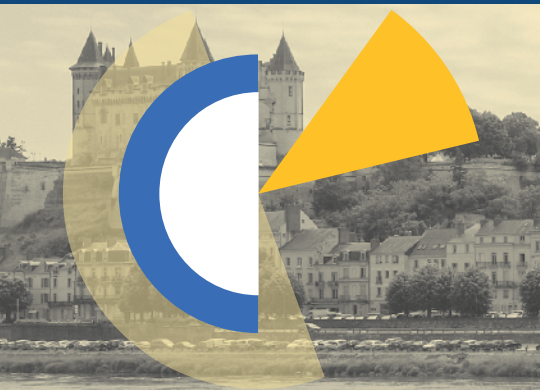


# De 2009 à 2015, le commerce de centre-ville résiste

Insee Analyses Pays de la Loire • n° 91 • Juillet 2021

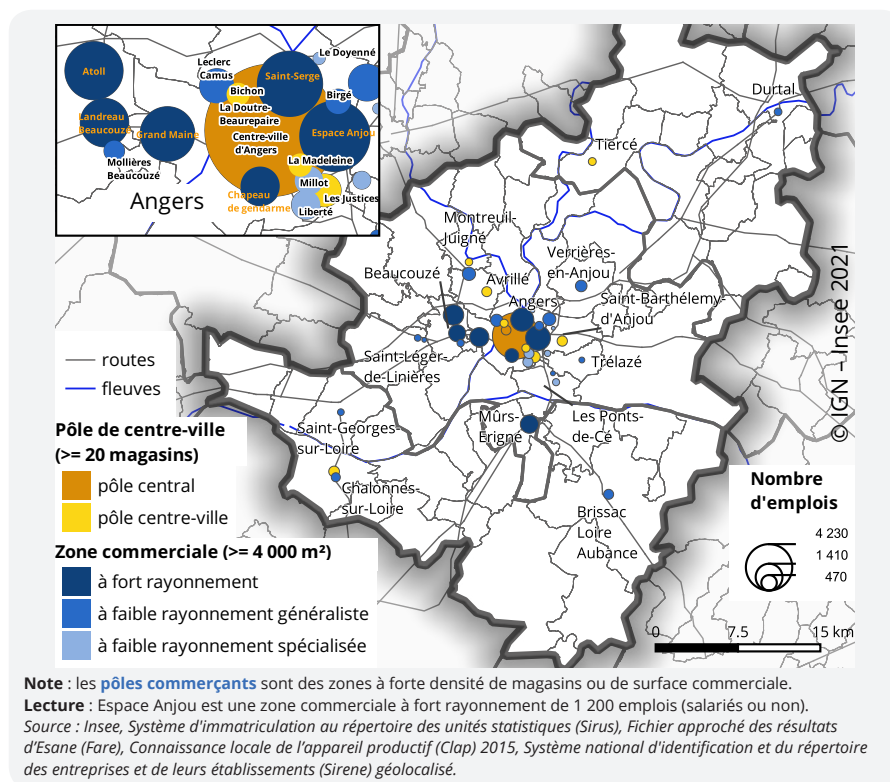


Le commerce de proximité du Pôle métropolitain Loire Angers regroupe 20 000 emplois répartis dans 3 600 points de vente. Il est dynamique sur la période 2009-2015. En centre-ville, il résiste mieux que dans des territoires comparables, favorisé par l'accroissement de la population du territoire et l'essor des bars et restaurants. Certains secteurs perdent néanmoins des salariés. En dehors des centres-villes, les zones commerciales progressent vivement, ce qui s'explique surtout par la création d'un centre commercial de grande taille.

Ces dernières décennies, le **commerce de proximité** se redéploie fortement. Une partie des commerces s'implante dans des zones commerciales hors des centres-villes pour de multiples raisons : surfaces de vente plus grandes, meilleure accessibilité pour la clientèle, synergie avec une grande surface alimentaire notamment. Le risque de dévitalisation que cela génère en centre-ville est en outre accentué par les nouvelles tendances de consommation comme le service de retrait et le commerce en ligne. Au niveau national, des programmes de revitalisation comme « Action cœur de ville » ou « Petites villes de demain » émergent pour contrer cette tendance.

Sur le territoire du Pôle métropolitain Loire Angers, la révision du schéma de cohérence territorial (SCoT) et l'élaboration de son document d'aménagement commercial sont l'occasion de proposer de meilleurs équilibres entre centralités et périphéries. Pour prendre la mesure des dynamiques locales, la situation du territoire est mise en regard d'un **référentiel de comparaison**. Ces constats mériteront d'être questionnés au regard des évolutions récentes.

## ► 1. Emplois des pôles commerçants du territoire angevin en 2015



En partenariat avec :



Cette étude est issue d'un partenariat entre l'Insee des Pays de la Loire et l'Agence d'urbanisme de la région angevine sur le territoire du Pôle métropolitain Loire Angers.

## 20 000 emplois dans le commerce de proximité

Fin 2015, dans le Pôle métropolitain Loire Angers, le commerce de proximité représente 20 000 emplois, salariés ou non, répartis dans 3 600 points de vente réellement actifs. Une majorité est concentrée au sein d'espaces où la densité en commerces est élevée, nommés **pôles commerçants**. Les magasins sont toutefois un peu moins concentrés spatialement que dans d'autres territoires comparables : 58 % font partie d'un pôle commerçant, contre 65 % dans le référentiel.

Parmi les 42 pôles commerçants détectés sur le territoire, 11 sont des **pôles de centre-ville** (d'au moins 20 commerces), au sein desquels le **pôle central** d'Angers occupe une place prépondérante ► **figure 1**. Une trentaine d'autres pôles constituent des **zones commerciales**. Souvent dotées de grandes surfaces de vente et de stationnement, leur rayonnement et leur niveau de spécialisation sectorielle sont très variables. Sur le territoire, les zones commerciales représentent un tiers des magasins du commerce de proximité, mais six emplois sur dix et huit mètres carrés (m<sup>2</sup>) commerciaux sur dix ► **encadré**.

## Résistance de l'emploi salarié dans les pôles de centre-ville

Dans le Pôle métropolitain Loire Angers, alors que l'emploi salarié du secteur marchand diminue légèrement sur la période 2009-2015 (- 1 %), le commerce de proximité parvient à progresser de 6 %, et atteint même + 9 % dans ses pôles commerçants. L'évolution est toutefois différenciée entre les pôles de centre-ville et les zones commerciales ► **figure 2**.

Les pôles de centre-ville sont relativement stables : le nombre de points de vente augmente de 1 % mais le nombre de salariés baisse modérément de 2 %, en raison d'une baisse du nombre moyen de salarié par magasin. Le pôle central d'Angers résiste un peu moins bien que la moyenne des pôles de centre-ville du territoire, et perd 4 % de salariés. Le nombre de points de vente y reste cependant stable. Les évolutions sont contrastées parmi les autres pôles de centre-ville. Par exemple, le pôle commerçant du centre-ville de Chalonnes-sur-Loire perd des salariés (- 8 %) au profit de la zone commerciale située non loin, dans un contexte de faible progression du nombre d'habitants de la commune (+ 1 % sur la même période). *A contrario*, dans le voisinage

## ► Caractéristiques des pôles commerçants du Pôle métropolitain Loire Angers (PMLA)

Le pôle central d'Angers concentre davantage de magasins que les pôles centraux des villes comparables : 50 % contre 39 %. Il concentre aussi une part plus élevée d'emplois. Par ailleurs, les petites surfaces commerciales sont plus présentes, puisque 41 % de ses magasins ont une surface de moins de 50 m<sup>2</sup>, soit 5 points de plus que dans le référentiel. Enfin, le centre-ville d'Angers se caractérise par davantage de commerces tenus par des indépendants (57 % contre 51 % dans les pôles centraux des villes du référentiel).

Le territoire se caractérise aussi par un poids plus fort des zones commerciales à fort rayonnement. Le territoire en compte sept, contre quatre en moyenne dans le référentiel. Elles totalisent 50 % de la surface commerciale totale des pôles commerçants du territoire, soit 12 points de plus que dans le référentiel, et ce malgré une surface commerciale moyenne par pôle plus réduite. Ce poids plus marqué se manifeste aussi dans les emplois (38 % contre 31 %).

## ► Répartition des établissements, emplois et surface des pôles commerçants en 2015

	Établissements		Emplois (salariés et non-salariés)		Surface commerciale	
	PMLA	Référentiel	PMLA	Référentiel	PMLA	Référentiel
<b>Pôles de centre-ville</b>	<b>66</b>	<b>67</b>	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>21</b>	<b>27</b>
<i>dont pôle central</i>	50	39	31	26	16	17
<b>Zones commerciales</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>59</b>	<b>57</b>	<b>79</b>	<b>73</b>
<i>dont à fort rayonnement</i>	22	18	38	31	50	38
<i>dont à faible rayonnement généralistes</i>	9	11	16	18	20	23
<i>dont à faible rayonnement spécialisées</i>	3	4	5	8	9	12
<b>Ensemble des pôles commerçants</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : Insee, Sirius, Fare, Clap 2015, Sirene géolocalisé, Cotisation foncière des entreprises (CFE).

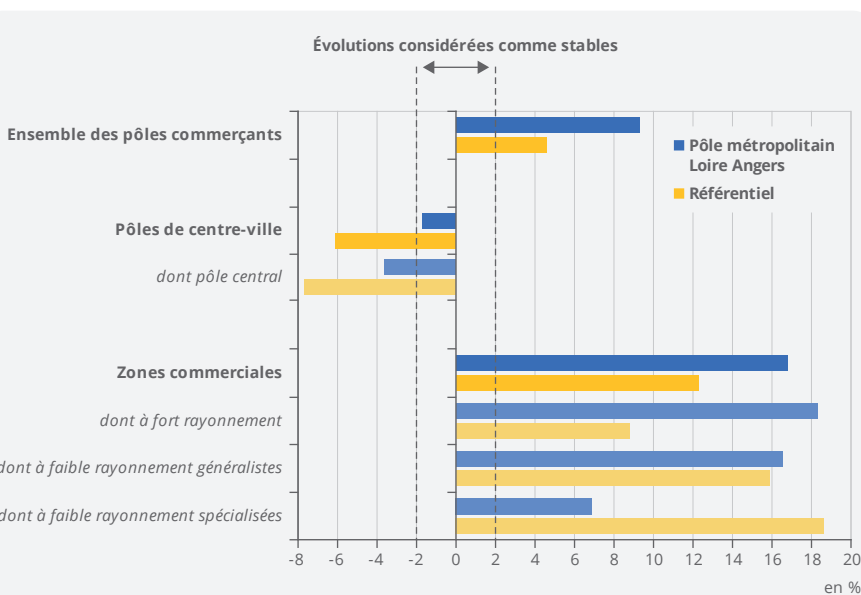
d'Angers, d'autres pôles de centre-ville se développent, comme celui d'Avrillé (+ 3 % de salariés), porté par l'essor démographique de la commune sur la même période (+ 8 %).

Les pôles de centre-ville du Pôle métropolitain Loire Angers résistent davantage à la déprise que ceux du référentiel. En effet, dans ces derniers, le nombre de points de vente recule de 2 % entre 2009 et 2015, et le nombre de salariés de 6 %. Cette meilleure résistance peut s'expliquer par une

demande plus soutenue. En effet, sur la même période, la population totale du territoire augmente deux fois plus rapidement que celle du référentiel : + 4 % contre + 2 %.

Par ailleurs, la pérennité des établissements est similaire dans le territoire et le référentiel : parmi les magasins de proximité de centre-ville actifs en 2009, un sur deux survit encore en 2015. Ce ratio se vérifie en particulier dans le pôle central d'Angers, où 520 établissements sont continuellement actifs sur la période.

## ► 2. Évolution 2009-2015 de l'emploi salarié par type de pôle commerçant



**Lecture** : entre 2009 et 2015, l'emploi salarié augmente de 9 % sur l'ensemble des pôles commerçants du Pôle métropolitain Loire Angers, contre + 5 % pour les pôles commerçants du référentiel.

Source : Insee, Sirius, Fare, Clap 2009 à 2015, Sirene géolocalisé.

## Forte hausse de l'emploi salarié dans les zones commerciales

Entre 2009 et 2015, le nombre de salariés progresse beaucoup dans les zones commerciales : + 1 200 salariés sur l'ensemble de la période. La hausse atteint 18 % dans les zones commerciales à fort rayonnement (d'au moins 40 établissements) et 17 % dans les zones commerciales à faible rayonnement généralistes. La progression est moindre dans les zones commerciales à faible rayonnement spécialisées (+ 7 %). Fin 2015, les zones commerciales à fort rayonnement représentent 38 % des salariés des pôles du territoire angevin. La sortie de terre de l'Atoll, dans la commune de Beaucouzé en 2012, explique à elle seule 80 % de l'essor global de l'emploi salarié dans les zones commerciales. Avec ses 70 000 m<sup>2</sup> commerciaux et ses 480 emplois en 2015, cette vaste zone est la plus grande surface commerciale du Pôle métropolitain Loire Angers. Cependant, depuis 2015, la dynamique de l'emploi de ce pôle est enrayée par plusieurs fermetures récentes de grandes enseignes.

Comme en centre-ville, les zones commerciales ont des tendances différenciées. Cela s'explique en partie par des déménagements d'enseignes d'une zone à une autre. Certaines zones commerciales à fort rayonnement perdent des salariés, comme Grand Maine (- 12 %), et d'autres sont stables, comme à Mûrs-Érigné. Plusieurs zones commerciales à faible rayonnement généralistes se développent et gagnent des salariés, comme celles de la Romanerie à Saint-Barthélémy-d'Anjou et de Brissac.

La forte croissance des zones commerciales renforce encore leur poids dans le commerce de proximité. Fin 2015, elles représentent 59 % des emplois polarisés du commerce de proximité, soit 4 points de plus qu'en 2009, au détriment des pôles de centre-ville.

La dynamique de créations et extensions de zones commerciales est également présente dans les villes du référentiel mais dans une moindre mesure. L'emploi salarié des zones commerciales du territoire angevin augmente de 17 %, contre 12 % dans celles du référentiel. Le dynamisme est notamment plus élevé pour les zones commerciales à fort rayonnement et à faible rayonnement généralistes. Seules les zones commerciales à faible rayonnement spécialisées ont un rythme de croissance plus faible (+ 7 % contre + 19 %). Dans les zones commerciales du territoire angevin, la pérennité des magasins est du même ordre que dans le référentiel : deux tiers des magasins présents en 2009

sont toujours actifs en 2015. La pérennité y est supérieure aux magasins de centre-ville. En effet, les grandes surfaces, en particulier alimentaires, surreprésentées dans les zones commerciales, sont *a priori* moins vulnérables que les établissements de centre-ville, où les petits commerces tenus par des indépendants sont plus présents.

## Bars et restaurants soutiennent les pôles de centre-ville

En centre-ville, entre 2009 et 2015, la dynamique est très favorable pour les restaurants et débits de boissons (+ 12 % d'établissements), ce qui entraîne une hausse de 14 % de salariés dans ce secteur ► **figure 3**. Cet essor est plus élevé que dans le référentiel (+ 5 % de salariés). Les bars et restaurants tiennent une place prépondérante dans le paysage des centres-villes. Ce constat est également partagé au niveau national, où l'emploi salarié dans la restauration, qu'elle soit traditionnelle ou rapide, s'est fortement développé depuis le milieu des années 2000. En 2015, sur le territoire, le secteur devient le premier employeur du commerce de proximité de centre-ville. Il représente 23 % des salariés en 2015, contre 19 % en 2009. La restauration rapide joue en particulier un rôle moteur au cours de cette période, avec un rythme de croissance plus rapide que la restauration traditionnelle. À partir du printemps 2020, la situation sanitaire liée à la pandémie de Covid-19 impose de longues périodes d'interruption d'activité pour une grande partie de ces établissements. Cette situation interroge

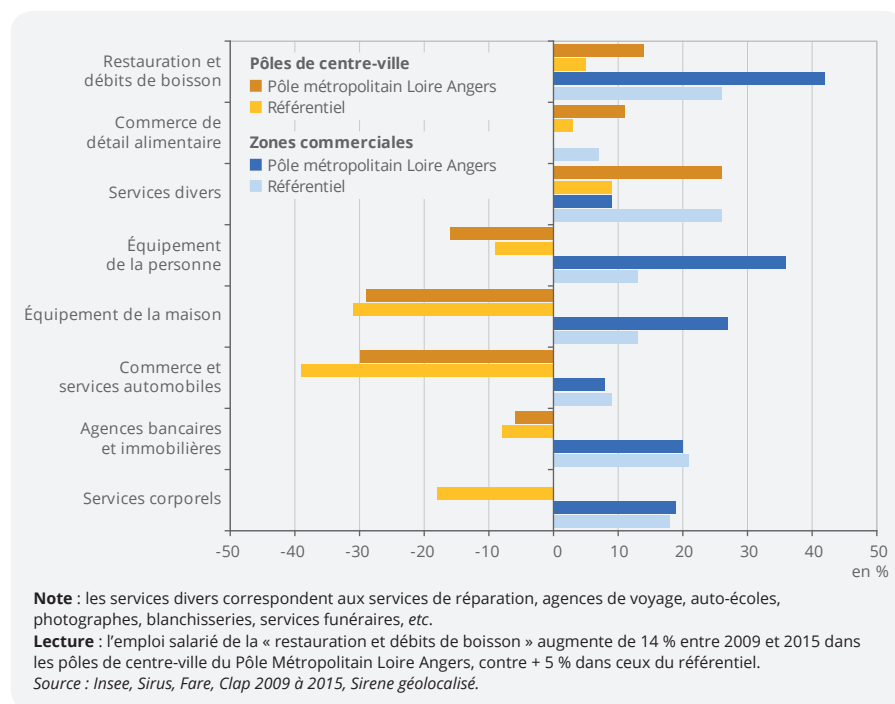
sur la capacité du secteur à conserver sa place et sa dynamique. Les commerces de détail alimentaire tirent également à la hausse l'emploi salarié des pôles de centre-ville (+ 10 %). Prenant plutôt la forme d'une multitude de petits magasins, ils représentent 19 % des salariés fin 2015, soit 2 points de plus qu'en 2009. Cette progression est trois fois supérieure à celle du référentiel.

Cependant, ces secteurs dynamiques ne compensent pas intégralement les pertes salariées d'autres types de commerces de centre-ville. En effet, les activités d'équipement se déplacent vers la périphérie. Le secteur d'équipement de la maison (sports, bricolage, jardinage, etc.) marque un réel déclin en centre-ville avec - 29 % de salariés entre 2009 et 2015. Le poids du secteur passe de 12 % à 9 % des salariés.

Les commerces d'équipement de la personne (prêt-à-porter, bijouteries, maroquinerie, parfumeries, etc.) suivent le même chemin et perdent aussi une partie de leurs salariés (- 16 %). Historiquement situées plutôt en centre-ville, ces boutiques ne sont plus le premier employeur des pôles de centre-ville et représentent un salarié sur cinq en 2015 contre un sur quatre en 2009. Cette fois, la situation est plus défavorable que dans le référentiel : ce secteur a décroché de 7 points supplémentaires.

Les services corporels (coiffure, beauté) se maintiennent alors qu'ils régressent dans le référentiel. Les autres services divers (auto-école, réparation, location, etc.) sont nettement plus dynamiques que dans le

### ► 3. Évolution 2009-2015 des emplois salariés par type d'activité



référentiel. Ces deux derniers secteurs pèsent cependant moins lourd dans le commerce de centre-ville, ne représentant chacun que 6 % des salariés.

## L'équipement et la restauration en tête dans les zones commerciales

Dans les zones commerciales, le nombre de salariés augmente ou est stable dans tous les secteurs. Trois secteurs sur huit sont en très forte croissance : la restauration, l'équipement de la personne, et l'équipement de la maison. Leur vitalité est beaucoup plus marquée que dans le référentiel. Les restaurants et débits de boisson sont de nouveau les plus dynamiques avec une hausse de 42 %

des salariés entre 2009 et 2015, contre + 26 % dans le référentiel. Le poids de ce secteur, de 13 %, est bien plus modeste qu'en centre-ville, mais est en hausse de 3 points.

Dans le Pôle métropolitain Loire Angers, l'équipement est aussi très dynamique : le nombre de salariés progresse de 36 % dans l'équipement de la personne et de 27 % dans l'équipement de la maison. Cette croissance est deux fois plus forte que dans le référentiel. L'ouverture de l'Atoll, orienté sur l'équipement et la restauration, explique en grande partie cet écart. Pris dans leur ensemble, ces deux secteurs étaient déjà très présents dans les zones commerciales en 2009, mais leur poids est encore renforcé, passant de 31 % à 35 %. L'équipement emploie autant de

salariés que le commerce alimentaire dans les zones commerciales.

À l'inverse, le commerce alimentaire, fortement présent dans les zones commerciales est stable, alors qu'il augmente dans le référentiel. Essentiellement composé de grandes surfaces, ce secteur voit son poids passer de 40 % à 34 % des salariés des zones commerciales, rejoignant ainsi le niveau du référentiel. ●

Maëlle Fontaine, Ophélie Kaiser (Insee)



Retrouvez plus de données en téléchargement sur [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

### ► Définitions

Le **commerce de proximité** répond aux actes de consommation de la vie courante : équipement de la maison (équipement du foyer, livres, jouets, meubles, fleuristes, etc.), équipement de la personne (habillement, chaussure, optique, pharmacie), commerce et services automobiles, commerce de détail alimentaire (boulangeries, charcuteries, supérettes, supermarchés, hypermarchés, etc.), restauration et débits de boissons, services corporels (coiffure, beauté), agences bancaires et immobilières et autres services (auto-écoles, blanchisseries, cordonneries, agences de voyage, services funéraires, photographes, etc.).

Les **pôles commerçants** sont identifiés par la recherche de zones à forte densité de magasins ou de surface commerciale. Parmi eux :

- les **pôles de centre-ville** sont des zones de 20 commerces ou plus situés dans un voisinage de 200 mètres maximum, et dans un tissu urbain dense. Parmi eux, le **pôle central** correspond au(x) pôle(s) situé(s) au cœur de la ville principale du SCoT. Les autres pôles identifiés par cette méthode ne recouvrent pas la totalité des centres-bourgs du territoire.
- hors centre-ville, les pôles sont appelés **zones commerciales**. Ce sont des zones où les commerces sont situés dans un voisinage de 250 mètres maximum et totalisent au moins 4 000 m<sup>2</sup> commerciaux. Parmi eux, on distingue : les zones commerciales à **fort rayonnement** (40 établissements commerciaux ou plus), celles à **faible rayonnement spécialisées** (moins de 40 établissements et où une classe d'activité représente plus de la moitié des emplois), et celles à **faible rayonnement généralistes** (les autres).

Afin d'être à méthode comparable d'une ville à l'autre, la détection des polarités commerçantes est réalisée de façon automatique sur l'ensemble du territoire national grâce à l'algorithme DBScan.

Le **Pôle métropolitain Loire Angers** est composé de la Communauté urbaine Angers Loire Métropole et des deux Communautés de communes Loire Layon Aubance et Anjou Loir et Sarthe. Il élabore le SCoT, qui comprend un volet spécifique d'encadrement de l'aménagement commercial : le Document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC).

Le **référentiel de comparaison** choisi dans cette étude est un ensemble de six territoires de SCoT dont le nombre d'habitants et le poids de la ville-centre sont comparables à ceux du Pôle métropolitain Loire Angers : SCoT du Pays du Mans, SCoTam (Metz), SCoT de l'agglomération tourangelle, Grand Reims, SCoT du Dijonnais, SCoT du Pays de Brest.

Les **évolutions** entre 2009 et 2015 sont calculées à périmètre de polarité commerciale constant (celui de 2015). Elles sont lissées pour limiter l'impact de points atypiques.

### ► Sources

Les données proviennent du répertoire Sirene géolocalisé des unités légales et des établissements, du répertoire statistique Sirius, des statistiques annuelles d'entreprises (données fiscales et enquêtes), de données Clap sur les effectifs salariés, des recensements de la population 2010 et 2016 pour les informations socio-démographiques, ainsi que de la source Cotisation foncière des entreprises (CFE).

### ► Pour en savoir plus

- **Bédué M. et Cohen C.**, Le commerce de proximité : des pôles plus florissants en périphérie qu'en centre-ville, *Insee Première*, n° 1858, mai 2021.
- **Besnard S. et Rocheteau M.**, Recul du commerce dans la plupart des centres des villes de taille intermédiaire, *Insee Flash Pays de la Loire*, n° 96, novembre 2019.
- **Cazaubiel A. et 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. et Trevien C.**, Le commerce de centre-ville : une vitalité souvent limitée aux grandes villes et aux zones touristiques, *Les entreprises en France, Insee Références*, 2016.

