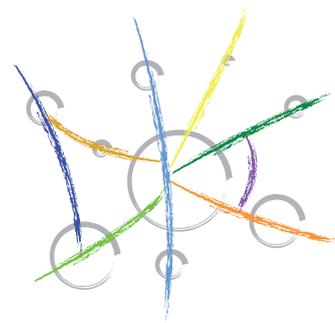


Agglomération lyonnaise
Beaujolais
Boucle du Rhône en Dauphiné
Bugey-Côtière-Plaine de l'Ain
La Dombes
Loire Centre
Monts du Lyonnais
Nord-Isère
Ouest lyonnais
Rives du Rhône
Roannais
Sud Loire
Val de Saône-Dombes



Les Scot de l'aire métropolitaine lyonnaise

Inter-Scot - décembre 2011

Charte pour un aménagement commercial durable et de qualité



Préambule

Les présidents des Schémas de cohérence territoriale (Scot)¹ engagés depuis 2004 au sein d'une démarche « inter-Scot », ont décidé de jeter les bases d'une réflexion collective sur l'aménagement et le développement des activités commerciales dans l'aire métropolitaine lyonnaise².

Les attendus

Les présidents des Scot de l'inter-Scot sont conscients du rôle majeur que jouent ces activités dans l'organisation et le fonctionnement des territoires (attractivité des centres urbains, flux de déplacements, consommation d'espace). Ils sont conscients également du poids économique considérable de ce secteur dans l'économie locale et de son importance en termes d'emplois. Ils estiment donc nécessaire de lancer, à l'échelle de l'inter-Scot, des démarches convergentes sur la question du commerce, compte tenu des interrelations existantes entre les différents territoires.

Parmi les multiples enjeux communs identifiés, priorité a été donnée à la nécessité de mieux inscrire les opérations commerciales dans les tissus et

paysages urbains tout en accroissant la performance environnementale des bâtiments commerciaux (meilleure gestion des flux de déplacements, moindre consommation foncière, etc)...

Dans cette perspective, il a été décidé d'élaborer une Charte d'aménagement commercial. Elle doit définir des orientations claires susceptibles d'améliorer la « qualité » des implantations commerciales, tant à l'échelle du territoire que de l'opération et du bâti. Elle doit également servir de support aux négociations entre acteurs publics et opérateurs commerciaux en s'attachant à nouer un dialogue en amont des projets.

Dans cet esprit, l'écriture de cette Charte a fait l'objet d'un travail commun entre les Scot et un groupe d'acteurs³ représentatifs des activités du commerce.

¹ Agglomération lyonnaise, Beaujolais, Boucle du Rhône en Dauphiné, Bugey Côtière, Plaine de l'Ain, Dombes, Monts du Lyonnais, Nord-Isère, Ouest Lyonnais, Rives du Rhône, Roannais, Sud Loire, Val de Saône Dombes

² Résolution de la Rencontre des présidents à Saint-Bernard (01) le 9 juin 2009

³ Etaient présents: Auchan, Leclerc, Système U, Lidl, Ségécé-Klépierre, Castorama, Management-centre Ville de Saint-Priest, Chambre Régionale de l'Ameublement, CCIT de Saint-Etienne-Montbrison et CCIT de Roanne

Les vocations de cette charte

La Charte s'inscrit dans :

- les principes généraux définis par la loi SRU⁴ et consolidés par les lois Grenelle⁵ avec lesquels les Scot sont obligatoirement compatibles: maîtrise de l'étalement urbain, mixité urbaine, renforcement du lien entre urbanisation et desserte en transports collectifs afin de limiter les flux automobiles, limitation de la consommation foncière et de l'artificialisation des sols, lutte contre le changement climatique et pour la préservation des ressources naturelles non renouvelables, respect de la biodiversité.
- les principes issus des réformes passées et en cours de l'urbanisme commercial : recherche d'un commerce diversifié plus proche du consommateur, mieux intégré dans la ville dont il est l'un des éléments-clés d'animation,

moins générateur de déplacements, plus en prise avec des objectifs d'aménagement du territoire.

La Charte est un document d'orientation qui sert de cadre de référence à l'échelle métropolitaine. A ce titre, la possibilité est offerte aux Scot adhérents à la démarche inter-Scot de l'annexer à leur Document d'aménagement commercial (Dac).

La Charte identifie les points sur lesquels acteurs privés et acteurs publics, chacun dans leurs domaines de responsabilité, doivent avancer de concert pour viser un aménagement commercial plus durable et de meilleure qualité.

Elle s'adresse aussi bien aux opérations de création, de renouvellement et d'extension des bâtiments commerciaux.

Elle n'a pas vocation à créer une norme supplémentaire.

⁴ Loi relative à la Solidarité et au renouvellement urbains du 13/12/2000

⁵ Loi pour la mise en œuvre du Grenelle environnement du 23/07/2009 et loi Engagement national pour l'Environnement du 13/07/2010

Les orientations de la charte

Les orientations se déclinent à l'échelle du territoire, à l'échelle de l'opération et à l'échelle du bâtiment commercial.

Les orientations à l'échelle du territoire

Ces orientations seront précisées ultérieurement dans un schéma commercial métropolitain.

D'ores et déjà il convient d'aborder l'avenir avec une plus grande prudence que le passé. La croissance soutenue des surfaces commerciales paraît aujourd'hui marquer le pas, même s'il existe en région lyonnaise des potentialités de développement compte tenu de la croissance démographique attendue. Dans l'attente de la finalisation d'un schéma commercial métropolitain, ces données de contexte conduisent les signataires de la Charte à proposer les orientations générales suivantes.

Préserver et recentrer les pôles commerciaux existants plutôt que les multiplier

Cette recommandation s'adresse tout autant aux grands espaces commerciaux qu'à l'équipement commercial des plus petites communes. La diversité de l'offre commerciale au sein d'un même pôle est considérée comme un des critères majeurs d'attractivité et de fidélisation des clients. Préserver ces pôles constitue une priorité tant dans une logique d'économie foncière que de maîtrise des flux de déplacements. Il convient donc de densifier les pôles existants et d'intensifier la concurrence au sein d'un même pôle plutôt que de favoriser l'émergence de nouveaux pôles.

Il ne s'agit pas d'interdire toute nouvelle création mais d'adapter les ouvertures de nouveaux pôles aux situations démographiques, économiques et aux contextes urbains.

Reconsidérer la question des déplacements

Le déplacement pour motifs d'achats est rarement un acte isolé. Il doit être réintégré dans un ensemble de flux à l'échelle du bassin de vie (domicile-travail, loisirs...). La maîtrise des déplacements passe par la limitation du nombre de pôles commerciaux, par une meilleure accessibilité multimodale, par la recherche de solutions de logistique urbaine. Enfin, dans un contexte de mobilité croissante des individus, les gares et leurs abords peuvent constituer autant de lieux stratégiques à privilégier pour l'implantation de commerces et de services de proximité, notamment en milieu urbain.

Les orientations à l'échelle de l'opération

S'agissant du site d'implantation de l'activité commerciale, la recherche de qualité, d'urbanité et de performance environnementale s'exprime sur plusieurs registres et relève d'initiatives croisées, autant publiques que privées :

- des sites commerciaux bien desservis (modes doux notamment),
- des opérations mixtes conçues en lien avec les autres usages de la ville,
- des projets plus denses et plus compacts, mieux insérés dans leur environnement urbain et prenant en compte les aspects environnementaux et énergétiques.

Privilégier les modes de déplacements les moins polluants et les dessertes multimodales des sites

L'opération commerciale doit offrir une capacité de choix modal aux usagers. En effet, si la voiture reste indispensable dans certaines pratiques d'achat, il convient de trouver un équilibre entre les différents modes de déplacements en proposant une offre alternative crédible à la voiture (modes doux et transports

collectifs). A ce titre, une desserte multimodale efficace (accessibilité, cadence-ment...) du pôle commercial doit être recherchée. L'aménagement des accès, des circulations, du stationnement doit être traité de manière différenciée selon le mode de déplacement et le type de véhicule (automobile, transports collectifs, modes doux, véhicules de livraison et d'approvisionnements...) en veillant à faciliter plus particulièrement l'usage des transports les moins polluants. Les cheminements modes doux (piétons et vélos) devront être aménagés de manière sécurisée au cœur de la zone commerciale. Des continuités d'itinéraires seront privilégiées avec les quartiers riverains.

D'autres démarches plus complémentaires de type plateforme de covoiturage, systèmes de livraison à domicile, Plan de déplacement entreprise (PDE) ou interentreprises (PDIE) pour les salariés... sont également à encourager.

Favoriser l'accroche à la ville et la mixité des fonctions

Composante essentielle de l'attractivité et de l'animation urbaine, l'opération commerciale se conçoit en lien avec les autres fonctions de la ville dans le cadre d'une programmation urbaine mixte.

Elle ne doit en aucun cas constituer un objet commercial monofonctionnel dissocié des autres usages : habitat, activités économiques, services et équipements publics...

Rechercher l'insertion architecturale du projet dans son environnement naturel et paysager :

Toute implantation commerciale est à analyser au regard de son environnement urbain, naturel, paysager. La composition du projet doit prendre en compte les caractéristiques du site (géographie, topographie, biodiversité, climat...) et proposer une organisation interne et externe en lien avec le territoire dans lequel il s'insère.

La préservation de la qualité paysagère et de la richesse environnementale du lieu, l'intégration harmonieuse du bâti et la limitation des impacts de tout type (sonores, visuels, olfactifs, trafics...) sur le « voisinage » sont systématiquement à rechercher.

L'intégration visuelle du projet est traitée entre autre par :

- la végétalisation de la parcelle, du bâti et la création d'une cinquième façade visant à créer un confort visuel ;
- le traitement paysager des équipements de gestion des eaux pluviales et usées (bassins d'orage paysagers, fosses d'infiltration, mares écologiques, noues paysagères, etc.) ;
- la limitation des tailles des enseignes et pré-enseignes, à partir des règlements locaux de publicité notamment.

Le Règlement local de publicité (RLP), comme outil de réduction des nuisances visuelles liées aux publicités et enseignes

Afin d'améliorer l'intégration urbaine des commerces et réduire les nuisances visuelles liées aux enseignes, les communes peuvent instaurer un Règlement local de publicité. La réglementation spéciale de la publicité permet aux communes de compléter la réglementation nationale de la publicité par l'institution d'une ou plusieurs zones de publicité restreinte, élargie ou autorisée. Cette réglementation délibérée par le conseil municipal, préparée par un groupe de travail constitué par le préfet, et arrêtée par le maire après avis de la commission départementale des sites et du conseil municipal. L'instauration de ce RLP requiert des moyens pour instruire les dossiers rapidement et contrôler sur le terrain le respect de la réglementation.

Concevoir des projets plus denses et plus compacts

Comme tout projet d'aménagement, un projet commercial doit privilégier des formes urbaines compactes pour optimiser la ressource foncière et valoriser l'offre locale en termes de desserte et de services.

Une meilleure densité doit être recherchée au niveau des constructions (bâtiments à niveaux et non pas bâtiments à plat), des stationnements (en infrastructure et non plus à « ciel ouvert ») et des accès. Une plus grande densité et compacité des équipements commerciaux ne signifie pas pour autant la réalisation de volumes bâtis démesurés et tentaculaires, qui seraient hors d'échelle et en totale rupture avec l'environnement urbain proche. Quelles que soient les exigences de la programmation commerciale, il importe de rechercher un fractionnement et une discontinuité du bâti commercial, ainsi qu'un meilleur rapport à la rue pour assurer sa bonne intégration au site. Le modèle classique d'implantation de la surface commerciale en total retrait de la voie, avec parking à l'avant n'est pas satisfaisant.

L'optimisation du foncier dédié au stationnement, aux accès et au bâti permet aussi d'améliorer la qualité environnementale et l'insertion paysagère du projet en accordant, par exemple, une place plus importante aux traitements paysagers (espaces verts, etc.).

Améliorer la distribution des marchandises en ville et limiter les nuisances liées à la logistique urbaine

La livraison du dernier kilomètre en coûte cher (20 % du coût total de la chaîne logistique) et les transporteurs sont de plus en plus réticents à livrer dans les centres-villes aux heures ouvrables. La rareté et le coût du foncier rendent par ailleurs difficiles la préservation ou la création d'espaces logistiques réservés à la distribution de marchandises en ville.

Pour toutes ces raisons, un compromis doit être recherché entre opérateurs et collectivités sur la question des marchandises en ville, portant sur divers chantiers :

La mutualisation des véhicules, des aires de livraison, des plates-formes de groupage-dégroupage (les opérateurs utilisant des véhicules propres et aux nuisances sonores réduites)

La préservation de zones de foncier logistique et d'aires de livraison dans les centres-villes.

Les orientations à l'échelle du bâti

La qualité d'un bâtiment se définit aujourd'hui:

- par son intégration paysagère,
- par l'amélioration de plusieurs fonctionnalités,
- par un vrai confort d'usage. Un bâtiment accessible à tous, économe en foncier, en eau et en énergie, triant ses déchets et générant de faibles nuisances.

Renforcer l'accessibilité du bâtiment à l'ensemble des usagers

Le bâtiment devra être accessible facilement à tous les usagers, quel que soit leur handicap. Au-delà des réglementations sur l'accessibilité, des dispositions pourront être prises sur la signalétique (exemple : taille, emplacement des panneaux, marquage au sol, etc.)

Diminuer la consommation d'énergie...

Les bâtiments commerciaux s'avèrent très énergivores du fait notamment de la présence d'équipements frigorifiques qui peuvent représenter jusqu'à 65 % de la consommation énergétique totale des magasins. L'amélioration de l'efficacité thermique et énergétique de ces unités commerciales est un enjeu crucial.

Les opérateurs commerciaux s'attacheront à la réduction des consommations d'énergie et des pollutions associées aux systèmes énergétiques (exemple: système de récupération d'énergie) ainsi qu'à l'éco-conception du bâtiment (exemple: architecture bioclimatique, puits de lumière, etc.).

Préserver la ressource en eau

Tout projet d'aménagement de zone ou d'implantation d'un bâtiment commercial assurera une gestion des eaux pluviales et de l'assainissement dans l'objectif de limiter les impacts des activités commerciales sur les milieux naturels en termes de qualité et de quantité. Il limitera le ruissellement des eaux de pluie en réduisant l'imperméabilisation des sols et en favorisant divers dispositifs, notamment :

- la récupération d'eaux pluviales pour l'injection dans les sanitaires, ou pour l'arrosage et le nettoyage des locaux ;
- l'installation de systèmes de rétention et/ou d'infiltration des eaux pluviales (noues, toitures végétalisées, puits filtrants, etc.) ;
- la mise en place de systèmes de traitement des eaux de ruissellement polluées et des eaux usées.

Choisir des matériaux contribuant à la performance environnementale

Des critères de développement durable -durabilité, adaptabilité, facilité d'entretien, impact sanitaire des matériaux, opportunité de recyclage- seront pris en compte dans le choix des matériaux.

La réglementation des déchets dans le secteur du commerce

Le secteur du commerce est soumis à la réglementation sur les déchets d'activités. Pour chaque type de déchet, l'opérateur commercial doit choisir une filière d'élimination appropriée.

Déchets dangereux (DD)

Les principaux modes d'élimination des déchets dangereux industriels sont l'incinération et le stockage. Deux textes encadrent ces activités : l'arrêté du 20 septembre 2002 relatif aux installations d'incinération et de co-incinération de déchets dangereux (JO du 1er décembre 2002) et l'arrêté du 30 décembre 2002 relatif au stockage de déchets dangereux (JO du 16 avril 2003).

Déchets d'emballage

Lorsque la production de déchets d'emballage est supérieure à 1 100 litres/semaine ou qui ne sont pas collectés par la collectivité. La réglementation impose la valorisation systématique par réemploi, recyclage ou incinération avec récupération d'énergie des déchets d'emballage.

Déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE)

La réglementation stipule qu'il incombe aux producteurs d'organiser et de financer l'enlèvement et le traitement des déchets issus d'équipements électriques et électroniques mis sur le marché après le 13 août 2005.

Mieux gérer les déchets

Les projets d'aménagement de zone ou de conception de bâtiments prévoient de faciliter le tri et la collecte sélective des déchets et permettront une bonne accessibilité des camions de collecte.

La production de déchets ultimes doit être la plus limitée possible. L'objectif est d'obtenir une valorisation optimale, en relation avec les filières de valorisation locales (voir encadré).

En effet, les bâtiments commerciaux génèrent des volumes importants de déchets. Leur valorisation constitue un objectif majeur qui sera atteint notamment :

- en favorisant, par des dispositions architecturales adéquates, la valorisation sur site et le tri des déchets à la source,
- en incitant au geste de tri pour les usagers (clients et personnel du bâtiment commercial).

Assurer un meilleur confort visuel intérieur et extérieur

Il s'agit de concevoir des espaces de vente avec accès à la lumière du jour (verrières, patios, puits de lumière, etc.).

Quant au confort visuel extérieur du bâtiment, il est possible de le créer en jouant sur la qualité des matériaux, la conception architecturale et les ambiances (climatique, acoustique et visuelle).

Limiter les impacts du bâtiment sur le voisinage

Les implantations commerciales (et de toute activité économique en général) peuvent causer des nuisances visuelles, sonores et sanitaires aux riverains.

S'agissant des impacts visuels,

l'opération doit s'efforcer de les réduire en créant autant que possible des vues agréables (espaces paysagers, plantés, traitement de la cinquième façade.). Par ailleurs, les affichages, enseignes publicitaires et éclairages divers doivent être contenus (en limitant par exemple les niveaux d'éclairage et les zones éclairées au strict nécessaire en termes de confort et sécurité, en particulier la nuit).

S'agissant des nuisances acoustiques d'origines variées

- bruits extérieurs : entrées/sorties des usagers, voiries d'accès, zones de stationnements, zones de livraisons et de déchets, etc. ;
- bruits d'équipements : équipements du bâtiment, localisation des locaux techniques, prises et rejets d'air, etc. ;
- bruits des espaces intérieurs une attention particulière devra être portée à la localisation des espaces bruyants, en particulier les espaces de livraisons, de façon à ne pas gêner les riverains.

Pour ce qui concerne les nuisances sanitaires, des dispositions visant à les limiter doivent être envisagées :

- en plantant des espèces non allergènes et non toxiques,
- en positionnant hors des vents dominants les zones de déchets et de livraison ainsi que les rejets d'air du bâtiment,
- en veillant au positionnement des accès véhicules, et notamment des zones d'attente en entrée et sortie de stationnements ou des zones de livraisons.

La mise en œuvre de la Charte

Une Charte partagée

La Charte, co-signée par les présidents de Scot, est ouverte aux acteurs commerciaux et proposée à leur agrément.

Il est envisagé de créer un Conseil de la Charte, groupe de travail mixte public/privé, chargé à la fois d'une veille prospective sur les évolutions du commerce et de l'évaluation de la Charte (élaboration des indicateurs de suivi, mesure de la mise en œuvre, etc). Ce groupe est placé sous le pilotage des présidents de l'inter-Scot.

Une Charte qui pourrait être annexée aux Dac

La présente Charte n'a pas vocation à créer une norme supplémentaire. La possibilité est offerte aux Scot adhérents à la démarche inter-Scot de l'annexer à leur Document d'aménagement commercial (Dac) avec un statut de document informatif.

Une Charte évaluable et révisable

Cette Charte ne peut être figée une fois pour toute et doit s'adapter aux changements.

Le commerce est par définition un secteur évolutif sous l'impact des modes de vie, des stratégies des opérateurs, des innovations à l'œuvre. De nouvelles formes de commerce se développent. De même, les textes réglementaires qui encadrent le commerce et l'urbanisme connaissent de profondes mutations comme en témoignent les réformes passées et en cours. On peut d'ores et déjà faire l'hypothèse que les dispositions visant à protéger l'environnement, à faire face aux changements climatiques et à organiser la transition vers une société post-carbone vont se renforcer au cours des prochaines années.

Dans ces conditions, il importera de mettre en place, sous le pilotage des présidents de l'inter-Scot et dans le cadre d'une réflexion partenariale entre acteurs publics et acteurs commerciaux, les modalités pertinentes d'évaluation et de révision de la Charte.

Annexes

Les normes actuelles en matière de performance environnementale des bâtiments commerciaux

En matière de protection environnementale, des certifications de construction se sont développées depuis une vingtaine d'années. Elles ne s'appliquent que depuis peu (début 2009 pour la certification HQE) aux bâtiments commerciaux.

Les certifications : gage de qualité des projets commerciaux ?

Face à la pression des parties prenantes (investisseurs, élus, citoyens, etc.) et répondant ainsi à la demande sociétale, les opérateurs de l'immobilier commercial entendent améliorer la qualité architecturale et environnementale de leurs projets. Ces derniers utilisent différentes certifications « vertes » dans la promotion de leurs projets commerciaux. Ces labels portent sur le management du cycle de vie des projets commerciaux et sont le plus souvent d'initiative privée.

Certifications/normes: de quoi parle-t-on ?

Contrairement à une idée reçue, il n'existe pas de norme « durable » en matière de bâtiment. HQE et Breeam pour les plus connues sont des certifications et non des normes.

Selon l'International standard organisation (Iso), la norme est « un accord documenté contenant des spécifications techniques ou d'autres critères précis à utiliser de manière cohérente comme règles, directives ou définitions afin d'assurer que les matériaux, produits, processus et services sont adaptés à leur projet ».

La certification est « une procédure par laquelle une tierce partie donne l'assurance écrite qu'un produit, processus ou service est en conformité avec certaines normes. »

Une multitude de certifications

Plusieurs approches font référence : la certification HQE pour la France, la Breeam en Grande Bretagne et le Leed aux Etats-Unis. Chacune se distingue par des critères d'évaluation et des priorités différentes en matière de respect

de l'environnement. Ces certifications étrangères peuvent être utilisées par les opérateurs commerciaux sur le sol français.

En parallèle, les opérateurs privés de l'immobilier commercial mettent en place leurs processus de certification. C'est le cas de Valorpark et de Greencenter créés respectivement par le conseil national des centres commerciaux et par l'immobilière Frey.

Des certifications critiquées

Les principales récriminations portent sur :

- Leur manque de lisibilité et la latitude de ne pas remplir tous les critères pour être certifié. C'est notamment le cas de la HQE où il suffit d'en valider quelques uns et pas nécessairement les plus essentiels.
- Les certifications se focalisent sur la variable environnementale mais ignorent les aspects culturels et sociaux.
- Elles donnent les outils pour évaluer un bâtiment, mais ne remplissent en aucun cas un rôle d'aide à la conception pour les maîtres d'œuvre. Elles s'accompagnent en outre d'un complexe système de management environnemental souvent rédhitoire tant pour les maîtres d'ouvrages que pour les maîtres d'œuvre.
- La composition des membres des jurys de certifications qui sont parfois « juge et partie ».

Exemples de certification

- Breeam : www.breeam.org : certification britannique.
- Greencenter : www.immobiliere-frey.com : Greencenter est un label mis en place par l'opérateur commercial Immobilière Frey pour ses projets commerciaux.
- LEED (Leadership energy environment design) : certification américaine.
- NF bâtiments tertiaires démarche HQE commerces : www.assohqe.org
- Valorpark : www.valorpark.com : Valorpark est une certification créée par le conseil national des centres commerciaux.

Annexes

Les baux verts

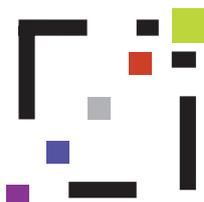
Les baux verts

L'arrivée en France des baux verts, via le Grenelle 2, donne la possibilité d'améliorer la performance environnementale des bâtiments professionnels (dont les bâtiments commerciaux). Le bail vert permet d'établir de nouvelles règles de fonctionnement en intégrant dans le bail des clauses contraignantes en matière de performance énergétique, d'élimination des déchets, d'entretien de l'immeuble, d'emploi de matériaux « durables » pour l'aménagement des locaux, etc.

Les bénéfices d'une gestion environnementale des bâtiments sont doubles :

- Pour les propriétaires : une sensible amélioration de la rentabilité des immeubles, une meilleure attractivité des locaux, un moindre turnover des locataires et, par conséquent, une optimisation de la trésorerie.
- Pour les locataires : une diminution des charges, de meilleures conditions de travail pour les employés, et une amélioration de l'image éco-environnementale de l'entreprise.

Agence d'urbanisme
pour le développement
de l'agglomération lyonnaise



18 rue du lac - BP 3129 - 69402 Lyon Cedex 03
Tél. 04 78 63 43 70 - Télécopie 04 78 63 40 83

www.urbalyon.org

Communauté urbaine de Lyon, Sepal, Etat, Conseil Général, Conseil Régional, Villes de Lyon, Villeurbanne, Vaulx-en-Velin, Bourgoin-Jallieu, Tarare, Communautés d'agglomération Porte de l'Isère, du Pays Viennois, Communautés de communes du Pays de l'Arbresle, des Vallons du Lyonnais, de la Vallée du Garon, du Pays Morantais, du Pays de l'Ozon, Syndicats Mixtes des Scot du Beaujolais, de l'Ouest Lyonnais, des Rives du Rhône, des Monts du Lyonnais, du Nord-Isère, Sud Loire, Val de Saône-Dombes, Symalim, CCI de Lyon, Chambre de Métiers, Sytral, Epora, Ademe, VNF, Caisse des Dépôts et Consignations, Opac du Rhône, Grand Lyon Habitat.

Directeur de la publication : **Olivier Frérot**

Référent : **Xavier Laurent** 04 78 63 43 05 x.laurent@urbalyon.org

Coordination démarche inter-Scot :

Sébastien Rolland 04 26 99 35 70 s.rolland@urbalyon.org