

Syndicat Mixte pour le SCOTERS

Elaboration du DAACL du SCOTERS

Phase 1 – Le diagnostic prospectif du commerce





Partie 1

Données de cadrage

UNE DYNAMIQUE DEMOGRAPHIQUE PLURIELLE

- **Le territoire de l'Eurométropole** se caractérise par une très forte représentation des **ménages composés d'une seule personne** (42,1%) ainsi qu'un **important renouvellement démographique** (41%). La **médiane des revenus** y est inférieure à la moyenne nationale.
- A l'inverse, la **CC du Pays de la Zorn** présente le **taux de renouvellement démographique le plus faible** parmi les quatre EPCI (21,2%). Les **familles avec enfants** y sont très fortement représentées et le **nombre d'emplois** quantitativement limité.
- La **CC du Kochersberg** se caractérise par une **population vieillissante** (26% de plus de 60 ans) à **haut niveau de revenus** (27 360€). Les **familles avec enfants** sont également très bien représentées (45,7%) à la différence de **l'emploi (forte évansion des publics actifs)**
- La **CC du Canton d'Erstein** constitue après celui de l'Eurométropole, le **pôle démographique (20 049 ménages) et d'emplois (+2,3%)** le plus structurant parmi les 3 autres EPCI.

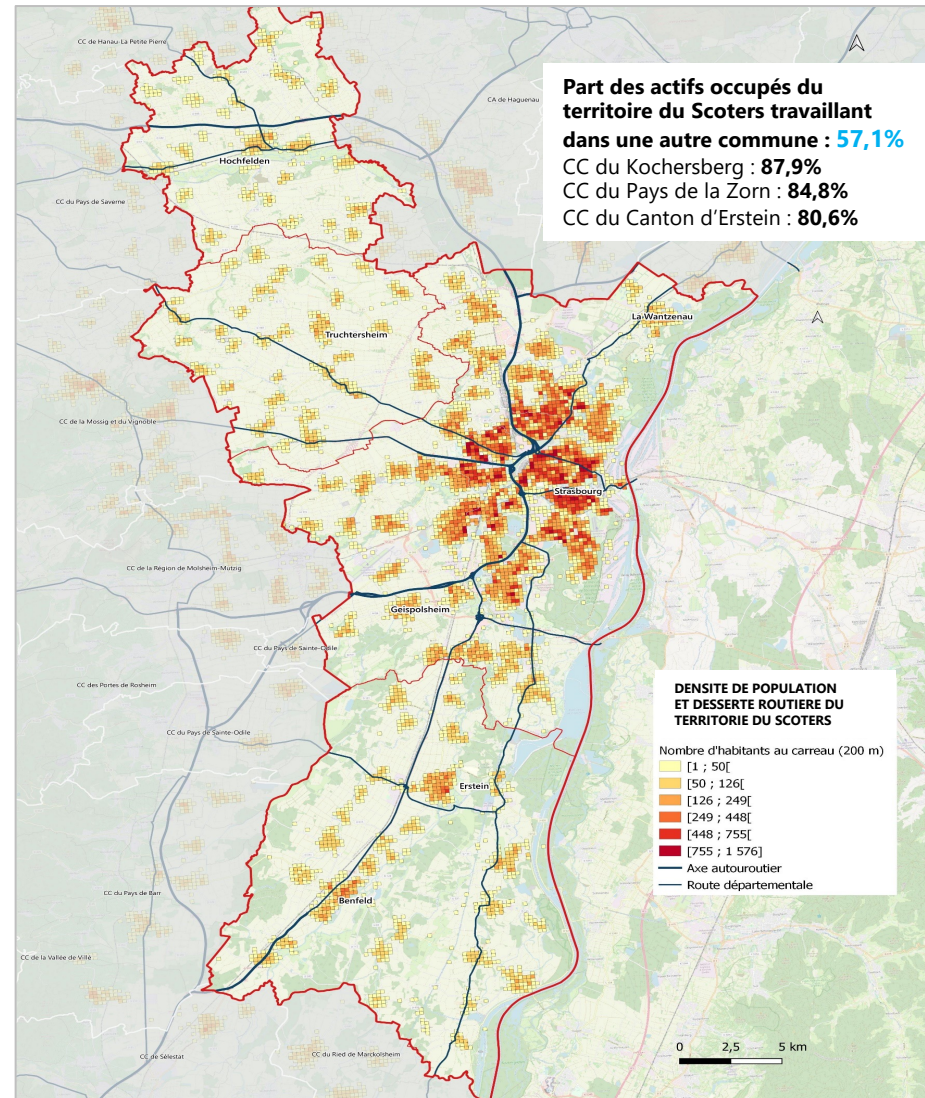
	Eurométropole de Strasbourg		CC du Pays de la Zorn		CC du Kochersberg		CC du Canton d'Erstein		Territoire du Scoters	
Population 2018 (Insee 2021)	500 510		16 064		25 709		47 915		590 198	
Population 2013	482 384		15 687		24 552		47 076		569 699	
Evolution 2013-2018	3,8%		2,4%		4,7%		1,8%		3,6%	
	2013	2018	2013	2018	2013	2018	2013	2018	2013	2018
% personnes de 60 ans et plus	20,6%	21,9%	23,2%	25,5%	23,6%	26,0%	21,9%	25,1%	20,9%	22,4%
% personnes <15 ans	17,3%	17,1%	18,1%	17,9%	18,5%	17,6%	18,6%	17,4%	17,5%	17,2%
Médiane des revenus par UC 2018	20 760 €		24 760 €		27 360 €		23 940 €		21 310 €	
Nb ménages 2018 (Evolution des ménages 13-18)	232 359		6 396		10 573		20 049		269 377	
	5,8%		4,8%		9,6%		4,8%		5,8%	
% ménages personne seule 2018	40,5%	42,1%	19,6%	21,1%	19,9%	23,2%	24,6%	27,1%	38,0%	39,7%
% ménages familles avec enfant(s) (parmi nb ménages) 2018	32,8%	32,8%	45,0%	45,0%	45,7%	45,7%	43,2%	43,2%	34,4%	33,4%
% ménages emménagés <5 ans 2018	41,0%		21,2%		27,3%		26,4%		38,9%	
Nb emplois 2018 (et évolution depuis 2013)	254 961		3 260		4 107		15 475		277 802	
	3,3%		0,8%		0,4%		2,3%		3,2%	
Indicateur de concentration d'emplois 2018 (nb emplois/actifs occupés)	125,6	125,0	43,3	42,6	34,8	33,2	69,1	69,8	113,3	112,9
Taux de vacance en logements (et évolution depuis 2013)	7,3%		8,2%		5,7%		6,8%		7,2%	
	14,4%		27,8%		23,3%		6,1%		14,3%	

L'HABITAT SOUS LE PRISME DES MOBILITES ET DES NAVETTES DOMICILE-TRAVAIL

L'analyse des données carroyées (200m) de l'Insee (2015) donne à voir une tendance à la **concentration de la population** du territoire le long et/ou à proximité immédiate des **principaux axes de desserte routière** (autoroutes et départementales).

En témoigne, et au regard des données de l'Insee, près de **87% des habitants du territoire du Scoters vivent à moins de 2 km d'un axe routier structurant** (autoroute / département). Pour rappel, le maillage actuel du territoire permet un temps d'accès théorique moyen à Strasbourg (hors période de forte affluence) autour d'une trentaine de minutes.

A noter enfin que les communes « les plus éloignées » de ces axes structurants, bien que ne pesant qu'un peu plus de 12% des habitants du territoire, **représentent près d'un tiers des communes membres du Scoters**. Cela équivaut à une trentaine de communes dont près d'un tiers appartiennent au territoire de la CC d'Erstein contre un quart, respectivement sur le territoire du Pays de la Zorn et de la CC du Kochersberg.





Partie 2

L'offre
commerciale
traditionnelle

UNE OFFRE CONCENTRÉE SUR L'EUROMÉTROPOLE

Le Territoire du SCoTERS regroupe 7 509 commerces et services traditionnels de moins de 300 m² de surface commerciale.

À elle seule, la commune de Strasbourg concentre 62,6% de l'offre du territoire (4 705 établissements) et l'Eurométropole 92 % (6 883 commerces).

À noter que l'offre est naturellement plus dense sur la première couronne de Strasbourg et les pôles structurants des EPCI :

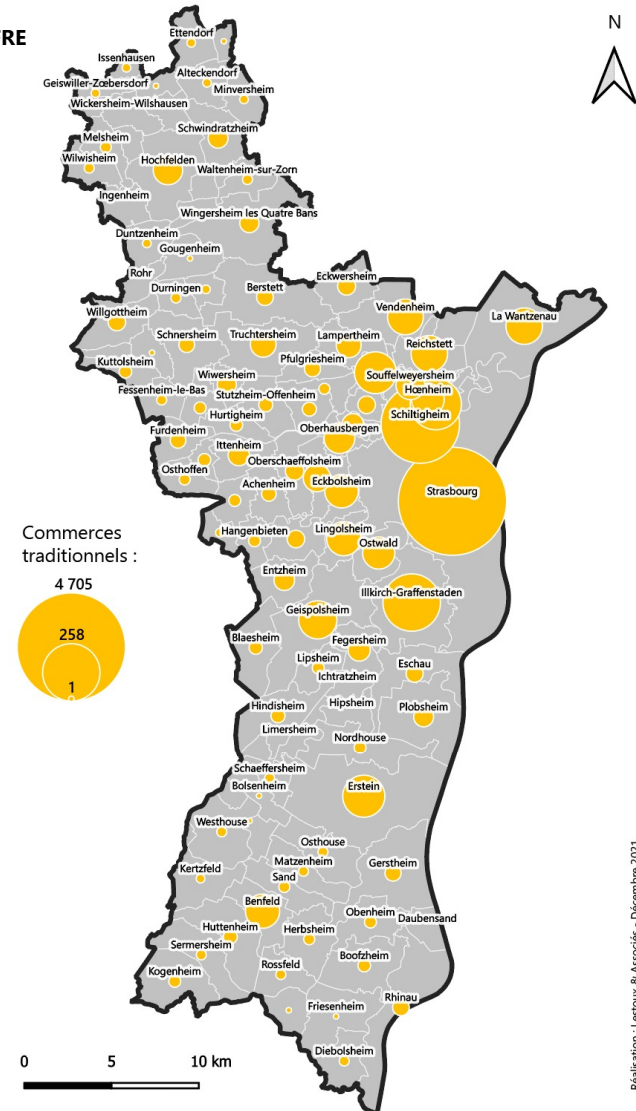
- Schiltigheim : 508
- Illkirch-Graffenstaden : 258
- Bischheim : 200
- Erstein : 129
- Mundolsheim : 127
- Geispolsheim : 103
- La Wantzenau : 93
- Reichstett : 93
- Vendenheim : 89
- Benfeld : 80

Par ailleurs, sur 104 communes du SCoTERS, seulement 12 ne présentent aucune offre commerciale, ces dernières se trouvent majoritairement sur les EPCI de la CC du Kochersberg et la CC du Pays de la Zorn (8 communes) qui se caractérisent par une configuration plus rurale du territoire.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Une offre naturellement plus présente sur Strasbourg, sa première couronne et les pôles structurants du territoire.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE A L'ÉCHELLE DU SCoTERS



UNE CONCENTRATION DE L'OFFRE SUR LES CENTRALITÉS

Avec 2 079 établissements soit près de 27,7% des activités, la filière CHR* est la plus représentée sur le territoire (25% hors Strasbourg), une proportion légèrement supérieure aux moyennes habituelles (20-25%). Par ailleurs, seulement 55% de l'offre en CHR se trouve implantée en centre-ville ou centre-bourg, 64,6% si l'on intègre les polarités de quartier. Des taux qui restent peu élevés comparés aux seuils moyens d'implantation sur les centralités (80%).

Le taux de diversité moyen sur l'ensemble du SCoTERS s'élève est 21%.** Un taux correct témoignant du rôle de proximité joué par la majorité des communes du territoire. Ce taux monte à 22% si l'on tient seulement compte de l'offre implantée en centre-ville et centre-bourg.

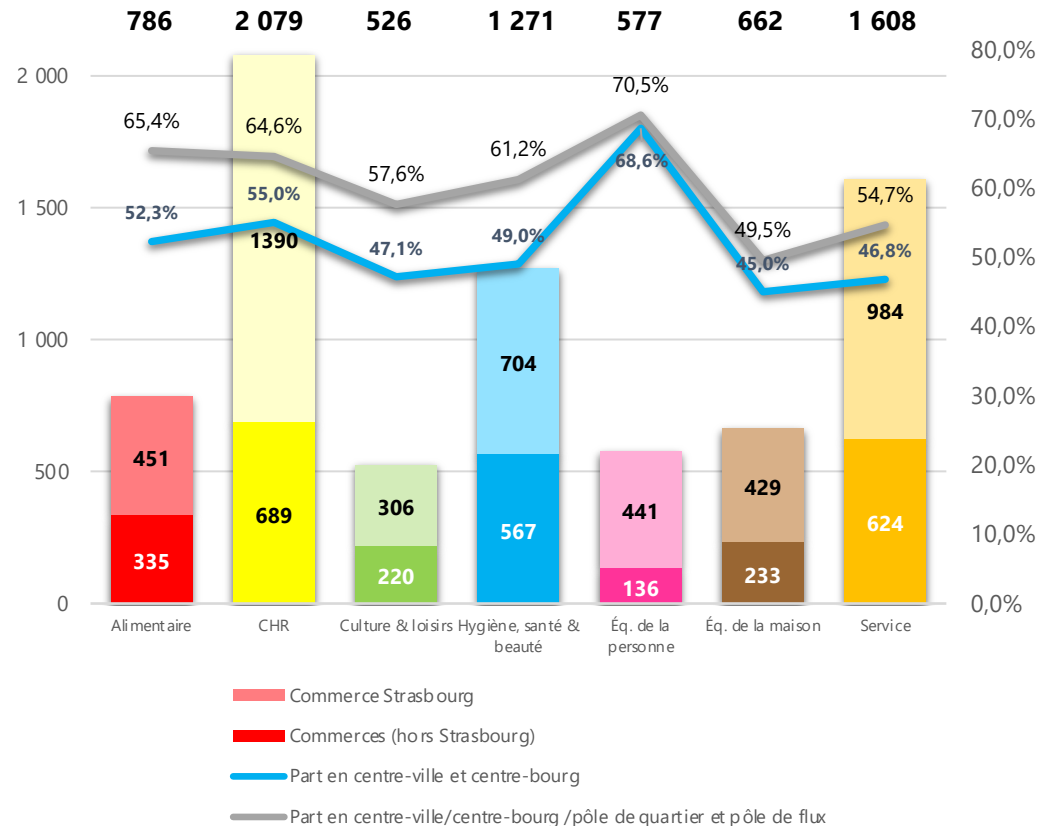
Les services représentent le second secteur le plus représenté avec 21,4% de l'ensemble de l'offre (19,4% de l'offre des centres-villes et centres-bourgs). Un seuil qui montre une maîtrise de la tertiarisation des linéaires du territoire.

L'offre alimentaire apparaît réduite sur les centres-villes/bourgs avec seulement 10,6% de l'offre totale, pourtant offre de proximité et de fréquentation.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Une offre de proximité préservée sur les centralités avec une convivialité présente mais un début de périphérisation et un manque sur l'alimentaire.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE A L'ÉCHELLE DU SCoTERS



Source : Fichier commerces CCI 2021, Terrain octobre 2021

* CHR : Cafés-Hôtels-Restaurants

** Le taux de diversité commerciale est la part de l'offre en équipement de la maison et de la personne sur l'ensemble de l'offre commerciale hors services

UNE DIFFUSION DE L'OFFRE HORS DES CENTRES-VILLES ET CENTRES-BOURGS

En moyenne, 51,6% des commerces traditionnels sont implantés au sein d'un centre-ville ou centre-bourg sur le territoire. Un ratio qui s'élève à 56,6% si l'on prend en compte les pôles de quartier pour intégrer une notion de centralités. Un ratio qui reste inférieur aux moyennes idéalement situées aux alentours de 60-70%.

On observe une différence notable entre le nord et le sud du territoire avec une présence des commerces traditionnels qui s'élève à 63,4% sur la CC du Canton d'Erstein contre 49% pour le Pays de la Zorn et seulement 34,2% pour la CC du Kochersberg.

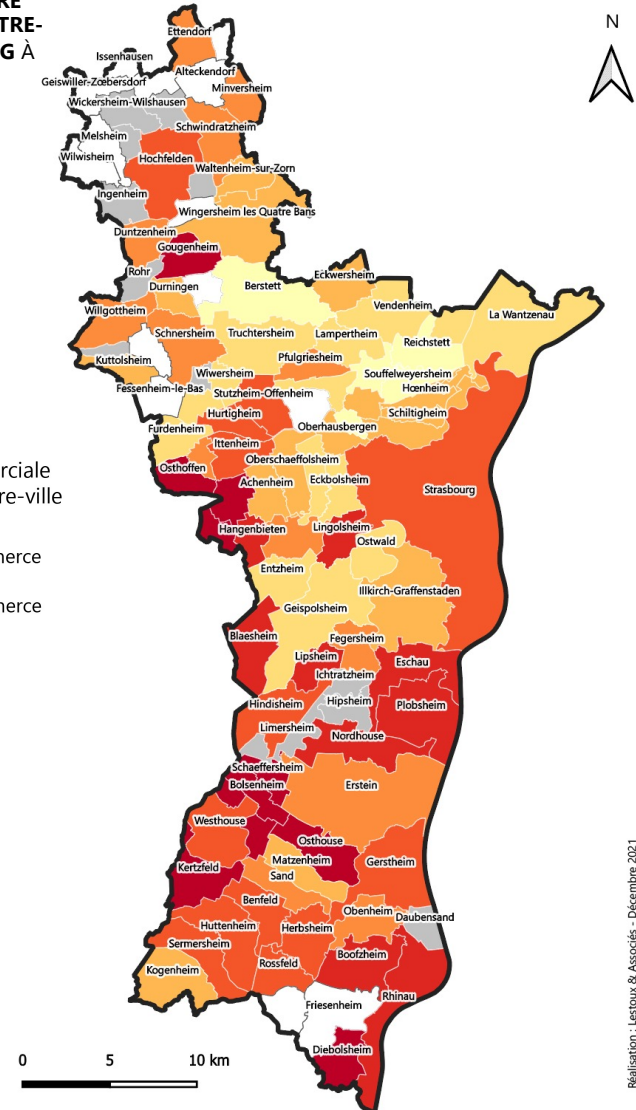
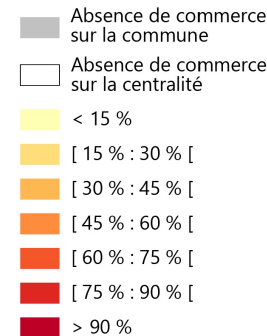
Cet indicateur montre la fragilisation de plusieurs centralités du territoire face à un important étalement de l'offre traditionnelle. Au-delà des communes des EPCI du nord, on assiste à une diffusion de l'offre sur des communes d'importance au sein de l'Eurométropole comme Reichstett (6,5%) ou Vendenheim (16,9%), des communes disposant d'une offre qui a tendance à se concentrer sur les espaces de périphérie.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Un phénomène de diffusion commerciale sur les communes plus rurales et de périphérisation des communes urbaines.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE EN CENTRE-VILLE ET CENTRE-BOURG À L'ÉCHELLE DU SCOTERS

Part de l'offre commerciale traditionnelle en centre-ville ou centre-bourg :



UN TISSU DE BASE ALIMENTAIRE QUI RÉPOND AUX BESOINS DE LA POPULATION

32 communes représentant 87,6% de la population du SCoTERS disposent d'un tissu commercial de 1^{ère} nécessité complet soit une situation particulièrement favorable au regard des moyennes habituellement observées (70 à 80% de la population disposant d'un tissu complet).

41 autres communes représentant 9,6% de la population disposent d'un ou deux commerces alimentaires (soit un tissu de base incomplet). Au total, ce sont donc 97,2% de la population qui disposent d'au moins un commerce alimentaire sur leur commune.

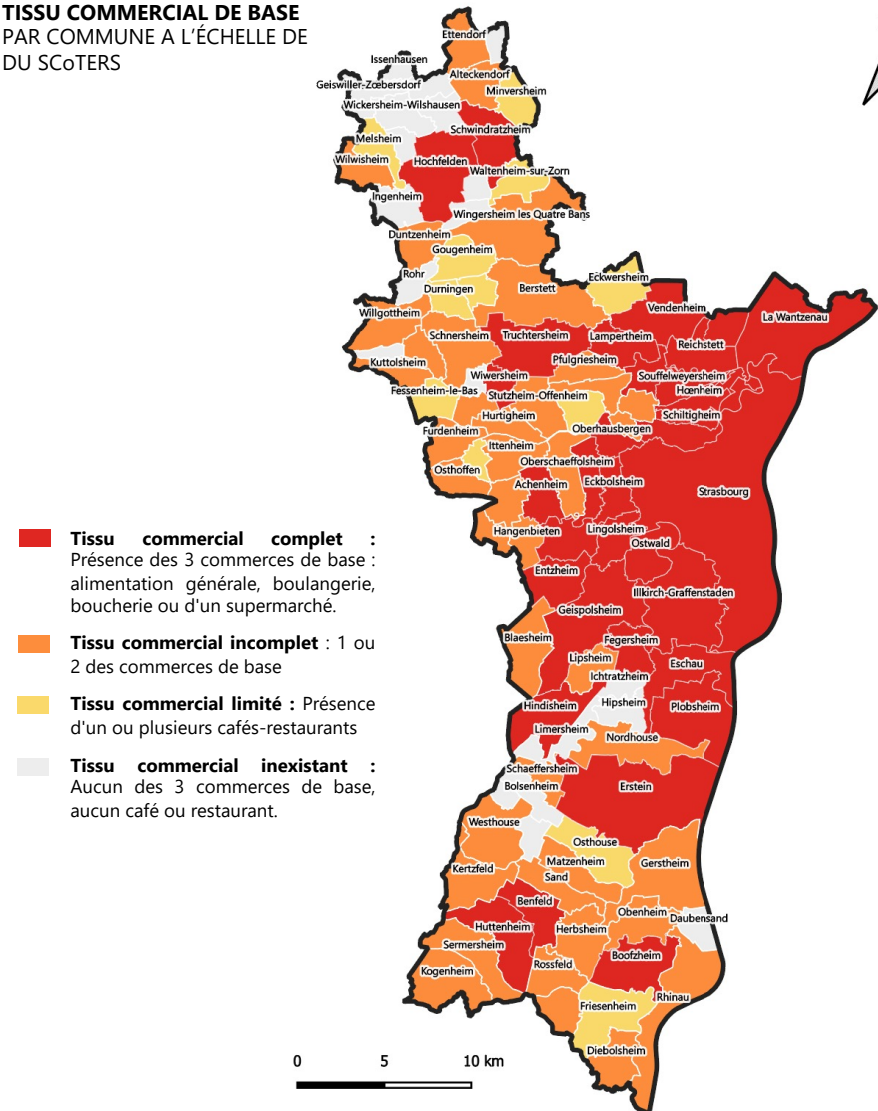
12 communes se caractérisent par une absence d'offre alimentaire mais profitent de l'existence d'un CHR (1,5% de la population).

Enfin, 19 communes se définissent comme n'ayant pas de tissu commercial de base avec l'absence d'offre alimentaire et en CHR (1,3% de la population).

ÉLÉMENTS À RETENIR

Un tissu de base communal complet davantage représenté sur l'Eurométropole et les pôles structurants qui concentrent une plus grande part d'habitants.

TISSU COMMERCIAL DE BASE PAR COMMUNE À L'ÉCHELLE DE DU SCoTERS



0 5 10 km

UNE OFFRE ALIMENTAIRE MOINS PRÉSENTE SUR LES CENTRE-VILLES ET CENTRES-BOURGS

Sur les 104 centres-villes et centres-bourgs recensés sur le territoire, 93 ne disposent pas d'un tissu alimentaire complet, témoignant d'une difficulté à capter quotidiennement leurs habitants et d'une implantation de l'offre de proximité sur les flux.

Parmi eux la totalité des communes des territoires du Pays de la Zorn et du Kochersberg y compris les pôles plus structurant comme Truchtersheim et Hochfelden.

À l'inverse, la CC du Canton d'Erstein profite de 3 centralités au tissu complet et un maillage mieux structuré.

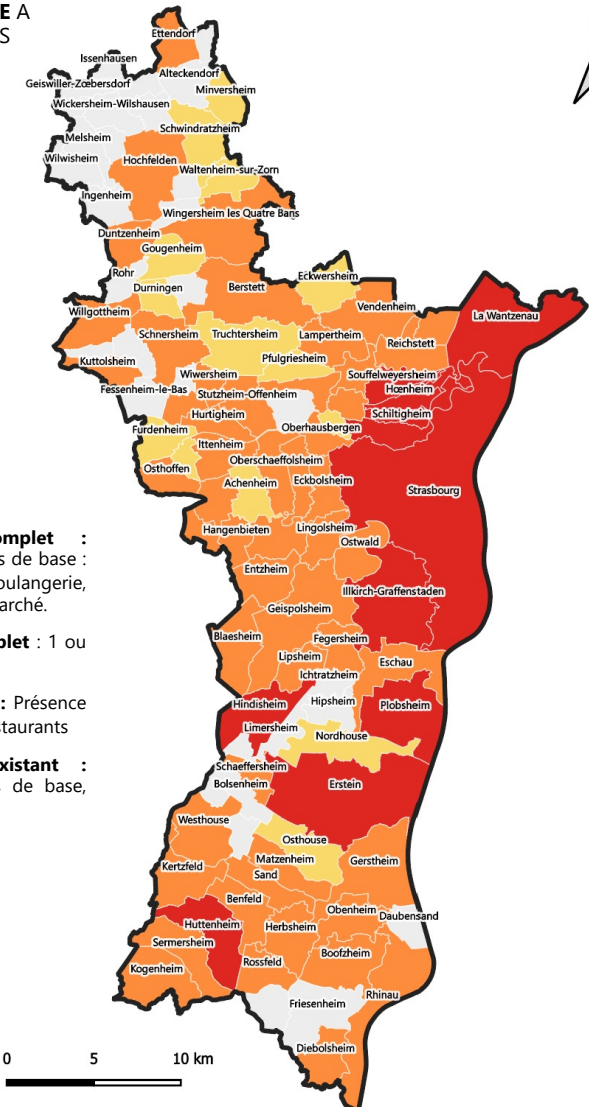
Aussi, seulement 8 centres-villes de l'Eurométropole (avec Strasbourg) viennent répondre pleinement aux premiers besoins de leurs habitants.

ÉLÉMENTS À RETENIR

L'offre alimentaire de base apparaît moins complète sur les centres-villes et centres-bourgs signe de périphérisation de l'offre.

TISSU COMMERCIAL DE BASE A L'ÉCHELLE DES CENTRES VILLES ET CENTRES BOURGS DU SCOTERS

- **Tissu commercial complet** : Présence des 3 commerces de base : alimentation générale, boulangerie, boucherie ou d'un supermarché.
- **Tissu commercial incomplet** : 1 ou 2 des commerces de base
- **Tissu commercial limité** : Présence d'un ou plusieurs cafés-restaurants
- **Tissu commercial inexistant** : Aucun des 3 commerces de base, aucun café ou restaurant.



0 5 10 km

DES DENSITÉS FAIBLES SUR LE SECTEUR ALIMENTAIRE

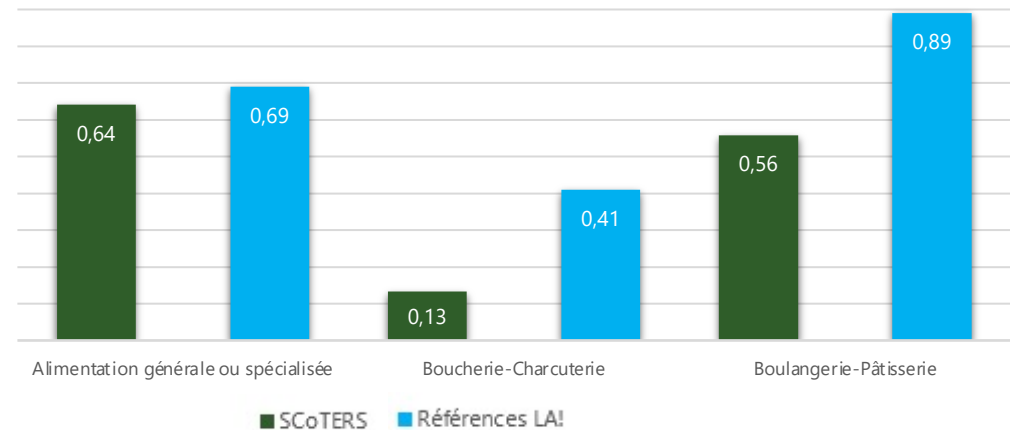
La densité commerciale permet d'apprécier l'adaptation de l'offre traditionnelle au potentiel de population de proximité. Ainsi, **on recense 1,33 commerce alimentaire traditionnel pour 1 000 habitants, soit une densité très inférieure au référentiel d'étude qui s'élève à 1,99**. L'ensemble des secteurs montrent des densités plus faibles notamment en boucherie-charcuterie et en boulangerie-pâtisserie près de 3 fois inférieures aux moyennes.

En non alimentaire, le territoire présente des densités satisfaisantes pour la majorité des secteurs voire plus élevée que les moyennes notamment en Hygiène-Beauté-Santé (+39%). Seul le secteur en culture-loisirs montre une offre inférieure au seuil moyen (-27%).

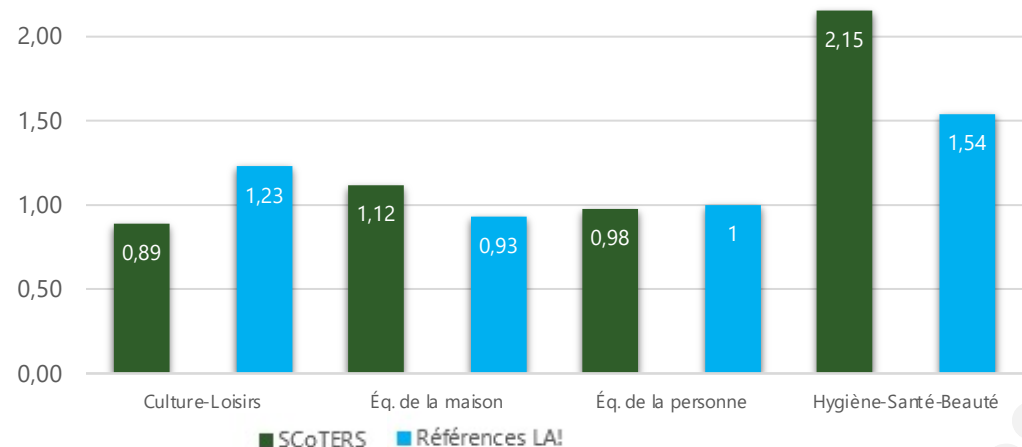
ÉLÉMENTS À RETENIR

Des densités globalement réduites en particulier sur les métiers de bouche et le non alimentaire diversifié.

DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE ALIMENTAIRE
NOMBRE DE COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE NON ALIMENTAIRE
NOMBRE DE COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



DES CARENCES SUR LES TERRITOIRES PLUS RURAUX

L'analyse par EPCI révèle une offre cohérente pour l'ensemble des secteurs sur le territoire de l'Eurométropole, excepté en boucherie-charcuterie et boulangerie-pâtisserie.

En dehors du territoire métropolitain, les EPCI accusent de fortes carences notamment la CC du Pays d'Erstein avec seulement 1,02 commerce alimentaire (contre 1,99). On note cependant des offres cohérentes pour les territoires du Kochersberg et de la Zorn en boulangerie-boucherie.

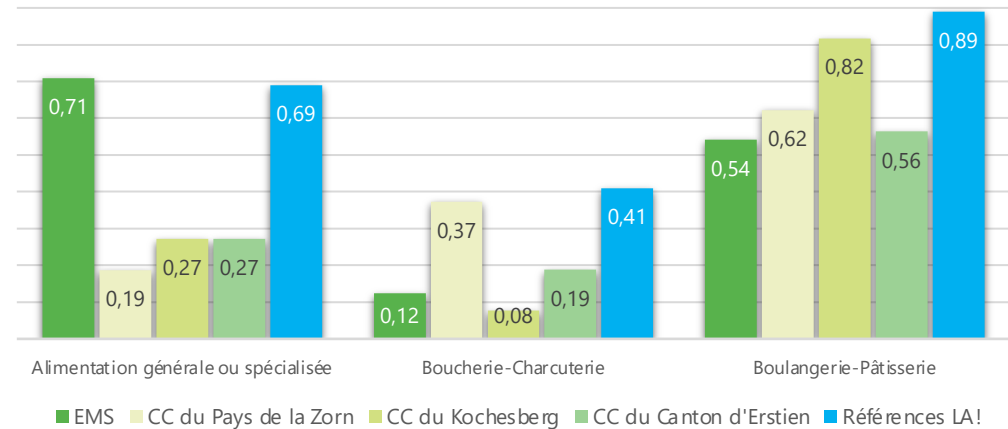
En dehors de l'offre en hygiène-beauté-santé, le non alimentaire apparaît très faible hors Eurométropole. Ceci s'explique par la plus grande légitimité de l'EMS à attirer, accueillir et concentrer l'offre sur son territoire.

De fait, l'absence ou la faiblesse de l'offre sur les autres ne collectivités ne justifie pas pour autant la création d'établissements.

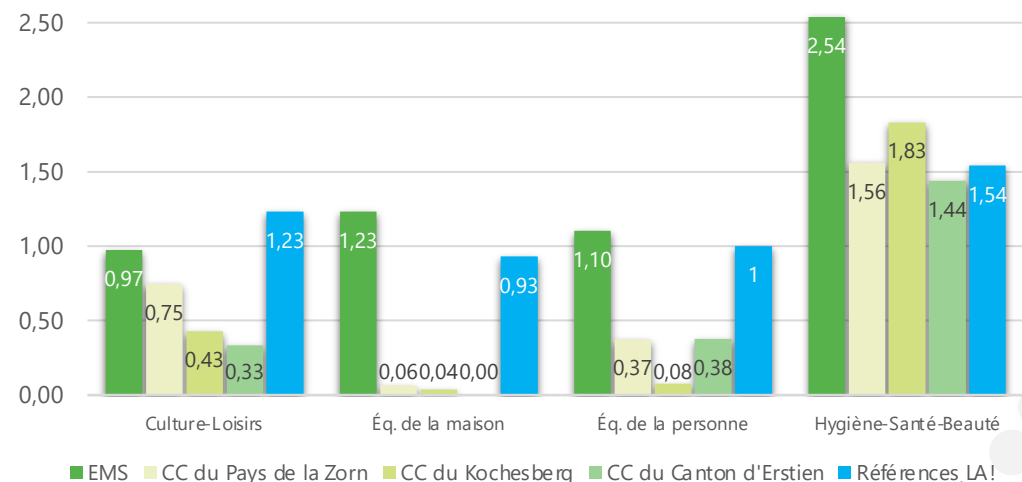
ÉLÉMENTS À RETENIR

Hors Eurométropole, les EPCI montrent des densités faibles sur l'ensemble des secteurs notamment de l'alimentaire.

DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE ALIMENTAIRE
NOMBRE DE COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE NON ALIMENTAIRE
NOMBRE DE COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



L'offre alternative sur le territoire du Scoters

La vente directe

33%

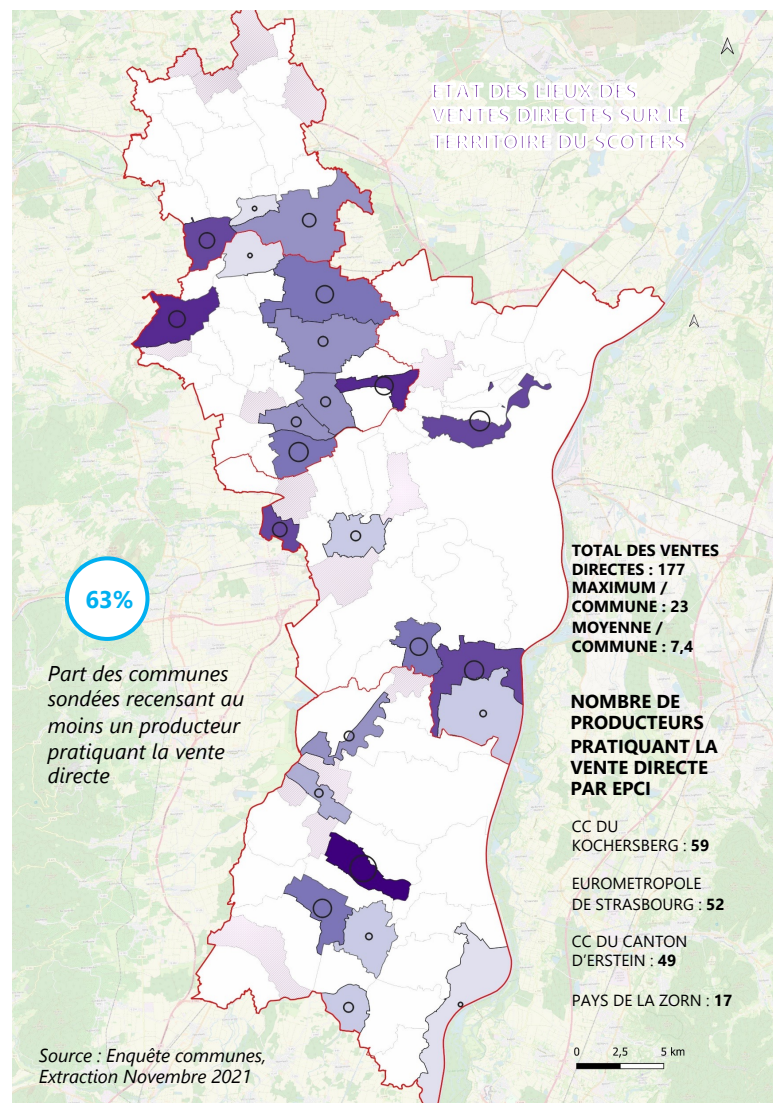
Un professionnel réalisant de la vente directe sur trois, identifié dans le cadre de l'enquête, est implanté sur une commune du territoire de la CC du Kochersberg.

Le nombre de communes qui ressortent de manière significative, tant du point de vue du **nombre de professionnels réalisant de la vente directe présents sur le territoire que de par la diversité de l'offre proposée au sein de ce dernier**. On observe ainsi :

- **Matzenheim** (CC du Canton d'Erstein) : 23 professionnels (toutes activités représentées)
- **Schiltigheim** (Eurométropole de Strasbourg) : 14 professionnels et 6 activités différentes (même activités que sur la commune d'Eschau)
- **Eschau** (Eurométropole de Strasbourg) : 13 professionnels et 6 activités différentes (tout sauf la viande, les boissons et les produits élaborés)
- **Ittenheim** (CC du Kochersberg) : 13 professionnels également et 5 activités (même activités que sur la commune d'Eschau, en ajoutant les produits laitiers)

5,3

Le taux de densité en producteurs réalisant de la vente directe pour 1 000 habitants sur le territoire de la CC du Pays de la Zorn. Un taux nettement supérieur à ceux observés sur la CC du Canton d'Erstein (3,9), l'Eurométropole de Strasbourg (1,0), et dans une moindre mesure de la CC du Kochersberg (4,2).





Partie 3

L'offre en Grande
et Moyenne
Surfaces

DEUX DYNAMIQUES OPPOSÉES ENTRE LE NORD ET LE SUD

Le plancher commercial des Grandes et Moyennes Surfaces actives (> 300m²) représentent près de 700 000 m² sur le territoire du SCoTERS.

À noter que **l'EMS représente à elle seule 91% de l'offre en GMS** de l'ensemble du territoire d'étude avec 638 000 m². Aussi, la ville pôle de **Strasbourg concentre 37,2% de l'offre recensée (260 000 m²)**.

Le taux de diversité commerciale en GMS sur le territoire s'établit à 35,8%. Un taux nettement supérieur aux moyennes habituelles (autour de 25%). Ceci s'explique par la forte polarisation de la métropole strasbourgeoise qui dispose d'un rayonnement à l'échelle départementale et régionale, bien au-delà de la seule collectivité d'Alsace ainsi qu'outre Rhin.

L'évolution des m² se fait principalement sur la partie sud et centrale du territoire comme sur Erstein (+68,5%) ou Ostwald (+91,2%).

La zone commerciale nord, répartie sur plusieurs communes, a connue une forte progression de ses m² (+74%) depuis 2008 par la création de Shopping Promenade Cœur d'Alsace. Dans le même temps la zone a vu sa vacance exploser (36 000m²) due au glissement des GMS sur le nouvel espace commercial.

ÉLÉMENTS À RETENIR

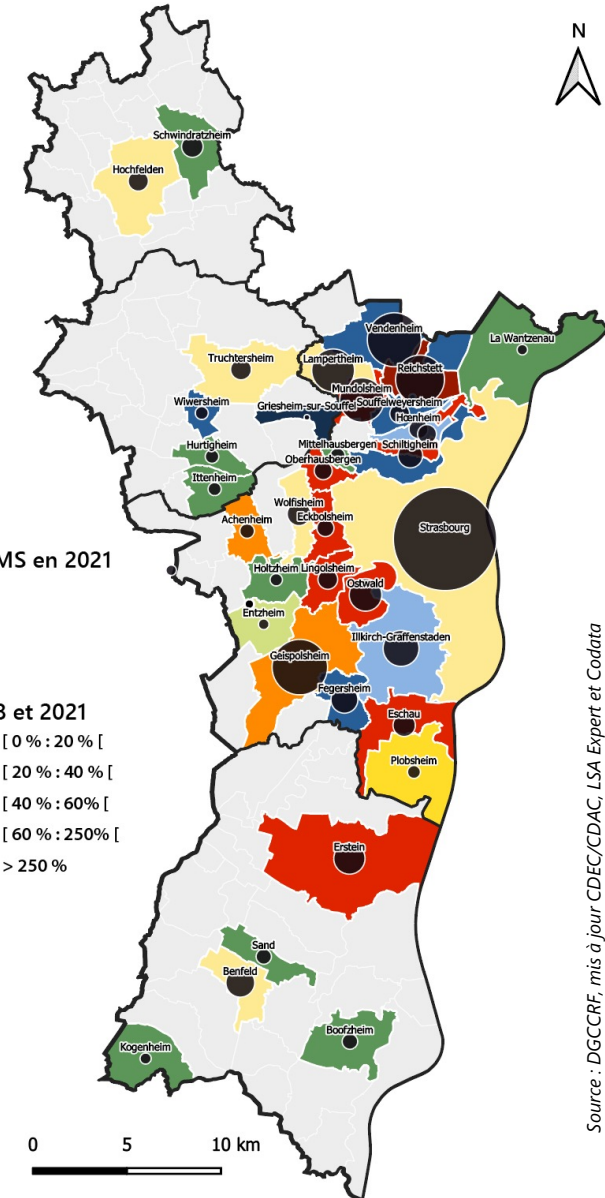
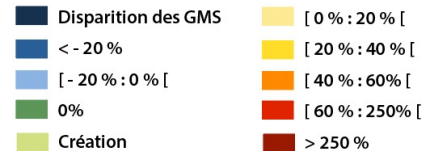
Un développement des m² plus marqué sur le sud et de profondes mutations sur le nord notamment par l'arrivée de Shopping Promenade.

PLANCHER COMMERCIAL ACTIF EN M² ET ÉVOLUTION DEPUIS 2008 À L'ÉCHELLE DE L'AGGLOMERATION

Plancher commercial des GMS en 2021



Évolution des m² entre 2008 et 2021



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

UN DÉVELOPPEMENT DE LA VACANCE ET UNE MUTATION DES M² EN GMS

De 2008 à 2021, près de 215 000 m² de surfaces commerciales ont été créés sur le territoire en GMS, équivalent à une croissance de 35,7% sur la période.

Par ailleurs dans le même temps, certaines surfaces existantes en 2008 ont disparu en 2021 :

- Environ 47 500 m² sont devenus vacants ;
- Environ 19 000 m² ont été détruits
- Environ 56 000 m² ont connu un changement de destination (Restauration, salle de sport, bureaux,...)

De fait, le **plancher commercial en surface active montre en réalité une évolution deux fois moindre avec une augmentation de 15,4% depuis 2008**, équivalent à 93 200 m² de surfaces supplémentaires.

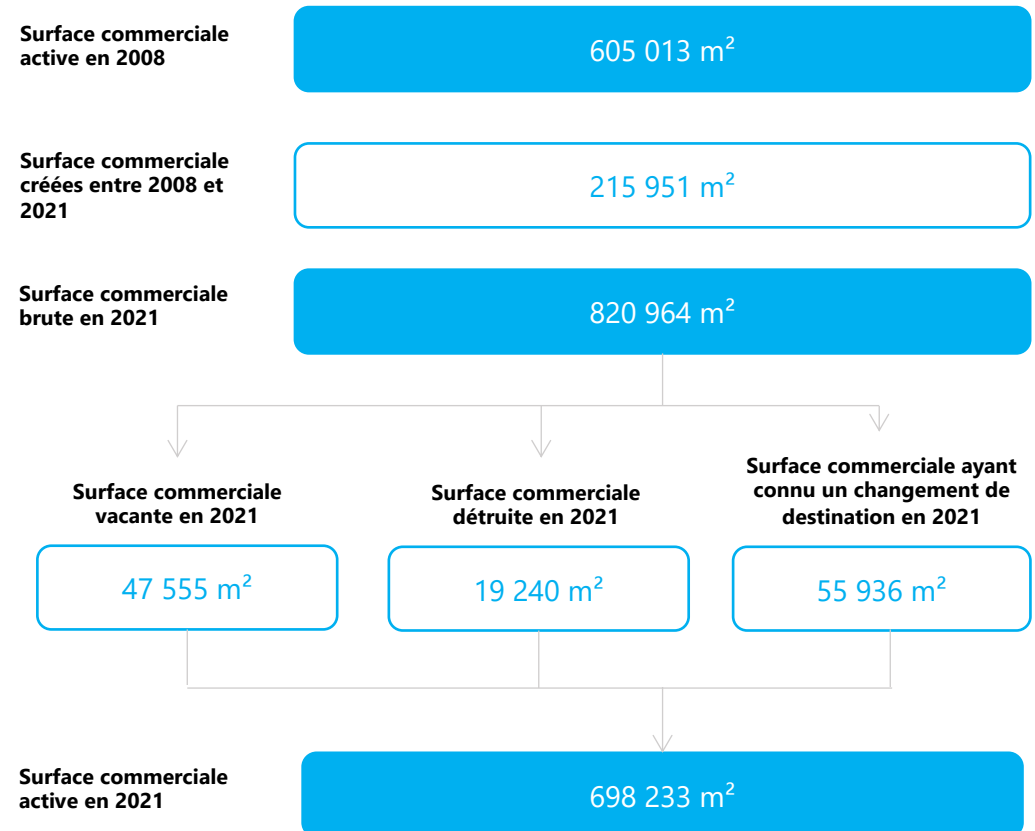
Cette croissance de surfaces a principalement concerné les commerces en solderie (+77,5%), et culture-loisirs (+42,7%).

Par ailleurs, le secteur de l'équipement de la maison a connu une forte baisse en m² (-15,4%) depuis 2008.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Une croissance brute des surfaces près de 2 fois supérieure à la croissance de population. Conséquence : 100 m² créés ont générés 22 m² de friches.

PLANCHER COMMERCIAL EN M² ET ÉVOLUTION DEPUIS 2008 À L'ÉCHELLE DU SCOTERS



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

UNE DENSITÉ COHÉRENTE
SUR L'ENSEMBLE DU
TERRITOIRE MAIS DE FORTES
DISPARITÉS ENTRE EPCI

Avec une densité de 345 m² pour 1000 habitants, l'offre dans le secteur alimentaire est légèrement inférieure à la tendance nationale évaluée à 364 m² pour 1 000 habitants.

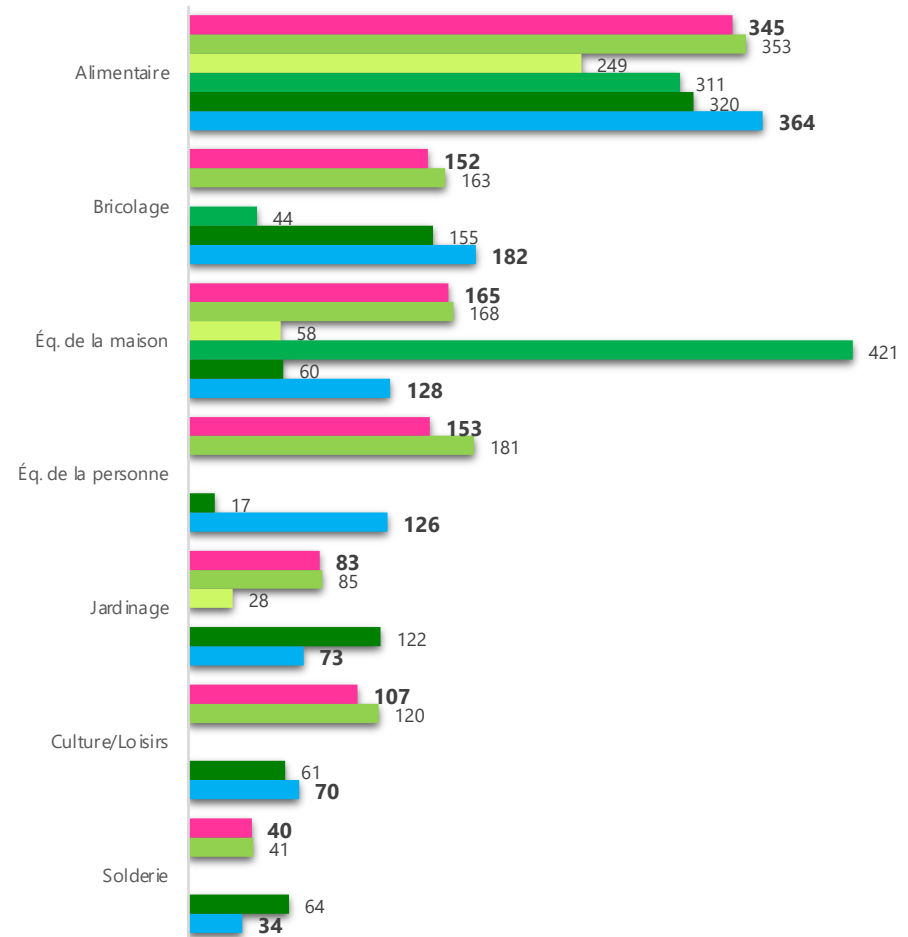
Sur le non alimentaire, tous les secteurs montrent des densités supérieures aux seuils moyens observés excepté en bricolage. On notera d'ailleurs des fortes densités sur les secteurs à forts rayonnements comme la culture-loisirs, l'équipement de la maison et de la personne. Ainsi le taux de diversité commerciale en GMS s'élève à 40,4%.

Aux regards des différentes EPCI, l'EMS présentent logiquement les plus fortes densités. En revanche, la CC du Pays de la Zorn et la CC du Kochersberg montrent de faibles seuils avec l'absence de GMS sur leurs territoires dans la majorité des secteurs. Une carence toutefois palliée par l'importance de l'offre sur l'EMS qui dispose d'une plus grande légitimité pour l'accueil des secteurs comme l'équipement de la maison et de la personne.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Des densités satisfaisantes sur la majorité des secteurs au regard de l'ensemble du territoire. Une concentration des GMS et de l'offre naturellement implantée sur l'EMS qui souligne son fort rayonnement commercial.

DENSITÉS EN GRANDES & MOYENNES SURFACE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ
(M² POUR 1 000 HABITANTS)



■ SCoTERS ■ EMS ■ CC du Kochersberg
■ CC du Pays de la Zorn ■ CC du Canton d'Erstein ■ Références LA!

UNE DÉCONNEXION DE LA CROISSANCE DES M² AVEC LA POPULATION

Sur la période 2008-2020, la croissance du plancher des grandes et moyennes surfaces a progressé 2 fois plus vite que celle de la population (+15,4 % contre +7,2 %). On observe depuis 2016, une forte croissance des m² commerciaux notamment par la réalisation du Décathlon à Geispolsheim ou du Leroy Merlin à Mundolsheim ou encore la création de Shopping Promenade Cœur d'Alsace.

Le nombre d'emplois dans le commerce a fortement progressé mais à un rythme plus soutenu que le plancher commercial (+38%). En revanche le nombre de création d'établissements reste plus modéré (+7,2%).

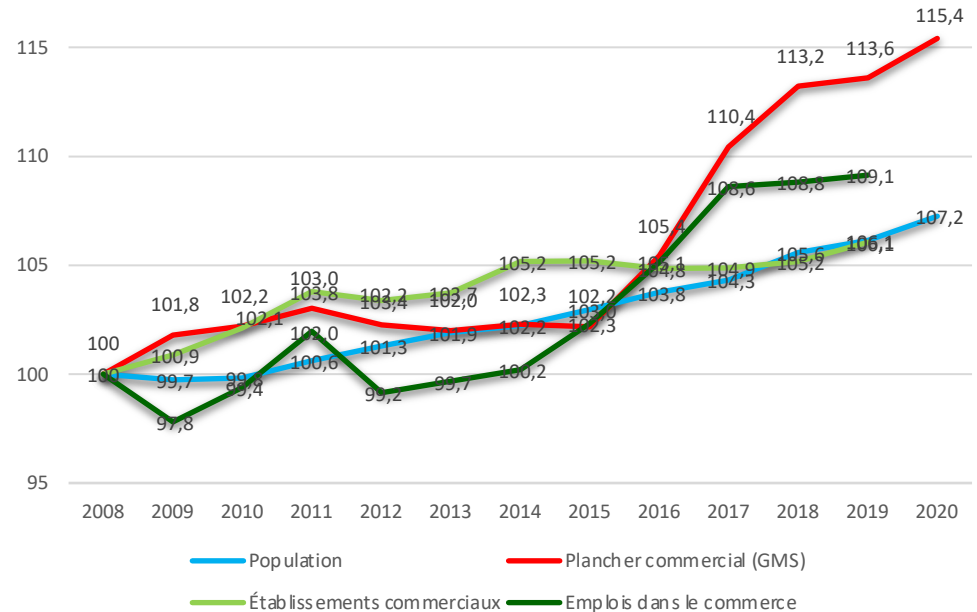
Des évolutions qui montrent les dynamiques du territoire, notamment des changements dans les modes de consommation et l'impact du e-commerce avec le recul des secteurs de l'équipement de la maison et de la personne en termes de structure et d'effectifs.

Par ailleurs, ce sont les filières en alimentation et plus particulièrement en Chr qui ont été les plus créatrices d'emplois ces 10 dernières années soulignant un retour vers la proximité et la convivialité.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Des changements de modes de consommation qui impactent la structure et l'offre commerciale du territoire.

ÉVOLUTION DES SURFACES GMS PAR RAPPORT À LA POPULATION ET À L'EMPLOI DANS LA FILIÈRE COMMERCE SUR LE SCOTERS (INDICE 100 EN 2008)



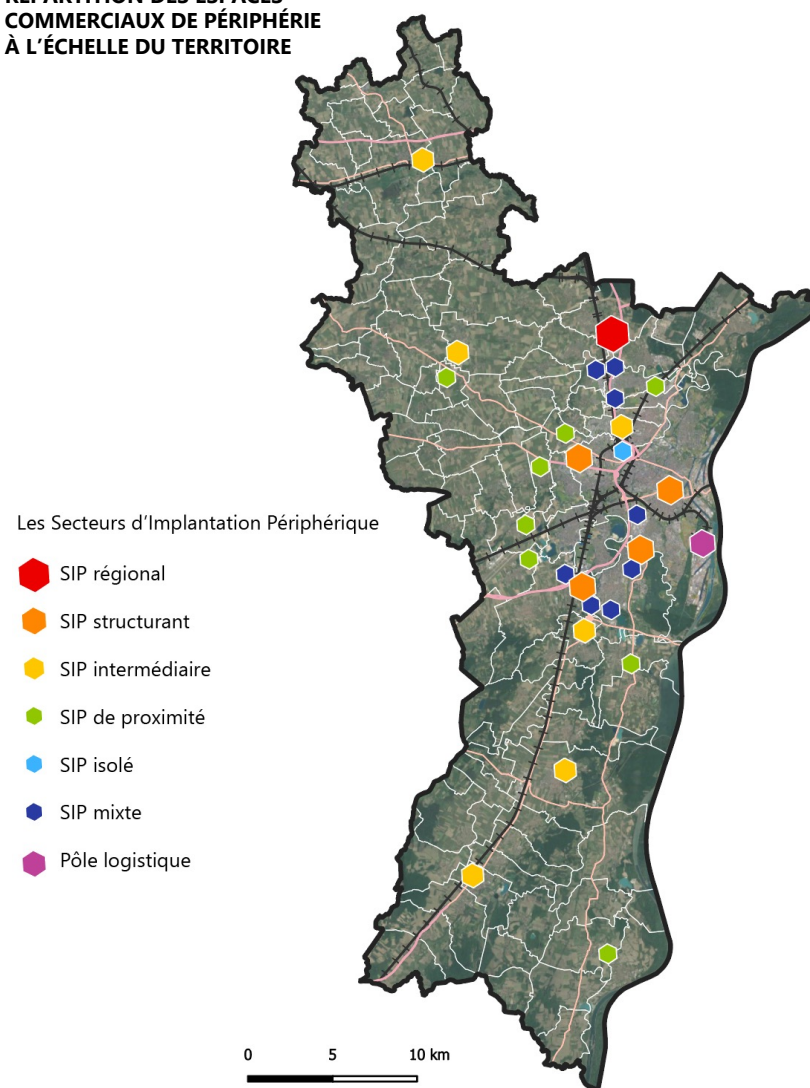
	Nombre d'établissements	Effectifs salariés
Alimentaire traditionnel	+3,4 %	+ 7,4 %
Supermarché, hypermarché	+ 23,9 %	+ 4,9 %
CHR	+ 24,4 %	+37,2 %
Culture-loisirs	+ 0,9 %	+ 0,4 %
Hygiène-santé-beauté	+ 9,1 %	- 1,7 %
Équipement de la maison	- 7 %	-7,1 %
Équipement de la personne	- 11,2 %	-13,5 %
Services	- 0,5 %	+ 6,3 %
Total commerces	+7,2 %	+38 %

Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC, LSA Expert, ACCOS URSAF

Le diagnostic prospectif du commerce - SCOTERS

Nom du pôle	Commune	Nombre de commerces
Zone Commerciale Nord (Shop'in Mundo / Shopping Promenade Cœur d'Alsace)	Vendenheim/ Lampertheim/ Mundolsheim/ Reichstett	267
ZAC HautePierre	Strasbourg / Eckbolsheim	142
ZAC Rivétoile	Strasbourg	117
ZAC La Vigie (Fort Point Sud / Portes Sud Geispo)	Ostwald/ Geispolsheim	114
ZAC Baggersee /Auto Shopping	Illkirch-Graffenstaden	70
ZC Rue du Printemps/Portes du Ried	Erstein	32
PA des Nations	Benfeld	20
Zone Route du Général de Gaulle	Schiltigheim	18
ZC de la Galerie	Truchtersheim	14
ZI de Fegersheim	Fegersheim	10
ZAE Eckental	Hochfelden/ Schwindratzheim	8
ZI de Bischheim-Hœnheim	Hœnheim	24
Zone du Kochersberg	Wiwersheim	15
Zone de l'Aéroparc	Entzheim	11
Route de Strasbourg	Oberhausbergen	10
PA Joffre	Holtzheim	7
ZA de Wolfisheim/Route de Paris	Wolfisheim	7
ZAE Est	Eschau	5
ZAE Route de Rhinau	Boofzheim	2
Zone Gare de Cronenbourg	Strasbourg	10
ZA de la Plaine des Bouchers/ ZA du Bartschgut	Strasbourg	110
Zone de Hausbergen	Mundolsheim/ Souffelweyersheim	38
ZA des Maréchaux	Mundolsheim	21
ZI Nord	Illkirch-Graffenstaden	20
Parc de la Découverte	Mundolsheim	18
ZA Girlenhirsch/ZI Sud	Illkirch-Graffenstaden	17
ZA Forlen	Geispolsheim	7
Zone du Pont du Péage	Geispolsheim	6
Port du Rhin	Strasbourg	12

RÉPARTITION DES ESPACES COMMERCIAUX DE PÉRIPHÉRIE À L'ÉCHELLE DU TERRITOIRE



Source : Repérage terrain, Fichier commerce CCI 2021, Codata



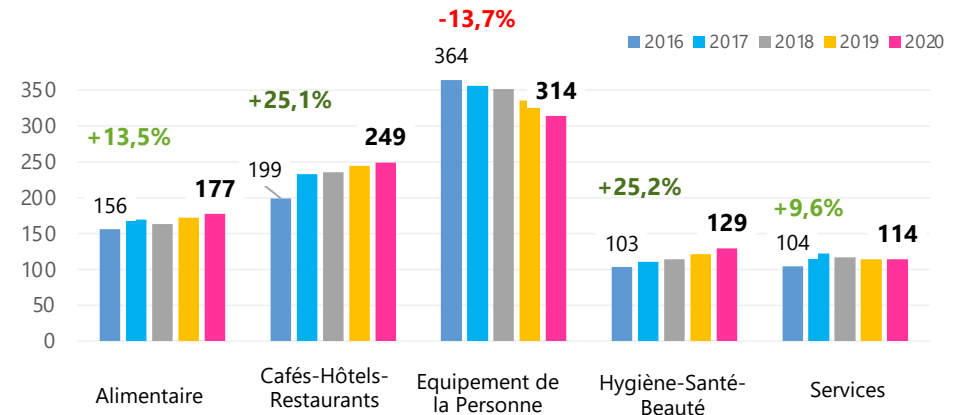
Partie 4

Le centre-ville
de **Strasbourg**

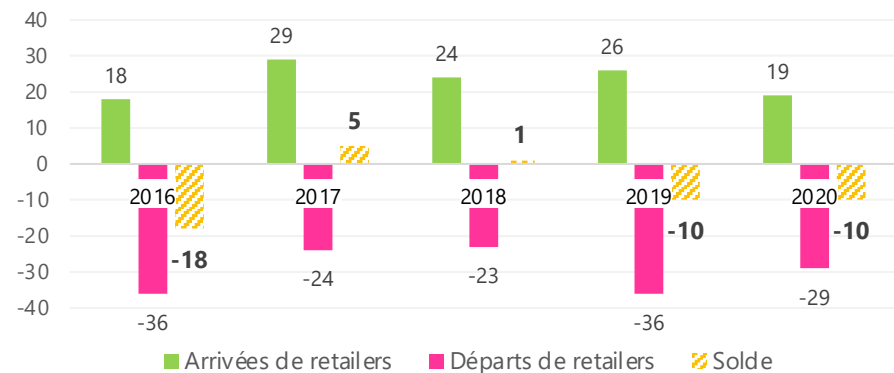
UNE TENDANCE AU REcul DU SECTEUR DE L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

- L'analyse des dynamiques commerciales à l'œuvre sur le centre-ville de Strasbourg, au cours de ces cinq dernières années, donne à voir une **tendance à la baisse du nombre d'enseignes spécialisés en équipement de la personne**. Cela se traduit notamment par la perte d'une cinquantaine de commerces dédiés au cours de la période 2016 à 2020. Une tendance qui reste toutefois à nuancer au vue des effets liés à la crise sanitaire sur ces deux dernières années.
- L'année 2020 se caractérise par la perte de près d'une trentaine d'enseignes en centre-ville pour une vingtaine de nouveaux arrivants.
 - Sur la trentaine d'enseignes qui ont disparu 78% sont liées au secteur de l'Équipement de la personne (habillement, chaussures, etc.)
 - A noter enfin que sur la vingtaine d'enseignes nouvellement arrivées, environ 40% correspondent à une offre également orientée sur l'équipement de la personne (rapport de l'ordre de 1 pour 2).

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE COMMERCEs SELON LES PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉ SUR CES CINQ DERNIÈRES ANNÉES (PÉRIODE 2016-2020)



DYNAMIQUE D'ÉVOLUTION DES ENSEIGNES EN CENTRE-VILLE SUR CES CINQ DERNIÈRES ANNÉES (PÉRIODE 2016-2020)



UN PARCOURS MARCHAND DIFFERENCIE DE LA PERIPHERIE

A partir de la base Codata, nous avons identifié les enseignes dupliquées en périphérie par rapport au centre-ville de Strasbourg,

Un soixantaine d'enseignes sont ainsi également présentes en périphérie. Ces enseignes sont principalement liées aux secteurs :

- Alimentaire;
- Equipement de la personne / Mass Market,
- Restauration,
- Hygiène, Beauté,
- Services

Peu d'enseignes dupliquées sont des générateurs de trafic de grande ampleur, hormis : **les GMS, ZARA, H&M et Primark.**

Le centre-ville conserve ainsi **un parcours marchand singulier et polarisant**, notamment sur des **achats premium.**

A noter enfin le très fort taux d'enseignes présentes **en doublon dans la centralité entre les rues piétonnes et Rivetoile** qui duplique une partie du parcours marchand et, à termes peut menacer l'équilibre du linéaire commercial.

	ENSEIGNES PRESENTES EN CENTRE-VILLE DUPLIQUEES EN PERIPHERIE			
Equipement de la Maison	Maison du Monde, Darty, Boulanger,			
Equipement de la Personne Premium	FEMME Arche Antonelle Caroll Esprit H&M Zara Primark Pimkie Promod Armand Thierry	HOMME Brice Celio Mise au green H&M Zara Primark	ENFANTS Okaidi H&M Zara Primark	ACCESSOIRES Adopt' Claire's Courir Foot Locker Julien d'Orcel
Alimentaire	Jeff de Bruges, Nicolas, comptoir de la bio, Biocoop, Naturalia, Picard,			
Restauration	Best Western, Flam's, Fresh Burritos, KFC, McDonald's, La Brioche Dorée, La Mie Câline, La Pizza de Nico, Mercure, Ibis, Paul, Poulailon, Starbucks, Subway			
Culture Loisirs	King Jouet, Monceau Fleurs			
Beauté	Alain Afflelou, Audition Conseil, Body Minute, Coiffirst, Keep Cool, Kiko, Marionnaud, Sephora, Kryss, Optic 2000, Tchipp, Yves Rocher			
Services	Axa, Crédita Agricole, Caisse d'Epargne, Crédit Mutl Bouygues Telecom, Orange, Free, Espace SFR, Sephora,			
GMS (>300²)	Monoprix, Carrefour, U, Auchan, Norma			



Partie 5

Bilan des enquêtes
et entretiens réalisés
auprès des communes

44

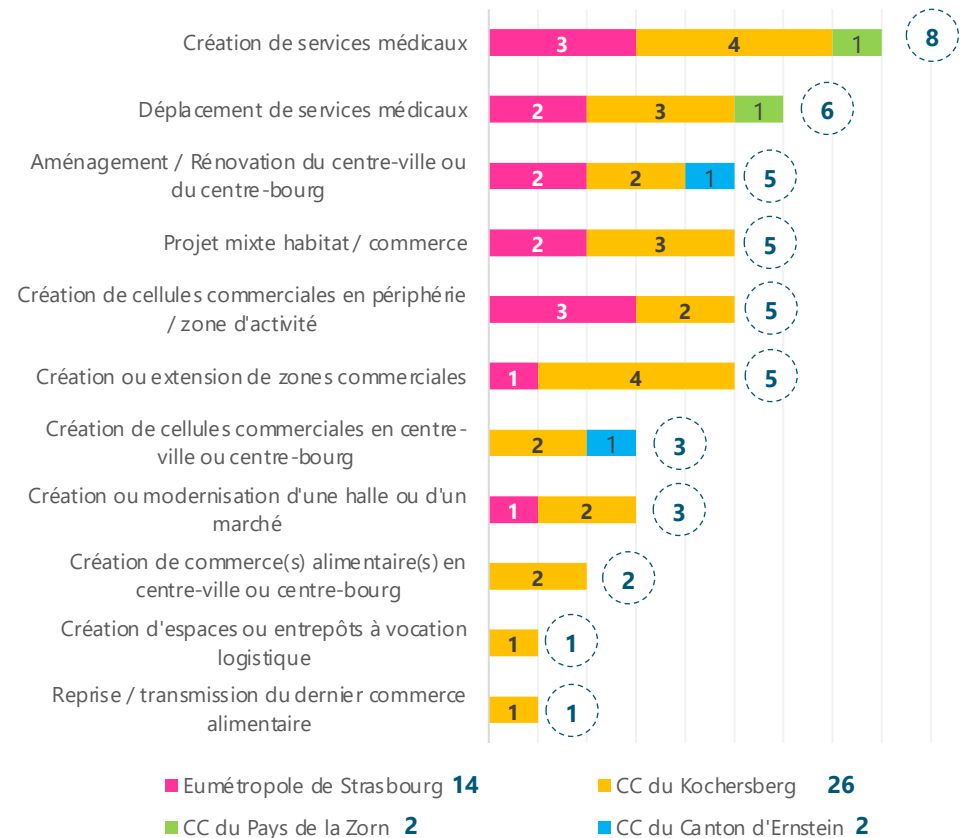
Le **nombre de projets**, en cours ou récemment réalisés par les communes, recensés dans le cadre de l'enquête. **Près d'un tiers de ces derniers (31,8%) sont liés à la thématique du médical** (création ou déplacement de services médicaux). Par ailleurs, on observe deux autres tendances (22,7% des réponses pour chaque), respectivement relatives au :

- Développement des communes dans le cadre de **projet(s) mixte(s) habitat / commerce** et/ou d'une **intervention ciblée sur le centre-ville / centre-bourg** (aménagement-rénovation),
- Développement du commerce **en dehors des centralités** (création de cellules en périphérie / zone d'activité, Création et/ou extension de zones commerciales)

59%

La part des projets en cours ou réalisés sur le territoire de la CC du Kochersberg. A l'inverse, et au regard du traitement actuel des répondants, les territoires du Canton d'Erstein et du Pays de la Zorn présentent une dynamique de projet plus limitée et respectivement axée sur le centre-ville / centre-bourg et le déploiement de services médicaux.

Y-A-T-IL SUR VOTRE COMMUNE UN OU DES PROJETS EN COURS (OU RECEMMENT REALISES) EN LIEN AVEC LES PROPOSITIONS SUIVANTES :



44

TOTAL DES PROJETS SUR LE PERIMETRE DU SCOTERS

Source : Enquête communes, Extraction Novembre 2021

LA DYNAMIQUE COMMERCIALE DU TERRITOIRE

83,4%

Plus de 80% des communes sondées sont **incertaines ou en désaccord** avec l'idée que le **SCoT a permis un développement commercial équilibré du territoire**

61,5%

La part des communes sondées qui partagent l'idée que le **SCoT actuel a empêché le développement et l'arrivée de commerce qui aurait pu conforter l'attractivité du territoire**

LA PROTECTION DES CENTRALITES

60%

Près des deux tiers des communes interrogées ont indiqué que le **SCoT n'a pas permis de protéger le commerce en centre-ville et centre-bourg**

42,9%

Plus de **40% des répondants** partagent l'idée que le SCoT actuel n'a **pas totalement empêché le développement de commerce non souhaité**

APPROPRIATION ET ATTENTES AUTOUR DU SCoT

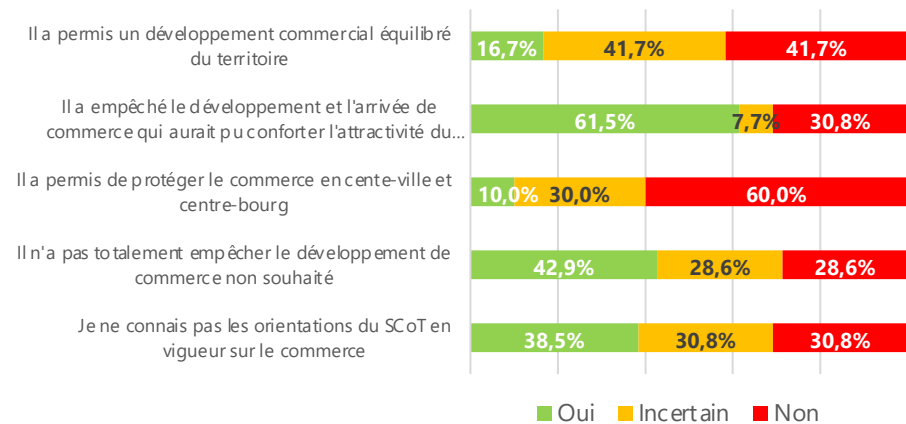
61,6%

La part des répondants qui **ne connaissent pas et/ou ne sont pas surs de connaître les orientations du SCoT en vigueur en matière de commerce**

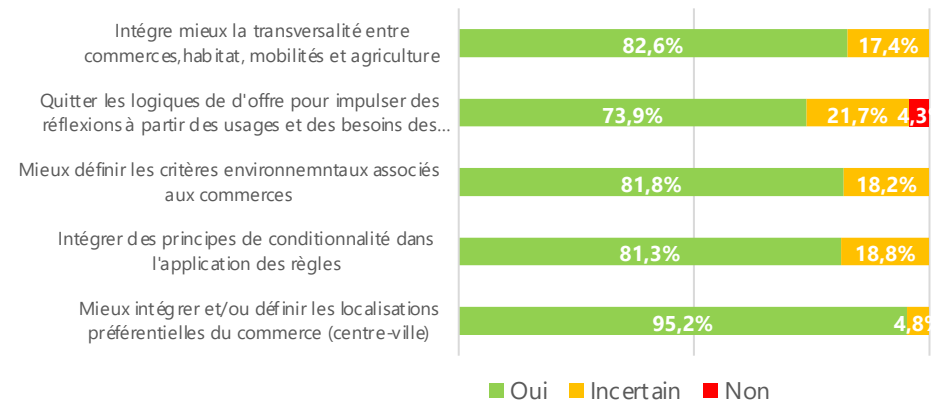
> 70%

L'ensemble des **principes / propositions formulés en matière d'innovation pour la révision du SCoT** semblent pleinement partagés par les répondants

QUEL REGARD PORTEZ-VOUS SUR LE SCoT EN VIGUEUR ?



PENSEZ-VOUS QU'IL FAUT INNOVER DANS L'APPROCHE DE LA REVISION DU SCoT EN INTRODUISANT LES PRINCIPES SUIVANTS ?



Source : Enquête communes, Extraction Novembre 2021



En synthèse

Les enjeux pour le
commerce de demain

LES ENJEUX POUR LES CENTRALITES

Freiner la dilution des centralités vers les axes de flux et

l'affaiblissement de l'offre alimentaire pour enrayer la croissance de la vacance

Coordonner accélération de la croissance de la vente directe et offre alimentaire en centralité**Conforter le rôle moteur des marchés** et leur adaptation aux temporalités de consommation**Redéfinir la notion de pôle de centralité sur les territoires à faible offre commerciale**

LES ENJEUX POUR LES ESPACES DE PERIPHERIE

Accompagner la **modernisation ou le repositionnement des principaux pôles commerciaux de l'EMS****Maîtriser le grignotage du foncier économique** par le commerce et les professions médicales**Anticiper, gérer la vacance commerciale qui progresse en zone commerciale****Gérer les équilibres non alimentaire** (équipement de la personne et culture loisirs) avec les centres-villes

LES ENJEUX POUR LE CENTRE-VILLE DE STRASBOURG

Gérer la mutation du centre-ville de Strasbourg vers l'offre de convivialité avec des risques de « touristication »**Protéger la diversité commerciale non alimentaire du centre-ville de Strasbourg** et freiner l'affaiblissement de la filière équipement de la personneVeiller au maintien de la **singularité de l'offre commerciale du centre-ville de strasbourgeois** en matière d'enseigne

LES ENJEUX LIES AU MOBILITES
















Anticiper les effets de développement d'une offre de retrait d'achats sur les hubs de transport en commun

Redéfinir la notion de proximité pour des actifs navetteurs polarisés par l'EMS et résidant à proximité d'axes routiers structurants

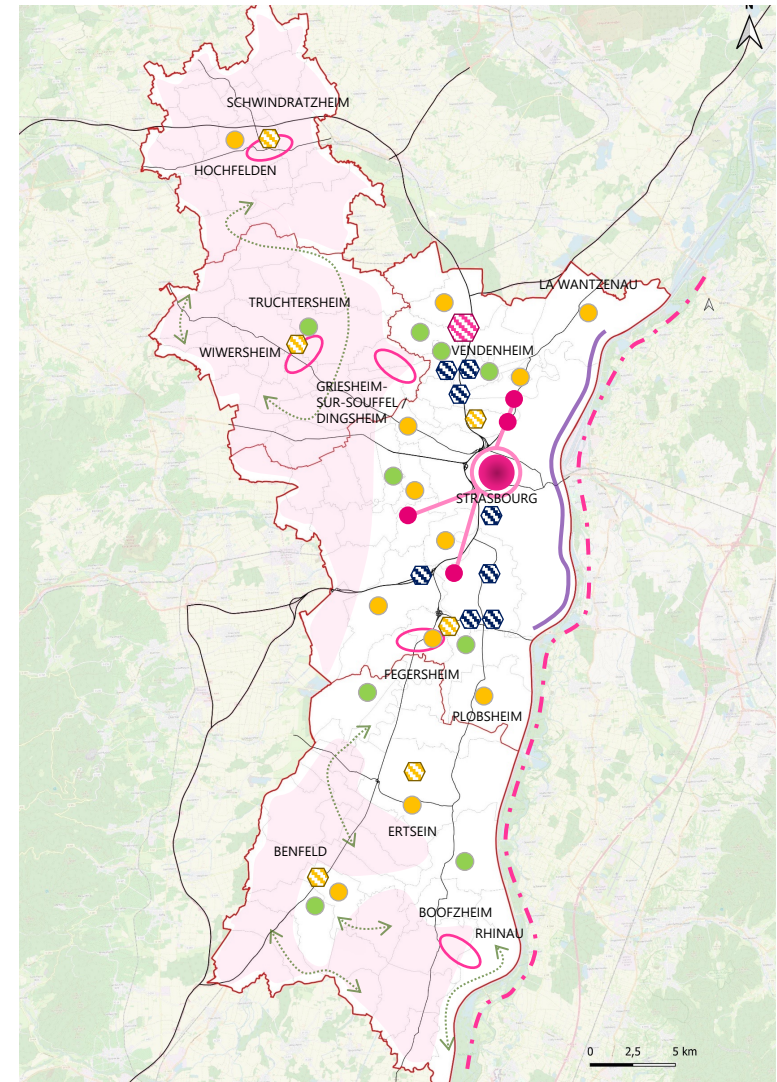
Expérimenter la **logistique de la moyenne distance** en capitalisant sur **les potentiels ferroviaires et fluviaux** du territoire

Mieux prendre en compte et intégrer les **enjeux de desserte et d'accessibilité** au sein du volet commerce du SCoT

Légende

	Centre-ville de Strasbourg		Dynamique intercommunale
	Centre-ville majeur		Zone logistique du Port Autonome de Strasbourg
	Centre-ville structurant		Tissu commercial transfrontalier
	Centre-ville intermédiaire		SIP régional (zone Nord)
	Secteur faiblement structuré sur le volet des centralités		SIP intermédiaire
	SIP régional (zone Nord)		SIP mixtes
	SIP intermédiaire		Offre alternative (tournées alimentaires et ventes directes)
	SIP mixtes		

- La spatialisation des dynamiques commerciales à l'œuvre sur le territoire du Scoters donne à voir des enjeux pluriels. L'Eurométropole de Strasbourg est ainsi concernée par un enjeu notable en matière de repositionnement et/ou modernisation de ses pôles commerciaux. On notera également la tendance au glissement progressif de l'activité commerciale au sein des zones économiques dont le foncier tend à se raréfier.
- Les 3 autres EPCI présentent quant à eux des dynamiques plus contrastées du fait d'un maillage souvent incomplet de leur territoire. En témoigne, le développement de synergies locales autour d'une ou deux communes à même d'assurer la fonction de pôle structurant répondant aux besoins locaux (EPCI).
- Plusieurs thématiques transversales telles que le renforcement de la logistique de moyenne distance, le développement d'une offre commerciale alternative (tournées, vente directe) ou encore la prise en compte de l'armature commerciale transfrontalière illustrent l'enjeu d'un maillage commercial en adéquation avec la diversité des réalités territoriales.



Syndicat Mixte pour le Scoters

Elaboration du DAACL du SCOTERS – Diagnostic prospectif du commerce

Vos contacts :

David Lestoux

Directeur - Consultant

07 85 99 15 66

dlestoux@lestoux-associes.com

Quentin Joly

Chargé d'études – Urbaniste

02 96 50 55 01

qjoly@lestoux-associes.com

Rémi Lespiau

Chargé d'études – Urbaniste

02 96 50 55 01

rlespiau@lestoux-associes.com

Nos métiers

Revitalisation de
centre-ville

Urbanisme
commercial

Prospective
commerce

Programmation
commerciale

Programmation
urbaine

Marketing
territorial



LESTOUX &
ASSOCIÉS