

DIAGNOSTIC
THÉMATIQUE

COMMERCE

Dossier approuvé
le 15 décembre 2025



Table des matières

Chapitre I. Données de cadrage.	403
Chapitre II. L'offre commerciale traditionnelle.	413
Chapitre III. L'offre en grande et moyenne surfaces.	427
Chapitre IV. Le centre-ville de Strasbourg.	435
Chapitre V. Analyse des flux de consommation.	449
Chapitre VI. Analyse prospective et potentiels de développement.	457
En synthèse : Les enjeux pour le commerce de demain.	464



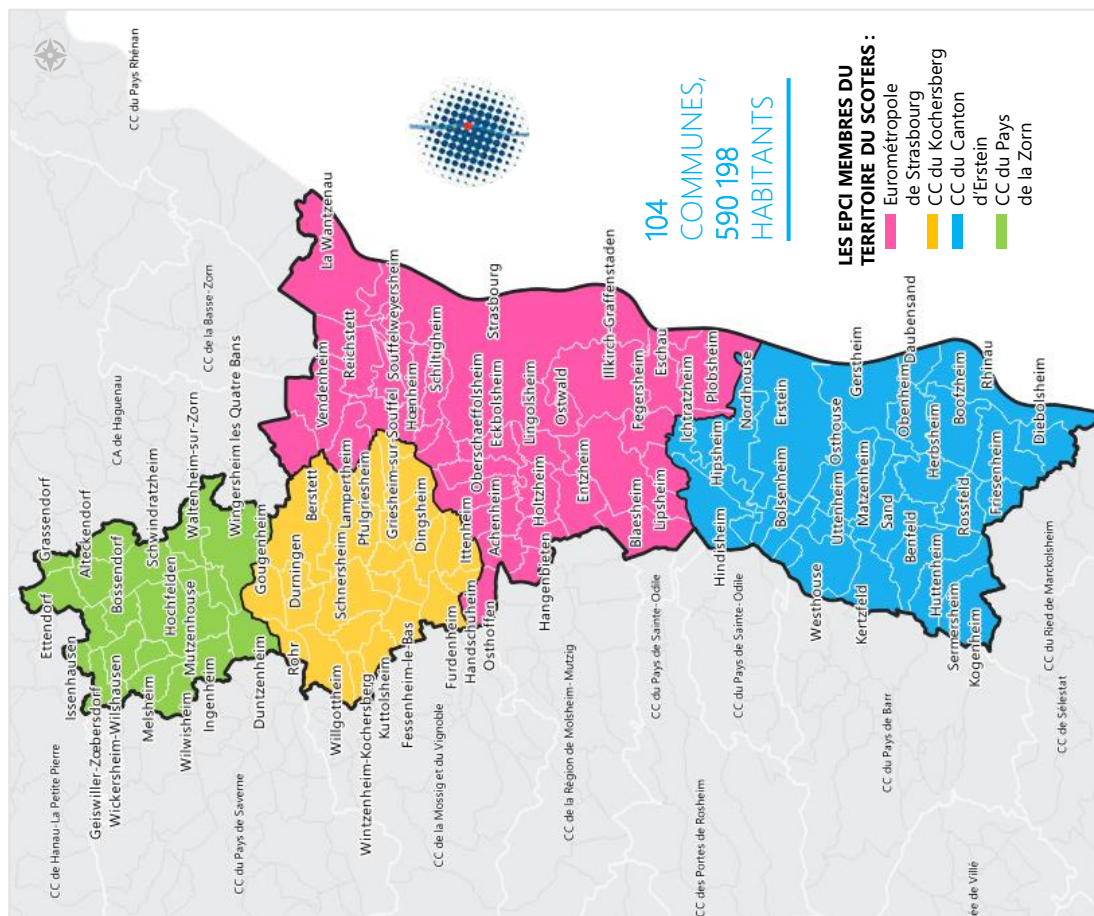
Chapitre 1 Données de cadrage

Le territoire du SCOTERS

	TERRITOIRE DU SCOTERS	
Population 2018 (Insee 2021)	590 198	
Population 2013	569 699	
Evolution 2013-2018	3,6%	

Un découpage du territoire en 4 EPCI distincts dont l'Eurométropole de Strasbourg représente à elle seule près d'un tiers des communes et 85% de la population :

- **Eurométropole de Strasbourg** : 33 communes, 500 510 habitants
- **CC du Kochersberg** : 23 communes, 25 709 habitants
- **CC du Canton d'Erstein** : 28 communes, 47 915 habitants
- **CC du Pays de la Zorn** : 20 communes, 16 064 habitants



Les indicateurs sociodémographiques

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 évation 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%
% personnes de 60 ans et plus	2013	2018	2013	2018	2013	2018	2013	2018
	20,6%	21,9%	23,2%	25,5%	23,6%	26,0%	21,9%	25,1%
% personnes <15 ans	17,3%		18,1%		18,5%	17,6%		17,5%
	17,1%		17,9%		18,6%	17,4%		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
% ménages personne seule 2018	5,8%		4,8%		9,6%	4,8%		5,8%
	40,5%	42,1%	19,6%	21,1%	19,9%	23,2%	24,6%	38,0%
% ménages familles avec enfant(s) (parmi nb ménages) 2018	32,8%		45,0%		45,7%	43,2%		34,4%
	32,8%		45,0%		45,7%	43,2%		33,4%
% ménages emménagés <5 ans 2018	41,0%		21,2%		27,3%	26,4%		38,9%
	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
Indicateur de concentration d'emplois 2018 (nb emplois/actifs occupés)	3,3%		0,8%		0,4%	2,3%		3,2%
	125,6		43,3		34,8	69,1		113,3
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%

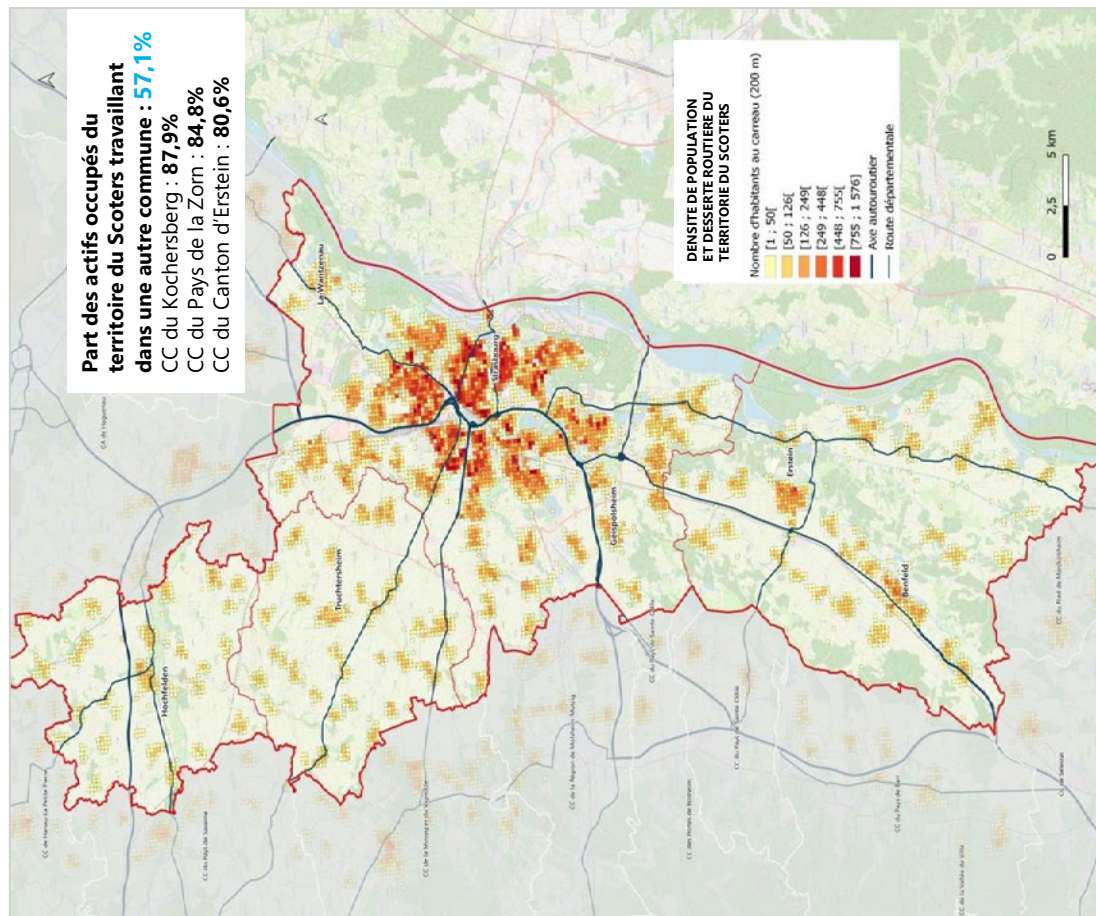
Dynamique résidentielle et desserte du territoire

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).

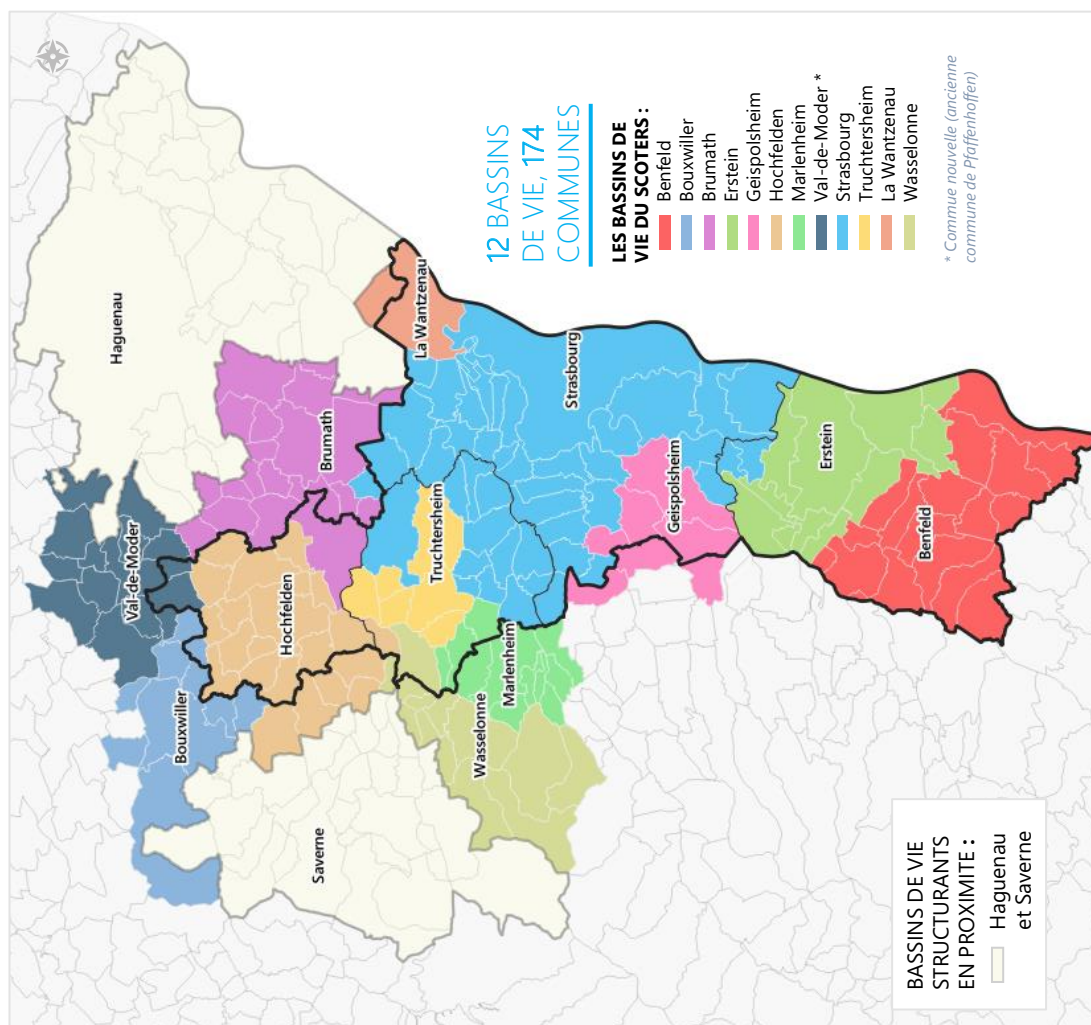
En témoigne, et au regard des données de l'Insee, près de **87% des habitants du territoire du Scoters vivent à moins de 2 km d'un axe routier structurant** (autoroute / département). Pour rappel, le maillage actuel du territoire permet un temps d'accès théorique moyen à Strasbourg (hors période de forte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



UNE INFLUENCE DES BASSINS DE VIE QUI DÉPASSE LES LIMITES DU SCOTERS

- Les communes du SCoT de la région de Strasbourg sont **sous l'influence de 12 bassins de vie distincts**, et plus largement des deux bassins de vie structurants et voisins de **Saverne et Haguenau**.
- A noter que seul **un tiers de ces douze bassins de vie sont strictement compris dans le périmètre du SCOTERS**. Les deux-tiers restants dépassent quant à eux les limites administratives actuelles du SCoT, et ce dans des proportions notables comme sur les bassins de vie de Brumath, Val-de-Moder, Hochfelden, Wasselonne ou encore Marlenheim.
- Au total, ce sont près de **70 communes (82 282 hab.)** pour lesquelles le bassin de vie associé comprend une ou plusieurs communes membres du SCOTERS.



Les indicateurs sociodémographiques

	TERRITOIRE DU SCOTERS	BASSIN DE VIE DE STRASBOURG	BASSIN DE VIE DE HAGUENAU	BASSIN DE VIE DE SAVERNE	DEPARTEMENT DU BAS-RHIN	NATIONAL
Population 2018 (Insee 2021)	590 198	497 369	110 322	33 081	1 133 552	66 732 538
Population 2013	569 699	479 612	108 897	33 357	1 109 460	65 564 756
Evolution 2013-2018	3,6%	3,7%	1,3%	-0,8%	+2,2%	1,8%
	2013	2013	2013	2013	2013	2013
	2018	2018	2018	2018	2018	2018
% personnes de 60 ans et plus	20,9%	20,6%	22,5%	25,1%	22,1%	24,0%
	22,4%	21,8%	25,4%	28,3%	24,5%	25,9%
% personnes <15 ans	17,5%	17,3%	17,3%	17,3%	17,5%	18,5%
	17,2%	17,1%	16,4%	16,3%	16,9%	18,0%
Médiane des revenus par UC 2018	21 310 €	20 609 €	23 283 €	22 538 €	22 620 €	21 250 €
Nb ménages 2018 (Evolution des ménages 13-18)	269 377	231 211	46 545	14 476	499 923	29 749 361
	5,8%	5,7%	5,2%	2,5%	5,2%	4,3%
% ménages personne seule 2018	38,0%	40,5%	26,7%	28,6%	32,5%	34,7%
	39,7%	42,1%	29,2%	30,8%	34,5%	36,7%
% ménages familles avec enfant(s) (parmi nb ménages) 2018	34,4%	32,8%	41,3%	38,1%	37,4%	36,1%
	33,4%	32,0%	39,2%	36,1%	35,8%	36,1%
% ménages emménagés <5 ans 2018	38,9%	41,0%	27,7%	26,0%	22,7%	33,2%
Nb emplois 2018 (et évolution depuis 2013)	277 802	246 063	45 456	14 633	473 495	26 599 318
	3,2%	3,3%	-1,2%	0,6%	+1,7%	1,0%
Indicateur de concentration d'emplois 2018 (nb emplois/actifs occupés)	113,3	121,9	92,9	99,4	96,1	98,6
	112,9	121,3	89,9	101,8	96,0	98,3
Taux de vacance en logements (et évolution depuis 2013)	7,2%	7,3%	7,5%	9,4%	7,8%	8,2%
	14,3%	15,0%	17,5%	14,2%	13,9%	10,8%

UNE PLACE PREPONDERANTE DU COMMERCE DANS LE RHIN SUPERIEUR ALLEMAND

Sur le territoire du Rhin supérieur côté allemand, **le commerce de détail représente la branche économique la plus forte en terme d'emploi (9% de la main d'œuvre)** après l'industrie manufacturière.

9%

La surface commerciale (en m²) pour 1 000 habitants côté allemand en 2017, contre 1 300 m² côté français. A noter également que les **grandes surfaces** sont plus fortement représentées côté allemand que français (respectivement 62% et 59%).

1 600

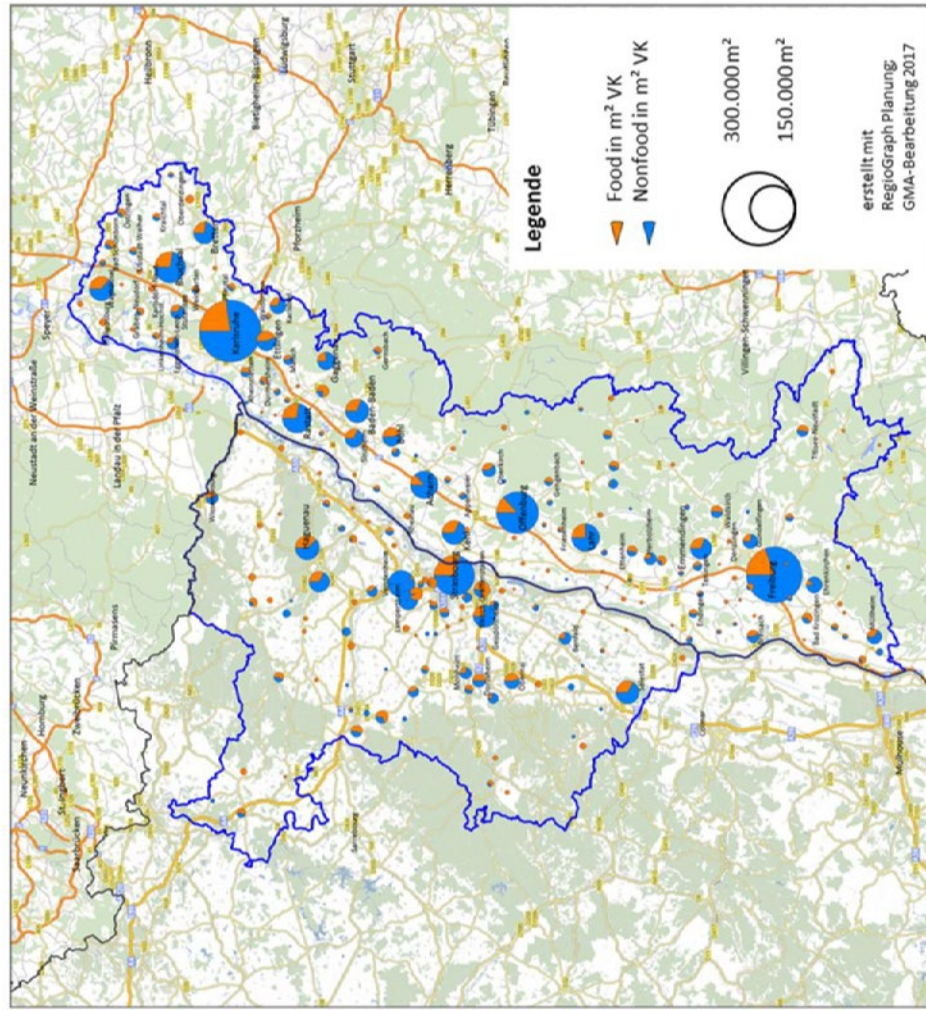
La croissance du commerce (chiffre d'affaires) côté français en 2016. Un taux plus de deux fois supérieur à celui observé de l'autre côté de la frontière (+0,8%).

+1,8%

La part du commerce en ligne côté allemand (2017). Un taux supérieur de près de 3 points à ce lui observé côté français (9%).

12%

UN MAILLAGE COMMERCIAL INEGAL DANS LE RHIN SUPERIEUR



Quelle: GMA-Erhebung 2017 bzw. Daten der Chambre de Commerce et d'Industrie, Straßburg 2016

Source : ADEUS - Retour d'expérience du MORO / Rhin Supérieur - Novembre 2020

Le territoire du SCOTERS dans son environnement territorial

10

VERS UN CHANGEMENT DE MODELE DE CONSOMMATION (COTE ALLEMAND)

- **L'état des lieux du cycle de vie de chaque type de commerce en Allemagne** (2017) donne à voir plusieurs tendances distinctes :

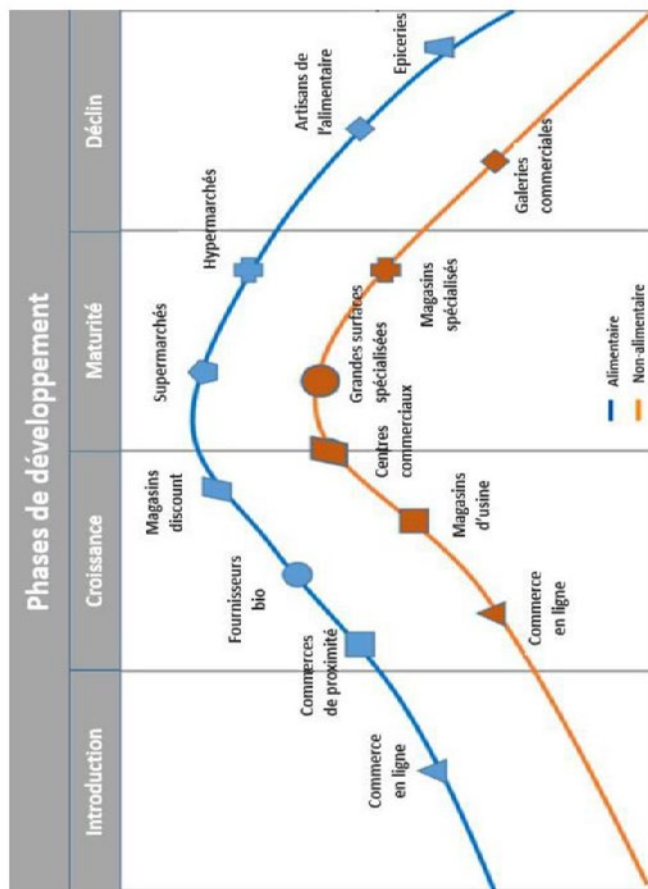
Sur le secteur alimentaire :

- **Un modèle de l'hyper et du supermarché arrivé à maturité** qui amorce une phase de déclin au profit notamment des **magasins discount**.
- Une **dynamique en croissance de l'offre locale** (commerces de proximité, fournisseurs bio)

Sur le non-alimentaire :

- Une **dynamique déclinante des galeries commerciales** associée à une **perte de vitesse généralisée** de plusieurs grands types de commerces (magasins et grandes surfaces spécialisés, centres commerciaux) à l'**exception des magasins d'usine**.
- A noter enfin, un **essor notable du commerce en ligne** (alimentaire et non-alimentaire), dont la dynamique a théoriquement été confortée sur ces deux dernières années (Cf. crise sanitaire).

EVOLUTION DES TYPES DE COMMERCE SELON LES PHASES DE LEUR CYCLE DE VIE



Le territoire du SCOTERS dans son environnement territorial

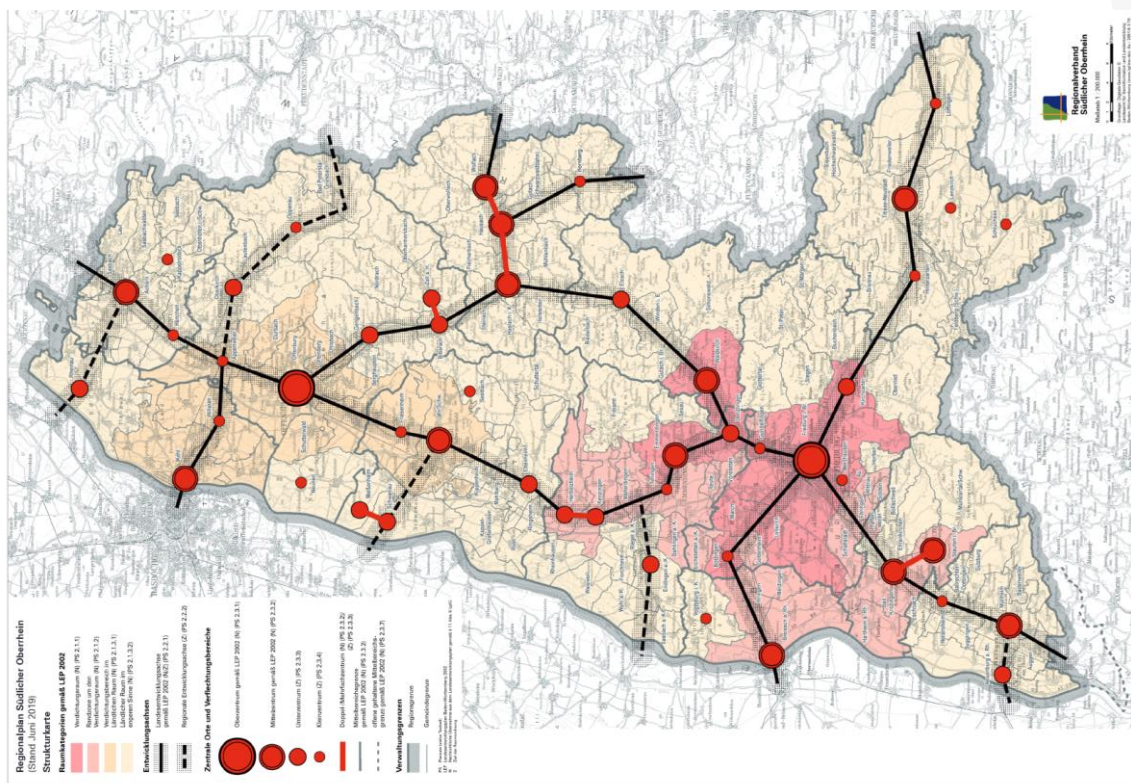
11

ARMATURE URBAINE DU SUDLICHER OBERHIN

- La loi pour l'aménagement du territoire allemand établit **une répartition des rôles et des complémentarités entre les communes** :
- **Les « communes avec fonctions centrales » (zentrale Orte)** qui se décomposent en sous-catégories (de « centres principaux » à « petits centres »). Elles accueillent le commerce :
 - Dans des « zones de centralité » pour les « gammes de produits centrales » qui contribuent à la vitalité communale (ex. vêtements)
 - Dans des « zones réservées » (périphérie) pour les « gammes de produits non centrales » (utilisation de la voiture nécessaire)
 - A proximité des logements, s'il s'agit d'une « gamme de produits de proximité » (approvisionnement / besoins sur le court terme)
- **Les « communes « sans fonction centrale » (ohne zentralörtliche Funktion)**

Concernant les **règles d'implantation du commerce de grandes surfaces (> 800 m²)**, le législateur juge de la pertinence du projet d'implantation au regard de différents critères parmi lesquels :

- **Le respect de la répartition des rôles** : un projet de grande surface (> 800 m²) ne doit entraver ni le fonctionnement du centre-ville de la commune d'implantation, ni celui des communes « supérieures » situées à proximité.
- **Le principe de dimensionnement de la zone de chalandise (ZDC)** : La ZDC d'une grande surface ne doit pas dépasser sa zone d'influence (déterminée par sa catégorie) pour ne pas empiéter sur la ZDC d'une autre commune. Règle des 30% : pas plus de 30% du chiffre d'affaires ne doit venir de l'extérieur de la ZDC.



Source : ADEUS - Retour d'expérience du MORO / Rhin Supérieur - Novembre 2020

Le diagnostic prospectif du commerce - SCOTERS

Déc. 2021

La dynamique touristique de l’Eurométropole

12

1,3 Md €

L'analyse théorique de l'influence touristique s'appuie sur deux principales informations :

- Le nombre de lits touristiques en hébergements marchands, estimé à 21 275 lits soit 34% de la capacité d'accueil du département.
- Le nombre de résidences secondaires : 8 282 soit 47% des logements du territoire.

Ces données sont par la suite converties en dépenses commercialisables et comparées à la population permanente. En moyenne, **l'activité touristique en hébergement et en résidence secondaire est estimée à un chiffre d'affaires de plus de 1,3 Md €** pour les commerces et les services du territoire de l’Eurométropole.

20%

Cet apport est significatif, il représente près de 20% de l'activité totale. A noter que ce poids tient compte de la clientèle de passage qui ne séjourne pas sur le territoire.

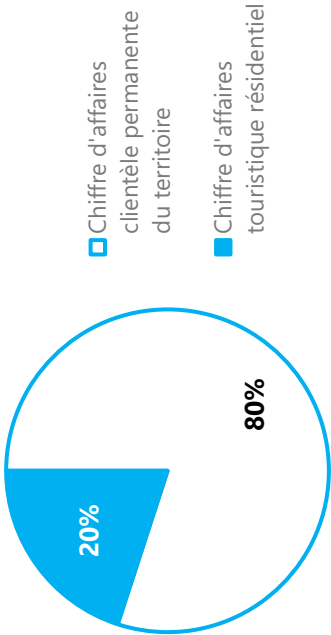
131 620

L'équivalent, en habitants supplémentaires à l'année, généré par l'activité touristique de l’Eurométropole.

Marché potentiel sur le territoire du SCoT

	Marché touristique
Alimentaire	458 072 576 €
Équipement de la personne	34 170 402 €
Équipement de la maison	40 794 809 €
Culture-loisirs	37 391 739 €
Autres	749 815 658€
Total	1 320 245 183€

Poids de la clientèle touristique sur le territoire du SCoT





Chapitre 2 L'offre commerciale traditionnelle

Répartition de 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).

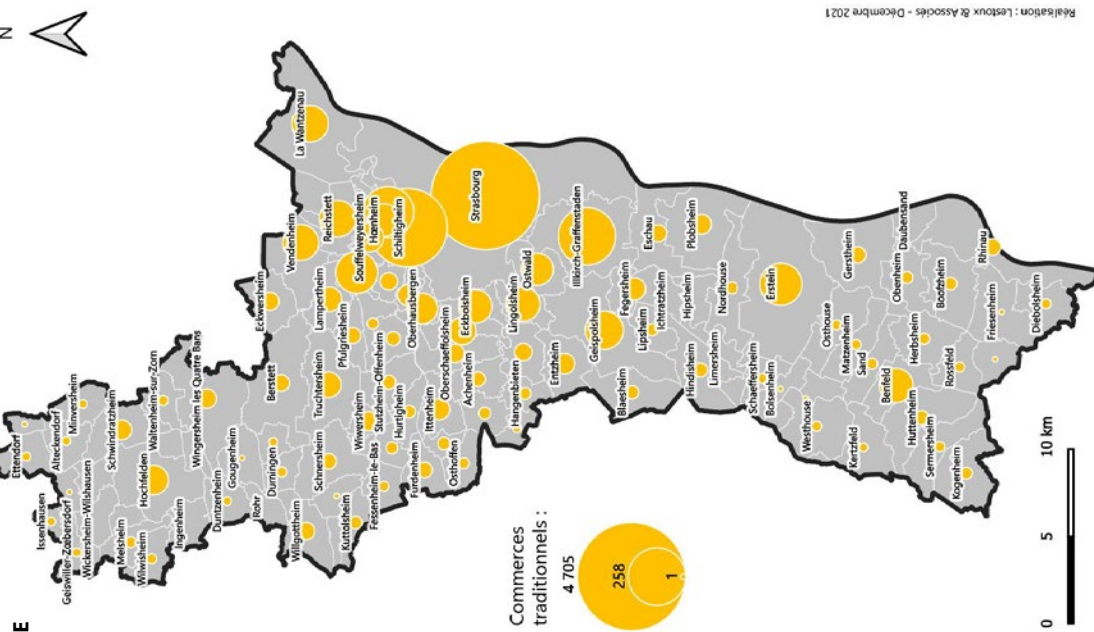
À noter que l'offre est naturellement plus dense sur la première couronne de Strasbourg et les pôles structurants des EPCI :

- 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 en centre-ville et centre-bourg

15

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%.

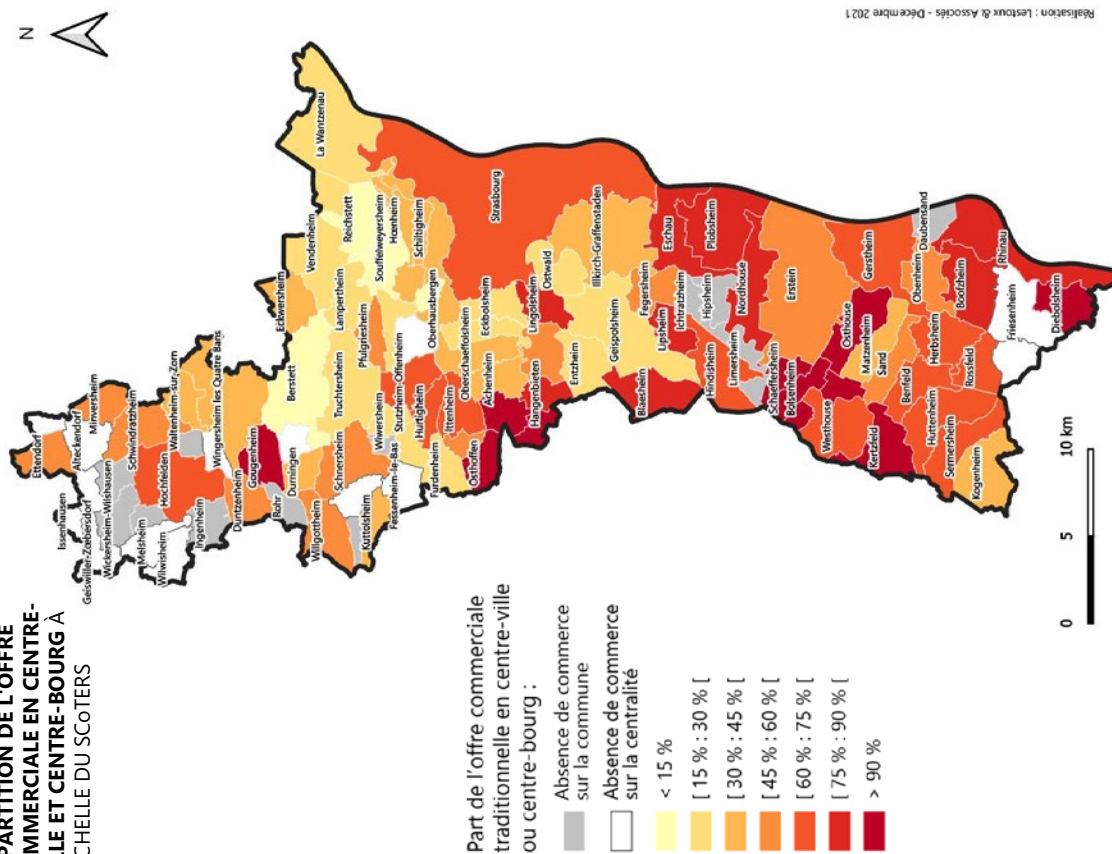
On observe une différence notable entre le nord et le sud du territoire avec une présence des commerces traditionnels qui s'élève à 63,4% sur la CC du Canton d'Erstein contre 49% pour le Pays de la Zorn et seulement 34,2% pour la CC du Kochersberg.

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'Eurrométropole 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



Répartition de l'offre commerciale traditionnelle

16

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.

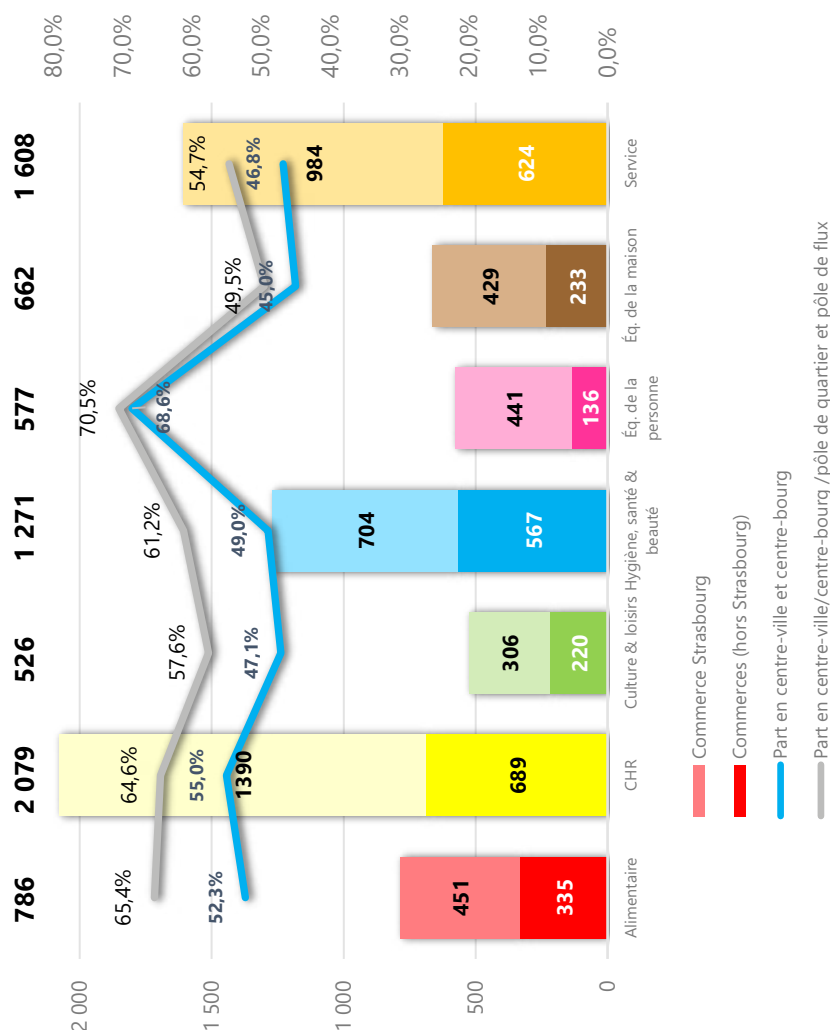
Les services représentent le second secteur le plus représenté avec 21,4% de l'ensemble de l'offre (19,4% de l'offre des centres-villes et centres-bourgs). Un seuil qui montre une maîtrise de la tertiarisation des linéaires du territoire.

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

L'offre commerciale de proximité alimentaire

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.

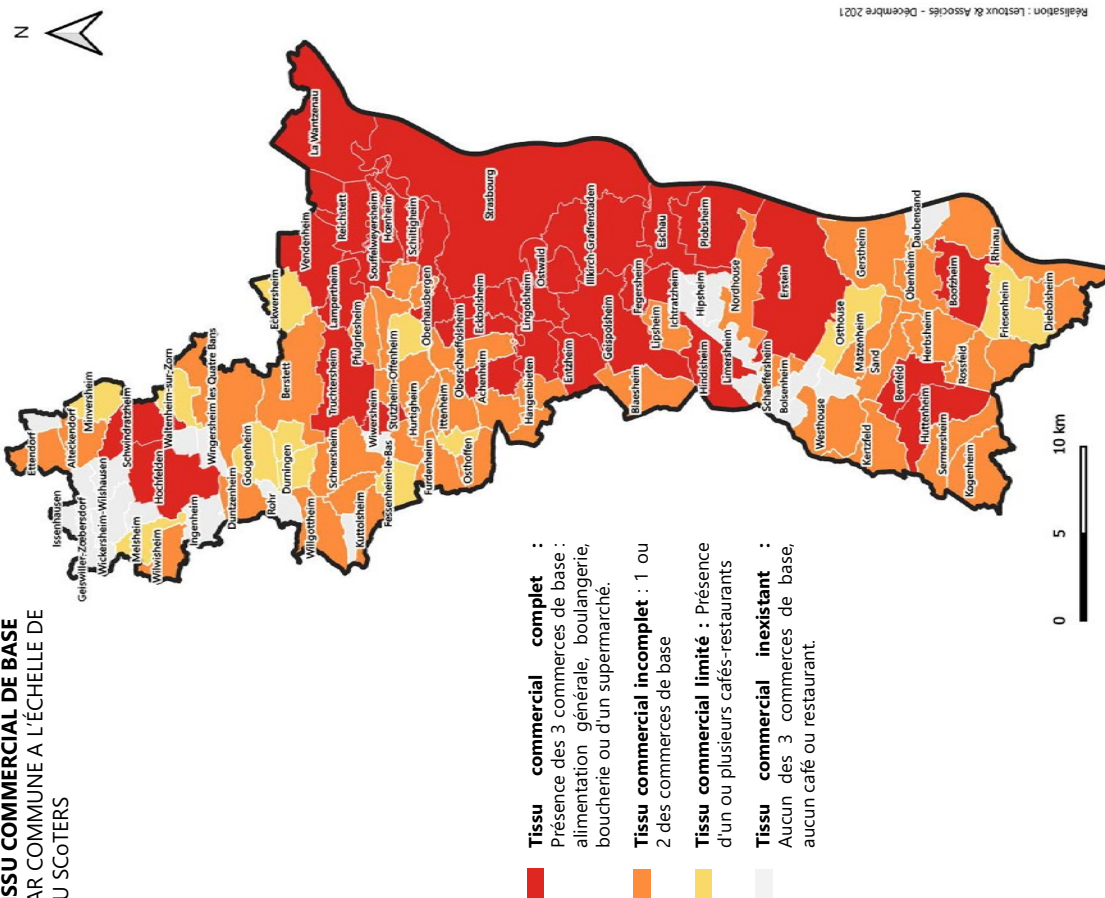
12 communes se caractérisent par une absence d'offre alimentaire mais profite de l'existence d'un CHR (1,5% de la population).

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 A L'ÉCHELLE DE DU SCOTERS



Réalisation : Lestoux & Associés - Décembre 2021

L'offre commerciale de proximité alimentaire en centre-ville et centre-bourg

LAI

18

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.

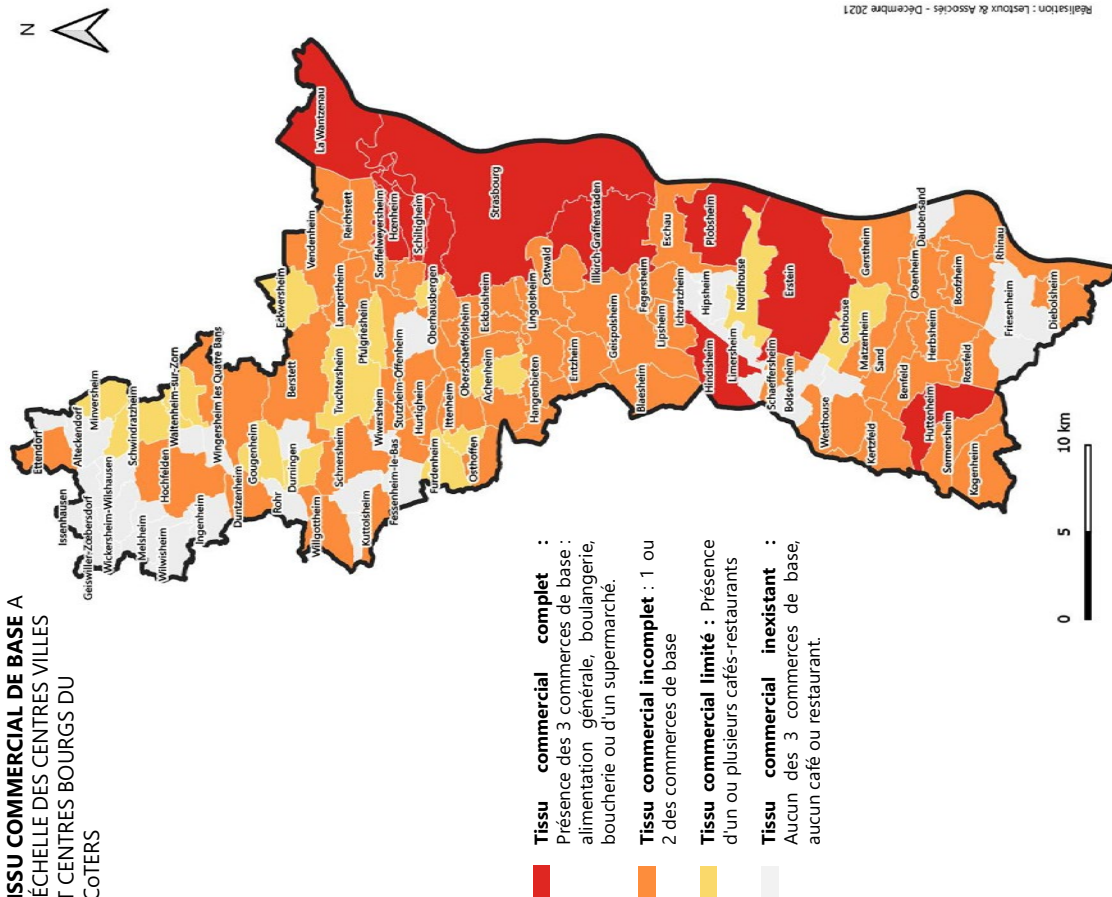
À l'inverse, la CC du Canton d'Erstein profite de 3 centralités au tissu complet et un maillage mieux structuré.

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



Réalisation : Lestoux & Associés - Décembre 2021

Les densités commerciales traditionnelles

19

DES DENSITÉS FAIBLES

SUR LE SECTEUR ALIMENTAIRE

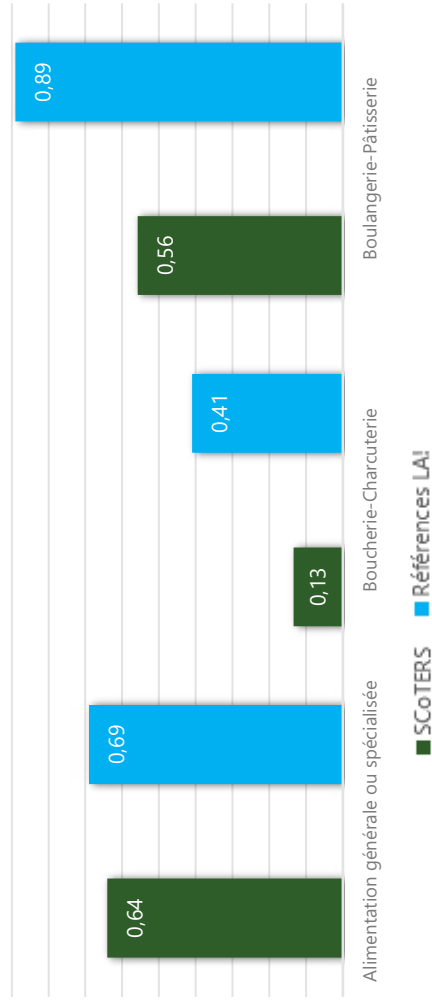
La densité commerciale permet d'apprécier l'adaptation de l'offre traditionnelle au potentiel de population de proximité. Ainsi, **on recense 1,33 commerce alimentaire traditionnel pour 1 000 habitants, soit une densité très inférieure au référentiel d'étude qui s'élève à 1,99**. L'ensemble des secteurs 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%).

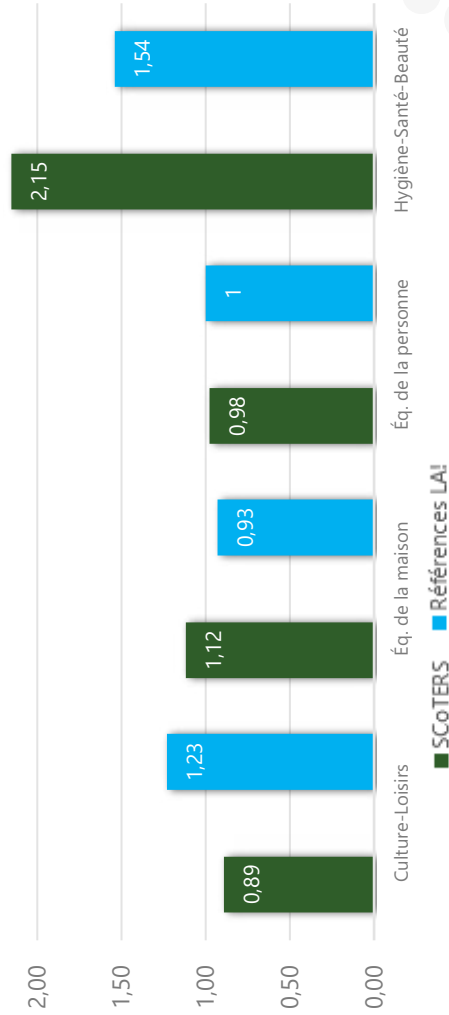
ÉLÉMENTS À RETENIR

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 COMMERCE POUR 1000 HABITANTS



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



Source : Fichier commerces CCI
2020 + Données INSEE 2019

Le diagnostic prospectif du commerce - SCOTERS

Déc. 2021

Les densités commerciales traditionnelles par ECPI

20

DES CARENCES SUR LES TERRITOIRES PLUS RURAUX

L'analyse par ECPI 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 ECPI 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.

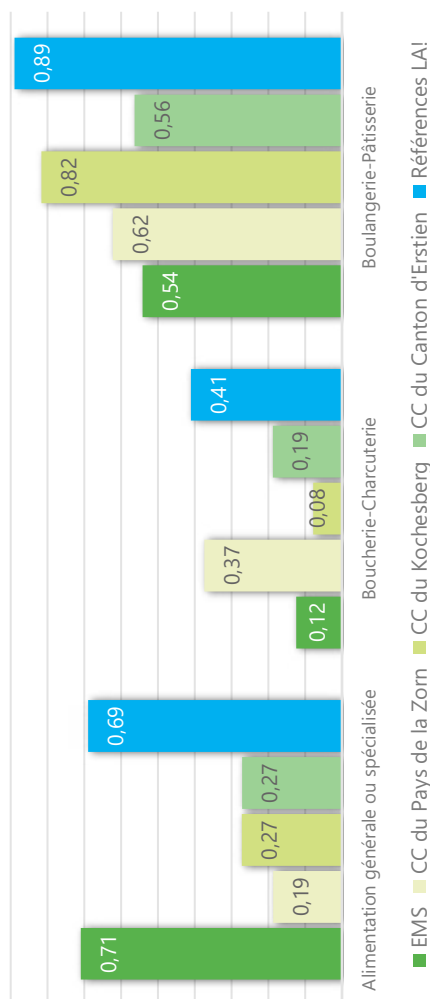
En dehors de l'offre en hygiène-beauté-santé, le non alimentaire apparaît très faible hors Eurométropole. Ceci s'explique par la plus grande légitimité de l'EMS à attirer, accueillir et concentrer l'offre sur son territoire.

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

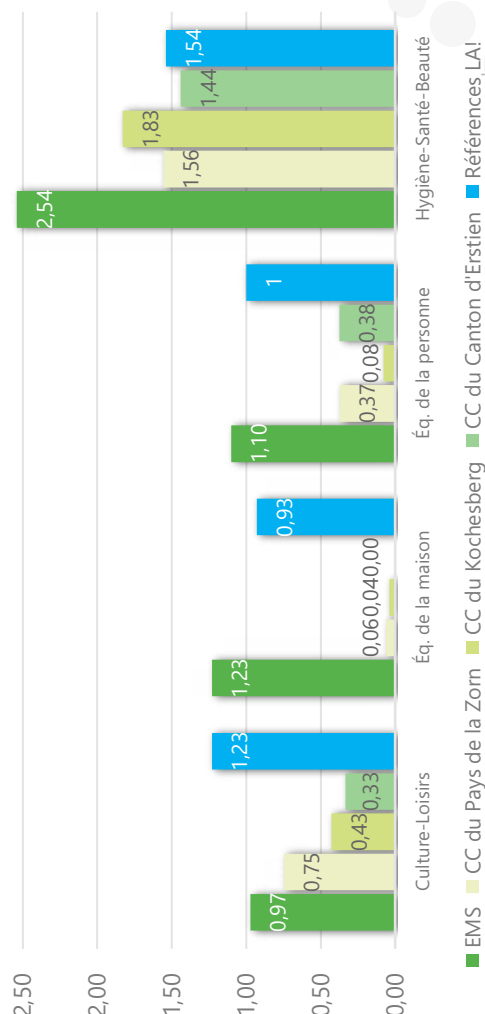
ÉLÉMENTS À RETENIR

Hors Eurométropole, les ECPI 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



Le diagnostic prospectif du commerce - SCOTERS | Déc. 2021

UNE VACANCE COMMERCIALE MAÎTRISÉE

Le taux de vacance commerciale observée sur les centres-villes et centres-bourgs du SCoTERS est estimé à 6,3% soit un ratio très inférieur à la tendance nationale habituelle (11,3%).

Sur les 78 centres-villes et centres-bourgs du territoire, **51 se caractérisent par l'absence de cellules commerciales vacantes au sein de leur périmètre**. Par ailleurs, 160 cellules vides ont été recensées sur 27 centres-villes et centres-bourgs.

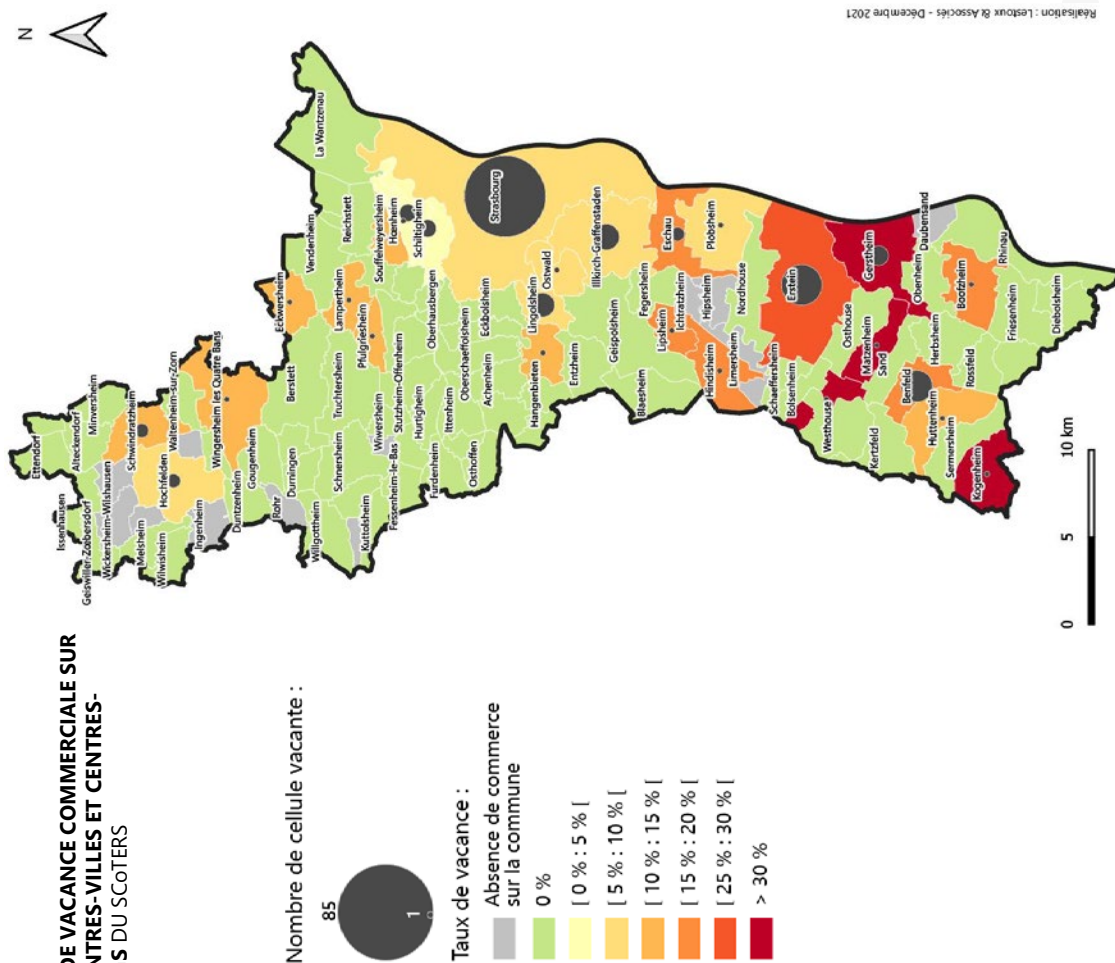
La commune qui regroupe le plus de cellules vacantes sur son centre-ville est Strasbourg qui compte également l'offre commerciale la plus importante avec 85 cellules vides pour un taux de vacance à 5,9%.

Parmi les centres-villes et centres-bourgs qui structurent le territoire, **19 se caractérisent par un taux de vacance supérieur à 8%**. La plupart sont des centres-bourgs de proximité comptant moins de 10 commerces. On note toutefois des taux de vacances plus importants sur les pôles au sud du territoire, notamment sur le Canton d'Erstein avec Erstein et Benfeld (respectivement 20,7% et 17,5%).

ÉLÉMENTS À RETENIR

Un phénomène de vacance commerciale très sensible sur la partie Sud du territoire qui fait émerger de vrais marqueurs de fragilité.

TAUX DE VACANCE COMMERCIALE SUR LES CENTRES-VILLES ET CENTRES-BOURGS DU SCoTERS



Les dynamiques de création à l'échelle du SCoTERS

LAI

22

UN TURN OVER CONTRÔLÉ MAIS UNE PÉRIPHÉRISATION DES ACTIVITÉS

3 commerces traditionnels sur 10 du SCoTERS se sont implantés depuis moins de 5 ans. Un phénomène pouvant s'expliquer par un turn-over naturel des activités commerciales mais qui peut également sous-entendre une difficulté à pérenniser les activités.

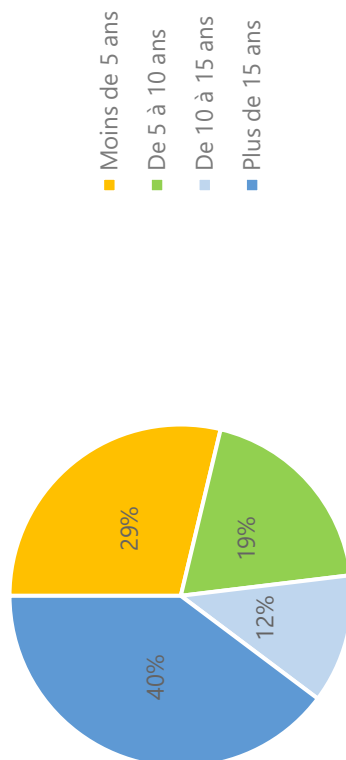
C'est ce que l'on observe en particulier sur 2 filières de proximité : alimentaire et CHR où, respectivement, 43,7% et 37,7% des établissements sont installées depuis moins de 5 ans sur le territoire. Par ailleurs, ce fort taux de renouvellement a pu permettre une certaine modernisation de l'offre commerciale sur le territoire.

Parmi les commerces et services implantés depuis 5 ans ou moins sur le territoire, près de 48% ont préféré s'installer hors d'une centralité (centres-villes, centres-bourgs et pôles de quartier). Ce phénomène d'implantation en dehors des centralités est observé sur l'ensemble des secteurs d'activités et plus fortement sur les services (54%) l'équipement de la maison (52,5%), la culture-loisirs (50,7%) et l'équipement de la personne (50%).

ÉLÉMENTS À RETENIR

Une tendance à la périphérisation qui s'est poursuivie ces dernières années.

RÉPARTITION DES COMMERCES SUR LE TERRITOIRE PAR PÉRIODE DE CRÉATION



PART DES COMMERCES IMPLANTÉS AU COURS DES 5 DERNIÈRES ANNÉES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ SUR LE TERRITOIRE



Source : Fichier commerces CCI 2020

Le diagnostic prospectif du commerce - SCoTERS

Déc. 2021

L'offre alternative sur le territoire du Scoters Les marchés hebdomadaires

UNE OFFRE D'AVANTAGE PRÉSENTE SUR LES PÔLES STRUCTURANTS

On recense 73 marchés alimentaires hebdomadaires sur le territoire du Scoters. 82% d'entre eux se trouvent localisés sur l'Eurométropole de Strasbourg (60 marchés). À noter, que Strasbourg compte près de 30 marchés hebdomadaires (soit 41% de l'ensemble des marchés recensés) notamment réparties sur ses quartiers et tout au long de la semaine. Le plus important se déroule chaque mardi et samedi avec 130 étals sur le Boulevard de la Marne. L'offre est également très présente sur les communes de première couronne.

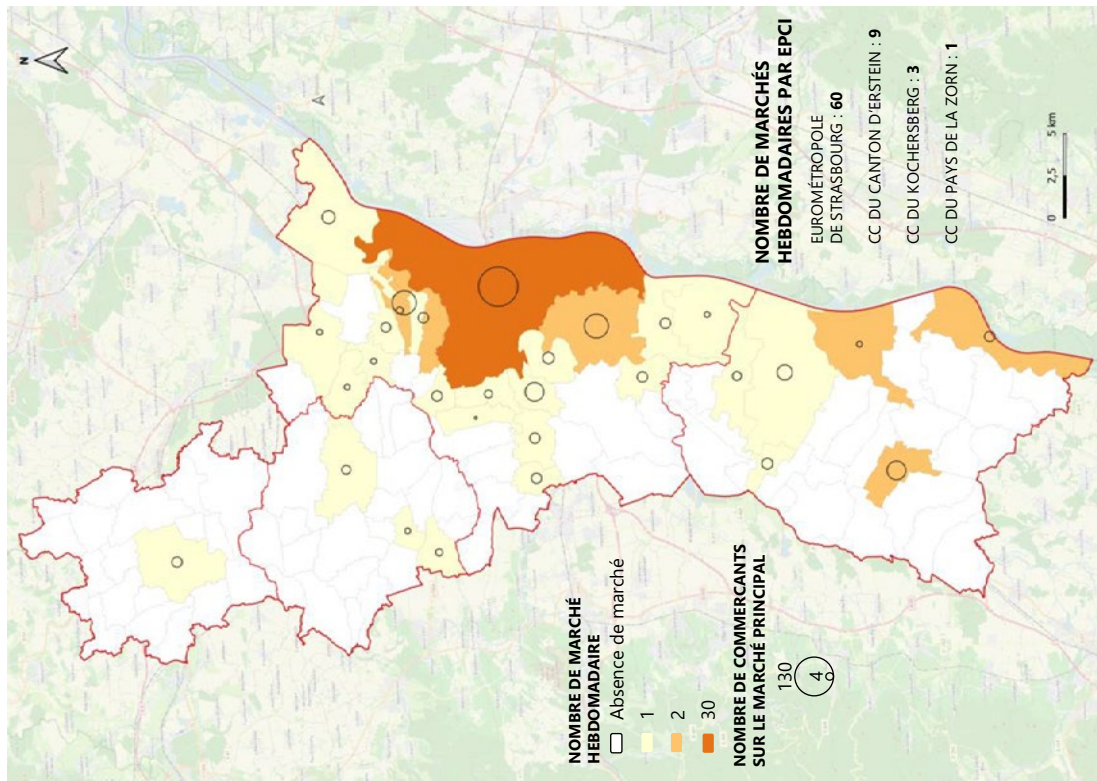
La CC d'Erstein montre également un bon maillage, principalement sur les communes pôles. La CC du Pays de la Zorn ne dispose que d'un seul marché, sur sa commune principale (Hochfelden, 10 étals).

10 marchés hebdomadaires (soit 14% de l'offre) ont la particularité de se dérouler l'après midi et en début de soirée. Des amplitudes horaires susceptibles de capter les actifs sur leurs migrations pendulaires. Ces marchés se localisent tous en périphérie de Strasbourg ou sur des communes à forts flux d'actifs.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Une offre complémentaire au sédentaire principalement présente sur les communes plus peuplées et mieux structurée en termes de commerces.

ÉTAT DES LIEUX DES MARCHÉS HEBDOMADAIRES SUR LE SCOTERS



Source : Enquête communes, (extraction Novembre 2021), sites communes, Jour de marché.fr, annuaire des marchés de France.fr, Visit alsace

L'offre alternative sur le territoire du Scoters La vente directe

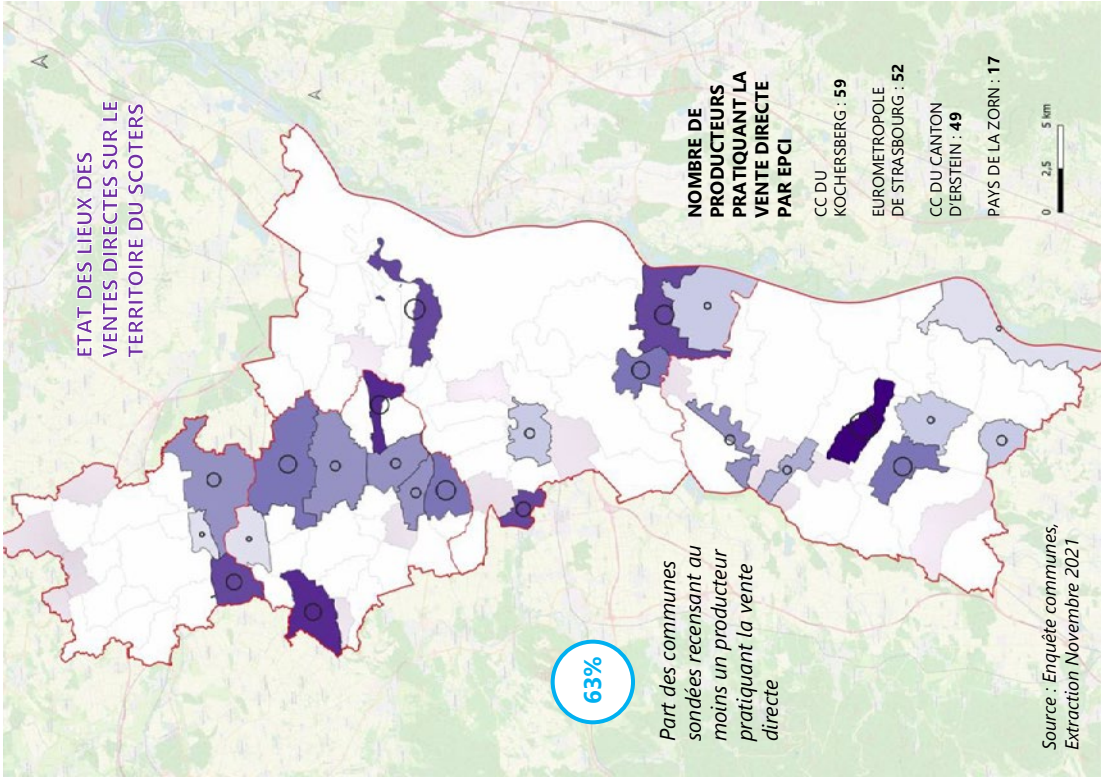
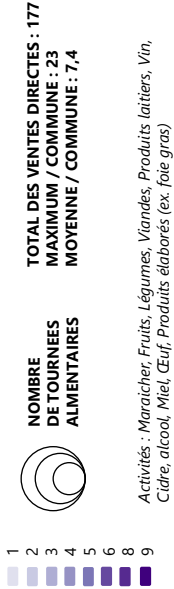
Un professionnel réalisant de la vente directe sur trois, identifié dans le cadre de l'enquête, est implanté sur une commune du territoire de la CC du Kochersberg.

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)

PAS DE REPONSE AU QUESTIONNAIRE
REPONSE AU QUESTIONNAIRE – PAS DE TOURNÉE ALIMENTAIRE

DIVERSITÉ DE L'OFFRE EN VENTES DIRECTES
(Nombre d'activités représentées parmi les 9 principales catégories)

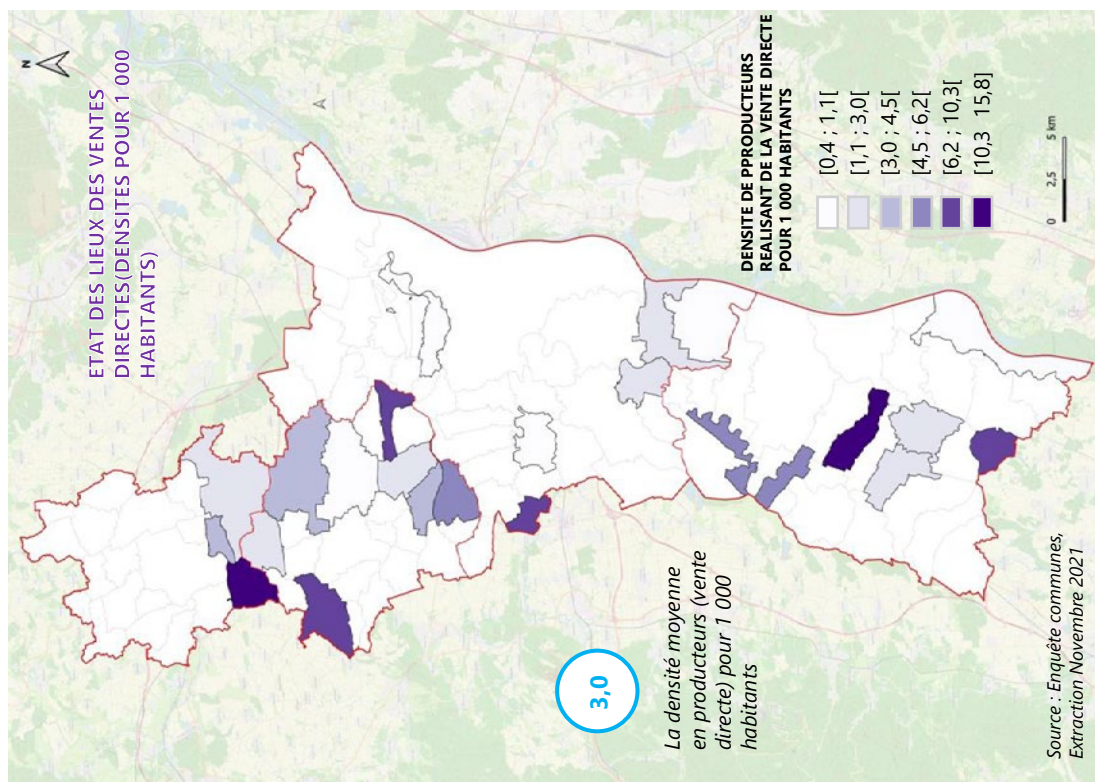


L'offre alternative sur le territoire du Scoters La vente directe

Trois communes du territoire du Scoters présentent des densités en producteurs, réalisant de la vente directe, pour 1 000 habitants particulièrement significatives :

- **Matzenheim** (CC du Canton d'Erstein) : 15,8 professionnels pour 1 000 habitants.
- **Duntzenheim** (CC du Pays de la Zorn) : 14 professionnels pour 1 000 habitants
- **Griesheim-sur-Souffel** (CC du Kochersberg) : 10,3 professionnels pour 1 000 habitants

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).

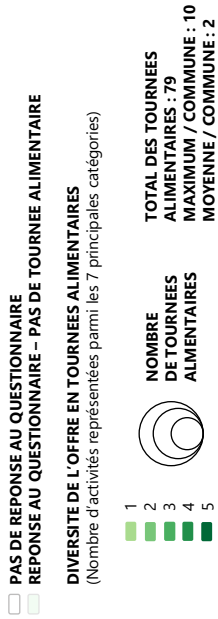


L'offre alternative sur le territoire du Scoters Les tournées alimentaires

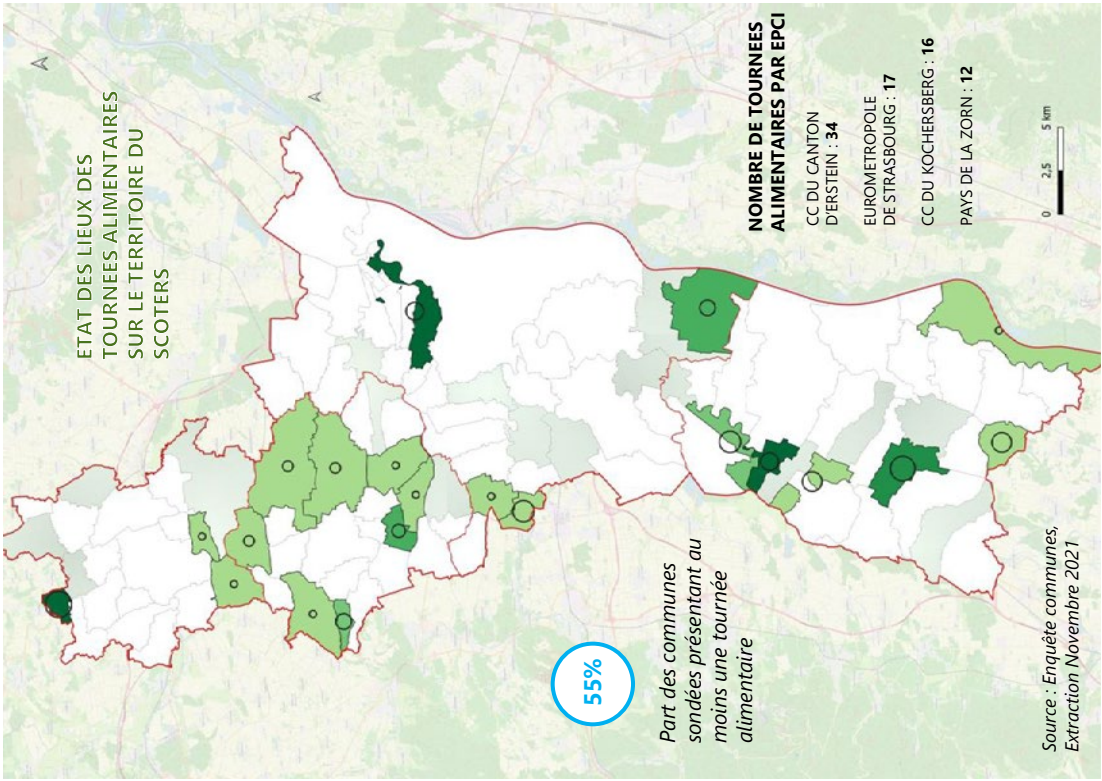
Parmi les près de 80 tournées alimentaires recensées à ce jour, sur le territoire du Scoters, 43% ont lieu sur des communes membres de la CC d'Erstein.

Le nombre de communes qui ressortent de manière significative, tant du point de vue du **nombre de tournées alimentaires** que **par la diversité des produits proposés**. On retrouve ainsi :

- **Isenhausen** (CC du Pays de la Zorn) : 10 tournées (5 activités : boulangerie, boucherie-charcuterie, épicerie, fruits-légumes, crèmerie-fromagerie)
- **Benfeld** (CC du Canton d'Erstein) : 9 tournées (4 activités : boulangerie, fruits-légumes, crèmerie-fromagerie, vêtements-chaussures)
- **Kolbsheim** (Eurométropole de Strasbourg) : 7 tournées (activité de boulangerie)
- **Limersheim** (CC du Canton d'Erstein) : 7 tournées (2 activités : boulangerie et fruits-légumes)



Activités : Boulangerie, Boucherie-Charcuterie, Poissonnerie, Epicerie, Fruits-Légumes, Crèmerie-Fromagerie, Vêtements-Chaussures





Chapitre 3 L'offre en Grande et Moyenne Surfaces

La spatialisation de l'offre en grande et moyenne surface

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.

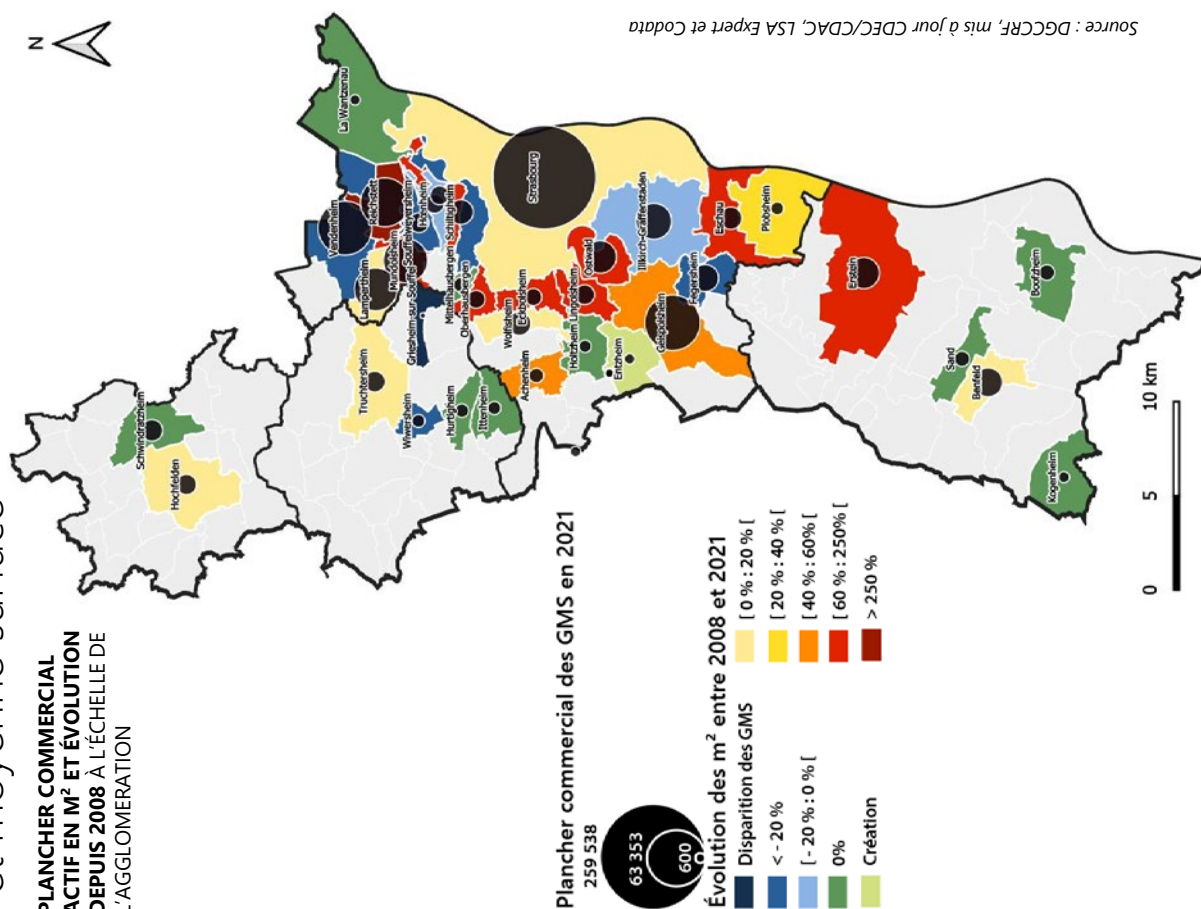
L'évolution des m² se fait principalement sur la partie sud et centrale du territoire comme sur Erstein (+68,5%) ou Ostwald (+91,2%).

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**



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.

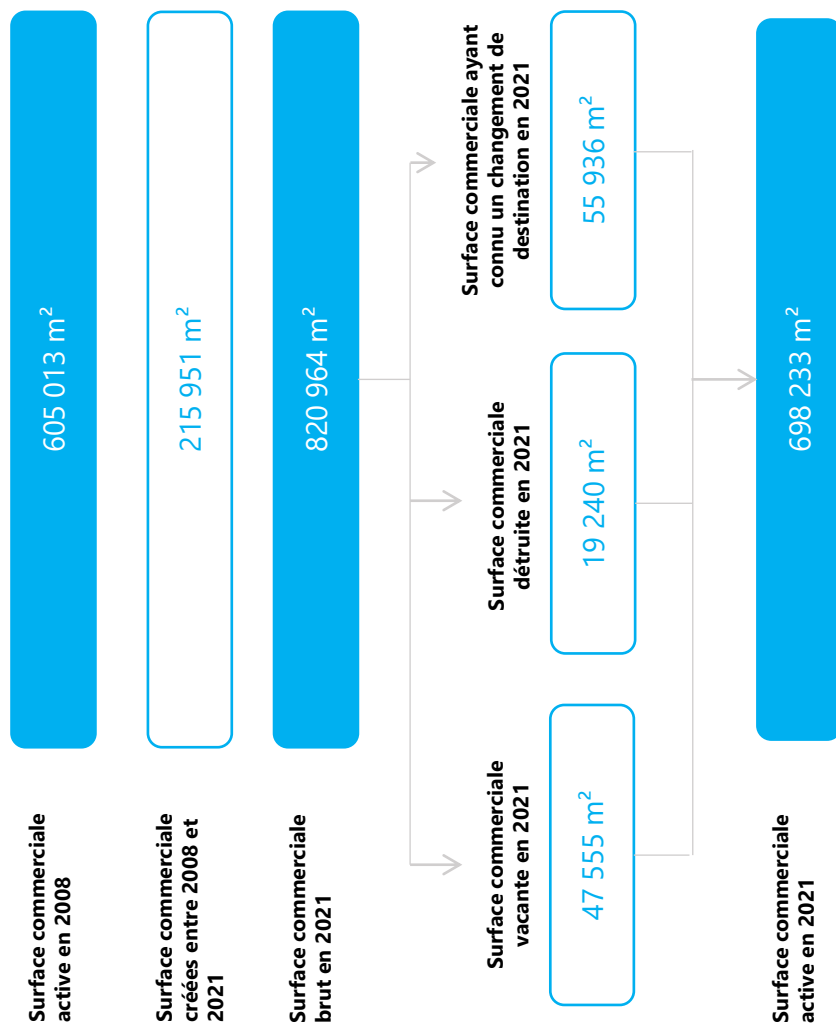
Cette croissance de surfaces a principalement concerné les commerces en soterie (+77,5%), et culture-loisirs (+42,7%).

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

La spatialisation de l'offre en GSA

UN MAILLAGE PLUS MARQUÉE SUR L'EUROMÉTROPOLE

Le plancher commercial des Grandes et Moyennes Surfaces Alimentaires (> 300m²) représentent près de 203 500 m², soit 29,3% du plancher GMS du territoire du SCoTERS.

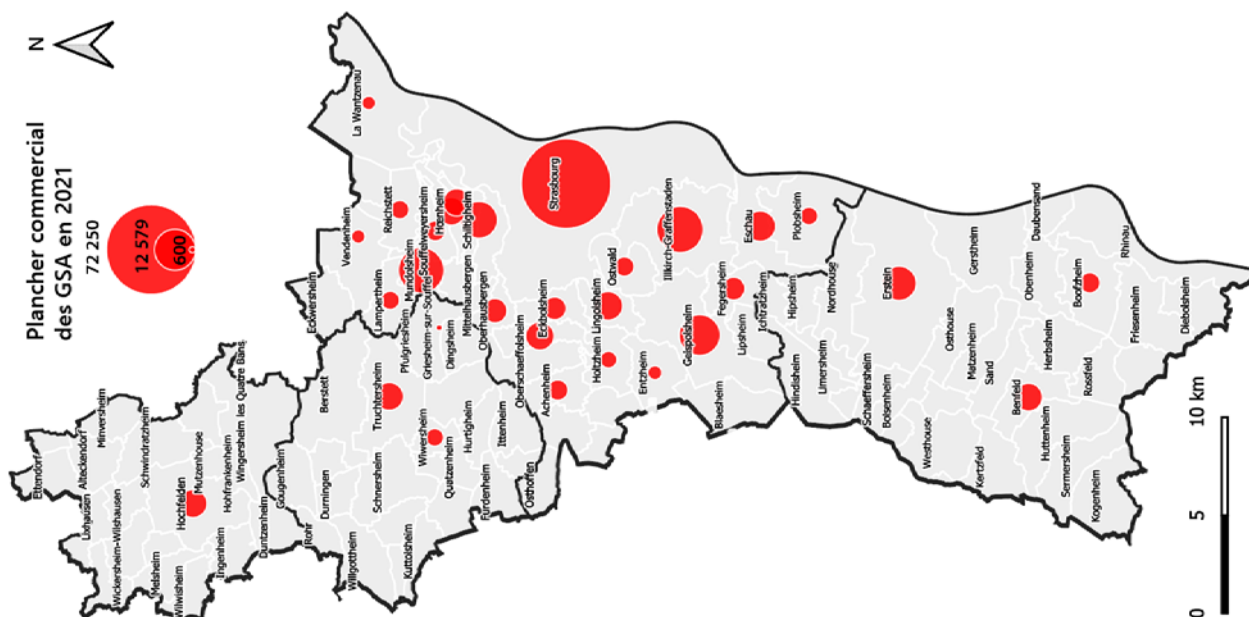
Le plancher commercial en alimentaire a augmenté de 8,6% depuis 2008 soit 16 056 m² supplémentaires. Cette évolution se caractérise notamment par l'extension ou la création de plusieurs magasins Lidl (8 dépassant les 1000m²). On note également la multiplication d'établissements aux plus petits formats tels que les U Express et Carrefour City qui souligne le développement des réseaux de proximité.

Par ailleurs, 12 GSA ont été détruites sur le territoire (11 700 m²) pour laisser place à des opérations mixtes ou de logements, ces dernières sont toutes recensées sur Strasbourg et ses communes limitrophes. Aussi 6 établissements sont devenus vacants (5 900 m²) et 7 ont changé de destination (5200 m²).

Au total, 30 communes disposent d'au moins une locomotive alimentaire de plus de 300 m². L'offre se concentrent naturellement sur les villes pôles et l'Eurométropole (87% de l'offre). À noter que le nord est du territoire est moins bien pourvu en GSA (5,5% de l'offre).

ÉLÉMENTS À RETENIR

Une offre en GSA davantage concentrée sur Strasbourg et sa métropole mais qui couvre 87% de la population du territoire.



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

Les densités en Grandes et Moyennes Surfaces

31

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.

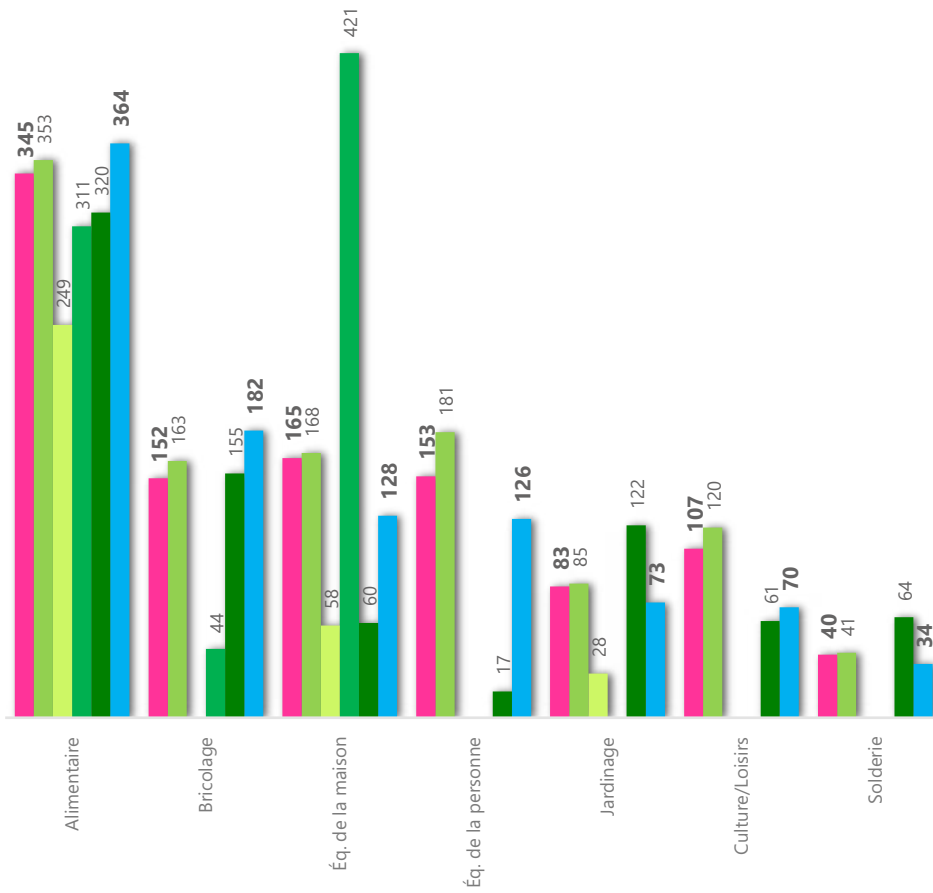
Sur le non alimentaire, tous les secteurs montrent des densités supérieures aux seuils moyens observés excepté en bricolage. On notera d'ailleurs des fortes densités sur les secteurs à forts rayonnements comme la culture-loisirs, l'équipement de la maison et de la personne. Ainsi le taux de diversité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

Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC, LSA Expert et Codata + Données INSEE 2019

Bilan de la structuration commerciale sur l'emploi

LAI

32

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%).

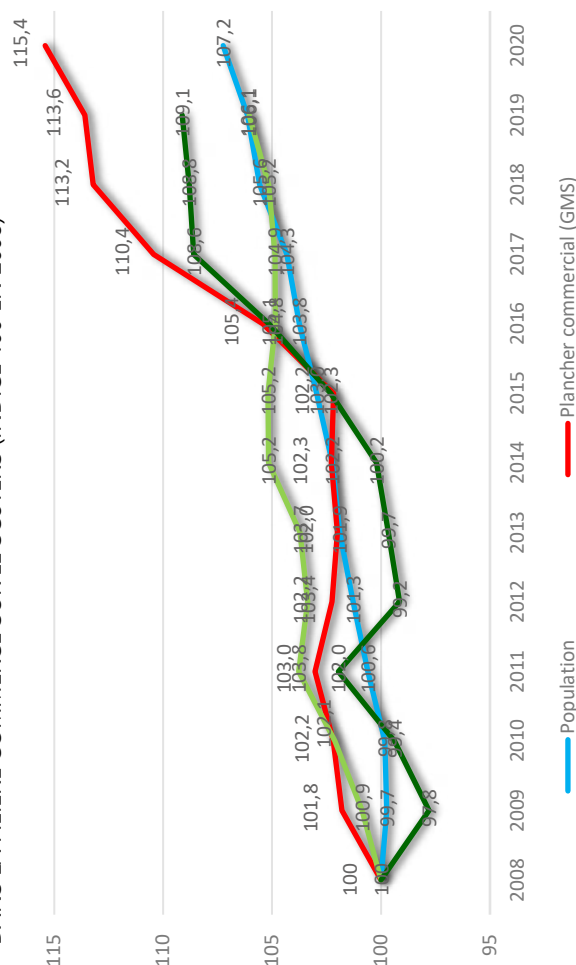
Des évolutions qui montrent les dynamiques du territoire, notamment des changements dans les modes de consommation et l'impact du e-commerce avec le recul des secteurs de l'équipement de la maison et de la personne en termes de structure et d'effectifs.

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

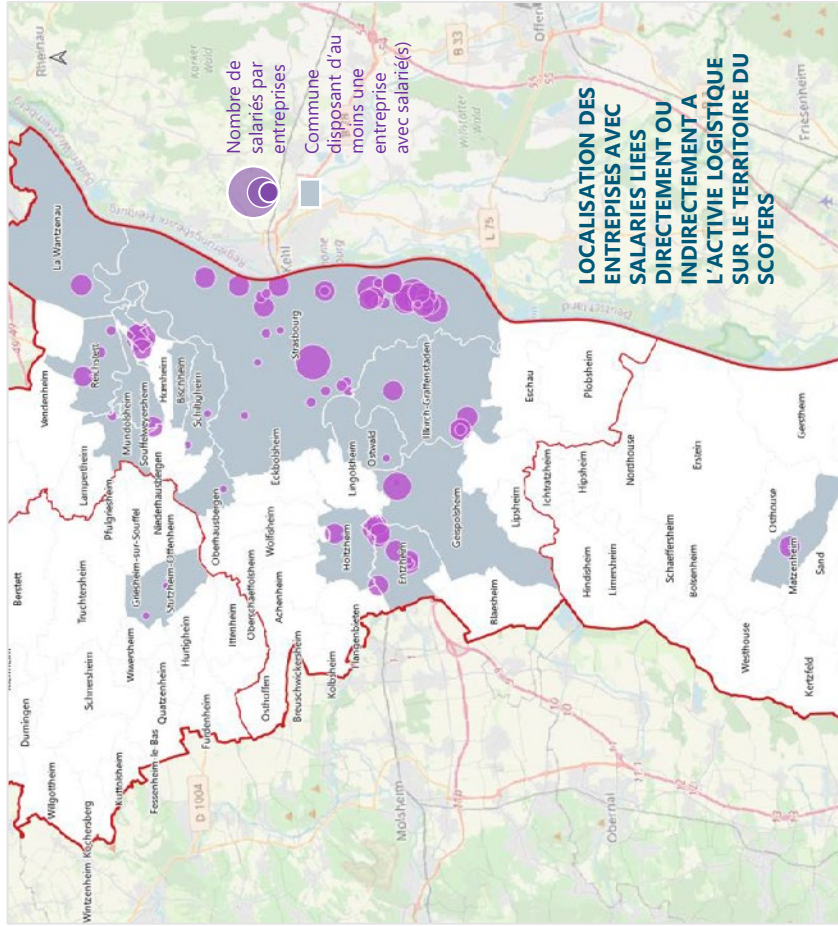
Déc. 2021

Etat des lieux des professionnels de la logistique sur le territoire

37

- Cette première approche de la logistique sur le territoire vise à **identifier l'ensemble des entreprises et professionnels** dont le domaine d'activité répond à l'une des quatre nomenclatures d'activité déclinées ci-dessous :

- **Entreposage et stockage non frigorifique** (exploitation pour compte de tiers d'installation d'entreposage non frigorifique ou de lieux de stockages de type entrepôts, silos, réservoirs, hangars, etc.)
- **Manutention non portuaire** (comprend le chargement et le déchargement de marchandises ou de bagages, lors des ruptures de charge (ex. manutention routière, ferroviaire, fluviale et sur aéroports))
- **Messagerie, fret express** (comprend la collecte d'envois multiples (groupage) de moins de trois tonnes, le fret express de marchandises)
- **Affrètement & organisation des transports** (comprend l'affrètement terrestre, maritime, aérien qui consiste à confier des envois sans groupage préalable à des transporteurs publics)



15

Nombre de communes qui recensent au moins une entreprise avec salarié(s) liée directement ou indirectement à la logistique

81

Nombre d'entreprises avec au moins un salarié liées directement ou indirectement à l'activité logistique

201

Le nombre total d'entreprises liées directement ou indirectement à l'activité logistique (avec ou sans salarié)

Source : Données Sirene, 2021

Le diagnostic prospectif du commerce - SCOTERS

Déc. 2021

Etat des lieux des professionnels de la logistique sur le territoire

8

Nombre d'entreprises de plus de 20 salariés liées directement ou indirectement à l'activité logistique

3 000

Nombre de salariés travaillant dans les huit principales entreprises du territoire en matière de logistique (effectifs à l'adresse)

LES ENTREPRISES LES PLUS STRUCTURANTES DU TERRITOIRE SUR LE VOLET LOGISTIQUE

Nom	Commune	Activité	Effectif à l'adresse	Date de création
Heppner Société de Transport	Strasbourg	Affrètement et organisation des transports	1 964 salariés	1969
Schenker France	Strasbourg	Messagerie, Fret express	20 à 49 salariés	2016
Calberson Alsace	Strasbourg	Messagerie, Fret express	120 salariés	1993
Stef Transport Strasbourg	Bischoffheim	Messagerie, Fret express	209 salariés	1996
Auchan Supermarché	Strasbourg	Entreposage et stockage non frigorifique	100 à 250 salariés	2003
Stef Eurofrischfracht	Strasbourg	Affrètement et organisation des transports	50 à 99 salariés	1999
Woehl et Compagnie	Strasbourg	Affrètement et organisation des transports	179 salariés	1955
Fedex Express France	Geispolsheim	Messagerie, Fret express	50 à 99 salariés	2011

Source : Données Sirene, 2021 / Kompas

- L'état des lieux des professionnels de la logistique sur le territoire du Scoters souligne la vocation stratégique des secteurs comme le **Port Autonome de Strasbourg**, **l'aéroport d'Entzheim** ou encore **la ZA de Girsheim** à Illkirch.
- Au total ce sont **près de 3 000 emplois (effectifs à l'adresse) liés à l'activité de cette dizaine d'entreprises**, positionnées principalement le long des axes de desserte routière, ferroviaire ou encore fluviale du territoire.
- **Près de la moitié des entreprises présentées ci-contre sont liées à la nomenclature d'activité « Messagerie, Fret express ».** Parmi les autres entreprises en présence, on relève notamment l'activité logistique du groupe Auchan, dont les locaux sont localisés sur le Port Autonome de Strasbourg.



Chapitre 4 Le centre-ville de Strasbourg

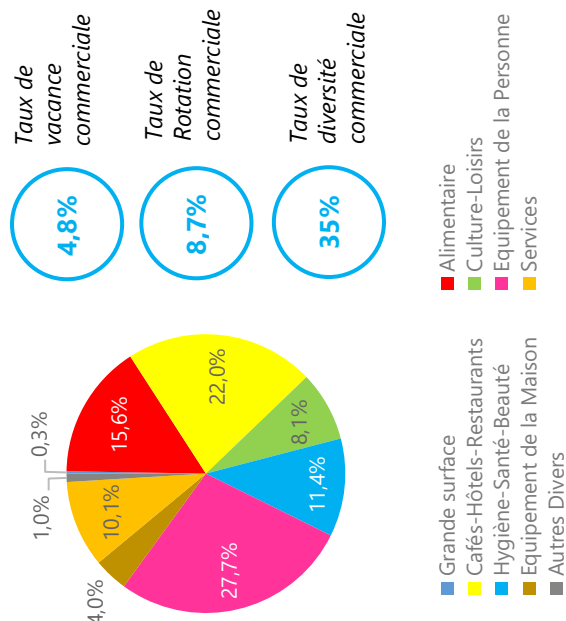
Le centre-ville de Strasbourg

Etat des lieux de l'offre commerciale

LAI

40

REPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE DE STRASBOURG PAR SECTEURS D'ACTIVITE



Taux de vacance commerciale

4,8%

Taux de Rotation commerciale

8,7%

Taux de diversité commerciale

35%

■ Grande surface
■ Cafés-Hôtels-Restaurants
■ Hygiène-Santé-Beauté
■ Equipement de la Maison
■ Autres Divers
■ Alimentaire
■ Culture-Loisirs
■ Equipement de la Personne
■ Services

PERIMETRE COMMERCIAL DU CENTRE-VILLE DE STRASBOURG (Source Codata)



- L'offre commerciale du centre-ville de Strasbourg se caractérise par une **vocation affirmée de lieu de destination** (dimension shopping à hauteur de 28% et offre dite de « convivialité » de l'ordre de 22%).
- L'offre **alimentaire** représente quant à elle un peu moins de 15% avec toutefois la présence de **plusieurs locomotives** à même de répondre aux besoins locaux (**Monoprix 2 650m² et Supermarché Auchan de 1 900 m²**).
- Le centre-ville de Strasbourg comptabilise à ce jour **un peu plus de 1400 emplacements commerciaux (38% de retailers)**. L'offre commerciale du centre-ville se localise essentiellement en pied d'immeuble (88% de l'offre).
- Avec près de 106 commerces actifs et plus de 41 000 m² le **centre commercial de la Place des Halles** constitue le principal pôle commercial du centre-ville. A noter que ce dernier présente à ce jour un **taux de vacance de l'ordre de 16%** (vingtaine de cellules vacantes), en hausse de **+4,6% par rapport à 2019**.

Source : Codata 2021

UNE TENDANCE AU RECUL DU SECTEUR DE L'EQUIPEMENT 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 vu des effets liés à la crise sanitaire sur ces deux dernières années.

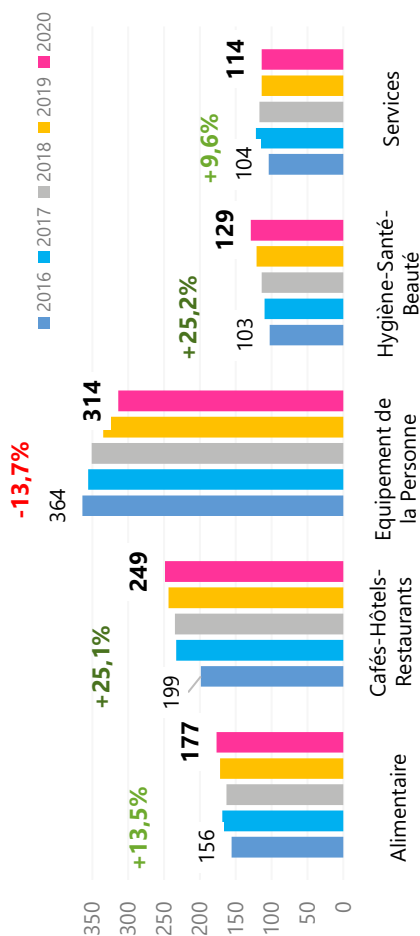
- L'année 2020 se caractérise par la perte de près d'une trentaine d'enseignes en centre-ville pour une vingtaine de nouveaux arrivants.

- Sur la trentaine d'enseignes qui ont disparu 78% sont liées au secteur de l'Équipement de la personne (habillement, chaussures, etc.)

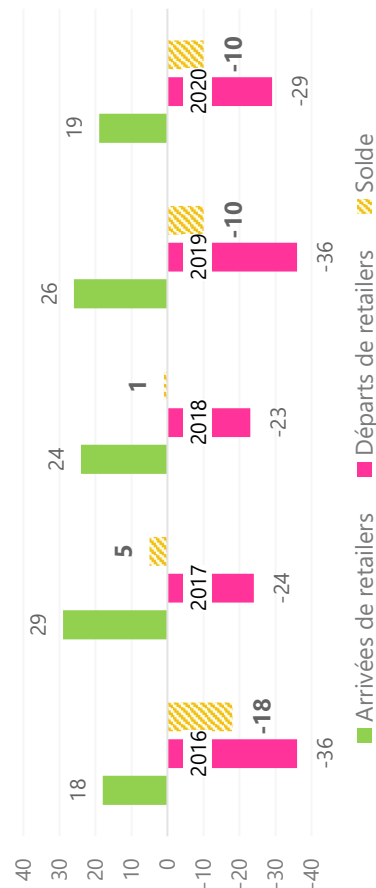
- A noter enfin que sur la vingtaine d'enseignes nouvellement arrivées, environ 40% correspondent à une offre également orientée sur l'équipement de la personne (rapport de l'ordre de 1 pour 2).

Source : Codata 2021

EVOLUTION DU NOMBRE DE COMMERCES SELON LES PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITE SUR CES CINQ DERNIERES ANNEES (PERIODE 2016-2020)



DYNAMIQUE D'EVOLUTION DES ENSEIGNES EN CENTRE-VILLE SUR CES CINQ DERNIERES ANNEES (PERIODE 2016-2020)





Le centre-ville de Strasbourg
Les principaux pôles commerciaux strasbourgeois

UNE DYNAMIQUE DES POLES
COMMERCIAUX QUI PRESENTE DES
SIGNES DE FRAGILISATION

- L'état des lieux des **principaux centres commerciaux strasbourgeois** donne à voir un plancher commercial de plus de **128 000 m² carrés**, et ce indépendamment des ensembles commerciaux associés.
- On observe une **tendance quant au développement de la vacance au sein des centres-commerciaux avec des taux fréquemment supérieurs à 10%**. En témoigne, la vacance observée sur les centres commerciaux des **quartiers de Hautepierre et de l'Esplanade** et ce, comparativement à la dynamique des ensembles commerciaux auxquels ils sont rattachés.
- **Le taux de vacance dans les centres commerciaux strasbourgeois, de l'ordre de 11%**, est près de 2,2 fois supérieur à celui observé sur le centre-ville de Strasbourg (4,8%).

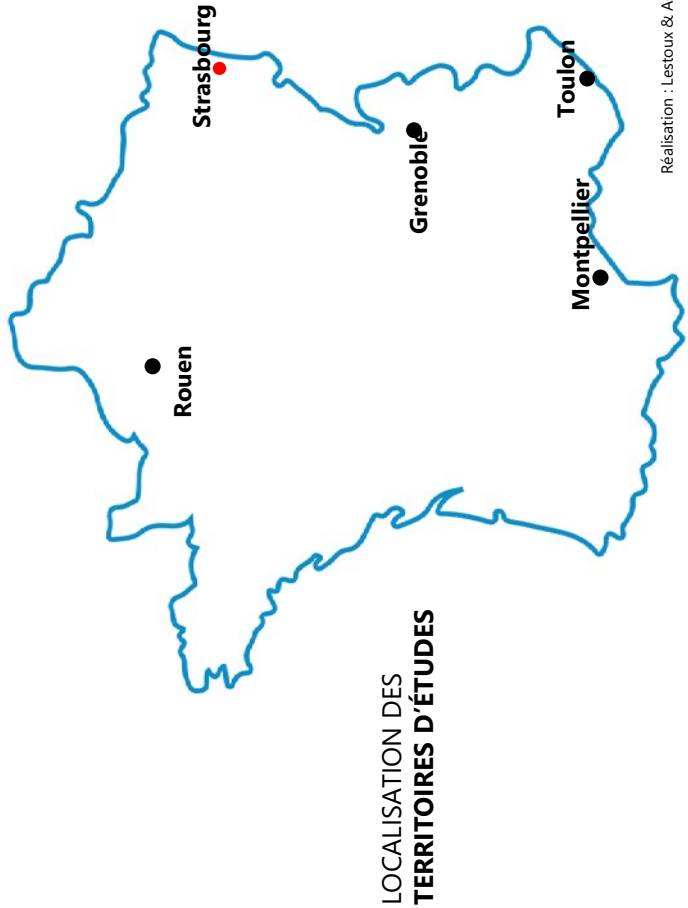
Nom de la polarité	Surface	Emplacements commerciaux	Taux de vacance	Rotation des commerces	Perspectives actuelles
CC Place des Halles	41 600 m²	126	15,9% (+4,6%)	13,0%	Réaménagement de l'espace public voisin du CC
CC E.Leclerc Rive Etoile	28 700 m²	30	10% (-0,5%)	10,5%	Une tendance au passage d'un « lieu de destination » à celui de « lieu de proximité »
ZAC Rive Etoile	-	87	13,8% (+0,2%)	6,8%	
Total pôle		117			
Autoshopping Auchan	24 980 m²	54	14,8% (-3,7%)	7,4%	Interrogation sur le devenir du format de l'Hyper (Cf. Auchan piéton en centre-ville)
Hautepierre Autoshopping	-	68	1,5% (-4,2%)	10,1%	
Total pôle		122			
CC de L'Esplanade	16 136 m²	39	8,1% (0%)	8,1%	-
Place de l'Esplanade	-	25	Nul (-4,0%)	4,0%	
Total pôle		64			
CC La Maison Rouge	9 100 m²	7	28,6% (0%)	-	-
CC Les Boutiques de l'Aubette	5 700 m²	11	Nul (-)	-	-
Gare de Strasbourg	2 223 m²	18	11,1% (+5,6%)	5,6%	-
Total	128 439 m²	465	11,0%	8%	-

Source : Codata 2021

TERRITOIRES D'ÉTUDES & INDICATEURS ASSOCIÉS

A partir des données CODATA, nous avons comparé le centre-ville de Strasbourg avec 4 agglomérations proches du point de vue de la dynamique démographique et commerciale :

- Rouen,
- Grenoble,
- Montpellier,
- Toulon



ANALYSE COMPARATIVE DES CENTRALITES COMMERCIALES

	EPCI	Magasins	Enseignes	Part des commerces en centralité	Vacance de la centralité	Densité de commerces pour 1 000 hab (EPCI)
Strasbourg	500 510	2 134	969	59,6%	4,8%	4,26
Rouen	498 822	2 120	880	51,2%	5,1%	4,25
Montpellier	481 276	2 812	1 144	51,8%	7,2%	5,84
Grenoble	445 059	2 571	1 050	49,6%	9,6%	5,78
Toulon	424 390	2 872	1 064	35,9%	14,5%	6,76

Sources : Données et périmètres CODATA

Le centre-ville de Strasbourg

Benchmark des centralités commerciales

LAI

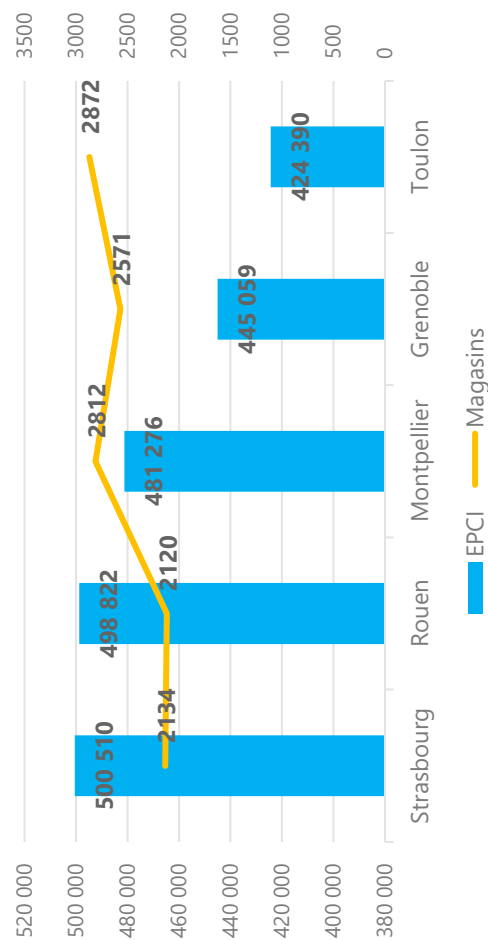
44

UN COMMERCE DE CENTRE-VILLE PUISSANT

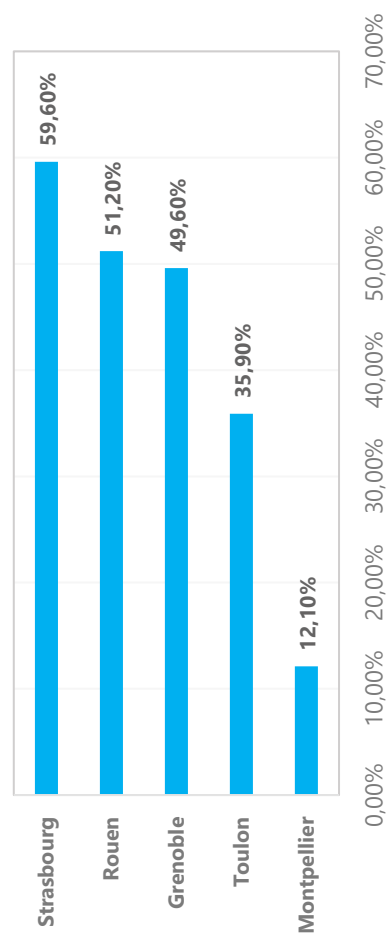
En termes de population, **Strasbourg présente l'EPCI la plus peuplée** de l'échantillon.

De plus, la ville constitue **l'avant dernière ville en terme de volume de commerces par habitant avec 4,26 commerces pour 1 000 habitants** contre 5,38 commerces pour 1 000 habitants en moyenne sur l'échantillon et 4,25 pour la métropole Rouennaise

TAILLE DES COMMUNES VS. NOMBRE DE COMMERCES



PART DES COMMERCES EN CENTRALITE



UNE CENTRALITE AVEC UN VOLUME DE COMMERCES EQUILIBRE

Strasbourg est la ville qui a le plus fort taux de présence de commerces en centralité avec 59% des commerces, contre une moyenne de 49,6% pour les autres communes (différence de près de 10 points). Seules Rouen et Montpellier présentent des taux de commerces en centralité supérieurs à 50%. Strasbourg et Rouen sont également les villes avec la vacance en centralité la plus maîtrisée.



ÉLÉMENTS À RETENIR

Plus la part des commerces en centralité est élevée dans les EPCI, plus la vacance est faible en centre-ville. Cela **implique un volume de commerces au sein de l'EPCI maîtrisé afin de préserver une centralité avec un commerce fort,**



Le centre-ville de Strasbourg
Les enseignes préférées des français

UNE CENTRALITE AVEC UNE
PUISSANCE D'ENSEIGNES

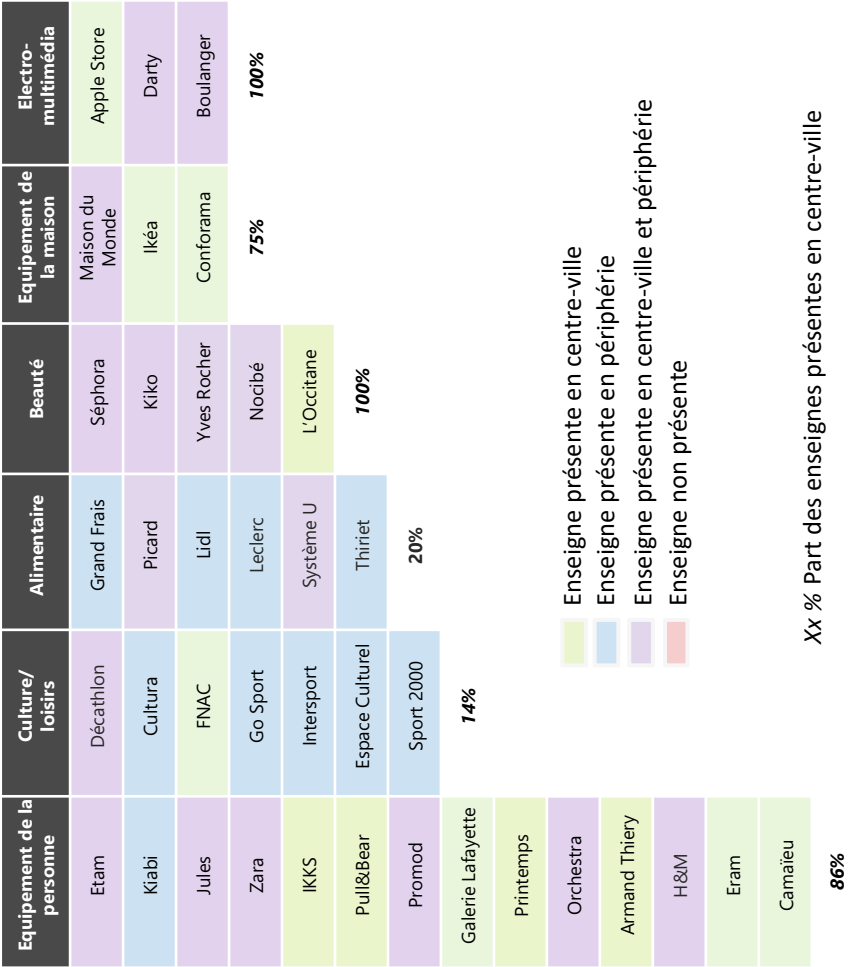
Parmi les enseignes les plus attractives selon les français, 68% se trouvent sur le centre-ville de Strasbourg. Ce taux s'élargit à 97% si l'on considère l'ensemble de la périphérie.

Une présence cohérente des enseignes sur le centre-ville avec toutefois une duplication d'enseignes notable puisque 14 de ces dernières sont identifiées en centre-ville et en périphérie. *

24% des enseignes les plus attractives selon les français sont implantées exclusivement en périphérie, soit une représentation égale au centre-ville

ÉLÉMENTS À RETENIR

Un phénomène de duplication d'enseignes qui reste maîtrisé à l'échelle de l'agglomération Strasbourg grâce à une belle présence d'enseignes en centralité. Seules des GMS sont seulement présentes en périphérie.



* Source et méthodologie : proposition Index 2016 Survey, analyse OC&C. Etude réalisée auprès de de 40 000 personnes interrogées (dont 5000 en France) dans 14 pays, repose sur 17 secteurs et environ 900 enseignes (dont 106 en France jugées à partir des 9 composantes suivantes : prix bas, services, qualité produits, choix, site internet, organisation magasin, rapport qualité prix, produits qui me conviennent, confiance

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 doublet 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 CENTRALITE				
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 Cello 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, Poulaillon, Starbucks, Subway				
Culture Loisirs	King Jouet, Monceau Fleurs				
Beauté	Alain Afflelou, Audition Conseil, Body Minute, Coiffirst, Keep Cool, Kiko, Marionnaud, Sephora, Krys, Optic 2000, Tchip, Yves Rocher				
Services	Axa, Crédita Agricole, Caisse d'Epargne, Crédit Mutl Bouygues Telecom, Orange, Free, Espace SFR, Sephora,				
GMS (>300 ²)	Monoprix, Carrefour, U, Auchan, Norma				

L'enquête à destination des communes Etat des lieux des projets en cours

LAI

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 :

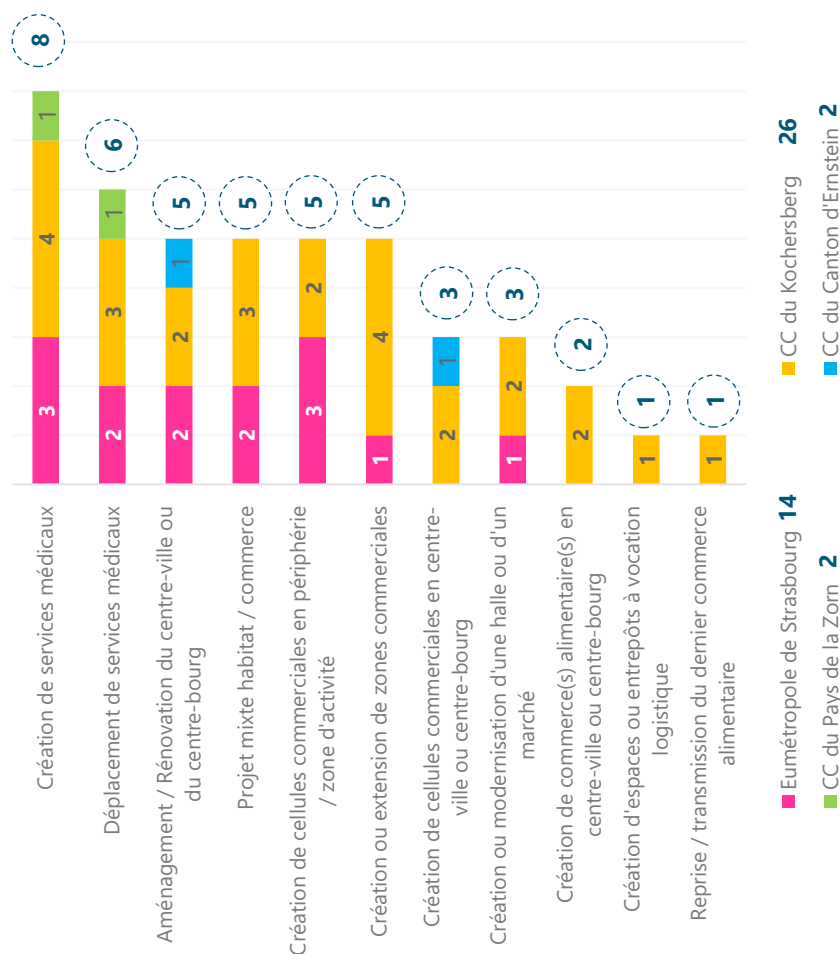
- Développement des communes dans le cadre de **projet(s) mixte(s) habitat / commerce** et/ou d'une **intervention ciblée sur le centre-ville / centre-bourg** (*aménagement-rénovation*),
- Développement du commerce **en dehors des centralités** (*création de cellules en périphérie / zone d'activité,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

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.

59%

50

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

L'enquête à destination des communes

Regard sur le SCoT actuel et attentes autour de sa révision

51

LA DYNAMIQUE COMMERCIALE DU TERRITOIRE

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**

83,4%

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**

61,5%

LA PROTECTION DES CENTRALITES

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**

60%

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

42,9%

APPROPRIATION ET ATTENTES AUTOUR DU SCoT

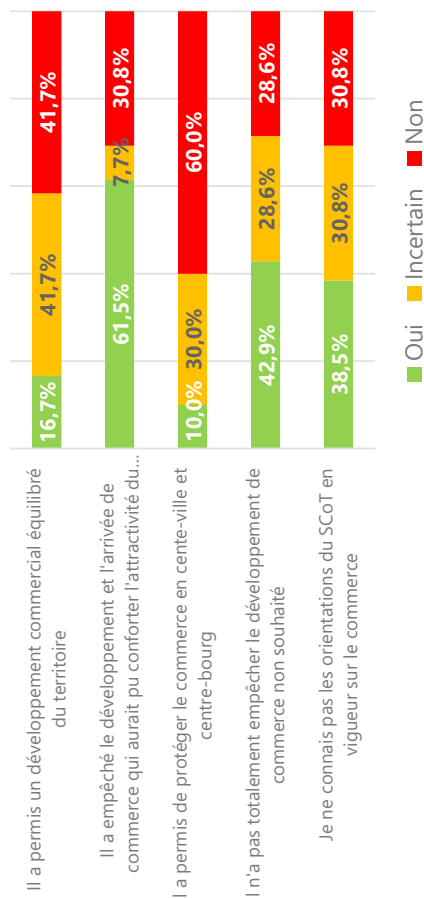
La part des répondants qui **ne connaissent pas et/ou ne sont pas surs de connaître les orientations du SCoT en vigueur en matière de commerce**

61,6%

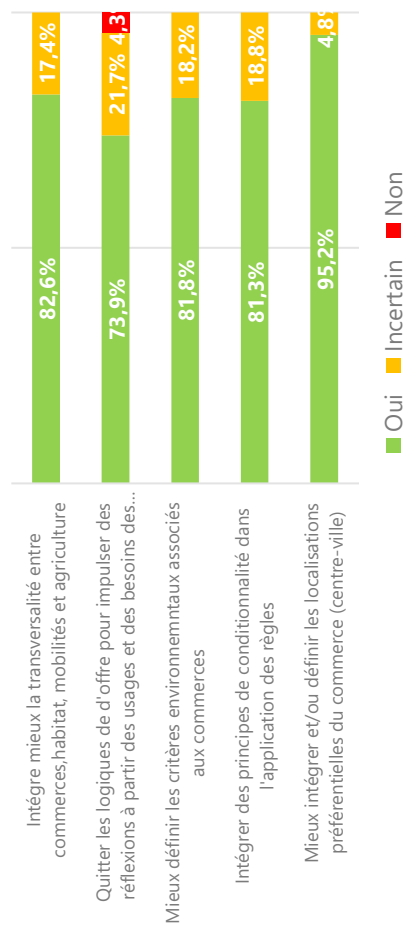
L'ensemble des **principes / propositions formulés en matière d'innovation pour la révision du SCoT** semblent pleinement partagés par les répondants

> 70%

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

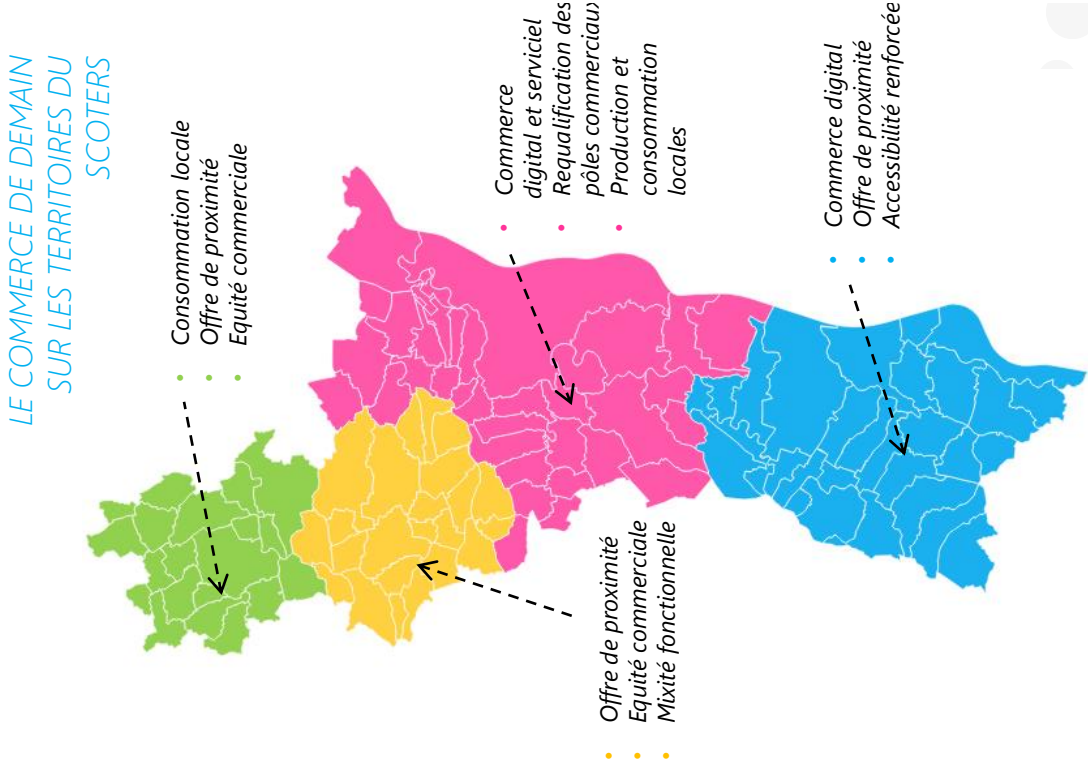
Le diagnostic prospectif du commerce - SCOTERS

Déc. 2021

L'enquête à destination des communes
La vision du commerce de demain

TERRITOIRE	VISION DU COMMERCE DANS LES 15 ANNÉES A VENIR
EUROMETROPOLE DE STRASBOURG (10 communes sur 33 se sont exprimées soit un taux de retour de l'ordre de 30,3%)	« Diversifier l'offre de proximité s'adressant à une population qui voudrait limiter les trajets des courses », « Offrir plus de services de proximité, notamment les soins médicaux », « Conserver les notions de centres commerciaux mais remoduler l'architecture », « Un commerce de proximité et digitalisé », « Commerce de proximité favorisant les circuits courts et l'agriculture raisonnée »
CC DU KOCHERSBERG (10 communes sur 23 se sont exprimées soit un taux de retour de l'ordre de 43,4%)	« Trouver un équilibre entre commerces traditionnels et le développement de grandes zones commerciales », « Développer des petites zones, à taille humaine à proximité ou au milieu de plusieurs villages serait un bon compromis », « Produire et consommer local », « Des développement du commerce de proximité », « Des zones plutôt mixtes et non exclusivement commerciales »
CC DU CANTON D'ERSTEIN (11 communes sur 28 se sont exprimées soit un taux de retour de l'ordre de 39,3%)	« L'obligation n'est pas d'envisager pour demain un développement commercial mais bien de s'assurer de l'existence de transport pour accéder aux bourgs centres », « Le commerce de proximité va prendre de l'ampleur », « Il ne faut pas nier l'omniprésence de la vente en ligne », « Développement des points relais, du commerce en ligne »
CC DU PAYS DE LA ZORN (7 communes sur 20 se sont exprimées soit un taux de retour de l'ordre de 35%)	« Développement des achats en ligne », « Arrêter la création de centres commerciaux consommateurs de fonciers », « Retour à une consommation locale (telle que perçue lors de la crise sanitaire) », « Un développement de petites unités commerciales et une répartition plus équitable sur les territoire pour réduire les déplacements et la congestion automobile »

Source : Enquête communes, Extraction Novembre 2021



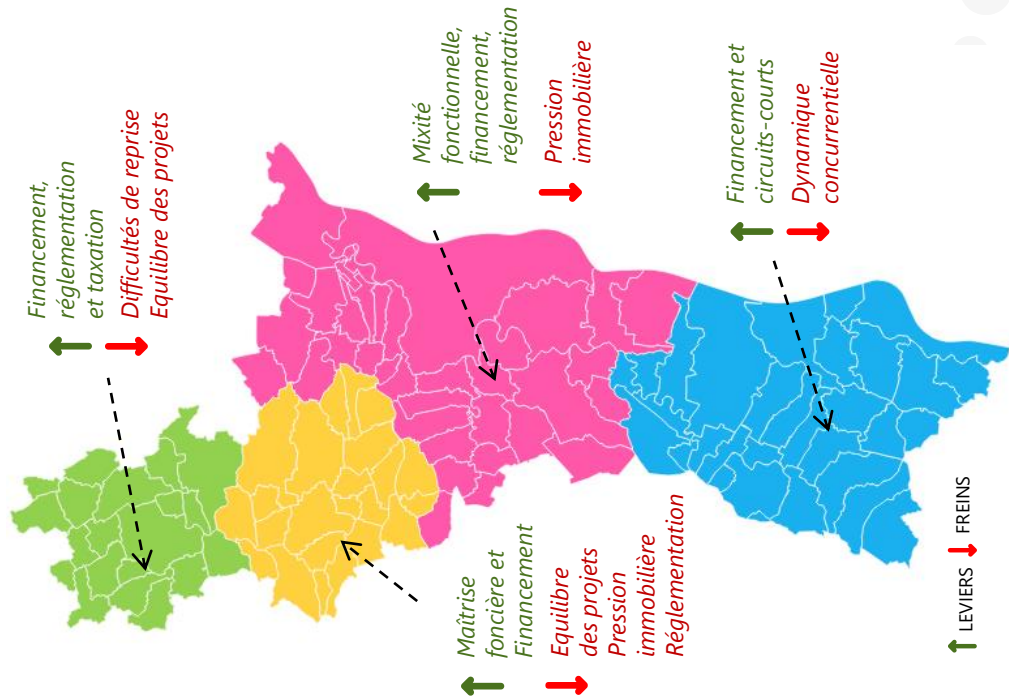
L'enquête à destination des communes

Le développement / maintien du commerce de proximité

53

LEVIERS ET FREINS DU COMMERCE DE PROXIMITE SUR LES TERRITOIRES DU SCOTERS

PRINCIPAUX LEVIERS	PRINCIPAUX FREINS
- Mise à disposition de nouveaux locaux et des places de parking associées - Mixité des lieux (café épicerie, salle de sport, restauration, coworking, etc.) - Soutien au foncier / à l'encadrement des loyers / aides financières aux commerçants - Communication encourageant la consommation locale et en proximité - Traduction réglementaire : zonage PLUi, mise en œuvre du DP commercial	- Contexte économique et augmentation des loyers - Peu de mixité fonctionnelle entre les activités servicielles et commerciales - Le manque de locaux commerciaux - Manque d'outils pour lutter contre les grandes enseignes et limiter leur implantation
- Maîtrise du foncier par les collectivités - Une plus grande souplesse dans l'installation des commerces (« vouloir implanter un commerce dans un petit village qui n'est pas passant ne fonctionnera pas ») - Aides financières pour l'installation et/ou le fonctionnement, Locaux mis à disposition - Faciliter les appels à projets - Sacralisation du foncier commercial et limitation de l'implantation des grandes surfaces	- Complexité du montage des projets / rentabilité difficile à trouver dans des communes « dortoirs » - Prix élevé du foncier et des loyers liés à la proximité avec l'Eurométropole - Disponibilité des terrains et locaux - Accessibilité aux commerces / Stationnement - Règles d'urbanisme
- Aide à la modernisation / restauration des locaux commerciaux en centre-ville - Renforcement des circuits-courts et notamment de la place des marchés - Favoriser la communication autour du local - Lever fiscal : actions de communication financées par l'EPCI,	- Les grandes surfaces, et notamment le développement des supermarchés - Le surdimensionnement des zones commerciales de l'Eurométropole
- Empêcher la création de zones commerciales - Taxer plus fortement les achats sur internet - Accompagner l'activité commerciale pour en assurer le maintien (formation du gérant, aides financières)	- Coûts des locaux trop élevé pour une reprise de bail ou l'acquisition - Peu de mixité programmatique (habitat / commerce)



Source : Enquête communes, Extraction Novembre 2021

Le diagnostic prospectif du commerce - SCOTERS

Déc. 2021

Le territoire du SCOTERS dans son environnement territorial

LAI

UNE PLACE PREPONDERANTE DU COMMERCE DANS LE RHIN SUPERIEUR ALLEMAND

Sur le territoire du Rhin supérieur côté allemand, **le commerce de détail représente la branche économique la plus forte en terme d'emploi (9% de la main d'œuvre)** après l'industrie manufacturière.

9%

La surface commerciale (en m²) pour 1 000 habitants côté allemand en 2017, contre 1 300 m² côté français. A noter également que les **grandes surfaces** sont plus fortement représentées côté allemand que français (respectivement 62% et 59%).

1 600

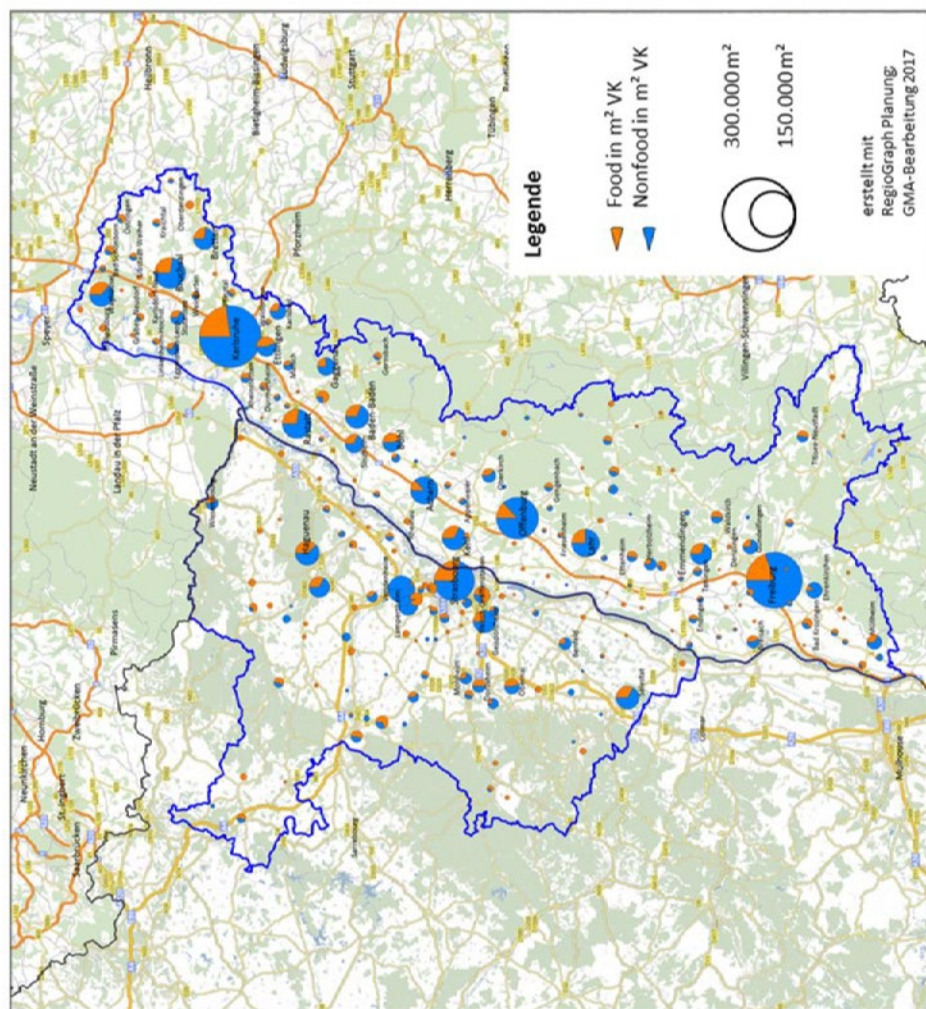
La croissance du commerce (chiffre d'affaires) côté français en 2016. Un taux plus de deux fois supérieur à celui observé de l'autre côté de la frontière (+0,8%).

+1,8%

La part du commerce en ligne côté allemand (2017). Un taux supérieur de près de 3 points à ce qui est observé côté français (9%).

12%

UN MAILLAGE COMMERCIAL INEGAL DANS LE RHIN SUPERIEUR



Quelle: GMA-Erhebung 2017 bzw. Daten der Chambre de Commerce et d'Industrie, Straßburg 2016

Source : ADEUS - Retour d'expérience du MORO / Rhin Supérieur - Novembre 2020



Chapitre 5

Analyse des flux de consommation



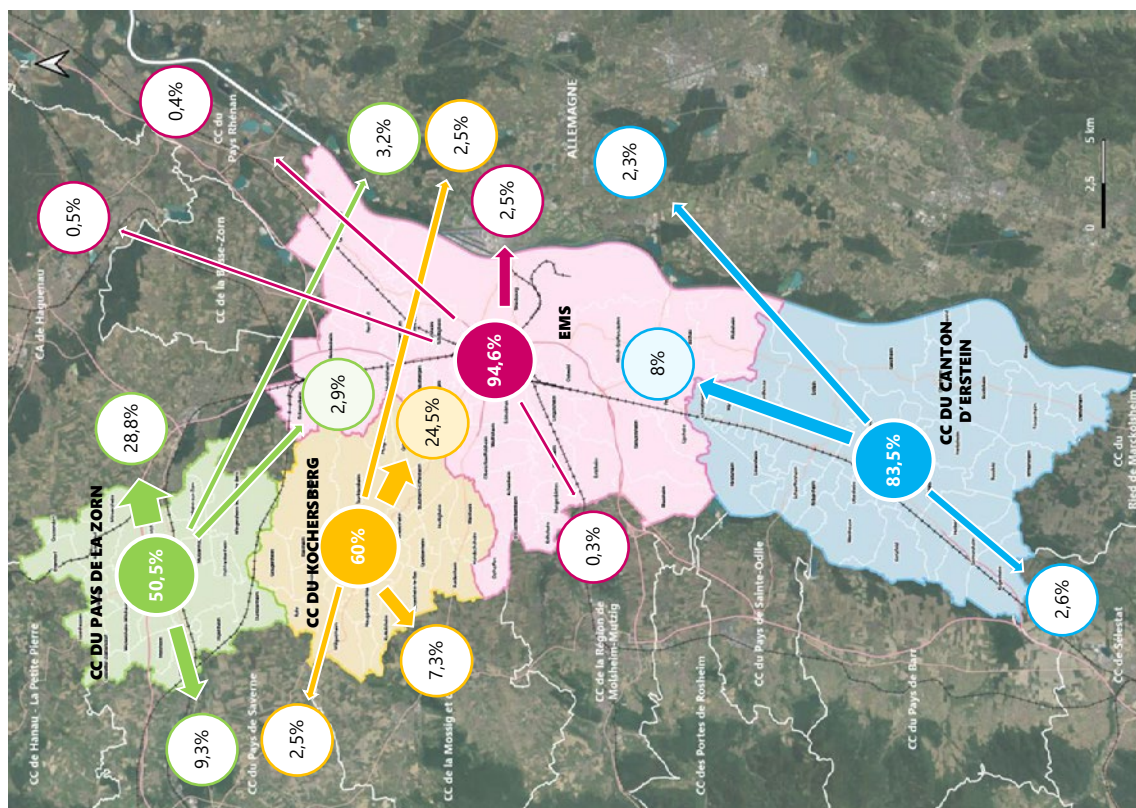
ATTRACTIONS / ÉVASIONS

Les dépenses en alimentaire restent à la proximité avec 92,8% de ces dernières s'effectuant sur le territoire du SCoTERS. L'EMS est le territoire qui concède le moins d'évasion avec 94,6% des dépenses sur l'EPCI. Les évactions sur l'alimentaire apparaissent incompressibles sur le territoire.

La CC du Kochersberg et plus particulièrement la CC du Pays de la Zorn montrent en revanche de fortes évasions allant de 40 à 50 %. Haguenau constitue un pôle d'attraction majeur pour la CC du Pays de la Zorn (28,8% d'évasion) et sa proximité reste plus intéressante que l'EMS (2,9% d'évasion).

Aussi la CC du Kochersberg montre qu'un quart des dépenses se font au sein du territoire de l'Euremétropole.

Par ailleurs, l'Allemagne capte 2,5% des achats alimentaires de la population du SCOTERS.



Sources : CCI Alsace Eurométropole enquête 2021

STRUCTURATION DES ACHATS ALIMENTAIRES

xx% Achats sur le secteur d'enquête	Emprise du territoire du SCOTERS	92,8 %
	Évasions	7,2 %
	Dont :	
	Évasions digitales	1,5 %
	Évasions physiques	5,7 %
	Dont vers l'Allemagne	2,4 %

Avec 71,6% des dépenses en équipement de la personne effectuées sur le territoire, le SCoTERS montre une évasion contenue vers les pôles extérieurs. Toutefois, on observe un fort contraste sur le territoire avec les EPCI du Nord qui montrent de très faibles emprises avec près de 91-92% d'évasions notamment 25,3% de la CC du Pays de la Zorn vers l'agglomération haguénovienne. Aussi 30% à 62% des dépenses en équipement de la personne de ces deux EPCI (respectivement CC de la Zorn et CC du Kochersberg) se font sur l'EMS. Des taux qui montrent l'importance de l'offre mais plus particulièrement le rayonnement de la métropole strasbourgeoise sur ce secteur.

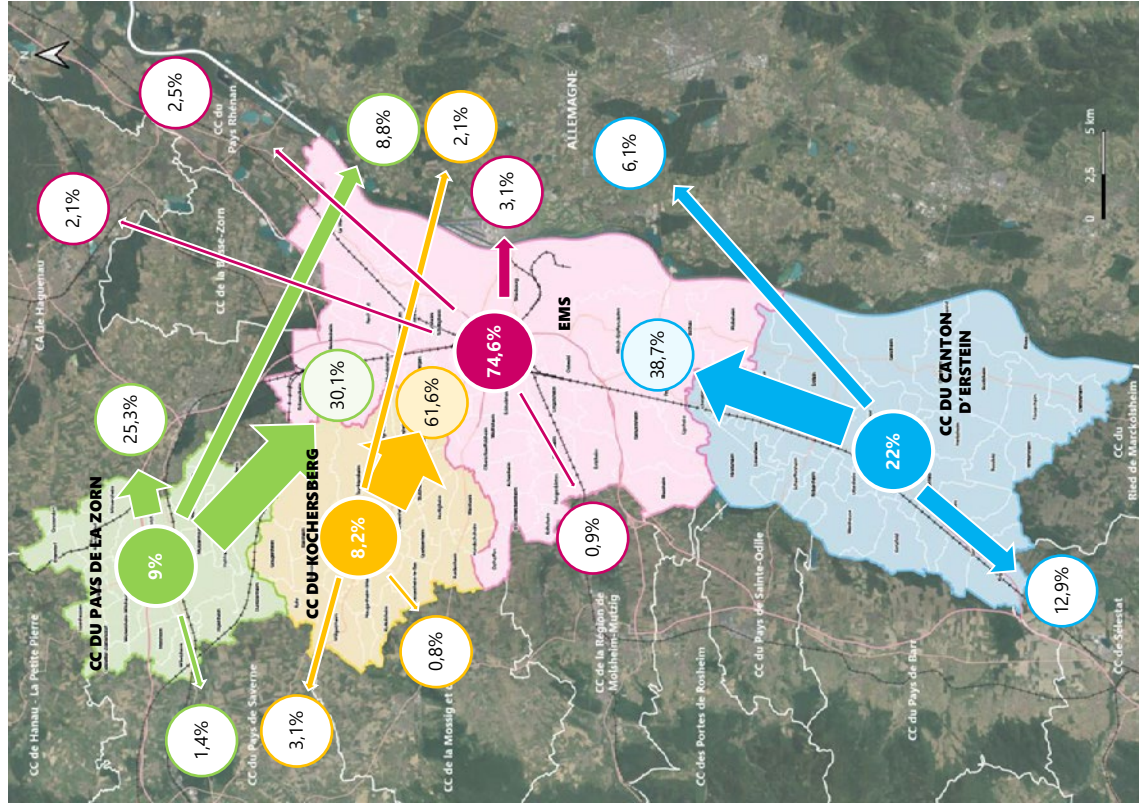
On relève également l'importance du digital qui progresse et se hisse au même seuil que l'évasion physique.

Emprise du territoire du SCoTERS	71,6 %
Évasions	28,4 %
Dont :	
Évasions digitales	13 %
Évasions physiques	15,4 %
Dont vers l'Allemagne	3,5 %

xx%

Achats sur le secteur d'enquête

ATTRACTIONS / ÉVASIONS



Sources : CCI Alsace Eurométropole enquête 2021

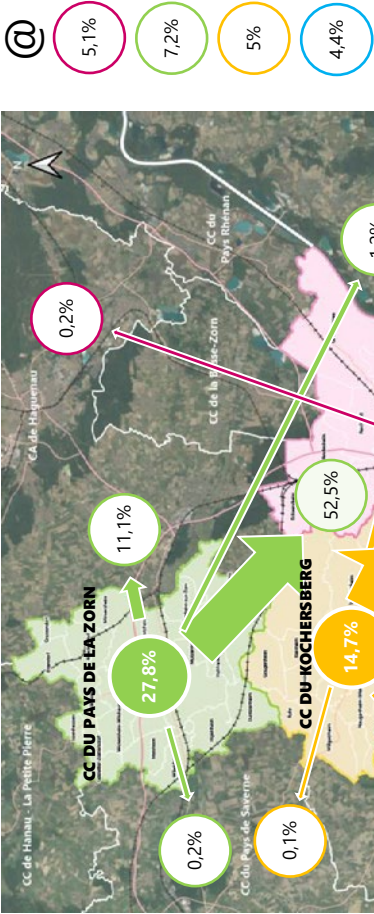
Comportements d'achat / Dépenses en bricolage-jardinage

86,9% des dépenses des ménages sont effectués sur le territoire de SCoTERS Agglomération. Une emprise conséquente logiquement plus marquée sur le cœur métropolitain en raison de l'offre dense présente. Ainsi les trois EPCI d'Erstein du Kochersberg et du Pays de la Zorn révèlent de fort taux d'évasion vers l'EMS.

Par ailleurs, l'évasion apparaît plus marquée sur le nord ouest du territoire (16 à 20% des dépenses hors SCoTERS) en raison d'une offre faible voire inexistante et des achats qui se font principalement dans les grandes surfaces alimentaires.

xx% Achats sur le secteur d'enquête	Emprise du territoire du SCoTERS		86,9 %
	Évasions		13,1 %
	Dont :		
	Évasions digitales		5 %
	Évasions physiques		8 %
	Dont vers l'Allemagne		2,5 %

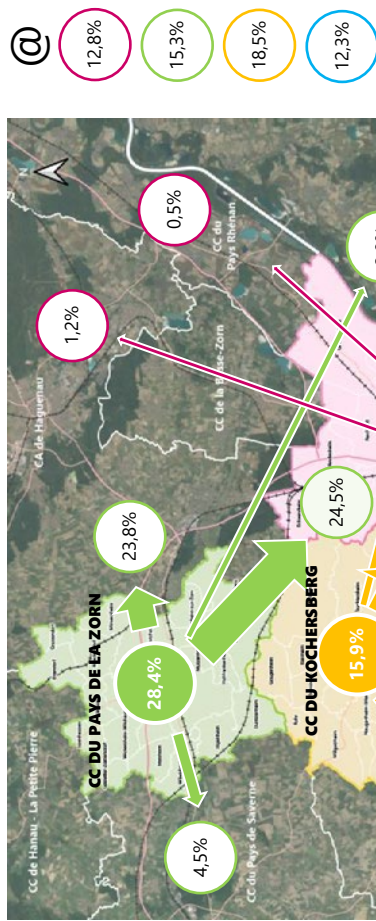
ATTRACTIONS / ÉVASIONS



Sources : CCI Alsace Eurométropole enquête 2021

78,6% des dépenses en équipement de la maison sont effectuées sur le territoire. Ceci s'explique par une offre diversifiée avec un nombre conséquent de grosses enseignes sur ce secteur (IKEA, But, Conforama...). L'EMS montre encore ici une forte emprise sur les autres EPCI du territoire avec 24,5 à 57,8% des évasions.

ATTRACTIIONS / ÉVASIONS



Emprise du territoire du SCoTERS		78,6 %
Évasions		21,4 %
Dont :		
Évasions digitales		13 %
Évasions physiques		8,4 %
Dont vers l'Allemagne		3,1 %



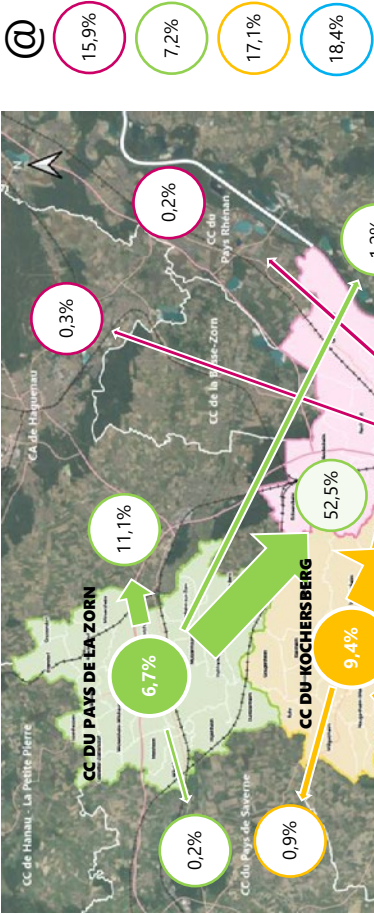
Achats sur le secteur d'enquête

Sources : CCI Alsace Eurométropole enquête 2021

Comportements d'achat / Dépenses en culture-loisirs

78,9% des dépenses en culture-loisirs sont effectuées sur le territoire, dont 73% uniquement sur l'Eurométropole. En effet, on assiste à une forte polarisation de ce secteur davantage présent sur Strasbourg et sa périphérie par la présence d'enseignes différenciantes sur l'hypercentre de Strasbourg ou sur la zone de Vendenheim.

ATTRACTIONS / ÉVASIONS



Emprise du territoire du SCOTERS	78,9 %
Évasions	21,1 %
Dont :	
Évasions digitales	16,2 %
Évasions physiques	5 %
Dont vers l'Allemagne	0,6 %

xx%

Achats sur le
secteur
d'enquête

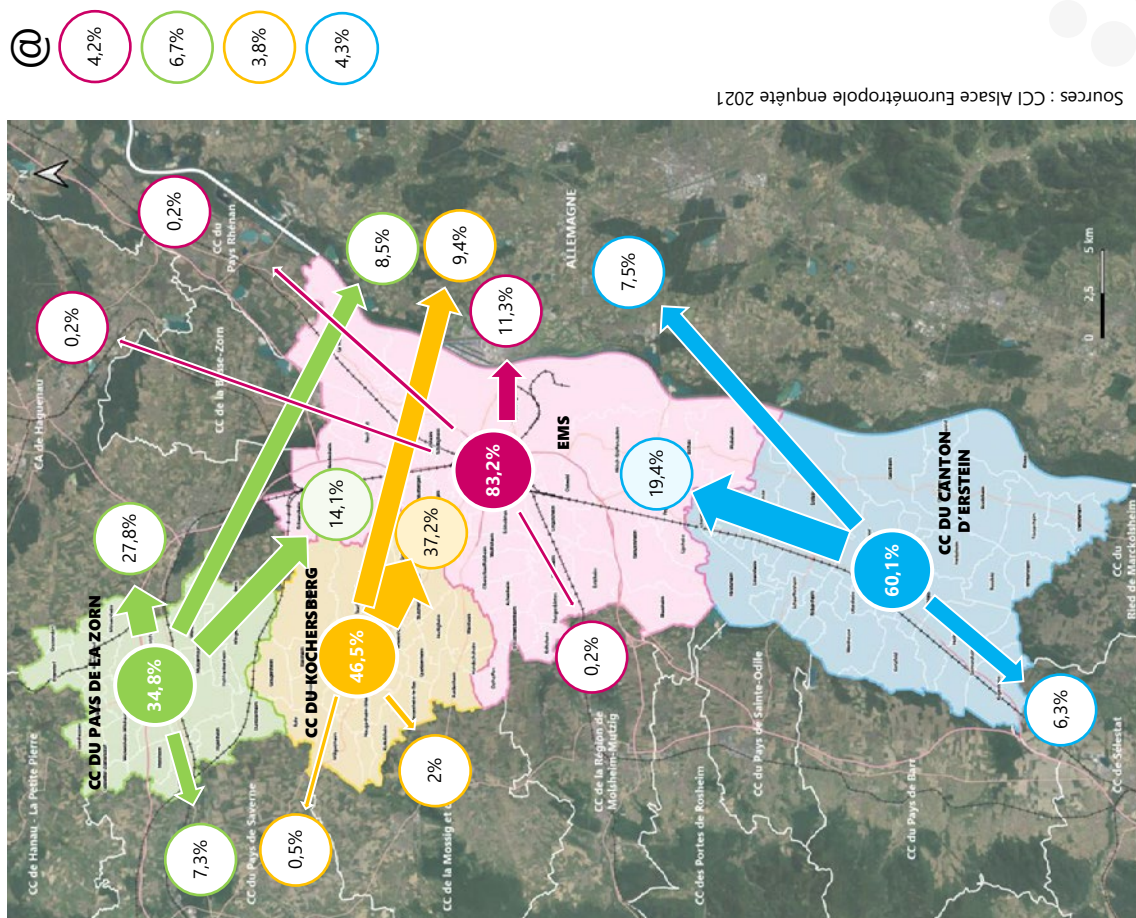
Sources : CCI Alsace Eurométropole enquête 2021

Une évasion davantage marquée vers l'Allemagne pour ce secteur (10,8% contre 2,4% en moyenne pour les autres secteurs). Un taux qui s'explique par des produits cosmétiques et hygiéniques près de deux fois moins chers outre-Rhin favorisant une évasion plus marquée pour ce secteur de dépense.

Achats sur le
secteur
d'enquête

Emprise du territoire du SCoTERS	81,3 %
Évasions	18,7 %
Dont :	
Évasions digitales	4,4 %
Évasions physiques	14,3 %
<i>Dont vers l'Allemagne</i>	10,8 %

Comportements d'achat / Dépenses en hygiène-santé-beauté



Sources : CCI Alsace Eurométropole enquête 2021

Éléments à retenir

LAI

16

1

Une question de rééquilibrage et une croissance de l'offre sur le secteur alimentaire qui se pose sur la partie nord du territoire (CC du Kochersberg et Pays de la Zorn).

2

Une évasion non négligeable sur l'équipement de la personne avec des centres-villes qui perdent pieds notamment celui de Strasbourg qui joue moins son rôle polarisant par un manque d'accessibilité.

3

Une tendance en perte de vitesse sur l'équipement de la maison avec un risque de fragilisation de l'Eurométropole et des zones comme Vendenheim, zone spécialisée sur ce secteur.

4

Une part de marché en culture-loisirs qui reste importante par l'offre et la qualité d'enseignes de l'Eurométropole définie comme polarité d'importance sur ce secteur.

5

Des hypermarchés alimentaires en recul sur l'ensemble des autres secteurs qui soulignent la recherche des consommateurs à l'hyperspécialisation qui se traduit par la présence de corners au sein des GSA

6

Une progression du numérique au détriment du commerce physique qui accentue également l'évasion sur plusieurs secteurs notamment l'équipement de la personne et de la maison entraînant un re questionnement la quantité et qualité de l'offre.



Chapitre 6

Analyse prospective et potentiels de développement

Les potentiels démographiques à l'échelle du Scoters

LAI

18

Le territoire du Scoters compte 590 180 habitants en 2018. Il a connu une **croissance régulière de sa population sur ces quinze dernières années, cette dernière se maintenant au-dessus des +0,38%/an depuis 2008**. A noter que le territoire a connu sa plus forte période de croissance au cours des années 1990 (+0,77%/an entre 1990 et 1999).

Les hypothèses de croissance à horizon 2035 s'appuient sur trois logiques distinctes :

- **Hypothèse basse** : Une évolution démographique correspondant à un taux de +0,38%/an (équivalent à l'évolution 2008-2013).
- **Hypothèse médiane** : Une évolution démographique correspondant à un taux de +0,51%/an (équivalent à l'évolution 1999-2008).
- **Hypothèse haute** : Un retour à la croissance du début des années 1990 (+0,77%/an).

Suivant ces hypothèses le territoire du Scoters est en mesure de gagner entre 39 000 et 82 000 habitants supplémentaires à l'horizon 2035.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Une projection de population à horizon 2035 qui donne à voir un territoire de près de 644 000 habitants



Hypothèse retenue dans le cadre de la révision du Scoters – Horizon 2040

La zone de chalandise et le rayonnement du territoire

19

La métropole strasbourgeoise dispose d'une offre conséquente et d'une grande diversité en termes d'enseignes, notamment différenciantes, qui lui permet de rayonner sur un large territoire, bien au-delà des limites du SCoTERS.

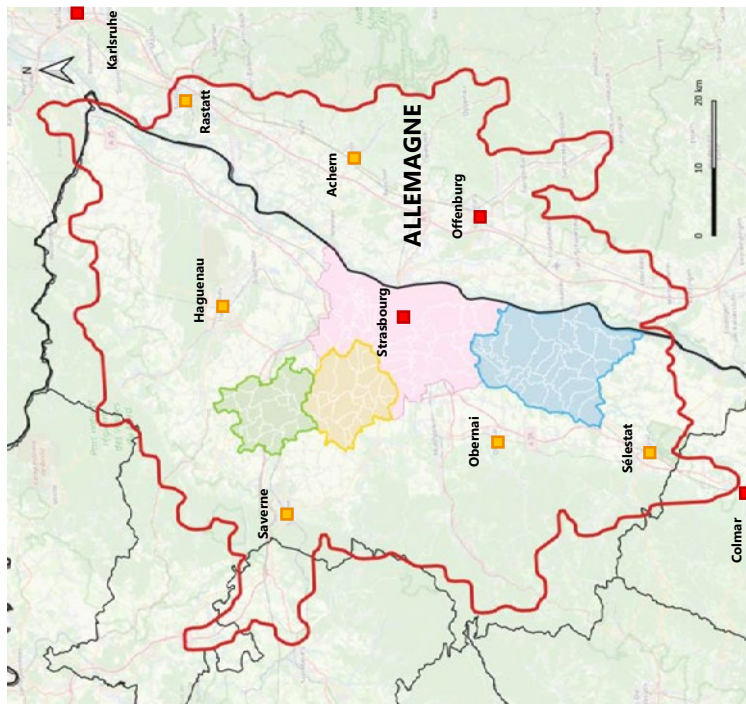
Ainsi, la zone de chalandise, établie ici à 45 minutes en voiture, s'étend sur un périmètre quasi équivalent à celui du département du Bas-Rhin. On notera également la prise en compte de la géographie particulière de Strasbourg avec la frontière allemande qui lui confère également une certaine polarité sur le Land de Bade-Wurtemberg et plus particulièrement sur l'arrondissement de l'Ortenau (Villes d'Offenbourg et Achern).

De fait, après analyses des dépenses réalisées par les ménages hors SCoTERS et par la prise en compte des populations de ces territoires, on estime une captation de 53 000 personnes supplémentaire sur le secteur alimentaire et près de 155 000 habitants pour le non alimentaire. Une manne de consommateurs à intégrer dans les potentiels commerciaux et la dynamique commerciale du territoire.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Un rayonnement métropolitain étendu qui vient capter une population supplémentaire au-delà du SCoTERS et du département du Bas-Rhin.

ZONE DE CHALANDISE DE STRASBOURG



	CA 2019	CA Hors SCoTERS France	CA hors SCoTERS étranger	Part du CA Hors SCoTERS	Part du CA Hors SCoTERS étranger	Population externe captée estimée
Alimentaire	1 615 294 864	82 487 989	98 584 087	5 %	6 %	53 425
Non alimentaire	1 796 799 976	463 651 179	78 157 265	26 %	4 %	155 370

Sources : CCI Alsace Eurométropole enquête 2021

Les potentiels commerciaux pour demain : la méthode

20

L'ÉTUDE DE MARCHÉ MULTI-ACTIVITÉS

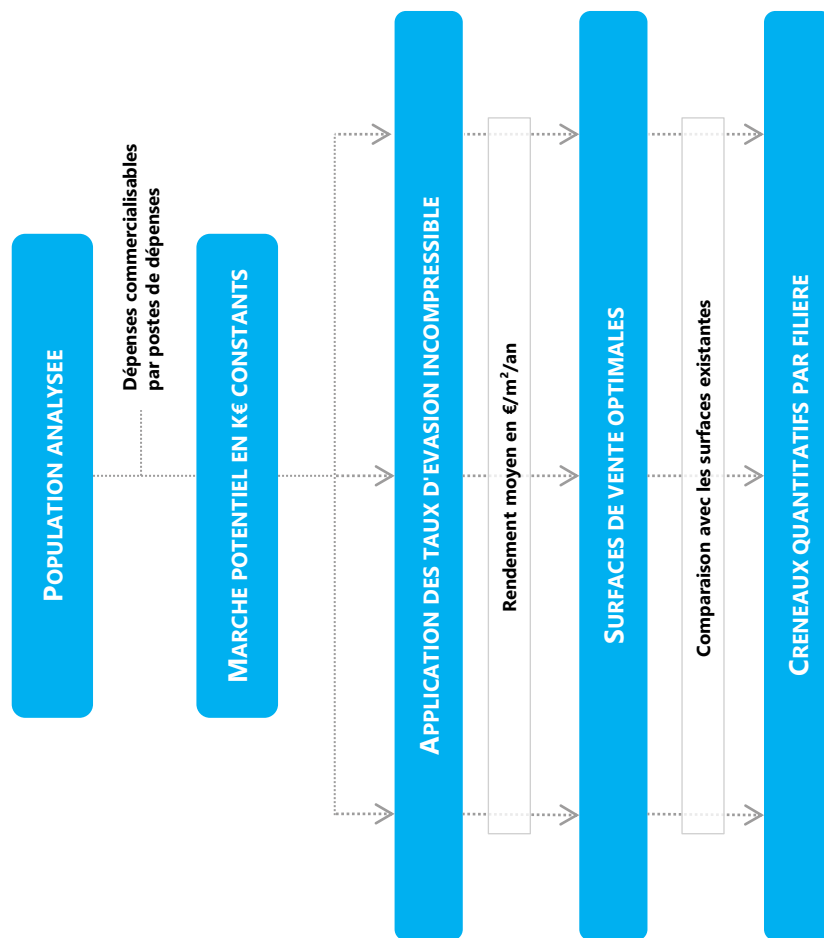
L'analyse des potentiels s'appuie sur la projection démographique médiane du territoire du Scoters à l'horizon 2035 soit 643 899 habitants.

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

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 la surface optimale, résulte un taux de couverture qui permet de déterminer les créneaux théoriques exploitables.



Les potentiels commerciaux pour demain : la méthode

23

Les bases de calcul des surfaces de vente

Sont comptabilisées ici le plancher commercial de plus de 300 m² autorisés sur les communes membres du Scoters.

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 Scoters

Les hypothèses d'emprise s'appuient directement sur l'exploitation des données de consommation liées à l'étude de la CCI (analyse des comportements d'achat).

Dans les tableaux de la page suivante les taux de rétention sont convertis en évasion incompressible. Ce niveau d'évasion est réévalué à horizon 2035 en faisant l'hypothèse que le poids des achats hors magasin (digital) va encore progresser.

La notion d'évasion incompressible 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 sur des pôles extérieurs au territoire (ex. déplacement domicile-travail et consommation induite).

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 inférieur à 0,9 :**
Case codifiée sur fond vert indique des potentialités de développement.
- **Indice compris entre 0,9 et 1,1 :**
Case codifiée sur fond blanc indique un bon équilibre entre offre et demande.
- **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.

Territoire du Scoters

Les potentiels commerciaux à horizon 2035

24

Potentiels de marché actuels (Insee 2018)	Marché théorique capté (=marché potentiel-évasion incompressible)	Surface Optimale (=marché théorique / rendement moyen au m ²)	Surface existante (en m ²)	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Taux de couverture (=surface existante / surface optimale)
Alimentation	1 713 105 594 €	190 345	250 721	60 376	1,32
Textile habillement	390 796 923 €	121 366	124 928	3 562	1,03
Bricolage	188 106 806 €	75 243	138 636	- 4 309	0,97
Jardinage	108 323 575 €	67 702			
Meubles	134 586 208 €	56 078	160 488	834	1,01
Electroménager	241 566 045 €	60 392			
Décoration, arts de la table, linge de maison, bazar	107 963 465 €	43 185			
Sport	132 783 871 €	48 461	91 996	31 560	1,05
Biens culturels, jeux, jouets	134 491 968 €	39 556			

Potentiels de marché à horizon 2035 (hypothèse médiane)	Marché théorique capté (=marché potentiel-évasion incompressible)	Surface Optimale (=marché théorique / rendement moyen au m ²)	Surface existante (en m ²)	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Taux de couverture (=surface existante / surface optimale)
Alimentation	1 656 465 652 €	184 052	250 721	66 669	1,36
Textile habillement	360 758 129 €	112 037	124 928	12 891	1,12
Bricolage	178 476 804 €	71 391	138 636	3 009	1,02
Jardinage	102 778 021 €	64 236			
Meubles	126 016 772 €	52 507	160 488	10 999	1,07
Electroménager	226 184 940 €	56 546			
Décoration, arts de la table, linge de maison, bazar	101 089 166 €	40 436			
Sport	124 329 195 €	45 376	91 996	31 560	1,12
Biens culturels, jeux, jouets	125 928 533 €	37 038			



Hypothèses
médianes
2035



Synthèse des potentiels de marché

Le bilan des potentiels par EPCI

26

EUROMETROPOLE DE STRASBOURG

Potentiels de marché 2035 (Hyp. médiane)	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Indicateur de couverture
Alimentation	73 378	●
Textile habillement	43 886	●
Bricolage	29 561	●
Jardinage		
Meubles		
Electroménager		
Décoration, arts de la table, linge de maison, bazar	42 001	●
Sport		
Biens culturels, jeux, jouets	29 220	●

CC DU PAYS DE LA ZORN

Potentiels de marché 2035 (Hyp. médiane)	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Indicateur de couverture
Alimentation	3 880	●
Textile habillement	-3	○
Bricolage		
Jardinage	-7	○
Meubles		
Electroménager		
Décoration, arts de la table, linge de maison, bazar	6 256	●
Sport		
Biens culturels, jeux, jouets	720	●

CC CANTON D'ERSTEIN

Potentiels de marché 2035 (Hyp. médiane)	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Indicateur de couverture
Alimentation	5 188	●
Textile habillement	371	●
Bricolage		
Jardinage	8 111	●
Meubles		
Electroménager		
Décoration, arts de la table, linge de maison, bazar	2 760	●
Sport		
Biens culturels, jeux, jouets	960	●

CC DU KOCHERSBERG

Potentiels de marché 2035 (Hyp. médiane)	Solde (=surface existante moins surface optimale)	Indicateur de couverture
Alimentation	3 159	●
Textile habillement	- 453	●
Bricolage		
Jardinage	373	●
Meubles		
Electroménager		
Décoration, arts de la table, linge de maison, bazar	2 484	●
Sport		
Biens culturels, jeux, jouets	660	●



En synthèse Les enjeux pour le commerce de demain

Les défis du commerce de demain

28

QUATRE TYPES D'EVOLUTION A INTEGRER ET A MAITRISER DE LA PART DES OPERATEURS

Avec la nouvelle segmentation « commerce territorial - commerce digital », centre-ville et périphérie vont, pour la première fois depuis trente ans, être embarqués dans la même aventure, le même défi, celui de résister au digital. Avec une question majeure « Quel(s) marqueur(s) différenciant(s) permettront de donner envie de fréquenter un site de commerce physique ? Les réponses seront multiples et les opérateurs vont fortement multiplier les innovations qu'il conviendra d'accompagner ou de stimuler.

LA DIMENSION CONVIVIALITE



Un enjeu de **création de lien de plus en plus essentiel**



LA DIMENSION SERVICIELLE



Livraison à domicile, click and collect dans les entreprises, sur les lieux de flux pour diminuer le temps subi en semaine



LA DIMENSION EXPERIENTIELLE



Requalification des supermarchés et hypermarchés en lieux théâtralisés de type halles



LA DIMENSION REQUALIFICATION



La **requalification des espaces commerciaux de périphérie** pour ré-enchanter



Les enjeux pour l'organisation du commerce

LAI

2

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 l'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 LIÉS 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

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 « touristification »

Veiller au maintien de la **singularité de l'offre commerciale du centre-ville de strasbourgeois** en matière d'enseigne

Protéger la diversité commerciale non alimentaire du centre-ville de Strasbourg et freiner l'affaiblissement de la filière équipement de la personne

	Centre-ville de Strasbourg	Centres-villes / Centres-bourgs / Pôles de quartiers	Espaces de périphérie majeurs	Espaces de périphérie secondaires	Espaces mixtes	Espaces de flux
Scénario 1 Un développement commercial par différenciation pour résister au digital	+	+	+	+	-	-
Scénario 2 Un développement commercial par rééquilibrage vis-à-vis de l'Eurométropole	+	+	-	+	+	-
Scénario 3 Un développement commercial (re-)centré sur les centralités	+	+	-	-	-	-
Scénario 4 Un développement commercial construit autour des mobilités et des flux	+	-	+	+	-	+

+

Développement commercial **autorisé / encouragé**

-

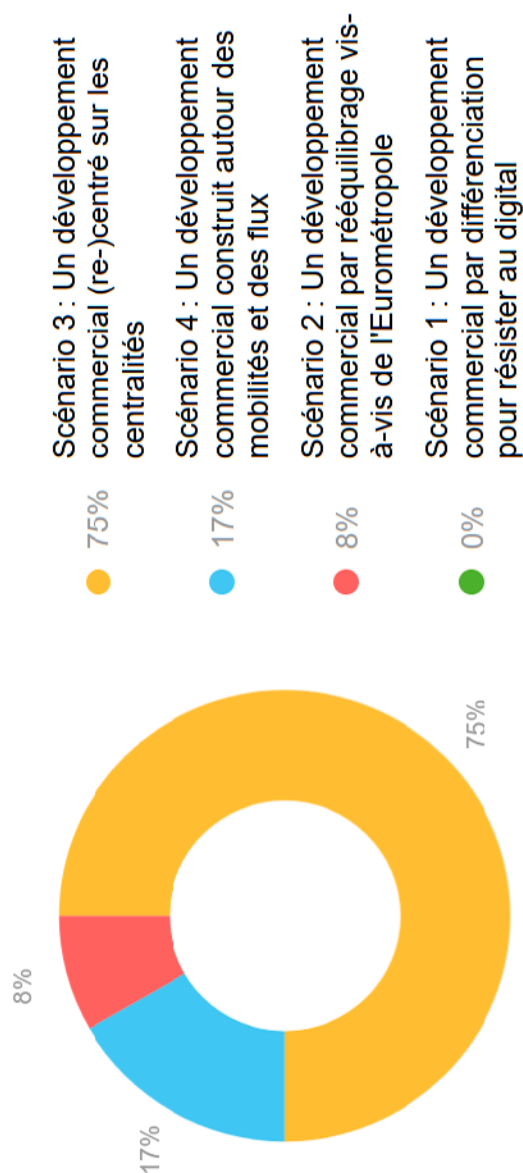
Développement commercial **interdit / limité**

Le choix du scénario

36

Quel est votre scénario préférentiel ?

4 choix choix unique





Syndicat mixte pour le Schéma de cohérence territoriale de la région de Strasbourg

13 rue du 22 novembre 67000 Strasbourg

03 88 15 22 22 | syndicatmixte@scoters.org | www.scoters.org



L'agence d'urbanisme de Strasbourg Rhin supérieur

Quartier COOP – La Cave à Vins | 2 allée Käthe Kollwitz 67000 Strasbourg

03 88 21 49 00 | adeus@adeus.org | www.adeus.org

Crédit photo : ADEUS et SCOTERS