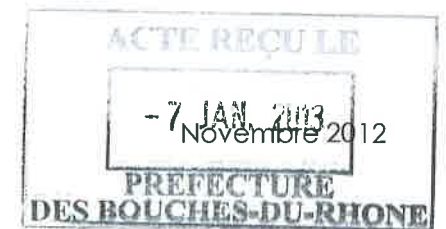




# DOCUMENT D'AMENAGEMENT COMMERCIAL DE LA COMMUNAUTE URBAINE MARSEILLE PROVENCE METROPOLE

Document-projet



# SOMMAIRE

---

---

---

<b>A. INTRODUCTION</b>	<b>5</b>
<b>B. CONSTAT</b>	<b>8</b>
<b>C. ENJEUX POUR UNE REPONSE DIVERSIFIEE AUX BESOINS DE LA POPULATION</b>	<b>23</b>
<b>D. ORIENTATIONS</b>	<b>27</b>
<b>E. PRESCRIPTIONS</b>	<b>30</b>

## CAHIERS CARTOGRAPHIQUES (DELIMITATIONS DES ZONES D'AMENAGEMENT COMMERCIAL)

### VILLE DE MARSEILLE

LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCES SUR MARSEILLE	34
LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCES SUR LE SECTEUR NORD-OUEST	35
LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCES SUR LE SECTEUR CENTRE	36
LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCES SUR LE SECTEUR SUD-EST	37
CENTRE VILLE NORD	40
CENTRE VILLE SUD	41
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : BAILLE	42
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : BELLE DE MAI NORD	43
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : BELLE DE MAI SUD	44
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : CHÂTEAU GOMBERT	45
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LA BLANCARDE	46
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LA CAPELETTE	47
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LA CROIX ROUGE	48
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LA POINTE ROUGE	49
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LA ROSE	50
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LA VALENTINE	51
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LA VISTE	52
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LE CANET	53
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LE PHARO	54
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LE ROUET	55
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LES CHARTREUX	56
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) : LES CINQ AVENUES	57

CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES CROTTES / ROUTE DE LYON	58
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES GRANDS CARMES	59
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES OLIVES	60
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): L'ESTAQUE	61
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): MAZARGUES	62
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): PONT DE VIVAUX	63
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST ANDRE	64
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST ANTOINE	65
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST BARNABE	66
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST GINIEZ	67
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST GINIEZ 2	68
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST HENRI	69
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JEROME	70
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JULIEN	71
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JULIEN 2	72
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JUST	73
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LAMBERT	74
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LAZARE	75
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LAZARE OUEST	76
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LOUIS	77
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LOUP	78
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST MARCEL	79
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST MAURONT	80
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST PIERRE SAKAKINI	81
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST VICTOR	82
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): STE ANNE	83
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): STE MARGUERITE	84
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): STE MARGUERITE 2	85
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) (FUTURE): STADE	86
CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) (FUTURE): TERRASSES DE GRAND LITTORAL	87
CENTRALITE DE PROXIMITE: BOMPARD	88
CENTRALITE DE PROXIMITE: CHEMIN MADRAGUE	89
CENTRALITE DE PROXIMITE: ENDOUME	90
CENTRALITE DE PROXIMITE: LA MILLIERE	91
CENTRALITE DE PROXIMITE: LA SAVINE	92
CENTRALITE DE PROXIMITE: LA TIMONE	93
CENTRALITE DE PROXIMITE: LE CABOT	94
CENTRALITE DE PROXIMITE: LE REDON	95
CENTRALITE DE PROXIMITE: LE ROUCAS BLANC	96
CENTRALITE DE PROXIMITE: LES CAILLOLS	97
CENTRALITE DE PROXIMITE: LES CAMOINS	98
CENTRALITE DE PROXIMITE: LES CROTTES	99



CENTRALITE DE PROXIMITE: LES TROIS LUCS	100
CENTRALITE DE PROXIMITE: MONTOLIVET	101
CENTRALITE DE PROXIMITE: MONTOLIVET 2	102
CENTRALITE DE PROXIMITE: MONTREDON	103
CENTRALITE DE PROXIMITE: NOTRE DAME LIMITE	104
CENTRALITE DE PROXIMITE: ST JOSEPH	105
CENTRALITE DE PROXIMITE: ST LAMBERT 2	106
CENTRALITE DE PROXIMITE: ST PIERRE	107
CENTRALITE DE PROXIMITE: ST TRONC	108
CENTRALITE DE PROXIMITE: STE ANNE 2	109
CENTRALITE DE PROXIMITE: STE MARGUERITE 3	110
CENTRALITE DE PROXIMITE: STE MARTHE	111
CENTRALITE DE PROXIMITE: VAUBAN	112
CENTRALITE DE PROXIMITE: VIEILLE CHAPELLE	113
CENTRALITE DE PROXIMITE: VIEILLE CHAPELLE 2	114
CENTRALITE DE PROXIMITE (FUTURE): MIRABEAU LITTORAL	115
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE REGIONAL): GRAND LITTORAL	116
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE REGIONAL): LA VALENTINE	117
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): BONNEVEINE	118
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): CAPELETTE	119
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): CHEMIN SORMIOU	120
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): LE MERLAN	121
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): MARCHE AUX PUCES	122
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): ST LOUP	123
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): CAILLOLS	124
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): CROIX ROUGE	125
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): LE CABOT	126
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): STE ANNE	127
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CHÂTEAU GOMBERT 2	128
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA FOURRAGERE	129
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA ROUVIERE	130
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LES OLIVES	131
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): PARETTE	132
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): ST JEAN DU DESERT	133
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): ST JOSEPH 2	134

### **Secteur Nord Ouest**

LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCES SUR LE SECTEUR NORD-OUEST	136
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : CARRY LE ROUET	137
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CARRY LE ROUET – DRAIO DEL MAR	138
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : CHATEAUNEUF LES MARTIGUES	139
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): CHATEAUNEUF – VALAMPE	140



CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : ENSUES-LA-REDONNE	141
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): GIGNAC LA NERTHE	142
CENTRALITE DE PROXIMITE GIGNAC LA NERTHE QUARTIER DE LAURE	143
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): GIGNAC LA NERTHE	144
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : LE ROVE	145
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : MARIGNANE	146
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): MARIGNANE (LECLERC)	147
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : SAUSSET LES PINS	148
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): ST VICTORET	149
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): ST VICTORET (CASINO)	150
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): ST VICTORET / MARIGNANE (8 MAI)	151

### Secteur Centre

LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCEES SUR LE SECTEUR CENTRE	153
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): ALLAUCH	154
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): ALLAUCH – CANTON VERT	155
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : PLAN DE CUQUES	156
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : SEPTEMES LES VALLONS	157
CENTRALITE DE PROXIMITE: SEPTEMES LES VALLONS (NOTRE DAME LIMITE)	158
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): SEPTEMES LES VALLONS (8 MAI)	159

### Secteur Sud-Est

LOCALISATION PREFERENTIELLE DES COMMERCEES SUR LE SECTEUR SUD-EST	161
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): CARNOUX EN PROVENCE	162
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CARNOUX EN PROVENCE – ZA	163
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CARNOUX EN PROVENCE – NORD EST	164
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): CASSIS	165
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): CEYRESTE	166
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE) : LA CIOTAT	167
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): LA CIOTAT – ANCRE MARINE	168
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA CIOTAT – DULAC	169
ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA CIOTAT – JULES FERRY	170
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): GEMENOS	171
CENTRALITE URBAINE (CENTRE VILLE): ROQUEFORT LA BEDOULE	172

### ANNEXES

ANNEXE 1 : METHODOLOGIE: PRINCIPES DE DELIMITATION DES ZONAGES	
ANNEXE 2: PRECISIONS SUR LES LIMITES DU CENTRE-VILLE	



## A. INTRODUCTION

---

### **Le commerce: une fonction urbaine structurante pour le territoire:**

A l'instar de l'habitat, le commerce remplit une fonction urbaine très structurante pour le développement urbain, avec une forte consommation d'espace pour l'implantation de grandes et moyenne surfaces. Il contribue fortement aux déplacements, avec une tendance systématique à privilégier les déplacements individuels en voiture dans son modèle de développement des dernières décennies.

Il contribue à la réponse aux besoins de services de la population, au quotidien, mais constitue également un facteur d'attractivité d'un territoire, générant des flux de déplacements et des flux financiers importants pour une métropole comme celle de Marseille.

### **Une réflexion d'aménagement du territoire partagée dans le cadre de l'élaboration du SCOT, dans un contexte de forte mutation des comportements et attentes des consommateurs:**

Le Document d'Aménagement Commercial vise à définir un maillage équilibré de l'offre commerciale sur le territoire, recherchant la diversité mais aussi l'équité de service à la population. En intégrant les usages différenciés en fonction des types de commerces, il cherche également à contribuer au développement durable du territoire: assurer au plus près la réponse aux besoins courants de la population et réserver les déplacements les plus longs et les plus individuels aux achats ponctuels, voire exceptionnels, optimiser la consommation de l'espace consacré au développement commercial.

L'article L122-1 du Code de l'urbanisme stipule que le SCOT fixe les objectifs relatifs à l'équipement commercial, aux localisations préférentielles des commerces.

La loi LME du 4 Août 2008, outre la modification profonde du système d'autorisations préalables (passant de critères économiques à des critères d'aménagement du territoire et de développement durable), introduit la notion de Document d'Aménagement Commercial, en renforçant la prise en compte de la « diversité commerciale » et « la préservation du commerce de détail et de proximité dans les règles d'aménagement et d'urbanisme des schémas de cohérence territoriale et des PLU ». Son article 102 définit les critères de délimitation des zones d'aménagement commercial: « ces zones seront définies en considération des exigences d'aménagement du territoire, de protection de l'environnement ou de la qualité de l'urbanisme spécifiques à certaines parties du territoire couvert par le SCOT. Leur délimitation ne peut reposer sur l'analyse de l'offre commerciale existante ni sur une mesure de l'impact sur cette dernière de nouveaux projets de commerces ». De plus l'article 102 stipule que « La définition des zones figure dans un document d'aménagement commercial qui est intégré au schéma de cohérence territoriale par délibération de l'établissement public prévu à l'article L.122-4 du code de l'urbanisme. »



Le présent document prend en compte l'évolution des comportements et attentes de la population, dans un contexte où les supports de consommation se démultiplient et où la réponse au besoin peut donc être multicanal. Il recherche une utilisation optimum de l'espace pour le développement commercial.

Ainsi, la délimitation des zones de développement commercial vise:

- non seulement à localiser de manière précise les zones monofonctionnelles de développement d'activités commerciales de grandes surfaces, dans une logique de polarités, permettant d'optimiser leur desserte, notamment en transports en commun, et en conséquence de limiter le trafic automobile et les pollutions engendrées
- mais aussi à faciliter un haut niveau de services dans les centralités urbaines, centres villes des différentes communes de Marseille Provence Métropole et dans les centralités de quartiers de la Ville de Marseille, historiquement importantes, dans une logique multifonctionnelle.

**La localisation préférentielle du développement commercial, au travers de la délimitation des zones de développement commercial concerne les surfaces commerciales de plus de 1.000 m<sup>2</sup>(1 ) de surface de vente. Sont exclus du champ d'application de la CDAC et en conséquence du Document d'Aménagement Commercial, les stations services, les commerces d'automobiles et de motocycles, ainsi que l'hôtellerie et la restauration.**

*(1) Sont concernés les magasins de commerce de détail ou ensembles commerciaux dont la surface de vente dépasse 1000 m<sup>2</sup> par création ou extension (art L752-1 code de commerce).*

## B. CONSTAT

---

### **1. Commerce, automobile et restauration représentent près de 57.500 emplois salariés sur MPM en 2009, soit 15% des emplois salariés du territoire.**

Hors services en agence occupant un local commercial (agences bancaires, agents d'assurances, agences immobilières...), le commerce au sens large, en incluant l'automobile, l'hôtellerie et la restauration, représente sur Marseille Provence Métropole près de 57.500 emplois en 2009 pour près de 22.000 établissements (source INSEE CLAP 2009 – y compris commerces de gros) soit 15% des emplois pour environ 27% des établissements.

Le poids du commerce au sens large le plus important se retrouve au niveau du 11<sup>ème</sup> arrondissement de Marseille (présence du site de la Valentine) où cette catégorie d'activités représente 34% des emplois salariés (près de 5.400 emplois). A l'inverse, cette catégorie ne représente que 4% des emplois salariés dans le 2<sup>ème</sup> arrondissement de Marseille (environ 2.100 emplois salariés), qui totalise beaucoup d'emplois.

Proportionnellement, les emplois liés à l'hébergement et la restauration prennent une importance particulière sur Cassis (19% des emplois salariés et plus d'emplois que dans le commerce), sur Carry le Rouet (15%) et Sausset les Pins (13%). Au sein de la ville de Marseille, les 1<sup>er</sup> et 7<sup>ème</sup> arrondissements concentrent proportionnellement le plus d'emplois salariés liés à cette catégorie d'activité: 10%, soit plus de 2.400 sur le 1<sup>er</sup> arrondissement et plus de 900 sur le 7<sup>ème</sup> arrondissement.



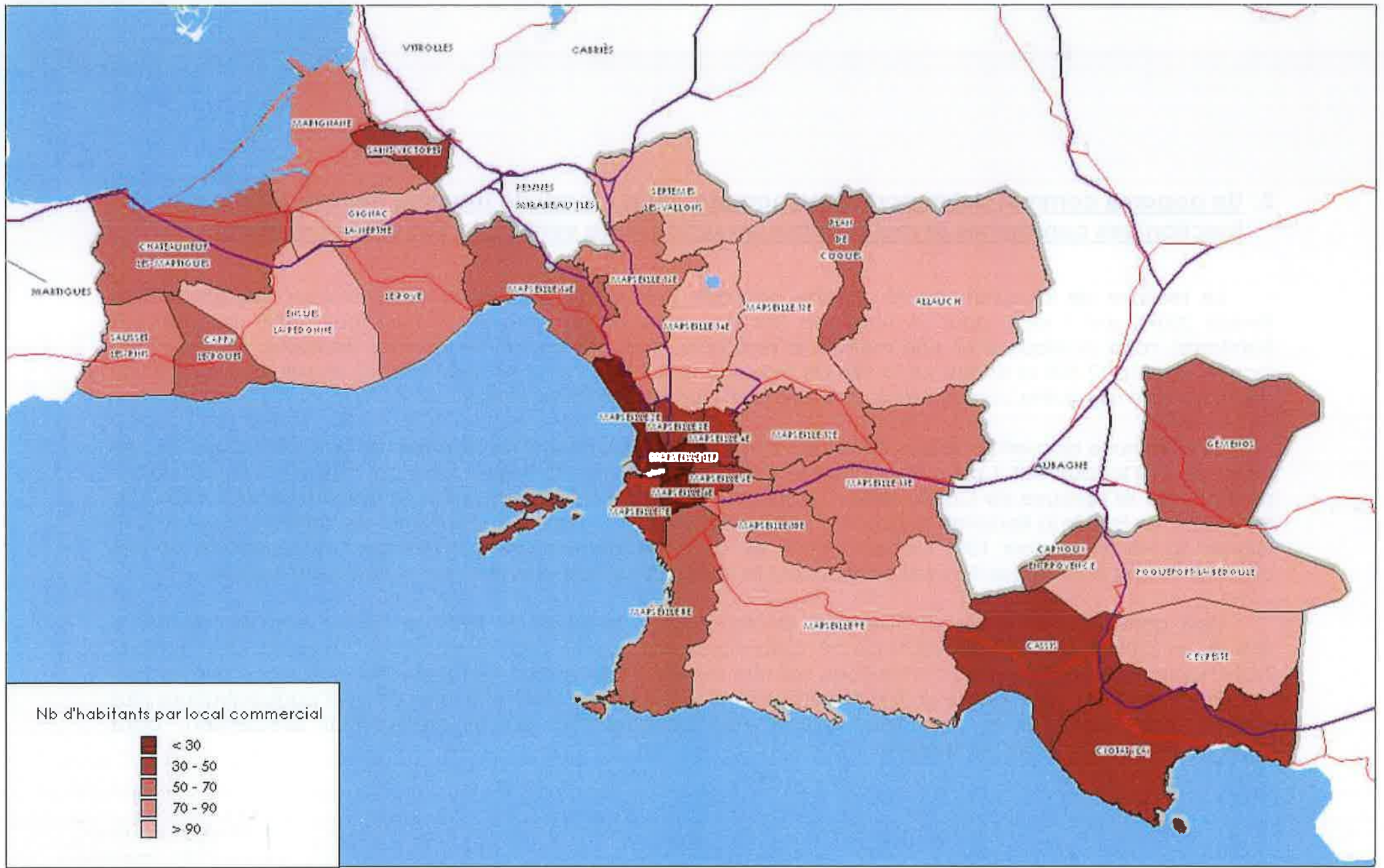


## **2. Un appareil commercial important en nombre, mais réparti de manière très irrégulière en fonction des communes et moins dense en surfaces de vente que son environnement.**

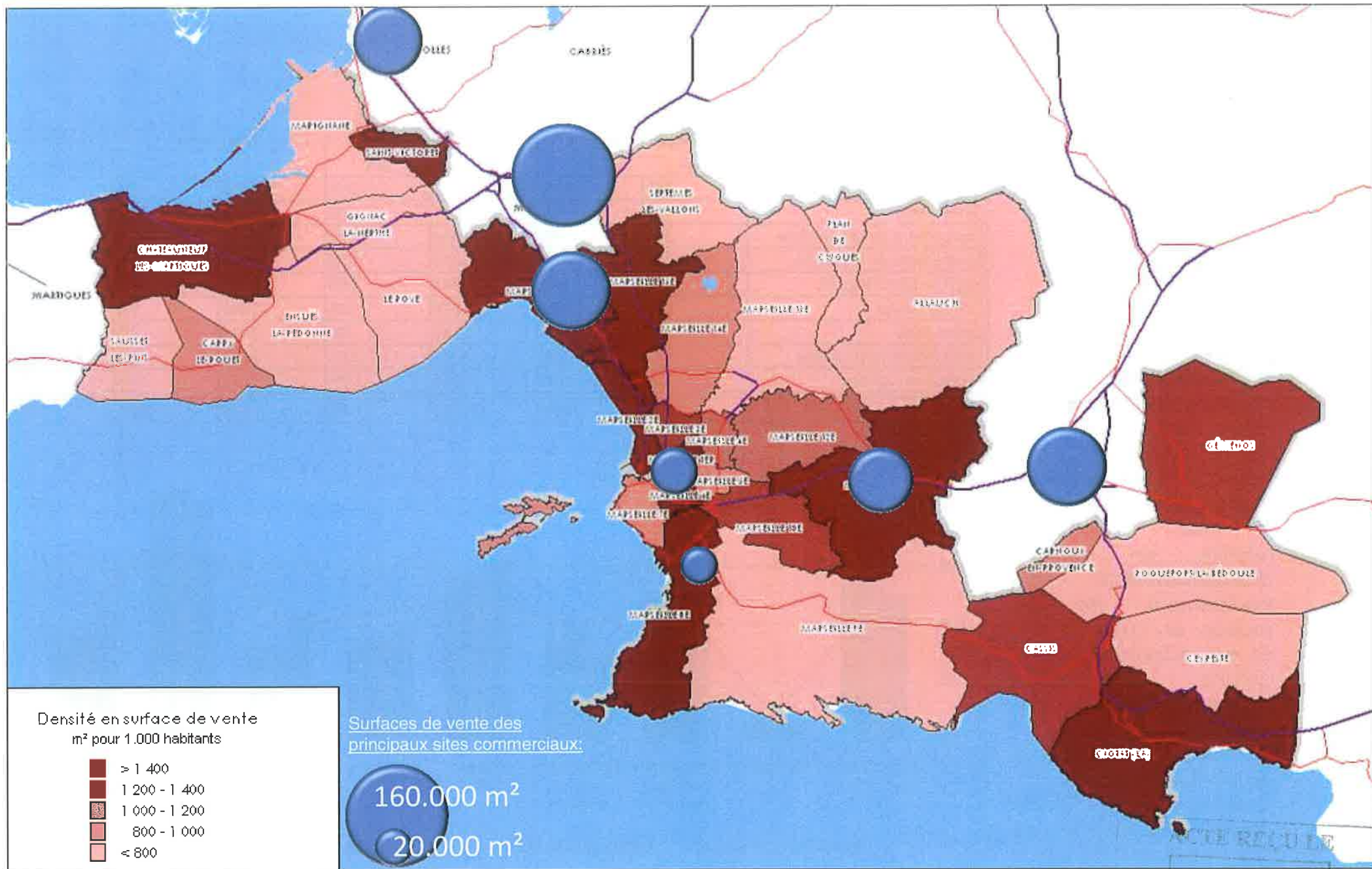
Le territoire de la communauté urbaine accueille près de 20.500 locaux commerciaux (source: relevés Pivadis 2009), soit 1 local pour 51 habitants (sur une base d'une population municipale 2008 de 1.039.739 habitants), ratio classique pour une métropole régionale, mais qui cache de grandes disparités. Sur les 20.500 locaux, environ 17.500 se situent sur la ville de Marseille (soit 1 local pour 49 habitants) et un peu moins de 3.000 sur l'ensemble des autres communes du territoire (soit 1 local pour 63 habitants).

La commune accueillant le plus de locaux commerciaux, en dehors de Marseille, est La Ciotat, avec un peu moins de 770 locaux, soit 1 pour 44 habitants, sachant que la densité la plus forte par rapport à la population permanente se retrouve sur Cassis, avec 1 local pour 31 habitants (250 locaux). Les densités les plus faibles se retrouvent sur Ensûs la Redonne (1 pour 131 habitants), Allauch (1 pour 116), Septèmes les Vallons (1 pour 102) et Gignac la Nerthe (1 pour 100). Cette situation est en particulier liée à l'environnement concurrentiel de ces communes, soit à son attraction, soit en réduisant la capacité de rayonnement des commerces locaux.

Hors garages automobile et hôtellerie, le plancher commercial du territoire communautaire peut être estimé, en 2009, à plus de 1,4 millions de m<sup>2</sup>. Cela représente une densité moyenne de l'ordre de 1.360 m<sup>2</sup> pour 1.000 habitants, toutes surfaces confondues, soit une densité plutôt limitée. Cette situation s'explique à la fois par la taille du territoire qui implique un flux entrant potentiel nettement inférieur à la situation d'agglomérations plus petites, mais aussi par le poids des grands sites commerciaux qui se positionnent directement dans l'environnement immédiat du territoire.





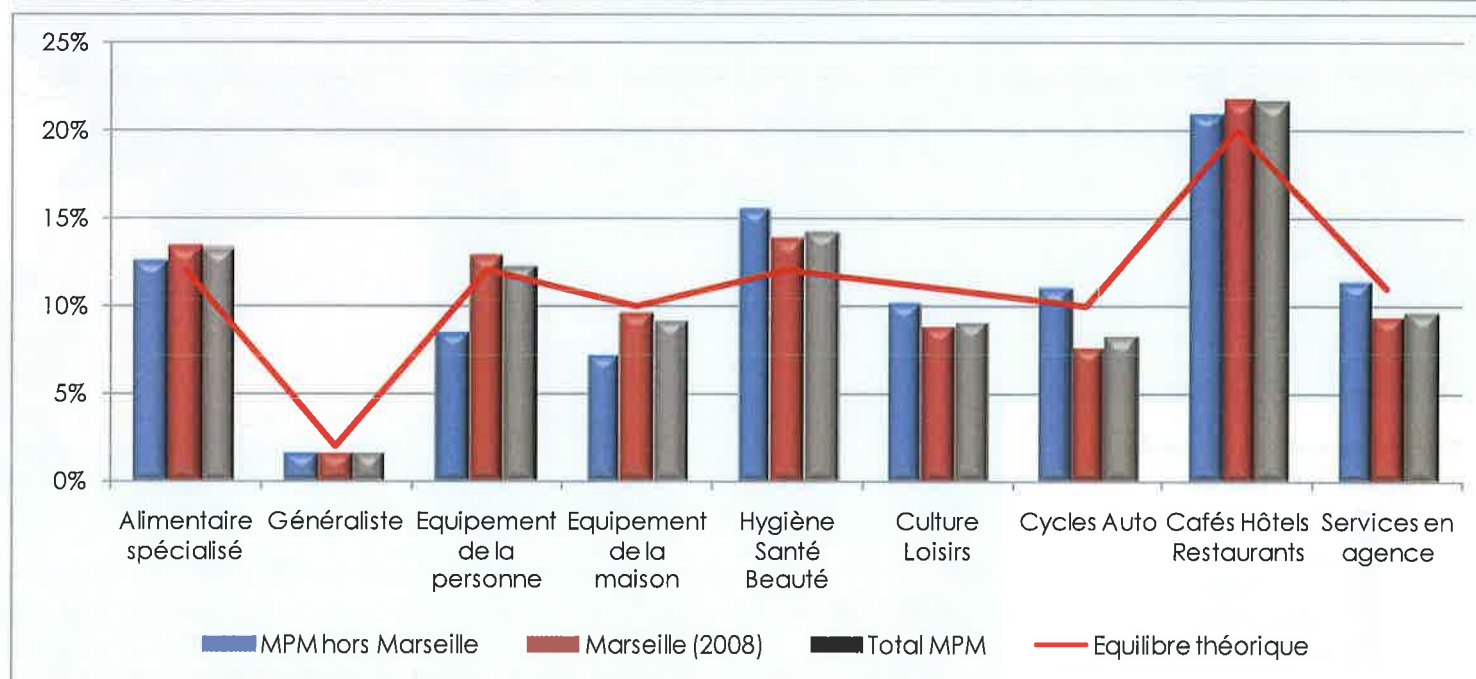


### 3. Un haut niveau de services sur tous les registres de commerces.

Le nombre d'établissements joue naturellement en faveur d'une large diversité de l'offre. Néanmoins, par rapport à un équilibre théorique, on note:

- Une faiblesse relative, en nombre d'établissements, en équipement de la maison, en culture loisirs, et en automobile, ainsi qu'une présence légèrement moindre des services en agences.
- Une présence proportionnellement supérieure des cafés hôtels restaurants et de l'hygiène santé beauté.

	MPM hors Marseille		Marseille (2008)		Total MPM		Equilibre théorique
	en nb	en %	en nb	en %	en nb	en %	
Alimentaire spécialisé	342	13%	1921	14%	2263	13%	12%
Généraliste	48	2%	247	2%	295	2%	2%
Equiperment de la personne	232	9%	1844	13%	2076	12%	12%
Equiperment de la maison	197	7%	1376	10%	1573	9%	10%
Hygiène Santé Beauté	423	16%	1982	14%	2405	14%	12%
Culture Loisirs	277	10%	1268	9%	1545	9%	11%
Cycles Auto	300	11%	1111	8%	1411	8%	10%
Cafés Hôtels Restaurants	567	21%	3089	22%	3656	22%	20%
Services en agence	308	11%	1344	9%	1652	10%	11%
<b>Total</b>	<b>2694</b>	<b>100%</b>	<b>14182</b>	<b>100%</b>	<b>16876</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Généraliste : Grandes et Moyennes surfaces à dominante alimentaire

#### **4. Un fonctionnement multipolaire complexe, avec un large maillage de proximité, mais une hiérarchisation des pôles pas toujours très claire.**

L'organisation commerciale sur le territoire de Marseille Provence Métropole se structure autour de 414 sites commerciaux.

La typologie des fonctions commerciales de ces sites est définie comme suit:

Fonction	Impact sur l'aménagement du territoire	Fréquence d'achat	Temps d'accès maximum	Caractéristiques	Situation sur le territoire (listes non exhaustives)
Pôle Régional	Structurant: forte génération de flux automobiles.	Mensuelle à trimestrielle annuelle pluri-annuelle	45 minutes  jusqu'à 90 minutes	Large rayonnement lié à une offre spécialisée pour des achats ponctuels: achats désirs, achats d'investissements, achats ludiques.	Trois pôles régionaux: - Centre ville de Marseille - Grand Littoral - La Valentine S'y ajoutent dans l'environnement direct: - Plan de Campagne - Aubagne La Palud - Grand Vitrolles

*A titre d'exemples, Grand Littoral, Grand Vitrolles et Plan de Campagne attirent, pour des achats ponctuels, une clientèle venant des Alpes de Haute Provence. En équipement de la maison, sur le secteur de Manosque, 7% des dépenses se font sur Grand Vitrolles, 6% sur Plan de Campagne. En équipement de la personne, sur le même secteur, 8% des dépenses se font sur Marseille, 9% sur Grand Vitrolles (et 9% sur Aix en Provence) – source: étude sur les comportements d'achats sur le secteur de Manosque - CCI des Alpes de Haute Provence - 2011.*

Fonction	Impact sur l'aménagement du territoire	Fréquence d'achat	Temps d'accès maximum	Caractéristiques	Situation sur le territoire (listes non exhaustives)
Pôle Majeur	Structurant: forte fréquentation voiture, mais possibilité de faire évoluer les comportements en fonction de la desserte TC.	Pluri-mensuelle à mensuelle	20 à 30 minutes	Pôle de rayonnement dont l'influence est limitée, dans le cas présent, au bassin de vie (plusieurs communes ou plusieurs arrondissements dans le cas de Marseille) avec une offre diversifiée couvrant à la fois les besoins courants et les autres fonctions commerciales.	6 pôles rentrent dans cette définition, fortement organisés autour des hypermarchés: - St Loup (Auchan) - Marseille - cc Le Merlan - Marseille - cc Bonneveine - Marseille - secteur Castelanne - Marseille - Valampe (Carrefour) Châteauneuf les Martigues - cc Ancre Marine - La Ciotat
Pôle Spécifique	Structurant	Trimestrielle à pluri-annuelle	20 à 30 minutes	Pôle composé d'offres répondant essentiellement aux besoins non courants (grandes et moyennes surfaces spécialisées ou thématique, par exemples autour de l'automobile, ou de la restauration), déconnecté de moteurs de flux (besoins courants).	28 sites correspondent à cette logique sur le territoire, y compris le site de l'aéroport de Marignane ou le marché aux puces sur Marseille.

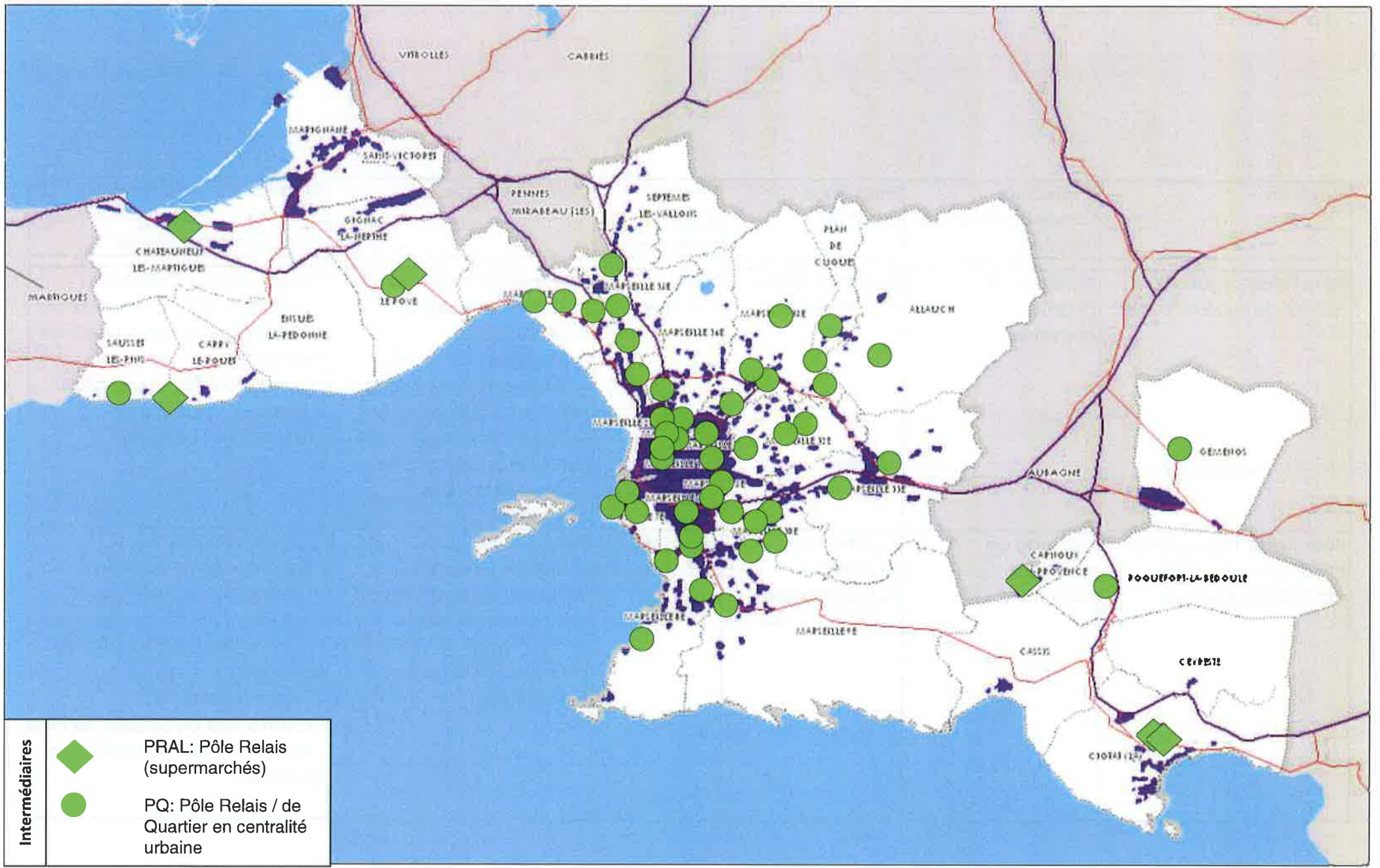
Fonction	Impact sur l'aménagement du territoire	Fréquence d'achat	Temps d'accès maximum	Caractéristiques	Situation sur le territoire (listes non exhaustives)
Pôle Important	Structurant: génération de flux assez locaux, restant fortement dépendant de la voiture	Hebdomadaire à mensuelle	15 à 20 minutes	Pôle de rayonnement intra-communal dans le cas de MPM, prioritairement en réponse aux besoins courants de la population, et le cas échéant s'adressant aussi à une clientèle touristique, présente sur site.	14 "pôles" répondent à cette logique: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cassis Centre</li> <li>- La Ciotat Centre</li> <li>- Marignane Centre</li> <li>- Centre Leclerc Marignane</li> <li>- 8 Mai Marignane / St Victoret</li> <li>- Saint Victoret Centre (y compris le supermarché Casino)</li> <li>- Croix Rouge - Marseille</li> <li>- cc Concorde Prado - Marseille</li> <li>- Plage Borely - Marseille</li> <li>- Casino Tassigny - Marseille</li> <li>- Montaigne</li> <li>- cc Géant Casino Caillols</li> <li>- cc Casino Mazargues</li> <li>- cc Leclerc Sormiou</li> </ul>

On constate une nette différenciation dans l'organisation des pôles structurants au sein de la ville de Marseille, entre le Nord et le Sud du territoire, correspondant aussi à des logiques de pouvoir d'achat différent, alors qu'en dehors de Marseille, les communes les plus peuplées sont naturellement celles accueillant des pôles structurants (pôles majeurs et pôles importants).



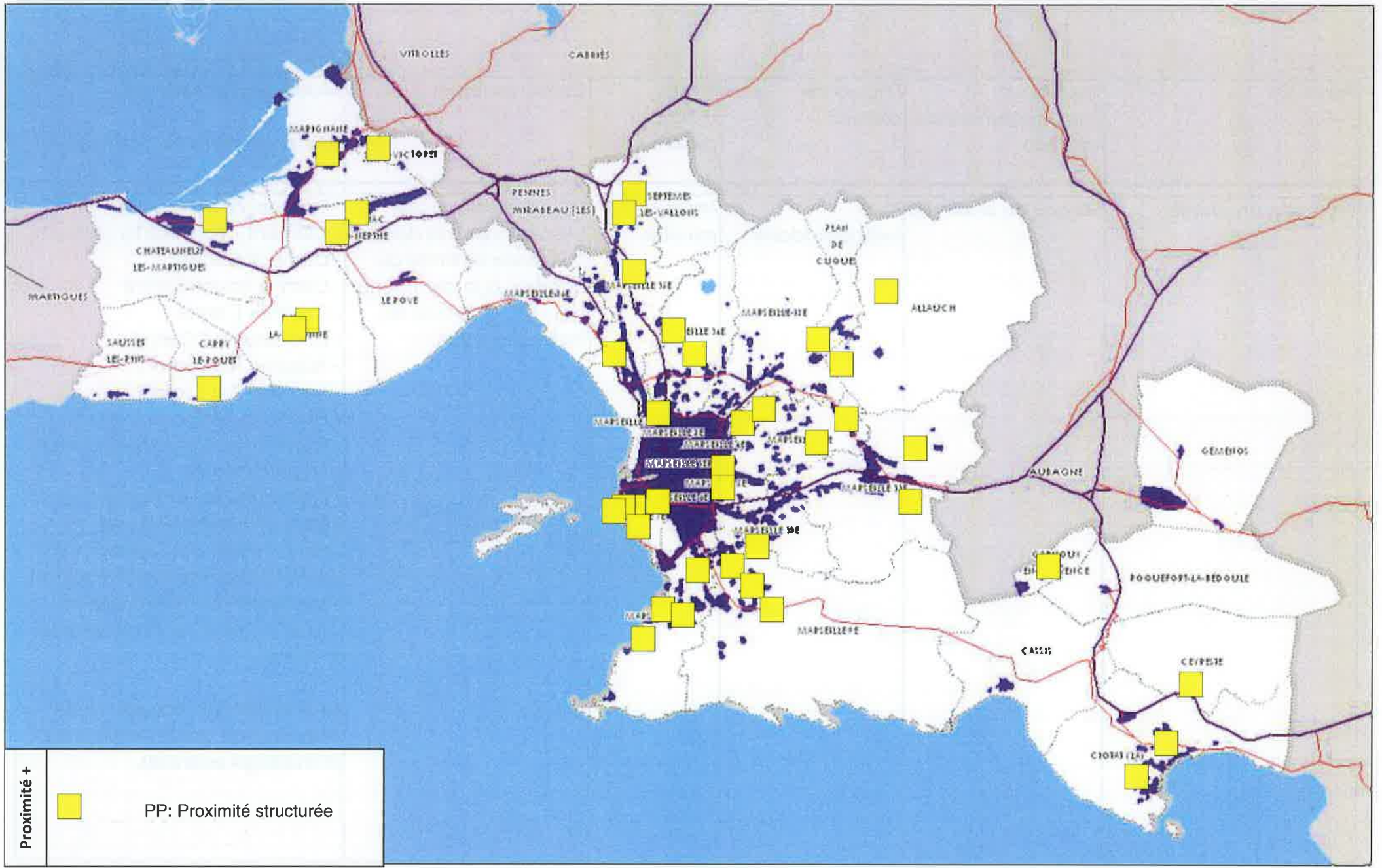


Fonction	Impact sur l'aménagement du territoire	Fréquence d'achat	Temps d'accès maximum	Caractéristiques	Situation sur le territoire (listes non exhaustives)
Pôle Relais organisés autour de supermarchés	Maillage de quartier / commune	Hebdomadaire Pluri-trimestrielle	10 à 15 minutes	Réponse de large proximité aux besoins courants de la population, pouvant inclure la réponse à des besoins occasionnels en matière d'investissement (de type bricolage) ou ludique (sport par exemple).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intermarché - Carnoux</li> <li>- Draio Del Mar - Carry le Rouet</li> <li>- ZI Valampe -Châteauneuf les Martigues</li> <li>- Casino / Dulac - La Ciotat</li> <li>- Jules Ferry - La Ciotat</li> <li>- Casino RN - Le Rove</li> </ul>
Pôle Relais / de quartier organisés autour de centralités urbaines	Maillage de quartier / commune	Pluri-hebdomadaire à hebdomadaire	Moins de 10 minutes	Réponse de large proximité limitant son influence au quartier et à son environnement proche, dans un contexte de centralité urbaine secondaire.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centre ville d'Allauch</li> <li>- Centre ville de Gemenos</li> <li>- Centre ville de Plan de Cuques</li> <li>- Centre ville de Roquefort la Bédoule</li> <li>- Centre ville du Rove</li> <li>- Centre ville de Sausset les Pins</li> <li>- 45 centralités de quartier sur Marseille.</li> </ul>



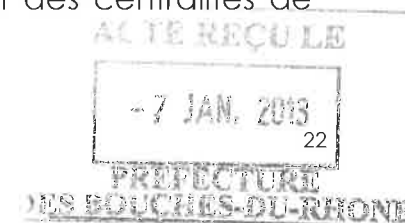


Fonction	Impact sur l'aménagement du territoire	Fréquence d'achat	Temps d'accès maximum	Caractéristiques	Situation sur le territoire (dénominations non exhaustives)
Proximité structurée	Service de proximité	Pluri-hebdomadaire	Moins de 10 minutes	Réponse unique aux besoins courants dont l'influence se limite au quartier, à la commune pour les communes les moins peuplées.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canton Vert (Allauch)</li> <li>- Clément / Barthélémy (Allauch)</li> <li>- Carnoux Centre</li> <li>- Carry le Rouet Centre</li> <li>- Ceyreste Centre</li> <li>- Châteauneuf Centre</li> <li>- Aubanel (La Ciotat)</li> <li>- Kennedy (La Ciotat)</li> <li>- Ensus La Redonne Centre</li> <li>- Ecomarché Côte Bleue - Ensus</li> <li>- Gignac Centre</li> <li>- Prés Côte Bleue (Gignac)</li> <li>- cc Camoin (Marignane)</li> <li>- Sirvent (Plan de Cuques)</li> <li>- Auriol / Desmoulins (St Victoret)</li> <li>- Septemes les Vallons Centre</li> <li>- 8 Mai / Télévision (Septemes les Vallons).</li> </ul> <p>26 sites clefs sur Marseille (hors sites dans les grands ensembles - cf maillage essentiel).</p>



L'observation de l'organisation commerciale du territoire montre des caractéristiques particulières:

- Un nombre important (6 en incluant les sites non positionnés sur Marseille Provence Métropole) de pôles régionaux, dont les zones de chalandise, y compris en zone secondaire, se chevauchent fortement. L'organisation le long des autoroutes souligne le rôle essentiel de la voiture dans leur fréquentation, mais la proximité des sites les uns par rapport aux autres tend à dénaturer l'essence même d'un pôle régional, qui est de proposer, outre la réponse complète aux besoins les plus courants, une offre pour les produits achetés le moins souvent. Ils sont d'ailleurs de ce fait potentiellement les plus directement concurrencés par la montée en puissance du e-commerce. Seul le centre-ville de Marseille possède une part de différenciation par rapport aux autres sites, dont les grandes enseignes sont aujourd'hui pour une bonne part similaires. Dans ce cadre, leur zone d'influence devrait tendre à se restreindre un peu.
- Un maillage raisonnable en pôles majeurs et relativement cohérent: essentiellement organisés autour d'hypermarchés, ces pôles répondent, dans les comportements d'achats actuels, à des besoins relevant essentiellement des besoins les plus courants, même si leur offre s'élargit de galeries marchandes comprenant une offre d'habillement. D'un usage fortement marqué par la voiture, ces pôles, avec le développement du drive et la recherche de plus d'efficacité dans les achats courants, devraient tendre, à population constante, à voir leur flux se réduire, mais certainement leur panier moyen augmenter.
- Une répartition déséquilibrée des pôles importants: en dehors des centres-villes de Cassis et de La Ciotat qui constituent dans cette catégorie des exceptions, l'organisation spatiale de ces pôles importants amène à s'interroger sur le niveau de maillage du territoire en pôles structurants. En particulier, l'organisation très éclatée de l'offre sur Marignane / Saint Victoret amène à définir quatre sites importants, les uns à côté des autres, dont on peut s'interroger sur la synergie et la réelle complémentarité. Cela pose en particulier la question des parcours marchands sur ce secteur. Sur Marseille, ce maillage est surtout le fait d'hypermarchés de plus petite taille, dont la densité est beaucoup plus forte au Sud qu'au Nord, implantation certainement fortement influencée par les indices de revenus. La multiplicité de ces sites interroge néanmoins la hiérarchisation des réponses aux besoins, venant finalement phagocyter pour partie à la fois une part des pôles majeurs et une part des centralités de quartiers.



## C. ENJEUX POUR UNE REPONSE DIVERSIFIEE AUX BESOINS DE LA POPULATION

### Besoins courants:



Les besoins courants couvrent en particulier les produits et services suivants: alimentaire, téléphonie, habillement, enfant, restauration au quotidien, coût d'occupation d'un logement, coût des déplacements quotidiens (TC, voiture).

Les tendances en cours en matière d'arbitrage dans le budget des ménages montrent plutôt une baisse pour l'alimentaire, une forte hausse pour les services et une hausse pour le logement et la logique de déplacement.

Les tendances en matière de comportement montrent une recherche d'efficacité (ratio temps / qualité / prix) qui se traduit par une multiplication des supports de consommation (y compris drive, mais aussi marchés non sédentaires).

Sur Marseille, on constate un maillage de proximité très fin permettant d'envisager le maintien d'un maillage essentiel, avec une adaptation à la mutation des comportements d'achats. Par contre, la dégradation des noyaux villageois est nette (difficulté des centralités de quartier), avec une forte vacance de locaux commerciaux.

Sur le secteur Côte Sud-Est, l'offre numérique est satisfaisante et proportionnellement équilibrée, pour un maillage territorial assez complet.

Sur le secteur Nord-Est, l'ancrage est limité à quelques centralités urbaines: Allauch et Plan de Cuques.

Sur le secteur Côte Nord-Ouest, l'offre numériquement un peu limitée est compensée en surfaces de vente, mais on note une fragilité des centralités urbaines.

Dans ce contexte, les enjeux portent en particulier sur:

=> Assurer un service diversifié à l'ensemble des populations, par un maillage adapté aux évolutions urbaines et démographiques.

=> Accompagner les nécessaires mutations des commerces « traditionnels », et l'enjeu de la défection des « vocations de métiers » (boucher, poissonnier...).

=> Orienter des réaménagements inévitables de surfaces existantes, avec en particulier une baisse prévisible du poids des hypermarchés et de leur rôle dans l'attractivité commerciale du territoire.

Côte Sud-Est : Carnoux en Provence, Cassis, Ceyreste, La Ciotat, Gémenos, Roquefort la Bedoule ; Côte Nord-Ouest : Carry le Rouet, Châteauneuf les Martigues, Ensues la Redonne, Gignac la Nerthe, le Rove, Marignane, Saint-Victoret, Sausset les Pins ; Secteur Nord-Est : Allauch, Plan de Cuques, Septèmes les Vallons.



## Investissements:



La catégorie investissements couvre en particulier les produits et services suivants: aménagement de la maison au sens large (bricolage, meubles, travaux d'agrandissement et d'aménagement), automobile (acquisition / location), voyages.

Les tendances en cours en matière d'arbitrage dans le budget des ménages montrent plutôt un budget global jusqu'à présent constant avec des arbitrages basculant d'une catégorie vers l'autre, le souhait d'une baisse mais une hausse structurelle par la montée en puissance des services dans l'offre en la matière.

Les tendances en matière de comportement montrent une forte orientation vers une logique de service global (poussée par l'offre).

Sur Marseille, on constate une offre bien présente dans les pôles régionaux de grandes surfaces, mais l'absence de pôle fort clairement identifié comme tel pour cette catégorie de dépenses.

Sur le secteur Côte Sud-Est, l'offre de base est présente et permet un ratio de grand équilibre satisfaisant au regard du contexte concurrentiel fort.

Sur le secteur Nord-Est, le marché théorique est insuffisant et la proximité des grands pôles régionaux (en particulier Plan de Campagne) empêche tout développement.

Sur le secteur Nord-Ouest, l'offre est quantitativement faible dans un fort environnement concurrentiel.

Dans ce contexte, les enjeux portent en particulier sur:

=> Accompagner les mutations des métiers en la matière: du commerçant au prestataire de services, qui pourra s'accompagner d'une baisse de la dimension des surfaces de vente nécessaires.

=> Assurer la souplesse nécessaire dans les documents d'urbanisme à la restructuration des concepts à l'avenir: à la hausse et à la baisse.

=> Gérer les flux générés en pic, en cohérence avec les évolutions urbaines des territoires.

## Achats désirs:



La catégorie achats désirs couvre en particulier les produits et services suivants: habillement, chaussures, bijouterie, parfumerie, soins du corps.

Les tendances en cours en matière d'arbitrage dans le budget des ménages montrent une nette baisse en valeur, mais pas en volume, très liée à l'évolution sociologique de la population.

Les tendances en matière de comportement montrent une forte montée en puissance d'internet prévisible, mais aussi l'importance du cadre environnemental et urbain, avec la recherche de « lieux de vie » dans les modes de fréquentation.

Sur Marseille, le centre-ville de grande dimension reste attractif et doit se renforcer avec l'arrivée des Terrasses du Port, mais la montée en puissance rapide du e-commerce le concurrence directement.

Sur le secteur Côte Sud-Est, l'offre est quantitativement présente et partiellement différenciante (ancrage sur les centres de Cassis et La Ciotat, avec plus de 40 établissements en équipement de la personne).

Sur le secteur Nord-Est, le marché théorique est insuffisant et la proximité des grands pôles régionaux (en particulier Plan de Campagne) empêche tout développement.

Sur le secteur Côte Nord-Ouest, l'offre est quantitativement faible et manque de diversité, en particulier sur les centralités urbaines (y compris Marignane), dans un environnement concurrentiel fort porté par les pôles régionaux.

Dans ce contexte, les enjeux portent en particulier sur:

=> Valoriser les centralités urbaines comme lieux de vie, permettant le maintien voire le renforcement de l'offre « petits et moyens formats ».

=> Anticiper les nécessaires mutations des zones commerciales de « cubes » / « boîtes » peu adaptées à l'évolution des comportements.

## Achats ludiques:



La catégorie achats ludiques couvre en particulier les produits et services suivants: musique, vidéo, livres, jeux, produits technologiques, articles de sport, jardinerie, loisirs créatifs, alimentaire festif, restauration loisirs.

Les tendances en cours en matière d'arbitrage dans le budget des ménages montrent une nette baisse en valeur, mais un comportement très erratique pouvant soutenir le niveau de consommation.

Les tendances en matière de comportement montrent une forte emprise du e-commerce déjà clairement perceptible pour les biens dits « culturels », dans un cadre de prestations de services, mais aussi la recherche de lieux symboles.

Sur Marseille, on note une assez bonne réponse en quantité et en enseignes, mais l'offre de loisirs est globalement peu lisible.

Sur le secteur Côte Sud-Est, l'apport de clientèle touristiques constitue un atout.

Sur le secteur Nord-Est, le marché théorique est insuffisant et la proximité des grands pôles régionaux (en particulier Plan de Campagne) empêche tout développement.

Sur le secteur Côte Nord-Ouest, l'offre est quantitativement faible, dans un environnement concurrentiel fort porté par les pôles régionaux.

Dans ce contexte, les enjeux portent en particulier sur:

=> Faire émerger des pôles de rayonnement spécifiques en la matière, sans trop consommer d'espace.

=> Renforcer l'image qualitative des principales centralités urbaines, afin de jouer la complémentarité avec la montée en puissance de la Vente A Distance et du e-commerce.

## D. ORIENTATIONS

---

### Une stratégie à adapter à des réalités territoriales différenciées:

Le territoire de Marseille Provence Métropole recouvre des réalités commerciales très disparates compte tenu de l'ampleur et de la densité du territoire:

- les démarches de concertation réalisées dans chaque secteur géographique font ressortir des enjeux et des préoccupations différenciées, en particulier sur le niveau d'offre de proximité.
- le maillage du territoire en matière de TCSP, actuel et futur, limite les possibilités d'implantation de nouveaux pôles de proximité alternatifs sur les pôles multimodaux.
- la mise en cohérence du maillage suivant les trois grands niveaux de réponses aux besoins nécessite des adaptations locales pour être opérationnelle.

### Trois grands objectifs:

Trois grands objectifs ressortent néanmoins comme fondamentaux à l'échelle de l'ensemble de MPM:

- **limiter la consommation de foncier pour le commerce aux seuls projets susceptibles de contribuer fortement au rayonnement métropolitain;** en conséquence concentrer l'offre de rayonnement sur les pôles régionaux existants et faire émerger deux ou trois pôles thématiques forts.
- **renforcer les centralités secondaires et de proximité (centres villes hors Marseille et centralités de quartiers)** en matière d'offre commerciale, si besoin en accompagnant des restructurations.
- **préserver les pôles commerciaux de proximité (maillage essentiel) dans la mesure de leur viabilité potentielle à moyen/long terme** et faire émerger de nouveaux sites commerciaux répondant aux besoins courants sur les pôles multimodaux ou dans le cadre de projets d'habitat d'envergure (territoires de projets).



## **Une déclinaison de ces objectifs en principes de développement tenant compte de la fonction des lieux de commerce:**

### 1. Les sites contribuant au rayonnement commercial du territoire, attirant une clientèle extérieure sur une large zone d'influence:

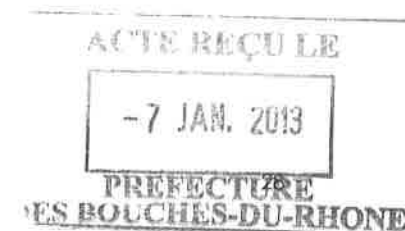
Le développement qualitatif du centre de Marseille sera prioritairement recherché. Les pôles existants de la Valentine et de Grand Littoral s'inscriront dans une logique de diversification et d'intégration urbaine, visant à introduire une multifonctionnalité de ces sites.

En complément des pôles existants, le développement de deux à trois pôles thématiques forts pourra être envisagé, à forte créativité et apportant un caractère novateur.

### 2. Les sites assurant une réponse diversifiée aux besoins « internes » de la population du territoire: pôles majeurs et pôles importants d'attraction locale.

Compte tenu du maillage existant et prenant en compte la localisation des développements d'habitat, il est retenu comme principe de ne pas créer de nouveau pôle en dehors des projets actés, projets qui se situent tous sur la Ville de Marseille. Les pôles existants pourront être développés dans la limite des zonages proposés.

Pour autant, une attention particulière sera portée au développement commercial des centralités urbaines afin de favoriser la multifonctionnalité.



### 3. Les sites assurant un maillage fin du territoire pour la réponse aux besoins courants de la population.

Ce maillage est essentiel à la qualité de vie des habitants. Il doit se structurer prioritairement autour des effets de centralités de quartier, de proximité, de centre-bourgs. Dans cet esprit, il n'est pas souhaité d'implantation de grandes ou moyennes surfaces à dominante alimentaire isolées par rapport aux centralités et aux sites existants. De même, le développement de galeries marchandes en dehors des centralités et sites existants sera à éviter afin de préserver les chances de redynamisation des centralités urbaines.

En particulier la préservation des principaux pôles commerciaux de centralité (quartiers, noyaux villageois) et des principaux pôles commerciaux de proximité assurant le maillage essentiel de la Ville de Marseille sera recherchée. C'est pourquoi ils sont délimités dans le cadre du DAC. L'implantation de quelques nouveaux concepts de réponse aux besoins courants pourra être envisagée dans les territoires de projets (sans développement de très grandes surfaces, au-delà de 2.500 m<sup>2</sup>).

Cette préservation des pôles commerciaux de centralités et de proximité existants concerne également en particulier les communes d'Allauch, Plan de Cuques, Roquefort la Bédoule, Gemenos, le Rove, Ensues la Redonne, Châteauneuf les Martigues (centre), Sausset les Pins, Ceyreste, Carry le Rouet et Septèmes / ND Limite. Pour les pôles commerciaux de proximité sur Septèmes les Vallons / Centre, Carnoux en Provence et Gignac la Nerthe, il s'agira certainement plutôt à moyen / long terme d'une réorganisation de la fonction commerciale au sein de la centralité.

## E. PRESCRIPTIONS

La déclinaison des orientations en terme de zonages (cf méthodologie en annexe 1) s'appuie sur deux grands types de localisation préférentielle des commerces de plus de 1.000 m<sup>2</sup> de surface de vente : les centralités et les sites monofonctionnels.

### ➤ LES CENTRALITES

Afin de marquer la volonté et la nécessité de pérenniser et de développer le **commerce des sites de centralités urbaines et de quartier, ainsi que le maillage essentiel de proximité**, ceux-ci font l'objet d'un zonage.

Trois catégories de centralités sont identifiées:

**1. Le centre d'agglomération** : centre ville de Marseille.

**2. Les centralités urbaines**, centres villes et centralités de quartier, au nombre de 63 :

#### Quartiers de Marseille:

Baille	Belle de Mai Nord	Belle de Mai Sud	Château Gombert	La Blancarde
La Capelette	La Croix Rouge	La Pointe Rouge	La Rose	La Valentine
La Viste	Le Canet	Le Pharo	Le Rouet	Les Chartreux
Les Cinq Avenues	Les Crottes / Route de Lyon	Les Grands Carmes	Les Olives	L'Estaque
Mazargues	Pont de Vivaux	St André	St Antoine	St Barnabé
St Giniez	St Giniez 2	St Henri	St Jérôme	St Julien
St Julien 2	St Just	St Lambert	St Lazare	St Lazare Ouest
St Louis	St Loup	St Marcel	St Mauront	St Pierre Sakakini
St Victor	Ste Anne	Ste Marguerite	Ste Marguerite2	Stade(future centralité)
Terrasses de Grand Littoral(future centralité).				

Centres villes du secteur Nord-Ouest: Carry le Rouet, Châteauneuf les Martigues, Ensues-la-Redonne, Gignac la Nerthe, Le Rove, Marignane, Sausset les Pins, St Victoret.

Centres villes du secteur Centre: Allauch, Plan de Cuques, Septèmes les Vallons.

Centres villes du secteur Sud-Est: Carnoux en Provence, Cassis, Ceyreste, La Ciotat, Gemenos, Roquefort la Bédoule.

**3. Les centralité de proximité (maillage essentiel) au nombre de 30 sites :**

Quartiers de Marseille:

Bompard  
La Millière  
Le Cabot  
Les Caillols  
Les Trois Lucs  
Montredon  
St Lambert 2  
Ste Anne 2  
Vauban  
Mirabeau Littoral (futur)

Chemin Madrague  
La Savine  
Le Redon  
Les Camoins  
Montolivet  
Notre Dame Limite  
St Pierre  
Ste Marguerite 3  
Vieille Chapelle

Endoume  
La Timone  
Le Roucas Blanc  
Les Crottes  
Montolivet 2  
St Joseph  
St Tronc  
Ste Marthe  
Vieille Chapelle 2.

Quartiers hors Marseille:

Quartier de Laure - Gignac la Nerthe  
Notre Dame Limite – Septèmes les Vallons.

## ➤ LES SITES MONOFONCTIONNELS

Les **sites monofonctionnels (zones de développement)**, aujourd'hui essentiellement tournés vers la fonction commerciale, sont classés par type de réponse, conformément aux orientations, et suivant trois niveaux de pôles, la fonction de proximité étant assurée par les centralités:

### 1. Les pôles structurants vecteurs de rayonnement externe au territoire (au nombre de 2).

- . Grand Littoral
- . La Valentine

### 2. Les pôles structurants assurant une réponse diversifiée aux besoins des habitants du territoire et de ses franges (au nombre de 15).

#### Pôles Majeurs:

- . Châteauneuf les Martigues – Valampe
- . La Ciotat - Ancre Marine
- . Marseille - Saint Loup
- . Marseille - Le Merlan
- . Marseille – Bonneveine
- . Marseille - Marché aux Puces
- . Marseille - La Capelette (futur)
- . Marseille - Chemin Sormiou
- . St Victoret – La Lauve (Casino)
- . Marignane – Saint Pierre (Leclerc)

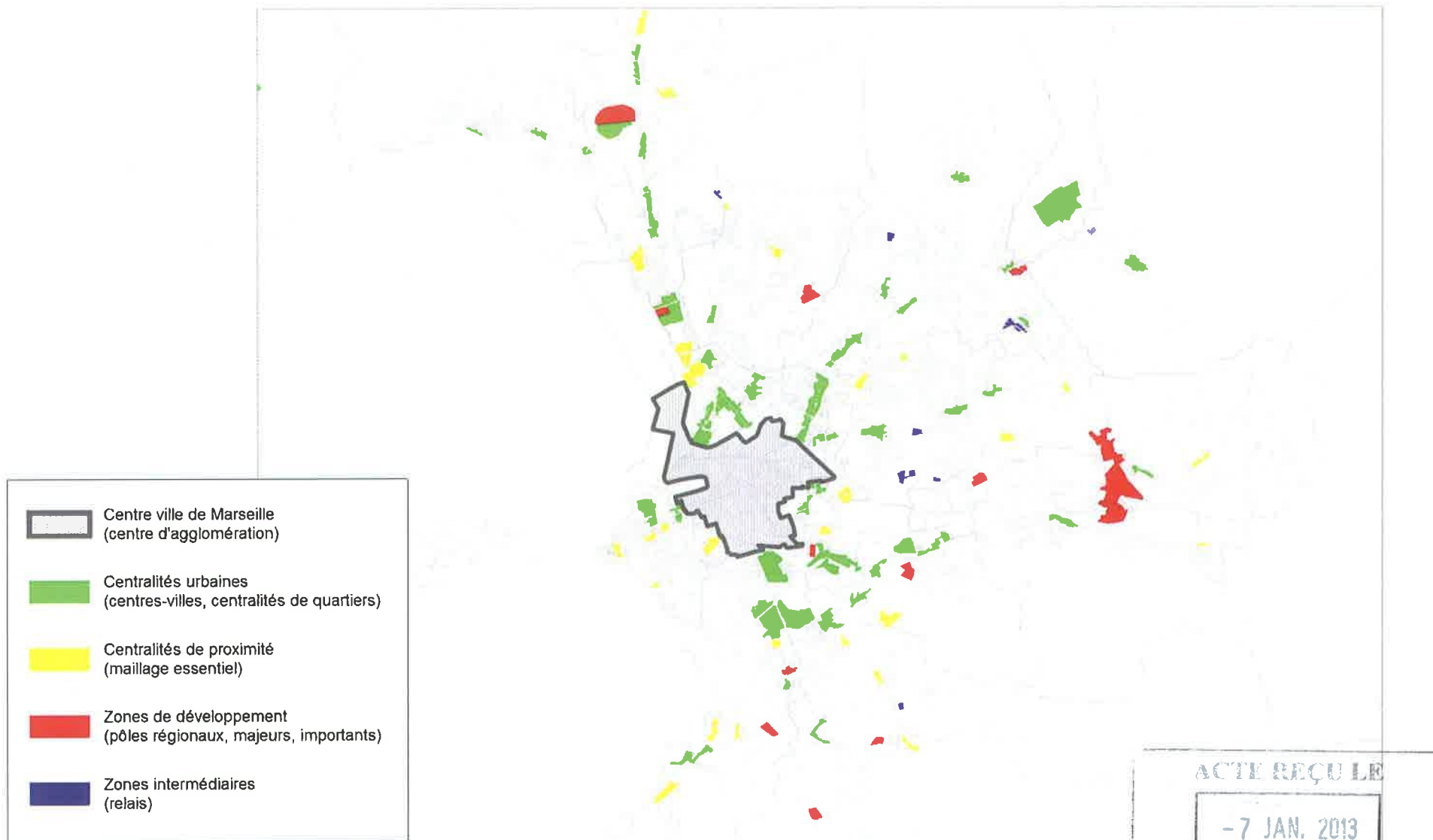
#### Pôles Importants d'Attraction Locale:

- . Marseille – Sainte Anne (Casino Marzargues)
- . Marseille - Caillols
- . Marseille – Le Cabot (Tassigny)
- . Marseille – Croix Rouge
- . St Victoret / Marignane – 8 Mai

**3. Les pôles relais, contribuant au maillage du territoire pour répondre aux besoins courants des habitants du territoire** (au nombre de 15).

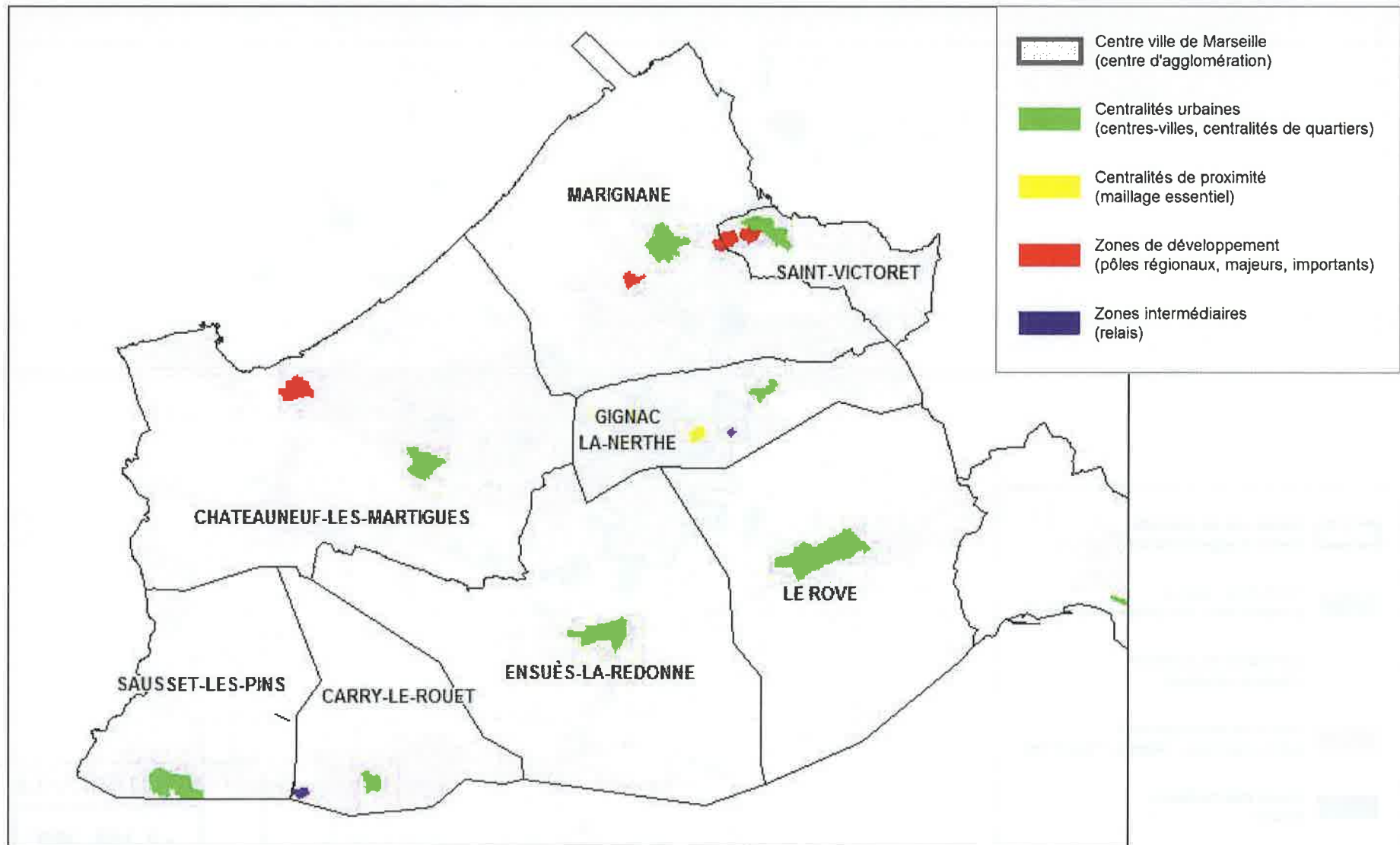
- . Allauch – Canton Vert
- . Carnoux en Provence ZA
- . Carnoux en Provence Nord Est
- . Carry le Rouet – Draio Del Mar
- . La Ciotat – Dulac
- . La Ciotat – Jules Ferry
- . Gignac la Nerthe – Pousaraque (DIA)
- . Marseille – Château Gombert 2
- . Marseille – La Fourragère
- . Marseille – La Rouvière
- . Marseille – Les Olives
- . Marseille – Parette
- . Marseille – St Jean du Désert
- . Marseille – St Joseph 2
- . Septemes les Vallons – 8 Mai

# LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR MARSEILLE:



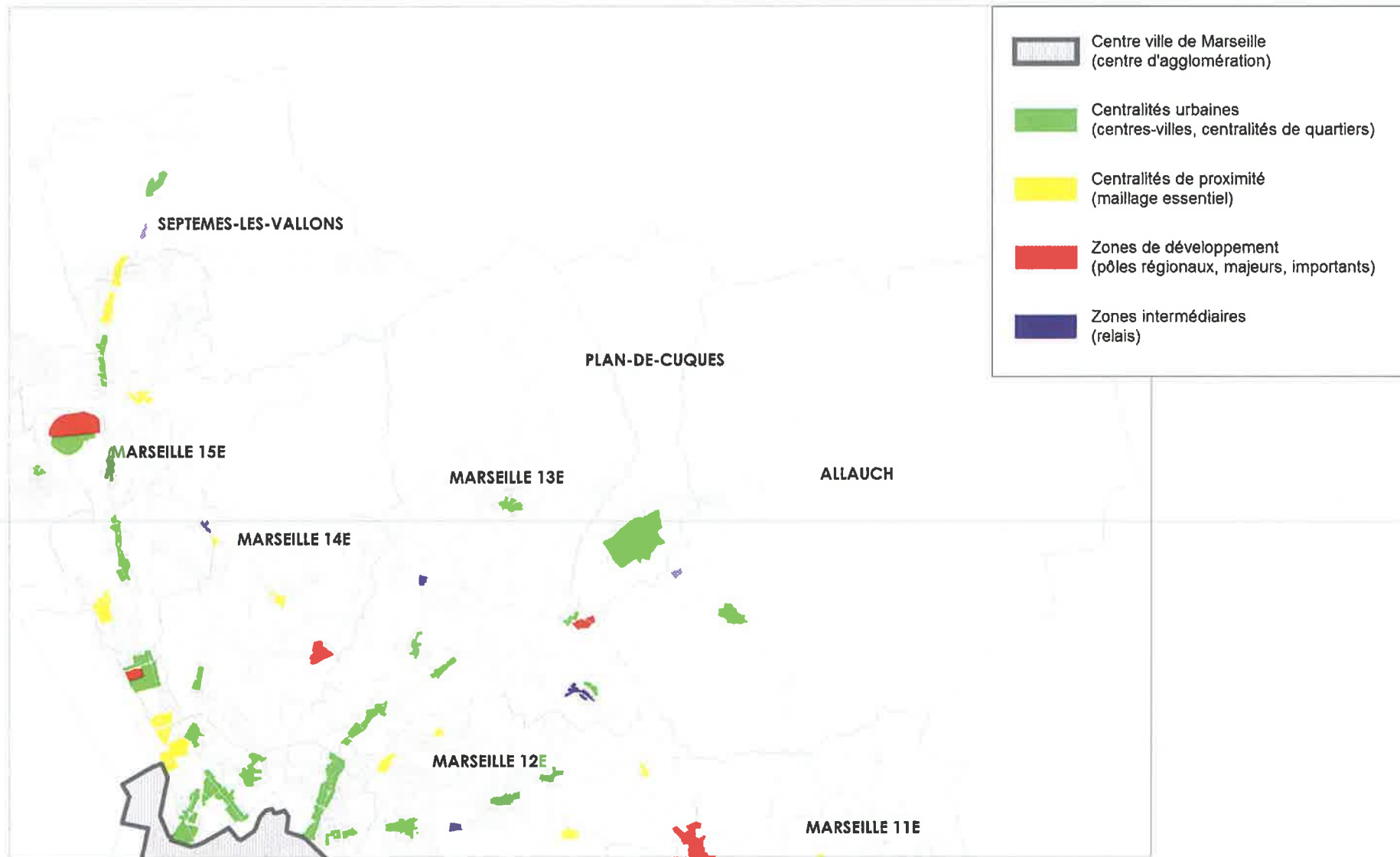
ACTE REÇU LE  
- 7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

# LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR LE SECTEUR NORD-OUEST:

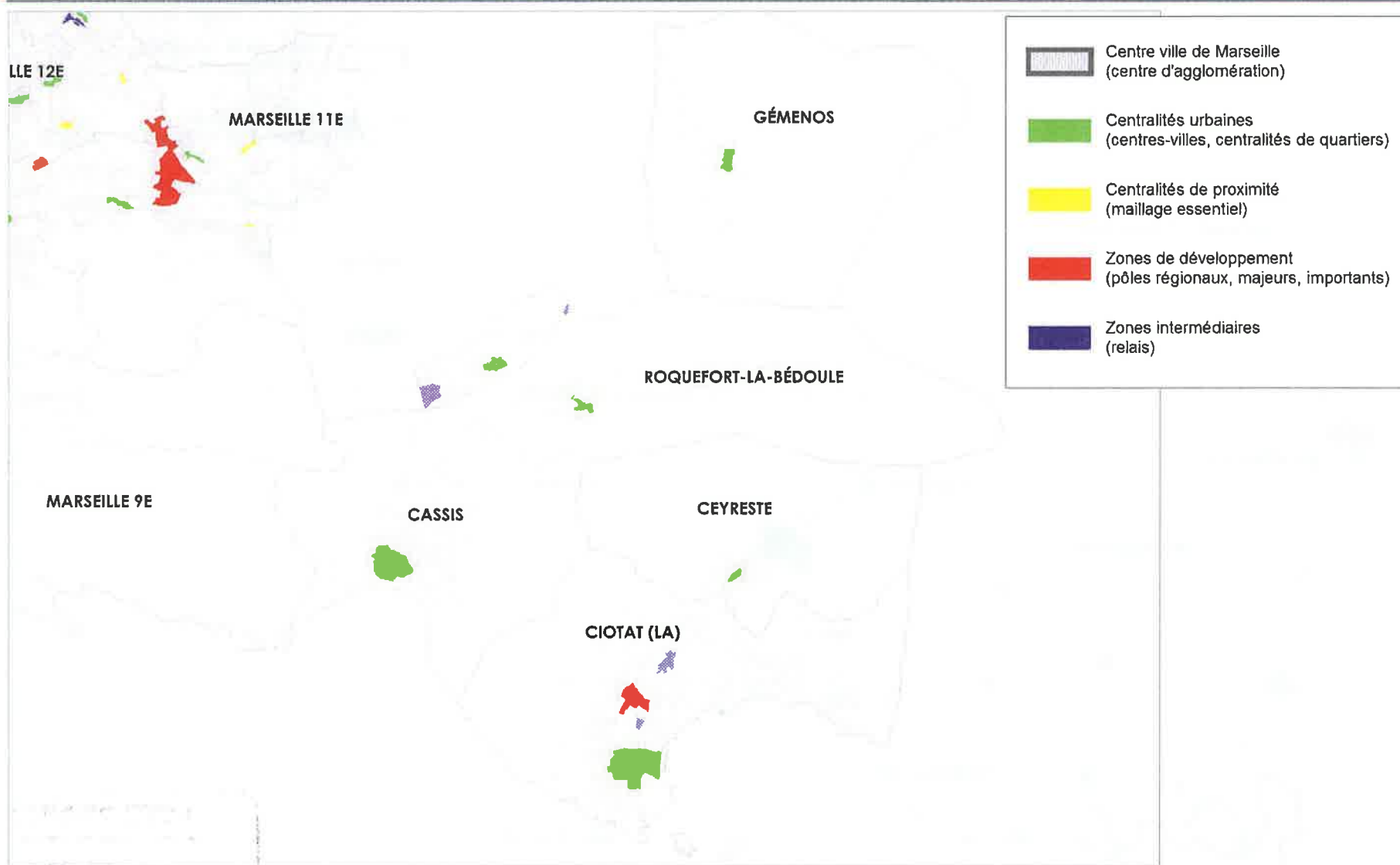




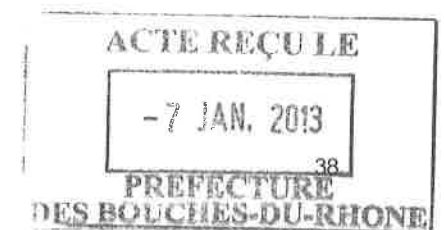
# LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR LE SECTEUR CENTRE:



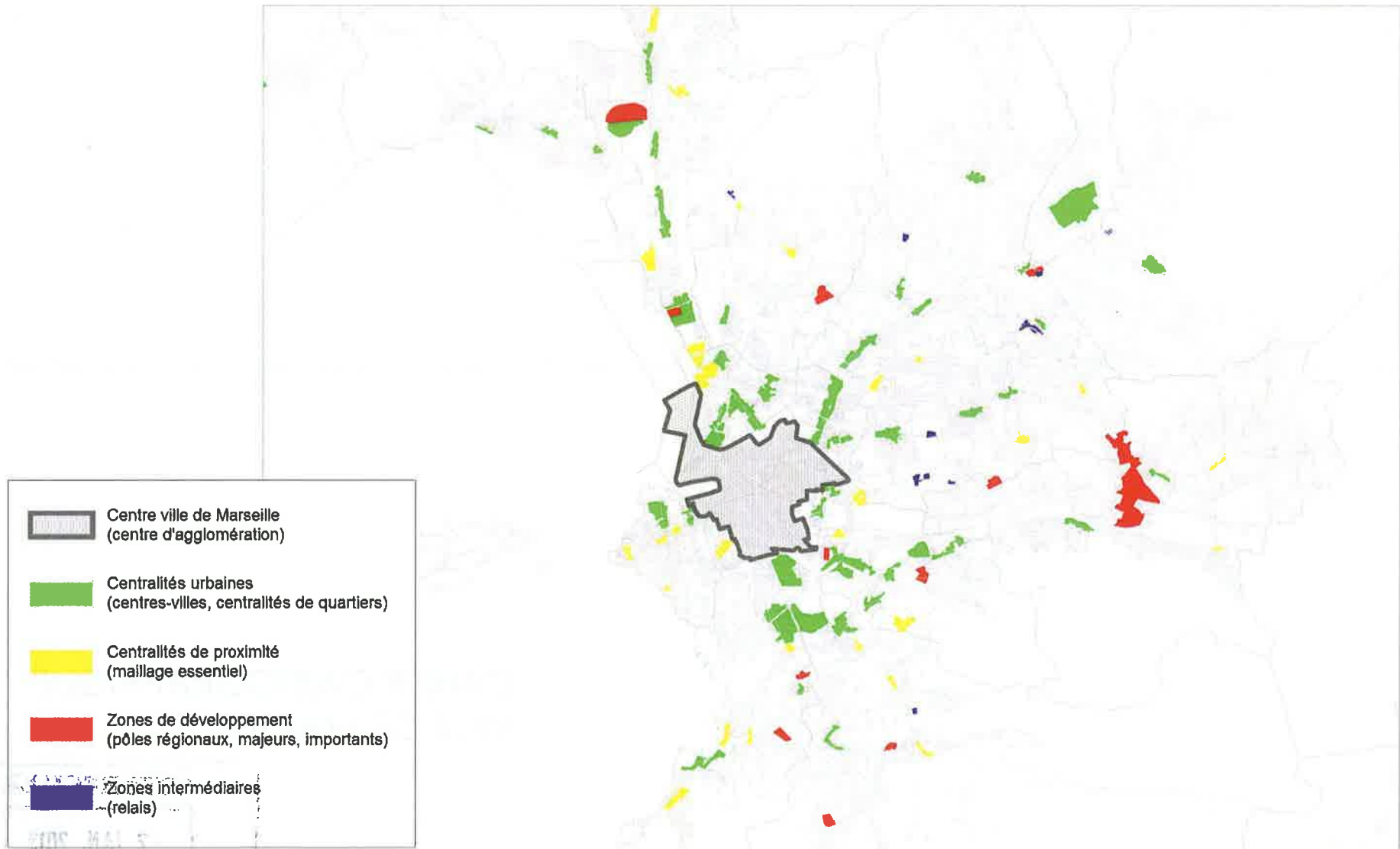
## LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR LE SECTEUR SUD-EST:



CAHIER CARTOGRAPHIQUE  
VILLE DE MARSEILLE



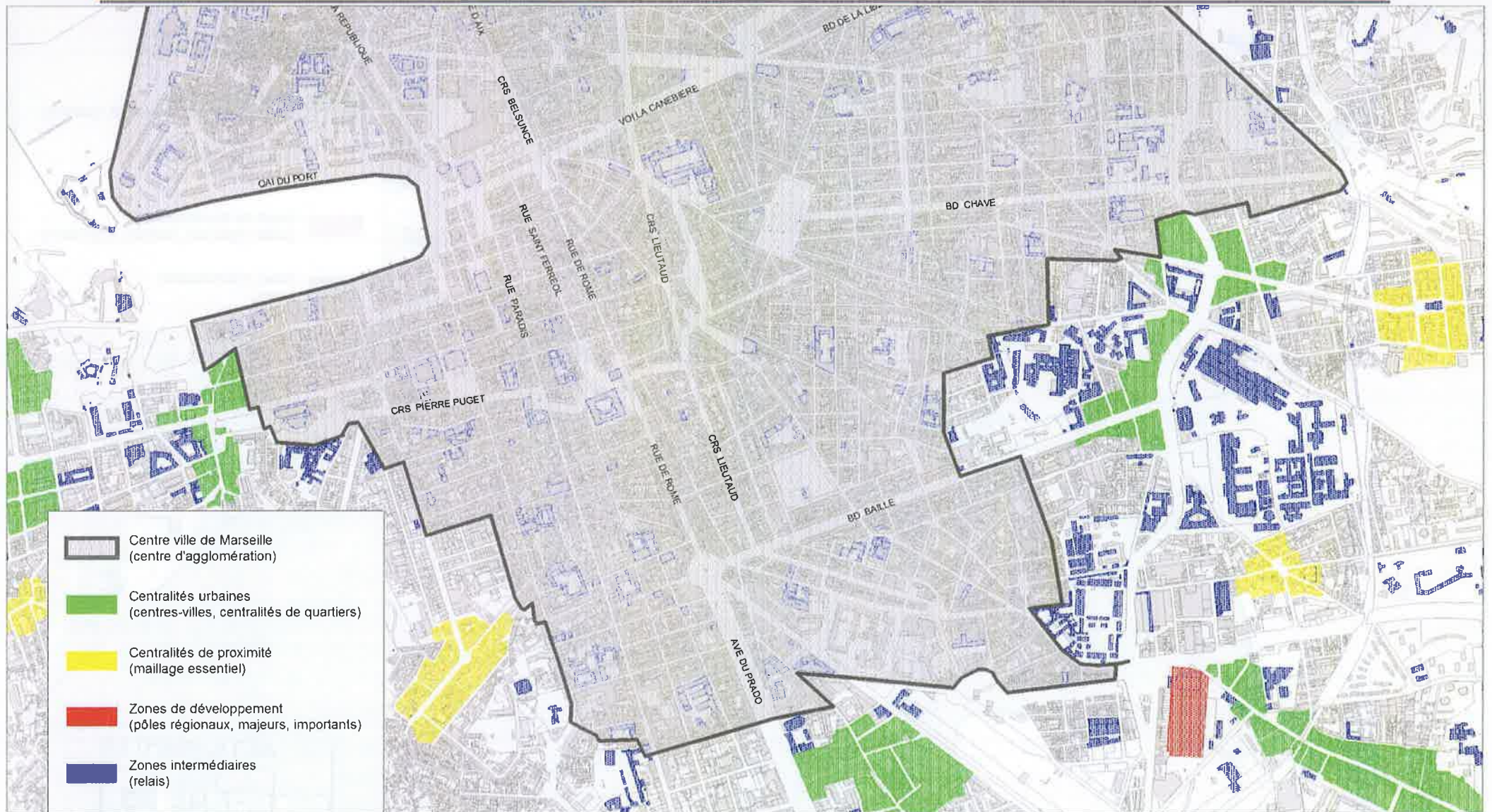
## LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR MARSEILLE:





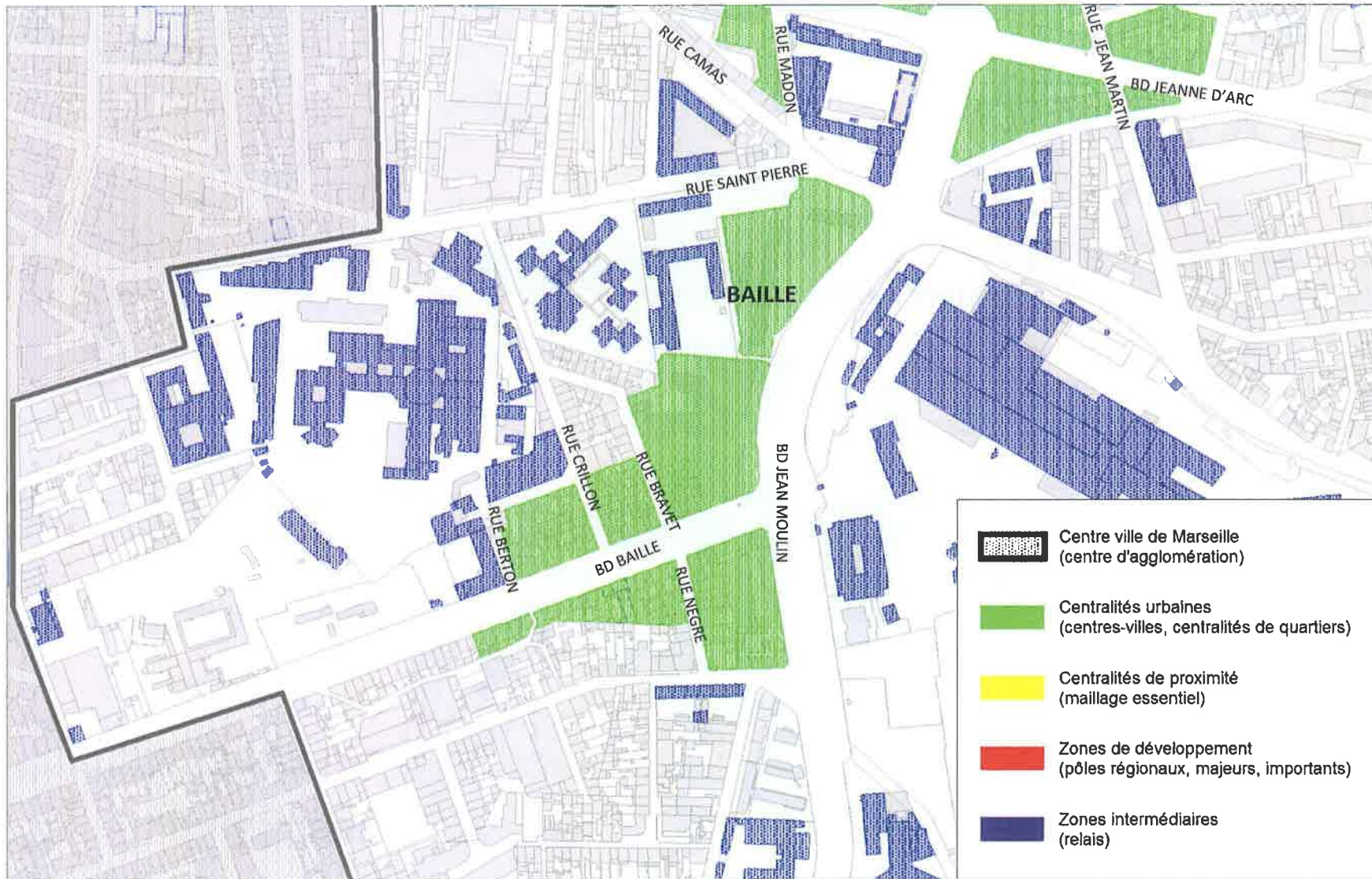


# CENTRE VILLE: partie Sud

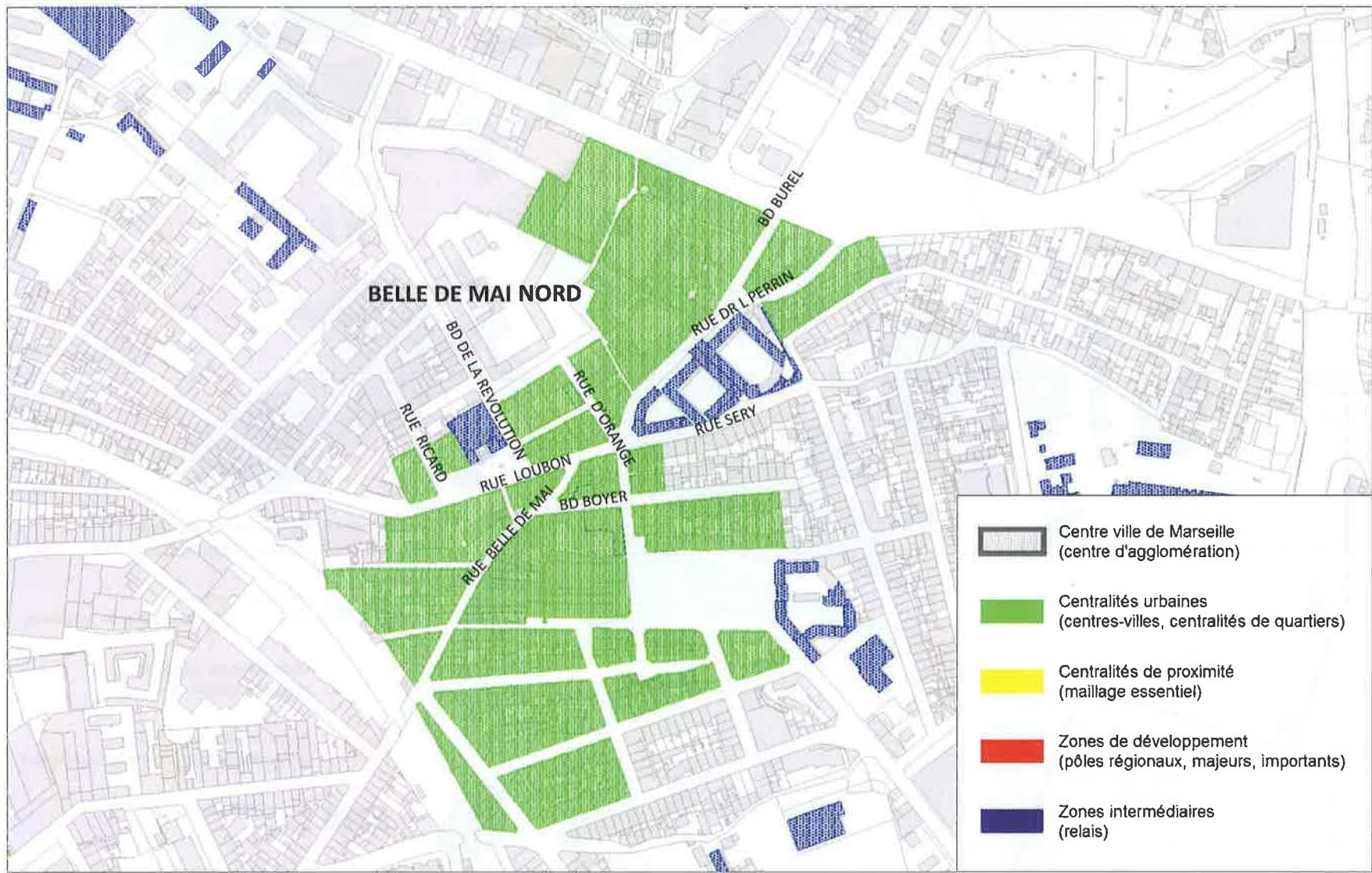




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): BAILLE



# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): BELLE DE MAI NORD

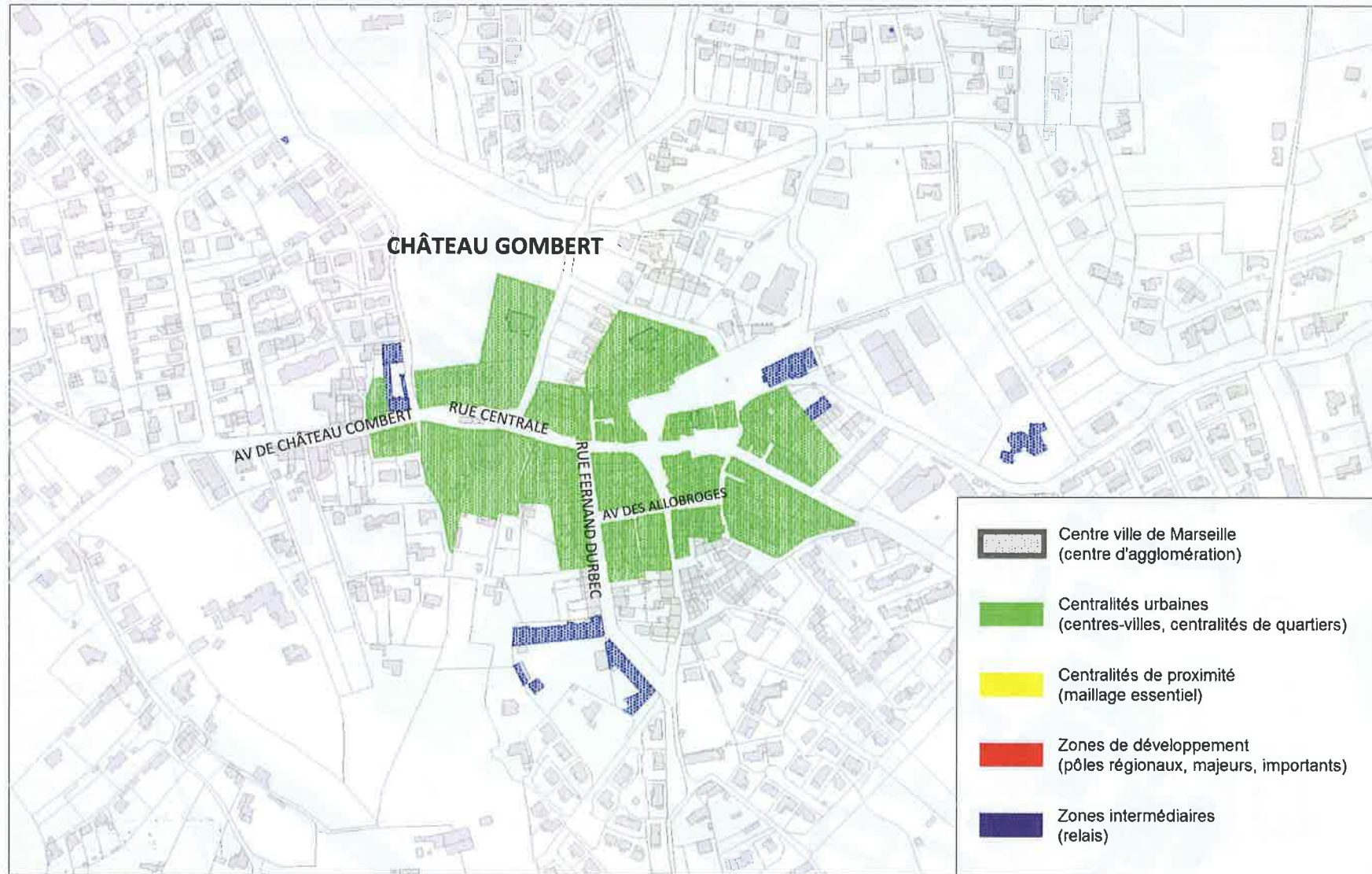




## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): BELLE DE MAI SUD

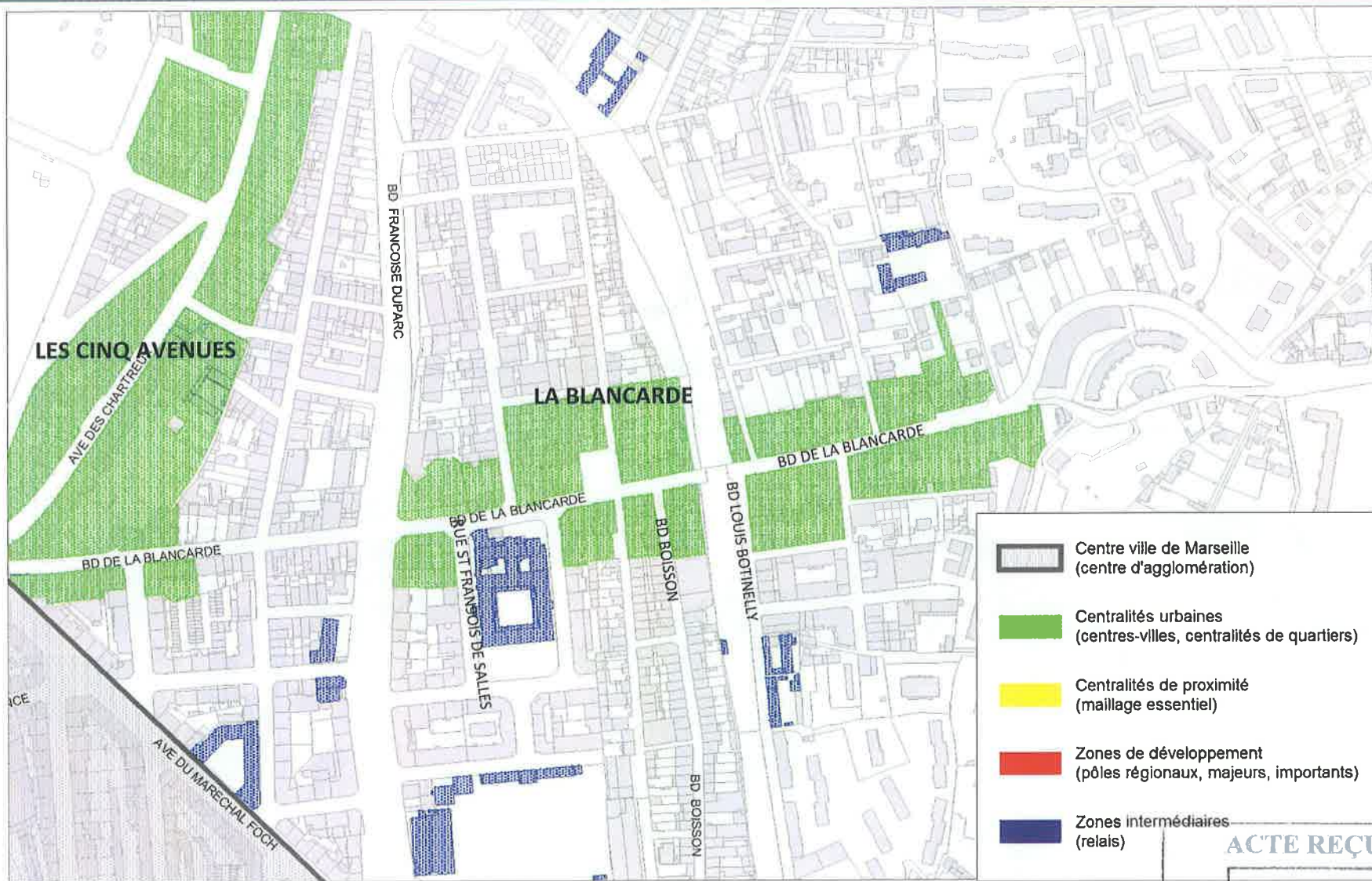


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): CHÂTEAU GOMBERT



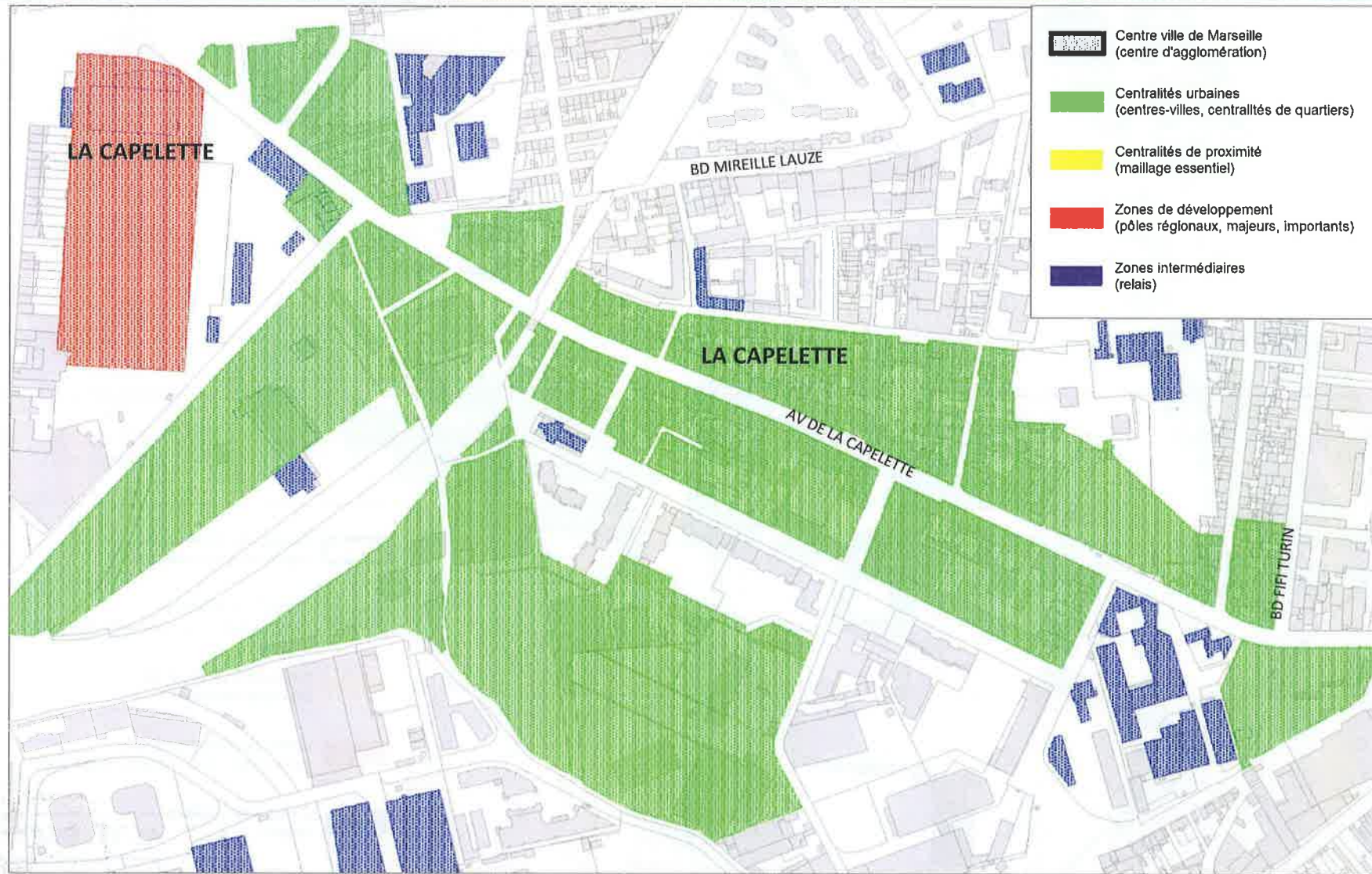


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LA BLANCARDE

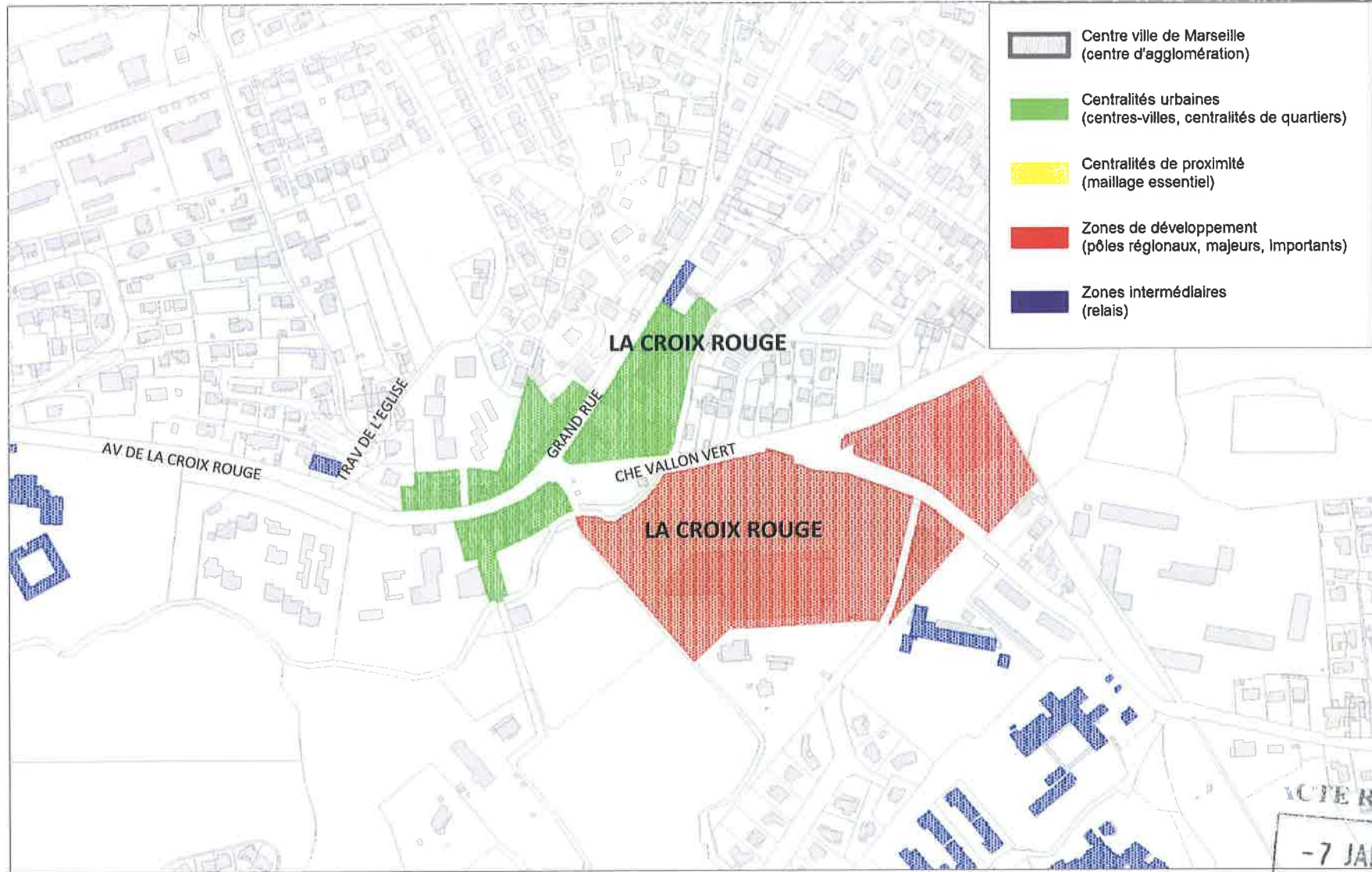




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LA CAPELETTE



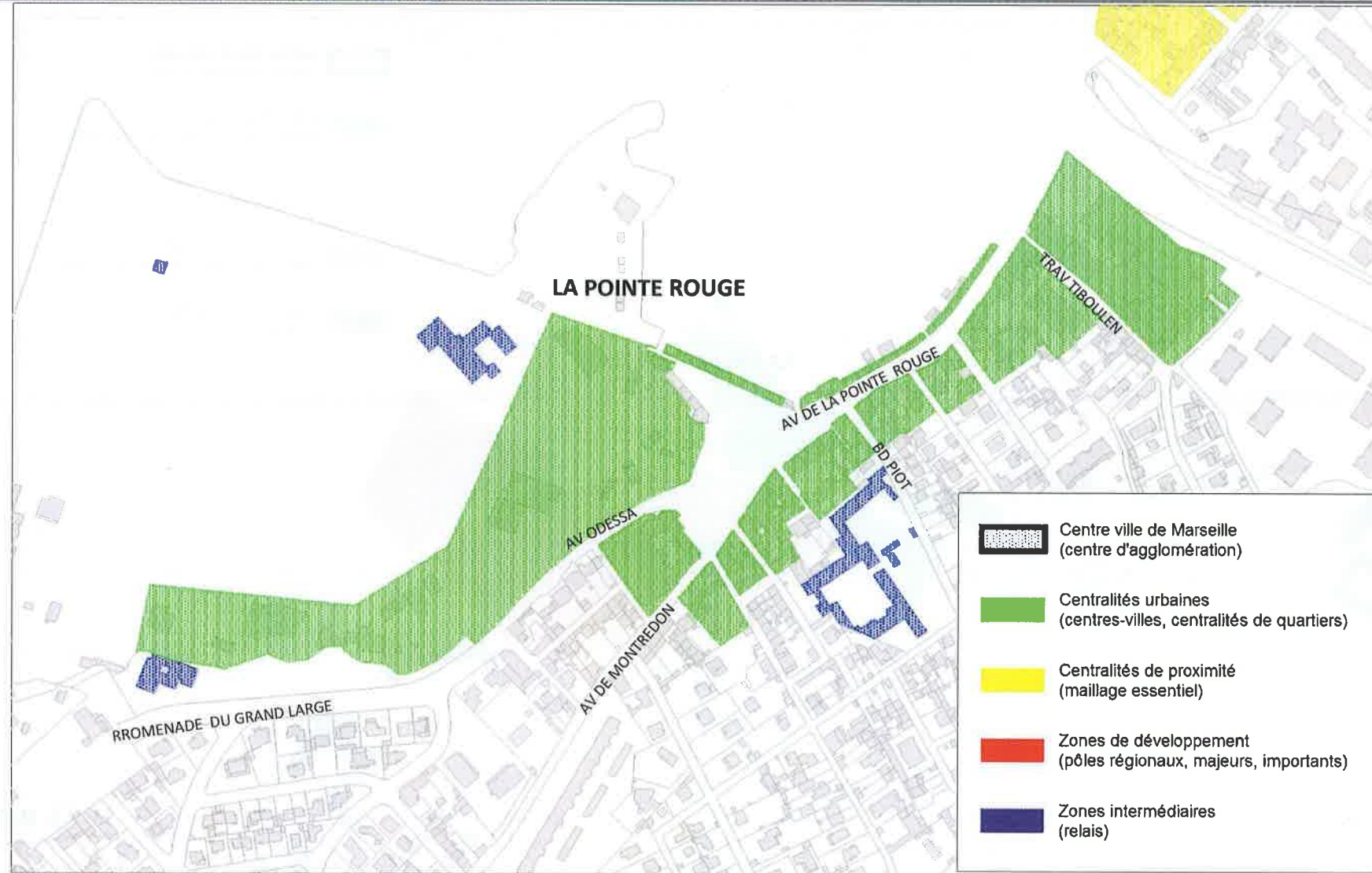
# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LA CROIX ROUGE



ACTE REÇU LE  
-7 JAN. 2013  
PRÉFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHÔNE

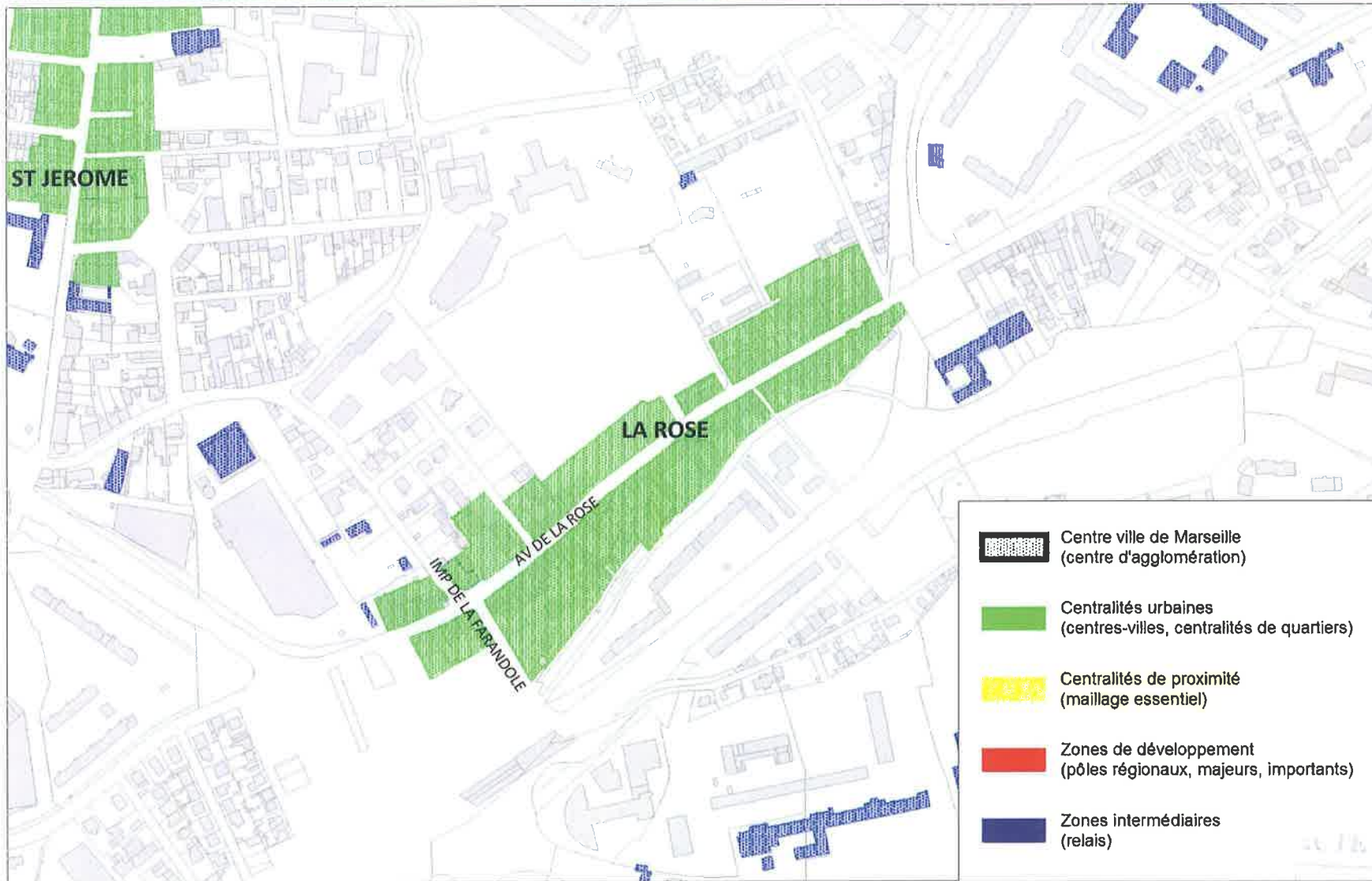


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LA POINTE ROUGE

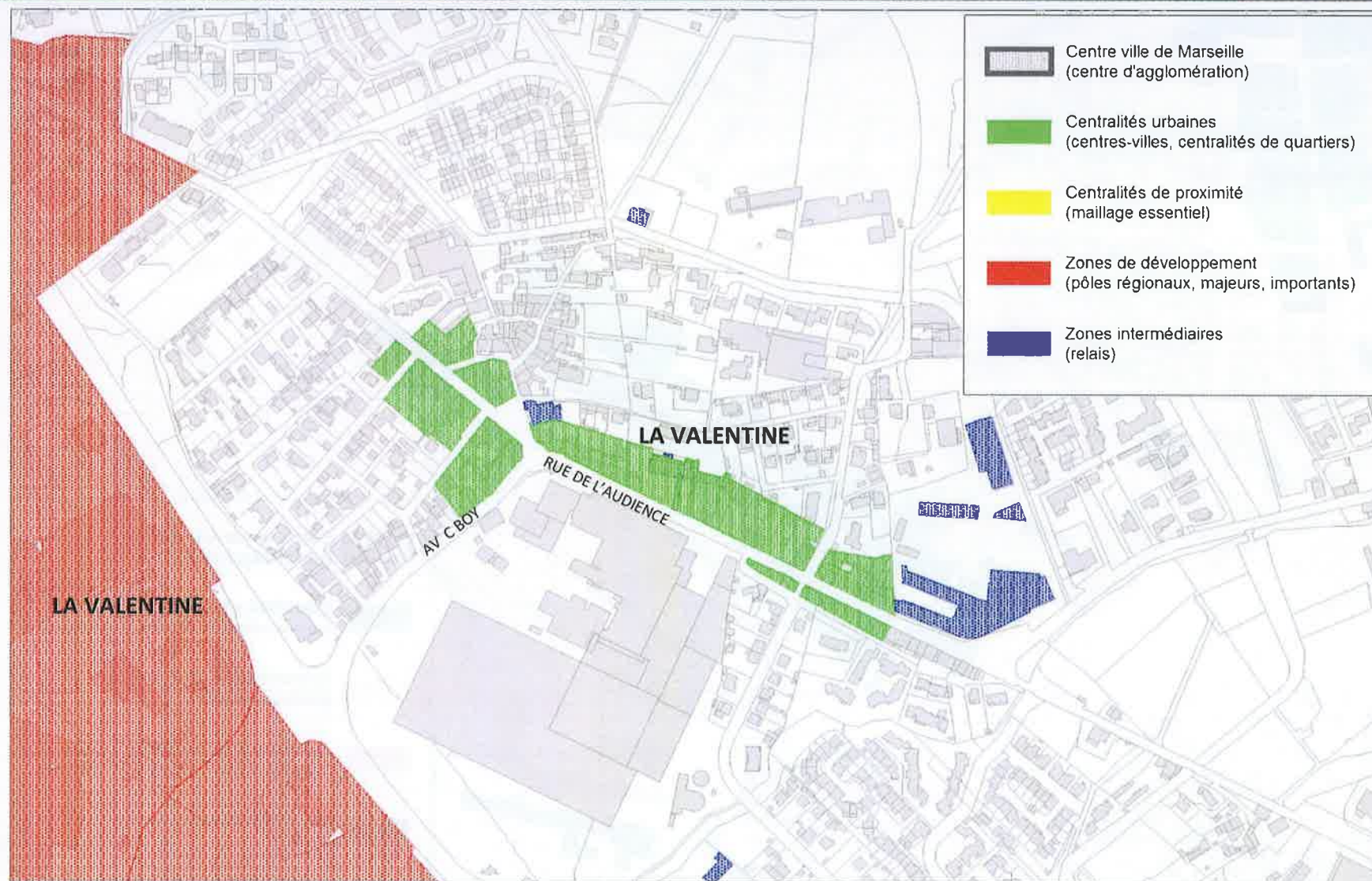




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LA ROSE

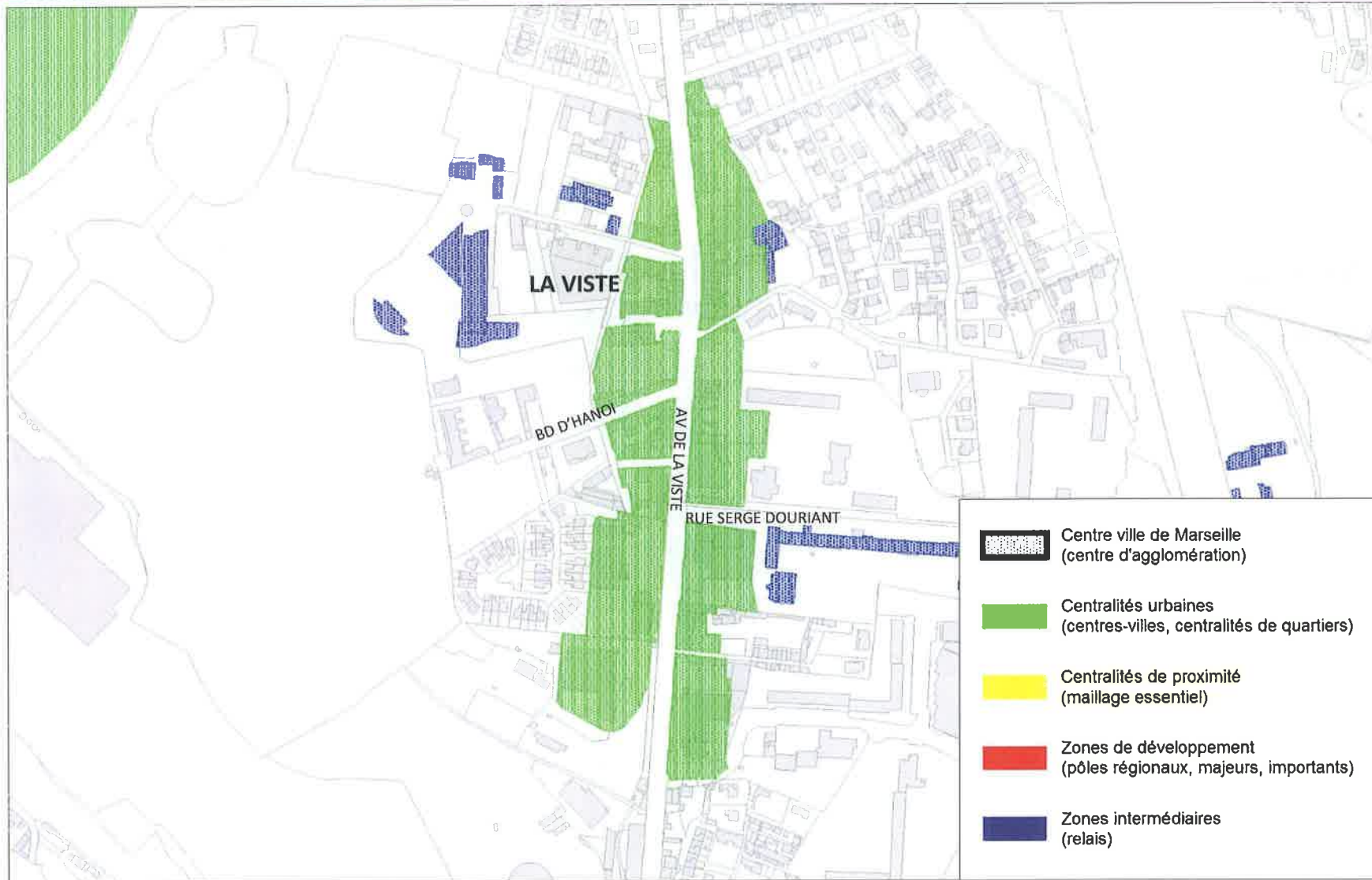


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LA VALENTINE

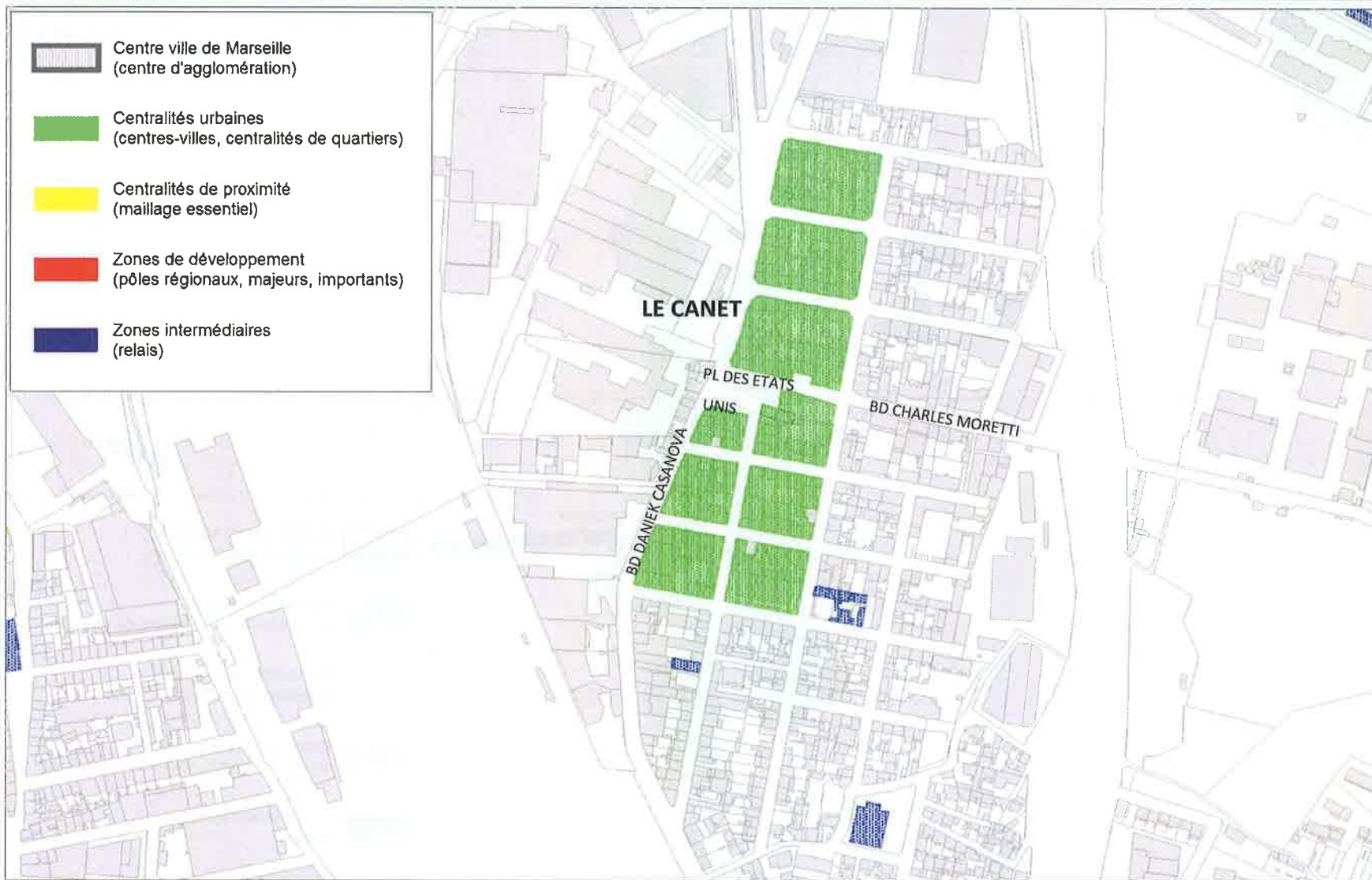




## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LA VISTE



# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LE CANET

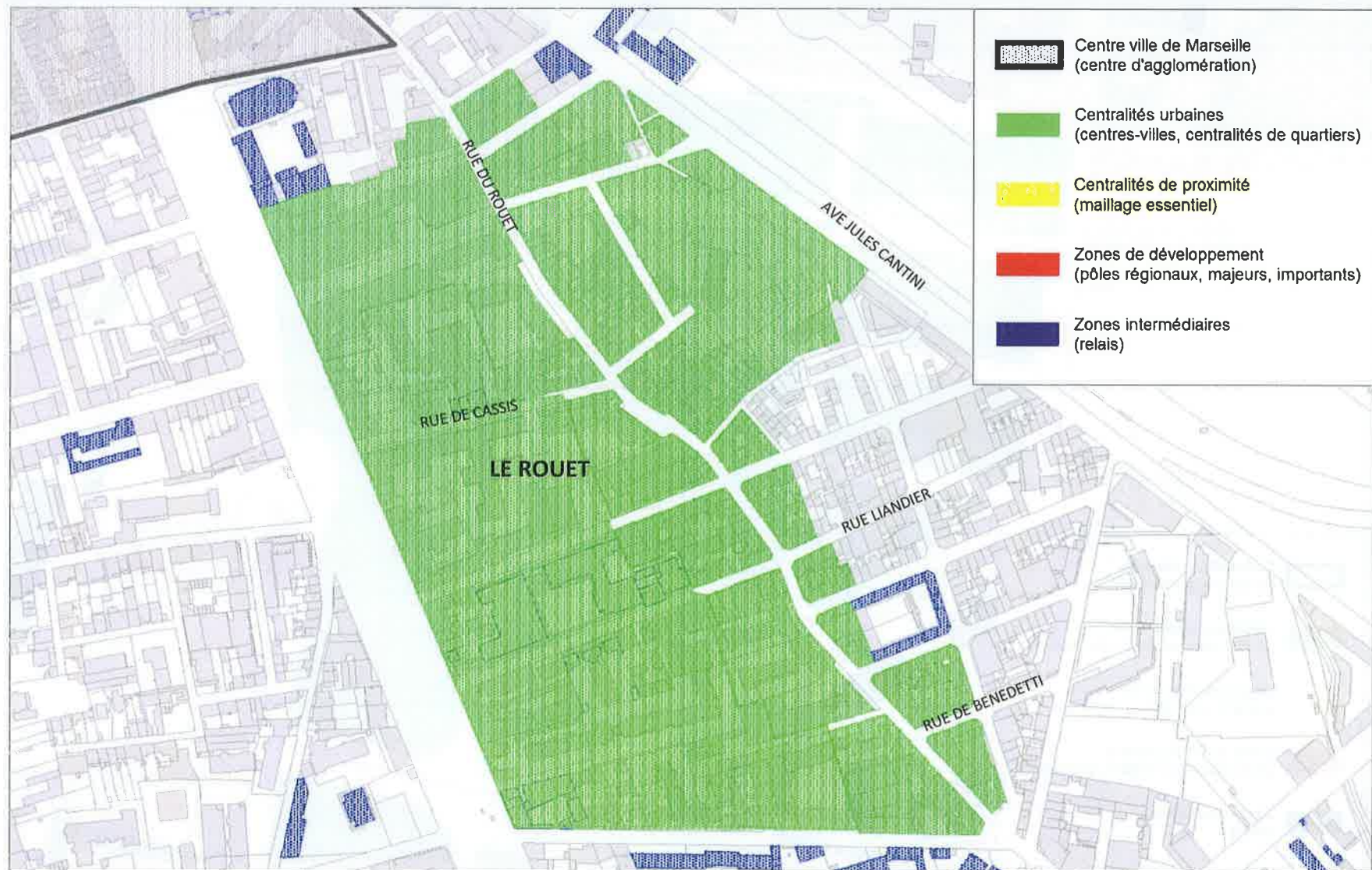


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LE PHARO



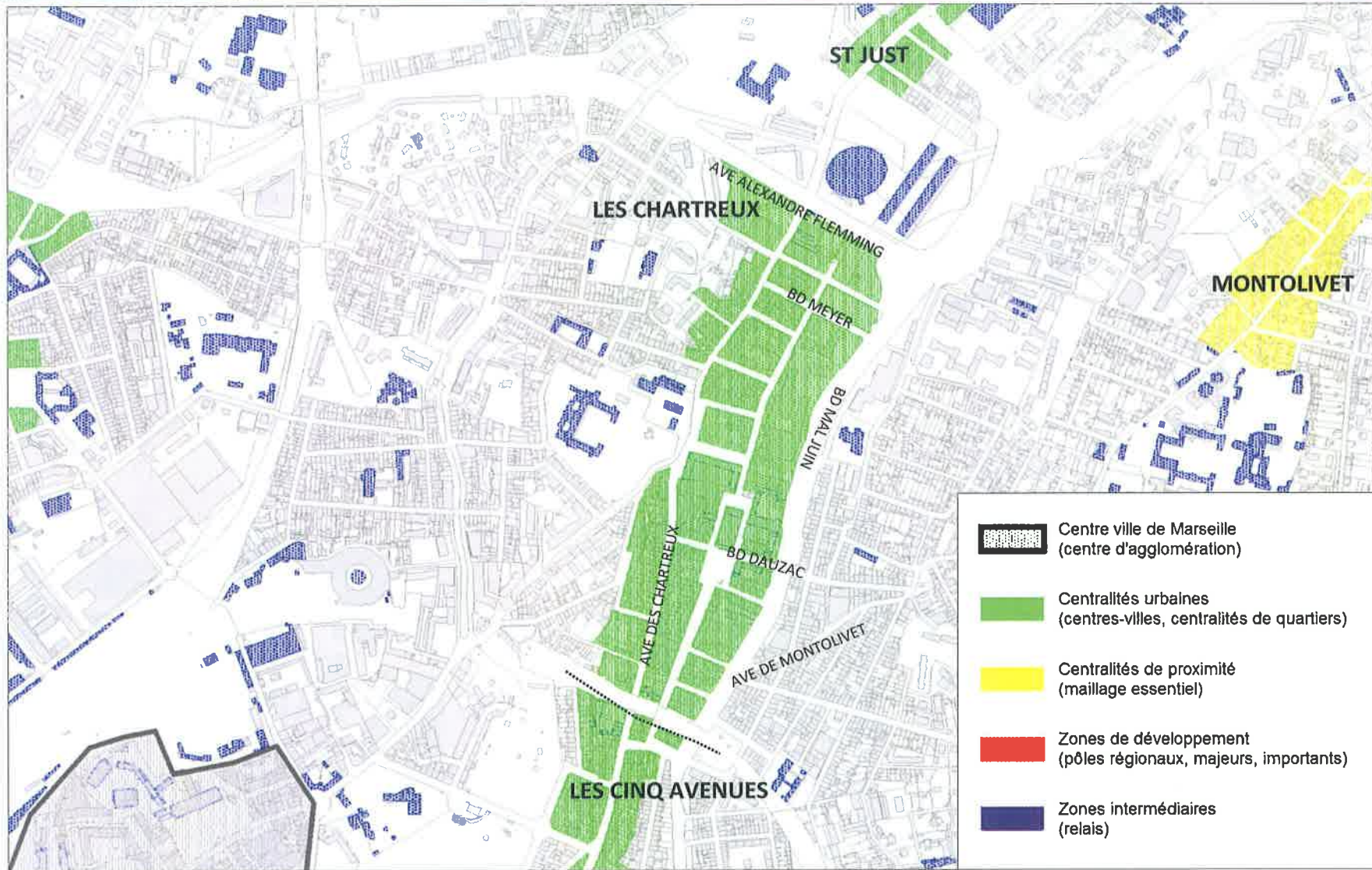


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LE ROUET

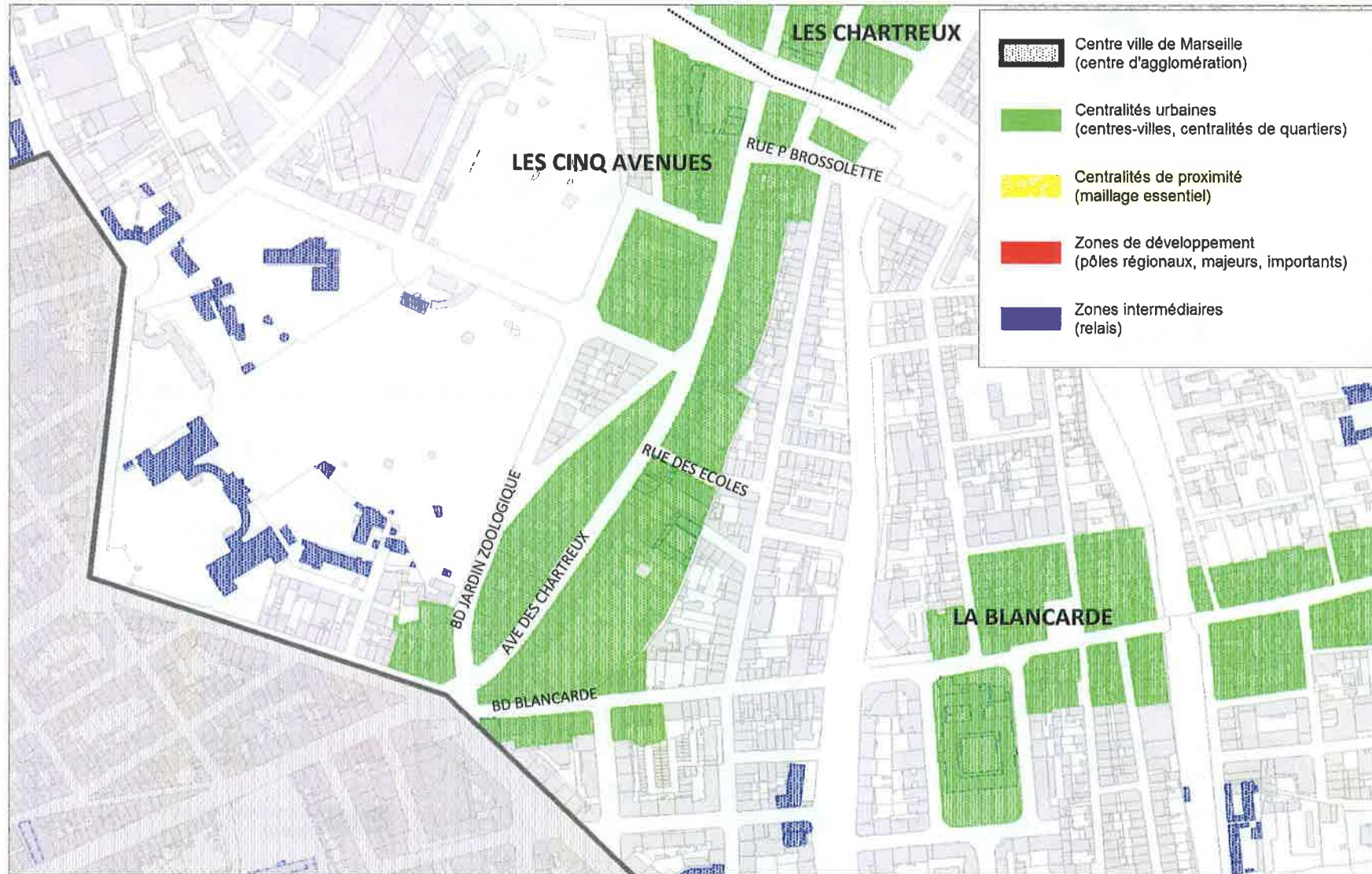




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES CHARTREUX

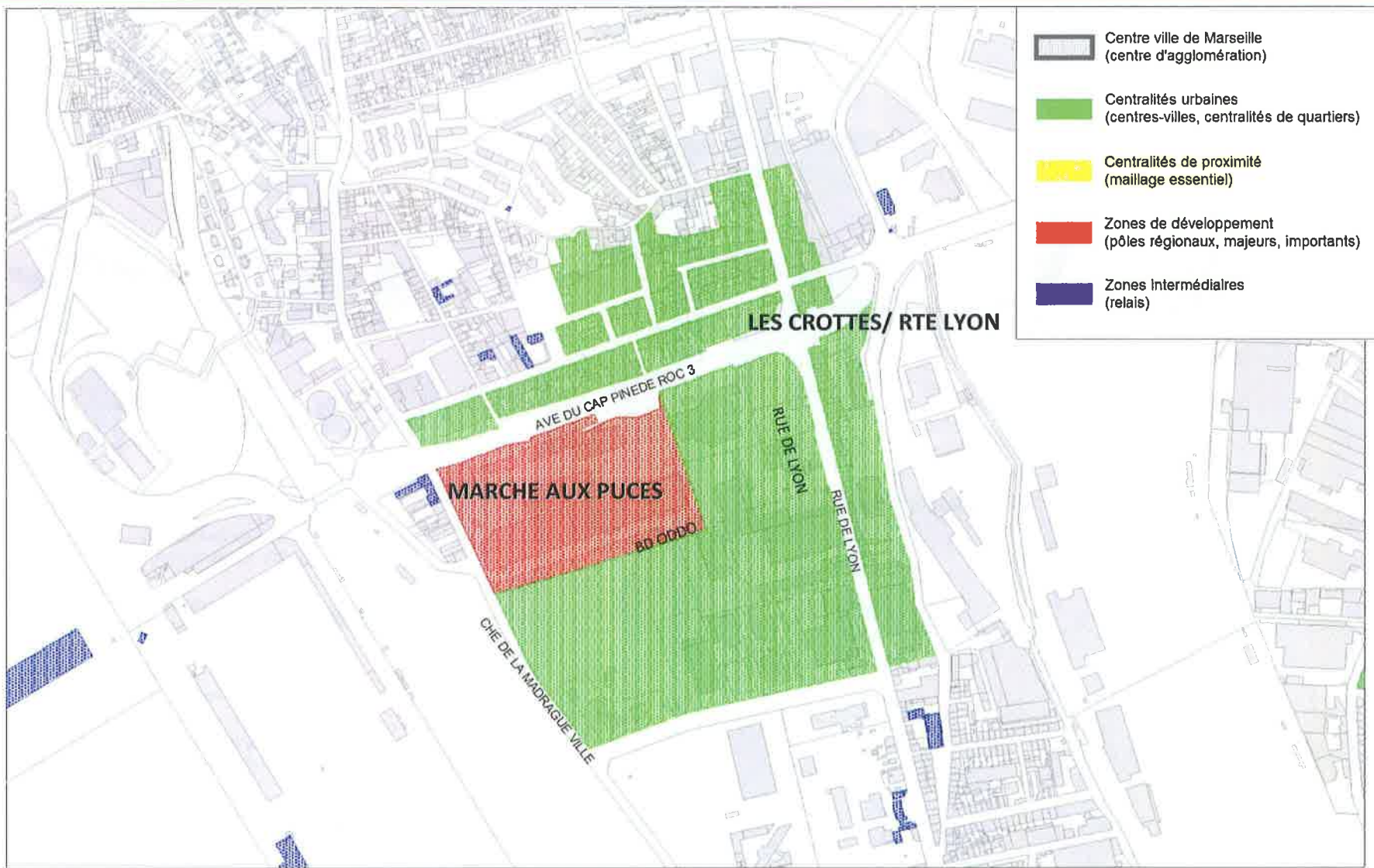


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES CINQ AVENUES

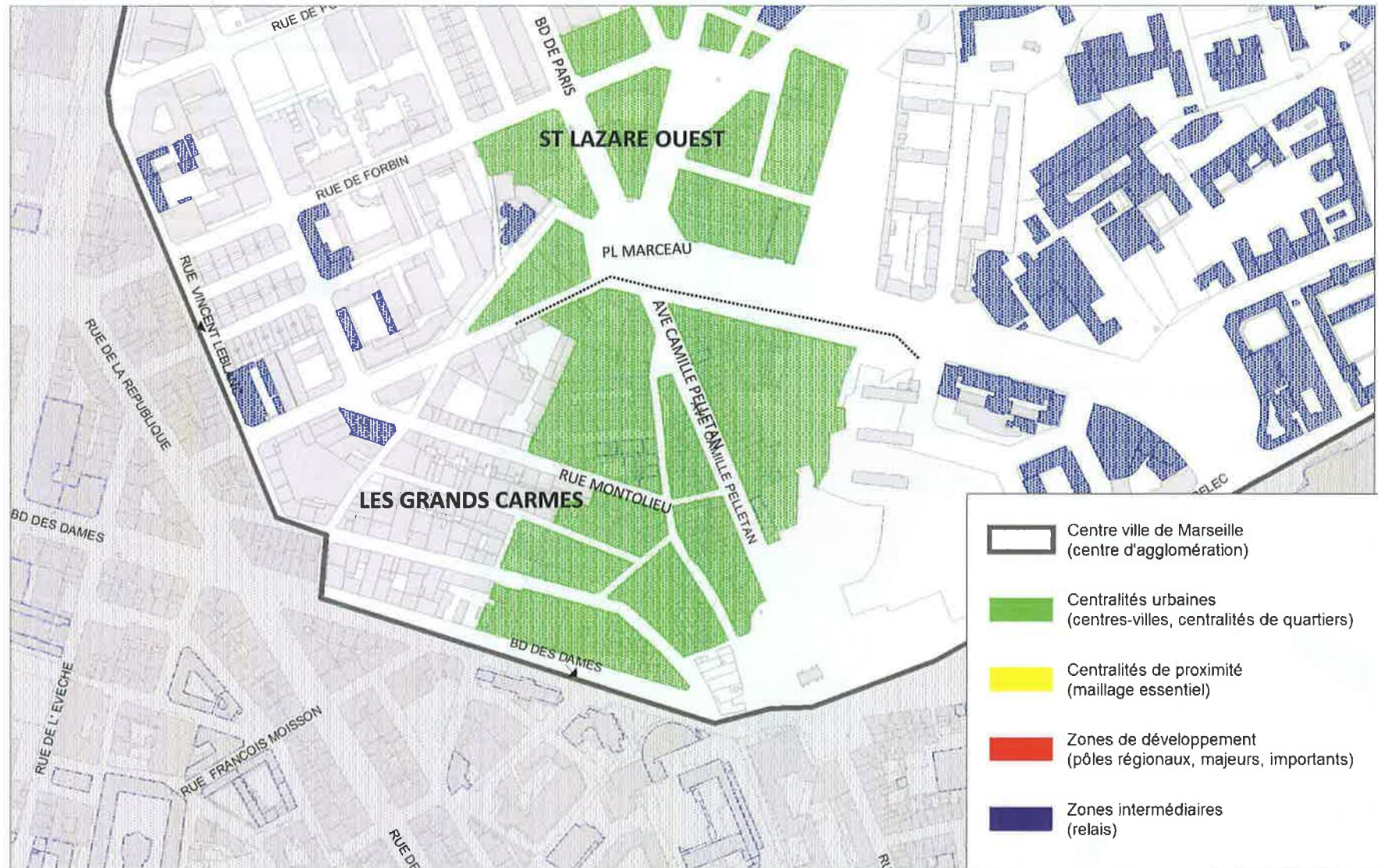




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES CROTTES / ROUTE DE LYON

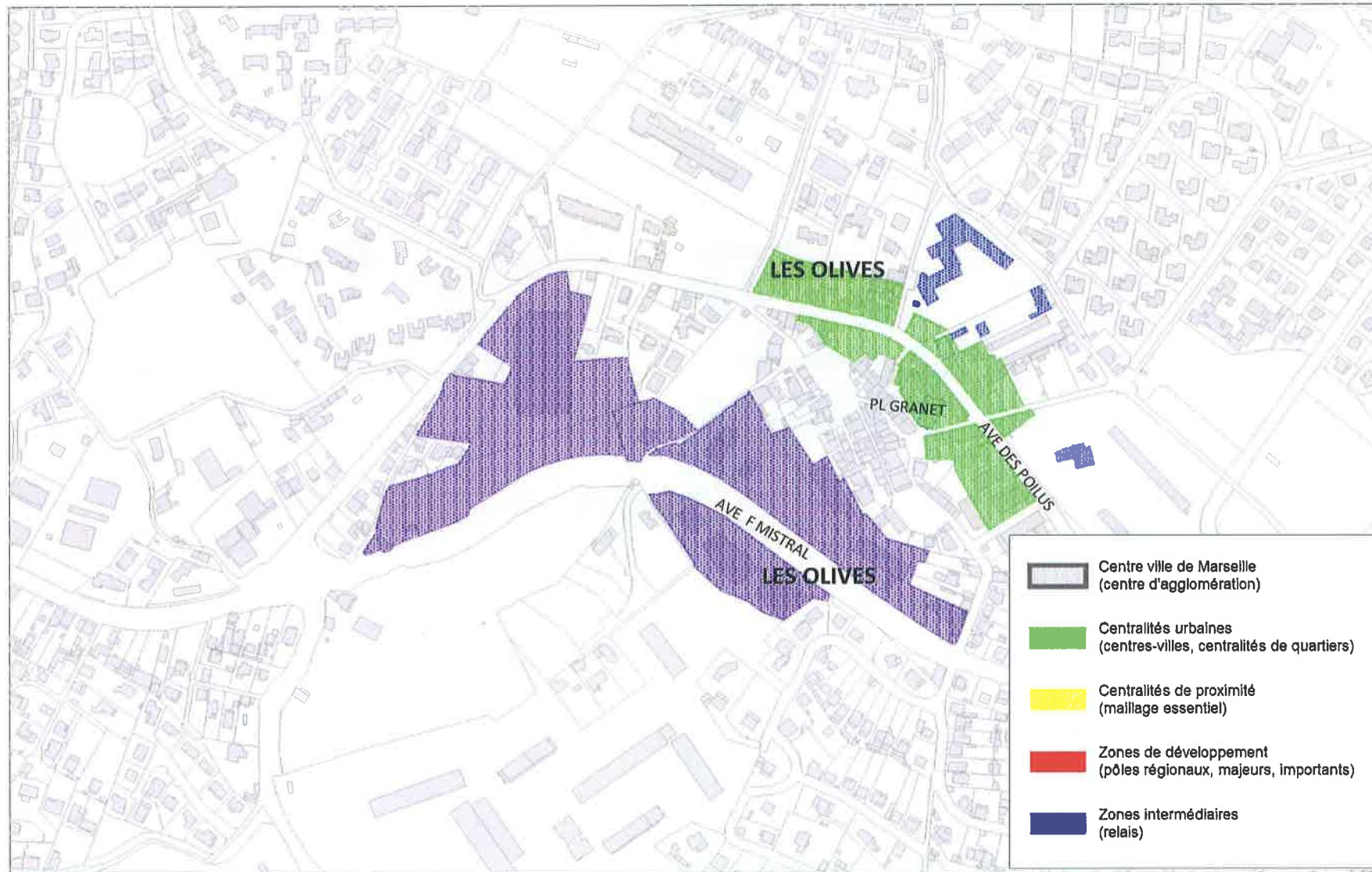


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES GRANDS CARMES

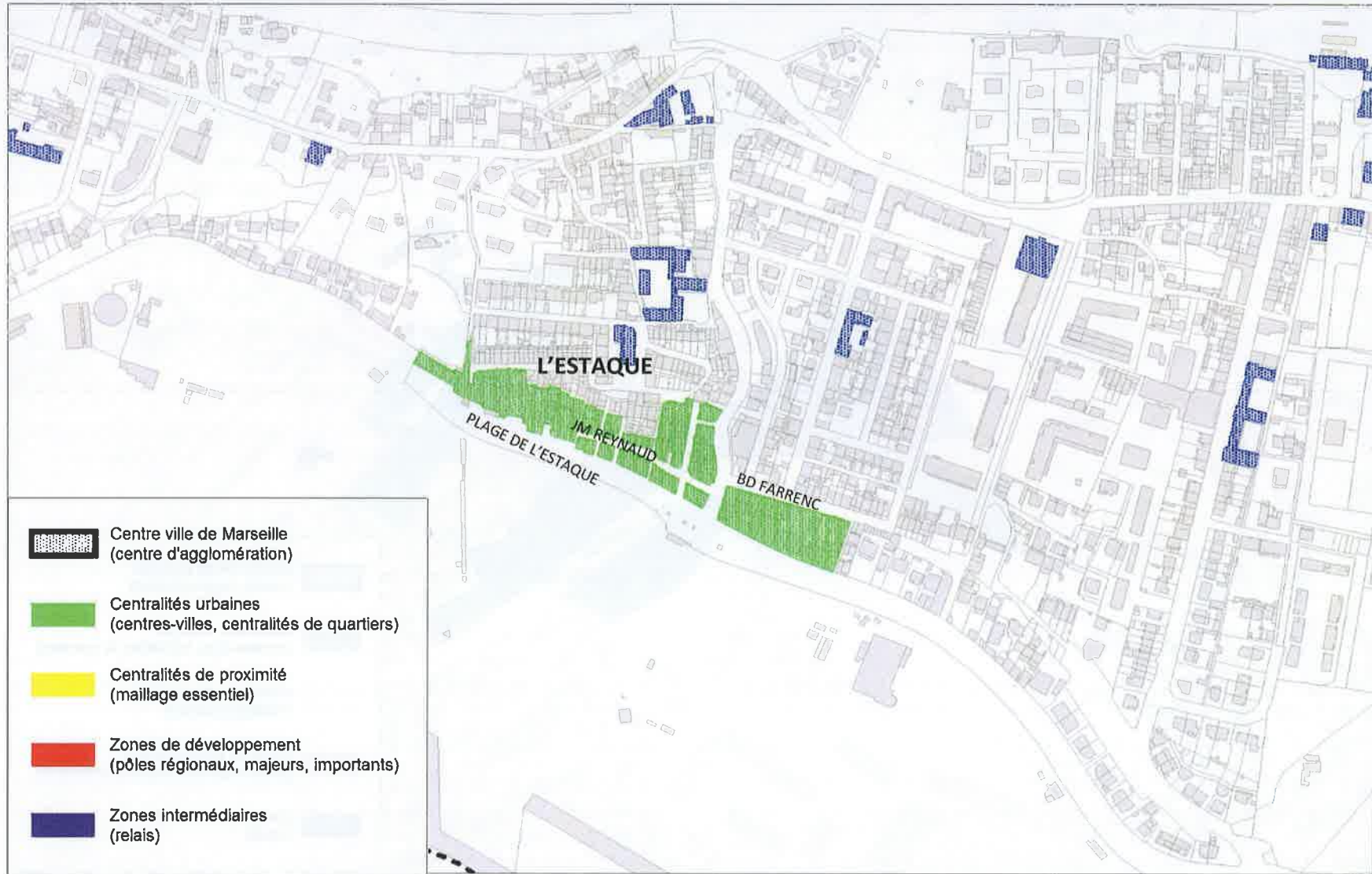




## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): LES OLIVES

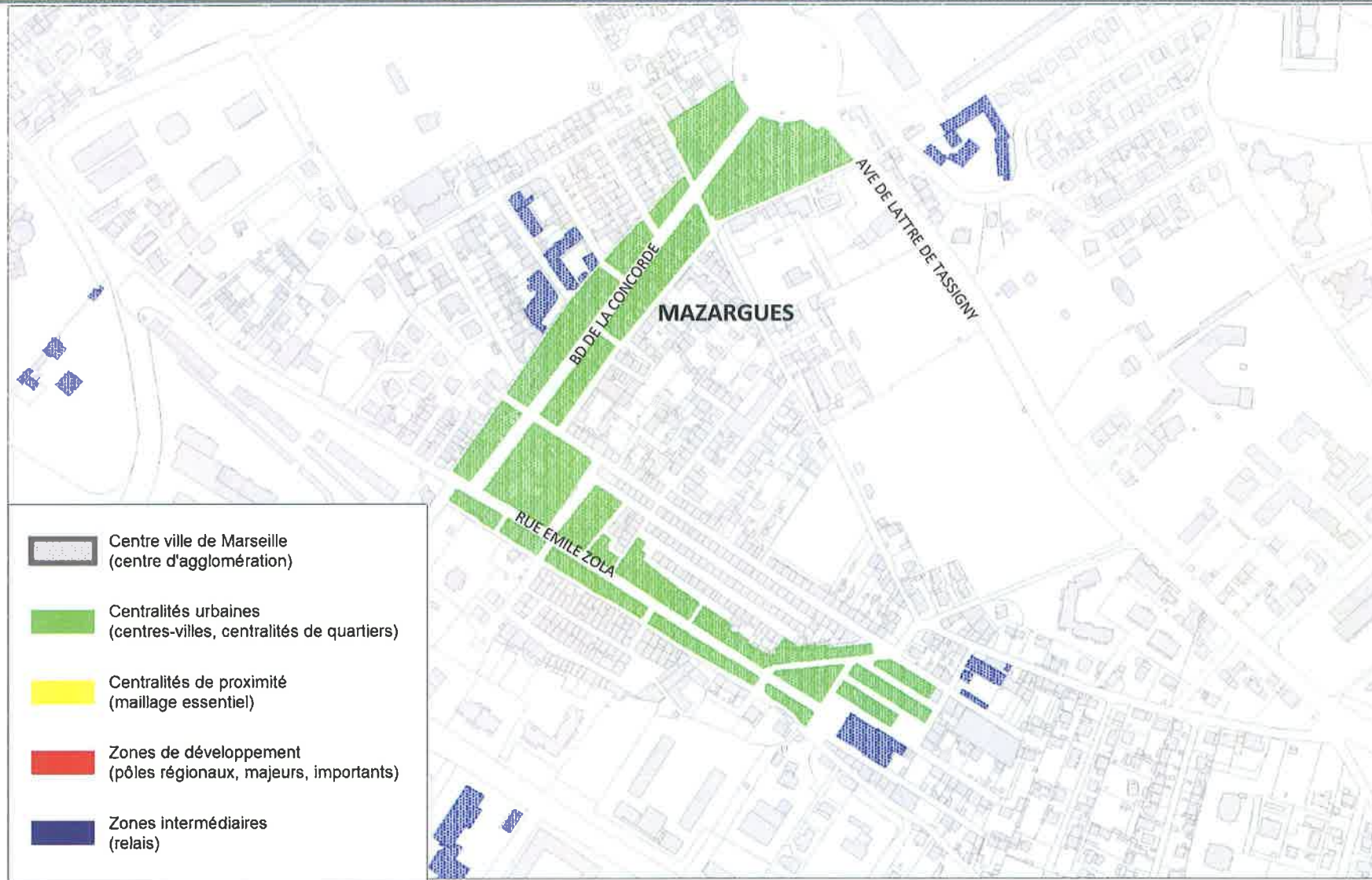


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): L'ESTAQUE

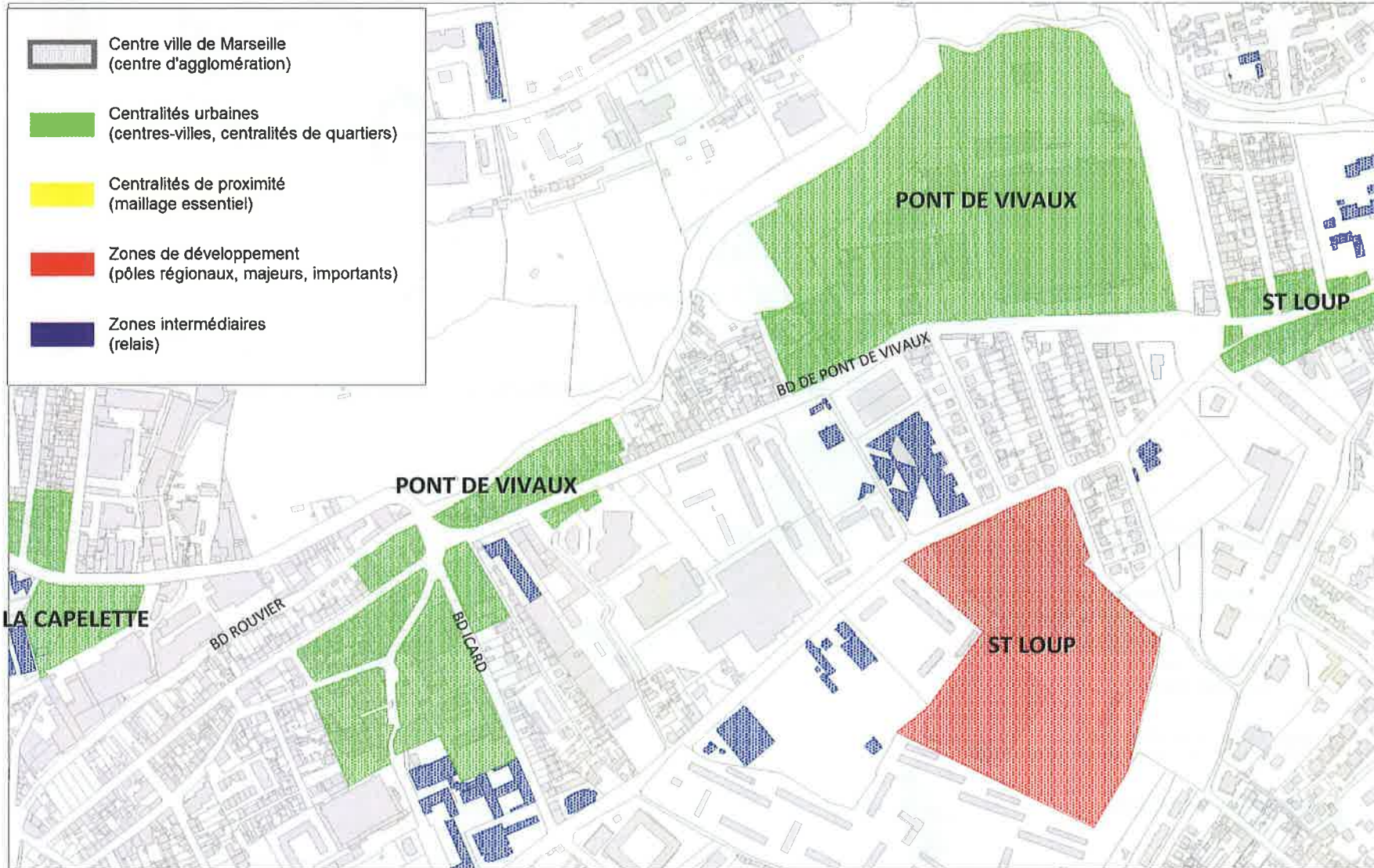




## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): MAZARGUES

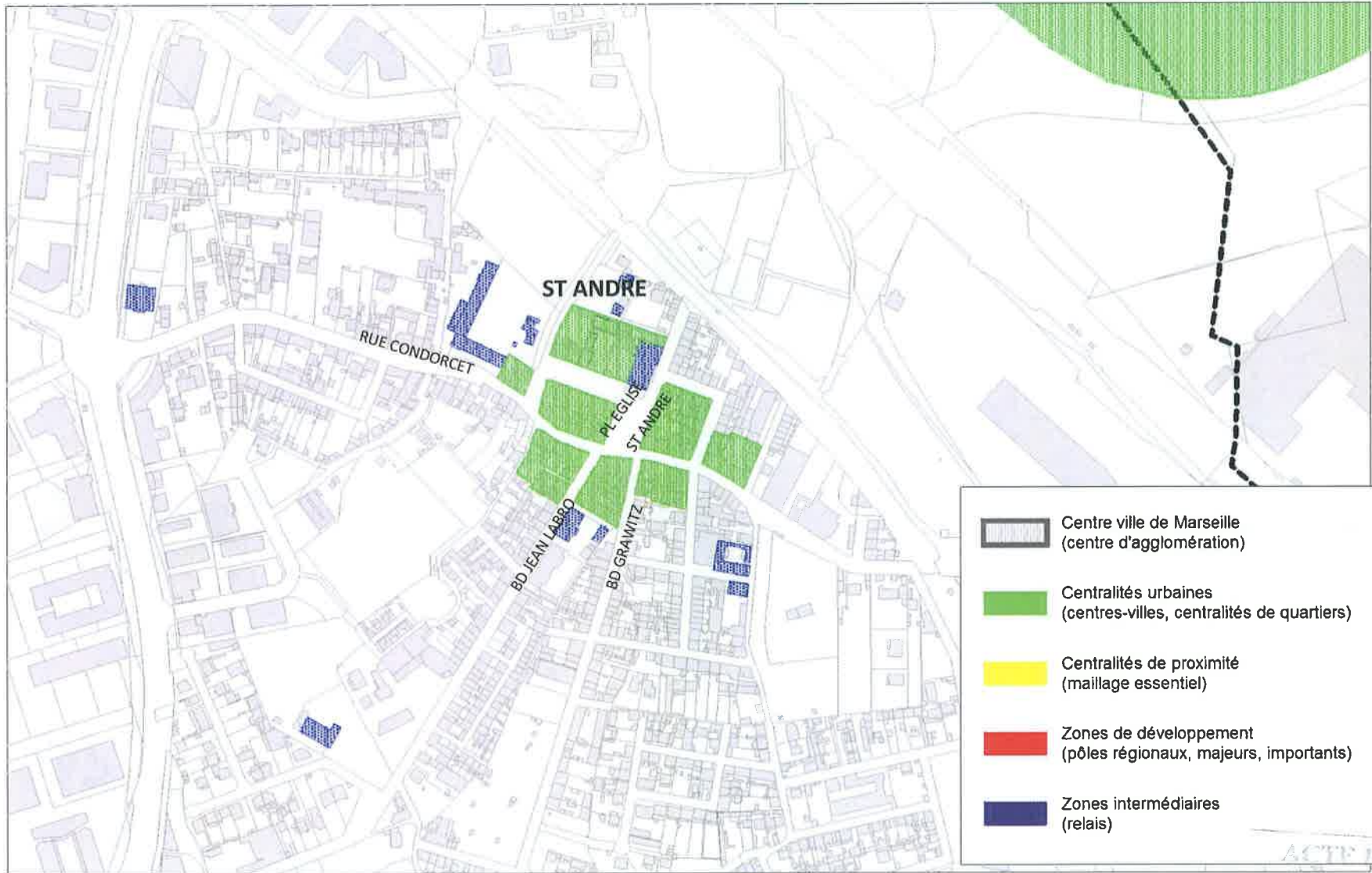


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): PONT DE VIVAUX



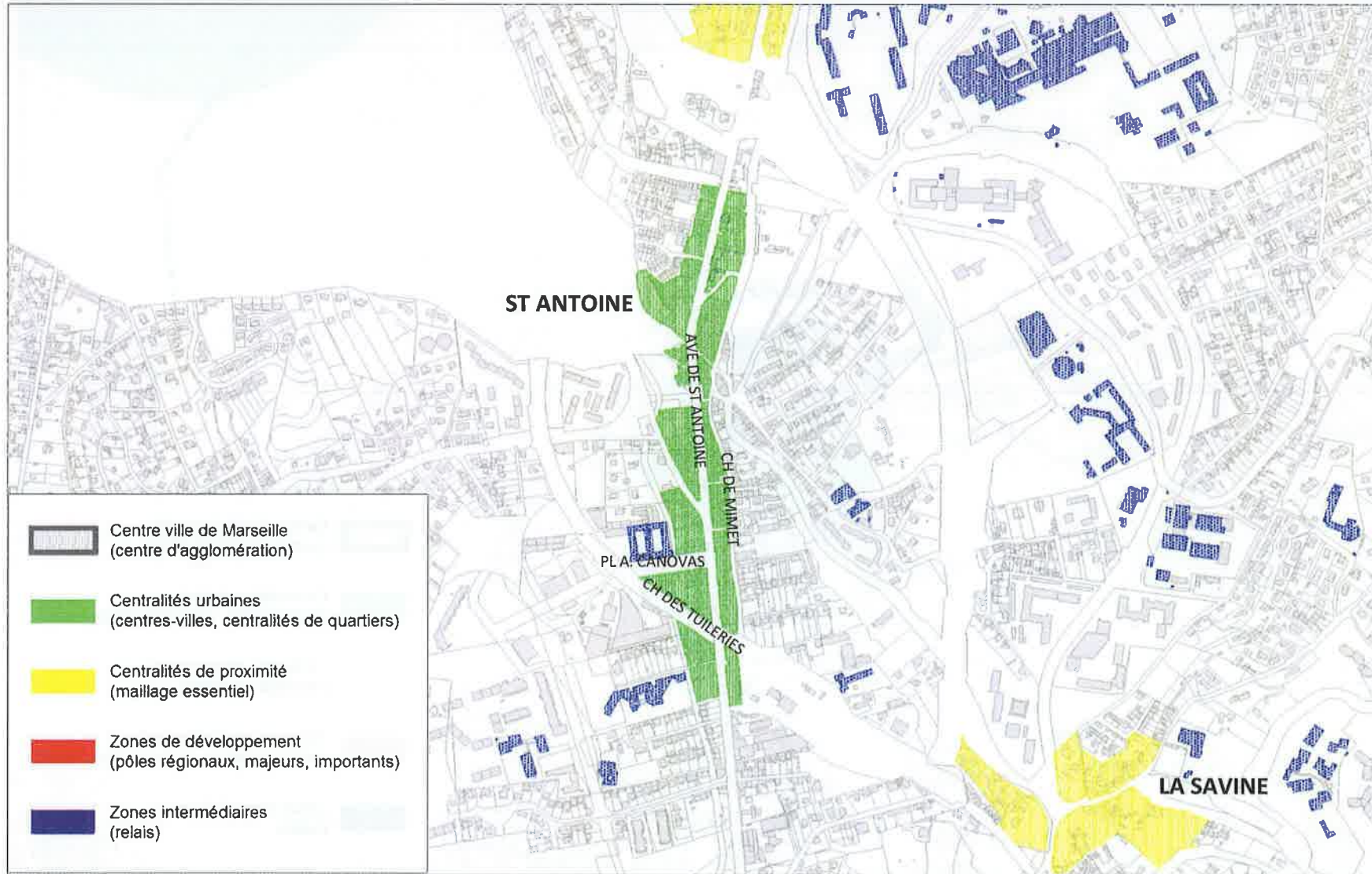


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST ANDRE



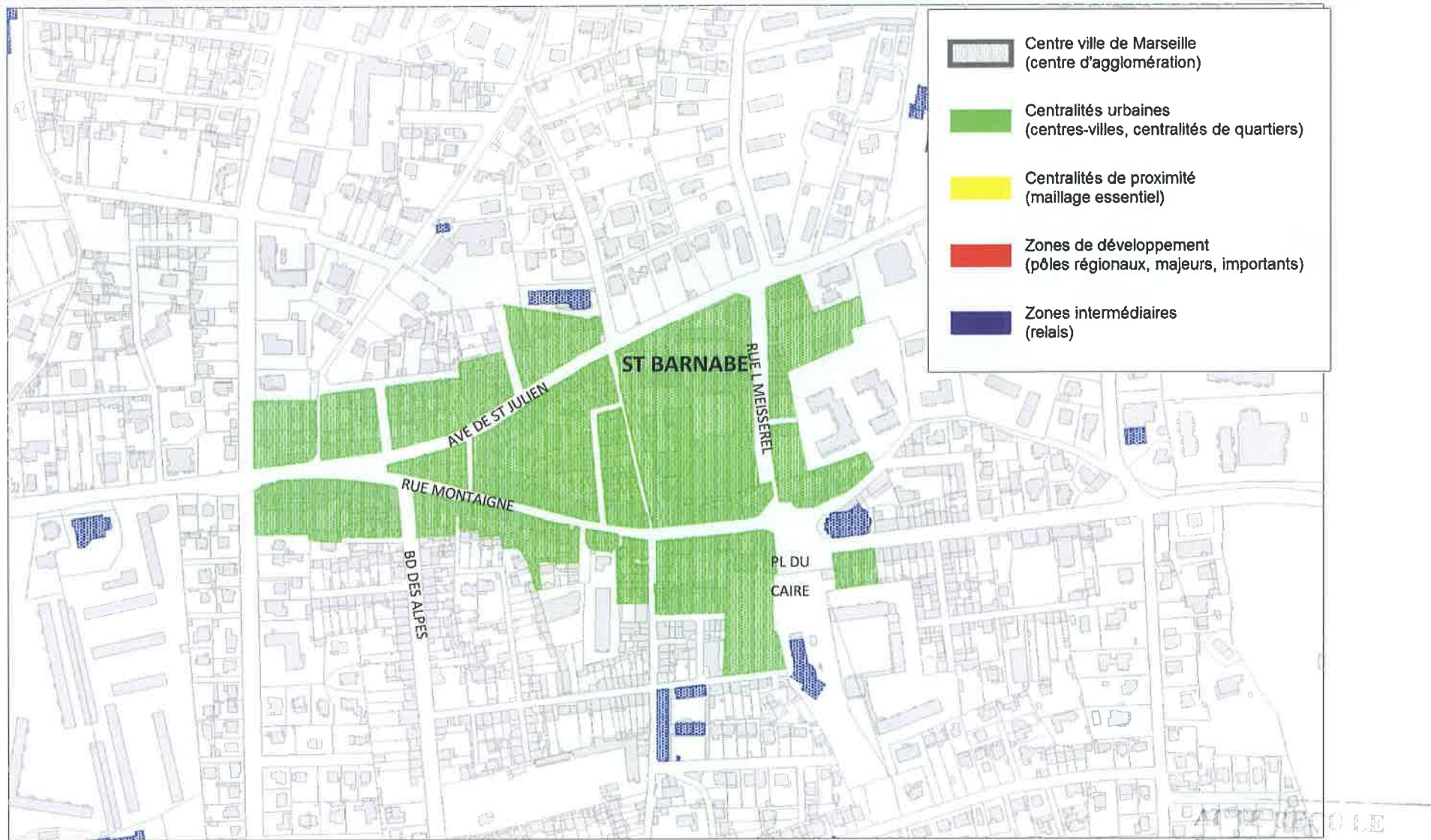
ACTE REÇU LE  
- 7 JANV 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST ANTOINE

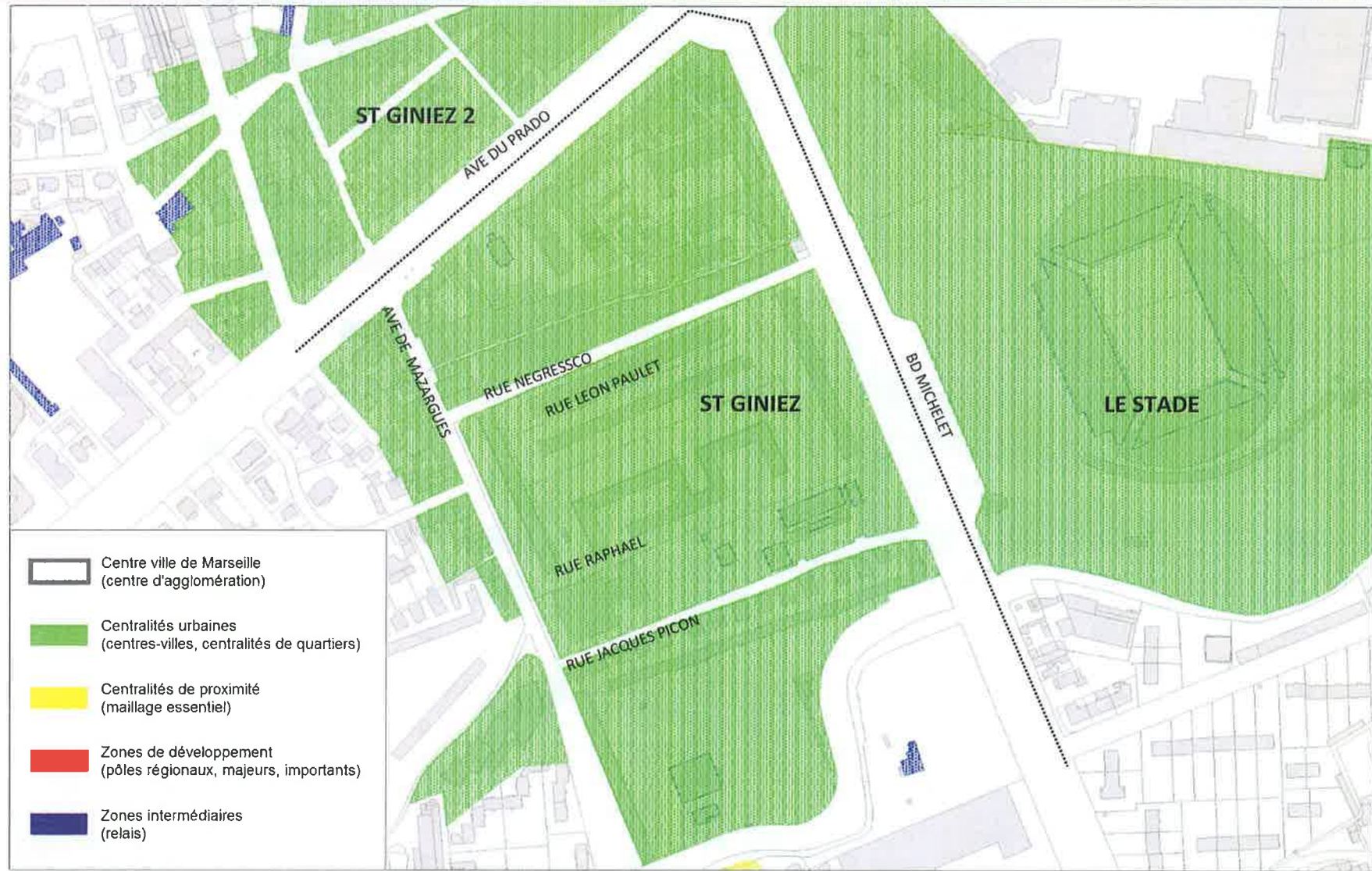




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST BARNABE

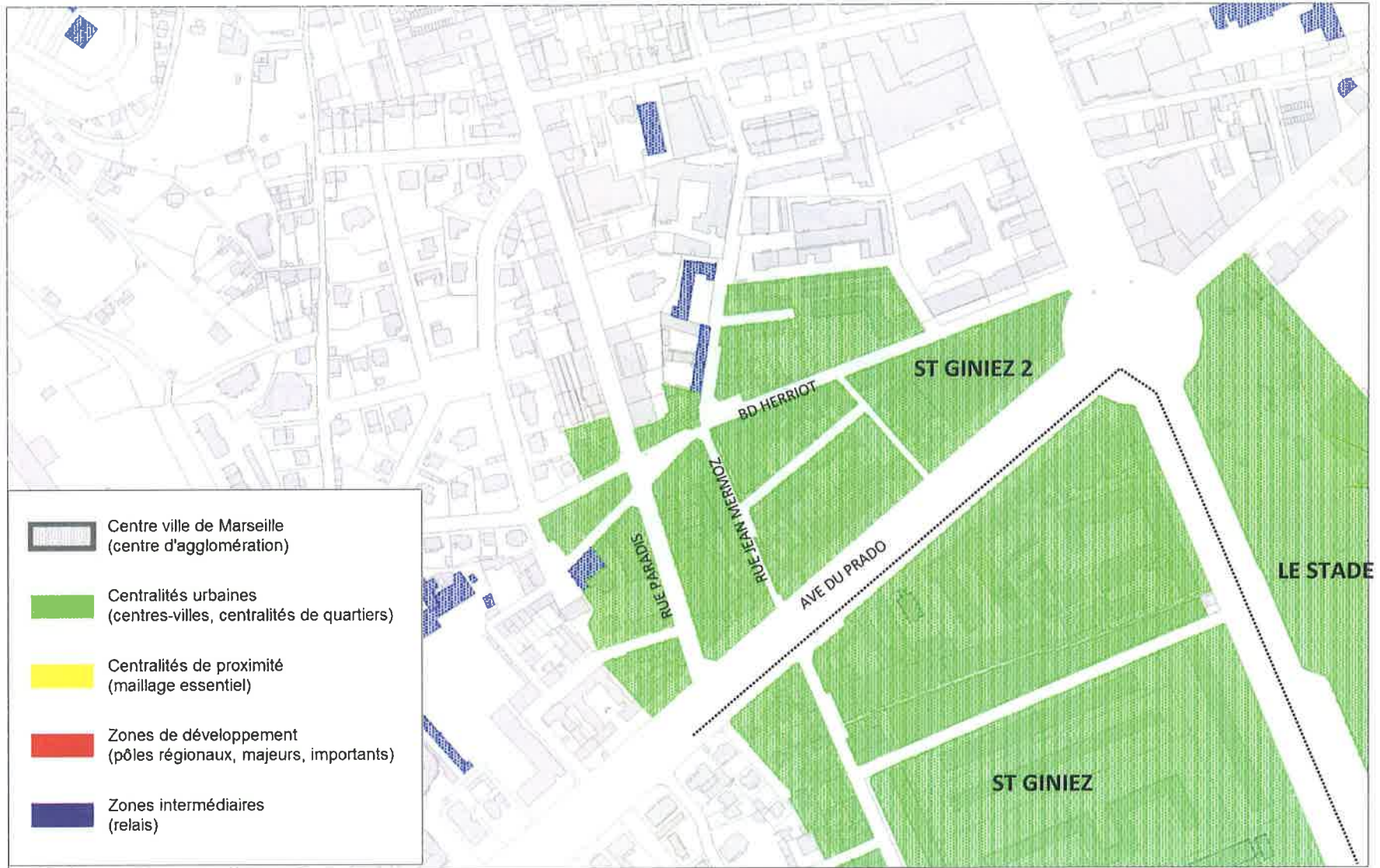


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST GINIEZ

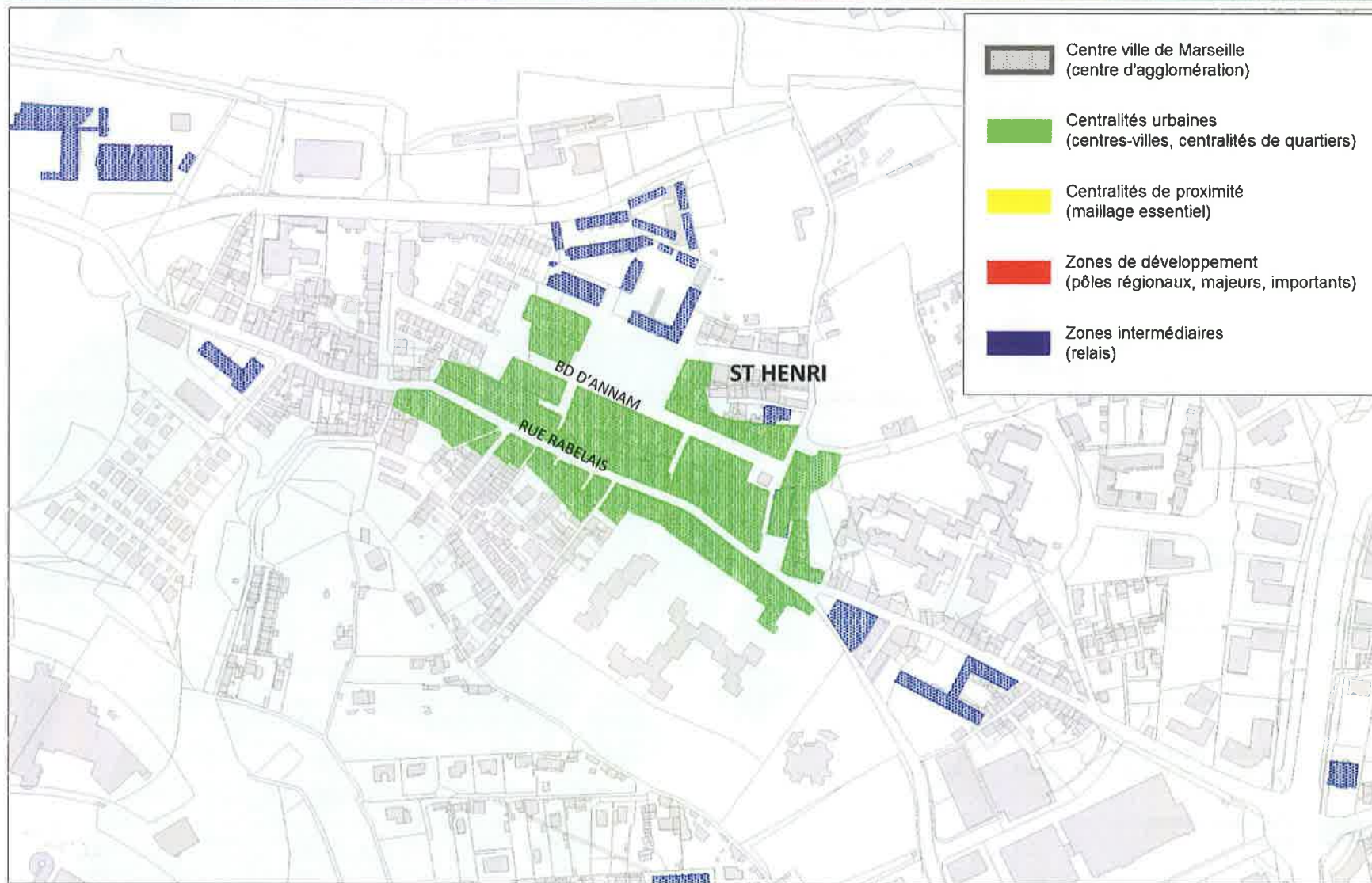




## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST GINIEZ 2

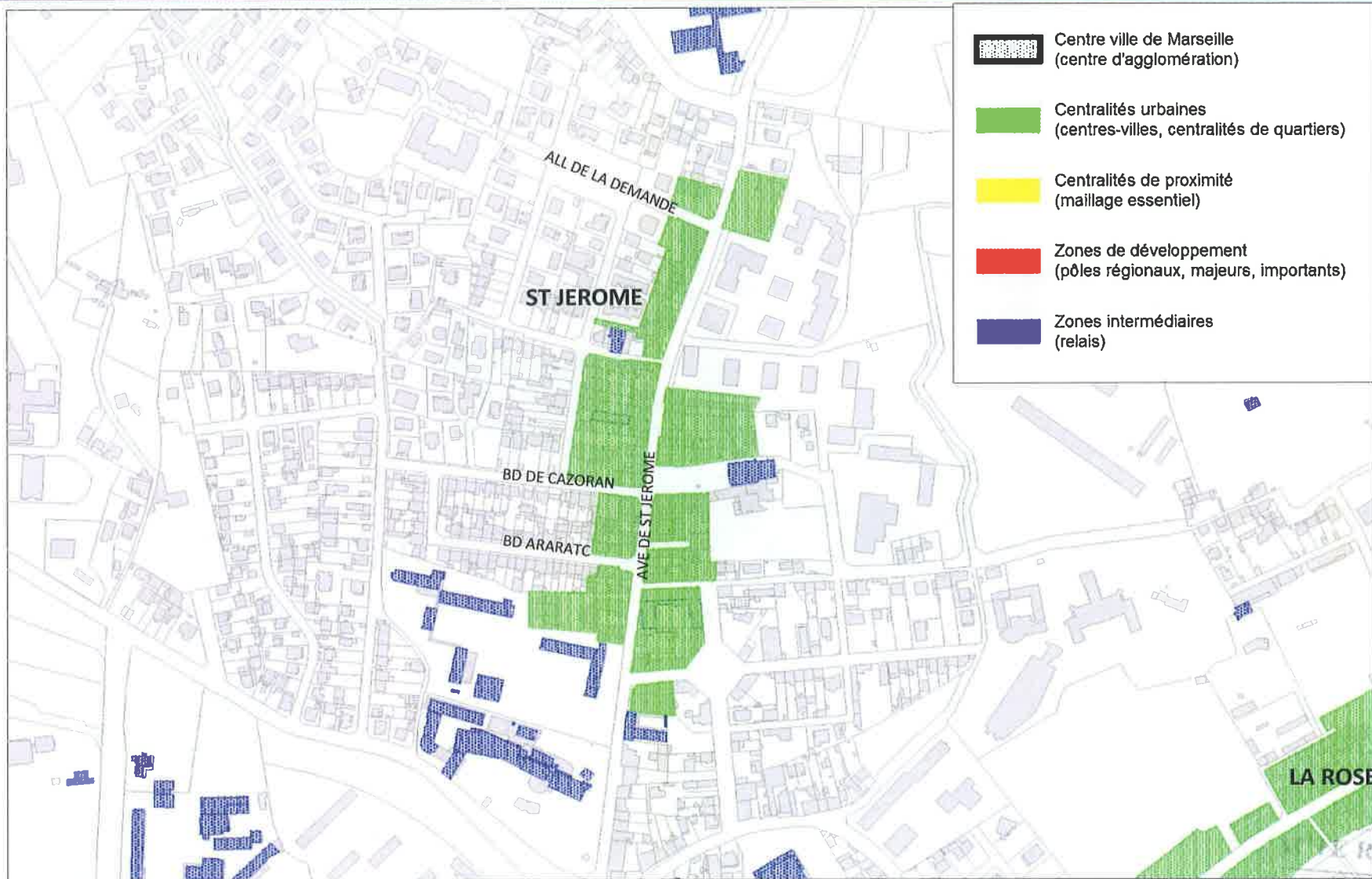


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST HENRI





# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JEROME



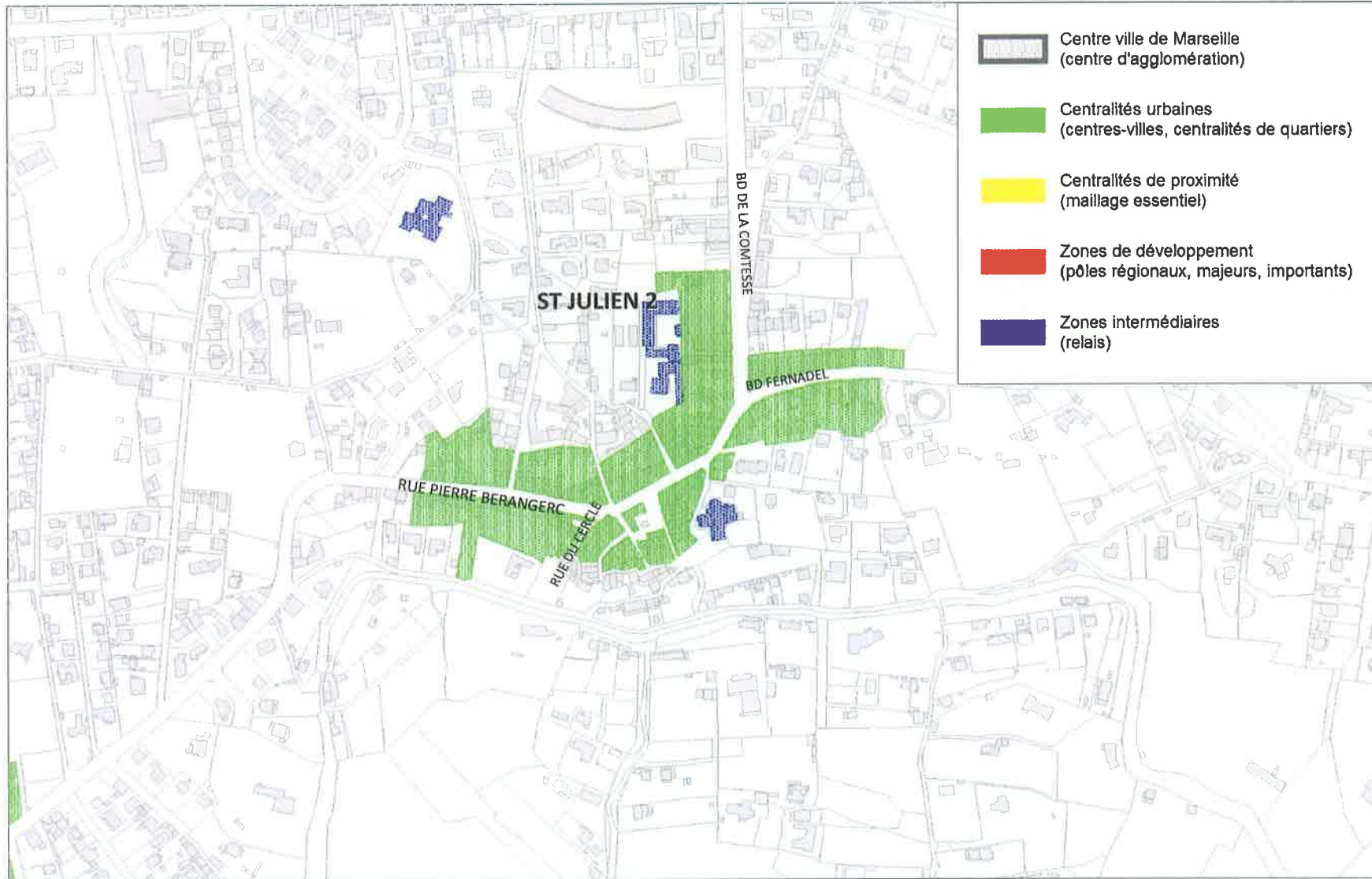
- 7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JULIEN

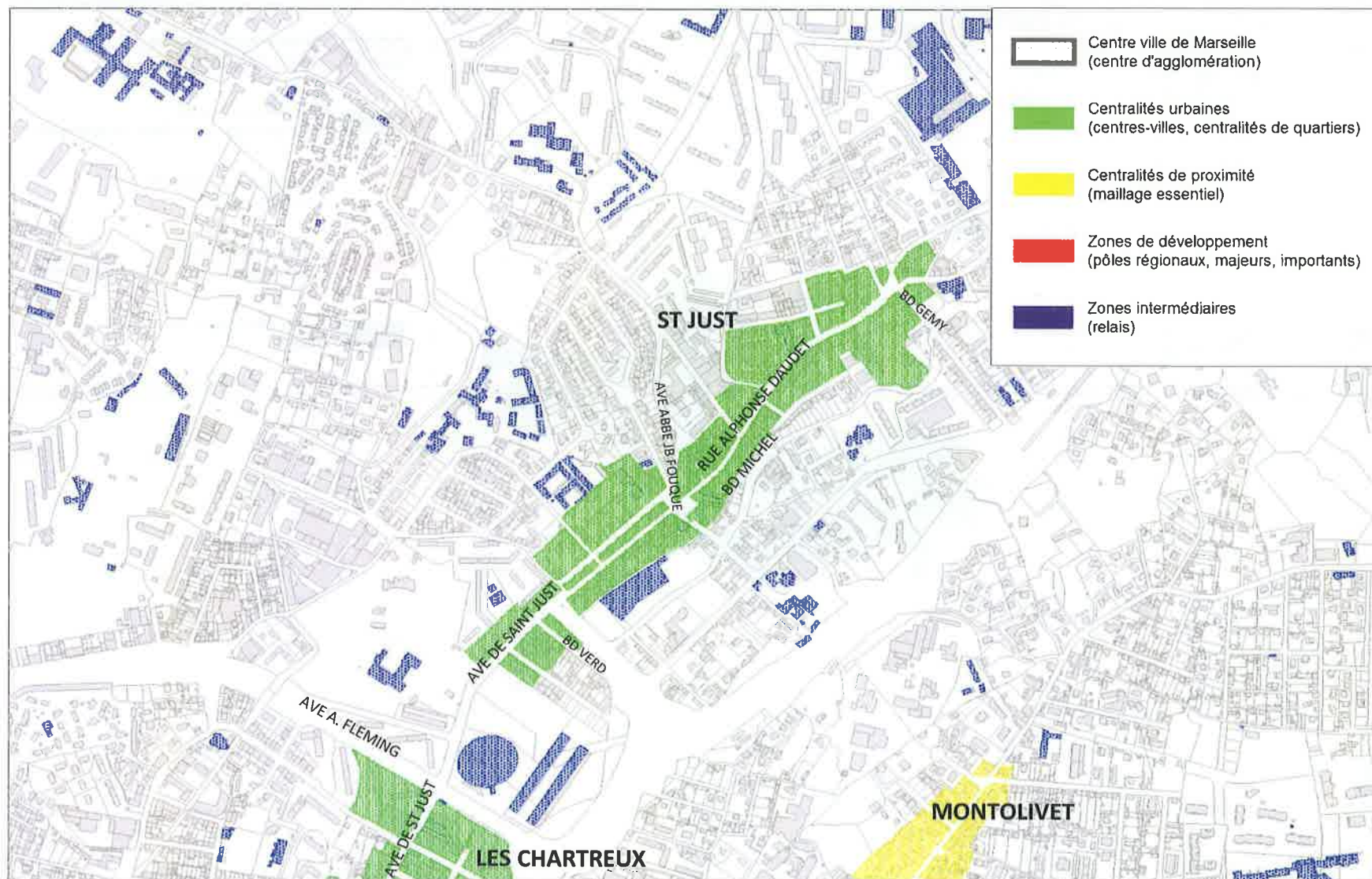




## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JULIEN 2



# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST JUST





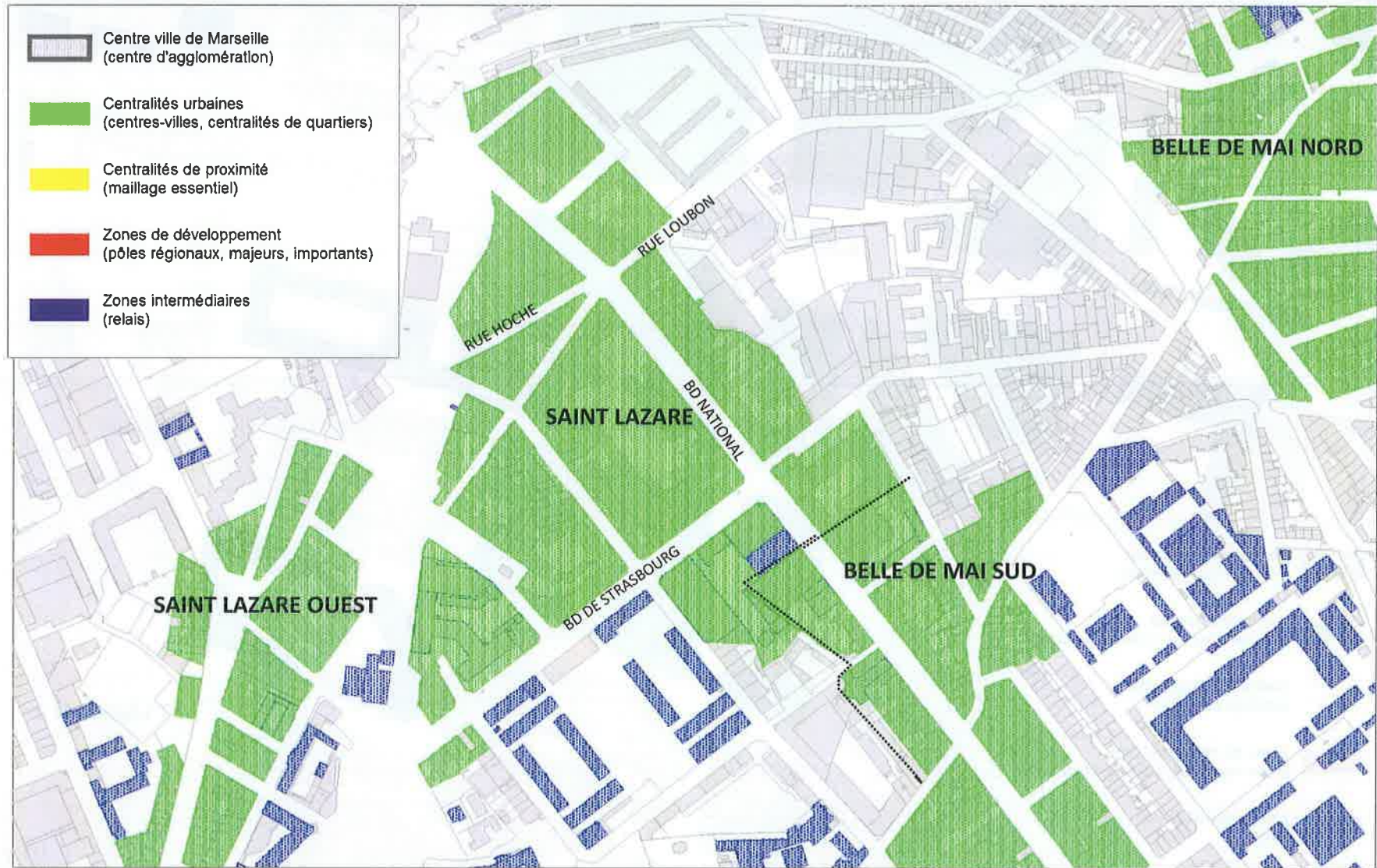
# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LAMBERT



- 7 JAN. 2013



# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LAZARE



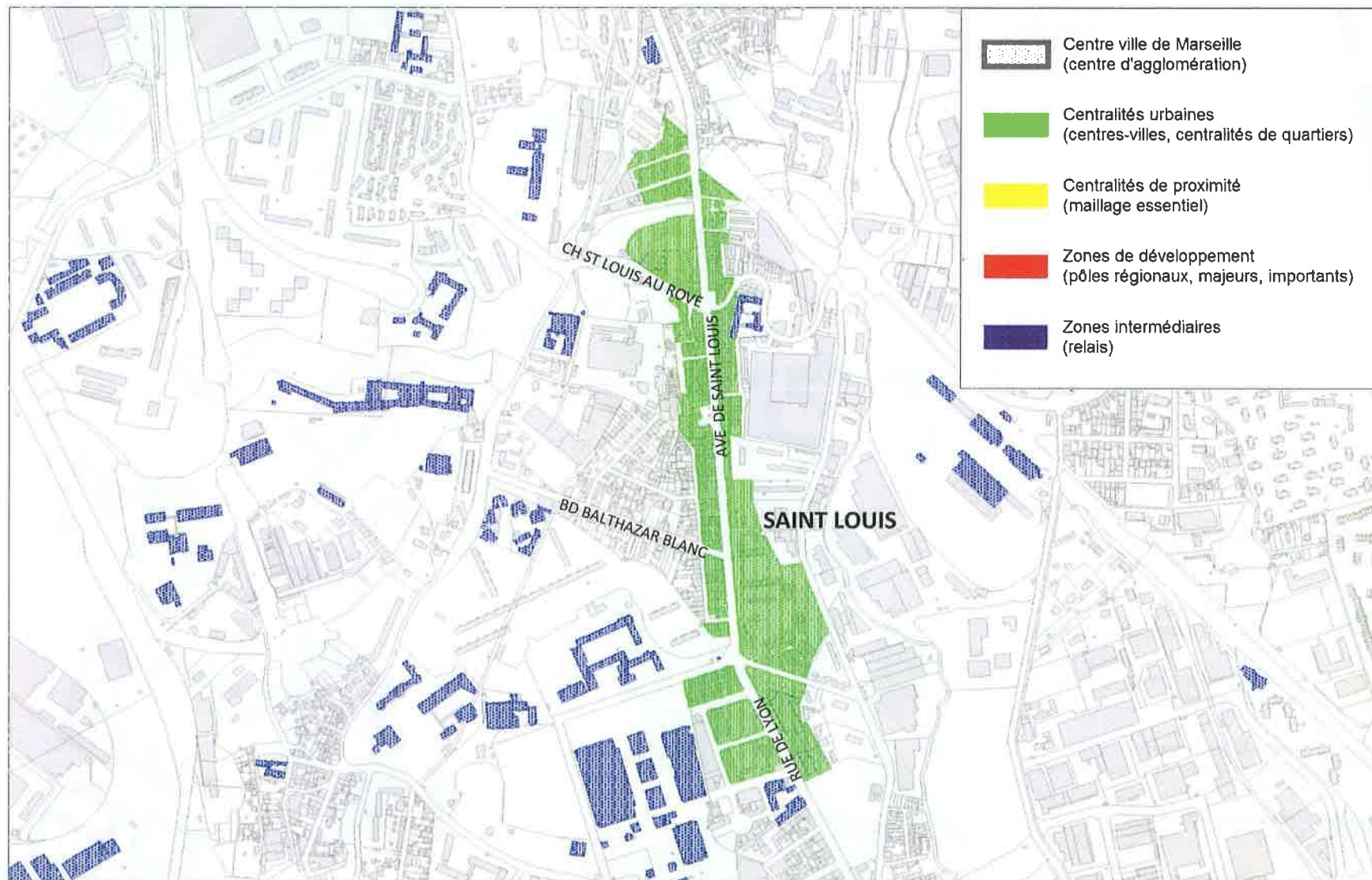


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LAZARE OUEST

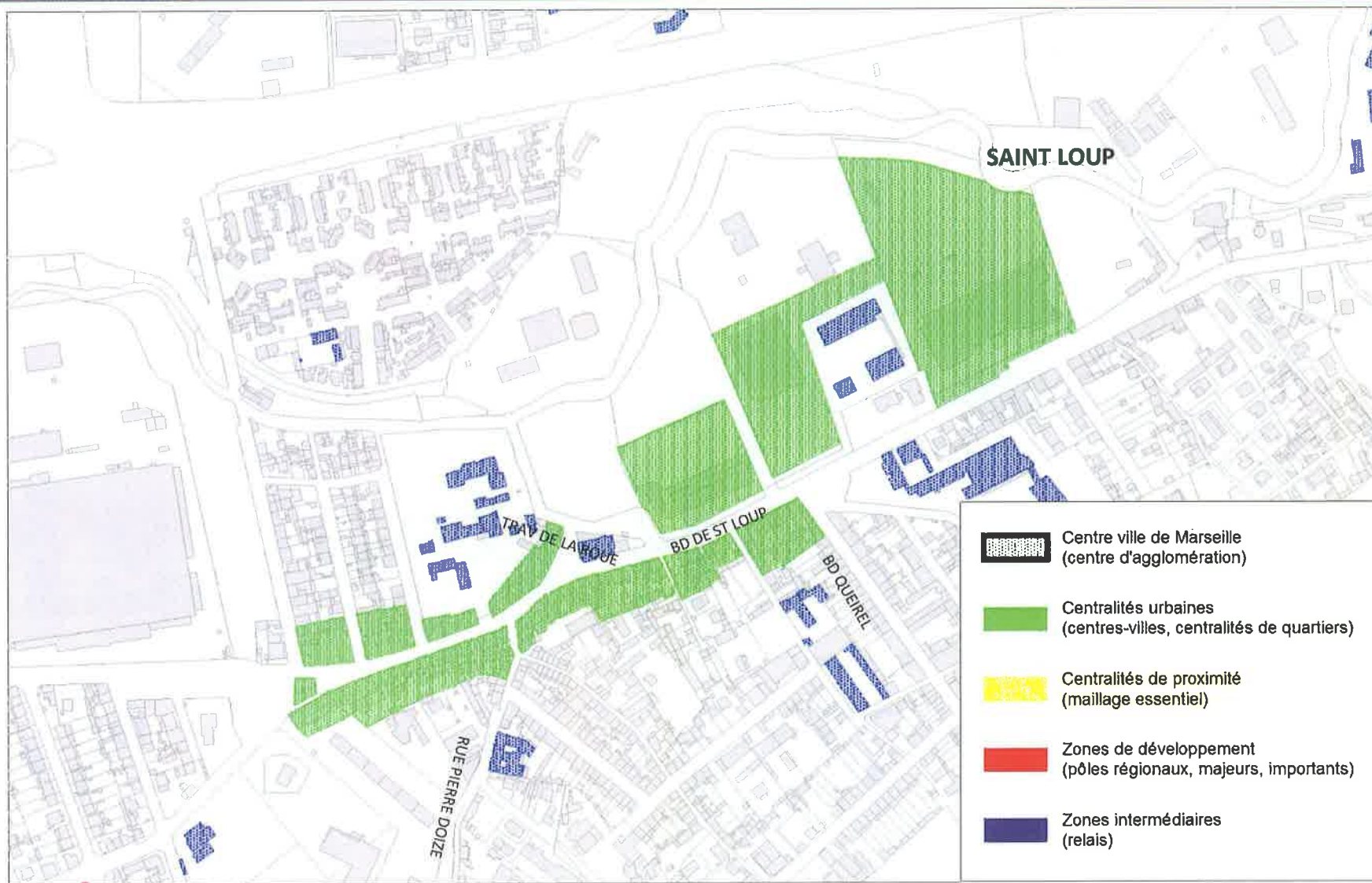




## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LOUIS

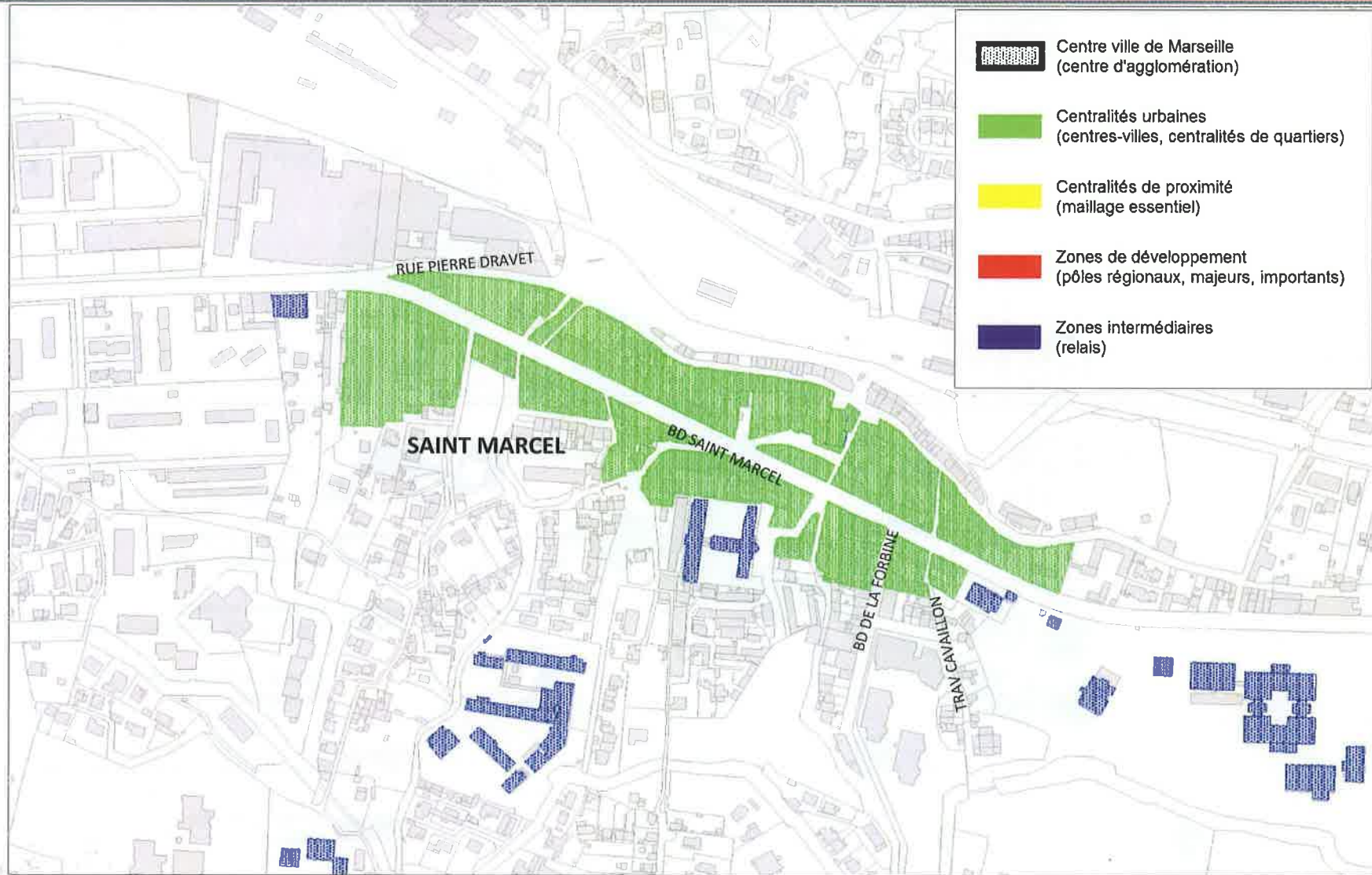


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST LOUP



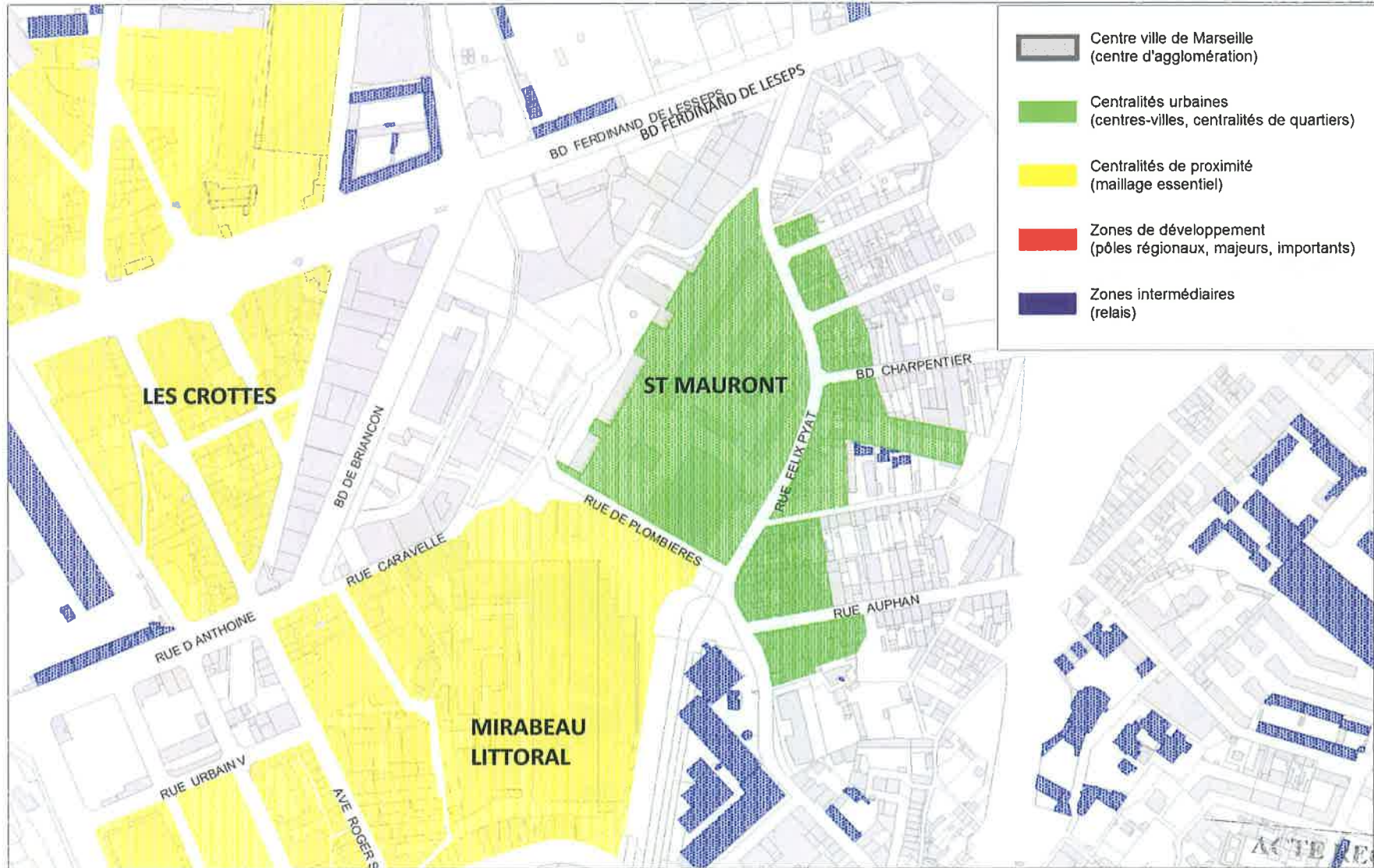


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST MARCEL



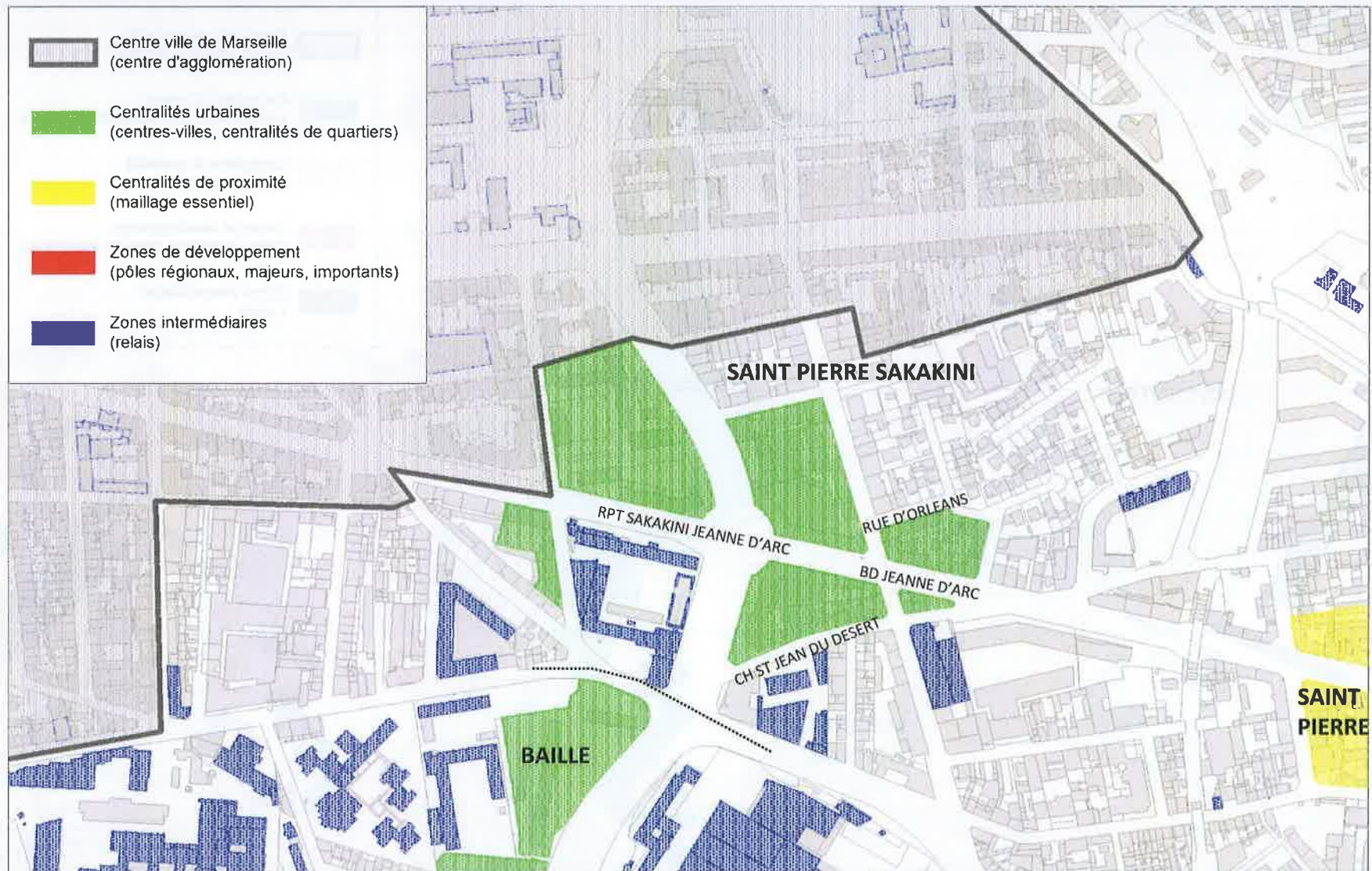


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST MAURONT



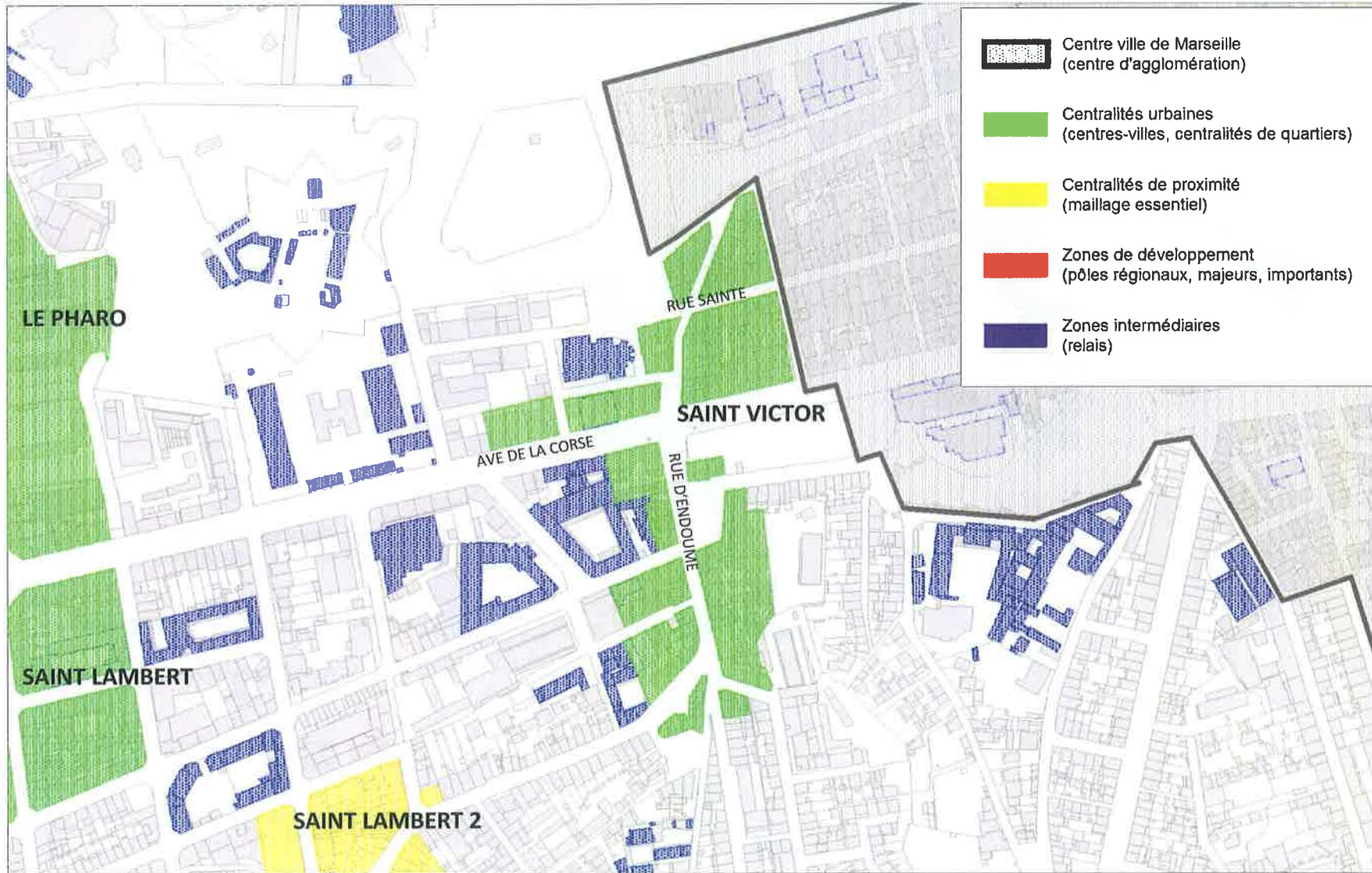
ACTE REÇU LE  
-7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST PIERRE SAKAKINI



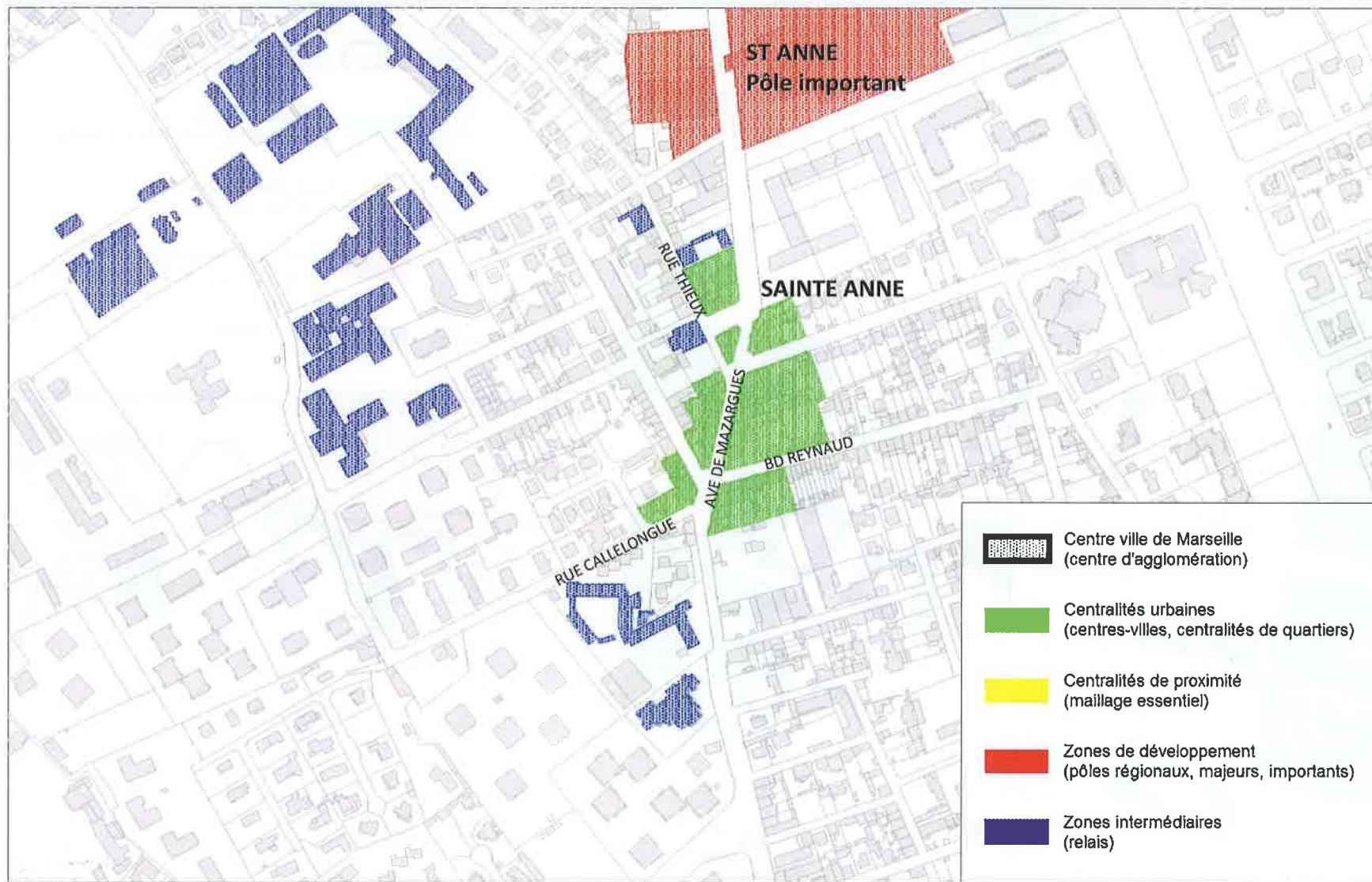


# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): ST VICTOR

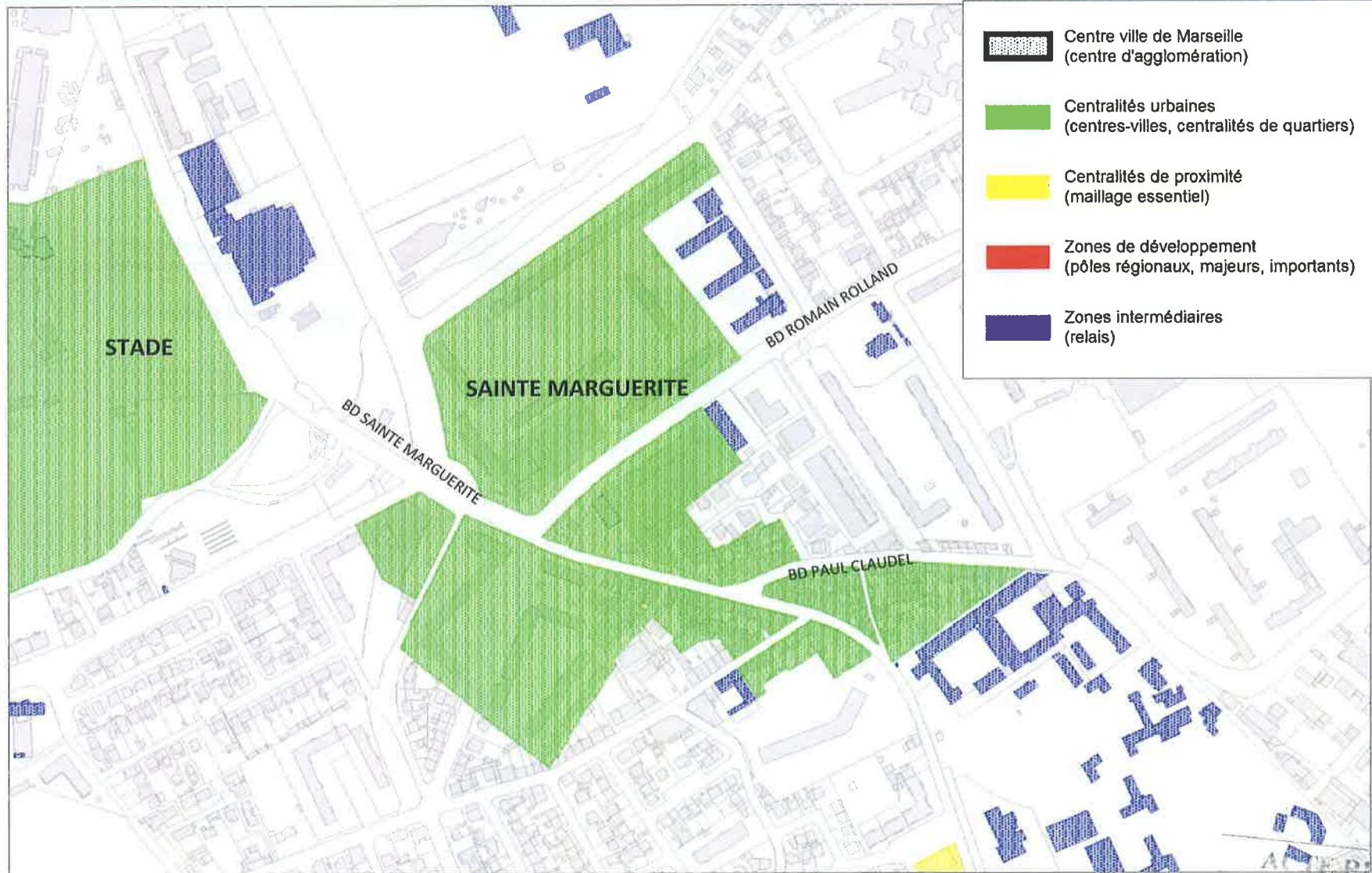




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): STE ANNE



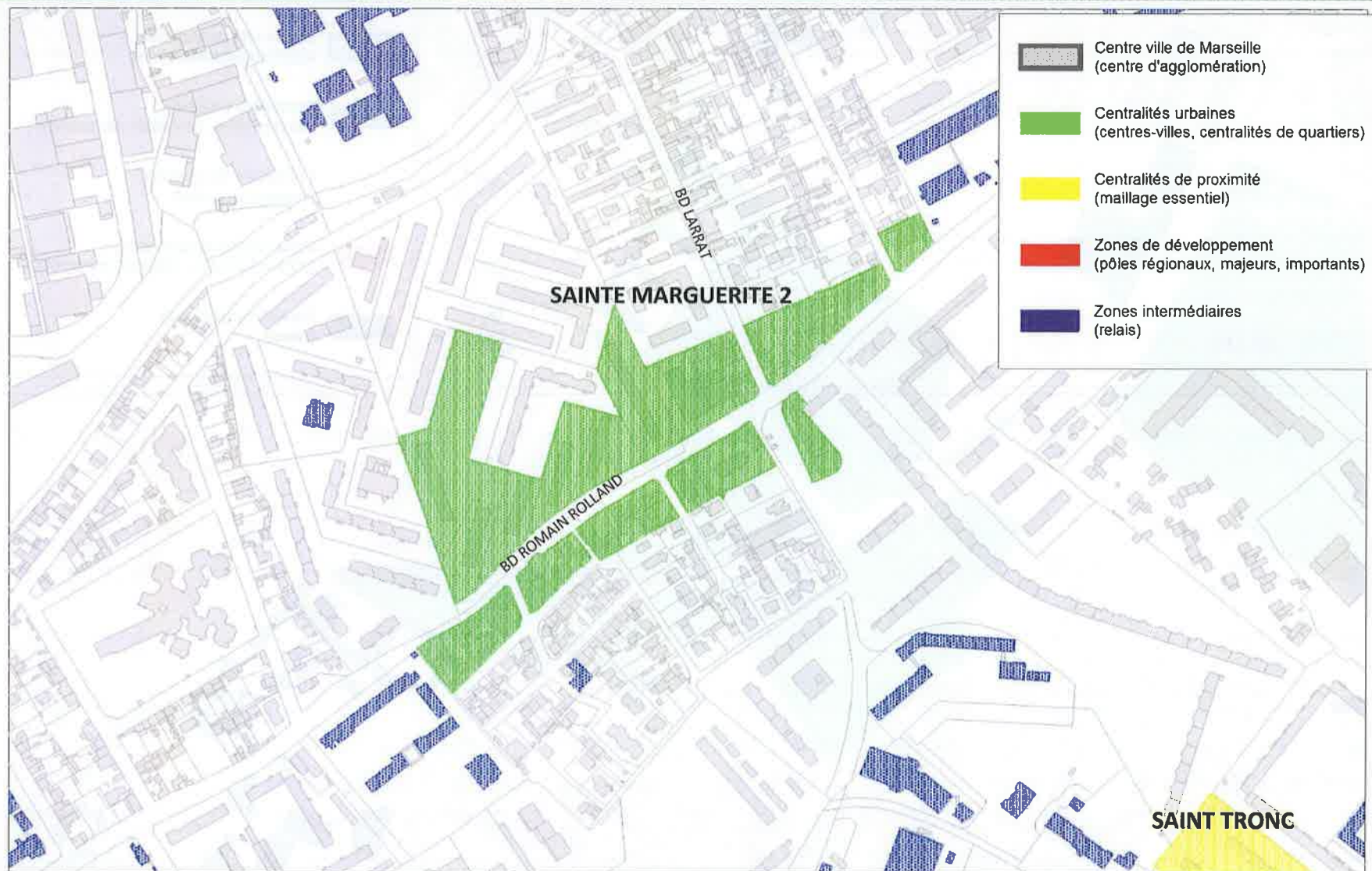
# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): STE MARGUERITE



ACTE REÇU LE  
- 7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

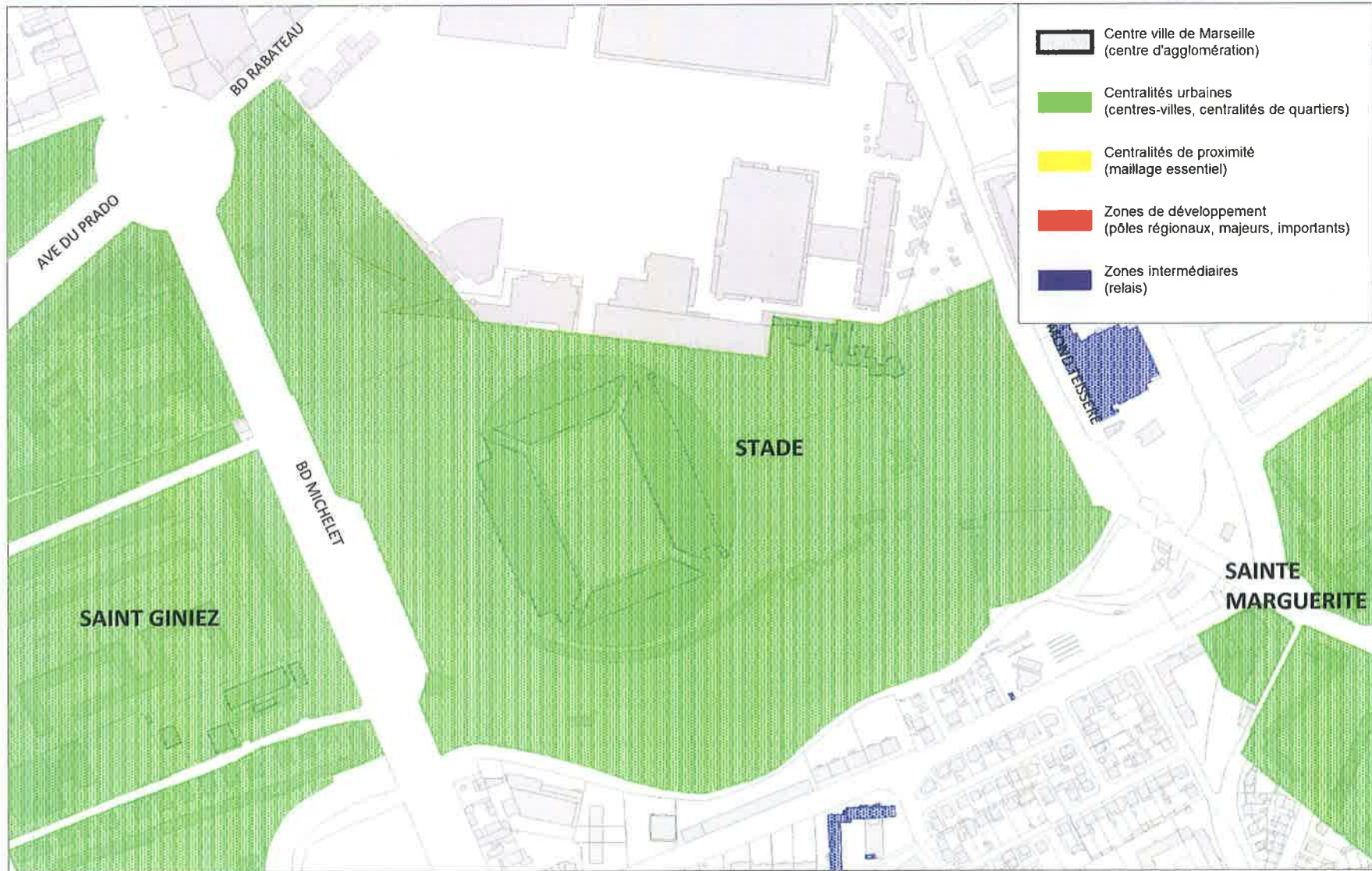


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER): STE MARGUERITE 2



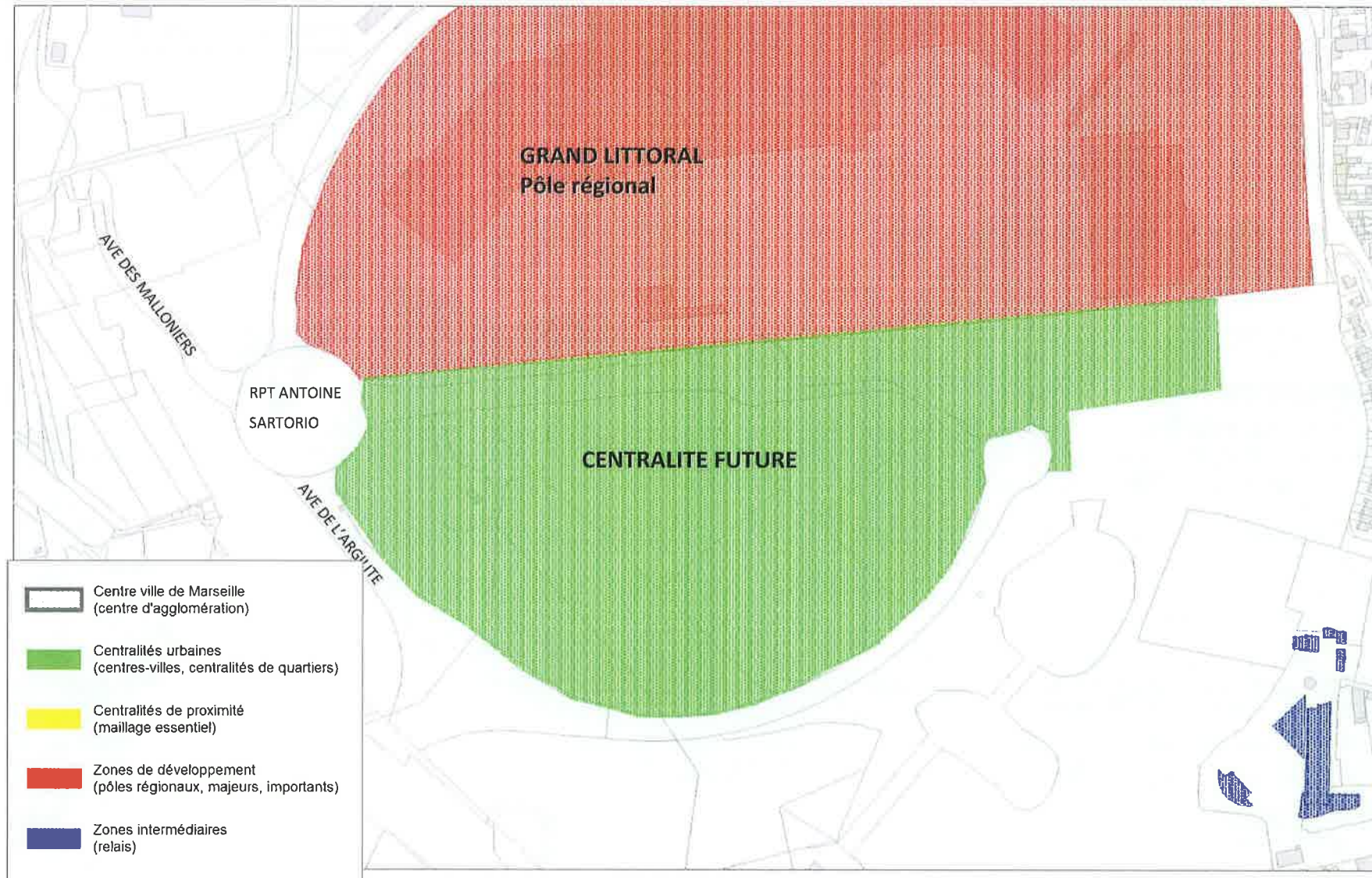


## CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) (FUTURE): STADE

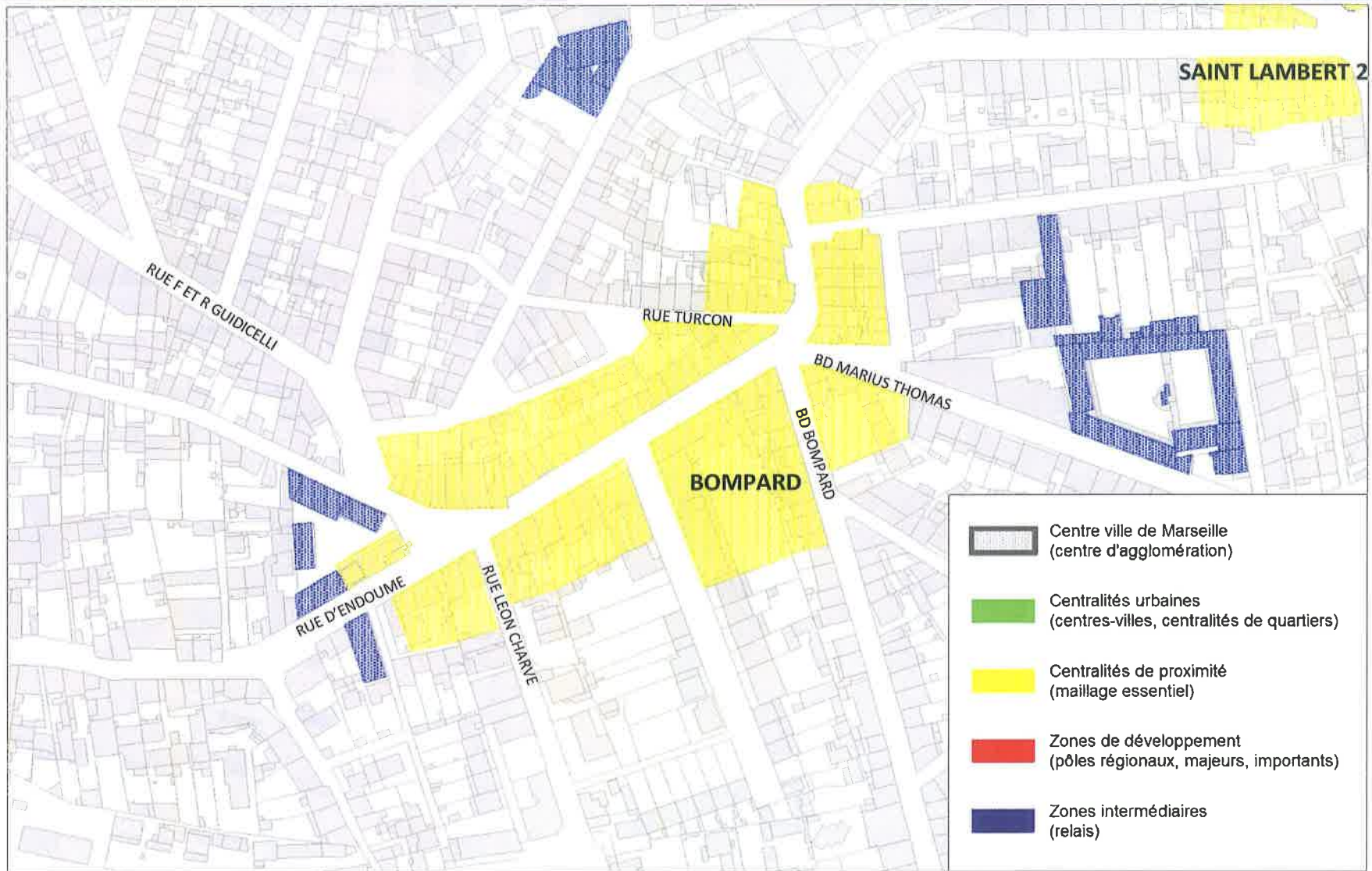




# CENTRALITE URBAINE (CENTRALITE DE QUARTIER) (FUTURE): TERRASSES DE GRAND LITTORAL

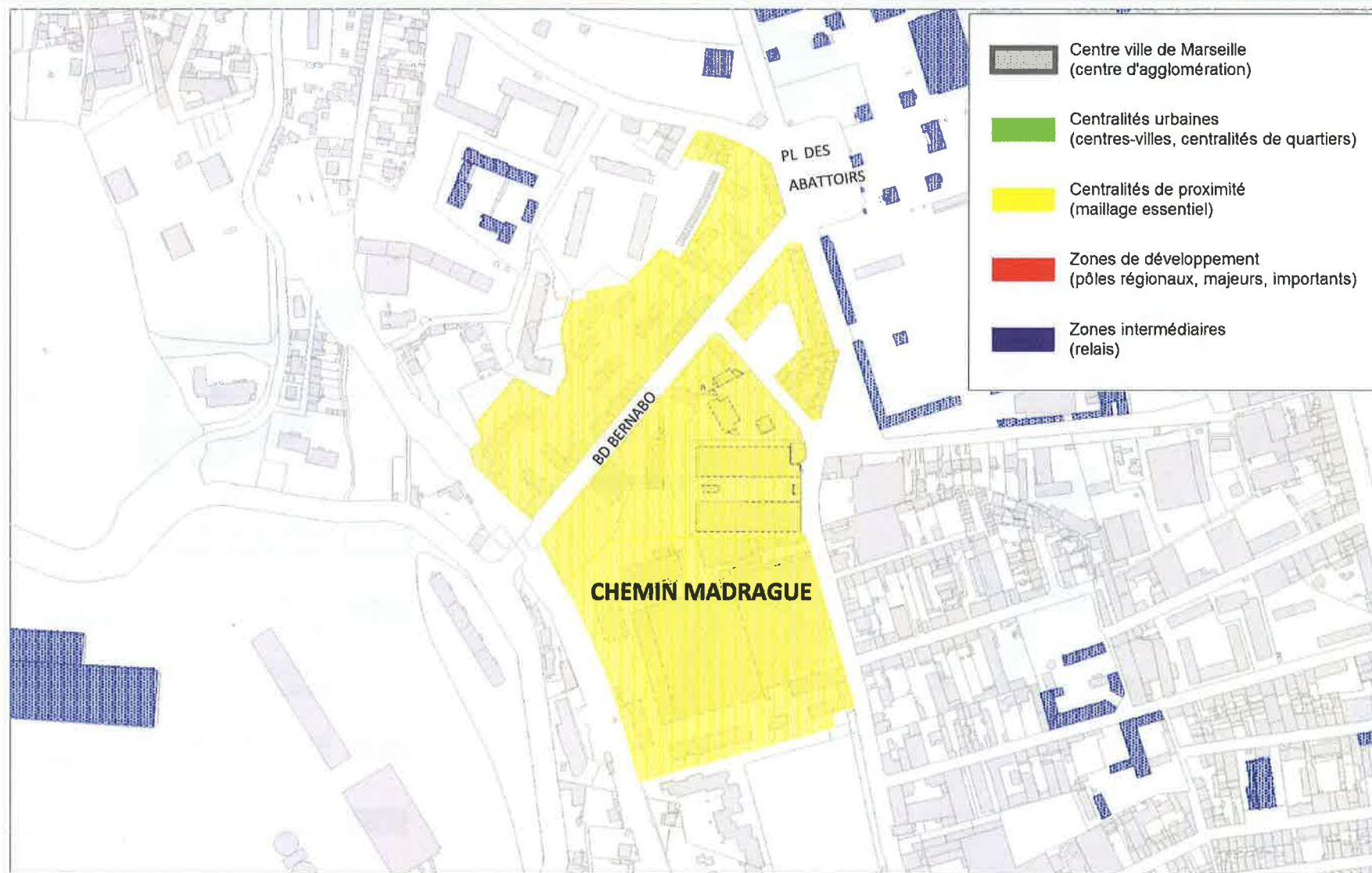


## CENTRALITE DE PROXIMITE: BOMPARD

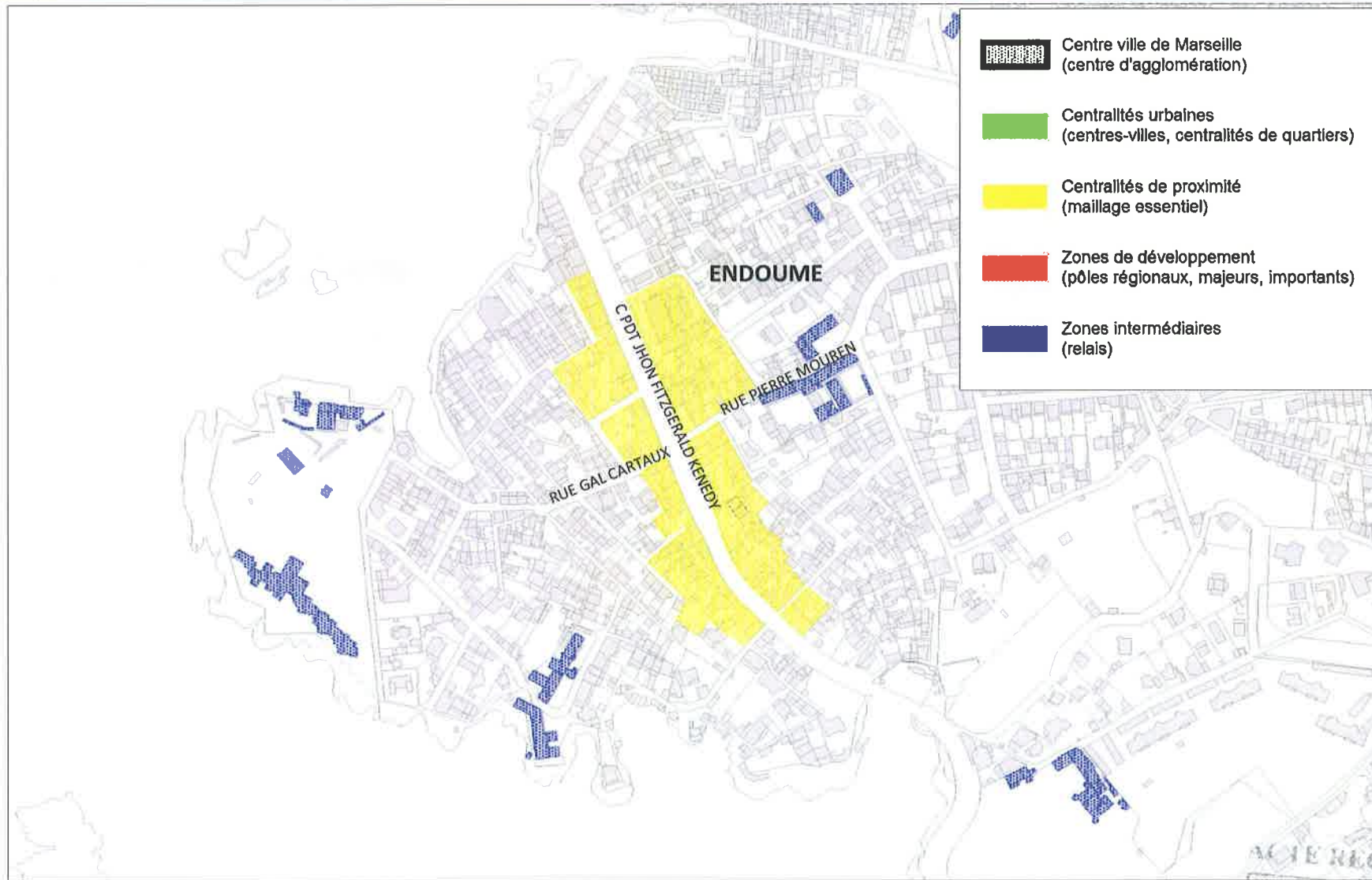




## CENTRALITE DE PROXIMITE: CHEMIN MADRAGUE

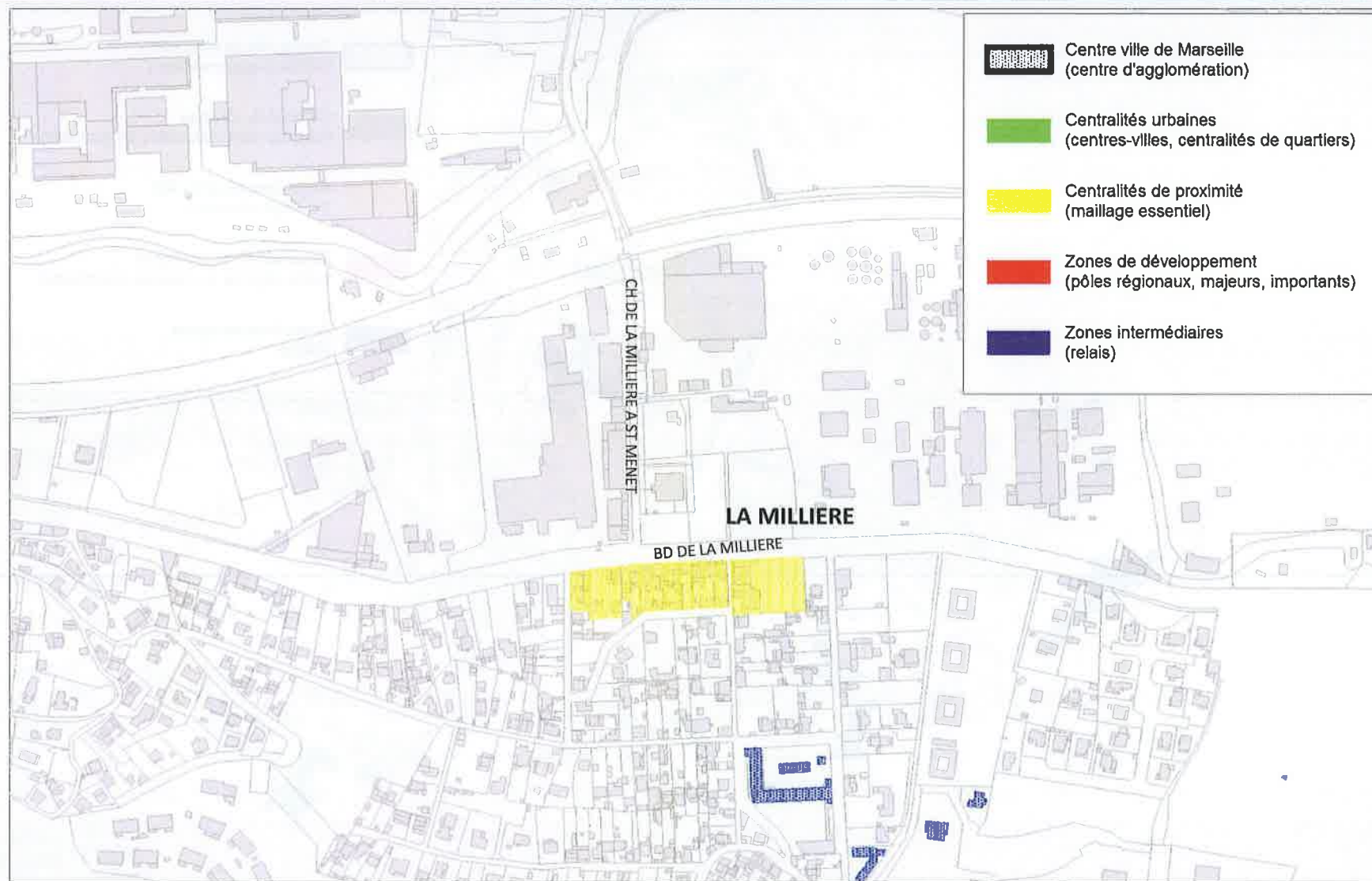


# CENTRALITE DE PROXIMITE: ENDOUME



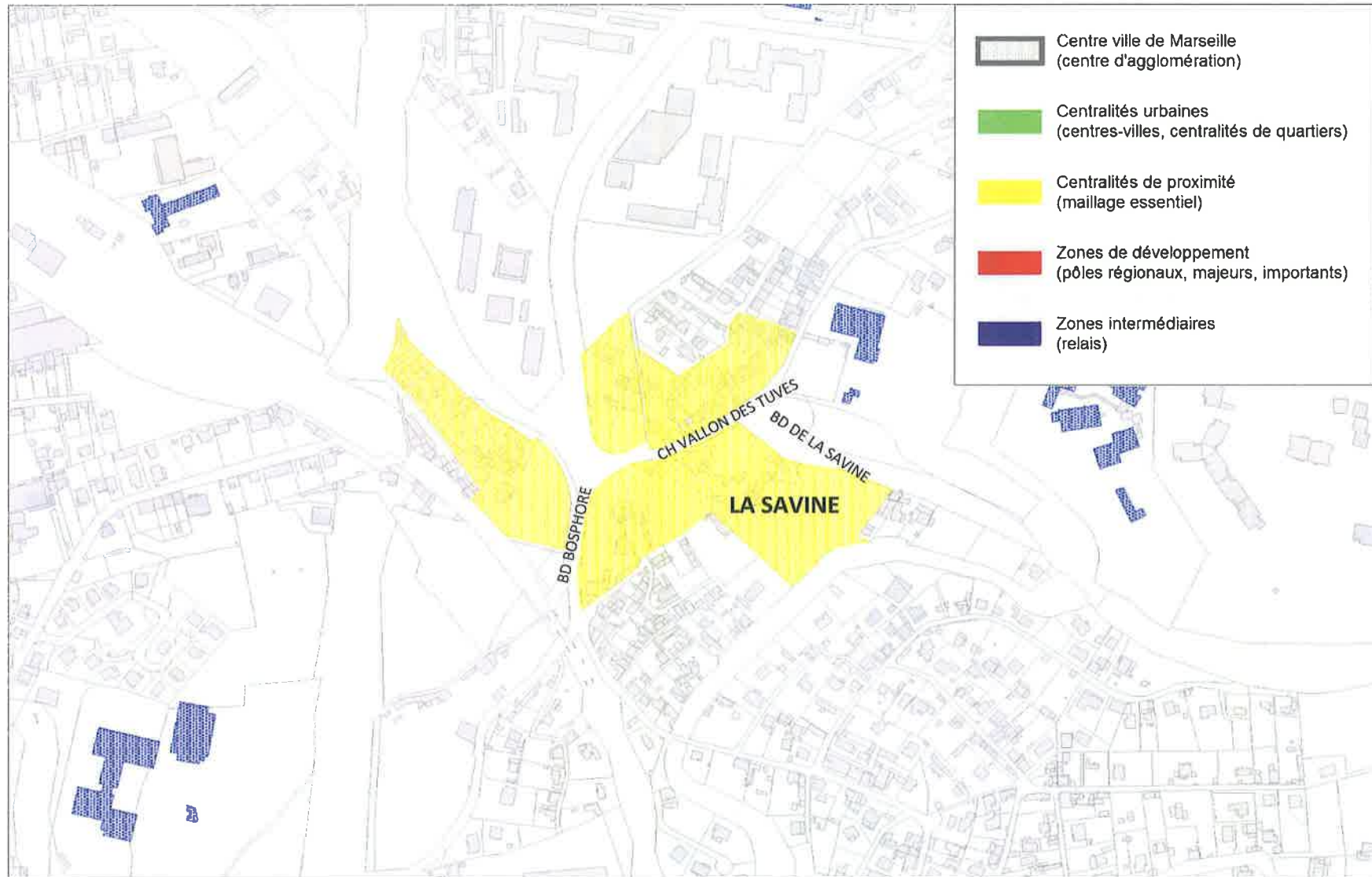
ACTE REÇU LE  
-7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

## CENTRALITE DE PROXIMITE: LA MILLIERE

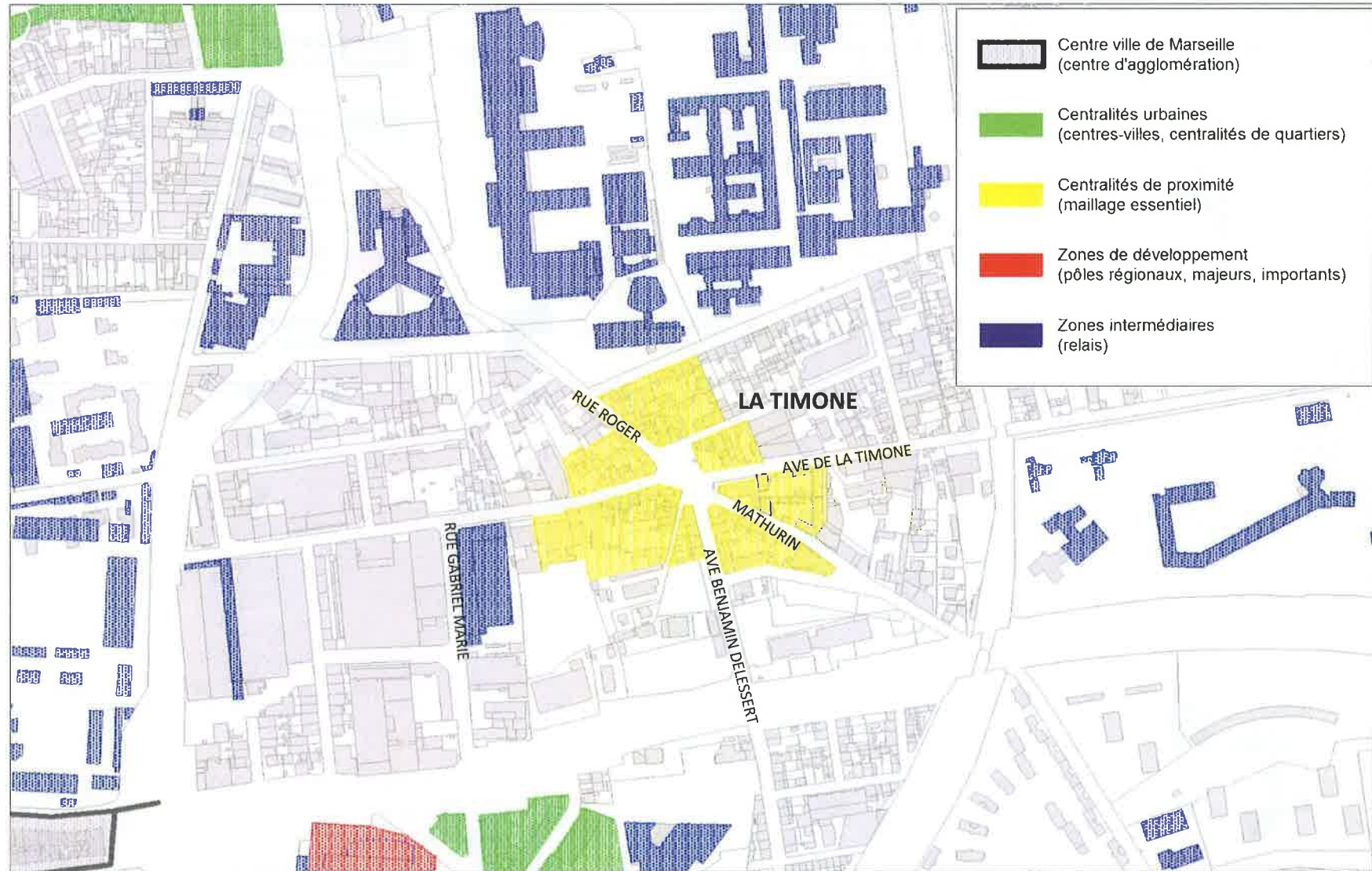




# CENTRALITE DE PROXIMITE: LA SAVINE

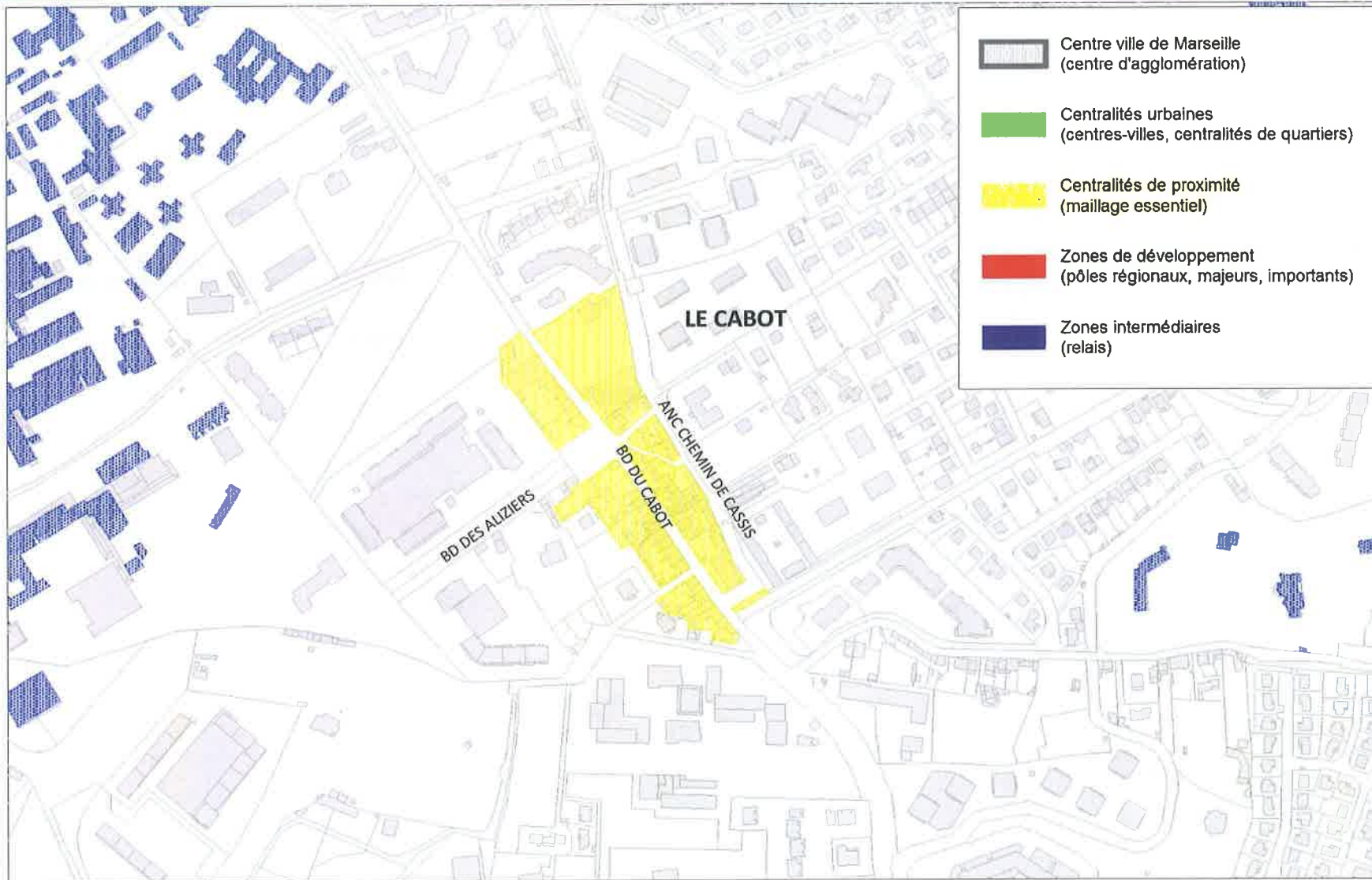


# CENTRALITE DE PROXIMITE: LA TIMONE



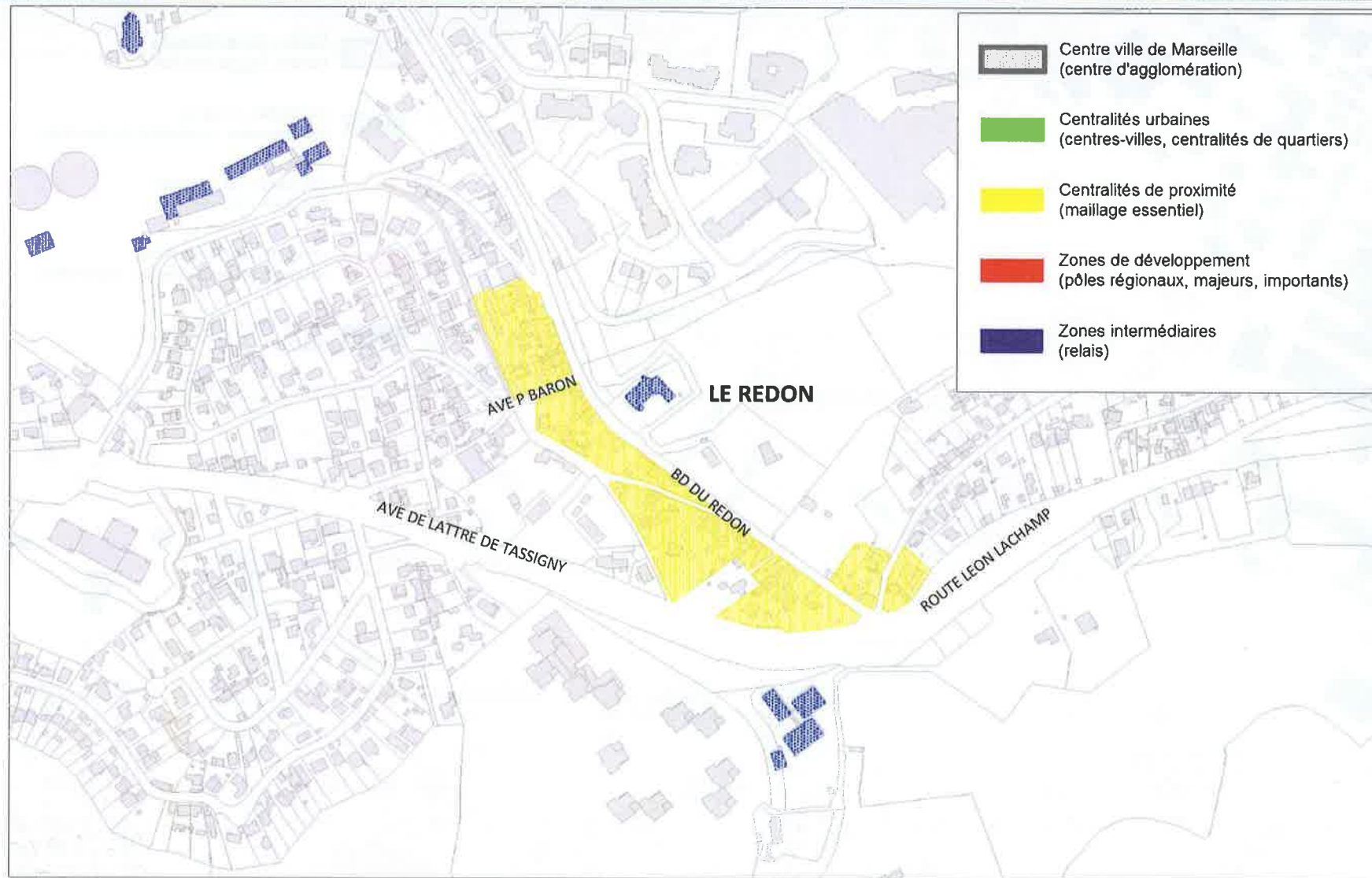


# CENTRALITE DE PROXIMITE: LE CABOT

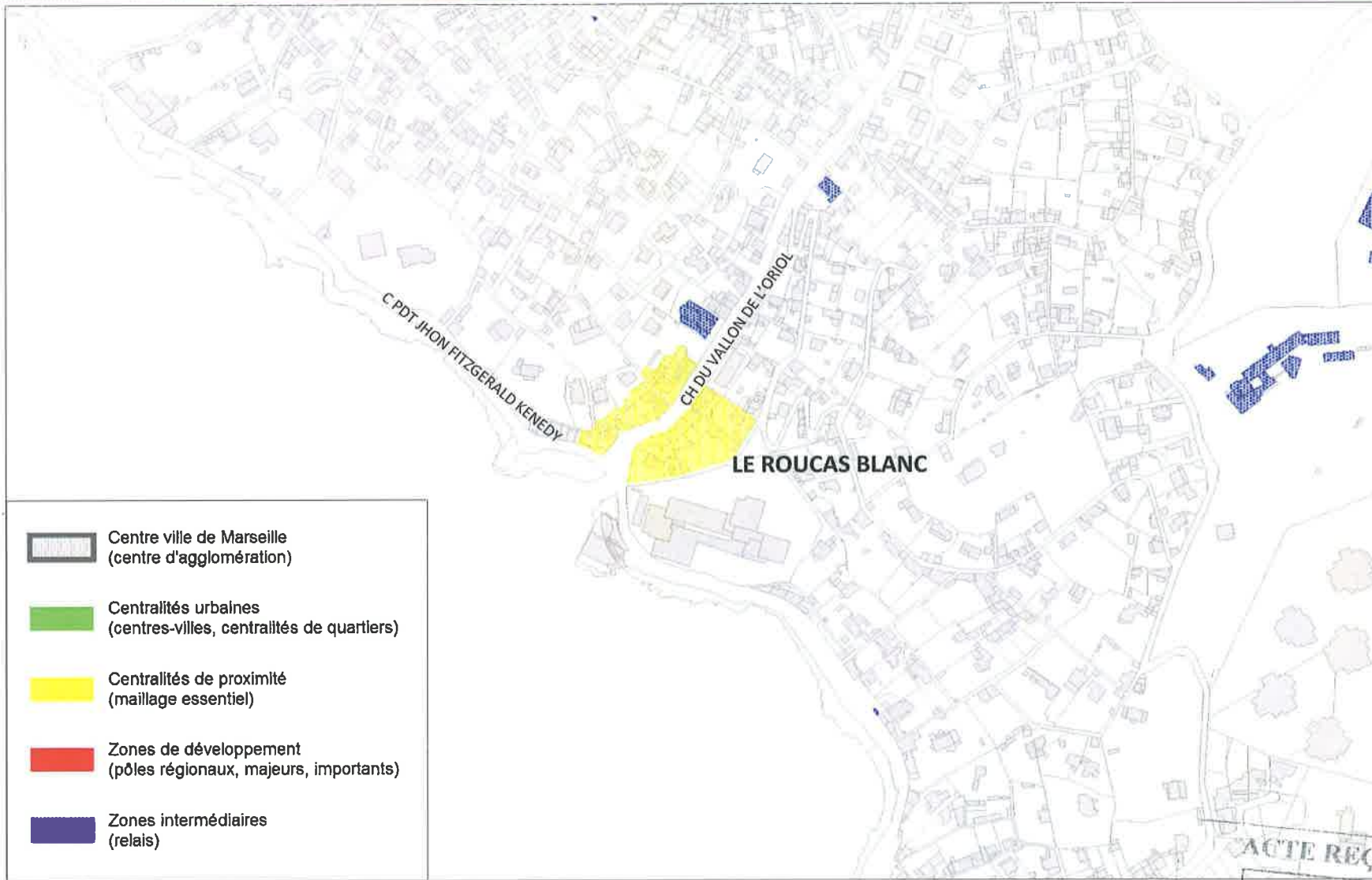




# CENTRALITE DE PROXIMITE: LE REDON

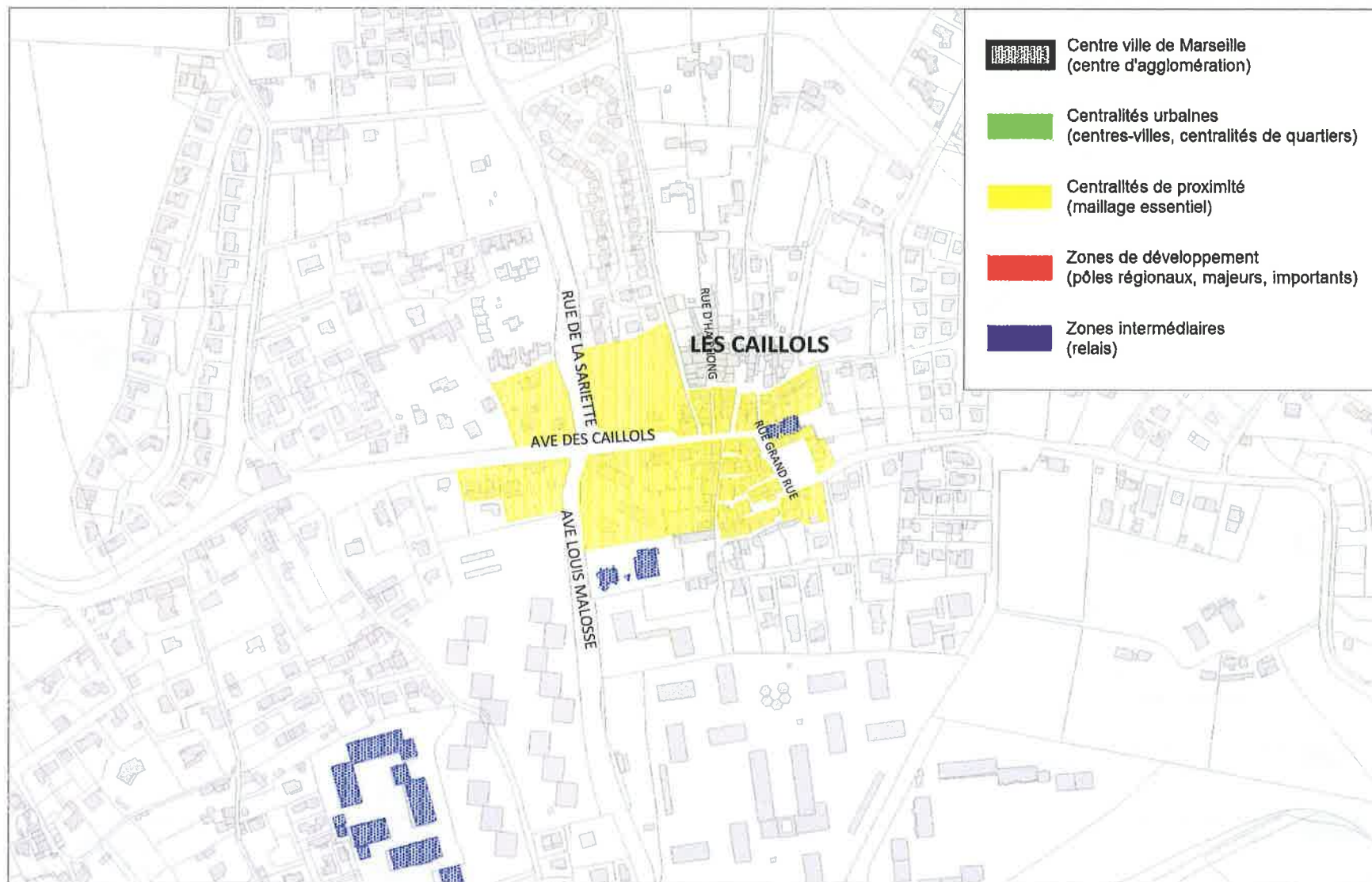


# CENTRALITE DE PROXIMITE: LE ROUCAS BLANC



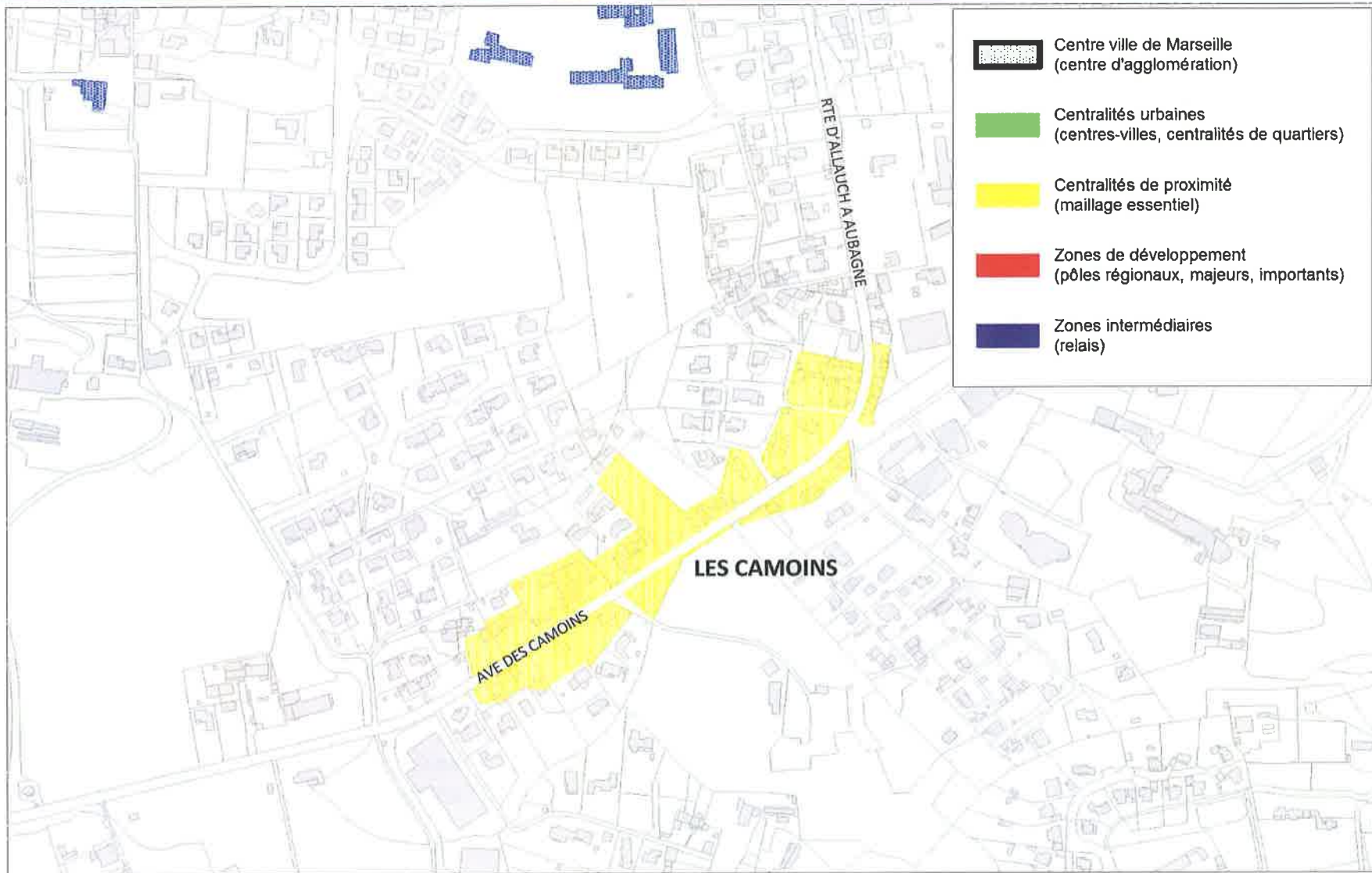
ACTE REÇU LE  
- 7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

# CENTRALITE DE PROXIMITE: LES CAILLOLS

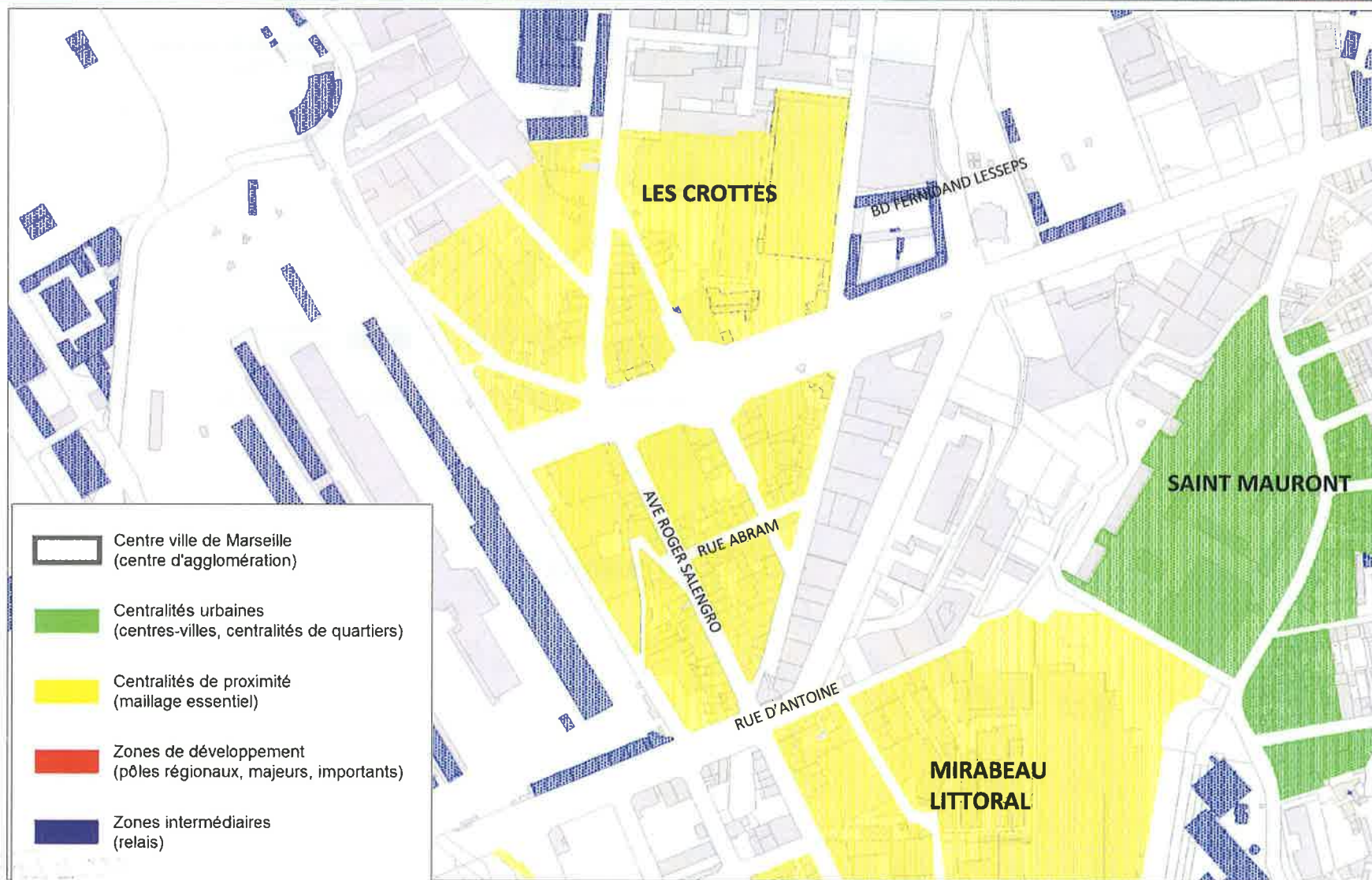




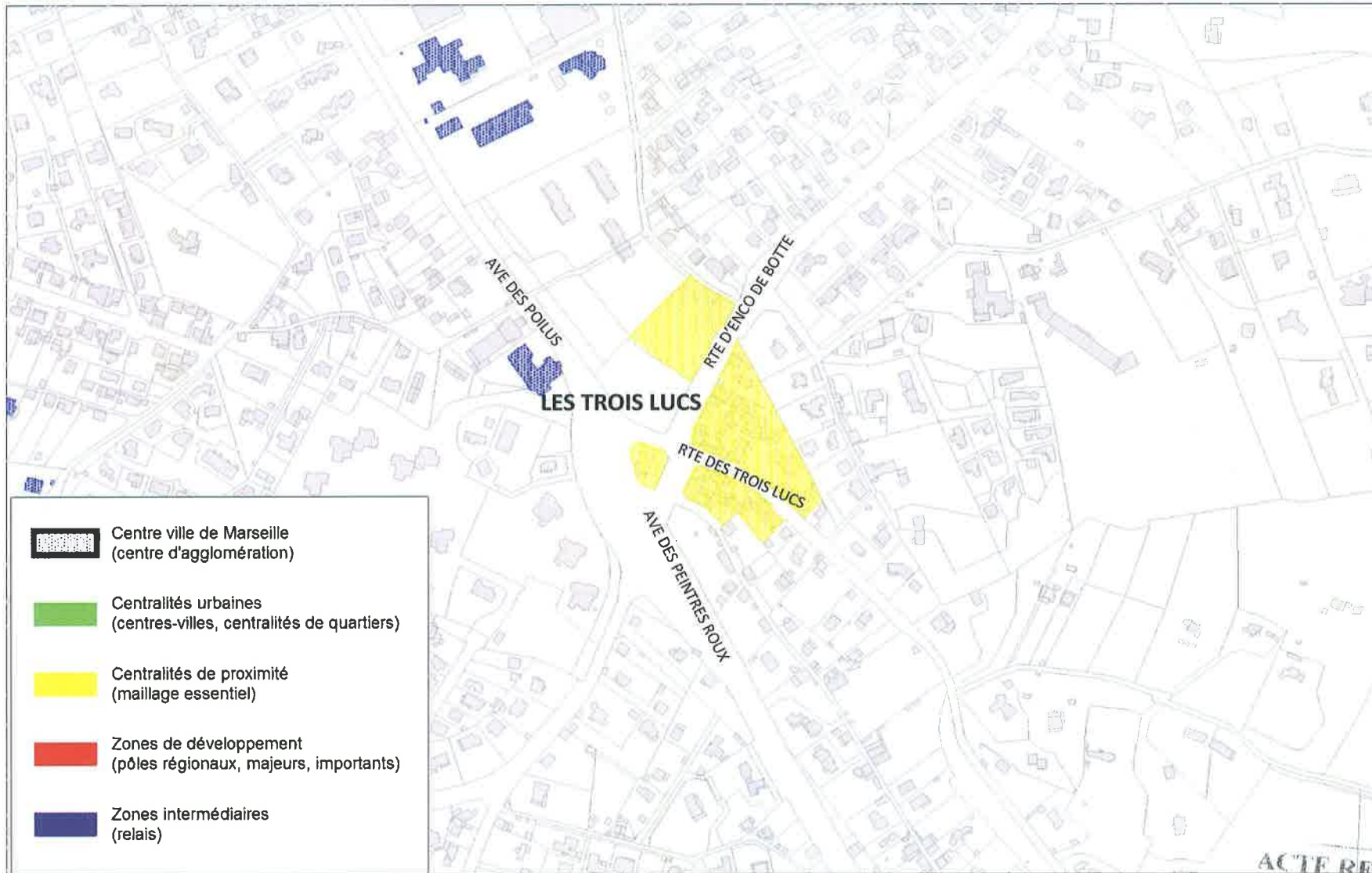
# CENTRALITE DE PROXIMITE: LES CAMOINS



# CENTRALITE DE PROXIMITE: LES CROTTES



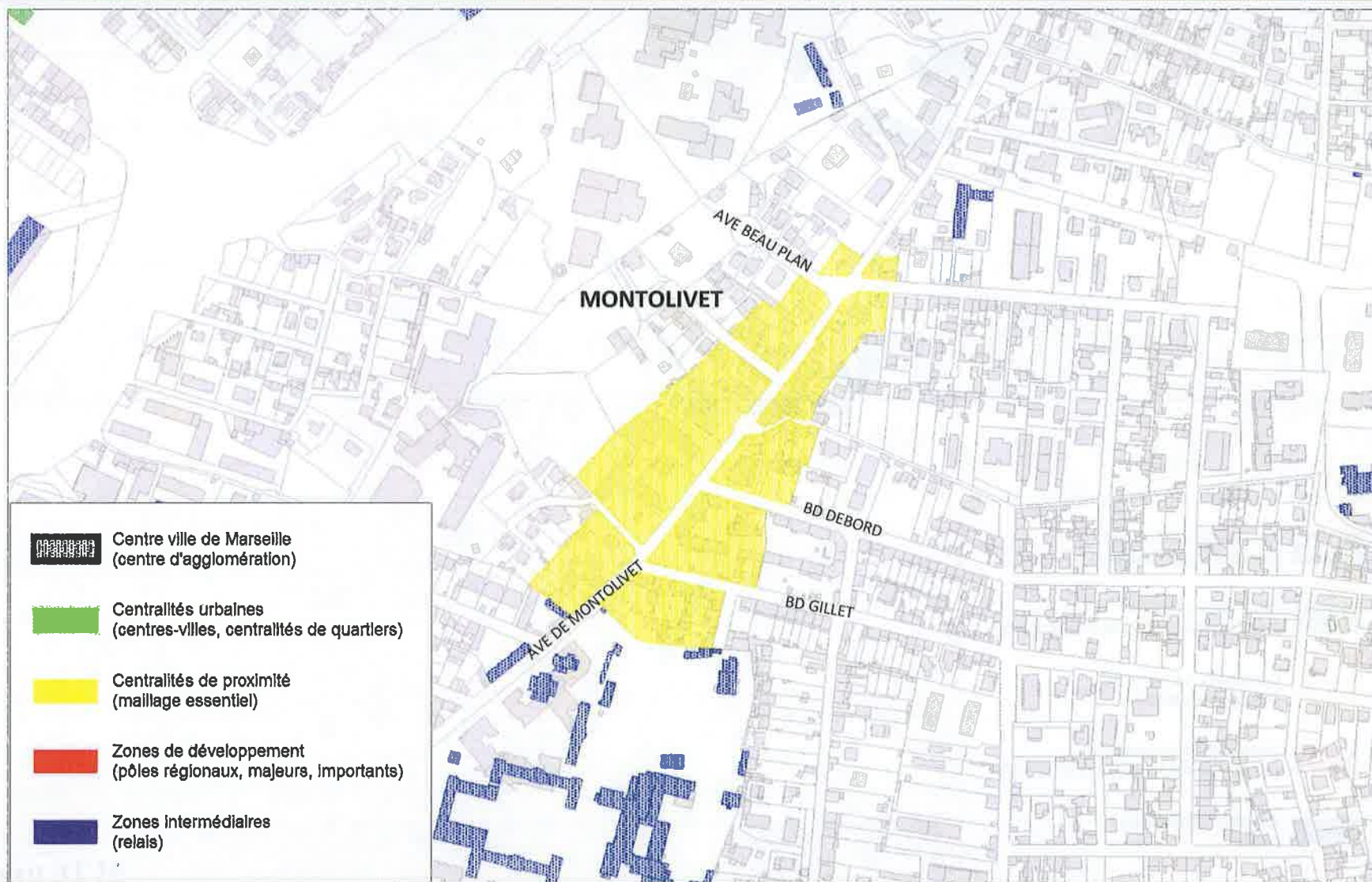
# CENTRALITE DE PROXIMITE: LES TROIS LUCS



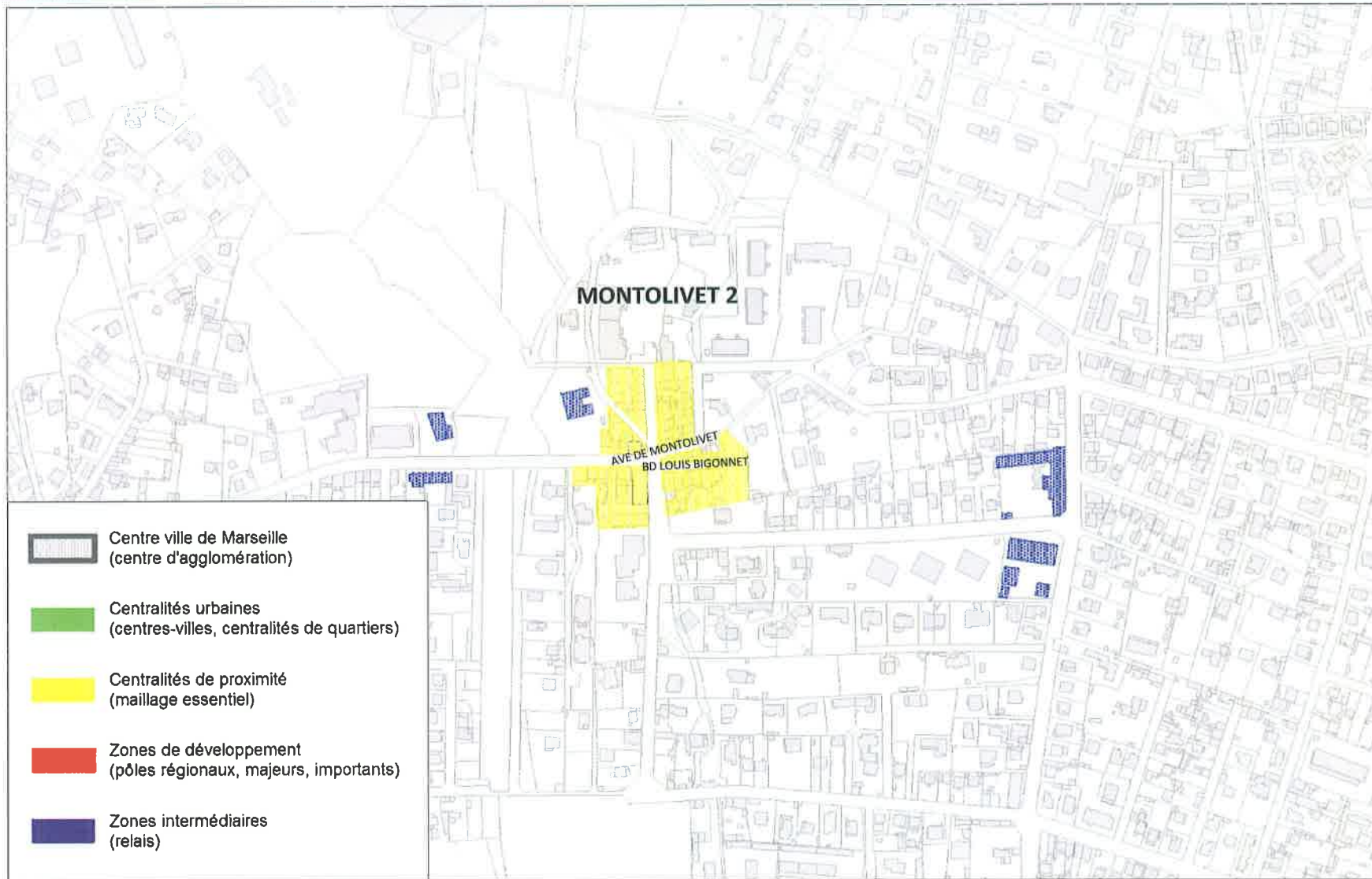
ACTE REÇU LE  
- 7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONNE



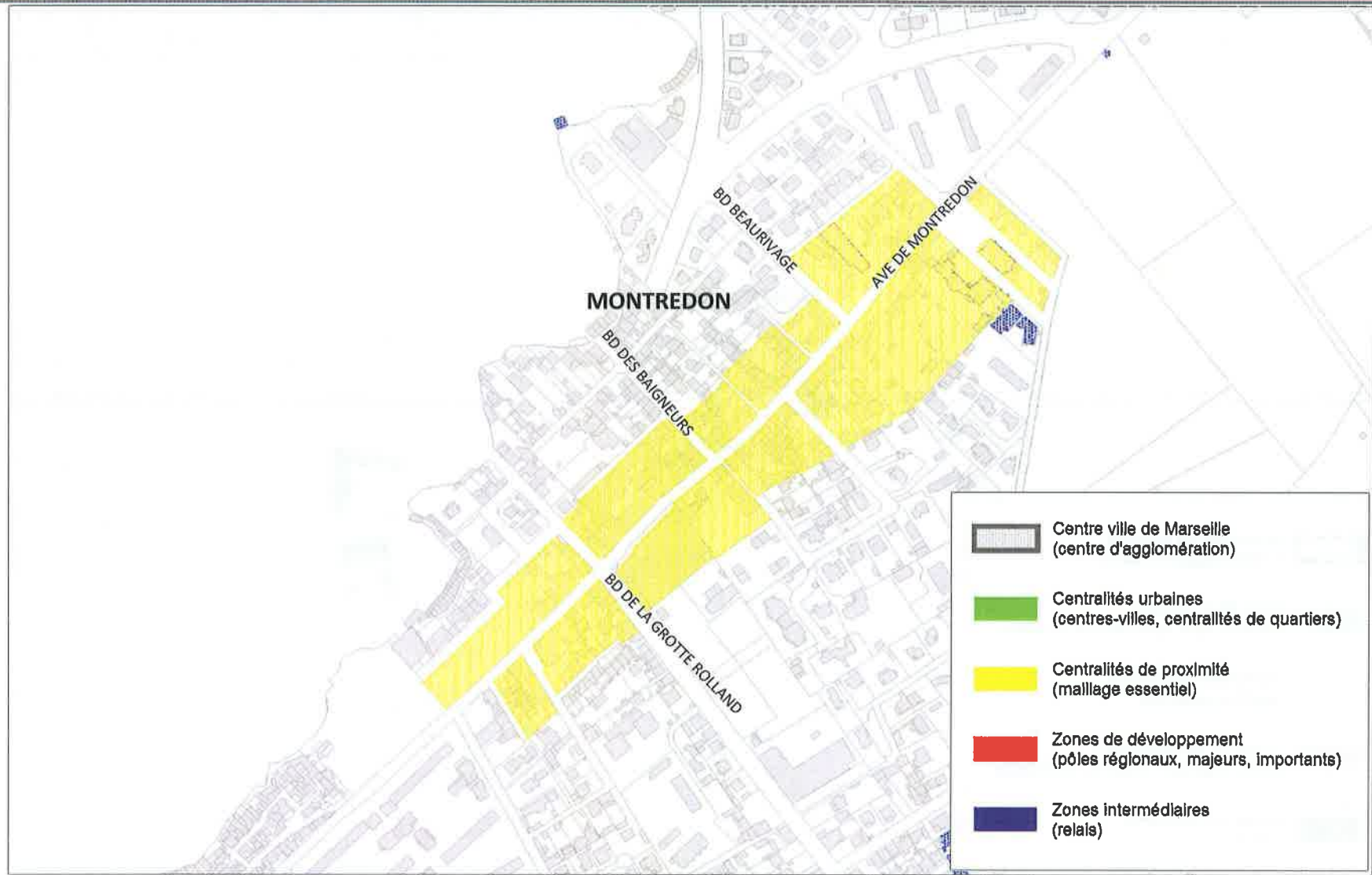
# CENTRALITE DE PROXIMITE: MONTOLIVET



## CENTRALITE DE PROXIMITE: MONTOLIVET 2

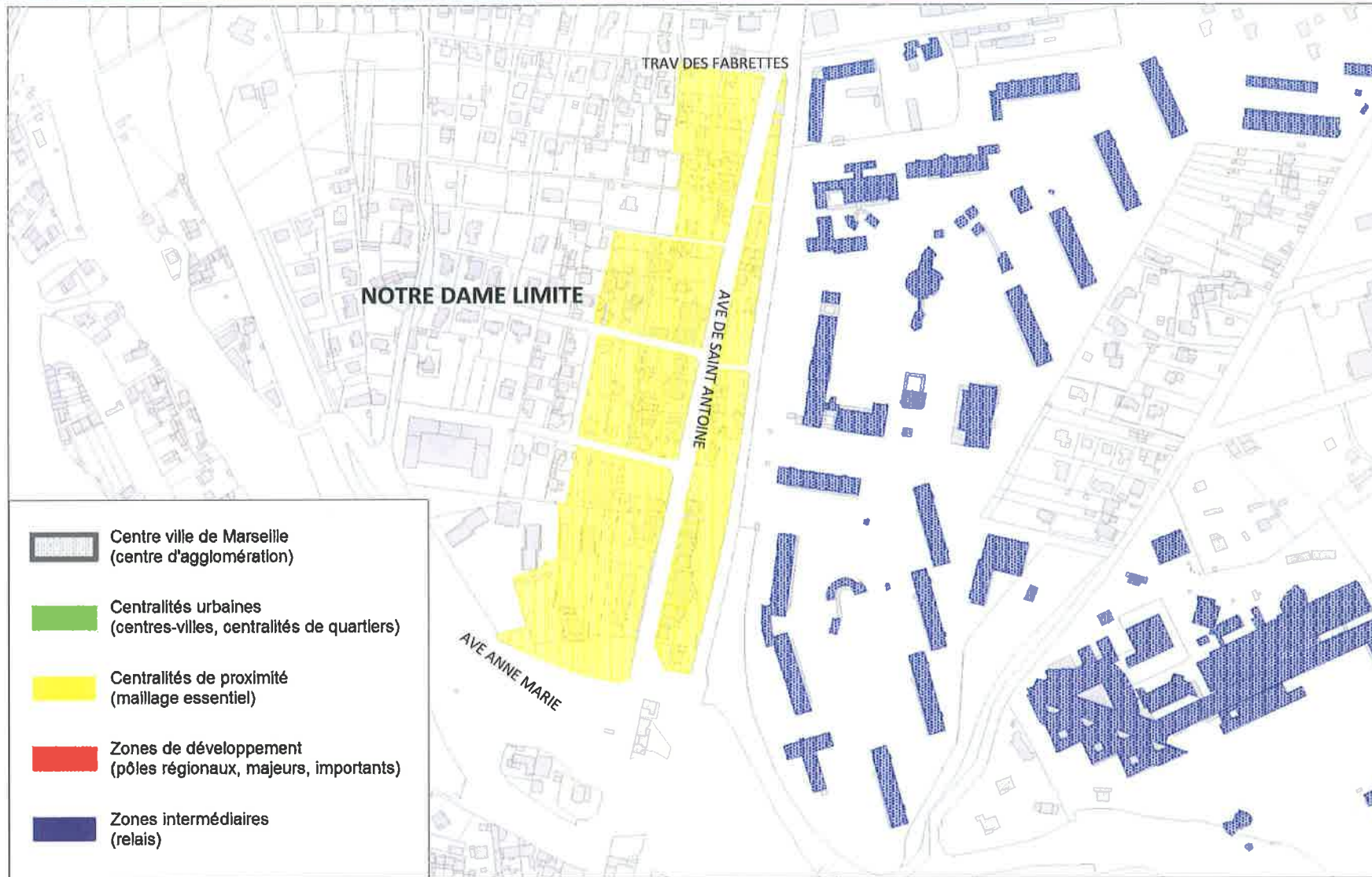


# CENTRALITE DE PROXIMITE: MONTREDON

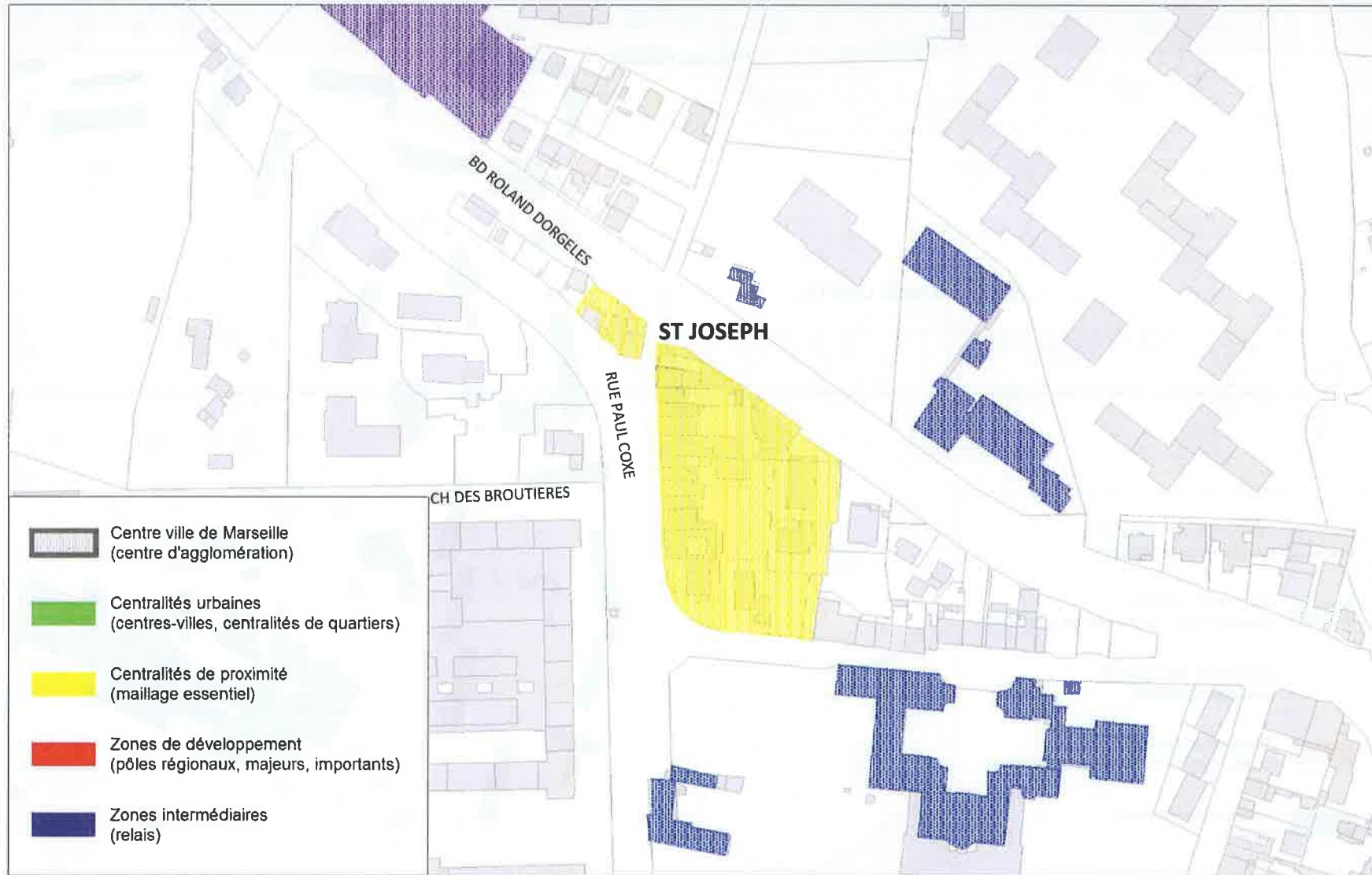




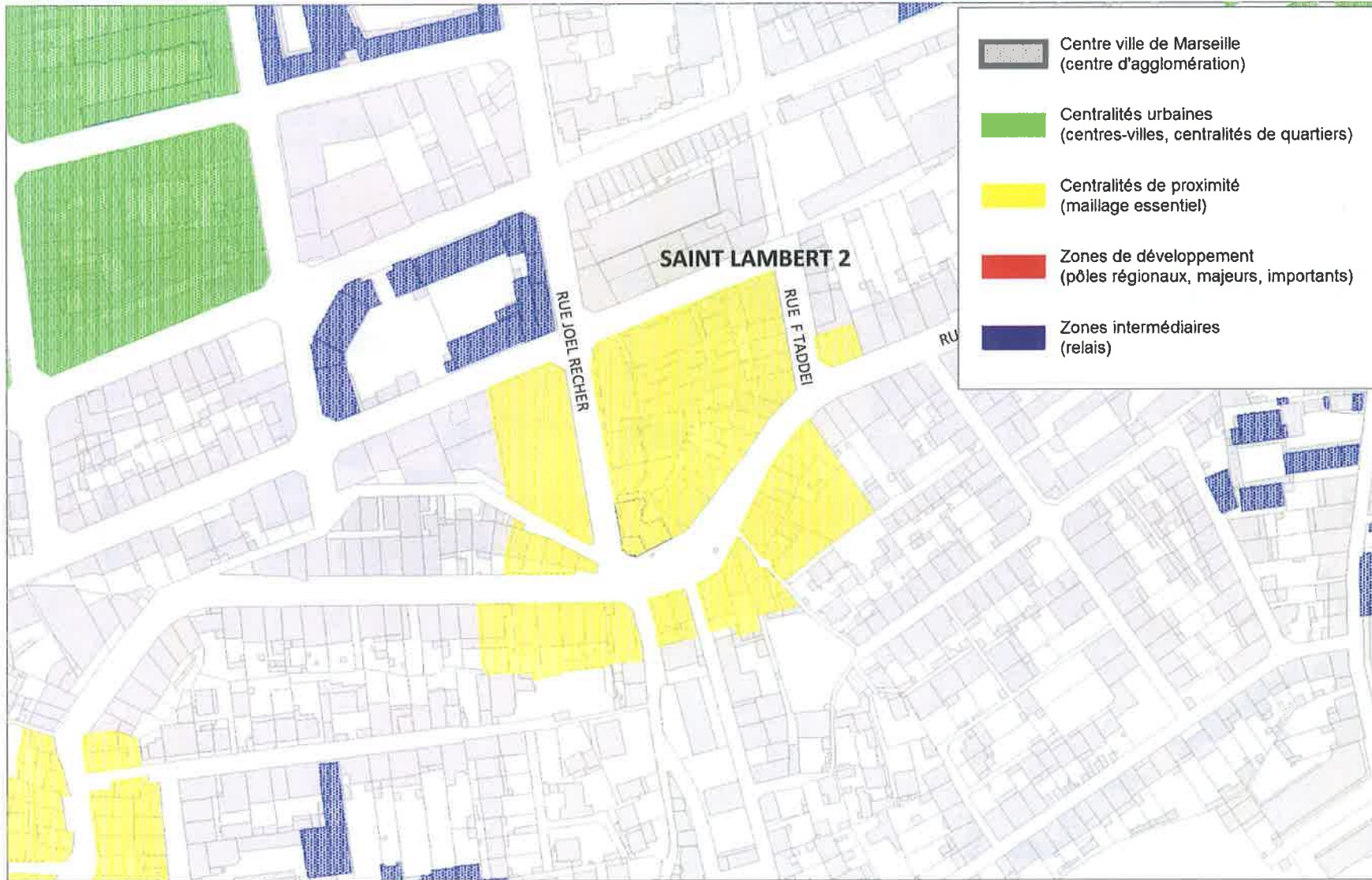
## CENTRALITE DE PROXIMITE: NOTRE DAME LIMITE



# CENTRALITE DE PROXIMITE: ST JOSEPH

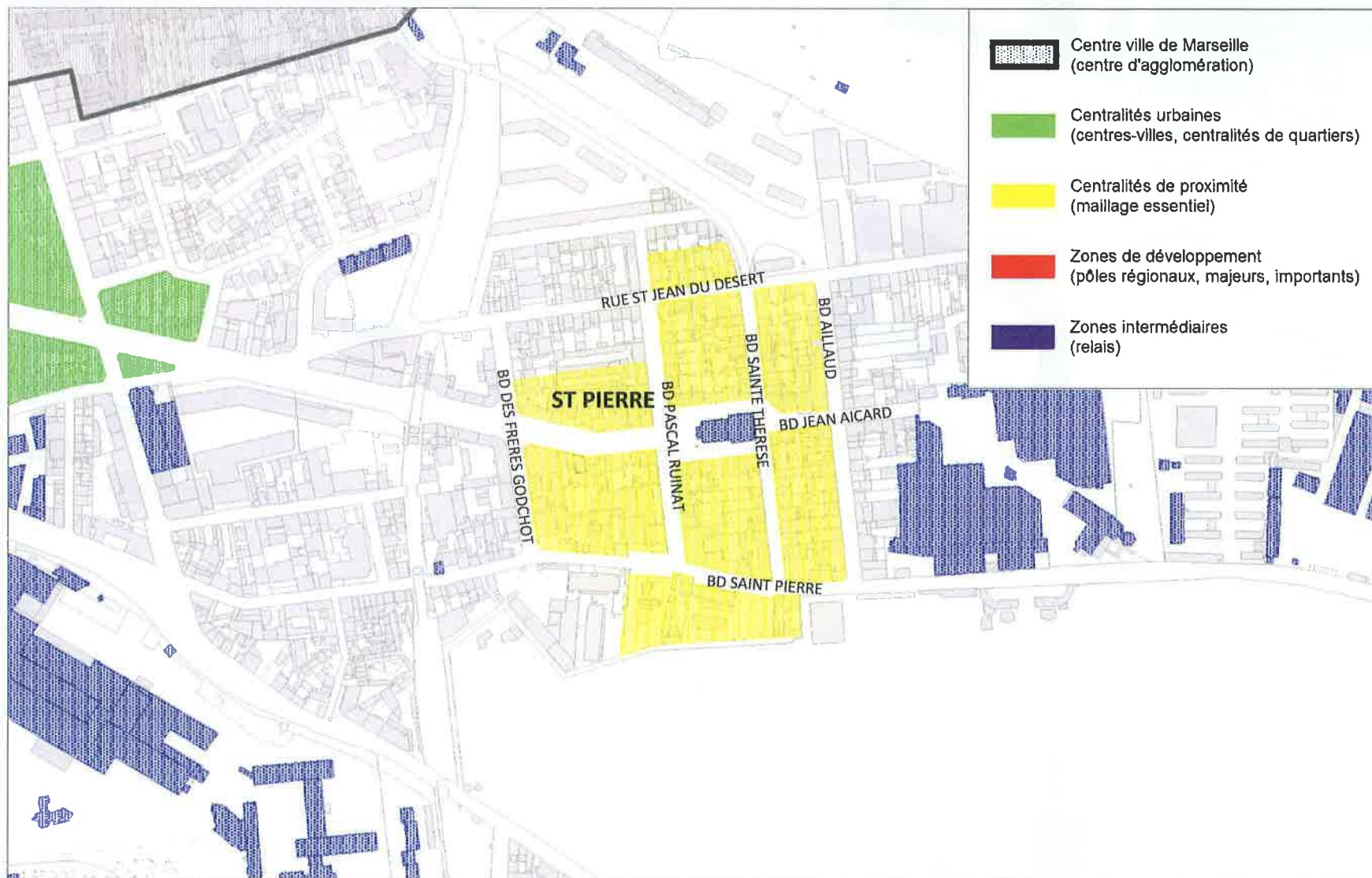


## CENTRALITE DE PROXIMITE: ST LAMBERT 2

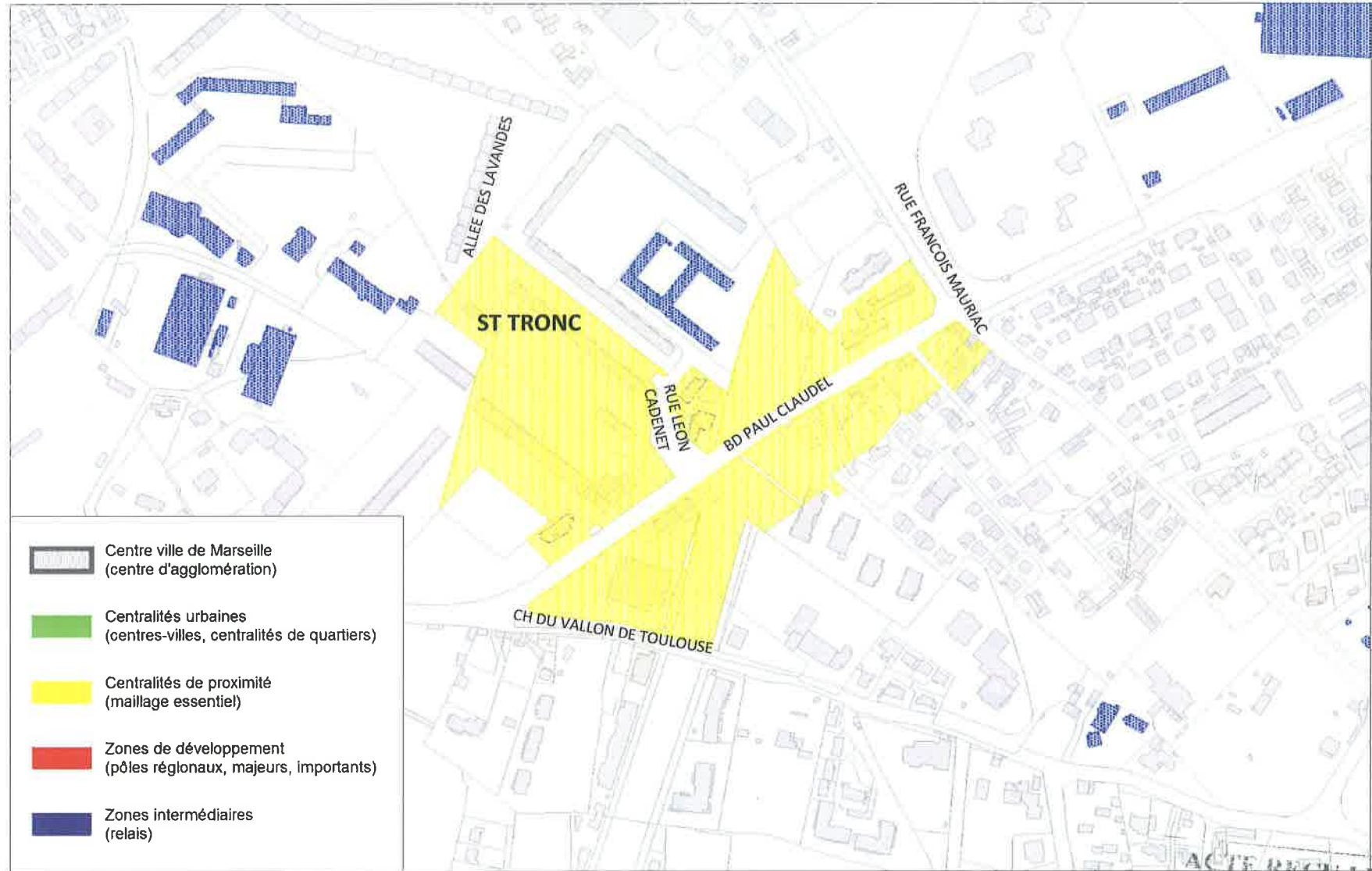




# CENTRALITE DE PROXIMITE: ST PIERRE



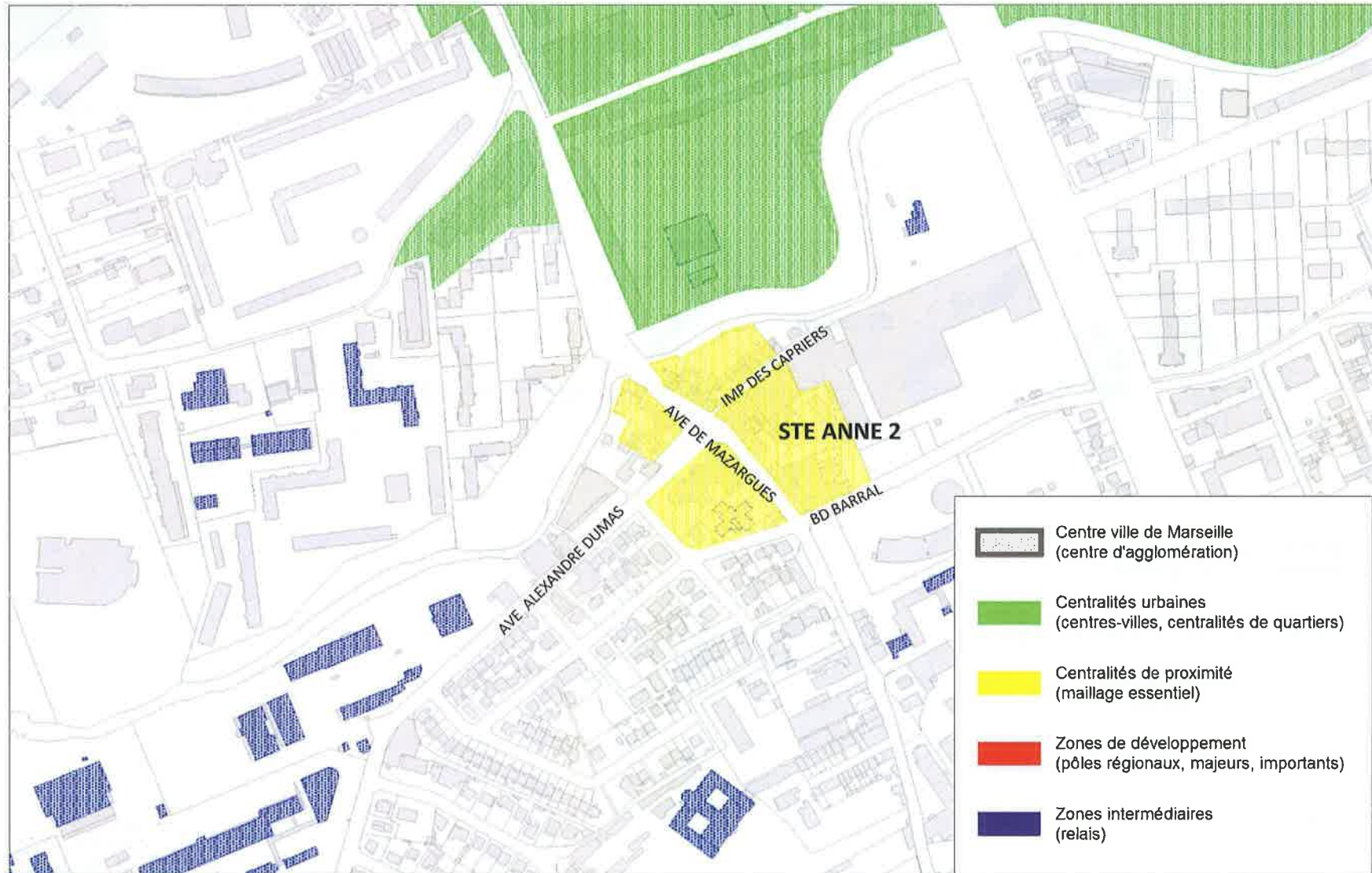
# CENTRALITE DE PROXIMITE: ST TRONC



ACTE REÇU LE  
-7 JAN. 2013<sup>108</sup>  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHON

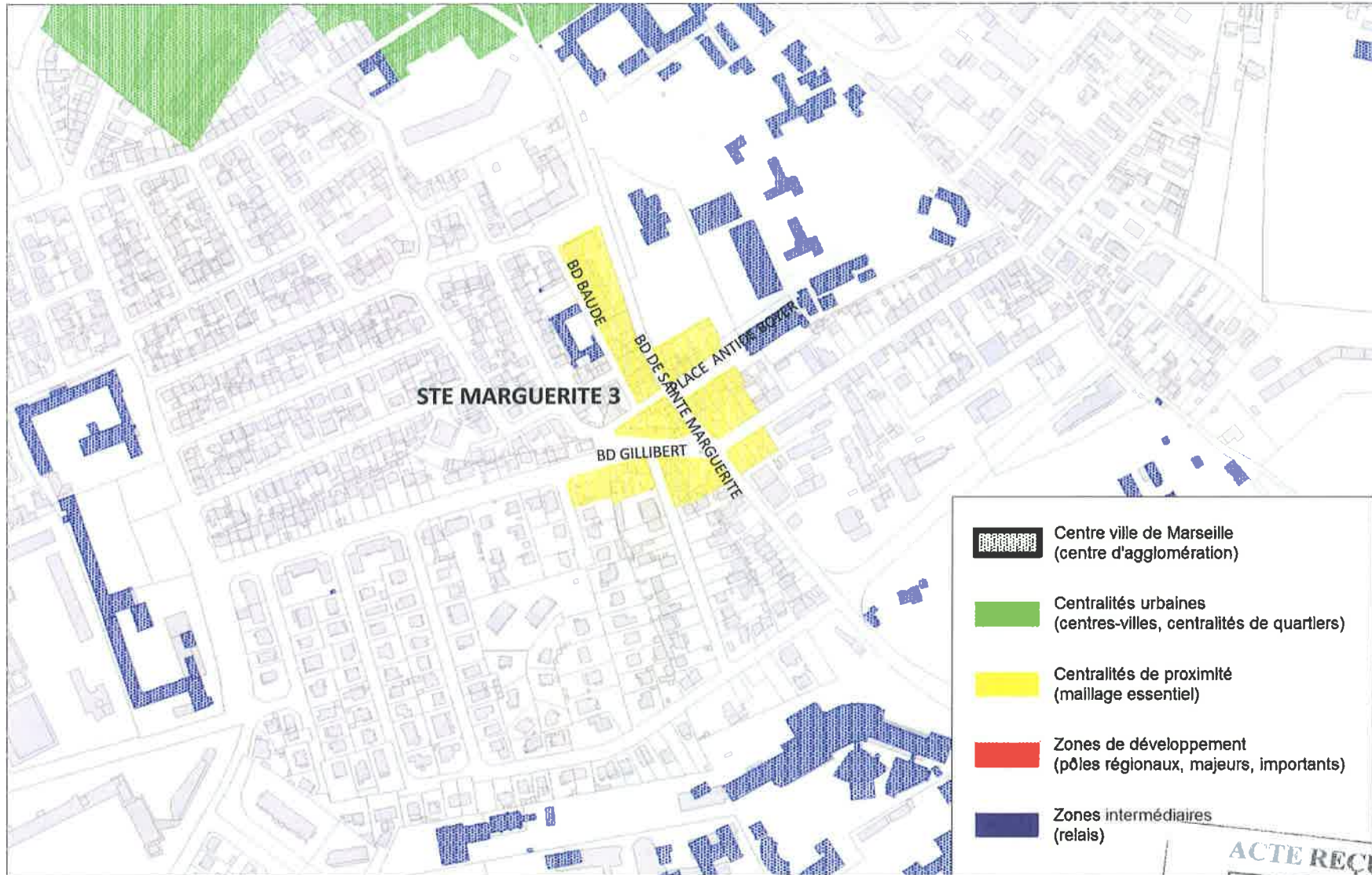


## CENTRALITE DE PROXIMITE: STE ANNE 2



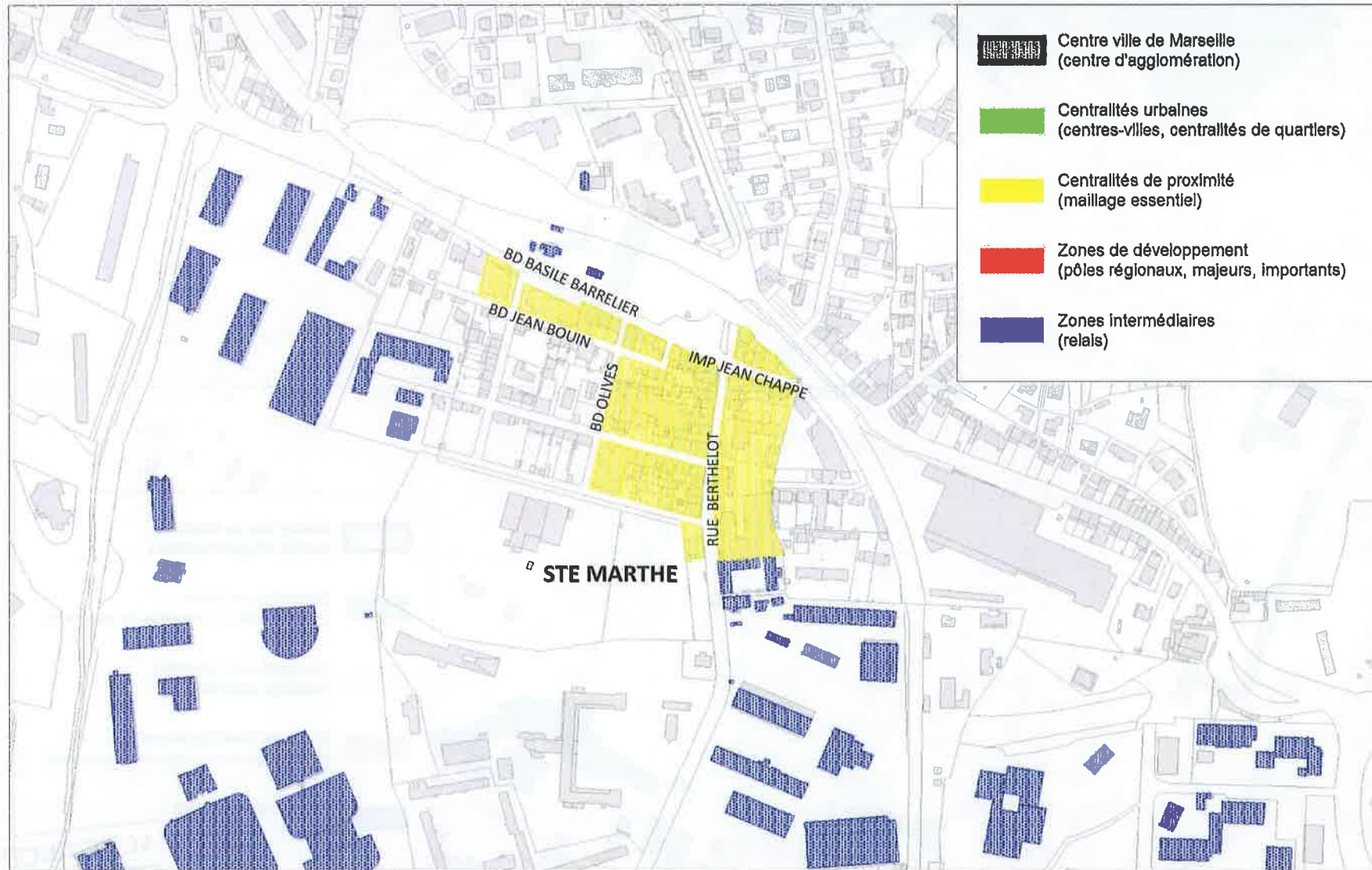


# CENTRALITE DE PROXIMITE: STE MARGUERITE 3



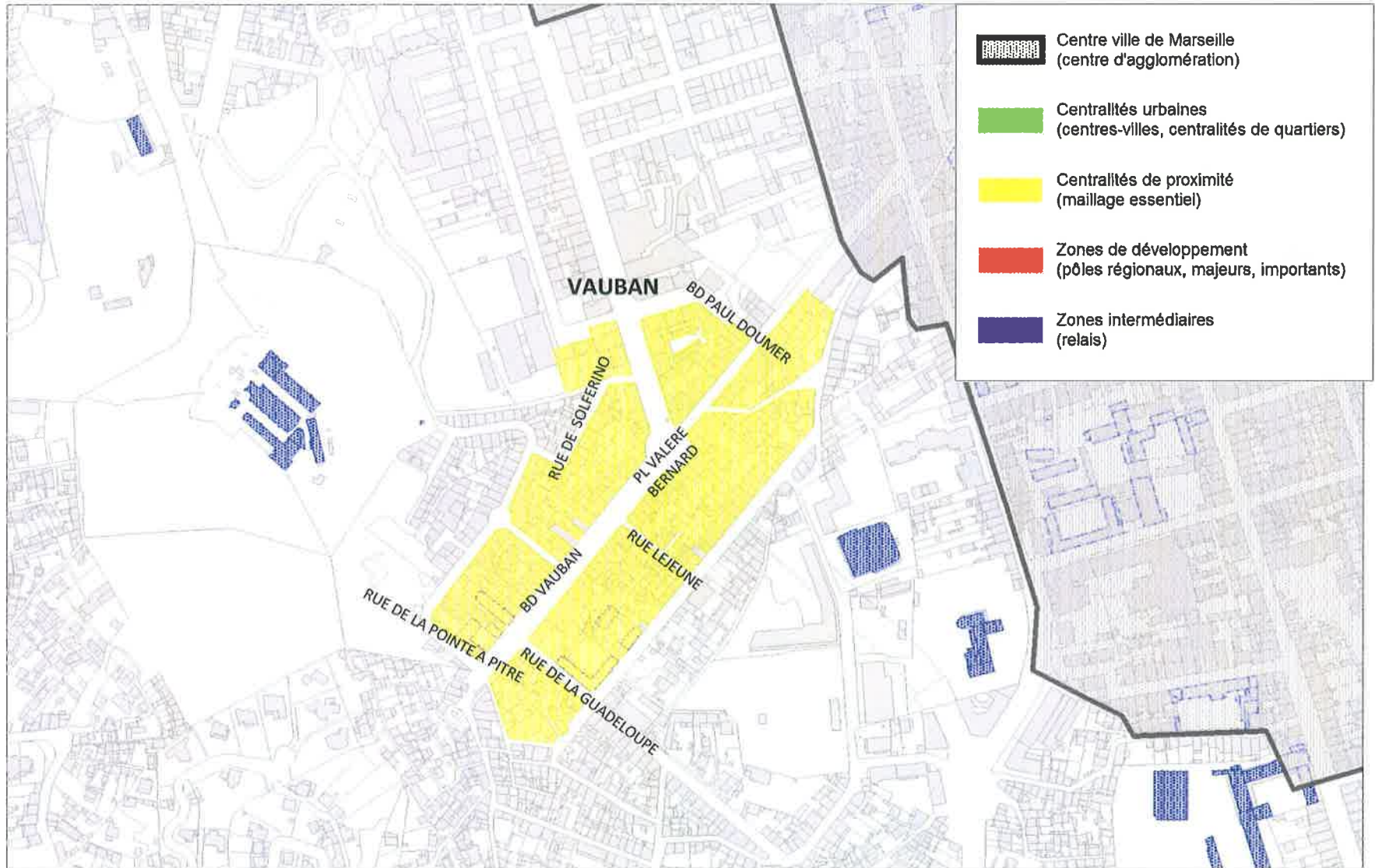
ACTE REÇU LE  
-7 JAN. 2019  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

# CENTRALITE DE PROXIMITE: STE MARTHE



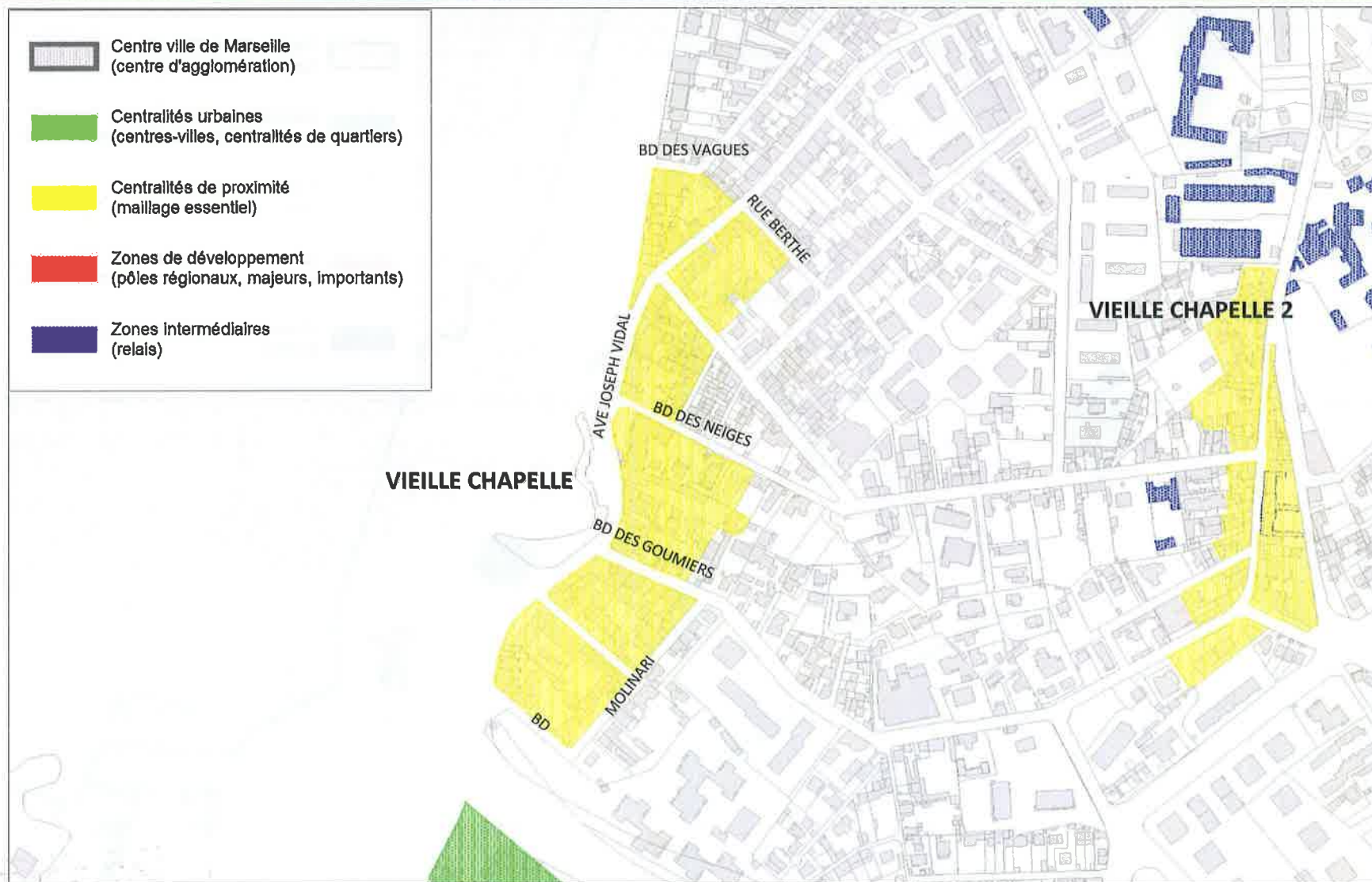


# CENTRALITE DE PROXIMITE: VAUBAN

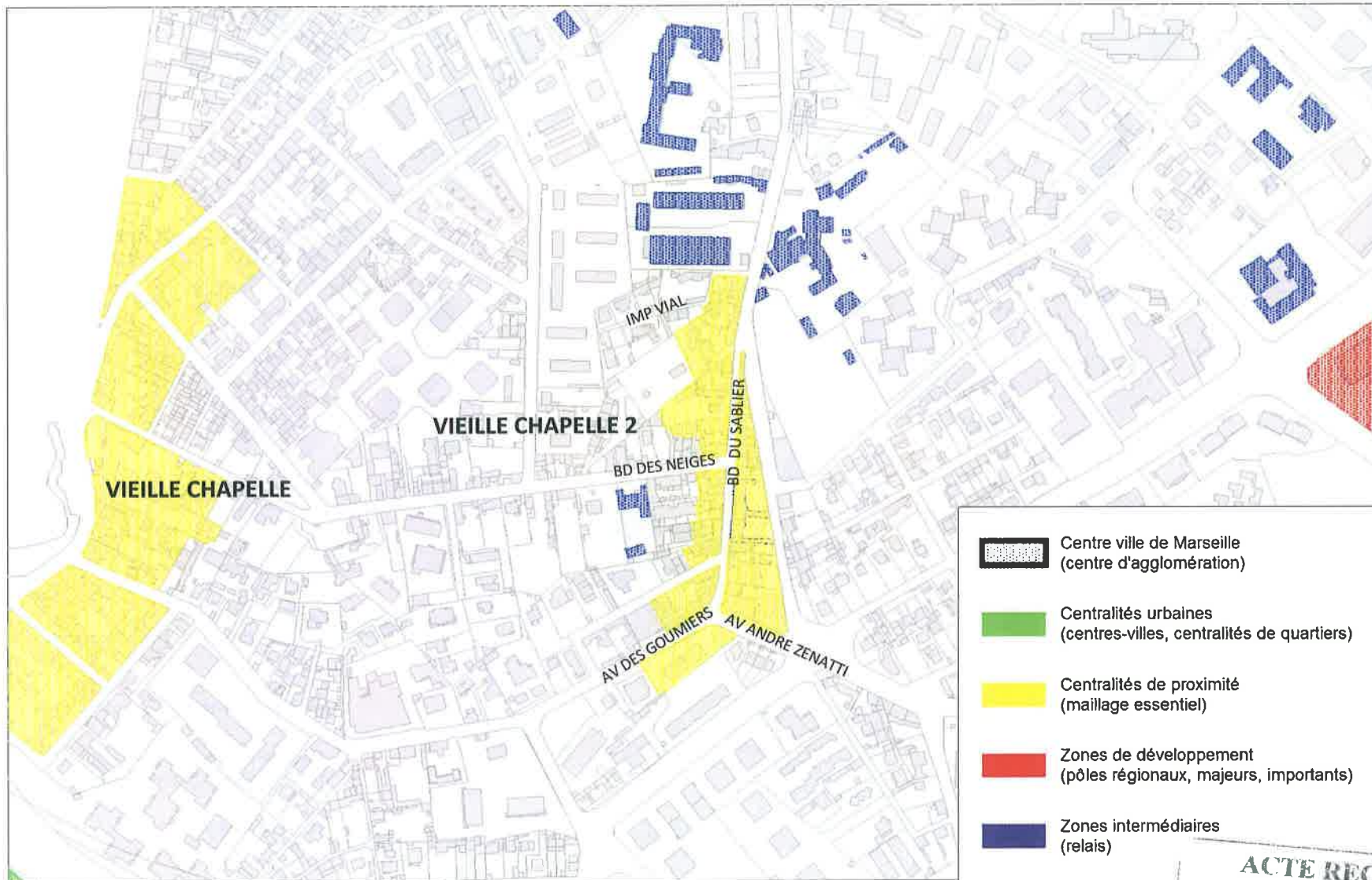




## CENTRALITE DE PROXIMITE: VIEILLE CHAPELLE

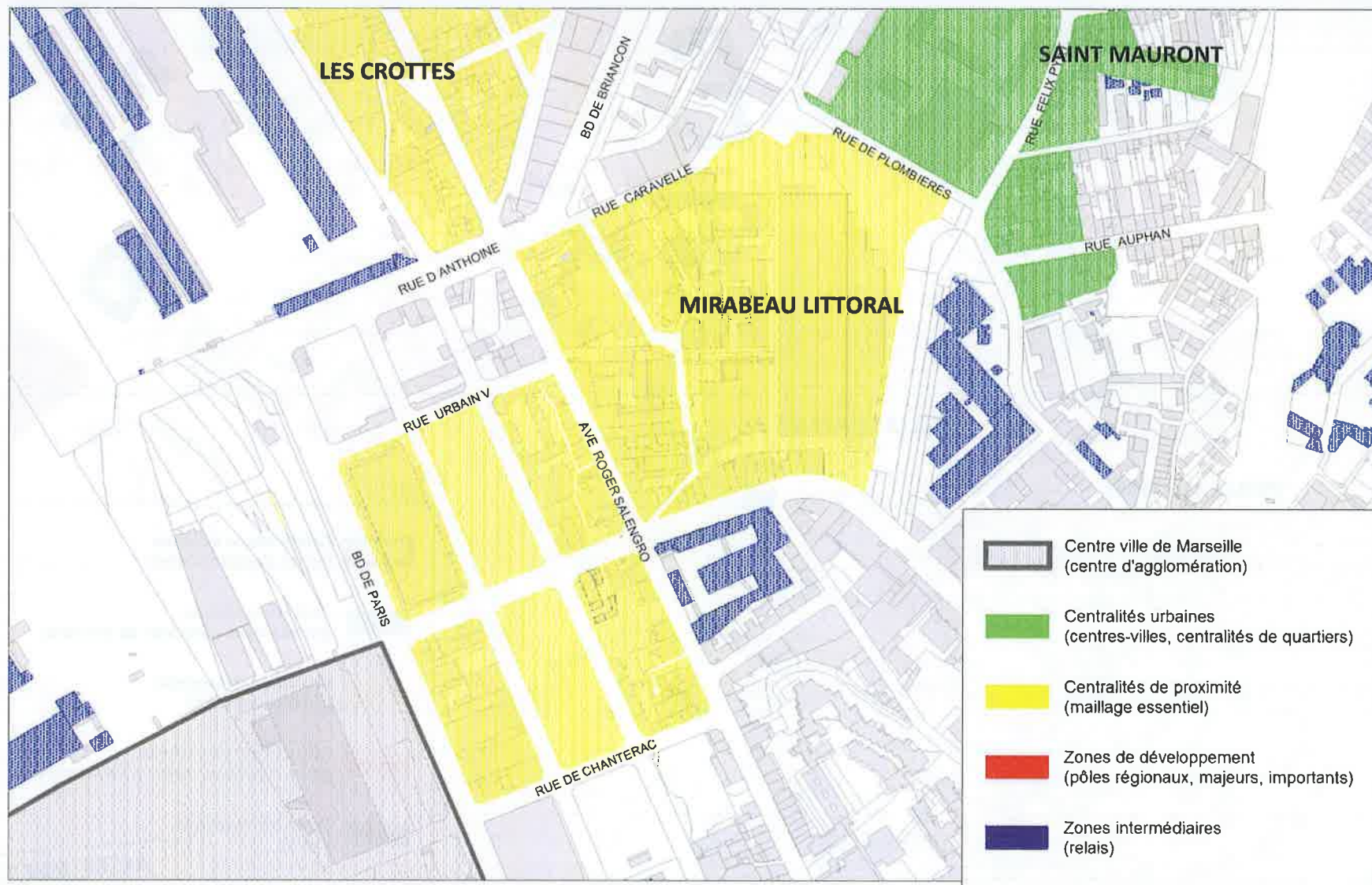


## CENTRALITE DE PROXIMITE: VIEILLE CHAPELLE 2



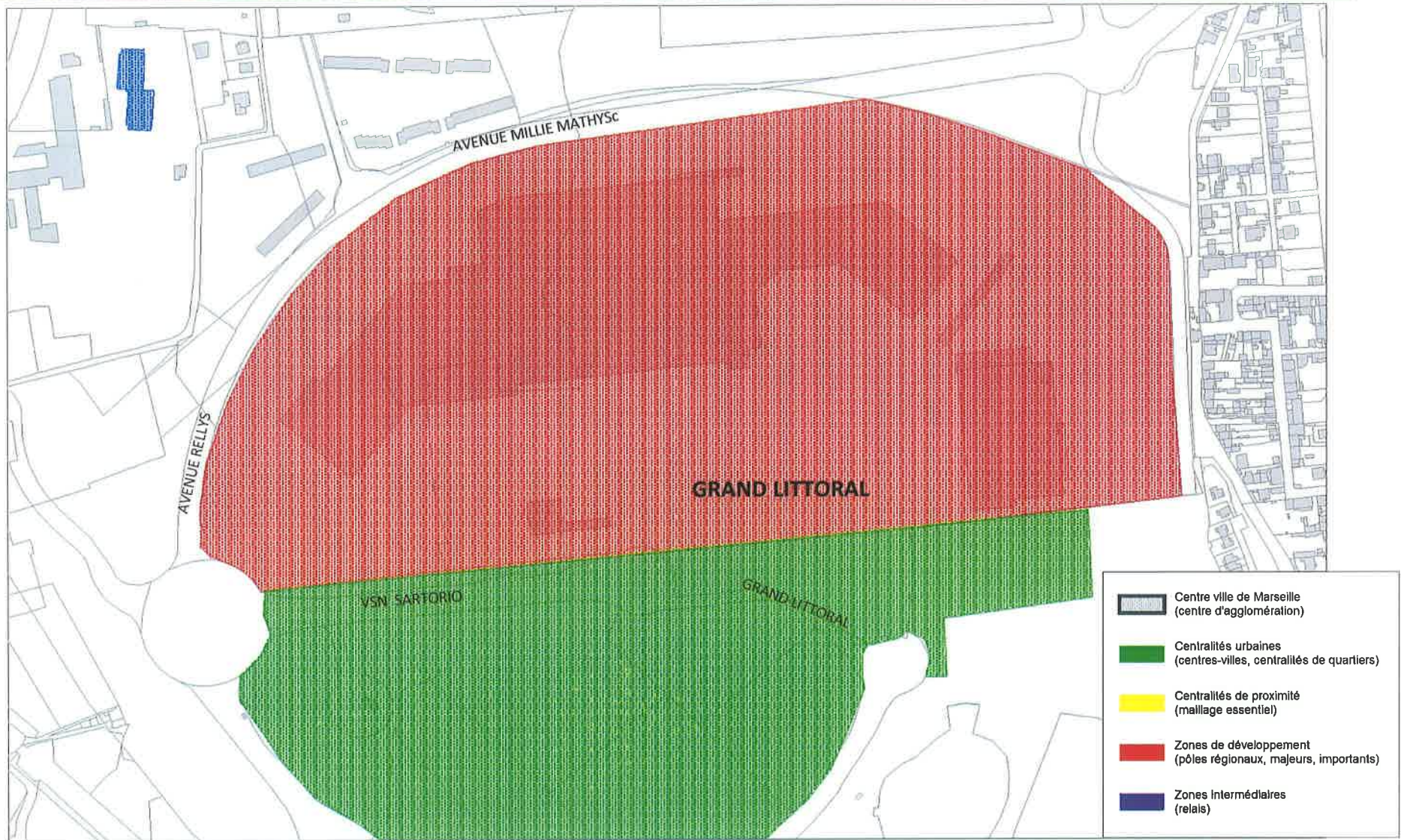


# CENTRALITE DE PROXIMITE (FUTURE): MIRABEAU LITTORAL



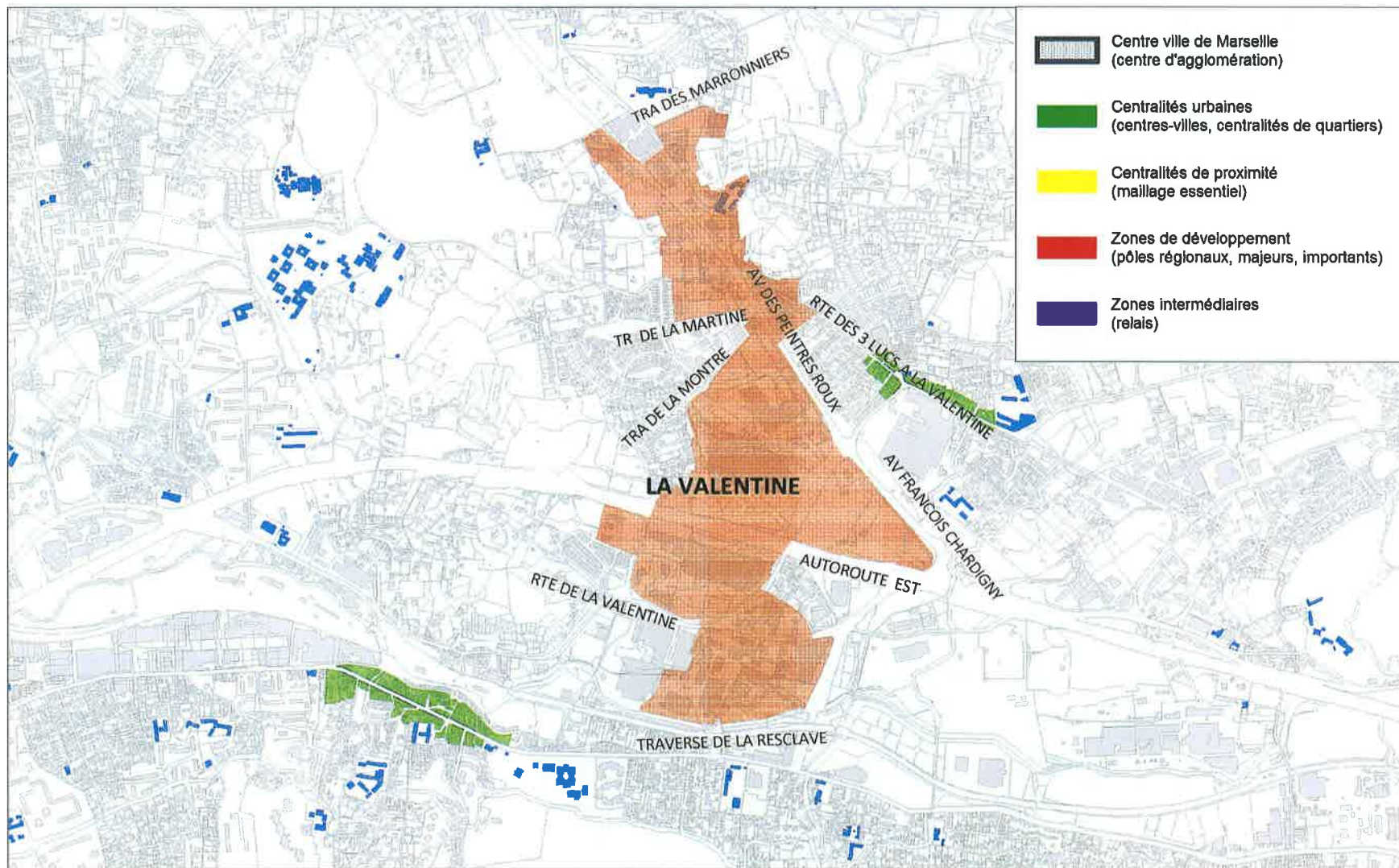


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE REGIONAL): GRAND LITTORAL

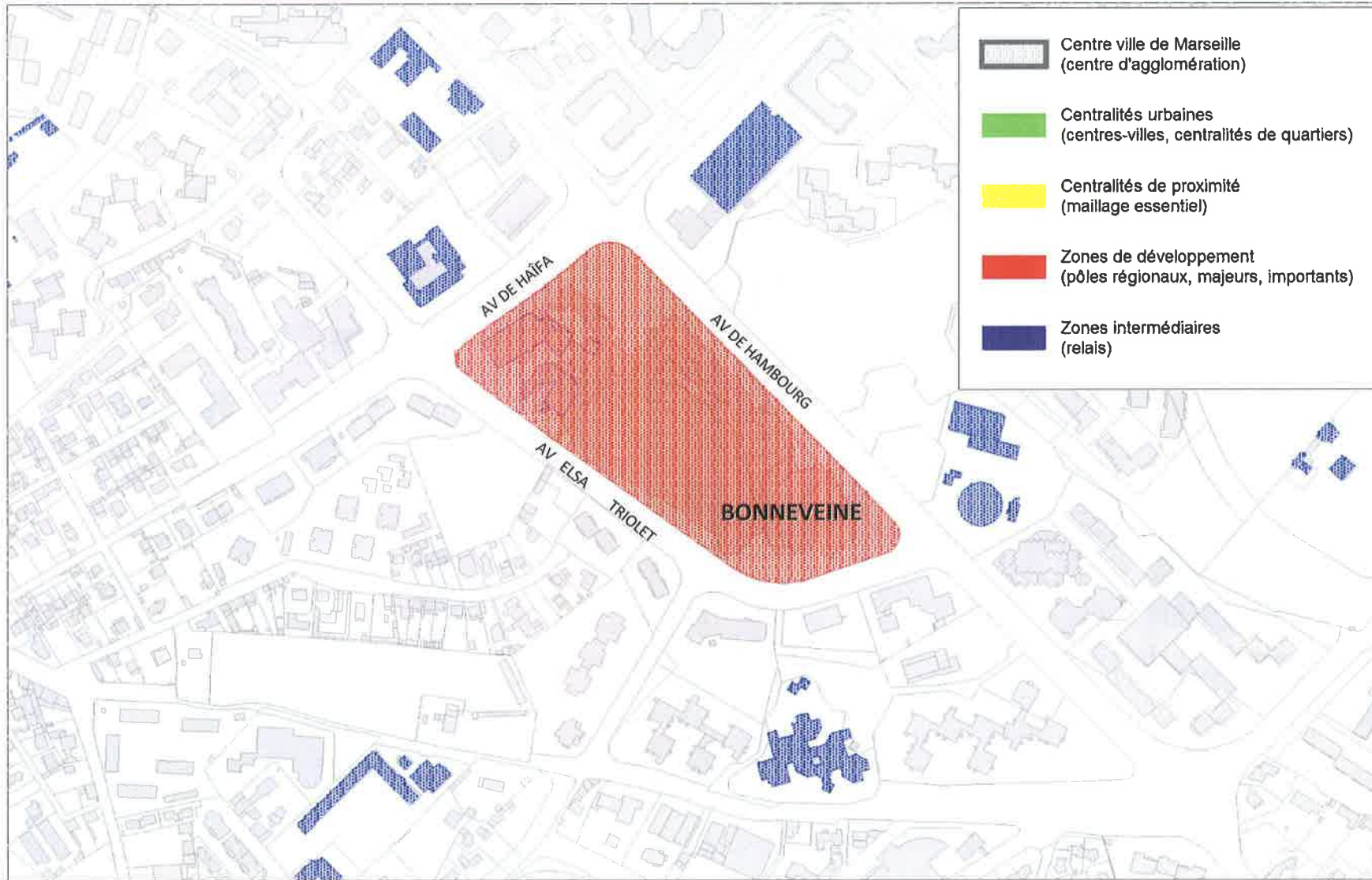




## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE REGIONAL): LA VALENTINE

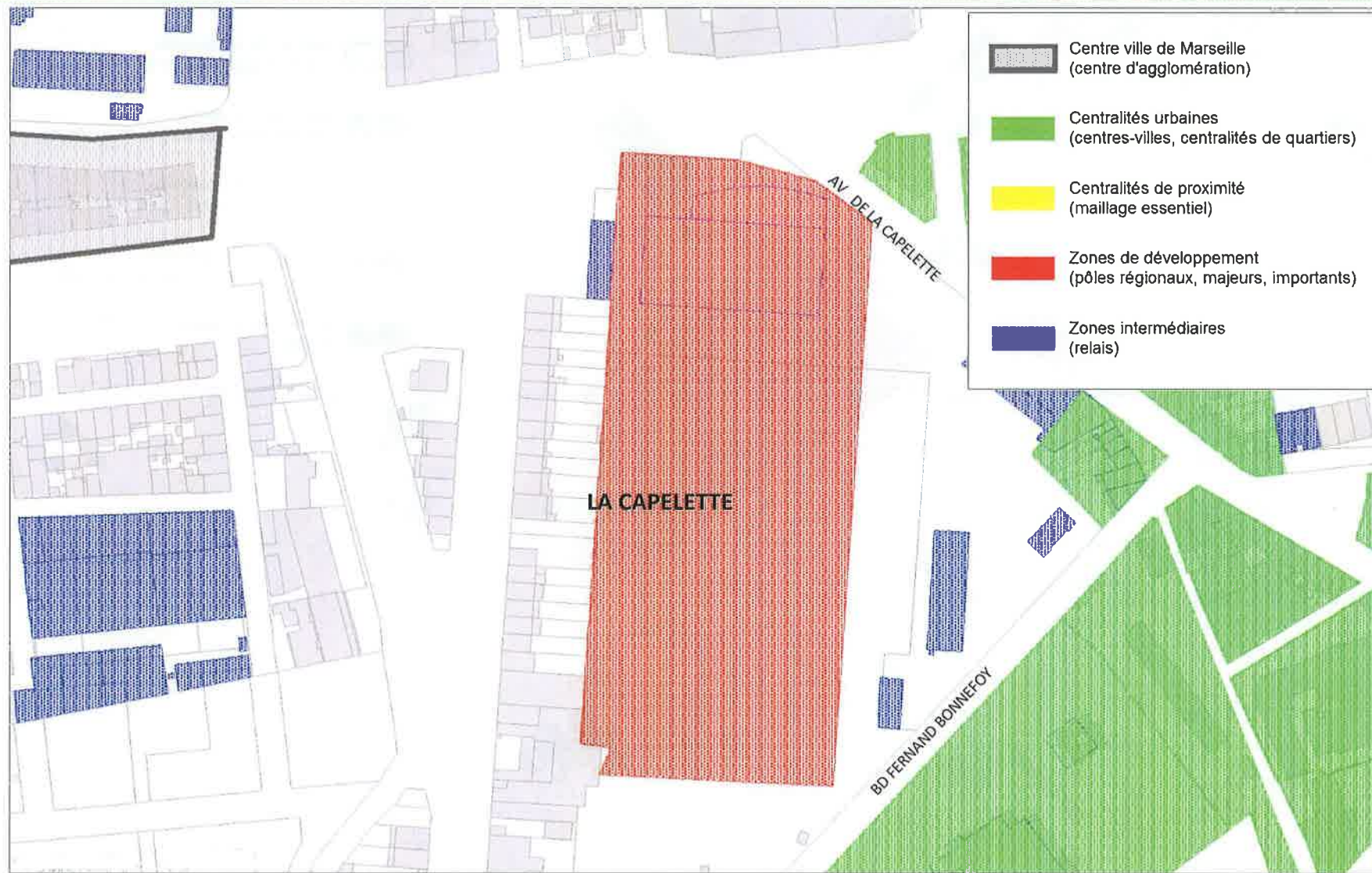


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): BONNEVEINE

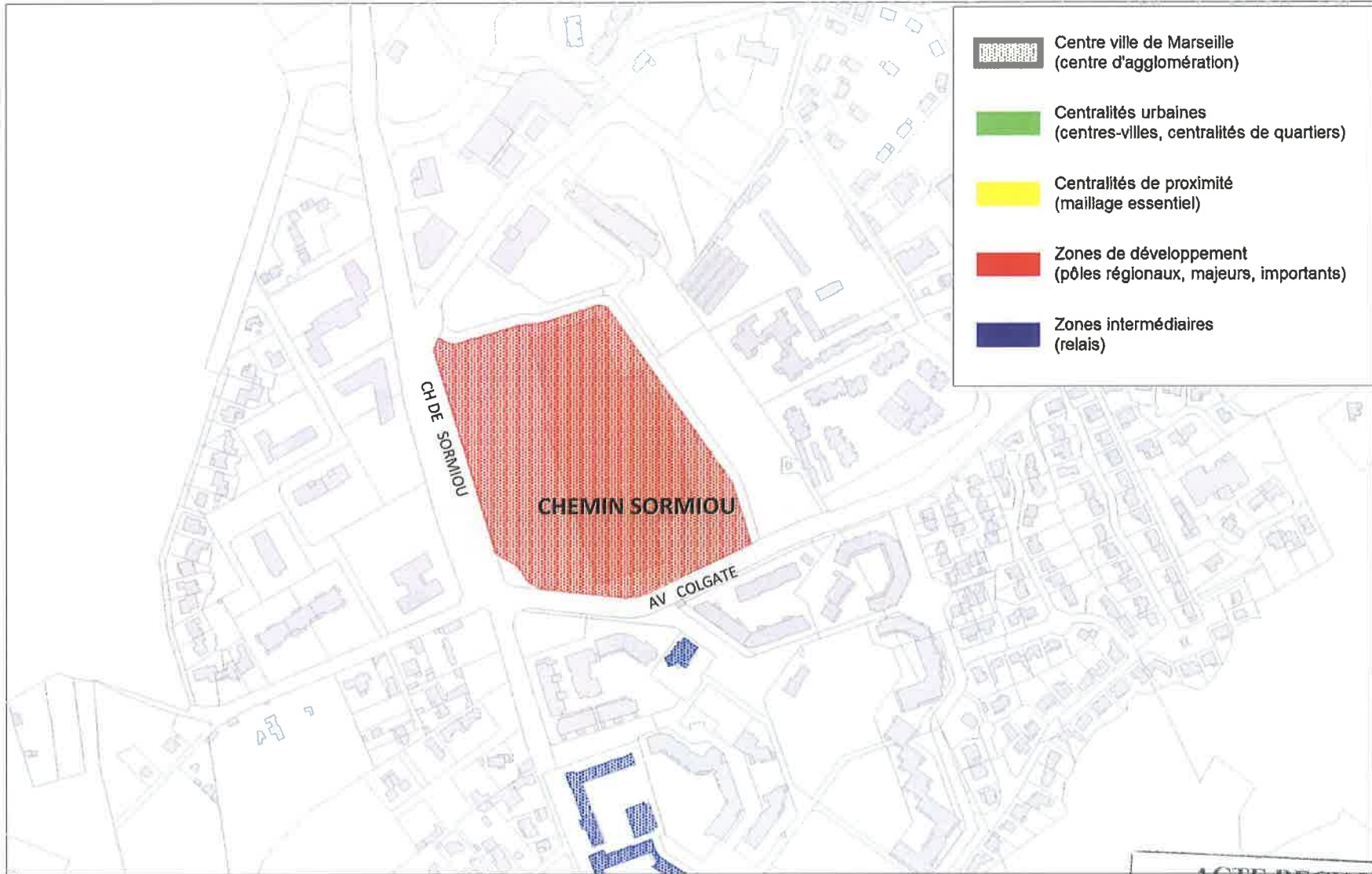




## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR FUTUR): CAPELETTE



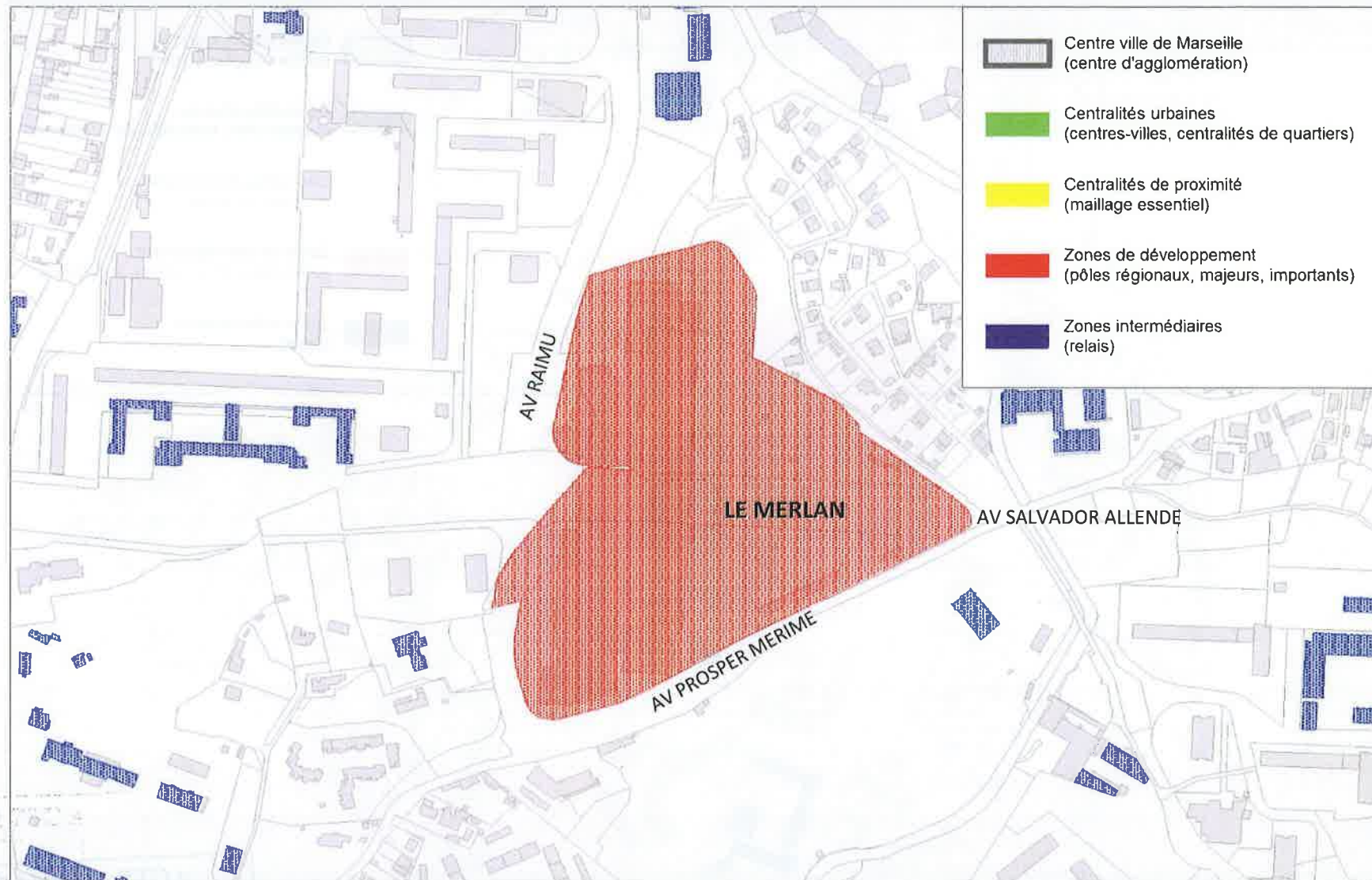
# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): CHEMIN SORMIOU



ACTE REÇU LE  
- 7 JAN. 2013 120  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

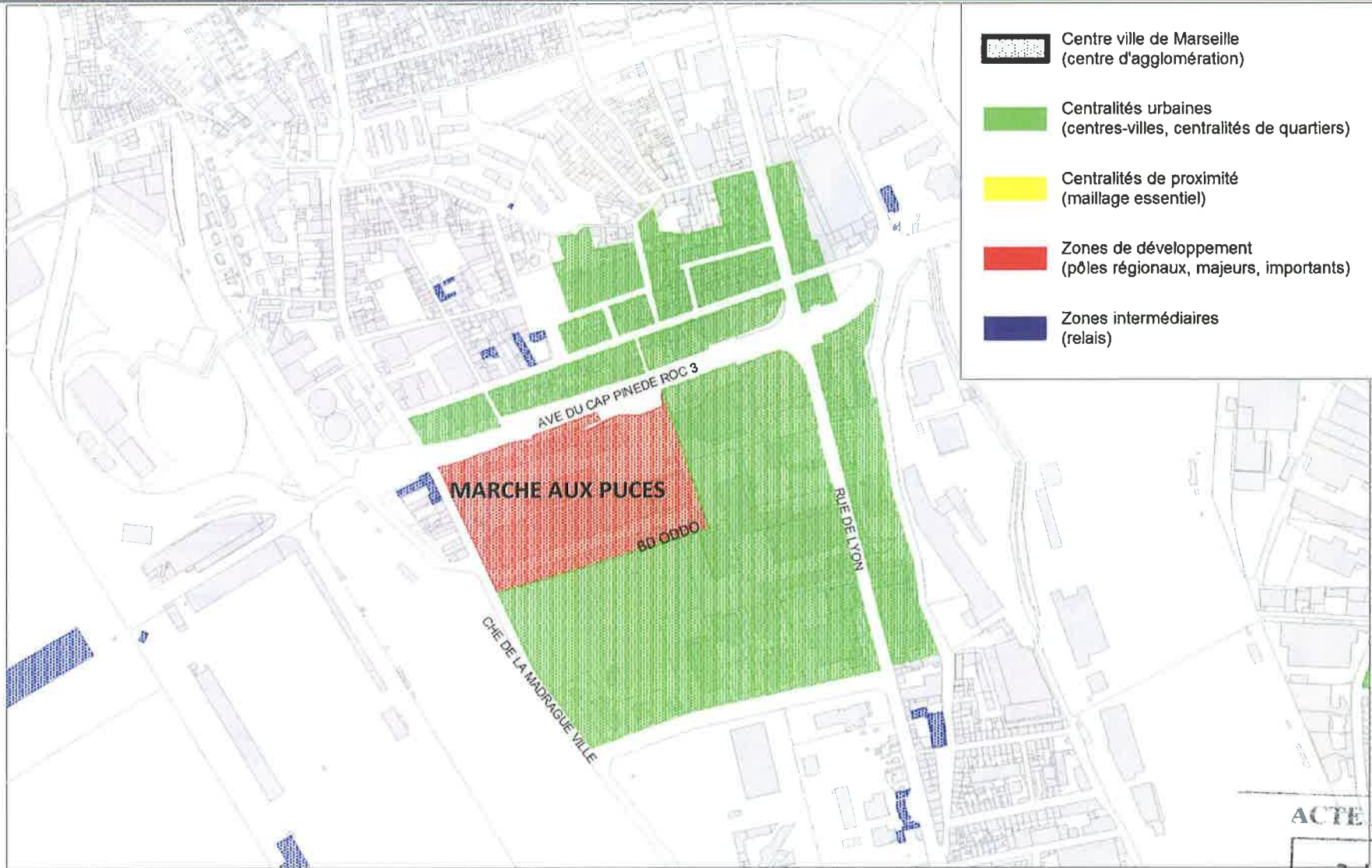


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): LE MERLAN





# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): MARCHE AUX PUCES

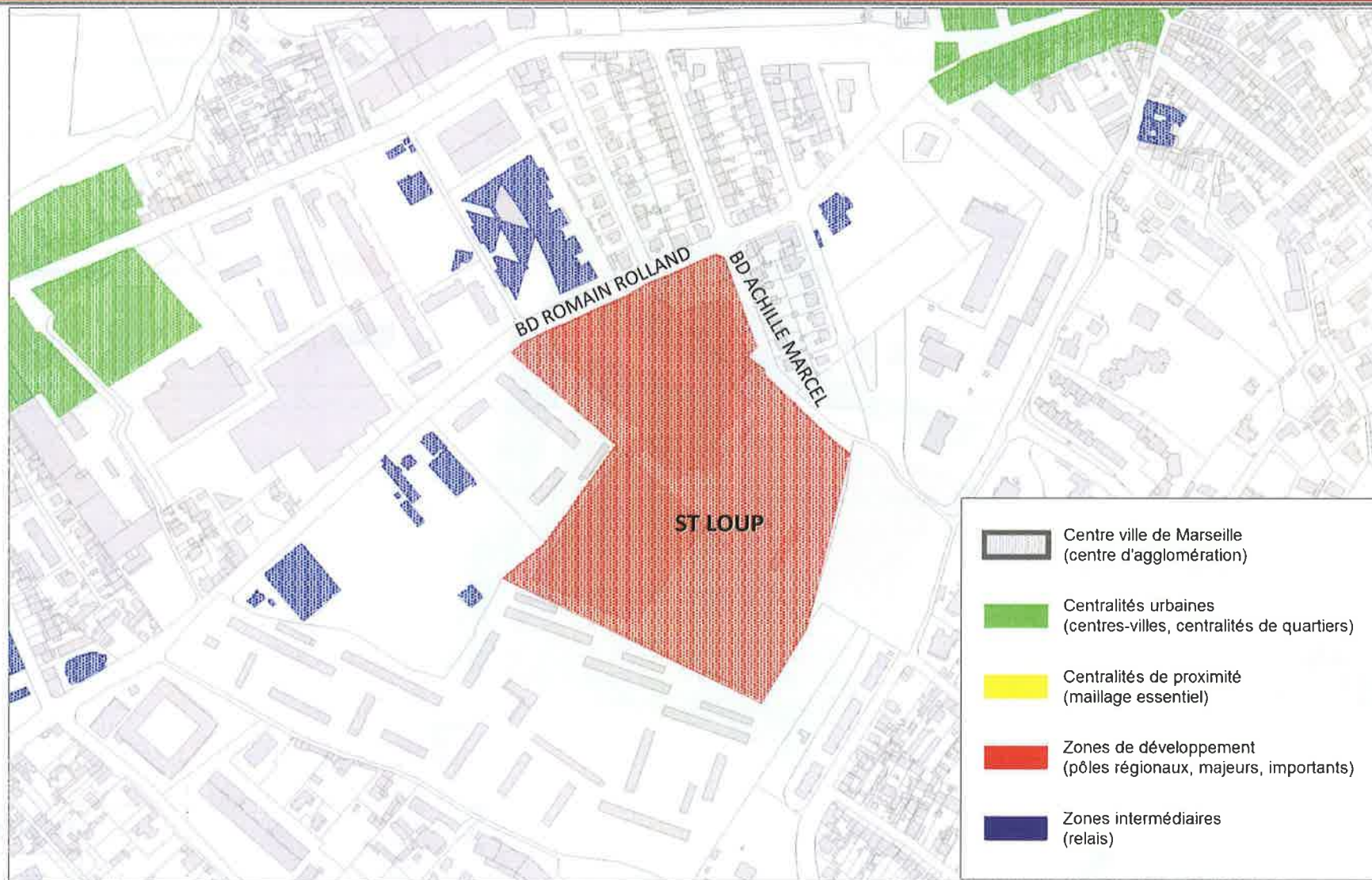


ACTE REÇU LE

-7 JAN. 2013

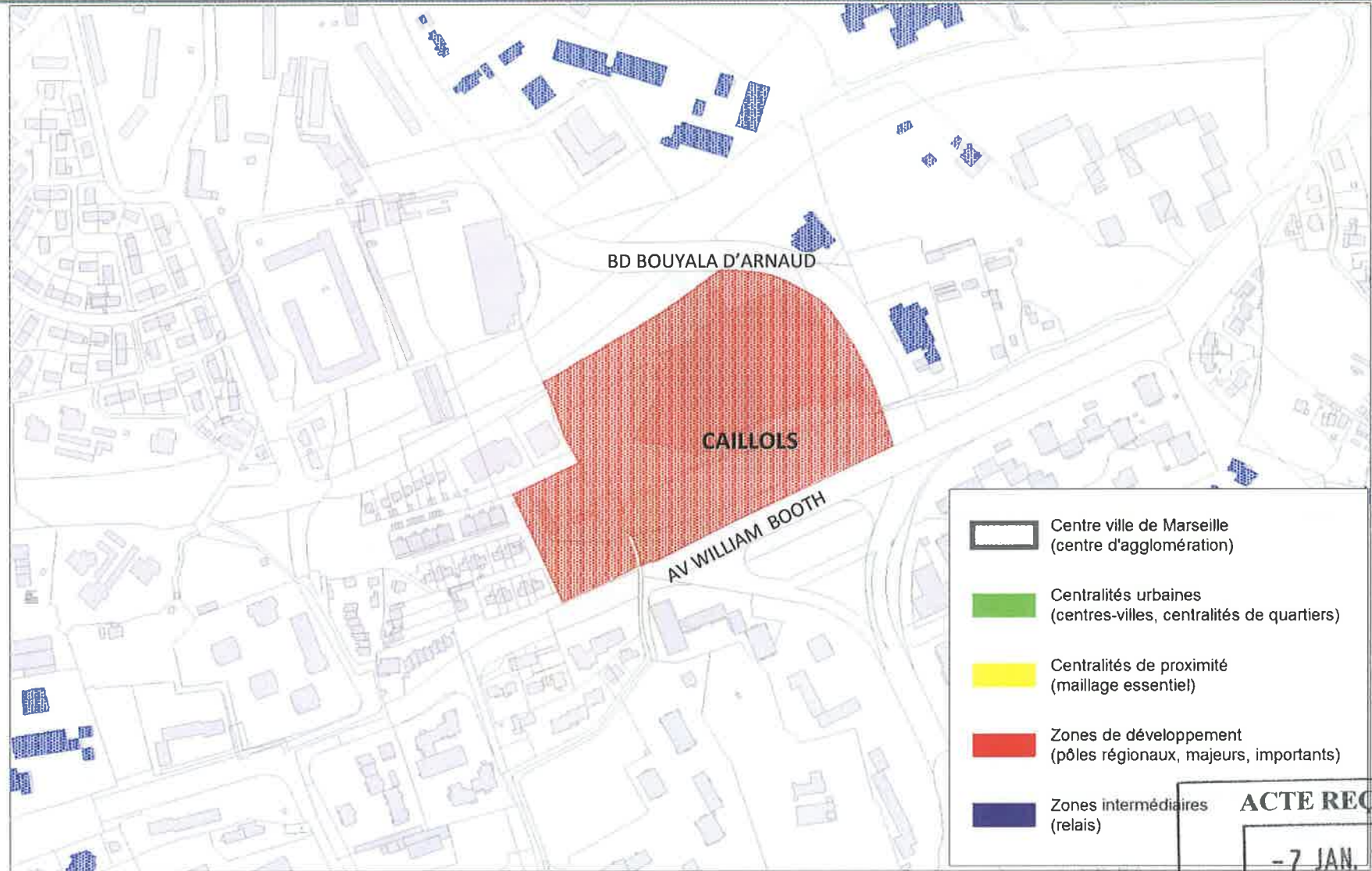
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): ST LOUP





# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): CAILLOLS



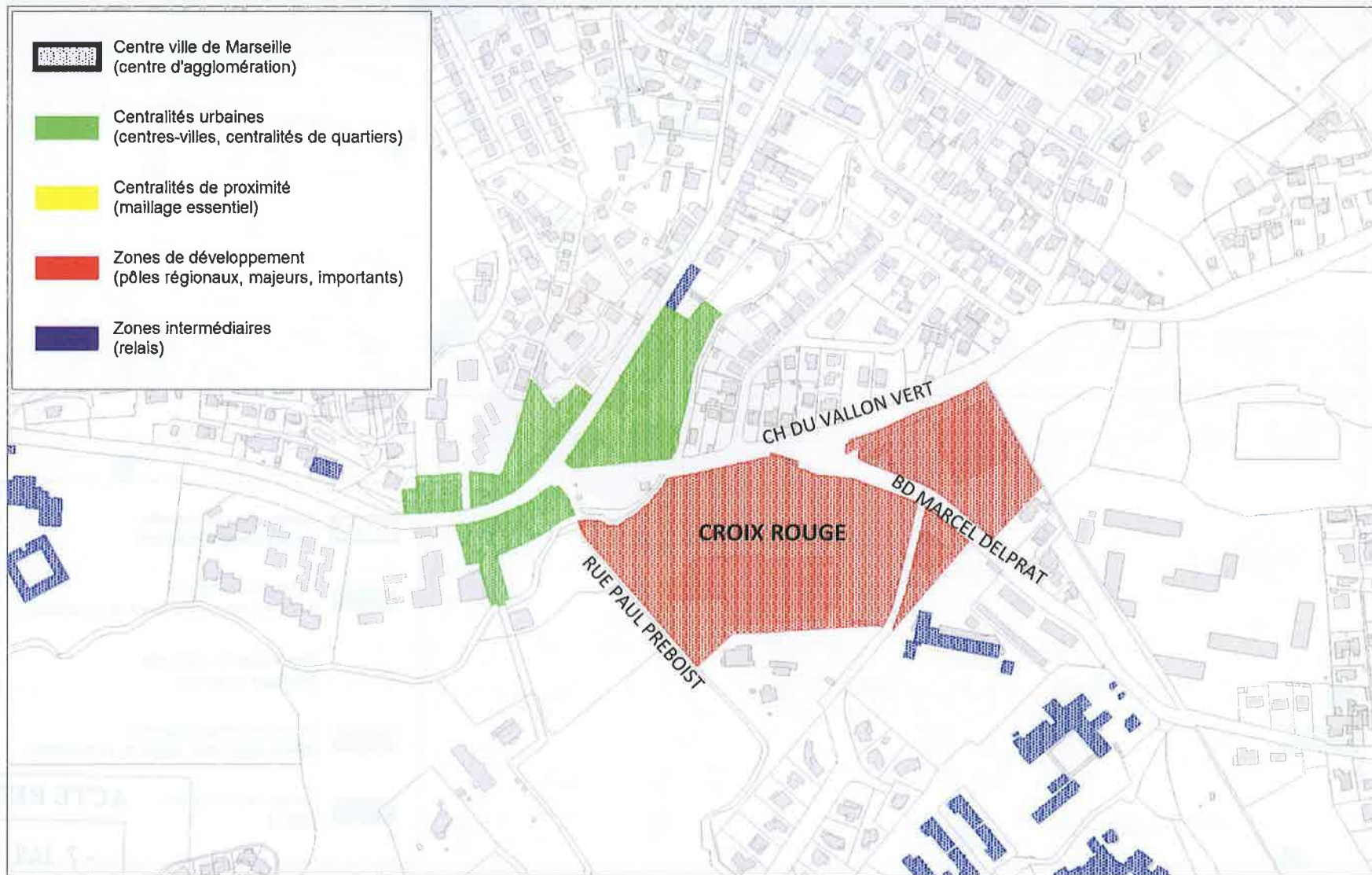
ACTE RECU LE

-7 JAN. 2013

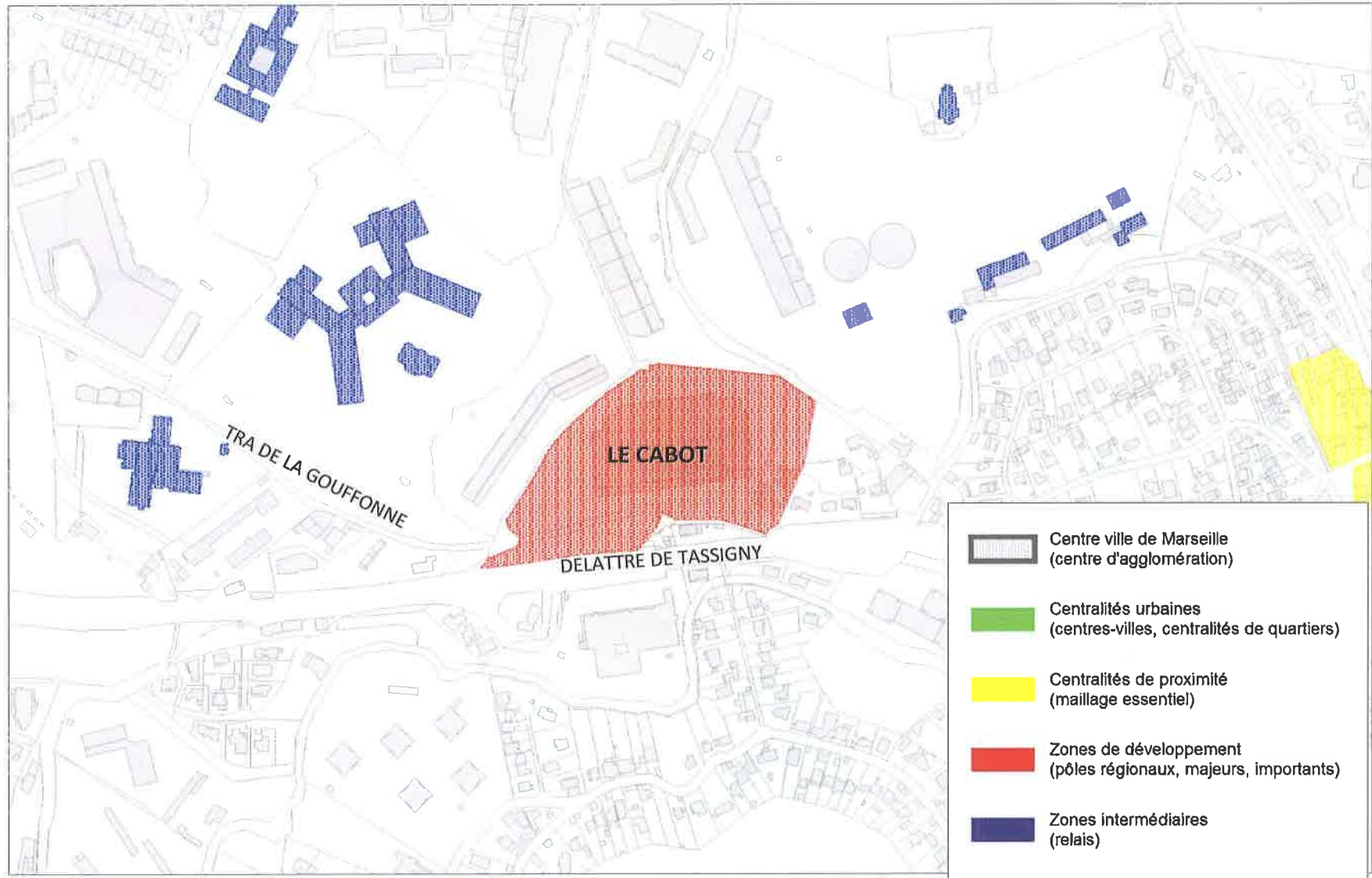
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE



## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): CROIX ROUGE

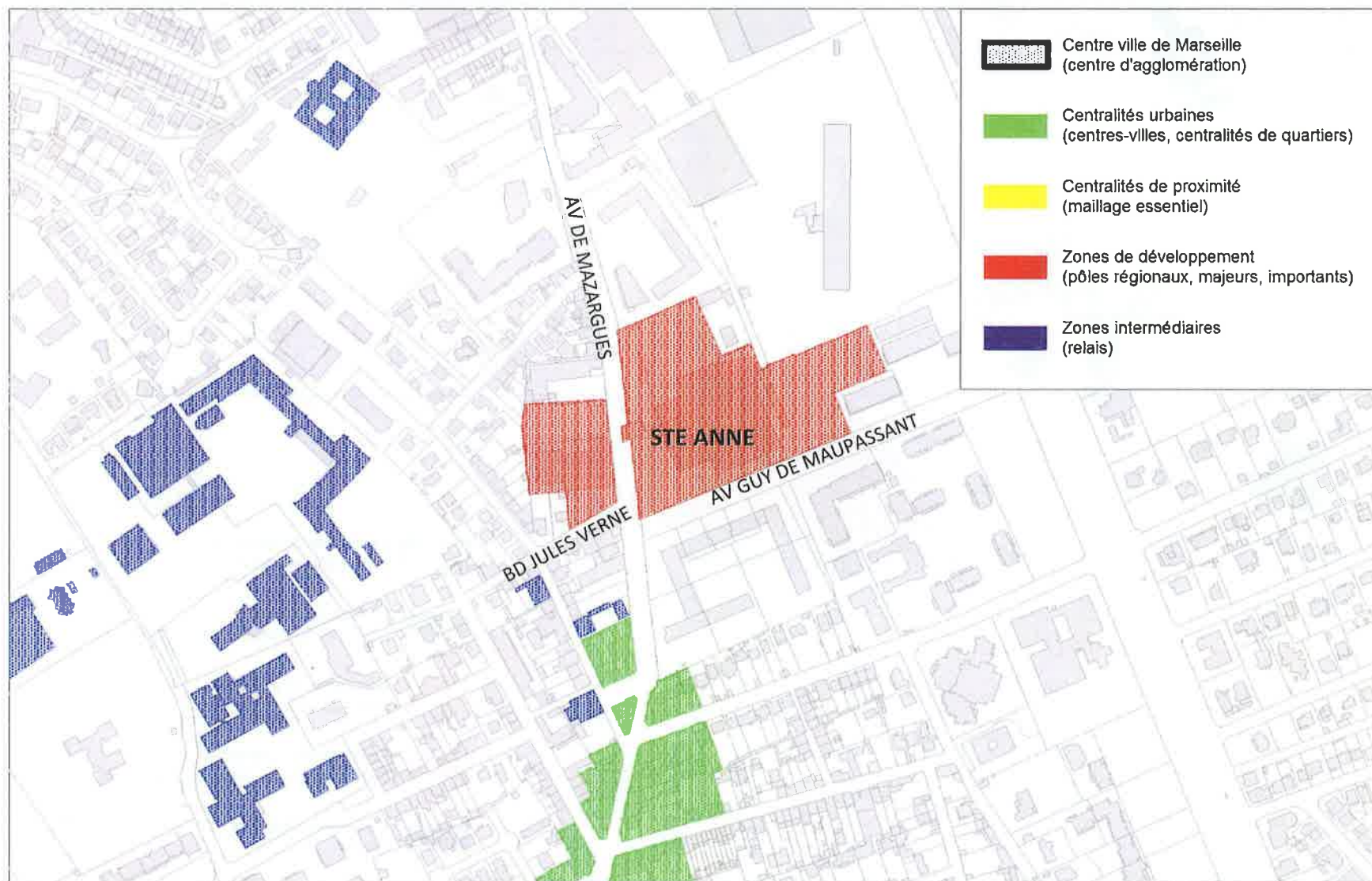


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): LE CABOT



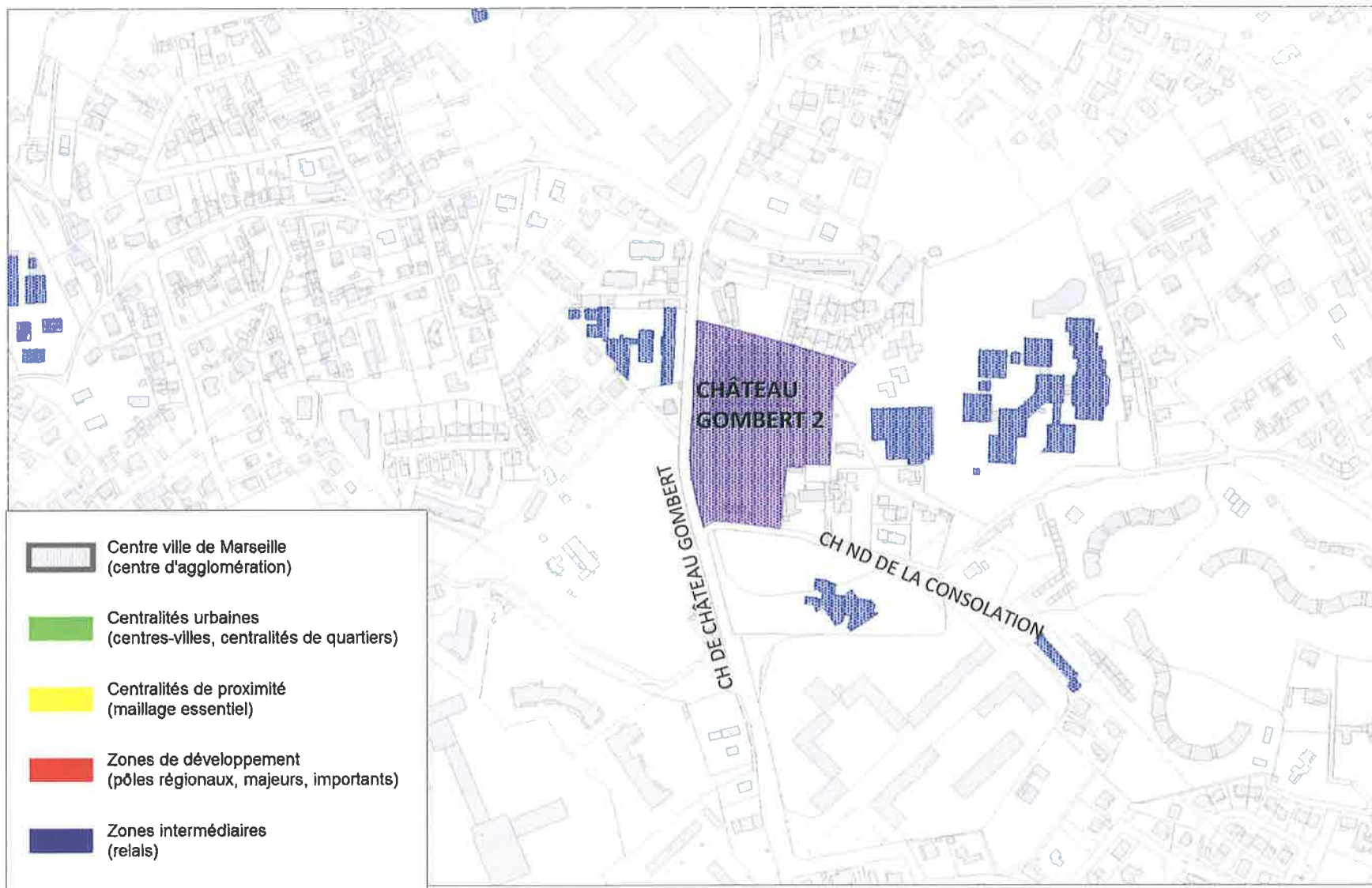


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): STE ANNE

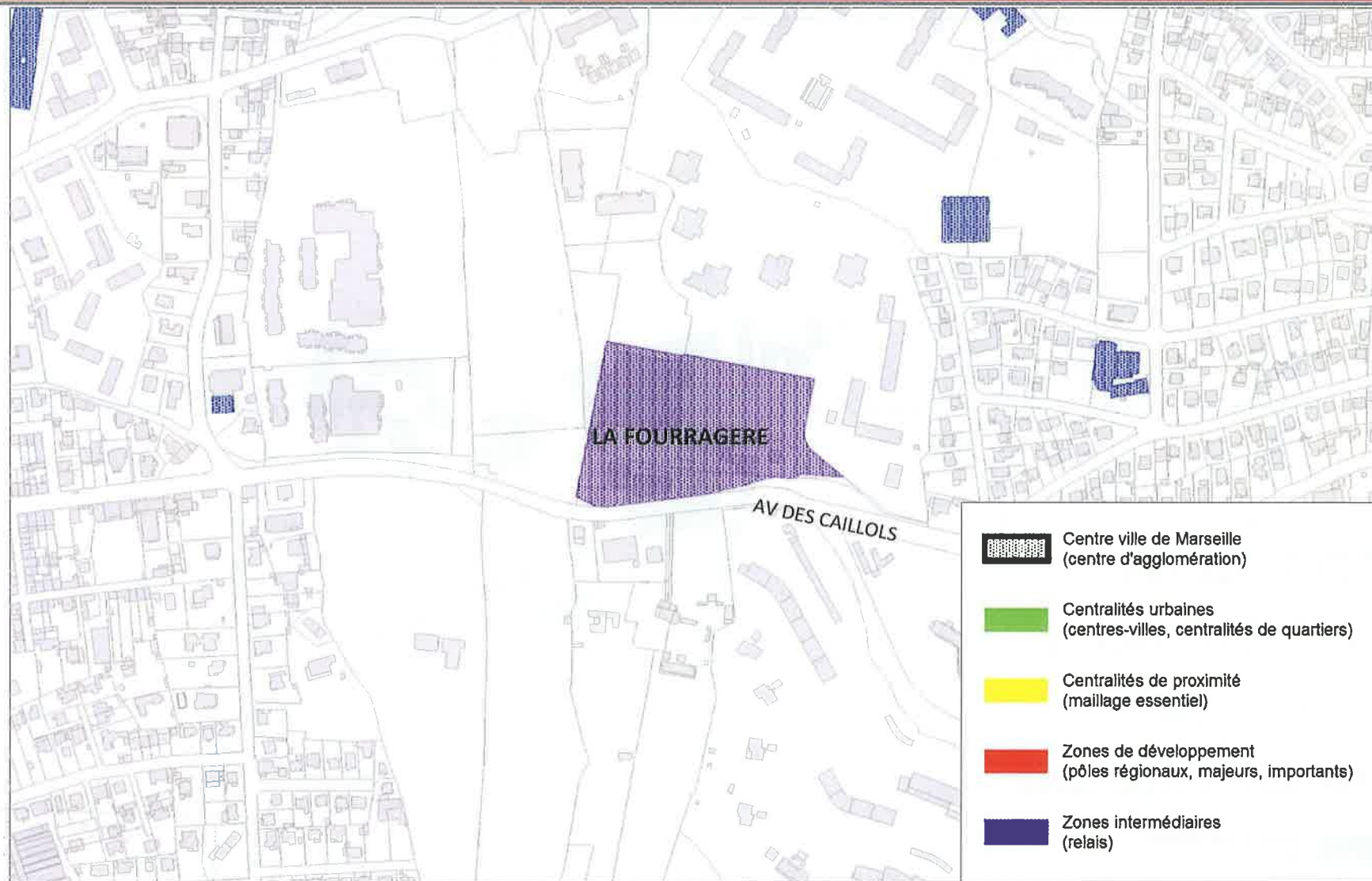




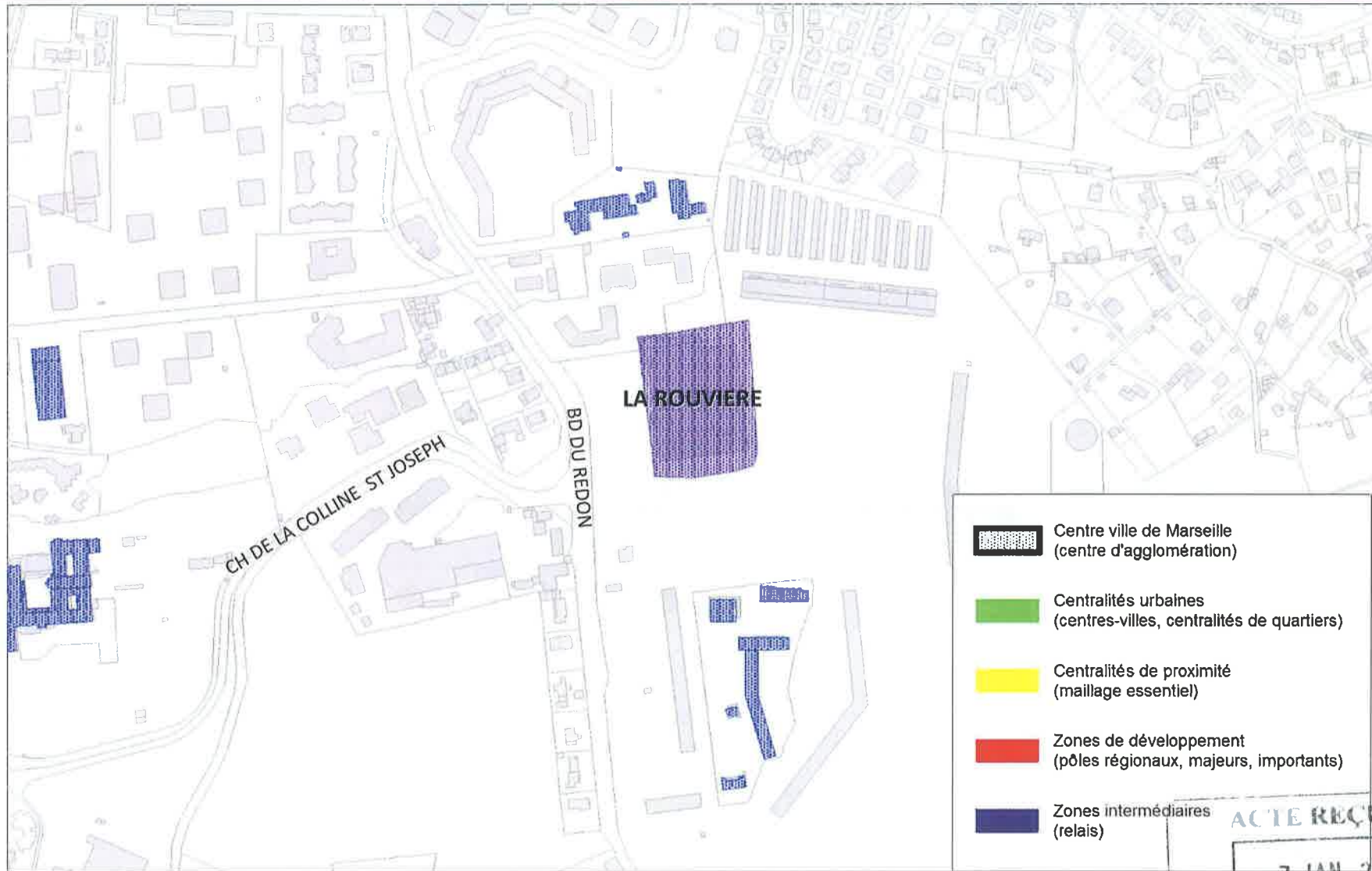
## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CHÂTEAU GOMBERT 2



## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA FOURRAGERE



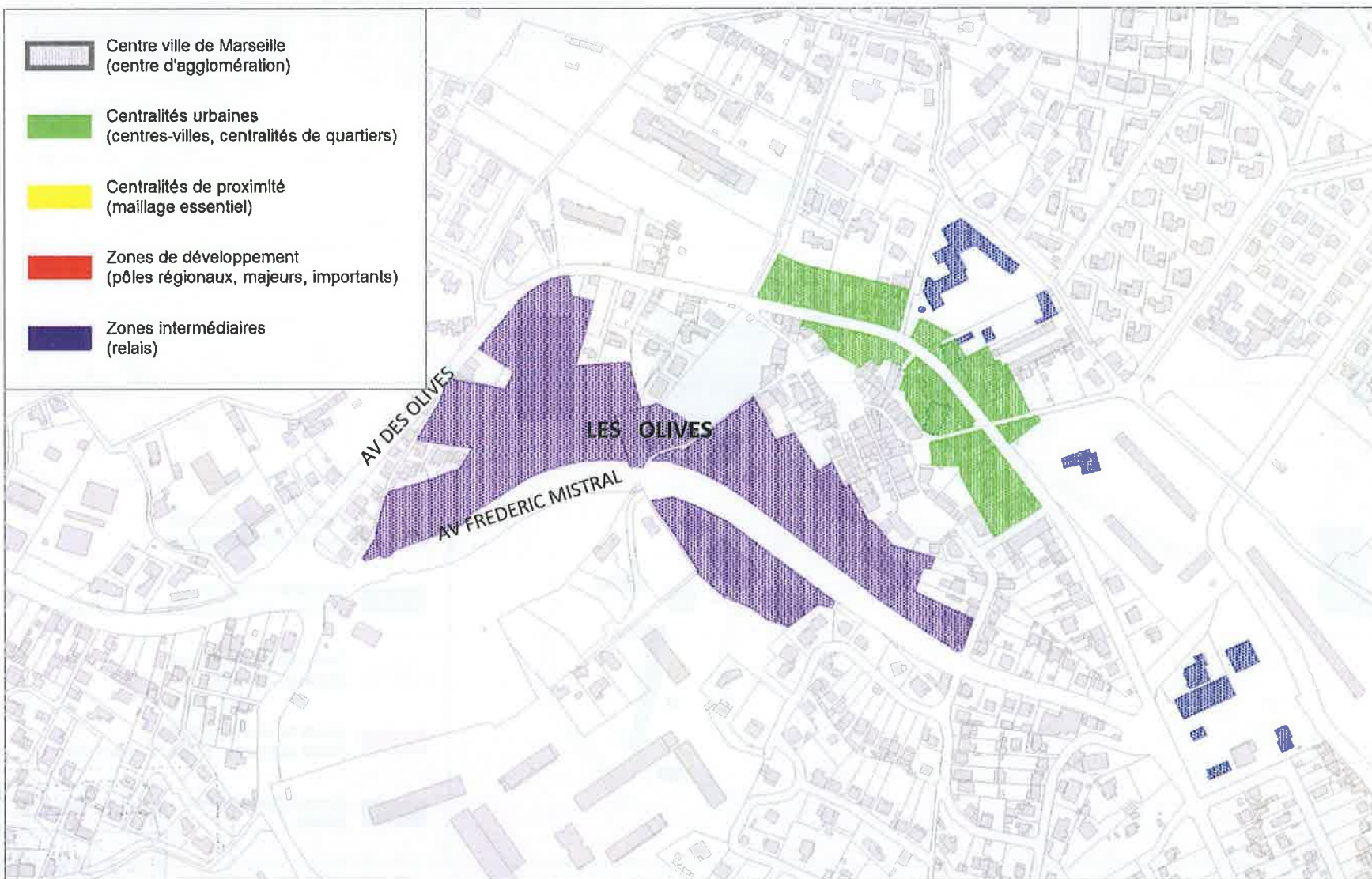
# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA ROUVIERE



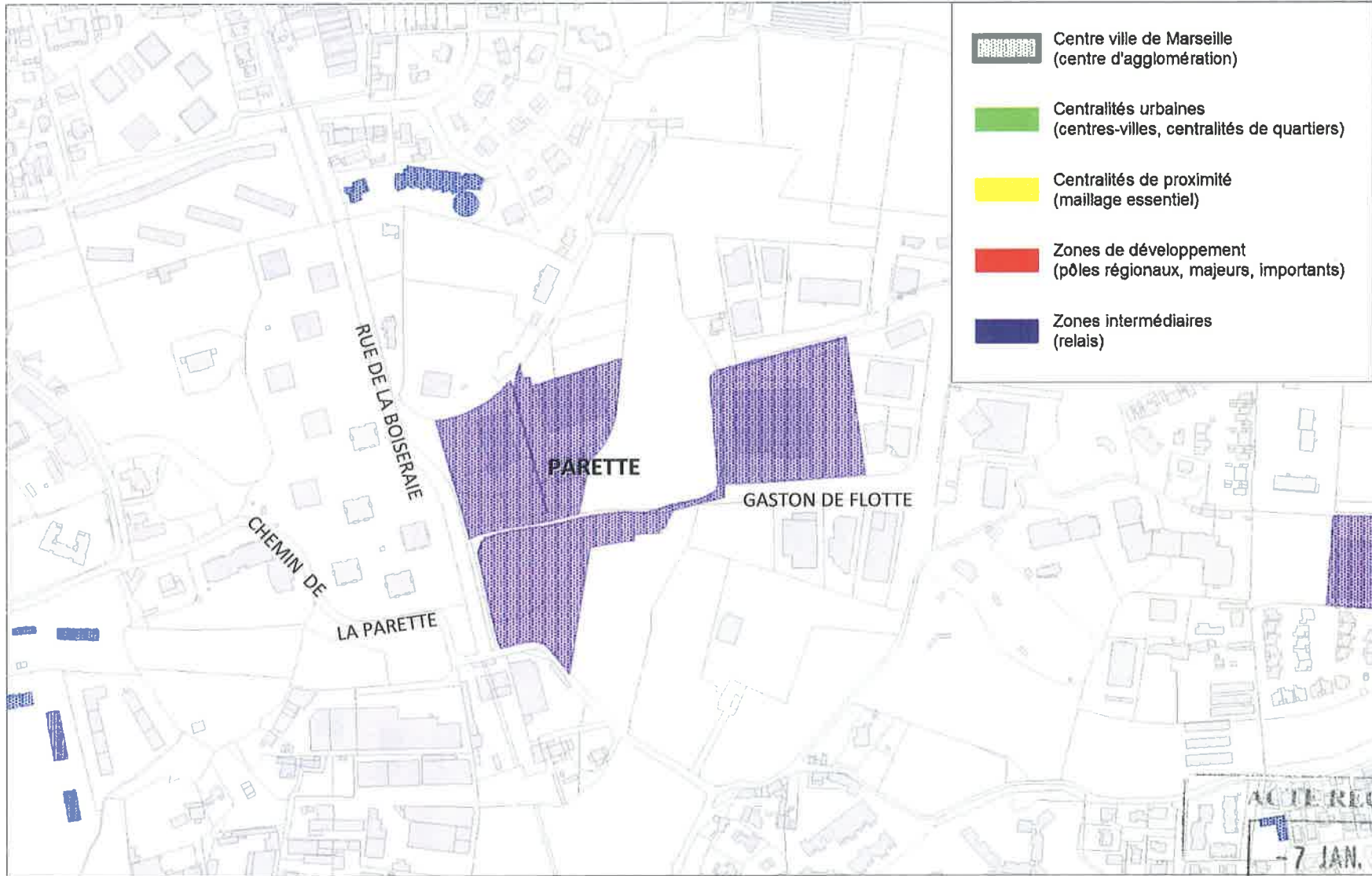
ACTE REÇU LE  
-7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE



## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LES OLIVES



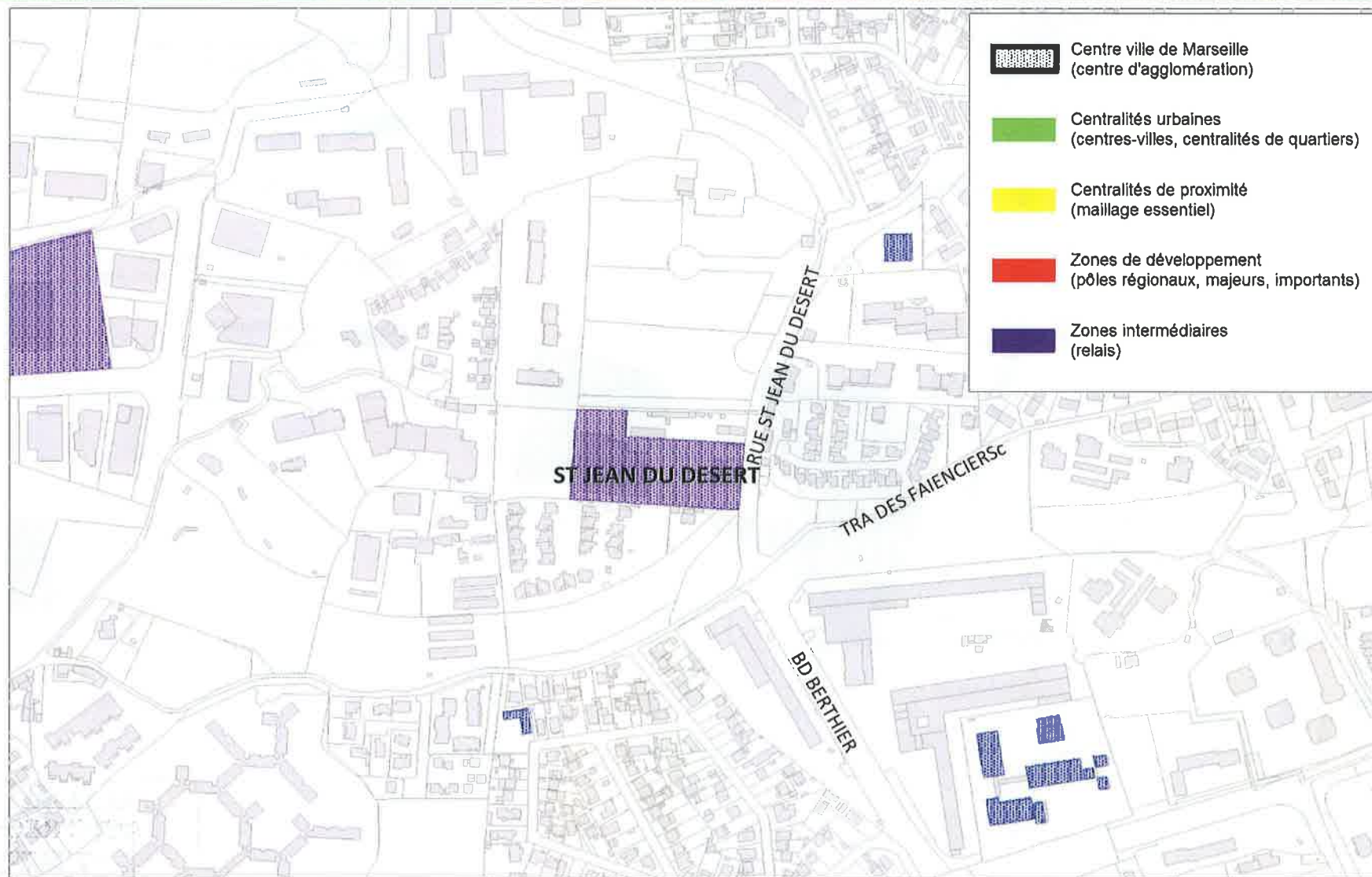
# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): PARETTE



ACTE RECU LE  
- 7 JAN. 2013  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

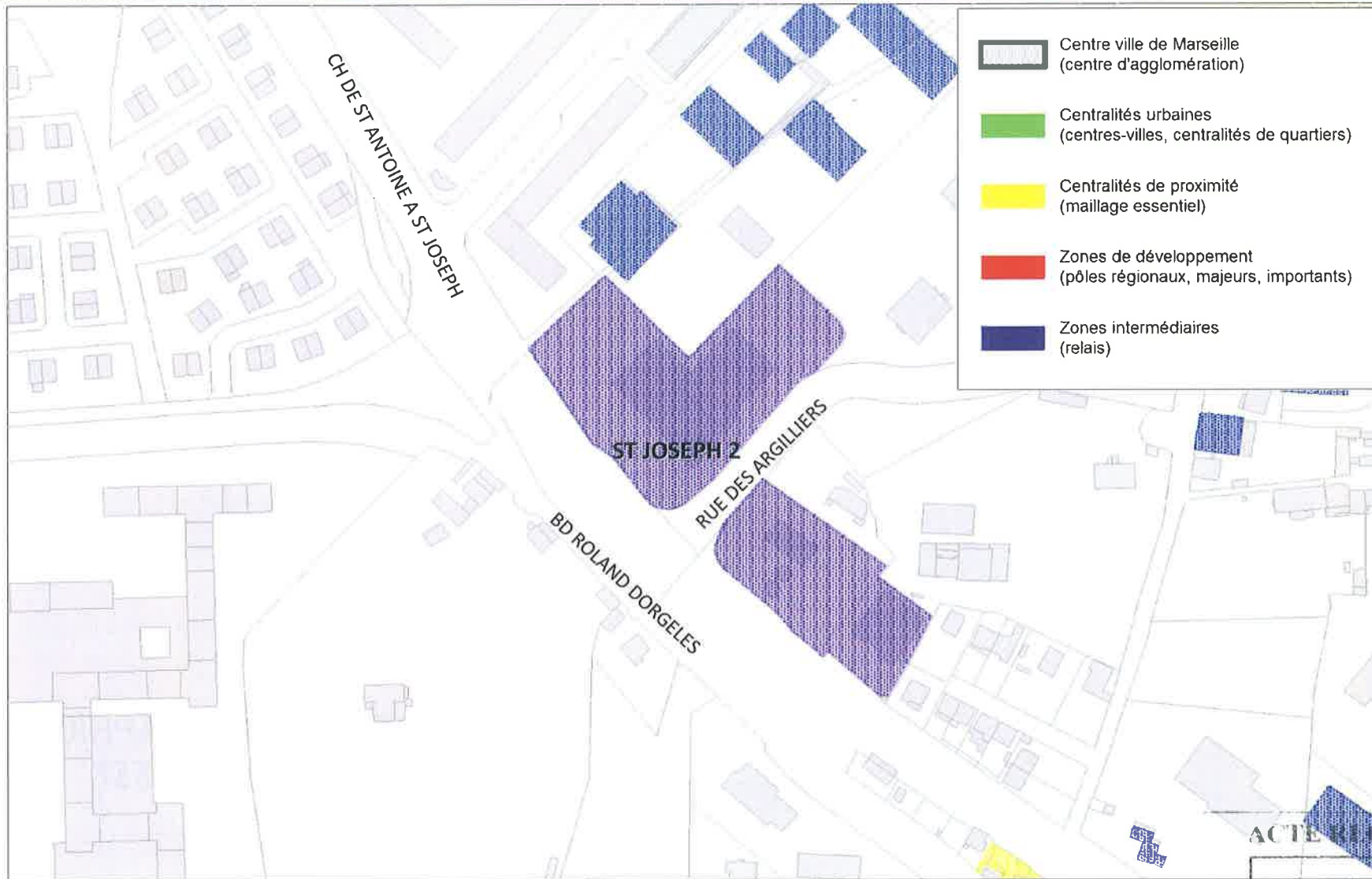


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): ST JEAN DU DESERT





# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): ST JOSEPH 2



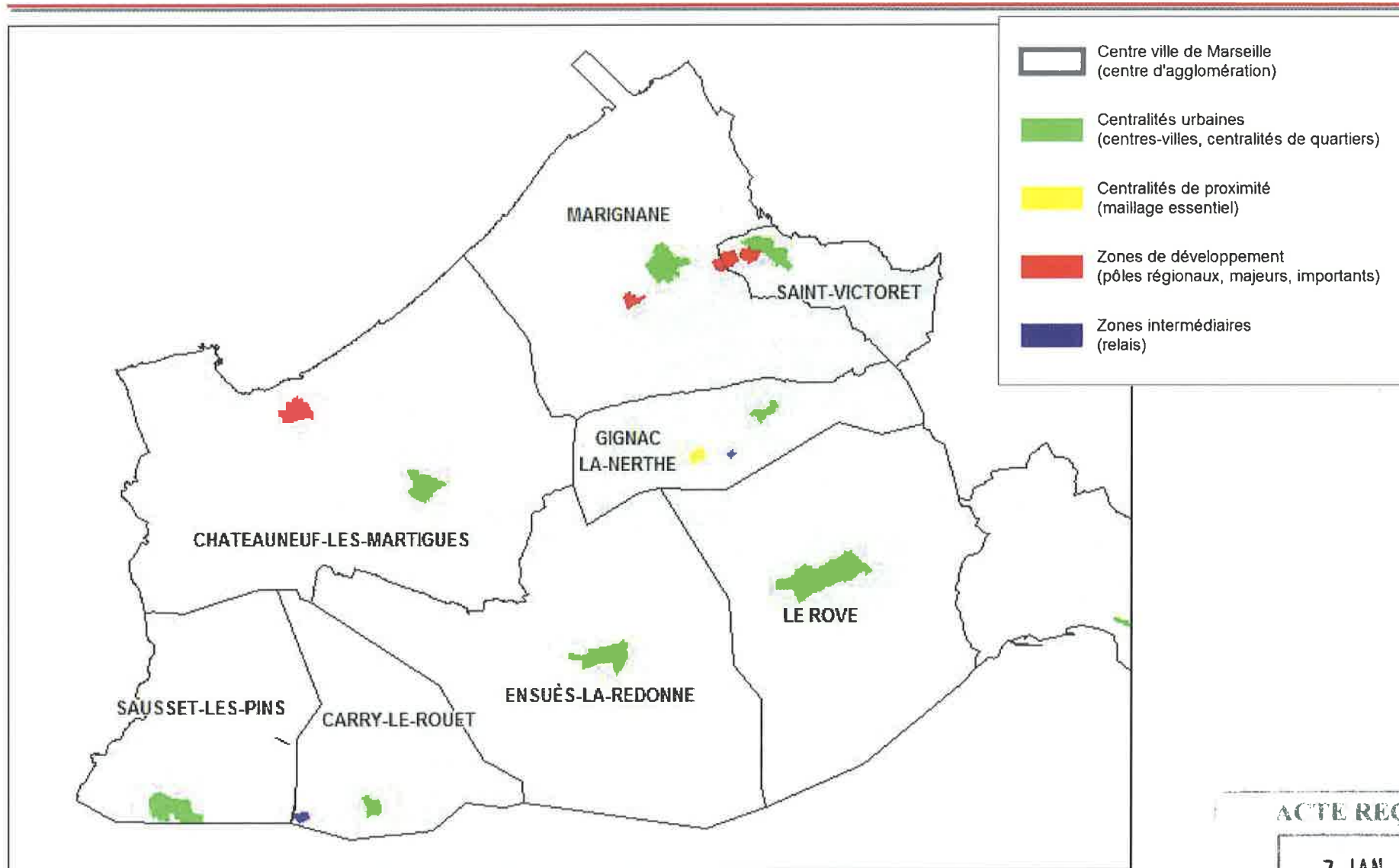
ACTE REÇU LE  
- 7 JAN. 2013  
134  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE



# CAHIER CARTOGRAPHIQUE SECTEUR NORD-OUEST



# LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR LE SECTEUR NORD-OUEST:



ACTE REÇU LE

- 7 JAN. 2013

PREFECTURE  
BOUCHES-DU-RHONE



# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : CARRY LE ROUET

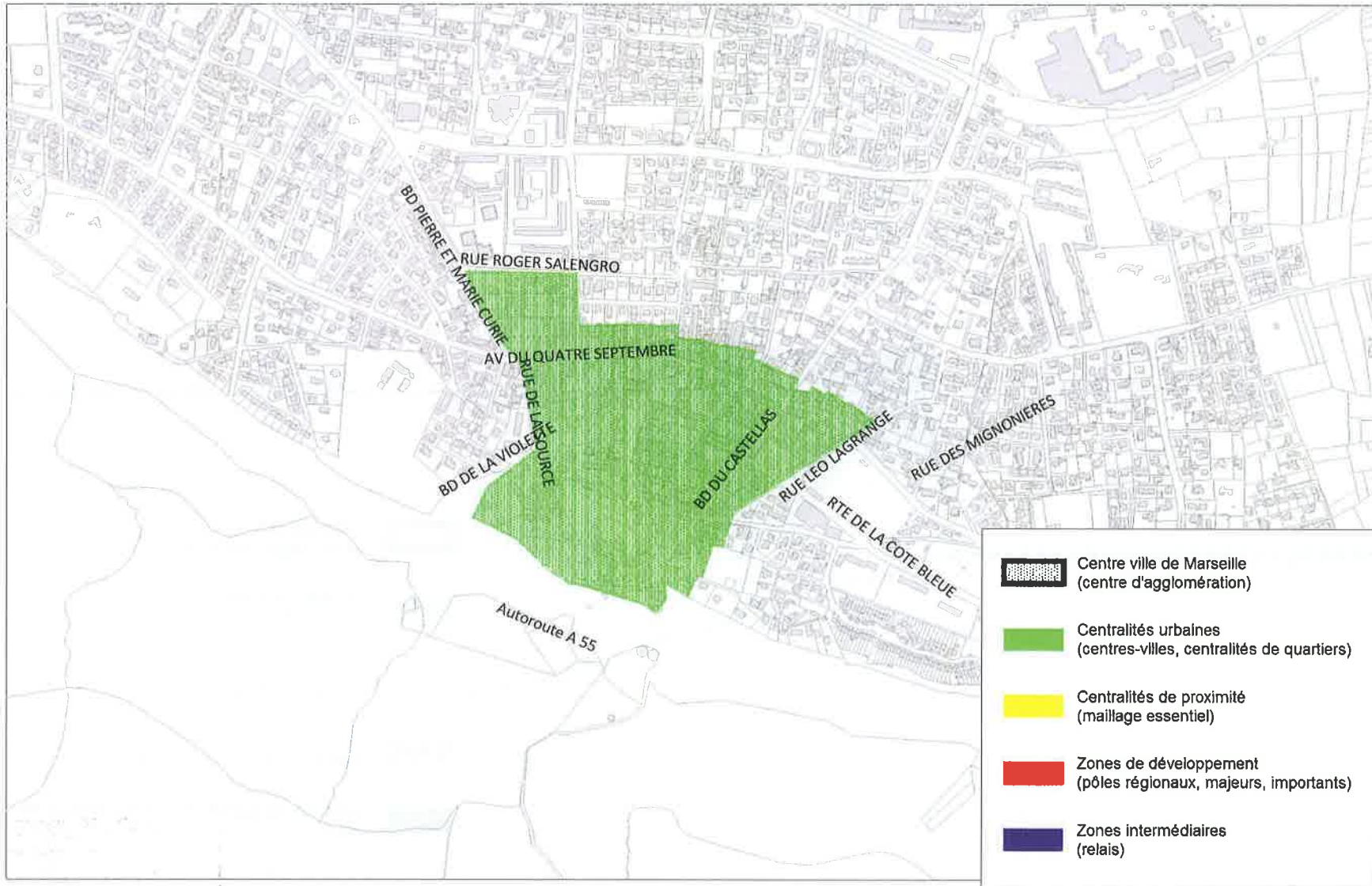


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CARRY LE ROUET – DRAIO DEL MAR



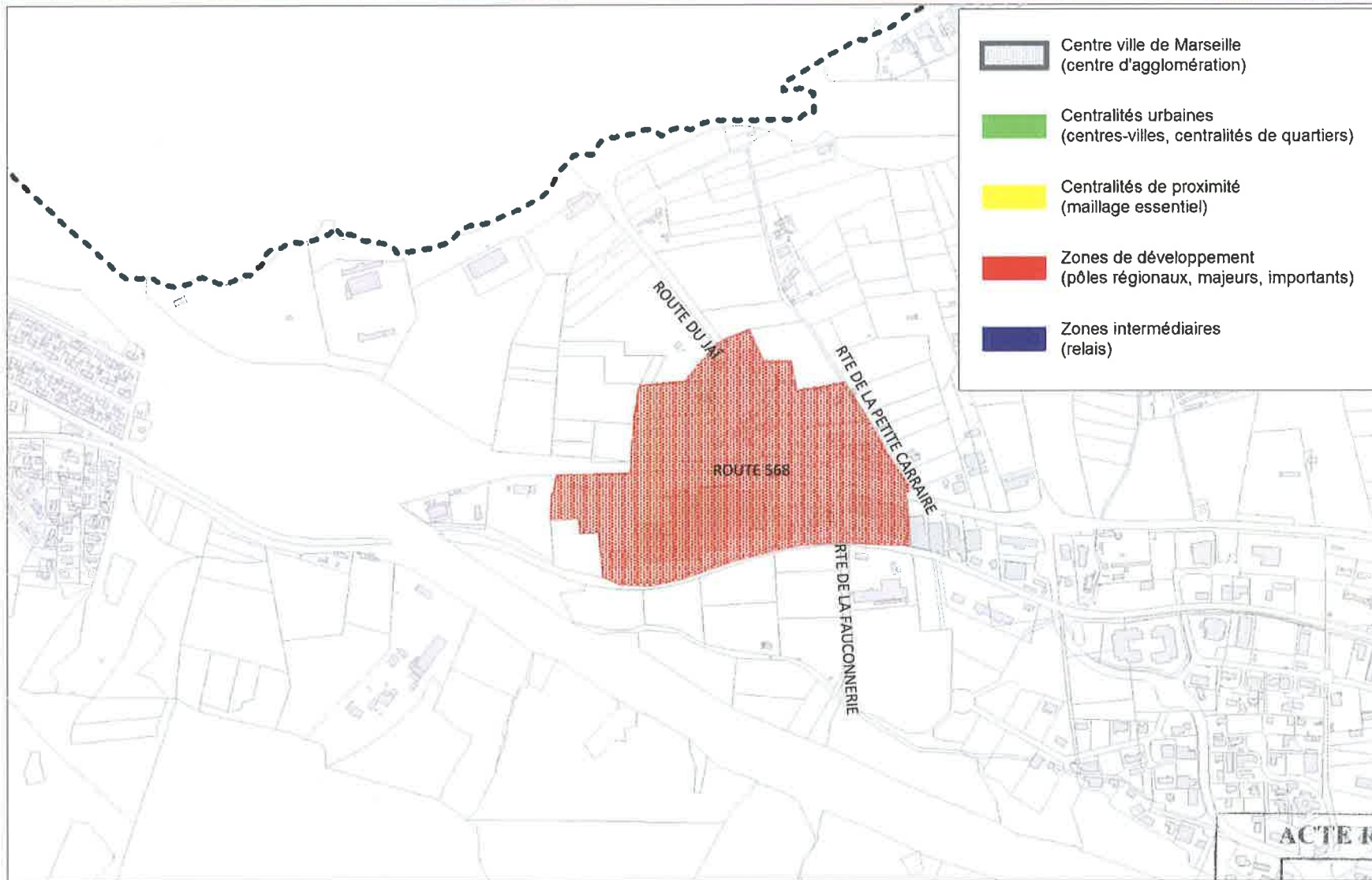


# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : CHATEAUNEUF LES MARTIGUES





# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): CHATEAUNEUF – VALAMPE



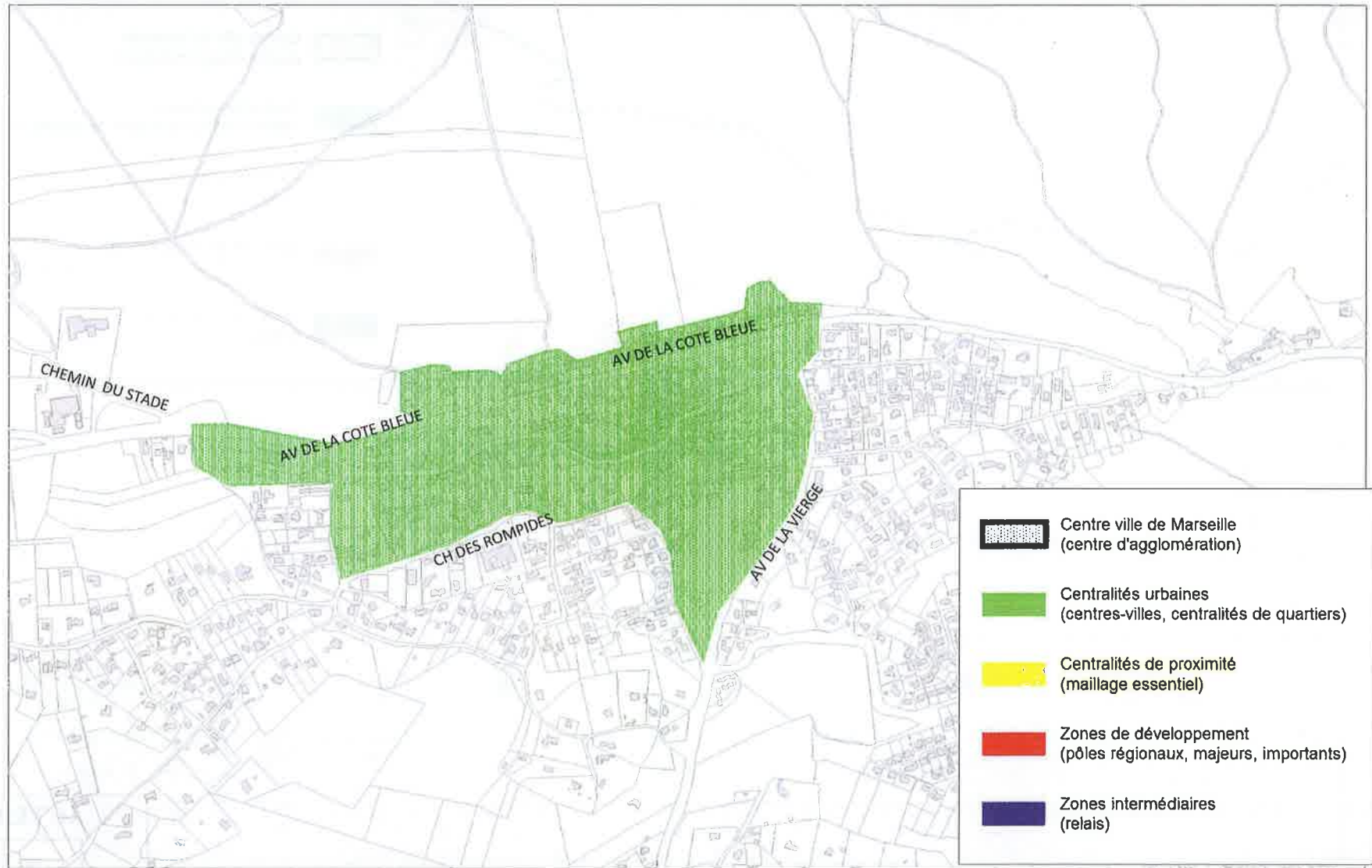
ACTE REÇU LE

- 7 JAN. 2013

140

PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE

# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : ENSUES-LA-REDONNE

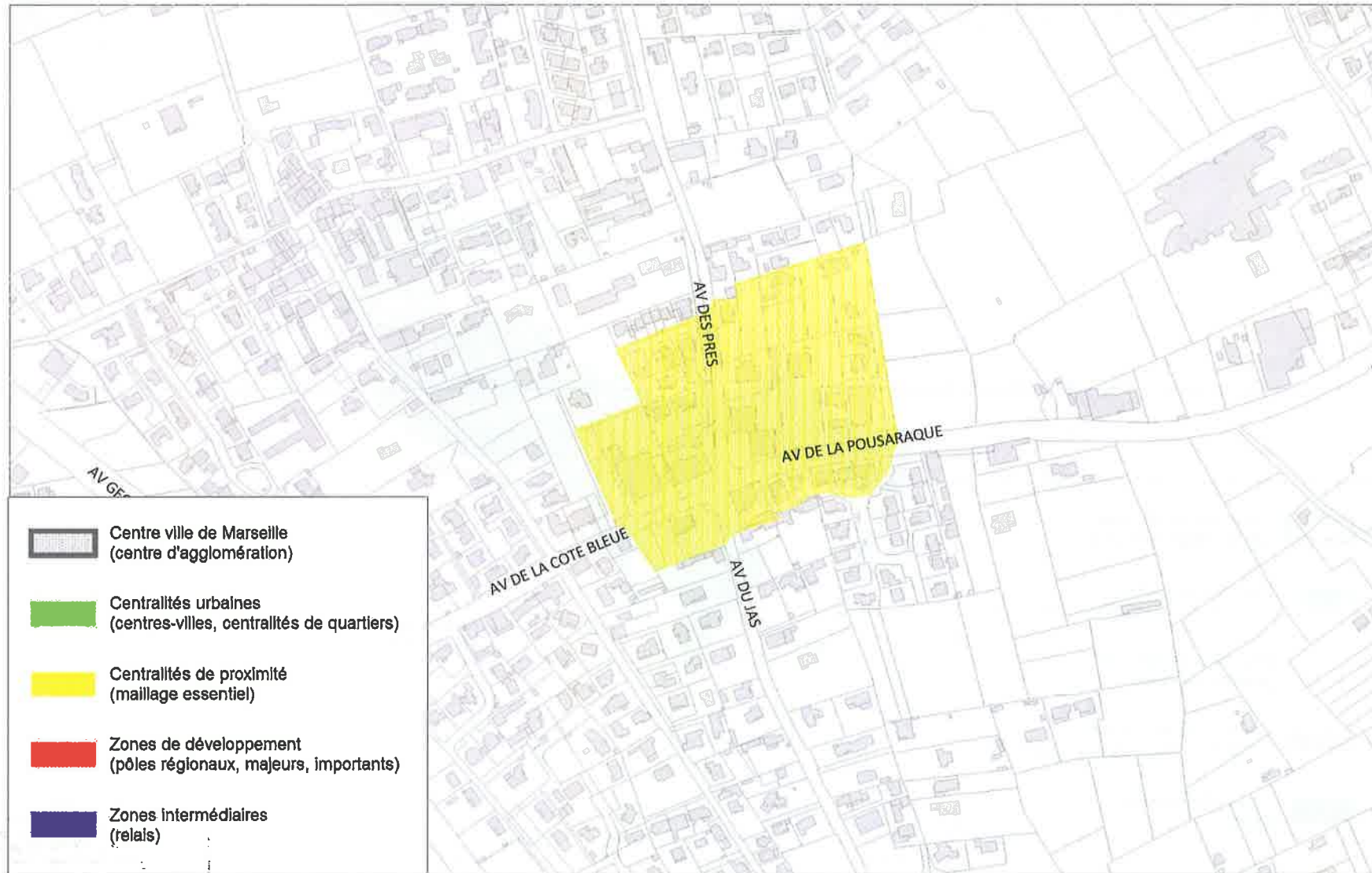


## CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : GIGNAC LA NERTHE

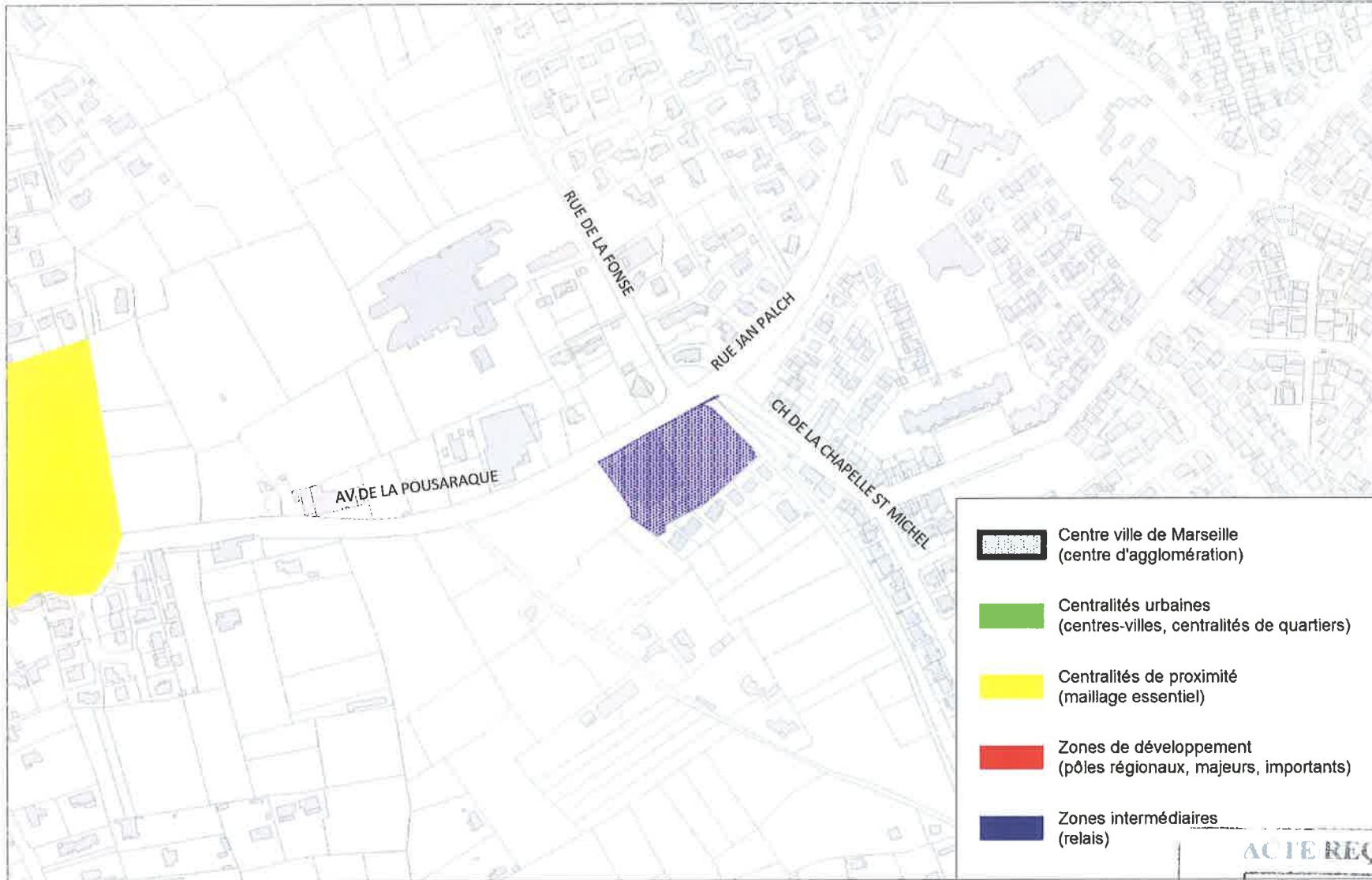




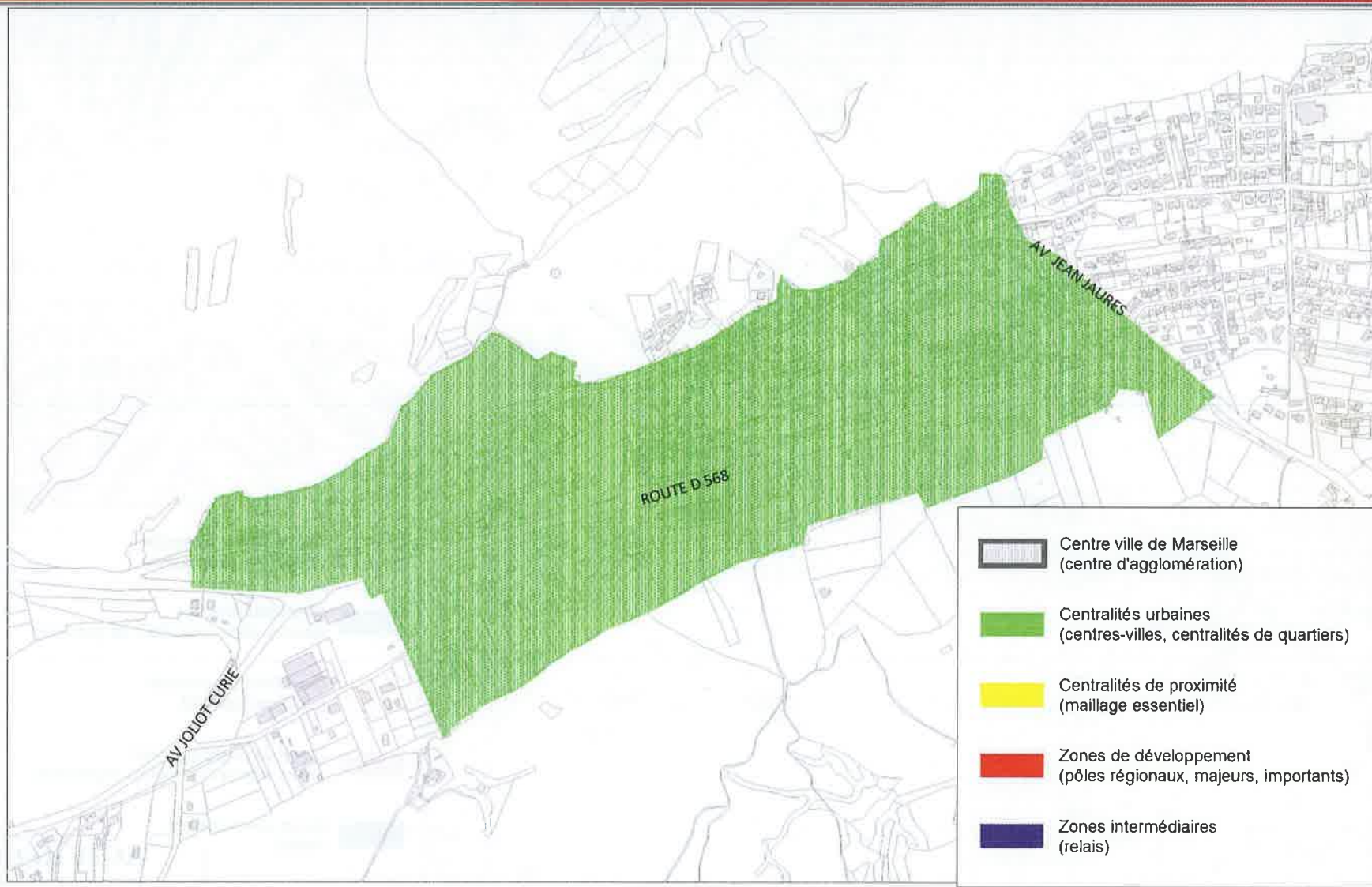
## CENTRALITE DE PROXIMITE: GIGNAC LA NERTHE QUARTIER DE LAURE



# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): GIGNAC LA NERTHE POUSARAQUE (DIA)



## CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : LE ROVE

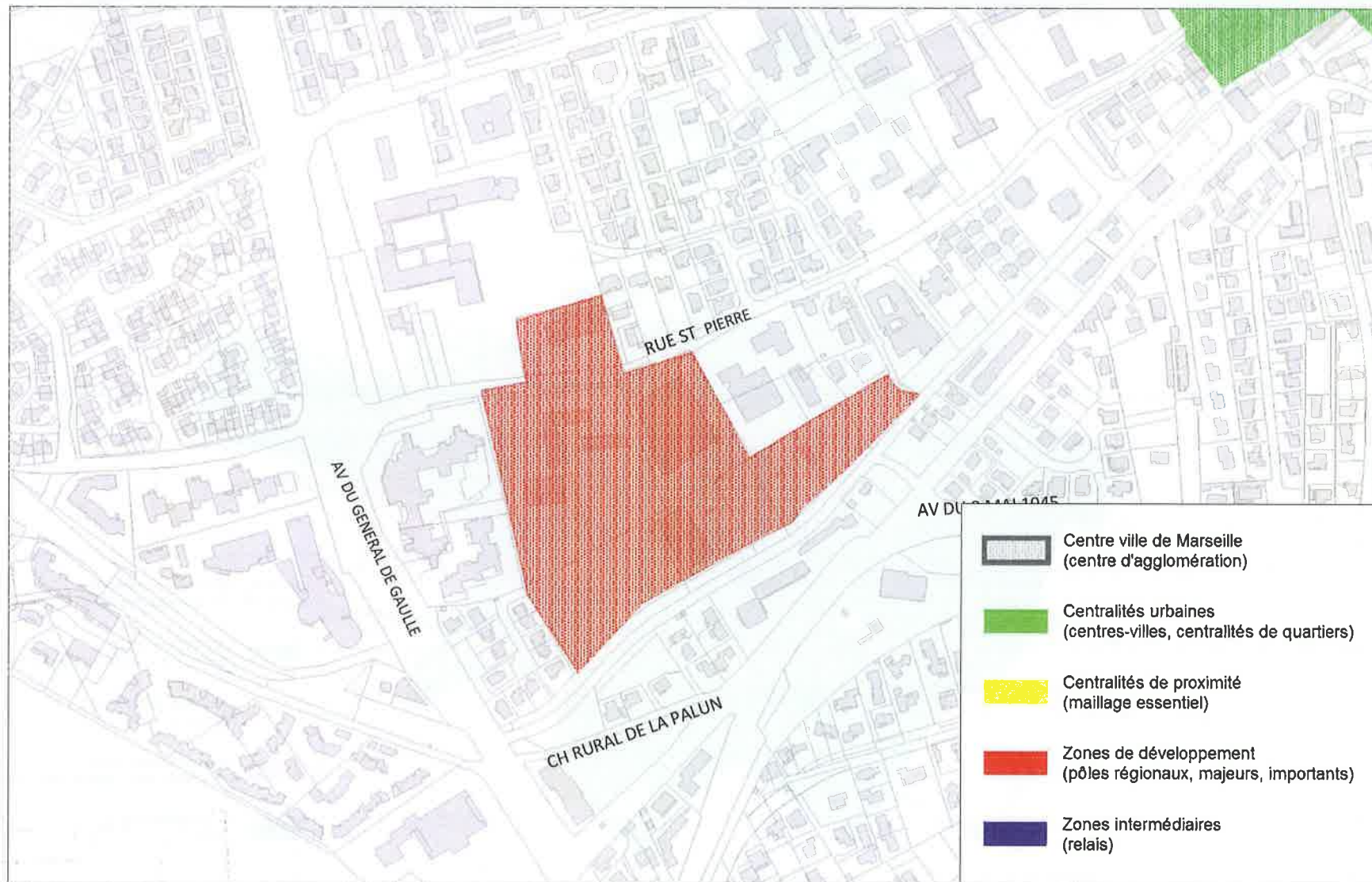




## CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : MARIGNANE



## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): MARIGNANE ST PIERRE (LECLERC)





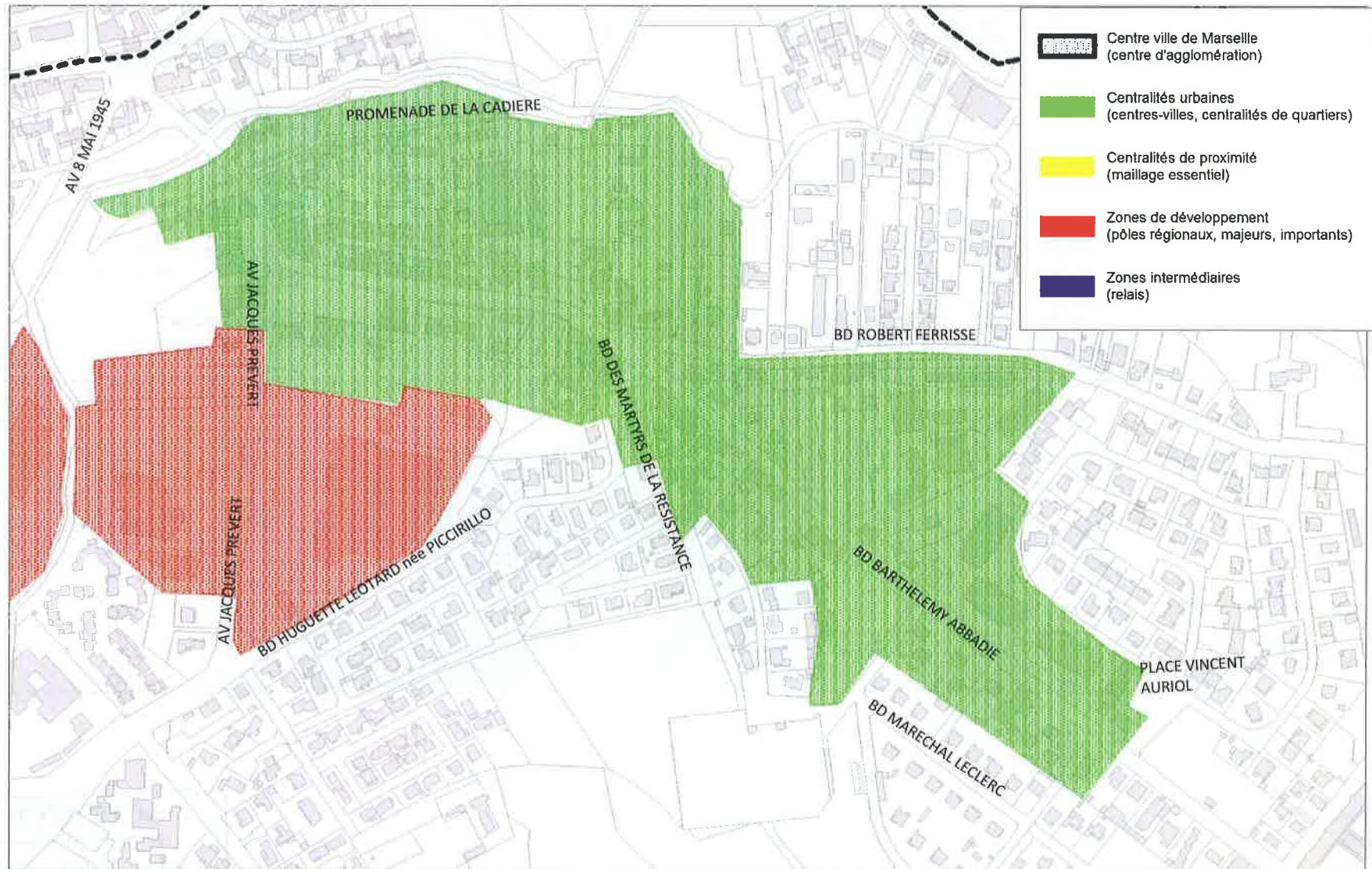
# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : SAUSSET LES PINS



ACTE REÇU LE  
- 7 JAN. 2013  
148  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHÔNE

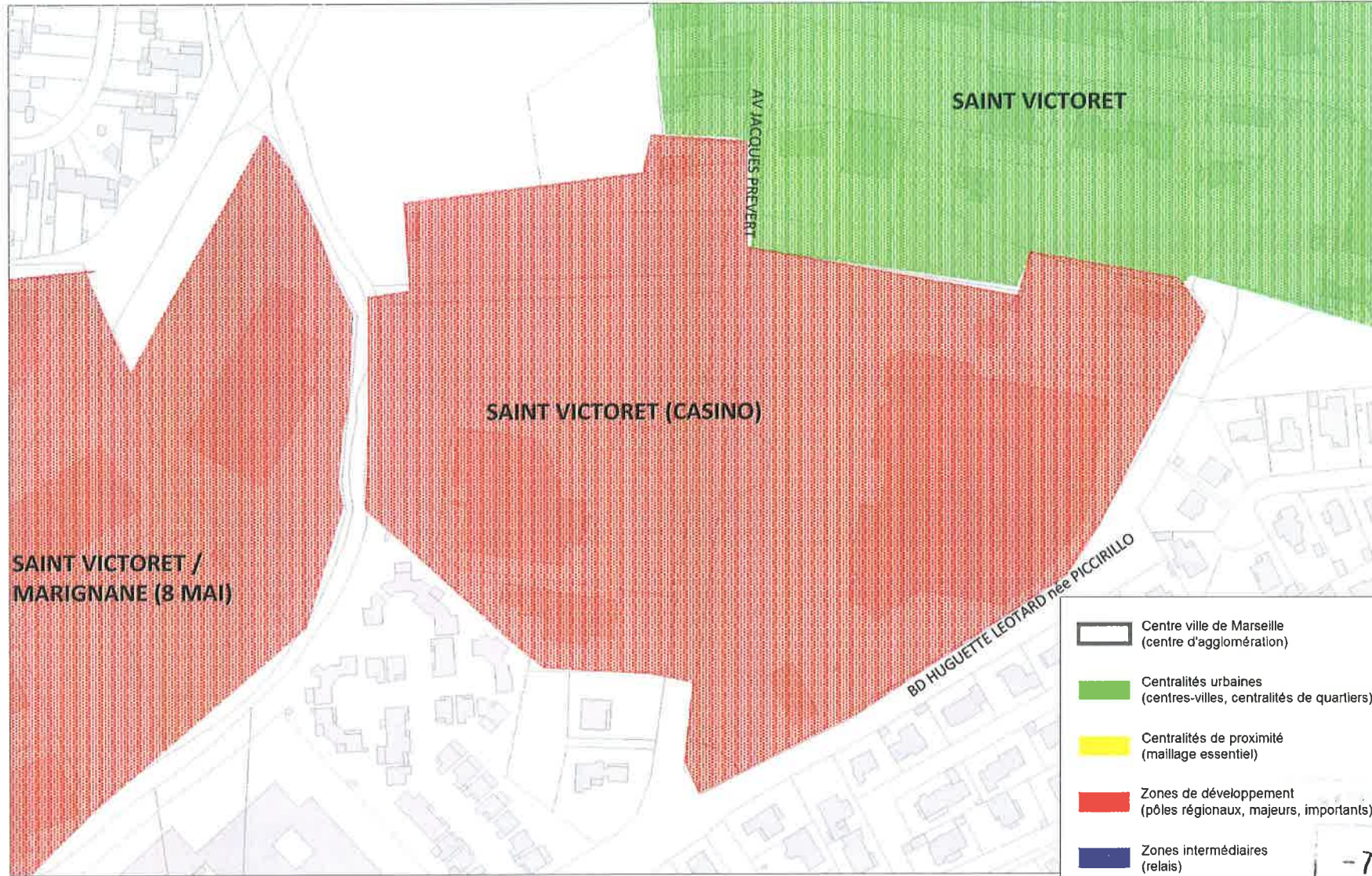


# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : ST VICTORET



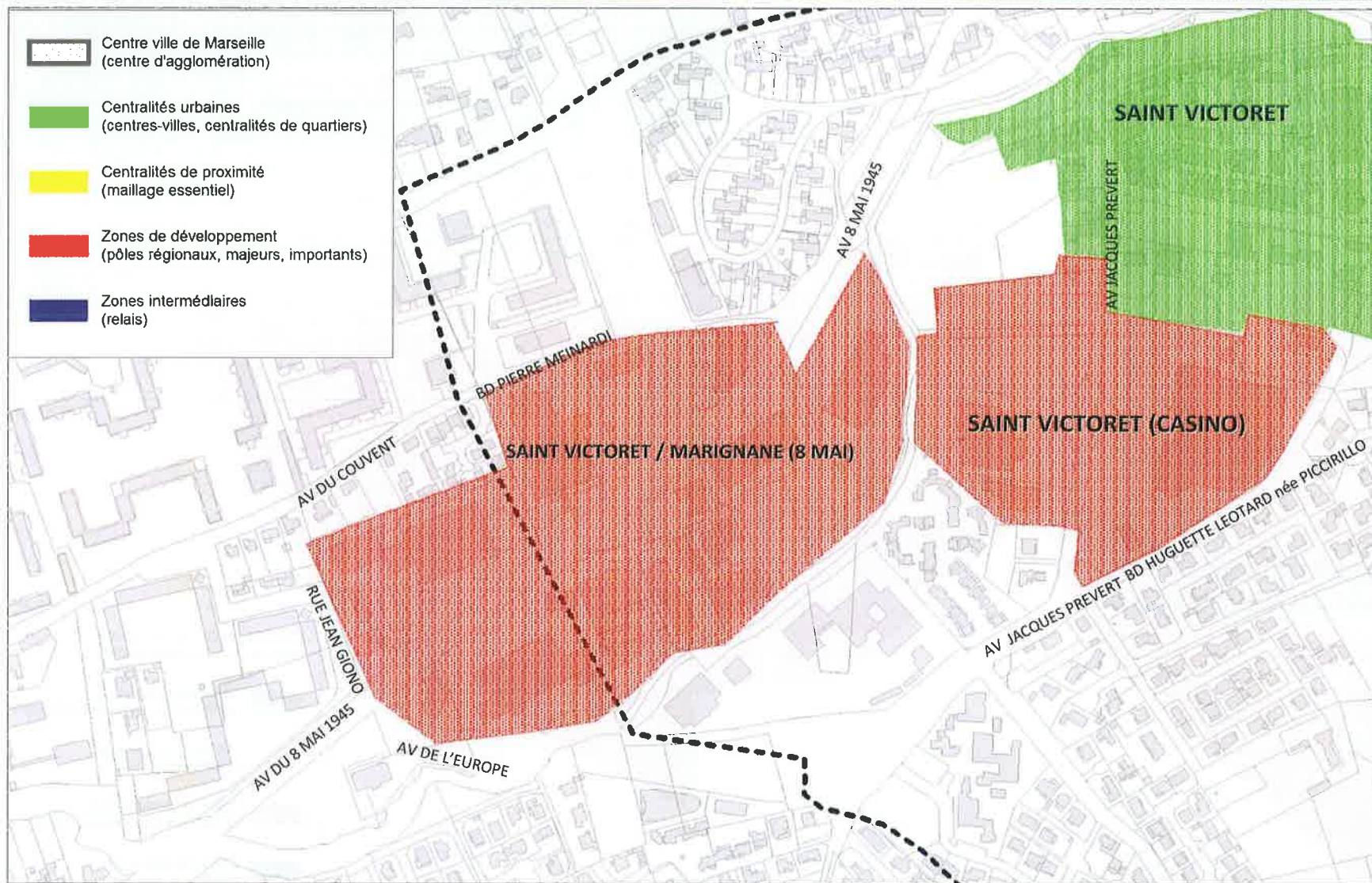


# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): ST VICTORET LA LAUVE (CASINO)





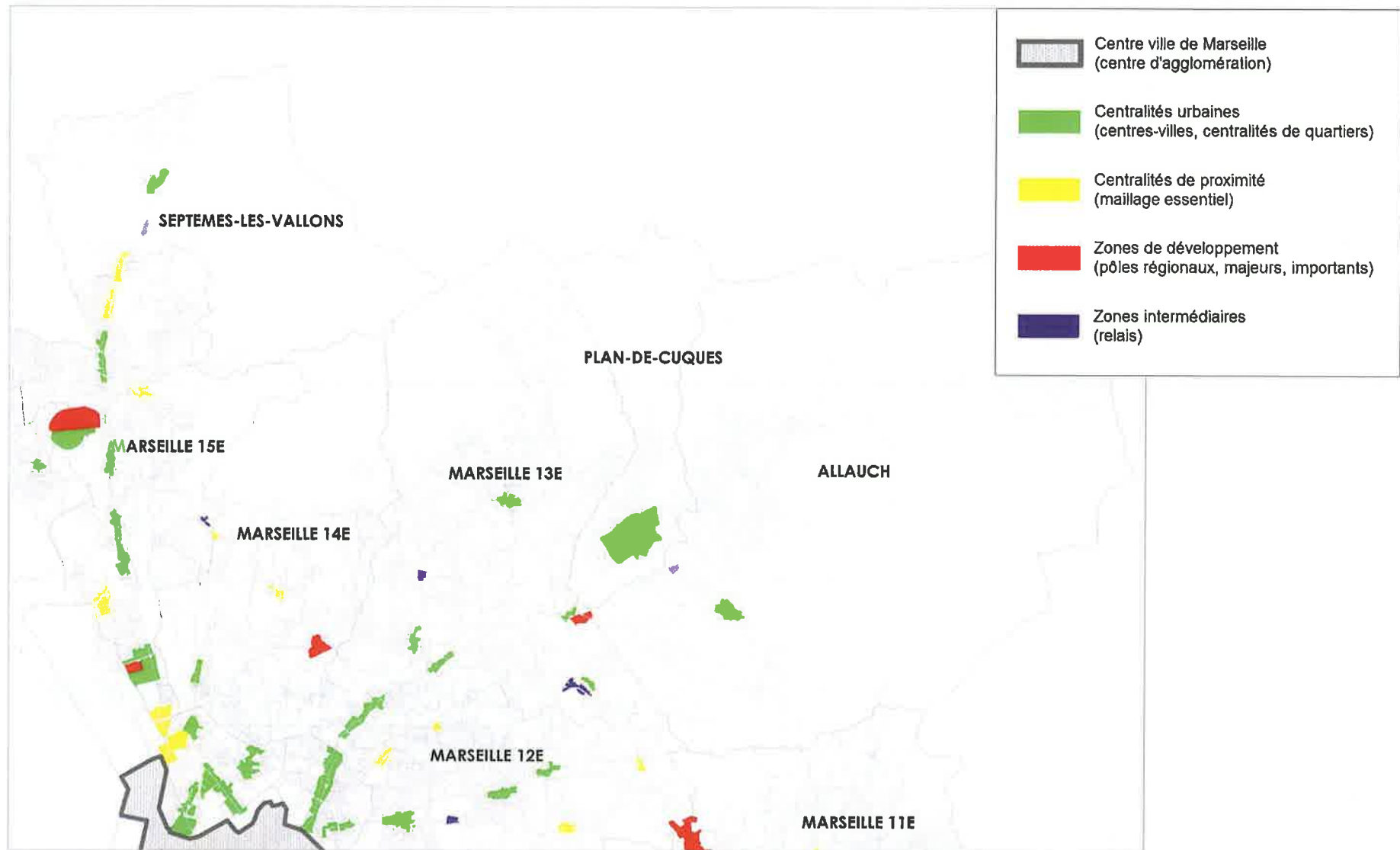
# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE IMPORTANT): ST VICTORET / MARIGNANE (8 MAI)



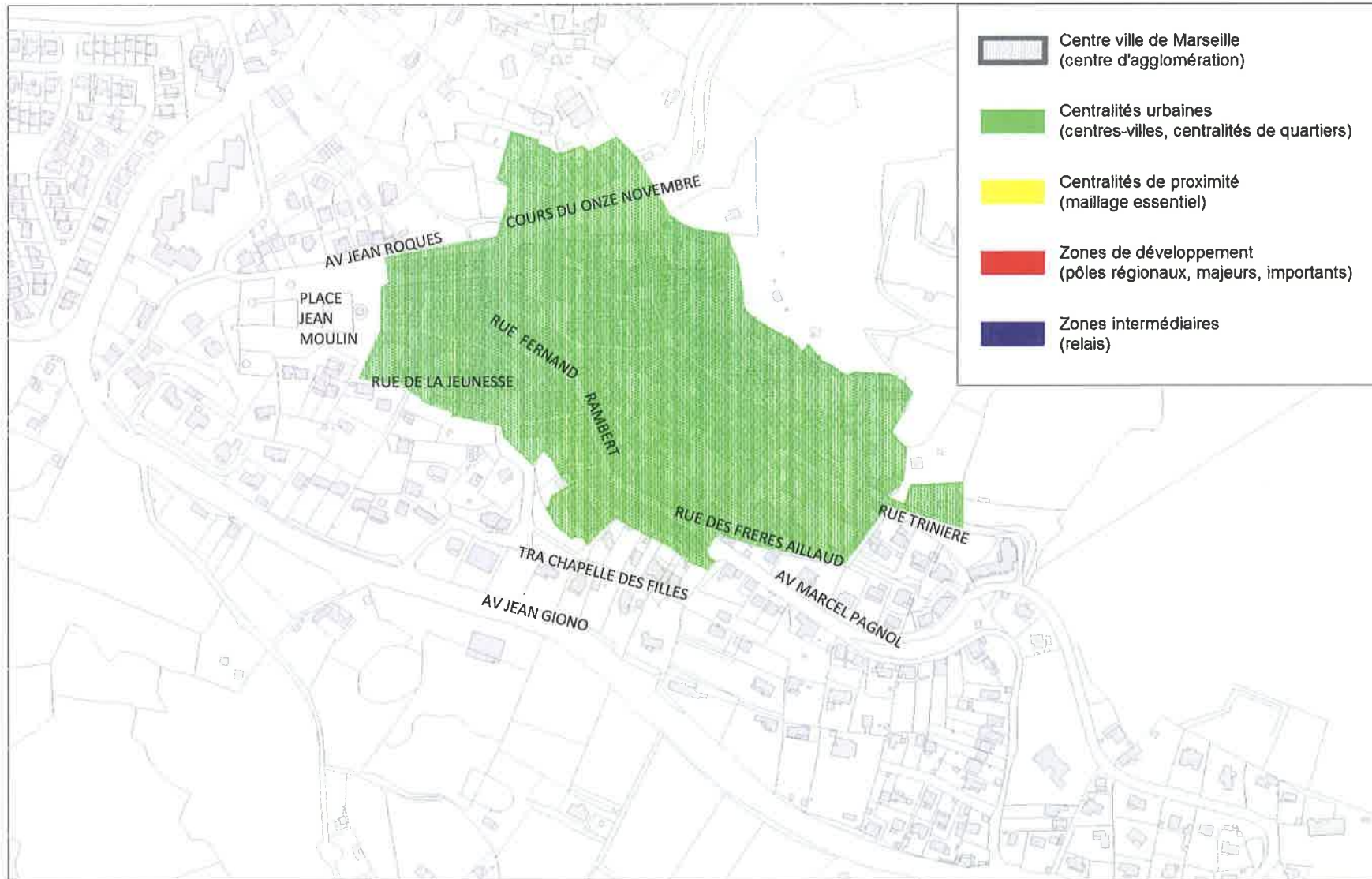


CAHIER CARTOGRAPHIQUE  
SECTEUR CENTRE

## LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR LE SECTEUR CENTRE:

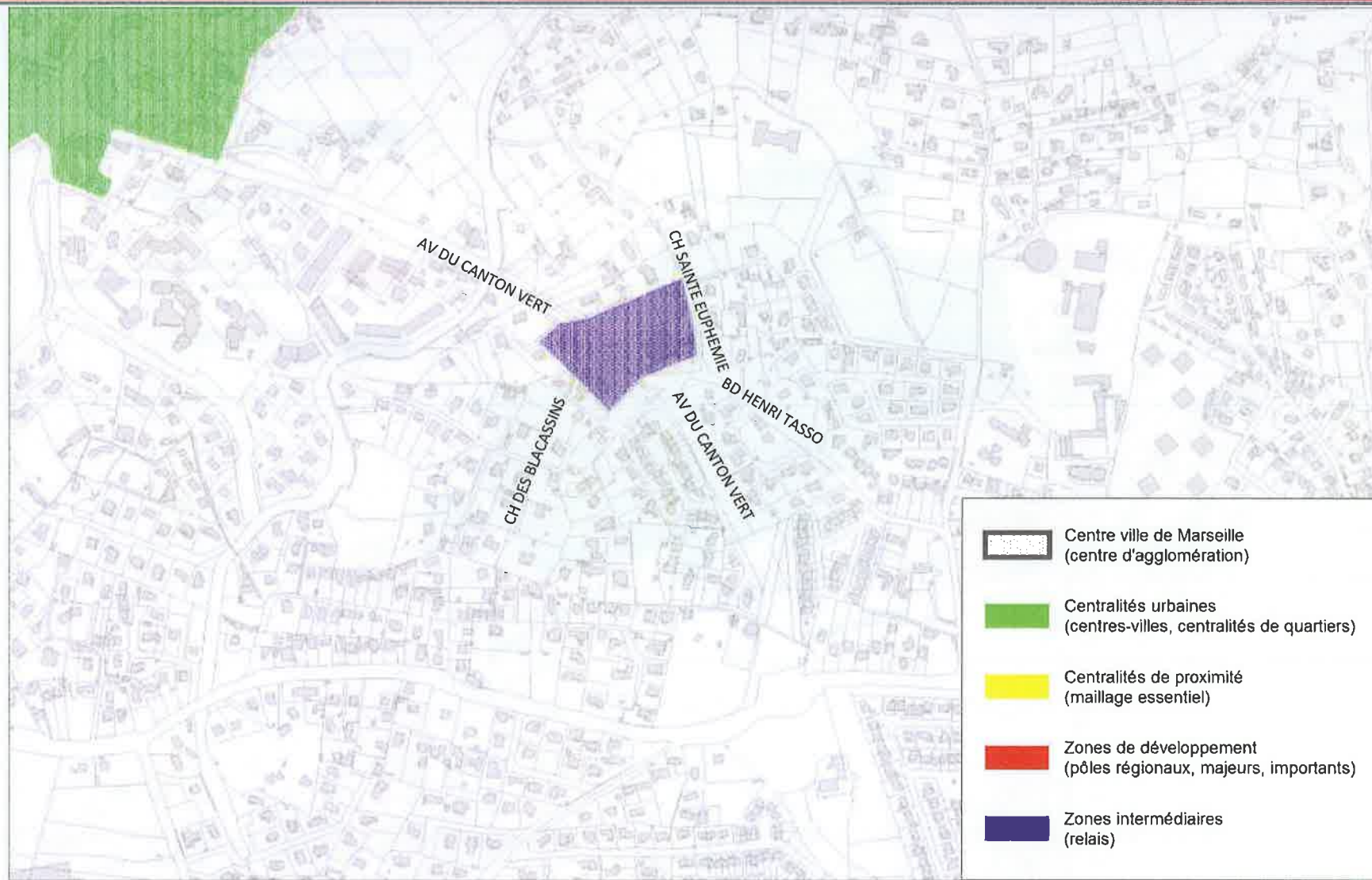


# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : ALLAUCH

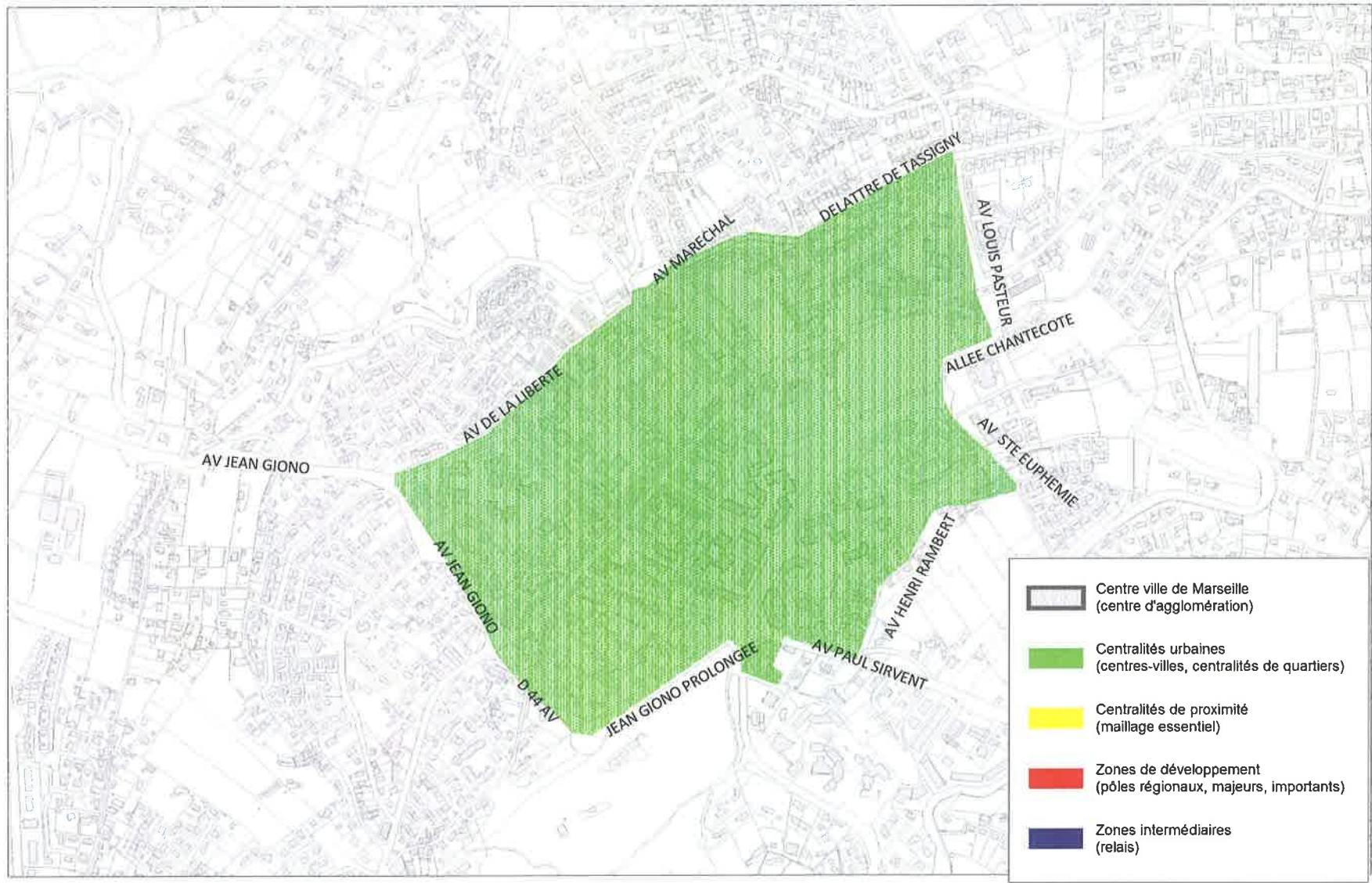




# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): ALLAUCH – CANTON VERT

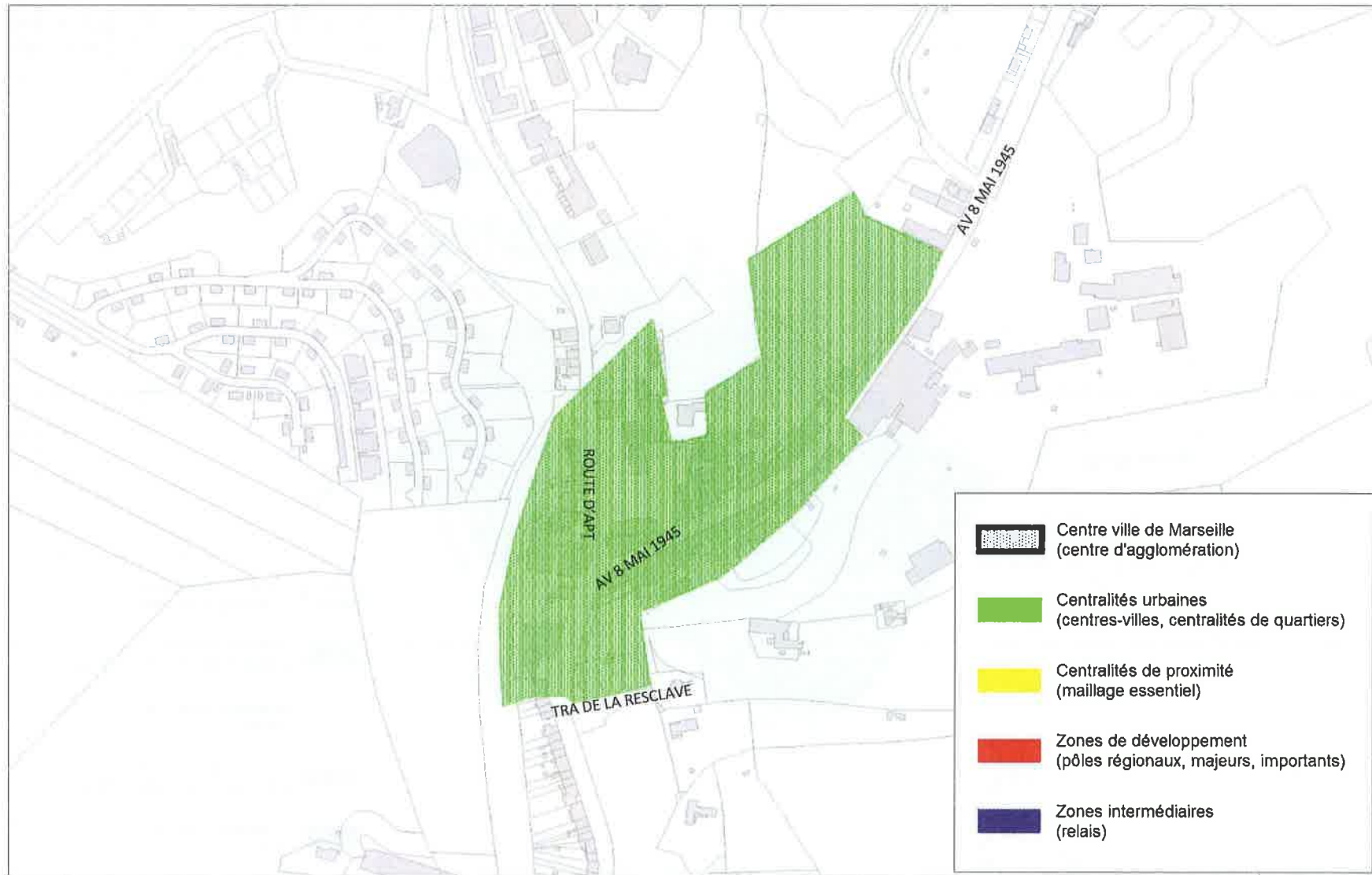


# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : PLAN DE CUQUES



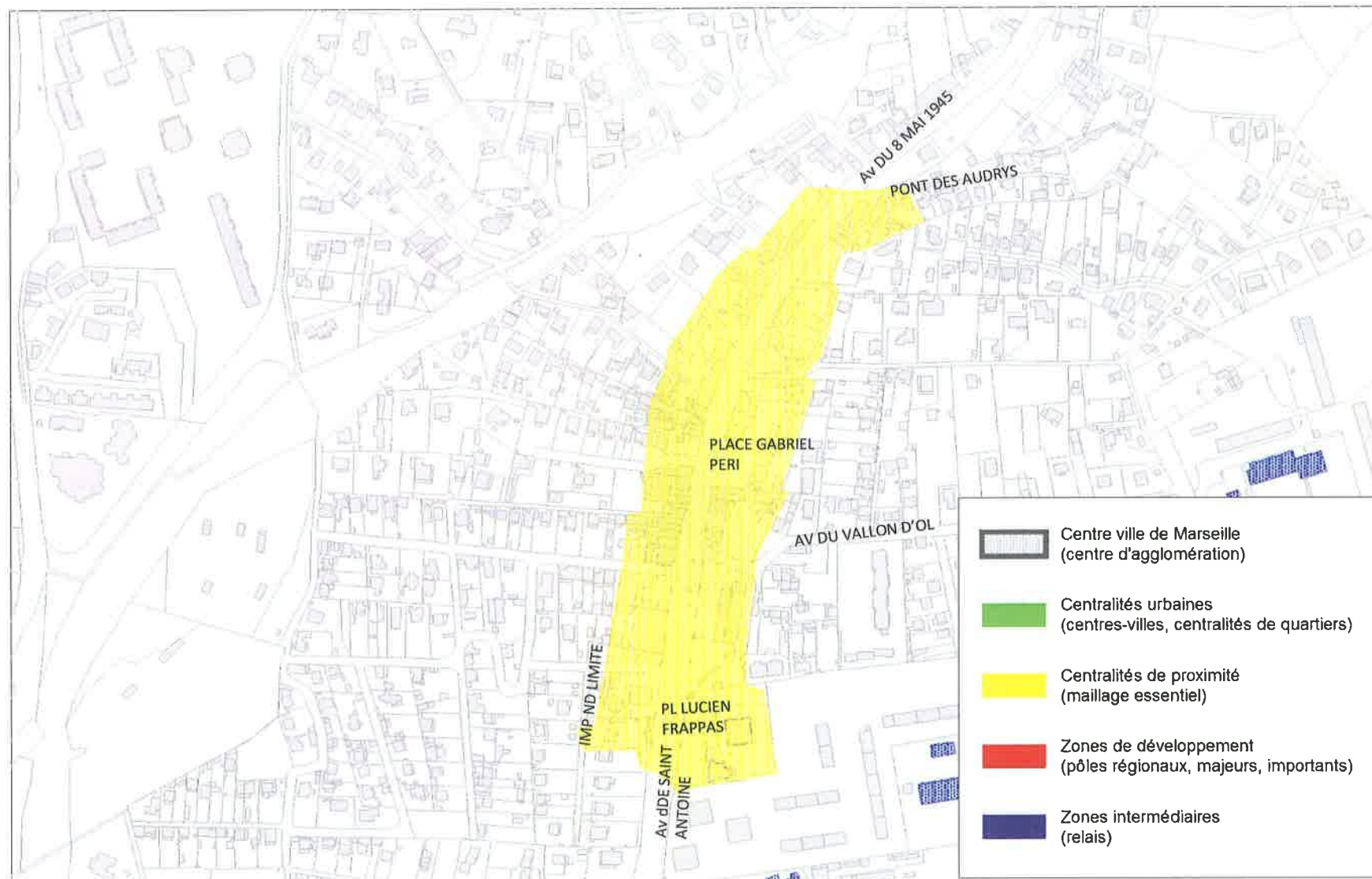


# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : SEPTEMES LES VALLONS

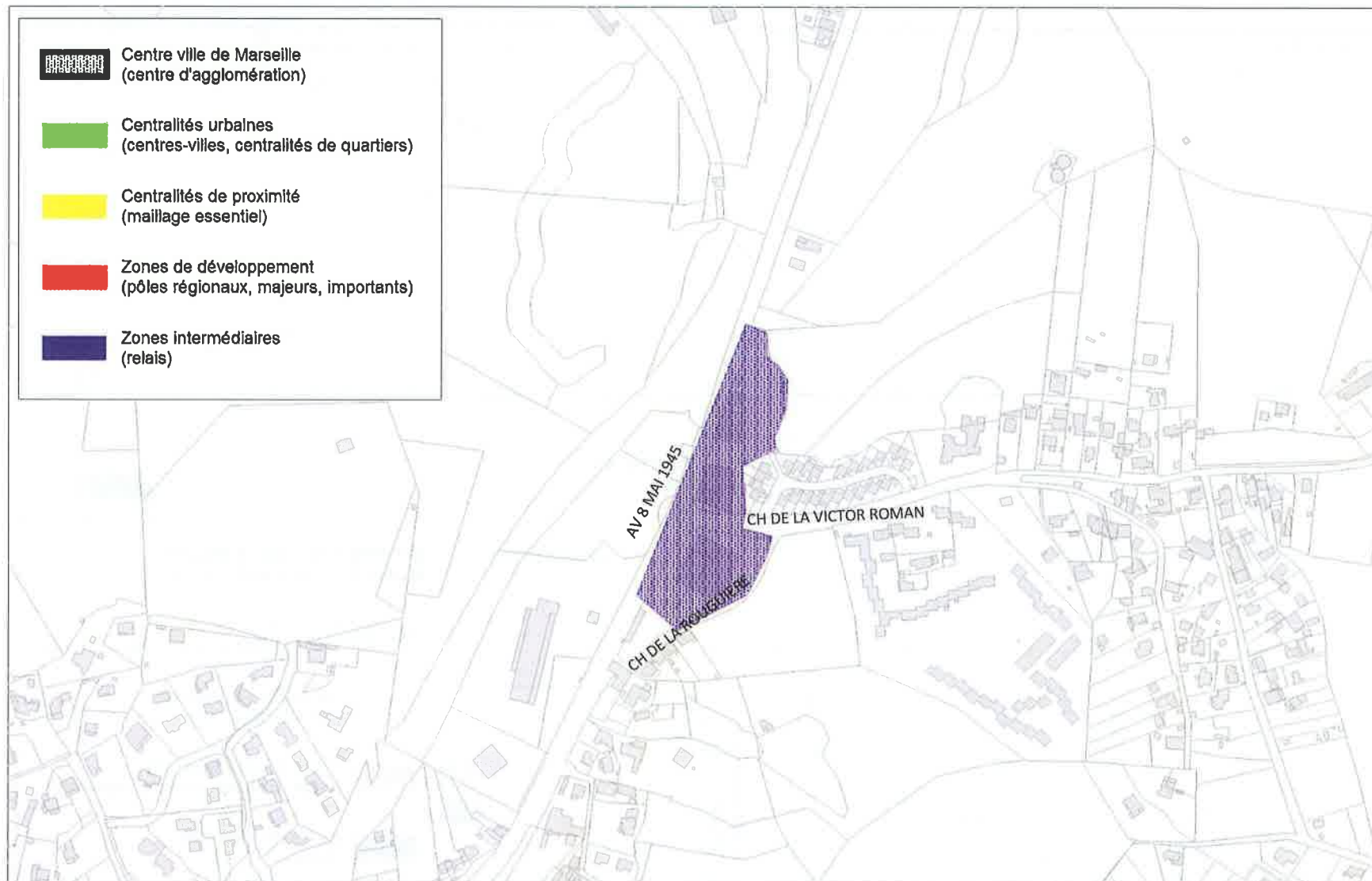




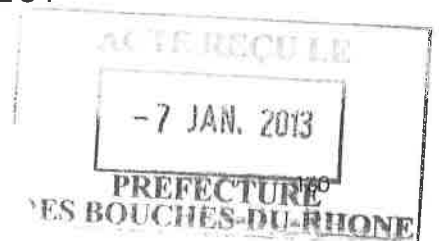
## CENTRALITE DE PROXIMITE: SEPTEMES LES VALLONS (NOTRE DAME LIMITE)



## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): SEPTEMES LES VALLONS (8 MAI)

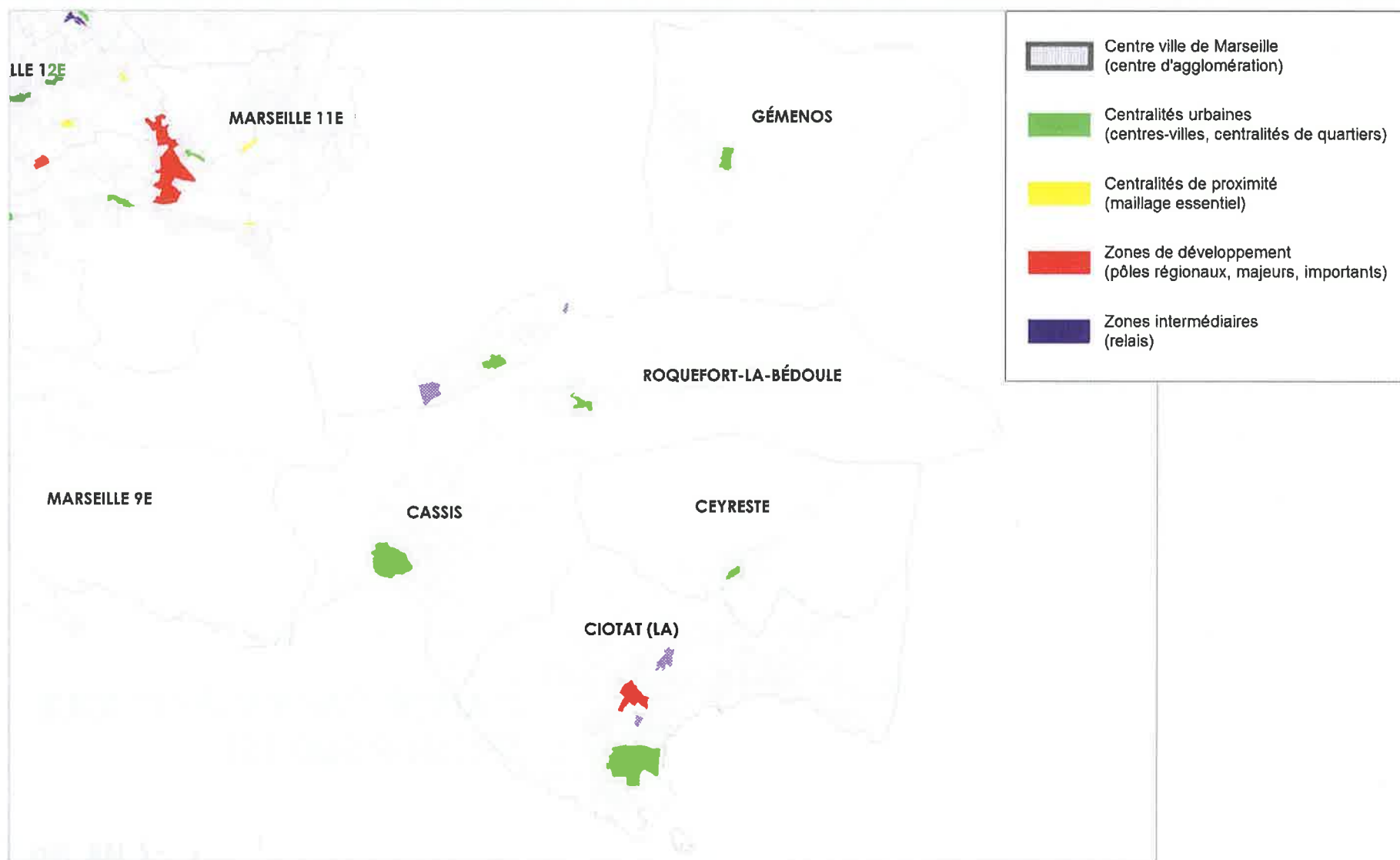


CAHIER CARTOGRAPHIQUE  
SECTEUR SUD-EST





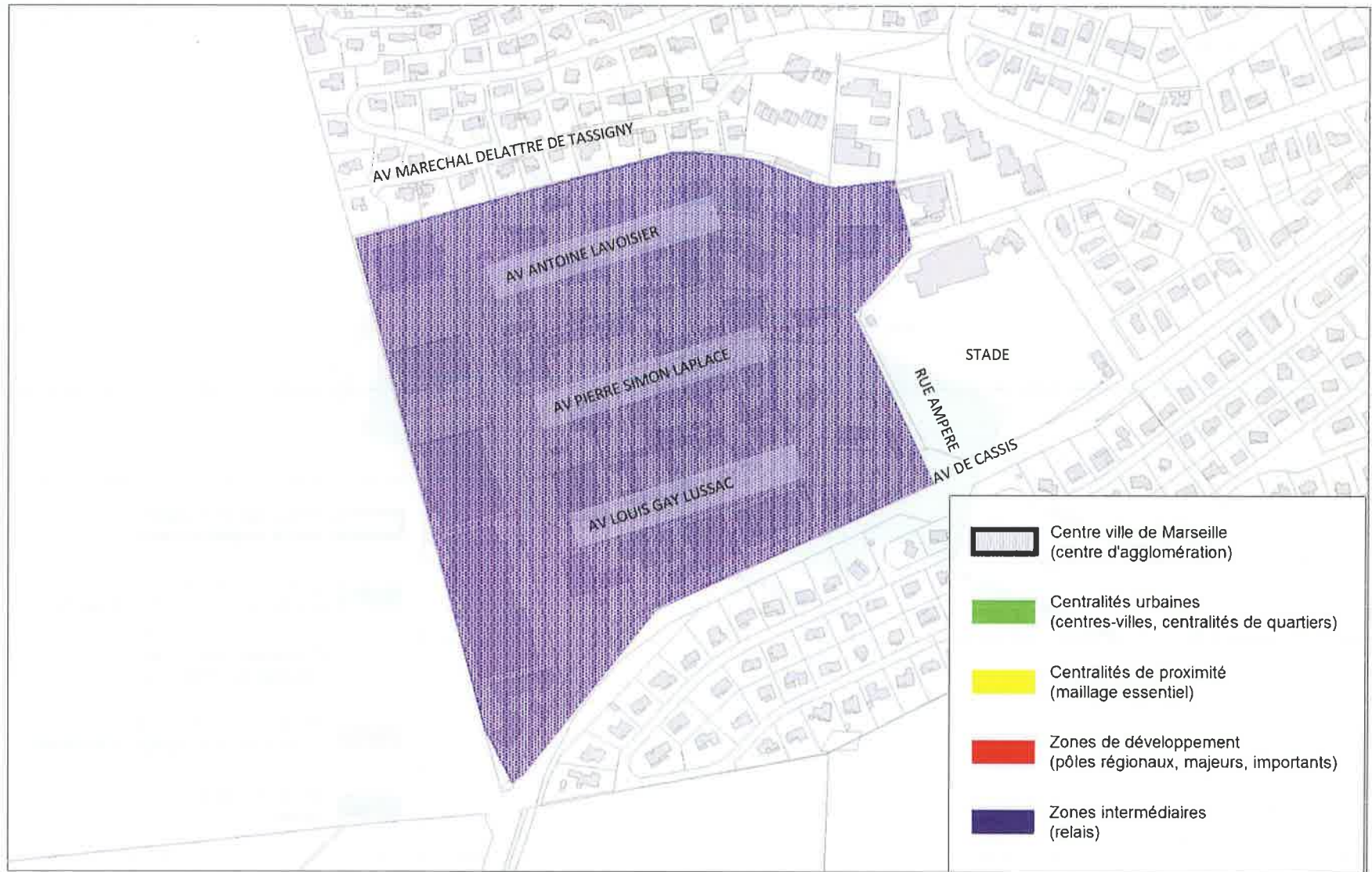
## LOCALISATION PREFERENTIELLE DU COMMERCE SUR LE SECTEUR SUD-EST:



## CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : CARNOUX EN PROVENCE

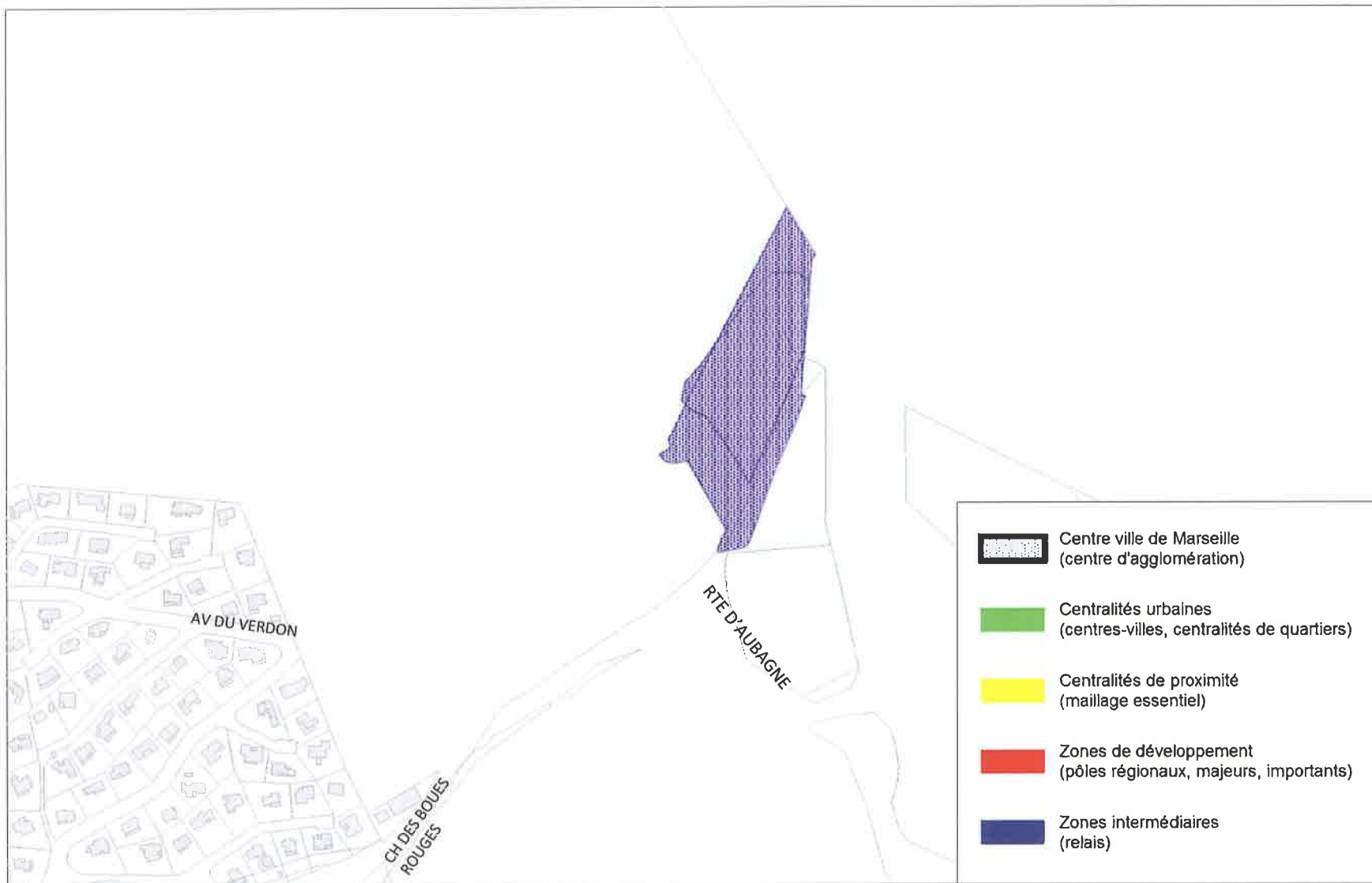


# ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CARNOUX EN PROVENCE - ZA

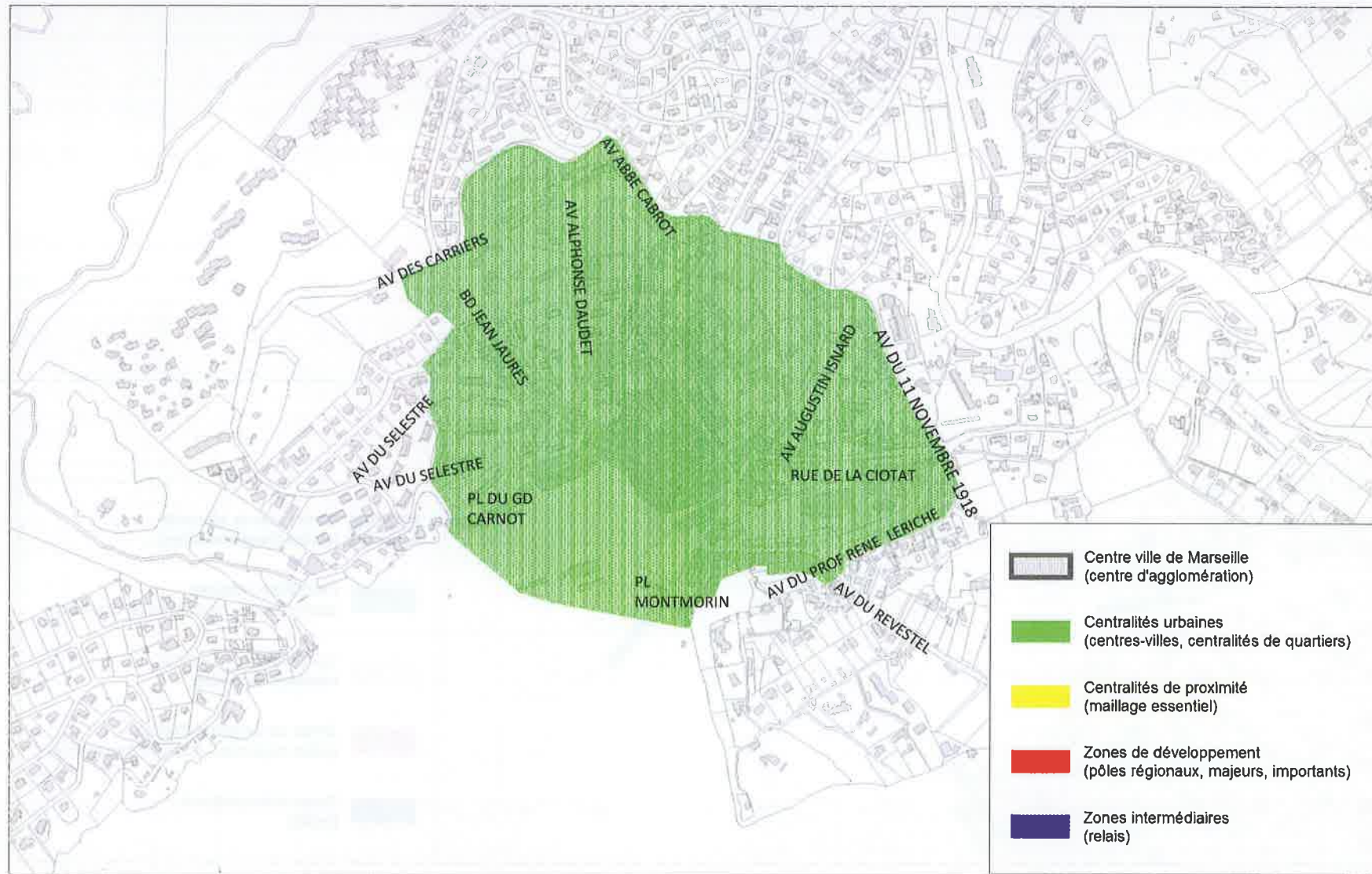




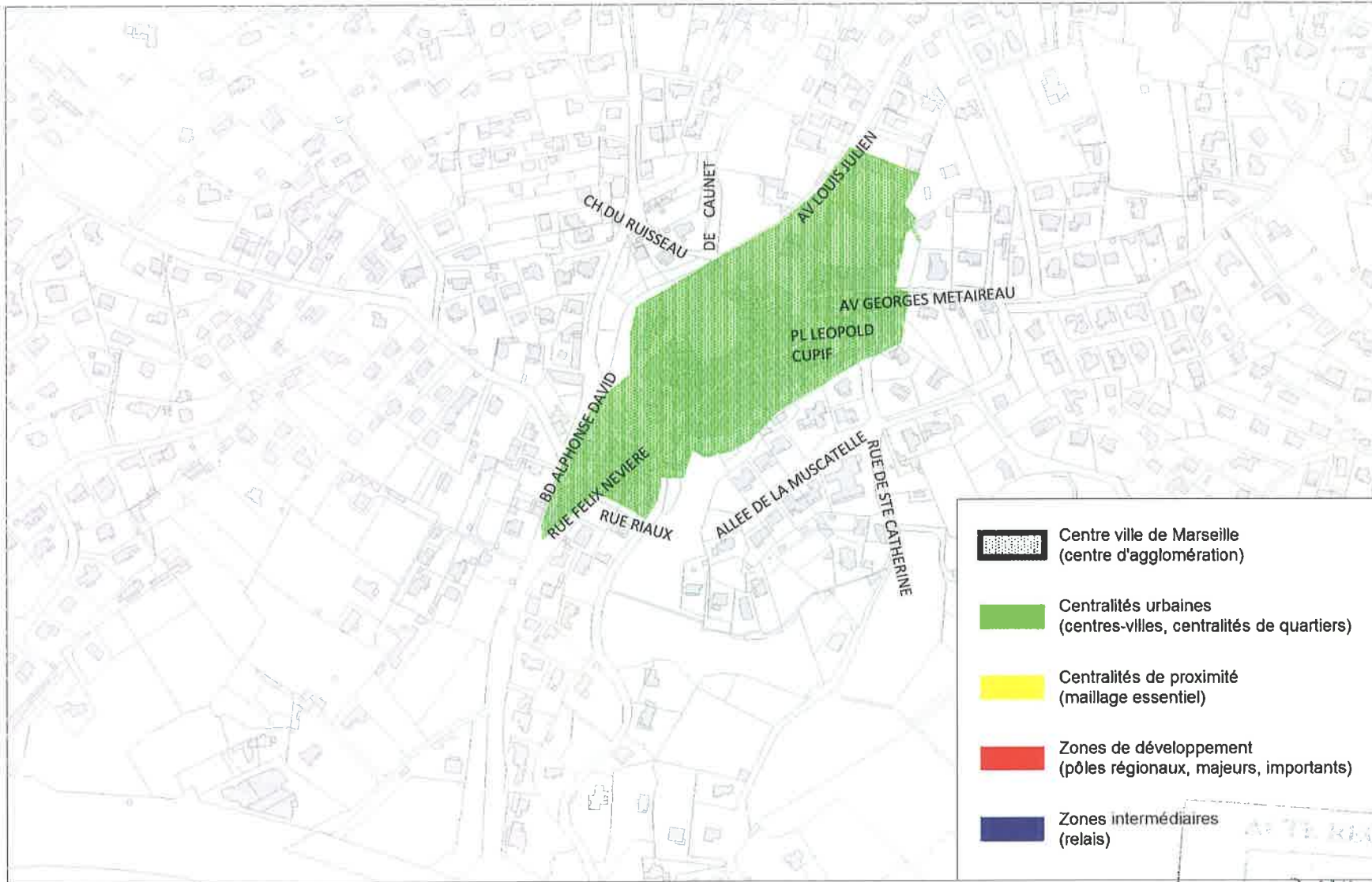
## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): CARNOUX EN PROVENCE – NORD EST



## CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : CASSIS



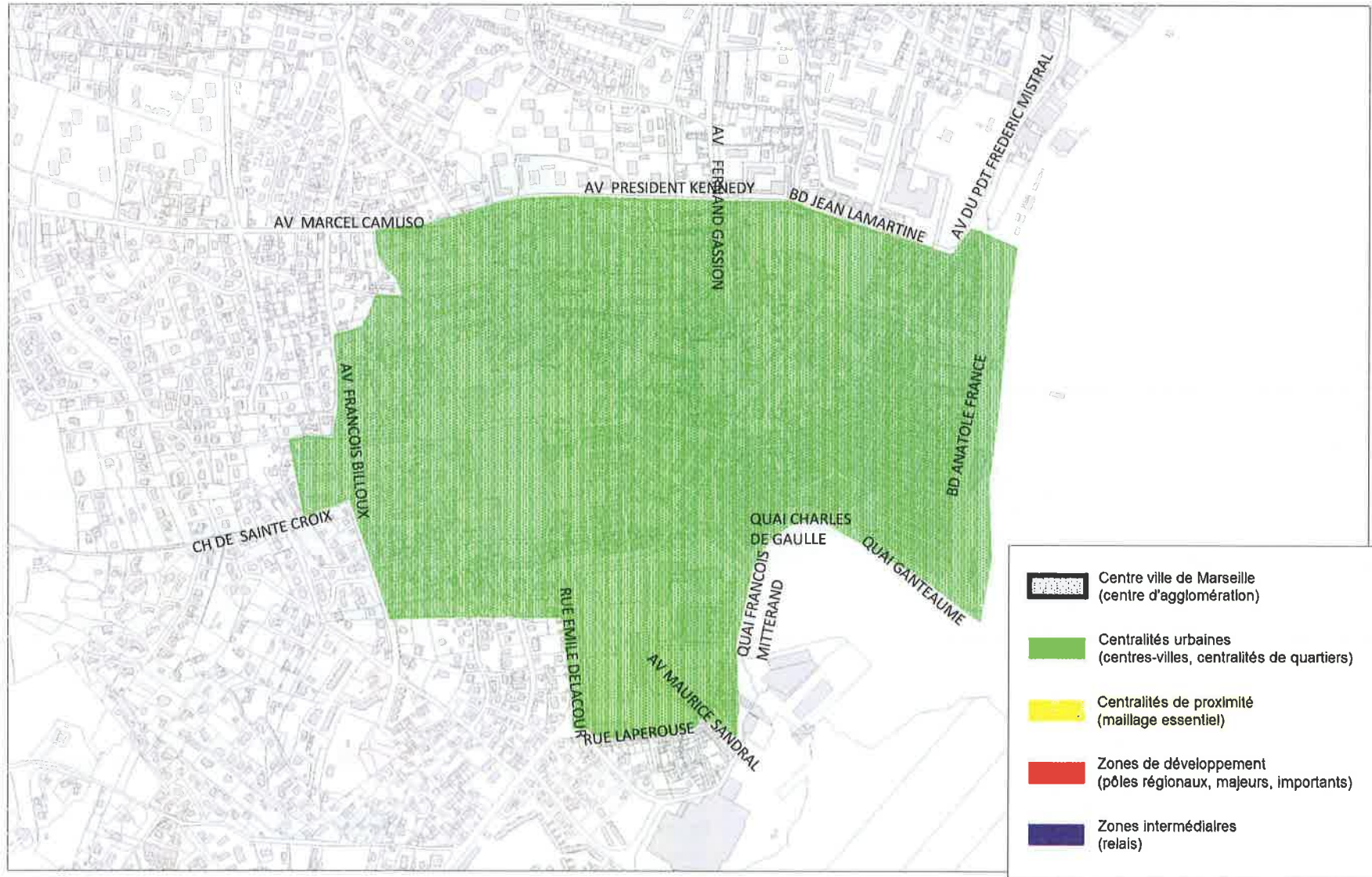
# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : CEYRESTE



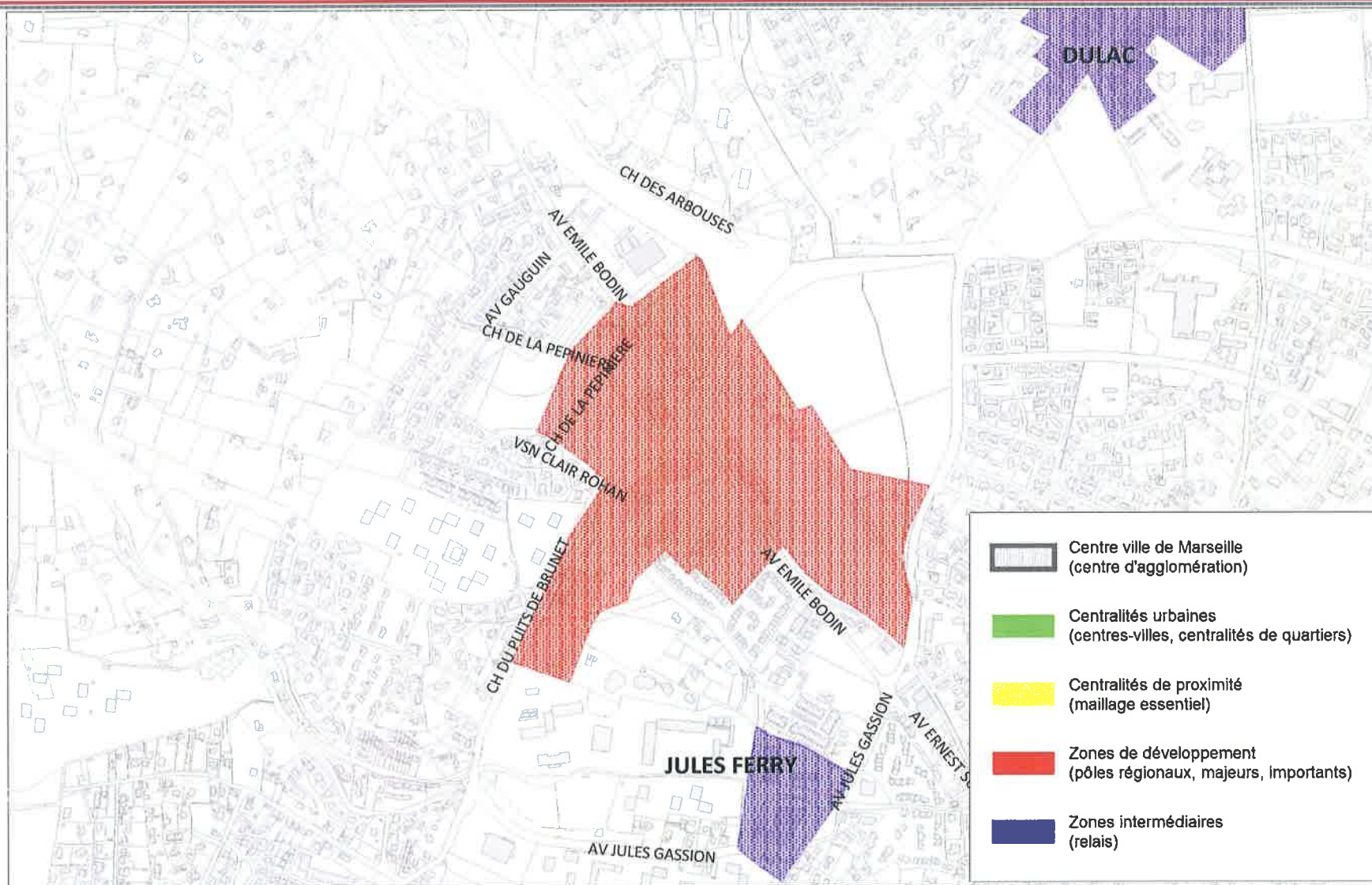
7 JAN. 2013  
166  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHONE



# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : LA CIOTAT

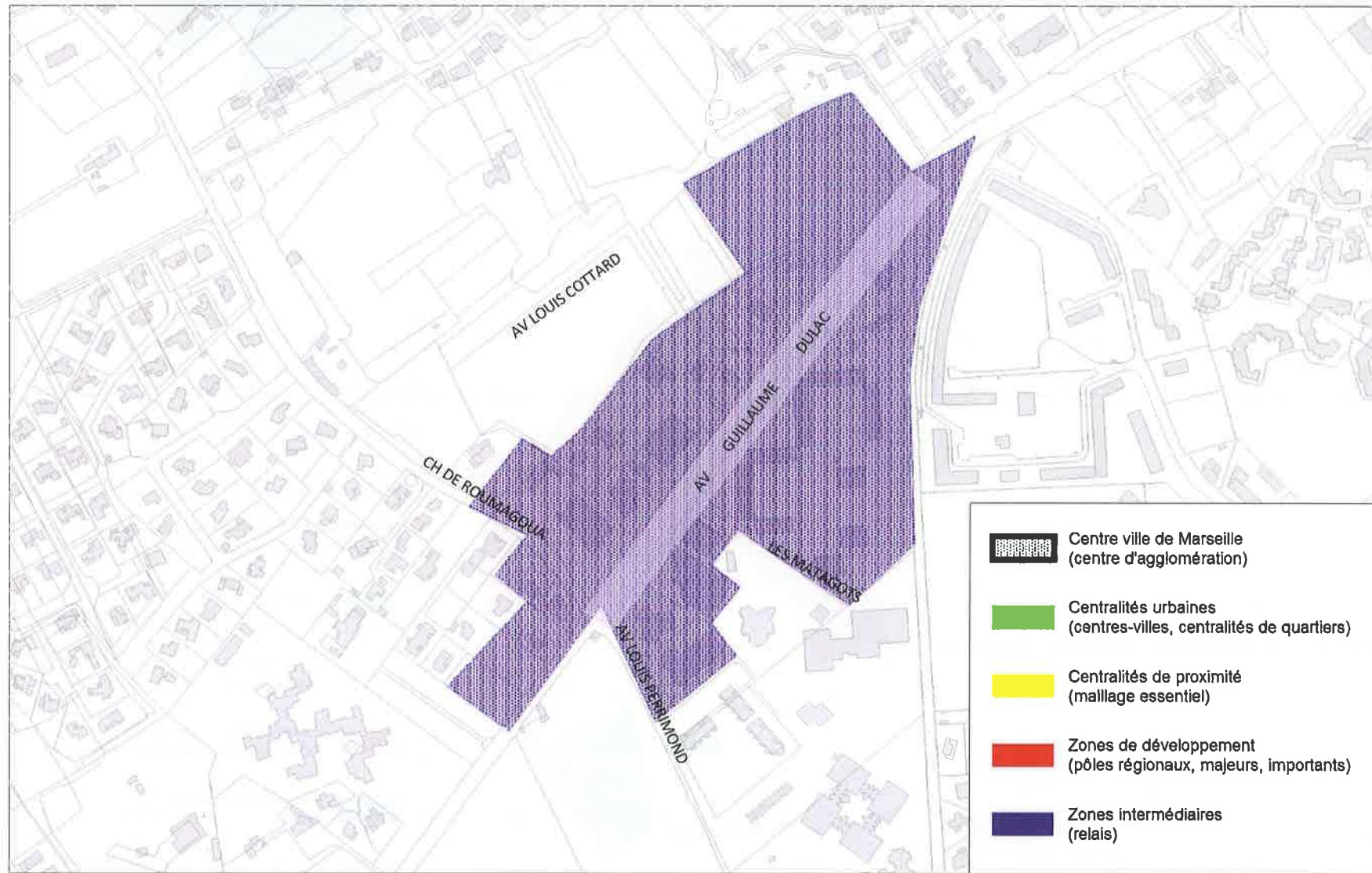


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE MAJEUR): LA CIOTAT – ANCRE MARINE



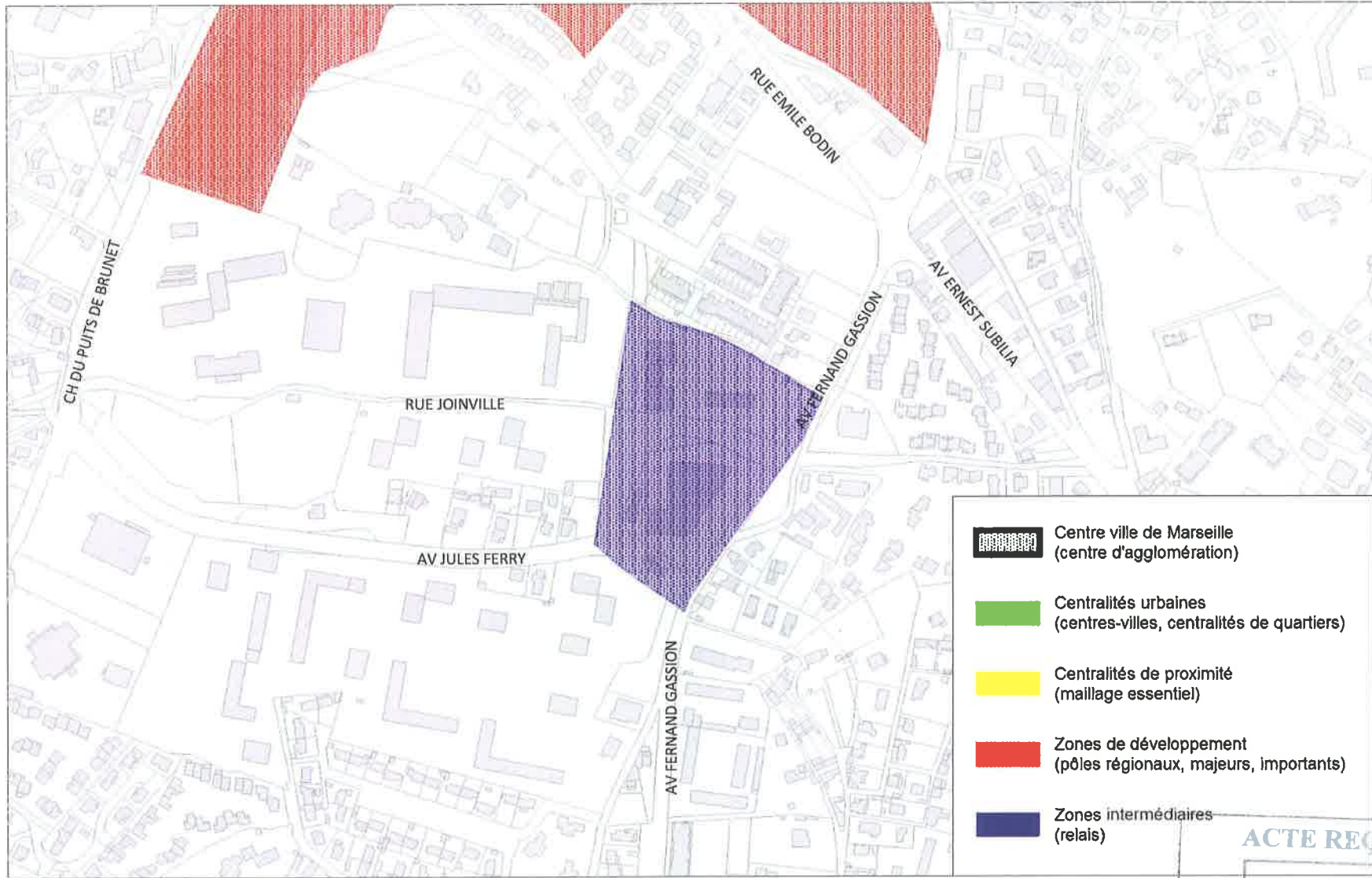


## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA CIOTAT - DULAC





## ZONE DE DEVELOPPEMENT (POLE RELAIS): LA CIOTAT – JULES FERRY



# CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : GEMENOS





## CENTRALITE URBAINE (CENTRE-VILLE) : ROQUEFORT LA BEDOULE





## ANNEXES

## ANNEXE 1: METHODOLOGIE - PRINCIPES DE DELIMITATION DES ZONAGES

A. La délimitation s'appuie sur le parcellaire. En milieu urbain dense l'échelle de l'ilot est privilégiée sauf si sa profondeur dépasse 30 mètres (retour au parcellaire).

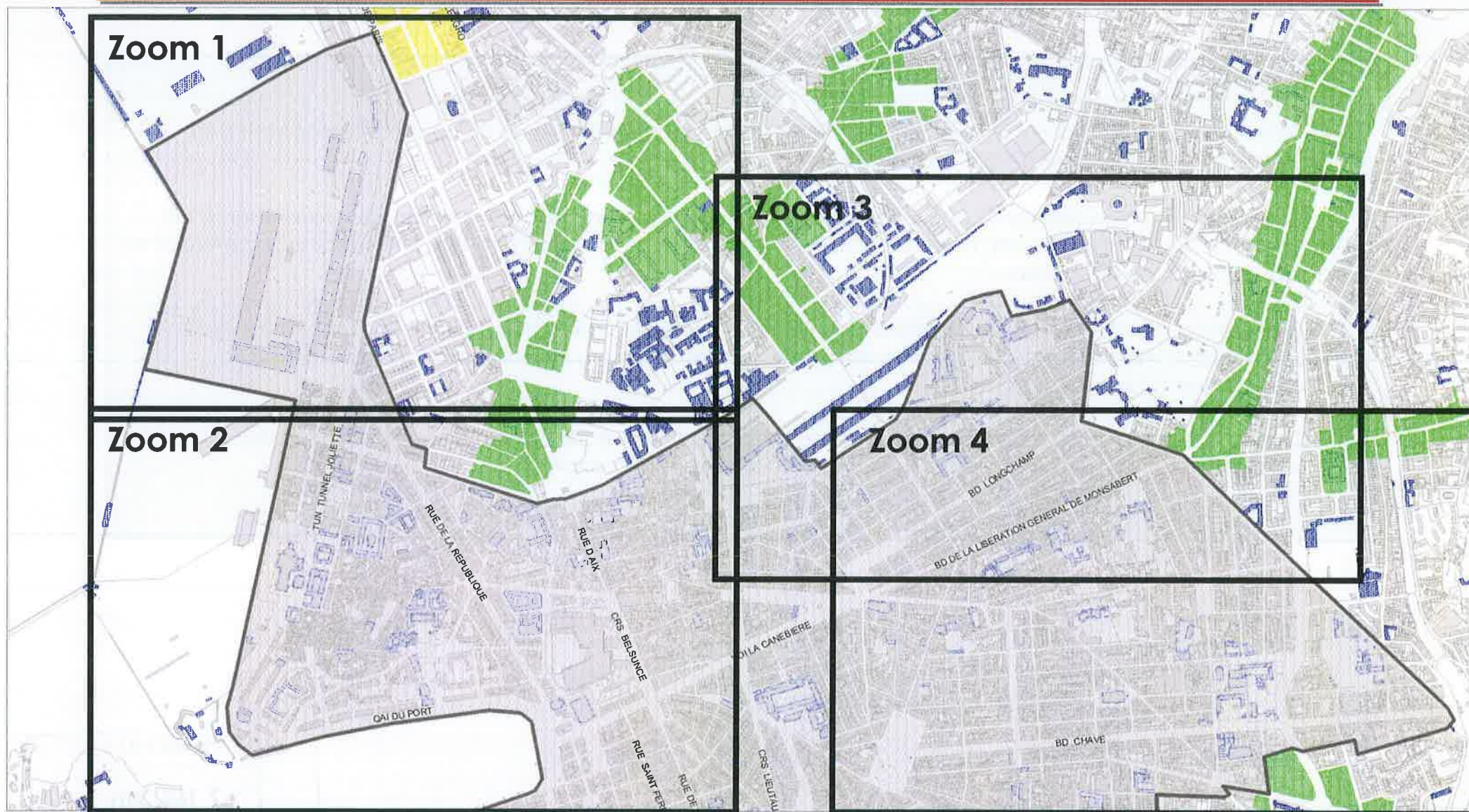
B. Une distance de 150 mètres sans continuité commerciale implique un changement de pôle. Néanmoins, en milieu urbain dense, la distance est ramenée à 20 mètres. Le pôle n'est pas interrompu si le linéaire commercial se poursuit d'un seul côté de la voie.

C. La délimitation prend en compte l'existant, mais aussi le potentiel urbain cela intègre notamment des ilots situés aux abords d'éléments de centralité (notamment places), même s'ils n'accueillent pas, ou très peu, d'activités commerciales aujourd'hui.

D. Dans tous les cas, la réalité de terrain en terme de configuration des sites et de co-visibilité a été prise en compte, ce qui peut amener à quelques ajustements par rapport aux règles A à C.

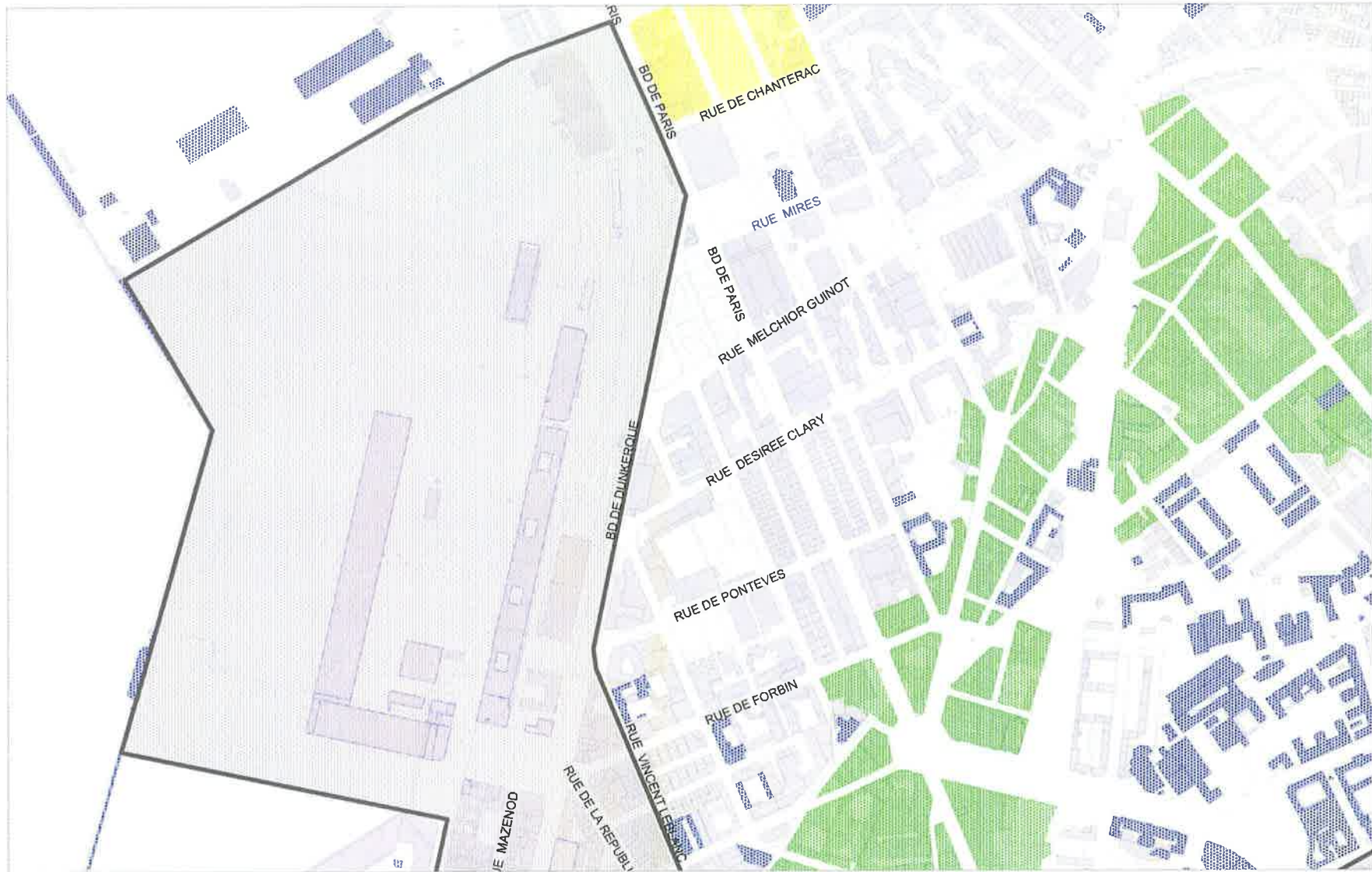


## ANNEXE 2: PRECISIONS SUR LES LIMITES DU CENTRE-VILLE





## LIMITES DU CENTRE-VILLE: ZOOM 1



## LIMITES DU CENTRE-VILLE: ZOOM 2





# LIMITES DU CENTRE-VILLE: ZOOM 3



-7 JAN. 2013  
PRÉFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHÔNE

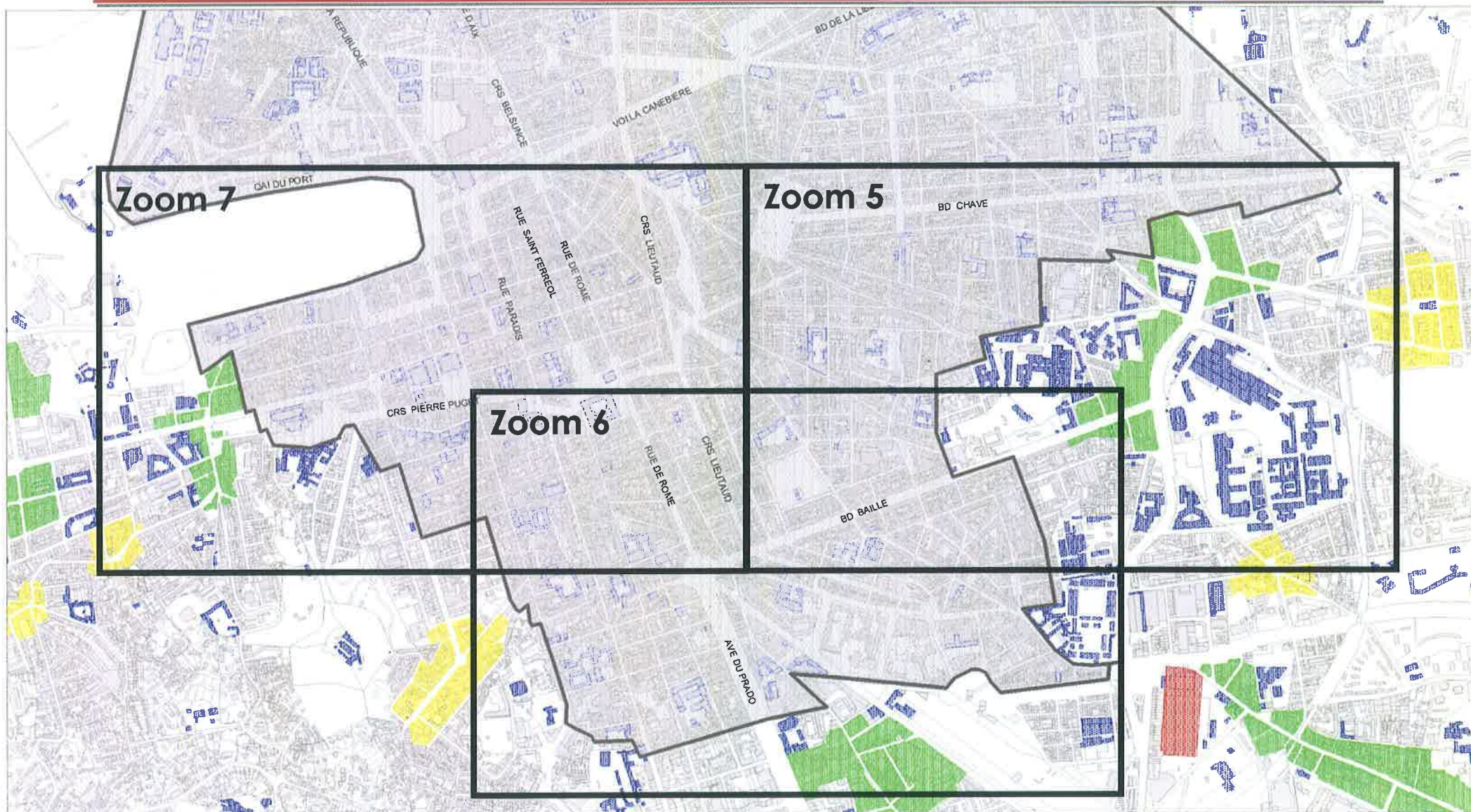


# LIMITES DU CENTRE-VILLE: ZOOM 4



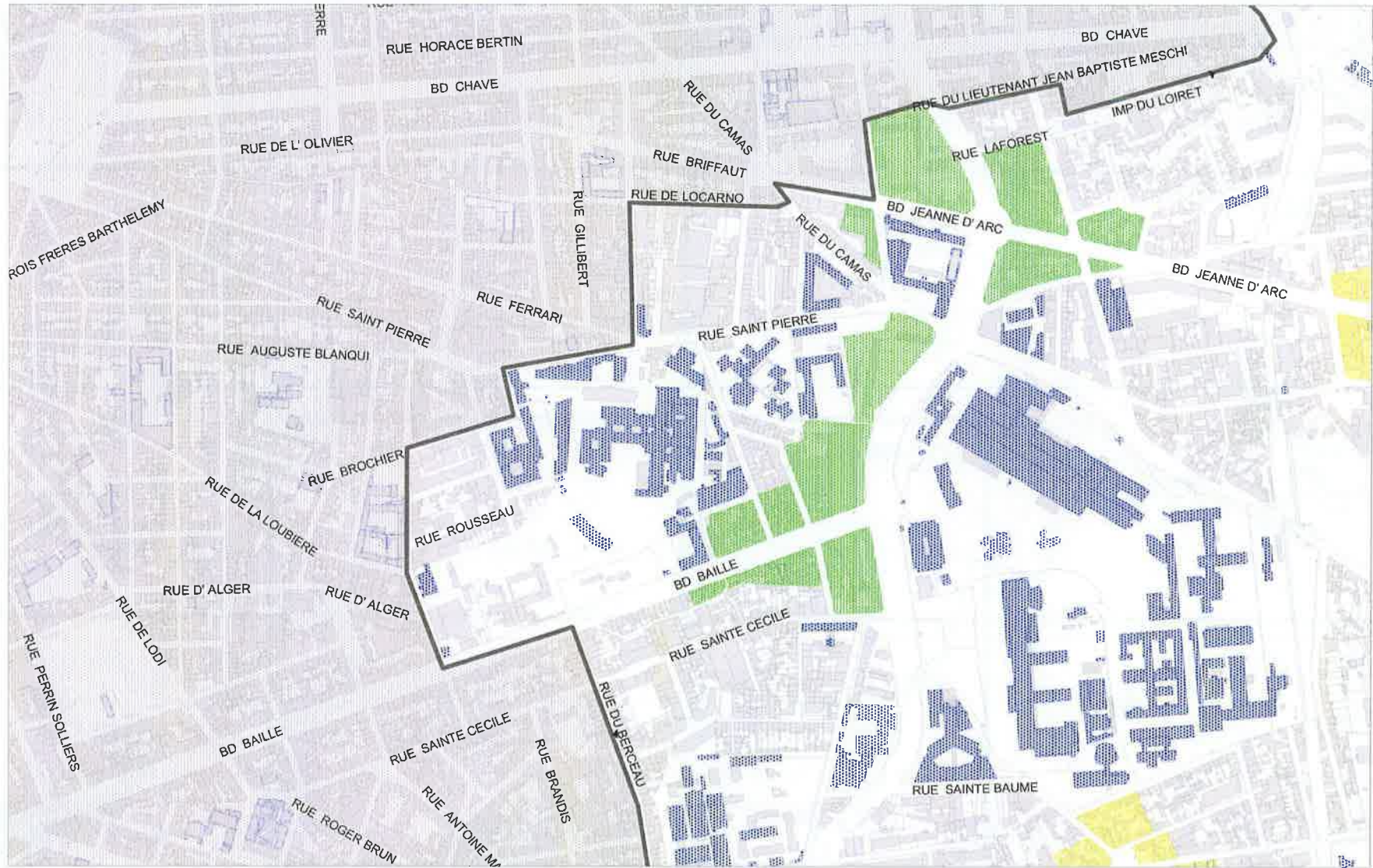


# CENTRE VILLE: partie Sud



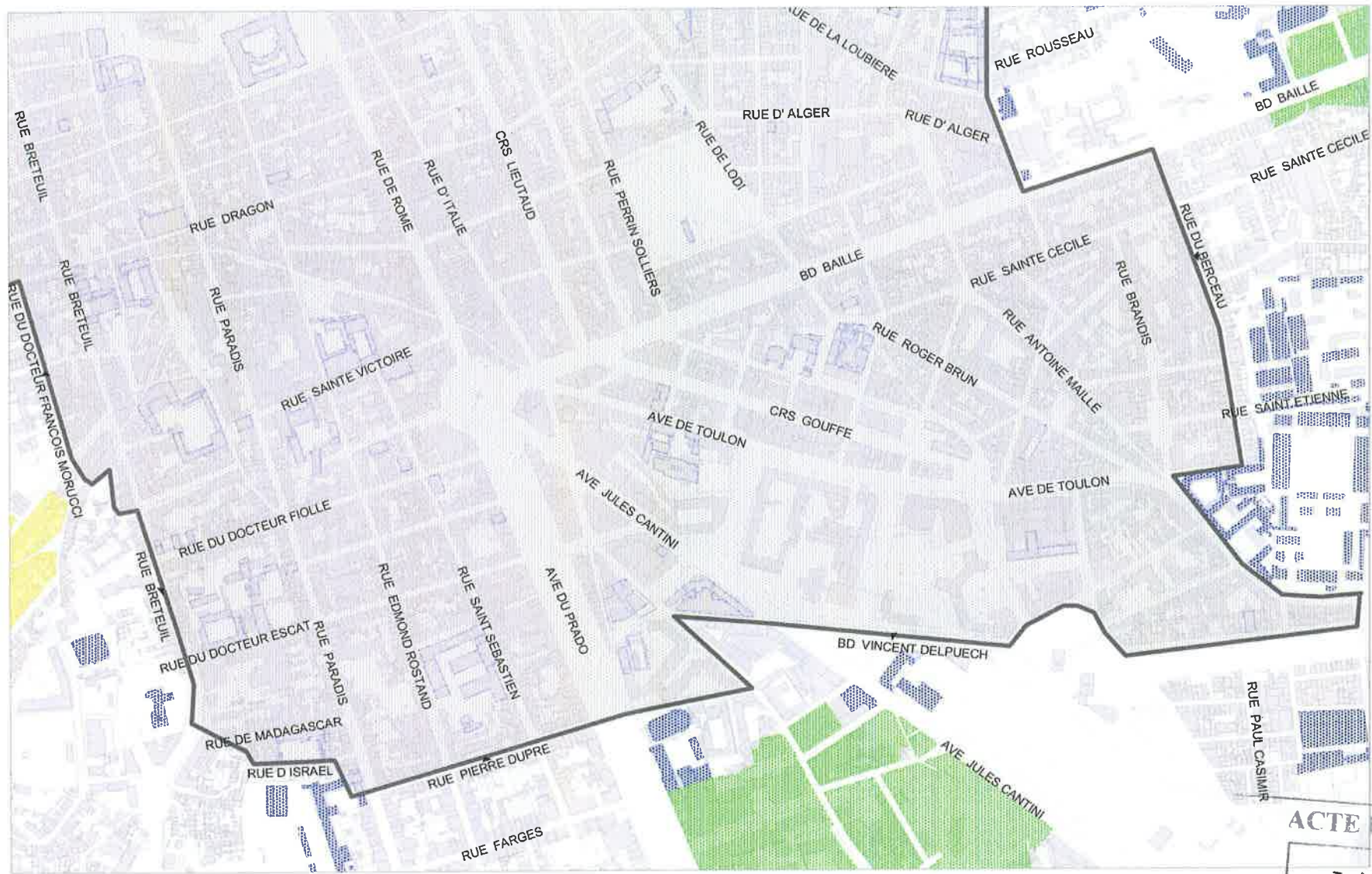


# LIMITES DU CENTRE-VILLE: ZOOM 5





# LIMITES DU CENTRE-VILLE: ZOOM 6



ACTE REÇU LE  
-7 JAN. 2013  
182  
PREFECTURE  
DES BOUCHES-DU-RHÔNE

# LIMITES DU CENTRE-VILLE: ZOOM 7

