



**Gironde**  
LE DEPARTEMENT  
*gironde.fr*



## FICHE DEPARTEMENT

Diagnostic urbain et commercial de la Gironde

**GIRONDE**

*Juillet 2018*



- La démarche ..... P 3
- Caractéristiques socio-économiques de la Gironde..... P 7
- La consommation des ménages ..... P 21
- L'offre commerciale..... P 29
- Les dynamiques de développements ..... P 36
- Les enjeux du commerce sur le territoire girondin..... P 49
- L'action publique en matière d'aménagement commercial..... P 53

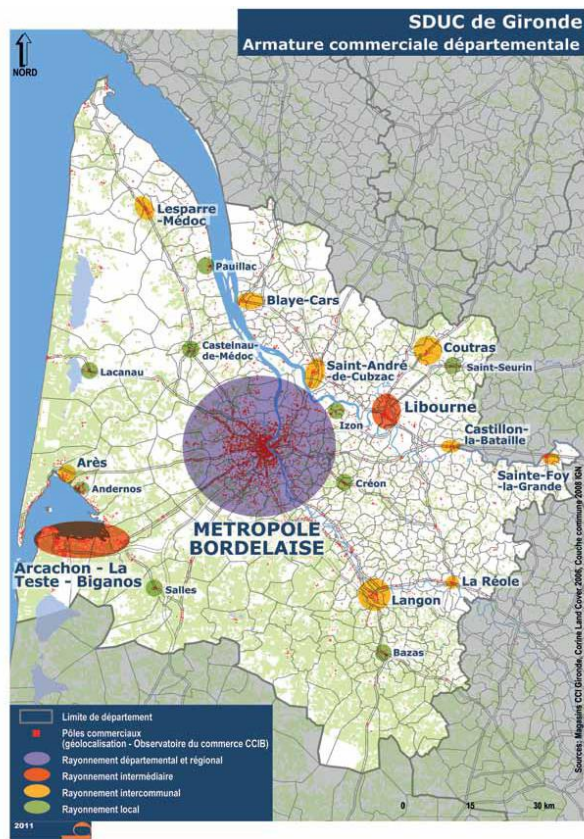
# Diagnostic urbain et commercial de la Gironde

*La démarche*

- Loi LME (2008): le Département devient membre de la C.D.A.C.
- 2011: lancement d'une démarche visant à aboutir à un schéma d'urbanisme commercial du territoire girondin, basée sur:
  - Une large concertation: services de l'Etat, consulaires, SCoT, enseignes, syndicats,...
  - Un diagnostic et la détermination d'enjeux
- Les O.D.A.C.33 sont votées le 29 juin 2012; elles sont le volet commercial de l'InterSCoT



# 2012 – 2017, quelles évolutions du commerce en Gironde ? L'actualisation des O.D.A.C.33

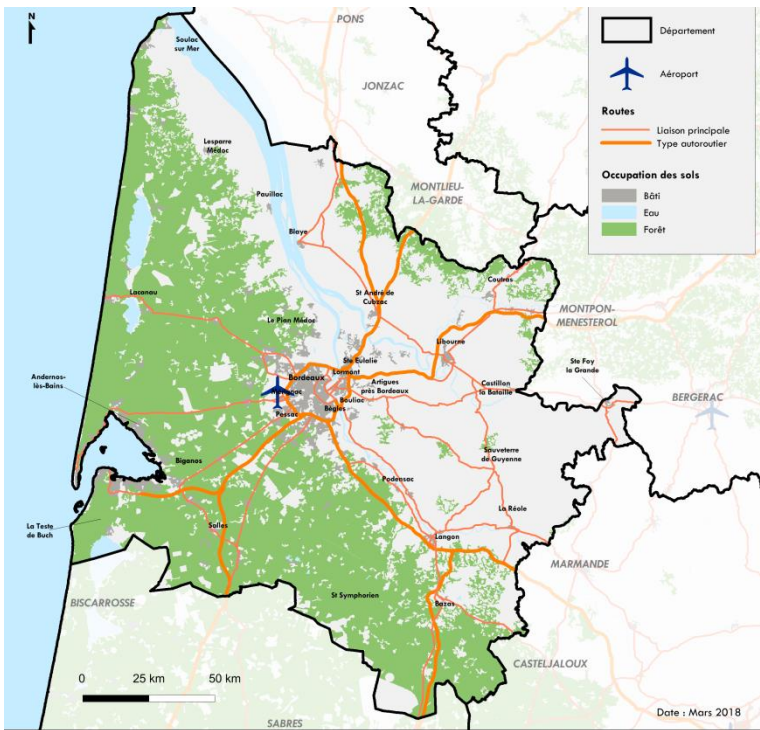


2012 : une Gironde en voie de saturation commerciale dans un contexte de mutations très fortes des formes et des formats de commerces (e-commerce, développement durable, ...)

2018 : Actualisation des O.D.A.C.33 et en premier lieu du diagnostic commercial de la Gironde



## Carte de situation



**540**  
communes



**1**  
Aéroport national



**153**  
Habitants/km<sup>2</sup>



**9**  
SCoT



**67**  
Gares de voyageurs



**10 000**  
km<sup>2</sup> de superficie



**1**  
Ville Centre :  
Bordeaux



**3**  
Autoroutes  
nationales

**768**

médiane de la  
population



**5ème**  
Aire Urbaine de  
France



**2h30**  
Trajet Bordeaux-  
Toulouse

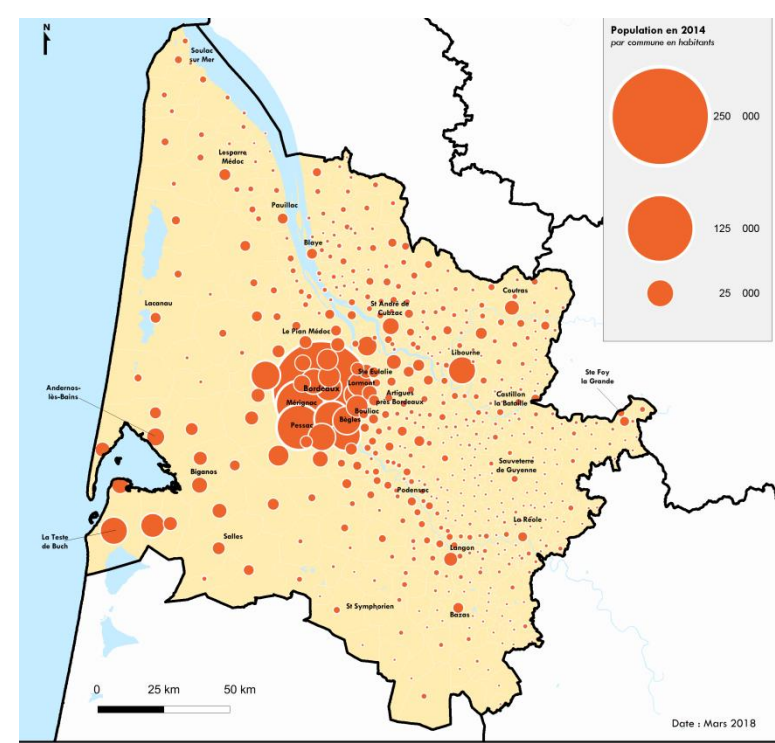
**2 826**

population moyenne  
des communes


# Caractéristiques socio-économiques de la Gironde

*Organisation sociodémographique*

Carte de la population



Source : Recensement INSEE 2014




1 526 016

habitants sur le département de la Gironde en 2014

+5%

depuis 2010




246 586

habitants sur la commune de Bordeaux en 2014  
soit 16 % du département

+3%

depuis 2010



760 933

habitants sur Bordeaux Métropole en 2014  
soit 50 % du département

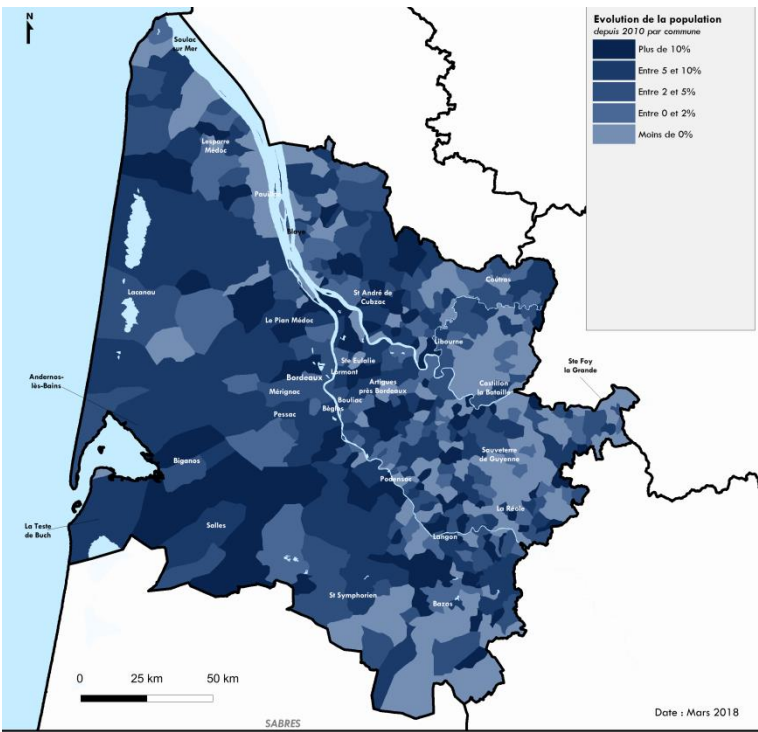
+5%




depuis 2010

Echelles	CSP +	CSP =	CSP -	Autre	- 30 ans	30-60 ans	+ 60 ans
Département	14%	32%	12%	42%	36%	40%	24%
Nouvelle-Aquitaine	11%	29%	14%	46%	32%	39%	29%
France métropolitaine (hors île de France)	11%	30%	15%	44%	35%	39%	26%



Carte de l'évolution de la population



	<b>+ 76 771</b> habitants sur le département depuis 2010	<b>+5%</b> depuis 2010
	<b>+ 7 429</b> habitants sur Bordeaux depuis 2010 soit 16 % du département	<b>+3%</b> depuis 2010
	<b>+ 39 497</b> habitants sur Bordeaux Métropole en 2014 soit 62 % du département	<b>+5%</b> depuis 2010

Echelles	CSP +	CSP =	CSP -	Autre	- 30 ans	30-60 ans	+ 60 ans
Département	-	-	-	-	-	-1 pt	+1 pt
Nouvelle-Aquitaine	+1 pt	-	1 pt	-	-1 pt	-1 pt	+2 pts
France métropolitaine (hors île de France)	+1 pt	-	1 pt	-	-1 pt	-1 pt	+2 pts

Source : Recensement INSEE 2014

# Analyse sociodémographique : les caractéristiques des ménages

Echelle	Ménages 1 personne	Ménages 2 personnes sans enfant	Ménages 2 personnes avec enfant(s)	..dont famille monoparentale
Département	39%	26%	34%	9%
En 2010	38%	27%	35%	9%
Nouvelle-Aquitaine	38%	30%	32%	8%
En 2010	37%	30%	33%	8%
France métropolitaine (hors île de France)	37%	28%	35%	9%
En 2010	36%	28%	36%	8%



## 16% de ménages sans voiture

13% au niveau régional  
16% au niveau national

- 0 pt



## 47% de ménages avec une voiture

47% au niveau régional  
47% au niveau national

- 0 pt



## 37% de ménages avec 2 voitures ou plus

40% au niveau régional  
37% au niveau national

- 0 pt



2,20

personnes par ménage en  
2014

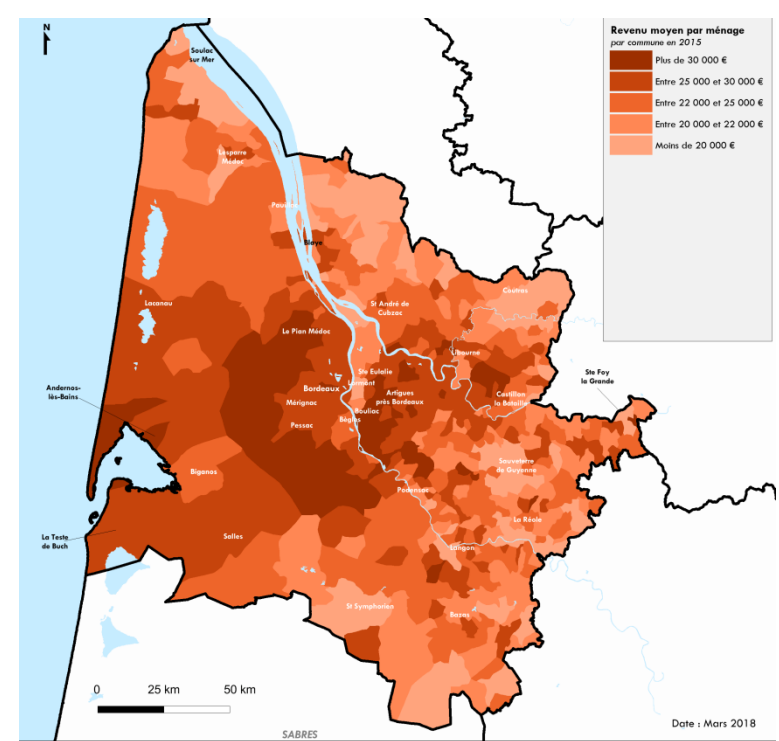


2,24

personnes par ménage en  
2010

Source : Recensement INSEE 2014

Carte des revenus par commune



Source : DGFIP - Bureau des études statistiques en matière fiscale - revenus 2015



26 048 €

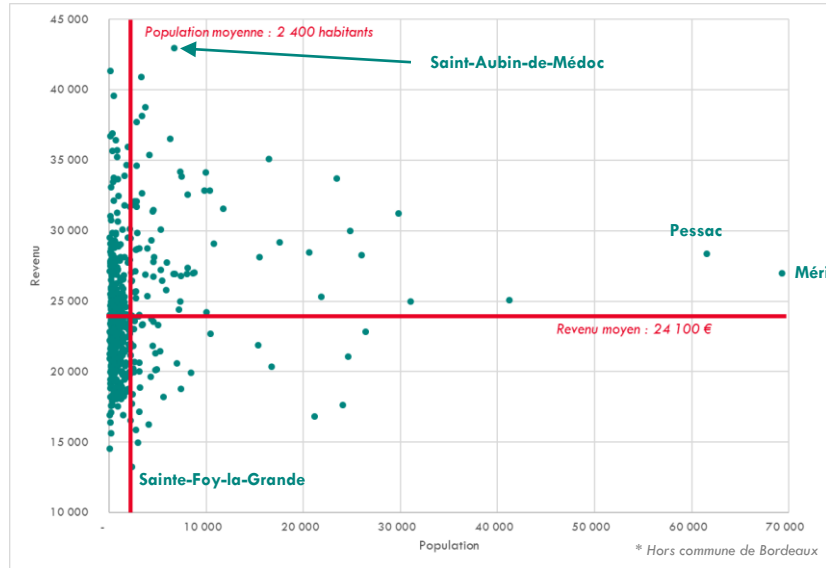
revenu par ménage girondins en 2015

+11%  
depuis 2011

24 133 € pour la région - +10%

24 874 € pour la France métropolitaine (hors île de France) - +11%

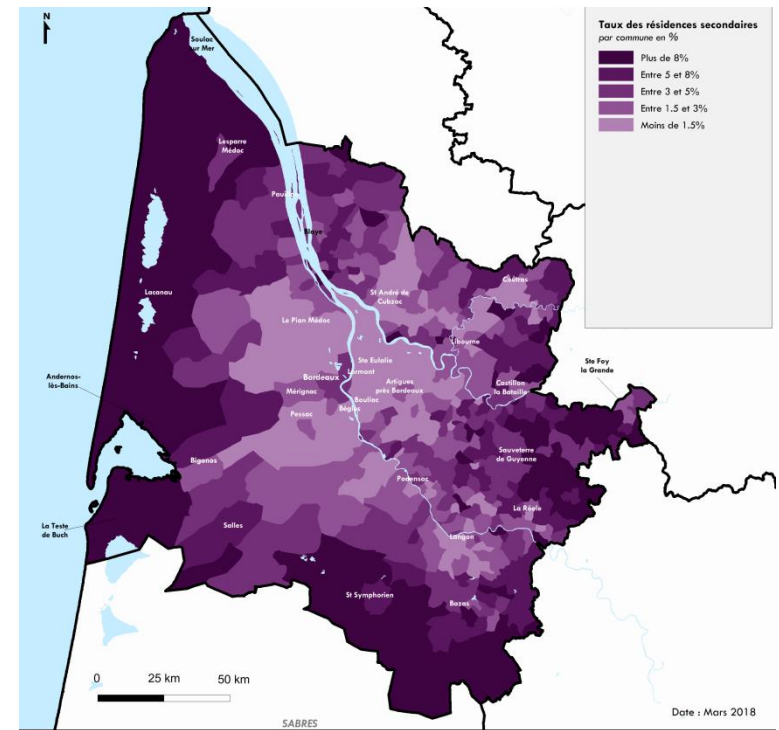
Graphique par commune\* : population / revenu



# Caractéristiques socio-économiques de la Gironde

*Le tourisme*

Carte % de résidences secondaires



Source : Recensement INSEE 2014



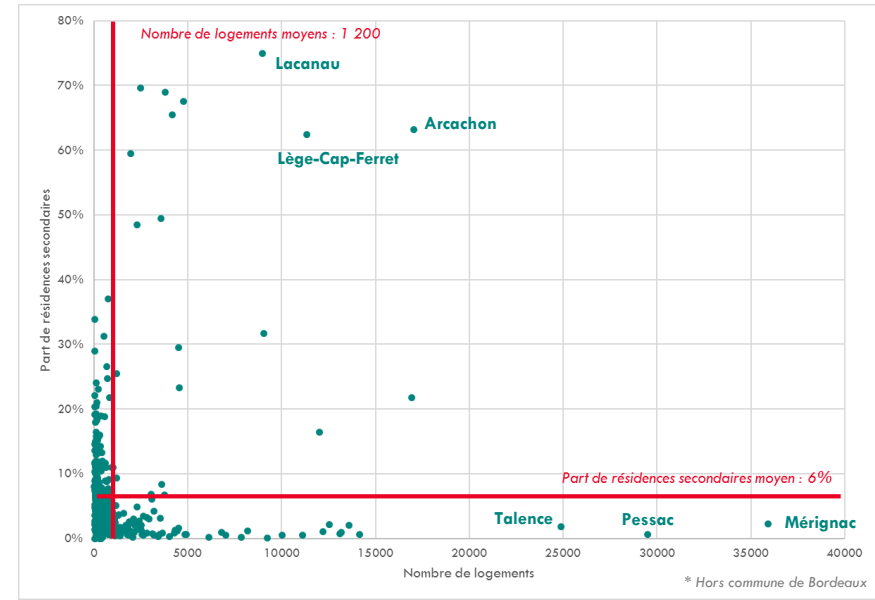


**8% (69 158)**  
de résidences secondaires sur la Gironde

**+7%**  
depuis 2010

12% pour la région - +15%  
11% pour la France métropolitaine (hors île de France) - +4%

Graphique par commune\* : logements / % résidences secondaires



# Les hébergements touristiques marchands du département



**250 645**

lits marchands sur la Gironde

**36%** d'hôtellerie de plein air  
**29%** de location  
**11%** d'hôtellerie



**17 096**

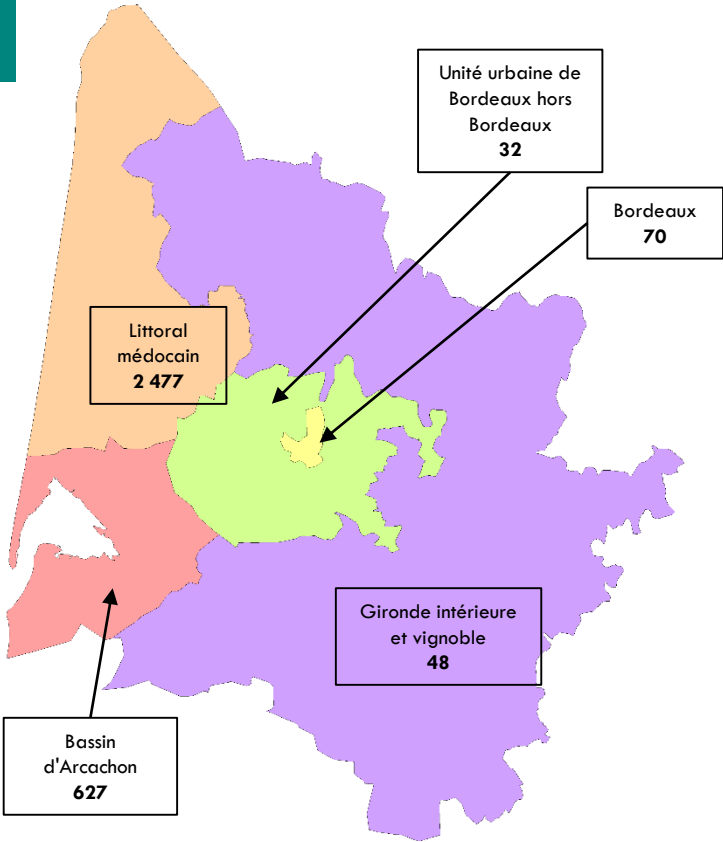
établissements sur la Gironde

**1%** d'hôtellerie de plein air  
**84%** de location  
**2%** d'hôtellerie

Type d'hébergement	Nombre de lits	Nombre d'établissements
Hôtellerie	26 982	348
Hôtellerie de plein air	90 335	181
Chambres d'hôtes labellisées	1 266	189
Meublés classés/labellisés	9 376	1 820
Estimation locations meublés	71 810	14 362
Résidences de tourisme et hôtelières	22 092	82
Villages de vacances	6 165	13
Hébergements jeunes/groupes/dédiés	8 865	97
Centres naturistes	13 754	4

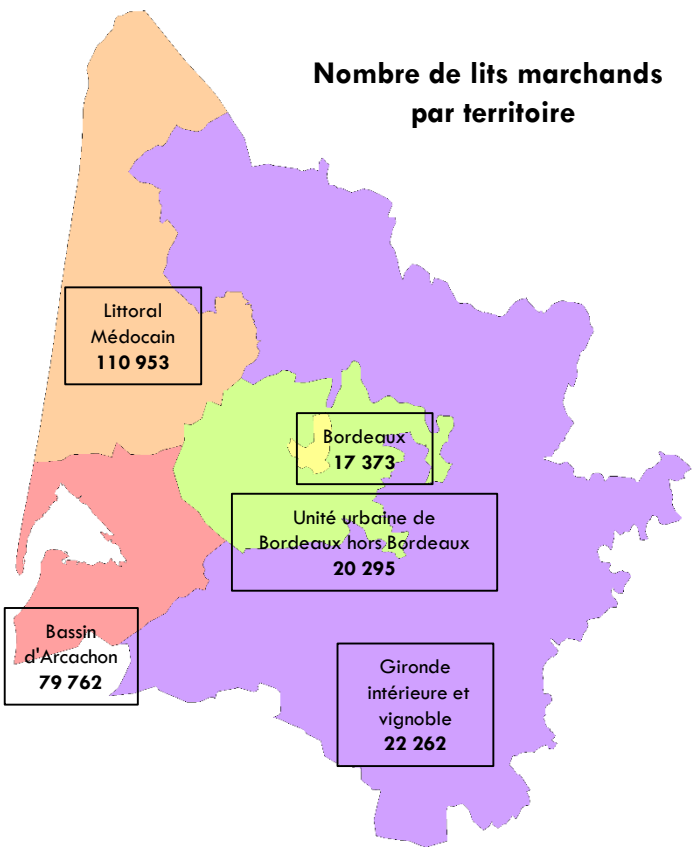


## Les densités de lits marchands



Source : Office du Tourisme de la Gironde – Janvier 2018

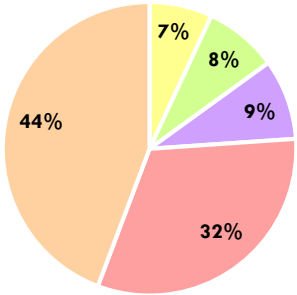
# Les hébergements touristiques marchands par territoire



% de lits marchands par type et territoire

Type d'hébergement	Bordeaux	Unité urbaine de Bordeaux hors Bordeaux	Gironde intérieure et vignoble	Bassin d'Arcachon	Littoral médocain	Gironde
Hôtellerie	53%	51%	13%	4%	1%	11%
Campings	0%	5%	32%	38%	46%	36%
Chambres d'hôtes labellisées	0%	1%	4%	0%	0%	1%
Meublés /locations	25%	15%	41%	46%	25%	32%
Résidences de tourisme/hôtelières	20%	26%	4%	6%	7%	9%
Villages de vacances	0%	1%	0%	2%	4%	2%
Hébergements jeunes/groupes/dédiés	2%	2%	5%	3%	4%	4%
Centres naturistes	0%	0%	0%	0%	12%	5%

Répartition du nombre de lits marchands par territoire




Source : Office du Tourisme de la Gironde – Janvier 2018

# Fréquentation touristique sur le département



**7<sup>ème</sup> département français le plus visité**  
*par les français en 2014*

**6 millions** de séjours  
**32,7 millions** de nuitées  
**1 845 millions d'euros** de dépenses





Plus de  
**22 000 emplois**  
liés au tourisme



Lieux	Fréquentation en 2014
Dune du Pilat	1 900 000
Fête du Vin (estimation)	600 000
Citadelle de Blaye	443 293
Foire Internationale de Bordeaux	302 140
Union des Bateliers Arcachonnais (estimation)	300 000
Cap Sciences	172 880
Maison du vin de Saint-Emilion	166 658
Musée d'Aquitaine	154 356
Capc Musée d'Art Contemporain	127 292
Musée et Galerie des Beaux	117 492
Visites guidées monuments souterrains (OT)	109 568
Base sous-marine	100 000
Exposition T.Rex - Cap Sciences	86 000
Phare du Cap Ferret	80 985
Bar à vin du CIVB	74 337
Porte Cailhau	61 516
Tour Pey Berland	56 408
Musée des Arts décoratifs et du design	51 640

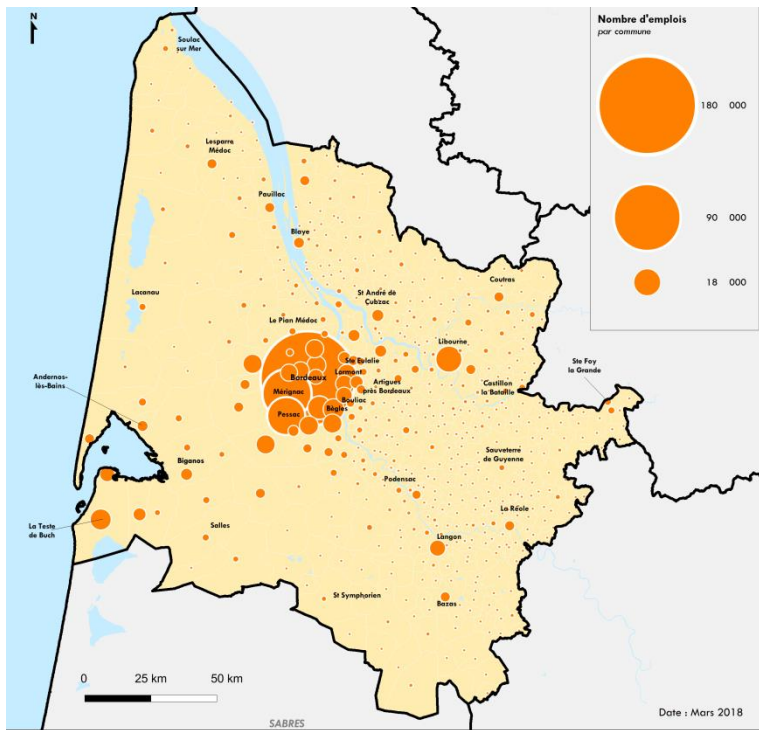
Source : Office du Tourisme de la Gironde – 2015



# Caractéristiques socio-économiques de la Gironde

*Les zones d'emplois*

## Carte sur le nombre d'emplois



639 924

## emplois sur le département de la Gironde en 2014

**+4%**  
depuis 2010

170 737

emplois sur la commune de Bordeaux en 2014  
**soit 27 % du département**

**+3%**  
depuis 2010

**397 730**

emplois sur Bordeaux Métropole en 2014  
**soit 62 % du département**

**+3%**  
depuis 2010



**13%**  
Taux de  
chômage en  
2014

**13% pour la région**

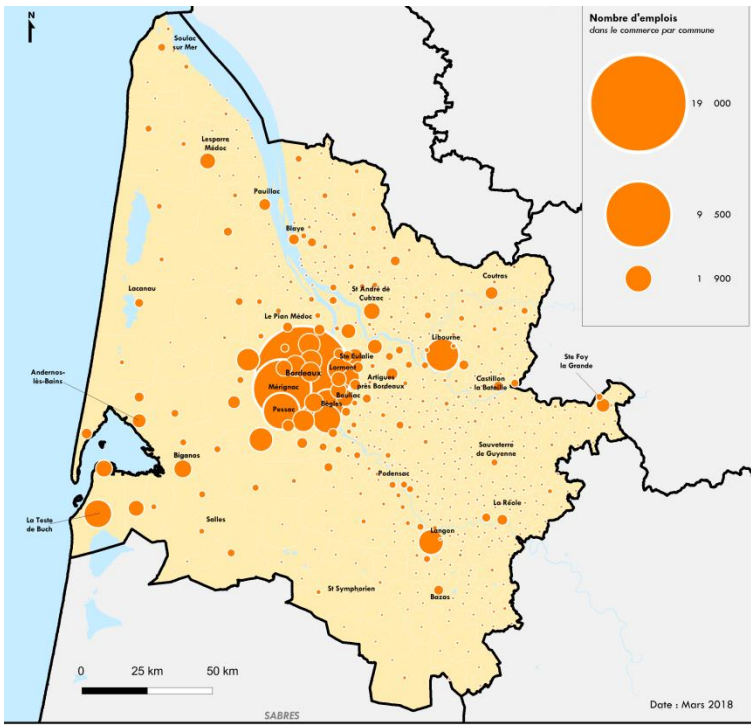
**+ 2 pts**  
*depuis 2010*

**14% pour la France**


Echelles	CSP +	CSP =	CSP -
Département	25%	55%	21%
Nouvelle-Aquitaine	21%	54%	25%
France métropolitaine (hors île de France)	21%	54%	25%

Source : Recensement INSEE 2014

Carte sur le nombre d'emplois dans le commerce



Source : Recensement INSEE 2014



86 744

emplois dans le commerce sur le département de la Gironde en 2014

+2%

depuis 2010

57

emplois dans le commerce pour 1 000 habitants sur la Gironde

13% de l'emploi au niveau national

Les densités par SCoT pour 1 000 habitants

AIRE METROPOLITAINE BORDELAISE	64
BASSIN D'ARCACHON ET DU VAL DE L'EYRE	48
LIBOURNAIS	50
SUD GIRONDE	43
LA HAUTE GIRONDE	38
CUBZAGUAIS	50
MEDOC 2033	44
LACS MEDOCAINS	41
POINTE MEDOC	35

Comparaison Départements % du commerce dans l'emploi

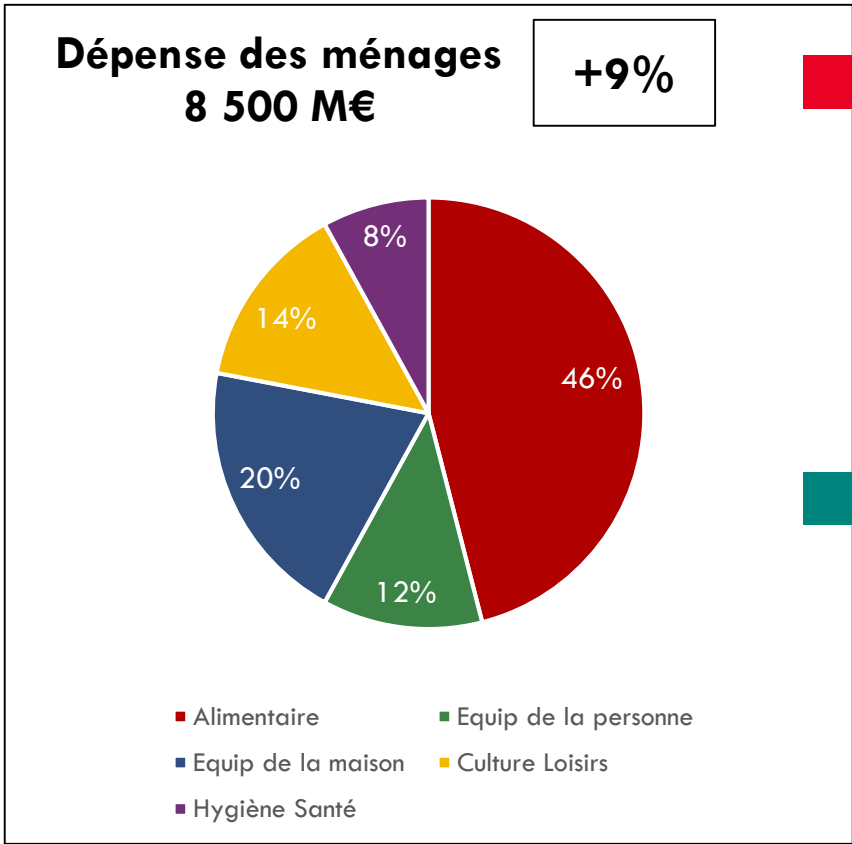
Gironde	14%
Bouches du Rhône	12%
Rhône	13%
Bas Rhin	14%
Nord	13%
Haute Garonne	11%
Loire-Atlantique	13%

## Principaux constats :

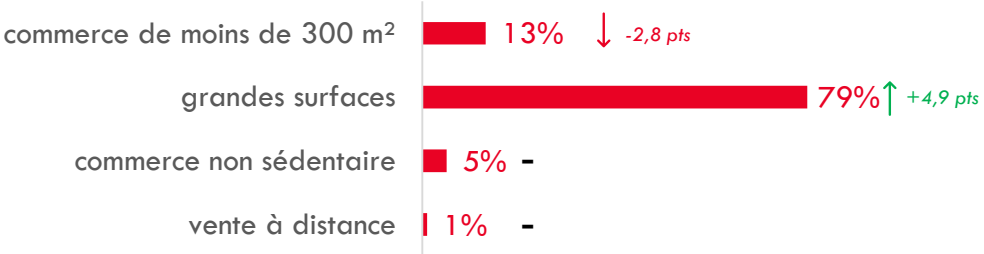
- En 2014, 1 526 000 habitants vivent sur le département de la Gironde. Entre 2010 et 2014, le département gagne plus de 76 700 habitants avec une croissance démographique de 5 %, plus soutenue sur les territoires ruraux sur de la frange ouest du département et nord est de l'agglomération bordelaise (phénomène de périurbanisation et de l'étalement urbain).
- La répartition de la population est très inégale à l'échelle du département et très concentrique autour de la commune de Bordeaux, capitale régionale. Ainsi, seules deux communes après Bordeaux dépassent les 50 000 habitants et seules 18 Communes ont 20 à 50 000 habitants. Par ailleurs, elles sont quasiment toutes situées à proximité de Bordeaux, à l'exception de La Teste de Buch et Libourne. 86 % des communes du département ont moins de 3 500 habitants. Au-delà de l'agglomération bordelaise, le département est donc un territoire très rural avec un maillage important de petits villages.
- Le département est également marqué par un développement de l'activité touristique de par le littoral atlantique, la viticulture et le patrimoine remarquable présent. Une offre de résidence secondaire et de lits touristiques concentrée sur le littoral atlantique et le bassin d'Arcachon génèrent un apport de clientèle touristique supplémentaire pour l'activité commerciale.
- La Gironde est également un territoire dynamique d'un point de vu économique avec une croissance des emplois de 4% depuis 2010, lui permettant de préserver son attractivité et l'accueil de nouvelle population.
- Ayant un poids des CSP + supérieur à la moyenne régionale et nationale, le revenu moyen des ménages est supérieur à la moyenne nationale générant ainsi une bonne capacité à consommer.

## **La consommation des ménages Girondins**

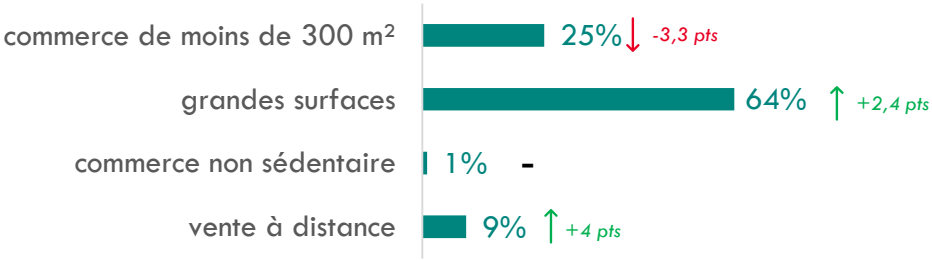
*Données issues de l'enquête ménages de la CCI Gironde*



En alimentaire

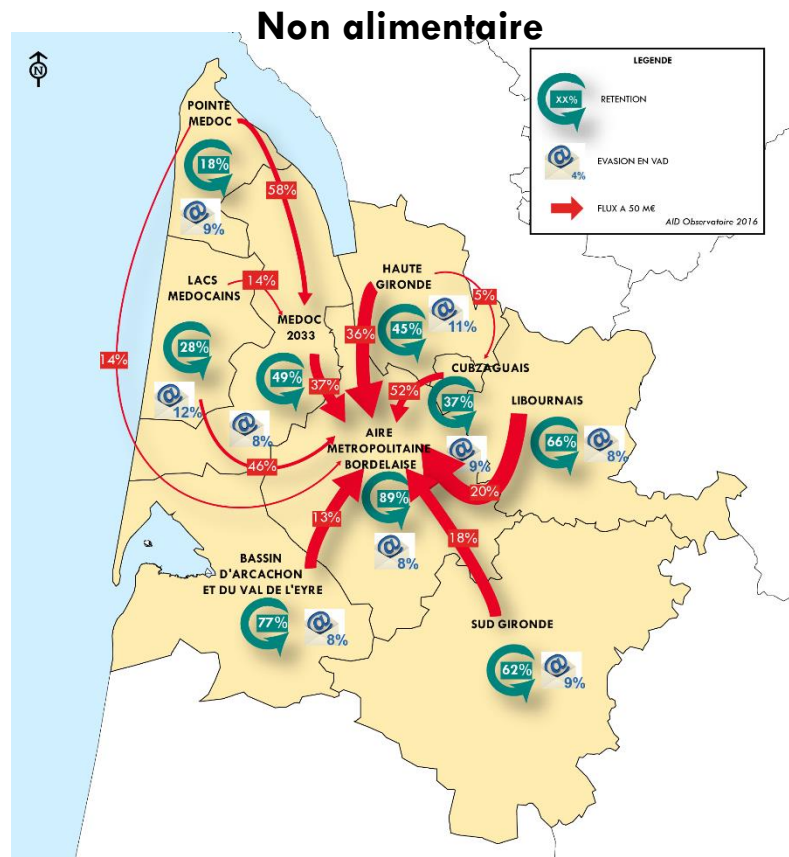
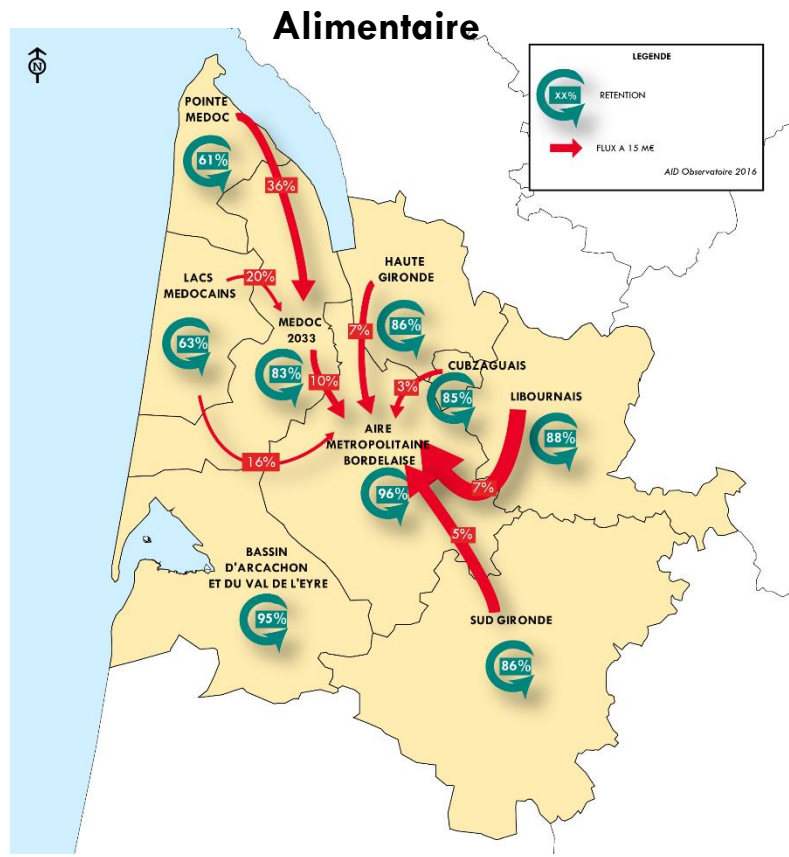


En non alimentaire



Source : enquête ménages 2015, CCIBG (Chambre de commerce et d'industrie Bordeaux Gironde), INSEE « la consommation des ménages en 2014 »





# Une forte influence du SCoT Bordelais en matière de consommation



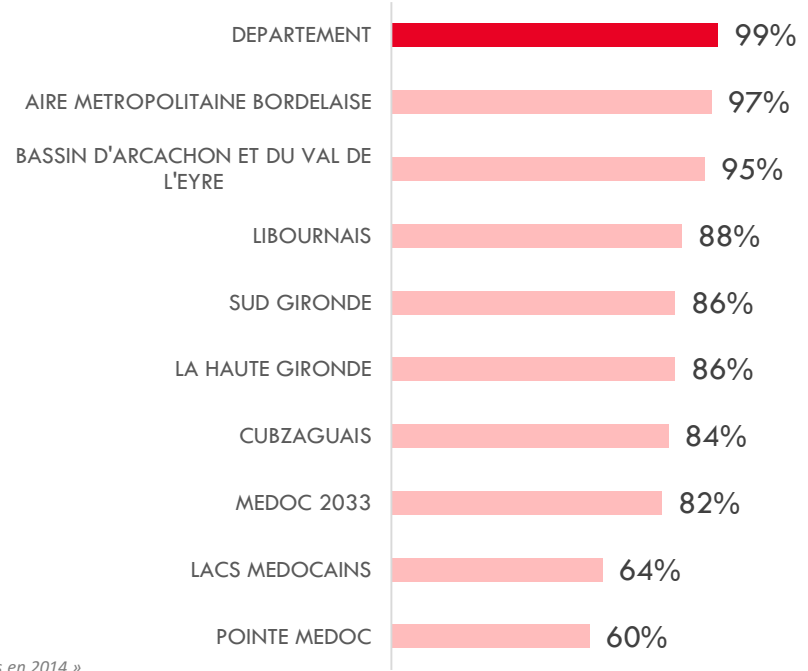
Source : enquête ménages 2015, CCIBG (Chambre de commerce et d'industrie Bordeaux Gironde), INSEE « la consommation des ménages en 2014 »

Flux supérieur à 5%

# Des taux d'emprises très satisfaisant pour les achats réguliers

Fréquence d'achat	Type d'activité concernée	Format de vente concerné
Régulier	 <i>Produits alimentaires &amp; lessives et pdts de toilettes</i>	Petit commerce sédentaire ou non sédentaire Moyenne et grande surface alimentaire
Occasionnel lourd	 <i>bricolage &amp; jardinage</i>	Grandes et moyennes surfaces spécialisées non alimentaires Formats exceptionnels
Occasionnel léger	 <i>Équipement de la personne &amp; culture loisirs &amp; déco</i>	
Exceptionnel	 <i>Mobilier &amp; Electroménager &amp; Tv Hifi</i>	

Taux d'emprise à l'échelle des SCoT  
**Achats réguliers**

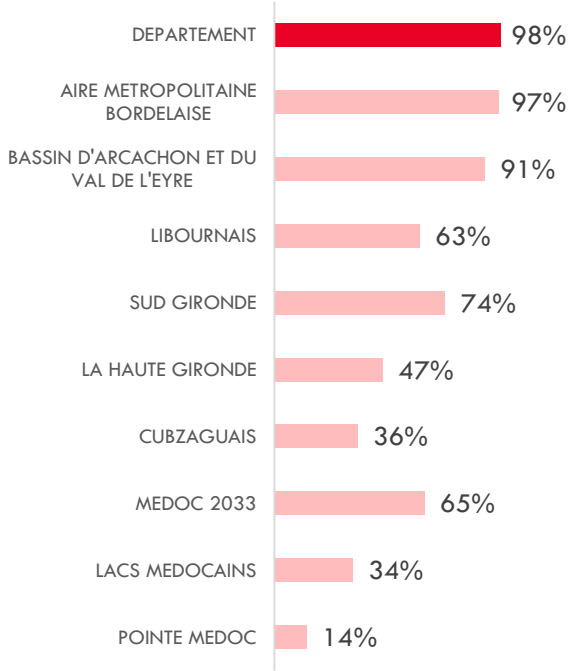


Source : enquête ménages 2015, CCIBG (Chambre de commerce et d'industrie Bordeaux Gironde), INSEE « la consommation des ménages en 2014 »

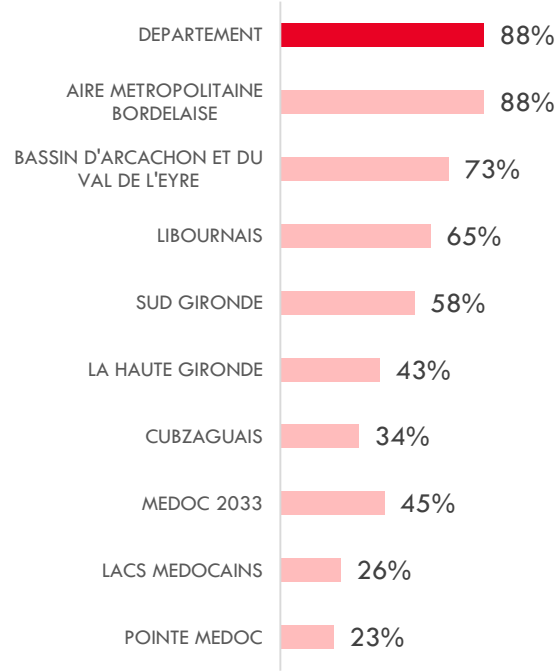


# Des taux d'emprise plus hétérogènes à l'échelle des SCoT pour les achats non-alimentaires

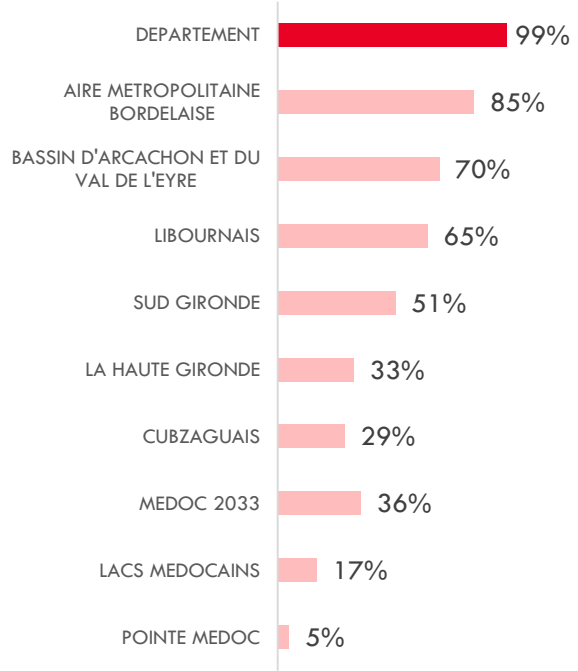
Taux d'emprise à l'échelle des SCoT  
**Achats occasionnels lourds**



Taux d'emprise à l'échelle des SCoT  
**Achats occasionnels légers**

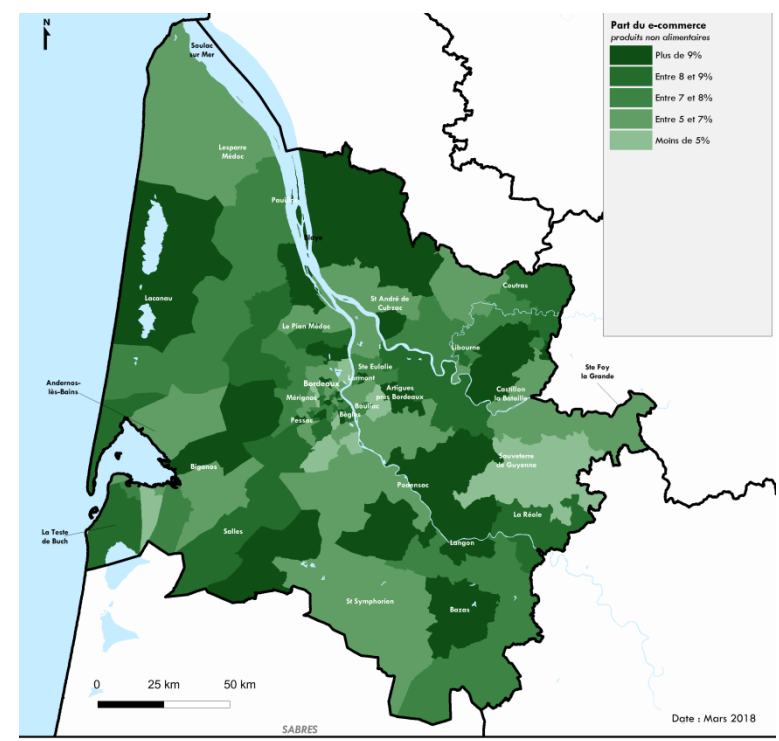


Taux d'emprise à l'échelle des SCoT  
**Achats exceptionnels**



Source : enquête ménages 2015, CCIBG (Chambre de commerce et d'industrie Bordeaux Gironde), INSEE « la consommation des ménages en 2014 »

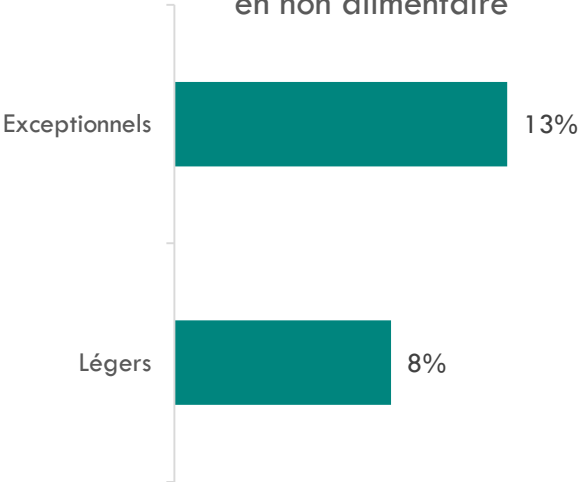
Consommation en e-commerce



 **E-commerce : 348 M€**  
**8 % des achats non-alimentaires**

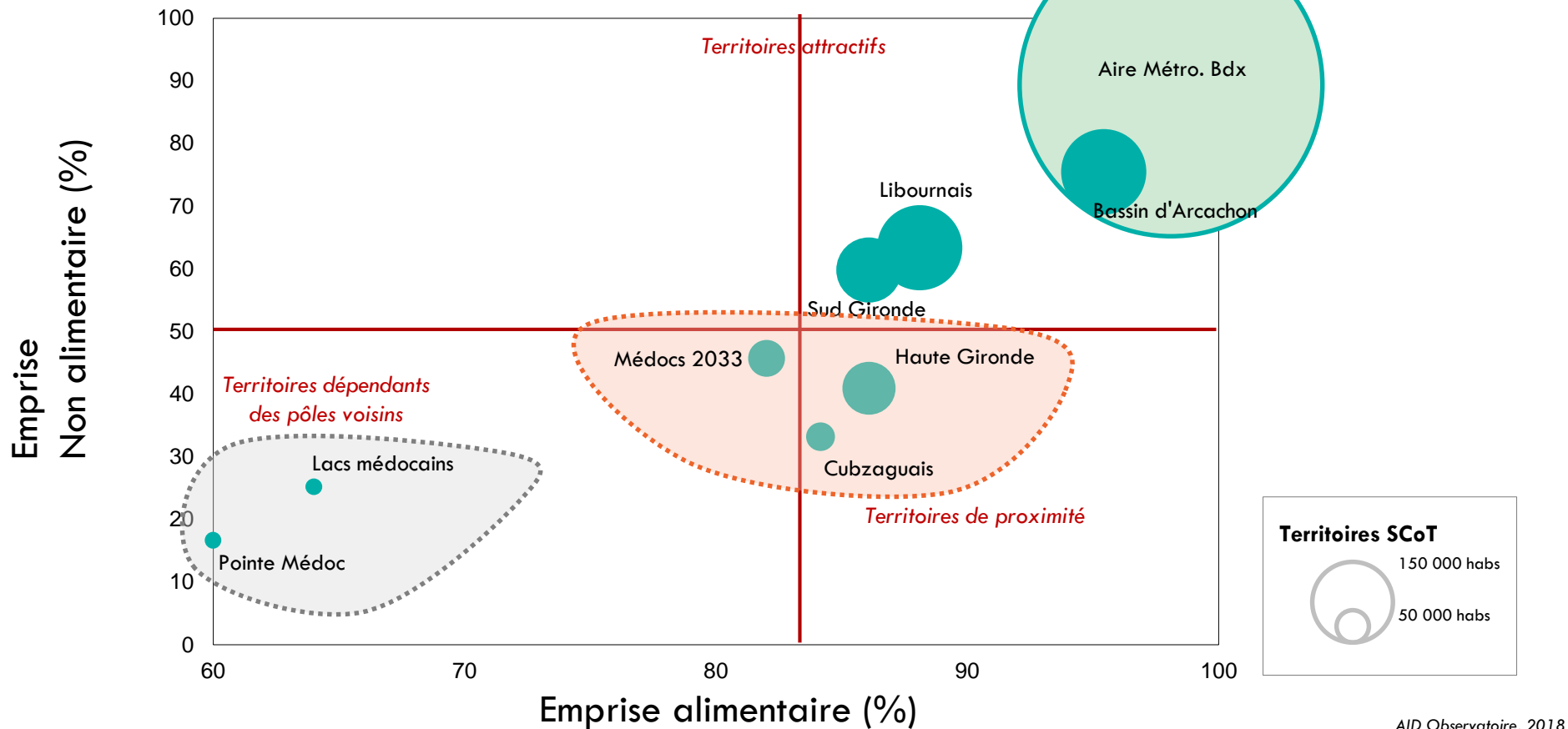
France métropolitaine (hors île de France) : **10%**

Poids du e commerce par fréquence d'achat en non alimentaire



Source : enquête ménages 2015, CCIBG (Chambre de commerce et d'industrie Bordeaux Gironde), INSEE « la consommation des ménages en 2014 »

# Réponses aux besoins des girondins



AID Observatoire, 2018

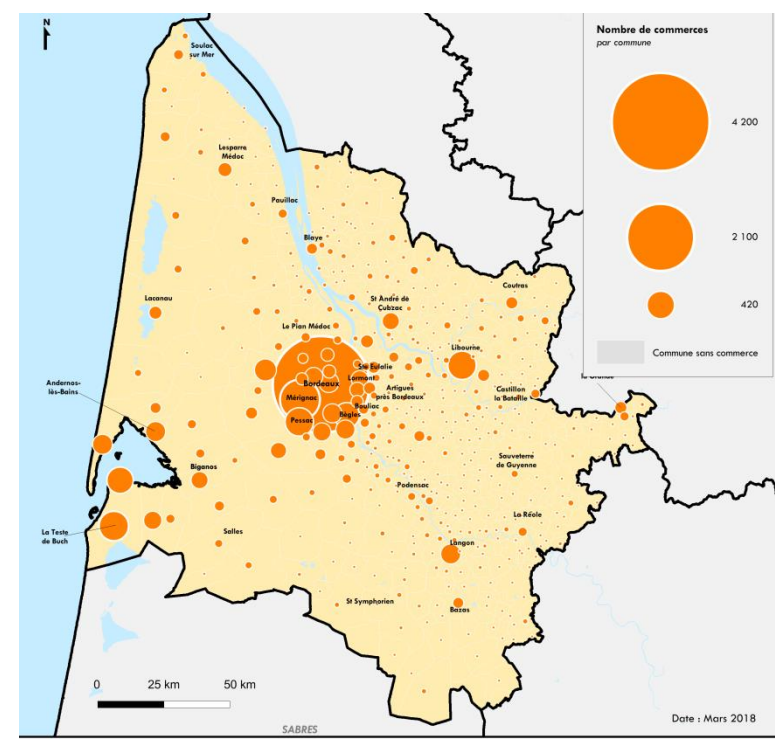
## Principaux constats :

- Les dépenses estimées des ménages girondins s'élèvent à 8 500 M€ en 2015, avec une progression de 9% depuis 2010.
- La part des dépenses effectuée dans les grandes surfaces est de 79% pour les achats alimentaires et de 64% pour les achats non-alimentaires. La répartition des dépenses effectuées par forme de vente montre une progression du poids de la grande surface au détriment des autres formes de vente en particulier des petits commerces et des marchés. Seule la part de la vente à distance pour les achats non-alimentaires augmentent également avec la démocratisation des achats sur Internet.
- Les taux d'emprise des achats alimentaires des ménages montrent une très bonne réponses aux besoins à l'échelle de chaque périmètre SCoT. Seuls les territoires des Lacs Médocains et de Pointe Médoc ont un taux d'emprise inférieur à 80% et les achats se reportent sur le SCoT Médoc 33 ou sur le SYSDAU.
- Les taux d'emprise des achats non-alimentaires des ménages sont plus contrastés et s'expliquent par une plus forte concentration de l'offre sur les polarités majeures du territoires et en particulier sur la Métropole de Bordeaux. Ainsi l'évasion s'effectue en priorité à destination du SYSDAU pour tous les autres territoires SCoT. Le fort rayonnement de la Métropole impacte les possibilités de maillage sur les autres territoires.
- Par ailleurs, les territoires où le poids des achats effectués à distance est le plus important concerne les territoires très ruraux du département. A défaut d'avoir une offre commerciale physique à proximité, le client se reporte sur la vente à distance.
- Ainsi, la Gironde possède des territoires très attractifs et autonomes en matière de consommation : l'Aire Métropolitaine bordelaise (en particulier Bordeaux Métropole) et le bassin d'Arcachon. À l'inverse d'autres territoires sont dépendants de l'offre présente sur les territoires voisins car aujourd'hui peu denses pour développer une offre commerciale conséquente : Les Lacs médocains et Pointe Médoc.

# L'offre commerciale de la Gironde

*Le commerce girondin*

Carte du nombre de commerces



Source : CCIBG; SIREN 2017

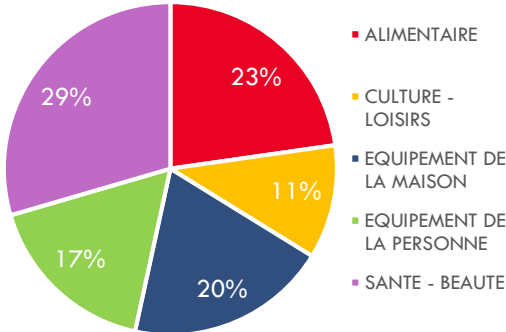
11 commerces pour 1000 habitants sur la Gironde

+25% depuis 2010

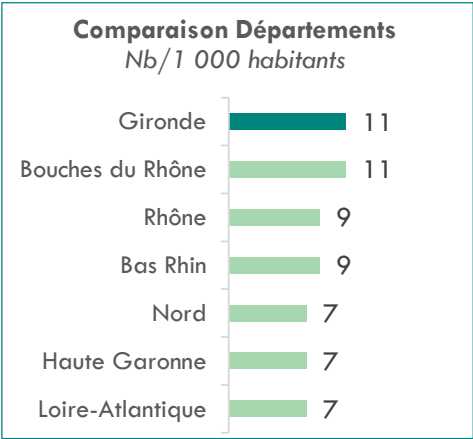
17 000 commerces sur la Gironde

+32% depuis 2010

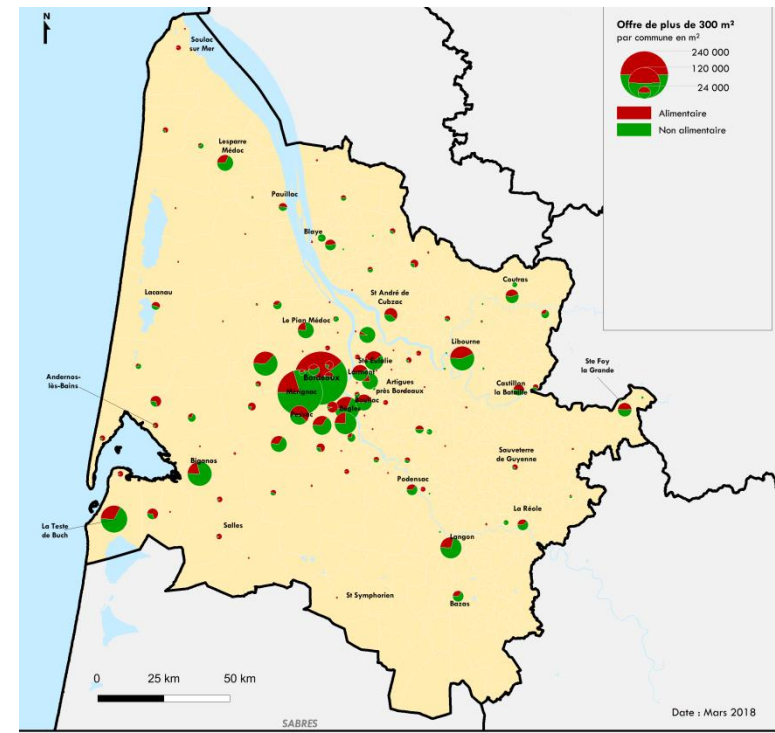
Répartition des commerces par famille



Densité nationale : 6/7 commerces /1 000 habitants



Commerce de plus de 300 m²



Source : Extraction LSA Expert – Décembre 2017; Base AID

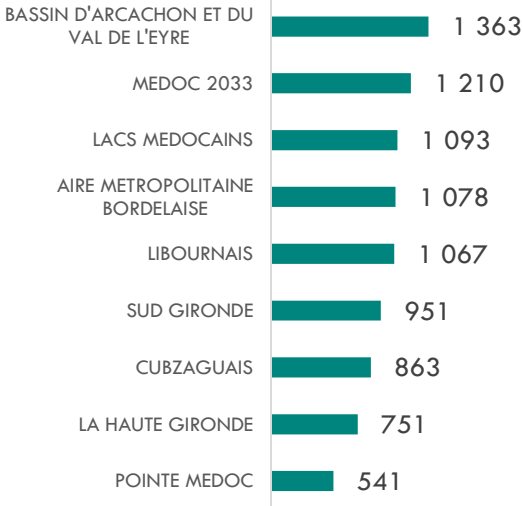
1 075 m² pour 1000 habitants sur la Gironde

+23% depuis 2010

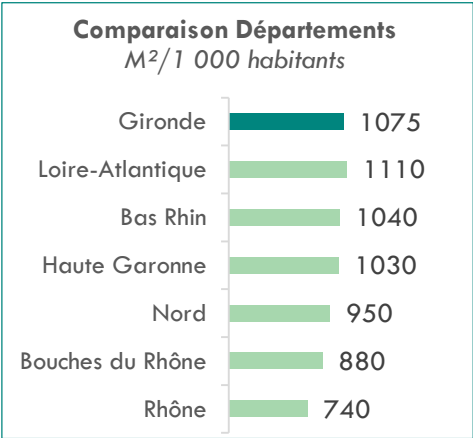
1 642 000 m² commerces sur la Gironde

+30% depuis 2010

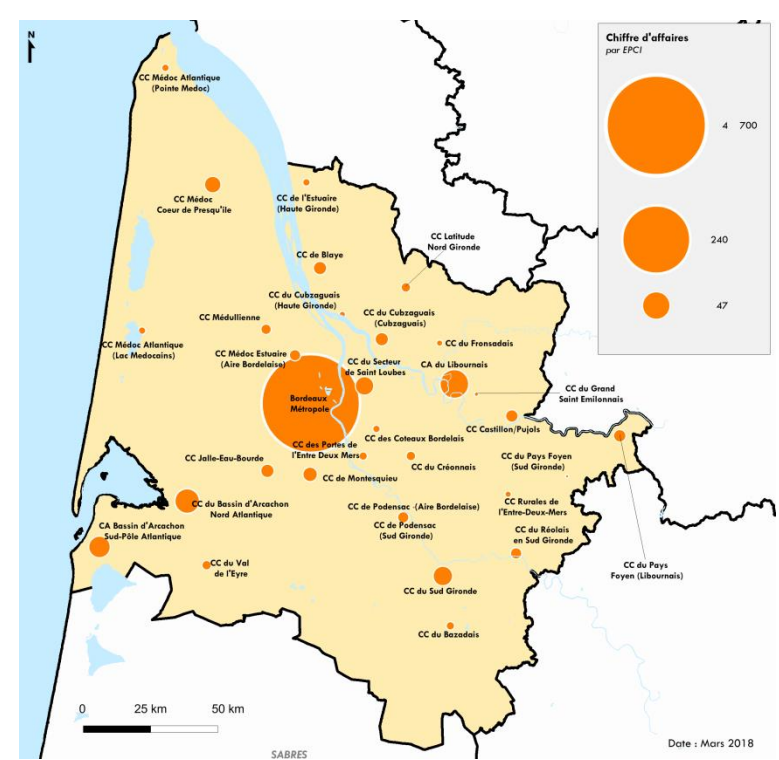
Les densités commerciales par SCoT  
M²/1 000 habitants



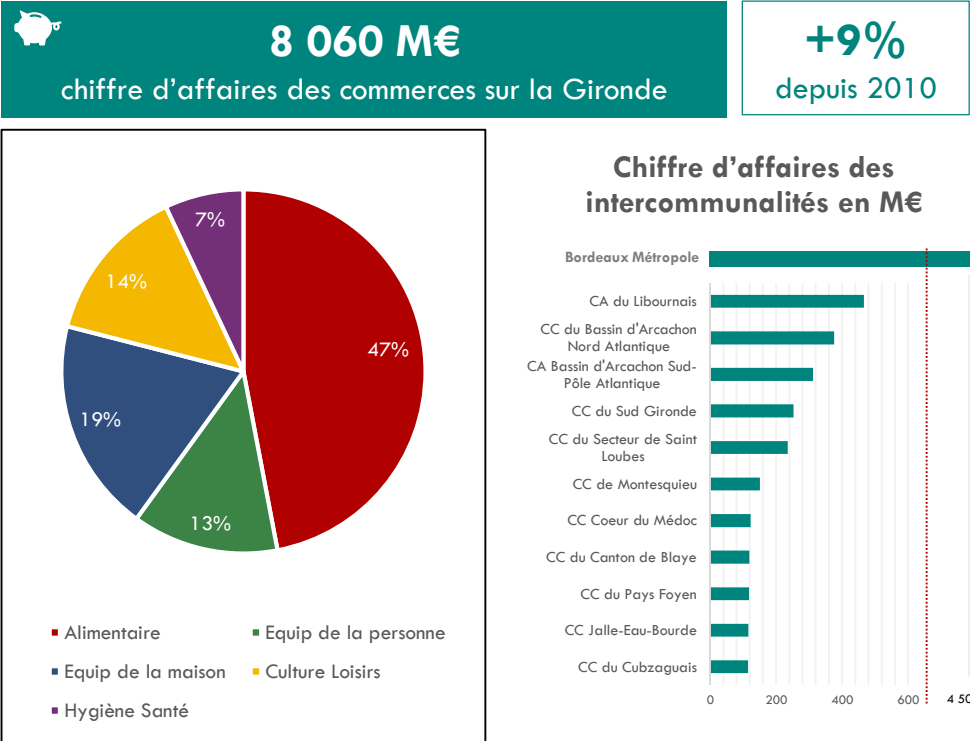
Densité nationale : 994 m² pour 1 000 habitants



Carte du chiffre d'affaires par agglomération



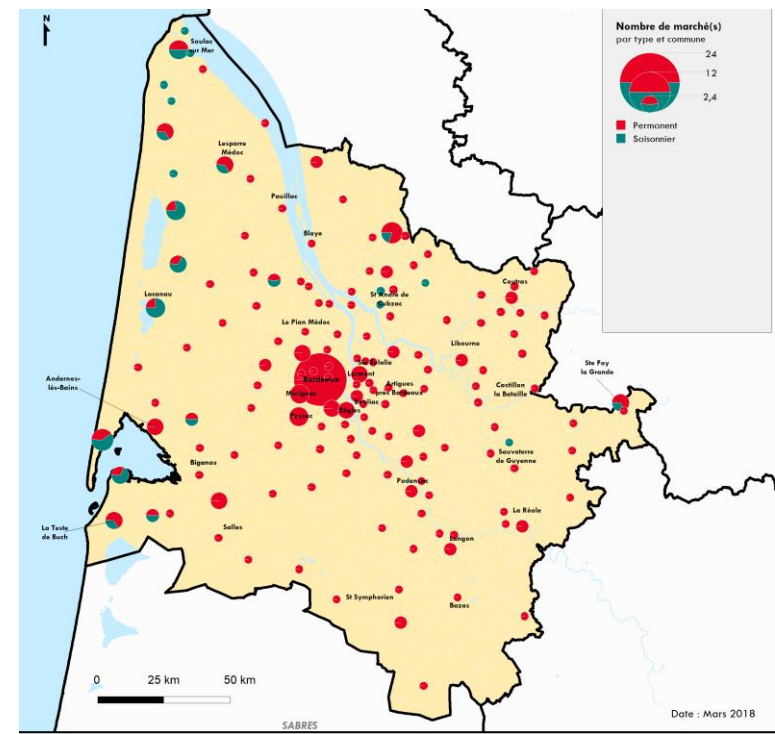
Source : CCIBG – hors apports touristiques





# Une offre en marché qui maille le territoire et complète l'offre de proximité

## Carte sur le nombre de marché



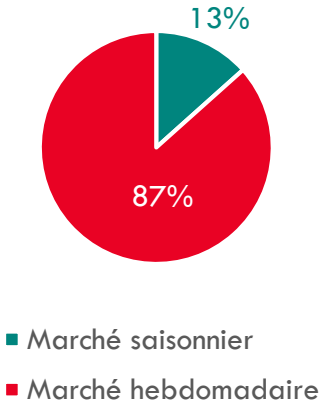
Source : CCIBG



**239**  
marché sur la Gironde

**Environ 8 000**  
exposants sur les marchés de la Gironde

### Répartition des types de marché

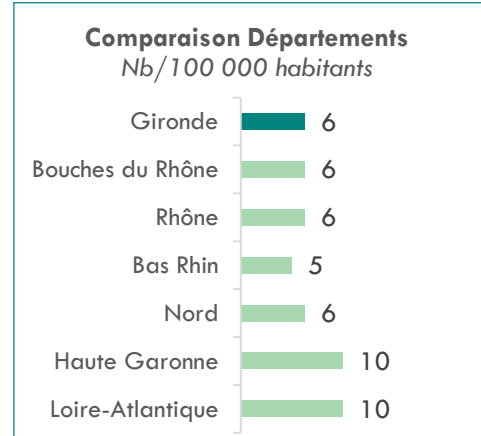


### Densité des marchés pour 100 000 habitants

AIRE METROPOLITAINE BORDELAISE	10
Gironde	16
CUBZAGUAIS	17
LIBOURNAIS	18
BASSIN D'ARCACHON ET DU VAL DE L'EYRE	20
SUD GIRONDE	23
LA HAUTE GIRONDE	28
MEDOC 2033	31
POINTE MEDOC	87
LACS MEDOCAINS	106



Densité nationale : **7 drives pour 100 000 habitants**



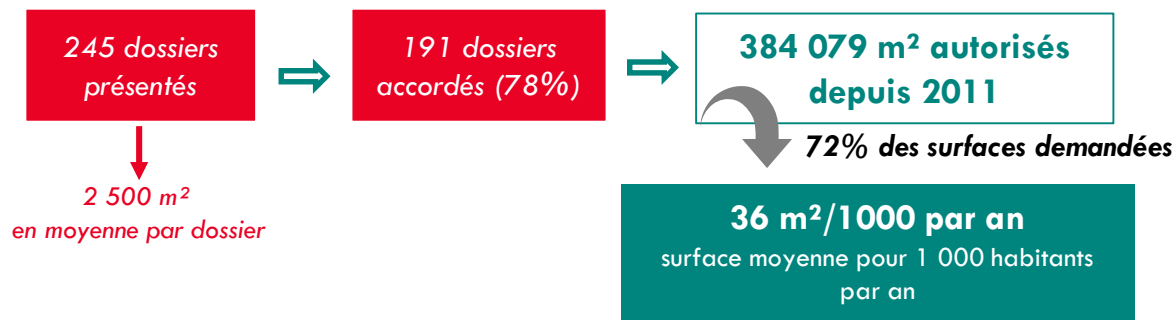
**Gironde**  
LE DEPARTEMENT  
[gironde.fr](http://gironde.fr)

## Principaux constats :

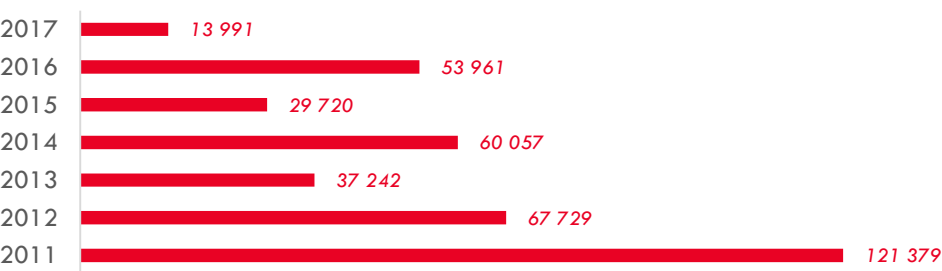
- De 2010 à 2017, l'offre commerciale du département a progressé de 32%, croissance nettement supérieure à la croissance démographique du territoire et à la croissance de la consommation. De sorte que la Gironde a une densité de 11 commerces pour 1 000 habitants, chiffre particulièrement élevé au regard de la moyenne nationale et des départements possédant une capitale régionale.
- Même constat pour l'offre en grande surface, les m<sup>2</sup> ont progressé de 30 % depuis 2010 et induit une très forte densité commerciale sur le département par rapport à la moyenne nationale (hors IDF) et les départements possédant une capitale régionale.
- La répartition de l'offre commerciale, que ce soit en petit commerce ou en grande surface suit l'armature urbaine de la Gironde, c'est-à-dire une forte concentration de l'offre sur Bordeaux Métropole, autour du Bassin d'Arcachon et sur les polarités urbaines secondaires de la Gironde (Libourne, Coutras, St André de Cubzac, Langon, Lesparre Médoc, ...)
- Le chiffre d'affaire généré par l'offre commerciale est estimée à 8 060 M€ en 2017. au regard de la répartition de l'offre commerciale, près de 60 % de ce chiffre d'affaire est généré par l'offre de Bordeaux Métropole.
- Le territoire girondin possède un bon maillage de l'offre en marché, complétée par une offre saisonnière sur les communes du littoral atlantique. De même, le développement des drives sur le territoire se sont développés sur les principales polarités et à proximité des grandes infrastructures routières du département.

# Les dynamiques de développements

*Les CDAC et le potentiel de développement*

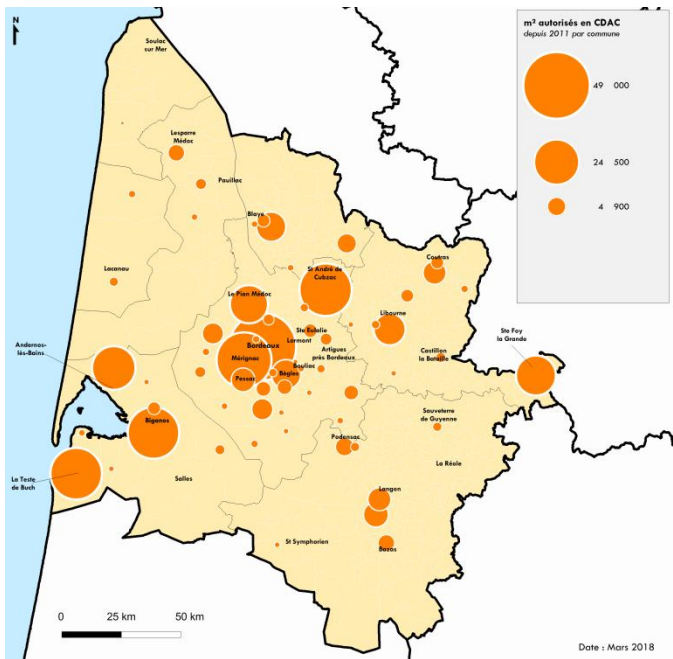


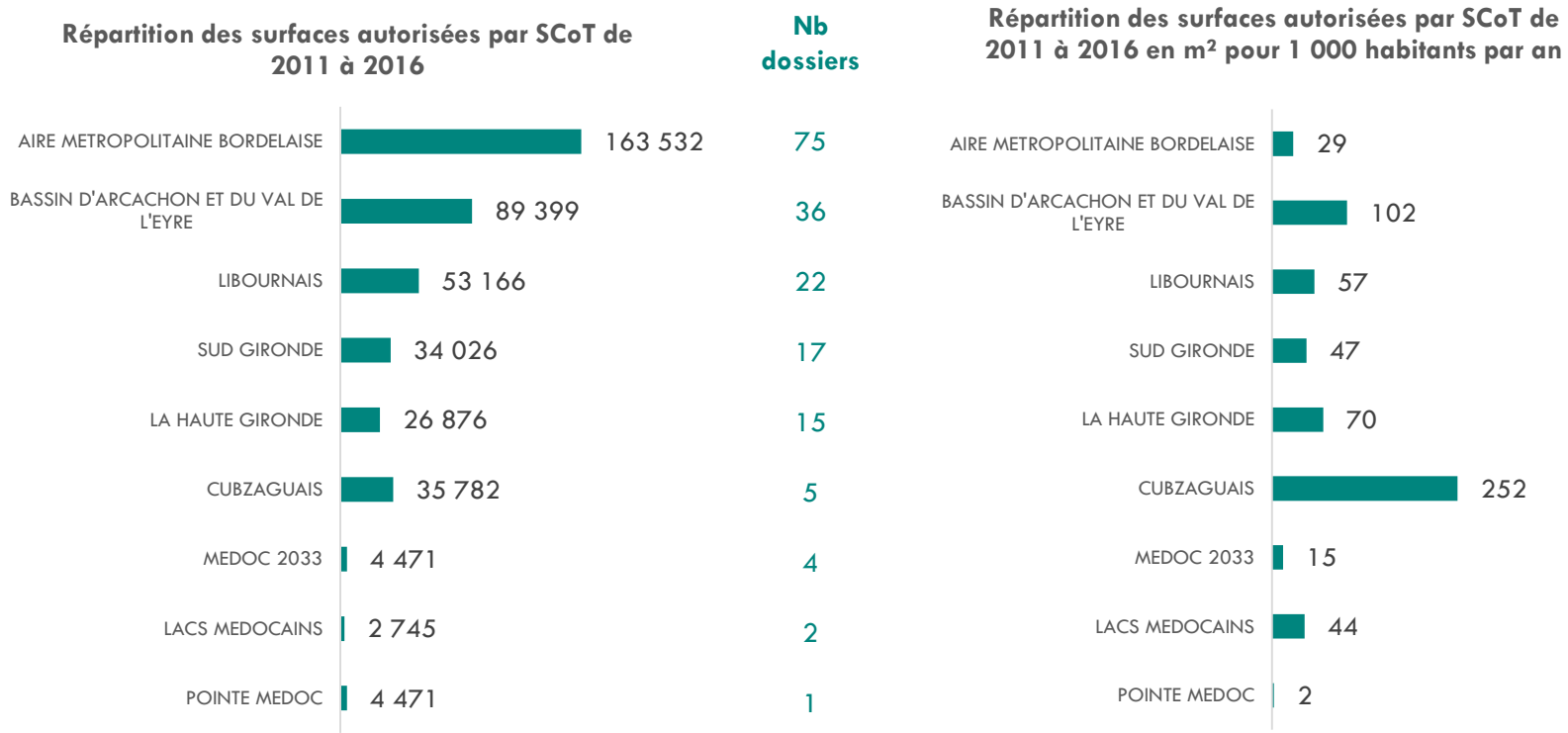
m<sup>2</sup> autorisés par an



Source : CCIBG (Chambre de commerce et d'industrie Bordeaux Gironde)

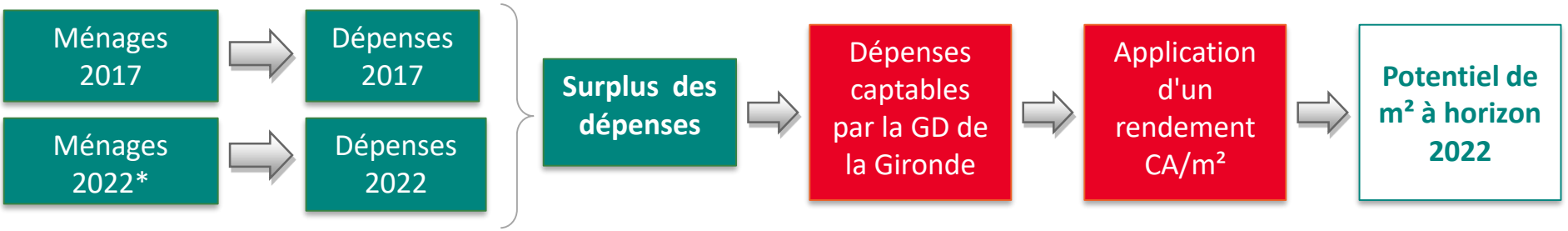
Répartition des m<sup>2</sup> autorisés depuis 2011





Source : CCIBG (Chambre de commerce et d'industrie Bordeaux Gironde)

# Potentiel théorique de développement pour les grandes surfaces en 2022 – La méthode



**Invariants :**

- Maintien des parts de marché des GMS
- Maintien du chiffre d'affaires des surfaces existantes à m² constants
- Maintien des taux d'emprise



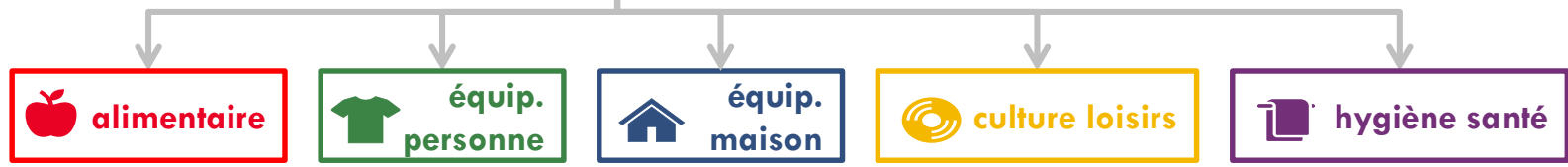
Source : AID Observatoire, 2018

\*: Evolution de la croissance démographique selon la tendance observée de 2010 à 2014

Chiffre d'affaires supplémentaire  
à horizon 2022



Entre 670 et 700 M€



Répartition du CA	+ 430 - 450 M€	+ 49 – 51 M€	+ 112 – 117 M€	+ 50 – 53 M€	+ 28 M€
M² (+300 m²)	45 000 – 50 000 m²	10 000 m²	53 000 – 55 000 m²	9 000 m²	1 500 m²



Entre 118 000 m² et 125 000 m² de potentiel de  
développement pour la grande distribution

Source : AID Observatoire, 2018



Potentiel de développement théorique

**118 000 – 125 000 m<sup>2</sup>  
supplémentaires**

–

Stocks des surfaces autorisés non réalisées

**186 000 m<sup>2</sup> autorisés mais non  
réalisés**

=

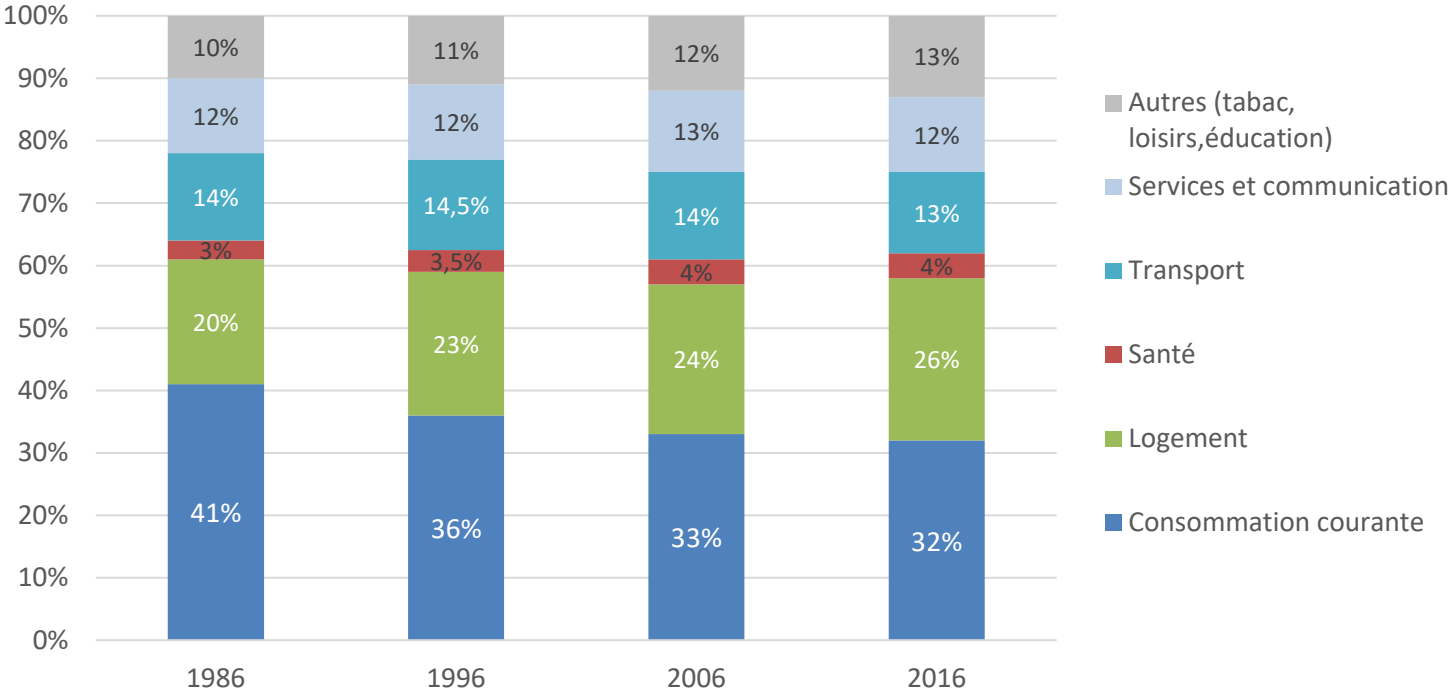
**Excédent de  
60 000 m<sup>2</sup>**

Source : AID Observatoire, 2018

# La consommation : de profondes évolutions des comportements



Répartition du budget des ménages par fonction

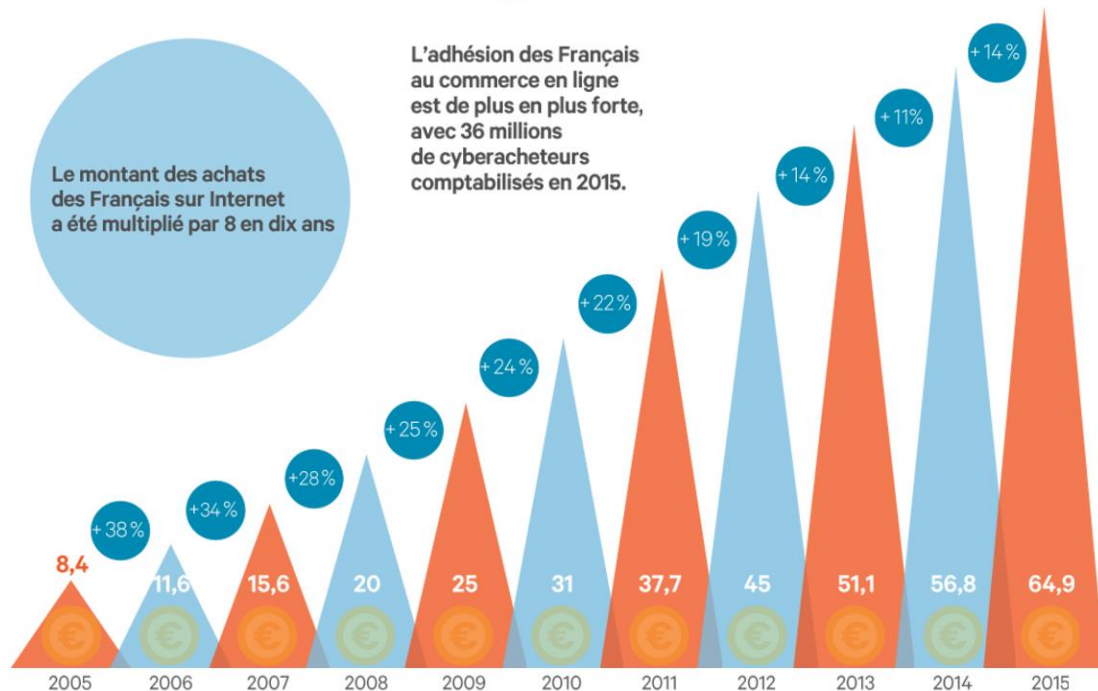


Source INSEE : Consommation effective des ménages par fonction - 2016

# La consommation : de profondes évolutions des comportements

## Des ventes en progression continue

## Chiffre d'affaires en milliards d'euros des sites de e-commerce français

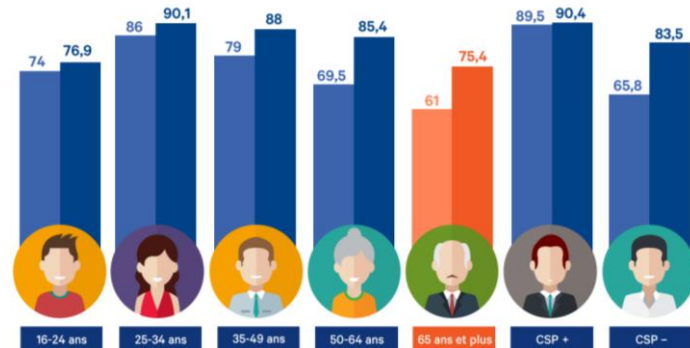


## Profil des cyberacheteurs : la fracture générationnelle et sociale s'est réduite

## Taux d'acheteurs par tranche d'âge, parmi la population internautes, en %

C'est en proportion chez les seniors que le plus de nouveaux clients a été recruté ces dix dernières années, les 25-34 ans restant les plus adeptes du e-commerce.

■ 2010 ■ 2015



Sources : FEVAD 2016

**80 Milliards d'€ de CA en 2018 = CA de 320 000 boutiques**

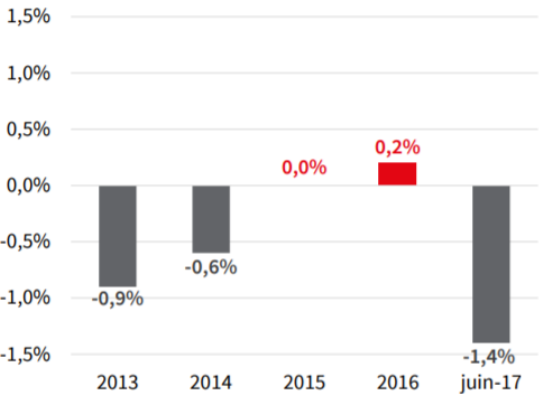
**31 Milliards d'€ en 2010**

## Des distributeurs qui arbitrent leurs implantations



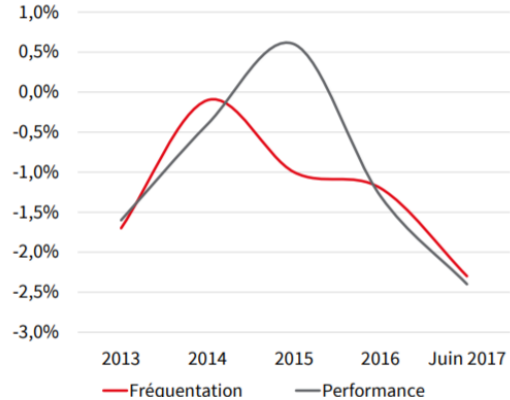
Déconnexion croissante depuis les années 90 entre l'évolution des surfaces commerciales, la croissance démographique et l'élévation du pouvoir d'achat : + 4% par an du parc commercial pour + 1,5% par an de la consommation !

Chiffre d'Affaires du Panel PROCOS



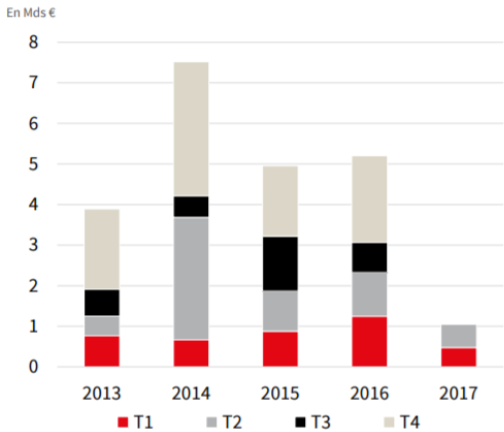
Source : PROCOS

Performance et fréquentation des centres commerciaux du CNCC



Source : CNCC

Volumes investis en commerce en France



Source : JLL

L'immobilier commercial constitue une valeur refuge et un placement défensif offrant des taux de rentabilité supérieurs en comparaison d'autres placements financiers. Pourquoi ?

- des rendements supérieurs,
- la souplesse du contrat de location,
- l'effet de levier de l'endettement sur la rentabilité des capitaux propres investis,
- la fiscalité des SIIC,
- les investisseurs étrangers.

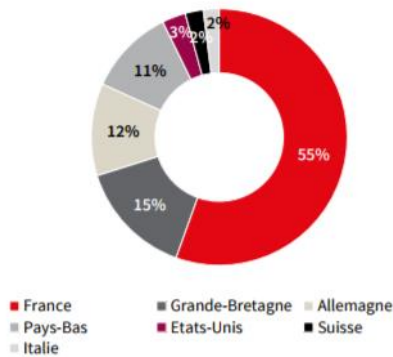
Taux de rentabilité annuel comparé de différents placements entre 1994 et 2014

Le taux de rendement net « prime » des commerces en 2014

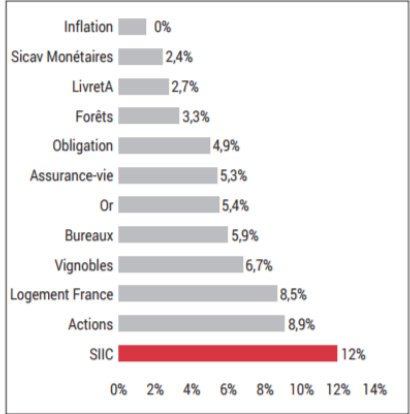
Centre-ville à Paris	Emplacements n°1 : 3,5% - 4,85%
	Autres emplacements : 5,00% - 7,00%
Centre-ville en province	Emplacements n°1 : 4,15% - 6,00%
	Autres emplacements : 6,00% - 9,00%
Périphérie	Retail park Ile-de-France (nouvelle génération) : 5,25% - 8,00%
	Retail park province (nouvelle génération) : 6,25% - 9,25%
Centres commerciaux régionaux	Ile-de-France : 4,15% - 5,25%
	Province : 4,35% - 6,00%

Source : CBRE  
Prime = actifs bien situés, loués aux conditions de marché

Volumes investis en 2017 selon la nationalité des acquéreurs



Source : JLL



Source : Institut de l'Epargne Immobilière et Financière

## Principaux constats :

- Le bilan des CDAC sur la période 2011-2017 montre que sur les 245 dossiers déposés, 191 dossiers ont été accordés, soit un taux d'autorisation de 78 %. Depuis 2011, la CDAC a autorisé la construction de 384 079 m<sup>2</sup> de surface de vente. Cela représente 72 % des surfaces demandées.
- Depuis 2011, le rythme d'autorisation a globalement baissé sur le territoire. Par ailleurs, les surfaces autorisées sont concentrées sur le SYSDAU (42 % des surfaces autorisées), le bassin d'Arcachon, le Cubzaguais, le Libournais et le Sud Gironde.
- Rapporté au poids de population, le rythme d'autorisation des grandes surfaces est particulièrement élevé pour le Cubzaguais, le Bassin d'Arcachon (qui a certes un apport supplémentaire avec une clientèle touristique importante), la Haute Gironde et le Libournais.
- Le potentiel de développement des grandes surfaces sur le département est estimé à horizon 2022 à un chiffre d'affaire supplémentaire de 670 à 700 M€. Le besoin en surface supplémentaire est estimé entre 118 000 et 125 000 m<sup>2</sup>. Au regard des surfaces autorisées mais encore non exploitées (186 000 m<sup>2</sup>), le potentiel de développement à horizon 2022 est d'ores et déjà réalisé, et le département a dès aujourd'hui un excédent de 60 000 m<sup>2</sup> de grandes surfaces. Ainsi l'offre commerciale, de grandes et moyennes surfaces, actuelle et en projet est plus suffisante pour couvrir les besoins de consommation des girondins à horizon 2022.
- Les principales évolutions de comportement de la population en matière de consommation et l'adaptation des professionnels sont les suivants :
  - L'essor de nouvelles formes de vente qui fragilise le commerce traditionnel
  - Des arbitrages en matière de dépense qui privilégient les postes prioritaires (logement, transport, énergie, communication)
  - Des restructurations nécessaires dans la grande distribution
  - Un développement de surfaces commerciales, encore réel, mais déconnecté des besoins



# Les enjeux du commerce sur le territoire girondin



## Sur l'offre :

- Une offre commerciale dense, diversifiée,
  - Un fort rayonnement de Bordeaux Métropole
- qui impacte les possibilités de maillage territorial,
- Un territoire autonome de part la densité et la diversité d'offre : le Bassin d'Arcachon



## Sur le potentiel de développement

- Un territoire qui présente une certaine dynamique et une attractivité avec une clientèle au bon pouvoir d'achat
  - Un développement encore très actif sur le territoire, ...
  - ... mais un potentiel de développement limité par une offre déjà saturée,
  - Et un stock de surfaces déjà autorisé qui est excédentaire par rapport au potentiel de développement
- Une nécessaire maîtrise des développements futurs pour réguler l'offre au regard de la demande.



## Les centres-villes structurants

- Une offre commerciale fragilisée par le développement des zones commerciales, notamment dans les territoires les moins dynamiques
- ➔ La vacance des locaux se renforce
- ➔ Réduction des périmètres marchands historiques



## Les villages

- Une offre commerciale qui se raréfie ➔ Problème de transmission/reprises des activités
- Déplacement des commerces sur les flux de circulation ou en entrée de village, notamment avec le développement des galeries marchandes
- ➔ Perte de l'animation des cœurs de village



## La périphérie

- Développement de petits et moyens formats qui concurrencent l'offre de centralité, notamment en alimentaire et prêt à porter
- De nombreuses extensions de zones commerciales qui fragilisent les espaces marchands vieillissants
- ➔ Risque de friches commerciales à terme
- Peu de mutualisation des espaces qui contribue à la consommation d'espace agricole
- Mutation d'espace à vocation économique (sphère productive) en espaces marchands
- ➔ une organisation qui émane d'une stratégie par opportunité
- ➔ Impact sur les valeurs foncières des terrains nus qui freinent l'accueil des entreprises productives

**Des territoires SCoT à dominante rurale**

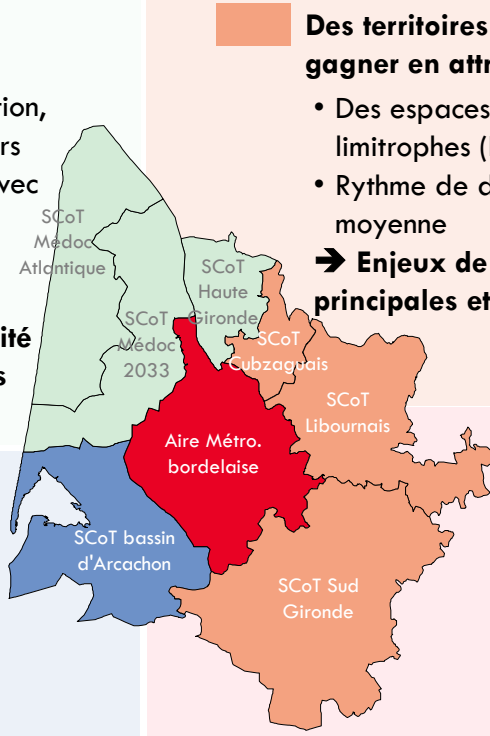
- Des territoires encore peu denses en population,
- Peu de sollicitation de la part des investisseurs car éloignés des principaux bassins de vie avec peu de passage
- Phénomène de rattrapage en terme de développement de l'offre

➔ **Enjeux d'équilibre entre l'offre de centralité et d'entrée de ville, préservation des terrains pour de l'activité agricole ou économique**

**Le SYBARVAL – territoire d'attractivité touristique**

- Un fort développement récent boosté par l'apport touristique et la périurbanisation
- Tend à spécifier la vocation des différents espaces marchands : offre touristique en centralité, offre à destination des habitants davantage développée en périphérie

➔ **Enjeux de préservation de la diversité de l'offre au sein des polarités marchandes**



**Des territoires SCoT où le commerce tient une place importante pour gagner en attractivité**

- Des espaces "intermédiaires" soumis aux influences des pôles urbains limitrophes (Bdx Métro., Bergerac, Marmande, ...)
- Rythme de développement de l'offre en périphérie très supérieur à la moyenne

➔ **Enjeux de préservation de l'offre commerciale dans les centralités principales et secondaires de ces territoires**

**Le SYSDAU – Situation de confortement de son offre**

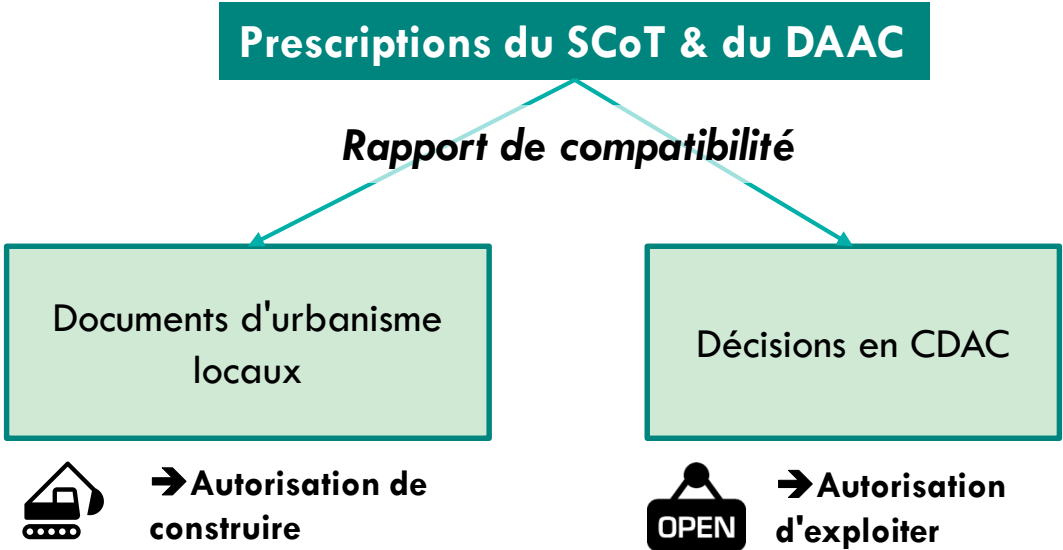
- Confortement de l'offre sur Bordeaux Métropole sur les pôles majeurs d'attractivité (centre-ville et pôles commerciaux historiques),
- Maîtrise de la consommation foncière pour les zones de périphérie,
- Maillage de l'offre dans le cas de projets de développement de nouveaux quartiers

➔ **Enjeux d'intégration des zones commerciales dans la construction de nouveaux quartiers multifonctionnels**

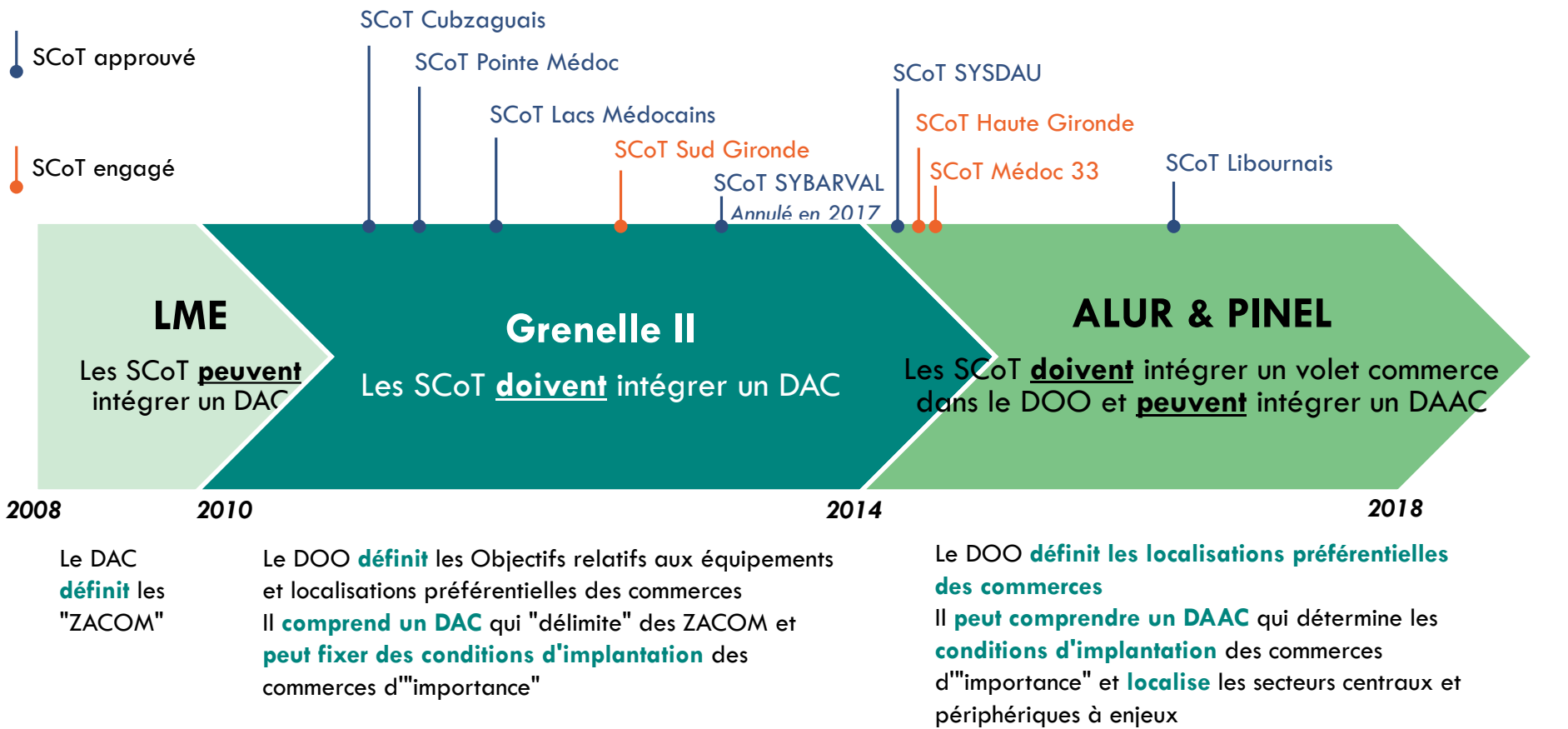
➔ **Enjeux de maillage de l'offre sur les territoires périphériques pour les besoins les plus courants**

# L'action publique en matière d'aménagement commercial

Définition du cadre



# Les procédures SCoT au sein du département



- Privilégier le développement en centralité → *objectifs inscrits dans les textes de lois depuis ALUR et PINEL*
- Développer l'offre commerciale au regard de l'armature urbaine définie,
  - Préserver le rayonnement des pôles commerciaux majeurs,
  - Mailler le territoire en offre de proximité.
- Diversifier l'offre commerciale au regard des dynamiques démographiques
- Prévoir la modernisation et les requalification des espaces commerciaux de périphérie,
- Préserver le tissu commercial et artisanal traditionnel, les savoirs faire locaux, ainsi que les autres formes de commerces (marchés, commerces ambulants, vente directe, ...)
- Intégrer les projets de développement dans l'environnement proche (forme et qualité architecturale, insertion paysagère, ...)

## Autres objectifs plus spécifiques au SYSDAU :

- Stabiliser les emprises foncières à vocation commerciales
- Tendre à une multifonctionnalité des zones commerciales dans une logique d'intégration urbaine

## Objectif peu présent :

- La prise en compte des développements des territoires voisins encore peu mis en avant.



## SCoT LME

(Pointe Médocs,  
Cubzaguais, Lacs  
Médocains)

### Absence de volet commerce spécifique

### Pas de prescriptions réglementaires précises

➔ *Les orientations sont rédigées davantage sous l'angle de l'objectif à atteindre*

#### Prescriptions

Les principaux objectifs en matière de stratégie économique sont :

- De préserver en priorité les savoir-faire locaux en permettant aux entreprises du territoire de se réinstaller ou de s'agrandir sur place.
- De consolider le tissu économique local par l'accueil de nouvelles entreprises :
  - En lien avec le Grand Port Maritime de Bordeaux, notamment dans la zone industrialo-portuaire du Verdon ;
  - En inscrivant l'enjeu de valorisation d'une filière économique tournée vers la production d'énergie renouvelable et la valorisation de la biomasse locale par l'aménagement possibles de sites de production d'énergie photovoltaïque sur les communes de Vendays-Montalivet, de Naujac-sur-Mer et de Soulac-sur-Mer. Par ailleurs, le Grand Port Maritime de Bordeaux dispose de capacités foncières d'accueil suffisantes pour le développement d'activités industrielles en lien avec la production d'énergies renouvelables (photovoltaïques, éoliennes, hydrauliques ...).
  - En développant les activités artisanales et commerciales répondant aux besoins des habitants et des entreprises.
- De favoriser la requalification des sites existants et de renforcer les exigences qualitatives dans le développement ou la mise en œuvre de nouveaux sites d'accueil d'entreprises.

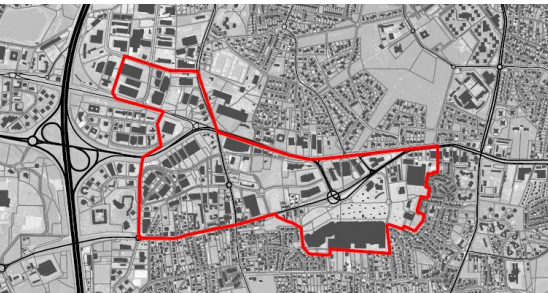
*"Consolider le tissu économique local par l'accueil de nouvelles entreprises [...] en développant les activités artisanales et commerciales répondant aux besoins des habitants et des entreprises"*

Extrait du SCoT Pointe Médocs

SCoT Grenelle  
(SYSDAU, SYBARVAI -  
annulé)

Délimitation des localisations préférentielles et prescriptions associés  
Intégration des formats,  
vocation selon la notion de fréquentation

Délimitation de la ZACOM - Mérignac Soleil



- Interdit pour les formats <500 m<sup>2</sup>
- Autorisés sous-condition pour les formats de 500 à 2 500 m<sup>2</sup>,
- Autorisés pour les formats >2 500 m<sup>2</sup>

Extrait du SCoT SYSDAU

Vocations et formats autorisés

Échelle(s)	Espace d'implantation	Vocations et enjeux pour l'aménagement durable du territoire	Format des nouvelles implantations		
			Petit (< 500 m²)	Intermédiaire (500 à 2 500m²)	Grand (> 2 500m²)
V1 Métropolitaine Quartier	Hypercentre métropolitain (dont cœur marchand de Bordeaux, hors ZACom)	Attractivité extraterritoriale Fréquentation occasionnelle et quotidienne Lieu majeur d'animation urbaine Flux tous modes	Implantation possible sous condition [1]	Implantation possible sous condition [1]	Implantation possible sous condition [1]
V2 Basins de vie Quartier / Bassins de vie	Lieux prioritaires issus de la géographie prioritaire (Cœur d'agglomération hors pôles commerciaux, centralités et nœuds d'interconnexion, pôles de proximité)	Proximité Fréquentation quotidienne Besoins fonciers limités Lieu d'animation urbaine Flux tous modes	Implantation privilégiée	Implantation privilégiée	Implantation possible sous condition [2]
	Pôles commerciaux d'équilibre	Grande proximité Fréquentation hebdomadaire Besoins fonciers moyens Lieu potentiel d'animation urbaine Flux tous modes	Implantation non privilégiée	Implantation privilégiée	Implantation possible sous condition [3]
V3 Métropolitaine	Grands pôles commerciaux métropolitains (pôles régionaux et pôles d'agglomération)	Attractivité extraterritoriale Fréquentation occasionnelle Besoins fonciers significatifs Générateur de nuisances urbaines Flux essentiellement automobiles	Implantation non privilégiée	Implantation possible sous condition [4]	Implantation privilégiée
V4	En dehors de l'hypercentre, des lieux prioritaires et des pôles commerciaux	Proximité Fréquentation quotidienne Flux tous modes	Implantation possible sous condition [5]	Implantation non privilégiée	Implantation non privilégiée

## SCoT ALUR/PINEL

(Haute Gironde,  
Libournais, Sud  
Gironde, Médoc 33)

### SCoT en cours d'élaboration - les objectifs sont identifiés → Comment passer des objectifs aux orientations ?

- Les collectivités des bassins de proximité se partageront une enveloppe de 30 ha au maximum pour l'extension du développement commercial
- Les projets devront se développer en cohérence avec l'armature territoriale
- Les projets devront veiller à adapter les créations de surfaces commerciales à la croissance progressive de la population et prendre en compte l'offre existante à toutes les échelles territoriales
- Priorité de développement dans les centres villes et centres bourgs

→ Répartition par bassin prescrit

→ Absence de carte de localisation

→ Objectifs à atteindre sans traduction prescriptive

Extrait du SCoT du Grand Libournais



## Bilan du contenu des SCoT

- Des SCoT en vigueur encore très faiblement prescriptifs (à l'exception du SYSDAU)
- Un manque d'outils prescriptifs pour passer de l'objectif à l'orientation → Pas/peu de connaissance des outils à disposition, peur du risque juridique et des recours en contentieux
- Des prescriptions difficilement applicables car peu précis ou trop sujet à interprétation pour la déclinaison dans les PLU(I) et pour la prise de décision en CDAC
  - Rends difficile les arbitrages pour autoriser/interdire un projet
  - Facilite les recours en cas de contentieux
- Le temps de la mise en compatibilité des PLU(I) reste long (1 ans pour modification, 3 ans pour révision)
  - Quid de la maîtrise des développements ? Seules les décisions en CDAC permettent d'agir



## Les enjeux en matière d'Urbanisme réglementaire

### → Sensibilisation des élus et techniciens sur :

- Les possibilités qu'offrent le SCoT en matière d'aménagement commercial et les limites de l'exercice → les outils prescriptifs à disposition
- La mise en œuvre des orientations lors de la mise en compatibilité des documents d'Urbanisme locaux
- Les outils complémentaires au SCoT

### → Accompagnement des collectivités territoriales dans l'élaboration des documents :

- Porter une vision "à l'échelle départementale" ou "InterSCOT" en matière d'aménagement → rôle des ODAC 33
- Informer les territoires des projets de développement d'envergure qui ont un impact sur les territoires voisins

### → S'appuyer sur les orientations inscrites dans les SCoT pour arbitrer les projets en CDAC