

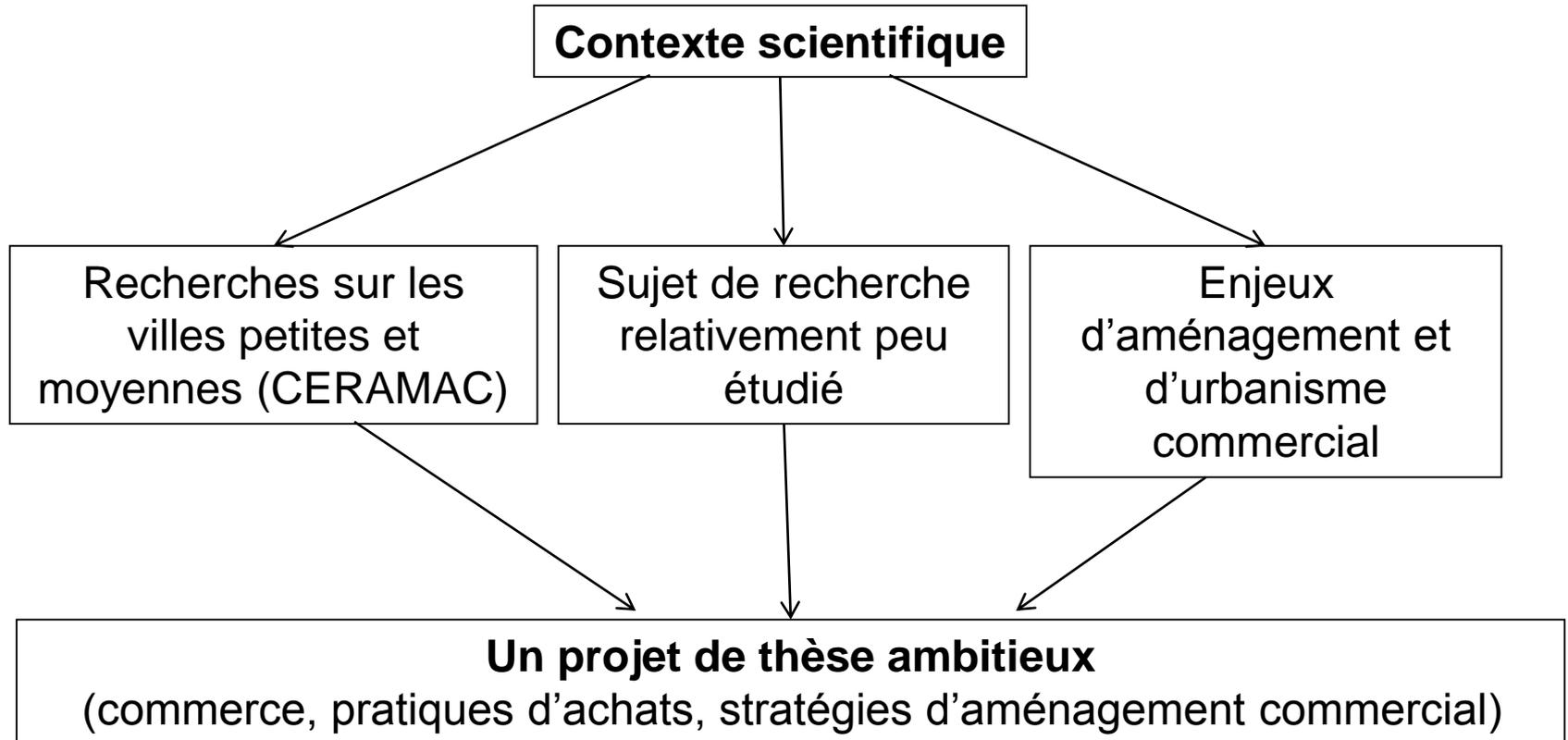
**Milhan CHAZE**

**Le commerce des petites villes : organisation  
géographique et stratégies d'aménagement  
Etude du Centre-est de la France**

Séminaire du Pôle Rural de Caen

Mardi 10 avril 2018

# Contexte d'élaboration



# Constat de départ

---

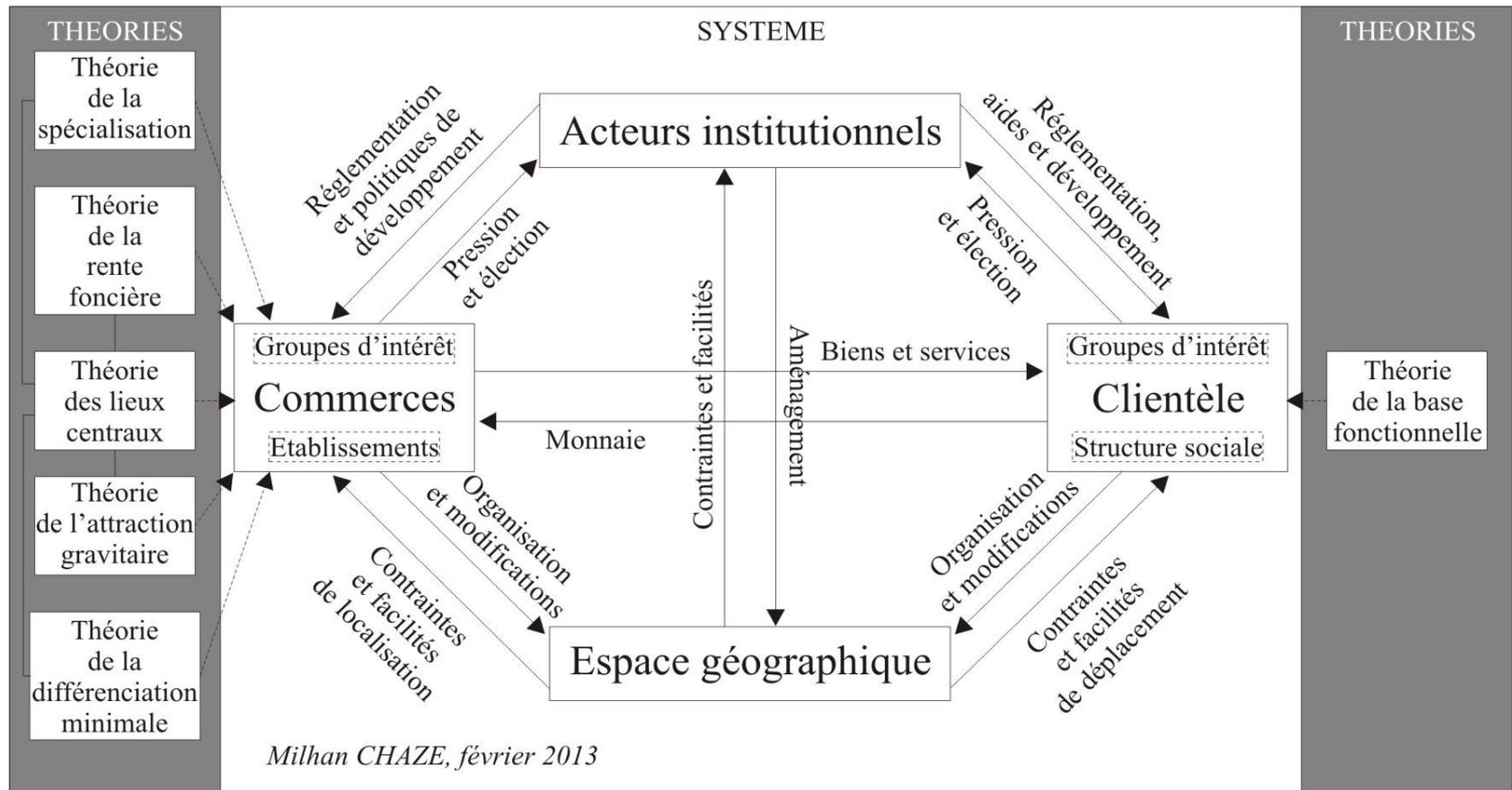
## **Deuxième et Troisième Révolutions commerciales :**

- Evolution du système de distribution
- Evolution des pratiques d'achat et de consommation
- Evolution de l'organisation spatiale des lieux de commerce

## **Evolutions géographiques des petites villes :**

- A l'échelle intra-urbaine : périurbanisation et réorganisation des centres-villes
- A l'échelle interurbaine : métropolisation et recomposition des espaces ruraux

# Cadrage théorique



# Problématique et objectifs de recherche

---

---

**Adaptation des petites villes aux évolutions du système commercial, adaptation du commerce des petites villes aux évolutions du système urbain**

# Méthodologie

**Etape 1** : Réalisation d'un état des lieux du système commercial des petites villes et de ses dynamiques.

**Sources** : Fichiers statistiques et annuaires professionnels (SIRENE, Unistatis, ORC Auvergne, RP, IRCOM, *Panorama*, *Guide Alexandre*) ; relevés et enquêtes personnelles de terrain (« commerçants », « clients », régisseurs de marchés », « type Piatier »).

**Etape 2** : Mise en relation du système commercial avec les autres éléments du système de la petite ville et du réseau urbain dans lequel elle s'insère.

**Sources** : *Idem*.

**Etape 3** : Analyse du jeu d'acteurs et des stratégies d'aménagement et de développement commercial dans les petites villes.

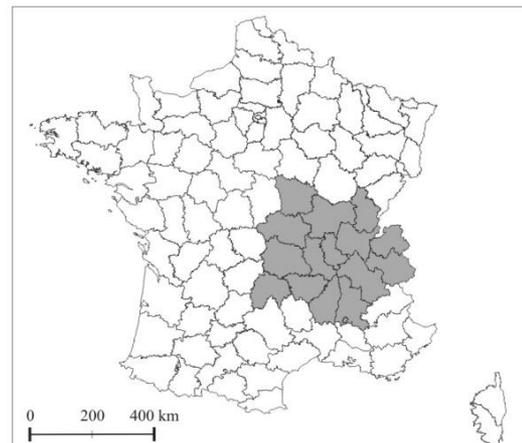
**Sources** : Décisions des CDEC/CDAC, documents d'aménagement et d'urbanisme, entretiens avec les acteurs locaux.

# Terrain d'étude :

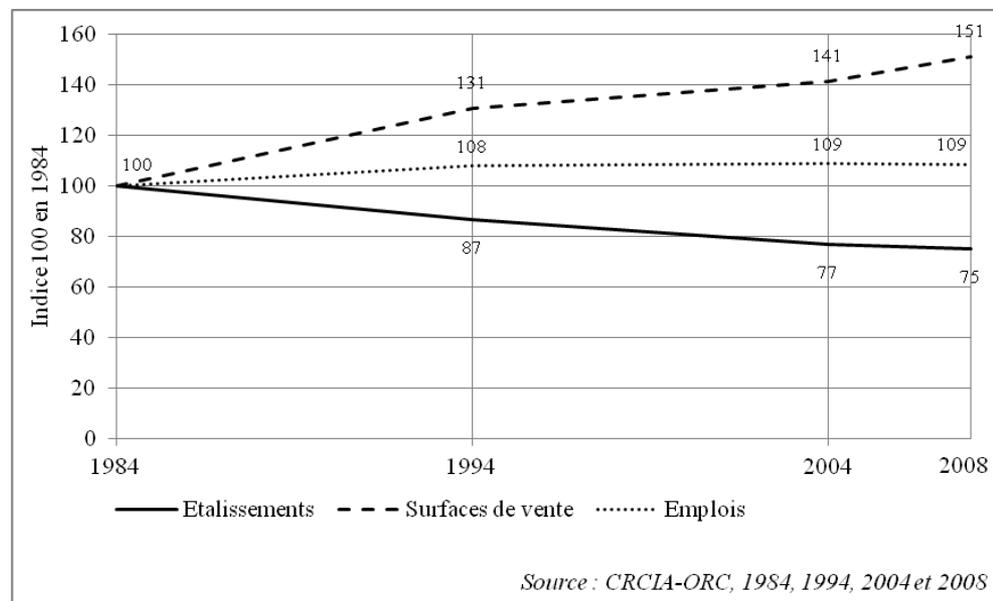
## Le semis urbain du Centre-est de la France



- |                            |                           |
|----------------------------|---------------------------|
| ① Monistrol-sur-Loire      | ②① Le Grand-Lemps         |
| ② St-Didier-en-Velay       | ②② La Côte-St-André       |
| ③ Ste-Sigolène             | ②③ St-Siméon-de-Bressieux |
| ④ Dunières                 | ②④ Beauraipaire           |
| ⑤ Yssingeaux               | ②⑤ St-Jean-de-Bourmay     |
| ⑥ Tence                    | ②⑥ Rives                  |
| ⑦ Le Chambon-sur-Lignon    | ②⑦ Les Abrets             |
| ⑧ St-Romain-le-Puy         | ②⑧ Le Pont-de-Beauvoisin  |
| ⑨ St-Marcellin-en-Forez    | ②⑨ La Tour-du-Pin         |
| ⑩ Montrond-les-Bains       | ③⑩ St-Laurent-du-Pont     |
| ⑪ St-Galmier               | ③① Entre-Deux-Guiers      |
| ⑫ Chazelles-sur-Lyon       | ③② Morestel               |
| ⑬ St-Rambert-d'Albon       | ③③ Montalieu-Vercieu      |
| ⑭ St-Donat-sur-l'Herbasse  | ③④ Les Avenières          |
| ⑮ Ambérieu-en-Bugey        | ③⑤ Allevard               |
| ⑯ Montmerle-sur-Saône      | ③⑥ Montmélian             |
| ⑰ Saint-Georges-de-Rencins | ③⑦ La Rochette            |
| ⑱ Montréal-la-Cluse        | ③⑧ St-Pierre-d'Albigny    |
| ⑲ Bellegarde-sur-Valserine | ③⑨ Pontcharra             |
| ⑳ Châtillon-en-Michaille   |                           |



## Evolution comparée des établissements, des emplois et des surfaces de vente des commerces des petites villes auvergnates

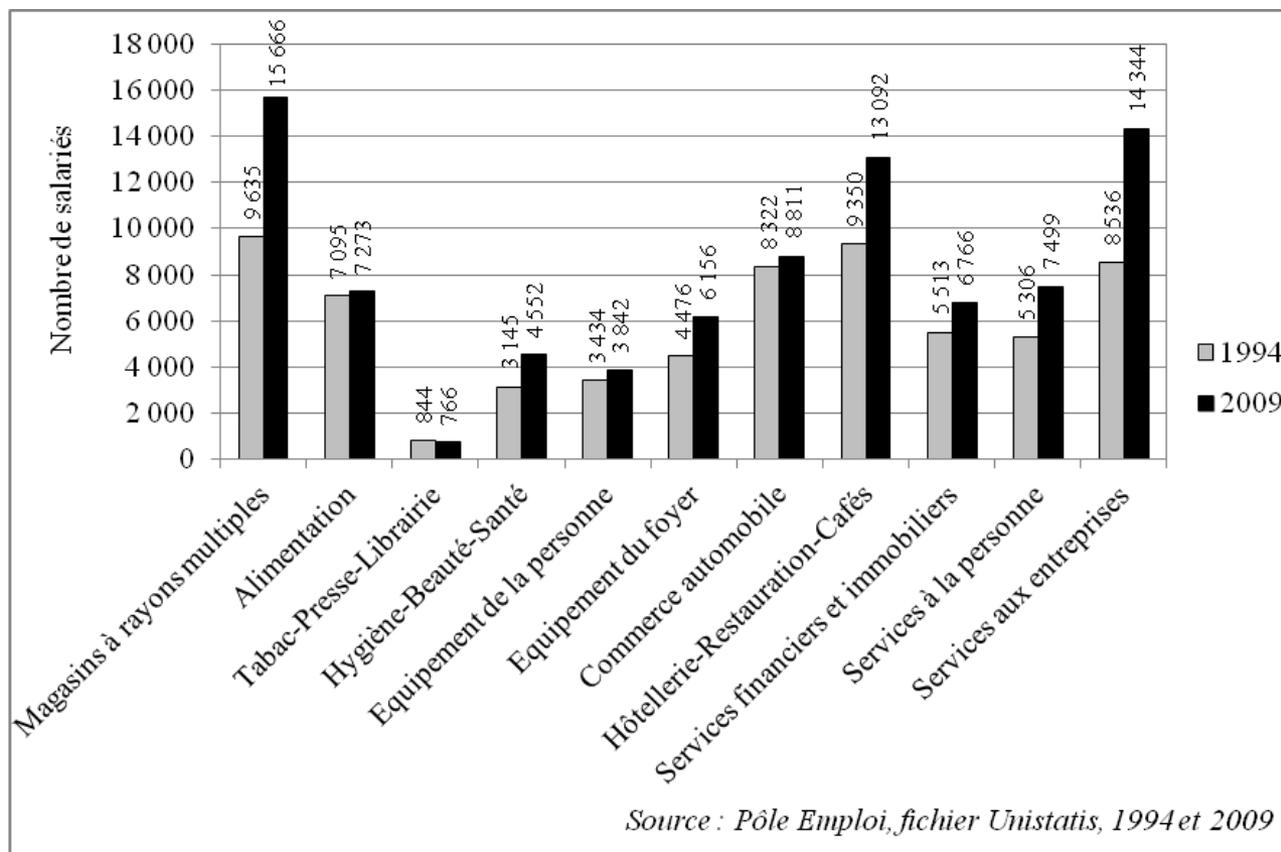


## Evolution des densités commerciales des petites villes auvergnates

	1984	1994	2004	2008
Nombre d'établissements pour 1 000 habitants	14,52	12,82	11,36	11,10
Surfaces de vente pour 1 000 habitants (en m <sup>2</sup> )	1 485	1 974	2 138	2 288
Nombre d'emplois pour 1 000 habitants	41,30	45,37	45,75	45,71

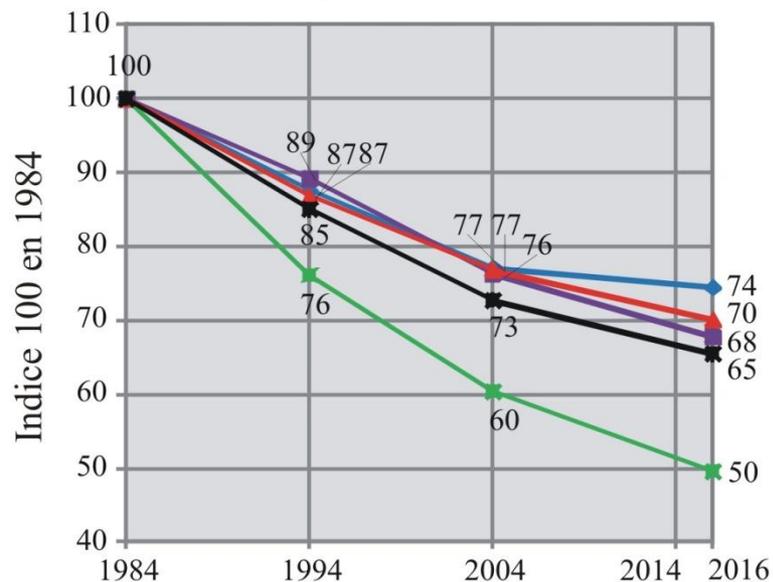
Source : CRCIA-ORC 1984, 1994, 2004 et 2008 et INSEE, RP 1982, 1990 et 2008

## Evolution de l'emploi salarié de chaque branche commerciale dans les petites villes du Centre-est de la France entre 1994 et 2009

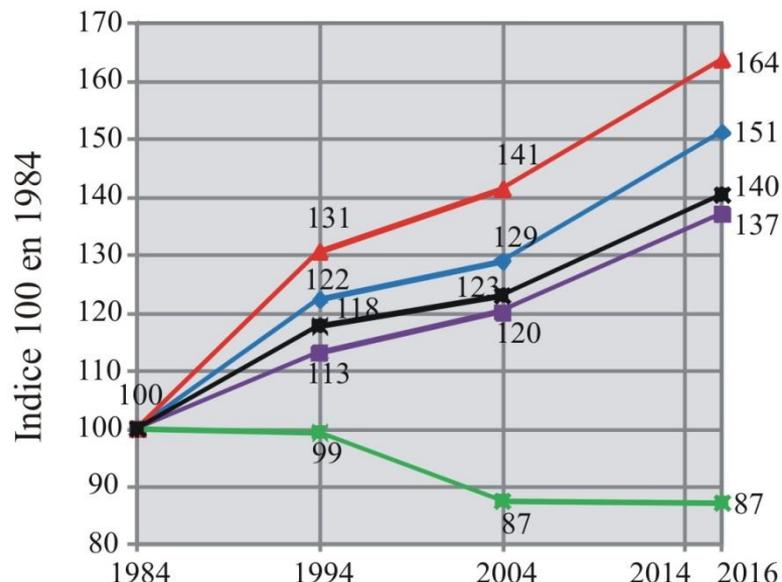


# Principaux indicateurs commerciaux pour chaque niveau urbain en Auvergne

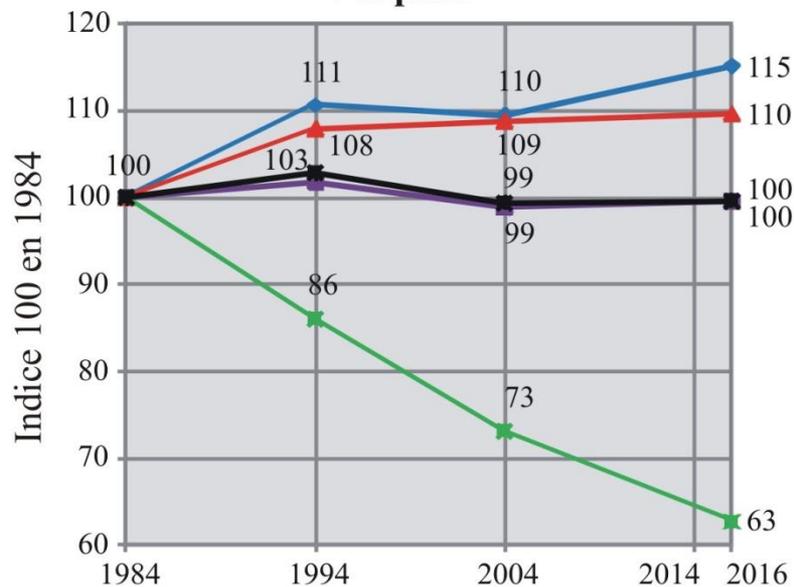
## Etablissements



## Surfaces de vente



## Emplois

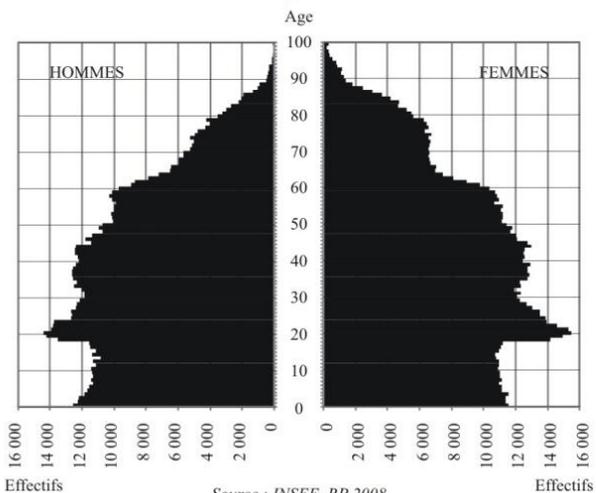


- ◆ Clermont-Ferrand
- Villes moyennes
- ▲ Petites villes
- ◆ Communes rurales
- Région Auvergne

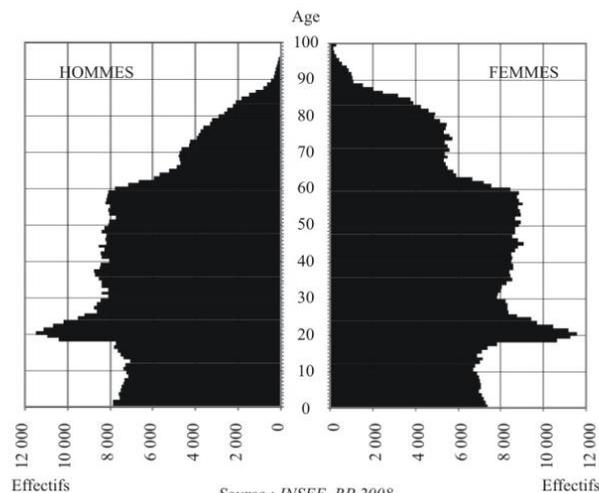
Source : CRCIA-ORC, 1984, 1994, 2004 et 2016

# Structure par âge et par sexe de la population de chaque niveau urbain dans le Centre-est de la France en 2008

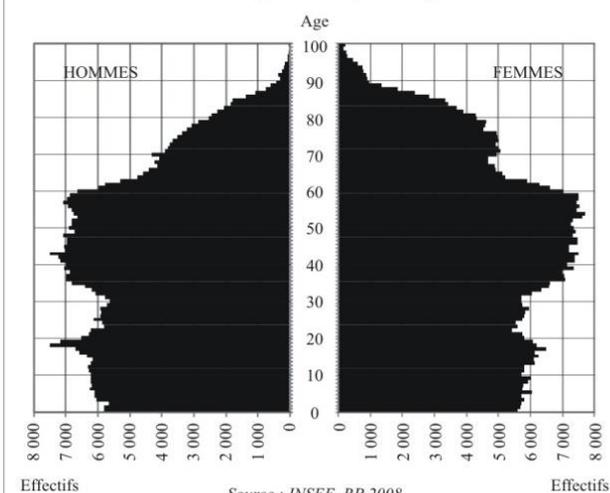
## Lyon



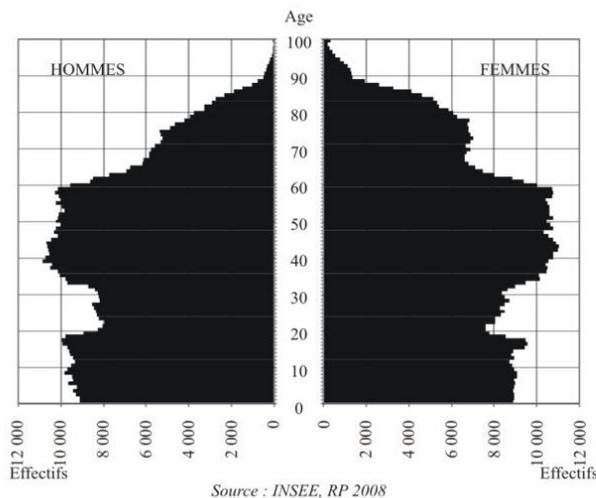
## Grandes villes



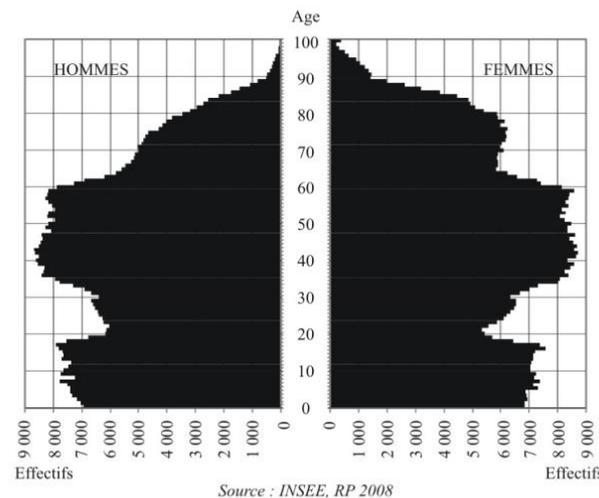
## Villes moyennes principales



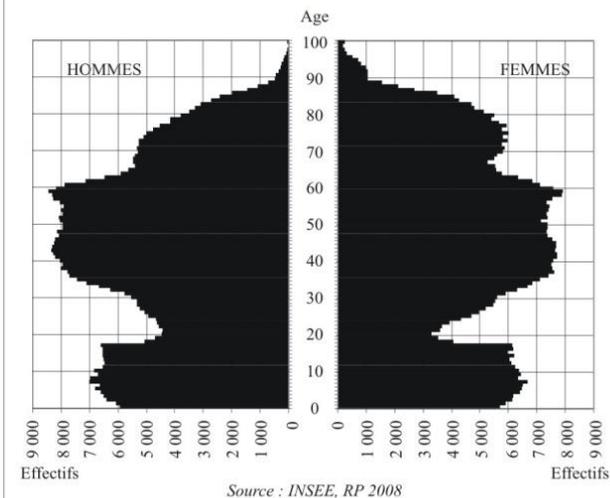
## Villes moyennes secondaires



## Petites villes



## Communes rurales



## Evolution du revenu des ménages dans les différents niveaux urbains du Centre-est de la France entre 2001 et 2010 (en €)

	2001			2010		
	Nombre de foyers fiscaux	Revenu fiscal de référence des foyers fiscaux	Revenu moyen	Nombre de foyers fiscaux	Revenu fiscal de référence des foyers fiscaux	Revenu moyen
Lyon	879 147	14 919 831 139	16 971	989 890	25 506 008 469	25 766
Grandes villes	669 745	10 374 565 840	15 490	719 097	17 072 722 630	23 741
Villes moyennes principales	491 820	7 455 270 461	15 159	595 868	13 902 240 957	23 331
Villes moyennes secondaires	771 627	11 204 863 898	14 521	856 070	19 271 028 943	22 511
Petites villes	608 726	8 085 294 002	13 282	701 859	14 505 788 618	20 667
Communes rurales	528 327	6 242 166 714	11 815	635 315	14 505 788 618	19 410

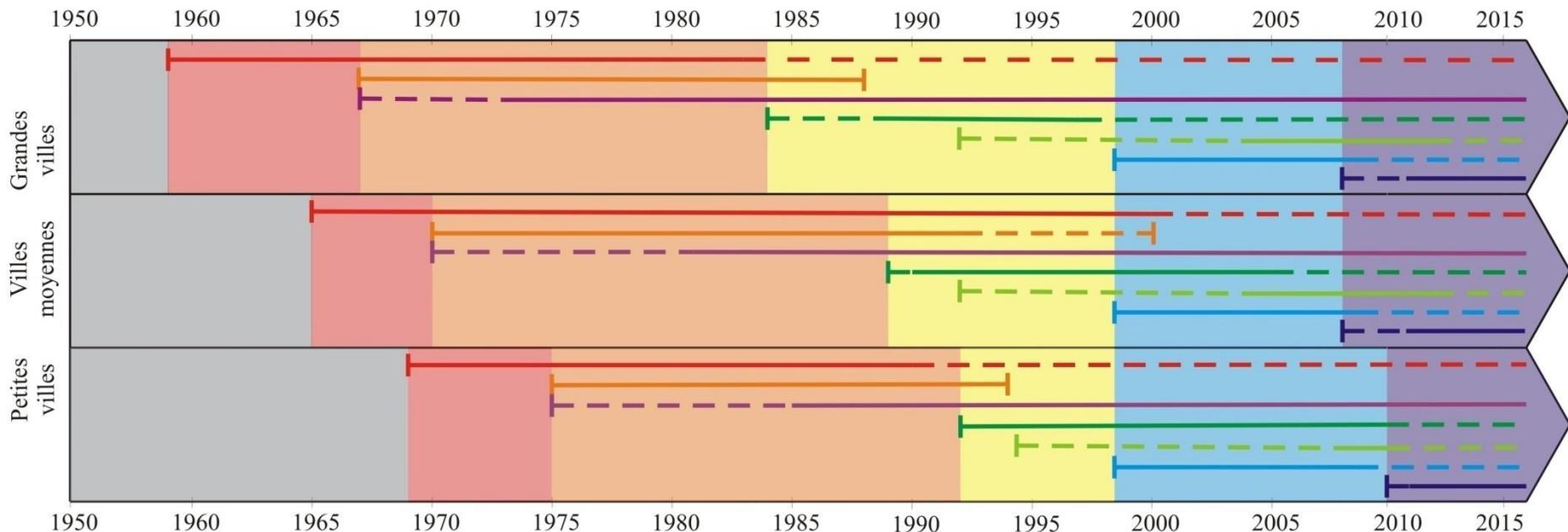
*Source : DGI, fichiers IRCOM 2001 et 2010*

## Evolution des taux de motorisation des ménages dans les différents niveaux urbains du Centre-est de la France entre 1999 et 2008

	Part des ménages motorisés		Part des ménages bi-motorisés	
	1999	2008	1999	2008
Lyon	78%	78%	31%	31%
Grandes villes	79%	81%	31%	33%
Villes moyennes principales	82%	84%	34%	37%
Villes moyennes secondaires	84%	86%	35%	39%
Petites villes	83%	85%	34%	38%
Communes rurales	85%	89%	37%	43%
Communes multipolarisées	90%	93%	48%	54%

*Source : INSEE, RP 1999 et 2008*

# Les étapes des Deuxième et Troisième Révolutions commerciales dans chaque niveau urbain



## Fin de la Première Révolution commerciale

■ Première Révolution commerciale (grands magasins, magasins populaires)

## Les étapes de la Seconde Révolution commerciale

■ Première phase (début de la grande distribution)

■ Deuxième phase (gigantisme et extension au commerce non alimentaire)

■ Troisième phase (discount et adaptation à la clientèle)

## Les étapes de la Troisième Révolution commerciale

■ Première phase (commerce électronique)

■ Deuxième phase (pick and drive)

## Période de nombreuses créations d'établissements

— Supermarchés

— Hypermarchés

— Grandes surfaces spécialisées

— Maxidiscomptes

— Grandes surfaces de produits frais

— Commerce électronique

— Drive ou pick and drive

## Période de créations plus réduites d'établissements

- - - Supermarchés

- - - Hypermarchés

- - - Grandes surfaces spécialisées

- - - Maxidiscomptes

- - - Grandes surfaces de produits frais

- - - Commerce électronique

- - - Drive ou pick and drive

**Surfaces de vente moyennes des établissements de grande distribution spécialisée, par branches commerciales, dans les petites villes du Centre-est de la France et en France, en 2008**

Branche	Surface de vente moyenne (en m <sup>2</sup> )		Rapport Petites villes du Centre- est/France
	Petites villes du Centre-est français	France	
Vêtements	820	980	84%
Parfumerie-cosmétiques	102	159	64%
Jardinage	1 909	3 169	60%
Jouets	420	732	57%
Bricolage	1 613	3 001	54%
Electroménager	355	1 078	33%

*Commentaire : Plus le rapport, entre la surface moyenne des commerces des petites villes et celle des commerces de l'ensemble du pays, est élevé, plus la surface moyenne des petites villes est proche de celle observée à l'échelle nationale. Donc plus l'écart entre les deux est faible.*

*Source : Panorama 2009*

## Classement des firmes de grande distribution généraliste en France en 2008 (tous niveaux urbains confondus)

Classement	Firme	Etablissements	Surface (en m <sup>2</sup> )	Surface moyenne
1	Carrefour France	2 663	4 755 658	1 786
2	Groupe Les Mousquetaires	2 180	3 188 199	1 462
3	Casino Guichard-Perrachon	1 722	2 617 377	1 520
4	Lidl	1 360	924 341	680
5	Système U	896	1 731 573	1 933
6	Aldi France	797	498 816	626
7	Groupe Auchan	577	1 883 210	3 264
8	E. Leclerc	528	2 367 420	4 484
9	Francap Distribution	224	129 545	578
10	Mutant Distribution	220	121 905	554
11	Groupe Delhaize	213	801069	10848
12	Norma	130	84 490	650
13	Prosol Gestion	75	69 658	929
14	Coop d'Alsace	62	98 392	1 587
15	Indépendants	14	13 516	965
16	Coop de Normandie Picardie	13	21 508	1 654
17	Coop Atlantique	11	5 949	541

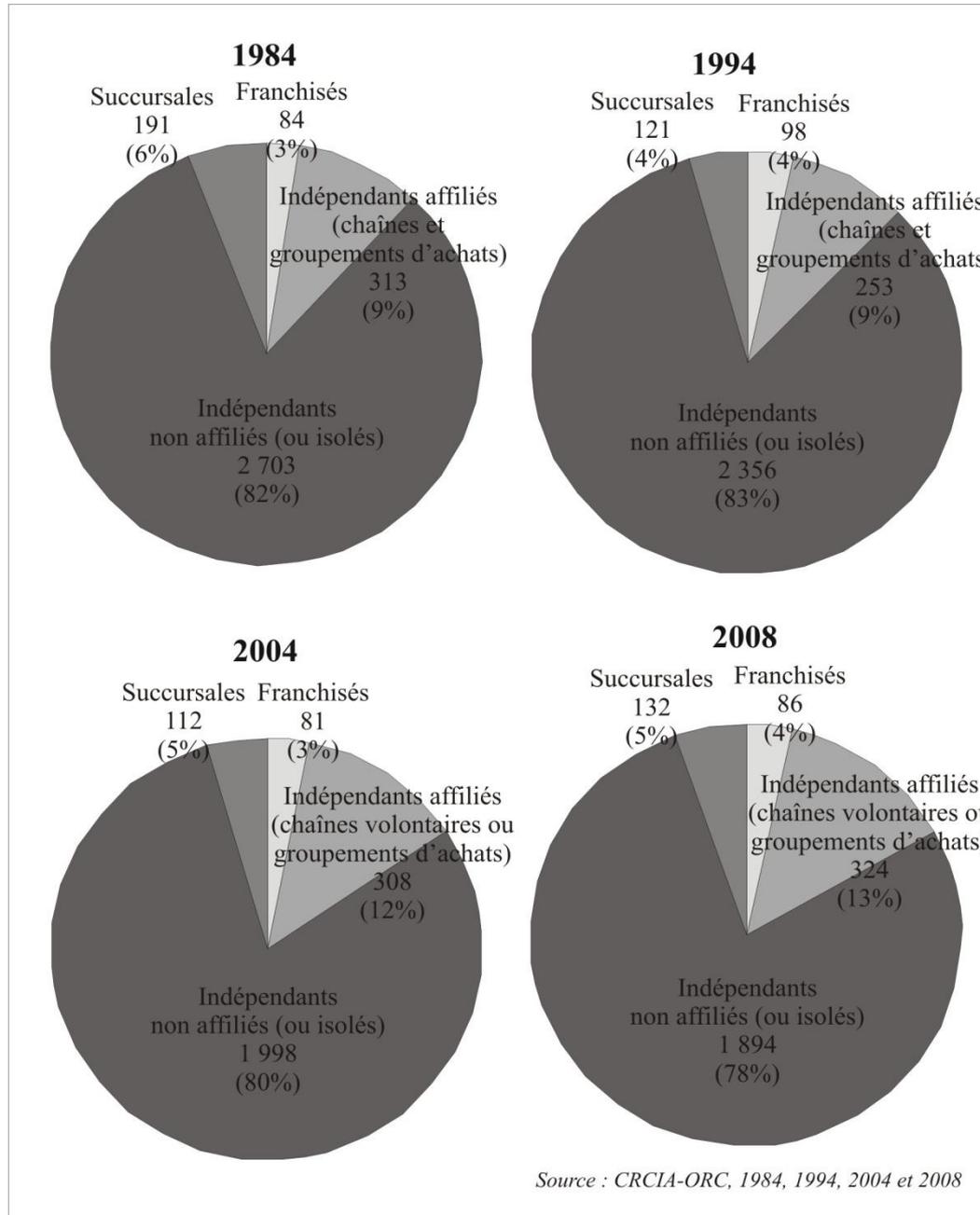
Source : Panorama 2009

## Classement des firmes de grande distribution généraliste présentes dans les petites villes du Centre-est français en 2008

Classement	Firme	Etablissements	Surface (en m <sup>2</sup> )	Emplois	Surface moyenne	Emploi moyen
1	Groupe Les Mousquetaires	115	171 779	3 373	1 494	29
2	Carrefour France	106	175 329	4 111	1 654	39
3	Casino Guichard-Perrachon	44	54 157	1 026	1 231	23
4	Lidl	43	30 361	376	706	9
5	Aldi	36	22 123	255	615	7
6	Système U	35	60 298	1 710	1 723	49
7	Groupe Auchan	22	36 472	853	1 658	39
8	E. Leclerc	8	27 232	919	3 404	115
9	Norma	7	4 741	46	677	7
10	Colruyt	4	4 145	41	1 036	10
11	Francap	2	950	21	475	11
12	Indépendant	1	618	11	618	11
-	Prosol Gestion	1	500	25	500	25
-	Schiever	1	497	7	497	7

Source : Panorama 2009

# Evolution de la répartition des commerces par forme d'organisation commerciale, dans les petites villes auvergnates entre 1984 et 2008



Source : CRCIA-ORC, 1984, 1994, 2004 et 2008

## Evolution du nombre de marchés dans les petites villes du Centre-est de la France, entre 1981 et 2007, selon leur rythme de tenue

	Quotidien	Hebdomadaire	Bi-hebdomadaire	Mensuel	Saisonnier-hebdomadaire	Total
1981	0	207	3	2	3	215
2007	1	222	0	1	8	232

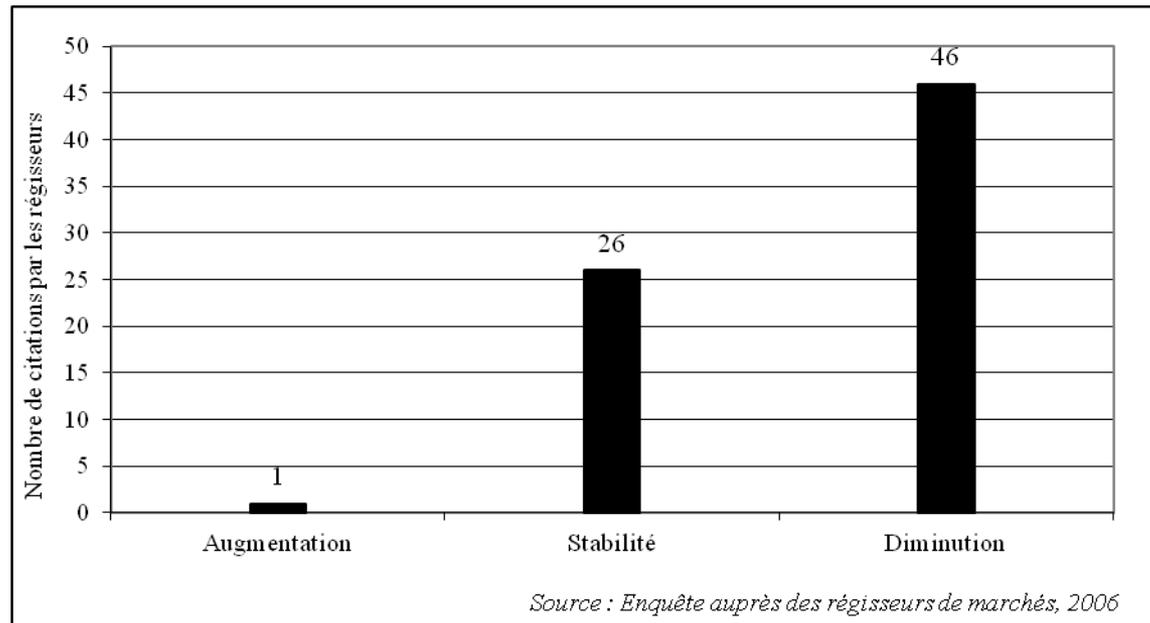
*Source : Guide Alexandre, 1981 et 2007*

## Evolution de la concentration et de la dispersion des abonnés des marchés des petites villes du Centre-est de la France entre 1985 et 2005

	1985	1995	2005
Moyenne du nombre d'abonnés	50,81	47,77	46,78
Ecart-type du nombre d'abonnés	39,87	40,89	43,04

*Source : Enquête personnelle auprès des régisseurs de marchés, 2006*

## Evolution du chiffre d'affaires des commerçants ambulants dans les petites villes du Centre-est de la France



## Commerces fermés, rue Jules Ferry à Modane (Savoie)

### Alignement de « boîtes à chaussures » et de panneaux publicitaires dans la ZAC des Listes à Issoire (Puy-de-Dôme)



Cliché : Milhan CHAZE, août 2005



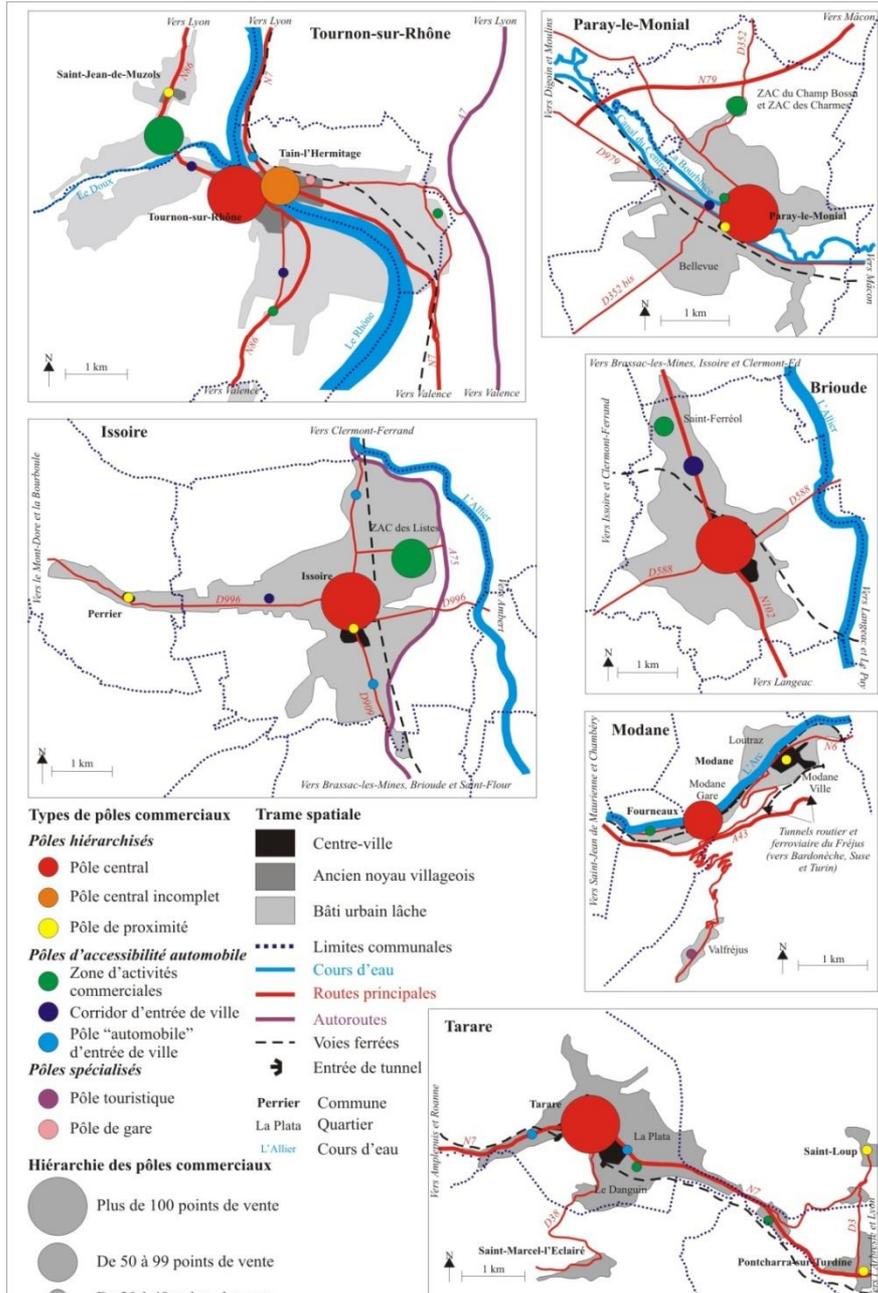
Cliché : Milhan CHAZE, juillet 2006

### Commerces fermés, rue du Pont à Issoire (Puy-de-Dôme)



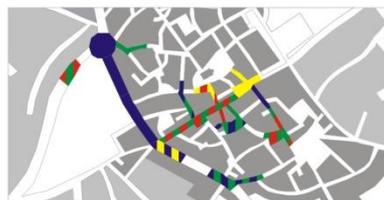
Cliché : Milhan CHAZE, août 2009

# Les nodules commerciaux des petites villes

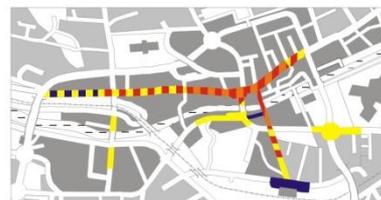


# Synthèse des profils commerciaux des rues centrales des petites villes

**Brioude**



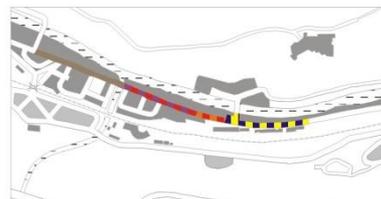
**Chamonix-Mont-Blanc**



**Issoire**



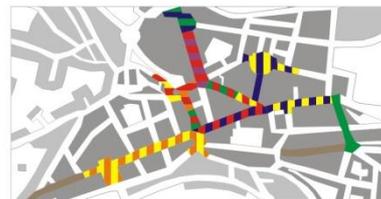
**Modane**



**Paray-le-Monial**



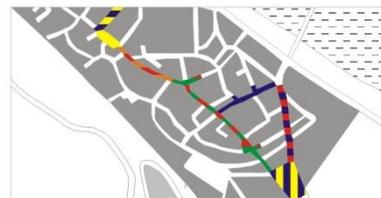
**Tarare**



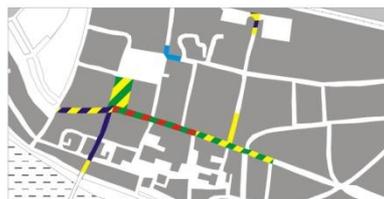
**Tournon-sur-Rhône (quai Farconnet)**



**Tournon-sur-Rhône (centre-ville)**



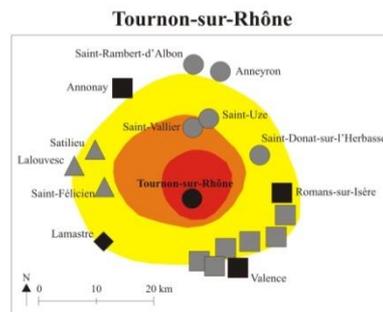
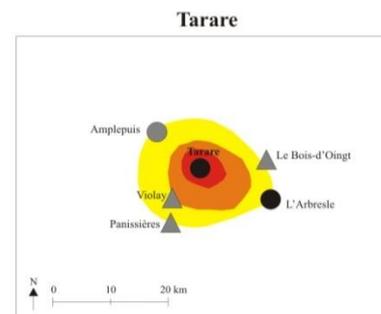
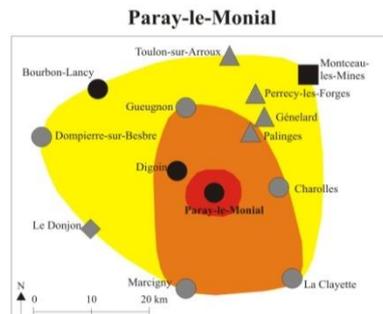
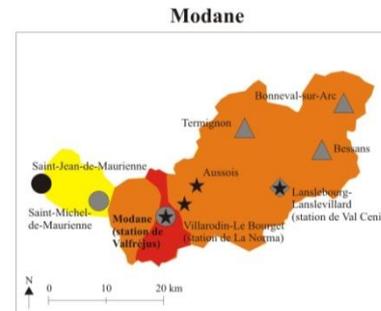
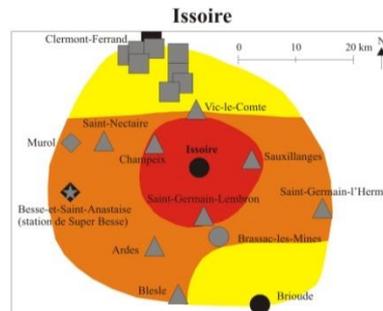
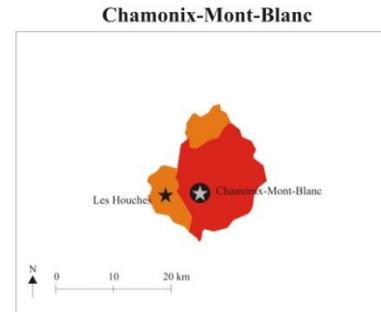
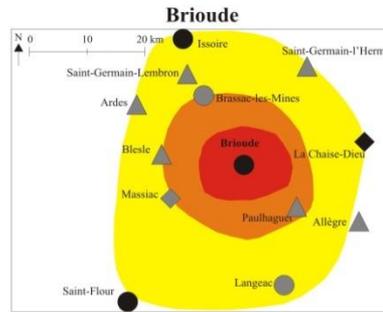
**Tain-l'Hermitage**



- Dominance de commerces anomaux indifférenciés
- Dominance de l'équipement de la personne
- Dominance de l'équipement du foyer
- Dominance de l'équipement récréatif
- Dominance de l'HORECA
- Dominance du commerce banal de proximité (alimentation, cafés, tabac-presse, coiffeurs, etc.)
- Dominance de services commerciaux
- Dominance de commerces et réparation automobile

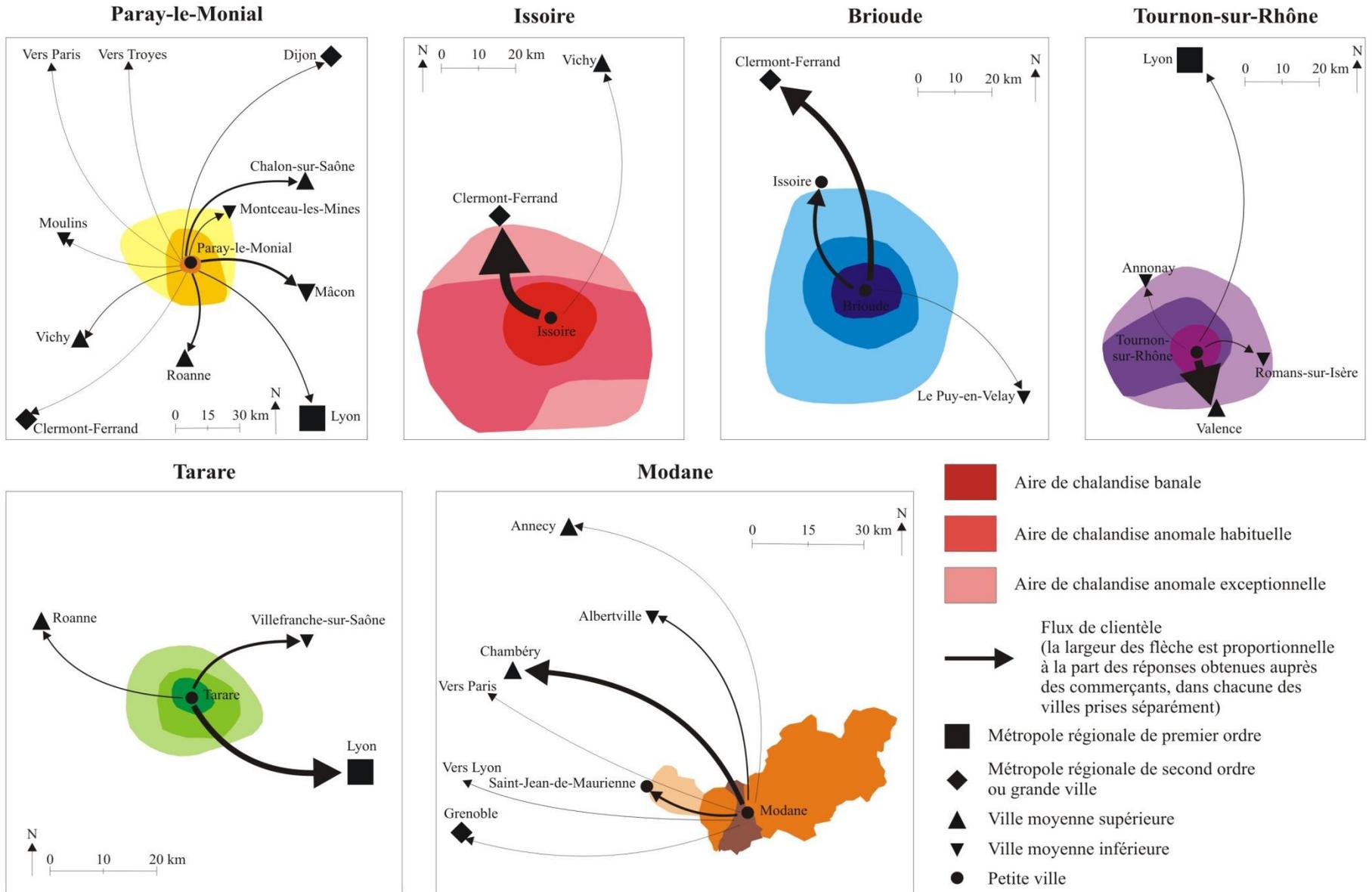
*Les hachures indiquent la présence simultanée de deux types de commerces dominants. L'orientation des hachures n'a d'autre but que de faciliter la lecture des cartes.*

# Les pôles commerciaux des aires de chalandise des petites villes

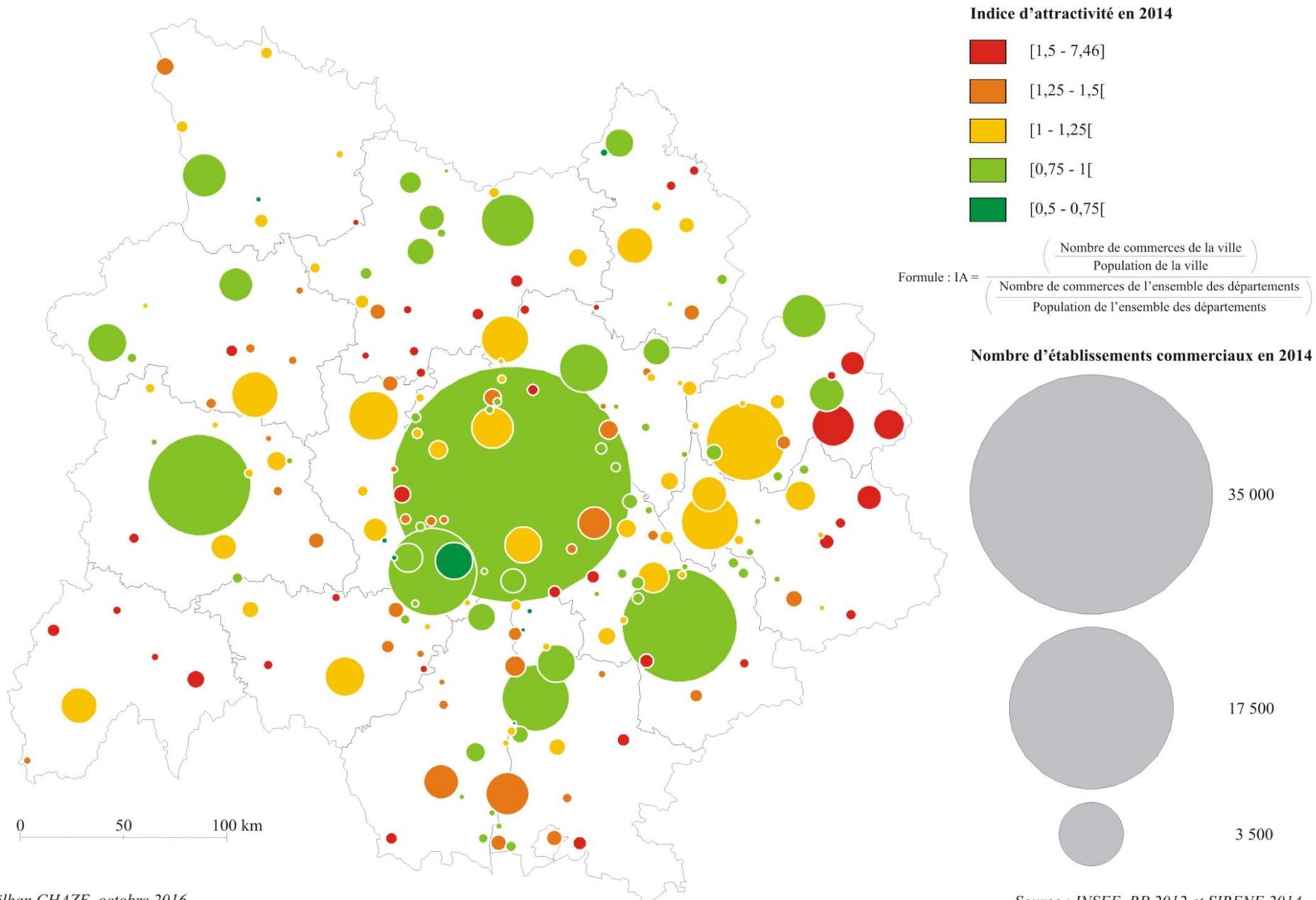


- Zone d'activité commerciale d'une agglomération de rang supérieur à celui de la petite ville
- Pôle de proximité périurbain d'une grande agglomération
- Petite ville de premier rang
- Petite ville de second rang
- ◆ Bourg-centre de premier rang
- ◆ Bourg-centre de second rang
- ▲ Centralité rurale élémentaire
- ★ Station de sports d'hiver

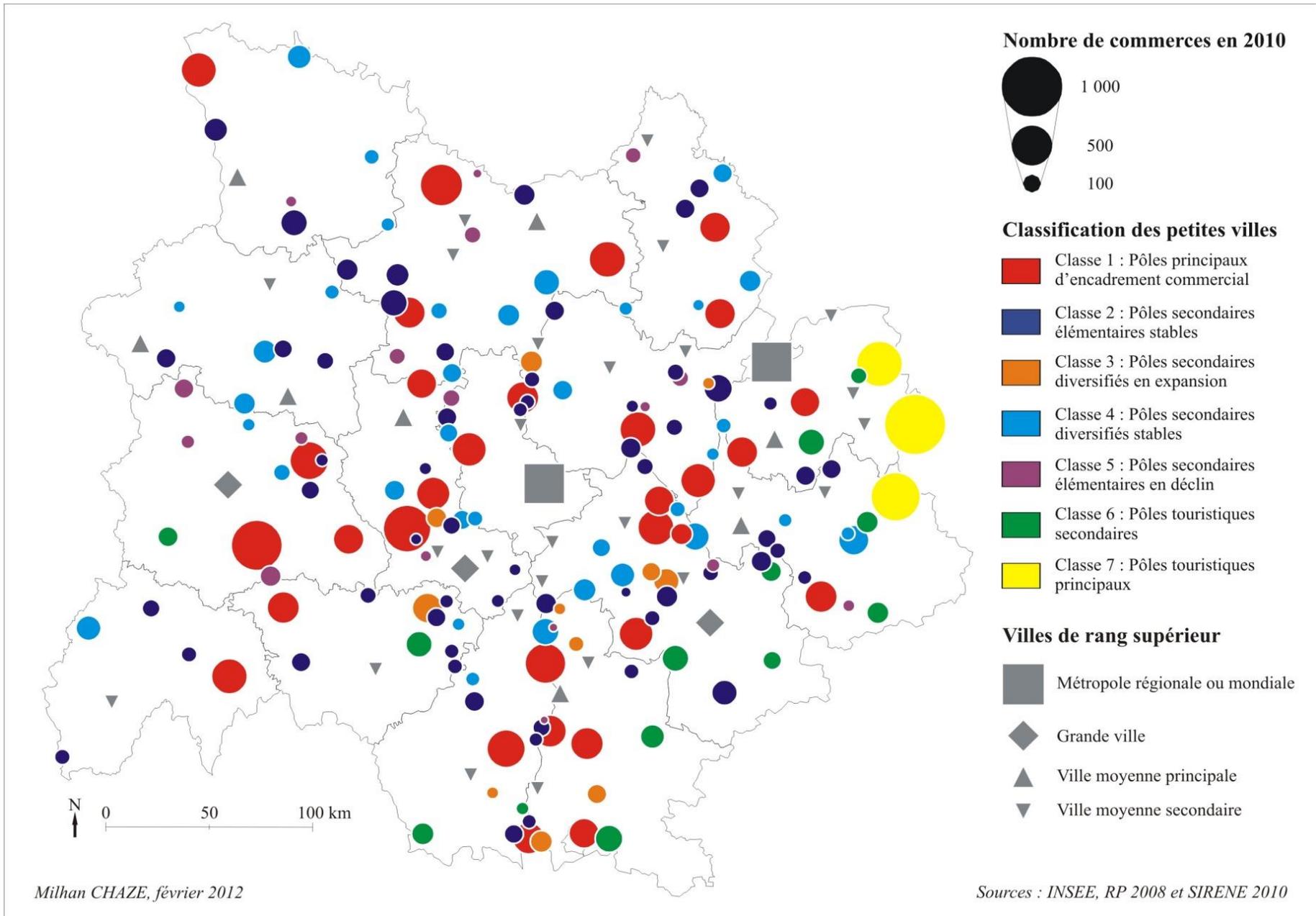
# L'évasion commerciale dans les petites villes



# Attractivité commerciale des villes du Centre-est de la France en 2014



# Typologie des petites villes du Centre-est de la France selon leur profil commercial



# L'urbanisme commercial dans les petites villes

---

Maîtriser le processus de modernisation commerciale, tout en maintenant l'équilibre entre les nodules commerciaux et en renforçant l'attractivité commerciale des petites villes

Un urbanisme commercial réglementaire relativement peu efficace

L'insertion des opérations d'urbanisme commercial dans un projet de développement urbain global ?

# Conclusion

---

La petite ville reste une pièce maîtresse du système urbain et commercial français

→ Quel avenir au regard de l'essor du commerce électronique et de l'économie numérique ?

→ Quelle place dans le système commercial pour les autres niveaux urbains, en particulier les villes moyenne ?

→ Quelle place pour les petites villes dans les systèmes commerciaux des autres pays européens ?