

# Autorisations commerciales, une régulation plus affirmée

Si 2011 a été une année record en autorisations commerciales, malgré un contexte économique peu favorable, la baisse constatée en 2012 marque une phase de transition, avec une montée en puissance des Établissements Publics de SCoT.

## PERSPECTIVES OBSERVATOIRE PARTENARIAL COMMERCE / NOVEMBRE 2012 VILLES

### En France, toujours autant d'autorisations commerciales...

En France, 3,3 millions de m<sup>2</sup> de grandes surfaces commerciales ont été autorisés en 2011.

Comme depuis plusieurs années, ce fort volume d'autorisations se réalise dans un contexte économique peu dynamique avec une faible consommation des ménages, des chiffres d'affaires d'enseignes traditionnelles en baisse et un fort développement du e-commerce.

### ... et dans l'aire urbaine de Toulouse, le plus fort volume d'autorisations de France

Après trois années de baisse, l'aire urbaine a vu bondir le volume de ses autorisations commerciales. 144 000 m<sup>2</sup> de SV ont ainsi été autorisés, en 2011, soit 80 000 m<sup>2</sup> de plus que l'aire urbaine de Lille, pourtant seconde du panel national.

En revanche, en 2012, le volume d'autorisations s'est considérablement réduit

avec seulement 20 000 m<sup>2</sup>, le plus faible volume de ces dix dernières années.

Ce « grand écart » relève de plusieurs paramètres :

Tout d'abord, 2012 est l'année de l'approbation des quatre Schémas de Cohérence Territoriale de l'aire urbaine de Toulouse. Ces SCoT, avec un volet commercial ou un Document d'Aménagement Commercial, fixent des prescriptions supplémentaires aux critères actuels de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial pour les projets commerciaux.

Ensuite, d'un point de vue économique, et dans un climat concurrentiel exacerbé, la stagnation de la consommation des ménages et l'essor du e-commerce ont entraîné des baisses de chiffres d'affaires relativement importantes pour un certain nombre d'enseignes traditionnelles qui cherchent désormais à modifier leur stratégie de développement.

### CHIFFRES CLÉS

#### Aire urbaine de Toulouse : (au 1<sup>er</sup> janvier 2012)

- 1 592 395 m<sup>2</sup> SC de grandes surfaces
- 1 265 132 m<sup>2</sup> SV de grandes surfaces
- 144 202 m<sup>2</sup> SV autorisés en 2011 dont :
  - 85 997 m<sup>2</sup> en création
  - 58 205 m<sup>2</sup> en extension
- 214 100 m<sup>2</sup> SV de stock disponible dont :
  - 163 400 m<sup>2</sup> en création
  - 50 700 m<sup>2</sup> en extension

#### Aire urbaine de Toulouse

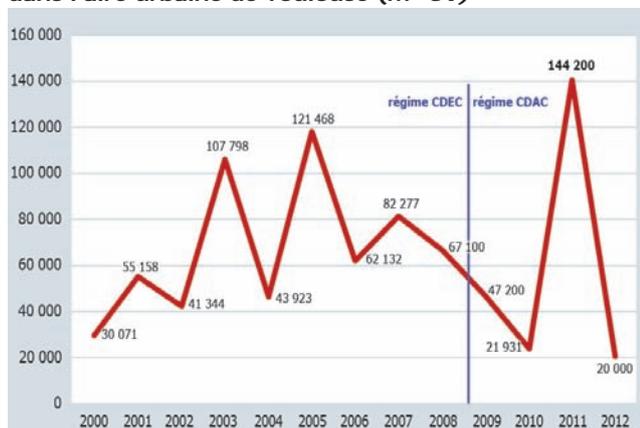
En 2010 : 1 m<sup>2</sup> de SV par habitant

#### Smeat

En 2010 : 1,21 m<sup>2</sup> de SV par habitant

SV : Surface de vente des commerces  
SC : Surface de vente + surface de stockage et locaux propres aux magasins

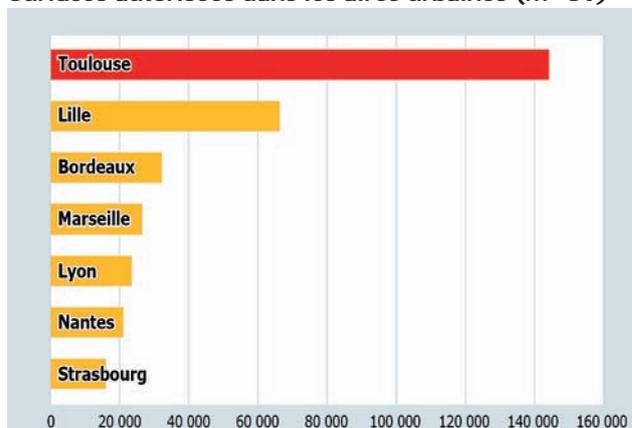
Évolution des surfaces autorisées en CDEC-CDAC \* dans l'aire urbaine de Toulouse (m<sup>2</sup> SV)



\* CDEC : avant 2008, projet de plus de 300 m<sup>2</sup> SV  
CDAC : après 2008, projet de plus de 1 000 m<sup>2</sup> SV

Source : Préfecture de la Haute-Garonne, traitement AUAT 2012

Surfaces autorisées dans les aires urbaines (m<sup>2</sup> SV)



Source : DGCIS, traitement AUAT 2012

### SCoT et commerce...

Depuis la Loi de Modernisation de l'Économie de 2008 et la Loi Engagement National pour l'Environnement de 2010, la réglementation du commerce par le droit de l'urbanisme est désormais engagée. Ces évolutions législatives renforcent le poids des SCoT dans la planification de l'urbanisme commercial.

### De nouveaux concepts commerciaux échappant à la réglementation

Longtemps mis de côté, le e-commerce devient un des principaux axes stratégiques de ces enseignes, se traduisant, notamment, par la création de « drives ». Un autre axe stratégique est le développement de concepts plus réduits, tels que Carrefour-city, Intermarché-express, Monop' ou encore dans le non alimentaire avec « But-city ».

Inférieurs à 1 000 m<sup>2</sup> de surface de vente, ces nouveaux concepts (drives, supérettes...) ne sont pas soumis à autorisation commerciale. Ce déploiement, plus diffus et moins réglementé, modifie de façon significative l'organisation et le fonctionnement des villes.

### 33 projets commerciaux autorisés en 2011

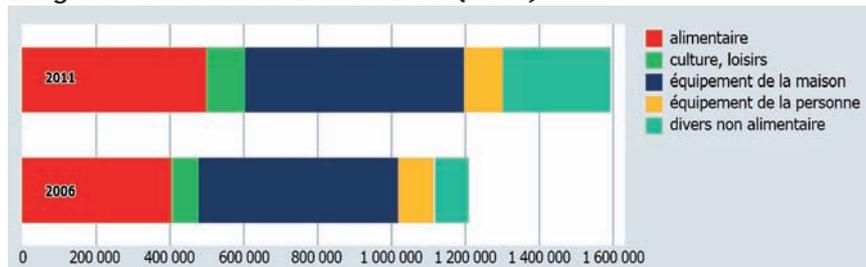
Les projets de création représentent, en 2011, 60 % des autorisations, soit 86 000 m<sup>2</sup> de surface de vente, et se localisent essentiellement hors des polarités commerciales existantes. Les 40 % restant concernent les extensions, principalement dans les polarités existantes.

Un quart du volume d'autorisations concerne le commerce alimentaire, soit environ 33 000 m<sup>2</sup>. Les galeries marchandes et ensembles commerciaux représentent plus de 56 000 m<sup>2</sup>, et l'équipement de la maison plus de 30 000 m<sup>2</sup> de surface de vente.

Le stock au 1<sup>er</sup> janvier 2012 (Projets autorisés non ouverts (m<sup>2</sup>SV))



Les grandes surfaces en 2006 et 2011 (m<sup>2</sup>SC)

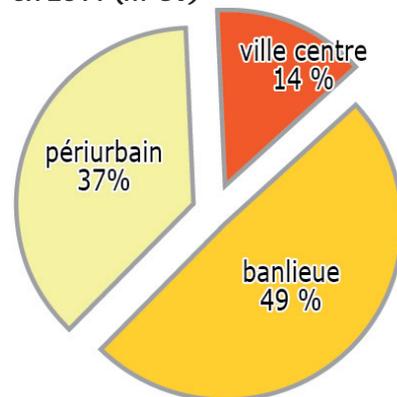


Le projet le plus important est celui de l'extension de Casino à Fenouillet avec une autorisation de 38 155 m<sup>2</sup> SV portant la surface de vente de l'ensemble commercial à plus de 53 000 m<sup>2</sup> et 74 000 m<sup>2</sup> de surface de plancher.

Ensemble commercial à Auzerville-Tolosane, ZAC du Pont de Bois



Les autorisations commerciales en 2011 (m<sup>2</sup>SV)



## Des projets importants sur les territoires périurbains

Concernant les créations, trois projets sont supérieurs à 10 000 m<sup>2</sup> SV : ensembles commerciaux à Fonsorbes, Toulouse-Bagatelle et Bessières, 4 projets sont supérieurs à 5 000 m<sup>2</sup> SV : Toulouse Borderouge, Villemur-sur-Tarn, Carbonne et Cazères.

Les créations sur les territoires périurbains représentent un tiers des surfaces autorisées en 2011.

## Un stock qui gonfle

Avec ces autorisations, le volume des projets autorisés non ouverts progresse de façon significative et atteint, au 1<sup>er</sup> janvier 2012, plus de 214 000 m<sup>2</sup> de surface de vente.

## Quelques projets innovants...

Parmi ces différents projets, trois présentent des caractéristiques innovantes en matière d'intégration urbaine.

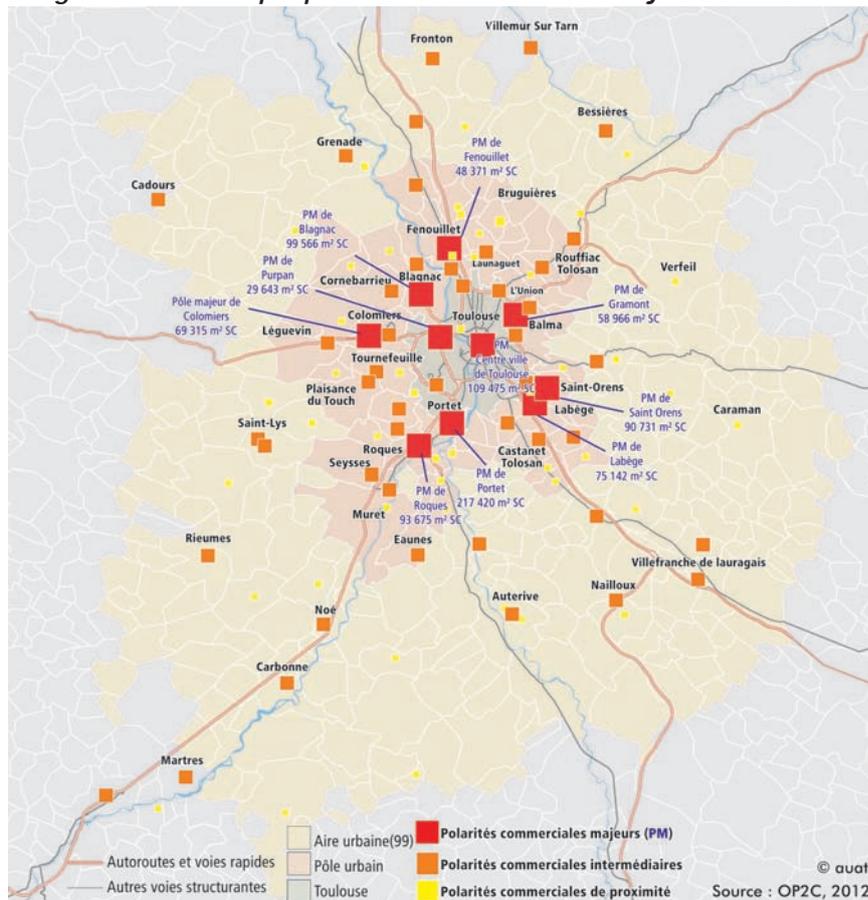
Ils sont situés à Auzerville-Tolosane (ZAC du Pont-de-Bois), à Blagnac (Andromède) et à Toulouse (Borderouge).

En effet, ces trois projets affichent des engagements forts au regard des attendus du SCoT :

- optimisation de la consommation foncière grâce à une mixité des fonctionnalités urbaines (commerces, logement, activités et équipements) et à la compacité du projet (parkings intégrés en sous-sol, activités tertiaires et logements en étage),
- formes urbaines et architecturales du bâtiment de qualité,
- système de production d'énergie renouvelable pour l'ensemble du projet urbain,
- traitement paysager de qualité,
- gestion du projet commercial intégrée dans un projet urbain global...

### *Ensemble commercial à Toulouse, quartier Borderouge*

Les grandes surfaces par polarités commerciales au 1<sup>er</sup> janvier 2012



**1 265 132 m<sup>2</sup> en grandes surfaces dans l'aire urbaine de Toulouse**



## L'offre en grandes surfaces au 1<sup>er</sup> janvier 2012

	Population 2010	Grandes surfaces au 1 <sup>er</sup> janvier 2012	Évolution 2010-2011 (%)	Stock au 1 <sup>er</sup> janvier 2012 (m <sup>2</sup> SV)
<b>Aire Urbaine</b>	1 232 398			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		1 265 132	6,9 %	214 100
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		1 592 395	7,6 %	
Nombre de grandes surfaces		771	7,1 %	

	Population 2010	Grandes surfaces au 1 <sup>er</sup> janvier 2012	Évolution 2010-2011 (%)	Stock au 1 <sup>er</sup> janvier 2012 (m <sup>2</sup> SV)
<b>SCoT Grande Agglomération Toulousaine</b>	935 068			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		1 132 114	3,2 %	177 569
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		1 426 705	4,1 %	
Nombre de grandes surfaces		701	5,3 %	
<b>SCoT Lauragais (hors Aude)</b>	48 965			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		61 996	116,4 %	2 088
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		76 873	114,7 %	
Nombre de grandes surfaces		27	8,0 %	
<b>SCoT Nord Toulousain (y compris hors AU 99)</b>	86 100			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		50 579	5,5 %	29 442
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		63 978	6,8 %	
Nombre de grandes surfaces		39	2,6 %	
<b>SCoT Sud Toulousain (y compris hors AU 99)</b>	88 583			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		69 042	32,9 %	23 093
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		83 119	28,0 %	
Nombre de grandes surfaces		52	15,6 %	

	Population 2010	Grandes surfaces au 1 <sup>er</sup> janvier 2012	Évolution 2010-2011 (%)	Stock au 1 <sup>er</sup> janvier 2012 (m <sup>2</sup> SV)
<b>CU Toulouse Métropole</b>	704 395			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		711 606	3,1 %	73 842
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		897 347	3,6 %	
Nombre de grandes surfaces		453	3,0 %	
<b>CA Muretain</b>	72 585			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		183 994	3,5 %	10 005
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		231 876	5,0 %	
Nombre de grandes surfaces		132	3,9 %	
<b>CA Sicoval</b>	68 206			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		104 561	2,4 %	5 276
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		130 854	2,5 %	
Nombre de grandes surfaces		61	0,0 %	
<b>CC Axe Sud</b>	20 913			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		85 269	0,0 %	3 833
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		106 588	0,0 %	
Nombre de grandes surfaces		26	0,0 %	
<b>CC Save au Touch</b>	35 406			
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		23 686	16,7 %	63 251
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		32 030	26,3 %	
Nombre de grandes surfaces		17	0,0 %	
<b>Reste Aire Urbaine</b>				
Surface de vente (en m <sup>2</sup> )		156 016	45,1 %	57 893
Surface commerciale (en m <sup>2</sup> )		193 700	44,9 %	
Nombre de grandes surfaces		82		

SV : Surface de vente des commerces

SC : Surface de vente + surface de stockage et locaux propres aux magasins

### Définitions et sources

#### Nomenclature commerce OP2C

Cette nomenclature a été mise en place par l'Observatoire Partenarial du Commerce et de la Consommation (OP2C), animé par l'AUAT, réunissant élus et techniciens (de l'État, EPCI, EP de SCoT, Conseil Général, Conseil Régional, CCIT, Chambre de Métiers). Il assure les missions suivantes :

- Observation et suivi de l'offre commerciale et de la consommation des ménages
- Réflexion sur l'évolution des modes de consommation,
- Observation des nouvelles formes urbaines dans le commerce,
- Veille sur la législation et la réglementation.

**La nomenclature se décompose en 3 familles d'activités et 13 sous-familles**  
**- commerces de détail** : commerces

multiples ; commerces alimentaires ; équipement de la personne ; équipement de la maison ; commerces hygiène et santé ; loisirs sports et culture ; commerces auto, moto, caravane ; commerces divers.

#### - hôtels, bars et restaurants

**- services de proximité** : services de réparation et de nettoyage ; services soins de la personne ; services bancaires et services divers.