



Le commerce de proximité se redéploie

En Corse, entre 2009 et 2015, le nombre de commerces de proximité baisse de 0,7 % par an dans les centres-villes des agglomérations de taille intermédiaire. Cela traduit un déplacement des activités vers la périphérie des agglomérations et une transformation de l'offre commerciale. Plus d'un commerce de proximité sur deux reste toutefois situé en centre-ville.

Antoine Luciani, Insee

Le commerce de proximité (*définitions*) offre des biens et services de consommation courante. Il représente 19 % de l'emploi salarié marchand des villes corses de taille intermédiaire (*définitions*). Traditionnellement situé au cœur des villes, il participe à la dynamique des centres urbains. Face à la concurrence créée par l'essor des périphéries commerciales et plus récemment du e-commerce, le plan national « Action cœur de ville », lancé en décembre 2017, soutient des investissements destinés à améliorer l'attractivité et la vitalité commerciale des centres de 222 communes. En Corse, les candidatures d'Ajaccio et de Bastia ont été retenues.

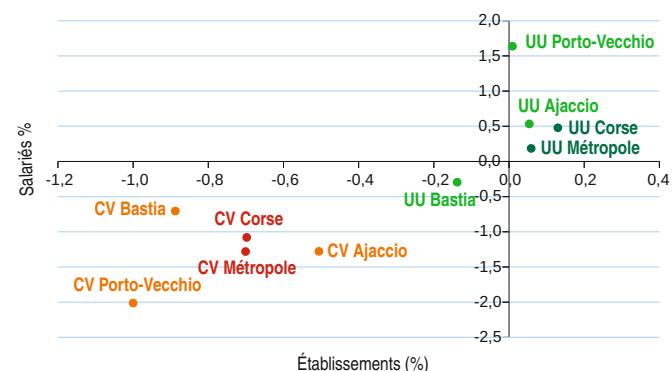
Moins de commerces et de salariés en centre-ville...

Entre 2009 et 2015, dans les villes de taille intermédiaire (Ajaccio, Bastia et Porto-Vecchio), le nombre de commerces de proximité de centre-ville baisse tendanciellement (*définitions*) de 0,7 % par an, comme en France métropolitaine. Cela s'accompagne d'un repli plus fort de l'emploi salarié : - 1,1 % en Corse et - 1,3 % au national (*figure 1*).

En revanche, sur l'île comme au plan national, le nombre d'emplois et de commerces de proximité se maintient dans l'ensemble des villes de taille intermédiaire et traduit un déplacement des activités vers les périphéries. Une tendance probablement toujours à l'œuvre après 2015, notamment à Ajaccio avec l'ouverture de plusieurs grands centres commerciaux à la périphérie de la commune.

Cette évolution s'accompagne en outre d'un agrandissement des points de ventes. Le nombre de salariés par établissement augmente ainsi sur la période de 5,3 % dans les agglomérations de l'île.

1 Évolutions annuelles tendancielles du nombre de salariés et commerces de proximité entre 2009 et 2015 par type d'espace en Corse et en France métropolitaine



Note de lecture : le nombre d'emploi et d'établissement des commerces de proximité du centre ville d'Ajaccio baissent respectivement de 0,5 et 1,3%, alors qu'il augmente au niveau de l'ensemble de l'unité urbaine d'Ajaccio de 0,1 et 0,5%.

Sources : Sirus, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirène géolocalisé, FILOSOFI, RP, BPE

... et une transformation de l'offre commerciale

La baisse du nombre de magasins masque un renouvellement important du commerce de proximité en centre-ville. Ainsi 45 % des établissements présents en 2009 ont disparu en 2015, mais 93 % de ces fermetures ont été compensées par l'ouverture de nouveaux points de vente sur la période.

Elle reflète aussi une recomposition de l'offre commerciale des centres-villes. Le nombre de boutiques consacrées à l'équipement de la maison, aux autres services et à l'automobile (*définitions*) chute, mais les salons de coiffure/beauté, les

agences immobilières ou bancaires et les restaurants et débits de boissons sont de plus en plus nombreux (*figure 2*). La dynamique est similaire au niveau national, hormis pour les agences immobilières ou bancaires et pour les salons de coiffure/beauté qui progressent en Corse alors qu'ils se raréfient ou restent stables en France métropolitaine.

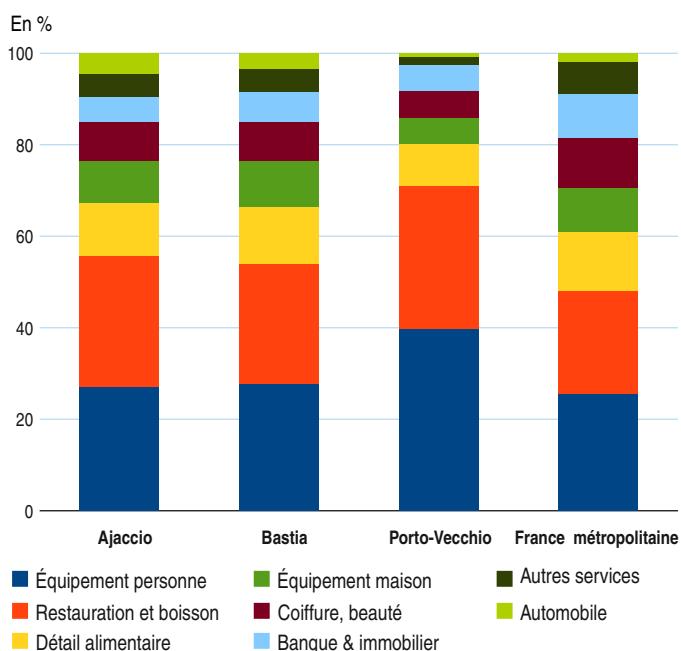
Enfin, l'évolution de l'emploi salarié ne suit pas toujours celle des établissements. En particulier, les salons de coiffure/beauté se sont multipliés sans que le nombre de salariés augmente. Les agences immobilières ou bancaires, bien que plus nombreuses, emploient moins en 2015 qu'en 2009. Au contraire dans le commerce de détail alimentaire, l'emploi se maintient malgré la fermeture de points de vente.

Le centre-ville regroupe encore 56 % des commerces de proximité

En 2015, dans les trois villes corses, 56 % des établissements et 40 % des salariés du commerce de proximité sont situés dans un pôle commerçant de centre-ville. C'est davantage qu'au niveau national (respectivement 49 % et 31 %).

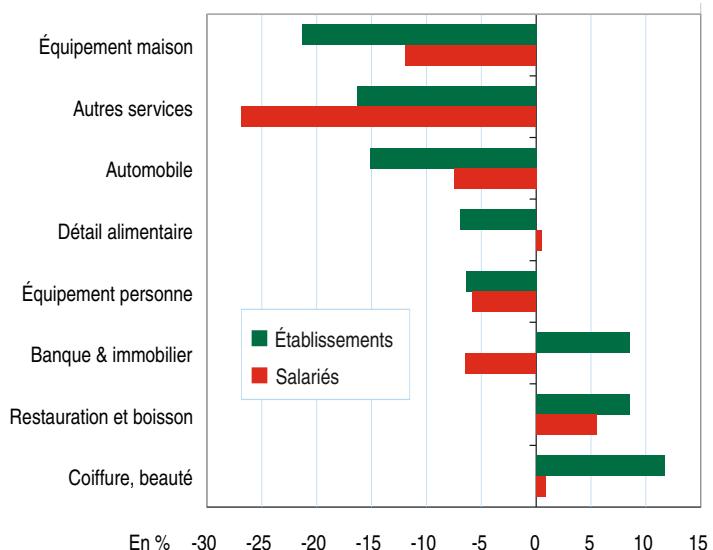
En lien avec l'orientation touristique régionale l'appareil commercial du cœur des agglomérations se caractérise aussi sur l'île par une proportion accrue de restaurants et débits de boissons (28 % des établissements contre 23 % sur le continent). L'équipement de la personne est également mieux représenté (+3 points). Au contraire, les agences immobilières ou bancaires et les salons de coiffure/beauté, malgré leur développement, sont toujours moins présents qu'en moyenne métropolitaine (*figure 3*).

3 Répartition par type d'activité des commerces de proximité en centre ville en 2015



Sources : Sirus, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirène géolocalisé, FILOSOFI, RP, BPE

2 Évolution du nombre de salariés et commerces de proximité en centre-ville entre 2009 et 2015 par type d'activité dans les villes de taille intermédiaire corses



Sources : Sirus, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirène géolocalisé, FILOSOFI, RP, BPE

Définitions

Ville de taille intermédiaire : unité urbaine de moins de 150 000 habitants mais plus de 5 000 emplois dans le centre ou la périphérie des moyennes ou grandes aires urbaines. En Corse, sont ainsi prises en compte les unités urbaines d'Ajaccio (1 commune), de Bastia (7 communes) et de Porto-Vecchio (1 commune).

Commerce de proximité : activités économiques répondant à des actes de consommation de la vie courante. Cela regroupe l'équipement de la maison (équipement du foyer, livres, jouets, meubles, fleuristes, etc.), de la personne (habillement, chaussure, optique, pharmacie), l'automobile, le commerce de détail alimentaire (boulangeries, supérettes, supermarchés, charcuteries, etc.), la restauration et débits de boissons, les services corporels (coiffure, beauté), les agences bancaires et immobilières et les autres services (auto-écoles, blanchisseries, cordonniers, agences de voyage, services funéraires, photographes, etc.).

Pôle commerçant : groupe de 20 établissements ou plus de commerce de proximité séparés de moins de 200 mètres. Il est qualifié de « centre-ville » si ses établissements sont de petite taille, proches du centre de la commune et coïncident avec une zone d'habitat. Les pôles issus de la méthodologie nationale ont été adaptés au niveau régional : les chiffres présentés ici peuvent donc différer de ceux diffusés dans la publication nationale.

Le commerce de proximité en centre-ville est l'ensemble des pôles commerçants de centre-ville.

Évolution tendancielle : pourcentage d'évolution annuel après lissage par régression linéaire. Ce lissage permet de s'affranchir de certaines observations localement bruitées.

Insee Corse
Résidence du Cardo,
rue des Magnolias
CS 70 907
20700 Ajaccio cedex 9

Directeur de la publication :
Olivier Léna

Rédactrice en chef :
Angela Tirroloni
Rédactrice en chef adjointe :
Claude Morey

ISSN : 2268-1493
© Insee 2019

Pour en savoir plus

- « La déprise du commerce de proximité dans les centres-villes des villes de taille intermédiaire »,
A Cazaubiel, G Guymarc
Insee Première, n° 1782, 2019
- « Le commerce de centre-ville : une vitalité souvent limitée aux grandes villes et aux zones touristiques »,
S. Bessière et C. Trevien, Les entreprises en France,
Insee Références, 2016

