

PROPOSITIONS

D'ORIENTATION

CRITERES D'ANALYSE ET D'AIDE A LA DECISION

Sont proposés ici des critères d'analyse et d'aide au choix des orientations du futur Schéma de Développement Commercial. Ils sont classés en 5 thèmes. La liste n'en est pas exhaustive. Tous ne sont pas forcément mobilisables pour chaque zone de chalandise ou pôle.

➤ **MARCHE**

- Evolution de la population (passée + projection), répartition par âge
- Structure socio-professionnelle des ménages
- Niveau de revenus
- Apports touristiques

➤ **DEMANDE**

- Evasion
- Projections de consommation

➤ **OFFRE**

- Surfaces de vente, densité, répartition géographique et par forme de distribution
- Attractivité

➤ **AMENAGEMENT DU TERRITOIRE**

- "Equilibre" Centre ville - Périphérie - Bourgs centres
- Projets des "Pays" ou des collectivités

➤ **CONCURRENCE ET LIBERTE D'ENTREPRISE**

ELEMENTS DE PROSPECTIVE

◆ POPULATION

Les données présentées ici sont issues des projections démographiques réalisées par l'INSEE Bourgogne sur les zones d'emploi dans la Nièvre⁸.

Les zones d'emploi ne recoupant pas exactement certaines zones de chalandise, une exploitation spécifique, utilisant le même scénario, a été commandée à l'INSEE pour la zone de Nevers, afin de la distinguer de celle du Morvan, les deux faisant partie de la même zone d'emploi.

Il n'a pas été possible, pour des raisons statistiques, de distinguer dans la même zone d'emploi, les zones de chalandise de Clamecy et Cosne sur Loire.

Ces résultats ne concernent que la partie nivernaise des zones de chalandise, soit 85 % de la population totale de celles-ci.

Zones de chalandise	Projections démographiques 2015		
	Evolution de la population (%)	Part des 60 ans et plus (%)	
		1999	2015
NEVERS	- 2,8	24,6	30,9
COSNE SUR LOIRE	- 4,8	32,0	39,0
DECIZE	- 12,1	31,7	38,8
CLAMECY	- 4,8	32,0	39,0
"MORVAN"	- 5,3	33,6	38,2
NIEVRE	- 5,0	29,3	34,7
BOURGOGNE	+ 0,2	24,7	29,9
FRANCE	+ 5,5	21,3	25,3

Source : INSEE

Sans surprise, la population nivernaise continuera de décroître à l'horizon 2015 (- 5 %). Ce déclin touchera plus le Morvan et surtout la zone de Decize, la zone de Nevers sera moins touchée.

Conséquence directe, toutes choses égales par ailleurs, la clientèle potentielle va diminuer.

Ce déclin démographique s'accompagnera d'un vieillissement important de la population, la part des 60 ans et plus variant de 30,9 % sur la zone de Nevers, à 39 % sur celles de Clamecy et Cosne sur Loire. Comparativement, la part des 60 ans et plus en France sera de 25 %.

⁸ "Dimensions" - Décembre 2003

Ce vieillissement a, bien entendu, un impact sur le niveau et la structure de consommation des ménages.

Les études menées par l'INSEE⁹ permettent d'éclairer l'impact du vieillissement sur la consommation en prenant en compte un fait majeur, à savoir que les "seniors" d'aujourd'hui et de demain n'ont ni le même niveau de vie ni les mêmes structures de consommation. En d'autres termes, l'INSEE différencie l'effet propre de l'âge de l'appartenance à une génération spécifique.

Ce qu'il faut retenir :

- d'une part le vieillissement entraîne une baisse de la consommation à partir de 65-70 ans, qui s'accélère à partir de 75-80 ans. Le niveau de consommation diminuant alors de 15 % par rapport à celui des tranches d'âges 40-50 ans (qui sont les plus consommatrices).
- d'autre part le vieillissement modifie la structure de la consommation. La consommation par personne diminue fortement en Equipement de la Personne, du Logement et en Alimentaire (à partir de 75-80 ans pour cette dernière famille de produits). A l'inverse, les dépenses de Santé, Loisirs, Services domestiques et Télécommunications augmentent.

Le vieillissement de la clientèle, conjugué à sa diminution, va donc influencer plus particulièrement le marché de l'Alimentaire où l'offre est déjà très forte et celui de l'Equipement de la Personne où l'équilibre entre Périphérie - Centre ville ou Bourgs et entre commerce traditionnel et grandes surfaces se pose dès aujourd'hui.

◆ CONSOMMATION

Nonobstant, le déclin démographique et le vieillissement de la Nièvre, qui auront un impact sur l'évolution du marché potentiel des zones de chalandise, il convient de tenir compte des évolutions spécifiques de la consommation des ménages telles qu'on peut les appréhender.

Les analyses menées sur les budgets des ménages ces quarante dernières années, montrent que ceux-ci arbitrent leurs dépenses de plus en plus en faveur de la santé, des loisirs, de la culture, de la communication et du logement, au détriment de l'alimentation, de l'habillement et de l'équipement de leur logement (hors audio-visuel et multi-média). Ces dernières dépenses ne sont certes pas en baisse, mais évoluent moins vite que les revenus des ménages. Ces tendances vont se poursuivre sur le moyen terme.

Avec toute la prudence qu'il faut avoir en ce domaine, on peut "chiffrer" les évolutions pour les grandes familles de produits concernées par le Schéma de Développement Commercial.

⁹ Economie et Statistiques n° 324-325 « Les effets d'âge et de génération sur le niveau et la structure de la consommation »

EVOLUTION DE LA CONSOMMATION

Activités	Taux de croissance annuel estimé (2002-2008) %
Alimentaire	+ 0,8
Equipement de la Personne	+ 1,2
Equipement de la Maison	+ 2,0
Culture - Loisirs	+ 2,5

Source : AID / INSEE / CREDOC

EN RESUME

Zones de chalandise	IMPACT SUR LE MARCHE DES EVOLUTIONS A VENIR ⁽¹⁾		
	Evolution population	Vieillessement	Consommation
NEVERS	-	-	+
COSNE SUR LOIRE	-	-	+
DECIZE	--	--	-
CLAMECY	-	--	+
MORVAN	--	--	-

⁽¹⁾ Impact très négatif (--) à positif +

ZONE DE CHALANDISE DE NEVERS

PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS

POLE DEPARTEMENTAL : NEVERS

La taille et la diversité commerciale du pôle, l'évolution prévisible de son marché lui donnent une vocation particulière pour rayonner, non seulement sur sa zone de chalandise, mais pour accueillir aussi certaines activités ou concepts à forte attractivité.

L'enjeu est, en terme d'activité, la diversité de l'offre, l'élargissement de la gamme.

L'enjeu est aussi en terme de complémentarité des rôles entre le pôle neversois et les autres, sans concentration excessive des activités et des achats des nivernais sur celui-ci.

Il est enfin en terme de répartition géographique des activités, à l'intérieur du pôle lui-même.

- ☞ Poursuivre le rééquilibrage géographique en privilégiant en particulier le centre ville dont la part de marché régresse et ne pèse aujourd'hui qu'environ 18 %.
- ☞ La saturation en offre alimentaire conduit à préconiser, pour les grandes surfaces, uniquement des concepts innovants ou très qualitatifs et la modernisation des magasins existants en fonction de l'évolution des enseignes de la grande distribution.
- ☞ En raison de la faible évocation en Equipement de la Maison et d'une offre importante, "modernisation" de l'offre actuelle et renforcement qualitatif par l'accueil de concepts innovants ou à forte notoriété qui renforceraient la vocation spécifique du pôle de Nevers.
- ☞ Equipement de la Personne, Culture-Loisirs : renforcer les activités où l'évasion est forte et accueillir des concepts innovants ou à forte notoriété, en privilégiant les localisations en centre ville. Ces activités constituent en effet, aujourd'hui, la base commerciale du centre. Un développement significatif en périphérie de ces activités ne peut que lui être préjudiciable.
- ☞ Cinéma : privilégier là encore une implantation ou un développement à proximité du centre ville afin de faire bénéficier ce dernier du rôle d'entraînement économique que cette activité peut avoir sur le commerce de Bouche, la restauration, la fréquentation commerciale et de loisirs, en général.

PÔLE D'EQUILIBRE

LA CHARITE SUR LOIRE

- ☞ La faible évansion en achats alimentaires et l'offre actuelle traduisent son adaptation. Il s'agit donc de permettre des adaptations et une modernisation de l'offre actuelle en fonction des évolutions des enseignes, se traduisant notamment par des ajustements mesurés de surfaces de vente.
- ☞ Renforcer l'offre de proximité en Equipement de la Maison.
- ☞ Développer l'offre en Equipement de la Personne et Cultures-Loisirs en privilégiant les localisations en centre ville, sans exclure l'accueil ou le développement d'une offre qualitative génératrice de « valeur ajoutée » pour le pôle.

POLES RELAIS - RURAL

IMPHY - SAUVIGNY LES BOIS - ST PIERRE LE MOUTIER - PREMERY - CHATILLON EN BAZOIS

- ☞ Préserver l'offre alimentaire et de biens banaux sur ces pôles par, si nécessaire, une modernisation et des ajustements mesurés des surfaces de vente des supermarchés qui font l'attractivité de ces bourgs.
- ☞ Concrétiser les actions retenues par le Pays Nevers Sud Nivernais dans le cadre du "Maillage commercial".

ZONE DE CHALANDISE DE COSNE SUR LOIRE

PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS

POLE D'EQUILIBRE : COSNE SUR LOIRE

♦ ALIMENTAIRE

- ☞ L'offre conséquente qui s'est fortement renforcée ces dernières années, la faible évation et la concentration des achats de la zone sur le pôle conduisent à préconiser pour les grandes surfaces l'accueil de concepts innovants ou très qualitatifs et la "modernisation" des magasins existants.

♦ NON ALIMENTAIRE

- ☞ Renforcer l'offre sur les activités connaissant une forte évation (biens d'équipement de la maison, de la personne et culture loisirs) nécessaires pour satisfaire la clientèle de la zone de chalandise.

Conforter, dans la mesure du possible, l'activité du centre-ville, sans exclure des projets en périphérie si ceux-ci permettent de compenser une carence durable en centre ville.

PÔLES SECONDAIRES

DONZY - ST AMAND EN PUISAYE (Nièvre)

- ☞ Maintenir l'offre commerciale de proximité par une adaptation du commerce traditionnel et une modernisation avec extensions mineures des surfaces de vente actuelles en grande distribution.

RURAL

Adaptation de la desserte commerciale de proximité par un "maillage" du territoire.

ZONE DE CHALANDISE DE CLAMECY

PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS

POLE D'EQUILIBRE : CLAMECY

♦ ALIMENTAIRE

L'évasion alimentaire est faible.

Le déclin démographique et le vieillissement orienteront le marché vers la stagnation.

- ☞ Soutien au Commerce de Bouche du centre ville.
- ☞ Adaptations mineures de l'offre en grandes surfaces alimentaires en vue de moderniser ou de suivre l'évolution des enseignes.

♦ NON ALIMENTAIRE

- ☞ Renforcement et modernisation de l'offre en Equipement de la Maison.
- ☞ Au regard, d'une part de l'évolution du marché potentiel, d'autre part du rapport de force grandes surfaces / "petit commerce", et enfin du faible poids du centre ville (dont l'activité repose sur les métiers de Bouche, l'Equipement de la Personne et Culture-Loisirs), renforcer ces activités en donnant la priorité au centre ville, sans écarter l'arrivée de concepts qualitatifs nouveaux, y compris en périphérie.

PÔLES SECONDAIRES - RURAL

- ☞ Renforcer l'offre alimentaire et de proximité sur les pôles de Varzy et Tannay afin d'éviter une concentration encore plus importante de ce type d'achat sur Clamecy.
- ☞ Adaptation de la desserte rurale.

ZONE DE CHALANDISE DE DECIZE

PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS

POLE D'EQUILIBRE : DECIZE

♦ ALIMENTAIRE

La faible évasion alimentaire et la poursuite probable de la baisse démographique conduiront à une contraction du marché potentiel.

- ☞ Maintien ou adaptation mineure de l'offre alimentaire actuelle de grandes surfaces au demeurant déjà très complète, pouvant se traduire par des ajustements de surface de vente.

♦ NON ALIMENTAIRE

- ☞ Renforcement possible de l'offre en Equipement de la Maison en grandes surfaces ou en "petit commerce".
- ☞ Préservation, adaptation du centre ville autour du Commerce de Bouche et des biens d'Equipement de la Personne et de Culture-Loisirs, sans exclure les projets en périphérie s'ils permettent de compenser une absence durable en centre ville.

PÔLES SECONDAIRES

LA MACHINE - CERCY LA TOUR - DORNES

- ☞ Préserver leur rôle de proximité (Alimentaire, Biens banaux) autour de la complémentarité actuelle entre grandes surfaces et commerce traditionnel, avec des possibilités d'adaptation mineure des surfaces de vente.
- ☞ La taille des pôles (Cercy - Dornes), la proximité de Decize (La Machine) et l'évolution du marché ne permettront pas un développement ou la création de grandes surfaces non alimentaires d'autant que l'offre est déjà importante dans certains secteurs (Bricolage-Jardinage).

RURAL

Concrétiser les axes de travail adoptés par le Pays Nevers Sud Nivernais sur le "maillage commercial" de proximité.

ZONE DE CHALANDISE « MORVAN »

PROPOSITIONS D'ORIENTATIONS

POLES RELAIS

CORBIGNY - CHÂTEAU CHINON - LUZY - MOULINS ENGILBERT

La modestie des pôles et de leur zone de chalandise rend illusoire une stratégie de baisse importante de l'évasion sur l'ensemble des postes de consommation.

Par ailleurs, l'évolution de la population et son vieillissement entraîneront au mieux une stagnation globale du marché potentiel, voire une régression en Equipement de la Personne.

PROPOSITIONS

- ☞ Conforter les pôles relais existants par une modernisation et une adaptation¹⁰ de l'offre Alimentaire actuelle (GS et CT) et d'Equipement de la Maison (en particulier Bricolage-Jardinage).
L'adaptation et la modernisation de l'offre Alimentaire en grandes surfaces doivent être très mesurées afin de ne pas déséquilibrer la desserte commerciale rurale.
- ☞ Adaptation de l'offre d'Equipement de la Personne et de Culture-Loisirs autour du commerce traditionnel (< 300 m²).

RURAL

Maintenir une desserte commerciale de proximité des populations par un "maillage" du territoire¹¹ : adaptation de l'offre sédentaire, renforcement des tournées, transmission, ...

¹⁰ Dans la suite de ce document, on entendra par modernisation et adaptation de l'offre alimentaire en grande surface, des extensions mesurées de surfaces de vente pour moderniser le magasin ou l'adapter à l'évolution des concepts des distributeurs

¹¹ Etude en cours réalisée par la CCI de la Nièvre à la demande du Pays Nivernais Morvan