



Unités urbaines de taille intermédiaire Le commerce de proximité recule dans les centres-villes

En Provence-Alpes-Côte d'Azur, près d'un cinquième des emplois du commerce de proximité sont situés dans les unités urbaines de taille intermédiaire. Entre 2009 et 2015, ces emplois se sont globalement développés, mais ils ont reculé dans les centres-villes. Si les dynamiques peuvent varier entre les différentes unités urbaines, cette tendance s'observe dans toutes les régions métropolitaines. Dans les unités urbaines les plus touristiques, le commerce de proximité se concentre dans les centres-villes où il résiste mieux.

Les centres-villes, dans leur ensemble, polarisent les activités relatives au commerce d'équipements de la personne, à la restauration, aux agences bancaires et immobilières et aux services corporels. Les plus petits centres-villes sont davantage structurés autour du commerce de détail alimentaire.

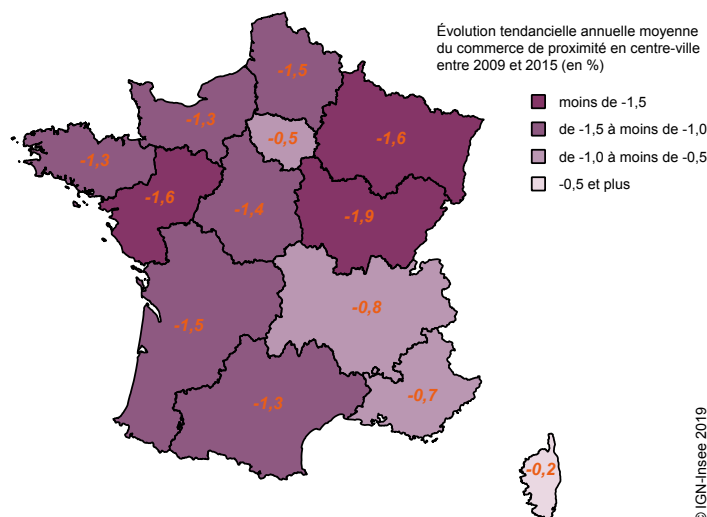
Olivier Sanzeri, Benjamin Méreau (Insee)

Au cours des dernières décennies, la périurbanisation et l'essor de l'habitat pavillonnaire ont favorisé l'apparition de zones commerciales en périphérie des villes. En concurrence avec les centres anciens, ces zones peuvent contribuer à leur dévitalisation, en particulier dans les villes ou les unités urbaines de taille intermédiaire.

En Provence-Alpes-Côte d'Azur, 17 unités urbaines de taille intermédiaire comptent 44 pôles commerçants de centre-ville, qui concentrent une activité commerciale particulièrement dense (*méthode*). En 2015, ces unités urbaines englobent près d'un cinquième des emplois salariés régionaux dans le commerce de proximité (*définitions*) : commerce alimentaire, restauration, équipement de la maison, etc. Les pôles commerçants de centre-ville regroupent près de 40 % de ces emplois.

1 Une situation moins défavorable en Provence-Alpes-Côte d'Azur qu'ailleurs

Évolution tendancielle de l'emploi salarié du commerce de proximité entre 2009 et 2015 en centre-ville des unités urbaines de taille intermédiaire de France métropolitaine, par région



Sources : Insee, Sirius, Clap, Fare, Sirene géolocalisé, Filosofi, recensement de la population, base permanente des équipements

Le commerce de proximité se développe dans les unités urbaines de taille intermédiaire mais décline dans leurs centres-villes

Entre 2009 et 2015, au sein des unités urbaines de taille intermédiaire de la région, le commerce de proximité décline dans les pôles commerçants de centre-ville. Les effectifs salariés diminuent tendanciuellement (*définitions*) de 0,7 % en moyenne par an. Hors des pôles de centre-ville, l'évolution est inverse : les effectifs croissent de 1,3 %. En conséquence, entre 2009 et 2015, la part des centres-villes dans le commerce de proximité a baissé de 42 % à 39 % (*encadré 1*).

La baisse du commerce de proximité en centre-ville concerne l'ensemble des régions de France métropolitaine (*Figure 1*). La situation en Provence-Alpes-Côte d'Azur est moins défavorable que dans la plupart des régions. La baisse constatée est proche de celles de Corse (- 0,2 %), d'Île-de-France (- 0,5 %) et d'Auvergne-Rhône-Alpes (- 0,8 %) mais moins marquée qu'ailleurs (de - 1,3 % à - 1,9 %).

Des dynamiques différentes selon l'unité urbaine

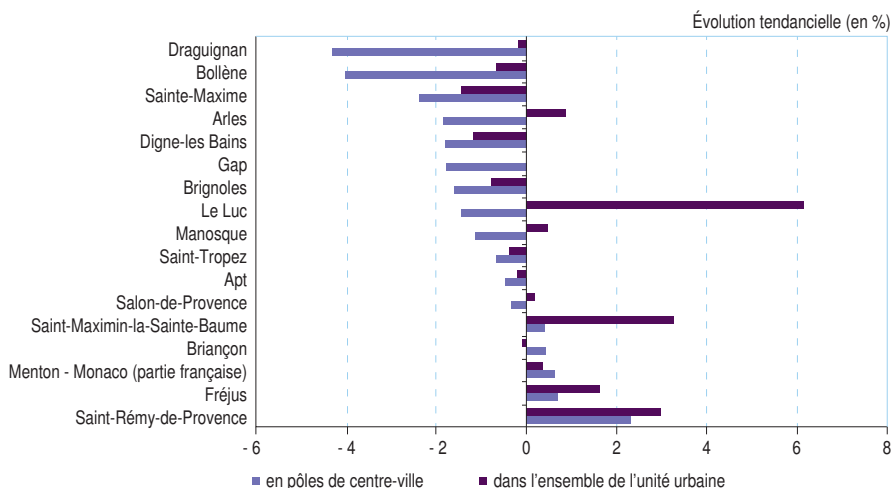
Entre 2009 et 2015, le commerce de proximité en centre-ville perd des salariés dans 12 des 17 unités urbaines de taille intermédiaire de la région (*figure 2*). Certaines d'entre-elles en gagnent toutefois ailleurs, soit de façon diffuse, soit dans des zones commerciales hors centres-villes. C'est le cas, notamment, du Luc où un hypermarché s'est installé dans l'unité urbaine à l'écart du centre-ville.

Pour d'autres, le commerce de proximité diminue en centre-ville mais également dans le reste de l'unité urbaine. À Digne-les-Bains, ce phénomène se conjugue à une baisse de la population.

À Saint-Maximin-la-Sainte-Baume, Menton – Monaco, Fréjus et Saint-Rémy-de-Provence, l'emploi salarié du commerce de proximité augmente à la fois dans les centres-villes et dans le reste de l'unité urbaine. À Saint-Rémy-de-Provence, la hausse est très largement portée par le centre-ville qui concentre près de 80 % (*encadré 1*) de l'emploi salarié du commerce de proximité. Le caractère touristique de ces unités urbaines est certainement un facteur favorisant la bonne tenue du commerce de proximité.

2 Le commerce de proximité en centre-ville recule dans la majorité des unités urbaines de taille intermédiaire de la région

Évolution tendancielle de l'emploi salarié du commerce de proximité entre 2009 et 2015 en centre-ville et dans l'ensemble de l'unité urbaine



Lecture : dans l'unité urbaine de Sainte-Maxime, en centre-ville, l'emploi salarié du commerce de proximité diminue de 2,4 % en moyenne par an entre 2009 et 2015. Sur l'ensemble de l'unité urbaine, il baisse de 1,4 % en moyenne par an.
Sources : Insee, Sirius, Clap, Fare, Sirene géolocalisé, Filosofi, recensement de la population, base permanente des équipements

Encadré 1 - Dans les zones touristiques, le commerce de proximité encore plus concentré en centre-ville

En 2015, dans les unités urbaines de taille intermédiaire de la région, les centres-villes représentent 56 % des établissements de commerce et 39 % de l'emploi salarié du commerce de proximité. Provence-Alpes-Côte d'Azur est la 2^e région, derrière la Corse, où la concentration de l'emploi en centre-ville est la plus importante.

Les configurations diffèrent selon les unités urbaines. La concentration est très forte dans les centres-villes des unités urbaines dont l'activité est très liée au tourisme : Saint-Rémy-de-Provence, Menton – Monaco, Saint-Tropez et Sainte-Maxime. À l'inverse, la grande majorité de l'activité commerciale de proximité de Bollène et Brignoles s'organise en dehors du centre-ville. C'est aussi le cas de Briançon pourtant très touristique : en effet, la station de ski de Serre-Chevalier qui fait partie de l'unité urbaine de Briançon compte beaucoup d'emplois de commerce de proximité mais n'est pas un pôle de centre-ville.

Part de l'emploi salarié du commerce de proximité en centre-ville et part de l'emploi touristique selon l'unité urbaine

	Proportion des effectifs salariés en centre-ville (en %)	Part de l'emploi touristique dans l'emploi total de l'unité urbaine (en %)
Saint-Rémy-de-Provence	77,7	10,8
Menton - Monaco (partie française)	72,7	15,0
Saint-Tropez	55,7	38,1
Salon-de-Provence	48,1	2,7
Sainte-Maxime	47,1	20,6
Fréjus	37,8	11,0
Draguignan	33,0	4,8
Briançon	32,6	22,0
Arles	31,1	7,6
Le Luc	30,6	3,3
Gap	30,5	3,5
Apt	29,7	5,6
Digne-les-Bains	29,6	4,7
Manosque	28,1	2,9
Saint-Maximin-la-Sainte-Baume	27,3	6,3
Brignoles	21,1	4,0
Bollène	10,8	2,9
Unités urbaines de taille intermédiaire	39,0	9,0

Sources : Insee, Sirius, Clap, Fare, Sirene géolocalisé, Filosofi, recensement de la population, base permanente des équipements

La restauration : premier employeur du commerce de proximité en centre-ville

Entre 2009 et 2015, la restauration est le moteur de création d'emplois du commerce de proximité en centre-ville. À l'inverse, l'emploi dans les autres activités a baissé. Ainsi, le poids de la restauration dans le commerce de proximité de centre-ville se renforce.

En 2015, en centre-ville, près d'un salarié sur quatre du commerce de proximité travaille dans le domaine de la restauration et des débits de boisson. C'est l'activité commerciale la plus représentée (figure 3). Viennent ensuite les secteurs de l'équipement de la personne (20 %) et de l'alimentaire (19 %). Les autres activités présentes relèvent des activités bancaires et immobilières (14 %) et dans une moindre mesure de l'équipement de la maison (7 %) et des services corporels (6 %) et des services corporels (6 %) et des services corporels (6 %).

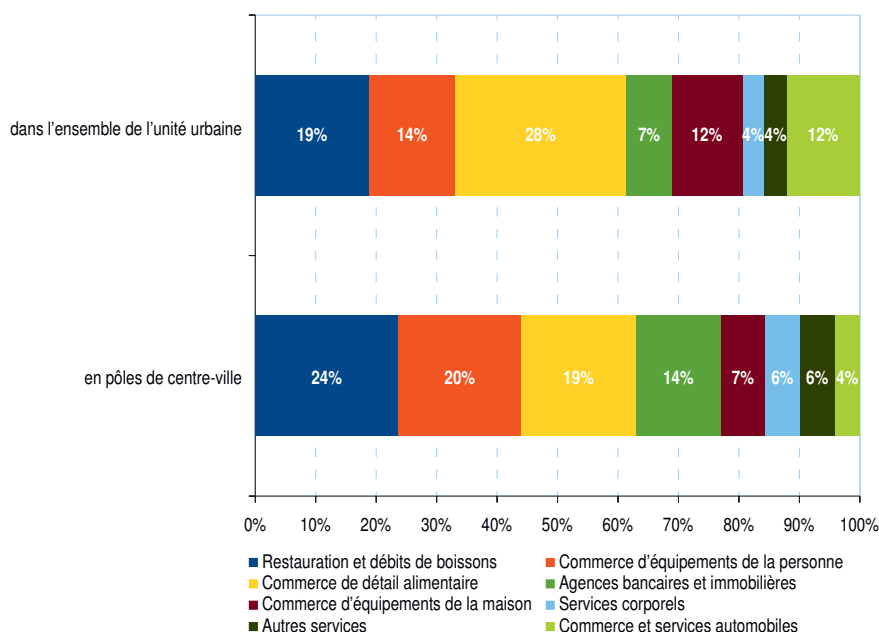
Les activités les plus spécifiques au centre-ville : banque et immobilier

Le commerce de proximité en centre-ville se distingue du reste de l'unité urbaine par la présence plus marquée des commerces d'équipements de la personne, de la restauration, des agences bancaires et immobilières et des services corporels. Dans ces secteurs, les centres-villes concentrent 56 % des salariés contre 39 % pour l'ensemble du commerce de proximité. Cette part s'élève à 77 % pour les salariés des agences bancaires et immobilières. En revanche, le poids de l'emploi salarié des commerces d'équipements de la maison, des services automobiles et des commerces de détail alimentaire, dont l'emprise foncière est souvent plus grande, est plus important hors des centres-villes.

Les plus petits centres-villes, comptant moins de 30 établissements, sont davantage structurés autour du commerce de détail alimentaire (figure 4). Ce secteur concentre 32 % des salariés du commerce de proximité dans les petits centres-villes contre 14 % dans les centres-villes rassemblant plus de 160 établissements. À l'inverse, dans les grands centres-villes, les services de restauration, d'équipements de la personne et les activités bancaires et immobilières sont surreprésentés : ils rassemblent près de deux salariés du commerce de proximité sur trois.

3 Dans les pôles commerçants de centre-ville, un quart des salariés travaillent dans la restauration

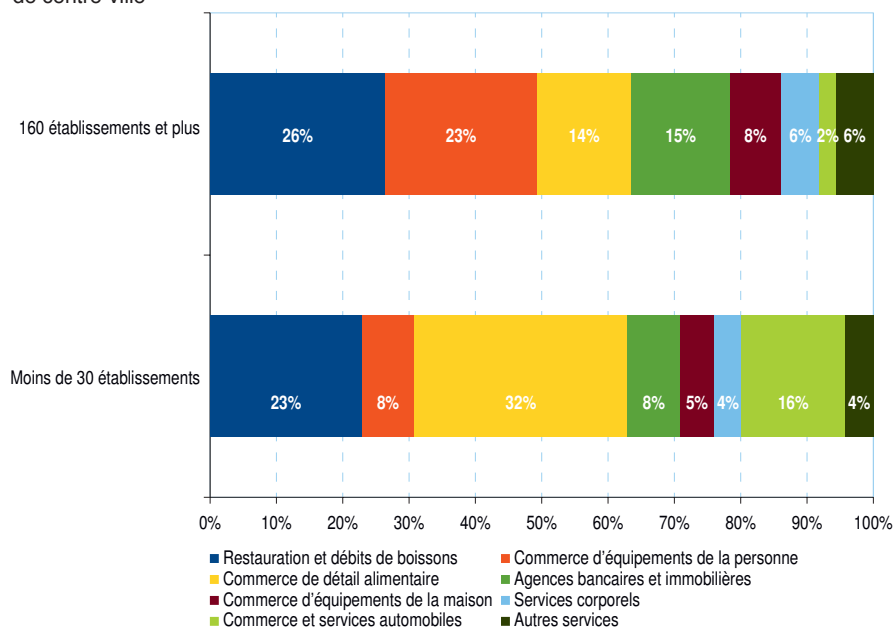
Répartition des effectifs salariés du commerce de proximité par activité, dans les pôles de centre-ville et dans l'ensemble des unités urbaines



Sources : Insee, Sirus, Clap, Fare, Sirene géolocalisé, Filosofi, recensement de la population, base permanente des équipements

4 L'équipement de la personne pèse trois fois plus dans les grands centres-villes que dans les petits

Répartition des effectifs salariés du commerce de proximité par activité selon la taille des pôles de centre-ville



Sources : Insee, Sirus, Clap, Fare, Sirene géolocalisé, Filosofi, recensement de la population, base permanente des équipements

Encadré 2 – Le programme national « Action Cœur de ville »

Pour enrayer la dévitalisation des centres-villes, le plan national « Action Cœur de ville » a été mis en place par le ministère de la Cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales. Il vise à redynamiser, sur 5 ans, les centres-villes tant en matière d'emploi, de logement, d'aménagement, que de commerce. En Provence-Alpes-Côte d'Azur, 13 villes ont été sélectionnées. 7 d'entre elles font partie du champ de cette étude. 6 n'en font pas partie en raison de leur appartenance à une unité urbaine de plus de 150 000 habitants (Avignon, Carpentras, Cavaillon, Grasse, Tarascon et Vaucluse).

Méthode

17 unités urbaines retenues

Le zonage de référence retenu dans cette étude est l'**unité urbaine**. Une unité urbaine est une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

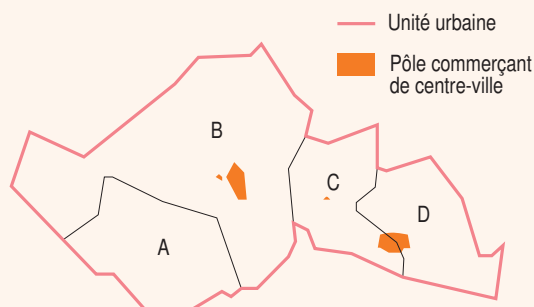
La région Provence-Alpes-Côte d'Azur est composée de 121 unités urbaines de tailles très différentes (de 2 000 habitants à plus de 1,5 million). Le champ de l'étude se concentre sur les **unités urbaines de taille intermédiaire**, c'est-à-dire celles qui offrent plus de 5 000 emplois mais dont la population n'excède pas 150 000 habitants.

On en compte 17 en Provence-Alpes-Côte d'Azur : Arles, Apt, Bollène, Briançon, Brignoles, Digne-les-Bains, Draguignan, Fréjus, Gap, Le Luc, Manosque, Menton - Monaco (partie française), Saint-Maximin-la-Sainte-Baume, Saint-Rémy-de-Provence, Saint-Tropez, Sainte-Maxime et Salon-de-Provence. Ces unités urbaines regroupent au total 57 communes et près de 600 000 habitants.

44 « pôles de centres-villes » recensés

Au sein de ces unités urbaines, des pôles commerçants ont été délimités. Ils sont caractérisés par une concentration géographique importante du commerce de proximité (*définitions*) dans un espace restreint. Plus précisément, ces pôles regroupent au moins 20 établissements contenus dans un rayon de 200 mètres maximum. En Provence-Alpes-Côte d'Azur, 44 pôles commerçants de centre-ville sont recensés. Un pôle commercial est qualifié de « centre-ville » en fonction de ses caractéristiques et de son environnement (petits établissements proches de la mairie de la commune et dans une zone d'habitat dense).

Exemple :



Note : cette unité urbaine est composée de 4 communes. La commune A n'a pas de pôles commerçant de centre-ville. Les communes C et D se partagent un pôle de centre-ville. La commune C en a un second. La commune B a 2 pôles distincts.

Définitions

Le **commerce de proximité** se compose de 8 groupes d'activités : les commerces d'équipement de la maison, de la personne, les commerces de détail alimentaire, les commerces et services automobiles, la restauration et débits de boisson, les agences bancaires et immobilières ainsi que les services corporels et divers autres services.

L'**évolution tendancielle** correspond au pourcentage d'évolution annuelle après lissage par régression linéaire. Ce lissage permet de s'affranchir de certaines observations localement heurtées.

Sources

Les données proviennent d'une part du **répertoire Sirene géolocalisé** des unités légales et des établissements, et du répertoire statistique **Sirus**, filtrés sur les secteurs d'activités du commerce de proximité. Elles sont enrichies des **statistiques annuelles d'entreprises** (issues du dispositif **Ésane** combinant les données fiscales et les enquêtes sectorielles annuelles), des données **Clap** sur les effectifs salariés à l'échelle établissement entre 2009 et 2015, des **effectifs non salariés** entre 2009 et 2014.

Insee Provence-Alpes-Côte d'Azur
17 rue Menpenti
CS 70004
13395 Marseille Cedex 10

Directeur de la publication :
Alberto Lopez
Rédacteur en chef :
Jérôme Domens

Mise en page :
Agence Elixir, Besançon

Crédits photos
CRT Côte d'Azur - Robert Palomba

Dépôt légal : novembre 2019
ISSN : 2274-8199 (version imprimée)
ISSN : 2417-1395 (version en ligne)

© Insee 2019

Pour en savoir plus

- Cazaubiel A., Guymarc G., « La déprise du commerce de proximité dans les centres-villes des villes de taille intermédiaire », *Insee Première*, n° 1782, novembre 2019
- Bessière S., Trevien C., « Le commerce de centre-ville : une vitalité souvent limitée aux grandes villes et aux zones touristiques », *Les entreprises en France - Insee Références* - Édition. 2016

