



PUBLICATION DE LA DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES TERRITOIRES



Juillet 2013

Dans le cadre de son rôle de personne publique associée aux démarches de SCoT, la DDT de Saône-et-Loire a produit diverses contributions concernant plusieurs chantiers thématiques.

L'économie constitue l'un de ces chantiers, avec en particulier l'analyse de l'armature commerciale du département.

En 2010, une première étude a été réalisée sur le sujet. Elle a donné lieu à la production d'une analyse descriptive de l'équipement commercial du département et de ses différents bassins de vie.

La présente étude complète cette première approche, en l'actualisant et en intégrant notamment une analyse des comportements d'achats des ménages.



crédit photo : AID Observatoire

Cette étude vise particulièrement à :

- identifier les forces et faiblesses de l'armature commerciale actuelle du département et de chacun des différents sous-territoires d'étude (adéquation offre/demande, zones de chalandise ⁽¹⁾, temps d'accès des principaux pôles, parts de marché des différentes formes de distribution ...),
- analyser les comportements d'achats des ménages saône-et-loirien (niveau de consommation, flux d'achats par typologie, attraction interne, évasion commerciale ⁽²⁾...),
- présenter les grandes tendances d'évolutions en cours et à venir concernant le comportement d'achat des ménages au niveau national et les transposer localement.

L'étude aborde enfin le contexte réglementaire, en s'intéressant aux outils permettant de favoriser un développement commercial organisé. L'ensemble de la démarche a été conduit en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale de Saône-et-Loire.

L'étude est structurée en trois étapes :

- Analyse de l'équipement et de la densité commerciale
- Analyse de la consommation et des comportements d'achats de la clientèle
- Éléments de prospective : quels impacts pour le commerce en Saône-et-Loire ?



crédit photo : macon.fr

Ville de Mâcon - commerces du quartier de Bioux

(1) : La zone de chalandise d'un établissement commercial correspond à sa zone géographique d'influence, c'est-à-dire au périmètre d'où provient l'essentiel de sa clientèle (Wikipédia)

(2) : L'évasion commerciale correspond à la part des dépenses effectuées par des ménages à l'extérieur du territoire où ils résident (CCI 26)

■ Pilotage de l'étude ■ Fourniture des données ■ Traitement et analyse



DDT de Saône-et-Loire



UNE ARMATURE COMMERCIALE TRÈS CONCENTRÉE AUTOUR DES PÔLES MAJEURS

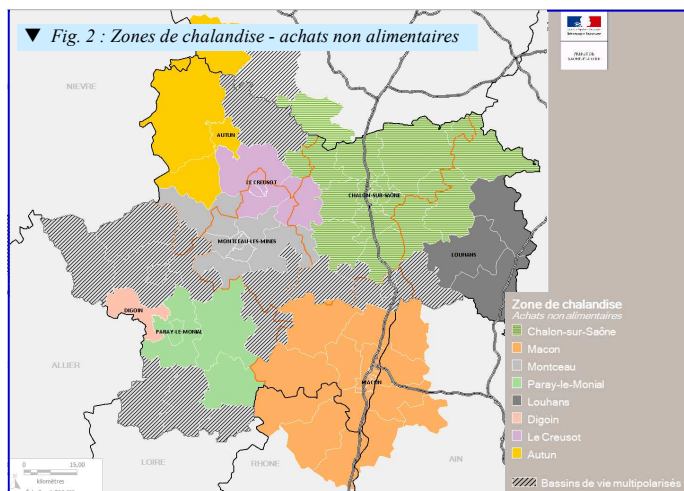
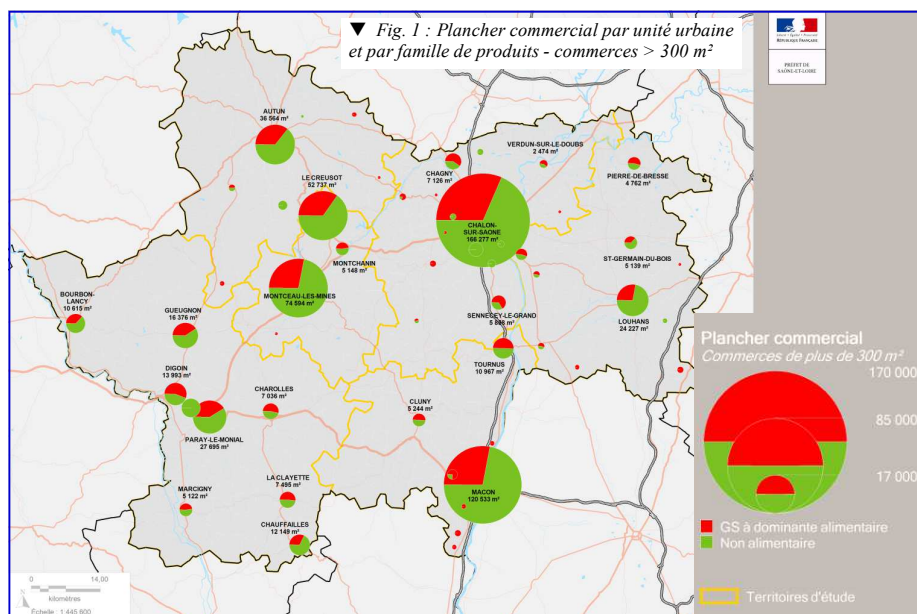
Le département de Saône-et-Loire présente une densité commerciale forte pour le commerce de moins de 300 m² et dans la moyenne pour les grandes surfaces (vis-à-vis de départements comparables). Toutefois, cette densité reste concentrée, tant pour le petit commerce que pour les grandes surfaces. En effet, **près de 60 % du plancher de grandes surfaces et 42 % des établissements commerciaux sont concentrés dans les trois premiers pôles du département** (fig. 1). Cette concentration se matérialise également dans la mesure du chiffre d'affaires puisque ces trois pôles représentent près des deux tiers du total départemental.

A côté de ces grands pôles, on note toutefois un maillage de polarités marchandes secondaires plutôt satisfaisant, ces pôles secondaires jouant un rôle de fixation des achats sur des besoins élargis. C'est certainement sur le maillage de pôles de plus petite taille que le département montre des lacunes. On observe en effet plusieurs « déserts commerciaux » notamment à l'ouest de Cluny ou dans le nord du Louhannais.

A l'échelle du département, on constate de forts effets de superposition de zones de chalandise, notamment s'agissant des achats non alimentaires (fig. 2). Ces superpositions représentent des effets de concurrence internes et montrent l'impact négatif d'un développement commercial insuffisamment adapté au bassin de clientèle. Cet effet existe également sur les franges limitrophes du département, en relation avec la présence de pôles extérieurs majeurs.

Le potentiel annuel de consommation des ménages résidant en Saône-et-Loire pour les produits de consommation courante est estimé à 2,5 milliards d'euros. Ce potentiel se répartit de façon classique entre consommations alimentaires et consommations non alimentaires (48 % / 52 %). Le niveau moyen de consommation par ménage reste inférieur à la moyenne nationale.

▼ Tableau 1 : Analyse comparative de la densité commerciale en Saône-et-Loire et dans cinq départements comparables (moyenne)	Saône-et-Loire	Moyenne
Population	555	553
Nombre d'activités de moins de 300 m ² / 1000 habitants	11.7	9.9
dont commerces	4.5	4.1
dont services	4.9	3.9
dont restaurants	2.3	1.9
Plancher commercial des grandes surfaces / 1.000 habitants	1 218	1 217
dont alimentaire	424	381
dont non alimentaire	794	835

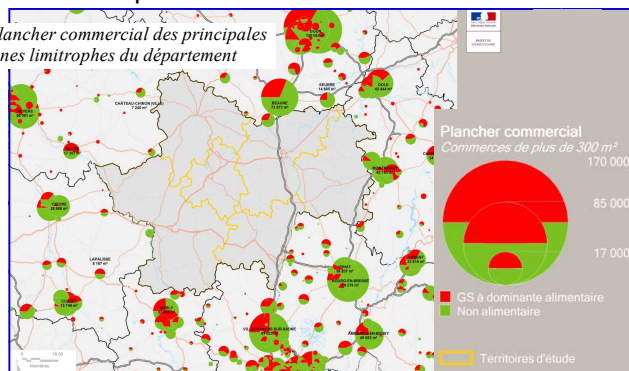


S'agissant des comportements d'achats, il est constaté une forte propension des ménages à consommer dans les grandes surfaces (80 % de la consommation totale soit environ 5 points au dessus des moyennes nationales).

L'évasion commerciale est maîtrisée : seulement 8 % des achats se font à l'extérieur du département. La vente à distance (vente par correspondance, Internet...) représente près de la moitié des flux extérieurs.

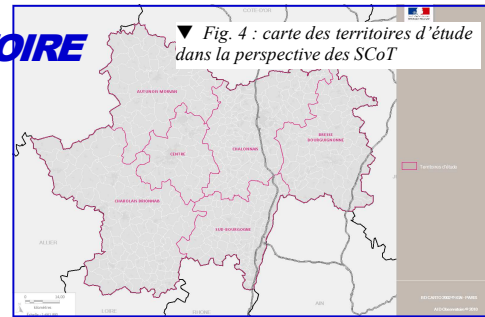
Si les grands pôles commerciaux régionaux extérieurs tels que Dijon et Lyon apparaissent (fig. 3), c'est pour des consommations relativement ciblées et spécifiques dans des enseignes ou dans des gammes de produits majoritairement absents du département.

▼ Fig. 3 : Plancher commercial des principales unités urbaines limitrophes du département



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS PAR TERRITOIRE

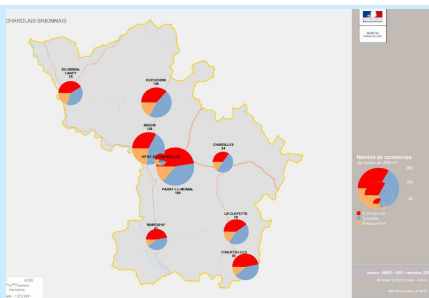
L'étude s'est intéressée dans un second temps à l'analyse de la situation pour chacun des six sous-territoires du département. Pour chaque zone, le plancher commercial, le nombre de commerces, les zones de chalandise et le comportement d'achat des ménages ont été étudiés et comparés avec la tendance départementale.



En Charolais-Brionnais : une armature multipolaire

Avec 8 pôles commerciaux significatifs, le Charolais-Brionnais présente une armature dense et diversifiée, dupliquée sur chacun des pôles. Cette armature constitue un modèle satisfaisant avec une offre répondant à la quasi-totalité des besoins à proximité des lieux de résidence. Il convient toutefois de noter que des effets de concurrence interne apparaissent, notamment sur la partie centrale du territoire, essentiellement pour le commerce non alimentaire. Seule l'agglomération de Paray-le-Monial semble conserver une capacité à structurer une zone de chalandise qui dépasse les limites de cet ensemble urbain central en étendant sa zone au Sud Est.

▼ Fig. 5 : nombre de commerces < 300 m² par unité urbaine par catégorie territoire Charolais-Brionnais



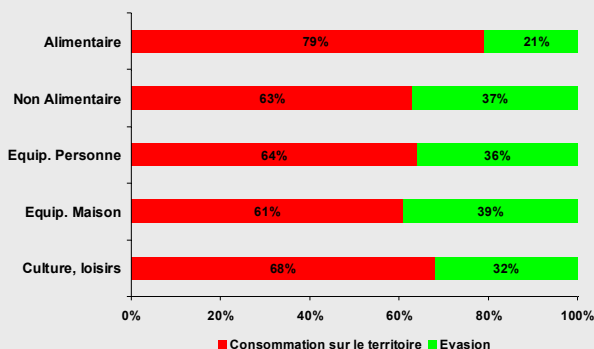
En Bresse Bourguignonne : une densité commerciale nettement inférieure à la moyenne départementale

Les grandes surfaces sont notamment très faiblement représentées et particulièrement pour le non-alimentaire. Louhans reste le pôle de référence de la Bresse Bourguignonne et concentre près des deux tiers des grandes surfaces et trois quarts des commerces. Le territoire présente toutefois un maillage commercial intermédiaire intéressant. Les secteurs de Pierre-de-Bresse, St-Germain-du-Bois ou encore Ouroux-sur-Saône constituent des pôles relais permettant d'assurer des fonctions de desserte de besoins primaires. La Bresse Bourguignonne présente un fort taux d'évasion commerciale (43 %), lié à la proportion importante d'actifs travaillant à l'extérieur du territoire.

▼ Tableau 2 : comparatif de ratios pour le département et le territoire de la Bresse Bourguignonne

	Saône-et-Loire	Bresse Bourguignonne	Indice 100 département
Population (en milliers)	555	65	
Nombre d'activités de moins de 300 m² / 1000 habitants	11.7	10.6	91
dont commerces	4.5	3.6	80
dont services	4.9	5.1	105
dont restaurants	2.3	1.9	82
Plancher commercial des grandes surfaces / 1000 habitants	1 218	695	57
dont alimentaire	424	281	66
dont non alimentaire	794	415	52

En Autunois-Morvan : un taux d'évasion important, notamment pour le non-alimentaire



▲ Fig. 6 : évasion commerciale par famille de produits en Autunois-Morvan

Avec des dépenses annuelles de consommation estimées à 232 millions d'euros, l'Autunois Morvan représente 9 % environ des dépenses de consommation du Département.

Le territoire se distingue par un fort taux d'évasion à l'extérieur (29 %), notamment en matière de consommation non alimentaire.

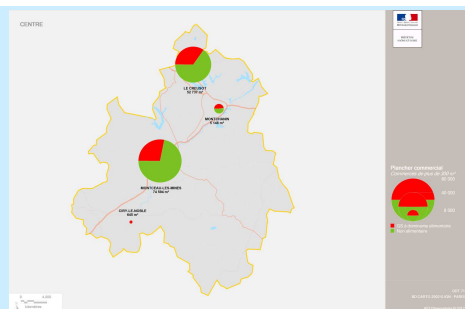
La zone Centre constitue la principale destination d'achats extérieurs ; elle représente à elle seule près de 60 % de l'évasion.

En Centre Saône-et-Loire : une organisation bicéphale

Le Centre se caractérise par la présence de deux polarités majeures, Le Creusot et Montceau-les-Mines qui représentent à elles deux près de 95 % du plancher commercial des grandes surfaces et 84 % des activités de moins de 300 m². Au-delà de ces deux pôles, le maillage est très limité, ce qui pose la question de la qualité de la desserte de premier niveau dans les parties rurales périphériques.

En termes de secteurs d'activités représentés, la décomposition des deux pôles principaux fait apparaître une structure quasi identique, situation qui implique de forts effets de concurrence entre les deux pôles dans un espace géographique restreint.

▼ Fig. 7 : Plancher commercial par unité urbaine territoire Centre Saône-et-Loire - commerces > 300 m²

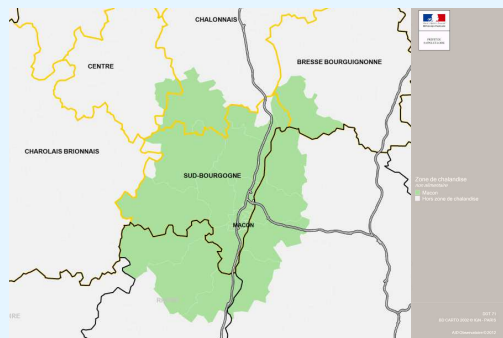


En Sud-Bourgogne : un large rayonnement sud-est

Le Sud-Bourgogne dispose des ratios de densité les plus élevés du département, en nombre d'activités comme en plancher commercial, notamment concernant le petit commerce.

La zone de chalandise de l'agglomération mâconnaise débord largement du département vers l'Ain et le Rhône, du fait de sa position géographique excentrée et de la présence de la zone des Bouchardes au Sud.

Le taux d'évasion est faible pour toutes les catégories de produits. La vente à distance constitue la principale forme d'évasion.



▲ Fig. 8 : Zone de chalandise de l'agglom. de Mâcon achats non alimentaires (détail)

En Chalonais : Le tiers des dépenses de consommation du département

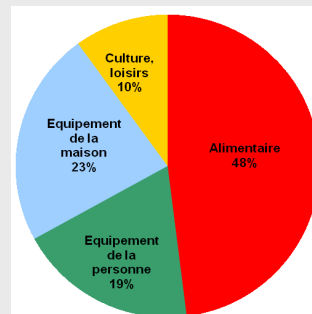
Le chalonais dispose d'un maillage commercial satisfaisant avec la présence d'un pôle majeur départemental, mais également de nombreux pôles relais répartis régulièrement sur la zone.

La zone de chalandise du territoire pour les achats non-alimentaires rayonne largement au-delà du département et empiète nettement sur les zones d'attraction des autres polarités commerciales de Saône-et-Loire.

Le Chalonais représente environ 32 % des dépenses de consommation du département. Les dépenses annuelles par famille de produits sont conformes à la tendance constatée au plan départemental.

Pour l'ensemble des catégories de produits, le taux d'évasion à l'extérieur est faible.

Fig. 9 :
Potentiel de consommation
par famille de produits
Territoire du chalonais



□ TENDANCES D'ÉVOLUTION ET CONSÉQUENCES EN SAÔNE-ET-LOIRE

Deux tendances de fond sont constatées sur la période récente au plan national :

- une baisse continue de la part consacrée aux dépenses de consommation courante, en relation avec la faible évolution du revenu des ménages et surtout avec la forte augmentation des dépenses contraintes (santé, logement),
- l'émergence de nouveaux modes de consommation : gagner du temps, consommer au meilleur prix, consommer



Crédit photo : wikimedia commons

durable et éthique, consommer connecté, être étonné par l'offre, disposer d'une offre personnalisée...

Pour la Saône-et-Loire, cela devrait conduire à un développement des drive mais également des circuits courts ou de la vente par Internet, qui induiraient des besoins moins importants à l'avenir en terme de surfaces de vente à créer. Cette tendance doit d'ores et déjà inciter à la prudence en matière de développement commercial.



Crédit photo : auchandrive.fr

□ LE DAC : UN OUTIL PERTINENT DE PLANIFICATION COMMERCIALE

Le Document d'Aménagement Commercial est un instrument de planification territoriale commerciale, défini dans la Loi de Modernisation de l'Économie de 2008. Il constitue le volet commercial d'un SCoT et définit les conditions du développement commercial du territoire, au plan quantitatif comme qualitatif.

Le DAC présente une stratégie en matière de développement commercial et artisanal. Il contient des prescriptions concer-

nant les localisations prioritaires de développement futur du commerce, les exigences en matière d'aménagement et de développement durable, la limitation de la consommation d'espace... Il identifie, délimite et précise la vocation des zones d'aménagement commercial.

Ainsi le DAC complète et précise les dispositions des documents d'urbanisme SCoT et PLU sur le volet commercial de l'aménagement des territoires. ■

NB : la présente publication constitue un extrait et une synthèse de l'étude.
Retrouvez le rapport complet sur le site Internet des services de l'État en Saône-et-Loire
www.saone-et-loire.gouv.fr/armature-commerciale-et-a5134.html