

**scot** grande  
agglomération  
**toulousaine**  
schéma de cohérence territoriale

Etat actualisé de l'offre  
commerciale en grandes surfaces  
au 1<sup>er</sup> janvier 2010

Construire ensemble notre territoire



**smeat**

[www.scot-toulouse.org](http://www.scot-toulouse.org)



# Sommaire

Préambule	5
<b>I – PRINCIPES GENERAUX</b> .....	<b>7</b>
Armature commerciale et hiérarchie urbaine .....	8
<b>II – L’OFFRE EN GRANDES SURFACES DANS LES PÔLES DE LA GRANDE AGGLOMERATION TOULOUSAIN</b> .....	<b>11</b>
1 – L’offre dans les pôles majeurs .....	12
2 – L’offre dans les pôles intermédiaires .....	14
3 – L’offre dans les pôles de proximité .....	16
<b>III – L’OFFRE EN GRANDES SURFACES AU NIVEAU COMMUNAL (HORS POLES MAJEURS)</b> .....	<b>19</b>
1 – L’offre communale hors Toulouse .....	20
2 – L’offre communale dans les secteurs toulousains .....	23
<b>LEXIQUE</b> .....	<b>24</b>



# Préambule

Le Schéma de Cohérence Territorial (SCoT) de la Grande Agglomération Toulousaine, approuvé le XX mars 2012, pose les bases d'une nouvelle organisation territoriale, plus soucieuse d'un développement maîtrisé, polarisé autour de centralités bien équipées et disposant d'une desserte en transports en commun efficace. Ces centralités, lieux privilégiés d'accueil des habitants et de l'emploi, dessinent une Ville intense, au sein de laquelle le commerce doit prendre toute sa place dans un objectif de proximité et de diversité.

Sur ces bases, les élus du SMEAT ont souhaité élaborer un volet commercial au SCOT (page 55 du DOG). Il vise à accompagner le développement commercial au regard des objectifs d'aménagement du territoire et de développement durable, en cohérence avec le projet de territoire de la Grande Agglomération Toulousaine d'une part, et dans le respect de la concurrence et de la liberté d'entreprendre d'autre part.

Pour entreprendre le suivi et la mise en œuvre de ce volet commercial, un tableau de bord de l'offre en grandes surfaces, référentiel défini de façon partenarial avec l'ensemble des acteurs publics du commerce, a donc été élaboré dans le cadre de l'OP2C (Observatoire Partenarial du Commerce et de la Consommation).

Il intègre les surfaces commerciales (SC<sup>1</sup>) des commerces et ensembles commerciaux de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente sur la base de l'offre ouverte au public et des autorisations commerciales déjà délivrées (source : Préfecture de la Haute-Garonne). Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, c'est la Surface Commerciale réelle de chaque nouveau projet, soumis à la CDAC, qui est prise en compte.

Ce tableau de bord a permis d'établir un état initial de l'offre commerciale en grandes surfaces au 1<sup>er</sup> janvier 2009 à l'échelle de la Grande Agglomération Toulousaine (disponible sur le site [www.scot-toulouse.org](http://www.scot-toulouse.org)).

Le présent document constitue un état de l'offre commerciale en grandes surfaces actualisé au 1<sup>er</sup> Janvier 2010 sur le territoire de la Grande Agglomération Toulousaine. Cette actualisation prend en compte les créations, les cessations d'entreprises et une mise à jour des données issues des dossiers passés en Commission Départementale d'Aménagement Commercial (sources : SIRENE, Préfecture, OP2C).

Cet état actualisé est disponible sur le site [www.scot-toulouse.org](http://www.scot-toulouse.org)

<sup>1</sup>SC : voir lexique en page 24



# **PARTIE 1**

---

## **Principes généraux**

## HIERARCHIE URBAINE ET ARMATURE COMMERCIALE

La maîtrise de l'étalement urbain et une moindre consommation foncière et énergétique guident les choix de développement commercial. Une polarisation de l'offre au sein de centralités denses en population et emploi, et bien desservies, notamment par les transports en commun, permet d'identifier les zones les plus à même d'accueillir le commerce.

Cet objectif de polarisation permet de mieux structurer l'aménagement commercial sur les bases de la hiérarchie urbaine définie dans le PADD et doit se faire suivant deux entrées :

### ■ Le pôle commercial

Un pôle commercial est défini par au moins deux commerces de plus de 300m<sup>2</sup> de surface de vente chacun, distants de moins de 150 mètres l'un de l'autre. Ces pôles de différentes tailles maillent finement le territoire au sein des communes :

- **les pôles majeurs** sont les plus importants : ils disposent de plus de 25 000 m<sup>2</sup> de Surface Commerciale<sup>1</sup> (SC) en grandes surfaces,
- **les pôles intermédiaires** disposent d'une offre en grandes surfaces comprenant au moins un commerce non alimentaire, et comprise entre 5 000 et 25 000 m<sup>2</sup> SC,
- **les pôles de proximité** disposent de moins de 5 000 m<sup>2</sup> SC et d'au moins une grande surface alimentaire,
- en revanche, les *grandes surfaces isolées* et les pôles non alimentaires de moins de 5000 m<sup>2</sup> SC ne sont pas identifiées comme pôle commercial.

### ■ La commune

Cette offre en pôles commerciaux permet à chaque commune de répondre aux besoins des habitants proches de ces pôles. Toutefois la dimension des pôles majeurs, qui rayonnent bien au-delà de leur commune d'implantation conduit à prendre en compte leur rayonnement commercial de façon spécifique. Ainsi quatre niveaux de rayonnement commercial sont retenus :

- *Niveau 1* : Equipées de pôles de proximité, de pôles intermédiaires et de grandes surfaces isolées dans la limite totale de 8000 m<sup>2</sup> SC, les communes de niveau 1 répondent aux achats quotidiens et de grande proximité, qu'elles assurent à l'échelle d'une commune..
- *Niveau 2* : Egalement équipées de pôles de proximité, de pôles intermédiaires et de grandes surfaces isolées les communes disposant d'un rayonnement intermédiaire peuvent compter jusqu'à 20 000 m<sup>2</sup> SC de plancher commercial (50 000 m<sup>2</sup> à l'échelle des secteurs de démocratie locale dans Toulouse). Cette offre communale dessert une clientèle communale et/ou intercommunale, pour des fréquences d'achats hebdomadaires
- *Niveau 3 et 4 : Pôles d'agglomération et métropolitain*. Disposant d'une offre diversifiée, avec de la profondeur de gamme, généralement portée par une locomotive alimentaire de type hypermarché et par une ou plusieurs enseignes nationales. La surface totale des pôles majeurs est supérieure ou égale à 25 000 m<sup>2</sup> SC. L'offre en pôle majeur peut avoir un caractère spécifique, de niveau métropolitain. Elle repose alors sur des concepts ou enseignes à caractère rayonnant à l'échelle métropolitaine. La fréquentation de cette offre est occasionnelle, voire exceptionnelle

---

<sup>1</sup> Voir définition en page 24 (Glossaire)



NIVEAU D'OFFRE	CENTRALITES URBAINES	POTENTIEL MAXIMUM	POLARITES	OFFRE AU SEIN DES POLES
<b>Niveau 1 :</b>	Toutes communes	Offre totale communale 8 000 m <sup>2</sup> SC 2 000 m <sup>2</sup> SC par unité commerciale	Pôle de proximité	< 5 000 m <sup>2</sup> SC dont une GS alimentaire
			Pôle intermédiaire	> 5 000 m <sup>2</sup> SC dont une GS non alimentaire > 1 000 m <sup>2</sup> SC
<b>Niveau 2 :</b>	Pôles de services Pôles secondaires Centres urbains Secteurs Toulouse	Offre totale communale 20 000 m <sup>2</sup> SC Secteurs Toulouse : 50 000 m <sup>2</sup> SC 5 000 m <sup>2</sup> SC par unité commerciale	Pôle de proximité	< 5 000 m <sup>2</sup> SC dont une GS alimentaire
			Pôle intermédiaire	> 5 000 m <sup>2</sup> SC dont une GS non alimentaire > 1 000 m <sup>2</sup> SC
<b>Niveau 3 :</b>	Pôles majeurs existants	Offre totale du pôle 75 000 m <sup>2</sup> SC / + 20% si TCSP	Pôle majeur d'agglomération existant	> 25 000 m <sup>2</sup> SC
	Centralités sectorielles	Offre totale du pôle 50 000 m <sup>2</sup> SC +20% si TCSP +20% si projet global de renouvellement urbain 15 000 m <sup>2</sup> SC par unité commerciale	Nouveau pôle majeur d'agglomération	> 25 000 m <sup>2</sup> SC
<b>Niveau 4 :</b>	Pôles majeurs existants	Offre totale du pôle 250 000 m <sup>2</sup> SC	Centre-ville de Toulouse	> 25 000 m <sup>2</sup> SC
	Portes métropolitaines	Offre totale du pôle 50 000 m <sup>2</sup> SC	Nouveau pôle majeur métropolitain	> 25 000 m <sup>2</sup> SC



## **PARTIE 2**

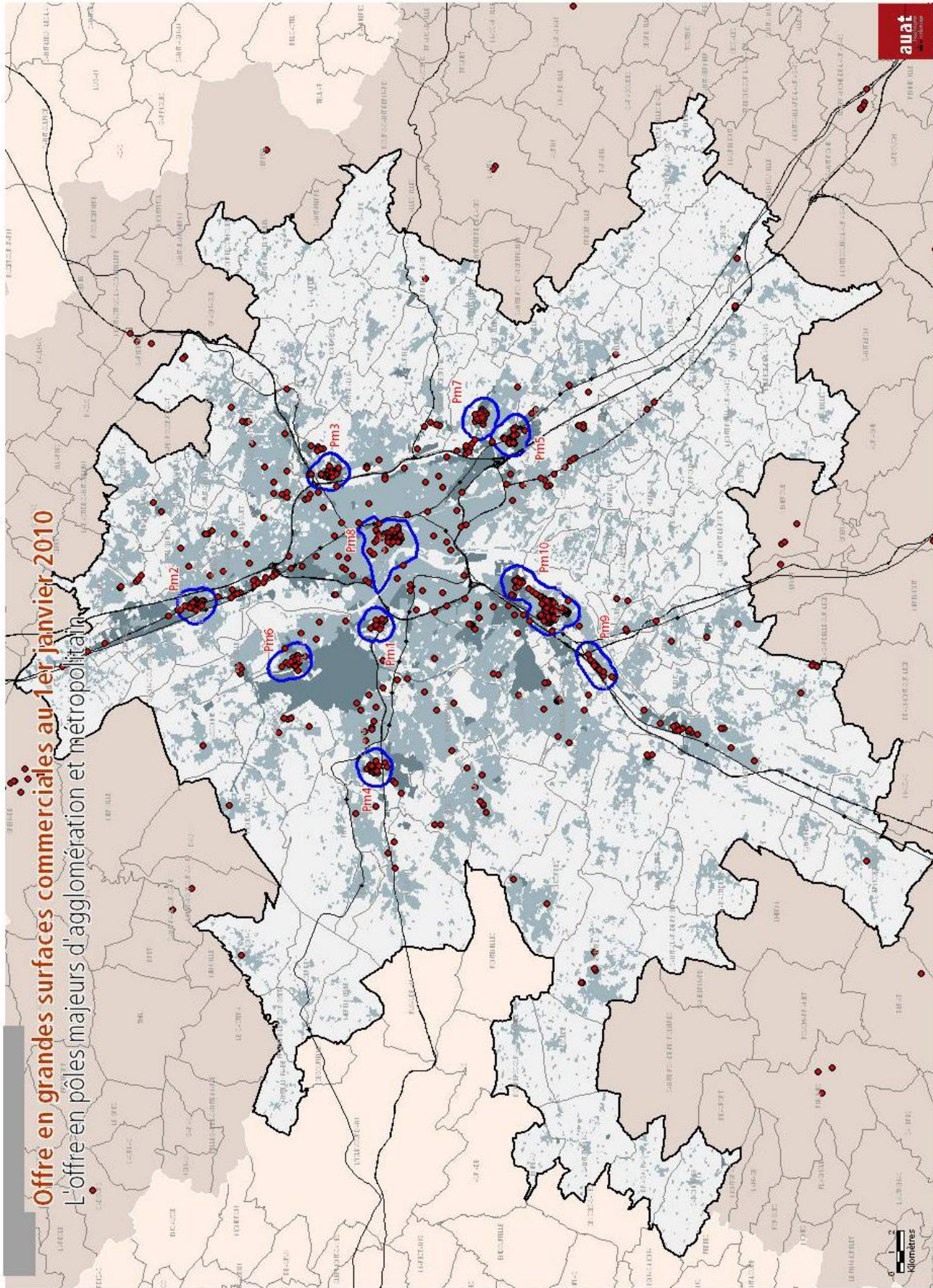
---

### **L'offre en grandes surfaces commerciales**

#### **Analyse par pôles**

# Offre en grandes surfaces commerciales au 1er janvier 2010

L'offre en pôles majeurs d'agglomération et métropolitain



auvergne  
rhône-alpes

- Périmètre du SCoT central
- Périmètre communes
- Périmètre de l'InterSCoT
- Tâche urbaine (spot 2007)
- Tâche urbaine à vocation économique (spot 2007)
- Réseau routier
- Réseau ferré
- Gares
- Réseau TC
- Stations TC
- Périmètre de 500 m autour des pôles majeurs
- Grandes surfaces > à 300 m² de SV
- Pm1 n° du pôle (voir page 13)

## 1. L'OFFRE DANS LES POLES MAJEURS

### Offre en pôle majeur d'agglomération et métropolitain

#### Pôle majeur d'agglomération

→ Offre maximum en grandes surfaces, si TCSP : 90 000 m<sup>2</sup> SC

→ Offre maximum en grandes surfaces, sans TCSP : 75 000 m<sup>2</sup> SC

#### Pôle majeur métropolitain

→ Offre maximum en grandes surfaces, 250 000 m<sup>2</sup> SC

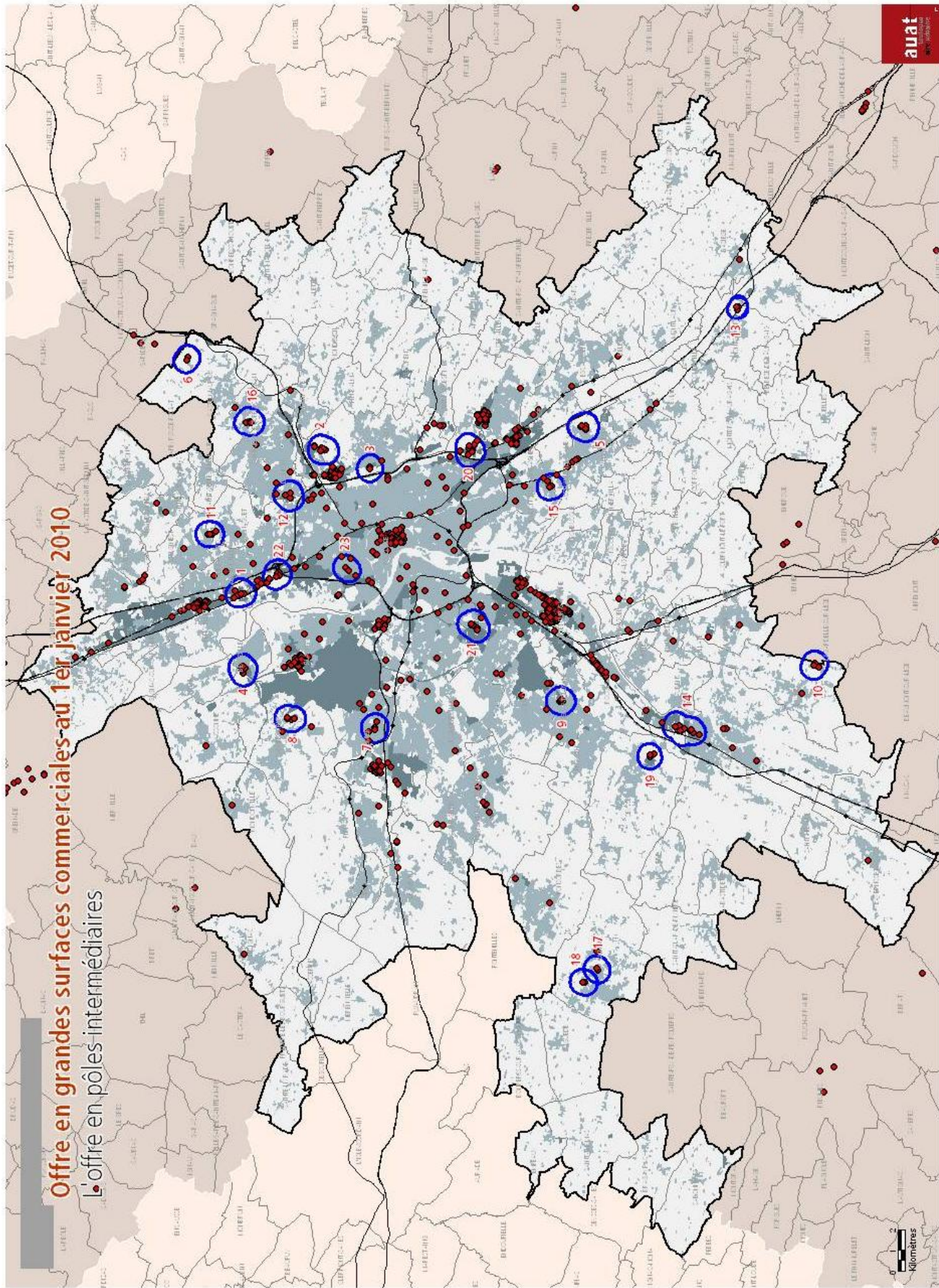
	Pôles majeurs	m <sup>2</sup> SC existants + stock		
		Pôle et son environnement	Stock <sup>2</sup>	TOTAL
Pm1	<b>Purpan</b>	29 185		<b>29 185</b>
Pm2	<b>Fenouillet / Saint-Alban</b>	46 234		<b>46 234</b>
Pm3	<b>Gramont</b>	58 961		<b>58 961</b>
Pm4	<b>Colomiers</b>	55 129	9 794	<b>64 923</b>
Pm5	<b>Labège</b>	74 574		<b>74 574</b>
Pm6	<b>Blagnac</b>	80 524	15 050	<b>95 574</b>
Pm7	<b>Saint-Orens</b>	77 038	7 488	<b>84 526</b>
Pm8*	<b>Centre-Ville de Toulouse</b>	105 885		<b>105 885</b>
Pm9	<b>Roques</b>	96 525		<b>96 526</b>
Pm10	<b>Portet</b>	196 295	14 217	<b>210 512</b>
Pm11	<b>Portes de Gascogne</b>	0	79 064	<b>79 064</b>
<b>TOTAL</b>		<b>820 350</b>	<b>125 613</b>	<b>945 963</b>

Le stock considéré concerne les autorisations commerciales obtenues avant le 1<sup>er</sup> Janvier 2010

\* Pôle majeur métropolitain

<sup>2</sup> Voir définition en page 24 (Lexique)





## 2. L'OFFRE DANS LES POLES INTERMEDIAIRES

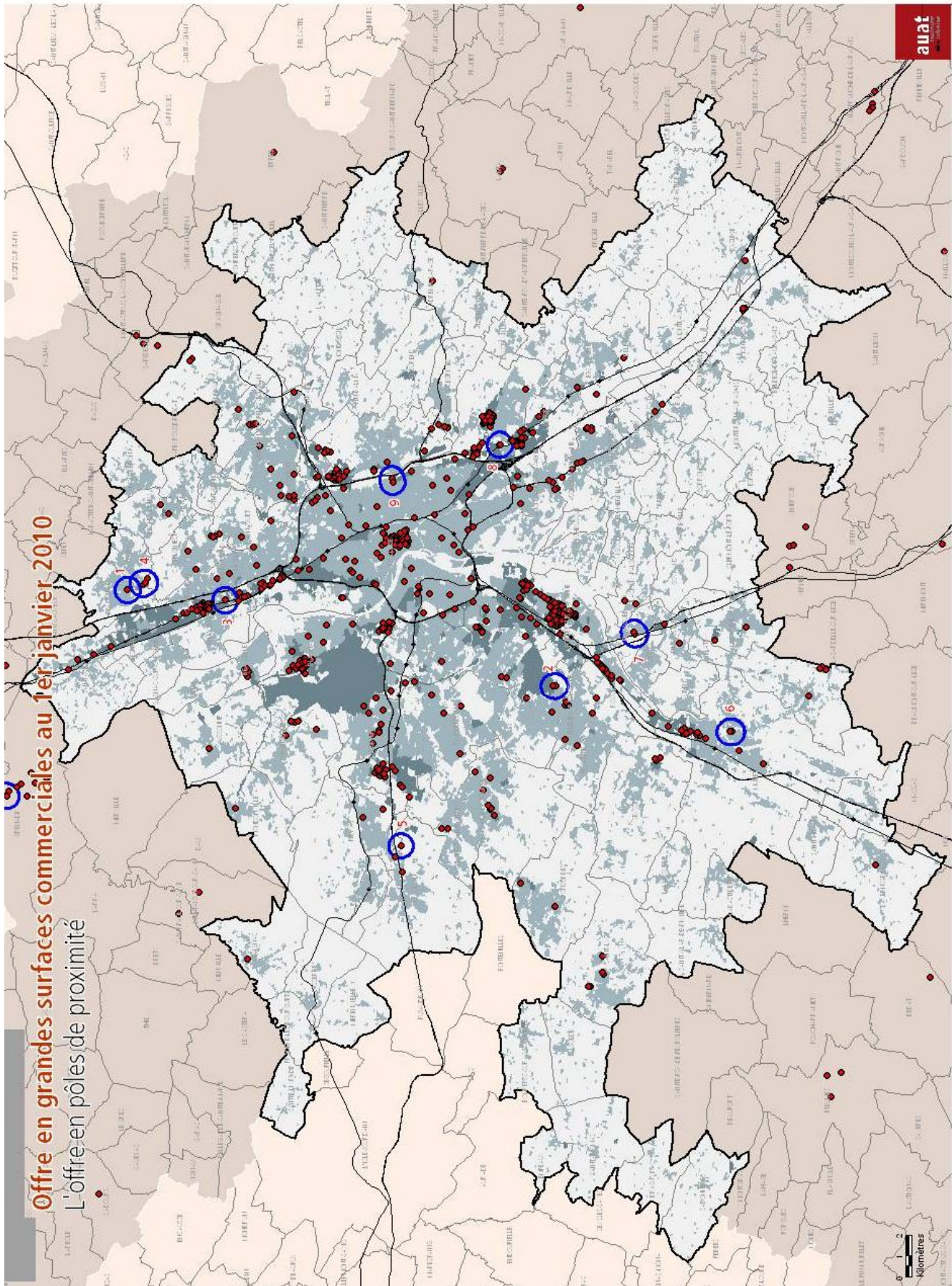
### Offre en pôle intermédiaire

→ Offre en grandes surfaces entre 5 000 m<sup>2</sup> SC et 25 000m<sup>2</sup> SC avec au moins une grande surface non alimentaire de plus de 1 000 m<sup>2</sup> SC.

Communes	Pôles intermédiaires	m <sup>2</sup> SC existants + stock		
		Pôle et son environnement	Stock	TOTAL
Aucamville	<b>1</b>	10 335		<b>10 335</b>
Balma	<b>2</b>	20 576		<b>20 576</b>
Balma	<b>3</b>	6 170		<b>6 170</b>
Beauzelle	<b>4</b>	5 656		<b>5 656</b>
Castanet-Tolosan	<b>5</b>	7 610		<b>7 610</b>
Castelmaurou	<b>6</b>	5 625		<b>5 625</b>
Colomiers	<b>7</b>	10 295		<b>10 295</b>
Cornebarrieu	<b>8</b>	7 519		<b>7 519</b>
Cugnaux	<b>9</b>	12 568	970	<b>13 538</b>
Eaunes	<b>10</b>	11 145		<b>11 145</b>
Launaguet	<b>11</b>	8 606		<b>8 606</b>
L'Union	<b>12</b>	23 013		<b>23 013</b>
Montgiscard	<b>13</b>	5 000		<b>5 000</b>
Muret	<b>14</b>	10 470		<b>10 470</b>
Ramonville	<b>15</b>	11 934		<b>11 934</b>
Rouffiac-Tolosan	<b>16</b>	11 555	3 059	<b>14 614</b>
Saint-Lys	<b>17</b>	5 681		<b>5 681</b>
Saint-Lys	<b>18</b>	5 381		<b>5 381</b>
Seysses	<b>19</b>	9 413	1 916	<b>11 329</b>
Toulouse	<b>20</b>	17 454		<b>17 454</b>
Toulouse	<b>21</b>	17 268		<b>17 268</b>
Toulouse	<b>22</b>	7 200		<b>7 200</b>
Toulouse	<b>23</b>	5 354		<b>5 354</b>
<b>TOTAL</b>		<b>235 828</b>	<b>5 945</b>	<b>241 773</b>

Le stock considéré concerne les autorisations commerciales obtenues avant le 1<sup>er</sup> Janvier 2010







### 3. L'OFFRE DANS LES POLES DE PROXIMITE

#### **Offre en pôle de proximité**

→ Offre en grandes surfaces inférieure à 5 000 m<sup>2</sup> SC avec au moins 2 grandes surfaces dont une alimentaire.

Communes	Pôles de proximités	m <sup>2</sup> SC existants + stock		
		Pôle et son environnement	Stock	TOTAL
Bruguières	1	2 925	1 637	<b>4 562</b>
Cugnaux	2	1 718		<b>1 718</b>
Fenouillet	3	2 951		<b>2 951</b>
Gratentour	4	2 748	1 033	<b>3 781</b>
Léguevin	5	4 875	4 038	<b>8 913</b>
Muret	6	2 545		<b>2 545</b>
Pinsaguel	7	3 749		<b>3 749</b>
Toulouse	8	2 625		<b>2 625</b>
Toulouse	9	1 625		<b>1 625</b>
<b>TOTAL</b>		<b>25 761</b>	<b>6 708</b>	<b>32 469</b>

Le stock considéré concerne les autorisations commerciales obtenues avant le 1<sup>er</sup> Janvier 2010



## **PARTIE 3**

---

### **L'offre en grandes surfaces**

#### **Analyse au niveau communal (hors pôles majeurs)**

## 1. L'OFFRE COMMUNALE HORS TOULOUSE AU 1<sup>er</sup> JANVIER 2010

### **Offre de niveau 1**

→ Offre maximum en grandes surfaces : 8 000 m<sup>2</sup> SC

→ Taille maximum par unité commerciale : 2 000 m<sup>2</sup> SC

→ Hors Toulouse : comptabilisation à la commune

### **Offre de niveau 2**

→ Offre maximum en grandes surfaces : 20 000 m<sup>2</sup> SC

→ Taille maximum par unité commerciale : 5 000 m<sup>2</sup> SC

→ Hors Toulouse : comptabilisation à la commune

	NIVEAU	m <sup>2</sup> SC existants au 01-01-2010	m <sup>2</sup> SC en stock au 01-01-2010	TOTAL
AIGREFEUILLE	1	-	-	-
AUCAMVILLE	2	11 698	-	11 698
AUREVILLE	1	-	-	-
AUSSONNE	1	1 500	1 000	2500
AUZEVILLE-TOLOSANE	2	3 949	-	3 949
AUZIELLE	1	-	-	-
AYGUESVIVES	2	-	-	-
BALMA (Pm3)	2	45 262	1 238	46 500
BAZIEGE	2	900	-	900
BEAUPUY	1	-	-	-
BEAUZELLE	2	5 657	-	5 657
BELBERAUD	1	2 313	-	2 313
BELEBEZE-DE-LAURAGAIS	1	-	-	-
BLAGNAC (Pm7) <sup>2</sup>	2	2 932	1 959	4 891
BONREPOS-RIQUET	1	-	-	-
BONREPOS-SUR-AUSSONNELLE	1	-	-	-
BRAGAYRAC	1	-	-	-
BRAX	1	-	-	-
BRUGUIERES	2	2 926	1 638	4 564
CASTANET-TOLOSAN	2	15 360	-	15 360
CASTELGINEST	2	3 994	-	3 994
CASTELMAUROU	1	5 625	-	5 625
CLERMONT-LE-FORT	1	-	-	-
COLOMIERS (Pm4)	2	15 399	-	15 399
CORNEBARRIEU	1	9 159	1 000	10 159
CORRONSAC	1	-	-	-
CUGNAUX	2	20 992	1 508	22 500
DEYME	1	3 750	-	3 750
DONNEVILLE	1	-	-	-
DREMIL-LAFAGE	1	-	-	-

<sup>2</sup> Pm : commune disposant d'un Pôle Majeur. Voir Tableau des pôles majeurs page 13

	NIVEAU	m² SC existants au 01-01-2010	m² SC en stock au 01-01-2010	TOTAL
EAUNES	1	11 696	-	11 696
EMPEAUX	1	-	-	-
ESCALQUENS	2	7 494	-	7 494
ESPANES	1	-	-	-
FENOUILLET (Pm2)	1	4 201	-	4 201
FLOURENS	1	-	3 238	3 238
FONBEAUZARD	1	4 797	-	4 797
FONSORBES	2	3 336	-	3 336
FOURQUEVAUX	1	-	-	-
FROUZINS	2	2 250	-	2 250
GAGNAC-SUR-GARONNE	1	-	1 000	1 000
GAURE	1	-	-	-
GOYRANS	1	-	-	-
GRATENTOUR	1	3 157	-	3 157
ISSUS	1	-	-	-
LABARTHE-SUR-LEZE	1	1 764	2 500	4264
LABASTIDE-BEAUVOIR	1	-	-	-
LABASTIDETTE	1	-	-	-
LABEGE (Pm5)	2	2 500	-	2 500
LACROIX-FALGARDE	1	1 623	-	1 623
LAMASQUERE	1	-	-	-
LASSERRE	1	-	-	-
LAUNAGUET	2	7 534	628	8 162
LAUZERVILLE	1	-	-	-
LAVALETTE	1	-	-	-
LAVERNOSE-LACASSE	1	375	-	375
LE FAUGA	1	-	-	-
LEGUEVIN	2	5 906	4 038	9 944
LESPINASSE	1	-	-	-
LEVIGNAC	2	-	-	-
MERENVIELLE	1	-	-	-
MERVILLA	1	-	-	-
MONDONVILLE	1	913	2 250	3 163
MONDOUZIL	1	-	-	-
MONS	1	-	-	-
MONTBERON	1	-	-	-
MONTBRUN-LAURAGAIS	1	-	-	-
MONTGISCARD	2	4 999	-	4 999
MONTLAUR	1	-	-	-
MONTRABE	2	2 500	-	2 500
MURET	2	17 883	-	17 883
NOUEILLES	1	-	-	-
ODARS	1	-	-	-
PECHABOU	1	-	-	-
PECHBONNIEU	1	2 625	-	2 625
PECHBUSQUE	1	-	-	-
PIBRAC	2	3 588	-	3 588
PIN-BALMA	1	-	-	-
PINSAGUEL	2	3 749	-	3 749
PINS-JUSTARET	2	3 343	-	3 343
PLAISANCE-DU-TOUCH (Pm6)	2	14 623	7 524	22 147

	NIVEAU	m <sup>2</sup> SC existants au 01-01-2010	m <sup>2</sup> SC en stock au 01-01-2010	TOTAL
POMPERTUZAT	1	2 875	-	2 875
PORTET-SUR-GARONNE (Pm11)	2	875	-	875
POUZE	1	-	-	-
PRADERES-LES-BOURGUETS	1	-	-	-
QUINT-FONSEGRIVES	2	2 188	-	2 188
RAMONVILLE-SAINT-AGNE	2	12 135	-	12 135
REBIGUE	1	-	-	-
ROQUES (Pm10)	1	1 250	-	1 250
ROQUETTES	1	-	-	-
ROUFFIAC-TOLOSAN	1	14 799	3 059	17 858
SABONNERES	1	-	-	-
SAIGUEDE	1	-	-	-
SAINT-ALBAN (Pm2)	1	2 169	-	2 169
SAINT-CLAR-DE-RIVIERE	1	-	-	-
SAINTE-LIVRADE	1	-	-	-
SAINT-GENIES-BELLEVUE	1	-	-	-
SAINT-HILAIRE	1	-	-	-
SAINT-JEAN	2	2 971	-	2 971
SAINT-JORY	2	17 822	-	17 822
SAINT-LOUP-CAMMAS	1	-	-	-
SAINT-LYS	2	12 289	-	12 289
SAINT-MARCEL-PAULEL	1	-	-	-
SAINT-ORENS-DE-GAMEVILLE (Pm8)	2	499	-	499
SAINT-THOMAS	1	-	-	-
SALVETAT-SAINT-GILLES	1	3 550	-	3 550
SAUBENS	1	-	-	-
SEILH	1	-	-	-
SEYSSES	2	9 413	2 038	11 451
TOURNEFEUILLE	2	7 876	1 345	9 221
UNION	2	27 445	-	27 445
VARENNES	1	-	-	-
VIEILLE-TOULOUSE	1	-	-	-
VIGOULET-AUZIL	1	-	-	-
VILLATE	1	-	-	-
VILLENEUVE-TOLOSANE	2	4 356	-	4 356

Le stock considéré concerne les autorisations commerciales obtenues avant le 1<sup>er</sup> Janvier 2010

## 2. L'OFFRE COMMUNALE DANS LES SECTEURS TOULOUSAINS AU 1<sup>er</sup> JANVIER-2010

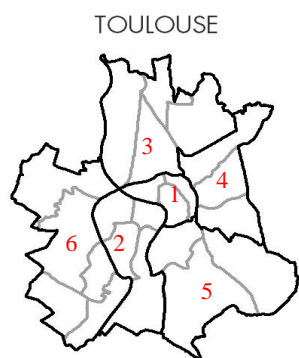
### Offre de niveau 2

→ Offre maximum en grandes surfaces : 50 000 m<sup>2</sup> SC

→ Taille maximum par unité commerciale : 5 000 m<sup>2</sup> SC

OFFRE COMMUNALE	NIVEAU	m <sup>2</sup> SC existants au 01-01-2010	m <sup>2</sup> SC en stock au 01-01-2010	TOTAL
TOULOUSE SECTEUR 2 (Pm11)	2	9 919	424	10 343
TOULOUSE SECTEUR 3	2	27 045	1913	28 958
TOULOUSE SECTEUR 4 (Pm3)	2	12 536	-	12 536
TOULOUSE SECTEUR 5	2	32 050	-	32 050
TOULOUSE SECTEUR 6 (Pm1)	2	38 724	-	38 724

Le stock considéré concerne les autorisations commerciales obtenues avant le 1<sup>er</sup> Janvier 2010



Rappel : le secteur 1 est intégralement classé en niveau 4 (voir page 13)

# LEXIQUE

## **Grandes surfaces**

Commerce de détail de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente soumis à autorisation au sens de l'article R 752-3 du code du commerce.

## **Stock**

Commerce de détail de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente ayant obtenu une autorisation mais non ouverte à ce jour.

## **Pôle commercial**

Un pôle commercial est défini par au moins deux commerces de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente soumis à autorisation, distants de moins de 150 mètres l'un de l'autre. Tout commerce situé à moins de 500m du pôle sera comptabilisé dans l'offre du pôle (environnement du pôle).

## **Surface de vente (SV)**

Surface ouverte au public à l'exclusion des surfaces de stockage et des services propres aux magasins.

## **Surface Commerciale (SC)**

La Surface Commerciale (SC) comprend la surface de vente, les surfaces de stockage, les locaux propres aux magasins (surface de plancher) et la surface de vente extérieure. Le coefficient de 1,25 m<sup>2</sup> Surface Commerciale pour 1m<sup>2</sup> de surface de vente représente une moyenne observée, suivant les différentes typologies d'activités. En effet, sont généralement constaté des coefficients moyens de 1,50 pour des activités alimentaires et de 1 pour l'offre non alimentaire. Ce ratio moyen n'est utilisé que pour l'élaboration de « l'état initial de l'offre en grandes surfaces au 1<sup>er</sup> janvier 2009 ». Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, c'est la Surface Commerciale réelle de chaque nouveau projet, soumis à la CDAC, qui est prise en compte.

## **Unité Commerciale**

- Commerce de plus de 300m<sup>2</sup> de surface de vente
- Galerie marchande
- Ensemble commercial



