

Commerce

Une densité commerciale et une attraction externe importantes

En 2015, le contexte régional et local est en demi-teinte dans le secteur du commerce. L'emploi salarié stagne dans la région, et diminue en Moselle. Les créations d'entreprises sont en recul à Metz Métropole, toutefois elles progressent hors micro-entrepreneurs. L'agglomération messine a une activité commerciale développée. Dans un secteur en mutation, avec des comportements d'achat bouleversés par le numérique, le commerce de détail présente à Metz Métropole un tissu dense de 2 230 commerces. Plusieurs projets nouveaux et innovants confortent l'attractivité commerciale du territoire. Sa situation géographique stratégique, au cœur de l'espace de la Grande Région, attire la clientèle de nombreux territoires, y compris frontaliers. L'attractivité externe est ainsi deux fois plus importante que l'évasion commerciale.

Marie Demurger, Pierre-Jean Guerra, Metz Métropole Développement

À Metz Métropole, le secteur du commerce (commerce de détail, commerce de gros, commerce et réparation automobile) représente 3 700 établissements et environ 12 800 postes salariés fin 2014. Il constitue 18,0 % de l'ensemble des établissements et 12,3 % de l'emploi salarié dans la communauté d'agglomération. Le poids du secteur est comparable dans l'ensemble du Sillon Lorrain (respectivement 18,9 % et 12,6 %). Au niveau de la région ACAL, le secteur du commerce représente un poids un peu plus faible en termes d'établissements (17,6 %), mais plus important en termes d'emploi salarié (14,1 %).

Un contexte régional en demi-teinte

L'emploi salarié dans le commerce stagne dans la région ACAL en 2015, alors qu'il progresse au niveau national (+ 0,8 %). La Moselle est le département d'ACAL où l'évolution est la plus défavorable (- 1,3 %, soit environ 550 destructions nettes d'emploi), du fait d'un dernier trimestre décevant (- 0,7 %).

À Metz Métropole, 350 créations d'entreprises ont été enregistrées dans le commerce en 2015. Ce nombre est en baisse par rapport à 2014 (- 10 %), du fait d'un net recul des créations sous le statut de micro-entrepreneur, un phénomène généralisé en 2015. La baisse des créations dans le commerce est un peu moins forte toutefois que dans le Sillon Lorrain (- 13 %) et dans la région (- 14 %). Hors micro-entrepreneurs, les créations dans le commerce progressent à Metz Métropole et dans le Sillon Lorrain (+ 15 %), et plus fortement encore en ACAL (+ 34 %). Les créations

sous le statut de micro-entrepreneur ne représentent plus qu'un tiers des créations à Metz Métropole en 2015, contre près de la moitié en 2014.

Commerce de détail : une densité commerciale élevée

Selon l'étude menée par la CCI Lorraine, Metz Métropole compte 2 230 commerces de détail en 2015. Parmi ces établissements, 1 500 sont implantés sur la commune de Metz, dont 459 au centre-ville. Le chiffre d'affaires total représente 1 582 millions d'euros en 2015. La densité commerciale de l'agglomération est l'une des plus élevées de France avec 1 412 m² pour 1 000 habitants en 2012 (contre 961 m² en moyenne au niveau national).

Le centre-ville de Metz constitue en 2015 le premier pôle commercial, avec 450 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit près de 30 % du chiffre d'affaires total de l'agglomération (*figure 1*). Il se caractérise par une plus forte représentation du commerce de proximité et de l'équipement de la personne que dans des centres-villes de taille comparable (500 à 700 commerces). Les enseignes nationales (42 % des enseignes) y sont également plus représentées (36 % en moyenne dans les centres-villes de taille comparable). Selon une étude de la fédération Procos (Fédération pour l'urbanisme et le développement du commerce spécialisé), le taux de vacance commerciale est relativement faible dans le centre-ville de Metz (6,3 % en 2014, contre 8,5 % au niveau national).

L'organisation commerciale de Metz Métropole est dominée en périphérie par la zone commerciale Actisud, deuxième pôle de l'agglomération en termes de chiffre

d'affaires (350 millions d'euros en 2015). Ce pôle à rayonnement régional est une des plus grandes zones commerciales de France avec une surface de vente de 200 000 m². Les autres zones (Sébastopol/Metzanine, Marly Belle Fontaine) constituent des pôles d'équilibre, de proximité, qui maillent le territoire communautaire. La zone du Campus de la Maxe, où se situe le magasin Ikea, constitue également un pôle d'attractivité régionale et fonctionne de manière autonome.

Un tiers du chiffre d'affaires provient de consommateurs résidant en dehors du territoire

Dans les commerces de Metz Métropole, selon l'étude de la CCI Lorraine, 44 % des dépenses se font dans le secteur de l'alimentaire, 20 % dans l'équipement de la maison, 15 % dans l'équipement de la personne, 12 % dans la culture et les loisirs, et 9 % dans l'hygiène, la santé et la beauté. Les deux tiers du chiffre d'affaires proviennent de la consommation « sur place » des résidents et un tiers (soit 523 millions) provient des ménages extérieurs au territoire. Cet apport extérieur comprend 75 millions issus des ménages frontaliers luxembourgeois, allemands et belges (dont 86 % luxembourgeois). L'apport de chiffre d'affaires généré par les personnes résidant à l'étranger représente 12 % du chiffre d'affaires du centre-ville de Metz, soit 56 millions d'euros. Ce chiffre confirme l'attractivité internationale du centre-ville messin.

Selon l'étude de la CCI, un ménage de Metz Métropole dépense en moyenne 12 700 euros en consommation courante, soit moins que la moyenne départementale (13 180 euros) et proche de la moyenne régionale (12 870 euros) et nationale (12 730 euros).

Une attraction externe deux fois plus forte que l'évasion commerciale

La performance commerciale d'un territoire se mesure par sa capacité à retenir la dépense de ses ménages (attraction interne) et à attirer les dépenses des ménages d'autres territoires (attraction externe). Le commerce de Metz-Métropole retient 81 % de la dépense

des ménages résidents, tous produits confondus. Les 19 % qui échappent au commerce local correspondent à ce qu'on appelle l'évasion commerciale. Ils sont captés par d'autres territoires (182 millions d'euros, soit près des trois quarts de l'évasion totale) et par le canal de la vente à distance (64 millions, soit un quart de l'évasion totale). Cette évasion commerciale, estimée à 246 millions d'euros

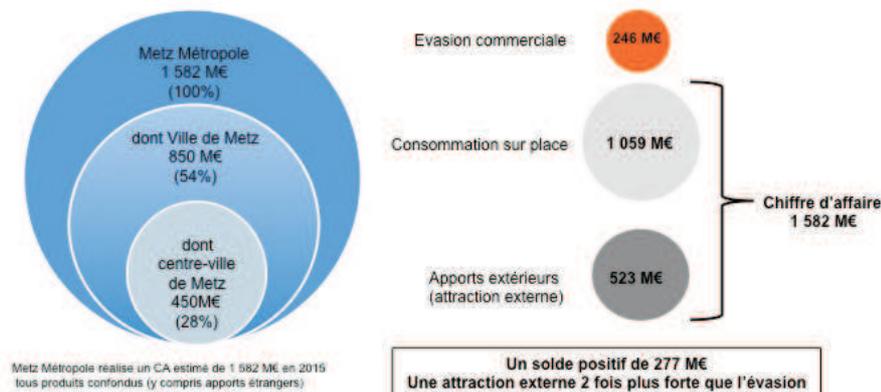
au total, ne concerne en fait que très peu les pays frontaliers (1,7 %). Le territoire de Metz Métropole a une attraction externe deux fois plus forte que l'évasion commerciale, avec un solde positif d'environ 277 millions d'euros (figure 2).

Le commerce de la ville de Metz retient 62 % de la dépense des ménages résidents. L'attraction est importante pour les équipements de la personne, l'hygiène/santé/beauté et l'alimentaire. Pour les secteurs de la culture et des loisirs (55 %) et de l'équipement de la maison (44 %), l'attraction interne est limitée et se trouve fortement confrontée à la vente à distance, ainsi qu'à la concurrence des pôles périphériques de l'agglomération.

Pour l'alimentaire, 81 % des dépenses sont réalisées dans les grandes surfaces à dominante alimentaire, 15 % dans le commerce traditionnel, 3 % dans les drives et 1 % dans la vente à distance. Pour le non-alimentaire, 69 % des dépenses sont réalisées dans les grandes surfaces, 23 % dans les commerces traditionnels, et 8 % dans la vente à distance.

2 Un chiffre d'affaires de 1 582 millions d'euros

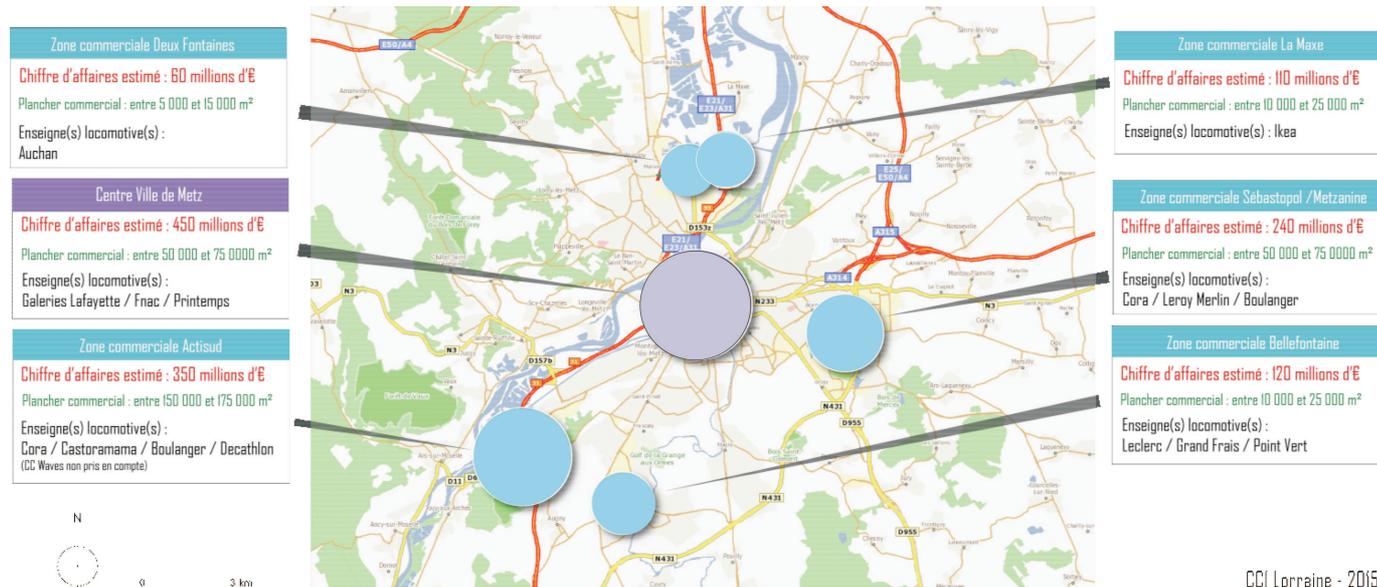
Construction du chiffre d'affaires estimé de Metz Métropole



Source : CCI Lorraine.

1 Le centre-ville de Metz constitue le premier pôle commercial de la communauté d'agglomération

Principales polarités commerciales de Metz Métropole



CCI Lorraine - 2015

Source : CCI Lorraine.

Deux projets importants

WAVES : Inauguré le 30 octobre 2014, Waves est un centre commercial longeant l'A31 sur la zone Actisud. Le centre commercial dispose de 43 000 m² de surface de vente sur 17 hectares et près de 3 000 places de parking sur 19 000 m² d'espaces verts, pour un investissement de 100 millions d'euros. En 2016, 45 enseignes et 9 restaurants sont ouverts. Un cinéma multiplexe est également prévu.

Muses : Cette opération mixte (logements, bureaux, commerces) de 80 000 m², située face au Centre Pompidou-Metz et à la gare TGV, devrait être une des plus importantes de France. Les travaux ont démarré en octobre 2014 pour une ouverture prévue à l'automne 2017. On attend 7,4 millions de visiteurs. L'espace commercial de 37 000 m² accueillera 113 enseignes pour les trois quarts inédites à Metz, pour un investissement de 160 millions d'euros.

L'étude de la CCI Lorraine

La chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Lorraine a réalisé en 2015 une étude visant à analyser les zones commerciales de la Lorraine (profil sociodémographique de la clientèle - marché de consommation) et la performance commerciale de ces zones. Cette étude est destinée à être réactualisée tous les cinq ans. Sur le territoire de Metz Métropole, elle a pour périmètre les 44 communes de la communauté d'agglomération, réparties en 13 zones d'enquêtes (dont 8 dans la commune de Metz). Dans la communauté d'agglomération, 1 365 ménages ont été interrogés, dont 383 à Metz.