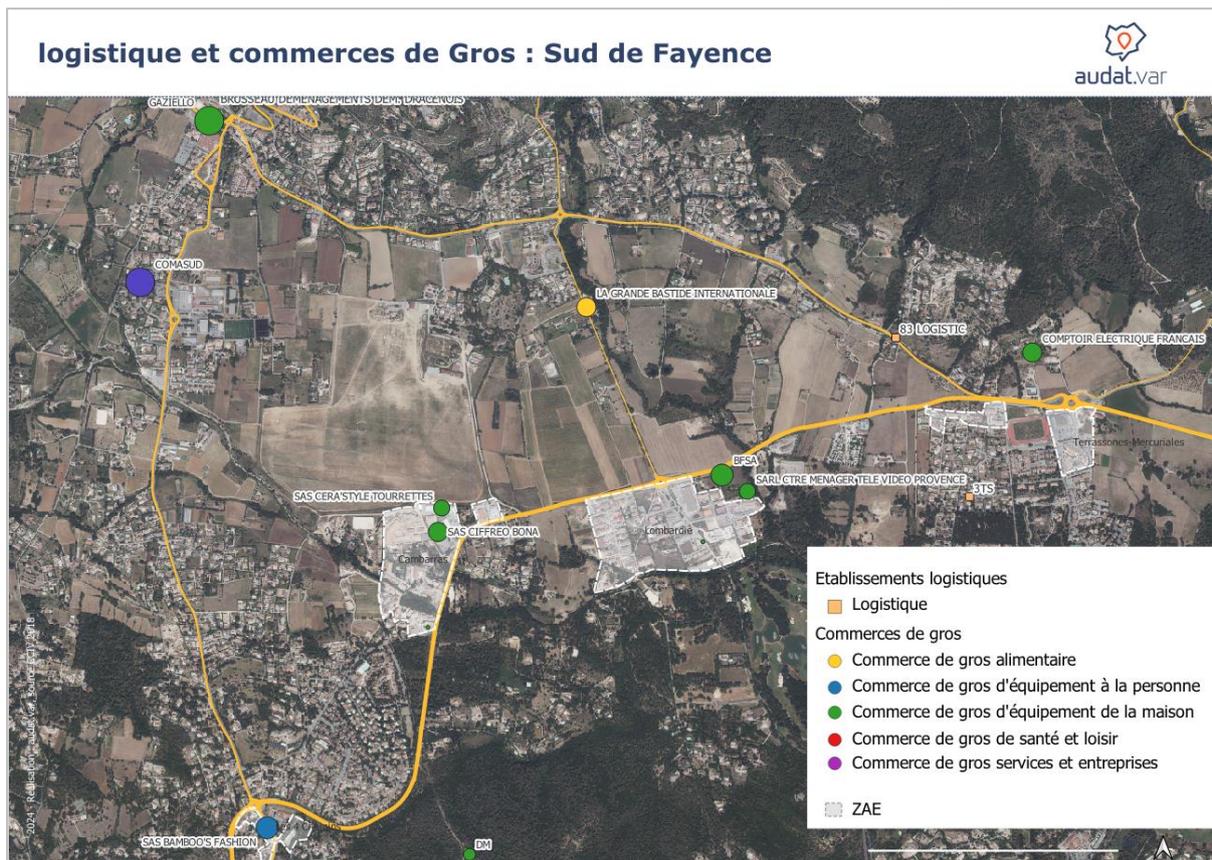
49% des grossistes sont spécialisés dans l'équipement à la maison, ce qui en fait la catégorie la plus représentée sur le territoire. Ces derniers se retrouvent au sein de presque toutes les ZAE, le long de la route départementale. Ce nombre important d'établissements de ce type est corrélé avec la dynamique de construction de maisons individuelles de ces dernières décennies.

6.2.3. Zoom par secteurs



L'est du territoire concentre la majorité des activités de logistique et de grossiste. Les grossistes de type équipement de la maison sont les plus représentés avec 5 établissements importants dont Castomagna sur la ZAE de Vincent (9 employés) et Ciffreo Bona sur la ZAE de Fondurance (entre 11 et 19 employés) (source : SIREN 2022). Un grossiste de produits pharmaceutiques est présent dans la ZAE de Vincent.

La ZAE de Fondurance accueille le plus grand nombre d'établissements logistiques (centre de tri de la Poste et SARL Jean-Michel Transport) et de grossistes du territoire (4 entreprises majeures avec Saveur et Sens, Dépôt d'agrèat Giori Danengo et fils, Eléments et CIFFREO BONA). Au niveau de la répartition spatiale, cette ZAE accueille des commerces de détail et des services aux particuliers en premier rideau et des grossistes et des entreprises de logistique en deuxième rideau. Ce mélange de fonctions à l'échelle de la zone peut entraîner des conflits d'usage entre camions, utilitaires, voitures et piétons et ainsi augmenter les risques d'accident.



La partie au sud de Fayence accueille 6 grossistes importants d'équipement de la maison dans les ZAE de Cambaras et de Lombardie, à côté du Super U et au nord de Terrassonnes. Il est à noter que la Grande bastille internationale est le seul grossiste alimentaire du secteur.

6.3. Bilan

- **Un territoire éloigné des grands flux logistiques régionaux, mais qui accueille :**
 - des activités logistiques de proximité implantées sur le territoire (établissements de distribution de courrier et grossistes),
 - de nombreux flux logistiques provenant de l'extérieur du territoire, pour ravitailler les établissements du territoire (commerces de détails, commerces de gros, autres établissements privés, publics...) mais également les particuliers (livraisons à domicile).
- **Deux axes structurants en termes de logistique :**
 - La RD 37, depuis l'A8, principale porte d'entrée du territoire pour les flux logistiques.
 - La RD 562, qui traverse le territoire d'Est en Ouest et qui accueille la grande majorité des flux logistiques et des activités économiques du territoire, dont les activités logistiques. Celles-ci sont localisées principalement au sein des ZAE de l'est du territoire et le plus souvent en deuxième rideau des ZAE, derrière les commerces, entraînant des conflits d'usages.

7. Enjeux

- **Assurer les équilibres territoriaux** au sein de l'armature commerciale entre les centralités villageoises, les centralités de plaine et les SIP.
- **Maintenir les commerces de proximité** pour les résidents des noyaux villageois en renforçant leur attractivité commerciale
- **Structurer les nouvelles centralités de plaine** en limitant leur développement commercial, tout en renforçant leurs qualités urbaines, pour en faire de véritables centralités de vie, sans concurrencer les noyaux villageois.
- **Maitriser le développement des grands commerces au sein des SIP : anticiper l'évolution des besoins** afin d'éviter les fermetures potentielles.
- **Concernant spécifiquement les espaces commerciaux dans la plaine (centralités de plaine et SIP) :**
 - **Renforcer leurs qualités** paysagères, urbanistiques et architecturales pour apporter une cohérence urbaine d'ensemble.
 - Faciliter les déplacements à pied et à vélo vers ces espaces et en leur sein tout en garantissant l'accès en voiture.
 - **Organiser le flux logistique**, spatialement et temporellement, afin de limiter la saturation du trafic et les conflits d'usage.

8. Glossaire

Aire d'attraction : Une commune située dans une aire d'attraction a au moins 15% de ses actifs travaillant dans le pôle d'attraction.

Centralité : Une centralité se caractérise par un regroupement de fonctions urbaines diverses (commerces, services, sociales, équipements, loisirs, etc.)

Centre de distribution urbaine : Le CDU représente un point de départ des tournées de livraison. Grâce à la mutualisation de ces tournées et de l'espace logistique, le CDU a pour but de rationaliser le transport de petites marchandises en diminuant la circulation de gros véhicules venant livrer les commerçants du centre-ville

Commerce de flux : Commerce implanté le long d'un axe routier et hors d'une centralité urbaine. Son accès se fait en voiture et le temps de présence dans la zone est souvent court.

Polarité commerciale : une polarité commerciale est un lieu qui concentre plusieurs commerces entraînant ainsi une attraction de flux de personnes et de biens.

Taux de spécialisation touristique : Rapport entre le nombre de commerces de détail à destination touristique, CHR, et atelier d'art sur le nombre total de cellules commerciales (hors bureau). Ce taux permet de connaître les centralités utilisées par les habitants et celles se tournant vers le tourisme et les usages récréatifs.

Taux de vacance commerciale : Le taux de vacance rapporte le nombre de locaux non exploités au nombre total de locaux commerciaux existant sur un périmètre donné.

Taux de vitalité : rapport entre le nombre de commerce de détail (alimentaires, équipement de la personne, de la maison, culture/loisirs, CHR et services marchand) sur le nombre total de cellules commerciales d'un secteur donnée (hors vacance commerciale).



Parc Technopôle Var Matin,
293 route de La Seyne-sur-Mer
83190 Ollioules
Standard téléphonique : **04 94 62 20 71**
Site web : **www.audat.org**