



Évolution des pôles commerçants de centralité : le poids des dynamiques territoriales

Les SCoT des quatre métropoles de la région concentrent 20 100 commerces et services commerciaux localisés au sein de 144 pôles situés en centre-ville, centre-bourg ou cœur de quartier. Quatre profils de pôle se dégagent en fonction de leur taille et de leur rayonnement commercial. Leur répartition est le reflet de l'armature urbaine des territoires. Un pôle sur cinq perd des commerces entre 2009 et 2015. Leur évolution dépend avant tout du contexte local : nombre et diversité des activités, pôles concurrentiels à proximité ou dynamique démographique. Toutefois, leur trajectoire suit celle de leur environnement proche, en plus marquée. La restauration gagne du terrain dans la composition commerciale des pôles.

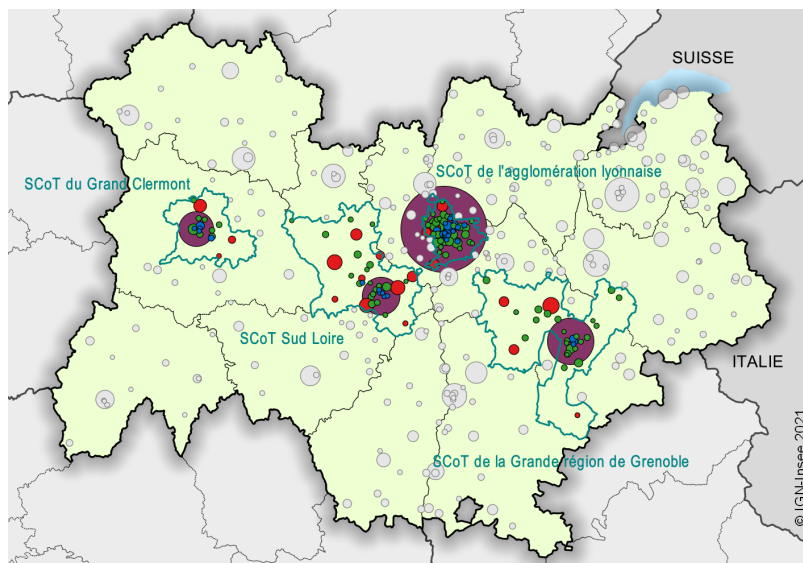
Charles-Julien Giraud, Aline Labosse, Insee

La région Auvergne-Rhône-Alpes comprend 405 pôles commerçants situés dans des centres-villes, centres-bourgs ou centres de quartier, appelés par la suite « pôles commerçants de centralité ». Concentrant au moins 20 établissements commerciaux qui emploient en moyenne moins de 8 salariés et implantés au sein d'espaces habités (100 résidents ou plus), les pôles commerçants sont des lieux regroupant à la fois les fonctions résidentielles, commerciales, économiques et de loisirs. Ils se distinguent ainsi des zones commerciales de périphérie et du commerce diffus.

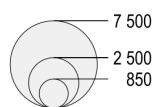
Lutter contre la dévitalisation des centres, rechercher un équilibre entre pôles de périphérie et de centralité, miser sur la complémentarité avec le commerce en ligne ou améliorer les conditions d'attractivité des centres sont des enjeux forts (*le mot des partenaires*). Les Schémas de Cohérence Territoriale (SCoT) du Grand Clermont, du Sud Loire autour de Saint-Étienne, de l'agglomération lyonnaise et de la Grande région de Grenoble intègrent ces objectifs dans leur vision du territoire.

1 Des pôles de centres-villes, centres-bourgs et centres de quartier qui structurent le territoire

Nombre d'établissements en 2015 dans les pôles commerçants de centralité, selon le type de pôle



Nombre d'établissements



Type de pôle

- Pôle métropolitain
- Pôle structurant
- Pôle de proximité
- Pôle de quartier
- Hors territoire d'étude

□ Territoire des 4 SCoT métropolitains

Source : Insee, Sirius, Clap, FARE, Sirène géolocalisé, Filosofi 2015

Des commerces majoritairement localisés dans un pôle commerçant de centralité

Les quatre SCoT métropolitains regroupent 144 pôles commerçants de centralité (figure 1), soit 36 % des pôles et 39 % des commerces de la région, à l'instar de la population (40 % des habitants).

Ces pôles rassemblent la majorité des commerces. Ils accueillent 57 % des établissements commerciaux des quatre SCoT, préférentiellement dans le cœur des métropoles, comme la population. L'emploi salarié y est toutefois moins concentré (45 % des salariés du commerce de proximité) car les petites boutiques reposent davantage sur l'emploi non salarié. Le SCoT de Lyon, plus dense et plus urbain, concentre davantage le commerce (68 % des établissements et 57 % des salariés dans ses centralités urbaines). Ces taux sont respectivement de 54 % et 39 % pour Sud Loire, 48 % et 35 % pour la Grande région de Grenoble, et 44 % et 29 % pour le Grand Clermont.

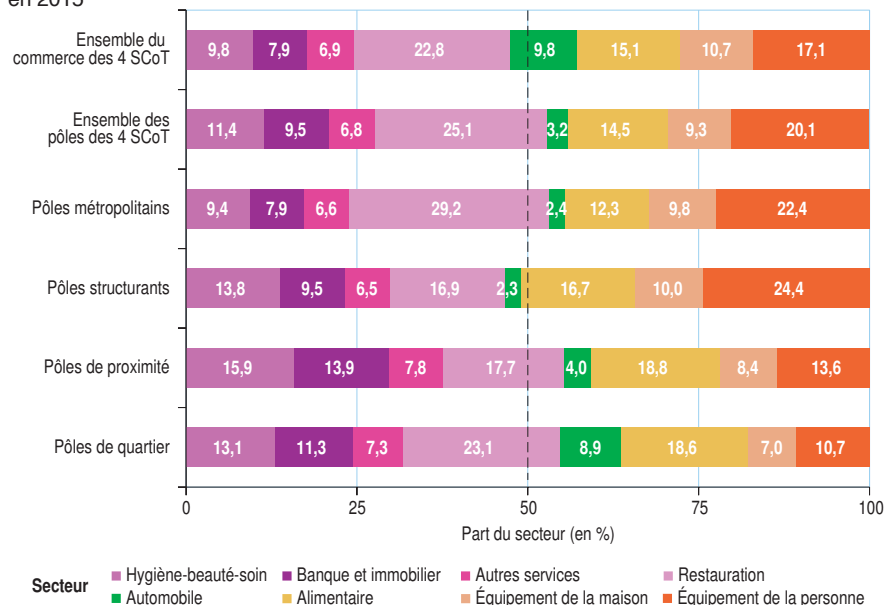
Quatre types de pôles au rayonnement et à l'offre adaptés à leurs usagers

Les pôles commerçants de centralité se démarquent de l'ensemble du commerce par leur éventail commercial : davantage d'activités de restauration et moins d'alimentaire, plus de magasins de vêtements et moins d'ameublement, plus d'hygiène-beauté-soin et d'agences bancaires et immobilières, et peu ou pas de garage ou de concession automobile. Toutefois, ces pôles ne sont pas homogènes et se répartissent en quatre types (encadré 1) : pôle métropolitain (rassemblant 61 % des établissements en pôle), structurant (12 %), de proximité (19 %), et de quartier (8 %). Ils se différencient par leur taille (de moins de 36 établissements pour la moitié d'entre eux, jusqu'à 7 500 commerces pour le plus grand) et par leur dominante commerciale qui peut être tournée vers les loisirs (mode, restauration...) ou vers les achats du quotidien (alimentaire, banque...). Cette typologie se retrouve dans chacun des territoires de SCoT (encadré 2).

Les quatre pôles commerciaux métropolitains sont majeurs, rassemblant entre 1 250 et 7 500 établissements au cœur des métropoles de Clermont-Ferrand, Grenoble, Saint-Étienne et Lyon. Dans ces zones très densément peuplées, ils bénéficient d'une large clientèle et concourent au bassin d'emploi. Leur offre commerciale diversifiée permet de répondre aux besoins de consommation courante des résidents comme à celle de biens très spécialisés. Ils bénéficient d'une position centrale dans le réseau de transports, ce qui participe à leur rayonnement régional. Ces pôles proposent davantage une consommation de type loisir : la moitié des établissements relèvent de la restauration ou de l'équipement de la personne (figure 2).

2 Des activités réparties différemment selon le rayonnement du pôle

Répartition des établissements commerciaux selon leur activité et le type de pôle commerçant en 2015



Champ : territoires des quatre SCoT des métropoles d'Auvergne-Rhône-Alpes.
Source : Insee, Sirius, Clap, FARE, Sirène géolocalisé, Filosofi 2015

Les 21 pôles structurants rayonnent sur plusieurs communes environnantes, souvent en relais du pôle métropolitain. Les plus grands, tels Montbrison ou Tassin-la-Demi-Lune, rassemblent environ 200 commerces. Ceux de taille intermédiaire, comme Billom ou Chazelles-sur-Lyon, structurent souvent des zones moins densément peuplées. Les plus petits comptent moins de 30 commerces, mais leur éloignement leur confère un rôle central (Vic-le-Comte, Mens). L'équipement de la personne domine dans les pôles structurants, devant la restauration et l'alimentaire.

Les 81 pôles de proximité sont les plus nombreux. Ils rayonnent sur leur commune (Irgny, Gières), et celles alentour dans les zones peu denses (Pontcharra). Ils répondent avant tout aux besoins du quotidien, avec une prépondérance de l'alimentaire (19 % des enseignes), et davantage de services

hygiène-beauté-soin et d'agences bancaires et immobilières.

Les 38 pôles de quartier sont principalement localisés dans les villes-centres des métropoles. Leur positionnement sectoriel est à la croisée des pôles métropolitain et de proximité. Ils se distinguent par leur part plus importante d'offre de restauration et d'alimentaire pour répondre aux besoins des actifs et des résidents.

Quelques pôles fragiles, la plupart stables ou en croissance

En 2015, 20 100 établissements font partie d'un pôle dans ces quatre SCoT (+ 500 en six ans, soit une évolution tendancielle moyenne (définitions) de +0,4 % par an depuis 2009, contre +0,2 % dans la région). 40 % des pôles sont dynamiques : ils gagnent au moins 1 % d'établissements supplémentaires

Encadré 1

Du pôle de quartier au pôle métropolitain : quatre types de pôles commerçants de centralité

Pour mieux appréhender la diversité des 144 pôles commerçants de centralité, une typologie a été créée sur la base du nombre d'établissements de chaque pôle et de la distance qui les sépare (de centre à centre à vol d'oiseau), permettant d'approcher les fonctions et la place dans la hiérarchie commerciale.

Elle distingue quatre types de pôles :

- les quatre pôles métropolitains comptent au moins 1 000 établissements. Ce sont les cœurs de ville de Lyon, Saint-Étienne, Grenoble et Clermont-Ferrand ;
- parmi les autres pôles, ceux avec le plus grand nombre d'établissements dans un rayon de 10 km sont définis comme des pôles structurants, soit 21 pôles. Cette distance ne prend pas en compte les particularités du terrain (comme le relief et ses implications routières) et ne correspond donc pas à la distance vécue, mais en est une bonne approximation dans la majorité des cas ;
- parmi les pôles restants, ceux avec le plus grand nombre d'établissements dans leur commune forment les 81 pôles de proximité ;
- les 38 autres sont des pôles de quartier.

Des particularités locales fortes peuvent mener à un reclassement : par exemple, le pôle de Firminy est situé à moins de 10 km du pôle métropolitain de Saint-Étienne, mais il polarise fortement l'espace à l'ouest, le rendant structurant. Il en est de même pour le pôle de Craponne, à proximité de la métropole lyonnaise.

par an en moyenne. Pour la moitié de ces pôles, cette progression représente toutefois un gain de moins d'un nouveau commerce par an en moyenne. En revanche, pour le pôle métropolitain lyonnais, c'est jusqu'à 50 établissements supplémentaires par an. 40 % des pôles sont stables (entre - 1 % et + 1 % par an) et 20 % seulement sont en repli. Ni la taille du pôle, ni sa démographie, ni le profil de sa population ne sont un déterminant commun de ces trajectoires différentes, chacune reflétant le contexte spécifique de son territoire (figure 3).

Dans l'ensemble, les pôles de proximité et de quartier ont une évolution légèrement meilleure que les pôles métropolitains (+ 0,3 %) ou structurants (- 0,1 %). Toutefois, de fortes disparités sont relevées dans chaque catégorie, à l'image des pôles structurants de Saint-Marcellin (- 2,3 %) et de Craponne (+ 3,5 %).

Les dix pôles les plus dynamiques sont de taille réduite (moins de 31 commerces). Le podium est constitué de pôles modestes, croissant de + 9 % par an, dont Noirétable en zone rurale, La Richelandière à Saint-Étienne en zone densément peuplée, et Crolles en zone intermédiaire. Les plus grands pôles (plus de 50 établissements) plafonnent à + 4 % d'évolution annuelle. Les replis sont au contraire moins amples, Allevard étant le seul pôle en deçà de - 3 % par an. Enfin, la croissance de certains pôles peut être limitée par un manque de locaux disponibles pour l'implantation de nouveaux commerces.

Globalement, la moitié des commerces de 2015 étaient déjà ouverts en 2009 (moins dans la restauration, davantage dans la banque et l'immobilier). Les mouvements de commerces, qui pourraient être signes de vigueur, sont cependant plus élevés dans les pôles dynamiques et pour chacun des secteurs. Dans les pôles en repli, les commerces qui restent ouverts sont essentiels pour les usagers.

La restauration gagne du terrain

En 2015, plus de la moitié des établissements commerciaux relèvent d'une activité de services, dont un sur deux en restauration, sauf dans les pôles structurants où ces parts sont plus faibles. Depuis 2009, la part des services progresse et ce sont les premiers contributeurs à la croissance du nombre d'établissements des pôles. Ainsi, les 500 établissements supplémentaires comptabilisés dans les pôles résultent d'un gain de 700 services et d'une perte de 200 commerces de biens ou d'automobiles. La seule restauration, avec 500 établissements en plus, grignote le paysage commercial (+ 1,5 % d'établissements par an). Le secteur hygiène-beauté-soin est ensuite le plus dynamique. La croissance de ces deux secteurs de services devance celle de l'alimentaire, qui progresse surtout dans les pôles métropolitains ou de proximité. Le

Encadré 2

Une organisation commerciale liée aux spécificités territoriales de chaque SCoT

Le SCoT de l'agglomération lyonnaise compte 61 pôles. Territoire dense (1,45 million d'habitants, 750 km²) et resserré sur la métropole de Lyon, les établissements en pôle s'y concentrent, en particulier dans le seul pôle métropolitain. Cinq pôles structurants (comme Oullins ou Neuville-sur-Saône) relaient à leur niveau l'attraction centrale. La moitié des pôles sont de proximité. Le nombre important de pôles de quartier (24) est l'une des caractéristiques de ce SCoT (figure 3), les trois autres SCoT n'en cumulant que 14. Cette situation est liée à la forte densité de population de certaines communes (Lyon, Villeurbanne, Bron ou Vénissieux) permettant la coexistence de plusieurs pôles.

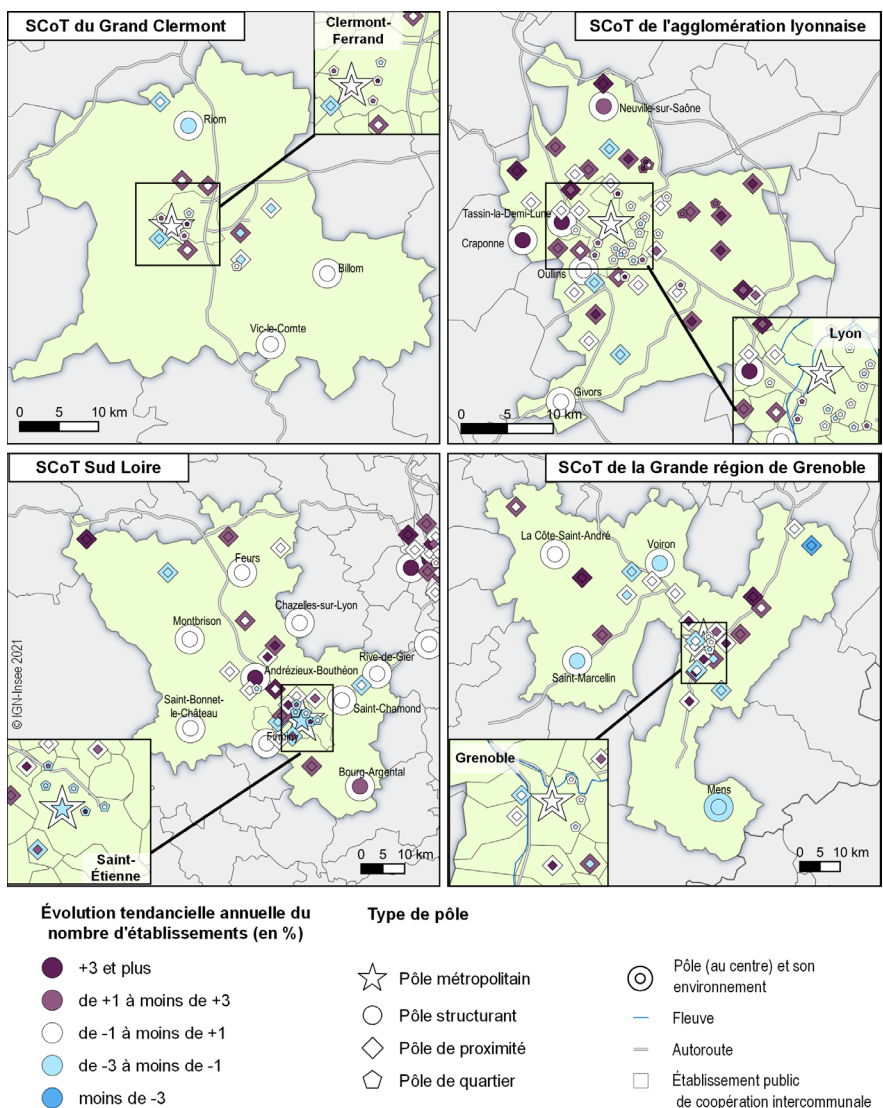
Le SCoT du Grand Clermont est près de deux fois plus étendu et beaucoup moins peuplé (420 000 habitants, 1 320 km²). Parmi ses 17 pôles, se distinguent un grand pôle structurant (Riom) et le plus petit d'entre eux (Vic-le-Comte), entouré d'une plaine agricole. Hors métropole, la présence d'un seul pôle de proximité pour trois structurants montre la taille réduite des communes du SCoT. Dans la métropole, il existe un pôle de quartier à Courmon-d'Auvergne en plus des quatre de Clermont-Ferrand, commune qui concentre 60 % des commerces en pôle de ce SCoT.

Le vaste SCoT de la Grande région de Grenoble (790 000 habitants, 3 750 km²) compte 31 pôles, dont 23 de proximité, comme Saint-Égrève en zone densément peuplée ou Vinay en espace rural. En effet, les fortes contraintes de relief favorisent la présence de nombreux pôles proches les uns des autres, ce qui réduit mécaniquement le nombre de pôles structurants. Ce SCoT a la particularité d'accueillir le plus grand pôle structurant en nombre d'établissements : Voiron avec 300 commerces. Saint-Marcellin et La Côte-Saint-André approchent la centaine d'établissements. Mens, dans le Trièves, de taille plus modeste, est également pôle structurant, jouant le rôle de centralité dans ce territoire rural. La commune de Grenoble ne présente que trois pôles de quartier.

Le SCoT Sud Loire, plutôt étendu (590 000 habitants, 2 920 km²), avec de nombreuses communes rurales, compte 35 pôles. Un sur quatre y est structurant, soit deux fois plus qu'ailleurs : de Bourg-Argental en moyenne montagne avec ses 28 établissements, à Montbrison, Firminy et Saint-Chamond qui en comptent plus de 200. Les pôles de proximité restent majoritaires (19), présents dans la couronne stéphanoise (L'Étrat, Rive-de-Gier) ou plus éloignés (Balbigny).

3 La croissance des pôles dynamiques surpasse souvent celle de leur environnement

Cartographie de l'évolution 2009-2015 du nombre d'établissements dans les pôles commerçants de centralité et leur environnement



Note : l'environnement d'un pôle métropolitain ou structurant comprend l'ensemble des commerces de son intercommunalité. Celui d'un pôle de proximité ou de quartier comprend l'ensemble des commerces de sa commune.

Source : Insee, Sirius, Clap, FARE, Sirène géolocalisé, Filosofi

nombre de boutiques d'équipement de la personne augmente faiblement, si bien que sa part dans le paysage commercial recule légèrement. L'équipement de la maison est en recul partout.

La spécificité sectorielle des pôles influe peu sur leur dynamique. En particulier, les pôles en repli ne présentent pas de signature sectorielle. Tous les secteurs y sont en décrochage, hormis la restauration qui se maintient. Dans les centralités dynamiques, toutes les activités progressent à un rythme plus élevé que dans les autres types de pôle. Les commerces du quotidien (alimentaire, banque et immobilier, hygiène-beauté-soin) sont plus présents qu'ailleurs, au contraire de la restauration et de l'équipement de la personne ; néanmoins, ces derniers demeurent majoritaires et ont la plus forte croissance.

L'évolution d'un pôle est liée à la dynamique de son territoire

Un pôle commerçant et son environnement (considéré comme la commune pour ceux de

proximité et de quartier, l'intercommunalité pour les autres) sont intrinsèquement liés, et leurs évolutions aussi. Entre 2009 et 2015, les seuls pôles en recul dans un environnement positif sont certains pôles de quartier de Clermont-Ferrand, Grenoble et Lyon. Symétriquement, les pôles en croissance dans un environnement en recul sont peu nombreux : le pôle de proximité de La Ricamarie progresse (+ 3 % par an) tout comme celui de quartier de La Richelandière (grâce au développement autour de la moto), dans une métropole de Saint-Étienne à la peine (- 1 % par an, en déprise démographique).

La croissance des pôles dynamiques surpasse presque toujours celle de leur environnement, sauf exception comme Saint-Bonnet-de-Mûre, + 1,1 % par an pour le pôle contre + 6,3 % à l'échelle de la commune. Les pôles en repli ont tendance à décliner plus vite que leur environnement. Plusieurs facteurs peuvent provoquer ou accélérer la régression d'un pôle : la concurrence des zones commerciales en

périphérie, comme à Saint-Marcellin, les problèmes d'accès et de stationnement, l'absence de rénovation urbaine... La vacance peut ainsi y être forte (plus de 20 % à Rive-de-Gier et Vizille). Certaines communes reçoivent ainsi le soutien de politiques publiques qui agissent sur le commerce, l'habitat et l'emploi, comme le programme Action Cœur de Ville (Voiron, Montbrison et Riom) ou les opérations de revitalisation de territoire (Saint-Marcellin, Montbrison et Pontcharra qui bénéficient aussi depuis début 2021 d'un classement en zone de revitalisation des centres-villes). Des interventions publiques de rénovation, d'accessibilité ou de dotations en équipements permettent de lancer ou d'affermir une dynamique favorable, comme à Saint-Étienne-de-Saint-Geoirs ou Neuville-sur-Saône. Pour les initiatives privées, l'insertion dans les circuits courts de produits locaux et la complémentarité avec le commerce en ligne (point-relais, drive piéton, etc.) pourraient être des leviers de croissance. ■

Le mot des partenaires

Les agences d'urbanisme constituent des organismes publics d'étude et de réflexion dont les travaux contribuent à la connaissance des territoires et à l'harmonisation des politiques publiques. Pour offrir une ingénierie mutualisée au service des acteurs régionaux, les quatre agences d'urbanisme d'Auvergne-Rhône-Alpes sont organisées en réseau.

Les collaborations entre l'Insee Auvergne-Rhône-Alpes et le réseau Urba4, permettent de conjuguer expertise statistique et connaissances locales, en offrant des regards croisés sur les territoires d'observation et d'analyse des agences. Ces collaborations ont déjà permis la réalisation de « l'Atlas Auvergne-Rhône-Alpes » (*Insee Dossier* n° 2, 3 et 4, 2017-2018) et des *Insee Analyses Auvergne-Rhône-Alpes* sur la qualité de vie (n° 9, 10 et 11, avril 2016) et l'installation en logement neuf (n° 82, juin 2019).

Ce nouveau partenariat entre l'Insee et Urba4 a pour objectif d'observer l'offre commerciale des centralités des quatre SCoT de la région. La méthodologie de l'Insee, basée sur un repérage géographique fin qui s'affranchit des considérations administratives (limites communales, appartenance territoriale) est une première à cette échelle. Elle permet de cibler l'analyse uniquement sur les pôles de centre-ville, de centre-bourg et de quartier et de définir une typologie de polarités commune à l'échelle régionale. L'analyse permet de dégager des grandes tendances d'évolution et des spécificités en termes de composition et de densité commerciale de chaque niveau de polarité entre 2009 et 2015. La période d'analyse post-crise 2008 apparaît intéressante pour identifier les signaux de dévitalisation ou au contraire de dynamisme des centralités.

Réseau des agences d'urbanisme d'Auvergne-Rhône-Alpes

Définitions et sources

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

Les **pôles commerçants** sont des zones de 20 commerces ou plus dans un voisinage de 200 mètres maximum en 2015. Les évolutions depuis 2009 sont à emprise spatiale fixe, sur la polarité calculée en 2015. Elles ne prennent donc pas en compte les possibles modifications de la géographie du pôle entre ces deux périodes.

L'**évolution tendancielle** correspond au pourcentage d'évolution annuel, après lissage par régression linéaire, permettant de s'affranchir de certaines observations atypiques.

Les données proviennent du **répertoire Sirene géolocalisé** des unités légales et des établissements, du répertoire statistique **Sirus**, des **statistiques annuelles d'entreprises** (données fiscales et enquêtes), de données **Clap** sur les effectifs salariés, de **Filosofi** 2015 et des **Recensements de la population** 2010 et 2016 pour les informations fiscales et socio-démographiques.

Insee Auvergne-Rhône-Alpes

165, rue Garibaldi - BP 3184
69401 Lyon cedex 03

Directeur de la publication :
Jean-Philippe Grouthier

Rédaction en chef :
Thierry Geay
Philippe Mossant

Mise en page :
Agence Elixir, Besançon

Crédits photos : Fotolia

ISSN : 2495-9588 (imprimé)

ISSN : 2493-0911 (en ligne)

© Insee 2021

Pour en savoir plus

- « Le commerce de centre-ville à la peine dans les villes de taille intermédiaire », *Insee Analyses Auvergne-Rhône-Alpes* n° 88, novembre 2019
- « Commerces et inégalités territoriales », *Insee Références* « Les entreprises en France », novembre 2017
- « Le commerce en centre-ville : une vitalité souvent limitée aux grandes villes et aux zones touristiques », *Insee Références* « Les entreprises en France », novembre 2016

