

Consommation des ménages : d'importantes disparités territoriales

L'autonomie commerciale du pôle urbain et sa forte attractivité sur les territoires périphériques a été mise en évidence par la première enquête de consommation des ménages réalisée fin 2004 - début 2005 en Haute-Garonne.

Une consommation importante en grandes surfaces

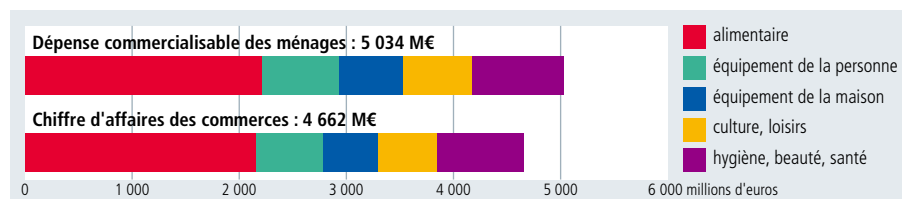
Les ménages de l'InterSCoT dépensent 5 milliards d'euros par an dans les commerces dont 60% en grandes surfaces et 35% dans les commerces de moins de 300 m². Les dépenses alimentaires sont très majoritairement réalisées en grandes surfaces (76%). Cependant, le commerce traditionnel joue encore un rôle significatif dans la consommation en non alimentaire (49%).

Des commerces traditionnels encore actifs

Le chiffre d'affaires des commerces de l'InterSCoT est estimé à 4,7 milliards d'euros dont 36% issus du commerce traditionnel et 64% des grandes surfaces. En alimentaire, 77% sont générés par les grandes surfaces. Toutefois, la diversité de l'offre en gamme et en produits apparaît clairement dans l'analyse du chiffre d'affaires non alimentaire où la part du commerce traditionnel reste plutôt satisfaisante (près de 50%) et la part des hypermarchés et supermarchés n'est pas supérieure à celle des grandes surfaces spécialisées (24%).

Les chiffres clés en 2005 dans l'interSCoT

- 5 034 M€ de dépense commercialisable
- 4 662 M€ de chiffre d'affaires
- 310 pôles commerciaux
- 1,4 millions de m² commerciaux
- 980 000 m² de grandes surfaces
- 1 055 330 habitants
- 459 770 ménages
- 314 070 emplois salariés privés



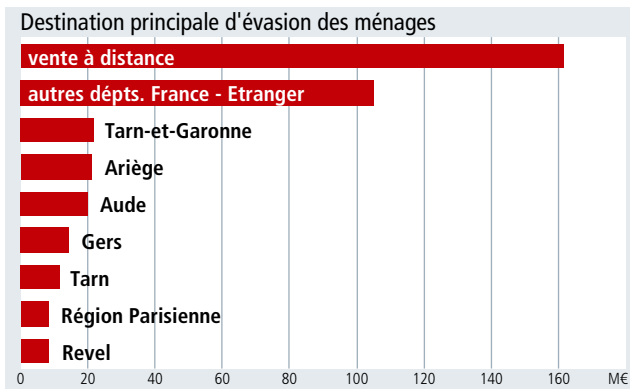
	Dépense des ménages			Chiffres d'affaires		
	alimentaire (%)	non alim. (%)	TOTAL (M€)	alimentaire (%)	non alim. (%)	TOTAL (M€)
Commerce traditionnel	23	45	1 765	23	47	1 665
dont marché, tournée	9	1	225	9	1	215
Grandes surfaces	76	48	3 040	77	52	2 965
dont hyper/super	62	21	1 989	62	24	1 966
dont discount	13	-	298	13	1	297
Autres formes de ventes	1	7	229	-	1	31
dont vente à distance	-	5	130	-	-	-
Total	100 %	100 %	5 034 M€	100 %	100 %	4 662 M€

L'exemple lyonnais

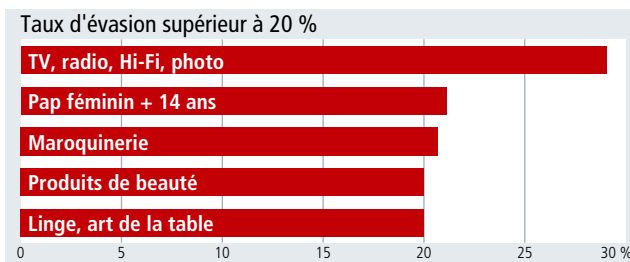
La première enquête sur les comportements d'achat des ménages réalisée en France a été conduite par la CCI de Lyon en 1973. L'agglomération en est aujourd'hui à sa huitième enquête qui couvre le département du Rhône en débordant sur l'Ain, l'Isère et la Loire, soit un périmètre d'étude regroupant 2,2 millions d'habitants (5 900 ménages enquêtés, 210 000 actes d'achat recensés). Pour cette dernière enquête, les questionnements ont été élargis pour intégrer des questions sociétales telles que le moyen de transport utilisé pour effectuer les achats, l'usage d'Internet, les pratiques habituelles d'achat selon le jour de la semaine et le moment dans la journée, et les achats de produits alimentaires effectués sur un marché biologique ou issus du commerce équitable.

Une évasion très limitée à l'échelle de l'InterSCoT...

Une évasion commerciale difficilement compressible



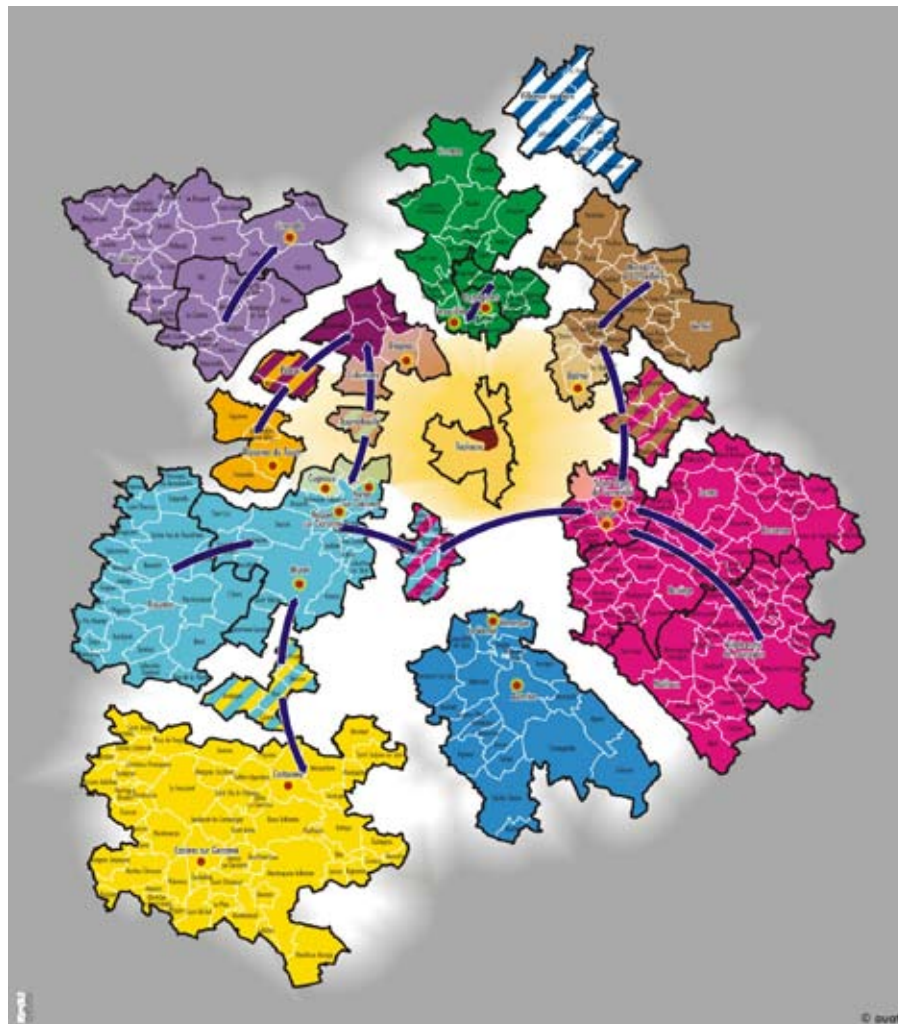
Une évasion essentiellement portée par les produits de vente à distance



Des ménages consommant peu à l'extérieur de l'InterSCoT

L'évasion commerciale, est essentiellement liée à la vente à distance et porte principalement sur l'équipement de la personne et de la maison. L'offre présente apparaît donc attractive notamment grâce à la diversité commerciale existante dans le pôle urbain. Toutefois, les flux commerciaux varient selon le type de produits consommés. Ainsi, aucun pôle commercial ne capte plus de 5 % de la consommation alimentaire totale qui reste une consommation de proximité. A l'opposé, les achats exceptionnels (meubles, gros électroménager...) demeurent fortement dépendants de l'offre localisée dans les pôles majeurs de la banlieue toulousaine. Enfin, des achats comme le bricolage-jardinage, liés à une demande de moyenne proximité restent concentrés dans le pôle urbain. Toutefois, de nombreux pôles intermédiaires maillent le périurbain.

Bassins de consommation



Neuf bassins de consommation autonomes structurant le territoire

Il s'agit de territoires au sein desquels on observe un ou plusieurs pôles attractifs dont le chiffre d'affaires est issu majoritairement de la consommation des ménages de ce même bassin. A ces neuf bassins s'ajoutent cinq secteurs multipolarisés où les ménages résidents effectuent la majorité de leurs achats dans deux secteurs attractifs voisins. Globalement, la structuration des bassins de consommation demeure fortement liée à la polarisation de l'offre dans le pôle urbain et correspond peu aux découpages des SCoT : deux bassins de consommation autonomes composent le SCoT Sud Toulousain tandis qu'un seul bassin « respecte » les limites du SCoT Nord Toulousain. De même, certains quartiers de Toulouse sont liés à des bassins de consommation de la périphérie et le secteur de Villefranche-Nailloux (Lauragais) est dépendant d'un secteur et d'une offre dont il n'est pas voisin (Labège / Saint-Orens).

Sources : BVA, ECM 2004, auat

... mais des situations contrastées selon les territoires

Des comportements d'achat tournés vers les surfaces supérieures à 300 m²

Territoire privilégié de la consommation des ménages, le SCoT Central concentre 84% de la dépense commercialisable à l'échelle de l'InterSCoT. En alimentaire, la consommation des ménages est particulièrement orientée vers les grandes surfaces (80% dans le Lauragais). Le Nord Toulousain se caractérise ici par la part importante du hard discount (17 %). En non alimentaire, la consommation des ménages est plutôt équilibrée entre petits commerces et grandes surfaces. Toutefois, les habitants du Lauragais privilégient particulièrement ces dernières alors même que l'offre locale est peu représentée. A l'inverse, les ménages du Sud Toulousain sont ceux qui consomment le plus dans les commerces traditionnels (46%).

Une attractivité commerciale conséquente sur le SCoT Central

Le chiffre d'affaires des commerces du SCoT Central est supérieur à la consommation des ménages : l'attractivité des commerces au-delà du périmètre du SCoT est donc significative et souligne l'autonomie commerciale et la présence d'une offre importante et diversifiée. Dans les autres SCoT, plus des trois-quarts du chiffre d'affaires sont générés par l'offre de première nécessité. En alimentaire, l'activité est essentiellement portée par les grandes surfaces. A l'inverse, le chiffre d'affaires en non alimentaire est principalement issu des commerces traditionnels (76 % sur le Sud Toulousain) alors même que les ménages consomment majoritairement dans les commerces de plus de 300 m² pour les produits secondaires. Ceci met en évidence l'inadéquation entre l'offre (limitée en grandes surfaces) et la demande. Ce constat est néanmoins à nuancer sur le SCoT Sud Toulousain.

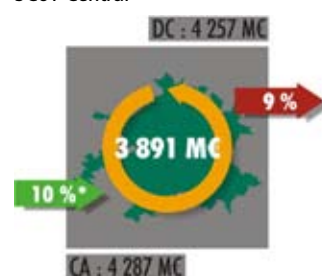
Une rétention commerciale importante sur le SCoT Central

L'offre présente étant très diversifiée sur le SCoT Central, les ménages effectuent la grande majorité de leurs achats dans les commerces locaux, en alimentaire (97 %) comme en non alimentaire (87 %). Dans les autres territoires de SCoT, le taux de rétention commerciale est plutôt faible, en particulier dans le Nord Toulousain et le Lauragais. De manière générale, les produits de première nécessité génèrent la plus forte rétention (64 % en alimentaire sur le Sud Toulousain). Ces résultats sont en adéquation avec l'offre commerciale présente dominée par l'offre de proximité, peu diversifiée et donc peu attractive.

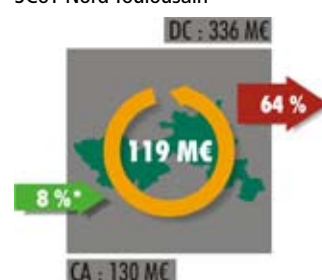
Une évasion importante sur les SCoT périphériques

Au sein du SCoT Central, l'évasion commerciale représente seulement 9 % de la dépense des ménages dont plus du tiers s'effectue en vente à distance. Le Nord Toulousain et le Lauragais connaissent une évasion commerciale importante. Pour le Nord Toulousain, l'évasion se réalise principalement à destination de Toulouse (19 %) et de Blagnac (15 %). Trois communes captent plus de la moitié de l'évasion commerciale du SCoT Lauragais: Saint-Orens (27%), Labège (17 %) et Toulouse (13 %). De plus, les achats générant le plus d'évasion correspondent pour la plupart à des produits habituellement achetés près du lieu d'habitation. Le Sud Toulousain connaît une évasion commerciale plus mesurée dont la moitié est captée par les commerces situés le long de l'axe Portet-sur-Garonne/Muret. Toutefois, l'évasion générée par la concurrence hors InterSCoT est supérieure aux autres territoires de SCoT.

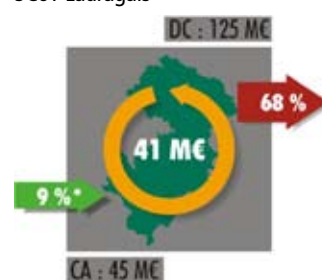
SCoT Central



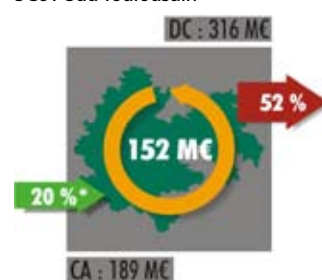
SCoT Nord Toulousain



SCoT Lauragais



SCoT Sud Toulousain



Attraction

Évasion

Rétention

DC : dépense commercialisable

CA : chiffre d'affaires

* Chiffres d'affaires générés par la consommation des ménages de la Haute-Garonne ; l'activité issue de l'attractivité sur des ménages hors Haute-Garonne n'est pas prise en compte.

Niveau de concentration des différentes fonctions

	InterSCoT	SCoT Nord	SCoT Lauragais	SCoT Sud	SCoT Central
Population	1 055 330	7 %	3 %	7 %	83 %
Ménages	459 770	6 %	2 %	7 %	85 %
Emploi	314 070	3 %	1 %	3 %	93 %
Nombre de commerce < 300 m ²	15 500	5 %	2 %	6 %	86 %
Surface de commerce > 300 m ² (en m ²)	980 000	3 %	1 %	3 %	93 %
Dépense commercialisable (en M€)	5 034	7 %	2 %	6 %	85 %
Chiffre d'affaires (en M€)	4 662	3 %	1 %	4 %	92 %

Sources : INSEE, UNEDIC, Chambres Consulaires, DDCCRF, BVA

Une contribution de la CUC pour la prise en compte du commerce dans les SCoT

L'exploitation de l'enquête consommation des ménages, réalisée en 2004, a permis à la Conférence d'Urbanisme Commercial d'alimenter les différents travaux en cours dans l'aire urbaine toulousaine.

Cette analyse s'inscrit dans la démarche de valorisation du Schéma de Développement Commercial que la CUC porte en 2007 afin d'accompagner les différents syndicats de SCoT dans la prise en compte de la fonction commerciale dans les PADD en préparation. In fine, ce travail doit permettre aux élus de la CUC, et plus largement aux membres de l'InterSCoT, de mener une réflexion prospective sur un développement commercial adapté aux besoins des consommateurs et en adéquation avec les objectifs d'équilibre du territoire.

Un cadre législatif en évolution

Les premiers textes relatifs à l'urbanisme commercial apparaissent en France dans les années 1960. Ils portent sur la prise en compte de l'équipement commercial dans l'élaboration des documents d'urbanisme et créent les Commissions Départementales et Nationales d'Urbanisme Commercial. Les lois Royer (1973), Sapin (1993) et Raffarin (1996) renforcent ces dispositifs (création des CDEC et CNEC) ensuite repris dans les objectifs et orientations générales de la loi SRU qui affirme que le SCoT est compétent pour l'équipement commercial, les localisations préférentielles des commerces et la mise en valeur des entrées de ville. Ainsi, les autorisations d'équipement commercial doivent désormais être compatibles avec les SCoT. En août 2008, dans un objectif de renforcement de la concurrence, la Loi de Modernisation de l'Économie a relevé le seuil des autorisations commerciales de 300 à 1 000 m².

Définitions

Potentiel de consommation / Dépense commercialisable : Dépenses annuelles des ménages en biens de consommation courante quelle que soit leur destination d'achat

Chiffre d'affaires : Activité générée par l'ensemble des commerces estimée ici sur la base de la consommation des ménages résident en Haute-Garonne et n'intégrant donc pas la consommation des départements limitrophes et touristiques

Commerces traditionnels : Commerces et services de détail dont la surface de vente est inférieure à 300 m²

Grandes surfaces : Commerces de détail dont la surface de vente est supérieure à 300 m²

Attraction commerciale : part de l'activité issue de la consommation des ménages ne résidant pas dans le périmètre étudié

Rétention commerciale : Part de la consommation des ménages d'un périmètre donné qui est effectuée dans les commerces de ce même périmètre

Evasion commerciale : Volume de consommation des ménages d'un périmètre dépensé hors de ce périmètre

Pôle commercial : Ensemble comprenant au moins 5 commerces traditionnels dont un alimentaire ou comprenant au moins une grande surface alimentaire

Glossaire

CUC : Conférence d'Urbanisme Commercial
CDEC, CNEC : Commission Départementale et Nationale de l'Équipement Commercial

PADD : Projet d'Aménagement et de Développement Durable

SCoT : Schéma de Cohérence Territoriale

SMEAT : Syndicat Mixte d'Études pour entreprendre et mettre en œuvre la révision du Schéma Directeur de l'Agglomération Toulousaine

Sources

Enquête Consommation des Ménages menée fin 2004-début 2005 auprès de 3 248 ménages de Haute-Garonne ; 70 secteurs regroupés en 9 zones d'études ; 155 000 actes d'achat analysés sur près de 50 produits de grande consommation. Basée sur une observation des achats effectivement réalisés, l'enquête sur les comportements d'achat des ménages est d'abord un outil d'aide à la décision en matière d'urbanisme commercial et d'aménagement des territoires ; elle est aussi la référence pour comprendre les grands équilibres de l'appareil commercial des territoires. L'enquête constitue enfin un observatoire au service du développement des entreprises commerciales puisqu'elle permet à tous les acteurs économiques de faire le point sur le marché, sa clientèle, ses concurrents, ses points forts et faibles et les évolutions récentes de son environnement commercial.

Zoom sur l'InterSCoT....

L'InterSCoT, est une structure de concertation et de régulation pérenne qui vise à :

- mettre en œuvre le projet partagé dans la Charte de l'aire urbaine,
- garantir la cohérence du développement de l'aire urbaine,
- établir des passerelles entre les regroupements intervenant aux différentes échelles.

L'InterSCoT rassemble 4 établissements publics de SCoT dont le périmètre est proche de celui de l'aire urbaine :

- le SCoT de la Grande Agglomération Toulousaine (117 communes)
- le SCoT Nord Toulousain (62 communes)
- le SCoT Lauragais (61 communes en 2005)
- le SCoT Sud Toulousain (99 communes)

Les établissements publics membres, s'appuyant sur un comité technique, confient à l'InterSCoT la conduite des études mutualisées et l'harmonisation des procédures.

