



Commerce de proximité : un souffle au cœur des villes intermédiaires de Nouvelle-Aquitaine

En 2015, les centres-villes néo-aquitains concentrent le quart des commerces de proximité contre un tiers en moyenne nationale. Souvent regroupés en pôles, ces commerces dessinent des centralités principales ou secondaires au sein des villes. En Nouvelle-Aquitaine, les 36 villes de taille intermédiaire regroupent 76 de ces pôles ; la moitié d'entre eux se situent dans les 11 villes les plus peuplées. Dans ces villes intermédiaires, si le nombre de commerces de proximité progresse globalement (0,3 % par an depuis 2009), il recule dans les pôles du centre-ville (-0,8 %). L'activité prépondérante diffère entre les pôles principaux plutôt dédiés au commerce d'équipement de la personne et les pôles secondaires où domine le commerce de bouche. Finalement, l'implantation des commerces répond, selon leurs activités, à des logiques de proximité ou d'attractivité. D'une part, leur évolution suit la baisse de population des centres-villes parfois compensée par la fréquentation touristique ; d'autre part, l'offre en centre-ville est concurrencée par le développement du commerce de périphérie, qui attire aussi une population plus éloignée.

Gaëlle Génin, Marc Joubert (Insee)

Recul du commerce de proximité dans les centres-villes de taille intermédiaire

Si jadis le centre névralgique du commerce était le marché, le plus souvent au centre-ville, aujourd'hui les commerces se regroupent en pôles, que ce soit au centre ou en périphérie, ou encore le long d'axes, pour s'adapter aux nouvelles pratiques d'achat et de vente. Dans un contexte de développement des ventes par internet, le besoin de proximité, c'est-à-dire de disposer dans un espace proche de commerces variés pour la maison, la personne ou des services, soutient la pérennité de ce type d'établissement (*définitions*). Cependant, les villes de taille intermédiaire, au sens unités urbaines (*définitions*), affichent une certaine dévitalisation commerciale en leur centre avec une évolution de la population moins dynamique, une dépendance élevée à la voiture dans la vie quotidienne, des centres-villes parfois dégradés et/ou onéreux, des baisses d'emploi dans certains cas.

1 Commerces de proximité dans les centres-villes de taille intermédiaire : la Nouvelle-Aquitaine parmi les cinq régions les plus en recul

Évolution tendancielle du nombre d'établissements du commerce de proximité dans les villes de taille intermédiaire, par région sur la période 2009-2015

(en %)

Région	Évolution tendancielle annuelle 2009-2015	
	Dans les polarités commerciales de centres-villes	Ensemble
La Réunion	0,6	1,4
Ile-de-France	-0,2	0,9
Provence-Alpes-Côte d'Azur	-0,1	0,4
Auvergne-Rhône-Alpes	-0,5	0,4
Pays de la Loire	-0,7	0,4
Nouvelle-Aquitaine	-0,8	0,3
Corse	-0,2	0,1
Occitanie	-1,0	0,0
Normandie	-0,4	-0,1
Bretagne	-0,8	-0,1
Grand Est	-0,7	-0,2
Centre-Val de Loire	-1,0	-0,2
Hauts-de-France	-0,9	-0,3
Bourgogne-Franche-Comté	-1,0	-0,4

Note : évolution tendancielle (cf. définitions)

Source : Insee, Sirius, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirene géolocalisé

En Nouvelle-Aquitaine, comme en Pays de la Loire et Auvergne-Rhône-Alpes, si le nombre de commerces de proximité augmente globalement dans les villes de taille intermédiaire, il diminue dans leurs centres-villes (figure 1). Cette diminution touche 25 % de la population régionale qui réside au sein de ces villes de taille intermédiaire, alors qu'elle ne concerne que 15 % de la population en Pays de la Loire. Ce constat, qui peut se conjuguer avec un phénomène de vacance des logements ou d'habitat dégradé, a conduit à une politique spécifique visant à répondre à ces enjeux. (encadré Action Cœur de ville).

Plus la ville est peuplée, plus le poids des pôles commerçants de centre-ville est faible

Le nombre de commerces de proximité dans les pôles commerçants (définition) des centres-villes est en moyenne de 7 pour 1 000 habitants dans les villes de taille intermédiaire de Nouvelle-Aquitaine, devant les Hauts-de-France et l'Île-de-France avec en moyenne 5 commerces de proximité pour 1 000 habitants et après Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Corse (10 pour 1 000 habitants). Il peut néanmoins varier fortement dans les villes les moins peuplées, entre 5 et 25 commerces pour 1 000 habitants : de 6 à Saint-Maixent-l'École à 12 à Saint-Jean-d'Angély, voire plus à Sarlat-la-Canéda et Capbreton qui captent une clientèle touristique.

Les centres-villes néo-aquitains regroupent en moyenne un quart des commerces de proximité de la ville contre presque un tiers en moyenne nationale (figure 2). Ce poids du centre-ville en Nouvelle-Aquitaine (resp. en France) est très différent selon la taille de la ville : 47 % (resp. 53 %) pour les grandes villes, 45 % (resp. 49 %) pour les villes de taille intermédiaire. La région ne se distingue pas de la moyenne nationale pour les petites villes, dont le centre porte en moyenne 44 % des commerces de proximité, ni pour les bourgs de l'espace rural (8 %). Ces écarts régionaux s'expliquent à la fois par un effet de répartition de la population entre les différentes tailles de ville, et par la croissance démographique de ces villes, en particulier dans leur périphérie.

76 pôles maillent le cœur des 36 villes de taille intermédiaire

Les pôles commerçants de centre-ville concentrent des établissements en proximité du centre des communes (méthodologie). Il peut en exister plusieurs en centre-ville pour la même commune, et a fortiori pour la même ville (figure 3).

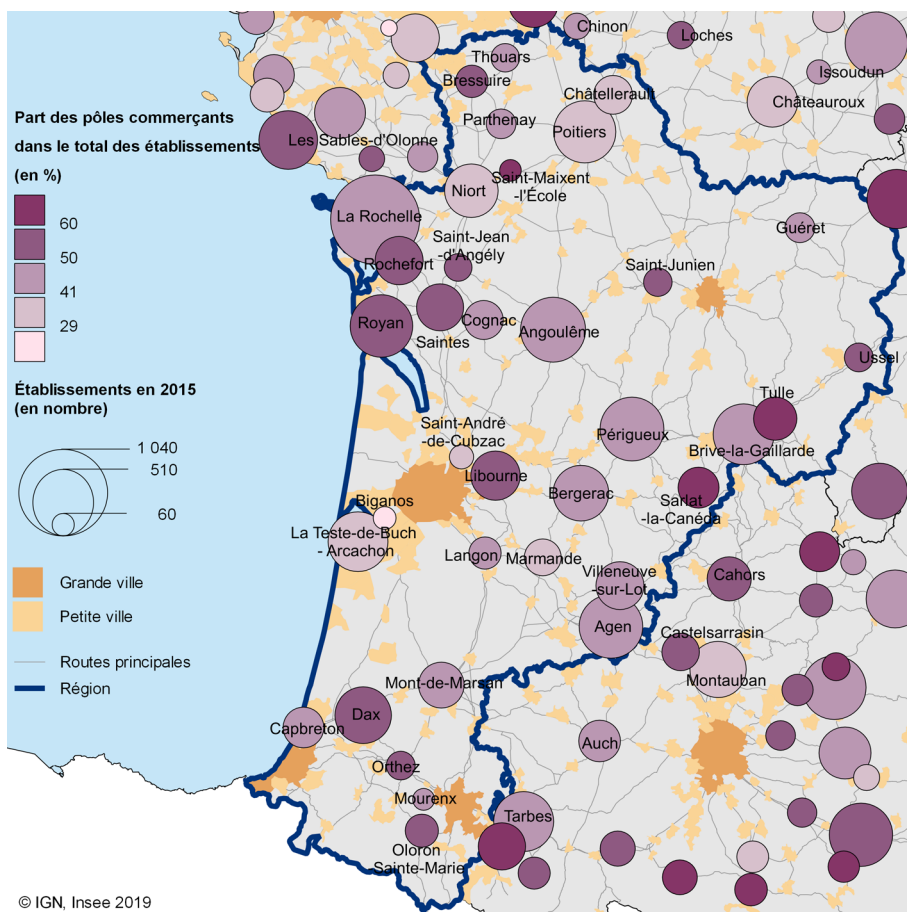
Dans les villes avec plusieurs pôles, les commerces se répartissent entre un pôle principal (prépondérant) et des pôles

Action Cœur de ville, un programme pour redynamiser les villes-centres

En 2018, 222 villes ont été sélectionnées par le Ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, pour l'action nationale Action Cœur de ville. Ce plan quinquennal vise à améliorer l'attractivité économique et démographique de ces villes, via un financement de 5 Mds €. La vitalité commerciale constitue un des axes principaux de ce plan d'action, accompagné d'objectifs sur la réhabilitation de l'habitat ou le développement de l'accessibilité. En Nouvelle-Aquitaine, sur les 22 villes retenues pour le programme Action Cœur de ville, 19 font partie des 36 villes de taille intermédiaire sélectionnées dans le cadre de cette publication.

2 En Nouvelle-Aquitaine, l'étalement urbain caractérisé par une importance moindre des pôles commerçants de centre-ville

Part des pôles commerçants de centre-ville dans le total des établissements de la ville, en 2015

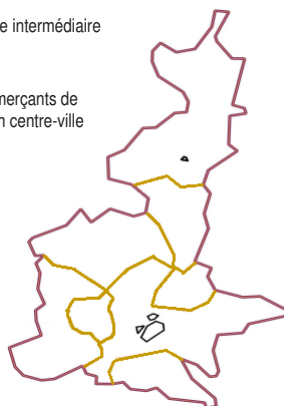


Source : Insee, Sirius, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirene géolocalisé

3 11 villes de taille intermédiaire sur 36 hébergent la moitié des pôles commerçants de proximité en Nouvelle-Aquitaine

Exemple d'emprise au sol des pôles commerçants de centre-ville dans une ville de taille intermédiaire, et répartition géographique de ces pôles

— Ville de taille intermédiaire
— Communes
— Pôles commerçants de proximité en centre-ville



Ville concernée	Nombre de pôles commerciaux de centre ville
La Rochelle	8
Angoulême, Poitiers	5
Capbreton, Royan	4
Agen, Dax, La-Teste-de-Buch - Arcachon, Périgueux, Rochefort, Villeneuve-sur-Lot	3
Bergerac, Biganos, Châtelleraut, Libourne, Mourenx, Oloron-Sainte-Marie, Thouars	2
Bressuire, Brive-la-Gaillarde, Cognac, Guéret, Langon, Marmande, Mont-de-Marsan, Niort, Orthez, Parthenay, Saint-André-de-Cubzac, Saint-Jean-d'Angély, Saint-Junien, Saint-Maixent-l'École, Saintes, Sarlat-la-Canéda, Tulle, Ussel	1
Ensemble de la Nouvelle-Aquitaine (36 villes)	76

Source : Insee, Sirius, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirene géolocalisé

secondaires. En moyenne, en Nouvelle-Aquitaine, le pôle principal regroupe 80 % des établissements du commerce de proximité en pôle : autant qu'en Bourgogne-Franche-Comté, plus qu'en Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie et Normandie avec 72 %, moins qu'en Pays de la Loire (84 %) et en région Centre-Val de Loire (89 %). Dans la région, ce poids varie de 50 % (Capbreton) à 92 % (Périgueux).

Les pôles principaux subissent davantage la baisse du nombre d'établissements que les pôles secondaires. Rochefort, Villeneuve-sur-Lot et Bergerac font toutefois exception avec une baisse plus forte au sein de leurs pôles secondaires qu'au sein du pôle principal.

La restauration est le seul secteur dont le nombre d'établissements augmente dans les pôles commerçants de centre-ville, les autres secteurs se développant plutôt en dehors.

Les activités des pôles principaux et secondaires : entre besoin de proximité et attractivité

Globalement, en centre-ville, le commerce d'équipement de la personne (composé de l'habillement de la tête au pied, des bijouteries, parfumeries et horlogeries, mais aussi des pharmacies, des magasins d'optique et d'orthopédie) est le plus fréquent (figure 4). Néanmoins, dans les seuls pôles secondaires, ce sont les commerces de bouche -restauration et détail alimentaire- qui sont les plus représentés.

Cette diversité résulte de stratégies d'implantation variables d'un commerce à l'autre : pour les uns, ce choix résulte d'un besoin de proximité plus fort avec la population résidente ; pour les autres, il s'agit de se regrouper afin de bénéficier de la consommation liée à la population de passage. Les commerces de détail alimentaire, la restauration et les services corporels sont particulièrement liés à des questions de proximité. Ces implantations sont liées à l'histoire et conditionnées par l'offre immobilière, par son coût, par la concurrence existante, et par l'affluence.

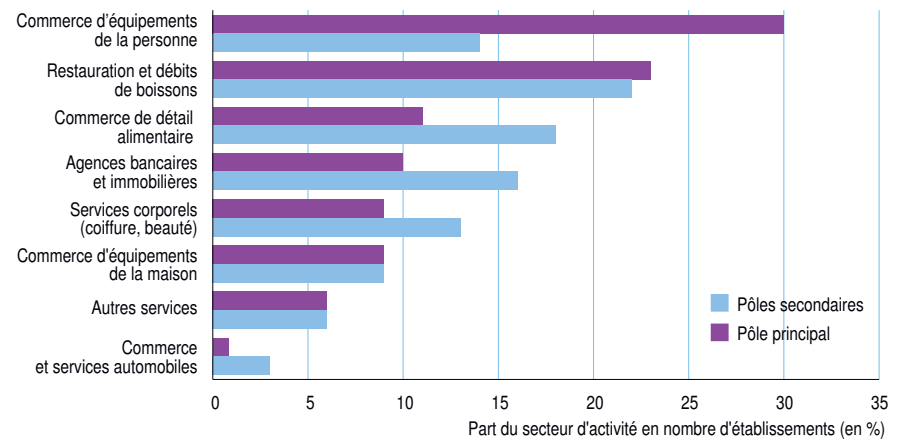
La taille du pôle contribue aussi à la répartition entre secteurs d'activité : plus les établissements sont nombreux, plus le secteur de l'équipement de la personne prend de l'importance. En effet, la rentabilité de certains commerces est directement liée à l'affluence générée par l'ensemble de l'offre commerciale.

Le commerce de proximité suit l'évolution de la population résidente et touristique

Les évolutions peuvent résulter de phénomènes qui se conjuguent ou non. Ainsi, une dynamique démographique négative, qui joue à la baisse sur les commerces de

4 L'équipement de la personne, activité la plus fréquente au cœur des pôles principaux

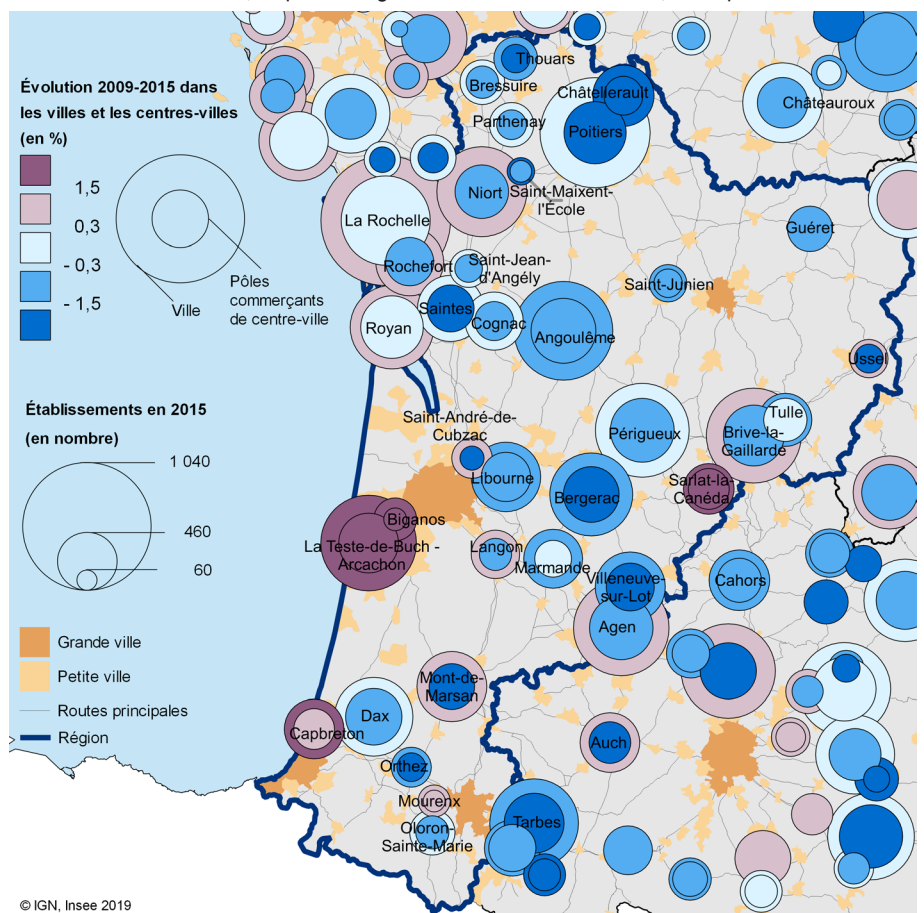
Répartition des établissements du commerce de proximité dans les pôles commerçants de centre-ville, dans les villes dotées de plusieurs pôles en Nouvelle-Aquitaine, en 2015



Source : Insee, Sirius, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirene géolocalisé

5 Commerce de proximité : Une baisse concentrée dans les seuls pôles commerçants de centre-ville, ou généralisée à l'ensemble de la ville

Évolution tendancielle du commerce de proximité dans les pôles commerçants de centre-ville, et dans l'ensemble de la ville, en pourcentage du nombre d'établissements, sur la période 2009-2015



© IGN, Insee 2019

Lecture : Le nombre de commerces de proximité, au sein des pôles commerçants de centre-ville, baisse dans les villes matérialisées par une cocarde bleue au centre. Cependant, à l'échelle de la ville, le nombre de commerces de proximité est stable (rond extérieur bleu clair), voire en croissance (rond extérieur violet clair et foncé). Trois villes connaissent une évolution inverse, c'est-à-dire une décroissance plus forte à l'échelle de la ville que dans les pôles commerçants de centre-ville : Marmande ; Saint-Maixent-l'École ; Tulle. Source : Insee, Sirius, CLAP, effectifs non-salariés, FARE, Sirene géolocalisé

proximité, peut être compensée par une attractivité touristique. Dans les villes de taille intermédiaire, le nombre de commerces de proximité recule ainsi lorsque la population dans la commune centre diminue (figure 5). En Nouvelle-Aquitaine, ce phénomène concerne surtout les villes de Mont-de-Marsan,

Thouars, Villeneuve-sur-Lot et Ussel mais aussi Châtelleraut, Guéret, Bergerac, Saintes, Orthez, Agen, Parthenay et Saint-Junien.

À l'inverse, la dynamique de Périgueux, Oloron-Sainte-Marie, Biganos, La-Teste-de-Buch - Arcachon et Capbreton conjugue augmentation de la population sur la commune

centre et hausse (ou stabilité) des commerces de proximité dans les pôles commerçants de centre-ville ; Poitiers et Saint-André-de-Cubzac font exception avec une population stable dans leur commune centre, mais un recul du commerce de proximité.

À Sarlat-la-Canéda, capitale du Périgord noir, le nombre de commerces de proximité dans les pôles commerçants de centre-ville est en

croissance malgré une démographie en recul, du fait de l'attractivité touristique. En effet, et de façon logique, les gains de commerce de proximité en centre-ville s'observent plus souvent dans les villes à forte attractivité touristique, et en particulier les mieux équipées en hébergement touristique. Sur le littoral, Capbreton et La-Teste-de-Buch - Arcachon sont typiques de cette situation.

Au-delà des évolutions démographiques et de l'attractivité touristique, d'autres facteurs non mesurés ici interviennent dans l'évolution des implantations de commerces de proximité. Ainsi, les logiques d'organisation commerciale basées sur la captation d'une clientèle parfois éloignée, ou la proximité d'autres villes qui peuvent exercer une forme de concurrence, jouent aussi un rôle important. ■

Méthodologie

Cette étude identifie et caractérise les polarités commerciales de centre-ville. L'absence de définition établie sur les délimitations des centres-villes a donc nécessité des travaux méthodologiques supplémentaires. Une des contributions de cette étude consiste à distinguer les polarités commerciales de centre-ville des autres.

L'identification des polarités commerciales résulte de la recherche de zones à forte densité de magasins du commerce de proximité. L'algorithme utilisé détecte des pôles lorsque 20 établissements ou plus sont contenus dans un voisinage d'un rayon de 200 m maximum. Diverses valeurs de paramètres ont été testées, pour aboutir à des résultats stables, et cohérents avec la connaissance locale des directions régionales de l'Insee.

Un pôle commercial est qualifié de « centre-ville » en fonction de ses caractéristiques et de son environnement :

- ses établissements doivent être de petite taille en moyenne ;
- il doit être contenu ou être très proche du centre de la commune ;
- il doit recouvrir une zone d'habitat conséquente.

Le choix des différents paramètres utilisés dans la caractérisation est susceptible de modifier marginalement les résultats, sans impacter les principaux messages de cette étude. Ils ont été déterminés en accord avec la connaissance fine du territoire des directions régionales de l'Insee.

Néanmoins, cette définition se base sur des critères statistiques nationaux et peut occasionnellement ne pas bien recouvrir des disparités régionales ou locales complexes à intégrer (notamment topographiques).

Définitions

Les **villes de taille intermédiaire** sont des unités urbaines, c'est-à-dire des agrégations de communes sur un critère de continuité du bâti. Elles occupent le centre ou les couronnes périurbaines des moyennes ou grandes aires urbaines, ainsi que les unités urbaines situées dans les couronnes périurbaines de ces moyennes ou grandes aires urbaines, dès lors qu'elles offrent plus de 5 000 emplois. Les unités urbaines de plus de 150 000 habitants, notamment Bayonne, Bordeaux, Limoges et Pau sont expressément exclues du champ de l'étude.

Le **commerce de proximité** est défini par un ensemble d'activités économiques répondant à des actes de consommation de la vie courante. Il regroupe des activités relevant du commerce d'équipements de la maison (équipement du foyer, livres, jouets, meubles, fleuristes, etc.), du commerce d'équipements de la personne (habillement, chaussure, optique, pharmacie), du commerce et services automobiles, du commerce et de l'artisanat de détail alimentaire (boulangeries, supérettes, supermarchés, charcuteries, etc.), de la restauration et des débits de boissons, des services corporels (coiffure, beauté), des agences bancaires et immobilières et autres services (auto-écoles, blanchisseries, cordonniers, agences de voyage, services funéraires, photographes, etc.).

Un **pôle commerçant** est un groupe de 20 établissements ou plus et séparés de moins de 200 mètres. Un pôle commerçant est qualifié de « centre-ville » en fonction de ses caractéristiques et de son environnement : ses établissements doivent être de petite taille en moyenne, proches du centre de la commune, et coïncider avec une zone d'habitat.

L'**évolution tendancielle** correspond au pourcentage d'évolution annuel, après lissage par régression linéaire. Ce lissage permet de s'affranchir de certaines observations localement bruitées.

Insee Nouvelle-Aquitaine

5, rue Sainte-Catherine
BP 557 - 86020 Poitiers Cedex

Directrice de la publication :

Fabienne Le Hellaye

Rédactrice en chef :

Anne Maurellet

Mise en page :

Agence Elixir, Besançon
ISSN : 2492-6876

© Insee 2019

Pour en savoir plus

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

