



ELABORATION DU SCHEMA DE COHERENCE TERRITORIALE DU MÂCONNAIS SUD BOURGOGNE

*Projet, vers le PADD – Volet commerce
Atelier 9 mars 2021*



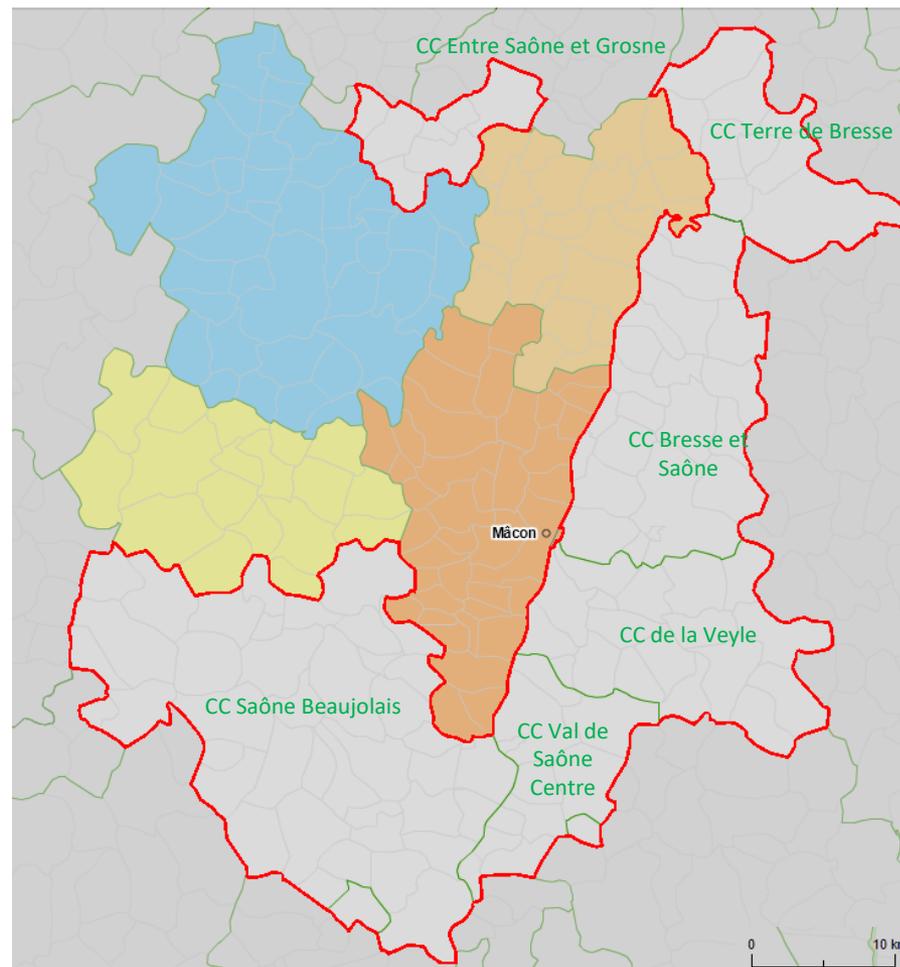
**SOBERCO
ENVIRONNEMENT**

Pour analyser l'organisation commerciale de Mâcon, il est nécessaire de la replacer au sein de son rayonnement commercial qui dépasse largement les frontières du SCoT et s'étend sur le département de l'Ain et du Rhône. Ainsi la zone de chalandise intègre :

- La totalité des communautés de communes de Bresse et Saône et de Veyle,
- La quasi-totalité des communautés de communes de Val de Saône Centre et de Saône Beaujolais,
- Une partie des communautés de communes Entre Saône et Grosne et Terre de Bresse.

Avec plus de 232 000 habitants la zone de chalandise de Mâcon compte 2 fois plus d'habitants que le périmètre du SCoT.

Zone de chalandise du Mâcon



Source : Analyse de l'armature commerciale du département de Saône-et-Loire – DDT – AID – Déc 2010

Même si Mâcon connaît une légère baisse démographique, le SCoT est dans une légère dynamique de croissance (+1,3%), trois fois plus fortes à l'échelle de la zone de chalandise (+3,4%).

Le territoire du SCoT connaît un vieillissement moins marqué que le niveau départemental (29% contre 31,2%) mais aussi rapide (2,8 points de plus entre 2010 et 2015).

La médiane des revenus est 3% plus élevée qu'à l'échelle du département.

À l'échelle du SCoT, la part des familles avec enfant est bien présentée (32,1%), supérieure à la situation départementale (30,9%) mais encore plus forte à l'échelle de la zone de chalandise (35,9%).

Grâce à un bassin d'emploi fort, le territoire du SCoT est en excédent (113) par rapport au nombre d'actifs contrairement à la situation de la zone de chalandise (88,6).

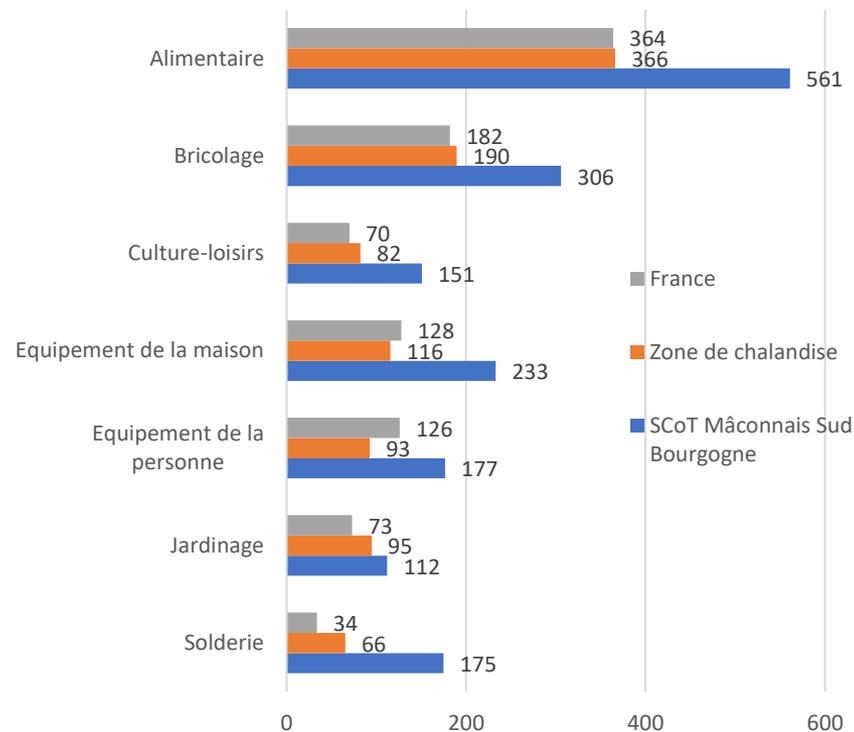
Le taux de vacance de logements est élevé (9,6%) mais comparable à la situation départementale.

	Mâcon		SCoT Mâconnais Sud Bourgogne		Zone de chalandise		Saône et Loire	
Population 2015 (Insee 2018)	33 236		113 959		232 434		555 408	
Population 2010	34 040		112 475		224 778		555 663	
Evolution 2010-2015	-2,4%		+1,3%		+3,4%		0,0%	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015
% personnes plus de 60 ans	24,8%	27,9%	26,2%	29,0%	24,3%	26,7%	28,4%	31,2%
% personnes <15 ans	17,7%	18,0%	17,9%	17,6%	19,4%	19,0%	16,9%	16,6%
Médiane des revenus par UC 2015	17 054 €		20 371 €		20 496 €		19 737 €	
Nb ménages 2015 (Evolution des ménages 10-15)	16 205		51 482		100 100		253 553	
	(+0,7%)		(+3,2%)		(+5,2%)		(+2,1%)	
% ménages personne seule 2015	43,5%	47,4%	35,1%	37,1%	31,1%	32,5%	34,1%	36,0%
% ménages familles avec enfant(s) (parmi nb ménages) 2015	30,2%	28,9%	32,7%	32,1%	36,3%	35,9%	32,2%	30,9%
% ménages emménagés <5 ans 2015	40,2%		31,7%		30,4%		28,2%	
Nb emplois 2015 (et évolution depuis 2010)	25 538		52 314		87 449		212 334	
	(-3,7%)		(-1,8%)		(-0,6%)		(-2,6%)	
Indicateur de concentration d'emplois 2015 (nb emplois/actifs occupés)	199,4	211,8	112,2	113,0	89,9	88,6	98,4	98,2
Taux de vacance en logements (et évolution depuis 2010)	9,8%		9,6%		8,8%		10,0%	
	(+9,6%)		(+19,1%)		(+17,5%)		(+17,4%)	

Les densités en grandes et moyennes surfaces

L'analyse des densités en grandes et moyennes surfaces prennent tout leur sens à l'échelle de la zone de chalandise. Ainsi l'équipement du SCoT du Mâconnais est déconnecté de la seule population de ce périmètre. A l'échelle de la zone de chalandise les densités sont ainsi proches des moyennes nationales. Elles sont sensiblement plus élevées en culture-loisirs, en jardinage et en solderie.

Densités en grandes et moyennes surfaces par secteur d'activité



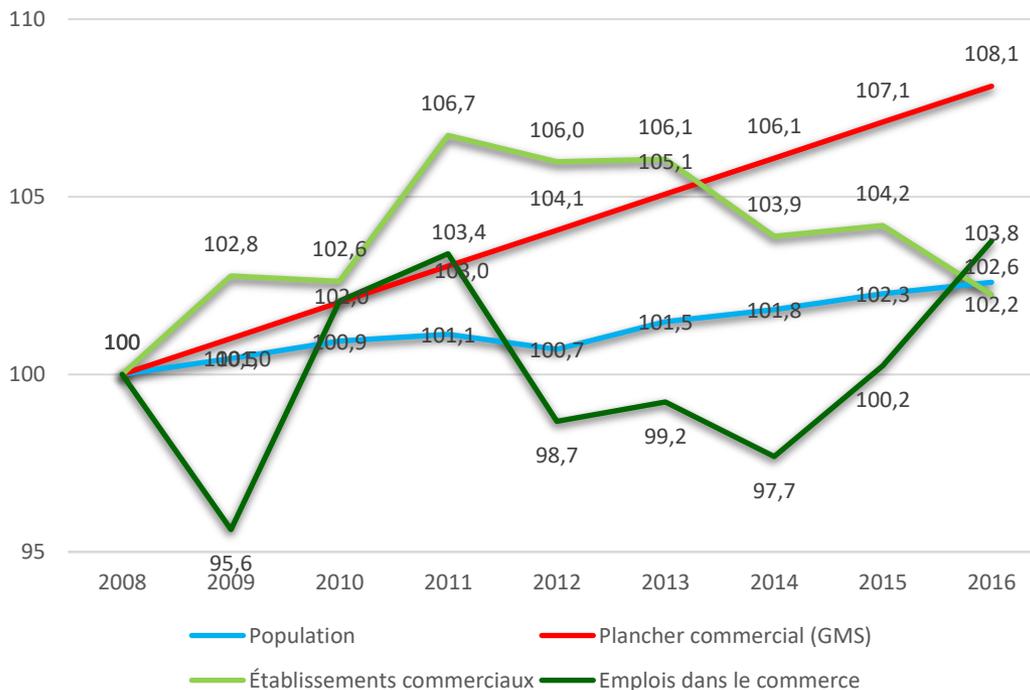
Source : Fichier DGCCRF, mise à jour CDEC/CDAC, LSA Expert et Codata

Le bilan de structuration commerciale sur l'emploi

La croissance du plancher des grandes et moyennes surfaces a progressé 3 fois plus vite que celle de la population (+8,1% contre +2,6%) sur la période 2008-2016.

Si le nombre d'établissements commerciaux connaît une baisse continue depuis 2011 (-4,2%), l'emploi dans le commerce montre une période creuse entre 2011 et 2014 (-5,5%) pour repartir à la hausse depuis, sans néanmoins connaître une évolution comparable à celle du plancher commerciale en GMS.

Évolution des surfaces GMS par rapport à la population et à l'emploi dans la filière commerce (territoire SCoT, indice 100 en 2008)



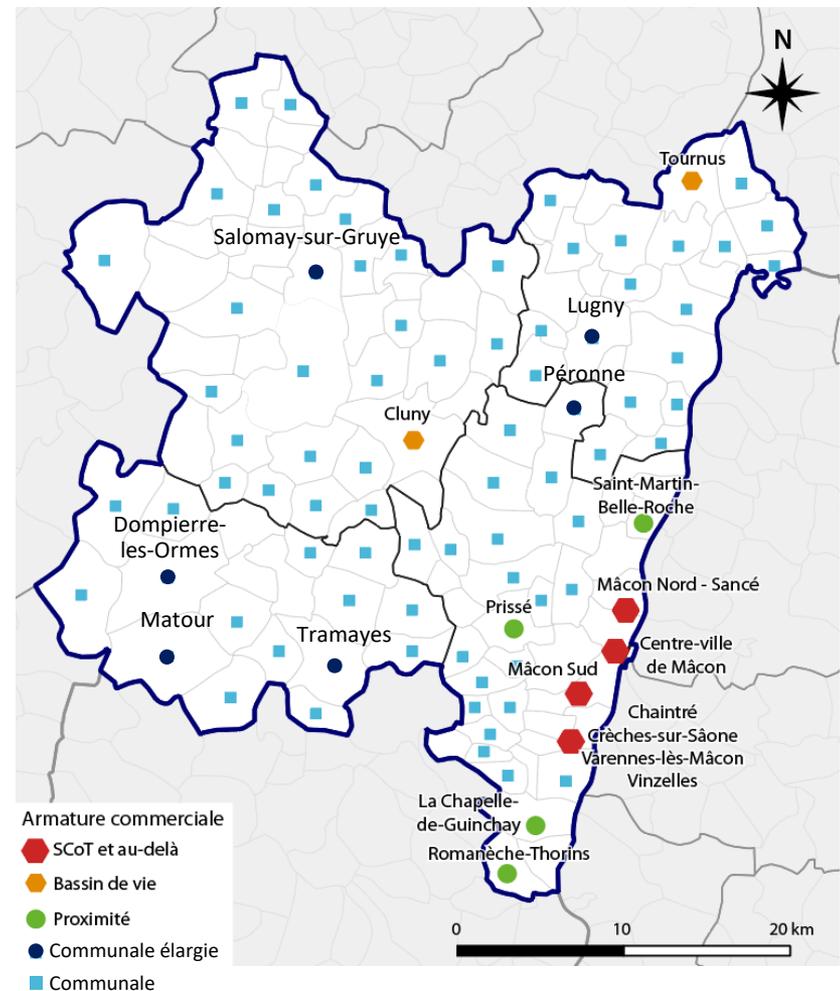
Source : ACOSS, Fichier DGCCRF, mise à jour CDEC/CDAC, LSA Expert et Codata // Données INSEE

L'armature commerciale : hiérarchisation des pôles commerciaux

Au regard des vocations, l'armature commerciale du territoire peut se décomposer comme suit :

Niveau	Pôle	Vocation
1	Centre-ville de Mâcon Mâcon Sud Crèches sur Saône / Chaintré / Varenne les Mâcon / Vinzelles Mâcon Nord (Mâcon / Sancé)	SCoT et au-delà
2	Cluny Tournus	Bassin de vie
3	La Chapelle de Guinchay Charnay-les-Macon Prissé Romanèche Thorins Saint Martin Belle Roche	Proximité
4	Matour, Tramayes, Salornay-sur-Gruye, Lugny, Dompierre-les-Ormes, Péronne	Communale élargie
5	Autres communes	Communale

Hiérarchisation des pôles commerciaux



Les indicateurs du commerce

Sociodémographique	Commerce traditionnel	Grande et moyenne surface	Espace de périphérie
Rayonnement du territoire 	Part des commerces en centralité 	Croissance des m ² comparativement à la croissance de population 	Périphérisation des activités traditionnelles 
Taux de croissance de la population 	Taux de diversité commerciale 	Evolution de l'emploi dans le commerce 	Bilan d'attractivité des zones commerciales périphériques 
Taux de renouvellement de la population 	Taux de vacance commerciale 	Taux de diversité commerciale 	La qualité des façades bâties & commerciales 
Médiane des revenus 	Part de la population disposant d'un commerce alimentaire 	Evolution de la diversité commerciale 	
Indicateur de concentration d'emploi 	Densité commerciale traditionnelle alimentaire 	Densité commerciale en grande surface alimentaire 	
	Taux de présence des cafés & restaurants 	Le taux de friche commerciale en périphérie 	
	Présence des marchés 		



Partie 3. Bilan et enjeux

1

Réfléchir aux équilibres entre le commerce traditionnel et le grand commerce en préservant le rôle joué par les centralités

2

Optimiser le fonctionnement des zones de périphérie pour améliorer les synergies entre les enseignes et promouvoir des modes alternatifs à la voiture

3

S'interroger sur un modèle de développement commercial maîtrisé dans un contexte de tensions économiques illustrées par la vacance en périphérie

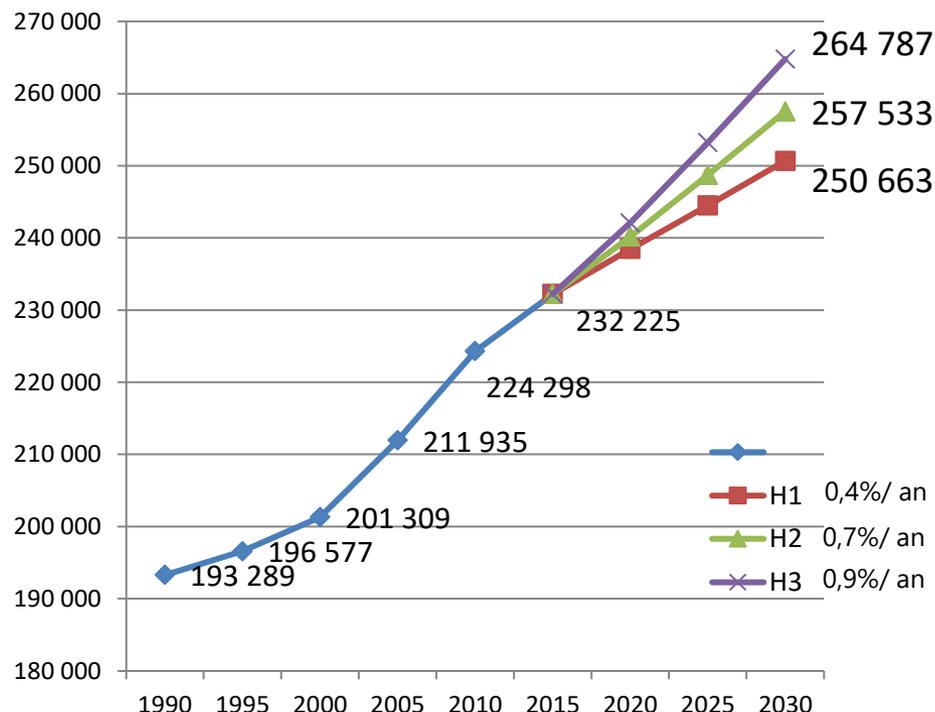
La zone de chalandise de Mâcon a connu une croissance régulière de sa population avec une accélération sur la période 1999-2006 à 1% par an, accentuée sur la période 2006-2011 à 1,17% mais qui désormais s'est ralentie à 0,58%/ an.

Les hypothèses de croissance s'appuient sur trois logiques :

- **Hypothèse basse** : une poursuite du ralentissement de la croissance démographique à 0,5%/an.
- **Hypothèse médiane** : une reprise plus forte de la croissance démographique à 0,7%/an.
- **Hypothèse haute** : une accélération de la reprise démographique à 0,9% pour se rapprocher de la décennie 2000.

Suivant ces hypothèses le territoire SCoT est en mesure de gagner entre 13 000 et jusqu'à près de 25 000 habitants d'ici 2030.

POTENTIELS D'HABITANTS SUR LA ZONE DE CHALANDISE



EVOLUTION DE NOMBRE D'HABITANTS ESTIMÉE ENTRE 2019 ET 2030

Hypothèse basse

**+13 382
habitants**

**Hypothèse
moyenne**

**+ 19 022
habitants**

**Hypothèse
haute**

**+ 24 852
habitants**

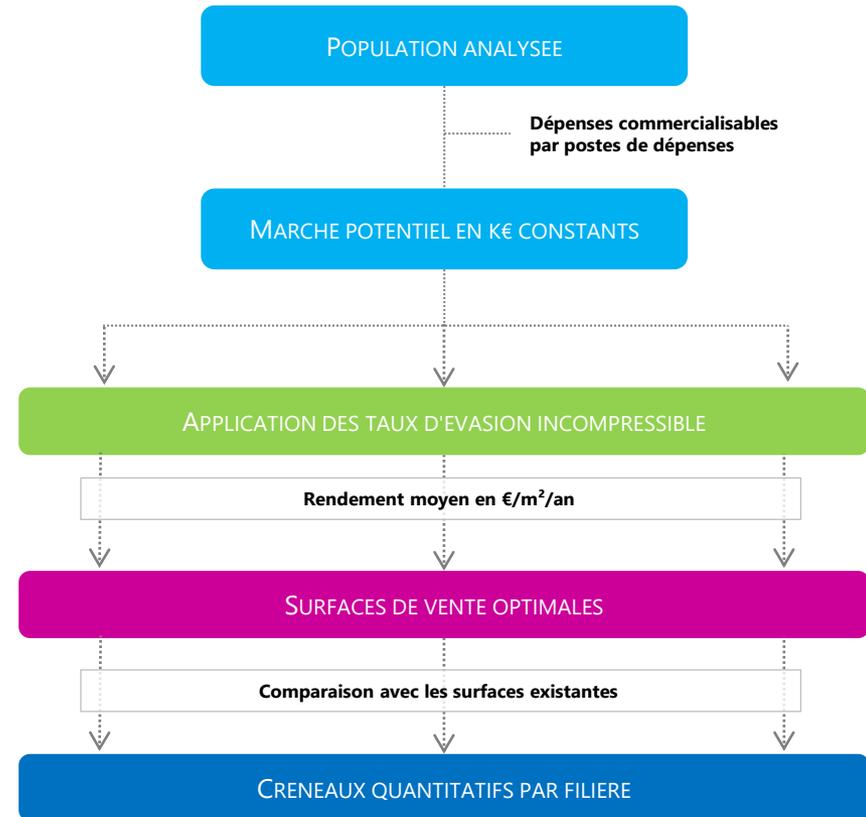
Méthodologie de l'étude de marché multi-activités

L'étude de marché multi-activités permet de déterminer des créneaux théoriques exploitables par la grande distribution.

L'analyse se base sur le calcul du marché potentiel en valeur. Ce marché potentiel est ensuite segmenté en fonction des parts de marché nationales des différentes formes de la distribution. Une part d'évasion incompressible variable selon le secteur d'activité est ensuite déduite afin d'affiner l'évaluation du marché potentiel.

Le rapport entre le marché potentiel et le rendement moyen du m² de surface commerciale permet de déterminer une surface de vente optimale.

Du rapport entre la surface existante et de la surface optimale, résulte un taux de couverture qui permet de déterminer les créneaux théoriques exploitables.



Les bases de calcul des surfaces de vente

Sont comptabilisées ici à la fois les surfaces autorisées et construites ainsi que les surfaces autorisées en CDAC mais non construites des GMS de plus de 300 m² sur les communes du SCoT du Mâconnais Sud Bourgogne.

A ces surfaces sont rajoutées 60 m² par commerce traditionnel sur les principaux secteurs d'activité étudiés.

Les surfaces des GSA sont partagées comme suit :

- 80% en alimentaire,
- 5% en équipement de la personne,
- 5% en électroménager,
- 5% en meubles-décoration,
- Et 5% en sport, jeux-jouets et autres produits culturels.

Les taux de rétention à l'échelle du SCoT

Les hypothèses d'emprise s'appuient sur notre expertise d'attraction d'un pôle départemental.

Dans les tableaux de la page suivante les taux de rétention sont convertis en évansion incompressible.

Ce niveau d'évansion incompressible tient compte de la croissance du poids des achats hors magasins. C'est un seuil au-delà duquel toute croissance de surface commerciale n'a plus d'impact sur la rétention compte tenu des effets induits par la consommation hors magasin et sur les lieux de travail extérieur au territoire.

Grille de lecture

A partir de cette méthodologie, un indice de taux de couverture est calculé et est associé à chaque groupe d'activité :

▪ **Indice compris entre 0,9 et 1,1 :**

Case codifiée sur fond blanc indique un bon équilibre entre offre et demande.

▪ **Indice inférieur à 0,9 :**

Case codifiée sur fond vert indique des potentialités de développement.

▪ **Indice compris entre 1,1 et 2 :**

Case codifiée en orange, indique un marché tendu sur lequel des ajustements quantitatifs sont mineurs.

▪ **Indice supérieur à 2 :**

Case codifiée en rouge, indique un marché en forte tension dont les conditions peuvent affecter la rentabilité des acteurs en place.

2019	Marché potentiel 2019 à l'échelle du SCoT	Evasion incompressible à l'échelle du SCoT	Marché théorique capté (=marché potentiel-évasion incompressible)	Rendement moyen m ² (en € annuel)	Surface Optimale	Surface existante	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Taux de couverture (=surface existante/surface optimale)
Alimentation	682 618 120 €	25,0%	511 963 590 €	7 700	66 489	65 775	-714	0,99
Textile habillement	159 543 649 €	35,0%	103 703 372 €	3 220	32 206	34 130	1 924	1,06
Bricolage	63 554 476 €	25,0%	47 665 857 €	2 500	19 066	36 675	17 609	1,92
Jardinage	36 598 612 €	30,0%	25 619 028 €	1 600	16 012	13 987	-2 025	0,87
Meubles	50 076 544 €	35,0%	32 549 753 €	2 400	13 562	19 552	5 989	1,44
Electroménager	89 881 369 €	35,0%	58 422 890 €	4 000	14 606	18 179	3 573	1,24
Décoration, arts de la table, linge de maison	40 170 812 €	30,0%	28 119 568 €	2 500	11 248	18 740	7 492	1,67
Sport	49 405 934 €	30,0%	34 584 154 €	2 740	12 622	11 920	-702	0,94
Biens culturels, jeux, jouets	50 041 479 €	30,0%	35 029 035 €	3 400	10 303	10 387	85	1,01

2030	Marché potentiel 2030 à l'échelle du SCoT	Evasion incompressible à l'échelle du SCoT	Marché théorique capté (=marché potentiel-évasion incompressible)	Rendement moyen m ² (en € annuel)	Surface Optimale	Surface existante	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Taux de couverture (=surface existante/surface optimale)
Alimentation	737 058 550 €	25,0%	552 793 912 €	7 700	71 791	65 775	-6 016	0,92
Textile habillement	187 483 796 €	35,0%	121 864 467 €	3 220	37 846	34 130	-3 716	0,90
Bricolage	74 684 479 €	25,0%	56 013 359 €	2 500	22 405	36 675	14 270	1,64
Jardinage	43 007 959 €	30,0%	30 105 571 €	1 600	18 816	13 987	-4 829	0,74
Meubles	58 846 219 €	35,0%	38 250 042 €	2 400	15 938	19 552	3 614	1,23
Electroménager	105 621 881 €	35,0%	68 654 223 €	4 000	17 164	18 179	1 015	1,06
Décoration, arts de la table, linge de maison	47 205 741 €	30,0%	33 044 019 €	2 500	13 218	18 740	5 523	1,42
Sport	58 058 169 €	30,0%	40 640 718 €	2 740	14 832	11 920	-2 912	0,80
Biens culturels, jeux, jouets	58 805 014 €	30,0%	41 163 510 €	3 400	12 107	10 387	-1 720	0,86

- Développement possible pour conforter le territoire
- Développement contraint
- Adaptation quantitative suffisante

Secteur	Perspective 2030	Conditions	Surface disponible 2030
Alimentaire	●	Des marges de manœuvre s'ouvre à partir de 2030 mais devra réinterroger le modèle de développement entre les différents types de format et notamment les hypermarché et les supermarchés	6 000 m ²
Textile Habillement	●	Si ce secteur apparait aujourd'hui globalement a l'équilibre, il risque de subir la progression des ventes sur Internet. Par ailleurs, ce secteur reste l'un des moteur de fréquentation du centre-ville de Macon qu'il convient de préserver pour maintenir son rayonnement.	3 700 m ²
Bricolage	●	Avec la présence des principaux leaders du marché associée à des spécialistes des matériaux, le territoire dispose d'un équipement en cohérence avec les futurs nouveaux habitants.	Aucune
Jardinage	●	La situation en jardinage apparait plus ouvert qu'en bricolage même les concepts entre les enseignes ne sont pas hermétique. Reste que le territoire dispose d'une marge de manœuvre de l'ordre de 4000 m ² à l'horizon 2030.	4 000 m ²
Electroménager	●	A l'arrivée de l'enseigne Electro dépôt en 2018, le territoire semble disposer d'un équipement équilibré avec les besoins actuels et futurs de la population. Une croissance à la marge associée à de la modernisation pourra être envisagée.	< 1000 m ²
Meubles	●	Les difficultés récemment rencontrées par plusieurs leaders de ce marché (Fly, Alinéa, Conforma...) montrent la fragilité de cette filière également marquée par la vente sur Internet	< 1000 m ²
Décoration, art de la table	●	Avec le développement des enseignes de solderie, c'est un des secteurs qui s'est structuré, ouvrant peu de perspective d'ici 2030 excepté sur des niches ou des nouveaux marchés.	Aucune
Sport	●	Même si la plupart des leaders nationaux sont présents sur le territoire du SCoT, des marges de développement peuvent s'ouvrir à l'horizon 20230	3 000 m ²
Biens culturels, Jeux et Jouets	●	Même si le secteur est fortement concurrencé par la vente sur Internet, des marges apparaissent d'ici 2030/	1 700 m ²

Enjeux issus du diagnostic

Quels objectifs stratégiques ? (PADD)

1

Réfléchir aux équilibres entre le commerce traditionnel et le grand commerce en préservant le rôle joué par les centralités

- Faut-il affirmer les centralités comme les **espaces prioritaires** de créations de commerces ? (La périphérie étant réservée à des concepts incompatibles commerciaux avec les centralités) ?
- Doit-on accompagner le confortement du commerce en centralités avec le **renforcement des moteurs de fréquentation** (habitat dense, services publics, équipements de santé...) ?

Enjeux issus du diagnostic

Quels objectifs stratégiques ? (PADD)

2

**Optimiser le
fonctionnement des
zones de périphérie**

pour améliorer les
synergies entre les
enseignes et
promouvoir des modes
alternatifs à la voiture

- Faut-il s'appuyer sur le SCoT pour engager une **démarche d'amélioration des déplacements** au sein des zones commerciales en favorisant une meilleure cohabitation voiture / piéton ?
- Faut-il conditionner tout projet de modernisation ou d'agrandissement du grand commerce à une **optimisation du stationnement et des déplacements** en zone (mutualisation des parking, parcours piéton sécurisé, éclairage, signalétique harmonieuse...) ?

Enjeux issus du diagnostic

Quels objectifs stratégiques ? (PADD)

3

S'interroger sur un modèle de développement commercial maîtriser
dans un contexte de tensions économiques illustrées par la vacance en périphérie

Quelles modalités de maîtrise du développement commercial ?

- Faut-il réduire le foncier disponible ?
- Faut-il permettre la création de nouveaux espaces commerciaux de périphérie ou se limiter aux zones actuelles ?
- Faut-il limiter le développement commercial aux périmètres actuels des zones commerciales en favorisant le renouvellement urbain ?
- Faut-il conditionner le développement de certaines activités en fonction de la vocation et du rayonnement de chaque pôle ?