LES NOTES DE L'ADEUS

L'Agence
de Développement
et d'Urbanisme
de l'Agglomération
Strasbourgeoise

L'armature commerciale du territoire Bas-rhinois

Vers un diagnostic partagé

113

DÉCEMBRE 2013

ÉCONOMIE

Source de dynamisme et d'animation, pourvoyeur d'emplois ou encore facteur de rayonnement et d'attractivité, le commerce conserve une place centrale dans la société et dans les territoires. L'appareil commercial reste néanmoins source de tensions : saturation et/ou inadéquation de l'offre, concurrence entre commerces de centre-ville et grandes surfaces de périphérie, évasion de la clientèle... Il est en outre soumis aux mutations des modes de consommation et des formes de commerce. Il convient donc de s'arrêter sur l'offre existante sur le territoire, son évolution et la répartition spatiale des surfaces de ventes afin que développement urbain et développement commercial entrent en correspondance et que ce dernier s'inscrive pleinement dans les projets du territoire.

L'offre commerciale dans le Bas-Rhin

Un maillage territorial en grandes surfaces alimentaires

Les grandes surfaces (GS > 300 m²) canalisent une part importante de l'offre commerciale bas-rhinoise.

Le Bas-Rhin compte plus de 390 000 m² de grandes surfaces alimentaires, maillant ainsi la quasi-totalité du territoire départemental.

LES GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES DANS LE BAS-RHIN

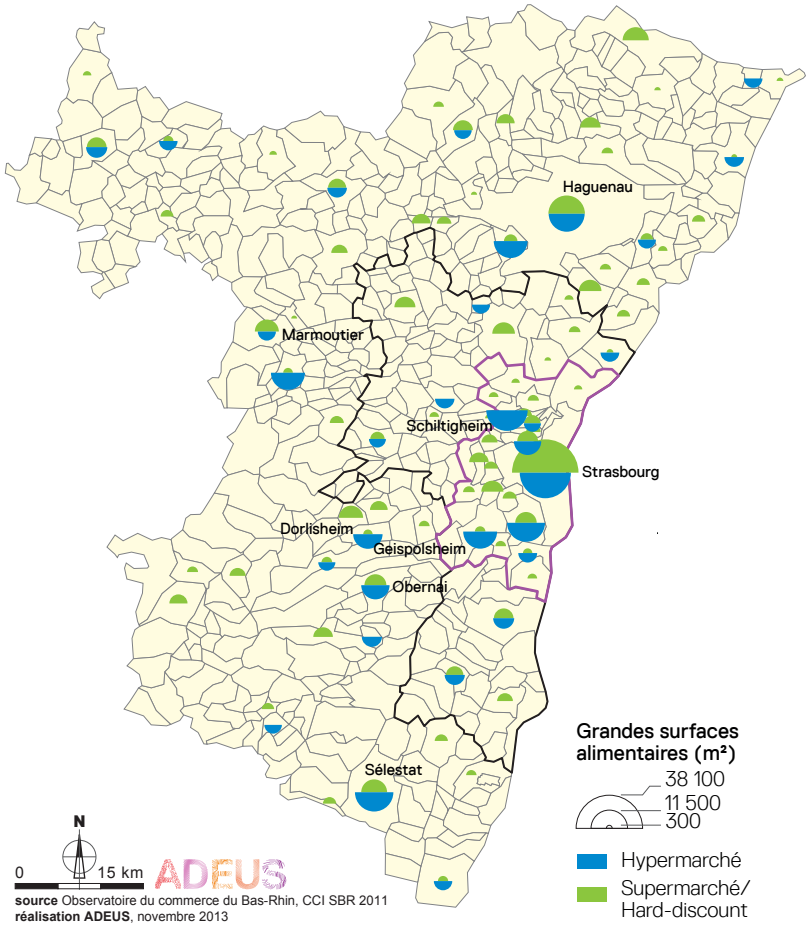
Type de GSA	Nombre	Surface (m²)
Supérettes *dont discount*	24 *4*	8 560 *1 570*
Supermarchés *dont discount*	189 *76*	191 600 *54 340*
Hypermarchés	37	185 610
Autres*	17	8 600
Total	267	394 370

* Fruits et légumes, boissons, surgelés et alimentaire divers
Source : CCISBR, 2011

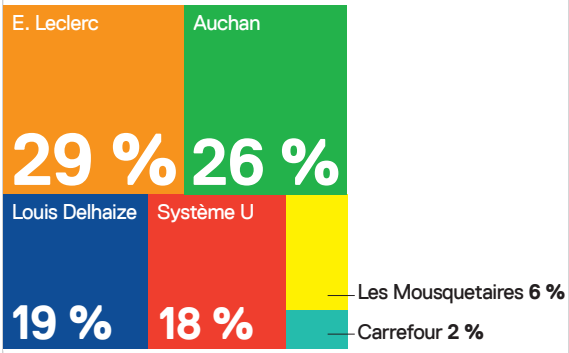
Le maxidiscompte, ou hard discount, représente 14 % de l'offre commerciale en grandes surfaces alimentaire, contre 10 % en 2005. Cette forme de distribution, dont les parts de marché diminuent au niveau national, est actuellement en pleine restructuration. Elle souffre entre autres de la concurrence des gammes « premiers prix » développées par la grande distribution classique. Le groupe de distribution allemand Lidl a ainsi annoncé en octobre 2012 sa volonté de se tourner vers le « soft discount » en proposant des marques, des produits frais, bio ou issus du commerce équitable. Cette mise en concurrence et les restructurations afférentes peuvent causer la fermeture de magasins, comme ce fut le cas à Grisheim-sur-Souffel au début de l'année 2013.

Les groupes E. Leclerc, Auchan, Louis Delhaize[1] et Système U représentent près de 85 % des surfaces de vente en hypermarchés, dont près de 30 % pour le seul groupe français E. Leclerc. Ce dernier s'est imposé dans le paysage commercial depuis le passage des hypermarchés Rond-Point sous son enseigne.

LES GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES DANS LE BAS-RHIN



RÉPARTITION DES SURFACES DE VENTE SUPÉRIEURES À 2 500 M² PAR GROUPE DE GRANDE DISTRIBUTION



1. Cora est une filiale du groupe Louis Delhaize.

Une concentration des grandes surfaces spécialisées

LES GRANDES SURFACES SPÉCIALISÉES DANS LE BAS-RHIN

Secteur d'activité	Nombre	Surface (m²)
Équipement de la personne	115	83 000
Équipement de la maison	125	156 950
Bricolage-jardinage	138	261 010
Culture-loisirs	65	68 210
Automobile	135	150 690
Autres	91	136 000
Total	669	855 860

Source : CCISBR, 2011

Les grandes surfaces spécialisées (GSS) représentent plus de deux grandes surfaces sur trois dans le département.

Elles se concentrent sur le territoire de la communauté urbaine de Strasbourg (CUS). Cette dernière représente plus de la moitié de l'offre départementale dans les secteurs culture-loisirs (59 %), équipement de la maison (58 %) et équipement de la personne (64 %). L'offre de culture-loisirs est doublement concentrée, le tiers se trouvant à Strasbourg.

Seules les grandes surfaces spécialisées en bricolage et jardinage se répartissent davantage sur l'ensemble du département. Le Bas-Rhin hors CUS pèse pour ce secteur d'activité près de 60 % de l'offre départementale.

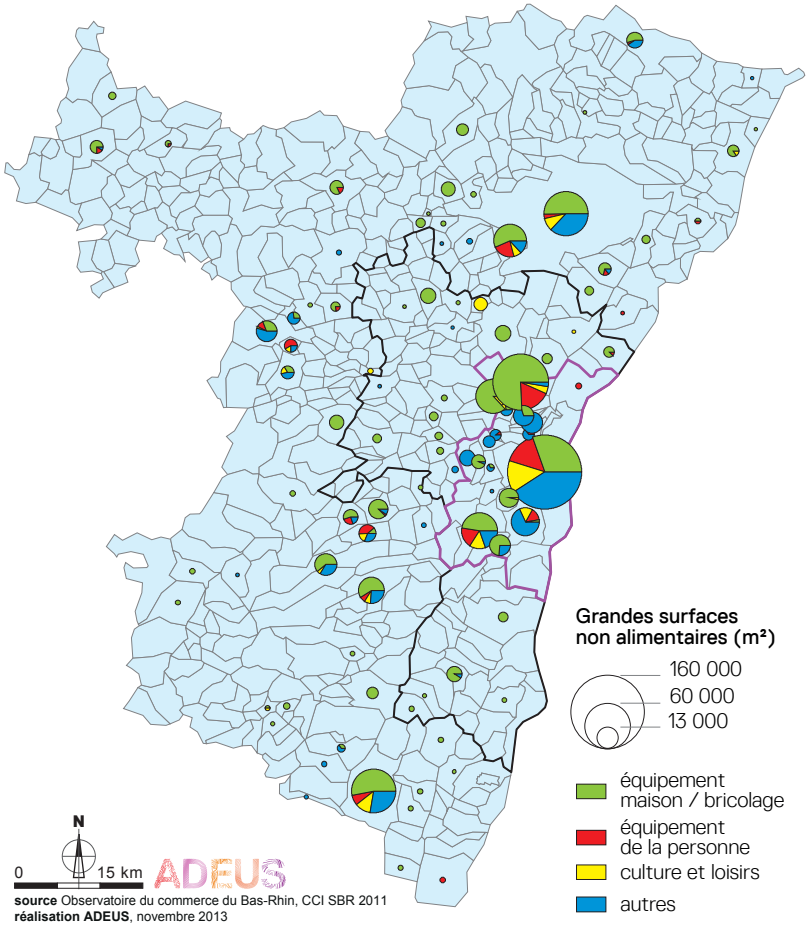
A noter l'engouement régional pour les centres de marques et magasins à prix d'usines. Après l'ouverture de « The Style Outlets » à Roppenheim en avril 2012, un second projet de village de marques se dessine au Sud de Colmar à Sainte-Croix-en-Plaine. Le complexe de magasins d'usines bas-rhinois, de 23 000 m² de surface de vente, a été nominé aux MAPIC Awards 2012 dans la catégorie « centre commercial le plus innovant ».

Un plébiscite pour la proximité

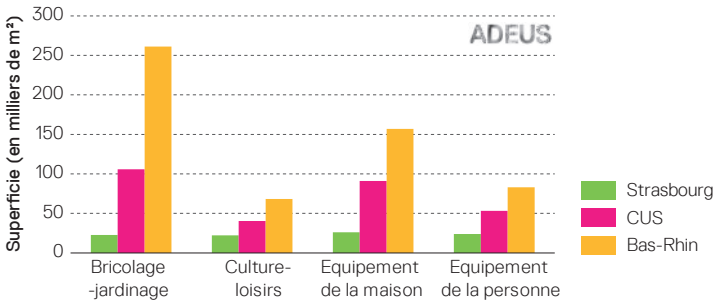
Le commerce de proximité, soit les activités alimentaires et les services destinés à répondre aux besoins quotidiens des habitants et des actifs d'un territoire, fait l'objet d'un regain d'intérêt.

Par sa contribution à l'animation d'un quartier ou d'une commune, ses enjeux dépassent la seule sphère commerciale. Ces lieux de vie et de lien social, traditionnellement concurrencés par les grandes surfaces de périphérie, semblent davantage répondre aux nouveaux comportements d'achat liés aux évolutions sociodémographiques (vieillissement de la population), économiques (baisse du pouvoir d'achat) et sociétales (évolution des modes de vie).

LES GRANDES SURFACES NON ALIMENTAIRES DANS LE BAS-RHIN



LES GRANDES SURFACES SPÉCIALISÉES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



Source : CCISBR, 2011

LE PETIT COMMERCE* (SURFACE DE VENTE < 300 M²) BAS-RHINOIS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

Secteur d'activité	Nombre
Alimentation	1 700
Automobile	890
Bricolage/jardinage	410
Culture-loisirs	580
Divers	340
Equipement de la maison	580
Equipement de la personne	1 500
Services	5 710
Total	11 710

* Hors commerce non sédentaire

Source : CCISBR, 2011

Conscientes de ce potentiel et confrontées à un recul de leurs performances, les enseignes de la grande distribution révisent le concept de grande surface et réinvestissent les centre-villes en développant de petites structures de proximité (ex : U Express, Carrefour Market ou encore Leclerc Express).

Après un accord d'approvisionnement signé fin 2011 avec Casino, les magasins de proximité de Coop Alsace rejoindront finalement le groupe Carrefour. L'enseigne Coop Alsace devrait être maintenue, au moins en co-branding. Le groupe alsacien avait fait l'objet d'une restructuration en 2012, séparant en deux filiales distinctes les super- et hypermarchés des superettes de proximité. Les super- et hypermarchés de Coop Alsace avaient déjà été vendus au groupe E. Leclerc.

La hiérarchie des pôles commerciaux

La proposition d'armature commerciale du Bas-Rhin se base sur la méthode de hiérarchisation des pôles développée par le cabinet d'études Bérénice[2] dans le cadre de la démarche d'élaboration du document d'aménagement commercial (DAC) du Schéma de Cohérence Territoriale de la Région de Strasbourg (SCOTERS). Elle croise critères commerciaux (surface et nombre d'enseignes) et critères urbains.

Plusieurs communes ont été regroupées en raison de leur fonctionnement commercial complémentaire. C'est notamment le cas de Lauterbourg et de Scheibenhard, couvrant respectivement le commerce de centre-ville et le commerce périphérique.

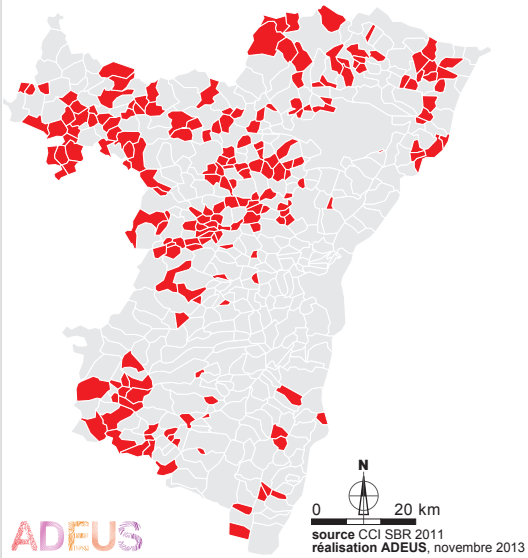
196 communes ne disposent d'aucun commerce alimentaire, soit 37 % des communes du département. La population moyenne de ces communes s'élève à 402 habitants. Cette situation, à peu près similaire à celle de 2005, concerne 34 communes de plus de 600 habitants.

TYPOLOGIE DES PÔLES COMMERCIAUX BAS-RHINOIS

Caractéristiques	Pôles concernés par SCoT
Pôle majeur	
- Concentration de plus de 200 unités marchandes - Échelle de rayonnement large. - Vocation shopping : équipement de la personne, culture, loisirs…	Strasbourg, 1er pôle du département avec son centre-ville
Pôle structurant régional	
- Concentration de plus de 100 unités marchandes. - Échelle de rayonnement large. - Moyenne surfaces : alimentaire, équipement de la maison, bricolage, jardinage… - Locomotive alimentaire puissante : +12 000 m²	**Alsace du Nord** : Haguenau-Schweighouse **Région de Strasbourg** : Vendenheim-Lampertheim-Mundolsheim (Zone commerciale Nord)
Pôle structurant d'agglomération	
- Concentration de plus de 50 unités marchandes autour d'une locomotive alimentaire dont la surface est supérieure à 6 000-7 000 m². - Échelle de rayonnement métropolitain. - Équipement généraliste : alimentaire, équipement de la personne, de la maison…	**Alsace du Nord** : Wissembourg **Région de Saverne** : Saverne **Région de Strasbourg** : Illkirch-Graffenstaden (Baggersee), Geispolsheim-Ostwald (La Vigie), Schiltigheim **Bruche** : Molsheim-Dorlisheim-Mutzig **Piémont des Vosges** : Obernai **Sélestat et sa Région** : Sélestat
Pôle intermédiaire	
- Concentration d'au moins 10 unités marchandes autour d'une locomotive alimentaire dont la surface est comprise entre 2 500 et 6 000-7 000 m². - Échelle de rayonnement intercommunal ou interquartier. - Hypermarché complété par une petite galerie et quelques moyennes surfaces : alimentaire, services et offre complémentaire.	**Alsace du Nord** : Bischwiller-Oberhoffen, Niederbronn-Reichshoffen-Gundershoffen, Soultz-sous-forêts, Pfaffenhoffen **Bande rhénane Nord** : Lauterbourg-Scheibenhard, Seltz, Gambsheim-Kilstett, Soufflenheim, Drusenheim-Herrlisheim **Alsace Bossue** : Sarre-Union, Diemeringen **Région de Saverne** : Marmoutier, Wasselonne, Ingwiller **Région de Strasbourg** : Benfeld, Erstein, Truchtersheim, Hoenheim, Marlenheim, Brumath-Bernolsheim, Boofzheim, Wolfisheim **Bruche** : Schirmeck-La Broque-Rothau **Piémont des Vosges** : Rosheim, Barr-Gertwiller **Sélestat et sa Région** : Villé-Neuve-Eglise, Marckolsheim
Pôle de proximité	
- Concentration a minima de 3 commerces de proximité dans le tissu urbain avec ou sans locomotive alimentaire (surface inférieure à 2 500 m²). - Échelle de rayonnement communal ou de quartier. - Offre alimentaire et services.	**Alsace du Nord** : Woerth, Betschdorf, Mertzwiller, Niedermodern **Bande rhénane Nord** : Roeschwoog, Sessenheim **Alsace Bossue** : Herbitzheim, Drulingen, Wingen-sur-Moder **Région de Saverne** : Monswiller, Steinbourg, Dettwiller, Bouxwiller **Région de Strasbourg** : Rhinau, Gerstheim, Plobsheim, Holtzheim, Lingolsheim, Eckbolsheim, Ittenheim, Oberhausbergen, Niederhausbergen, Bischheim, Souffelweyersheim, Reichstett, La Wantzenau, Eckwersheim, Hoerdt **Bruche** : Russ **Piémont des Vosges** : Dambach-Epfig **Sélestat et sa Région** : Hilsenheim-Sundhouse-Wittisheim

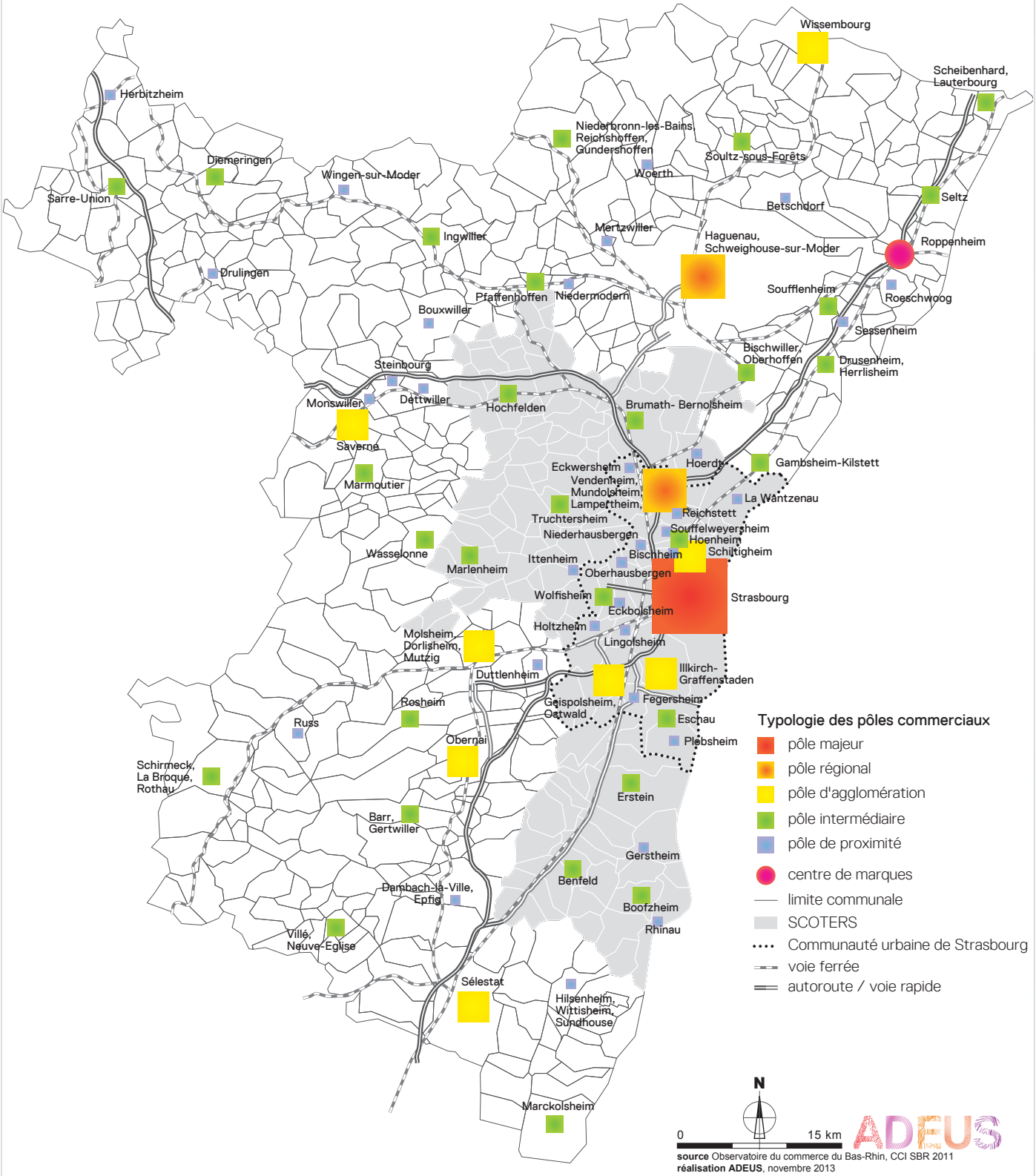
Source : Bérénice, 2012

COMMUNES SANS COMMERCE ALIMENTAIRE



2. L'armature commerciale du Bas-Rhin (cf. carte) ne répond pas strictement aux définitions retenues pour le SCOTERS. Elle prend également en considération le rôle joué par la polarité commerciale au niveau local. Par exemple, bien qu'elle ne dispose pas d'une locomotive alimentaire de plus de 6 000 m² d'un seul tenant, Wissembourg est considérée comme un pôle d'agglomération en raison de l'importance de ses deux zones commerciales. Orschwiller n'a pas été retenu comme pôle de proximité, les supermarchés situés sur son banc communal relevant de l'aire de service du Haut-Koenigsbourg.

ARMATURE COMMERCIALE DANS LE BAS-RHIN



source Observatoire du commerce du Bas-Rhin, CCI SBR 2011
réalisation ADEUS, novembre 2013

Les perspectives de développement

Une progression constante de l'offre

Les autorisations d'exploitation commerciale délivrées par la commission départementale d'aménagement commercial (CDAC)[3] permettent de compléter l'analyse de l'offre et d'appréhender le dynamisme commercial du territoire.

Sur les cinq dernières années, 82 dossiers ont été examinés en CDAC. Seuls cinq d'entre eux ont essuyé un refus. Les surfaces autorisées représentent plus de 10 % de la surface totale des GS existantes en 2011. Moins de 40 % des autorisations dans le Bas-Rhin concernent le territoire de la CUS, ce qui peut annoncer un rééquilibrage ou une meilleure répartition de l'offre commerciale. La population du Bas-Rhin hors CUS a par ailleurs augmenté en moyenne de 0,82 % par an entre 1999 et 2010 (contre 0,31 % dans la CUS).

Les faits marquants

Près de la moitié des surfaces de vente autorisées en CDAC touche le territoire du SCOTERS. 60 % concernent les pôles intermédiaires et les pôles d'agglomération, tous SCoT confondus. Une série de projets susceptibles d'impacter à terme l'armature commerciale du département sont prévus ou en cours de réalisation.

SCoT de la Région de Strasbourg (SCOTERS)

La Communauté urbaine de Strasbourg fait l'objet de nombreux projets d'extension et/ou de création d'unités commerciales. Le grand magasin Printemps de Strasbourg, restructuré, a ouvert ses portes en avril 2013.

La zone commerciale Nord fait également l'objet d'un projet de renouvellement urbain dans le cadre de la création d'une zone d'aménagement concertée (ZAC). Programmée sur une dizaine d'années, cette restructuration prévoit notamment l'extension du Cora.

Un ensemble commercial, composé d'un Simply Market de près de 2 170 m² et d'une galerie commerciale de plus de 900 m² devrait ouvrir à

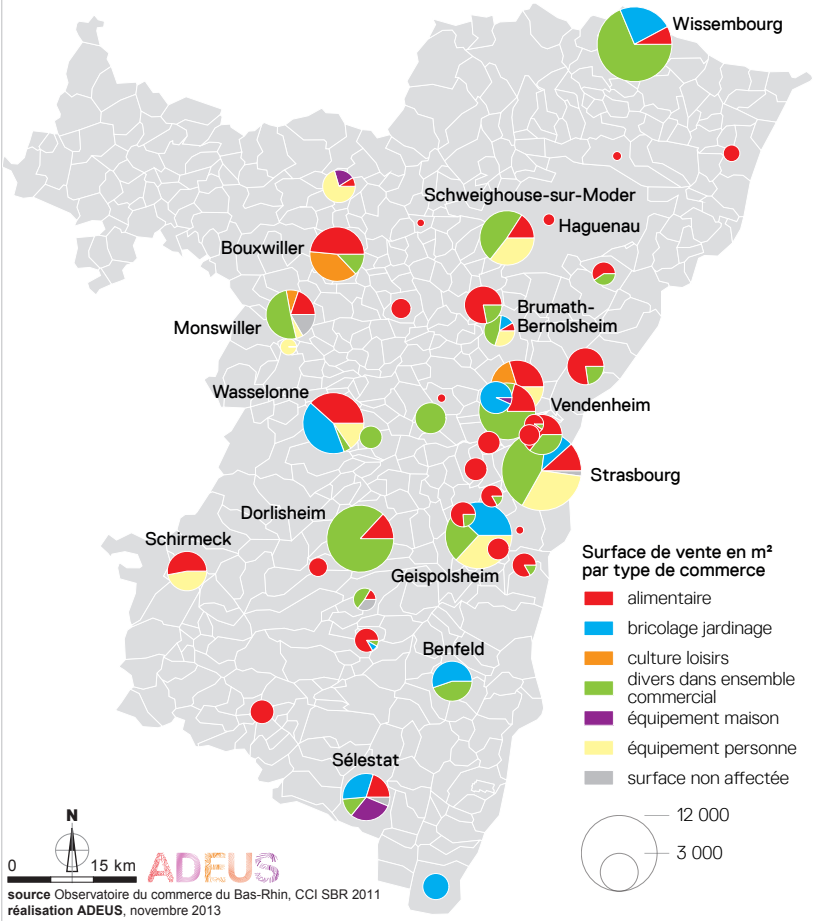
3. Les autorisations d'exploitation commerciale délivrées localement par les CDAC ne conduisent pas nécessairement à la réalisation du projet. Leurs décisions peuvent faire l'objet de recours en annulation devant la commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) puis devant le Conseil d'État. Elles donnent néanmoins un aperçu des tendances.

SURFACES AUTORISÉES EN CDAC DE 2009 À 2013 (HORS AUTOMOBILE/CYCLE)

Type de commerce	Strasbourg	CUS hors Strasbourg	CUS	Bas-Rhin hors CUS	Bas-Rhin
Alimentaire	1 542	12 970	14 512	23 533	38 044
Bricolage/jardinage/fleurs	1 490	5 517	7 007	11 170	18 177
Équipement de la personne	4 105	5 675	9 780	7 868	17 648
Équipement de la maison	0	145	145	1 843	1 988
Culture/loisirs	0	1 865	1 865	2 792	4 657
Divers (galerie marchande ou ensemble commercial)		9 645	9 645	31 301	46 777
Surface non affectée	292	0	292	1 508	1 800
Total	**13 260**	**35 817**	**49 077**	**83 032**	**129 091**

Source : CDAC, Préfecture du Bas-Rhin, 2013

SURFACES COMMERCIALES AUTORISÉES EN CDAC DE 2009 À 2013



source Observatoire du commerce du Bas-Rhin, CCI SBR 2011
réalisation ADEUS, novembre 2013

Schiltigheim fin 2014. Il s'inscrit dans le projet d'aménagement d'un éco-quartier sur le site de l'ancienne brasserie Adelshoffen.

Les Super U de Wolfisheim et d'Eschau ont reçu l'autorisation d'augmenter leur surface de vente de près de 1 000 m² et l'hypermarché Auchan de Hautepierre de s'étoffer de 3 550 m² supplémentaires.

Dans le reste du SCOTERS, la CDAC a autorisé en 2013 l'extension de 3 000 m² du Super U de Bernolsheim et la création d'une jardinerie à Benfeld. Si les travaux n'ont pas débuté, le projet d'ensemble commercial de Kilstett, qui prévoit 2 800 m² de surface de vente dont une part dédiée à l'alimentaire, a obtenu un permis de construire en juillet 2012. Les travaux débuteront en novembre pour une réalisation prévue pour septembre 2014.

SCoT de la Bande Rhénane Nord

Le village de marques « The Style Outlets » a été inauguré le 25 avril 2012 à Roppenheim avec près de 80 commerces. Bien que réalisé d'un seul tenant, il doit atteindre sa taille maximale d'ici la fin de l'année 2013 avec l'ouverture de l'ensemble de ses 111 boutiques et restaurants. En un an, il a attiré 1,4 million de visiteurs (60 % de Français et 40 % d'Allemands), soit plus de 100 000 par mois. Le panier moyen par client s'élève à 190 €.

SCoT de l'Alsace du Nord (SCOTAN)

Un Retail Park de 6 000 m² sort progressivement de terre à Wissembourg. Cet ensemble commercial, situé à l'entrée Est de la ville, sera réalisé en deux étapes et devrait être achevé au printemps 2014. Il comptera plus d'une demi-douzaine d'enseignes de secteurs d'activité divers. Par ailleurs, la création d'une jardinerie dans la commune a reçu un avis favorable de la CDAC.

La CDAC a également autorisé le projet de création d'un ensemble commercial autour de l'équipement de la personne à Schweighouse-sur-Moder ainsi que l'extension de l'hypermarché Auchan.

SCoT de la Région de Saverne

Un second parc d'activité de 2 155 m² doit voir le jour dans la zone commerciale d'Ingwiller. Le projet comprend des boutiques spécialisées en équipement de la personne, de la maison et un commerce alimentaire.

Après recours devant le Conseil d'Etat, un hypermarché Leclerc pourrait compléter l'offre commerciale de Bouxwiller. L'arrivée de l'enseigne ferait basculer la commune dans le rang des pôles intermédiaires.

L'ouverture du Leclerc de Wasselonne, dont les travaux ont débuté en 2013, est prévue pour début 2014. La CDAC a autorisé en 2013 deux autres projets sur la commune : la création d'un magasin de bricolage, pour lequel un permis de construire a déjà été déposé, et d'un magasin d'équipement de la personne pour des surfaces de vente respectives de 3 300 et 1 200 m².

SCoT de la Bruche

Le projet de centre commercial « Portes de Schirmeck » a reçu l'accord du Conseil d'Etat. Le supermarché Match, propriétaire du terrain, s'y est déjà déplacé. Le transfert lui a permis d'augmenter sa surface de vente de 1 700 m². Le reste de la nouvelle zone commerciale, comprenant dans le projet initial une boutique pressing et deux magasins d'équipement de la personne, n'a pas encore fait l'objet de dépôt de permis de construire.

Le village de loisirs, culture et commerces de Dorlisheim a commencé à ouvrir ses magasins en septembre 2013. D'autres ouvertures sont prévues pour le mois d'octobre. La zone commerciale et de loisirs disposera encore de trois bâtiments dont l'attribution n'est pas déterminée.

SCoT du Piémont des Vosges

La CDAC a donné son accord pour une extension de 1 200 m² de la surface de vente du Super U de Gertwiller.

Un permis de construire a été autorisé en juin 2013 pour l'extension du Cora de Dorlisheim de 1 200 m².

SCoT de Sélestat et sa Région

Les pôles commerciaux du SCOT le plus méridional du Bas-Rhin s'annoncent stables.

L'offre commerciale de Sélestat connaît néanmoins des changements. Une jardinerie d'une surface de vente de 1 500 m² a ouvert en mars 2013. Un supermarché Match de 2 300 m² de surface de vente a été autorisé en CDAC en juillet 2013. Il devrait remplacer le magasin actuel (2 028 m²), ce qui par conséquent ne modifierait pas l'armature commerciale de la commune.

La CDAC a autorisé l'extension du Super U de Villé, portant sa surface de vente à 4 100 m², et rendu un avis favorable pour la création d'une jardinerie de 1 400 m² de surface de vente à Marckolsheim.

Le commerce gagné par le numérique

Le développement du e-commerce tend à limiter, voire à libérer, des surfaces de vente dans les magasins « en dur » au profit de showrooms, d'animations sur les points de vente physiques et de centres de retrait doublés de magasins virtuels (modèles du « click & mortar », « web to store » ou « clic & collect »). Les « drives », dont la prolifération anarchique a interpelé les aménageurs (cf. encadré), sont l'émanation de cette articulation nouvelle entre commerce classique et numérique.

La mobilité croissante des individus transforment les lieux modaux tels que les gares ou les aéroports en de véritables vecteurs de développement commercial. Le territoire strasbourgeois ne reste pas en marge de l'essor de ce commerce de flux avec l'ouverture en 2012 d'un Monop'Station dans la gare de Strasbourg. Certains TER vont plus loin en proposant des services de courses en ligne permettant au voyageur de réaliser ses commandes sur internet puis de retirer ses produits à la descente du train.

Conclusion

La hiérarchie des pôles commerciaux ainsi que l'analyse des développements commerciaux récents ou autorisés constituent les premiers éléments d'un diagnostic partagé à l'échelle du Bas-Rhin. En tant qu'outils d'aide à la décision, ils peuvent alimenter l'instruction des dossiers en commission départementale d'aménagement commercial (CDAC).

L'importance des autorisations d'exploitation commerciale délivrées au cours des cinq dernières années pose question. En effet, les mutations en cours, avec notamment l'essor des drives et du e-commerce, le retour de la proximité ou encore l'émergence de nouveaux circuits de distribution, ne seront pas sans impacts sur le territoire. Une partie du parc risque ainsi d'être frappée d'obsolescence.

Actualité juridique : nouveau cadre réglementaire pour les drives ?
Le projet de loi pour l'accès au logement et un urbanisme rénové (ALUR) avait marqué la volonté de soumettre le développement des drives, jusqu'alors tributaire de la seule obtention d'un permis de construire, aux demandes d'autorisations d'exploitation commerciale délivrées par les commissions départementales au même titre que les super- et hypermarchés.

Rappel : les drives permettent de retirer ses achats directement en voiture après avoir commandé sur Internet. Le concept a connu un essor considérable avec l'ouverture de près de cinq drives/jour entre janvier 2012 et février 2013, entrainant une implantation désordonnée de points de stockage sur le territoire national. En février 2013, la France comptait 2 156 drives (contre 1 300 en août 2012).

Dans le Bas-Rhin, les drives ont été ouverts par les enseignes Intermarché, Cora, Système U, Leclerc (1ère enseigne nationale en termes d'ouverture de drives) et Auchan. Il en existe près d'une vingtaine.

Sources

- *Commerce & consommation dans le Bas-Rhin – Évolution 2008-2011*, CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin, enquête comportement d'achat, janvier 2012
- Décisions de la CNAC, Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), 2013
- Document d'aménagement commercial pour le SCOTERS, Bérénice, décembre 2012
- Inventaire commercial de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin, 2011
- *Les enseignes de hard discount paient le prix fort*, France Inter, L'éco du matin, septembre 2013
- Ordres du jour et décisions de la CDAC, Préfecture de la Région Alsace, septembre 2013
- Projet de loi pour l'accès au logement et à un urbanisme rénové (ALUR), dossier de presse du 26 juin 2013
- *Quelle répartition territoriale pour la grande distribution en France ?* Data Publica, 18/09/2013
- Revue de presse : *Dernières Nouvelles d'Alsace et LSA*

Pour plus d'information
Définition et enjeux de l'aménagement commercial par la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS) :
http://www.dgcis.gouv.fr/secteurs-professionnels/lamenagement-commercial

L'Agence de Développement et d'Urbanisme de l'Agglomération Strasbourgeoise

Directrice de publication : **Anne Pons, Directrice générale de l'ADEUS**
Équipe projet : **Fabienne Vigneron** (chef de projet), **Christel Estragnat** (responsable du livrable), **Virginie Muzart** - N° projet : **1.2.3.3**
Photos et mise en page : **Jean Isenmann**

© ADEUS - Numéro ISSN : 2109-0149

Notes et actualités de l'urbanisme sont consultables sur le site de l'ADEUS www.adeus.org