

Entre 2016 et 2022, les points de vente se développent principalement dans les pôles de périphérie

Insee Flash Centre-Val de Loire • n° 106 • Octobre 2026

En 2022, la majorité des points de vente en Centre-Val de Loire (commerces de détail, restauration, etc.) se concentre dans des pôles commerciaux. La part des points de vente localisés dans les pôles des centres-villes est plus faible qu'en France de province. Entre 2016 et 2022, le nombre de points de vente a progressé dans les pôles commerciaux en périphérie des villes. Cette hausse est plus marquée qu'en France de province. Sur la même période, le nombre de points de vente des pôles de centre-ville a diminué plus rapidement dans la région qu'en France de province. Néanmoins, cette évolution est différente selon les territoires. Le nombre de points de vente croît dans les pôles commerciaux des centres-villes de Blois Agglopolys, Châteauroux Métropole, Orléans Métropole et Tours Métropole Val de Loire. À l'inverse, il diminue dans les communautés d'agglomérations de Chartres Métropole et de Bourges Plus.

Les programmes « Action Cœur de ville » et « Petites villes de demain » sont des politiques publiques visant notamment à redynamiser le commerce et favoriser la réhabilitation des centres-villes. Elles concernent respectivement 14 et 99 communes de la région. Plus de la moitié des **points de vente** de la région (58 %) sont regroupés au sein de **pôles commerciaux**. Ils correspondent à des zones au sein desquelles les consommateurs ont accès à une diversité d'activités et d'enseignes dans un périmètre restreint ► **méthode**. Les pôles commerciaux sont divisés en deux catégories. D'une part, les **pôles de centre-ville** prennent fréquemment la forme de rues commerçantes ou d'ensembles de points de vente situés à proximité les uns des autres en ville. D'autre part, les **pôles de périphérie** sont généralement situés dans des zones non résidentielles. Cependant, les points de vente peuvent aussi se situer hors de ces pôles.

La région compte 115 pôles commerciaux de centre-ville ► **figure 1**. Ces points de vente emploient en moyenne trois salariés et occupent une surface de vente moyenne de 88 mètres carrés. La part des points de vente situés dans ces pôles (41 %) est plus faible qu'en France de province (47 %).

La région Centre-Val de Loire dénombre 176 pôles de périphérie. Les points de vente des pôles commerciaux de périphérie emploient en moyenne douze salariés et occupent une surface nettement plus grande que ceux des pôles de centre-ville (668 m² de surface de vente en moyenne). La part des points de vente situés dans ces pôles (17 %) est supérieure à celle de France de province (15 %).

En complément, 42 % des points de vente sont situés en dehors des pôles commerciaux, généralement disséminés au sein d'espaces ruraux contre 38 % en France de province. Ils emploient en moyenne 3 salariés, soit autant que les établissements des pôles des centres-villes. En revanche, leur surface moyenne est double par rapport à ces derniers (182 m² de surface de vente en moyenne). Leur surreprésentation dans la région s'explique par la présence plus marquée des territoires ruraux. La proportion de communes rurales y est en effet plus élevée (92 %) qu'en province (89 %). La part de la population qui y réside est supérieure (48 % contre 39 %) mais l'habitat y est plus dispersé et l'offre de commerces est moins dense.

Un développement des points de vente uniquement dans les pôles commerciaux de périphérie

Entre 2016 et 2022, le nombre de points de vente est quasiment stable (+0,1 % en moyenne par an) dans la région. En revanche, la surface de vente a augmenté (+0,5 %). Cette hausse est toutefois moindre qu'en France de province. Le nombre de points de vente dans les pôles commerciaux de centre-ville diminue plus dans la région (-0,4 % en moyenne par an) qu'en France de province (-0,1 %). A contrario, les pôles commerciaux de périphérie se développent davantage qu'en France de province (+2,5 % de points de vente par an contre +1,9 %). La surface commerciale de ces établissements a également davantage augmenté dans la région (+1,7 % contre +1,4 % par an). Hors des pôles commerciaux, le nombre de points de vente et leur surface moyenne

► 1. Nombre de pôles, de points de vente et surface commerciale dans les pôles commerciaux des principales intercommunalités de Centre-Val de Loire

EPCI	Nombre de pôles de centre-ville	Nombres de pôles de périphérie	Nombre de points de vente dans les pôles de centre-ville	Nombre de points de vente dans les pôles de périphérie	Part de la surface commerciale dans les pôles de centre-ville (%)
Bourges Plus	2	6	545	273	21,6
Chartres Métropole	3	10	487	266	19,7
Châteauroux Métropole	2	8	324	232	16,6
Tours Métropole Val de Loire	10	18	1 570	654	24,6
Blois Agglopolys	4	10	455	288	18,2
Orléans Métropole	12	16	1 280	594	27,3
Centre-Val de Loire	115	176	9 351	3 799	24,6

Lecture : La communauté d'agglomération Bourges Plus est dotée de 2 pôles commerciaux de centre-ville comportant 545 points de vente et 6 pôles commerciaux de périphérie constitués de 273 points de vente. La surface commerciale des pôles commerciaux de centre-ville y représente 21,6 % de la surface commerciale totale des pôles commerciaux.

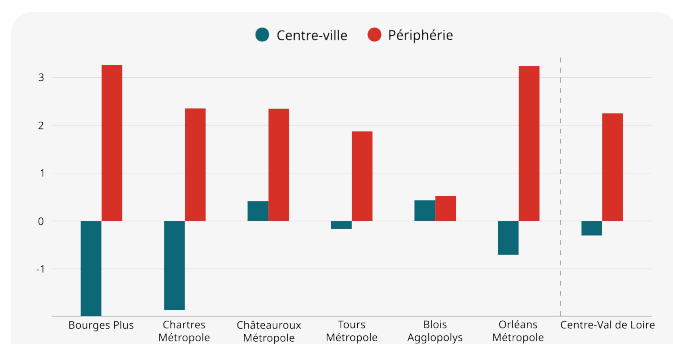
Champ : Points de vente en Centre-Val de Loire.

Source : Insee, dispositif Points de vente, Sirene, Flores.

reculent alors qu'ils progressent en France de province. Dans la région, le développement commercial se concentre ainsi essentiellement dans les pôles commerciaux de périphérie.

La baisse régionale des points de vente dans les centres-villes de la région entre 2016 et 2022 provient principalement de ceux situés en dehors des six intercommunalités des chefs-lieux de département de la région. En effet, le nombre de points de vente dans les pôles commerciaux de centre-ville en dehors de celles-ci recule de 0,9 % en moyenne chaque année. À l'inverse, ce nombre progresse nettement à Blois Agglopolys (+1,4 % par an entre 2016 et 2022) et dans une moindre mesure à Châteauroux Métropole, Orléans Métropole et Tours Métropole Val de Loire (+0,2 % par an). Néanmoins, il diminue à Chartres Métropole (-1,6 % par an) et à Bourges Plus (-0,3 % par an). Cependant, la surface moyenne des points de vente diminue dans les pôles de centre-ville des six intercommunalités. En particulier, la surface de vente totale de ces pôles diminue dans celle d'Orléans, malgré la hausse du nombre d'établissements ► **figure 2**.

► 2. Évolutions de la surface commerciale dans les pôles commerciaux des principales intercommunalités de Centre-Val de Loire entre 2016 et 2022



Lecture : Dans la communauté d'agglomération Blois Agglopolys, la surface commerciale dans les pôles commerciaux de centre-ville progresse de 0,4 % par an entre 2016 et 2022. Elle y progresse de 0,5 % par an dans les pôles commerciaux de périphérie.

Champ : Points de vente en Centre-Val de Loire.

Source : Insee, dispositif Points de vente, Sirene, Flores.

► Sources

La principale source mobilisée dans cette étude est le **dispositif Points de vente**, qui associe à chaque point de vente une surface de vente et un nombre de salariés. Les données des millésimes 2016 et 2022 de ce dispositif ont été étendues pour inclure les services de la vie courante et les établissements créés dans l'année. Elles ont également été enrichies par les coordonnées géographiques des établissements disponibles dans le répertoire Sirene. L'emploi salarié provient du **Fichier localisé des rémunérations et de l'emploi salarié (Flores)** en tenant compte des continuités économiques des établissements et des ruptures de sources pour une utilisation en évolution. Les données démographiques sont issues des recensements de la population.

► Pour en savoir plus

- **Bloch K., Pichavant A.-S.**, "Entre 2016 et 2022, l'emploi salarié des points de vente progresse davantage en dehors des centres-villes", *Insee Première* n°2091, janvier 2026.
- **Lefebvre C., Royer F.**, "Les débits de boissons de 2016 à 2023 : davantage d'emplois, dans des établissements un peu plus grands", *Insee Première* n°2123, juillet 2026.
- **Chaffange D., Ménard B.**, "Malgré la désindustrialisation, encore un emploi régional sur cinq dans les activités de production concrète", *Insee Analyse Centre-Val de Loire* n°99, juillet 2023.

Entre 2016 et 2022, dans toutes les intercommunalités des chefs-lieux de département, les surfaces commerciales augmentent dans les pôles commerciaux de périphérie. Cette hausse s'accompagne d'une progression du nombre de points de vente dans cinq intercommunalités sur six. En effet, à Châteauroux le nombre de points de vente est stable, occasionnant sur la période une augmentation de la surface moyenne des points de vente.

Dans les pôles de centre-ville : plus de restaurants et de débits de boissons, moins d'équipements de la maison et de la personne

Dans la région, un quart des points de vente situés dans les pôles commerciaux de centre-ville est un établissement de restauration ou un débit de boissons et un sur cinq est un commerce d'équipements de la personne (commerce d'habillement, pharmacie, etc.). Entre 2016 et 2022, le nombre de commerces d'équipements de la maison et de la personne diminue respectivement de 2,4 % et 2,2 % en moyenne par an dans les pôles de centre-ville. Cette tendance est similaire mais plus prononcée qu'en province (respectivement -1,9 % et -1,8 % par an). À l'inverse les établissements de restauration et les débits de boissons progressent de 1,3 % en moyenne annuelle (+1,9 % en province).

Les commerces d'équipements de la maison (commerces de plantes, de meubles, d'articles de sport, etc.) et d'équipements de la personne sont les plus nombreux dans les pôles commerciaux de périphérie de la région. Ces deux types de commerce représentent un point de vente sur cinq. Dans les pôles de périphérie, le nombre de points de vente progresse dans tous les secteurs à l'exception du commerce d'équipements de la personne. Le commerce de détail alimentaire (incluant supermarchés et hypermarchés) y occupe près d'un tiers (32,0 %) de la surface commerciale. ●

David Lemarchand, Tibault Tillard (Insee)



Retrouvez davantage de données associées à cette publication sur insee.fr

► Définitions

Les **points de vente aux ménages** regroupent l'ensemble des établissements de vente au détail répondant à des actes de consommation de la vie courante. Ces points de vente regroupent neuf types d'activité (voir les détails sur la version web de l'étude).

Les établissements ne possédant pas de surface de vente sont exclus : les établissements auxiliaires, les entrepôts et les sièges sociaux. Par ailleurs, les drives ne sont pas pris en compte dans cette étude. Les établissements doivent par ailleurs avoir été actifs tout au long de l'année de référence ou avoir été créés au cours de l'année.

Les **pôles commerciaux** regroupent des points de vente qui sont proches les uns des autres.

► Pour comprendre

Dans un premier temps, les contours des **pôles commerciaux de centre-ville** sont construits. Il s'agit d'ensembles comprenant au moins 20 points de vente voisins les uns des autres dans un rayon de 200 mètres. Pour être qualifié de pôle de centre-ville, chaque pôle construit doit remplir au moins deux conditions parmi les suivantes : être situé à proximité de la mairie, comporter en son sein plus de 100 habitants et avoir moins de 8 salariés par établissement en moyenne.

Les **pôles commerciaux de périphérie** sont ensuite identifiés dans l'ensemble des points de vente situés hors des pôles de centre-ville comme des ensembles cumulant au moins 4 000 m² de surface de vente dans un rayon de 250 mètres. Ils correspondent ainsi à des zones présentant une forte concentration de surfaces commerciales.

