

Le commerce de centre-ville
à Cherbourg et à Caen

**Le centre-ville :
toujours la première
des galeries marchandes**



repères

À Cherbourg et à Caen, le centre-ville reste le lieu de prédilection du petit commerce malgré une légère baisse du nombre d'établissements depuis 1995.

L'habillement et l'équipement de la personne restent la grande spécialité des centres-villes.

La concurrence des grandes surfaces installées dans les périphéries des villes est plus ou moins forte selon les commerces. Le commerce alimentaire, très touché, fait sa réapparition au centre-ville de Caen, au travers de l'ouverture de plusieurs supérettes.

Les services grignotent l'espace commercial en centre-ville, cafés et restauration rapide ayant le vent en poupe. Banques, agences immobilières et cabinets d'avocat rejoignent aussi les centres-villes.

À Caen, la mise en service du tramway a aidé certains commerces à se maintenir.

Depuis quelques années, les activités en milieu urbain se restructurent. Le développement de centres commerciaux et des parcs d'activités tertiaires à la périphérie des villes modifient les habitudes des consommateurs. Ainsi, entre 1995 et 2005, la ville de Caen (114 000 habitants en 1999) a perdu 75 commerces de détail, et la communauté urbaine de Cherbourg (88 500 habitants en 1999) en a perdu une soixantaine. Cette baisse du nombre d'établissements, apparaît somme toute relativement limitée (5,4 % à Caen et 7,5 % à Cherbourg). De plus, elle s'accompagne parfois de l'agrandissement des surfaces de vente, par exemple lorsque de grandes enseignes reprennent en les fusionnant plusieurs locaux commerciaux occupés jusque là séparément. Ces dernières années sont ainsi marquées par le boom des activités de service (*cf encadré Méthodes*). En dix ans, 850 nouveaux prestataires de service se sont installés à Caen (soit une augmentation d'un tiers du nombre d'établissements offrant des services marchands), et 260 ont choisi Cherbourg (+ 22 %).

Cependant, il n'y a pas substitution massive des activités commerciales au profit d'activités de services. Les centres-villes perdent certes des commerces (51 pour le centre de Caen, 45 pour le centre de Cherbourg), au détriment d'autres activités, mais ils restent le lieu privilégié du petit commerce. Ainsi, le centre de Caen regroupe 55 % des commerces de la ville, dont 36 % dans l'hyper centre, et celui de Cherbourg 45 % des commerces de l'agglomération. Ces proportions ont peu varié en dix ans. D'ailleurs, les nouvelles activités de service privilégient des quartiers plus éloignés des centres-villes, même si les choix d'implantation dépendent beaucoup du métier. A Caen, moins de 40 % des nouveaux prestataires de service se sont installés en centre-ville (dont 15 % seulement dans l'hyper centre). Le phénomène est encore plus accentué dans la communauté urbaine de Cherbourg, où un nouveau prestataire de services sur cinq seulement a choisi le centre-ville. La rotation des commerces est plus importante que la substitution de services aux commerces.

L'équipement de la personne reste l'apanage des centres-villes

Dans la communauté urbaine de Cherbourg, le centre-ville concentre les deux tiers des magasins d'habillement, des maroquineriers ou des magasins de chaussures. Cette proportion culmine à 90 % à Caen, dont 78 % dans l'hyper centre. Avec 105 vitrines dans le centre de Cherbourg et 210 dans l'hyper centre commercial de Caen, l'offre reste abondante. Elle est beaucoup plus importante à Caen qu'à Cherbourg, mais la zone de chalandise de Caen est elle-même deux fois plus peuplée que celle de la communauté urbaine de Cherbourg. Grâce à cette diversité fortement concentrée dans quelques rues marchandes, les centres-villes sont toujours en bonne position pour drainer la clientèle, même s'ils doivent la partager un peu plus avec les hypermarchés. Les deux villes présentent cependant des évolutions récentes divergentes. Alors que le nombre de commerces d'habillement est en net recul à Cherbourg, il croît à nouveau dans l'hyper centre de Caen : trente magasins y avaient disparu entre 1995 et 2000, mais sept nouvelles enseignes ont ouvert leurs portes entre 2000 et 2005. Après une période difficile due à la concurrence crois-

sante des galeries commerciales des hypermarchés, le centre-ville de Caen retrouve donc du souffle. Il tire parti du dynamisme démographique de l'agglomération et d'une attractivité touristique supérieure à celle de Cherbourg. Il profite aussi sans doute du tramway (cf encadré), qui offre un accès vers le centre plus facile aux habitants proches de la ligne ou résidant dans certains quartiers comme la Guérinière et le Calvaire Saint-Pierre.

Le commerce alimentaire se transforme mais la périphérie n'étouffe pas complètement les centres-villes

Les commerces alimentaires sont répartis dans les deux villes de façon plus uniforme. Le centre-ville de Cherbourg concentre un tiers seulement des magasins d'alimentation de l'agglomération, et celui de Caen presque 40 % de la ville (dont 17 % pour l'hyper centre). A Cherbourg, avec 33 fermetures en dix ans sur une cinquantaine au total dans la communauté urbaine, ces magasins disparaissent plus vite au

centre-ville qu'en périphérie. A Caen, on n'observe pas ce phénomène, le centre n'étant pas plus touché que la ville dans son ensemble. Dans les deux centres-villes, boulangeries et boulangeries-pâtisseries résistent mieux que les charcuteries et les boucheries, dont le nombre a été divisé par deux en dix ans, ou que les commerces d'alimentation générale. Des commerces très spécialisés (boissons, produits laitiers...) ont presque complètement disparu des centres-villes. A Cherbourg, il s'en crée dans des quartiers périphériques, tandis qu'à Caen, c'est plutôt au centre-ville qu'ils font une timide réapparition, à l'image des cavistes. Alors que les supérettes ont également disparu du centre de Cherbourg, de nouvelles ouvrent leurs portes en centre-ville à Caen. Dans les quartiers périphériques de cette ville, des supermarchés discounteurs se sont aussi implantés. Ainsi, à Caen, ces dernières années, supérettes et moyennes surfaces alliant alimentation et offre de base en équipement de la personne et en équipement de la maison sont venues combler le vide créé par la disparition des commerces d'alimentation, elle-même entraînée par le développement des hypermarchés. Les résidents des nouveaux quartiers fréquentent ces nouvelles moyennes surfaces. En centre-ville, la clientèle des supérettes est plutôt jeune (étudiants...), ou âgée. Souvent, elle ne dispose pas de véhicule pour faire ses courses en grande surface.

Cafés et restaurants : centre-ville d'abord

Les cafés et les restaurants ont aussi le vent en poupe en centre-ville, que ce soit à Caen ou à Cherbourg. Comme la transformation des magasins d'alimentation, la multiplication des cafés et des restaurants témoigne de l'évolution des modes de vie urbains. Entre 1995 et 2005, treize sont apparus dans le centre-ville de Cherbourg, alors que presque une dizaine ont baissé leur rideau dans le reste de l'agglomération. A Caen, 64 nouveaux établissements se sont installés, dont une cinquantaine en centre-ville.

La restauration rapide explose, à Cherbourg comme à Caen. A Caen, le nombre de sandwicheries et autres saladeries est passé de 33 en 1995 à 88 en 2005. Les quartiers de la Grâce de Dieu, du Calvaire Saint-Pierre et de la Pierre Heuzé se sont aussi dotés d'un établissement de ce type. Les visiteurs du centre de Cherbourg disposent de restauration rapide en 2005, contre 12 dix ans auparavant. En revanche, à Caen, le développement du tourisme, de loisirs et d'affaires profite à la restauration traditionnelle. Celle-ci tire également partie des aménagements réalisés par la ville, notamment autour du port de plaisance. Dans la capitale régionale, il s'ouvre trois restaurants par an mais à Cherbourg, le nombre de restaurants se maintient, sans plus. On compte à Caen 2,3 restaurants pour 1000 habitants, tandis que l'agglomération cherbourgeoise ne dispose que de 1,4 restaurant pour 1000 habitants.

Part du centre-ville dans la localisation des établissements de commerce et de services

	Comm Urb CHERBOURG	CAEN
Ensemble des activités	35	40
ENSEMBLE DU COMMERCE DE DETAIL	45	55
Dont		
Alimentation	34	39
Pharmacies	35	33
Equipement de la personne	67	90
Equipement de la maison	44	68
Sport, culture, loisirs	44	55
Cafés, restaurants	58	59
Autres services à la personne	38	33
Activités financières	51	58
Activités immobilières	59	57
Services aux entreprises et transports	29	40

Source : Insee, Sirene



ZOOM

Les services n'envahissent pas les centres-villes mais grignotent l'espace commercial

Dans les centres-villes, certains commerces ferment et sont remplacés par des activités de services. Ainsi, en centre-ville, il y a plus d'agences immobilières et de marchands de biens en 2005 qu'en 1995 (+ 10 à Cherbourg et + 25 à Caen), plus d'agences bancaires (+ 5 et + 9), plus d'agences de voyage (+ 2 et + 5) et des prestataires de service nouveaux se sont installés dans des activités les plus diverses (agences d'intérim, prestataires juridiques, prestations de secrétariat, soins personnels, coiffeurs...). Même s'ils ont rarement pignon sur rue, le sport, les loisirs et la culture sont aussi plus présents, souvent au travers d'associations qui se domicilient au centre-ville. Une cinquantaine a choisi le centre-ville à Caen, autant à Cherbourg, dont une trentaine de clubs sportifs à Cherbourg et une vingtaine à Caen.

Mais, en matière de services, encore plus nombreuses sont les installations ailleurs qu'en centre-ville. Dans les domaines où les clients sont plus des entreprises que des particuliers (prestations informatiques, activités de conseil), les nouvelles activités se trouvent même presque systématiquement loin des principales rues commerçantes, dans des zones d'activité périphériques.

Quant aux médecins, leur nombre augmente certes, mais il baisse de façon très sensible en centre-ville. On dénombrait ainsi 45 cabinets médicaux dans l'hyper centre de Caen en 2005, contre 55 dix ans auparavant. Les avocats et autres professions juridiques raisonnent différemment. Non seulement le nombre de cabinets juridiques augmente, mais il croît bien plus vite en centre-ville. A Cherbourg, huit se sont installés au centre-ville, contre trois seulement dans une autre partie de l'agglomération. A Caen, sur les 80 nouvelles adresses dans ces professions, presque la moitié sont dans l'hyper centre.

La communauté urbaine de Cherbourg

CARTE D'IDENTITÉ

Communauté urbaine de Cherbourg

88 500 habitants (recensement de la population de 1999)
4 900 emplois dans le commerce (13,5 % de l'ensemble des emplois),
 dont **3 550 dans le commerce de détail** (y compris le secteur agro-alimentaire artisanal)
55 emplois dans le commerce pour 1 000 habitants,
 dont **40 dans le commerce de détail**
1 020 établissements commerciaux,
 dont **770 dans le commerce de détail**
5 communes : Cherbourg-Octeville, Equeurdreville, La Glacerie, Querqueville, Tourlaville.

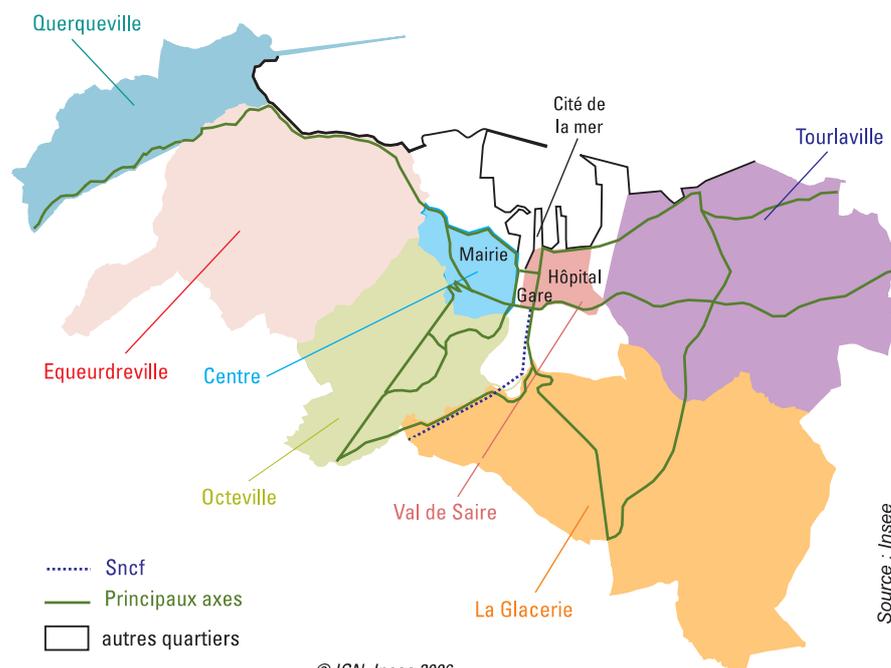
L'agglomération a perdu une soixantaine d'établissements de commerce de détail entre 1995 et 2005, soit un peu plus de 7 %. Dans l'agglomération, industrie et construction comptent peu en nombre d'établissements (329 en 2005 contre 342 en 1995) mais pèsent très lourd en emplois (plus de 22 % en 1999). Le commerce de détail dans la CUC affiche quant à lui un poids économique très proche de la moyenne des agglomérations de même taille, avec 40 emplois pour 1000 habitants et 10 % de l'emploi total (contre 42 emplois et 9 % pour les unités urbaines de 50 000 à 99 999 habitants).

L'activité commerciale est concentrée dans le centre de Cherbourg et dans cinq zones périphériques qui accueillent hypermarchés et centres commerciaux. Le centre de Cherbourg concentre 45 % des établissements commerciaux (47 % il y a dix ans). Des

établissements ont disparu, d'autres ont été créés, prenant la succession des anciens, ou correspondant à de nouvelles activités. Même s'il a perdu 45 établissements, le centre conserve une offre très diversifiée, avec 340 commerces.

Le deuxième pôle commercial, en nombre de boutiques, est celui de Tourlaville, loin derrière le centre-ville avec moins d'une centaine de commerces. Puis viennent La Glacerie (72), Equeurdreville (69), Cherbourg Val de Saire (67) et Octeville (51). Ces pôles

La Communauté urbaine de Cherbourg



44 % des commerces de détail dans le centre-ville de Cherbourg

Nombre d'établissements au 1^{er} janvier 2005

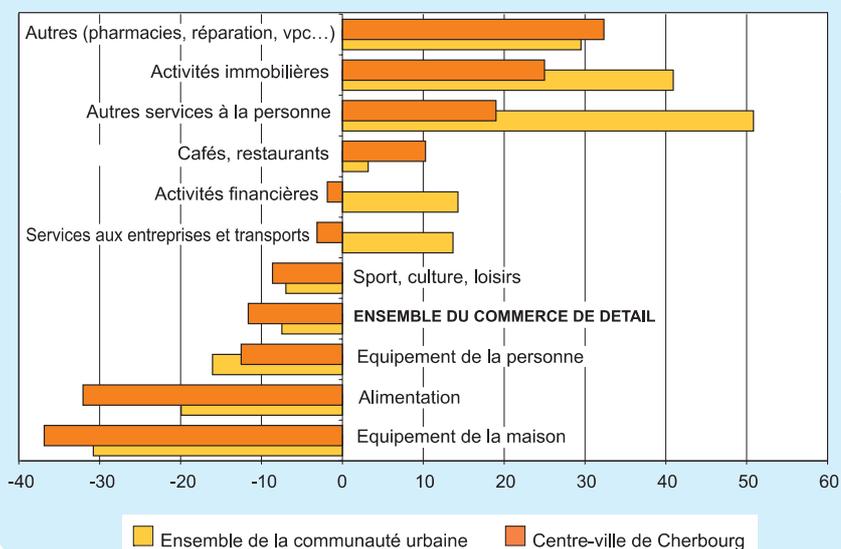
Secteur d'activité	Cherbourg centre-ville	Cherbourg Val-de-Saire	Octeville	Tourlaville	Equeurdreville	La Glacerie	Querqueville	Autres	Ensemble
Ensemble des activités	1 367	370	292	592	191	232	131	720	3 895
Commerce automobile et réparation et commerce de gros	32	31	10	98	14	15	4	56	253
Commerce de détail (yc secteur artisanal agroalimentaire)	342	67	51	93	69	72	13	60	767
<i>Supermarchés, hypermarchés</i>	0	2	4	5	2	2	1	0	16
<i>Alimentation</i>	70	19	19	36	33	10	4	14	205
<i>Pharmacies</i>	14	1	5	7	6	2	2	3	40
<i>Équipement de la personne</i>	105	10	1	1	9	27	0	4	157
<i>Équipement de la maison</i>	24	7	1	8	2	6	1	5	54
<i>Sport, culture, loisirs</i>	53	10	9	15	11	13	2	7	120
<i>Divers</i>	76	18	12	21	6	12	3	27	175
Services marchands	582	128	99	173	62	62	47	288	1 441
<i>Cafés, restaurants (restauration traditionnelle ou rapide)</i>	150	21	10	25	16	12	2	23	259
<i>Autres services à la personne</i>	169	32	40	60	21	22	22	79	445
<i>Activités financières</i>	53	10	6	8	6	5	5	11	104
<i>Activités immobilières</i>	55	10	5	8	2	1	2	10	93
<i>Services aux entreprises et transports</i>	155	55	38	72	17	22	16	165	540

Source : Insee, Sirène

commerciaux plus ou moins éloignés du centre de Cherbourg accueillent soit des hypermarchés soit des supermarchés, absents du centre-ville. Dans certains pôles commerciaux, les petits commerces résistent tout de même. A Cherbourg Val-de-Saire, ils sont même plus nombreux, et ils restent stables à La Glacerie. En revanche, leur nombre tend à se réduire ailleurs, et principalement à Octeville.

Les magasins d'alimentation disparaissent plus vite au centre de Cherbourg que dans les autres pôles commerciaux (deux tiers des fermetures contre un tiers des commerces de l'agglomération). Des commerces très spécialisés (boissons, produits laitiers) ont complètement disparu du centre, alors qu'il s'en crée en périphérie. L'emprise de la grande distribution, qui attire les habitants du centre vers les hypermarchés périphériques pour des courses programmées une ou deux fois par se-

Évolution du nombre d'établissements entre 1995 et 2005 dans la communauté urbaine de Cherbourg





maine, joue aussi sur d'autres zones commerciales. En témoigne la perte de sept commerces d'alimentation sur les 43 de Tourlaville, alors que la surface de vente de la grande distribution s'accroissait dans cette période.

Comme dans la plupart des villes, l'équipement de la personne reste l'apanage du centre à Cherbourg et assure l'afflux de la clientèle. Mais, dans l'équipement de la maison, le recul est très important, le nombre de magasins passant de 38 à 24. La vente d'électroménager se concentre de plus en plus dans les magasins spécialisés et dans les grandes surfaces de la périphérie. Les petits magasins de quartier ont presque tous disparu eux aussi (les deux magasins d'Equeurdreville, un sur les trois de Tourlaville). Certains magasins de meubles ont quitté le centre-ville, d'autres y restent (cuisines équipées, décoration...), tandis que les créations s'observent plutôt dans d'autres pôles commerciaux (Cherbourg Val-de-Saire, Tourlaville, Equeurdreville). Il n'y a plus de quincaillerie spécialisée en centre-ville et celles des autres quartiers commerciaux ont, elles aussi, baissé leur rideau. En 2005, il en reste une à Tourlaville, contre quatre en 1995 dans l'agglomération.

Dans le commerce d'articles de sport-loisirs-culture, la situation est moins défavorable pour le centre-ville. Ces commerces ne privilégient pas vraiment l'installation en centre-ville, à l'exception des librairies et des magasins d'optique et de photographie, mais ils y restent volontiers. La fermeture de magasins y a été limitée entre 1995 et 2005. Dans certains secteurs en expansion, l'installation de nouveaux magasins se fait toutefois plus loin du centre. C'est le cas du bricolage, pour lequel trois établissements nouveaux offrent leur gamme à la clientèle habituelle des grandes surfaces de la périphérie, dont deux à Tourlaville. En articles de sport, des enseignes se sont ouvertes aussi dans les pôles commerciaux périphériques (une à Cherbourg Val-de-Saire, une à La Glacière). En revanche, deux horlogers-bijoutiers y ont fermé leurs portes, tout comme au centre-ville.

La ville de Caen

Entre 1995 et 2005, la ville de Caen a perdu assez peu de commerces (-75) tout en connaissant un fort développement des services. Ce boom des services s'est traduit d'une part par l'augmentation d'un tiers des établissements offrant des prestations de service dans le secteur marchand, des services aux entreprises aux professions libérales, et d'autre part par la croissance de la part des services dans l'emploi total. A Caen, les commerces de détail offrent relativement plus d'emplois que les villes de taille comparable (47 emplois pour 1 000 habitants contre 42 en moyenne dans les

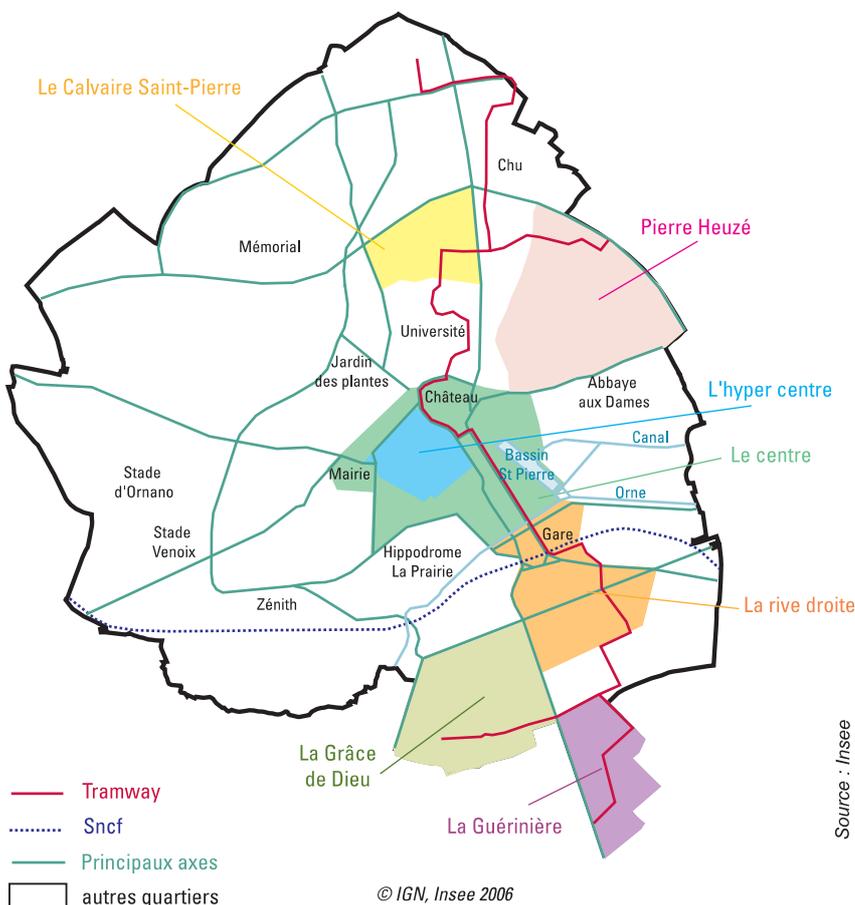
unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants). Pourtant, le poids des emplois offerts par le commerce de détail dans l'emploi total de la ville (8 %) est légèrement inférieur à celui constaté pour ces unités urbaines (9 %).

CARTE D'IDENTITÉ

La ville de Caen

114 000 habitants (recensement de la population de 1999)
8 000 emplois dans le commerce (11,8 % de l'ensemble des emplois),
 dont **5 400 dans le commerce de détail** (y compris le secteur agro-alimentaire artisanal)
70 emplois dans le commerce pour 1 000 habitants,
 dont **47 dans le commerce de détail**
1 680 établissements commerciaux,
 dont **1 320 dans le commerce de détail**

La ville de Caen





ZOOM

Caen : un " effet tramway " plutôt positif ?

Difficile à mesurer, " l'effet tramway " ! Toutefois, sur un périmètre correspondant aux voies commerçantes (*) proches du tracé du tramway caennais, mis en service en novembre 2002 après un an de travaux, l'effet sur le commerce semble positif. En effet, la chute du nombre d'établissements s'interrompt au début des années 2000. Le commerce alimentaire se tient bien, le nombre de boulangeries, de boucheries et d'alimentations générales restant stable, ce qui, à l'exception des boulangeries, n'est pas le cas dans le reste de la ville. Les commerces de meubles ou d'électroménager sont toujours là, mais, en revanche, l'habillement ou l'équipement du foyer, en recul dans les années quatre-vingt-dix, n'ont pas refait surface. En 2000, l'habillement avait perdu six boutiques sur les dix existantes en 1995 et il en a perdu encore une entre 2000 et 2005. Quant au dernier commerce d'équipement du foyer, il a disparu entre 2000 et 2005. Bien sûr, ces évolutions des nombres de commerce ne disent rien sur les changements de la clientèle elle-même, ni sur l'adaptation des commerçants à ces changements.

Sur les autres branches d'activité, l'effet tramway n'est pas évident. Le nombre d'établissements ne croît pas plus début 2000 que fin 1990. Quelques secteurs font toutefois exception, comme les agences immobilières, et les activités sportives, mais les mêmes tendances s'observent aussi dans le reste de la ville. Difficile, par conséquent, de porter cette accélération au crédit du tramway ! En revanche, le nombre de cabinets médicaux augmente entre 2000 et 2005, contredisant la tendance observée en centre-ville et rompant avec l'évolution des années précédentes. Le tramway y serait-il pour quelque chose ?

Nombre d'établissements sur le trajet du tramway

Activité	1995	2000	2005
Commerce automobile et réparation	8	8	5
Commerce de gros	9	9	11
Commerce de détail	75	61	61
services marchands	192	215	237
Services non marchands (santé, éducation, action sociale, associations)	155	178	198
Autres activités	17	22	20
Ensemble	456	493	532

Source Insee, Sirène

(*) l'avenue du Professeur Horatio Smith, l'esplanade de la Paix, la rue du Gaillon, la rue de Geôle, la place de la Mare, la place Saint Pierre, le boulevard des Alliés, l'avenue du Six Juin, la place de la Résistance, la place de la Gare, la rue de la Gare, la rue Roger Bastion, l'avenue de la Concorde et l'avenue du Père Charles de Foucauld.

Quelques discounteurs se sont installés à Caen ces dix dernières années. La surface de vente de la grande distribution s'est accrue aussi au fil des réaménagements de certains établissements. Enfin, les nouveaux quartiers se sont dotés de supermarchés (Gardin, Beaulieu). Même si ces implantations et ces aménagements ont pu attirer de nouveaux commerces de proximité, au total, sur la ville, les petites surfaces alimentaires sont beaucoup moins nombreuses en 2005 qu'en 1995, notamment les boucheries-charcuteries et les magasins d'alimentation générale. Ce repli du petit commerce alimentaire est aussi important dans le centre-ville et dans l'hyper centre. Là, le nombre de boucheries-charcuteries est passé de 36 à 16 et les marchands de fruits et légumes, de produits laitiers frais ou les poissonneries ne se comptent plus que sur les doigts d'une main. Le relais a été pris par l'extension de Monoprix en 2000 puis par la réapparition de quelques supérettes.

Si, l'équipement de la personne reste le vecteur principal du petit commerce en ville, les vitrines changent rapidement. La parfumerie s'installe dans l'hyper centre, le nombre de magasins y passant de 10 à 12, et délaisse les autres quartiers. On ne trouve plus aucune parfumerie rive droite alors qu'il y en avait encore trois en 1995, et trois subsistent dans le centre (hors hyper centre), contre six en 1995. Les magasins de chaussures se concentrent aussi dans l'hyper centre, avec sept ouvertures en dix ans, et autant de disparitions ailleurs. Les magasins de quartiers ayant presque tous disparu, les clients ont désormais le choix entre des enseignes toutes présentes dans l'hyper centre et les mêmes magasins installés dans les galeries marchandes des grandes surfaces. L'habillement, le secteur où l'offre reste la plus diversifiée et les enseignes les plus nombreuses, est en voie de connaître la même concentration de magasins dans l'hyper centre. Le nombre de vitrines diminue, la reprise de commerces indépendants par des magasins franchisés s'accompagnant parfois de la réunion de surfaces réparties antérieurement entre plusieurs magasins.

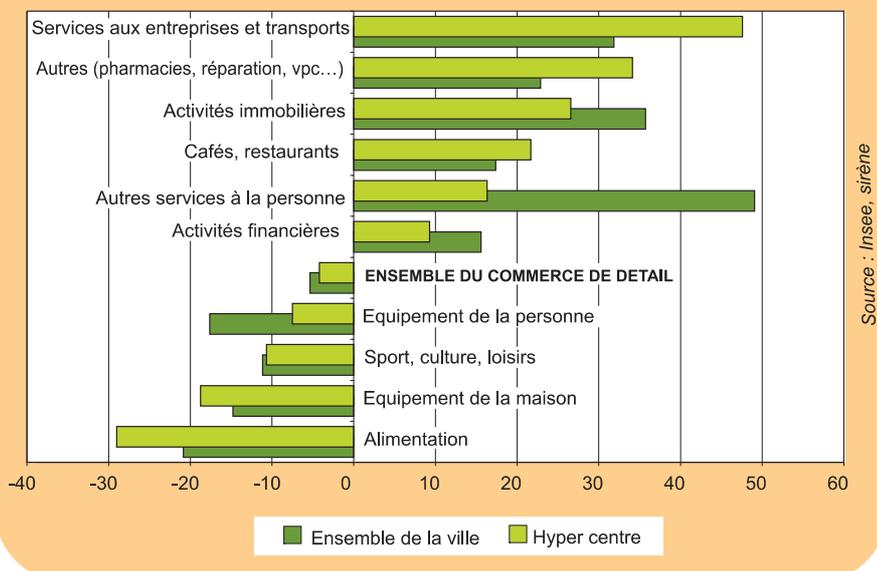
L'équipement de la maison connaît lui aussi des sorts divers. Il subsiste quelques quincailleries dans le centre-ville (y compris l'hyper centre) mais ce type de commerce spécialisé pourrait disparaître quand leurs derniers propriétaires auront atteint l'âge de la retraite. Les magasins de meubles se font rares également dans l'hyper centre, et seuls les plus excentrés, résistent un peu à la concurrence des grandes surfaces spé-

A Caen, l'activité commerciale est plutôt concentrée. Le centre commerçant accueille 720 vitrines, dont 480 dans l'hyper centre. Dans cet hyper centre largement dédié au commerce, 36 % des établissements sont des commerces de détail alors que cette proportion n'est que de 16 % pour l'ensemble de la ville. Loin derrière, la rive droite compte une centaine de commerces (moins de 20 % des établissements de ce quartier). Quelques

pôles commerciaux secondaires existent bien, mais l'offre commerciale y est assez limitée, avec 26 commerces sur l'ensemble de la Grâce de Dieu et de la Guérinière, et 18 commerces au Calvaire Saint Pierre et à Pierre Heuzé. Toutefois, même limitée, l'activité commerciale y représente une part importante de l'activité économique, puisque les commerces représentent plus de 30 % des établissements qui y ont été créés.



Évolution du nombre d'établissements entre 1995 et 2005 dans la ville de Caen



cialisées de la périphérie. En revanche, les magasins de décoration et d'électroménager se maintiennent dans l'hyper centre, avec une offre significative (34 magasins, sur les 80 installés à Caen).

Dans le secteur du sport, des loisirs et de la culture, la suprématie du centre-ville s'effrite. Seize magasins y ont disparu, entre 1995 et 2005, contre sept dans le reste de la ville. Toutefois, le centre accueille encore plus de la moitié des commerces de ce type. Les librairies, papeteries et marchands de journaux privilégient largement le centre-ville, notamment l'hyper centre (45 % des librairies-papeteries-marchands de journaux et trois nouveaux établissements entre 1995 et 2005). De même, les trois quarts des magasins d'optique et de photographie ont choisi le centre-ville. Si les premiers tendent à être plus nombreux, les seconds se raréfient un peu. Les bijoutiers et horlogers dispa-

35 % des commerces de détail de la ville de Caen sont dans l'hyper centre

Nombre d'établissements au 1^{er} janvier 2005

Secteur d'activité	Hyper centre	Centre (hors hyper centre)	Rive droite	Guépinnière et Grâce de Dieu	Calvaire St Pierre et Pierre Heurzé	Autres	Ensemble
Ensemble des activités	1 322	1 938	545	81	58	4 195	8 139
Commerce automobile et réparation et commerce de gros	25	65	27	1	1	236	355
Commerce de détail (yc secteur artisanal agroalimentaire)	477	246	102	26	18	454	1 323
<i>Supermarchés, hypermarchés, grands magasins</i>	3	0	2	1	0	14	20
<i>Alimentation</i>	44	59	33	14	11	105	266
<i>Pharmacies</i>	9	8	6	3	2	23	51
<i>Équipement de la personne</i>	210	34	6	1	0	20	271
<i>Équipement de la maison</i>	39	43	8	0	0	31	121
<i>Sport, culture, loisirs</i>	67	34	20	4	2	56	183
<i>Divers</i>	105	68	27	3	3	205	411
Services marchands	557	954	233	27	14	1 670	3 455
<i>Cafés, restaurants (restauration traditionnelle ou rapide)</i>	101	156	53	4	4	114	432
<i>Autres services à la personne</i>	114	199	71	14	4	549	951
<i>Activités financières</i>	47	139	27	1	3	102	319
<i>Activités immobilières</i>	81	92	19	2	0	110	304
<i>Services aux entreprises et transports</i>	214	368	63	6	3	795	1 449

Source : Insee, Sirène

raissent, quant à eux, peu à peu. Les 22 bijoutiers-horlogers présents en 1995 dans le centre-ville (dont 19 dans l'hyper centre) ne sont plus que 11 en 2005, tous dans l'hyper centre. Rive droite, seulement deux sur les quatre en activité en 1995 subsistent en 2005. Les fleuristes sont aussi un peu moins nombreux (trois cessations dont une dans l'hyper centre). Dans le commerce d'articles de sport, le nombre de magasins en centre-ville se maintient, sans plus, des établissements en franchise ayant remplacé plusieurs commerces indépendants. Par ailleurs, de nouvelles vitrines sont apparues aussi hors du centre et hors des zones commerciales de quartier, y augmentant de quatre le nombre d'établissements dans cette spécialité.

Michel MOISAN



**DIRECTION
REGIONALE DE L'INSEE
DE BASSE-NORMANDIE**

93, rue de Geôle
14052 CAEN CEDEX 4
Tél. : 02.31.15.11.00
Fax : 02.31.15.11.80

www.insee.fr/basse-normandie

Directeur de la publication :
Jean-Louis BORKOWSKI

Service études et diffusion :
Sophie DESTANAU

Rédacteur en Chef :
Pascal CAPITAINE

Secrétaire de Rédaction :
Nadine GAUTIER

Composition PAO :
Françoise LEROND

Impression :
Dauphin com.imprim' 02.31.23.60.70

Crédit photos :
Comité régional du tourisme ; Chambre régionale d'agriculture ; Comité départemental du tourisme de la Manche ; Photothèque Mairie de Caen, M. Follerou ; Chambre de commerce et d'industrie de Cherbourg-Cotentin, Isabelle Janssens.

Attaché de presse :
Philippe LEMARCHAND
Abonnement un an (12 numéros)
France : 21 €
Etranger : 24 €



MÉTHODES

Cette publication est le fruit d'un étude menée par l'Insee en partenariat avec la CCI de Caen, la CCI de Cherbourg-Cotentin et la ville de Caen.

Un découpage en plusieurs espaces

Pour l'observation des évolutions du commerce en centre-ville, la communauté urbaine de Cherbourg et la ville de Caen ont été découpées en plusieurs espaces.

La **ville de Caen** a été découpée en huit espaces, soit :

trois concentrations commerciales principales :

- l'hyper centre
- le centre-ville
- la rive droite ;

quatre pôles commerciaux de quartier :

- le quartier de la Guérinière
- le quartier de la Grâce de Dieu
- le quartier du Calvaire saint Pierre
- le quartier de Pierre Heuzé ;

et le reste de la ville.

L'**agglomération cherbourgeoise** a été découpée en huit espaces, soit :

deux concentrations commerciales dans Cherbourg même :

- le centre-ville
- Cherbourg Val-de-Saire ;

cinq pôles commerciaux correspondant aux villes périphériques :

- Octeville
- Tourlaville
- Equeurdreville
- La Glacerie
- Querqueville ;

et le reste de l'agglomération.

Activité économique

L'activité économique est appréhendée au travers des établissements, unités économiques de base, inscrits au répertoire EER-SIRENE géré par l'Insee. L'Insee attribue un code caractérisant son activité principale à chaque établissement répertorié dans ce fichier. La nomenclature d'activité utilisée est la Nomenclature d'activités française établie en 1993 et révisée en 2003.

La définition du commerce pour cette étude est celle retenue traditionnellement dans la "Nomenclature économique de synthèse" définie en 1994 (revente en l'état de biens matériels, y compris la réparation de biens personnels). Ont été ajoutées cependant les activités de la charcuterie, de la boulangerie et de la pâtisserie artisanales.

Pour leur part, les activités de service comprennent :

- les services rendus principalement aux entreprises (conseils et assistance aux entreprises, services opérationnels tels que le nettoyage industriel ou l'intérim...), les professions juridiques (avocats...) ou les architectes sont inclus dans cette catégorie de services ;
- les services rendus principalement aux particuliers (hôtellerie, restauration, activités récréatives, culturelles et sportives, services personnels tels que coiffure et soins de beauté, services de santé et d'action sociale tels que médecins, dentistes, aide à domicile...) ;
- les activités financières (banques, assurances), les transports et les activités immobilières (promoteurs, marchands de biens, agences immobilières, administrateurs).

Les unités économiques prestataires de services et faisant aussi de la revente de biens en l'état sont classées soit en commerce, soit en service, en fonction de règles prenant en compte les parts de chiffre d'affaires réalisé dans chaque activité.

(plus d'informations sur http://www.insee.fr/fr/nom_def_met/nomenclatures/nomenclatures.htm).

L'observation par espace

Cette observation se fonde sur les adresses des établissements, contenues également dans le répertoire EER-SIRENE.