



CHAMBRE DE COMMERCE
INDUSTRIE ET SERVICES
SAINT-ÉTIENNE MONTBRISON

SAINT-ÉTIENNE/MONTBRISON

Une dynamique retrouvée

> Le marché : la croissance

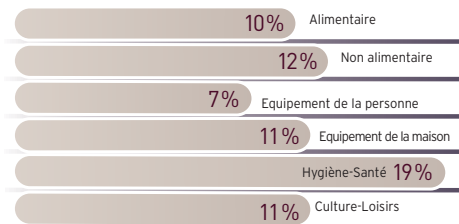
Après avoir connu des années difficiles : baisse démographique, stagnation des dépenses de consommation, le territoire Loire Sud* retrouve la croissance.

* Territoire constitué par les arrondissements de Saint-Etienne et de Montbrison

Evolution de la population (par ménage) entre 1999 et 2007 :



Evolution des dépenses de consommation entre 2003 et 2007 par famille de produits :

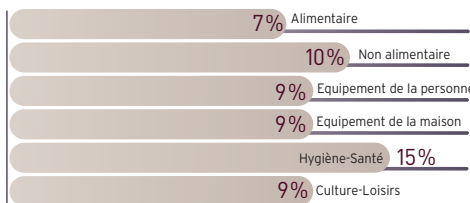


évolution globale : + 11%

> L'activité commerciale redémarre

A l'instar du marché, l'activité commerciale de Loire Sud connaît la reprise.

Evolution du chiffre d'affaires Commerce de Loire Sud 2003 et 2007, par famille de produits :



évolution globale : + 10%

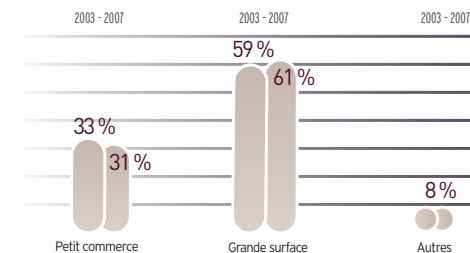
Dans le même temps, le taux d'évasion des achats varie peu : 9 % en 2003, 10 % en 2007 et surtout reste faible. Les ménages de Loire Sud font l'essentiel de leurs achats (90 %) dans leur territoire.

Au total, la période 2003-2007 apparaît globalement positive pour le commerce de Loire Sud.

> L'évolution de l'appareil commercial : des problèmes

Position dominante des grandes surfaces

Ces dernières ont encore augmenté leur emprise : + 4 % entre 2003 et 2007. Elles s'affirment comme la première forme de vente dans tous les domaines, hormis «l'équipement de la personne» et «l'hygiène santé».



Répartition des dépenses par forme de vente :

Mais leur progression reste, en Loire Sud, relativement contenue ; en 2007, le commerce classique ou «petit commerce» conserve une part de marché substantielle de 31 %, face à la grande distribution dont l'emprise (61 %) demeure néanmoins inférieure à ce que l'on peut observer au niveau national : 68 % environ.

Emprise croissante du commerce « périphérique »

En 25 ans (1982-2007), les implantations d'établissements en périphérie des communes se sont multipliées ; ce phénomène a sensiblement modifié la répartition géographique de l'appareil commercial.

Actuellement, les 15 pôles périphériques de Loire Sud captent 36 % des dépenses « commerce » des ménages ligériens ; en y adjoignant les autres commerces périphériques isolés, ce sont alors plus de 50 % des achats qui se font maintenant dans ces zones périphériques.

Ainsi encore, en moins de 20 ans (1985-1999), s'est constitué, au nord-ouest de Saint-Etienne, le plus grand pôle périphérique (80 000 m²). Depuis l'année 2000, ce pôle est devenu l'ensemble commercial le plus actif de Loire Sud ; son chiffre d'affaires, en

2007, représente plus du double du chiffre d'affaires du pôle centre ville de Saint-Etienne.

Déclin des centres urbains

La plupart des bourgs-centres voient leur appareil commercial se réduire. La majorité des pôles périphériques de ces bourgs réalise un chiffre d'affaires supérieur à ceux-là, y compris à Saint-Etienne.

Ce phénomène apparaît plus accentué en Loire Sud où les centres-villes ne réalisent en 2007 que 12 % du chiffre d'affaires total du territoire, alors que la moyenne observée dans d'autres territoires de Rhône-Alpes avoisine 16 %.

> L'éloignement entre habitat et lieux d'achats

L'observation des flux commerciaux « évasion/attraction » montre que la plus grande part de ces déplacements est liée à des achats dans les commerces « périphériques ». Ce phénomène contribue à la désertification commerciale des communes rurales. 34 % des communes de la circonscription n'ont plus de commerce alimentaire ; cette raréfaction des commerces de proximité provoque à son tour l'accroissement des déplacements.

> Le Schéma Départemental d'Équipement Commercial (SDC) : pour un nécessaire rééquilibrage

Le déséquilibre grandissant entre les centres urbains et leur périphérie est d'autant plus préoccupant que les dernières observations réalisées font apparaître une faiblesse plus accentuée des centres-villes de Loire Sud en 2007.

Forts de ce constat, les élus de la Chambre de Commerce, Industrie et Services ont identifié le Schéma Départemental d'Équipement Commercial Loire Sud* comme le document de référence pour construire l'aménagement commercial du territoire, en partenariat avec les collectivités locales.

Afin de conforter et de pérenniser le SDC, il serait opportun de l'intégrer dans les SCOT existants ou en cours de constitution.

Rappelons que, parmi les «orientations» du SDC, l'orientation première est axée sur la «restructuration et redynamisation» du commerce des centres-villes, tout en maîtrisant et orientant le développement des pôles périphériques.

* Le SDC a été adopté par un vote unanime de l'Observatoire Départemental d'Équipement Commercial (ODEC) en février 2006.