

Le commerce dans le Grand Est s'organise autour de 700 pôles commerciaux

Insee Analyses Grand Est • n° 136 • Décembre 2021



En 2015 dans le Grand Est, près de 700 pôles commerciaux regroupent 70 % de la surface et des emplois du commerce de proximité de la région. Ces pôles sont définis par une concentration importante de boutiques ou de surfaces commerciales dans un espace géographique restreint. Ils sont plus présents et plus grands dans les communes urbaines, qui regroupent près de huit emplois du commerce de la région sur dix. Majoritaires, les pôles de périphérie sont en moyenne plus grands en termes de surface commerciale que ceux de centre-ville, mais moins denses en emplois et en établissements. Le commerce de détail alimentaire est le secteur le plus pourvoyeur d'emplois commerciaux de proximité.

Le **commerce** correspond ici à un ensemble d'activités économiques répondant à des actes de consommation de la vie courante : alimentaire, prêt-à-porter, mais aussi restaurants, banques ou pharmacies... Dans le Grand Est en 2015, il représente 53 200 établissements, 288 600 emplois et une surface commerciale totale de plus de 14 km².

Les 700 pôles commerciaux du Grand Est : 70 % des emplois et de la surface de l'ensemble des commerces

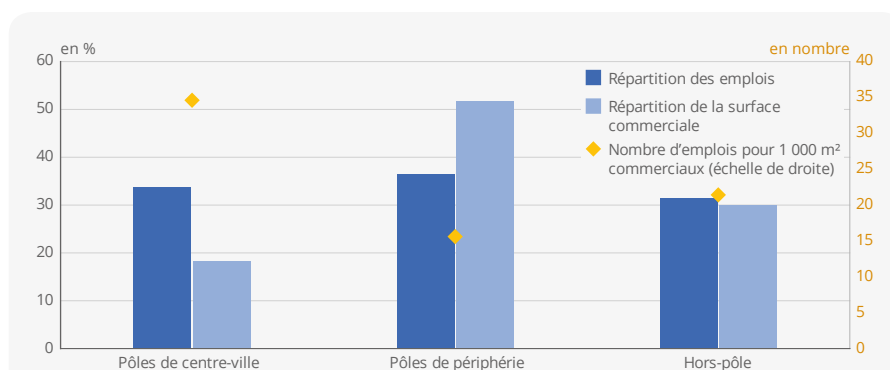
Un pôle commercial se caractérise par une concentration géographique importante de points de vente (centre-ville) ou de surfaces commerciales (périphérie) ► **méthodologie**. En 2015 dans le Grand Est, on dénombre 700 pôles commerciaux, dont les deux tiers sont des pôles de périphérie. Les grandes agglomérations peuvent regrouper plusieurs pôles de centre-ville ou de périphérie, tandis que dans certaines intercommunalités plus rurales, le nombre de points de vente (ou de m² commerciaux) situés à proximité les uns

des autres n'est pas suffisant pour être comptabilisé comme un pôle commercial. Ainsi, 41 intercommunalités de la région sur 149 ne comptent aucun pôle de centre-ville (33 ne comptent aucun pôle), tandis que les 10 EPCI (établissements publics de coopération intercommunale) des villes de Strasbourg, Nancy, Metz, Thionville, Colmar, Mulhouse, Reims, Troyes, Charleville-Mézières et Épinal

concentrent 38 % de l'ensemble des pôles commerciaux.

En 2015, que ce soit en termes de nombre d'établissements, d'emplois ou de surface, les pôles commerciaux représentent 70 % du commerce de la région, les 30 % restants étant situés hors des pôles (commerce « diffus »). Parmi eux, les pôles de centre-ville regroupent 41 % des établissements du

► 1. Répartition de l'emploi et de la surface commerciale en 2015 dans le Grand Est



Lecture : 31 % des emplois du commerce du Grand Est sont situés hors des pôles, ainsi que 30 % de la surface commerciale de la région. Cela représente 21 emplois pour 1 000 m² commerciaux.

Sources : Insee, Sirius, Fare, Clap 2015, Sirene géolocalisé, Filosofi, CFE, Tascom ; DGFiP-Cnaf-Cnav-CCMSA.

En partenariat avec :



Cette étude a été réalisée dans le cadre d'un partenariat entre l'Insee et la Direction régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (Dreal) du Grand Est.

commerce, 32 % des emplois mais moins de 20 % de la surface commerciale

► **figure 1.** Avec la présence de grandes surfaces alimentaires et de magasins d'équipement de la maison, la majorité de la surface commerciale est en effet située dans les pôles de périphérie. Ceux-ci représentent 50 % de la surface commerciale régionale, pour seulement 17 % des établissements et 37 % des emplois commerciaux. Ainsi, les pôles de centre-ville concentrent plus d'emplois par m² commercial que les pôles de périphérie (34 pour 1 000 m², contre 15 pour 1 000 m²).

En moyenne, les pôles de centre-ville de la région comptent environ 100 établissements, 410 emplois et 12 200 m² commerciaux. Les pôles de périphérie comptent nettement moins de magasins et d'emplois mais davantage de surface (en moyenne respectivement 20 établissements, 230 emplois et 15 700 m² commerciaux). Qu'ils soient situés en centre-ville ou en périphérie, les pôles commerciaux de la région ont en moyenne une taille similaire à ceux de l'ensemble de la province en nombre de commerces et d'emploi, mais sont un peu plus grands en termes de surface.

Les communes urbaines rassemblent huit emplois commerciaux sur dix

En moyenne dans le Grand Est, on compte un peu plus de 50 emplois et 2 500 m² commerciaux pour 1 000 habitants, soit autant qu'en France de province. Mais ces densités commerciales varient fortement selon les territoires, en particulier leur caractère **urbain ou rural**.

Avec près de 70 emplois et 3 300 m² commerciaux pour 1 000 habitants, les **communes urbaines** sont celles où les densités commerciales sont les plus élevées ► **figures 2a et 2b.** Les pôles de centre-ville comme de périphérie y sont de plus grande taille (que ce soit en termes de nombre de magasins, d'emplois et de surface).

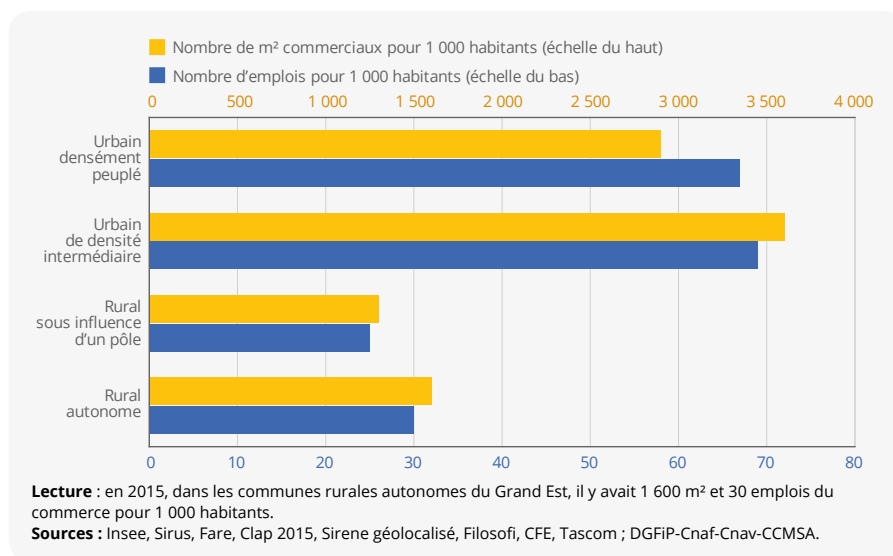
Ces communes rassemblent huit emplois commerciaux sur dix de la région (et même neuf emplois sur dix situés dans des pôles commerciaux) pour six habitants sur dix. Dans les communes urbaines les plus densément peuplées, près de la moitié des emplois commerciaux sont implantés dans un pôle de centre-ville ► **figure 3.** À l'inverse, dans les communes urbaines de densité intermédiaire, les densités commerciales sont les plus fortes en périphérie, et plus de quatre emplois commerciaux sur dix sont implantés dans ce type de pôle.

Les communes rurales périurbaines : les moins bien dotées en commerces de centre-ville

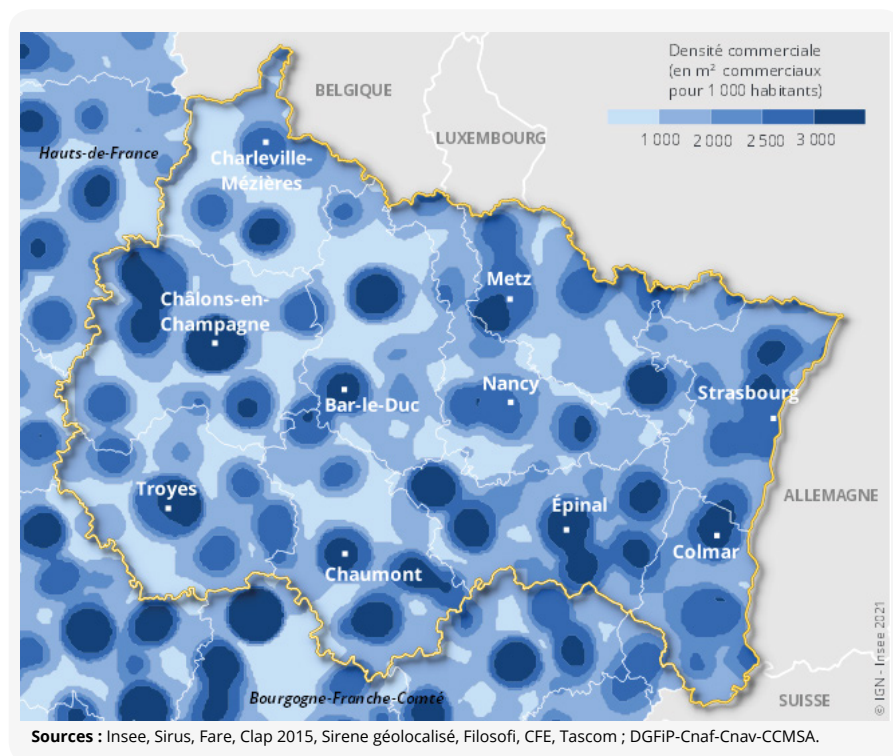
Les **communes rurales** sont les moins bien dotées en commerces au regard du nombre d'habitants (avec moins de 30 emplois et 1 500 m² commerciaux pour 1 000 habitants). Les pôles commerciaux y sont plus rares : dans ces communes, plus de six emplois commerciaux sur dix sont situés hors d'un pôle commercial. En particulier, les communes **rurales périurbaines** (situées dans une **aire**

d'attraction des villes de plus de 50 000 habitants) pâtissent d'une moindre densité commerciale en centre-ville. Ces communes sont celles où la part des emplois du commerce situés en pôle de centre-ville est la plus faible (moins d'un emploi sur dix). Cela s'explique sans doute par la concurrence que peut exercer la grande ville la plus proche mais aussi par la forte proportion d'actifs qui vont y travailler et qui réalisent leurs achats à proximité de leur lieu de travail. Bien que toujours faible, la densité commerciale est légèrement plus

► 2a. Densités commerciales selon le type de commune en 2015 dans le Grand Est



► 2b. Densité commerciale en 2015 dans le Grand Est

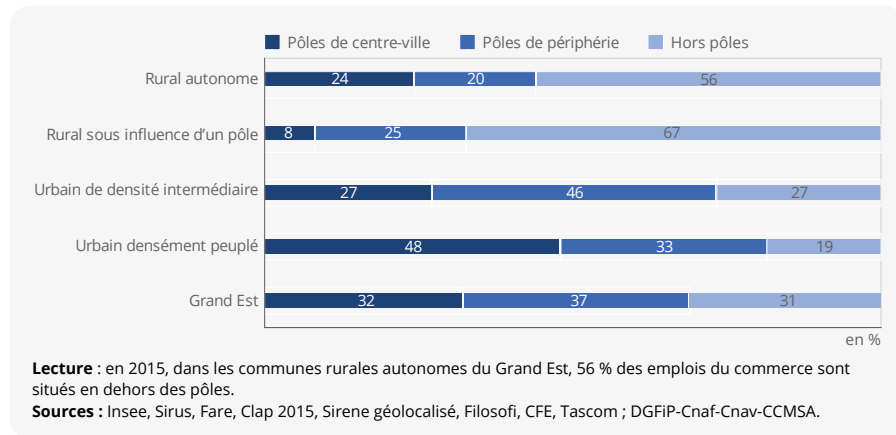


élevée dans les pôles de centre-ville des **communes rurales autonomes**, plus éloignées des grandes villes. À l'échelle des EPCI, la densité commerciale n'est donc pas proportionnelle à la densité de

population. Certains EPCI périurbains ou situés à proximité du Luxembourg, pourtant densément peuplés, ont une densité commerciale faible, tandis que quelques intercommunalités rurales, dans les Vosges par exemple,

présentent des densités commerciales relativement fortes. Par ailleurs, les métropoles les plus densément peuplées, telles que celles de Strasbourg, Nancy, Metz et Mulhouse ne sont pas celles où les densités commerciales sont les plus élevées. Des EPCI tels que ceux de Verdun, Langres, Châlons-en-Champagne, présentent des densités commerciales plus importantes au regard de leur densité de population.

► 3. Répartition de l'emploi du commerce dans les différents types de pôles en fonction du type de commune en 2015 dans le Grand Est



Le commerce de détail alimentaire : trois emplois commerciaux sur dix

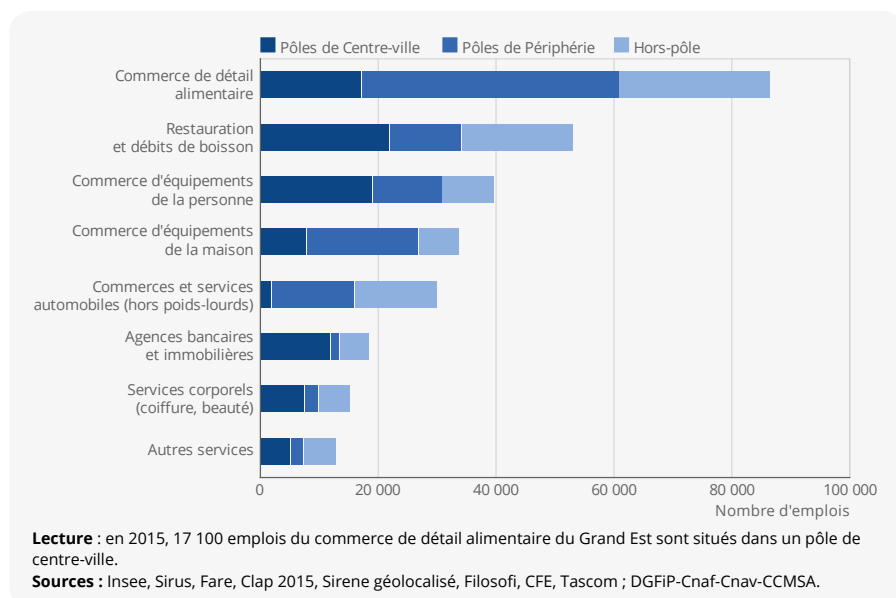
Le commerce de détail alimentaire est le secteur le plus pourvoyeur d'emplois (trois emplois commerciaux sur dix) ► **figure 4**. Il représente plus de quatre emplois commerciaux sur dix dans 47 EPCI de la région (sur 149), presque tous ruraux, et où le commerce représente un nombre d'emplois limité. La restauration et les débits de boissons se placent en deuxième position, avec 18 % des emplois commerciaux. La part de ce secteur est particulièrement élevée dans les EPCI touristiques, notamment en Alsace (elle dépasse 30 % dans ceux de Rouffach, Ribeauvillé, Kaysersberg) ainsi que dans les grandes agglomérations (plus de 20 % dans les EPCI de Reims, Nancy, Metz, Strasbourg, Colmar).

En lien avec la présence de pôles de périphérie, le commerce d'équipement de la maison est surreprésenté dans les EPCI des grandes agglomérations ou alentour. Dans ces derniers, la part du commerce d'équipement de la personne est également souvent élevée. Elle est particulièrement importante à Troyes Champagne Métropole (20 % des emplois commerciaux), où sont implantés de nombreux magasins d'usine, et dans la communauté de communes du Pays Rhénan (22,5 %) avec la présence du village de marques de Roppenheim. Les EPCI où se situent des stations thermales présentent un poids plus élevé que la moyenne des services corporels (atteignant par exemple 20 % dans la communauté de communes Orne et Moselle avec Amnéville, 12 % dans celle de Terre d'Eau dans les Vosges avec Vittel et Contrexéville).

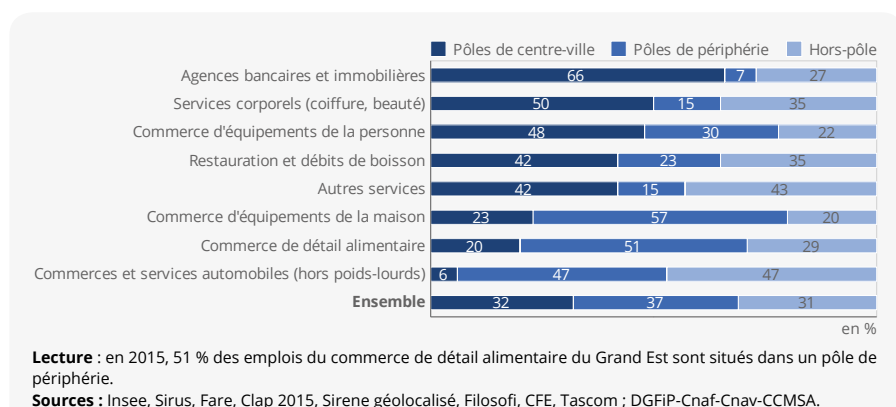
Enfin, le poids des agences bancaires et immobilières dans l'emploi commercial dépasse 10 % dans certaines communautés de communes proches de la frontière luxembourgeoise (Cœur du Pays Haut, Pays Haut Val d'Alzette et Cattenom et environs) et est également important dans plusieurs EPCI alsaciens autour de Sélestat et Colmar.

À l'échelle régionale, la répartition sectorielle des emplois du commerce est similaire à celle de l'ensemble de la province.

► 4. Nombre d'emplois du commerce dans les différents types de pôles en fonction du secteur d'activité en 2015 dans le Grand Est



► 5. Répartition de l'emploi du commerce dans les différents types de pôles en fonction du secteur d'activité en 2015 dans le Grand Est



Alimentaire et équipement de la maison en périphérie, restauration en centre-ville

Les lieux d'implantation diffèrent selon les secteurs d'activité. Dans les secteurs de la restauration et débits de boissons, de l'équipement de la personne, des services corporels et des agences bancaires et immobilières, l'emploi est en grande partie implanté en pôle de centre-ville ► **figure 5**,

contrairement aux secteurs de l'équipement de la maison et du détail alimentaire, dont les emplois sont plutôt situés en périphérie. Ce dernier représente d'ailleurs près de 40 % des emplois des pôles de périphérie. L'emploi du commerce et des services automobiles ainsi que des autres services, en revanche, appartient surtout au commerce diffus. En 2015, un emploi du commerce sur dix est non salarié. Cette proportion est

plus élevée dans les services corporels (coiffure, beauté), la restauration et les autres services, et faible dans le commerce de détail alimentaire et les agences bancaires et immobilières. ●

Lola Lercari, Vincent Nieto,
Sophie Villaume (Insee)

Retrouvez plus de données en téléchargement sur www.insee.fr

► Méthodologie

Les **pôles de centre-ville** sont identifiés en recherchant des zones à forte densité de magasins du commerce de proximité en 2015. Un pôle est constitué de magasins disposant chacun de vingt voisins ou plus dans un rayon de 200 mètres.

Un pôle commercial de « centre-ville » doit vérifier deux des trois caractéristiques suivantes :

- ses établissements sont de petite taille en moyenne (effectifs salariés moyens inférieurs à 8) ;
- il contient ou est très proche du centre de la commune (moins de 200 mètres du chef-lieu communal) ;
- il recouvre une zone d'habitat importante (au moins 100 habitants vivent dans l'emprise spatiale du pôle).

Les **pôles de périphérie** sont quant à eux identifiés selon leur densité en mètres carrés commerciaux dans un rayon de 250 mètres. Ils sont constitués d'un ou plusieurs magasins cumulant au moins 4 000 m² de surface commerciale qui n'ont pas été intégrés dans un pôle de centre-ville.

Ces définitions se basent sur des critères statistiques nationaux et peut occasionnellement ne pas bien recouvrir des disparités locales complexes à intégrer (notamment topographiques). Une même agglomération peut contenir plusieurs pôles de centre-ville, et bien évidemment un certain nombre de pôles de périphérie.

► Définitions

Le **commerce** est défini ici par un ensemble d'activités économiques répondant à des actes de consommation de la vie courante. Il regroupe des activités relevant du commerce et des services :

- commerces de détail et artisanat alimentaires (supérettes, supermarchés et commerces spécialisés en boucherie-charcuterie, boulangeries, fruits, boissons, etc.) ;
- restaurants et débits de boissons (dont traiteurs et cafétérias) ;
- commerces d'équipement de la personne (habillement, chaussure, parfumerie, horlogerie, bijouterie et optique, pharmacie, etc.) ;
- commerces d'équipement de la maison (électroménager, audio-vidéo, meubles, quincaillerie, peintures, moquettes, sport, livres, jouets, fleurs, etc.) ;
- commerces et services automobiles (commerce, entretien, réparation et carburants) ;
- agences bancaires et immobilières ;
- services corporels (coiffure, beauté) ;
- autres services : réparation (d'électroménager, de meubles, etc.), écoles de conduite et location de véhicules, photographes, agences de voyages, blanchisseries et services funéraires.

La **surface commerciale** ne comprend que les espaces clos et couverts où se passe l'activité commerciale (surface commerciale soumise à la taxe sur les surfaces commerciales). Elle ne prend notamment pas en compte les parkings et les espaces non accessibles à la clientèle, comme les espaces de stockage par exemple.

L'**aire d'attraction d'une ville** est un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, constitué par un pôle de population et d'emploi et son aire d'influence mesurée par les déplacements domicile-travail (couronne). Les aires sont classées suivant le nombre total d'habitants de l'aire.

Une **commune urbaine** est une commune dense ou de densité intermédiaire au sens de la grille communale de densité. Les communes peu denses ou très peu denses sont dites **rurales**.

► Sources

Les données proviennent du **répertoire Sirene géolocalisé** des unités légales et des établissements et du **répertoire statistique Sirius**, filtrés sur les secteurs d'activités du commerce de proximité. Elles sont enrichies des **statistiques annuelles d'entreprises** (issues du dispositif **Ésane** combinant les données fiscales et les enquêtes sectorielles annuelles), des données de **Connaissance locale de l'appareil productif (Clap)** sur les effectifs salariés à l'échelle de l'établissement. Les surfaces commerciales sont issues du dispositif **Point-de-vente, exploitant notamment la Taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) et la Cotisation foncière des entreprises (CFE)**.

Par ailleurs, les données socio-démographiques proviennent du **Fichier localisé social et fiscal (Filosofi)** et des **recensements de la population** 2010 et 2016.

► Pour en savoir plus :

- **Lercari L., Nieto V., Villaume S.**, « Les pôles commerciaux du Grand Est : dynamiques en périphérie, en déprise en centre-ville », *Insee Analyses Grand Est* n° 137, décembre 2021.
- **Bédué M., Cohen C.**, « Le commerce de proximité : des pôles plus florissants en périphérie qu'en centre-ville », *Insee Première* n° 1858, mai 2021.
- **Batto V., Pic V.**, « Le commerce de proximité en recul dans le centre des villes de taille intermédiaire », *Insee Analyses Grand Est* n° 102, novembre 2019.
- **Cazaubiel A., Guymarc G.**, « La déprise de 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 Référence* 2016.

