Document Approuvé
le 10 Décembre
2019

SUD GARD

ENSEMBLE, CONSTRUISONS
LE TERRITOIRE DE DEMAIN

Partie 01

DAAC :
DIAGNOSTIC DE L'OFFRE ARTISANALE ET COMMERCIALE

Document d'Aménagement Artisanal et Commercial
Partie 1 : Diagnostic de l'offre artisanale et commerciale
Partie 2 : La stratégie

PREAMBULE 3

I. CE QUE DISAIT LE SCOT JUSQU'A PRESENT EN MATIERE DE COMMERCES ET D'ARTISANAT ? .. 4
II. QU'EST- CE QUE LE DAAC ? 11
III. L'ORGANISATION DU DAAC 14

LES DYNAMIQUES TERRITORIALES..... 16

I. DONNEES DEMOGRAPHIQUES 17
II. DONNEES ECONOMIQUES 26

DIAGNOSTIC COMMERCIAL..... 33

I. LE POIDS DU COMMERCE SUR LE SCOT 34
II. LES COMPORTEMENTS D'ACHAT..... 44
III. L'ARMATURE COMMERCIALE OBSERVEE..... 52
IV. LES CENTRES VILLES, LES CENTRES BOURGS 63
V. ZOOM SUR CERTAINES FORMES DE COMMERCE 76
VI. LES FAITS MARQUANTS DES DERNIERES ANNEES 88

DIAGNOSTIC DE L'ARTISANAT..... 91

I. CADRAGE LEGISLATIF..... 92
II. LES ETUDES LIES A L'ARTISANAT DANS LE GARD..... 93
III. LE POIDS DE L'ARTISANAT DANS LE SCOT..... 104
IV. LES POINTS FORTS DE L'ARTISANAT LOCAL..... 112
V. LA SPATIALISATION DE L'ARTISANAT 116

LES ENJEUX..... 123

I. LES ENJEUX SPECIFIQUES AU COMMERCE 124
II. LES ENJEUX SPECIFIQUES A L'ARTISANAT 127

SUD GARD

PREAMBULE

I. CE QUE DISAIT LE SCOT JUSQU'A PRESENT EN MATIERE DE COMMERCES ET D'ARTISANAT ?

A. Un schéma de développement commercial et non un DACOM

1. Un cadre différent, et des premiers apports dans le cadre de la planification

En 2010, le syndicat mixte du SCOT SUD GARD avait réalisé un schéma de développement commercial. Ce schéma, annexé au SCOT, n'avait pas de portée opposable. Pour ce faire, il aurait fallu réviser le SCOT et y adjoindre un Zonage d'Aménagement COMmercial (ZACOM).

Pour autant, le schéma de développement commercial était nécessaire :

- Car il dresse un diagnostic quantitatif et qualitatif du commerce, qui va nous aider dans la révision du SCOT.
- Car il aborde le sujet pour la première fois à l'échelle du SCOT, de déceler des enjeux, et d'aborder les questionnements liés au commerce et au développement local
- Car il fournit des approches de bonnes pratiques, et des grilles d'analyses pour permettre aux élus de se positionner sur des dossiers de CDAC (commission départementale d'aménagement commercial)
- Car il permet un éclaircissement sur la lecture même du volet économique du SCOT, jusque-là imprécise en matière de commerce.

2. Un contenu dense en 5 parties

Le schéma de développement commercial de 2010 est organisé en 5 parties :

- Une partie introductive, qui revient sur le cadre règlementaire et sur les attentes du SCOT
- Une partie diagnostic dénommée « dynamiques territoriales et organisation spatiale de l'armature commerciale », bâtie notamment à partir de données quantitatives issues de l'observatoire du commerce de la CCI de Nîmes.
- Une partie « visions croisées des acteurs sur le développement commercial du SCOT », qui résume de nombreux échanges menés en entretiens & ateliers de travail avec différentes parties prenantes : commerçants, investisseurs, élus, enseignes, techniciens …..
- Une partie dédiée aux enjeux polarisés, c'est-à-dire des « zooms » sur les différents pôles commerciaux du territoire, sur des approches économiques & spatiales
- Enfin, le schéma abouti sur des orientations et des leviers de développement.

B. Les orientations du schéma de développement commercial (SDC)

1. L'armature commerciale

Nous dénommerons « armature commerciale » la spatialisation du commerce sur le territoire, ainsi que sa hiérarchisation par niveau d'offre. Cette approche donne lieu à la production de cartes et de tableaux mettant en adéquation des niveaux d'offres de tel ou tel pôle commercial.

Nîmes siégeait au rang de ville centre

4 zones étaient analysées et étaient jugées de façon différente. Les zones "Ville Active" et 'Mas de Vignobles" arboraient un bon niveau d'aménagement, malgré une intégration urbaine moyenne de "Mas de Vignobles".
Le site "Mas des abeilles" était lui jugé satisfaisant, toutefois la zone entre la RN 113 et la voie ferrée présentait un mauvais niveau d'aménagement bien que disposant d'une intégration urbaine satisfaisante.

4 enjeux étaient pointés pour ce pôle :

- Le maintien du commerce traditionnel
- La requalification de l'appareil commercial plus ancien
- Rechercher de la complémentarité pour les biens d'équipements de la maison
- Développer l'accès aux commerces de centre comme de périphérie via l'usage du TCSP

Venaient ensuite 3 pôles urbains majeurs:

Le premier, Beaucaire, était jugé satisfaisant sur le point du nombre de commerces, mais présentait des carences en termes de diversité, notamment sur le pôle hifi/électroménager, qui engendrait des déplacements sur les pôles nîmois et avignonnais.

En termes d'aménagement, les zones commerciales étaient jugées d'excellentes factures.

3 enjeux étaient pointés :

- Développer la spécificité de la commune, en termes de stratégie commerciale comme de stratégie d'accueil de populations
- Renforcer l'offre alimentaire et accentuer l'offre de centre-ville
- Accueillir davantage d'offre liée à l'équipement de la maison (cf remarque sur le hifi)

Le second, Vauvert, était jugé d'un bon niveau en offre et diversité commerciale.

L'aménagement général des zones commerciales étaient de même de bonne facture.
3 enjeux étaient pointés :

- Parvenir à développer l'offre pour limiter l'évasion commerciale
- Renforcer l'offre alimentaire (forte évasion)

- Se doter d'une offre d'équipement de la personne

Le troisième, Saint Gilles, disposait d'une densité et diversité commerciale jugée bonne.

Toutefois, l'aménagement des zones étaient jugé d'un niveau moyen. L'intégration urbaine ainsi que la signalétique étaient considérées satisfaisantes, mais la qualité architecturale ainsi que l'accessibilité et les aménagements paysagers n'étaient pas d'un niveau suffisant.

2 enjeux majeurs semblaient se distinguer :

- Renforcer le commerce de centre-ville, notamment via de l'équipement à la personne et une offre de culture/loisirs
- User de l'agriculture locale pour développer des concepts de circuits courts.

4 pôles urbains intermédiaires représentaient finalement la dernière catégorie

Le premier, Aigues-Mortes / Grau du Roi, dispose d'une offre commerciale suffisamment dense et diversifiée.

En revanche, l'aménagement des zones y est juste correct. Seule l'intégration urbaine est un facteur loué.

3 enjeux apparaissaient pour ce pôle :

- Poursuivre la logique de complémentarité entre commerce traditionnel et grande surface
- Développer une offre de prêt-à-porter
- Développer un axe commerce/loisirs afin de capter des flux supplémentaires

Le second, Gallargues –le-Montueux / Aimargues / Aigues-Vives, disposait pour sa part d'une densité et diversité commerciale juste suffisante, avec l'absence notable de super/hypermarchés sur le pôle de Gallargues-le-Montueux.

En termes d'aménagement, hormis l'accessibilité et la signalétique qui étaient reconnues comme excellentes, le niveau global demeurait bien faible dû notamment à la pauvreté des aménagements paysagers.

3 enjeux étaient soulevés pour ce pôle :

- Renforcer l'offre alimentaire
- Se doter d'une offre d'équipement de la personne, notamment habillement
- Observer le développement de Lunel et ne pas développer commercialement ce pôle pour rien

Le troisième, Sommières / Calvisson, proposait pour sa part une insuffisance totale d'offre et de diversité commerciale, avec pour point d'orgue le fait que Calvisson ne possède aucuns commerces hors centre-ville.

Cependant, l'aménagement des zones commerciales existantes se révélaient amplement satisfaisant.

2 enjeux ressortaient pour ce pôle :

- Limiter le développement de l'offre alimentaire, déjà suffisamment implantée et favoriser une diversification des commerces
- Surveiller le devenir de la ZAC Bois de Minteau, notamment pour être à même de répondre aux besoins de nouvelles populations

Le quatrième, Saint Geniès de Malgoirès / La Calmette, présentait un degré satisfaisant d'offre et de densité commerciale.

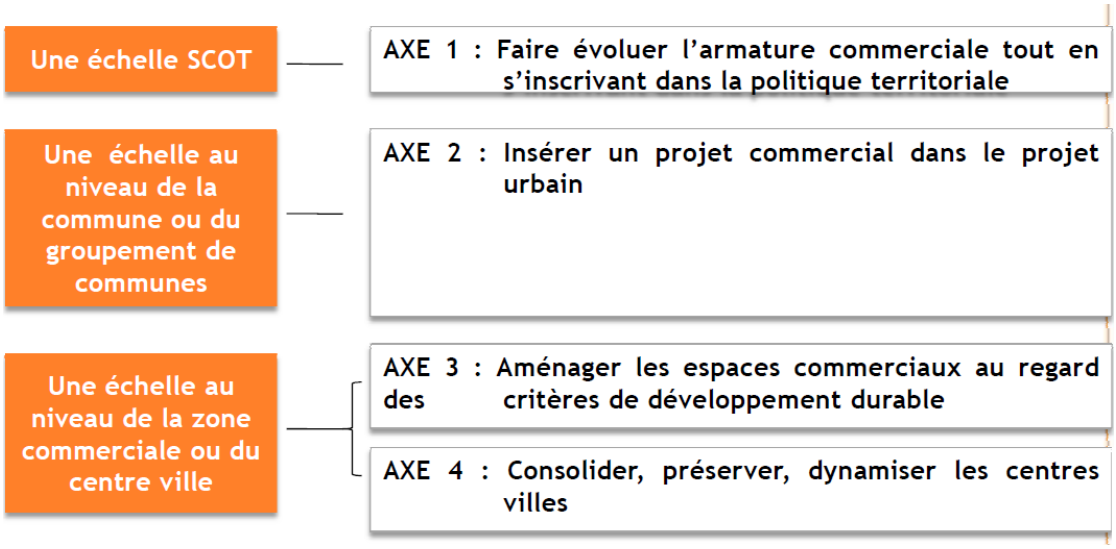
L'aménagement de ses zones commerciales y était d'excellente facture, seule la qualité des aménagements paysagers n'étant pas au niveau.
2 enjeux majeurs ressortaient :

- Développer l'offre alimentaire sur les produits du quotidien
- Développer l'offre d'équipement de la maison pour limiter l'évasion : bureautique, hifi…

2. *4 axes de développement*

Les orientations du schéma sont déclinées selon 4 axes

(Extrait du SDC 2010)



Pour chaque Axe, le traitement a été le suivant :

- Rappel des constats
- Comment appréhender l'axe ?
- Les orientations envisagées
- Les outils à actionner. Parmi les outils, il était possible d'agir à plusieurs niveaux :
  - Au niveau de la CDAC
  - Dans les documents de planification (SCOT/PLU)
  - A d'autres niveaux (EPCI,Pays,Communes, Association etc….)

C. Prise en compte du SDC 2010 dans le cadre du DAAC

Plusieurs éléments du SDC de 2010 pourraient être repris et/ou réactualisés dans le nouveau DAAC.

Sur le lien armature urbaine/armature économique/armature commerciale

Le SDC de 2010 faisait référence à une armature, et la mettait en relation avec l'armature urbaine du SCOT, mais aussi avec les objectifs fixés d'un point de vue économique. Cela donnait lieu à un tableau à la lecture parfois complexe, mais néanmoins nécessaire.

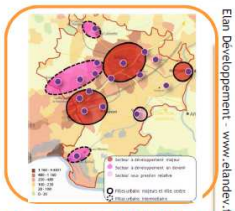
Extraits du SDC 2010

Approche par pôles urbains

Quel niveau d'offre pour quel pôle ? *

Au regard d'un commerce de résidence

L'offre de proximité **L'offre intermédiaire**



Elan Développement - www.elandev.fr

Pour certains pôles, un niveau d'offre commerciale constaté qui ne correspond pas aux fonctions d'un pôle majeur. Pour autant, les projections démographiques n'entrainent pas nécessaire un besoins d'adaptation immédiat.

Pôles urbains majeurs	Offre commerciale constatée	Offre commerciale nécessaire si projection à10 ans	Pôles intermédiaires du SCOT qui peuvent servir d'appui	Autres communes qui peuvent servir d'appui à l'évolution
Nîmes	Structurante	Structurante		
Beaucaire	Intermédiaire	Intermédiaire		
Vauvert	Proximité	Intermédiaire	Gallargues/Aimargues	Vergèze
Saint Gilles	Proximité	Proximité, éventuellement intermédiaire si pression démographique mais non avérée à ce jour		

173

Pôles urbains intermédiaires	Offre commerciale constatée	Offre commerciale nécessaire si projection à10 ans	Pôles intermédiaires du SCOT qui peuvent servir d'appui	Autres communes qui peuvent servir d'appui à l'évolution
Grau du Roi / Aigues-mortes	Intermédiaire	Intermédiaire		
Gallargues le Montueux / Aimargues	Intermédiaire	Intermédiaire	Vauvert	Vergèze, Lunel
Sommières / Calvisson	Proximité	Proximité		
La Calmette / Saint Géniès	Proximité	Transition progressive vers offre intermédiaire conditionnée au développement de l'axe Nîmes-Alès		

174

Nous conserverons cette logique d'allers/retours entre armature urbaine et armature commerciale. Elle sera de toute façon beaucoup plus intégrée puisque, comme nous allons le voir, le DAAC fait partie intégrante du SCOT, et nous considèrerons le commerce et l'artisanat au regard de l'ensemble des problématiques urbaines du territoire.

Il sera par contre intéressant de voir, par rapport aux préconisations de 2010, si les niveaux d'offre ont évolué, et si l'armature commerciale préconisée a évolué dans le sens souhaité par les élus à l'époque.

En termes de méthodologie

Les données sont à actualiser, mais nous conserverons une approche avec 2 niveaux de « zoom » : à l'échelle du SCOT d'une part, mais aussi à des échelles plus réduites, pour pouvoir approcher différents sous espaces du SCOT (via les pôles commerciaux, nous y reviendrons)

Sur les logiques d'implantation d'acteurs

Une des valeurs ajoutée du SDC est d'avoir confronté les enjeux de développement commercial aux logiques de développement et d'implantation des acteurs du commerce. Nous reprendrons ce principe.

II. QU'EST- CE QUE LE DAAC ?

D. Que dit la loi ?

1. Instabilité législative

Loi dite Grenelle II, du 12 juillet 2010 :

- Elaboration d'un DACOM obligatoire dans le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO) « définit dans les conditions prévues au II de l'article L. 752-1 du code du commerce, qui délimite des zones d'aménagement commercial ZACOM».

Loi ALUR (loi pour l'Accès au Logement et un Urbanisme Rénové), du 26 mars 2014 :

- Suppression du document d'aménagement commercial (DACOM) dans le SCOT. Le DOO traitera désormais du commerce, comme il traite de l'habitat, de l'économie, des déplacements, de l'environnement, sans isolement dans un « document » spécifique.

Loi dite Pinel (loi relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises), du 18 juin 2014 :

- Réintroduction du Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC), dont le contenu varie sensiblement du DACOM « Grenelle », il ne comprend plus de ZACOM, mais localise des secteurs d'implantations en périphérie et en centralités.

2. Volet commercial du SCOT

Le DOO précise les orientations relatives à l'équipement commercial et artisanal.

Il définit les localisations préférentielles des commerces en prenant en compte les objectifs:

- de revitalisation des centres-villes
- de maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population tout en limitant les obligations de déplacement et les émissions de gaz à effet de serre,
- de cohérence entre la localisation des équipements commerciaux et la maîtrise des flux de personnes et de marchandises,
- de consommation économe de l'espace,
- de préservation de l'environnement, des paysages et de l'architecture.

Il peut comprendre un DAAC :

Alors que le DAC (Document d'Aménagement Commercial) avait été supprimé par la loi ALUR, la loi ACTPE réintroduit le Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC).
Ce document n'est pas une obligation, c'est une possibilité offerte par le Code de l'urbanisme.

E. Que dit la loi en termes de contenu ?

1. Contenu du DAAC

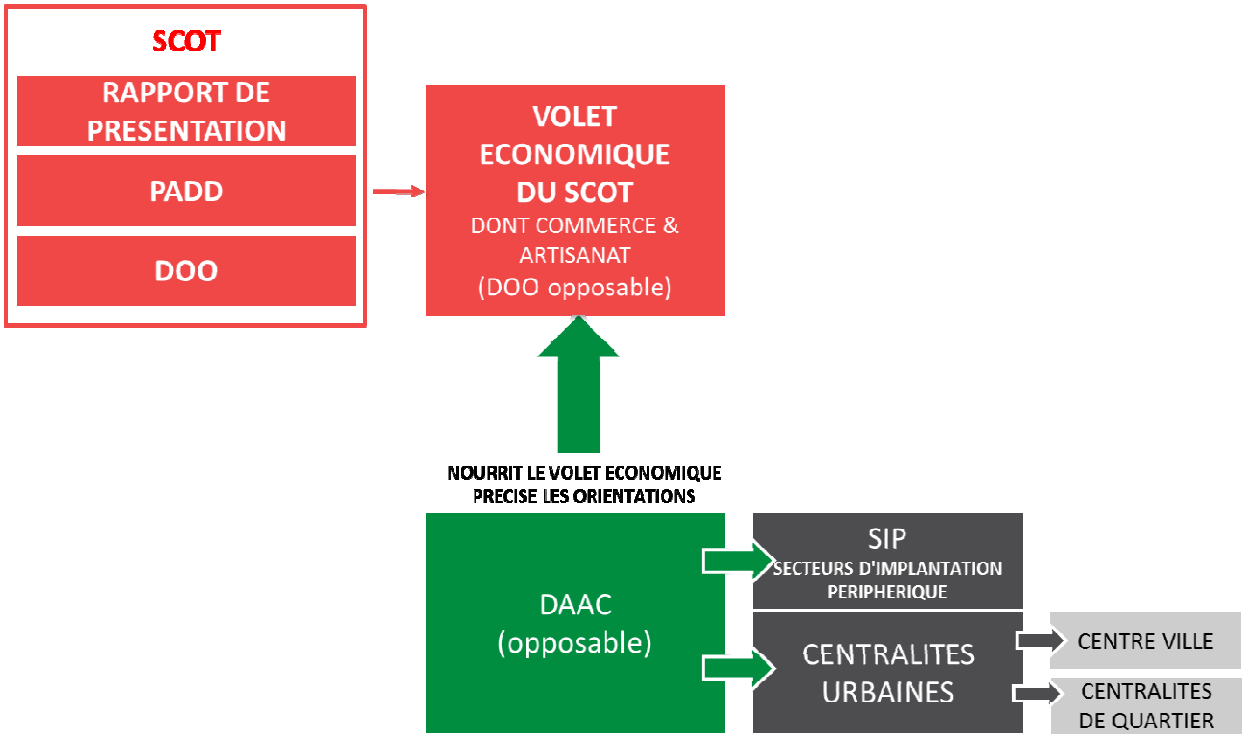
Le DAAC **détermine les conditions d'implantation des équipements commerciaux** qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable.

Ces conditions portent sur :

- la consommation économe de l'espace, notamment en entrée de ville, par la compacité des formes bâties, l'utilisation prioritaire des surfaces commerciales vacantes et l'optimisation des surfaces dédiées au stationnement.
- la desserte de ces équipements par les transports collectifs et leur accessibilité aux piétons et aux cyclistes
- leur qualité environnementale, architecturale et paysagère, notamment au regard de la performance énergétique et de la gestion des eaux.
- localiser les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines, qui peuvent inclure tout secteur, notamment centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines, dans lesquels se posent des enjeux spécifiques du point de vue des objectifs mentionnés ci-dessus
- la possibilité de prévoir des conditions d'implantation des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ci-dessus identifiés.

L'annulation du DAAC ne compromet pas les autres documents du SCOT. Il est également important de noter que les articles L.141-16 et L.141-17 du Code de l'urbanisme, qui encadrent le contenu du DOO en matière commerciale, ne fait plus référence au Code du commerce.

2. *Schéma de synthèse*



III. L'ORGANISATION DU DAAC

A. Un DAAC en deux livrets

Le DAAC comprends deux livrets

- Le LIVRET 1, consacré au diagnostic. Il fait échos au rapport de présentation du SCOT, dont certains éléments d'analyse en matière de commerce et d'artisanat seront directement repris depuis le DAAC. Il contient une annexe, qui détaille quelques données et enjeux commerciaux spécifiques aux principaux secteurs commerciaux du territoire.

- Le LIVRET 2 relatif à la stratégie globale et aux orientations qui en découlent.

B. Le livret 1 : diagnostic

Nous organisons ce livret de la manière suivante :

1. Une partie diagnostic et enjeux

Avant de rentrer dans l'analyse du commerce et de l'artisanat, il nous semble important de faire un point sur les dynamiques territoriales qui sous-tendent le développement sur le SCOT Sud Gard. Il s'agit de reprendre des éléments issus du rapport de présentation du SCOT concernant : la démographie & le contexte socio-économique.

Puis, nous aborderons un diagnostic de l'appareil commercial à travers 5 points :

- Le poids du commerce sur le Scot
- Les centres villes, les centres bourgs
- Un zoom sur certaines formes de commerce (circuits courts, vente à distance, commerces non sédentaires)
- Les faits marquants des dernières années
- L'armature commerciale

La suite du document abordera un diagnostic de l'artisanat

Enfin, nous conclurons la partie diagnostic sur l'identification d'enjeux

2. *Un document annexe : les fiches secteurs*

Ce document annexe à son importance : il s'agit des « fiches secteurs », complétant les données et les enjeux à l'échelle des 15 secteurs géographiques de vente principaux du SCOT Sud Gard :

- NIMES
- BEAUCAIRE
- VAUVERT
- SAINT-GILLES
- AIGUES-MORTES
- LE GRAU DU ROI
- AIGUES VIVES
- AIMARGUES
- SOMMIERES
- VERGEZE
- SAINT GENIES DE MALGOIRES
- LA CALMETTE
- MARGUERITTES
- MILHAUD
- CAVEIRAC

Chaque fiche traite des points suivants :

- Chiffres clés
- L'armature commerciale
- Les comportements d'achats
- Synthèse

SUD GARD

LES DYNAMIQUES TERRITORIALES

I. DONNEES DEMOGRAPHIQUES

Les données ici présentées proviennent du diagnostic du territoire fourni par l'Agence d'Urbanisme De la Région Nîmoise et Alésienne (AUDRNA).

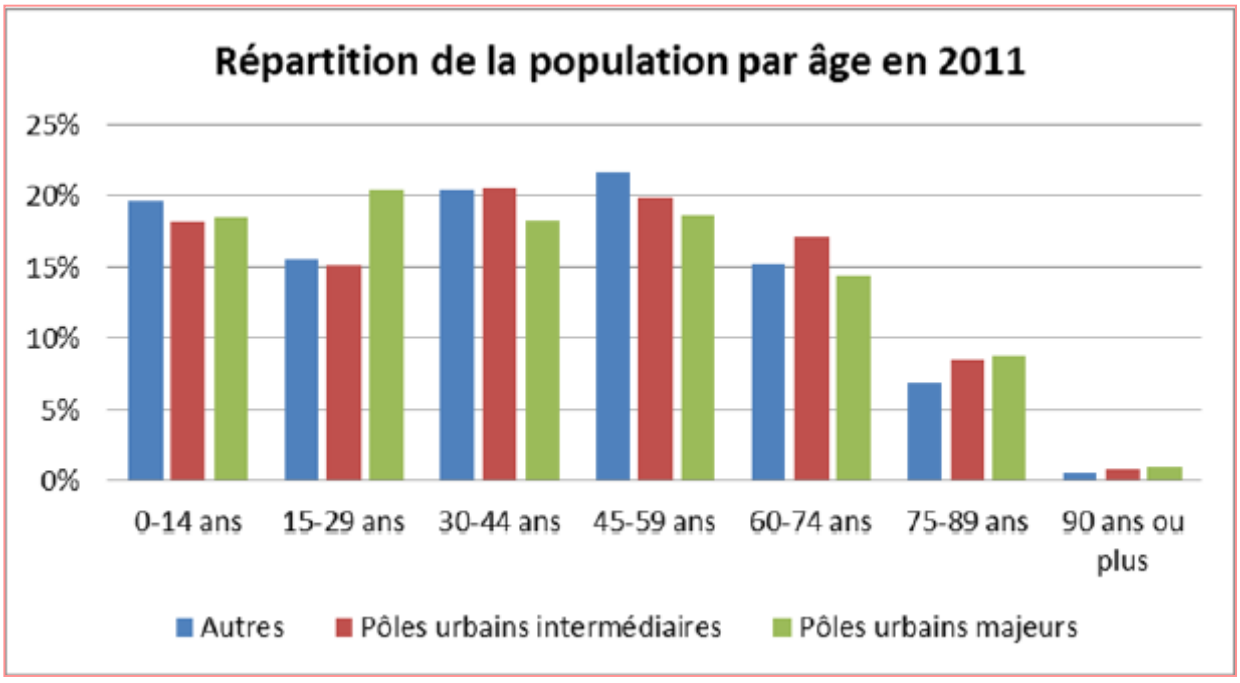
Afin d'étudier les données démographiques du SCOT Sud Gard, nous procéderons en 2 temps. Nous reviendrons premièrement sur les caractéristiques principales de la population, puis nous analyserons ses variations.

A. Les caractéristiques principales de la population

1. La répartition par âge de la population

En 2012, le SCOT Sud Gard comptait 374 400 habitants, pour une hausse de près de 4000 habitants entre 2007 et cette même année. En 2013, l'accroissement de la population se poursuivait avec 388 053 habitants.

Globalement, c'est un territoire jeune avec 37% de sa population en dessous de 30 ans, comme à l'échelle de la France.



à

Source : Diagnostic stratégique de l'AUDRNA

A bien regarder la structure des âges par catégories de pôles (les mêmes que ceux définis lors de l'ancien SCOT), certaines disparités tendent à apparaître.

On remarque ainsi que les populations les plus jeunes, ainsi que les plus vieilles choisissent les pôles urbains majeurs comme lieu d'habitation. Les catégories intermédiaires choisissent quant à elle les pôles intermédiaires ou plus faibles. Ces catégories peuvent par exemple contenir les couples avec enfants, qui préfèrent peut-être des zones où la pression foncière se fait moins sentir afin de vivre en accord avec leurs attentes (tailles d'habitation, mode de vie..).

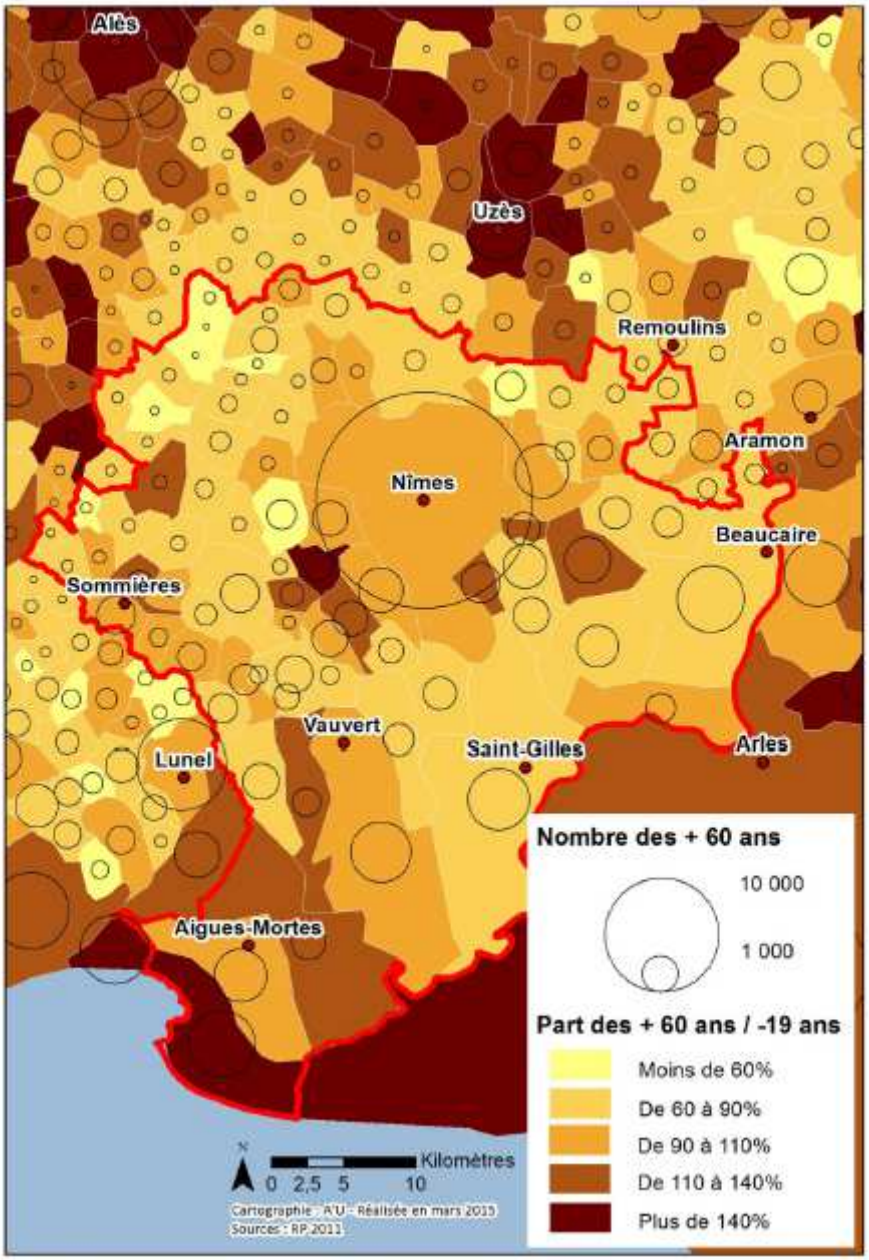
Cependant, malgré cette forte jeunesse, l'analyse de l'indice de vieillesse révèle des espaces marqués par un vieillissement avancé de la population.

On remarque par exemple, que le Sud Ouest du SCOT est marqué par une présence de personnes de plus de 60 ans élevée, le Grau du Roi comptant plus de 2 fois plus de personnes âgées que de moins de 19 ans.

La façade Ouest est également concernée, ainsi que le cœur du SCOT, et les alentours de Nîmes.

Concrètement, plus les communes sont situées en zones urbaines, plus la population a tendance à être plus vieille.

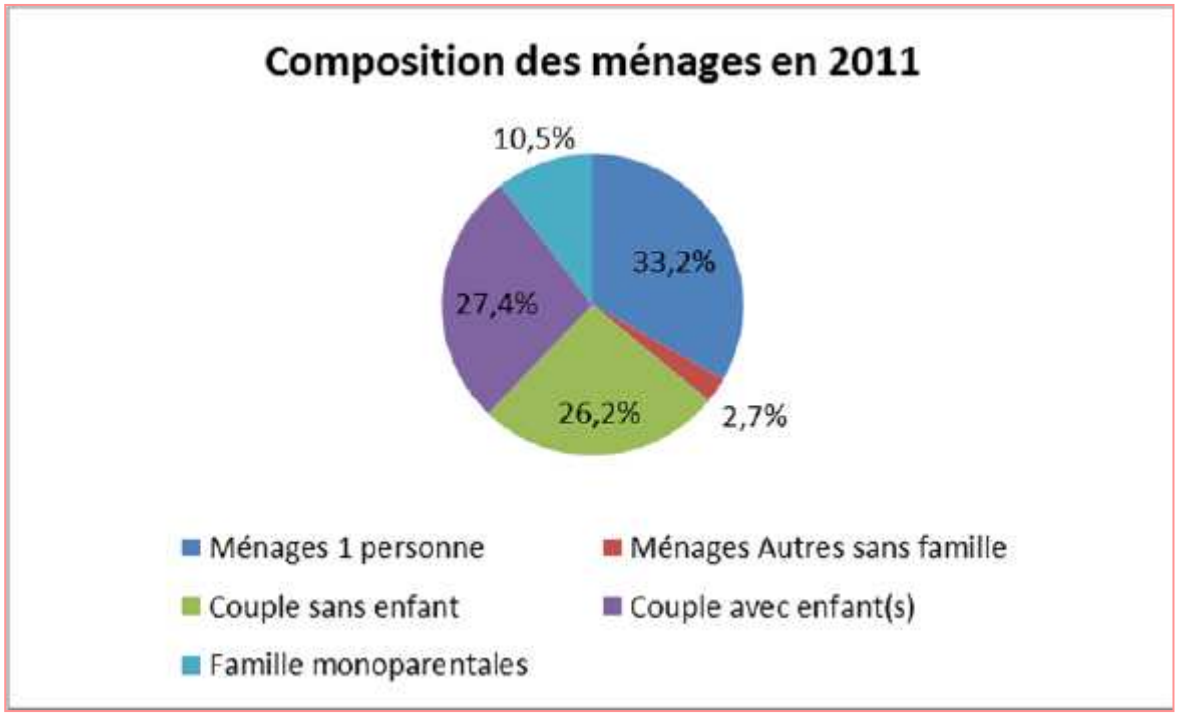
L'indice de vieillesse



2. *La taille des ménages*

La taille des ménages du SCOT Sud Gard diminue globalement depuis 1999. A cette époque, il y avait 2.4 personnes par ménage, pour 2.28 en 2011.

Cette diminution s'explique notamment par le phénomène de mises en couple tardives, ce qui peut justifier partiellement le chiffre de 33.2% de ménages composés d'une seule personne.



Source : Diagnostic stratégique de l'AUDRNA

Viennent ensuite les couples avec enfant(s), avec 27.4%, juste devant ceux sans enfant (26.2%).

Cette forte représentation des ménages d'une personne n'est pas simplement anecdotique mais correspond à une hausse constante de cette catégorie depuis 1999, représentant alors 30%.

Cette statistique peut également être nourrie d'une autre information, à savoir qu'en moyenne dans le SCOT, plus de 40% des ménages d'une personne sont constitués de personnes âgées de plus de 65 ans, ce qui peut être un enjeu de maillage commercial.

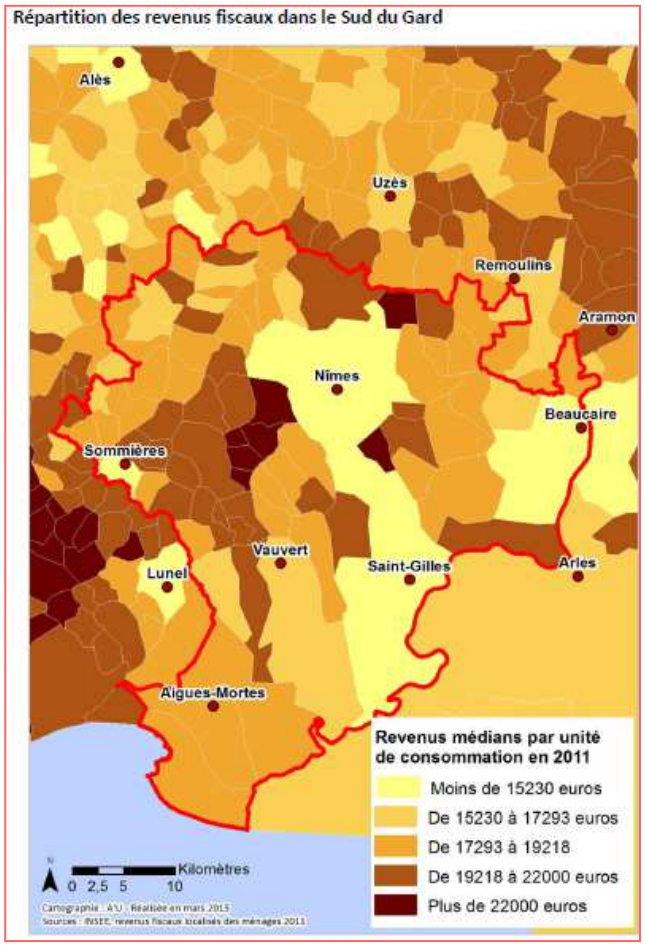
3. *Le revenu médian des ménages du SCOT Sud Gard*

Le département du Gard exhibe un taux de ménages imposables assez faible de 53%, contre 61% au niveau national.

Le territoire du SCOT Sud Gard suit la logique de son département. Là où le revenu médian national est de 19 218 euros, il est de 17 293 euros dans le Gard et de 15 230 euros à Nîmes par exemple.

LES REVENUS MEDIANS PAR UNITE DE CONSOMMATION	
CA NIMES METROPOLE	16 898 euros
CC BEAUCAIRE TERRE D'ARGENCE	16 091 euros
CC LEINS GARDONNENQUE	18 008 euros
CC PAYS DE SOMMIERES	18 703 euros
CC RHONY VISTRE VIDOURLE	19 777 euros
CC PETITE CAMARGUE	17 273 euros
CC TERRE DE CAMARGUE	18 334 euros
Source : Diagnostic de l'agence d'urbanisme	

Ainsi, l'on se rend compte que la façade Ouest du SCOT dispose d'un niveau de revenu médian plus élevé, ce qui peut s'expliquer par une présence moindre de ménages précaires.

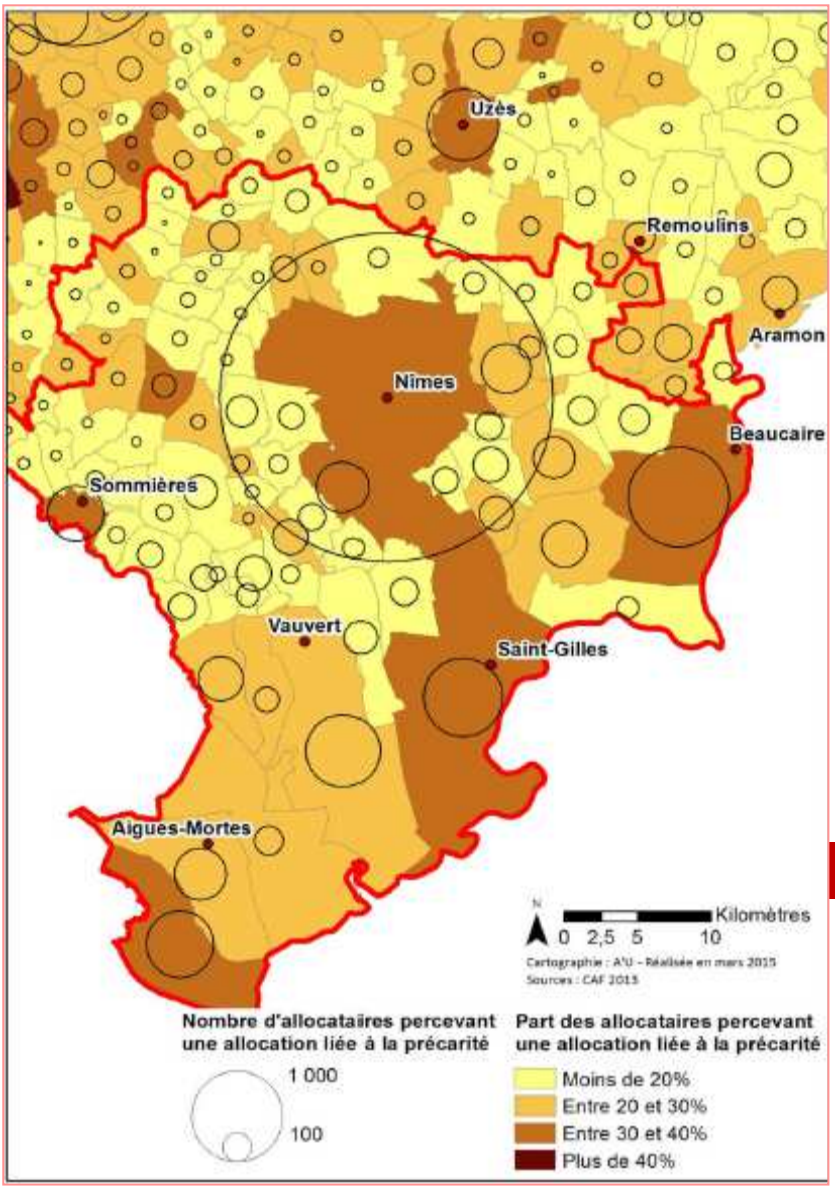


Cette intuition de spatialisation de la pauvreté se retrouve révélée via la carte suivante.

Comme nous le voyons, les espaces grandement urbanisés, représentés ici par les pôles urbains majeurs principalement, accueillent les plus forts taux de population recevant une allocation liée à la précarité.

De plus, dans ces grands pôles, les 10 % des ménages les plus modestes ont un niveau de vie inférieur à :

- 5603 euros à Nîmes Métropole
- 7127 euros à Beaucaire Terre d'Argence
- 8752 euros dans le Pays de Sommières
- 8772 euros en Terre de Camargue



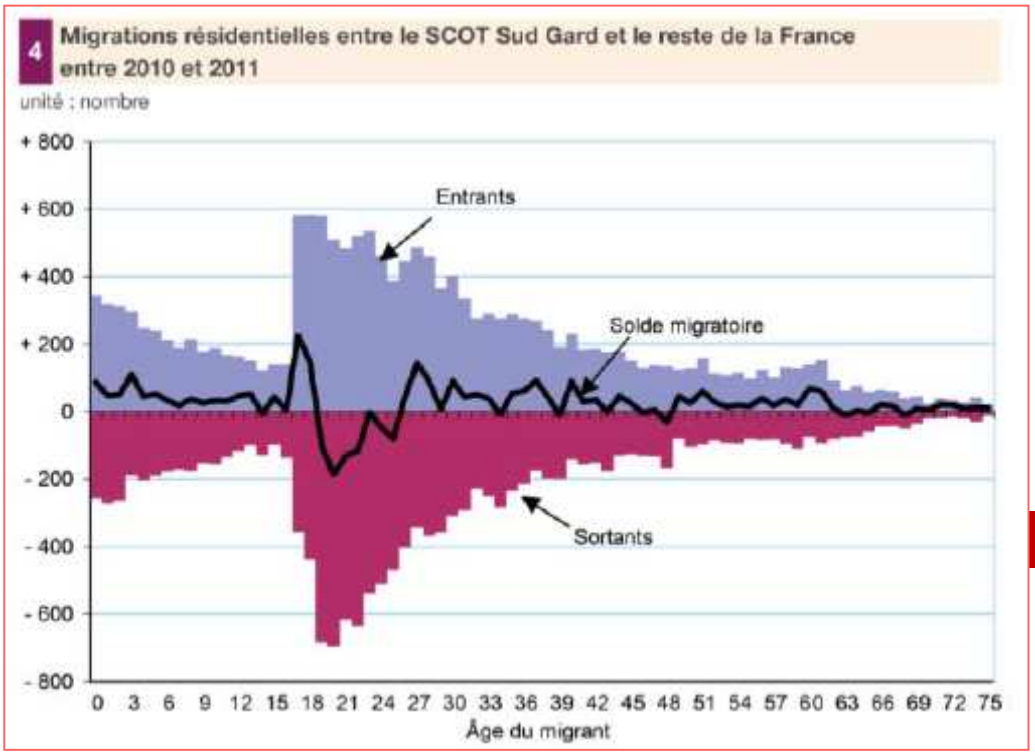
B. Les évolutions de la population

1. *Les variations de population dans le SCOT Sud Gard*

Le SCOT Sud Gard compte 374 400 habitants en 2012 comme nous l'avons déjà dit, et sa population a grandement crue entre 1999 et 2011 avec un supplément de 54 640 habitants.

Cette croissance de population est soutenue par un solde migratoire excédentaire (environ 40 000 individus entre 1999 et 2011), représentant 0.65% du taux de croissance annuel de la population s'élevant à environ 1% entre 2006 et 2011.

Cette migration concerne majoritairement des individus jeunes, ce qui est favorable au dynamisme du territoire.



Source : Diagnostic stratégique de l'AUDRNA

Cependant, même si les soldes migratoires ne sont pas élevés pour tous les territoires du SCOT Sud Gard, Nîmes Métropole ayant un taux de 0.19% par exemple entre 2006 et 2011, la quasi-totalité des communes ont gagné en population entre 2006 et 2011.

On peut à cet effet constater que les gains de population majeurs se sont réalisés en périphérie des pôles ciblés comme pôles majeurs par le SCoT approuvé en 2007, pouvant témoigner ainsi d'une logique d'étalement urbain et de périurbanisation.

Evolution de la population entre 2006 et 2011

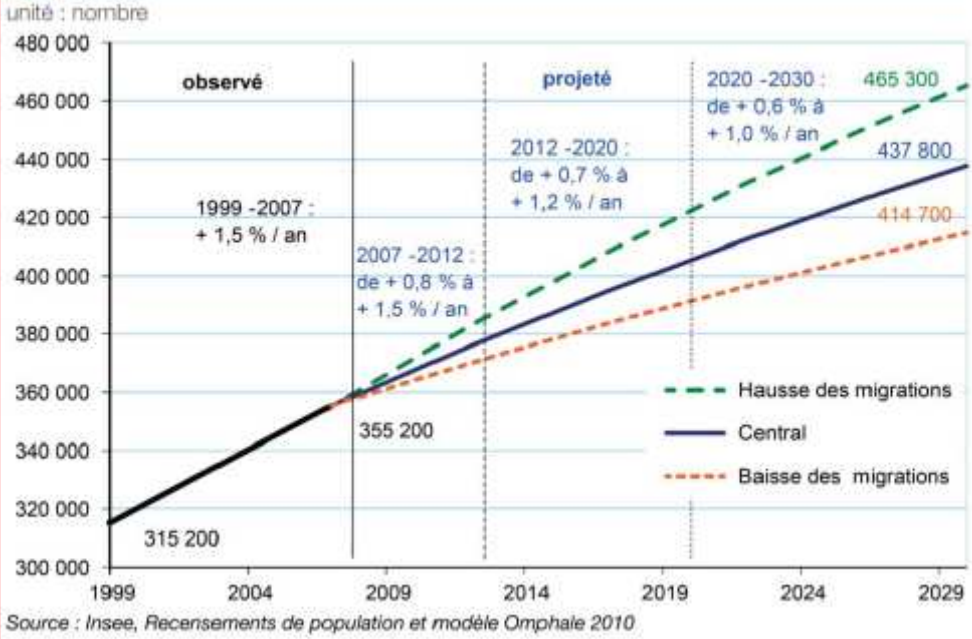
2. *Les projections démographiques du SCOT Sud Gard*

Basé sur les récentes baisses des taux de croissance de population, l'INSEE prévoit une hausse de la population de l'ordre de 0.6% à 1% de 2020 à 2030 selon trois scénarii. Le territoire du SCOT compterait donc entre 414 700 et 465 300 habitants.

Le scénario central, de base, prévoit en prolongeant les données actuelles, une hausse de 3700 habitants par an jusqu'en 2020, puis 3200 entre 2020 et 2030.

Voici ci-dessous, ce que stipulent la totalité des scenarii:

2 Évolution du nombre d'habitants du SCOT Sud Gard à l'horizon 2030 selon 3 scénarios



Source : Insee, Recensements de population et modèle Omphale 2010

Pour développer ces derniers, l'INSEE s'est entre autre basé sur le contexte de crise économique et le phénomène de vieillissement de la population.
Cependant, les évolutions des modes de vie seront également à prendre en compte.

A Retenir

Les caractéristiques principales du SCOT:

- 374 400 habitants en 2012, pour une hausse de 4000 habitants entre 2007 et cette date
- 37% de la population en dessous de 30 ans
- Les populations les plus jeunes et les plus vieilles se concentrent dans les pôles urbains majeurs du territoire
- Il y avait en 2011 2.2 personnes par ménages, dont 33% des ménages n'étant composé que d'une seule personne et 26.2% d'un couple sans enfant pour 27.4% de couples avec enfants
- 53% des ménages sont imposables dans le SCOT, contre 61% au niveau national
- Le revenu médian du SCOT est de 17 293€ contre 19 218€ au niveau national, de plus la façade Ouest du SCOT est la plus riche, disposant de moins de ménages précaires, ces derniers étant davantage concentrés dans les espaces le plus urbanisés

Les évolutions de la population :

- Entre 1999 et 2011, le territoire du SCOT a gagné 54 640 habitants
- Cette augmentation s'explique à 65% par un solde migratoire positif
- Ces populations entrantes se sont toutefois installées hors des pôles considérés comme majeurs par le SCoT approuvé en 2007, et où l'accueil des populations devait se réaliser
- Dépendant d'hypothèses quant aux migrations de population, 3 projections de l'évolution démographique à l'horizon 2030 ont été réalisées :
- Une projection "haute" prévoit une hausse de 90 000 habitants par rapport à 2012
- Une projection "centrale" prévoit une hausse de 60 000 habitants par rapport à 2012
- Une projection "basse" prévoit une hausse de 40 000 habitants

II. DONNEES ECONOMIQUES

Les données ici présentées proviennent du diagnostic du territoire fourni par l'Agence d'Urbanisme De la Région Nîmoise et Alésienne (AUDRNA).

Nous évoquerons les caractéristiques du tissu économique à travers deux temps distincts : la structure de l'emploi, puis les zones d'activités économiques.

A. Les caractéristiques du tissu économique du SCOT Sud Gard

1. *La structure de l'emploi et son évolution*

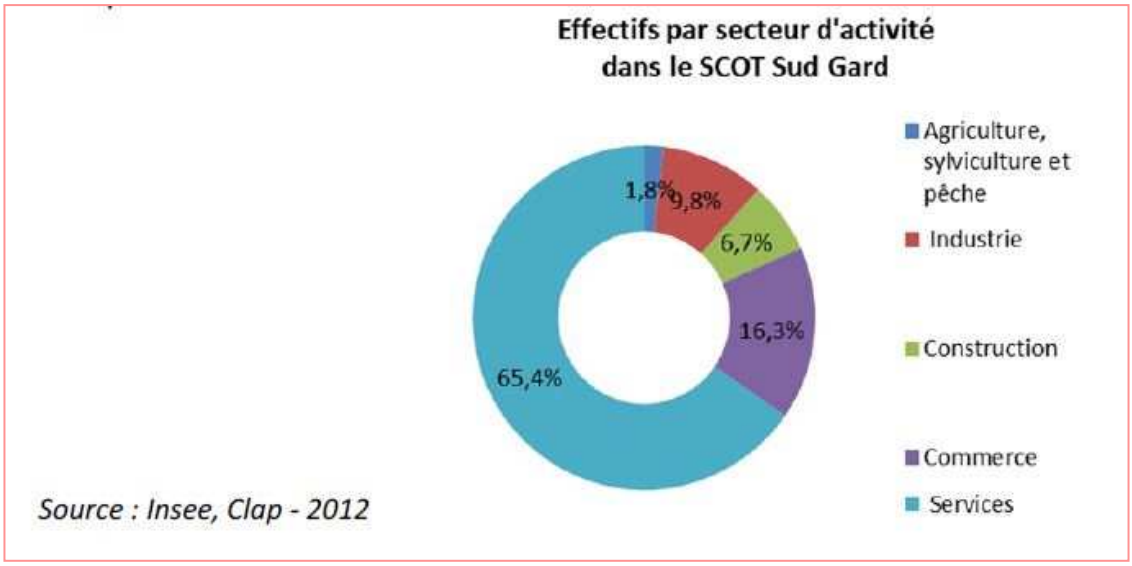
Le territoire du SCOT Sud Gard représente 55% des emplois du Gard, soit environ 132 750 emplois offerts en 2012. Par rapport à 2007, cela occasionnait une hausse des emplois de 34% sur le territoire (+4490).

LES PRINCIPAUX GAINS D'EMPLOIS ENTRE 2007 ET 2012	
NIMES	+ 2670
GALLARGUES	+ 370
LE GRAU DU ROI	+ 260
AIMARGUES	+ 221
BOUILLARGUES	+ 178
CALVISSON	+ 175
SOMMIERES	+ 160
MARGUERITTES	+ 140
BEAUCAIRE	+ 100

LES PRINCIPALES PERTES D'EMPLOIS ENTRE 2007 ET 2012	
SAINT GILLES	- 276
GARONS	- 257
VERGEZE	- 190

Ces dynamiques d'emplois sont donc allées dans le sens des objectifs fixés par l'ancien SCOT, de créer un 1 emploi pour 3 nouveaux habitants. En 2012, cet objectif était couvert à 78%.

En termes de structure de l'emploi par secteurs d'activités, 65% des emplois relèvent du secteur des services. Les deux autres secteurs majeurs sont ensuite le commerce avec 16% puis l'industrie (10%).



Parmi l'ensemble des emplois de services, environ 43 000 sont des emplois salariés privés. C'est ainsi plus de la moitié des emplois salariés privés du territoire qui représentent 78 600 emplois.

Les plus grandes catégories de services représentés dans le SCOT Sud Gard constituent un témoignage du **dynamisme de l'économie résidentielle** avec par exemple 29% d'emplois administratifs, 14% d'emplois dans le transport et l'entreposage, ou encore 11% dans l'hébergement et la restauration.

Parallèlement à ce dynamisme de l'économie résidentielle, le SCOT Sud Gard fait face à **une économie productive en perte de vitesse**. En effet, 25% des emplois du SCOT sont des emplois productifs (6000 emplois dans la construction, 10 000 dans l'industrie) en 2012 et l'on s'aperçoit qu'entre 2007 et 2012, l'emploi dans la construction a chuté de 3% (- 1485 emplois) et de près de 10% dans l'industrie (- 1000 emplois).

La perte de vitesse semble donc commune à l'ensemble du territoire, cependant des polarités apparaissent avec des territoires plus productifs que d'autres.

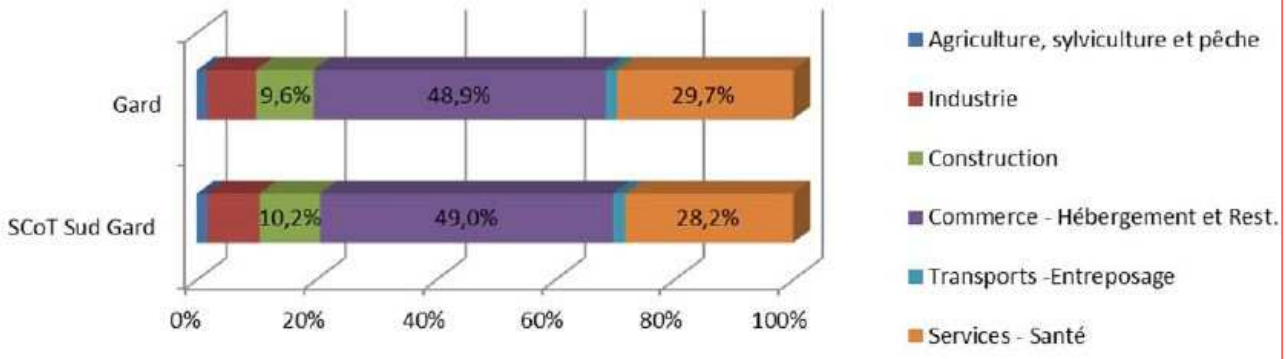
PART DE L'ACTIVITE PRODUCTIVE DANS L'ENSEMBLE DES ACTIVITES	
CC RHONY VISTRE VIDOURLE	54.7%
CC BEAUCAIRE TERRE D'ARGENCE	40.2%
CC PETITE CAMARGUE	38.7%
CC LEINS GARDONNENQUE	36.6%
CC PAYS DE SOMMIERES	22.3%
CC NIMES METROPOLE	21.3%
CC TERRE DE CAMARGUE	21.3%
MOYENNE DEPARTEMENTALE	27.9%

2. *La démographie des entreprises*

En 2013, le territoire du SCOT Sud Gard affichait un solde de créations d'entreprises positif de 500 établissements.
3090 établissements étaient créés pour 2590 radiés.

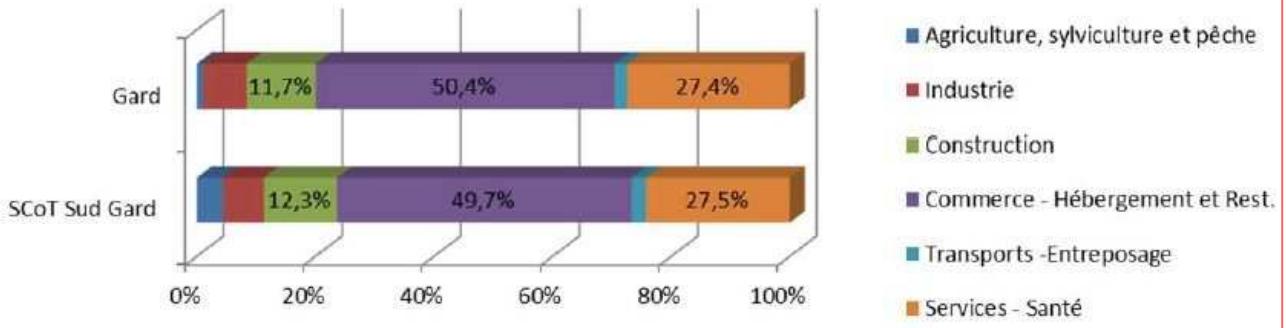
Parmi les secteurs les plus créateurs, nous retrouvions les commerces (231), les services (161) et l'industrie (100).
Ces derniers représentaient alors 80% des créations du SCOT.

Création d'entreprises par secteur d'activité en 2013



Source : CCI - 2013

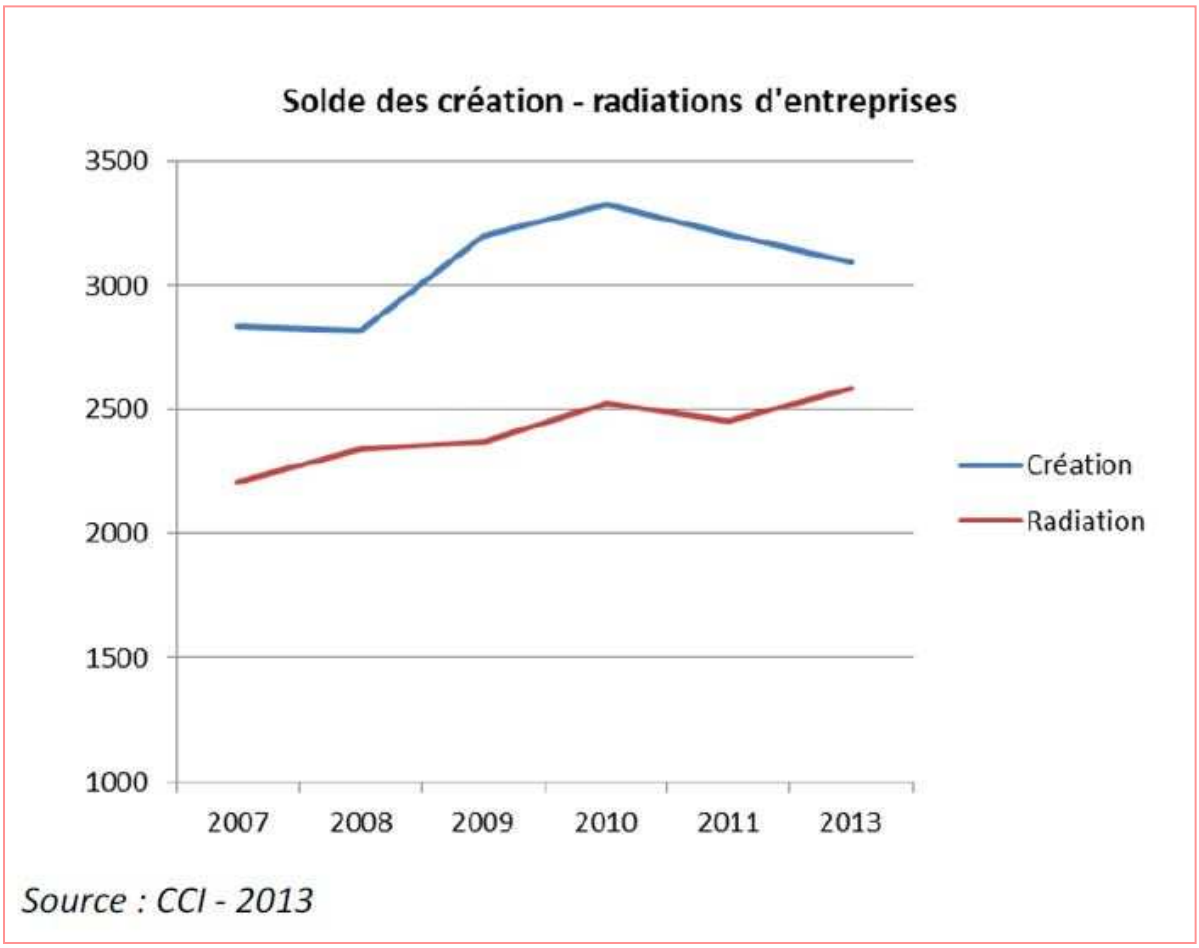
Radiation d'entreprises par secteur d'activité en 2013



Source : CCI - 2013

Conjointement à ces hausses, le secteur de la construction stagnait alors que les autres affichaient des soldes négatifs.

Finalement, en observant ces données à partir de 2007, nous pouvions noter un élan de création d'établissements, tous secteurs confondus, soutenu entre 2008 et 2010 correspondant paradoxalement au déclenchement de la récente crise économique. Cependant, ce point est à pondérer via notamment le développement du régime des autoentrepreneurs sur la même période. Depuis, le niveau de création diminue.
En revanche, les radiations d'établissements connaissent une augmentation rampante depuis 2007 avec approximativement 2200 radiations cette année-là pour 2590 en 2013.



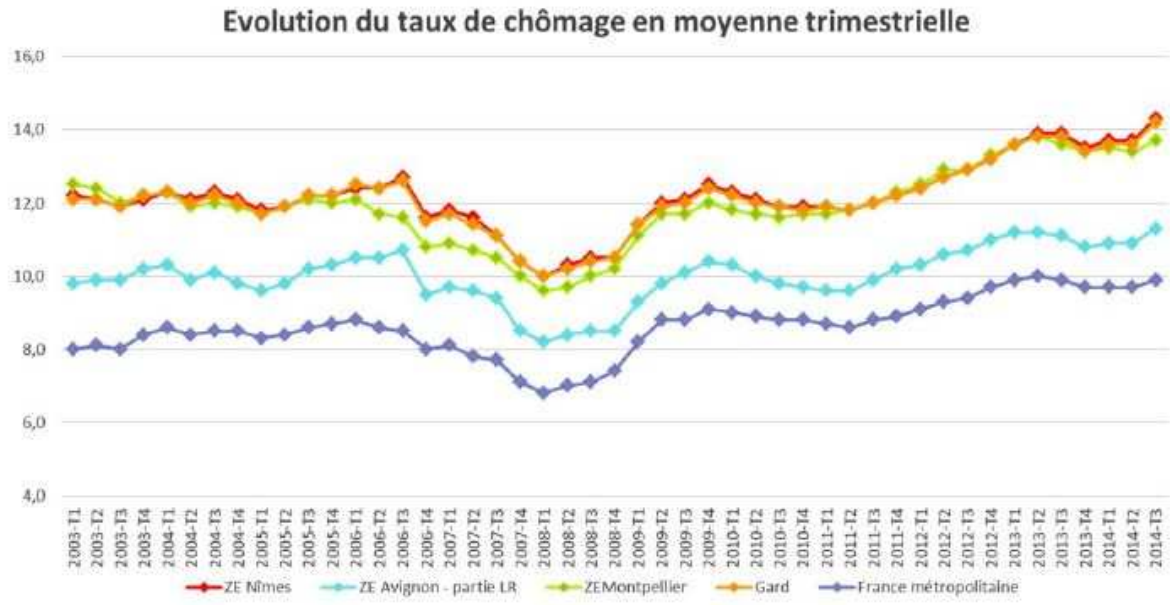
Source : CCI - 2013

3. *Le chômage dans le SCOT Sud Gard*

En 2014, le taux de chômage de la Zone d'Emploi de Nîmes (plus large que le SCOT, car englobant Uzès) s'élevait à plus de 14%, soit un taux sensiblement identique au taux de chômage du Gard, mais bien plus fort que la moyenne nationale, à 10%.

En mettant ce taux en perspective dans le temps, l'on se rend compte que ce dernier était de 12% environ en 2003 et connaissait une trajectoire en dent de scie jusqu'en 2008. Un pic fin 2006 à près de 13% puis une chute prononcée jusqu'à 10% en 2008. Une fois de plus, et ce sur toute la période 2003-2014, les taux du département et de la Zone d'Emploi de Nîmes étaient similaires.

Ensuite, et correspondant avec le déclenchement de la crise économique passée, ce taux a fortement augmenté jusqu'en 2010 pour atteindre 12.5%, puis a lentement grimpé jusqu'au-dessus des 14% en 2014.



Source : Insee - 2012

A Retenir

Les caractéristiques du tissu économique du SCOT Sud Gard :

- Le territoire du SCOT représente 55% des emplois du Gard
- Entre 2007 et 2012, le nombre d'emploi a augmenté de 34% (+ 4490 emplois)
- Plus de la moitié de cette évolution s'est réalisée à Nîmes : + 2670 emplois
- En termes de structure de l'emploi, 65% des emplois du SCOT sont liés à une activité de services, puis 16% à une activité commerciale
- La part de l'activité productive est donc faible dans le SCOT à hauteur de la moyenne départementale de 28%.
- Toutefois la CC Rhôny Vistre Vidourle dispose d'une part d'activité productive à hauteur de 55%
- En 2013, le solde de créations d'entreprises du SCOT était positif à hauteur de 500 établissements
- Parmi les secteurs les plus créateurs, les commerces avec 231 créations et les services avec 161 créations. Ces deux activités sont également les plus radiatrices.
- En termes de chômage, la zone d'emploi de Nîmes (englobant Uzès) affichait un taux de 14% en 2014, soit un taux identique au Gard mais plus fort que la moyenne nationale de 10%.

SUD GARD

DIAGNOSTIC COMMERCIAL

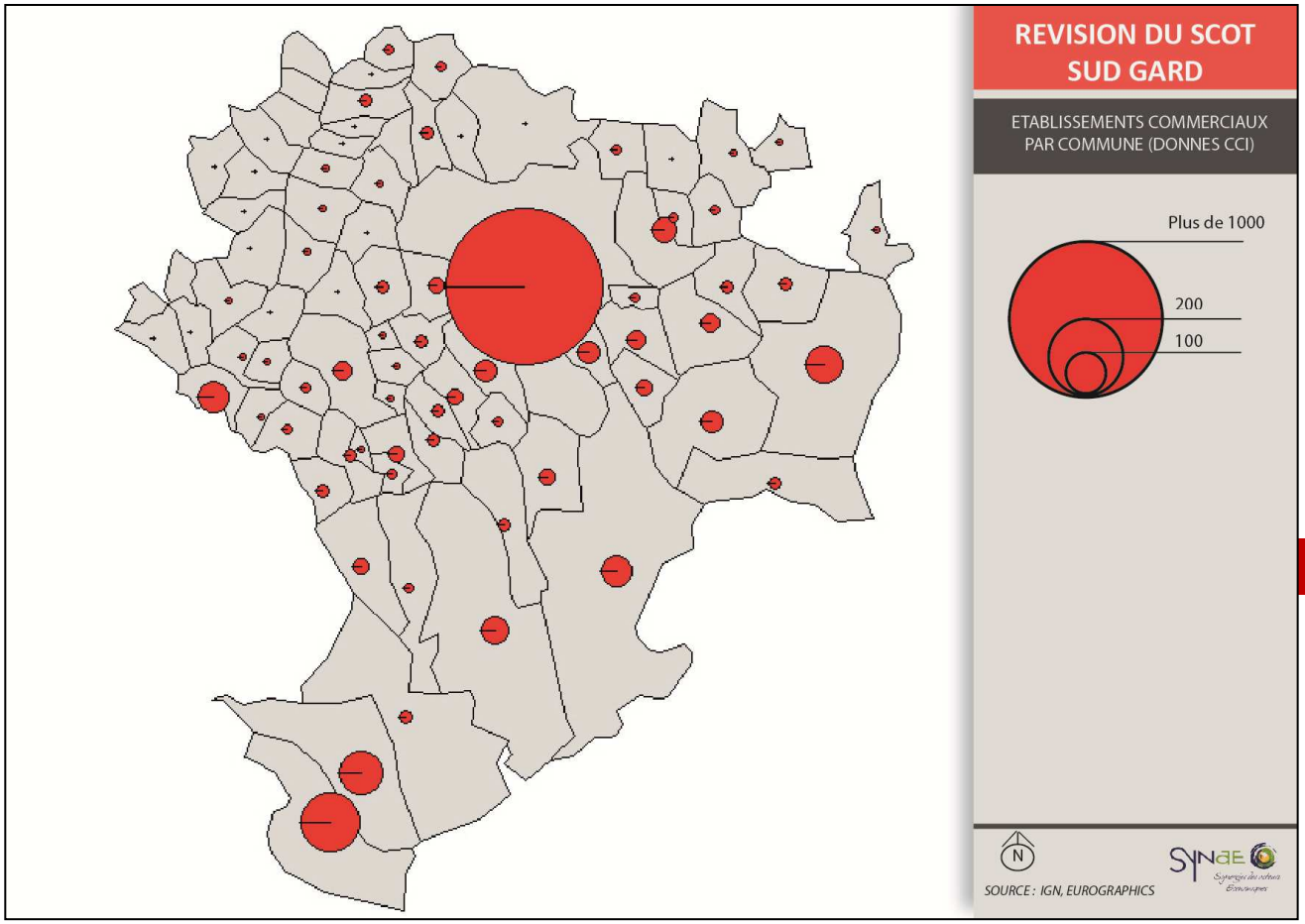
SUD GARD

I. LE POIDS DU COMMERCE SUR LE SCOT

A. Les grands pôles commerciaux et leur répartition sur le territoire

Les établissements, les surfaces commerciales

1. Les établissements commerciaux par communes



Cette carte témoigne de la prépondérance de Nîmes dans le nombre d'établissements commerciaux avec près de 1800 établissements commerciaux.
Ensuite, seul le Grau du Roi dépasse les 200 établissements (235).
On peut également noter la présence de 6 communes dans le SCOT ne disposant d'aucuns établissements commerciaux : Domessargues, Mauressargues, Montagnac, La Rouvière, Lecques et Saint Clément.

2. *Les évolutions constatées*

En termes d'évolution, les commerces de détail, toutes tailles confondues, ont connu une augmentation variante dans le cadre du territoire du SCOT Sud Gard.

EVOLUTION EN NOMBRE DES COMMERCES DE DETAIL DANS LE SCOT SUD GARD									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alimentaire	975	1 002	1 031	1 036	1 038	1 035	1 048	1 054	1 056
Non alimentaire	2 493	2 509	2 522	2 568	2 616	2 680	2 706	2 765	2 765
Equipement de la personne	*593*	*609*	*618*	*642*	*662*	*674*	*666*	*674*	*661*
Equipement de la maison	*411*	*401*	*392*	*384*	*394*	*399*	*397*	*380*	*383*
Culture & loisirs	*506*	*506*	*507*	*500*	*495*	*490*	*480*	*476*	*467*
Hygiène, santé & beauté	*212*	*212*	*217*	*220*	*219*	*222*	*217*	*224*	*224*
Automobile, moto	*554*	*556*	*576*	*590*	*610*	*641*	*686*	*728*	*758*
Divers	*217*	*225*	*212*	*232*	*236*	*254*	*260*	*283*	*272*
TOTAL	**3 468**	**3 511**	**3 553**	**3 604**	**3 654**	**3 715**	**3 754**	**3 819**	**3 821**

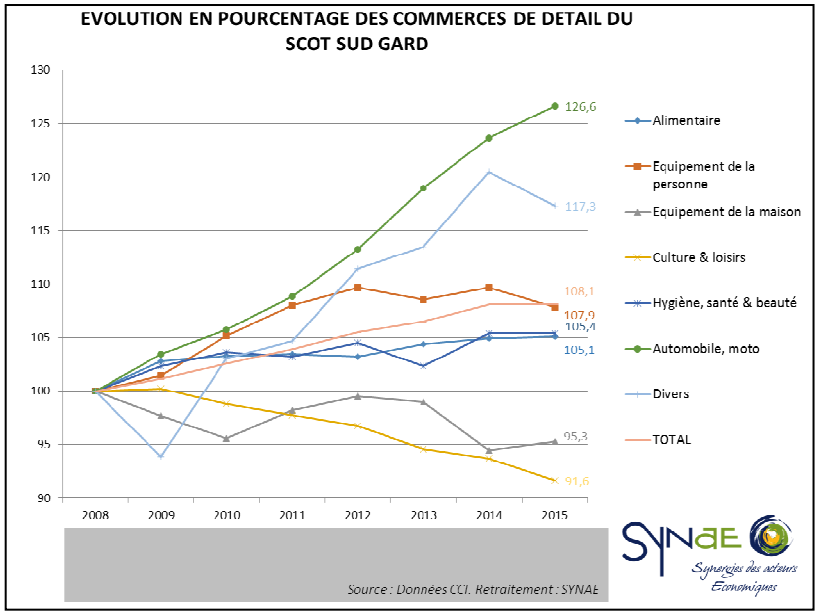
On remarque par exemple qu'entre 2008 et 2015, certaines catégories de commerces n'ont que peu évolué comme les commerces alimentaires avec 1002 unités en 2008 pour 1056 en 2015. En revanche, une catégorie comme les commerces automobiles a connu une progression importante passant de 556 unités à 758, soit une hausse de 26% sur la période. Cette catégorie n'a d'ailleurs cessé d'augmenter années après années.

La catégorie divers a également fortement augmenté avec une hausse de 17%, toutefois ses évolutions ont été irrégulières dans le temps, connaissant des hausses puis des baisses successives.

Parallèlement à ces catégories croissantes, d'autres ont connu un sort inverse comme par exemple les équipements de la maison, diminuant de 5% sur la période, et les commerces de culture et loisirs avec une baisse de 9%.

Pour faciliter la lecture de ces données, voici un graphique montrant les diverses évolutions dans le temps, en indice, 2008 étant la base 100.

3.



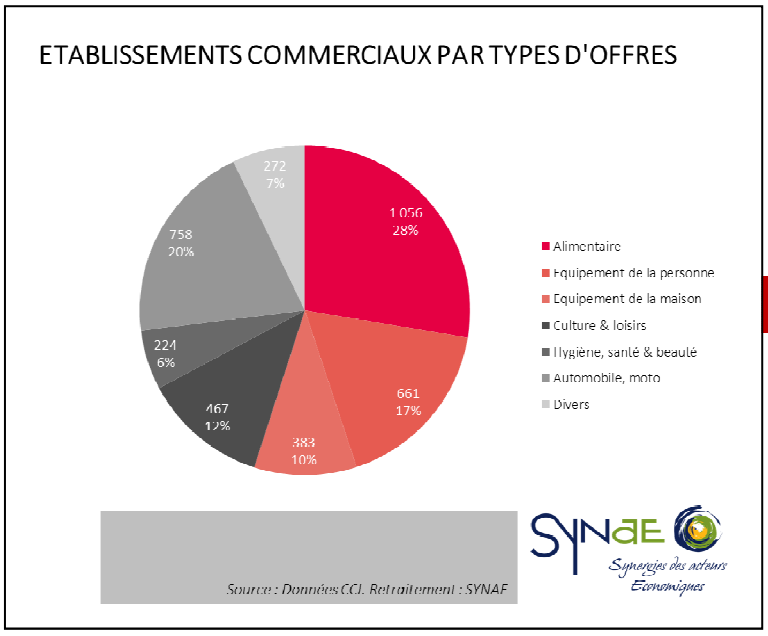
3. *Etablissements par type d'offre*

Le stock

Commerce de détail	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alimentaire	975	1 002	1 031	1 036	1 038	1 035	1 048	1 054	1 056
Non alimentaire	2 493	2 509	2 522	2 568	2 616	2 680	2 706	2 765	2 765
Equipement de la personne	*593*	*609*	*618*	*642*	*662*	*674*	*666*	*674*	*661*
Equipement de la maison	*411*	*401*	*392*	*384*	*394*	*399*	*397*	*380*	*383*
Culture & loisirs	*506*	*506*	*507*	*500*	*495*	*490*	*480*	*476*	*467*
Hygiène, santé & beauté	*212*	*212*	*217*	*220*	*219*	*222*	*217*	*224*	*224*
Automobile, moto	*554*	*556*	*576*	*590*	*610*	*641*	*686*	*728*	*758*
Divers	*217*	*225*	*212*	*232*	*236*	*254*	*260*	*283*	*272*
Cafés, restaurants	1 146	1 179	1 242	1 318	1 336	1 404	1 416	1 462	1 534
Total	**4 614**	**4 690**	**4 795**	**4 922**	**4 990**	**5 119**	**5 170**	**5 281**	**5 355**
Total hors cafés, restaurants	**3 468**	**3 511**	**3 553**	**3 604**	**3 654**	**3 715**	**3 754**	**3 819**	**3 821**

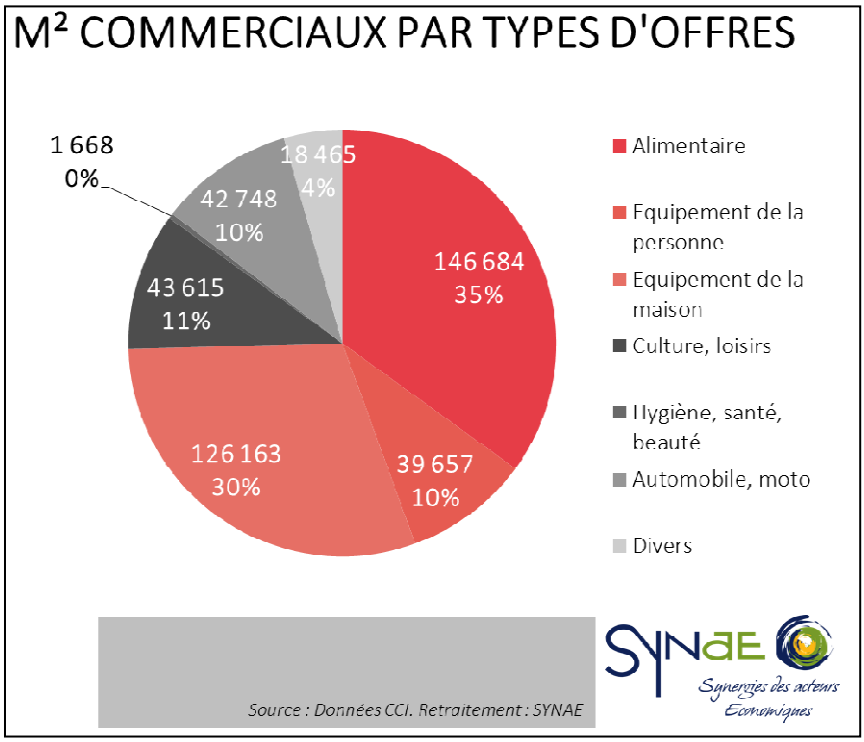
Il y avait au total 5355 établissements commerciaux dans le SCOT en 2015 dont 3821 hors cafés et restaurants, soit la donnée nous intéressant.

Dans ce total, nous pouvons voir que la majeure partie de ces établissements sont de nature alimentaires. En revanche, les commerces d'hygiène, santé et beauté sont faiblement représentés avec 224 établissements.
20% des établissements sont ensuite des commerces automobiles, ce qui représente la seconde plus grande part après l'alimentaire.



En confrontant ces données avec celles prenant en compte les cafés restaurants, nous pouvons voir que ces derniers écrasent l'échantillonnage, avec environ 28% des 5355 établissements commerciaux étant des cafés/restaurants.

4. *M² commerciaux par types d'offres*



Les données utilisées pour réaliser ce graphique proviennent de la CCI de Nîmes. Elles ne prennent en compte que les surfaces de ventes supérieures à 300 m², les surfaces inférieures n'étant jamais renseignées et collectées.

Dans le SCOT Sud Gard, on dénombre donc 419 000 m² de surfaces de vente dans les établissements commerciaux de plus de 300m², 35% de ces derniers étant des surfaces de vente alimentaires (147 000 m²) et 65% des non-alimentaires (272 000m²).

Ainsi, juste derrière les commerces de détail alimentaires viennent les commerces d'équipements de la maison avec 126 000 m², soit 30% de la surface de vente totale des commerces de plus de 300m².

La plus faible catégorie est celle de l'hygiène, santé, beauté avec 1668m².

Ces données doivent toutefois être nuancées par le nombre d'établissements structurant ces surfaces totales.

De fait, en termes de surface moyenne, ce sont finalement les commerces d'équipement de la maison qui arrivent en tête, avec 1600m² moyens par établissements. Suivent la catégorie divers avec 1538 m² moyen, l'alimentaire avec 1468m² puis les commerces de cultures et loisirs avec 1246m² moyen. Les autres catégories disposent ensuite de moyenne inférieure à 1000m².

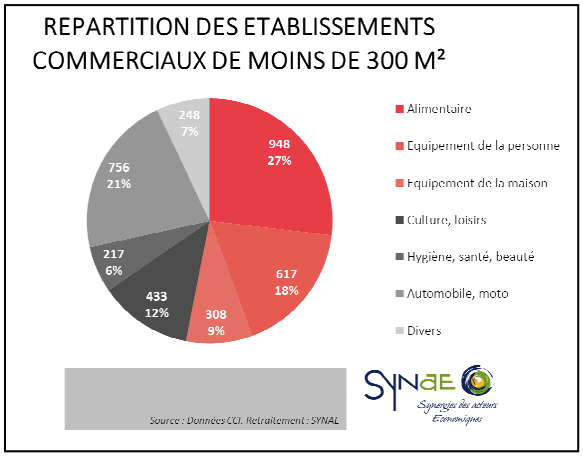
5. *Etablissements : les répartitions par taille*

Nous avions présenté précédemment le nombre d'établissements commerciaux ainsi que leur surface sans nous attarder sur la structuration totale des types d'offre.

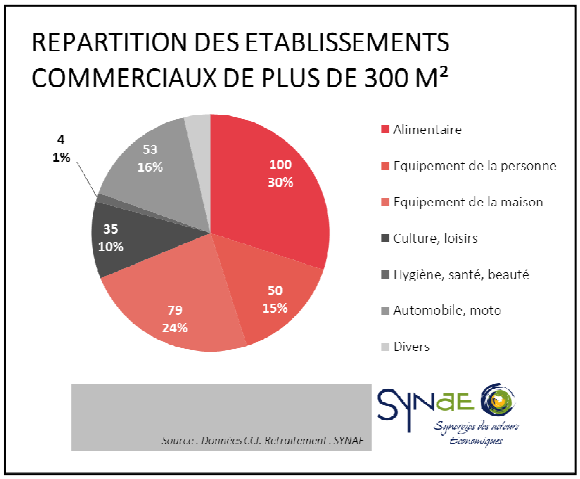
	Commerces de détail			Grossistes ayant une activité de vente au détail	
	Commerces moins de 300 m²	Commerce plus de 300m²			
	Nombre	Nombre	Surfaces de ventes (m²)	Nombre	Surfaces de ventes (m²)
Alimentaire	948	100	146 684	11	2 110
Equipement de la personne	617	50	39 657	3	123
Equipement de la maison	308	79	126 163	49	24 594
Culture, loisirs	433	35	43 615	3	1 140
Hygiène, santé, beauté	217	4	1 668	6	1 570
Automobile, moto	756	53	42 748	7	1 859
Divers	248	12	18 465	0	0
Total	**3 527**	**333**	**419 000**	**79**	**31 396**

Grâce à ce tableau, nous pouvons constater que les établissements de plus de 300m² ne représentent in fine qu'une part infime du stock total d'établissements, à savoir 8%.

Concernant la structure des établissements de moins de 300m² par type d'offre, on constate que les commerces alimentaires sont fortement représentés avec 27% de la totalité de 3527 établissements.
Viennent ensuite les commerces automobiles (21%) puis les équipements de la personne (18%).



Par comparaison, la répartition des établissements de plus de 300 m² diffère, avec une part d'alimentaire similaire (30%), mais une part de commerces d'équipement de la maison bien plus importante (24%), ce qui s'explique par les besoins d'espace relatifs de cette catégorie. Les commerces automobiles terminent ensuite le podium avec 15% des établissements de plus de 300m².



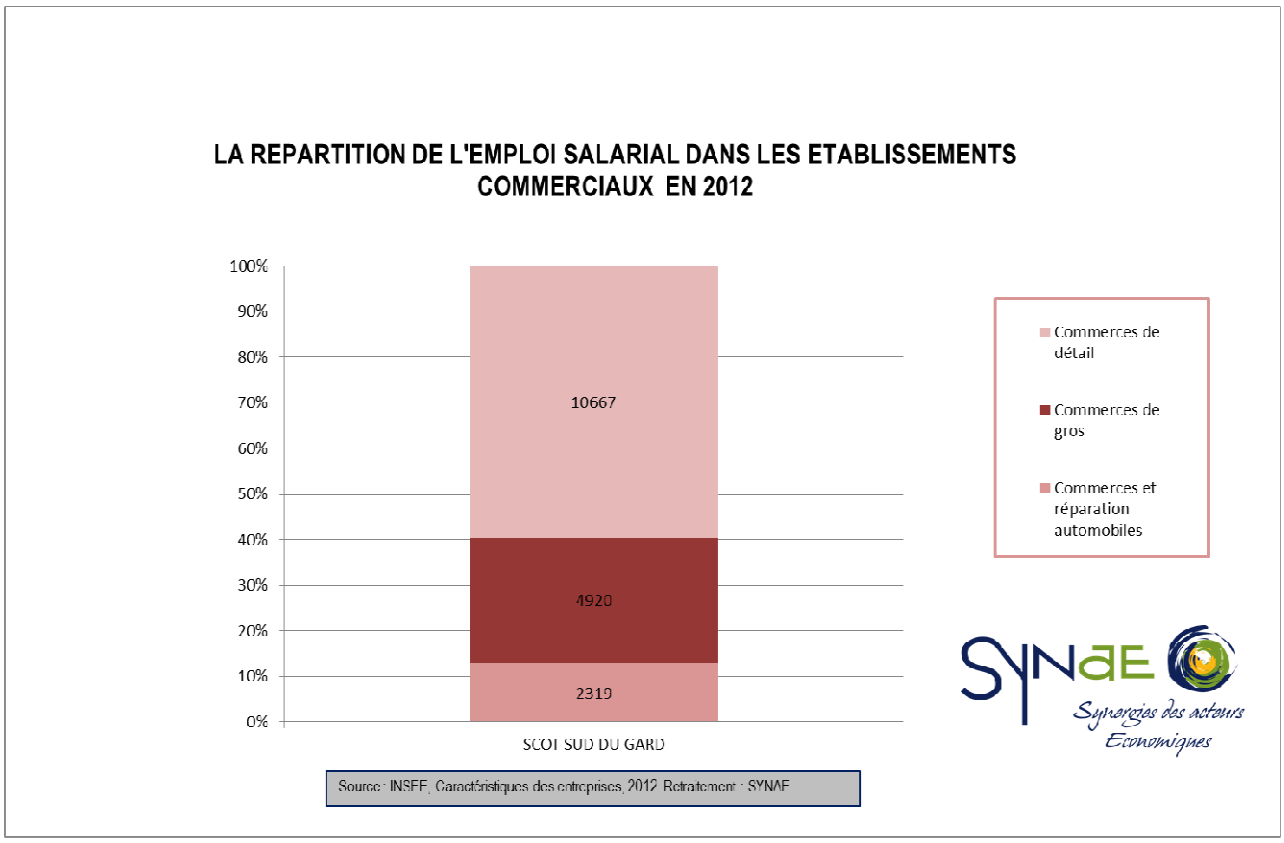
6. *Les équipements commerciaux*

Libellé	2014
Hypermarché	11
Supermarché	68
Grande surface de bricolage	26
Supérette	37
Epicerie	180
Boulangerie	340
Boucherie charcuterie	149
Produits surgelés	8
Poissonnerie	37
Librairie papeterie	107
Magasin de vêtements	461
Magasin d'équipements du foyer	98
Magasin de chaussures	94
Magasin d'électroménager	44
Magasin de meubles	77
Magasin d'articles de sports et de loisirs	96
Magasin de revêtements murs et sols	9
Droguerie quincaillerie bricolage	59
Parfumerie	44
Horlogerie Bijouterie	61
Fleuriste	98
Magasin d'optique	89
Station service	57
Source : Insee, Base Permanente des Équipements	

B. L'emploi dans les établissements commerciaux

Analysons maintenant l'emploi dans les commerces à travers l'emploi salarié, toujours selon la classification CLAP utilisée précédemment.

1. *Effectifs salariés dans les établissements commerciaux en 2012*

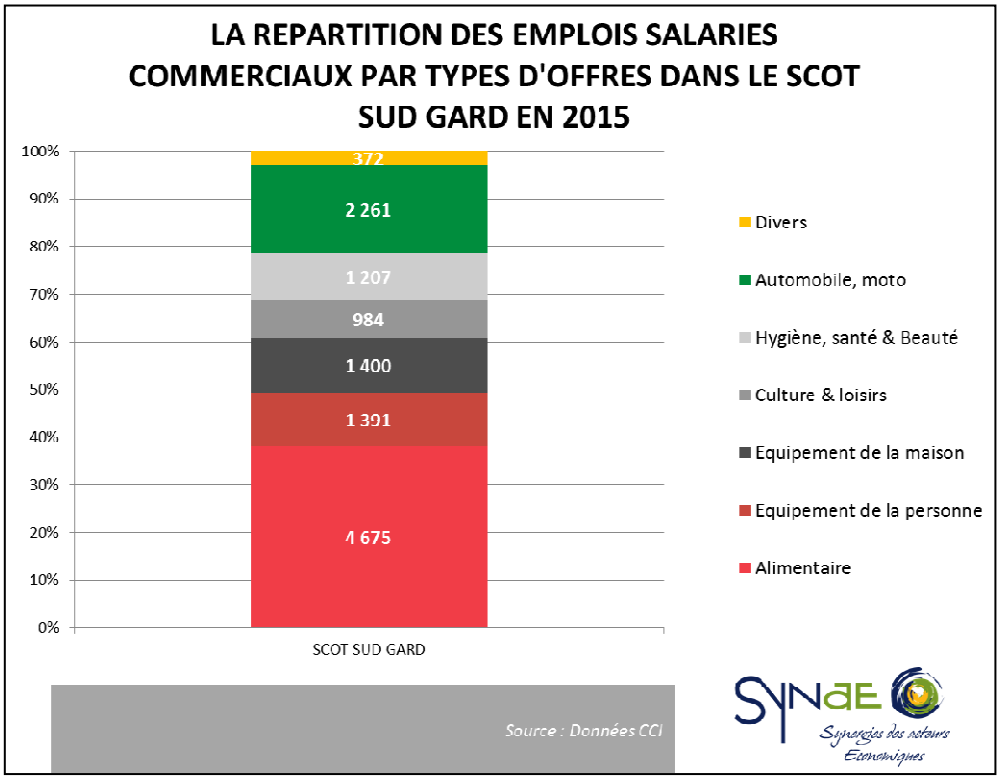


Nous constatons ici qu'en plus de représenter la plus grande part des établissements, les commerces de détail représentent la plus grande part de l'emploi salarial avec près de 60% de ce dernier.

La structure de répartition des établissements est d'ailleurs entièrement respectée ici puisque nous retrouvons ensuite le plus grand nombre de salariés dans les commerces de gros puis la dernière catégorie.

2. *Effectifs salariés dans les commerces de détail en 2015*

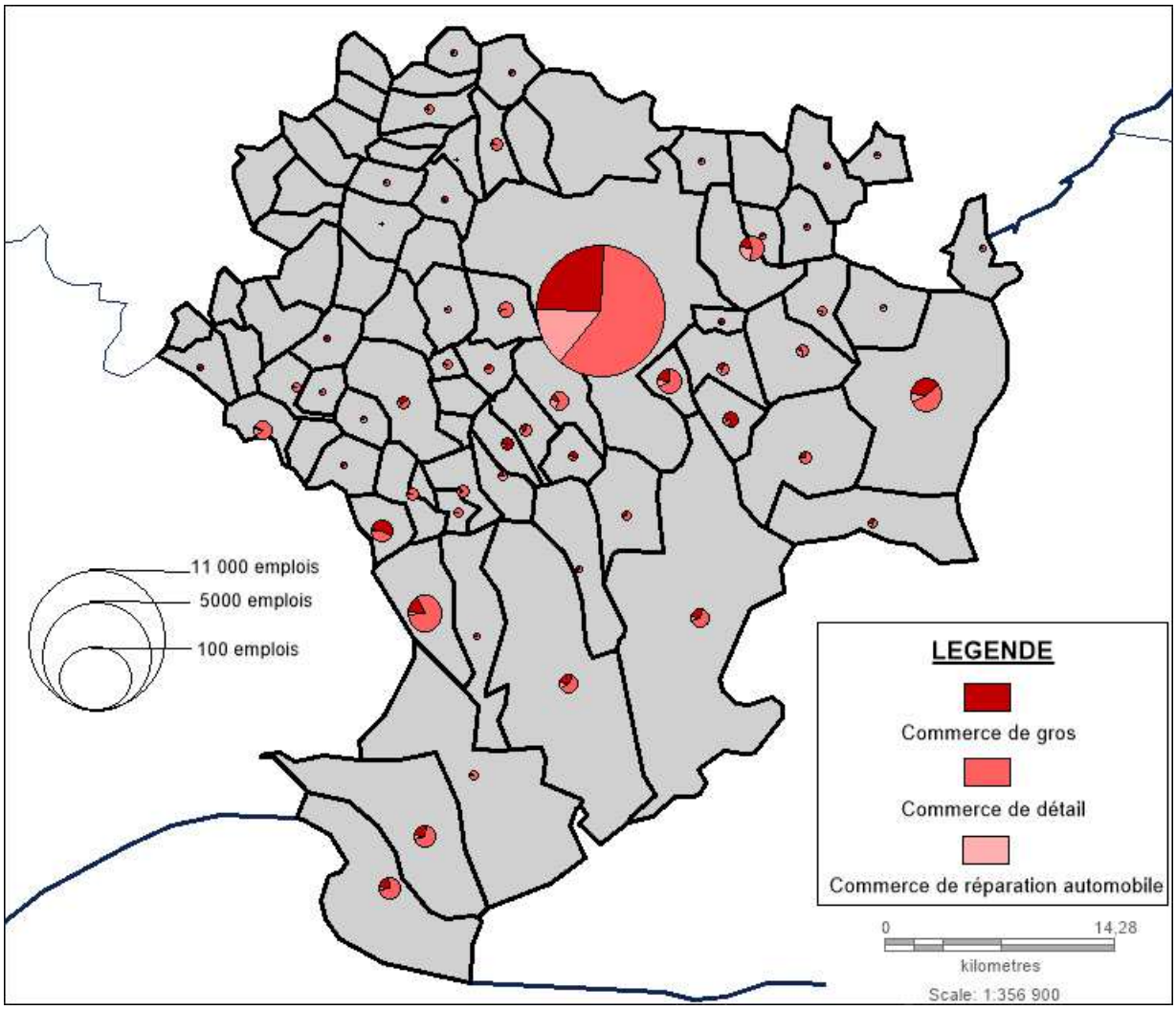
Parmi les emplois commerciaux dans les commerces de détail, ce sont les emplois liés aux commerces alimentaires qui représentent la plus grande part avec près de 40% des emplois salariés.



Ensuite, sur les 60% des emplois salariés restant en non-alimentaire, ce sont les commerces automobiles qui captent la majeure partie avec environ 18% des emplois salariés.

La catégorie "divers" ne représentent toutefois que peu d'emplois avec moins de 2%.

3. *Répartition de l'emploi salarial dans les établissements commerciaux en 2012, par ville*



Comme cette carte le montre, le poids de Nîmes dans l'emploi commercial est non négligeable avec près de 10 200 emplois salariés dans les commerces. La seconde commune la plus fournie est ensuite Aimargues avec près de 1000 emplois salariés.

Du fait de ces grandes différences, l'on obtient une carte presque illisible, écrasée par la prépondérance nîmoise.

En analysant bien les graphes, on s'aperçoit toutefois que les commerces de détail représentent la plus grande part des emplois dans la totalité des communes du SCOT, ce qui corrobore le graphique précédent.

A Retenir

Les établissements par communes :

- Près de 4000 établissements commerciaux dans le SCOT
- La moitié étant concentrée à Nîmes : 1810, puis le Grau du Roi avec un peu plus de 200 établissements
- 95 % des communes ont moins de 100 commerces

L'évolution du nombre de commerces :

- Entre 2007 et 2015, les commerces automobiles ainsi que les cafés restaurants ont augmenté de plus de 30%
- Les commerces d'équipement de la maison et de culture/loisirs ont baissé de près de 10%
- Les autres types de commerces ont stagné

Les établissements commerciaux par types d'offres et les m² par types d'offres :

- 24 % des établissements commerciaux sont des commerces alimentaires et ils représentent 35% des m² commerciaux
- 20 % des établissements commerciaux sont des commerces automobiles et ils représentent 10% des m² commerciaux
- Inversement, 10% des établissements commerciaux sont des commerces d'équipement de la maison, mais ils représentent 30% des m² commerciaux (ce qui s'explique par un besoin d'espace important, en termes de stockage)

La répartition par taille des établissements commerciaux :

- Les établissements représentent 27% des établissements de moins de 300m² et 30% de ceux de plus de 300m²
- Les commerces d'équipements de la maison représentent 9% des établissements de moins de 300m² mais 24% de ceux de plus de 300m²
- La part des commerces de culture et loisirs est stable avec 12% des établissements de moins de 300m² et 10% des plus de 300 m²

L'emploi dans les commerces :

- Près de 18 000 emplois salariés dans les commerces, dont 10 667 dans les commerces de détail
- Nîmes concentre 10 200 emplois salariés dans les commerces (environ 6500 dans les commerces de détail), vient ensuite Aimargues avec 1000 emplois salariés

II. LES COMPORTEMENTS D'ACHAT

A. Les comportements des ménages : marchés théoriques

Nous allons maintenant étudier les comportements des ménages du SCOT via l'exposition en premier lieu des marchés théoriques de ce dernier.

Le marché théorique représente l'ensemble des dépenses potentiellement réalisables par les ménages d'un territoire donné. Ce dernier se calcule en prenant en compte le budget moyen des ménages par catégories de dépenses et en l'agrégeant au territoire total.

Dans le cadre du SCOT Sud Gard, le marché théorique représente donc l'ensemble des dépenses potentielles des ménages du SCOT sur le territoire du SCOT. Pour le calculer, nous avons agrégé les divers marchés théoriques des communes du SCOT.

Ces données, fournies par la CCI ne sont cependant pas fournies à l'échelle de la commune, mais plutôt à l'échelle de secteurs d'habitation, c'est-à-dire de commune ou bien de regroupements de communes.

Nous étudierons donc les données à cette échelle-là, en présentant la constitution des secteurs d'habitat dans un premier temps, puis en revenant sur les montants de ces marchés théoriques.

MARCHE THEORIQUE DU SCOT SUD GARD		
	TYPE D'OFFRE	**MONTANT EN M€**
SCOT SUD GARD	ALIMENTAIRE	1046,6
	NON-ALIMENTAIRE	1533,4
	EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	*314,5*
	EQUIPEMENT DE LA MAISON	*340*
	CULTURE ET LOISIRS	*262,6*
	HYGIENE SANTE BEAUTE	*483,4*
	AUTOMOBILE	*132,9*
	TOTAL	**2580**

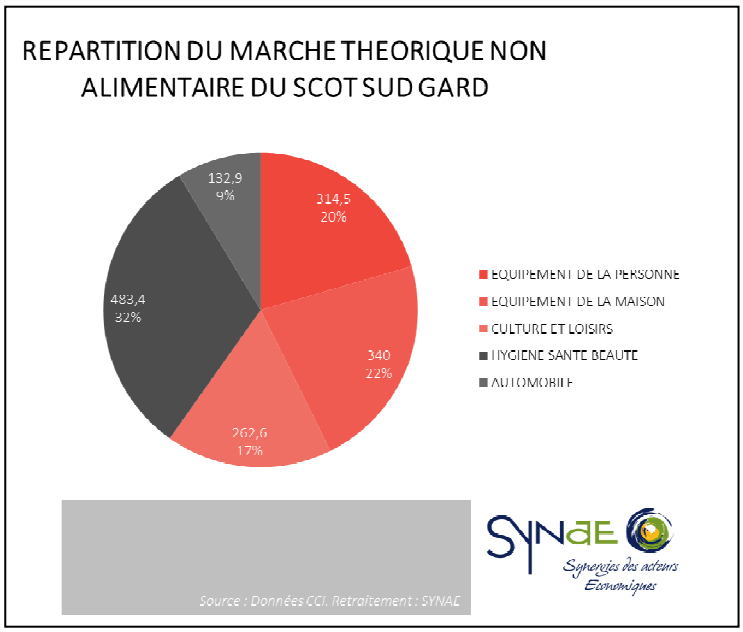
Le marché théorique global du SCOT représente donc 2580 M€. Ce montant se décompose en 1046 M€ de marché théorique alimentaire, soit 40% du marché total, et 1533 M€ de marché théorique non-alimentaire. Cela signifie que 1046 M€ sont dépensés par les habitants du SCOT en alimentaire. Pour autant, cela ne veut pas dire qu'ils sont tous dépensés sur le territoire.

Nous étudierons plus tard les "niveaux d'activités", qui traitent des dépenses effectuées sur le territoire

Sans grande surprise, c'est le secteur d'habitat de Nîmes qui réalise la plus grande part du marché théorique total avec 36% de ce dernier. Les plus grandes parts sont ensuite Beaucaire et Bouillargues avec 4%.

Enfin, en termes de structure du marché théorique non-alimentaire, on s'aperçoit que les commerces d'hygiène, santé, réalise la plus grande part avec près d'un tiers du montant total.

Vient ensuite le marché théorique des commerces d'équipements de la maison (22%) puis le marché théorique des commerces d'équipements de la personne (20%).



B. Les niveaux d'activités estimés

LES NIVEAUX D'ACTIVITES ESTIMES		
	TYPE D'OFFRE	MONTANT EN M€
SCOT SUD GARD	ALIMENTAIRE	889,7
	NON-ALIMENTAIRE	1224
	EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	*252,4*
	EQUIPEMENT DE LA MAISON	*272,8*
	CULTURE ET LOISIRS	*204,3*
	HYGIENE SANTE BEAUTE	*404,7*
	AUTOMOBILE	*89,7*
	TOTAL	2113,7

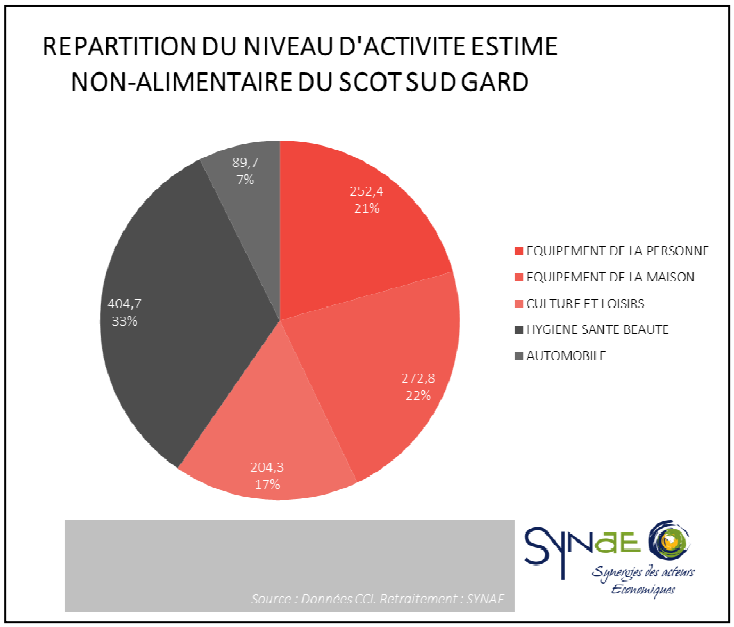
Le niveau d'activité estimé représente le montant de chiffres d'affaires estimé réalisé sur un pôle donné, en l'occurrence ici le SCOT, par les ménages de ce pôle.
Le calcul tient compte de 2 types de dépenses :

- les dépenses effectuées par les habitants du SCOT sur le SCOT
- les dépenses effectuées par les habitants hors SCOT sur le SCOT.

Ce chiffre serait donc de 2113.7 M€ pour le SCOT, partagé en 890 M€ de consommation alimentaire (42%), et 1224 M€ de consommation non-alimentaire.

A titre indicatif, Nîmes réalise plus de 50% du niveau d'activité estimé global du SCOT Sud Gard (1320 M€).

En termes de structure du niveau d'activité non-alimentaire, on s'aperçoit que la plus grande part de revenus est réalisée dans les commerces d'hygiène, santé et beauté avec 1/3 du niveau d'activité non-alimentaire estimé. Viennent ensuite les catégories d'équipements de la personne et de la maison avec 21% et 22% respectivement.



C. Emprise et évasion

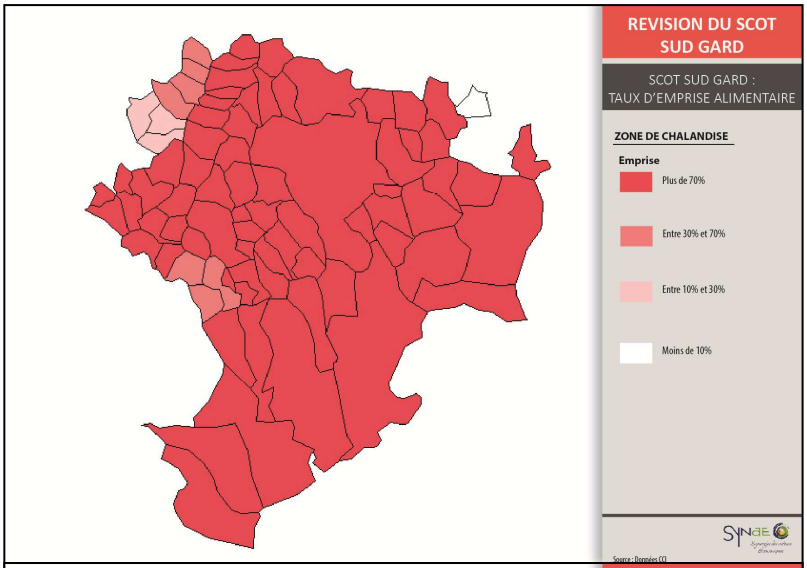
1. *L'emprise commerciale dans le SCOT Sud Gard*

Nous présenterons la carte de l'emprise commerciale que le SCOT Sud Gard exerce au sein de son territoire. Nous distinguerons l'emprise alimentaire de la non-alimentaire. Pour rappel, l'emprise commerciale représente la part des dépenses potentielles des ménages d'un territoire réalisée sur le territoire-même.

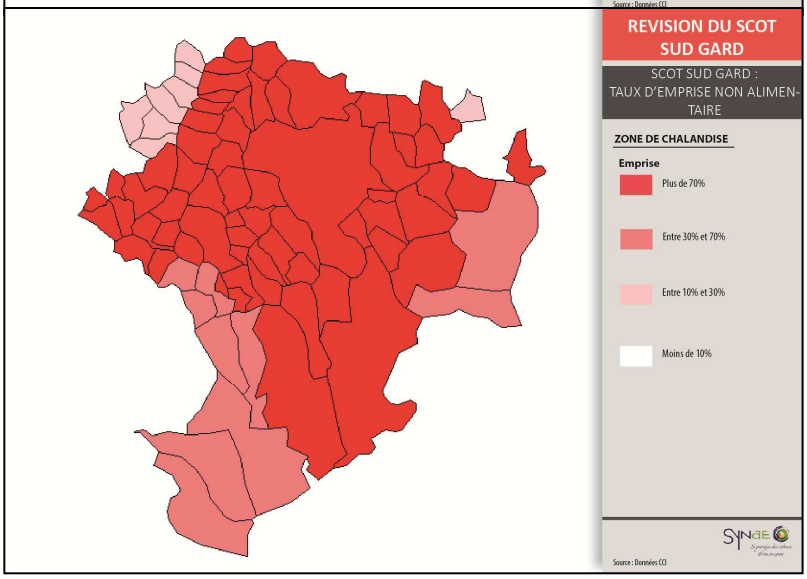
C'est cette même emprise qui permet ensuite de calculer les zones de chalandise, c'est-à-dire la zone d'influence, des commerces d'un territoire.

Comme nous pouvons le voir, les commerces du SCOT exercent une forte emprise sur le territoire avec une moyenne de 91% d'emprise alimentaire.

Seule la commune de Sernhac ne semble pas intégrée à la logique de consommation du SCOT avec moins de 10% des dépenses de celle-ci réalisé sur le SCOT.

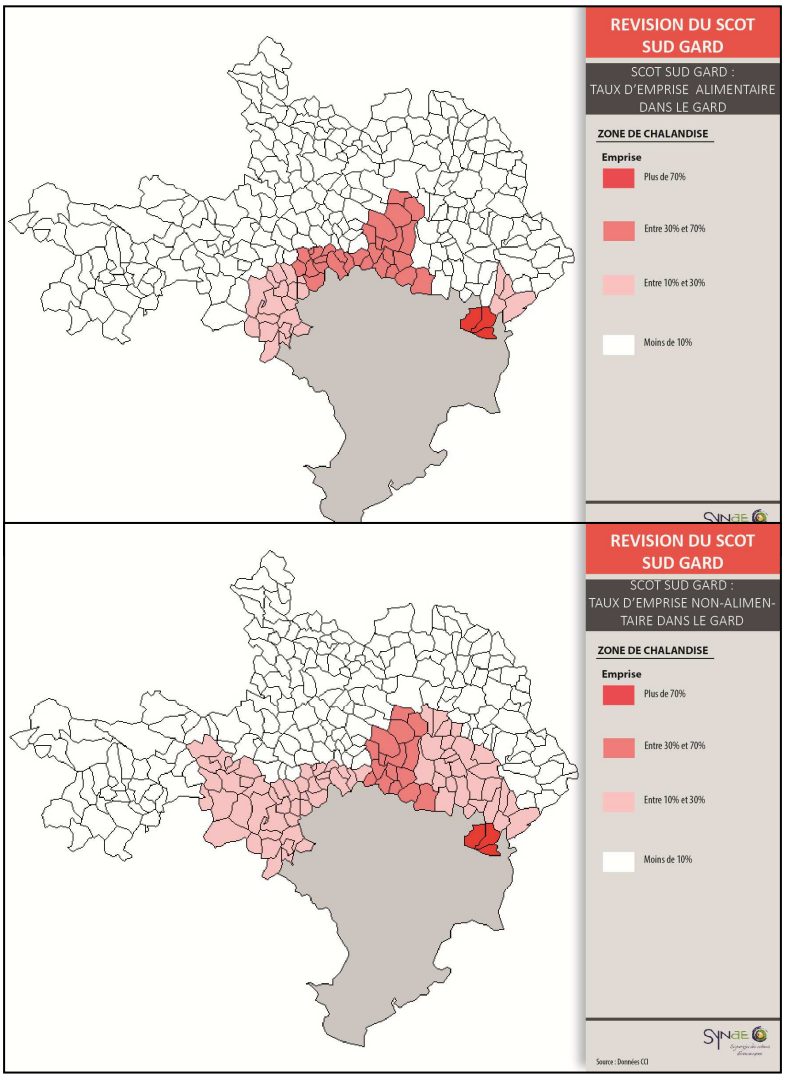


Pour ce qui est de l'emprise non-alimentaire, les données sont ensuite similaire avec plus de 80% d'emprise. On constate cependant que les territoires proches de départements limitrophes (Hérault, Bouches de Rhône, Vaucluse) disposent de taux plus faibles, ce qui correspond à une fuite plus prononcée vers ces mêmes départements.



2. *L'emprise commerciale du SCOT Sud Gard, sur le Gard*

Après avoir analysé les données intrinsèques au SCOT, observons maintenant les dynamiques commerciales du SCOT à l'échelle du Gard.



Un premier constat sans appel est celui de la moindre emprise alimentaire du SCOT sur le reste du Gard. Cette donnée s'explique potentiellement par la présence d'autres pôles commerciaux que Nîmes dans le Gard, comme par exemple Alès. C'est enfin la proximité des départements limitrophes qui doit également jouer dans ces chiffres, les communes limitrophes ayant peut-être des habitudes de consommation hors du Gard.

Toutefois, on s'aperçoit que l'offre non-alimentaire est à-même d'étendre son emprise à un périmètre plus large, ceci grâce notamment à sa densité et diversité.

Cette particularité s'aperçoit notamment avec le développement de l'emprise vers Pont du Gard jusqu'au-delà d'Uzès.

Paradoxalement, l'emprise s'étale également vers Anduze et Alès, ce qui démontre que là où ces derniers territoires parvenaient à se satisfaire via le marché alimentaire, l'agglomération nîmoise parvient cette fois à capter des flux de dépenses sur le marché non-alimentaire, de par une densité et diversité moindre.

3. *L'évasion commerciale*

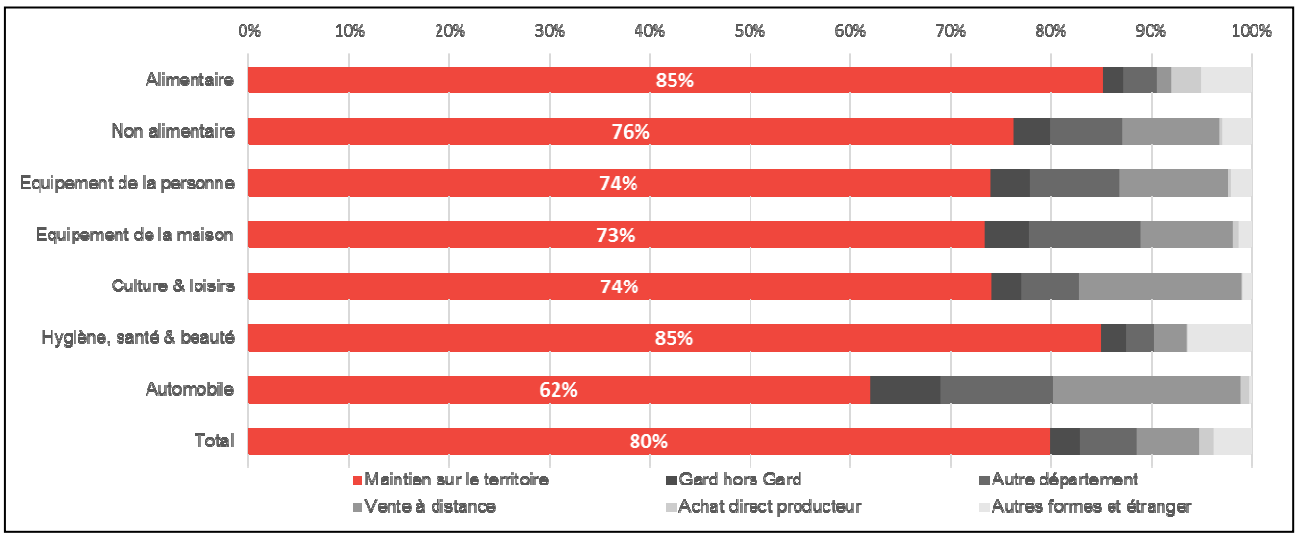
L'évasion commerciale se mesure en relevant le montant des dépenses s'échappant d'un territoire donné.
Dans notre cas, nous allons donc traiter de l'évasion commerciale du SCOT Sud Gard, soit les dépenses des ménages s'évadant de ce territoire.

Dépenses des ménages	Alimentaire	Non alimentaire	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture & loisirs	Hygiène, santé & beauté	Automobile	Total
Maintien sur le territoire	**891**	**1 169**	**233**	**249**	**194**	**411**	**82**	**2 060**
Evasion	**155**	**364**	**82**	**91**	**68**	**73**	**51**	**520**
Gard hors Sud Gard	*21*	*56*	*12*	*15*	*8*	*12*	*9*	*77*
Autre département	*36*	*110*	*28*	*38*	*15*	*14*	*15*	*146*
Vente à distance	*14*	*148*	*34*	*31*	*43*	*16*	*25*	*162*
Achat direct producteur	*31*	*5*	*1*	*2*	*0*	*0*	*1*	*36*
Autres formes et étranger	*53*	*45*	*7*	*4*	*2*	*31*	*0*	*98*
Total des dépenses des ménages	**1 047**	**1 533**	**315**	**340**	**263**	**483**	**133**	**2 580**

Source: Données CCI. Retraitement : SYNAE

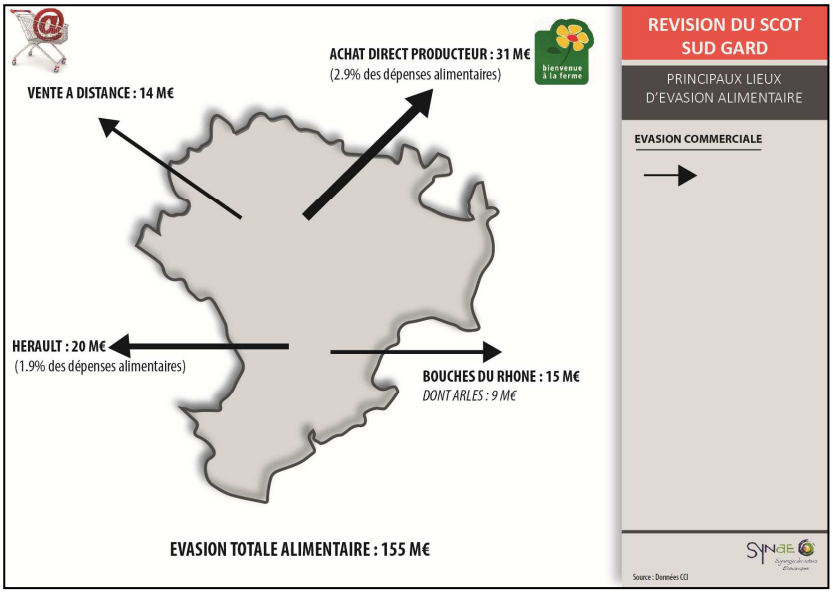
Premier point satisfaisant, il apparaît que peu de dépenses s'évadent du territoire, avec 15% d'évasion alimentaire et 24% d'évasion non-alimentaire. Parmi l'évasion non-alimentaire, on se rend toutefois compte de l'évolution des modes de consommation avec 40% de l'évasion s'expliquant via la vente à distance. Viennent ensuite les fuites vers les autres départements 30%.

Voici, un récapitulatif plus précis des différents pourcentages :



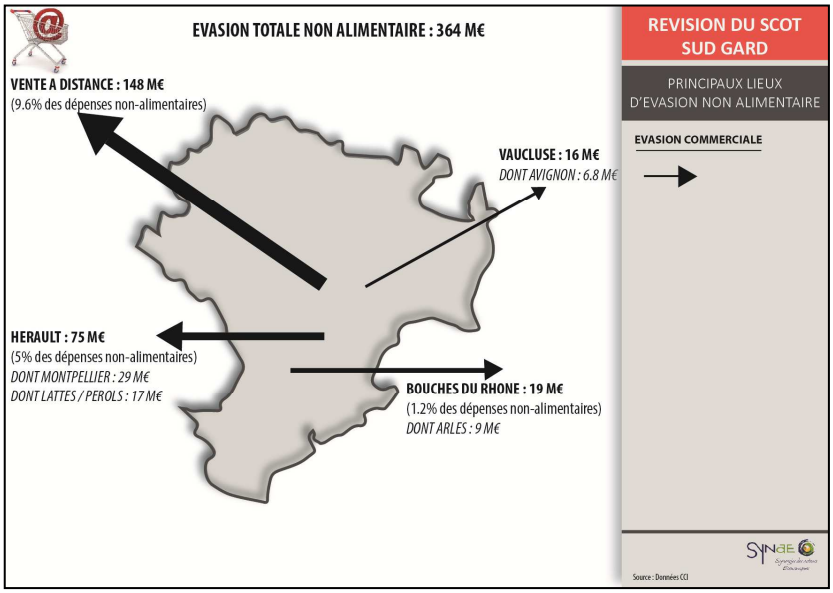
Afin d'affiner le dernier graphe, voici des cartes présentant les principaux lieux d'évasion du SCOT Sud Gard.

Une majeure partie d'évasion alimentaire semble donc aller en direction de l'Hérault avec 13% de cette dernière. La proximité directe de Lunel peut par exemple expliquer ce fait.



C'est toutefois la consommation directe chez les producteurs qui représente la plus grande partie avec 31 M€ soit 20% de l'évasion alimentaire totale.
Les Bouches du Rhône et la vente à distance complète ensuite ces principales destinations avec 15 et 14 M€ chacune. On peut également noter la part importante d'Arles dans l'évasion vers ce département. De plus, le reste du département du Gard représente 13% de l'évasion alimentaire.

Concernant l'évasion non-alimentaire, c'est donc la vente à distance qui arrive largement en tête du classement des lieux avec plus de 40% de l'évasion expliquée. Ce point est un parfait exemple de l'évolution des modes de consommation.



Vient ensuite l'Hérault avec 20% de l'évasion, et une forte importance de Montpellier dans le montant total.

L'évasion vers le Vaucluse est quant à elle expliquée presque à moitié par Avignon et représente à peine 4% de l'évasion non-alimentaire totale. Les Bouches du Rhône représentent, enfin, 5% de l'évasion avec une fois de plus une part non négligeable dépendant d'Arles.

A Retenir

Les marchés théoriques :

- 1046 M€ de marché théorique alimentaire dans le SCOT (dont 336 M€ à Nîmes)
- 1533 M€ de marché théorique non-alimentaire dans le SCOT (dont 562 M€ à Nîmes)
- Nîmes représente 1/3 du marché théorique du SCOT
- Le marché théorique alimentaire du SCOT représente 50% du marché théorique alimentaire du Gard
- Le marché théorique non-alimentaire du SCOT représente 50% du marché théorique non-alimentaire du Gard

Les niveaux d'activités :

- Le niveau d'activité alimentaire du SCOT est de 890 M€ environ
- Le niveau d'activité non-alimentaire du SCOT est de 1224 M€
- Les montants de ces niveaux suivent la distribution de l'emprise du SCOT avec le plus fort niveau d'activité dans les commerces d'hygiène, santé et beauté (404 M€, soit 33%) et le plus faible dans l'automobile (90%, soit 7%)

L'emprise et L'évasion : une cohérence commerciale du SCOT SUD GARD

- Le territoire du SCOT parvient à maintenir sur son territoire plus de 90% du marché théorique alimentaire soit 850 M€
- Parmi les destinations d'évasion alimentaire, ce sont les achats directs aux producteurs qui arrivent en tête avec 27 M€ (sur 83 M€), vient ensuite le département de l'Hérault avec 20 M€.
- Le territoire du SCOT parvient à maintenir sur son territoire plus de 80% du marché théorique non-alimentaire soit 1153 M€. Par ce marché théorique, l'on retrouve la plus forte emprise dans les activités d'hygiène, santé et beauté avec plus de 90% d'emprise, c'est ensuite sur le marché de l'automobile que l'emprise est la moins forte avec tout de même 68%.
- L'évasion dans le Gard, hors du SCOT est faible : 7% de l'évasion totale
- Au final, le territoire du SCOT dispose d'une emprise proche de 85% sur son marché théorique global ce qui s'explique par le bon maillage commercial du territoire en termes de nombre et de diversité de l'offre.

III. L'ARMATURE COMMERCIALE OBSERVEE

A. Les secteurs d'habitation et de vente du SCOT Sud Gard

Pour étudier le commerce à des échelles plus fines que l'échelle SCOT, nous utiliserons la notion de secteurs d'habitation et de vente du SCOT. Ces derniers sont au nombre de 24. Ils ont été constitués par la chambre de commerce pour permettre de réaliser l'enquête à destination des consommateurs. Un secteur d'habitation/vente peut correspondre à une seule commune ou à plusieurs communes. Certains secteurs d'habitations intègrent des communes qui sont situées hors du SCOT

La liste est la suivante :

SECTEUR D'HABITAT	COMPOSITION
SECTEUR AIGUES MORTES	AIGUES MORTES
SECTEUR AIGUES VIVES	AIGUES VIVES
	AUBAIS
	GALLARGUES LE MONTUEUX
SECTEUR AIMARGUES	SAINT LAURENT D'AIGOUZE
	AIMARGUES
	LE CAILAR
SECTEUR BEAUCAIRE	BEAUCAIRE
	FOURQUES
SECTEUR BELLEGARDE	BELLEGARDE
SECTEUR BOUILLARGUES	BOUILLARGUES
	CAISSARGUES
	GARONS
SECTEUR CALVISSON	BOISSIERES
	CALVISSON
	CONGENIES
	NAGES ET SOLORQUES
SECTEUR CAVEIRAC	CAVEIRAC
	CLARENSAC
	LANGLADE
	SAINT COME ET MARUEJOLS
	SAINT DIONIZY
SECTEUR GENERAC	AUBORD
	BEAUVOISIN
	GENERAC
SECTEUR LA CALMETTE	LA CALMETTE
	DIONS
	SAINT ANASTASIE
	SAINT CHAPTES

SECTEUR LEDIGNAN	AIGREMONT*
	BOUCOIRAN ET NOZIERES*
	BRIGNON*
	CARDET*
	CASSAGNOLES*
	CASTELNAU VALENCE*
	CRUVIERS LASCOURS*
	DOMESSARGUES
	LEDIGNAN*
	MARUEJOLS LES GARDON*
	MASSANES*
	MAURESSARGUES
	MOULEZAN
	NERS*
	SAINT BENEZET*
	SAINT JEAN DE SERRES*
	MONTAGNAC
SECTEUR LE GRAU DU ROI	LE GRAU DU ROI
SECTEUR MANDUEL	MANDUEL
	REDESSAN
	RODILHAN
SECTEUR MARGUERITTES	MARGUERITTES
SECTEUR MILHAUD	BERNIS
	MILHAUD
	UCHAUD
SECTEUR MONTFRIN	COMPS*
	JONQUIERES SAINT VINCENT
	MEYNES*
	MONTFRIN*
	VALLABREGUES
SECTEUR NIMES	NIMES
SECTEUR POULX	BEZOUCE
	CABRIERES
	LEDENON
	POULX
	SAINT GERVASY
SECTEUR SOMMIERES	ASPERES
	AUJARGUES
	COMBAS
	FONTANES
	JUNAS
	LECQUES
	MONTPEZAT
	SAINT CLEMENT
	SALINELLES
	SOMMIERES

SECTEUR QUISSAC	BRASSARGUES*
	BROUZET LES QUISSAC*
	CANAULES ET ARGENTIERES*
	CANNES ET CLAIRAN
	CARNAS*
	CORCONNE*
	CRESPIAN
	GAILHAN*
	LIOUC*
	LOGRIAN FLORIAN*
	MONTMIRAT
	ORTHOUX SERIGNAC QUILHAN*
	PUECHREDON*
	QUISSAC*
	SAINT JEAN DE CRIEULON*
	SAINT NAZAIRE DES GARDIES*
	SAINT THEODORIT*
	SARDAN*
	SAUVE*
	SAVIGNARGUES
	VIC LE FESQ*
SECTEUR REMOULINS	CASTILLON DU GARD*
	FOURNES*
	REMOULINS*
	SAINT BONNET DU GARD*
	SAINT HILAIRE D'OZILHAN*
	SERNHAC
	VALLIGUIERES*
	VERS PONT DU GARD*
SECTEUR SAINT GENIES DE MALGOIRES	FONS
	GAJAN
	MONTIGNARGUES
	MOUSSAC
	PARIGNARGUES
	LA ROUVIERE
	SAINT BAUZELY
	SAINT GENIES DE MALGOIRES
	SAINT MAMERT DU GARD
	SAUZET
SECTEUR SAINT GILLES	SAINT GILLES
	SOUVIGNARGUES
	VILLEVIEILLE
SECTEUR VAUVERT	VAUVERT
SECTEUR VERGEZE	CODOGNAN
	MUS
	VERGEZE
	VESTRIC ET CANDIAC

Source : Données CCI. **Communes Hors SCOT*

B. Les différents niveaux d'offres des secteurs de vente/habitation

Nous allons maintenant présenter une décomposition du SCOT Sud Gard en divers pôles commerciaux classés par ordre d'importance.

Afin d'opérer cette classification, nous avons pris en compte l'offre commerciale du secteur, en termes quantitatifs avec l'abondance et la diversité de l'offre, mais également en termes qualitatifs avec le rayonnement de cette dernière hors des frontières du pôle-même ou bien encore la nature des achats (récurrents, ponctuels) qu'elle engendre.

Nous distinguerons 4 degrés d'offres :

- L'offre structurante
- L'offre d'équilibre
- L'offre support
- L'offre de proximité

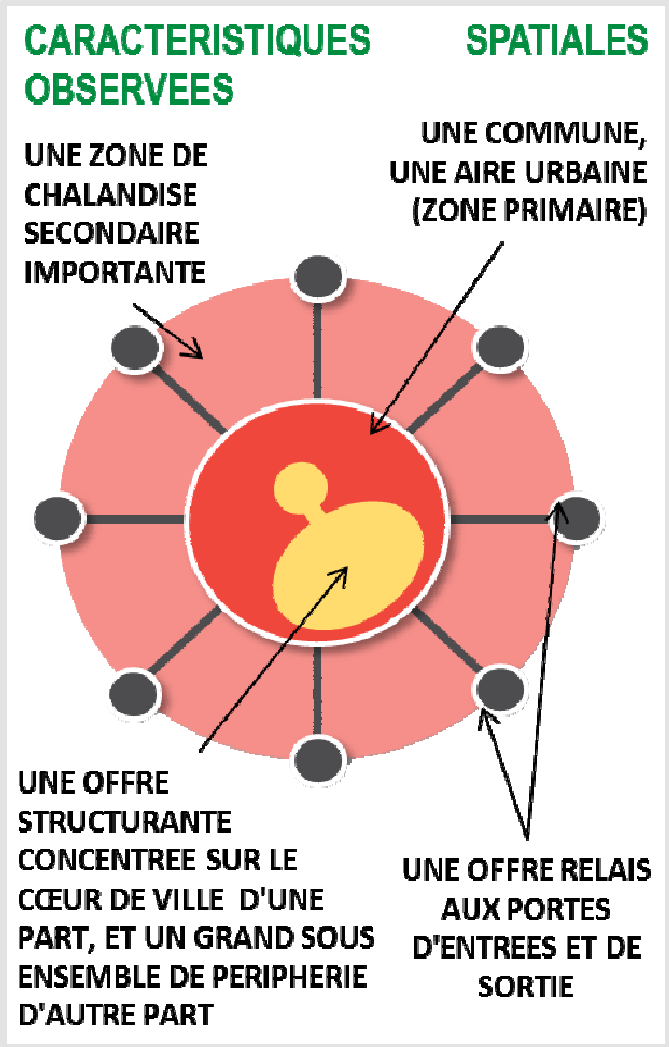
1. *Le secteur structurant de Nîmes*

Définition

L'offre structurante représente une offre majeure à laquelle l'on ajoute les éléments suivants :

- L'offre diversifiée, portée par une ou plusieurs locomotives alimentaires (supermarchés, hypermarchés de 1500m² à 3500m²) et des enseignes nationales non-alimentaire
- L'offre répond à la fois aux achats courants et aux achats raisonnés plus ponctuels sur du non-alimentaire
- Zone de chalandise primaire à 10/15 minutes et présence d'une zone de chalandise secondaire à 10/30 minutes

La schématisation spatiale type



	CA M€ TOT*	CA M€ A**	CA M€ NA***
NÎMES	1329,9	446,6	877,3

* CA total du secteur
** CA alimentaire du secteur
*** CA non-alimentaire du secteur

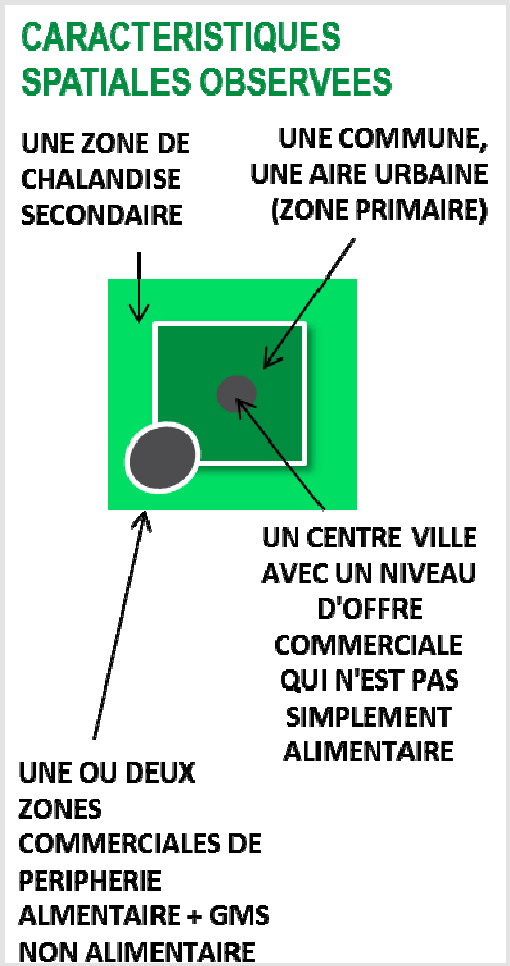
2. *Les secteurs d'équilibre*

Définition

L'offre majeure représente l'offre support à laquelle l'on ajoute les éléments suivants :

- L'offre est diversifiée, portée par une ou plusieurs locomotives alimentaires (1500m² à 3500m²)
- Les GMS[1] non-alimentaires (>300 m²) sont en nombre suffisant pour proposer du choix et limiter l'évasion
- L'offre répond aux achats courants et aux achats raisonnés plus ponctuels sur du non-alimentaire
- Zone de chalandise primaire à 5/10 minutes, puis une zone de chalandise secondaire à 10/20 minutes.
- CA HT annuel la plupart du temps supérieur à 50 M€.

La schématisation spatiale type



	CA M€ TOT*	CA M€ A**	CA M€ NA***
BEAUCAIRE	**97,2**	43,8	53,4
SOMMIERES	**70**	42,1	27,9

* CA total du secteur
** CA alimentaire du secteur
*** CA non-alimentaire du secteur

[1] GMS : Grandes et Moyennes Surfaces

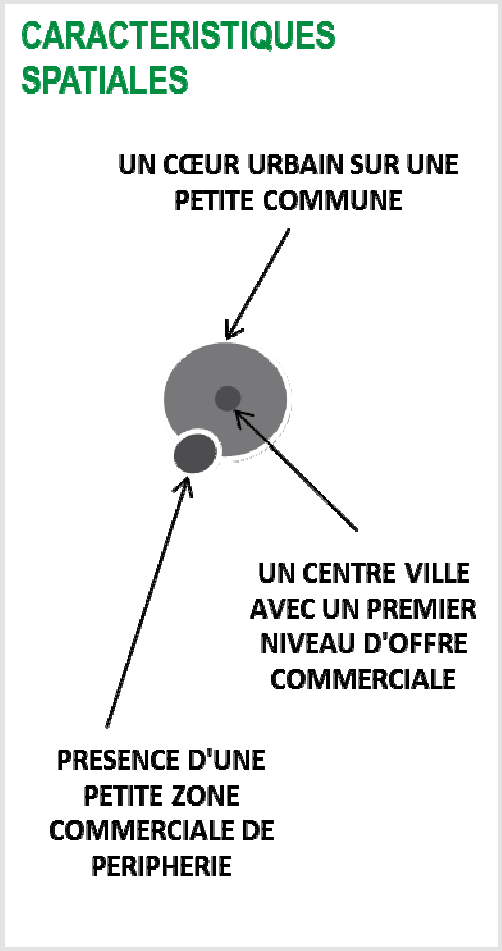
3. *Les secteurs "supports"*

Définition

L'offre support représente l'offre de proximité à laquelle on ajoute les éléments suivants :

- Des commerces traditionnels
- Un complément par une activité alimentaire en supermarché ou supérette de 300m² à 1500m²
- L'offre correspond à des achats quotidiens réalisés à l'échelle d'un secteur d'habitation
- Une zone de chalandise unique à 10/15 minutes
- CA HT annuel la plupart du temps supérieur à 20 M€

La schématisation spatiale type



	CA M€ TOT*	CA M€ A**	CA M€ NA***
CAVEIRAC	**66,9**	35,6	31,3
MARGUERITTES	**60,2**	42,1	18
MILHAUD	**48,5**	30,4	18,1
SAINT-GILLES	**43,8**	27,3	16,6
VAUVERT	**43,8**	21,7	22,1
AIMARGUES	**42,2**	27,5	14,7
LA CALMETTE	**39,3**	25,8	13,6
AIGUES MORTES	**37,8**	22,9	14,9
LE GRAU DU ROI	**31,6**	17,4	14,2
MANDUEL	**24,7**	13,4	12,2
VERGEZE	**21,6**	15,5	6,1
SAINT GENIES DE MALGOIRES	**21**	13,1	8

* CA total du secteur
** CA alimentaire du secteur
*** CA non-alimentaire du secteur

4. *Les secteurs de proximité*

Définition

L'offre de proximité représente :

- Des commerces traditionnels
- Un complément par une activité alimentaire en supermarché ou supérette de 300m² à 1500m²
- Peu ou pas d'établissements commerciaux supérieurs à 300m² hors alimentaire
- L'offre correspond à des achats quotidiens réalisés à l'échelle d'un secteur d'habitation, voire de la commune
- Une zone de chalandise unique à 5/10 minutes

La schématisation spatiale type

	CA M€ TOT*	CA M€ A**	CA M€ NA***
BOUILLARGUES	**39,9**	24,3	15,6
AIGUES VIVES	**21**	6,9	14,2
BELLEGARDE	**16,2**	9,2	7
GENERAC	**15,1**	7,8	7,3
CALVISSON	**8,6**	4,4	4,2
POULX	**7,4**	2,7	4,8

C. Les commentaires secteur par secteur

En annexe au diagnostic du DAAC, des « fiches secteurs » ont été produites. Elles concernent 15 secteurs géographiques sur les 24 qui composent le SCOT. Le choix de « zoomer » sur ces secteurs résulte de leur importance en matière de poids commercial dans le SCOT. A eux seuls, ces secteurs représentent 93% des niveaux d'activités estimés du SCOT et 81% de ce qu'il se passe « hors Nîmes ».

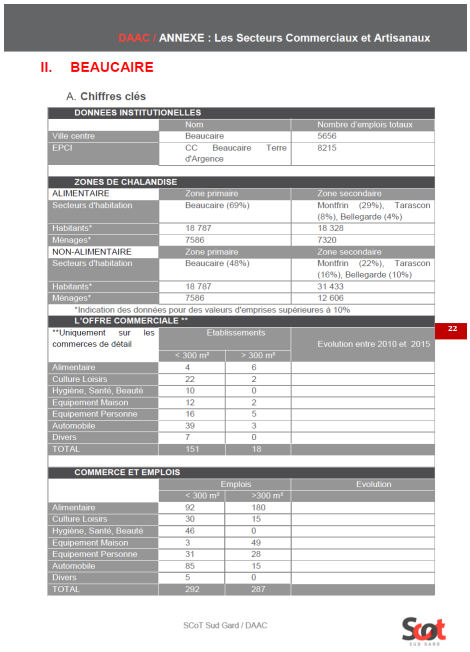
Février 2016

Scot SUD GARD

ENSEMBLE, CONSTRUISONS LE TERRITOIRE DE DEMAIN

DAAC : ANNEXE : FICHES SECTEUR

Document d'Aménagement Artisanal et Commercial


DAAC / ANNEXE : Les Secteurs Commerciaux et Artisanaux

II. BEAUCAIRE

A. Chiffres clés

DONNEES INSTITUTIONELLES		
	Nom	Nombre d'emplois totaux
Ville centre	Beaucaire	5656
EPCI	CC Beaucaire Terre d'Argence	8215

ZONES DE CHALANDISE		
ALIMENTAIRE	Zone primaire	Zone secondaire
Secteurs d'habitation	Beaucaire (69%)	Montfrin (29%), Tarascon (8%), Bellegarde (4%)
Habitants*	18 787	18 328
Ménages*	7586	7320
NON-ALIMENTAIRE	Zone primaire	Zone secondaire
Secteurs d'habitation	Beaucaire (48%)	Montfrin (22%), Tarascon (16%), Bellegarde (10%)
Habitants*	18 787	31 433
Ménages*	7586	12 606

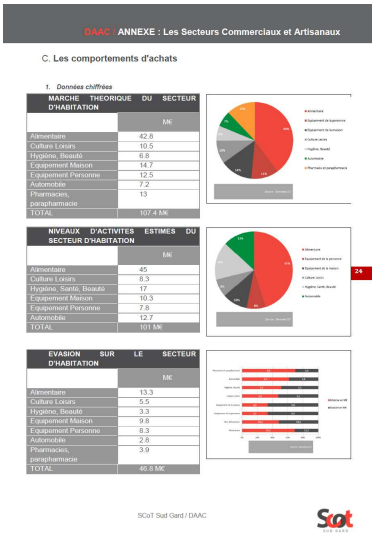
*Indication des données pour des valeurs d'emprises supérieures à 10%

L'OFFRE COMMERCIALE **			
**Uniquement sur les commerces de détail	Etablissements		Evolution entre 2010 et 2015
	< 300 m²	> 300 m²	
Alimentaire	4	6	
Culture Loisirs	22	2	
Hygiène, Santé, Beauté	10	0	
Equipement Maison	12	2	
Equipement Personne	16	5	
Automobile	39	3	
Divers	7	0	
TOTAL	151	18	

22

COMMERCE ET EMPLOIS			
	Emplois		Evolution
	< 300 m²	>300 m²	
Alimentaire	92	180	
Culture Loisirs	30	15	
Hygiène, Santé, Beauté	46	0	
Equipement Maison	3	49	
Equipement Personne	31	28	
Automobile	85	15	
Divers	5	0	
TOTAL	292	287	

SCoT Sud Gard / DAAC


DAAC / ANNEXE : Les Secteurs Commerciaux et Artisanaux

C. Les comportements d'achats

1. *Données chiffrées*

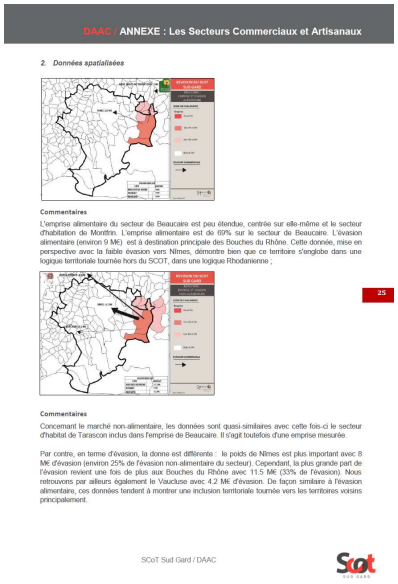
MARCHE THEORIQUE DU SECTEUR D'HABITATION	M€
Alimentaire	42.8
Culture Loisirs	10.5
Hygiène, Beauté	6.8
Equipement Maison	14.7
Equipement Personne	12.5
Automobile	7.2
Pharmacies, parapharmacie	13
TOTAL	107.4 M€

NIVEAUX D'ACTIVITES ESTIMES DU SECTEUR D'HABITATION	M€
Alimentaire	45
Culture Loisirs	8.3
Hygiène, Santé, Beauté	17
Equipement Maison	10.3
Equipement Personne	7.8
Automobile	12.7
TOTAL	101 M€

EVASION SUR LE SECTEUR D'HABITATION	M€
Alimentaire	13.3
Culture Loisirs	5.5
Hygiène, Beauté	3.3
Equipement Maison	9.8
Equipement Personne	8.3
Automobile	2.8
Pharmacies, parapharmacie	3.9
TOTAL	46.8 M€

24

SCoT Sud Gard / DAAC


DAAC / ANNEXE : Les Secteurs Commerciaux et Artisanaux

2. *Données spatialisées*

Commentaires

L'emprise alimentaire du secteur de Beaucaire est peu étendue, centrée sur elle-même et le secteur d'habitation de Montfrin. L'emprise alimentaire est de 69% sur le secteur de Beaucaire. L'évasion alimentaire (environ 9 M€) est à destination principale des Bouches du Rhône. Cette donnée, mise en perspective avec la faible évasion vers Nîmes, démontre bien que ce territoire s'englobe dans une logique territoriale tournée hors du SCOT, dans une logique Rhodanienne ;

25

Commentaires

Concernant le marché non alimentaire, les données sont quasi-similaires avec cette fois-ci le secteur d'habitat de Tarascon inclus dans l'emprise de Beaucaire. Il s'agit toutefois d'une emprise mesurée.

Par contre, en terme d'évasion, la donne est différente : le poids de Nîmes est plus important avec 8 M€ d'évasion (environ 25% de l'évasion non-alimentaire du secteur). Cependant, la plus grande part de l'évasion revient une fois de plus aux Bouches du Rhône avec 11.5 M€ (33% de l'évasion). Nous retrouvons par ailleurs également le Vaucluse avec 4.2 M€ d'évasion. De façon similaire à l'évasion alimentaire, ces données tendent à montrer une inclusion territoriale tournée vers les territoires voisins principalement.

SCoT Sud Gard / DAAC

DAAC / ANNEXE : Les Secteurs Commerciaux et Artisanaux

B. L'armature commerciale

23

Commentaires

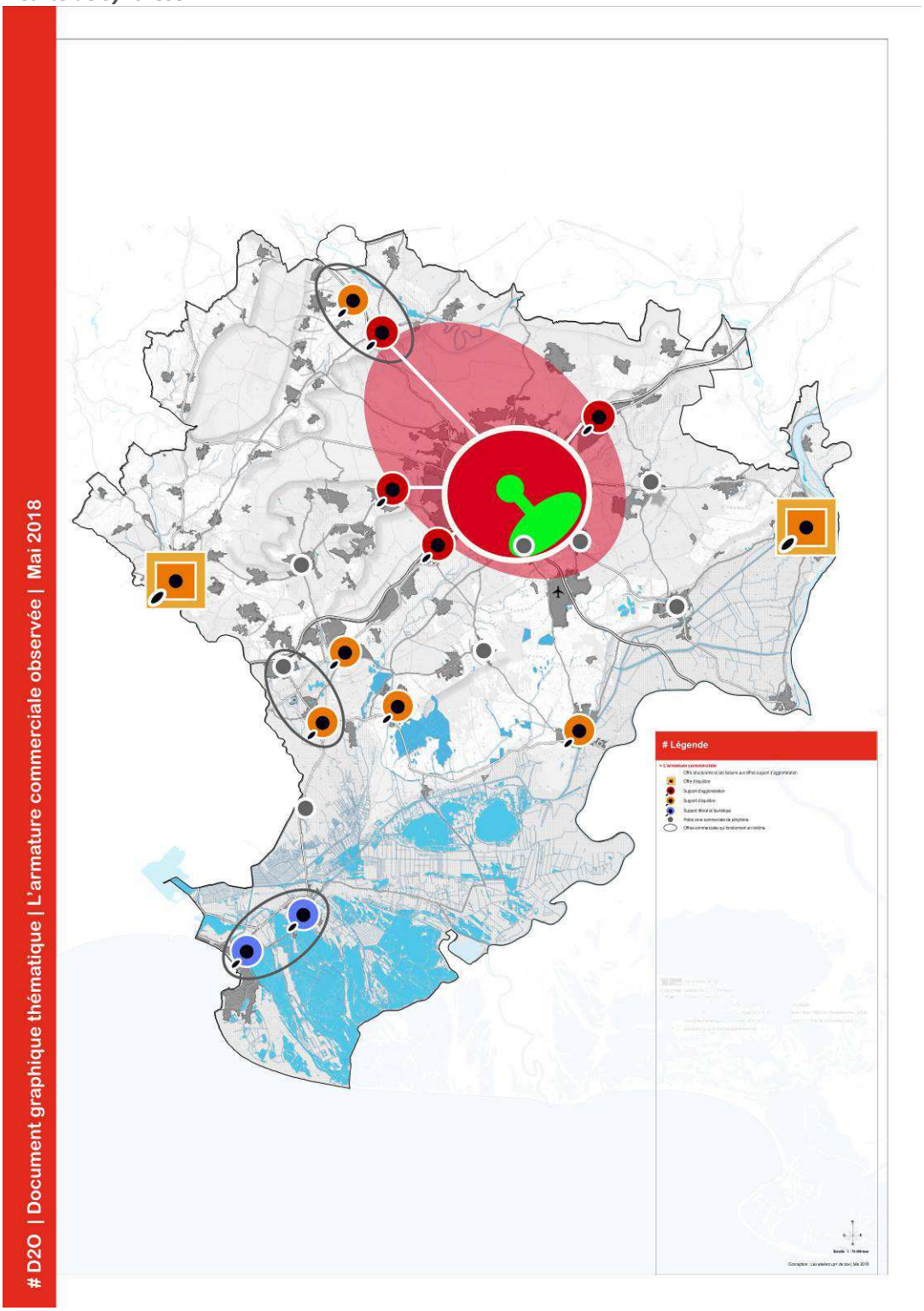
L'armature du pôle beaucairois se concentre dans la ville centre de Beaucaire qui joue le rôle de pôle commercial majeur. La proximité directe de Tarascon offre à ce pôle une dimension autre, incluant des logiques commerciales territoriales extérieures au SCOT Sud Gard, tout comme les pôles de Sommières et du Grau du Roi par exemple.

A proximité, Bellegarde fait office d'offre relais, puis viennent Manduel et Redessan, en direction Nîmes. Il faudra par ailleurs surveiller l'évolution de ces deux communes avec l'arrivée de la ligne LGV.

SCoT Sud Gard / DAAC

D. A retenir concernant l'armature commerciale observée

Carte de synthèse



A Retenir

Le secteur structurant :

- Nîmes occupe bien entendu une place majeure au sein des secteurs commerciaux du SCOT, de par la présence d'une offre dense et diversifiée en son cœur, mais également de la présence d'une offre satellite en périphérie, drainant les déplacements domicile/travail vers les communes limitrophes

Les secteurs d'équilibre :

- Beaucaire et Sommières représentent des secteurs d'équilibre, à même de développer une offre suffisamment importante pour développer une certaine autonomie par rapport à Nîmes et jouer un rôle centre dans leur entourage

Les secteurs support :

- Les secteurs support sont nombreux et quadrillent le territoire du SCOT
- Comme leur nom l'indique, ces derniers ne sont pas à même de développer une certaine autonomie par rapport à Nîmes, mais servent à combler les achats quotidiens ou d'appoint des populations environnantes par une offre diversifiée

Les secteurs de proximité :

- Il existe peu de secteurs de proximité finalement
- Ces derniers constituent une offre essentiellement alimentaire, et peu diversifiée
- C'est essentiellement la proximité de ces secteurs à des secteurs plus importants qui les réduisent à ce niveau, les empêchant de jouer un plus grand rôle

IV. LES CENTRES VILLES, LES CENTRES BOURGS

A. Définitions

1. Les centres-villes

Les centres-villes représentent le cœur historique des villes, l'endroit où cette dernière est née. Avec le temps et l'avancement de l'urbanisation, il est devenu cette place centrale, cœur de l'activité de la commune, autour de laquelle s'est développée la ville. Le terme "ville" fait ici appel directement à l'imagerie urbaine et dissocie donc ce terme de "centre-bourg", plus adéquat au monde rural. La nuance entre ville et bourg est donc la clé de l'existence des deux termes. Une ville est définie, au sens de l'INSEE, comme une agglomération d'au moins 2000 habitants présentant une continuité de l'habitat, ou regroupée autour d'un chef-lieu dans le cas de la présence de hameaux.

2. Les centres-bourgs

En revanche, une définition exacte du terme bourg ne semble pas réellement émerger.

Le bourg représentait le mode de vie urbain, avec de l'habitation et des activités et les faubourgs représentaient les annexes des bourgs, spécifiquement dédiés au désengorgement de l'habitat, arborant une logique résidentielle. En somme, la relation bourg-faubourg d'antan s'apparente potentiellement à la relation ville-bourg moderne, bien qu'il soit trop facile de conclure rapidement ainsi.

Les bourgs représenteraient plutôt un échelon intermédiaire entre ville et monde rural, jouant des fonctions de centralité dans un réseau de hameaux : une antichambre, un vecteur de diffusion des modes d'urbanisation et de vie de la ville.

Pour une question de facilité de lecture, nous parlerons de centre-ville dans l'ensemble des cas, tout en étant conscients qu'il est possible de débattre sur les terminologies.

B. Proposition d'une typologie et application sur le SCOT

1. Le principe

L'objectif est de créer une typologie de centre-ville à partir des niveaux d'offres de commerces et services présents dans ces derniers.

2. Légende utilisée

Pour ce faire, nous procéderons en analysant les commerces existants sous deux catégories, les alimentaires, les non-alimentaires.

Pour classifier la partie alimentaire, nous aurons choisi 4 temps : l'artisanat alimentaire (boucher, boulanger, poissonnier entre autres…), les épiceries-fines, les supérettes et enfin les GMS alimentaires (Supermarchés, Hypermarchés)

Pour ce qui est de la catégorie non-alimentaire, la tâche se révèle moins aisée et nous proposons donc de retenir 5 sous-classes : les équipements à la personne, les équipements de la maison, les boutiques cultures et loisirs, les boutiques d'hygiène/santé/beauté et enfin les autres.

Pour chacune de ces sous classes, nous établirons un degré d'offre :

Forte Offre	■■■■
Offre Développée	■■■
Offre basique	■■
Offre raréfiée	■
Absence d'offre	

Cette approche nous permet de repérer 5 grandes typologies de centre-ville

1. Le centre-ville structurant (Nimes)
2. Le centre-ville majeurLe centre-ville relais
3. Le centre-ville de proximité
4. Le centre-ville sans offre

C. Le centre-ville structurant

Description

Cette typologie a été créée pour la ville de Nîmes. Elle est caractérisée par une offre de commerces et services bien plus denses et diversifiée que dans les autres centres ville.
Le centre-ville répond à plusieurs types de consommateurs :

- L'excursionniste, venu de territoires proches, qui se déplace ponctuellement pour des achats loisirs et/ou pour trouver une offre inexistante sur son lieu d'habitation ;
- Le touriste, venu pour une durée moyenne ou longue sur le territoire, et pour lequel le centre-ville est une étape importante du séjour ;
- L'habitant des autres quartiers de la ville ;
- L'habitant du centre-ville ;

Les zones de chalandise de ces centres villes peuvent aller de 30mn à 1h.

L'offre type (= le niveau d'offre)
Attention, il s'agit d'une offre type qui connait des variables d'un centre-ville à un autre

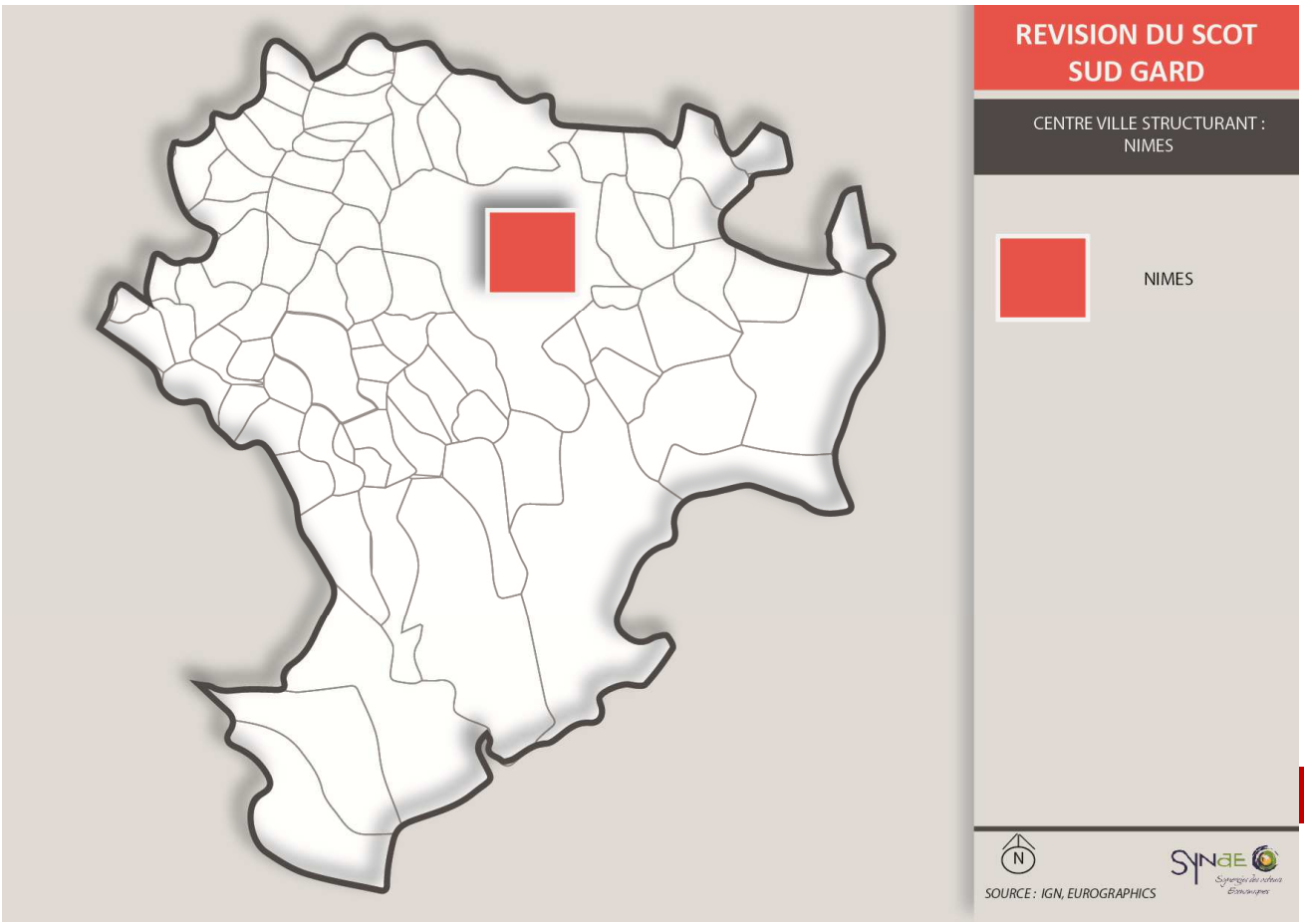
OFFRE ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Artisans alimentaires	Epicerie fine	Petite Supérette alimentaire	Grosse Supérette, petit supermarché	Restauration / Bar

OFFRE NON ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture/Loisirs	Hygiène-Santé-Beauté	Autres

RAPPEL DE LA LEGENDE	
Forte Offre (> 5 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre Développée (> 2 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre basique (au moins 1 magasin)	
Offre raréfiée, éventuellement présente	
Absence d'offre	

1 centre-ville correspondant à cette typologie :

- Nîmes : 145 000 habitants



Illustrations

D. Les centres villes majeurs

Description

Les centres majeurs viennent en seconde position sur un territoire derrière leur centre structurant. Ils appartiennent à des villes de taille moyenne jouant un rôle de centralité pour les communes avoisinantes.
L'offre va au-delà des simples achats de proximité. Elle concerne avant tout :

- L'habitant des communes voisines, venu pour trouver une offre inexistante sur son lieu d'habitation ;
- L'habitant de la ville
- L'excursionniste ou le touriste, qui vient rechercher un « atout charme » pour les centres villes dotés d'un patrimoine historique et culturel fort.

Les zones de chalandise de ces centres peuvent aller de 15 minutes à 30 minutes.

L'offre type (= le niveau d'offre)
Attention, il s'agit d'une offre type qui connait des variables d'un centre-ville à un autre

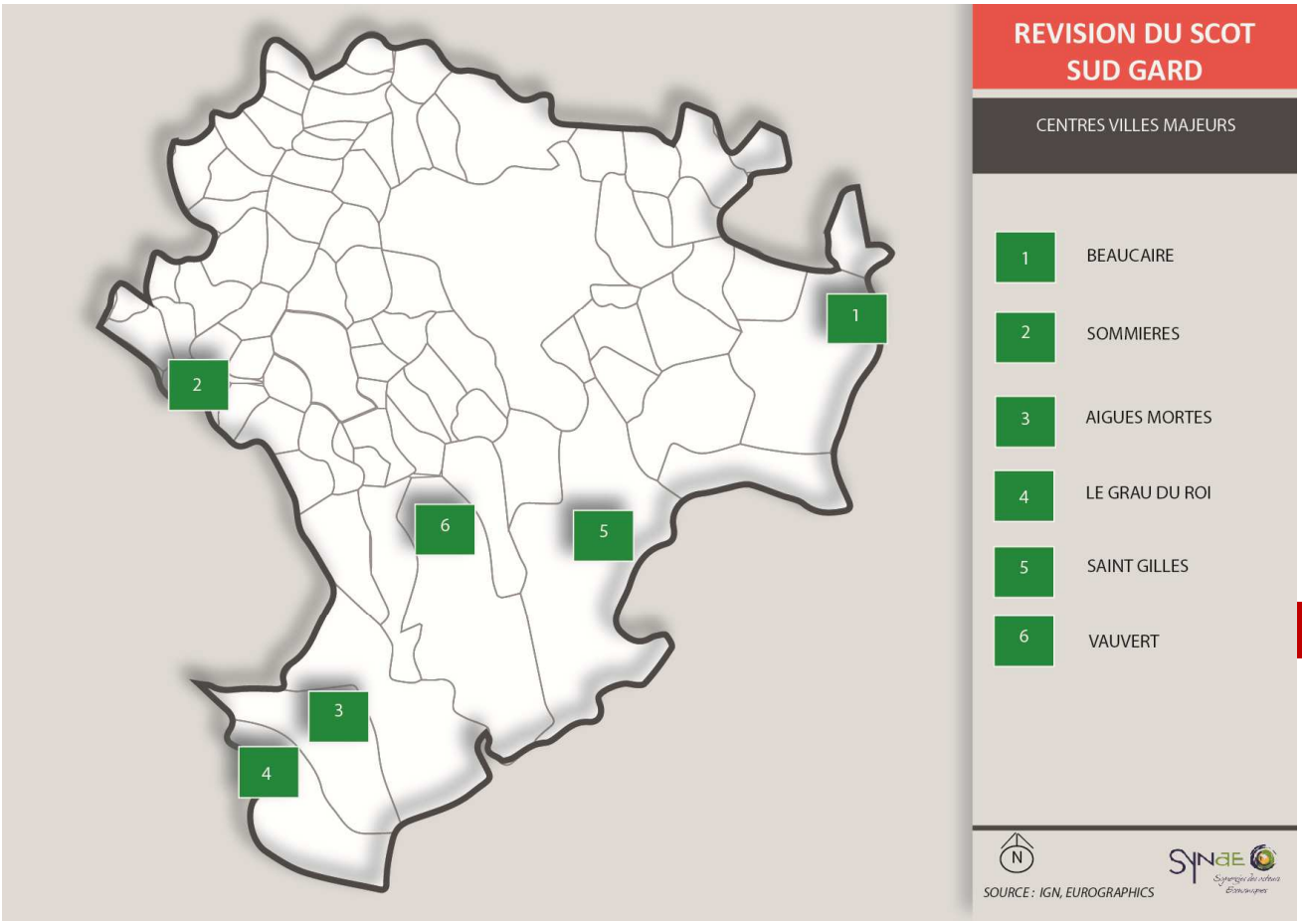
OFFRE ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Artisans alimentaires	Epicerie fine	Petite Supérette alimentaire	Grosse Supérette, petit supermarché	Restauration / Bar

OFFRE NON ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture/Loisirs	Hygiène-Santé-Beauté	Autres

RAPPEL DE LA LEGENDE	
Forte Offre (> 5 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre Développée (> 2 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre basique (au moins 1 magasin)	
Offre raréfiée, éventuellement présente	
Absence d'offre	

Les 6 centres villes correspondant à cette typologie

- Grau du roi : 8338 habitants
- Aigues-Mortes : 8543 habitants
- Sommières: 4463 habitants
- Beaucaire : 15 874
- Saint-Gilles : 13 564 habitants
- Vauvert : 11 200 habitants



Illustrations (Vauvert, Vauvert, Grau du Roi)

E. Les centres villes relais

Description

Dans cette catégorie se retrouvent les villes de tailles petite et moyenne, mais avec une offre de centre-ville limitée. La population y est plus faible, et le degré d'offre s'en ressent. La présence d'offre sur des espaces proches limite aussi le développement commercial de la ville, et notamment de son centre.

Toutefois ces centres villes arrivent à conserver une offre qui n'est pas uniquement alimentaire, raison pour laquelle nous les nommons « relais ».
Notons qu'un niveau d'offre spécifique peut néanmoins exister pour certains de ces centres à potentiel touristique (artisanat, produits locaux, restauration…)

Les zones de chalandise de ces centres peuvent aller de 10 à 15 minutes. Elle déborde sur des communes voisines disposant de très peu d'offre.

L'offre type (= le niveau d'offre)
Attention, il s'agit d'une offre type qui connait des variables d'un centre-ville à un autre

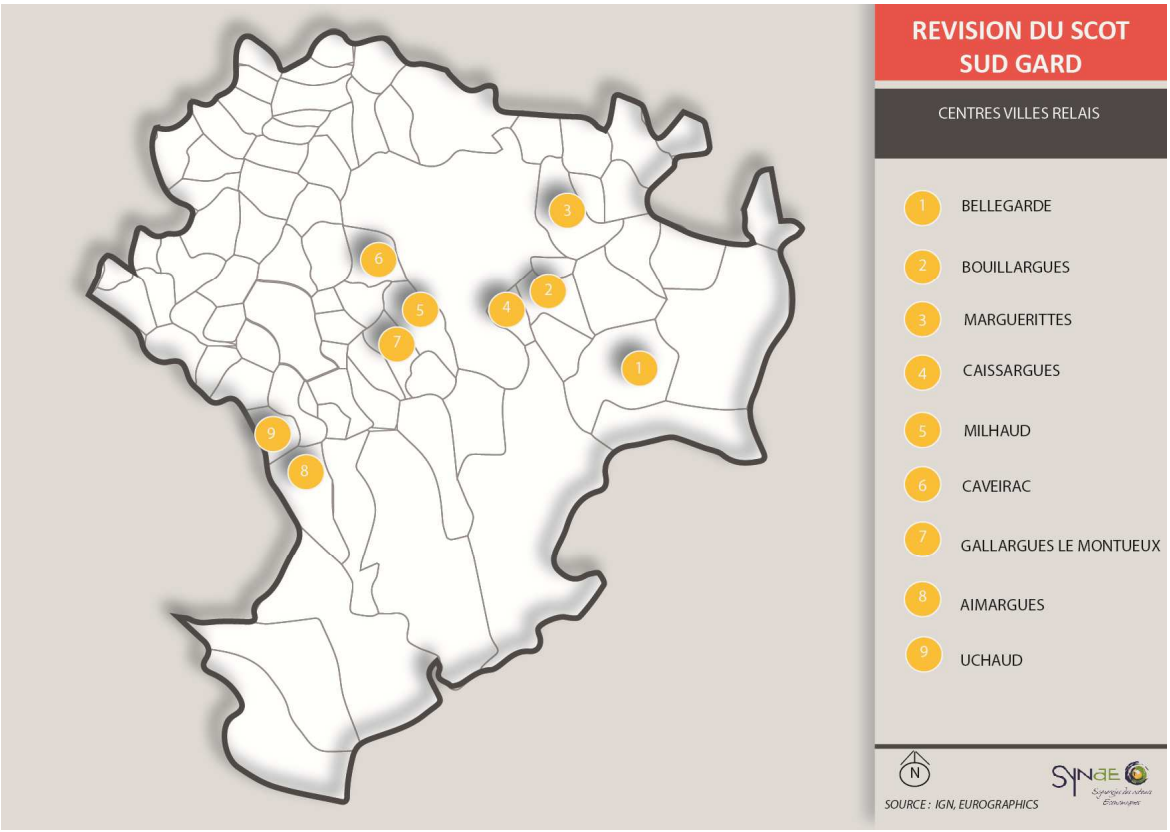
OFFRE ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Artisans alimentaires	Epicerie fine	Petite Supérette alimentaire	Grosse Supérette, petit supermarché	Restauration / Bar
■ ■	■ ■	■ ■ ■	■	■ ■

OFFRE NON ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture/Loisirs	Hygiène-Santé-Beauté	Autres
■ ■ ■	■	■	■ ■	■

RAPPEL DE LA LEGENDE	
Forte Offre (> 5 magasins, enseignes et indépendants)	■ ■ ■ ■
Offre Développée (> 2 magasins, enseignes et indépendants)	■ ■ ■
Offre basique (au moins 1 magasin)	■ ■
Offre raréfiée, éventuellement présente	■
Absence d'offre	

Les 7 centres villes correspondant à cette typologie

- Marguerittes : 8601 habitants
- Bouillargues : 6265 habitants
- Caissargues : 3759 habitants
- Caveirac : 3889 habitants
- Gallargues le Montueux : 3351 habitants
- Milhaud : 5762 habitants
- Bellegarde : 6336 habitants
- Aimargues : 4576 habitants
- Uchaud : 4300 habitants



Illustrations (Bellegarde, Marguerittes)

F. Les centres villes de proximité

Description

Cette catégorie concerne davantage les villages et bourgs du SCOT. La taille de population y varie de moyenne à faible, mais **l'offre commerciale subsiste afin d'assurer les fonctions de dessertes locales essentielles**.

L'offre est essentiellement alimentaire, et est destinée à l'habitant.

Les zones de chalandise de ces centres peuvent aller de 5 à 10 minutes.

L'offre type (= le niveau d'offre)
Attention, il s'agit d'une offre type qui connait des variables d'un centre-ville à un autre

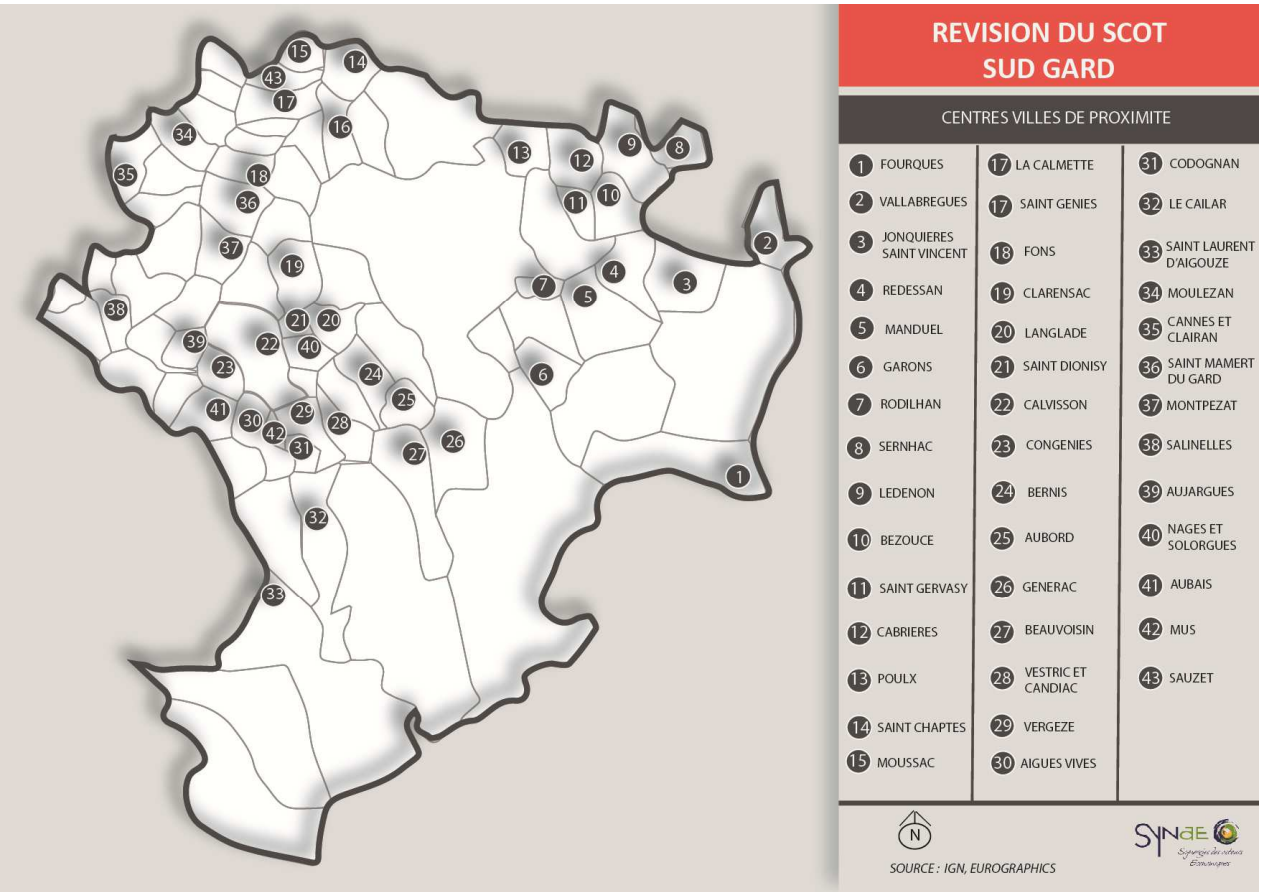
OFFRE ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Artisans alimentaires	Epicerie fine	Petite Supérette alimentaire	Grosse Supérette, petit supermarché	Restauration / Bar

OFFRE NON ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture/Loisirs	Hygiène-Santé-Beauté	Autres

RAPPEL DE LA LEGENDE	
Forte Offre (> 5 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre Développée (> 2 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre basique (au moins 1 magasin)	
Offre raréfiée, éventuellement présente	
Absence d'offre	

Les centres villes correspondant à cette typologie

- Calvisson : 5132 habitants
- Bernis : 3194 habitants
- Manduel : 5910 habitants
- Générac : 3983 habitants
- Saint Geniés de Malgoires : 2858 habitants
- Aigues-Vives : 2999 habitants
- La Calmette : 1982 habitants
- Vergèze : 4684 habitants
- Codognan : 2435 habitants
- Saint Laurent d'Aigouze : 3310 habitants
- Redessan : 3955 habitants
- Garons : 4546 habitants
- Beauvoisin : 3902 habitants
- Clarensac : 3940 habitants
- Poulx : 4045 habitants
- Fourques : 2893 habitants
- Congénies : 1565 hab
- Bezouce : 2139 hab
- Langlade : 2079 hab
- Saint-Gervasy : 1746 hab
- Jonquières-St-Vincent : 3458 hab
- Sernhac : 1699 hab
- Aubord : 2385 hab
- Vestric-et-Candiac : 1353 hab,
- Saint-Chaptes : 1697 hab,
- Rodilhan : 2818 hab
- Vallabrègues : 1352 hab
- Fons : 1219 hab
- Saint-Dionizy : 925 hab
- Le Cailar : 2347 hab
- Salinelles : 504 hab
- Moulézan : 597 hab
- Cannes et Clairan : 514 hab
- Saint Mamert du Gard : 1532 hab
- Montpezat : 1081 hab
- Aujargues : 864 hab
- Nages et Solorgues : 1548 hab
- Aubais : 2526 hab
- Cabrières : 1469 hab
- Mus : 1324 hab
- Sauzet : 706 hab
- Moussac : 1273 hab
- Lédenon : 1392 hab



G. Les centres villes sans offre

Description

Cette catégorie rassemble les autres communes/villages du SCOT, ne disposant que **d'une offre très limitée, voire inexistante.**

Ces villages s'incluent dans des logiques de fortes relations avec les communes voisines, étant bien souvent des hameaux.

Les zones de chalandise de ces centres ne concernent généralement que la commune elle-même, voire l'entourage direct stricto-sensu.

L'offre type

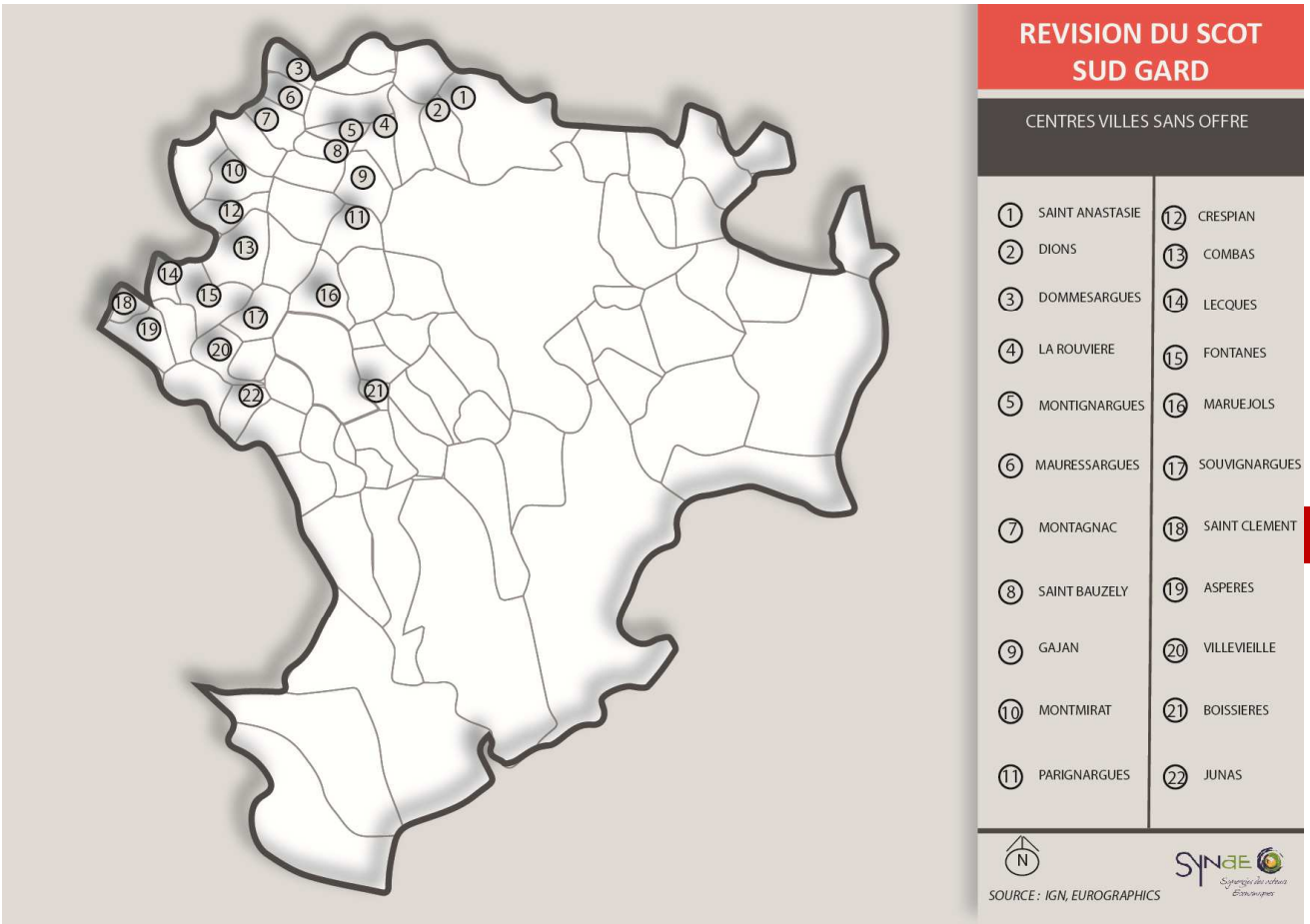
OFFRE ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Artisans alimentaires	Epicerie fine	Petite Supérette alimentaire	Grosse Supérette, petit supermarché	Restauration / Bar

OFFRE NON ALIMENTAIRE DE CENTRE VILLE				
Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture/Loisirs	Hygiène-Santé-Beauté	Autres

RAPPEL DE LA LEGENDE	
Forte Offre (> 5 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre Développée (> 2 magasins, enseignes et indépendants)	
Offre basique (au moins 1 magasin)	
Offre raréfiée, éventuellement présente	
Absence d'offre	

Les centres villes correspondant à cette typologie

- Villevieille : 1650 hab
- Sainte-Anastasie : 1657 hab
- Saint Côme et Maruéjols : 783 hab
- Boissières : 533 hab
- Gajan : 725 hab
- Montmirat : 345 hab
- Saint-Clément : 331 hab
- Domessargues : 701 hab
- Montignargues : 625 hab
- La Rouvière : 595 hab
- Montagnac : 198 hab
- Dions : 597 hab
- Combas : 581 hab
- Souvignargues : 792 hab
- Mauressargues : 171 hab
- Crespian : 343 hab
- Fontanès : 627 hab
- Aspères : 506 hab
- Junas : 1086 hab
- Lecques : 461 hab
- Parignargues : 557 hab
- Saint-Bauzély : 558 hab



A Retenir

Le centre-ville structurant :

- Seul le centre-ville nîmois est présent dans cette catégorie, pour des raisons évidentes : une grande offre couplée à une grande diversité et une capacité certaine à drainer des consommateurs extérieurs voire touristes

Les centres villes majeurs :

- Nous dénombrons 6 centres villes majeurs
- Ces derniers appartiennent à des communes phares du territoire, capable de proposer une offre attrayante pour les consommateurs de par la diversité de celle-ci ou bien encore l'attrait touristique de ces centres qui induit la présence d'une forte offre

Les centres villes relais :

- Nous dénombrons 8 centres villes relais
- De façon similaire aux secteurs relais évoqués précédemment, ces centres villes disposent d'une offre moyenne ne permettant pas de rayonner au-delà, toutefois une diversité de l'offre peut exister et ces centres peuvent tout de même attirer des consommateurs, via un potentiel touristique certain

Les centres villes de proximité :

- Nous dénombrons 45 centres villes de proximité
- Ces centres villes sont caractérisés par une offre commerciale limitée répondant à des fonctions de dessertes locales strictes et essentiellement alimentaire

Les centres villes sans offre :

- Nous dénombrons 22 centres villes sans offre
- Comme leur nom l'indique, ces centres ne disposent d'aucunes offres, ou d'une offre très limité
- On y retrouve des bars/tabacs essentiellement, mais pas de commerces à même de servir des besoins quotidiens

V. ZOOM SUR CERTAINES FORMES DE COMMERCE

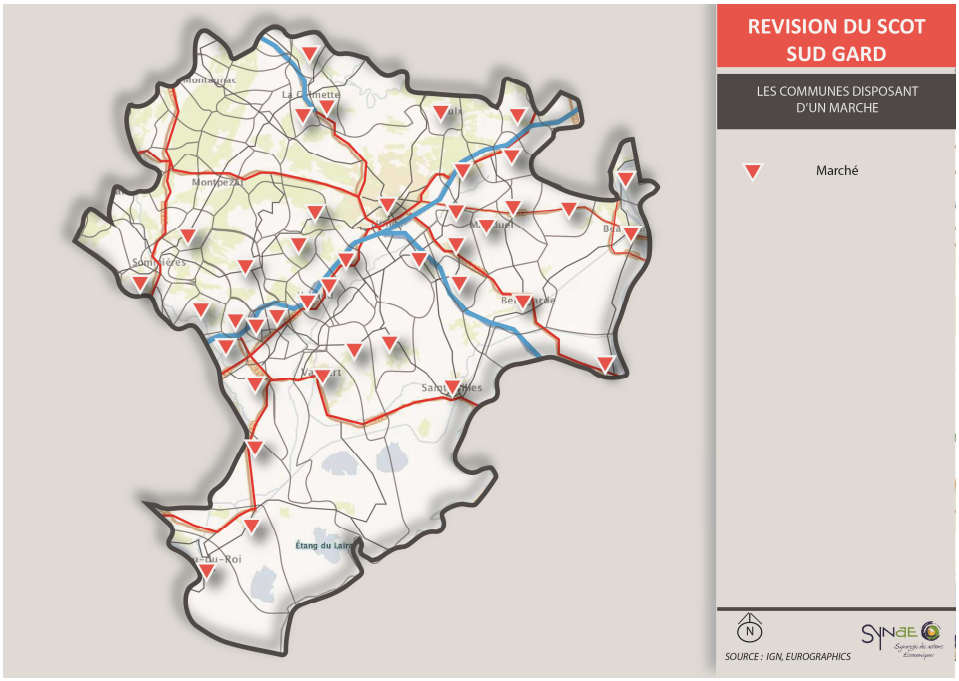
A. Le commerce non sédentaire

Le commerce non sédentaire désigne toute activité exercée sur la voie publique, des halles ou marchés. Il est par ailleurs défini dans le cadre de l'article 123-29 du code du commerce, comme une activité commerciale ambulante. A ce titre, toute personne exerçant sur son lieu d'habitation ou lieu d'implantation de son établissement principal, ne peut être considérée comme commerçant ambulant. Nous allons ici étudier ce type de commerce à l'échelle du SCOT Sud Gard à travers différentes formes.

1. Les marchés

NB : Dans le cadre de cette analyse, nous nous sommes appuyés sur le site internet www.jours-de-marche.fr

Parmi les formes de commerce sédentaire connues, le marché représente celle qui est la plus marquée dans les esprits de par une fréquence plus récurrente. Sur l'ensemble des communes du SCOT, 40 disposent d'un marché, soit près d'une commune sur deux.
Leur nombre diffère toutefois avec Nîmes qui comptabilise par exemple 10 marchés, Le Grau du Roi 3, puis Bellegarde, Caissargues, Lédenon et Sommières 2. Les autres communes disposent d'un seul marché.
Une certaine polarisation s'affiche donc avec une forte concentration des marchés dans les communes du sud et de l'Est du SCOT, là où le Nord-Ouest apparaît dépourvu. De plus, la localisation des communes proposant plusieurs marchés semble montrer une certaine logique d"agglomération" avec des communes bien espacées pouvant jouer un rôle centre dans leur entourage, mis-à-part le cas de Caissargues, à proximité de Nîmes.
Enfin, l'analyse des jours de marchés démontre que la répartition temporelle de ces derniers est relativement bonne avec près de 30 marchés se tenant le week-end pour environ 50 en semaine. De plus, la plupart des communes proposent plusieurs dates par semaine ce qui offre plus de possibilités. Concernant les horaires, la diversité est une fois de plus présente avec des marchés se tenant principalement sur des plages horaires types telles que 7h-13h, 9h-16h, mais également sur des temps plus atypiques via la présence de marchés nocturnes.



LES JOURS DE MARCHE DANS LE SCOT SUD GARD

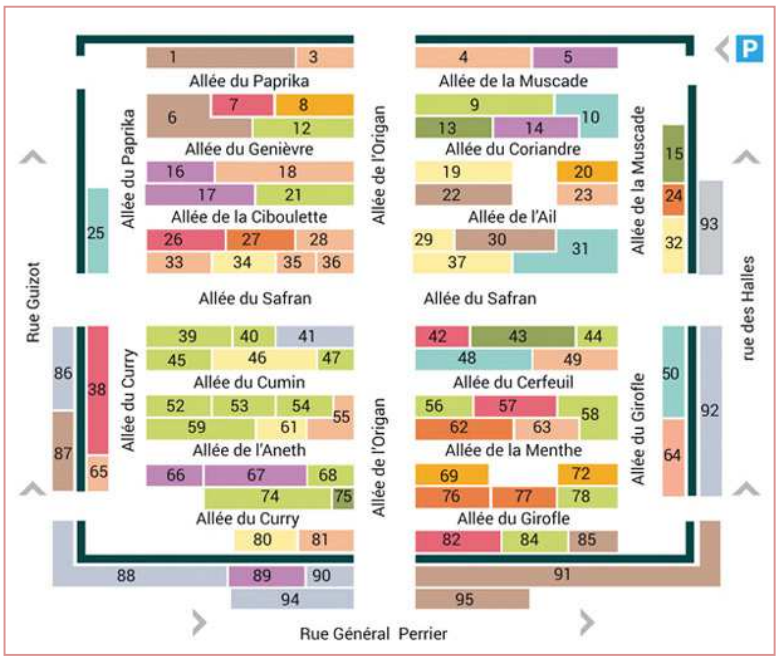
(www.jours-de-marche.fr)

		Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Nîmes	Marché du chemin bas d'avignon		X					
	Marché Nîmes Ouest Debussy			X				
	Marché du mas de Mingue				X			
	Marché Zup Nord		X					
	Marché des producteurs					X		
	Marché les Halles	X	X	X	X	X	X	X
	Marché de BeauSoleil						X	
	Marché de la Placette							X
	Bosoleil	X	X	X	X	X	X	X
	Stade Costières	X						
Mus	Marché de Mus					X		
Vergèze	Marché de Vergèze	X			X			
Aigues-Vives	Marché d'Aigues-Vives	X		X			X	
Codognan	Marché de Codognan		X					
Gallargues-le-Montueux	Marché de Gallargues-le-Montueux		X				X	
Aubais	Marché de Aubais		X					
Bellegarde	Marché de Bellegarde					X		
	Marchés de Bellegarde						X	
Garons	Marché de Garons						X	
Manduel	Marché de Manduel			X				
Bouillargues	Marché de Bouillargues		X					
Redessan	Marché de Redessan		X					
Jonquières-Saint-Vincent	Marché de Jonquières					X		
Caissargues	Marché de Caissargues						X	
	Marché de Caissargues						X	
Rodilhan	Marché de Rodilhan			X				
Milhaud	Marché de Milhaud						X	
Générac	Marché de Générac					X		
Saint Chaptes	Marché de Saint Chaptes				X		X	
Dions	Marché de Dions					X		
La Calmette	Marché de La Calmette		X					
Bezouce	Marché de Bezouce						X	
Lédenon	Marché de Lédenon		X					
	Marché de Lédenon							X
Marguerittes	Marché de Marguerittes						X	
Poulx	Marché de Poulx			X				
Beaucaire	Marché de la place du 8 Mai				X			X
	Marché de la place Georges Clémenceau				X			X
Vallabrègues	Marché de Vallabrègues	X						
Fourques	Marché de Fourques				X			
Sommières	Marché d'été nocturne			X				
	Marché de Sommières						X	
Souvignargues	Marché de Souvignargues		X			X		
Le Grau du Roi	Marché centre ville		X		X		X	
	Marché du Boucanet	X		X		X		
	Marché du Port Camargue			X				
Saint Laurent d'Aigouze	Marché de Saint Laurent d'Aigouze	X				X		
Aigues-Mortes	Marché d'Aigues-Mortes			X				X
Calvisson	Marché de Calvisson							X
Langlade	Marché de Langlade						X	
Aimargues	Marché d'Aimargues		X			X		X
Saint Gilles	Marché de Saint Gilles				X			X
Beauvoisin	Marché de Beauvoisin				X			
Bernis	Marché de Bernis						X	
Uchaud	Marché de Uchaud				X			
Vauvert	Marché de Vauvert			X			X	
	TOTAL	8	15	12	12	12	18	10

2. *Les Halles*

Les Halles sont de façon générale souvent utilisées afin d'abriter des manifestations. C'est aussi historiquement le lieu des places de marchés.
Le territoire du SCoT Sud Gard ne coupe pas à cet héritage historique avec par exemple les Halles de Nîmes, bâties en 1844. A ce jour, ces dernières servent encore et disposent même d'un site internet propre afin de mettre en avant les étaliers occupants.

Source : site internet des Halles (www.leshallesdenimes.com)



Les Halles de Nîmes proposent une variété de produits qu'ils soient alimentaires ou non. C'est donc une place marchande mais elle accueille également des manifestations comme par exemple la fête de la brandade (13/04/15), qui aura mené à un concours de la meilleure brandade.

Il n'existe cependant pas de sites internet en mesure de renseigner l'existence d'autres halles majeures ou mineures sur le territoire du Scot Sud Gard, seules les halles de Calvisson pouvant être trouvées aisément tout comme celles de Vauvert, qui accueille les foulées de Vauvert annuellement.

3. Les foires

Un autre exemple de commerces non-sédentaires peut être celui des foires. Les exemples de foires dans le Gard, et le Scot Sud Gard de facto, ne manquent pas et proposent une diversité thématique.

On peut par exemple retrouver des foires alimentaires, des foires artisanales, d'arts, d'animaux, etc…:

- En cette année 2015, le Port Camargue a accueilli en Avril "Les Floréales", une grande manifestation sur les thèmes des fleurs avec des ventes, des ateliers créatifs ou bien encore des conseils en agriculture.
- Le troisième week end d'Octobre a, pour sa part, vu se dérouler un salon d'art santonnier à Nîmes, avec des expositions de santons et des ateliers de créations pour les enfants.
- Le mois de Mars 2015 aura lui abrité un salon de la broderie et des arts créatifs à Saint Geniès de Malgories.
- Enfin, Fourques avait également accueilli une foire aux chevaux en 2013.

La diversité des foires est donc certaine, mais il est impossible de pouvoir établir une liste concrète des évènements passés. Cependant, plusieurs sites internet existent et recensent les évènements à venir de façon plus ou moins précise : www.tourismegard.com, www.flanerbouger.fr, sont deux bons exemples.

4. Les vide-greniers

Les vide-greniers sont avec les marchés, les manifestations les plus récurrentes. Etablir une liste exhaustive ne serait d'une part pas possible mais d'autre part peu pertinent.
Quoiqu'il en soit, ce sont des évènements qui captent bien souvent un flux de consommateurs intéressant et il est judicieux de travailler à leur tenue sur une commune.
Pour l'année 2015, le site flaner-bouger, a recensé 16 communes du Scot sur lesquelles se sont tenus des vide-greniers, soit une commune sur cinq.

Loin d'être négligeables, ces évènements qui arborent parfois une image terne et peu attrayante de par une image de grand débarras, peuvent devenir de véritables institutions comme c'est par exemple le cas de la braderie de Lille. Par ailleurs, d'après un sondage CSA de 2014 (Les français et leur pouvoir d'achat), 68% des Français ont déjà acheté un produit d'occasion sur le net ou bien dans un vide-grenier, ce qui témoigne partiellement de cette ferveur.

Toutefois, si nous devions relever l'existence de vide-greniers, il conviendrait davantage de s'attarder sur le cas de telles manifestations appelées à se répéter dans le temps et revenir de façon chronique.

Nous relevons 6 communes du SCOT dans lesquelles des vides greniers récurrents (www.vide-greniers.org) se tiennent :

- Aigues Mortes : un marché aux puces et brocante tous les samedis d'Avril à Septembre
- Beaucaire : un marché aux puces et brocante tous les samedis
- Comps : une crèche de Noël se tenant tous les samedis et dimanche entre fin Novembre et mi-Décembre
- Nîmes : un marché aux puces tous les dimanches et une brocante tous les lundis matins
- Sommières : un marché aux puces et brocante tous les samedis
- Vauvert : un marché aux puces tous les samedis et dimanches

B. Les circuits de proximité

Les circuits courts représentent une forme de commercialisation directe, impliquant au maximum un intermédiaire. Il n'y a donc dans ce terme aucune dimension locale, que l'on pourrait retrouver davantage dans les circuits de proximité.

Ce mode de commercialisation se veut cependant porteur de confiance entre consommateurs et producteurs dans des temps marqués par les scandales alimentaires que nous avons pu connaître. En effet, le fait qu'il ne puisse y avoir au mieux qu'un seul intermédiaire induit une proximité entre les deux acteurs évoqués et un sentiment de sécurité.

Consommer en circuit court, c'est également un moyen pour certaines personnes de s'engager à travers leur consommation, et aider les producteurs.

Dans le Gard, et selon les chiffres du dernier recensement agricole de 2010, 24% des exploitations agricoles commercialisent leur production en circuit court pour 20% de moyenne dans le Languedoc-Roussillon (21% en France).

1. Poids des circuits de proximité dans les dépenses de consommation du SCOT SUD GARD

Comme nous l'avons vu précédemment, les dépenses en consommation alimentaire du SCOT Sud Gard représentent 1046 millions d'euros.

Grâce aux estimations fournies par la CCI de Nîmes, nous savons que les dépenses des ménages directement chez les producteurs représentent 59 M€ en 2014 dans le Gard, soit 2.8% des dépenses alimentaires du Gard (2100 M€).

Dans le périmètre du SCOT, ces mêmes dépenses totalisent 31 M€ (soit la moitié des dépenses totales gardoises) et donc 2.7% des 1046 M€ dépensés par les ménages du SCOT dans l'alimentaire.

A travers cette partie, nous allons tâcher de recenser les diverses formes de circuits courts présents sur le territoire du SCOT Sud Gard.

2. *Les AMAPS*

Les AMAPS, Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, sont des associations permettant un partenariat entre consommateurs et fermes locales, afin de développer un mode de consommation basé sur une production durable. Les consommateurs sont menés à précommander des paniers de fruits et légumes, mais il peut également être question de viandes, de laitages, puis ces derniers sont conviés à venir récupérer les produits une fois ceux-ci produits. Le paiement à l'avance permet au producteur d'être sûr de son gain et de pouvoir planifier son rythme de production.

Selon le site national, www.reseau-amap.org, il existerait 8 AMAPS dans le Scot Sud Gard.

Nîmes en concentre 4 :

- Cidamos,
- Croc'Amap,
- l'AMAP du chemin de Russan,
- l'AMAP du Pont d'Or.

On retrouve ensuite l'AMAP Mistral à Marguerittes, une autre AMAP Pont d'Or à Jonquières Saint Vincent, "Les cagettes du Vidourle" à Aubais et enfin "Les paniers de l'escattes" à Souvignargues.

Les AMAPS sont un concept inventé au Japon durant les années 1960 et importé en Europe depuis peu.

3. *Les drives fermiers*

Les drives fermiers sont en quelques sortes les AMAPS du net. Ces réseaux structurés autour de producteurs locaux permettent aux consommateurs de constituer un panier de produits locaux sur une plateforme numérique puis de venir les récupérer à une date fixée.

Il ne s'agit donc pas ici vraiment de produits frais, puisque le concept ressemble davantage à une vitrine pour producteurs locaux leur permettant de mettre en avant leur production, soit une boutique en ligne.

Dans le Gard, il existe le Drive Fermier Gardois, qui livre ses produits tous les vendredis soir à la Chambre d'Agriculture de Nîmes, et tous les jeudis à Alès. En tout, ce sont 32 agriculteurs et artisans gardois ressortissant de la Chambre d'Agriculture qui propose leur savoir-faire via cette plateforme.

De façon générale, les agriculteurs participant à des drives fermiers sont tous membres du réseau "Bienvenue à la ferme", un réseau national vaste de plus de 6000 agriculteurs s'engageant dans des démarches de qualité de production et d'agritourisme. Ce réseau est une marque gérée par la Chambre d'Agriculture locale.

4. *Autres structures existantes*

Le Gard comporte toutefois d'autres structures à même de développer les circuits courts et œuvrant même à leur expansion.

Nous retrouvons par exemple le CIVAM (Centre d'Initiatives pour la Valorisation du Milieu rural).
A travers diverses filiales : apicole, bio, cet organisme agit pour le développement de ce mode de production et consommation et soutient entre autres "Les producteurs bio du Vidourle", association de producteurs bio, et un groupe de castanéiculteurs cévennols (hors périmètre du SCOT donc).

Géré par des agriculteurs, cette structure propose également des séances de formation pour ces membres, sur la manière de gérer, manager leur activité à travers des interventions sur les aspects juridiques, fiscaux ou bien financiers. Des données complémentaires sont disponibles sur le site internet dédié : www.civamgard.fr

Le CIVAM est également la structure responsable de la création de l'animation nationale "de ferme en ferme", une opération de journée porte-ouvertes dans des fermes adhérentes du réseau.

C. Le commerce connecté (click and go)

Le commerce connecté est un terme utilisé pour caractériser la tendance des acteurs du commerce à user des plateformes digitales et numériques pour développer leur activité. Ce concept vise donc à dématérialiser les points de vente afin de les rapprocher davantage du client et de profiter de l'essor de l'usage du numérique chez les consommateurs (69% des français ont acheté au moins un produit sur le net en 2012 selon une étude du CREDOC : Centre de Recherche pour l'EtuDe et l'Observation des Conditions de vie)

Selon la FEVAD (Fédération du E-commerce et de la Vente A Distance), en 2013 et à l'échelle nationale, le poids du commerce de détail en ligne représentait 5.5% du marché total avec par exemple 12% du marché de l'habillement et 18% du marché des produits de maison.

Dans cette partie, nous allons tâcher d'observer les différentes formes de e-commerce dans le Scot Sud Gard à travers notamment les magasins fournissant une offre de "drive" et les points relais existants (représentant 57% des modes de livraison choisis par les acheteurs online toujours selon la FEVAD en 2014).

1. Poids de la vente à distance dans les dépenses de consommation du SCOT SUD GARD

Selon des données CCI, le poids de la vente à distance dans la consommation des ménages gardois est relativement modéré avec un total de 32.3 millions d'euros dépensés sur internet pour de la consommation alimentaire (2100 millions d'euros de marché théorique alimentaire) et 301.9 millions d'euros pour des produits hors-alimentaires (3014 millions d'euros de marché théorique non-alimentaire).

Cette forme de vente représente donc 1.65% du marché alimentaire pour 12.5% du marché hors-alimentaire.

A l'échelle du SCOT Sud Gard, 14.4 millions d'euros sont dépensés en consommation alimentaire via le net (1046 millions d'euros de marché théorique alimentaire) et 148 millions en consommation non-alimentaire (1533 millions d'euros de marché théorique non-alimentaire).

2. *Les drives alimentaires*

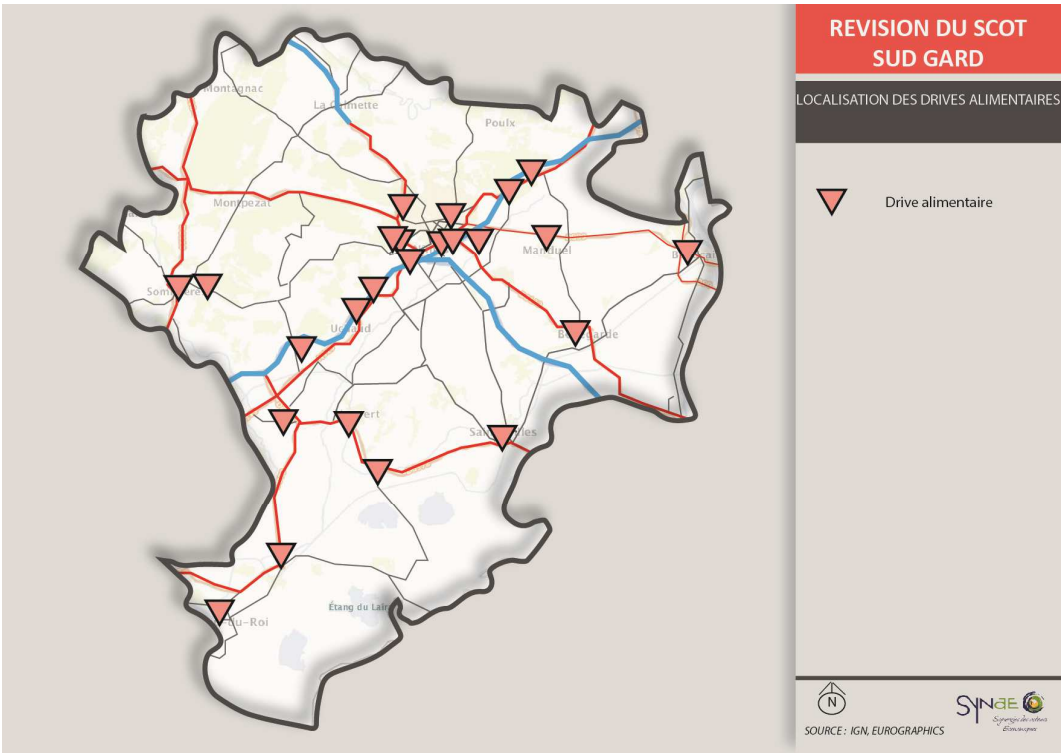
Afin de compléter le point précédent, il apparaît important d'évoquer les plateformes par lesquelles la vente à distance ou bien le e-commerce se diffusent.
Parmi elles, nous retrouvons les concepts de "drive".

Développés depuis peu, les enseignes de grandes surfaces se mettent à user de ces concepts et proposent à leurs consommateurs de réserver leurs achats en ligne et de venir les récupérer en magasins. Nous ne dresserons pas ici la liste exhaustive des magasins proposant un service de drives, mais nous montrerons via une carte les communes touchées par ce concept, à savoir 15 communes sur les 81 du Scot pour un total de 25 magasins.
Pour trouver ces villes, nous nous sommes servis du site internet www.lebondrive.fr ainsi que de www.courses-drive.com. Nous n'assurons pas ici l'exhaustivité des données compilées.

Sont donc ici présentées en couleur les communes accueillant une offre de drive en provenance des grandes surfaces classiques : Auchan, Intermarché, Leclerc, Casino, U, Carrefour.

Il est à noter que seules 3 communes proposent plusieurs drives : Nîmes (9), Vauvert (2), et Marguerittes (2).

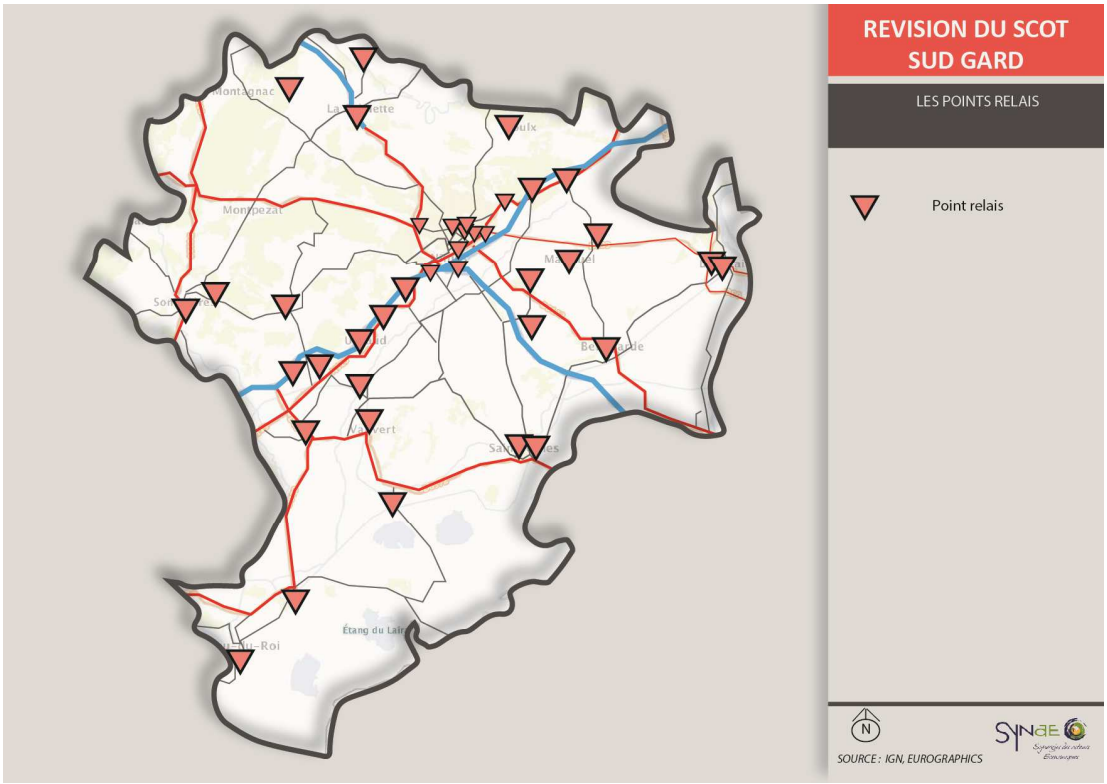
A l'instar des communes proposant un marché, nous pouvons une nouvelle fois remarquer que les communes du Nord-Ouest du Scot sont dépourvues de drives.



3. Les points relais

Après les drives, l'autre point de récupération des achats en ligne (après bien entendu son domicile) est un point relais. De nombreux commerces proposent ce service et reçoivent donc votre colis en attendant que vous passiez le prendre. On trouve par exemple un grand nombre de bureaux de tabacs proposant ce type de service.

Sur le périmètre du Scot Sud Gard, nous dénombrons 33 communes disposant de ce service pour un total de magasins partenaires indéfinis de par une information floue. En effet, la géolocalisation sur le net propose des adresses ambiguës qui ne permettent pas de statuer exactement sur la nature du lieu ou sur son unicité. Il est cependant raisonnable d'évoquer un ordre de grandeur proche d'une soixantaine de magasins relais, avec en première position Nîmes du haut d'une vingtaine de point relais.



Contrairement aux drives, la carte du Scot Sud Gard est remplie de façon plus harmonieuse pour les points relais. Cependant, nous pouvons toujours noter ce manque de présence dans la partie Nord-Ouest.

Les informations dont nous aurons usé pour compléter cette carte proviennent des sites : www.point-colis.fr, et www.mondialrelay.fr.

A Retenir

Le commerce non-sédentaire :

- Le territoire est doté d'un grand nombre de marchés, avec plus de la moitié de ses communes en proposant
- Les thèmes y sont variés et les jours de tenue couvrent la totalité d'une semaine
- Fruit d'un héritage historique romain, le territoire du SCOT dispose également de halles, proposant d'accueillir des manifestations, ou bien des marchés.
- La plus grande d'entre elles est bien sûr celle de Nîmes
- Nous retrouvons également un grand nombre de foires qu'il est difficile de dénombrer, proposant une diversité certaine dans les thématiques (artisanat, plantes, fleurs, viande bovine….)
- Enfin, nous comptons également la présence de vides-greniers, avec notamment 6 communes du SCOT en proposant des récurrents

Les circuits de proximité :

- Ils représentent près de 3% des dépenses alimentaires dans le SCOT Sud Gard
- De plus, avec 31M€, ils représentent également la moitié des dépenses gardoises dans ces circuits (59M€)
- Il existe au moins 8 AMAPs sur le territoire du SCOT, dont 4 à Nîmes
- Les autres structures portant ces circuits sont ensuite le drive fermier gardois, géré par la Chambre d'Agriculture du Gard et fédérant 32 agriculteurs et artisans gardois, puis le CIVAM œuvrant au développement des filières apicoles bio entre autres.

Le commerce connecté :

- Les achats en ligne représentent 1.65% (32M€) du marché alimentaire gardois et 12.5% (302M€) du marché non-alimentaire dans le Gard
- A l'échelle du SCOT, ces achats représentent 1.3% (14.4M€) du marché alimentaire et 9.6% (148M€) du marché non-alimentaire
- Pour véhiculer ces modes de consommation, le territoire dispose d'un nombre de drives alimentaires rattachés aux grandes enseignes plutôt correct (25), pour 15 communes les accueillants. La couverture de ces drives est toutefois peu développée dans le Nord, Nord-Est du SCOT
- Ensuite, nous retrouvons les points relais avec le même constat en termes de couverture du territoire. Ces derniers sont près d'une soixantaine (dont 20 pour Nîmes), et couvrent 33 communes du SCOT.

VI. LES FAITS MARQUANTS DES DERNIERES ANNEES

A. Les projets en attente de réalisation

1. *Les autorisations commerciales (CDAC, CNAC) depuis 2012 : les grands projets*

CDAC :

2012 :

- Autorisation de construction d'un Cap Cinéma à Nîmes, ZAC de la gare centrale

2013 :

- Création d'un ensemble commercial de 6 boutiques et un SIMPLY MARKET pour 2901m² à Vergèze, Chemin de la monnaie
- Création d'un centre commercial de 2655m² divisible en 5 lots à Beaucaire, ZAC des Millaires
- Extension de 6494m² d'un ensemble commercial accordée, divisée en 9 moyennes surfaces de 6134m² et 4 boutiques de 360m² à Vauvert, avenue Robert Gourdon

2014 :

- Création d'une enseigne CROZATIER DE 1578m² à Nîmes, 443 avenue Jean Prouvé

2015 :

- Extension de 2064m² accordée à l'ensemble commercial "La Coupole des Halles" à Nîmes, Boulevard Gambetta
- Extension de 1284m² d'Intermarché, ainsi que la création d'un Drive de 158m², accordées à Aigues Mortes, route de Nîmes

CNAC

2012 :

- Extension de 6513.72m² d'un ensemble commercial accordée à SPORT IMMO à Vauvert.
- Création d'un espace commercial de 3964m² accordée à la SART EAT à Nîmes

Au final, l'ensemble des m² commerciaux autorisés se répartissent (quand ils sont mesurables) entre 4343 m² de surface commerciale alimentaire et 23 268 m² de surface commerciale non-alimentaire.

2. *Les autorisations commerciales (CDAC, CNAC) depuis 2012 : les surfaces inférieurs à 1000 m²*

CDAC :

2012 :

- Extension de 346m² accordée au GAMM VERT de Bouillargues, ZI de Mailhan
- Extension de 63m² accordée au CULTURA de Nîmes, Zone Commerciale Carré Sud

2013 :

- Extension de 723m² accordée à un Intermarché à Caissargues, Centre d'Activités Euro 2000
- Extension de 550m² accordée à La FOIRE'FOUILLE à Beaucaire, ZAC du Millaires

2014 :

- Extension de 459m² accordée à SUPER'U à Aigues Mortes, 940 route de Nîmes
- Extension de 720m² accordée à un LIDL à Nîmes, Boulevard des Français Libres
- Extension de 451m² accordée à LIDL à Marguerittes, Parc d'Activités du TEC
- Extension de 312m² accordée à LIDL à Vauvert, 23 avenue Maurice Privat

CNAC

2015 :

- Extension de 459m² accordée à SUPER'U à Aigues Mortes

Au final, l'ensemble des m² commerciaux autorisés se répartissent (quand ils sont mesurables) entre 3124 m² de surface commerciale alimentaire et 613 m² de surface commerciale non-alimentaire.

3. Les relations commerce, démographie et emploi

Sur les m² de projets autorisés

Les m² commerciaux alimentaires autorisés depuis 2012 représentent une hausse de 4.2% de ces mêmes surfaces en 5 ans, soit un taux de croissance annuel moyen de 0.8%.

Concernant les m² commerciaux non-alimentaires, ces derniers représentent une hausse de 6.3% des surfaces commerciales non-alimentaires depuis 5 ans, soit un taux de croissance annuel moyen de 1.2%.

En tout, ces projets ont donc représenté une hausse de 5.4% des surfaces commerciales du SCOT en 5 ans, soit une hausse annuelle moyenne de 1%.

Sur la démographie

En termes de démographie, les projections réalisées par l'INSEE parlent d'un taux de croissance annuel moyen variant entre 0.7% et 1.2% entre 2012 et 2020.

Sur l'emploi

Enfin, entre 2010 et 2014, une hausse de 102 emplois salariés dans les commerces a été mesuré dans le SCOT, soit un taux de croissance annuel moyen de l'ordre de 0.15% par an.

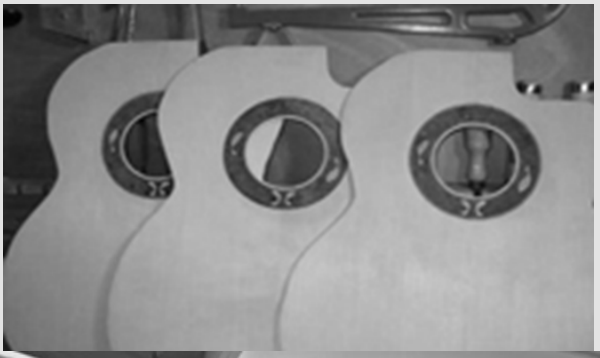
Que retenir de ces données?

Les trois variables évoquées ont toutes connu une hausse dans le temps, toutefois ces variations positives ont été disproportionnées les unes aux autres.

Là où les commerces ont cru de 1% par an entre 2012 et 2016, les emplois salariés dans le commerce ont connu une hausse de 0.15% par an entre 2010 et 2014 et enfin la population devrait augmenter de 0.7% à 1.2% par an entre 2012 et 2020.

On ne remarque donc pas une proportionnalité entre ces trois variables alors qu'il devrait en exister une, les besoins en commerces étant corrélés avec la population (point approfondi dans le document de synthèse des enjeux de la page 17 à la page 19).

SUD GARD



DIAGNOSTIC DE L'ARTISANAT

I. CADRAGE LEGISLATIF

A. Que dit la loi en matière d'artisanat dans le DAAC ?

Un point remarquable à noter est que dans le cadre de l'élaboration d'un DAAC, aucunes consignes ne sont données en direction de l'artisanat.

La seule chose évoquée, est que le DAAC se devra de définir ce qu'est l'artisanat.

Ainsi, en absence de définition établie par les parties prenantes, considérons comme artisanales toutes activités se rapprochant des définitions données pour le commerce.

Nous étudierons donc les activités artisanales qui :

- Ont une activité de vente en plus de leur activité de production
- Ont un point de vente avec une vitrine et dont la clientèle est principalement des particuliers

II. LES ETUDES LIES A L'ARTISANAT DANS LE GARD

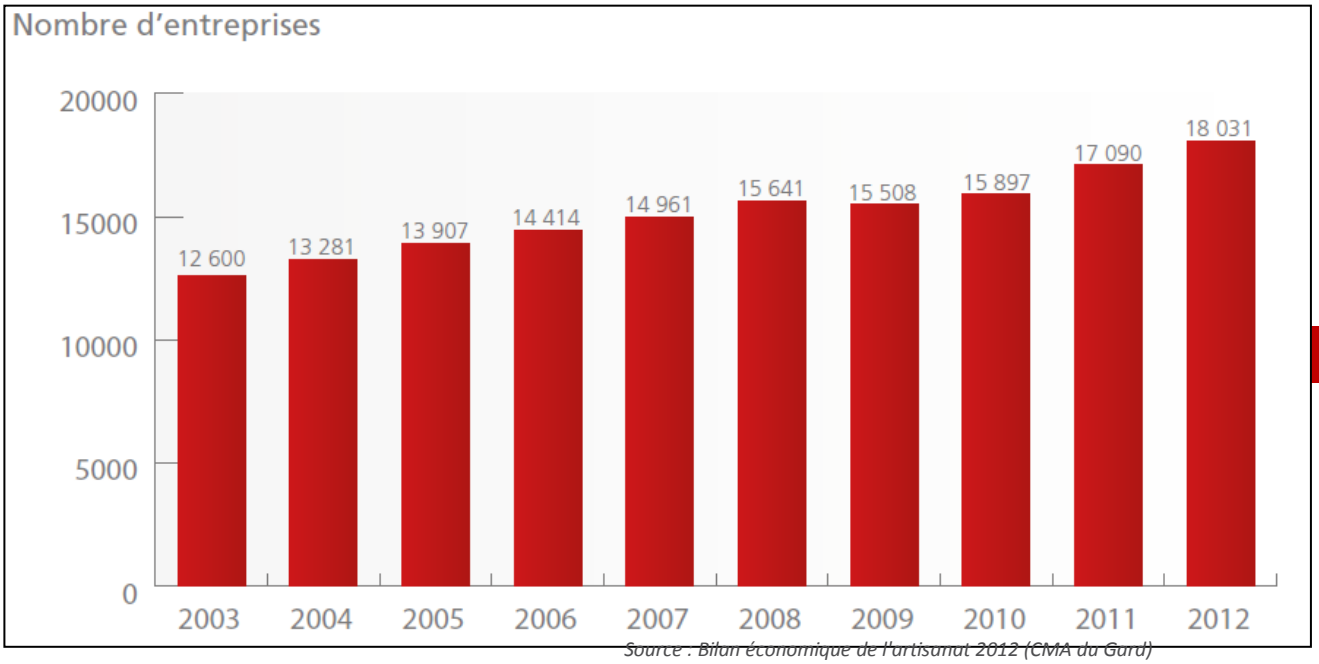
A. Bilan économique de l'artisanat en 2012 (CMA du GARD)

Pour conclure notre partie relative à l'artisanat, nous nous proposerons de revenir sur une étude présentant le bilan économique de l'artisanat dans le Gard en 2012.

Cette étude fut réalisée par la CMA du Gard. Nous présenterons ici des informations que nous n'aurons pas évoquées jusqu'à présent. Nous ne reviendrons pas par exemple sur la répartition des entreprises par activités.

1. L'évolution du nombre d'entreprises dans le Gard

Entre 2003 et 2012, les entreprises artisanales gardoises ont cru de 30%, soit près de 5400 entreprises en plus.



Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Comme nous le voyons, ce total a augmenté chaque année, à l'exception de l'année 2009 où ce dernier chutait d'une centaine d'unité par rapport à 2008, marquant probablement l'impact de la crise économique.
Cette hausse fut donc remarquable, et a permis aux entreprises artisanales de représenter en 2010, 1/3 des entreprises gardoises.

2. *La démographie des entreprises artisanales*

Cette hausse constante des entreprises artisanales n'a pu être portée que par un solde de création d'entreprises positif dans le temps.

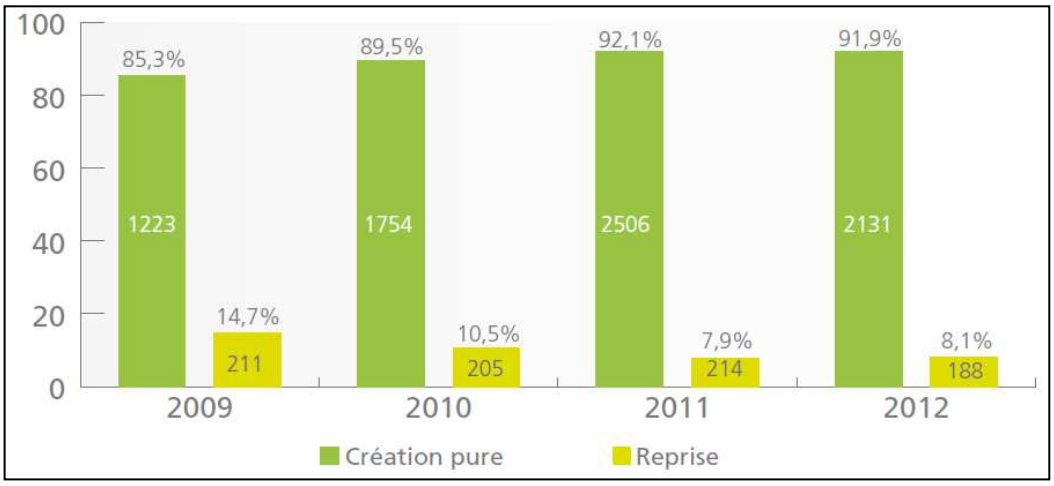
Ici, nous pouvons voir qu'en 2012, le Gard exhibait un solde de créations nettes à hauteur de 932 entreprises, près de 50% de ce solde étant réalisé par des entreprises du BTP.

Secteur	Immatriculations			Radiations			Solde	
	2011	2012	Evol. 2012/ 2011	2011	2012	Evol. 2012/ 2011	2011	2012
Alimentation	242	220	-9,09%	184	154	-16,30%	58	66
Batiment	1 389	1194	-14,04%	732	749	2,32%	657	445
Fabrication	305	265	-13,11%	213	162	-23,94%	92	103
Services	790	664	-15,95%	398	346	-13,07%	392	318

Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Cependant, ce solde positif ne dépend finalement pas d'une dynamique d'immatriculations importante, tant au final, il se justifie juste dans le fait que les immatriculations ont chuté de façon moindre que les radiations dans le temps. En somme, moins d'entreprises se sont créées en 2012 par rapport à 2011, mais beaucoup d'entre elles ont fermé dans des proportions plus fortes, permettant ainsi un solde positif.

En termes de renseignements supplémentaires, cette étude nous montre également que ces résultats de créations nettes sont

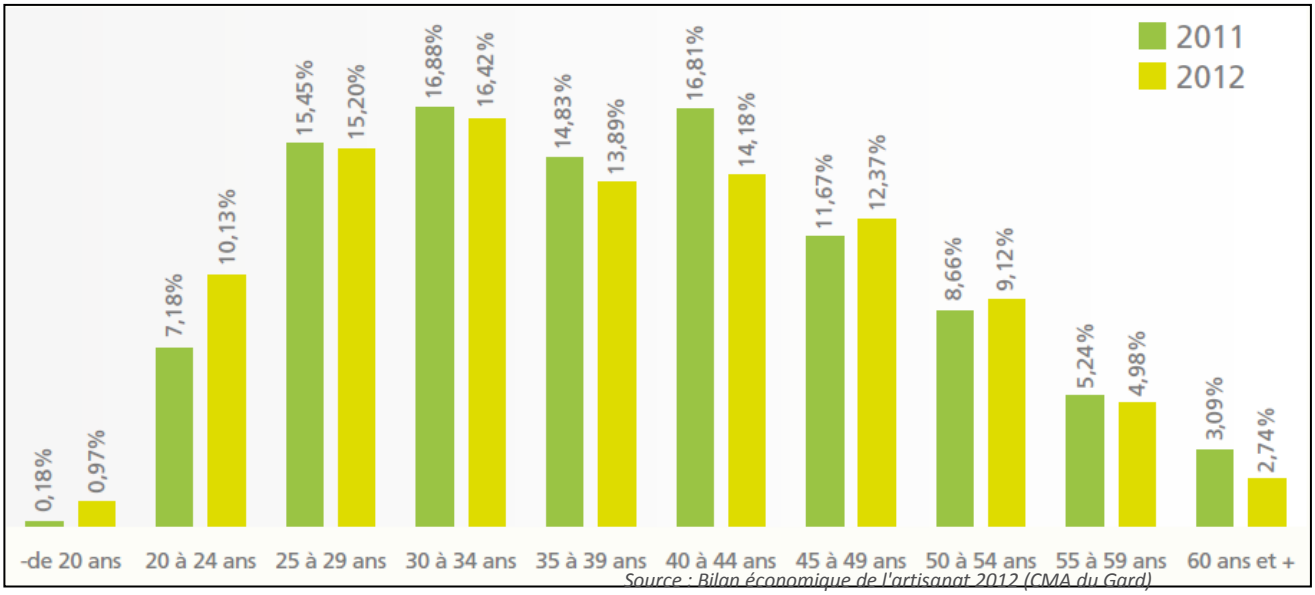


Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

essentiellement portés par des créations pures d'entreprises, ce qui témoigne d'un dynamisme entrepreneurial certain (92% des créations d'entreprises en 2012 étaient des créations pures et simplement 8% étaient des reprises).

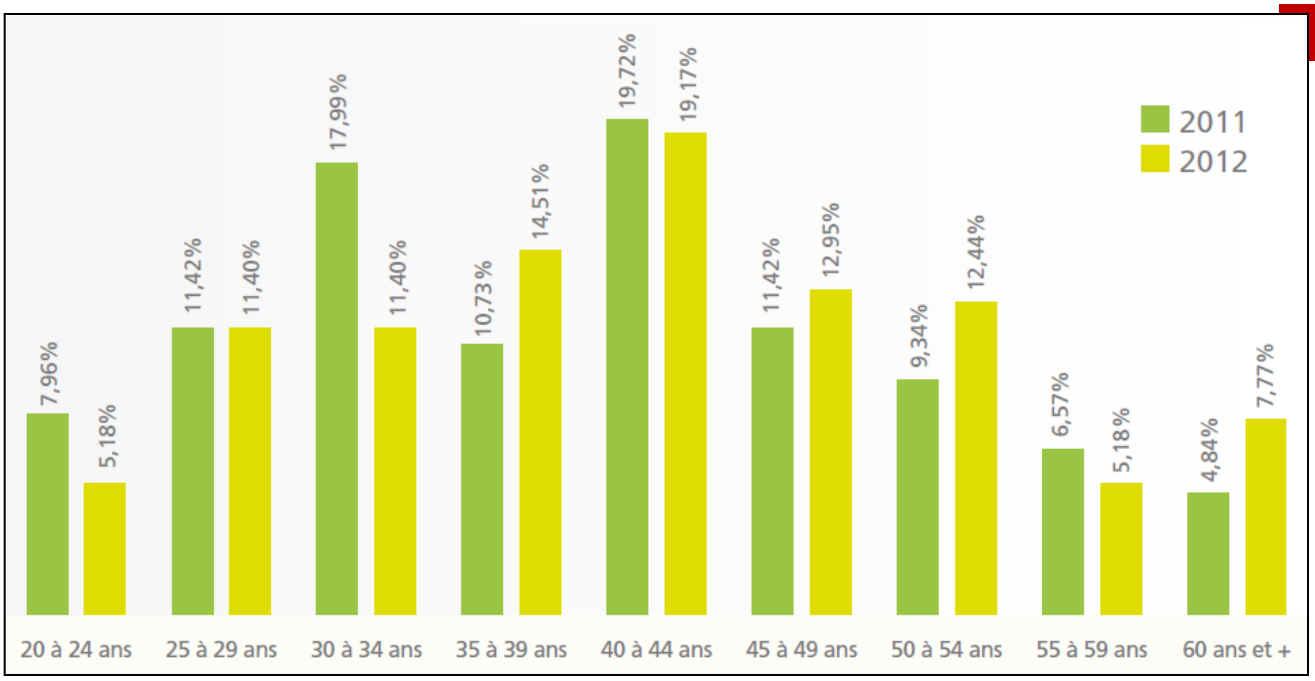
3. *L'âge des créateurs d'entreprises*

Cette dynamique de créations pures avec 92% des créations, est portée également par des entrepreneurs jeunes avec en 2012, plus de 60% des créateurs d'entreprises âgés de 25 à 44 ans, pour un âge moyen de 37.8 ans.



Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Concernant la part de créations d'entreprises due à des repreneurs de sociétés, la logique semblait être la même avec 57% des repreneurs âgés de 25 à 44 ans, pour un âge moyen de 39.3 ans.



Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

4. *La survie des entreprises*

Nous avons vu jusqu'à présent les dynamiques de créations des entrepreneurs en évoquant les radiations également.
Toutefois, il convient de nuancer le terme "radiation" tant son origine peut être variée. Selon l'étude de la CMA, seulement 31% des radiations d'entreprises en 2012 relevait d'ordre économique, les autres étant dues à des déplacements géographiques ou des départs en retraite par exemple.

Toutefois, proposons-nous d'étudier la pérennité des entreprises avec leur taux de survie à 5 ans.

En 2013, nous voyons que plus de la moitié des entreprises existantes avaient plus de 5 ans.

De plus, le statut de créations semble impacter la survie de l'entreprise, car nous constatons par exemple que 50% des entreprises résultant d'une création pure sont toujours présentes alors que celles résultant d'une reprise survivent mieux avec 65% d'entre elles.

	Entreprises encore inscrites après 5 ans au 01/01/2011	Total des entreprises inscrites au 01/01/2013	Taux de survie à 5 ans
Création	7 224	1 4527	49,73%
Reprise	1 994	3 041	65,57%
Apport	262	406	64,53%
Achat	1 470	2 291	64,16%
Location gérance	262	344	76,16%
Total	**9 572***	**18 031***	**53,09%**

Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Ce chiffre est bien entendu à nuancer de par une antériorité de l'activité des entreprises reprises qui n'ont pas à se construire une image comme les entreprises créées.

Enfin, en termes de répartition du taux de survie par activité, ce sont les entreprises artisanales de la fabrication qui semblent s'en sortir le mieux avec un taux de 63% sur 5 ans.

Par ailleurs, les entreprises du BTP qui représentent 50% des entreprises artisanales sont celles qui survivent le moins bien avec une entreprise sur deux ayant tenu 5 ans.

	Entreprises encore inscrites après 5 ans au 01/01/2013	Total des entreprises inscrites au 01/01/2013	Taux de survie à 5 ans
Fabrication	1 544	2 437	63,36%
Services	2 634	4 916	53,58%
Alimentation	1 024	1 966	52,09%
Batiment	4 358	8 656	50,35%
Total*	**9 572**	**18 031**	**53,09%**

Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

5. *L'emploi dans l'artisanat gardois*

L'artisanat dans le Gard représente en 2012 46 466 actifs. Le part de salariés était de 25 000 environ, soit plus de 50% de salariés.

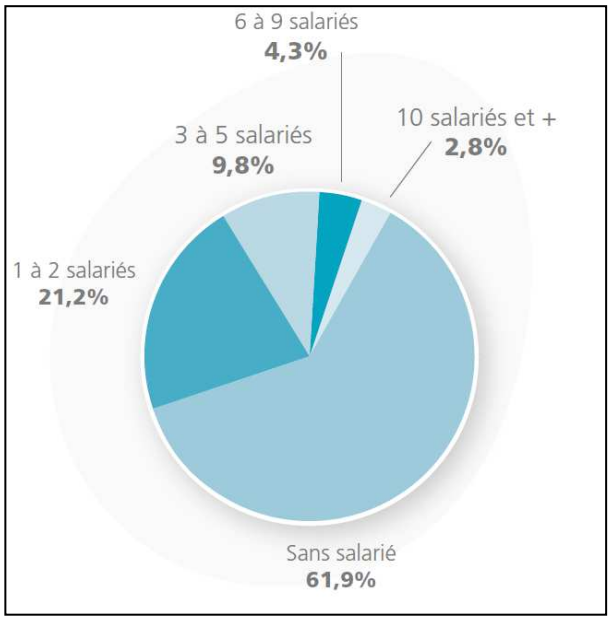
De plus, nous pouvons voir que ces 46 000 actifs sont répartis dans un total de 17 420 entreprises en 2012, soit un nombre moyen d'actifs par entreprises d'un peu plus de 2.6, ce qui résulte directement d'un nombre de TPE important sur le territoire.

Cette impression se vérifie à travers le graphique suivant :

Nous voyons que 62% des entreprises artisanales du Gard ne disposent d'aucuns salariés.

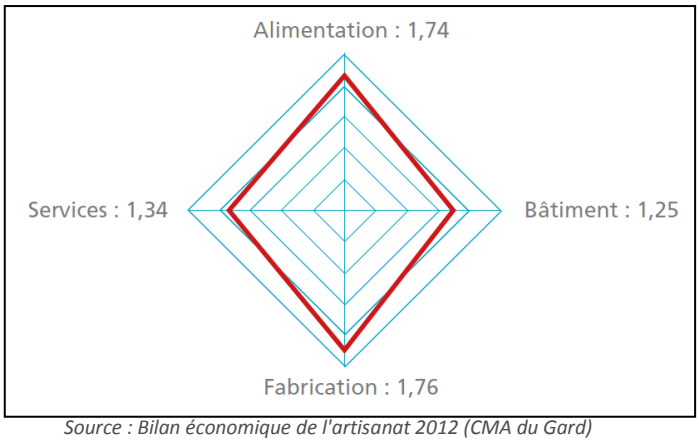
Ensuite ce sont 21% des entreprises qui ont entre 1 et 2 salariés, soit un total de 83% d'entreprises ayant moins de 2 salariés, et 97% d'entre elles ayant moins de 10 salariés.

Nous sommes donc face à une forte présence de TPE sur le territoire.



Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Pour plus de précisions en fonction des activités, nous voyons ici que le nombre moyen de salariés par entreprises n'excède pas 1.76 pour le secteur de la fabrication.



Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

6. *Les établissements artisanaux par bassin d'emplois gardois*

Jusqu'ici, nous avions vu que le SCOT représentait la moitié des établissements du Gard, et que Nîmes représentait 1/3 des établissements du SCOT.

En termes de bassin d'emplois cette fois, Nîmes se positionne comme le premier du Gard, avec 57% des établissements artisanaux gardois en 2012.

	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2012/2011	Evolution 2012/2008
Alès	3 670	3 615	3 679	3 932	4 301	9,38%	17,19%
Bagnols/Cèze	2 084	2 078	2 135	2328	2 509	7,77%	20,39%
Nîmes	8 872	8 842	9117	9 808	10 644	8,52%	19,97%
Le Vigan	965	935	937	1 013	1 063	4,94%	10,16%
Total	**15 591**	**15 470**	**15 868**	**17 081**	**18 517**	**8,41%**	**18,77%**

Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Comme nous le voyons, le bassin d'emplois de Nîmes dépasse de loin le second bassin, celui d'Alès avec plus de 6000 établissements d'écart. En termes d'évolution dans le temps, Nîmes a connu une augmentation de son nombre d'entreprises de près de 20% entre 2008 et 2012, puis vient ensuite Bagnols sur Cèze avec 20.4%, Alès avec 17% puis dans une moindre mesure Le Vigan avec 11%.

L'étude de la CMA nous propose également une vision du nombre d'établissements par activités.

	Alimentation		Bâtiment		Fabrication		Services		Répartition
Bassin	2012	%	2012	%	2012	%	2012	%	%
Alès	509	24,6%	1 980	22,6%	639	25,3%	1 144	22,5%	23,2%
Bagnols/Cèze	253	12,2%	1 167	13,3%	363	14,4%	718	14,1%	13,6%
Nîmes	1 195	57,6%	5 074	58,0%	1 367	54,2%	2961	58,3%	57,5%
Le Vigan	116	5,6%	529	6,0%	155	6,1%	259	5,1%	5,7%
Total général	**2 073**	**100,0%**	**8 750**	**100,0%**	**2 524**	**100,0%**	**5 082**	**100,0%**	**100,0%**

Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

De façon évidente, le bassin d'emploi de Nîmes possède les plus grandes parts, toutes activités confondues. Sa plus grande, 58.3% concerne les services, puis viennent les entreprises artisanales de l'alimentaire.

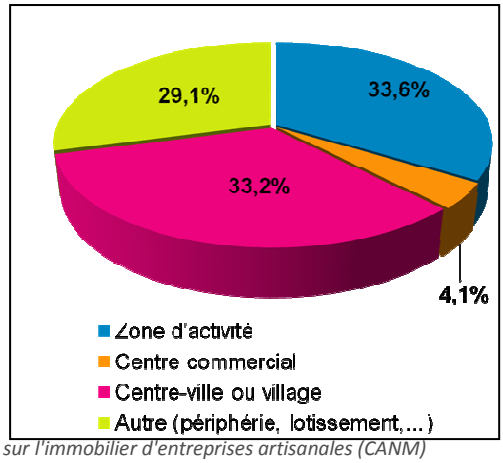
Les autres suivent la répartition suivante, à savoir que vient en seconde positon le bassin d'emploi d'Alès pour toutes les catégories, puis celui de Bagnols sur Cèze et enfin celui de Le Vigan.

B. L'immobilier d'entreprises dans l'artisanat : Nîmes Métropole (2012 / 2013)

Nîmes Métropole a lancé en 2012 une étude sur l'immobilier d'entreprises artisanales et les besoins en immobilier d'entreprises des artisans. Cette enquête a concerné 326 enquêtées, représentatifs de 1300 entreprises dans le périmètre de la communauté d'agglomération, élargie de 10 km.

1. La localisation des locaux et le statut d'occupation

On constate que seulement 1/3 des entreprises sont finalement installées dans des zones d'activités, un autre tiers étant localisées en centre-ville ou village et enfin le dernier dans des espaces autres. Ces autres espaces sont par exemple les périphéries ou bien encore les centres commerciaux.
Ces localisations impliquent de réfléchir aux capacités d'accueils des zones d'activités ou tout simplement aux besoins des artisans.

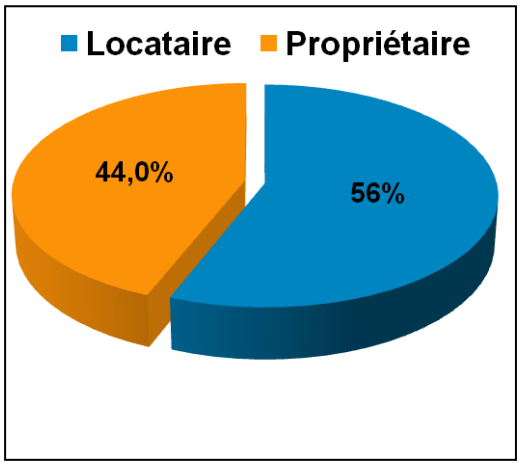


Source : Etude portant sur l'immobilier d'entreprises artisanales (CANM)

Ensuite, un autre point important apparaît : 30% des entreprises sont localisées au domicile de l'entrepreneur et 75% d'entre eux ne souhaitent pas céder leur logement au moment de la transmission de leur activité.

Parmi les différentes catégories de localisation présentées ci-dessus, ce sont les entrepreneurs essentiellement localisées en périphérie qui domicilient le plus leur lieu de travail à leur propre domicile, et les catégories d'entreprises localisées en centre-ville ou centre commercial sont celles étant le moins domiciliées au domicile de l'entrepreneur, ce qui peut aisément s'expliquer par la quantité d'espace réduite.

Enfin, nous voyons que majoritairement, les entrepreneurs artisanaux sont locataires de leur lieu de travail à 56% d'entre eux.

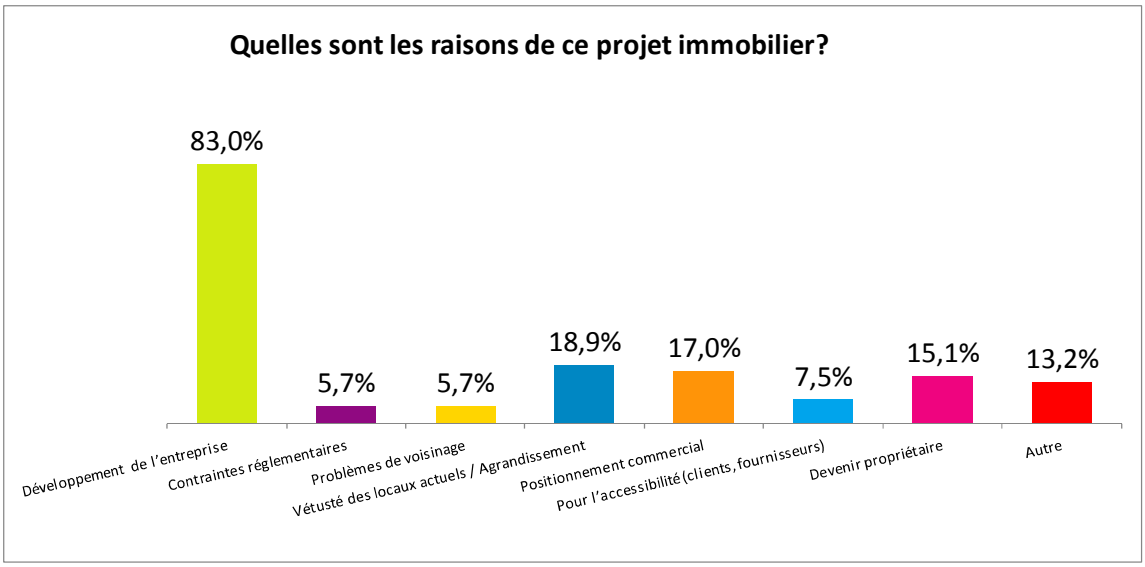


Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

2. *Les projets immobiliers et leurs raisons*

Parmi les artisans enquêtés, ils n'étaient finalement que 20% à confier un projet immobilier dans l'avenir, mais toutefois 25% de l'échantillon souhaitaient recevoir des informations concernant les offres immobilières de Nîmes Métropole.

De plus, parmi les 20% des artisans ayant un projet, seulement 11% des entrepreneurs souhaitent y lier leur domicile.
Par ailleurs, parmi ces porteurs de projets, 39% sont des artisans localisés en centre-ville, souhaitant donc dégager plus d'espace pour leur activité.



Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Pour aller plus loin, nous voyons que principalement les raisons de projet immobilier concernent le développement de l'entreprise. Les contraintes réglementaires, voire d'autres contraintes telles que les problèmes de voisinage ou l'accessibilité, ne dépassent jamais 8% des raisons évoquées.

Ce chiffre est donc encourageant et témoigne d'une velléité de développement, d'agrandissement, de devenir propriétaire, plutôt que d'une nécessité de répondre à des problèmes, dans le cadre des projets.

3. *Types de locaux et surfaces souhaitées*

Pour compléter les informations précédentes, 56% des artisans ayant un projet immobilier souhaitent un atelier de production et 50%, un entrepôt de stockage.

Type de locaux	Proportion des demandes	Répartition actuelle	Superficie moyenne demandée
Surface de vente	33%	31%	255 m²
Bureau	42%	59%	47 m²
Atelier de production	56%	46%	387 m²
Entrepôt / stockage	50%	40%	354 m²
Stockage extérieur	17%	7%	978 m²

Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

Nous voyons de même que les artisans souhaitant un atelier de production estiment leur besoin à une superficie moyenne de 387 m².

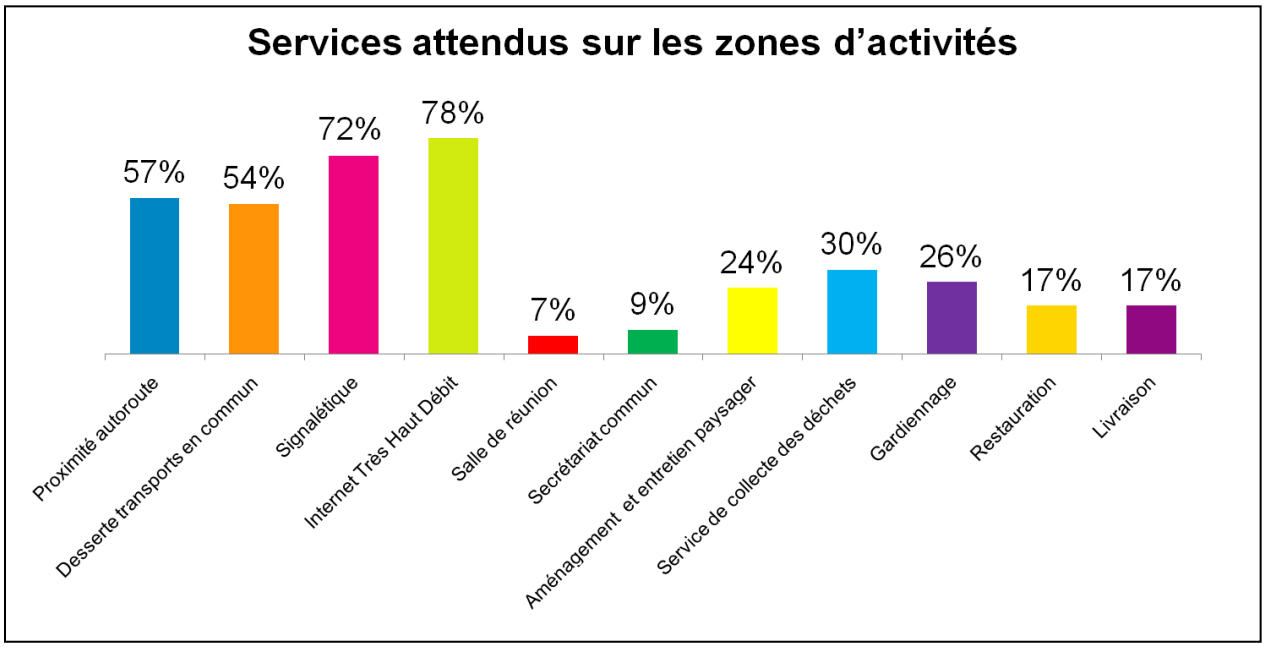
De plus, nous observons une certaine évolution des besoins d'installations. En effet, alors qu'à l'heure actuelle 59% des locaux utilisés sont des bureaux, seulement 42% des artisans ayant un projet comptent en inclure dans ce dernier. Parallèlement, les autres types de locaux sont eux demandés à la hausse. (7% actuel de stockage extérieur, pour 17% de demandes par exemple).

Ces chiffres correspondent bien avec les données présentées précédemment, statuant sur le fait que les artisans ayant un projet immobilier souhaitent avant tout acquérir plus d'espace.

4. Les services attendus sur une zone d'activité

Enfin, cette étude avait également questionné les artisans sur les attentes qu'ils auraient envers une zone d'activité.

Vraisemblablement, c'est la connexion internet qui semble être le service le plus attendu avec 78% des répondants jugeant une connexion très haut débit comme attendue.



Source : Bilan économique de l'artisanat 2012 (CMA du Gard)

La signalétique est ensuite le plus demandé, puis les proportions baissent fortement pour arriver à la proximité d'une autoroute (57%). On constate enfin que les salles de réunion sont très peu attendues avec par exemple 7% des répondants les sollicitant, peut-être car ces types de métier n'impliquent tout simplement pas un besoin de faire des réunions.

A Retenir

Bilan économique de l'artisanat dans le Gard en 2012 :

- Une hausse de 40% des entreprises artisanales gardoises entre 2000 et 2012
- Les entreprises artisanales représentent 1/3 des entreprises gardoises
- En 2012, le Gard affichait un solde de créations nettes d'entreprises artisanales de 932 entreprises, 50% du solde étant réalisé par des entreprises du BTP
- Ce solde positif est porté par des créations pures avec 91% des créations, les 9% restants étant des reprises d'entreprises
- Ces créations d'entreprises sont impulsées par de jeunes entrepreneurs avec près de 60% des créateurs d'entreprises âgés entre 25 et 44ans, pour un âge moyen de 37.8 ans.
- Concernant les repreneurs, l'âge moyen est de 39.3ans
- En 2012, l'emploi dans l'artisanat représentait 46 666 actifs pour environ 50% de salariés
- Les TPE représentent une grande part des entreprises artisanales avec 62% d'entreprises n'employant aucuns salariés en 2012 et 21% des entreprises ayant entre 1 et 2 salariés.
- En somme, le nombre moyen de salariés par entreprises artisanales est d'approximativement 1.5
- En comparaison avec les autres bassins de vie gardois, Nîmes affiche une supériorité certaine avec 57% des établissements artisanaux gardois concentrés en son sein
- Cette proportion se retrouve de façon quasi-identique à travers toutes les catégories d'artisanat : alimentaire, BTP, fabrication et services.

L'immobilier d'entreprises dans l'artisanat : Nîmes Métropole (2012 / 2013) :

- 1/3 des entreprises artisanales sont situées en centre-ville ou village
- 1/3 des entreprises artisanales sont situées en zones d'activités
- 56% des entrepreneurs sont locataires de leur local
- 20% des enquêtés ont un projet immobilier dans l'avenir
- Parmi eux, 83% le justifie par le développement de leur entreprise, ou bien encore 19% pour l'agrandissement de leur surface
- Les problèmes techniques ou réglementaires n'excèdent jamais 8% de sollicitations en tant que réponses
- Parmi les projets envisagés, 56% concernent des ateliers de production pour une surface moyenne de 387 m²
- Enfin, les services attendus dans une zone d'activité par les artisans sont principalement une bonne signalétique, une bonne couverture internet, la proximité d'une autoroute et une desserte en transport en commun

III. LE POIDS DE L'ARTISANAT DANS LE SCOT

A. Les entreprises artisanales

Nous étudierons dans cette partie les caractéristiques principales de l'artisanat dans le SCOT, à travers les entreprises représentées ainsi que la démographie de ces dernières.

1. Le stock d'entreprises artisanales

Le territoire du SCOT accueille en tout 13881 entreprises artisanales en 2015, réparties en 4 grandes catégories : l'artisanat alimentaire, le BTP, l'artisanat de fabrication ou production et les artisans du service.

LES ENTREPRISES DE L'ARTISANAT (EN 2015)			
CATEGORIE	DANS LE SCOT		
	Simple immatriculation	Double immatriculation	TOTAL
ALIMENTAIRE	192	1014	**1206**
BTP	2275	4473	**6748**
FABRICATION	514	1228	**1742**
SERVICES	1388	2797	**4185**
TOTAL	4369	9512	**13881**
CATEGORIE	DANS LE GARD		
	Simple immatriculation	Double immatriculation	TOTAL
ALIMENTAIRE	446	2081	**2527**
BTP	4766	8919	**13685**
FABRICATION	1206	2669	**3875**
SERVICES	2773	5478	**8251**
TOTAL	9191	19147	**28338**

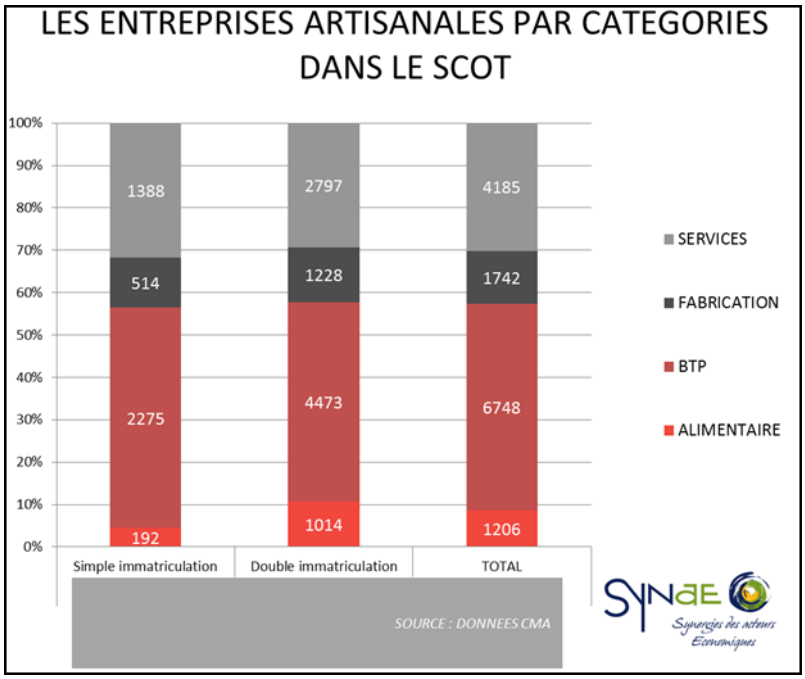
Source : Données CMA

Comme nous le voyons, parmi ce stock d'entreprises nous pouvons noter que certaines sont simplement immatriculées auprès du RCS (Régime des Commerces et Services) et d'autres, le sont auprès du RCS et du RM (Répertoire des Métiers).
Les données à étudier sont celles des deux catégories d'entreprises qui représentent le stock total.

Un point fort se dégage de ce tableau à savoir que les entreprises artisanales du SCOT représentent près de la moitié des entreprises artisanales gardoises.

2. *La répartition des entreprises artisanales par catégorie (en 2015)*

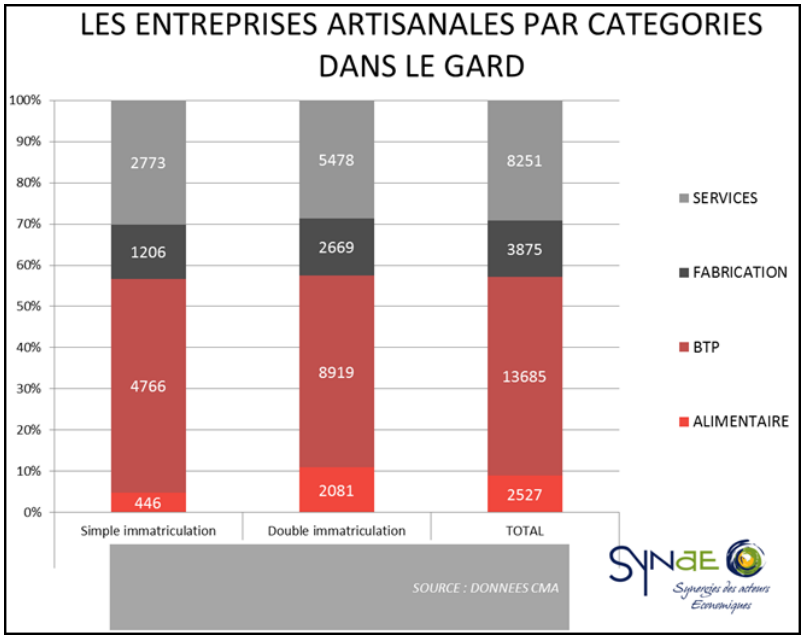
En termes de répartition, les entreprises du BTP sont de loin les plus représentées avec plus de 45% des entreprises artisanales.



Viennent ensuite les entreprises relevant de l'artisanat du service avec près de 30% des entreprises.

On remarque également que la structure par catégories des entreprises est quasi-identique qu'il s'agisse d'entreprises simplement ou doublement immatriculées.

Précédemment, nous avons vu que les entreprises du SCOT représentaient 50% des entreprises gardoises, et cette forte représentation implique que la répartition par catégories des entreprises à l'échelle départementale est fortement similaire à celle du SCOT.

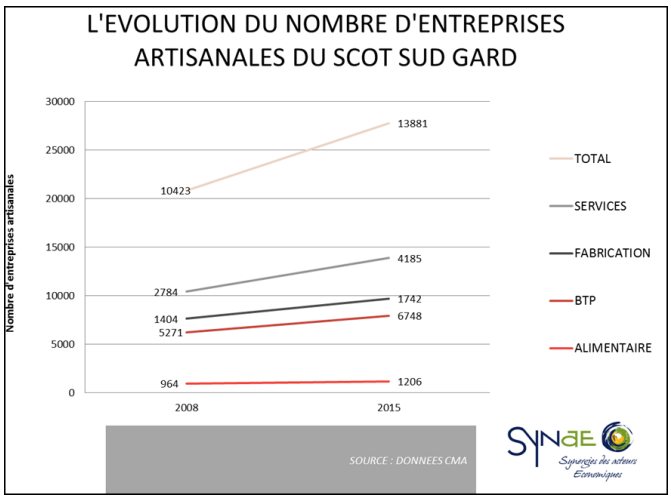


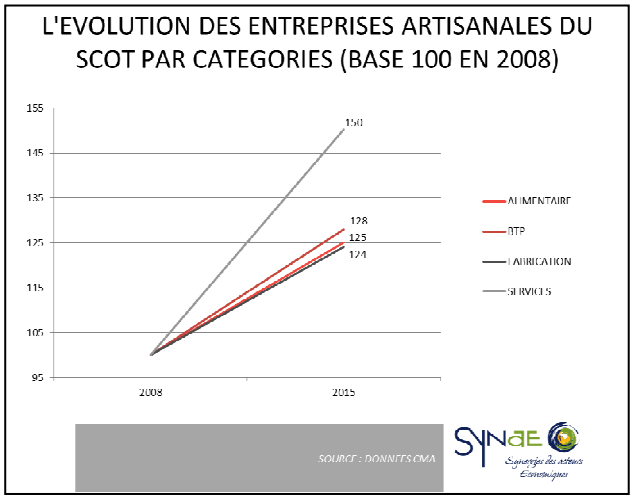
Ainsi, dans le Gard, les entreprises du BTP représentent par exemple environ 47% des entreprises artisanales.

Une fois de plus, ce sont les entreprises du service qui arrivent en seconde position avec près de 30%.

3. *Evolutions constatées entre 2008 et 2015*

Entre 2008 et 2015, le stock d'entreprises artisanales a crû de 3458 unités, soit une hausse de 33% sur la période.

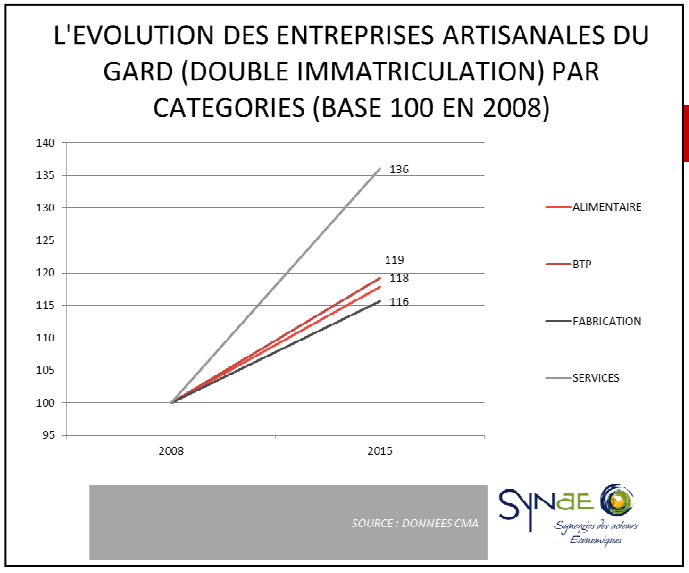




Comme nous le voyons, ces évolutions n'ont pas été égales. En effet, les entreprises du secteur des services ont crû de 50% sur la période étudiée, soit une hausse de 1401 entreprises, mais les entreprises de la fabrication ont par exemple crû avec une hausse de 24% soit 338 entreprises.

A l'échelle du Gard, ces variations suivent la même logique ce qui s'explique une fois de plus assez facilement par le fait que le SCOT représente la moitié des établissements du Gard.

Toutefois, on se rend compte que la catégorie du BTP a moins augmenté avec une hausse de 19% contre 23% dans le SCOT.



4. La démographie d'entreprises artisanales

Nous avons vu que la dynamique des établissements artisanaux était positive dans le SCOT et le Gard et ceci repose sur un solde de création positif.

En effet, en 2015, le territoire du SCOT est créateur net, soit un solde de création d'entreprises positif, à hauteur de 308 entreprises.

LE SOLDE DE CREATION D'ENTRERPISES ARTISANALES			
ANNEE	IMMATRICULATION	RADIATION	SOLDE
2008	1135	770	365
2015	1329	1021	308

Source : Données CMA

1329 entreprises ont été créées et 1021 radiées, soit 18% de créations supplémentaires par rapport à 2008 et 25% de radiations en plus.

Cette hausse des radiations entraine donc une diminution du solde de créations, passant de 365 entreprises en 2008 à 308 en 2015, ce qui demeure toutefois un chiffre encourageant.

A l'échelle du Gard, cette dynamique semble être identique, et **via les données quadrimestrielles de la Chambre des Métiers Régionale de Languedoc Roussillon,** nous pouvons voir que le département était créateur net au 1er quadrimestre à hauteur de 319 entreprises.

MOUVEMENTS D'ENTREPRISES PAR DÉPARTEMENT
1ER QUADRIMESTRE

Départements	Immatriculations			Radiations[1]			Solde[2]			
	2014	2015	Évol. 14-15	2014	2015	Évol. 14-15	2014	2015	Évol. 14-15 (en nombre)	Évol. 14-15
AUDE	403	296	-26,6%	315	277	-12,1%	88	19	-69	-78,4%
GARD	980	1 036	5,7%	830	567	-31,7%	150	469	319	212,7%
HÉRAULT	1 571	1 274	-18,9%	785	766	-2,4%	786	508	-278	-35,4%
LOZÈRE	59	60	1,7%	42	48	14,3%	17	12	-5	-29,4%
PYRÉNÉES-ORIENTALES	743	730	-1,7%	379	403	6,3%	364	327	-37	-10,2%
RÉGION LR	**3 756**	**3 396**	**-9,6%**	**2 351**	**2 061**	**-12,3%**	**1 405**	**1 335**	**-70**	**-5,0%**

A la vue de ces chiffres, on se rend compte que le Gard est de loin le département le plus moteur en termes de créations d'entreprises artisanales, étant le seul département régional en situation de créateur net. En plus de ces bonnes données, le Gard est également le département ayant vu les radiations d'entreprises diminuer le plus au premier quadrimestre 2015 par rapport à 2014.
Les données concernant le 2eme quadrimestre ne nécessitent pas d'être observées car présentent les mêmes constats.

B. L'emploi

Nous allons maintenant étudier les données liées à l'emploi dans l'artisanat dans le SCOT.

1. Effectifs salariés de l'artisanat

Le territoire du SCOT dénombrait en 2013 12 084 emplois salariés liés à des activités artisanales.
C'est, de la même manière que pour le nombre d'établissements, plus de la moitié des emplois salariaux totaux dans le Gard, soit 23 582 emplois salariaux artisanaux.

LES EMPLOIS SALARIES DANS L'ARTISANAT (EN 2013)			
CATEGORIE	DANS LE SCOT	DANS LE GARD	% DU SCOT DANS LE GARD
ALIMENTAIRE	1827	3426	53%
BTP	4963	9819	51%
FABRICATION	1875	4114	46%
SERVICES	3419	6223	55%
TOTAL	12 084	23 582	51%

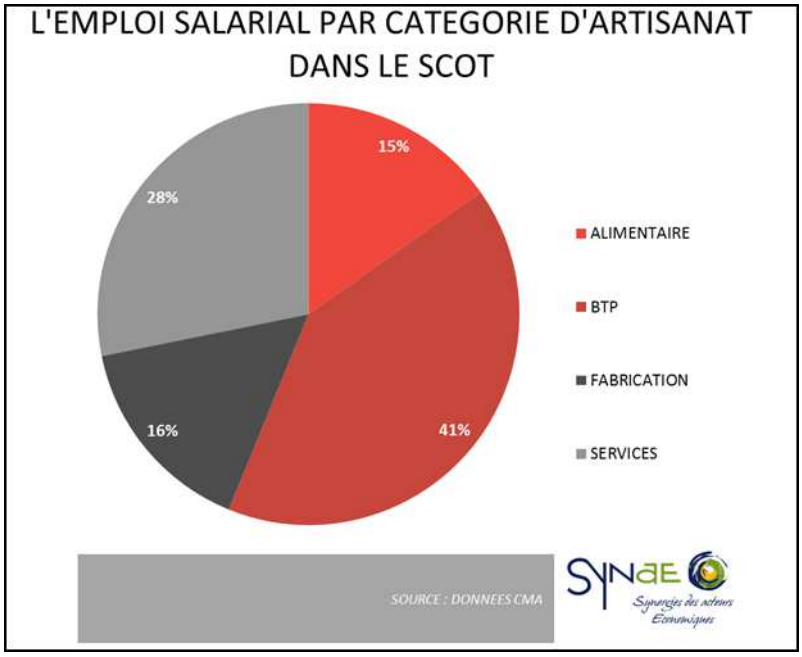
Source : Données CMA

La plus faible proportion représentée est celle des emplois dans la fabrication avec 46% des emplois du Gard, inversement, la plus grande part revient aux services avec 55% des emplois gardois.

2. *La répartition des emplois par activités (en 2013)*

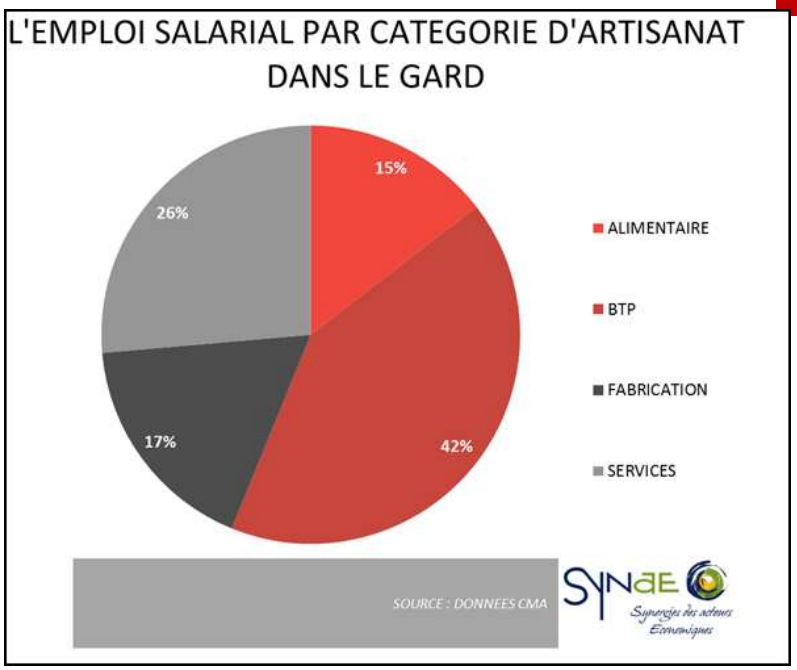
Pour rappel, le BTP représentait 45% des entreprises artisanales en 2015. En 2013, ce secteur représentait pratiquement la même part d'emplois salariés avec 41%.

La structure de l'emploi suivait ensuite la même logique. Ainsi les services, qui représentaient 30% des établissements, représentent 28% des emplois.



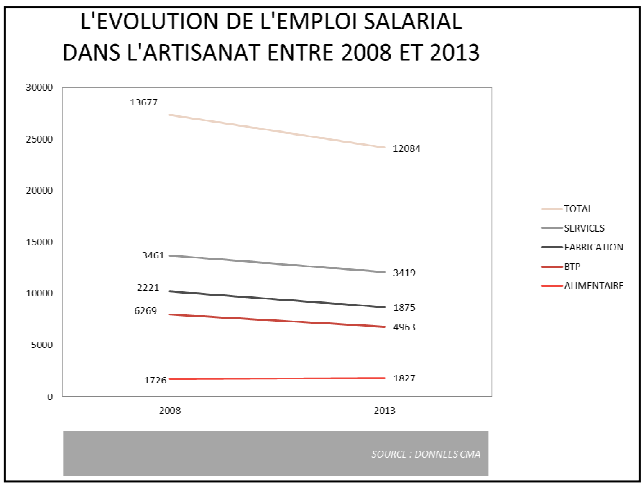
A l'échelle du Gard, les résultats étaient comme prévus, soit similaires, une fois de plus à cause du fait que le SCOT représente 50% des emplois et influe donc fortement sur la distribution des emplois à l'échelle départementale.

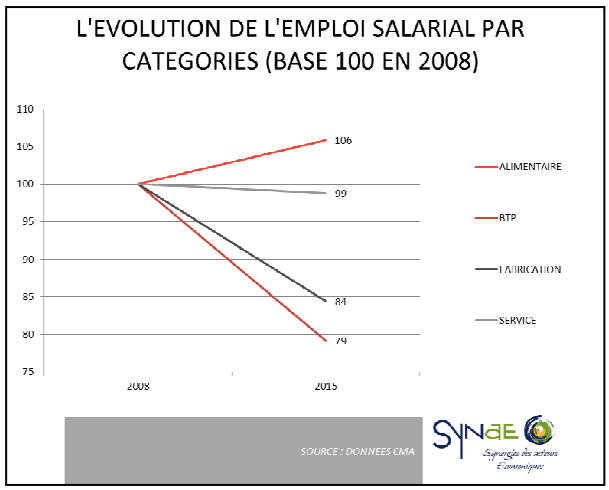
42% des emplois salariés sont donc dans le BTP, et 26% dans les services par exemple.



3. *Les évolutions constatées entre 2008 et 2013*

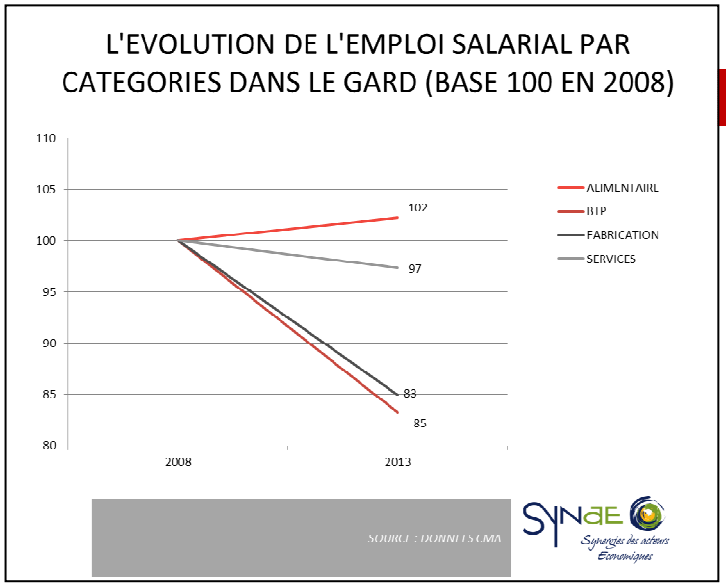
Entre 2008 et 2013, le SCOT a connu certes une augmentation de son nombre d'entreprises artisanales mais une diminution de près de 1600 emplois salariés.





On peut ainsi voir que seul le secteur de l'artisanat alimentaire a connu une progression positive (+6%) de son total d'emplois salariés. Tous les autres secteurs ont chuté, le BTP exhibant la plus grande diminution avec -21%.

Dans le Gard, ces évolutions sont ensuite similaires avec seul l'emploi salarial dans l'alimentaire augmentant et les autres secteurs connaissant des diminutions. Sur la période, ce sont 2804 emplois gardois qui ont disparu, soit une baisse de 21%.



A Retenir

Les entreprises artisanales dans le SCOT :

- Il y a 13 881 entreprises artisanales dans le SCOT
- Leur nombre a augmenté de 33% entre 2008 et 2015
- Les plus nombreuses d'entre elles sont les entreprises du BTP avec 45% du total d'entreprises
- La catégorie ayant connu la plus forte hausse est celle de l'artisanat des services avec une augmentation de 50% du nombre d'entreprises entre 2008 et 2015
- Sur la même période, les entreprises artisanales exhibaient un solde de création net avec 308 unités. La dynamique était identique à l'échelle du Gard, seul département de la région Languedoc-Roussillon à présenter un solde de création positif.

L'emploi dans les entreprises artisanales du Gard :

- En 2013, l'artisanat représentait 12 084 emplois salariés
- Ce montant représente la moitié des emplois salariés de l'artisanat dans le Gard
- Le secteur du BTP qui représente 45% des établissements artisanaux, représente 41% des emplois salariés dans le SCOT
- La catégorie la moins représentée est celle de l'artisanat de fabrication avec 16% des emplois salariés pour environ 12% des établissements
- En termes d'évolution, les emplois salariés liés à l'artisanat ont chuté de 11% entre 2008 et 2013
- La plus forte baisse se retrouve dans le secteur du BTP avec une chute de 15% des emplois salariés sur la période, ce qui n'empêche pas cette catégorie d'être la plus fournie en emplois.

IV. LES POINTS FORTS DE L'ARTISANAT LOCAL

Dans cette partie, nous allons revenir sur les atouts dont dispose le territoire pour promouvoir l'artisanat en son sein, et quelles sont les spécificités de ce dernier.

A. Une localisation au cœur de dynamiques conjoncturelles globales

Le territoire du SCOT dispose d'atouts intrinsèques lui permettant de mettre en valeur son artisanat.

Tout d'abord, comme nous l'avons vu, c'est un territoire au cœur de plusieurs bassins de vie denses dans un rayon de 50/100 km, reliés par un maillage routier important et des infrastructures de transports majeures.

D'autres parts, les dynamiques démographiques sont positives d'après les projections de l'INSEE, et les nouvelles populations à venir pourront faire profiter l'important cœur d'activités liées au BTP sur le territoire, une activité correspondant à une spécificité régionale certaine.

De plus, les ressources agricoles (olives, raisins, pommes…) sont également importantes et reconnues, avec un potentiel de valorisation agro-alimentaire, que ce soit sur les plans industriels ou artisanaux.

Finalement, l'attrait touristique du territoire se révèle aussi être un atout pour l'artisanat local en vertu de ce que ces touristes représentent en termes de consommation. Des filières telles que l'artisanat d'art, ou bien les produits locaux, profitent par exemple fortement de ces populations.

B. Une offre de formation dense présente sur le SCOT

En lien étroit avec la CMA du Gard, l'Institut Régional de la Formation des Métiers et de l'Artisanat (IRFMA) du Gard, installé à Nîmes propose des formations professionnalisantes allant du CAP au BTS (et même Licence pour les métiers du management), dans diverses catégories de métiers.

Ces catégories de métiers sont les suivantes :

- Les métiers de "bouche" :
  - Boucherie
  - Boulangerie
  - Pâtisserie
  - Chocolatier

- Les métiers de soins à la personne :
  - Coiffure
  - Esthétique – Cosmétique

- Les métiers de la précision :
  - Prothèse dentaire

- Les métiers d'art :
  - Photographie
  - Bijouterie
  - Fleuriste

- Les métiers dits "rares" :
  - Métiers autour de la mode
  - Métiers autour du bâtiment

- Les métiers du management :
  - Assistant de chef d'entreprises artisanales
  - Assistant de gestion PME-PMI
  - Licence Entreprenariat des Métiers de l'Artisanat

On retrouve ensuite d'autres instituts de formations proposant exclusivement ou partiellement des formations aux métiers de l'artisanat sur le territoire, avec la présence de :

- **La CAPEB** (Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment), basée à Nîmes et qui prodigue des formations pour compléter les formations initiales des lycéens/étudiants, mais également des formations complémentaires pour des salariés
- **L'AFPA** (Association pour la Formation Professionnelle des Adultes), basée à Nîmes et qui propose des formations dans les milieux de l'artisanat
- **Le GRETA** (Groupement d'Etablissements publics locaux d'enseignement), basé à Nîmes et en lien direct avec l'académie de Montpellier.
- **La CCI de Nîmes,** qui propose des formations dans l'hôtellerie et la restauration
- **L'EPLEFPA Nîmes-Rodilhan (Etablissement Public Local d'Enseignement et de Formations Professionnelles Agricoles),** se composant de 4 centres différents :
  - **Un LEGTPA (Lycée d'Enseignement Général et Technologique et Professionnels Agricoles)**
  - **Le CFA du Gard**
  - **Le CFPPA (Centre de Formation Professionnelle et de Promotion Agricole)**, basé sur 6 sites, dont Vauvert, Beaucaire, et Rodilhan
- **Plusieurs CFA (Centre de Formation et d'Apprentissage):**
  - Le CFA des Compagnons du Devoir à Nîmes
  - Le CFA du Gard (cité précédemment)
  - Le CFA de l'Education Nationale du Gard, basé sur 6 sites, dont 3 à Nîmes et 1 à Beaucaire

Enfin, il existe un grand nombre de lycées professionnels sur le périmètre du SCoT (dont certains liés aux CFA cités ci-dessus). Ces lycées proposent des formations aux métiers de l'artisanat exclusivement ou en partie :

- Le lycée Forméum (CCI de Nîmes), à Nîmes
- Le lycée Frédéric Mistral, à Nîmes
- Le lycée Ernest Hemingway, à Nîmes
- Le lycée Gaston Darboux, à Nîmes
- Le lycée Voltaire, à Nîmes
- Le lycée Saint Vincent de Paul, à Nîmes
- Le lycée Dhuoda, à Nîmes
- Le lycée Geneviève de Gaulle Anthonioz, à Milhaud
- Le lycée agricole Marie Durand, à Rodilhan

C. Une démarche "cluster" innovante en ENergie Renouvelable (ENR) et éco-construction

Outre une offre de formation dense et diversifiée, c'est également cette démarche de cluster qui participe aux atouts de l'artisanat local.

Nous l'avons vu dans les chiffres, les entreprises artisanales sont majoritairement liées au monde du BTP (plus de 40% des stocks et des emplois salariés) et depuis 2010, Nîmes Métropole s'est engagée dans une démarche innovante de cluster autour des ENR et de l'éco-construction dans le domaine du BTP.

Cette démarche se situe entre plusieurs sphères de l'activité économique, regroupant ainsi des acteurs divers et variés.

Nous noterons en acteurs institutionnels majeurs Nîmes Métropole, la CCI de Nîmes, la Fédération Française du Bâtiment du Gard (FFB), la Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment (CAPEB), 3 CA du Bâtiment, ainsi que la Maison de l'Emploi du Nîmes.

Parmi les autres acteurs, nous retrouvons les Plateformes Technologiques (PFT) du territoire de Nîmes Métropole, ainsi que l'AFPA via le village éco-énergie.

Enfin, des ressortissants du monde scientifique sont également liés à ce cluster, avec les organismes de formation et de recherche ayant des formations en ENR et/ou éco-construction : l'IUT de Nîmes, l'Université de Nîmes, le CFA de Nîmes-Rodilhan et de la CCI. L'IFAG (école de commerce de Nîmes) ainsi que l'Ecole des Mines d'Alès.

V. LA SPATIALISATION DE L'ARTISANAT

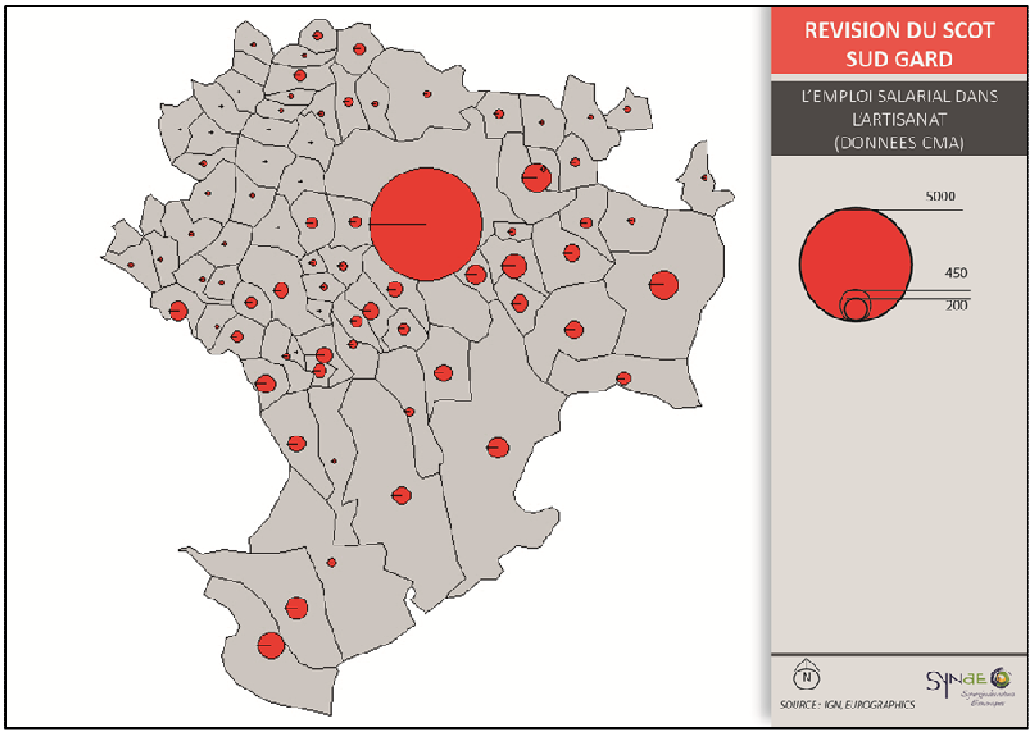
Avec cette partie, nous rentrerons plus en détail dans le territoire du SCOT après l'avoir analysé de façon agrégée.

Nous reviendrons donc sur la spatialisation des emplois artisanaux puis des entreprises artisanales.

A. La spatialisation des emplois salariés artisanaux

Comme nous l'avons vu, le SCOT dénombre 12084 emplois salariés en 2013 liés à l'artisanat.
Toutefois, un chiffre est à noter, 4967 de ces emplois, sont situés à Nîmes.

Ainsi, nous savions jusqu'alors que le SCOT représentait la moitié du Gard, en termes d'emplois et d'entreprises, mais nous pouvons également maintenant voir que Nîmes totalise près de la moitié, soit 40% des emplois salariés liés à l'artisanat dans le SCOT.



Après Nîmes, c'est à Beaucaire que l'on retrouve le plus d'emplois avec 450 salariés, puis Marguerittes avec un peu plus de 400.
Le nombre chute ensuite progressivement avec 22 communes dépassant la barre des 100 salariés.
Toutes les autres, soit 31% des communes du SCOT, disposent de moins de 100 emplois salariés liés à l'artisanat.

B. La spatialisation des entreprises

Concernant les entreprises, l'on constate que leur localisation correspond parfaitement à celle des emplois, ce qui paraît tout à fait logique.

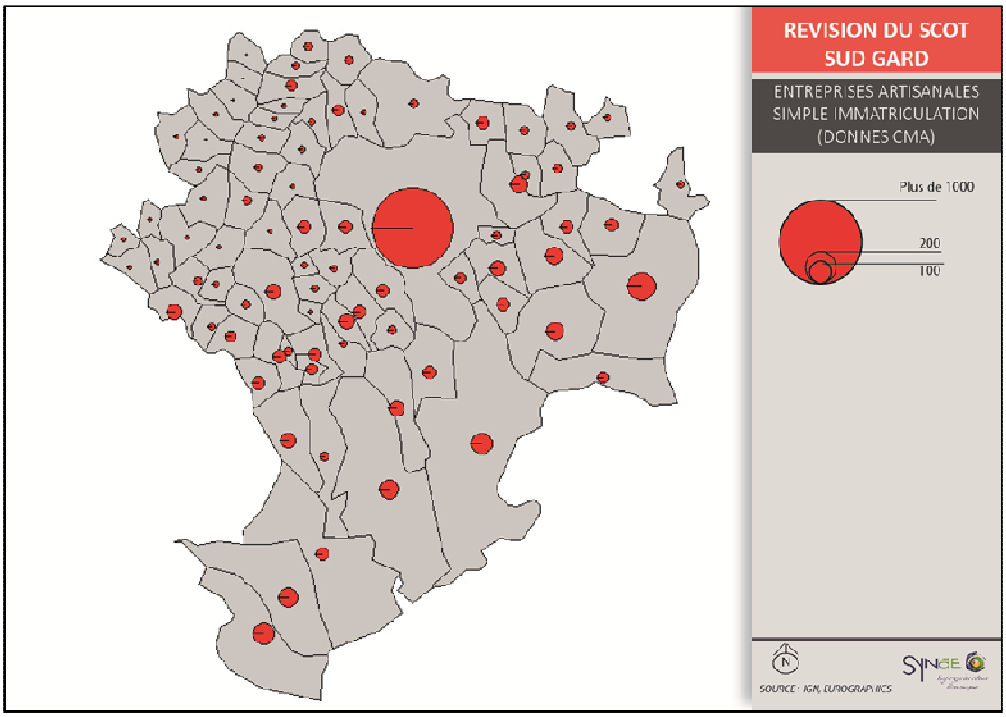
1. Les entreprises simplement immatriculées

L'importance de Nîmes apparaît de nouveau ici avec 1349 entreprises simplement immatriculées sur les 4369 du SCOT, soit 31% des entreprises artisanales simplement immatriculées.

Après Nîmes, nous retrouvons Beaucaire avec 201 entreprises.

Beaucaire est d'ailleurs la seule commune à dépasser les 200 entreprises, puisqu'ensuite 4 communes sont situées entre 100 et 200 entreprises.

Les autres communes, soit 93% de ces dernières, comptent moins de 100 entreprises simplement immatriculées.

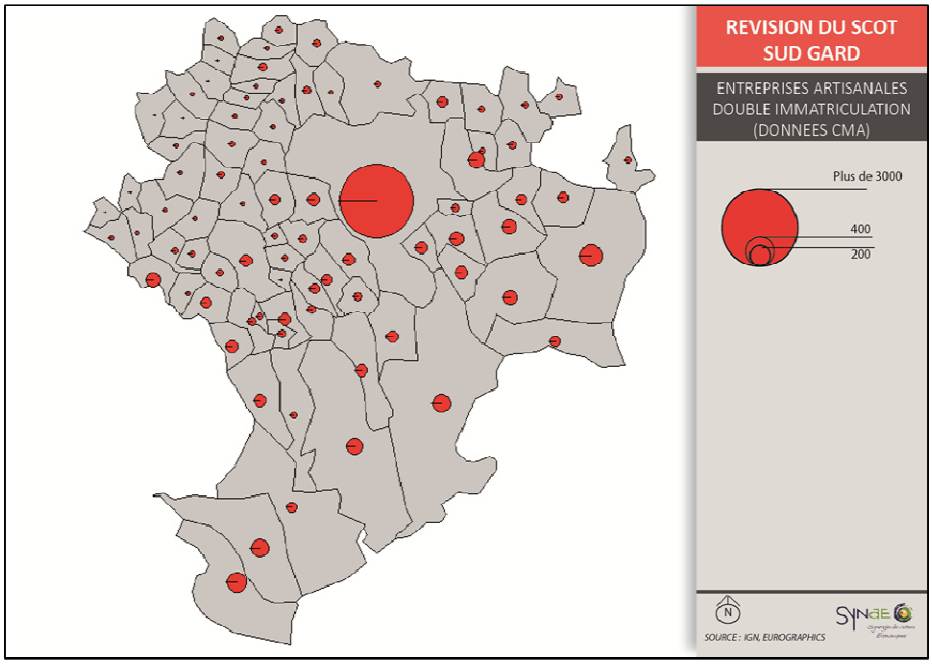


2. *Les entreprises doublement immatriculées*

Une fois de plus, l'importance de Nîmes apparaît avec 3241 entreprises sur les 9512 du SCOT, soit 34% des entreprises artisanales doublement immatriculées.

Après Nîmes, c'est une fois de plus Beaucaire que l'on retrouve avec 407 entreprises.

Beaucaire est d'ailleurs la seule commune à dépasser les 400 entreprises, puisqu'ensuite 22 communes sont situées entre 100 et 350 entreprises.



Les autres communes, soit 30% de ces dernières, comptent moins de 100 entreprises.

Ces données nous montrent donc la prédominance de Nîmes sur son territoire et par transitivité sur son département. En effet, le SCOT représente 50% des entreprises du territoire du Gard, et Nîmes représente 1/3 des entreprises du SCOT.

Une autre information que l'on peut tirer de ces données concerne la part élevée de TPE.
Une commune comme Beaucaire dispose de 450 emplois pour 407 entreprises, ce qui témoigne bien de l'importante des TPE.
Nous retrouvons la même logique avec Nîmes, comptant 3200 entreprises pour 4967 emplois salariés.

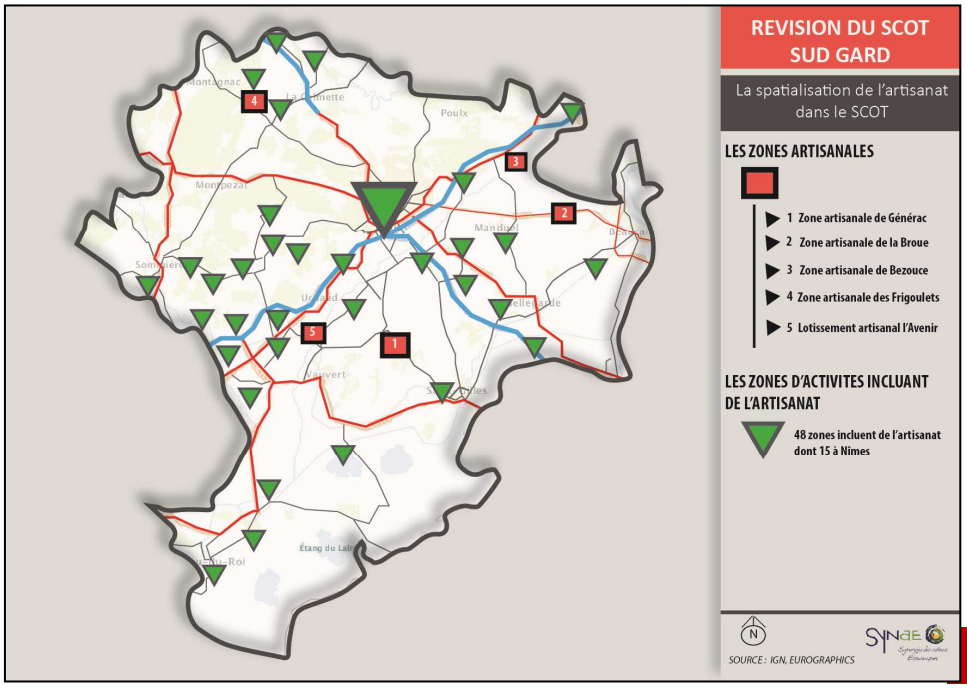
Nous ne disposons toutefois pas des données concernant l'emploi par tailles d'entreprises.

C. La spatialisation des Zones Artisanales

Nous allons maintenant présenter une carte montrant où se situent approximativement les zones artisanales du SCOT. Nos données proviennent du site ZA Gard, aussi d'éventuelles informations non renseignées sur ce site, ne pourrons être présentes dans notre carte.

Nous distinguerons les zones artisanales "pures", supposément dédiées à cette activité, et les zones d'activités mixtes incluant de l'activité artisanale.

Au total, il n'y a dans le SCOT que 5 zones d'activités réellement consacrées à l'artisanat. Ce sont les zones de Bezouce, Jonquières-Saint-Vincent, Générac, Vestric et Candiac et Montignargues.



On dénombre cependant 48 autres zones d'activités dans le SCOT incluant des activités liées à l'artisanat. Parmi ces 48 zones, Nîmes joue un grand rôle avec près d'un tiers des zones, soit 15 zones.

En termes de stock, ce sont 9% des Zones d'activités qui sont purement artisanales parmi le total de celles incluant de l'artisanat potentiellement. Ensuite, ces 5 zones ne représentent que 2% du stock total de ZAE du territoire, soit 239.

Le centre ainsi que le sud apparaissent comme bien fournie en espace d'accueil pour artisans, sous réserve de disponibilité foncière. En revanche, la façade Nord-Ouest du SCOT ne possède que peu de zones.

Afin de présenter les zones incluant de l'artisanat, voici un récapitulatif de ces dernières :

LES ZONES D'ACTIVITES INCLUANT DE L'ARTISANAT	
COMMUNE	**DENOMINATION DE LA ZONE**
Aigues-Mortes	ZA de la route de Nîmes
	ZA de la Terre de Camargue
Aigues-Vives	ZA Lalemande
Aimargues	ZA Saint Roman
Aubais	ZA de l'Oreille
Aubord	Zone active La Grande Terre
Aujargues	ZA le Grand Jardin
Beaucaire	ZAC les Milliaires
	ZI la Domitia
Bellegarde	ZA des Salicornes
Bouillargues	ZI des 4 vents
	ZI les Aiguillons
	ZI les Bousquets
Caissargues	Parc du Triangle
	Zone Euro 2000
Calvisson	ZA du Vigné
Clarensac	ZA du Grézas
Codognan	ZA du Moulin Roul
Congénies	ZA de Tourès
Fourques	ZA du Mas de Lédignan
Gallargues le Montueux	Pôle Actif
Garons	ZA Aéropole Saint Estève
	ZA du Galicante
La Rouvière	ZA du Vignaud
Langlade	ZA du Vignaud
	ZA les Barines
Le Grau Du Roi	ZA Nouveau port de pêche
	ZA Monplaisir et Espiguette
	Zone artisanale et commerciale du Môle
Manduel	ZA le Fumérian
Marguerittes	ZA d'Hermès
	ZA du TEC
Milhaud	ZA de l'Aubépin
	ZA Trajectoire
Moussac	ZA Peyre Plantade
Nîmes	Actiparc de Grézan
	Actiparc scientifique et technique Georges Besse 2
	Centre Routier kilomètre Delta
	Georges Besse 1
	ZA de Valdegour
	ZA Marché de la Gare

	ZA Esplanade Sud
	ZA Haute-Magaille
	ZA du Mas de Chavildan
	ZA du Mas des abeilles
	ZA du Mas des noyers
	ZA du Mas des Rosiers
	ZA Route de Montpellier
	ZA Ville Active
	ZI Saint Césaire
Saint Chaptes	ZA de Carrière Vieille
Saint Dionisy	ZA de Saint Dionisy
Saint Geniès de Malgoirès	ZA des Gousats
Saint Gilles	ZA des Mourgues
Saint Laurent d'Aigouze	ZA de Saint Laurent d'Aigouze
Sernhac	ZA du Poulvarel
Sommières	Parc de l'Arnède
	ZA de Corata
Vauvert	Pôle d'activité des Costières
	ZA de la Condamine
Vergèze	ZA les Coudounelles

Source : ZA GARD

A Retenir

La spatialisation des emplois salariés artisanaux :

- 4967 des 12 084 emplois salariés de l'artisanat sont situés à Nîmes, soit 40% d'entre eux
- Vient ensuite Beaucaire avec 450 emplois salariés, puis Marguerittes avec 400 emplois salariés
- 22 communes du SCOT disposent de moins de 100 emplois salariés liés à l'artisanat

La spatialisation des entreprises artisanales :

- Que ce soit les entreprises simplement immatriculées ou bien les doublement, la répartition des entreprises est la même sur le territoire.
- Nîmes occupe une place prépondérante avec plus de 30% des entreprises du SCOT localisées sur la commune, soit 4600 entreprises parmi les 13 881
- C'est ensuite Beaucaire qui dispose du plus grand nombre d'entreprises avec plus de 600 entreprises.
- Beaucoup de communes du SCOT sont ensuite en dessous de la barre des 100 entreprises : 75 communes ont moins de 100 entreprises simplement immatriculées et 57 ont moins de 100 entreprises doublement immatriculées

La spatialisation des zones artisanales :

- Il n'existe dans le SCOT que 5 zones d'activités économiques portant la mention de zone artisanale
- On dénombre par contre 48 autres zones accueillant des activités liées à l'artisanat, sans que l'on puisse assurer que ce soient bien des activités artisanales
- Le territoire est ainsi bien fourni en accueil potentiel d'activités artisanales bien que la façade Nord-Ouest du SCOT ne dispose pas d'une telle offre

SUD GARD

CONSTATS

Les défis

C'est négatif

A EVITER

C'est positif

TENDANCES FAVORABLES

Ce qu'il faut retenir.....

LES ENJEUX

I. LES ENJEUX SPECIFIQUES AU COMMERCE

A. Faire des choix d'évolution d'armature commerciale en fonction des dynamiques démographiques projetées et planifiées

Le diagnostic met en avant une armature commerciale observée. **Cette armature se décline de la manière suivante**

- **Un secteur structurant**, Nîmes, organisé lui-même en 2 grands objets :
  - La ville de Nîmes, qui accueille l'offre structurante du Scot au sein de ses zones commerciales et de son centre-ville. Il s'agit de l'offre qui permet à Nîmes de capter du chaland à minima à l'échelle du SCOT, et un petit peu au-delà. C'est aussi cette offre qui permet de limiter l'évasion commerciale vers les grands autres secteurs commerciaux voisins (Montpellier, Avignon, Alès…)
  - La couronne périphérique sur laquelle on retrouve une offre commerciale « relais » aux principales portes d'entrées et de sorties de la ville. Cette offre est toujours composée d'une GMS[2] alimentaire. Petit à petit, on observe une mutation avec des compléments en GSS[3], qui tend à faire évoluer le rôle commercial que joue cette couronne périphérique. Nous y reviendrons.

- **Deux secteurs avec une offre commerciale d'équilibre**, Beaucaire et Sommières, qui se distingue par une certaine autonomie commerciale vis-à-vis du reste du SCOT, et par une ouverture vers les départements voisins. L'offre est qualifiée de majeure car elle contient une offre alimentaire relativement importante, mais surtout car une offre non alimentaire a été développée sur ces secteurs, avec un poids et un impact commercial supérieur à ce qui est observée sur les autres secteurs du territoire. L'analyse des comportements d'achats démontre que ces secteurs jouent un rôle de polarité vis-à-vis des communes voisines.
  NB : Au niveau du diagnostic, Vauvert n'apparait pas commune une offre commerciale d'équilibre. Au regard des projections du SCOT à 2030, il sera proposé, lors de l'armature projetée, de faire évoluer ce secteur vers une offre d'équilibre.

- **D'autres secteurs sont qualifiés de « support ».** Leur fonction commerciale est avant tout d'assurer une certaine autonomie sur des achats de proximité, principalement alimentaires. Une douzaine de secteurs sont concernés. Ces pôles relais disposent d'une petite offre commerciale de centre-ville, mais aussi de périphérie avec un alimentaire et quelques GSS.
  Pour autant, l'analyse des comportements d'achats démontrent que l'impact commercial de ces secteurs reste souvent limité à la commune et éventuellement aux bourgs voisins.

- Enfin, on dénombre **quelques secteurs « de proximité »**, qui, à la différence des pôles relais, n'ont pas ou très peu d'offre de GMS ou de GSS, et ont un impact commercial purement communal.

[2] GMS = Grande et Moyenne Surface
[3] GSS = Grande Surface Spécialisée

Les analyses des comportements d'achats et de la structuration de l'offre sur le SCOT démontrent que cette armature commerciale actuelle a plusieurs avantages

- D'une manière globale, le SCOT constitue à lui-même un bassin commercial autonome, les comportements d'achats observés sont largement internes au SCOT ;
- La structuration du secteur de Nîmes, notamment en GSS, a permis de limiter l'évasion vers les secteurs commerciaux voisins et par conséquent, de conserver la plupart des dépenses sur le territoire ;
- L'existence de pôles majeurs permet de faire le lien avec les territoires limitrophes : Beaucaire est une réelle polarité, ouverte vers le couloir Rhodanien, et Sommières joue un certain rôle de polarité sur une partie Cévenole et Héraultaise

Notons toutefois l'absence d'une réelle polarité commerciale sur la partie Sud, sur l'axe Nîmes/Montpellier
Pour autant, cette polarité existe bel et bien, mais se situe hors SCOT, sur la commune de Lunel. Ceci explique en grande partie pourquoi la partie Sud du Scot comporte une offre principalement axée sur la satisfaction de besoins de proximité.

Concluons qu'en l'état actuel des choses, l'offre (quantitativement et qualitativement) ainsi que son armature (représentation spatiale) répondent aux besoins et aux comportements d'achats des consommateurs du territoire.

Cela signifie qu'à population constante, tout projet commercial nouveau aurait forcément un impact sur d'autres commerces existants du SCOT.

Demain, la donne sera différente, et c'est là la vraie question posée : quelle armature commerciale doit-on préconiser au regard des évolutions démographiques projetées ?

- Pour répondre à la question, il faudra au préalable que les élus travaillent au sein du SCOT, à l'armature urbaine globale du territoire. Au regard des projections de populations, quelles sont les polarités urbaines à conforter/créer/faire évoluer ?
  C'est à partir de la réponse à cette question qu'il pourra être travaillé au sein du DAAC des éléments de réponse sur l'équipement commercial, et non l'inverse. Dit autrement : réfléchissons aux conditions et aux lieux d'accueil des populations dans un premier temps, et déterminons pas la suite les évolutions commerciales à anticiper et favoriser.

- Une question peut toutefois être posée dès maintenant : jusqu'où l'offre commerciale des « portes d'entrées » de Nîmes doit –elle évoluer ? Les zones commerciales situées dans la « couronne » matérialisée sur la carte développent et pourraient être amenées à développer plus d'alimentaire et plus de GSS. Considérant qu'elles captent une partie des déplacements domicile-travail, le développement de ces zones ne va-t-il pas nuire au confortement d'autres pôles plus éloignés, comme Beaucaire ou Sommières ?

- Une autre question sera posée : y aura-t-il la place et la légitimité pour la création d'une polarité commerciale forte au Sud du SCOT, sur l'axe Nîmes/Montpellier ?

B. Eviter les idées reçues : ne pas raisonner à l'échelle « commune »,

En effet, l'échelle est non pertinente au regard des comportements d'achats observés, aux réalités des déplacements domiciles-travail. Pour 3 raisons, l'échelle communale n'est pas la bonne échelle de réflexion, surtout sur ce SCOT :

- Car plus de commerce n'est pas toujours égal à plus d'emplois. Le diagnostic démontre que la relation n'est pas du tout proportionnelle.
- Sur ce SCOT, on ne peut pas raisonner en termes d'objectifs à atteindre en chiffre d'affaires ou de m² par habitants et par commune. Les relations entre les communes sont si fortes que les enjeux posés sont plus des enjeux de mobilité et d'accès aux offres commerciales en fonction des typologies d'achats.
- L'évasion ne donne pas droit à des commerces supplémentaires, sauf à impacter les communes voisines, et avec un risque fort de ne pas changer les comportements d'achats.

C. Eviter la cannibalisation entre secteurs, et entre périphérie/centre-ville. Prendre en considération les niveaux d'offre de centre-ville dans la planification, et ne pas s'interdire de déterminer des secteurs d'implantations prioritaires dans les centres

L'analyse des zones de chalandise (cf document « annexe ») démontre :que sur certains secteurs, la zone de chalandise = la commune. C'est notamment beaucoup le cas sur la partie Sud du Scot et sur sa partie littorale. Cela signifie que si l'offre commerciale évolue sur une commune et qu'elle n'est pas justifiée par une augmentation démographique, le risque de cannibalisation de la commune voisine sera très fort.

De plus, le diagnostic des centres villes met en avant différents niveaux d'offres observés dans les centres villes du SCOT. Certains disposent d'une offre purement de proximité, là où d'autres arrivent à maintenir un certain niveau d'offre sur des achats non alimentaires, plus hebdomadaires ou mensuels.
Pour autant, notre observation terrain démontre des points de fragilité.

Dans le PADD, un des enjeux sera de travailler la dualité centre-ville/périphérie, notamment sur les secteurs majeurs et les secteurs relais.

D. Voir comment le SCOT peut donner des réponses spatiales à des nouveaux comportements d'achats (VAD, circuits courts)

Nous verrons comment, en termes de préconisation, nous pouvons introduire ces notions dans les projets commerciaux futurs, en périphérie comme en centre-ville.

E. Disposer d'outils de lectures des projets portés par les acteurs privés

Le premier SCOT était doté d'un schéma de développement commercial qui abordait cette notion d'outils. Il s'agissait de voir comment, au-delà du SCOT, des collectivités locales pouvaient travailler des projets commerciaux plutôt que de les subir. Cette boite à outil sera à actualiser dans la suite du DAAC

II. LES ENJEUX SPECIFIQUES A L'ARTISANAT

A. Les enjeux généraux pour l'artisanat dans le SCOT SUD GARD

Soutenir le tissu de TPE artisanales

Elles représentent plus de 70% des entreprises artisanales et 50% d'entre elles n'ont pas de salariés. De plus, le nombre de salariés moyen par entreprises n'excède pas 2, d'où une forte part de l'emploi concentré dans les TPE

Diversifier le tissu d'entreprises artisanales

Plus de 40% des entreprises sont dans le secteur du BTP et représentent 40% de l'emploi salarial. Le territoire dispose d'atouts non-négligeable dans les produits alimentaires et pourrait en jouer pour développer cette catégorie : 5% des entreprises et 15% de l'emploi pour l'instant

Soutenir les jeunes entrepreneurs : formation, accompagnement …

60% des créateurs purs d'entreprises ont entre 25 et 44 ans, dont 15% entre 25 et 29 ans. De même, 55% des repreneurs d'entreprises ont entre 25 et 44 ans, dont 15% entre 25 et 29 ans

B. Les enjeux liés à la spatialisation et à l'aménagement du territoire

Au sens du DAAC : lien commerce/artisanat

Fixer les conditions d'implantation des artisans qui ont des comportements d'installation très similaires à du commerce : besoin de vitrine, desserte, accessibilité, massification, zones de chalandises…..

Dans le SCOT, de manière globale : l'implantation d'activités artisanales pose plusieurs enjeux

- L'enjeu est celui de l'anticipation et de la programmation, ce qui pose la question du foncier type : quel(s) type(s) de parcellaires prévoir ? Comment ?
- Un autre enjeu serait celui du bon cadrage et de la bonne programmation : Faut-il des zones dédiées/mixtes ? Une zone artisanale par commune : est-ce toujours raisonnable?
- De plus, il y a l'enjeu de la qualité d'aménagement : comment mieux aménager des zones artisanales ? Quels efforts demander aux collectivités et aux entreprises ?
- Enfin, un dernier enjeu apparaît : donner des éléments de réponses harmonisés quant à la question de l'habitat dans les zones artisanales.

Sot
SUD GARD