

# Zoom Filières

## Commerce

Analyser les secteurs d'activité du territoire avec la CCI Marseille Provence

MARSEILLE PROVENCE  
CHAMBRE COMMERCE ET INDUSTRIE

CONSEIL  
GENERAL  
BOUCHES-DU-RHÔNE

DÉCEMBRE 2010

## Renouveau commercial au coeur des villes, modernisation en périphérie

**Le tissu commercial du département est dynamique et diversifié : plus de 30 000 commerces génèrent près de 112 000 emplois. En 2014 près de 200 000 m<sup>2</sup> de projets viendront augmenter sa surface de vente de 7%, l'équivalent de la zone commerciale de Plan-de-Campagne.**

L'augmentation de la population, l'organisation de grands événements comme CEC 2013 ou l'Euro de football 2016, le boom touristique et le développement de l'activité croisière avec 1 million de croisiéristes en 2012, constituent de solides leviers de développement pour les commerces des Bouches du Rhône.

Par ailleurs, l'offre commerciale doit faire face aux nouveaux enjeux nationaux. Les réformes législatives qui intègrent le commerce au sein de l'urbanisme, le développement de nouveaux modes de consommation (commerce de proximité, commerce électronique, commerce éthique...) et le vieillissement de la population, modifient les besoins des consommateurs et influencent la politique d'aménagement des équipements commerciaux.

Ainsi le commerce doit évoluer pour répondre à ces nouvelles tendances et proposer des

produits adaptés tout en préservant la complémentarité et l'équilibre des diverses formes de commerce.

Sur notre territoire, ce défi se traduit dans le schéma de réflexion d'aménagement commercial engagé par la CCIMP et le CG13 par deux enjeux majeurs :

~ La redynamisation des commerces de centres-villes avec notamment la poursuite de l'implantation des centres commerciaux au coeur des villes (les Allées Provençales à Aix-en-Provence, les Terrasses du Port à Marseille, le Forum des Carmes à Istres, la Place Morgan à Salon...)

~ La modernisation durable des grandes zones commerciales périphériques, construites dans les années 70/80, confrontées aujourd'hui à des problèmes d'accessibilité, de circulation, de sécurité...

### CHIFFRES CLES

**31 650 commerces** (22% des établissements des BDR) dont **261 hypermarchés et supermarchés**

**111 089 emplois**  
(14% de l'emploi du département)

**3,34 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente** (hors Cafés, Hôtels, Restaurants et services divers)

**200 000 m<sup>2</sup> de surface de vente en projet** (+7,2% en 2014)

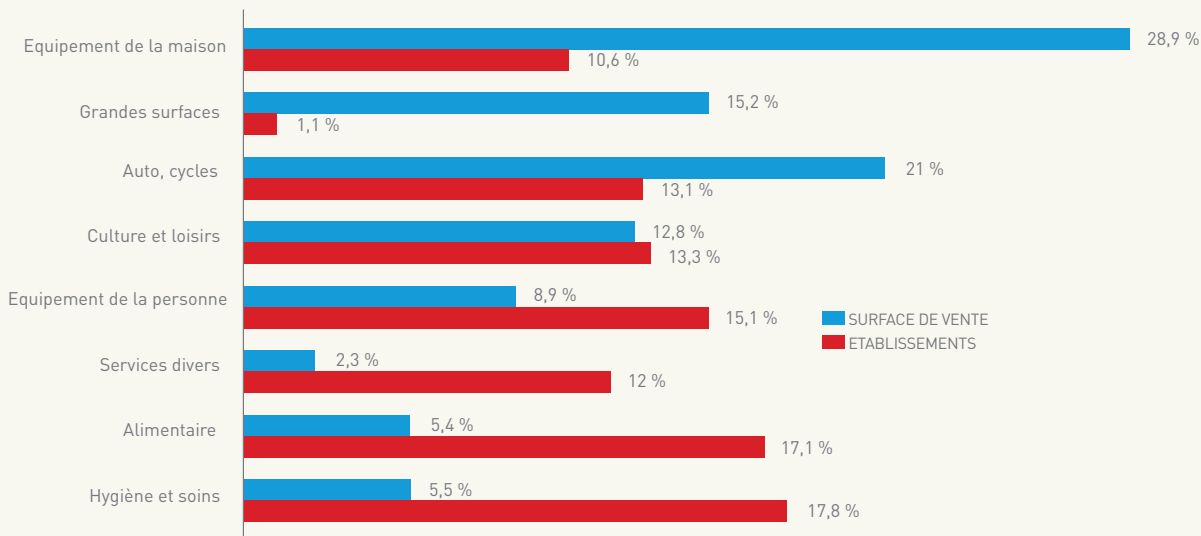
**94%** des commerces inférieurs à **300 m<sup>2</sup>** représentent **27%** de la surface de vente totale du département

Une publication de la direction Stratégie et Communication de la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence

## ➔ UNE OFFRE COMMERCIALE DIVERSIFIÉE

**31 650 commerces de détails et services pour 3,34 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente**

### RÉPARTITION DES COMMERCES EN 2009 - NOMBRE ET SURFACE DE VENTE



La répartition de l'offre commerciale par branche d'activité est plutôt homogène en nombre d'établissements, en dehors des grandes surfaces à dominante alimentaire (hypermarchés, supermarchés, grands magasins et magasins populaires). Pour autant, avec 261 établissements, elle est la 3<sup>e</sup> branche consommatrice d'espace avec plus de 500 000 m<sup>2</sup> de surface de vente (15% de la SV totale du département).

## ➔ UNE CROISSANCE RÉGULIÈRE DE LA SURFACE DE VENTE DEPUIS 2004

Avec 223 000 m<sup>2</sup> supplémentaires entre 2004 et 2009 le département affiche une croissance de 7,2% de sa surface de vente.

### Certaines activités connaissent un boom

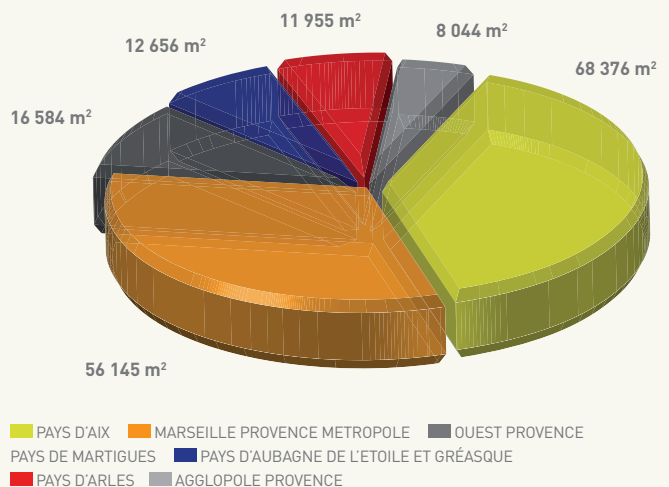
Les activités de services gagnent du terrain avec près de 10% d'augmentation du nombre d'établissements : la téléphonie (+ 27,5%), les agences bancaires (+15%) et les agences immobilières (+ 10%). En revanche, les activités « culture et loisirs » connaissent un recul en nombre (- 6,4%) en raison des ruptures technologiques et des changements dans les habitudes de consommation.

### La hausse varie selon les territoires

Le Pays d'Aix avec ses quatre pôles commerciaux « majeurs » (Plan de campagne, Vitrolles, le centre-ville d'Aix et Aix-La Pioline) enregistre entre 2004 et 2009 la plus forte progression de surface de vente autorisée avec une croissance de 12% soit près de 70 000 m<sup>2</sup> supplémentaires. Cette évolution représente plus du 1/3 de la surface de vente totale créée dans le département pour la même période et bénéficie essentiellement à la périphérie (Cf : extension Ikea Vitrolles 7 750 m<sup>2</sup>).

Pour sa part, Marseille Provence Métropole affiche une croissance de 3% et avec 56 000 m<sup>2</sup> supplémentaires elle représente 28% de la surface de vente totale créée pour la même période.

### SURFACES DE VENTE AUTORISÉES 2004-2009



SOURCE : CCIMP ET CCIPA

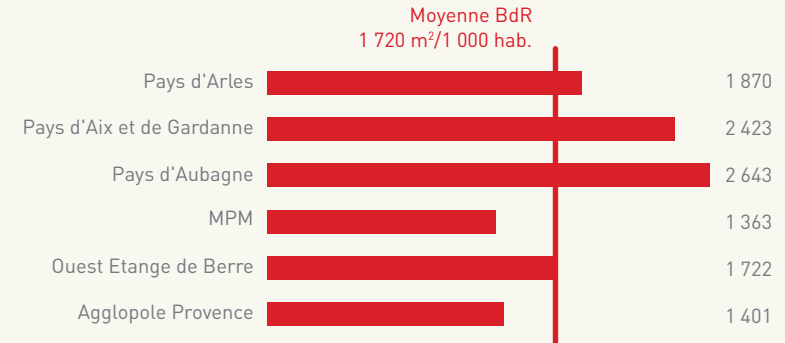
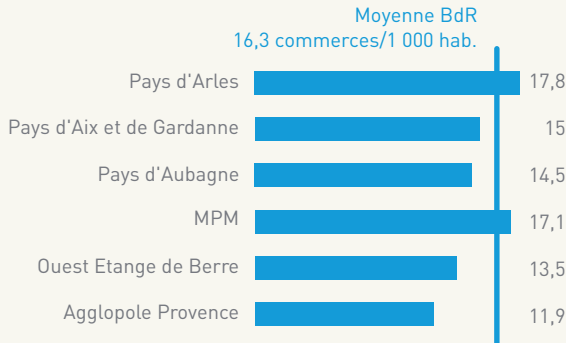
## ➔ LE COMMERCE NON SÉDENTAIRE ACTEUR DE L'ANIMATION DU TERRITOIRE

Avec 5 676 commerçants non-sédentaires et près de 30 marchés qui se déroulent chaque jour sur plus de 100 communes (119 communes dans le département des Bouches-du-Rhône) du département, le territoire est bien pourvu pour répondre aux besoins de proximité des populations locales. Lieux de rencontres et d'échanges, ils assurent l'animation des centres-villes et des zones rurales du territoire. Par leur diversité et leur authenticité, ils développent une forte attractivité auprès d'une clientèle touristique en quête de couleurs et de gastronomie locales.

## ➔ UN TERRITOIRE CONTRASTÉ MAIS GLOBALEMENT BIEN ÉQUIPÉ EN COMMERCE

DENSITÉ EN NOMBRE DE COMMERCE/1 000 HAB.

DENSITÉ EN SURFACE DE VENTE EN M<sup>2</sup>/1 000 HAB.



Le département affiche une densité moyenne de 16,3 commerces et 1 722 m<sup>2</sup> de surface de vente pour 1 000 habitants. Pour autant le paysage commercial révèle des contrastes marqués :

~ Marseille Provence Métropole présente l'une des plus fortes densités en nombre de commerces mais la plus faible en surface de vente avec un centre-ville marseillais qui représente à lui seul 4 900 commerces (15,4% de l'offre totale du département) et des quartiers commerçants attractifs.

~ A l'inverse, le Pays d'Aubagne qui, avec seulement 5% de la population, est le territoire le moins peuplé, affiche la plus forte densité en surface de vente avec la zone « Martelle-Paluds » où est implanté l'un des plus grands pôles commerciaux du département.

~ Le Pays d'Arles offre une densité équilibrée en surface de vente et nombre de commerces. Malgré l'absence de pôle commercial majeur, il est bien équipé et affiche des densités commerciales supérieures aux moyennes départementales.

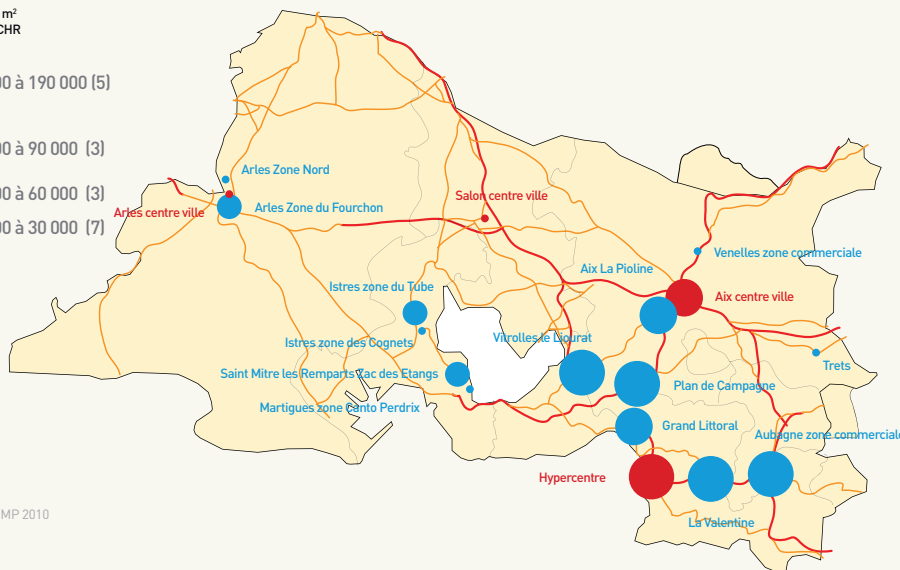
## ➔ UN MAILLAGE COMMERCIAL FORT À L'EST DU DÉPARTEMENT

LES PRINCIPAUX POLES COMMERCIAUX - SURFACE DE VENTE ► 20 000 M<sup>2</sup>

Surface de vente en m<sup>2</sup>  
hors auto cycles et CHR



Centre ville (4)  
Périphérie (14)



SOURCE : CRE-CCIMP 2010

Les Bouches du Rhône comptent 18 pôles commerciaux de plus de 20 000 m<sup>2</sup>. Ses huit pôles majeurs sont circonscrits à l'est du département dans la zone la plus peuplée (75% de la population). Leur implantation à proximité des grands axes routiers, la taille et la diversité de leur offre commerciale leur permet de bénéficier d'une attractivité auprès des départements limitrophes, notamment Var et Vaucluse.

Parmi eux les centres-villes de Marseille et Aix-en-Provence proposent, avec des surfaces de vente comparables aux grandes zones commerciales du territoire (167 000m<sup>2</sup> et 59 000m<sup>2</sup>), une alternative attractive pour une clientèle à la recherche d'une offre différenciée et de proximité.

## TOP 5 DES PLUS GRANDS POLES COMMERCIAUX

POLES	SUPERFICIE EN M <sup>2</sup>	EVOLUTION 2004-2009	SUPERFICIE A VENIR EN M <sup>2</sup>
Plan de Campagne	188 500	6,7%	15 600
Centre ville de Marseille	167 000	1,8%	40 500
La Martelle à Aubagne	127 500	5,5%	1 400
La Valentine à Marseille	121 000	38,8%	2 700
Le Liourat à Vitrolles	97 000	14,9%	6 000

## ➔ A L'HORIZON 2014, PLUS DE CENTRES COMMERCIAUX AU CŒUR DES VILLES

Avec 200 000 m<sup>2</sup> de projets commerciaux autorisés\* le département augmentera, à l'horizon 2014, sa surface de vente de 7,3%. Cinq projets totalisent à eux seuls près de 50% de la superficie.

Les deux plus importants « Les Terrasses du Port » et « La Capelette » placeront en 2014 le centre-ville de Marseille au 1<sup>er</sup> rang des plus grands pôles commerciaux du territoire devant Plan de Campagne. De nouveaux projets sont également annoncés :

- ~ Rue de la République (30 000 m<sup>2</sup> entre la place Sadi Carnot et la Joliette),
- ~ Stade Vélodrome (15 000 m<sup>2</sup>),
- ~ Extension du Centre Bourse (5 à 7 000m<sup>2</sup>),
- ~ Saint Loup (5 à 10 000 m<sup>2</sup>).

Ces projets témoignent de la volonté politique de s'engager vers un rééquilibrage et une modernisation de l'offre commerciale marseillaise. D'autres communes se sont déjà engagées dans cette voie : Aix-en-Provence avec ses « Allées Provençales », et bientôt Istres avec le « Forum des Carmes » et Salon de Provence avec la « Place Morgan ».

\* Projets commerciaux autorisés en CDEC et CDAC (Commission départementale d'équipement commercial et Commission départementale d'aménagement commercial)

### TOP 5 DES PLUS GRANDS PROJETS COMMERCIAUX AUTORISÉS

PROJETS	SUPERFICIE EN M <sup>2</sup>	INVESTISSEMENTS M€	OUVERTURE	EMPLOIS SALARIÉS
Les terrasses du Port - Marseille	39 100	434	2014	2 000
La Capelette - Marseille	24 400	150	2013	793
Forum des Carmes - Istres	7 600	35	2013	200
Avant Cap - Extension - Plan de Campagne	7 300	40	NC	151
Ensemble Commercial St Chamas	7 000	NC	2011 - début chantier	NC

### PROJETS COMMERCIAUX PAR COMMUNE - PROJETS AUTORISÉS EN 2008-2009 - À RÉALISER

