

profilÉco

Le Commerce dans la CREA

Novembre 2011



Sommaire

profilÉco

Panorama de l'offre commerciale **P. 2**

Les pôles commerciaux dans la CREA **P. 4**

Le point de vue des commerçants **P. 6**

Le territoire d'étude comprenant la CREA
et le secteur de Barentin



édito

Regard sur le commerce dans la CREA

Notre territoire est riche de son offre commerciale diversifiée et appréciée des consommateurs. On y dénombre 6 114 commerces. L'évasion commerciale est relativement faible et concerne moins de 5% des actes d'achat.

Outre sa fonction économique, le commerce participe activement à la qualité de vie de nos villes et nos villages. La diversité du commerce de proximité contribue à l'animation locale et apporte du lien social. Il est un facteur essentiel pour l'aménagement du territoire.

Le commerce doit répondre à de nouveaux défis :

- L'offre commerciale en Grandes et Moyennes Surfaces de Vente est en forte hausse souvent localisée en périphérie avec le risque d'engendrer un déséquilibre entre les formes de distribution, le développement des déplacements en voiture ou encore une baisse du nombre de commerces de proximité.
- Le commerce de proximité doit s'adapter aux nouveaux comportements d'achats des ménages (qualité de services, accès aux nouvelles technologies, commerce électronique...).
- Les Lois Grenelle ont mis le commerce au cœur des politiques d'aménagement durable et des documents d'urbanisme.

Pour répondre à ces nouveaux défis, la CCI de Rouen, en partenariat avec la CREA et la CCI d'Elbeuf, a mis en place un observatoire du commerce établi sur la base d'une localisation générale des commerces implantés. Il permet aujourd'hui d'avoir une vision très précise de la composition de l'appareil commercial (activités détaillées, surfaces de vente, organisation des pôles commerciaux, effectifs totaux...).

C'est un outil précieux d'aide à la décision pour les commerçants, les unions commerciales et les acteurs publics notamment dans l'élaboration des documents d'aménagement commerciaux.

Ce ProfilÉco propose une synthèse de l'offre commerciale et son organisation dans la CREA et le secteur de Barentin au travers des thèmes suivants : le parc d'établissements commerciaux, le panorama de l'offre commerciale, les pôles commerciaux, le point de vue des commerçants.

Nous vous en souhaitons une agréable lecture.

➔ Chiffres clés

6 114 commerces
et services aux particuliers

2 804 commerces de détail :
- une surface commerciale de 1032 000 m²
- 18 205 emplois
- 4,4 milliards de chiffre d'affaires HT

105 pôles commerciaux

Source CCI de Rouen

→ Panorama de l'offre commerciale

L'équipement commercial

Une offre diversifiée

6 114 commerces et services aux particuliers avec vitrine ont été recensés et localisés sur le périmètre d'étude (*La CREA : 5 768 ; Secteur Barentin : 346*). On observe une forte concentration sur la ville de Rouen qui accueille 44% des points de vente dont 80% sur la rive droite et 20% sur la rive gauche.

La diversité des commerces est un facteur d'attractivité pour une commune. Le territoire d'étude dispose d'une offre commerciale conséquente et diversifiée qui se décompose selon les grands secteurs suivants :

- 46% sont des commerces de détail dominés par les commerces d'équipement de la personne et alimentaires spécialisés,
- 25% sont dans la catégorie services aux particuliers avec une prédominance d'agences immobilières, bancaires, d'assurances et d'intérim,
- 21% sont des CHR (Cafés Hôtels Restaurants),
- 8% sont des points de vente auto/moto.

La prépondérance des grandes et moyennes surfaces

Sur le périmètre d'étude, on recense 2 804 commerces de détail alimentaires et non alimentaires qui représentent :

- une surface de vente de 1 032 000 m²,
- 18 205 emplois,
- un chiffre d'affaires estimé à 4,4 milliards d'€/ht.

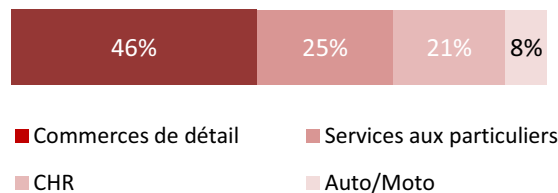
Le commerce de détail est fortement polarisé sur les villes centre : Rouen et Elbeuf

- 51% des points de vente (*Rouen : 45% ; Elbeuf : 6%*),
- 36% de la surface commerciale (*Rouen : 33% ; Elbeuf : 3%*),
- 36% des emplois (*Rouen : 33% ; Elbeuf : 3%*),
- 31% du chiffre d'affaires (*Rouen : 28% ; Elbeuf : 3%*).

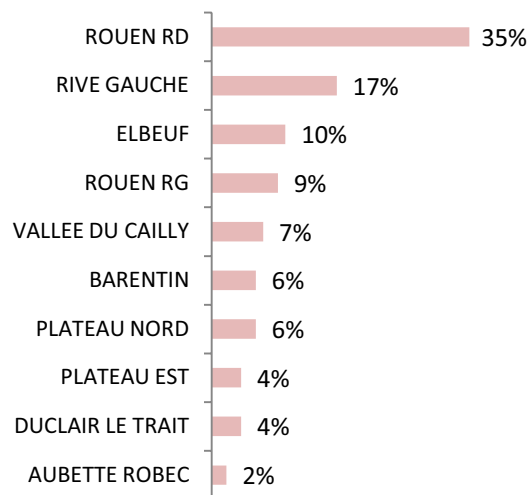
La prépondérance des GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) de vente s'est fortement accrue ces dernières années dans tous les secteurs d'activités. Les GMS représentent désormais :

- 14% des points de vente,
- 60% de la surface commerciale,
- 52% des emplois,
- 63% du chiffre d'affaires.

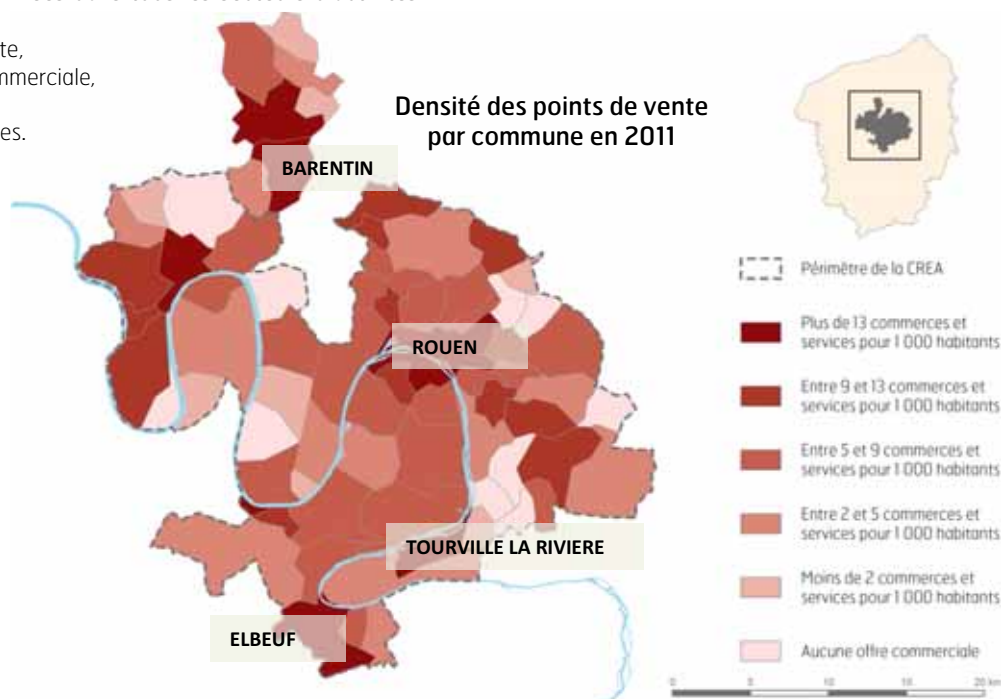
Répartition des points de vente par secteur d'activité en 2011



Répartition des points de vente par secteur géographique en 2011

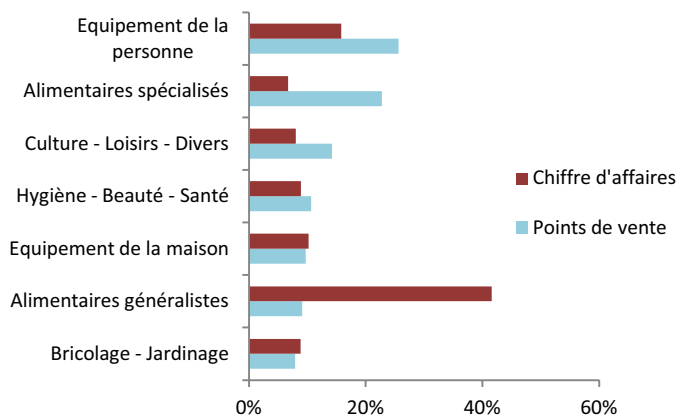


Densité des points de vente par commune en 2011



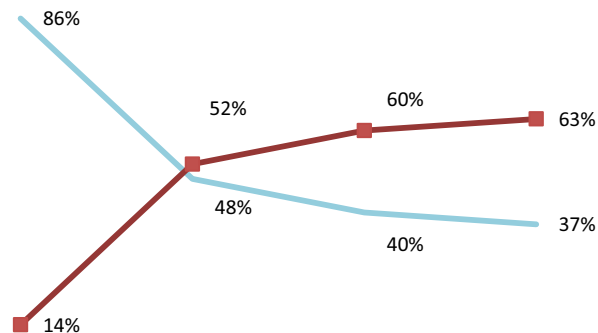
Le commerce de détail en chiffres

Répartition du chiffre d'affaires et des points de vente par secteur d'activité en 2011



Les commerces de détail alimentaires généralistes captent 42% de parts de marché alors qu'ils ne représentent que 9% des points de vente.

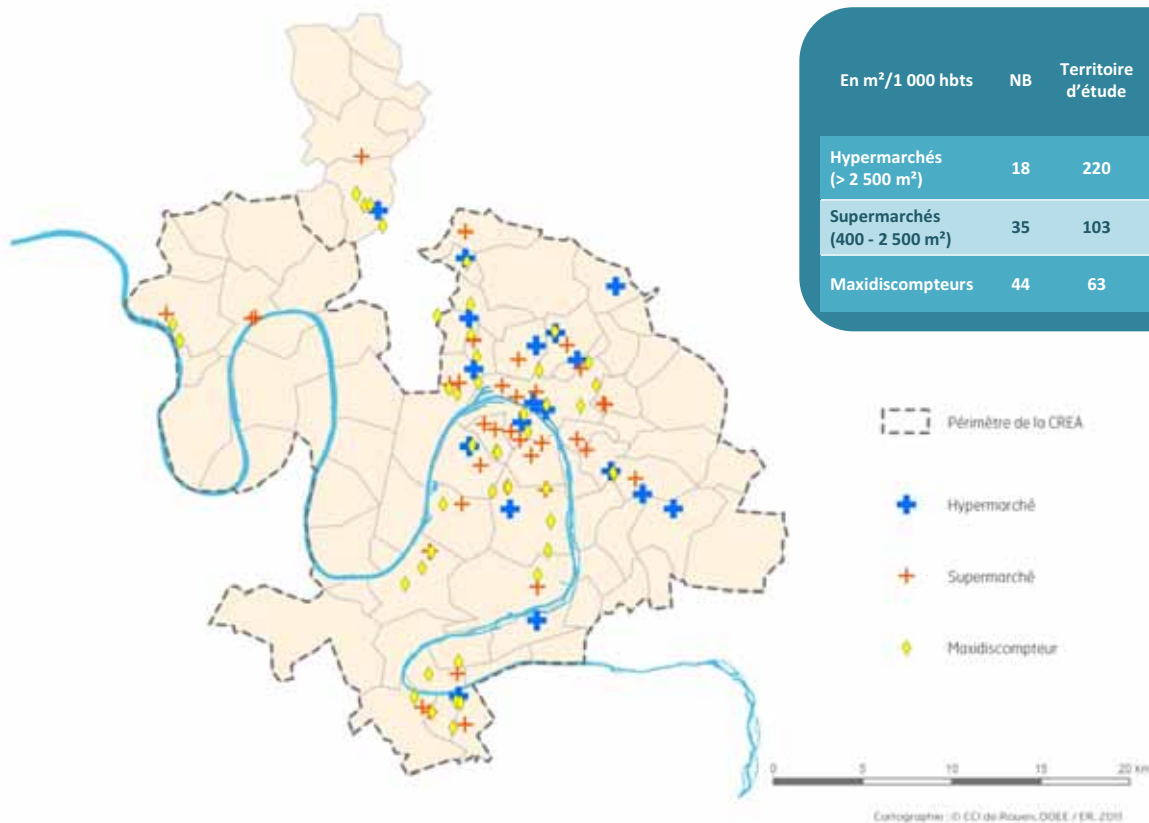
Synthèse des indicateurs selon la surface des points de vente



Points de vente Effectifs Surfaces Chiffre d'affaires
— < 300 m² — > 300 m²

Les grandes et moyennes surfaces de vente captent 63% du chiffre d'affaires alors qu'elles ne représentent que 14% des points de vente.

Les points de vente alimentaires du périmètre d'étude



Les densités commerciales par habitant en hypermarchés et maximidiscounters sont supérieures aux moyennes nationales.

→ Les pôles commerciaux dans la CREA

Une approche en pôles commerciaux

Une nouvelle approche de l'aménagement commercial

Les activités commerciales ont traditionnellement eu tendance à se regrouper pour mieux capter les flux de clients. L'étude des commerces en pôles commerciaux répond à un double objectif :

- Un objectif économique : plus les commerces sont regroupés, plus ils sont potentiellement attractifs.
- Un objectif de développement durable pour limiter les déplacements.

Cette approche a été confortée par la Loi Grenelle qui fait du SCOT (Schéma de Cohérence Territoriale) le document central de l'aménagement du territoire, et lui a donné pour mission de préciser les orientations relatives à l'équipement commercial ainsi que les localisations préférentielles des commerces dans le cadre des Documents d'Aménagement Commerciaux (DAC).

Les centralités et les pôles commerciaux sur le territoire d'étude

Dans le cadre de l'élaboration du DAC de la CREA, la CCI de Rouen a mené une étude de définition des centralités et des pôles commerciaux.

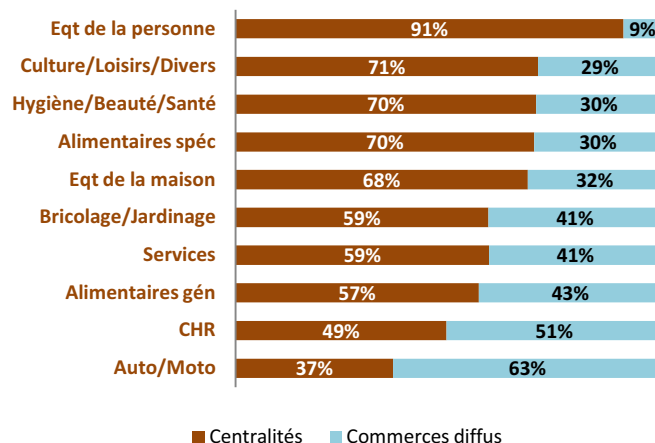
Sur le territoire d'étude, on observe une forte polarisation des commerces :

- 58% des points de vente sont localisés dans les centralités urbaines (37% du chiffre d'affaires) ;
- 15% sont localisés dans les ZACO (zones d'aménagement commercial) avec 46% de parts du chiffre d'affaires ;
- 27% ont une localisation diffuse avec une part de 17% du chiffre d'affaires.

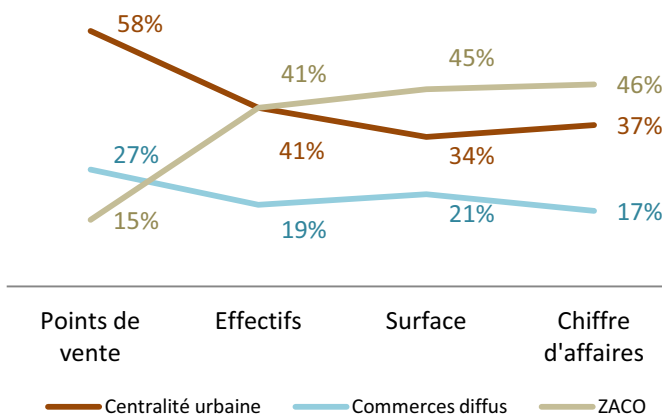
La prédominance des ZACO en part de chiffre d'affaires s'explique par la taille des magasins qui sont essentiellement des GMS souvent organisées autour d'un hypermarché.

La structuration des fonctions commerciales répond à un enjeu de hiérarchisation des pôles commerciaux dans une logique de développement durable prenant en compte les besoins des consommateurs. C'est pourquoi nous proposons en page 5 une cartographie des pôles commerciaux répartis en 4 catégories.

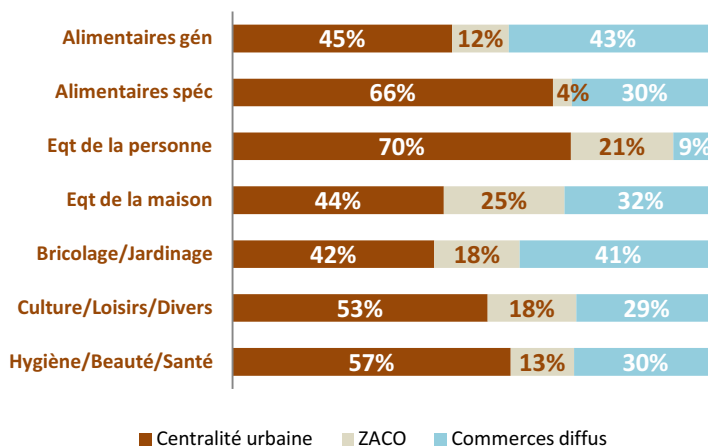
Répartition des points de vente par secteur d'activité en 2011



Synthèse des indicateurs selon la localisation en 2011



Répartition des points de vente par secteur d'activité et selon la localisation en 2011

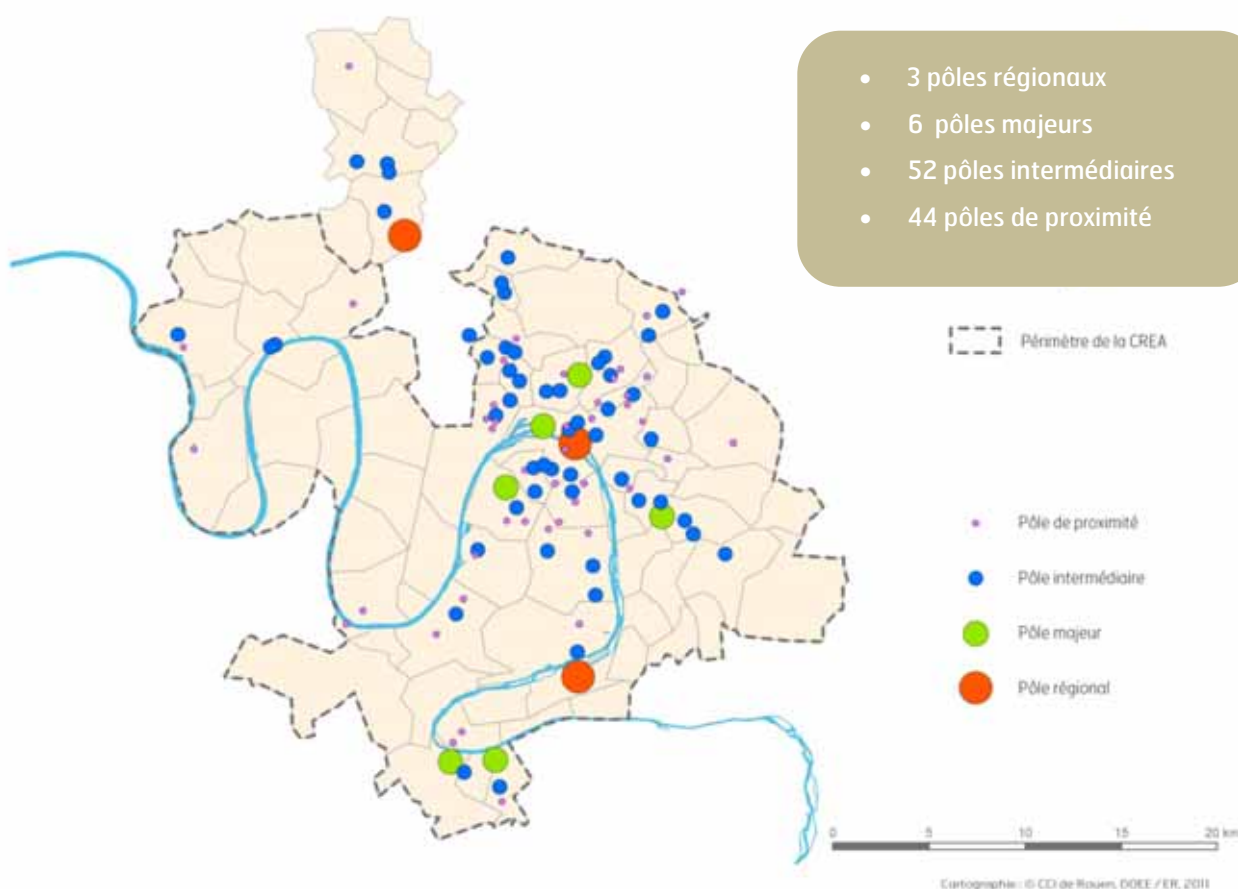


La typologie des pôles commerciaux

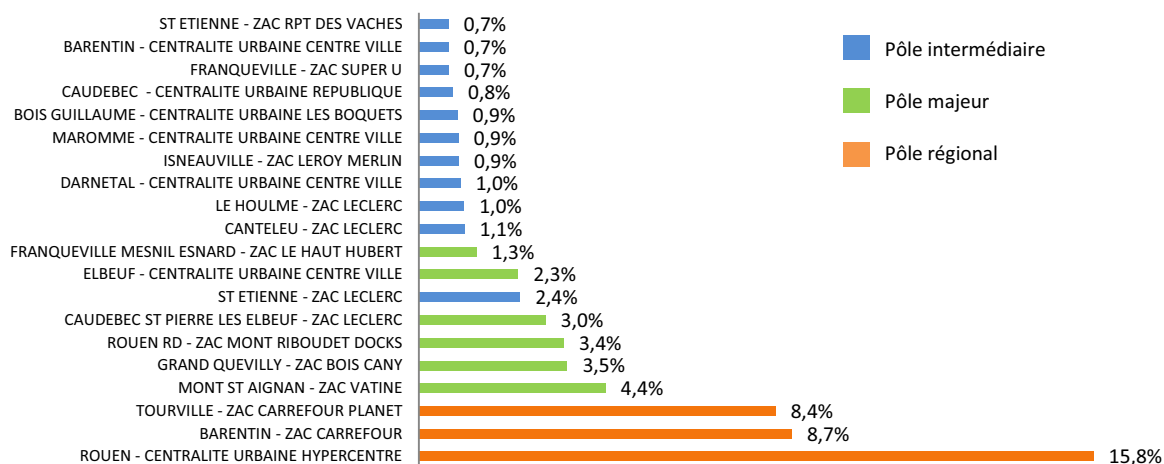
La typologie proposée comprend 5 niveaux afin de favoriser leur complémentarité dans la réponse aux besoins de la population et dans la couverture commerciale du territoire :

- ▶ **Pôle régional** : clientèle de proximité, Agglo, hors Agglo et régionale
- ▶ **Pôle majeur** : clientèle de proximité, Agglo et hors Agglo
- ▶ **Pôle intermédiaire** : essentiellement une clientèle de proximité et Agglo
- ▶ **Pôle de proximité** : essentiellement une clientèle de proximité
- ▶ **Hors pôle** : commerces diffus

Localisation des pôles commerciaux par catégorie



Part du chiffre d'affaires des principaux pôles commerciaux en 2011



→ Le point de vue des commerçants

Les résultats de l'enquête

En janvier dernier, la CCI de Rouen a fait réaliser une enquête téléphonique auprès d'un échantillon représentatif des commerces de la zone d'étude. 1 148 commerçants ont été enquêtés : (hors Auto/Moto, CHR et services) : 978 commerces de moins de 300 m² et 170 commerces de plus de 300 m².

Cette étude révèle un sentiment globalement favorable sur l'environnement commercial du point de vue des commerçants dans une conjoncture économique ressentie comme difficile.

Le taux d'avis positif est élevé sur de nombreux items (desserte en transports en commun, accessibilité, environnement du quartier...). A contrario, l'animation commerciale, le choix en produits et l'offre en stationnement demeurent les points plutôt négatifs car plus de la moitié des commerçants les considèrent comme défavorables.

Ces résultats diffèrent selon les secteurs géographiques. C'est pourquoi nous présentons une synthèse des résultats par secteur dans le tableau ci-dessous.

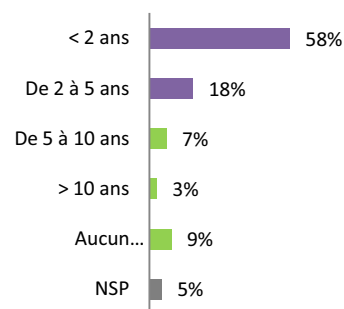
Ressenti sur la conjoncture économique

Evolution du CA sur les deux dernières années ?



Le solde d'opinions global négatif (-1%) témoigne d'un contexte économique difficile.

Date du dernier investissement effectué ?



Trois commerçants sur quatre ont effectué un investissement au cours des 5 dernières années.

Méthodologie

Recueil des données : enquête téléphonique réalisée en janvier 2011 par le cabinet FPC

Traitement des données : CCI de Rouen – DOEE

Taille de l'échantillon : 978 chefs d'établissement

Précision de l'échantillon : degré de certitude : 95% ; largeur de la fourchette d'erreur : 10% (soit +/- 5%)

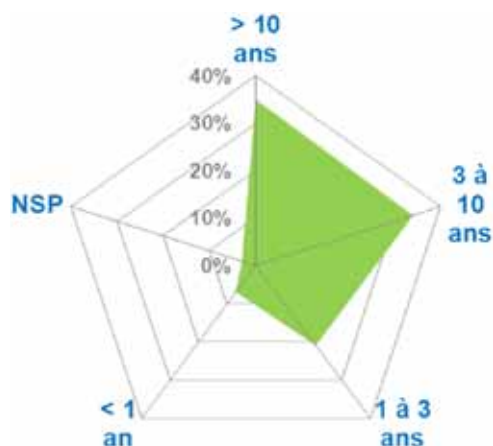
Représentativité de l'échantillon : par secteur d'activité et par territoire.

Synthèse des points forts et points faibles par secteur géographique selon les déclarations des commerçants

	Aubette Robec	Plateau Est	Plateau Nord	Vallée du Cailly	Barentin	Duclair – Le Trait	Rive gauche	Elbeuf	Rouen RG	Rouen RD
Facilité d'accès pour les clients	+	+	+	+	=	=	+	=	=	-
Facilité de stationnement	+	+	+	+	+	=	+	+	+	-
Propreté du quartier	+	+	+	+	+	+	=	=	-	-
Sécurité dans le quartier	+	+	+	+	+	+	=	-	-	=
Environnement du quartier	=	+	+	+	+	+	=	-	-	=
Animation, ambiance du quartier	+	+	-	-	=	-	-	+	=	=
Desserte en transport en commun	+	-	=	=	-	-	=	=	+	+
Diversité, choix en commerces	+	=	-	=	=	-	-	=	-	+
Diversité, choix en produits et marques	=	=	=	-	=	-	-	=	=	+

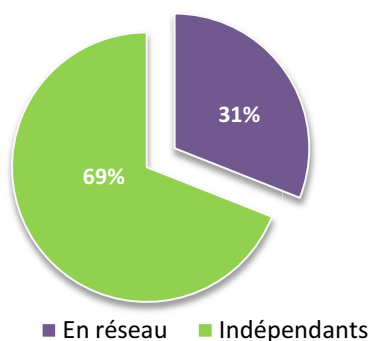
Caractéristiques des commerçants

L'ancienneté des commerçants



Plus de deux commerçants sur trois sont implantés depuis au moins 3 ans.

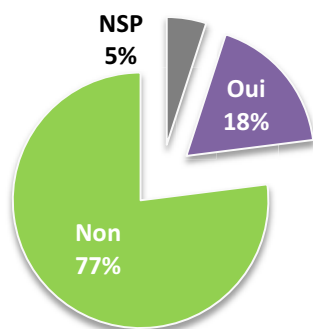
Les commerçants sont-ils indépendants ou organisés en réseau ?



Plus de deux commerçants sur trois sont indépendants.

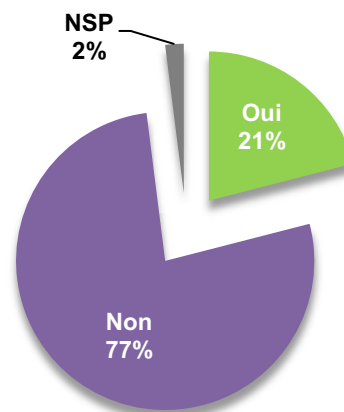
Perspectives pour les deux années à venir

Les commerçants envisagent-ils d'embaucher ?



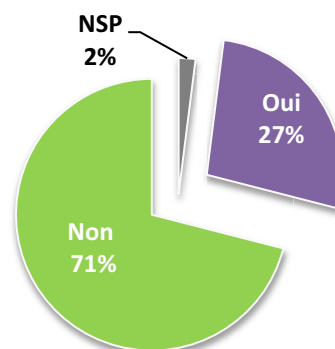
Moins d'un commerçant sur cinq envisage d'embaucher au cours des deux prochaines années.

Les commerçants sont-ils propriétaires des murs de leur commerce ?



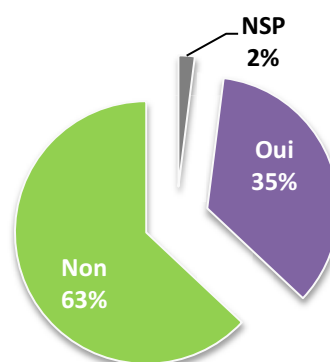
Seulement un commerçant sur cinq est propriétaire des murs de son commerce.

Les commerçants adhèrent-ils à une association de commerçants ?



Seulement un commerçant sur quatre adhère à une association de commerçants.

Les commerçants envisagent-ils d'investir ?



Plus d'un tiers des commerçants envisagent d'investir au cours des deux prochaines années.

→ Les produits d'information économique
au service des décideurs



La CREA

Le Pays de
Bray

Le Pays Plateau de
Caux Maritime

Le Pays Entre Seine et Bray



Source : CCI de Rouen

A télécharger au format pdf sur

decideco.fr



Éditeur : CCI de Rouen - Quai de la Bourse - BP 641 - 76007 Rouen cedex 1
 Directeur de publication : Alain BOISSIERE
 Rédacteur en chef : François NAITALI
 Rédacteur en chef adjoint : Jean-Charles BRUGOT
 Mise en page : Isabelle GALLARDO
 Cartographie : Emmanuel ROBERT
 Création graphique et maquette : Mad'line communication
 Réalisation : CCI de Rouen, Département Observation et Etudes Economiques
 Impression : JOUVE - 1 rue du Docteur Sauvé 53100 MAYENNE
 Dépôt légal : Novembre 2011

Document non contractuel