



## LÉGER REBOND DE L'OFFRE COMMERCIALE SUR FOND DE DIFFICULTÉS ÉCONOMIQUES

Observatoire partenarial  
du commerce et de la  
consommation

mars 2024

L'année 2022 est marquée par des retournements de tendance expliqués notamment par une inflation galopante. Les différentes crises, qui se succèdent, impactent la consommation et pèsent sur les dépenses des ménages. Elles imposent des arbitrages voire de nouvelles stratégies de consommation pour répondre aux contraintes financières et pour certains à de nouvelles valeurs sociétales. Mais du côté de l'offre, les grandes enseignes commerciales doivent aussi composer avec un accès au foncier plus complexe, qui réinterroge leurs stratégies.

## Les projets en CDAC, au niveau national comme à Toulouse, connaissent une reprise après deux années historiquement basses

En France, les autorisations commerciales délivrées par la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC) repartent légèrement à la hausse malgré l'apparition de projets de plus petites surfaces. Le plus grand d'entre eux porte ainsi sur une surface de 11 900 m<sup>2</sup> soit deux fois moins qu'en 2017. La demande reste encore liée à celle du secteur alimentaire. Parmi les changements notables, les rénovations de centres anciens représentent aujourd'hui la moitié des CDAC et le nombre de projets intégrés dans des programmes de logements est en croissance.

### La nature et la typologie des demandes en CDAC sont en rupture avec les projets autorisés au cours des deux dernières décennies.

Les ouvertures emblématiques de l'année 2022 concernent également des centres plus petits (entre 6 000 et 8 500 m<sup>2</sup>) à l'image de Casabona à Saint-Pierre de la Réunion ou de Tignieu-Jamezieu en Isère.

Les très grands centres commerciaux de 20 000 m<sup>2</sup> et plus sont devenus exceptionnels. Les ouvertures récentes sur ce type de format sont des projets qui avaient été accordés au milieu des années 2010. Elles sont aujourd'hui contraintes par la législation pour les projets de plus de 10 000 m<sup>2</sup> et par l'évolution des consommateurs qui orientent leurs comportements d'achats vers des commerces plus petits.

### Les modes de consommation et le niveau d'équipement en France ont fait évoluer les formats et leur localisation.

Les évolutions sectorielles, selon Procos, sont disparates et en rupture avec les tendances observées au cours de la dernière décennie. Le « bio » et l'équipement de la personne sont en recul et entraînent des fermetures de points de vente sur l'ensemble du territoire national. Cette tendance s'observe aussi localement. Avec l'inflation, le discount, et pas seulement dans le domaine de l'alimentaire connaît un regain de forme, avec des ouvertures qui se multiplient.

Les commerces de proximité souffrent également depuis quelques mois. Le retour dans les commerces après deux années marquées par des fermetures ponctuelles obligatoires bénéficie aux centres commerciaux et aux grandes villes.

Par ailleurs, le commerce en ligne reste dynamique, avec une croissance de +13,8 % sur un an portée par les activités de services, en particulier par l'achat de titres de transport et de séjours touristiques (progression de 36 % sur un an). En revanche, sur la même période, la vente de biens en ligne a ralenti de 7 % (électronique, beauté et équipement de la personne). Le chiffre d'affaires du e-commerce est de 145 milliards d'euros. À titre de comparaison, il est équivalent à celui de la filière de la construction.

### Nouveau centre commercial de 8 300 m<sup>2</sup> à Saint-Pierre, sur l'île de la Réunion

© Schnepf-Renou



## L'immobilier commercial toulousain continue son développement mais à un rythme moins rapide

Les autorisations en CDAC repartent à la hausse après deux années en berne. Elles restent cependant en deçà de la moyenne observée sur les cinq dernières années.

Au total, 9 400 m<sup>2</sup> ont été autorisés sur l'année 2022. Les projets, comme au niveau national, sont sur des formats plus petits. En moyenne, la surface est de 700 m<sup>2</sup>. Cinq d'entre eux sont des extensions de commerces déjà existants et sept des créations pures. L'alimentaire comme les galeries marchandes restent les secteurs les plus actifs. L'équipement de la maison représente près du tiers des CDAC de l'année.

La géographie des projets conforte la dynamique sur les communes situées en dehors du cœur d'agglomération avec la répartition suivante :

- 37 % sur la ville de Toulouse ;
- 15 % sur les autres communes du SCoT de la Grande Agglomération toulousaine ;
- et 48 % sur le reste de l'aire d'attraction.

**Le stock continue de baisser en nombre comme en surface ce qui confirme la reconfiguration de l'immobilier commercial.**

En cinq ans, les surfaces autorisées mais pas encore ouvertes ont fortement diminué. Les grands projets qui ont constitué l'essentiel du stock jusqu'au milieu des années 2010 sont soit déjà réalisés, soit abandonnés. Ces surfaces en projet représentent 45 000 m<sup>2</sup> au

1<sup>er</sup> janvier 2023 pour 94 000 m<sup>2</sup> en 2018. Le stock se compose désormais principalement de projets de grandes surfaces alimentaires ou d'équipements de la maison et de galeries marchandes.

La part des projets dans le cœur d'agglomération reste importante en particulier à Toulouse, Colomiers, Castanet-Tolosan ou Fonsorbes. Ils sont notamment prévus pour développer et renforcer l'offre existante dans les quartiers en développement. Toutefois, la moitié du stock est aujourd'hui dans le périurbain, en particulier programmée sur les communes de deuxième ou troisième couronne comme Carbonne, Fronton ou Noé.

## Le parc représente près de 1,5 million de m<sup>2</sup> de surfaces ouvertes sur l'aire d'attraction de Toulouse

**L'offre connaît une légère progression après deux années de stabilité. 12 400 m<sup>2</sup> supplémentaires se répartissent sur l'ensemble du territoire.**

Le rebond observé en 2022 fait suite à plusieurs années de dynamiques atones. Malgré un retour de la croissance de l'offre, le ratio de surface de vente par habitant demeure proche de 1 m<sup>2</sup> par personne.

Les ouvertures réalisées au cours de l'année 2022 sont recensées sur les pôles majeurs et les pôles relais. On peut citer : Auterive, Rouffiac et dans le cœur d'agglomération Colomiers, Portet-sur-Garonne, Toulouse ou encore Cugnaux. Au total, ce sont 20 600 m<sup>2</sup> nouveaux qui sont apparus sur l'aire d'attraction de Toulouse.

### Sur le territoire toulousain, la dynamique commerciale résiste selon l'enquête de la CCI Toulouse Haute-Garonne

L'ensemble du secteur a connu une légère embellie en 2022 localement avec à la fois une progression du chiffre d'affaires de 5 % (non corrigé de l'inflation) et un léger rebond de l'emploi (+ 3 % sur un an). Toutefois, de fortes disparités existent selon les activités. Les grandes tendances montrent que :

- Le secteur de l'équipement du foyer est en retrait sur un an.
- À l'inverse, l'équipement de la personne se stabilise avec une légère hausse du chiffre d'affaires (+ 1.4%) comparée à 2019 et de l'emploi (+0.8%).
- Le secteur de l'alimentaire est fluctuant avec des marges qui se réduisent. Les chefs d'entreprise ont des inquiétudes sur les perspectives à venir avec l'évolution de l'inflation.

L'hôtellerie et la restauration connaissent un tassement de leur activité mais les grands événements à venir entretiennent un bon climat de confiance avec le Rose Festival, la Coupe du Monde de rugby, le congrès des sapeurs-pompiers avec près de 80 000 personnes attendues sans oublier le succès de la Grande Braderie.

Les procédures judiciaires en cours et à venir montrent que le secteur de l'habillement et dans une moindre mesure de la chaussure devrait générer des fermetures.

Par ailleurs, à noter, la création d'entreprise repart à la hausse depuis le début de l'année sur l'ensemble du territoire.

Les fermetures de points de vente sont moins nombreuses et totalisent 8 300 m<sup>2</sup>, soit un niveau historiquement bas. Cet indicateur explique en grande partie la croissance de l'offre sur l'année 2022 alors que les ouvertures se sont maintenues sur un niveau bas. Elles concernent majoritairement des commerces alimentaires de produits biologiques. Par ailleurs, on observe des changements d'enseignes à un niveau légèrement plus fort que par le passé ce qui peut s'expliquer pour partie par la conjoncture économique peu favorable pour le commerce.

Au-delà du suivi statistique des points de vente, l'offre commerciale se recompose en permanence pour s'adapter aux nouveaux comportements des consommateurs, en particulier au sein des zones périphériques dont le modèle est aujourd'hui réinterrogé.

Au sein des galeries marchandes, l'offre continue de se diversifier pour accueillir de nouvelles activités commerciales et de services. À Saint-Orens, un commerce dédié à la vente de tissu d'ameublement, activité généralement située dans des centres-villes ou dans des grandes surfaces de périphérie, a ouvert dans la galerie marchande. À Fenouillet, un coworking de 25 bureaux s'est implanté dans le centre commercial. Pour renforcer l'attractivité et les flux, les foncières continuent de favoriser la mixité des activités dans ces lieux. Les super-

marchés et hypermarchés font évoluer leur modèle notamment en automatisant leurs lieux de stockage. Certains, comme à Portet-sur-Garonne, diversifient leur offre en proposant moins d'alimentaire et plus de produits spécialisés notamment en développant le bricolage.

Si la photographie de l'offre de grandes surfaces évolue à la marge d'une année sur l'autre, les équilibres et les dynamiques ont connu une évolution plus notable lors de la dernière décennie :

- 86 000 m<sup>2</sup> de nouvelles surfaces commerciales de 300 m<sup>2</sup> et plus sur le périmètre du SCoT de la Grande agglomération toulousaine (hors ville centre) ;
- les communes situées en dehors de ce périmètre pèsent également de manière conséquente dans la croissance de l'offre avec en dix ans, 51 000 m<sup>2</sup> de plus en activité.

De manière relative, les communes situées aux confins de l'aire d'attraction de Toulouse ont connu les rythmes de croissance les plus importants avec +2,7 %/an. La croissance des communes situées dans le périmètre du SCoT de la Grande agglomération toulousaine a été beaucoup plus modeste sur la même période avec +1 %/an. La ville centre, quant à elle, a connu une évolution de seulement 0,5 % au cours de dix dernières années, ce qui représente un total de 13 000 m<sup>2</sup> supplémentaires.

## Centre-ville de Tarbes, une observation et des outils pour renforcer la dynamique commerciale

L'offre commerciale de Tarbes connaît des difficultés croissantes depuis le début de l'année 2023. Des enseignes nationales de prêt-à-porter ont notamment fermé au cours du premier semestre.

Par ailleurs, la grande surface historique, les Galeries Lafayette, est en procédure de sauvegarde comme dans 26 autres villes en France. C'est un symbole de l'attractivité qui vacille !

Le phénomène n'est pas que conjoncturel et la vacance tend à se développer dans le centre-ville. La commune a mis en place des outils et a renforcé son ingénierie pour redynamiser sa centralité.

Elle bénéficie du programme « Action Cœur de Ville » et est éligible au FISAC, ce qui lui a permis d'engager des actions spécifiques et transversales :

- des groupes de travail sont mis en place depuis un an afin de rencontrer les commerçants (indépendants ou grandes enseignes) pour améliorer l'accompagnement ;
- le dialogue avec les propriétaires est également

renforcé pour évoquer la rénovation des locaux, des enseignes, le niveau des loyers...

- la mairie peut également accompagner certains professionnels dans leurs démarches et dans la recherche d'un nouveau local.

D'autres actions concernent la valorisation de l'hypercentre en restructurant le parcours client avec de nouveaux aménagements. La collectivité lance une opération de rénovation des immeubles pour accueillir de nouveaux habitants et en ciblant en particulier les familles. Par ailleurs, elle a initié des animations tout au long de l'année pour que le centre-ville soit plus attractif : piétonisation des rues le samedi, gratuité de l'occupation de l'espace public pour les entreprises, grande braderie...

En outre, les actions sur le centre-ville sont accompagnées d'une réflexion sur l'encadrement du développement commercial en périphérie. Un ensemble d'actions qui favorise déjà une plus grande attractivité toutefois la situation est encore fragile.