

L'équipement commercial val-de-marnais

Le recensement 2014 de la base de l'équipement commercial de la CCI 94 est achevé. Cette 5^{ème} campagne a été réalisée avec une nouvelle nomenclature qui intègre 157 activités commerciales réparties en 8 catégories. Cette base de données permet de qualifier l'équipement commercial et d'analyser ses mutations sur le territoire val-de-marnais. Elle constitue également un outil d'aide à la décision contribuant au développement de l'activité commerciale.

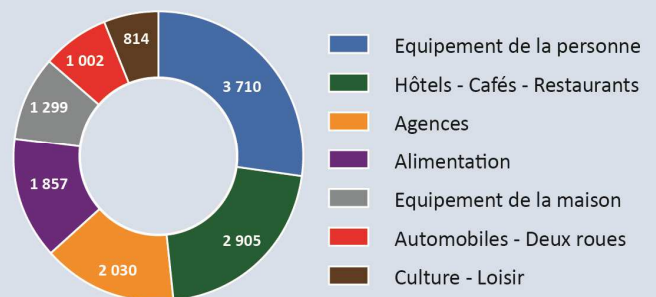
Les principaux éléments de ce recensement sont pas ou peu de changement en volume (+ 162 commerces entre 2011 et 2014), une vacance élevée (12 %) mais une recomposition de l'offre commerciale qui s'amorce.

13 620 commerces actifs dans le départements du Val-de-Marne

16 828 locaux commerciaux recensés



13 620 locaux actifs et qualifiés



Hors catégorie Grands Magasins
Source : BDD Équipement Commercial 2014 – CCI 94

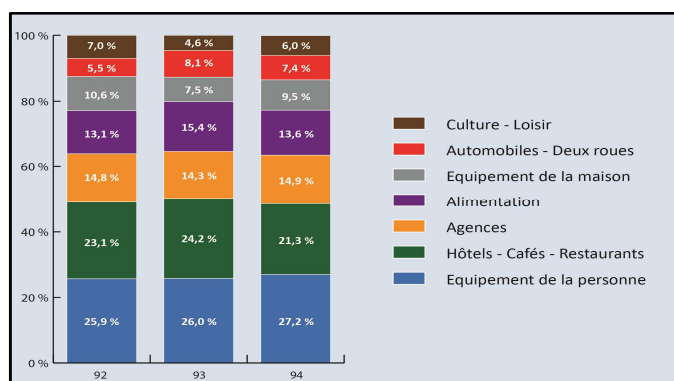
▪ L'appareil commercial val-de-marnais en 2014

En 2014, 16 828 locaux ont été recensés par l'équipe du Département Projets de Territoire et Collectivités de la CCI 94. 2 491 locaux sont vacants ou en travaux et 717 locaux sont occupés par des professions libérales ou des activités de stockage en boutique. L'appareil commercial actif val-de-marnais est donc composé de 13 620 commerces actifs répartis dans 8 catégories (voir ci-dessus), soit 80,9 % des locaux recensés en 2014.

▪ Les évolutions majeures entre 2011 et 2014

Le nombre de commerces actifs a progressé de 1,2 % entre 2011 et 2014, soit 162 commerces de plus. La catégorie « Agences », qui concerne les services immobiliers, les banques et assurances, les télécommunications et les services à la personne, enregistre la plus forte progression avec + 4,4 % entre 2011 et 2014. A l'inverse, les catégories « Equipement de la maison » et « Culture – Loisir » déclinent et enregistrent respectivement une baisse de - 3,4 % et - 3,2 % entre 2011 et 2014.

Le Val-de-Marne concentre 30 % des commerces de Petite couronne



Source : BDD Équipement Commercial 2014 – CCI 94 - Hors catégorie Grands Magasins

Avec 13 620 commerces et 10 commerces pour 1000 habitants, le Val-de-Marne dispose de l'équipement commercial le plus petit des départements de Petite couronne et d'une offre suffisante. Cela correspond à sa démographie, le Val-de-Marne est en effet le département de Petite couronne le moins peuplé.

La Seine-Saint-Denis compte 15 034 commerces (10 commerces pour 1 000 habitants) et les Hauts-de-Seine en recense 17 063 (11 commerces pour 1 000 habitants).

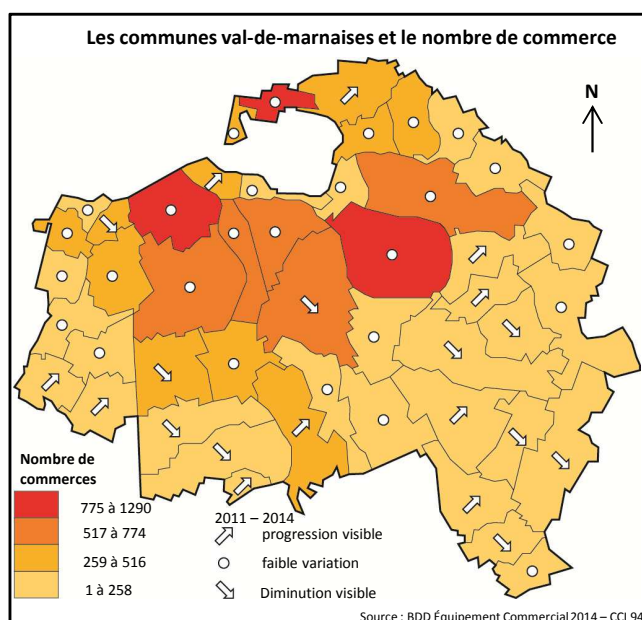
Un nombre de commerce relativement stable

■ Une offre commerciale plus importante en première couronne

Le nombre de commerce, comme l'est la répartition de la population, est plus important dans les communes de première couronne parisienne ainsi que dans les communes situées le long de la Seine et des boucles de la Marne. Avec 1 275 commerces en activités, la commune de Saint-Maur-des-Fossés dispose du plus important équipement commercial. Elle est suivie par Vincennes et Ivry-sur-Seine, où sont respectivement recensés 910 et 723 commerces.

■ Un nombre de commerces en relative stabilité

Entre 2011 et 2014, le nombre de commerces de la majorité des communes connaît de faibles évolutions. Néanmoins, les communes du sud et de l'est du département connaissent des variations significatives. Dotées d'un équipement commercial plus faible, l'impact des changements est visible localement.



Deux dynamiques fortes : la vacance et la rotation

■ Près de 12 % de locaux vacants

En 2014, le taux de vacance s'élève à 11,9 % en Val-de-Marne, soit 1 997 locaux commerciaux vacants. De plus, 42 % de ces locaux commerciaux étaient déjà vacants en 2011 et 13,7 % d'entre eux le sont depuis 2002. Le phénomène de vacance impacte plus fortement les locaux commerciaux nouvellement recensés : parmi les 1 534 locaux commerciaux concernés, 243 locaux commerciaux (soit 15,8 %) n'accueillent pas d'activités commerciales.

■ 1/3 des locaux changent d'activité

33 % des locaux commerciaux ont connu un changement de leur activité entre 2011 et 2014. Cet indicateur de rotation des activités présente des taux différents selon la taille des locaux commerciaux et l'activité exercée. Avec 9,7 % de rotation d'activité, l'alimentaire en grande surface (+ de 400 m²) subit le moins de changement, alors que la restauration en petite surface (- de 400 m²) est affectée par une rotation d'activité élevée : 34,6 %.

Une forte concentration géographique des commerces val-de-marnais

- **87 % des commerces actifs sont localisés dans les territoires habités du Val-de-Marne**

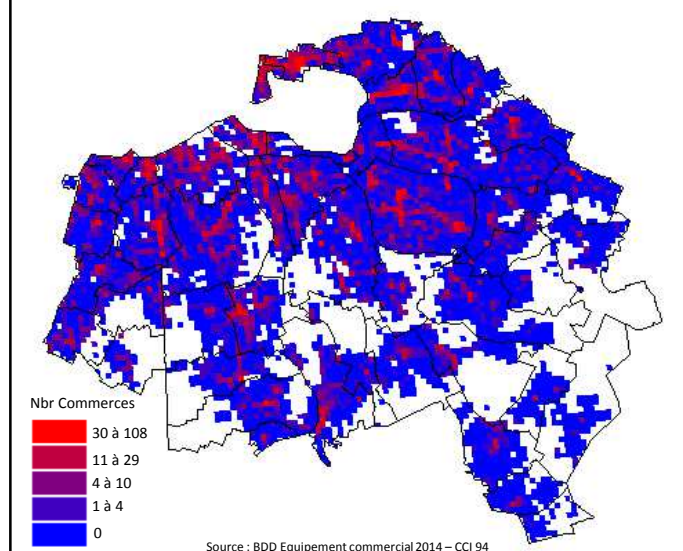
La vie du commerce dépend essentiellement de la présence de consommateurs. Ainsi 87 % des commerces val-de-marnais est localisé dans les territoires les plus denses du département. Les 13 % restant sont essentiellement implantés dans les zones d'aménagement commercial où les chaînes du commerce organisé sont fortement présentes.

- **60 % du territoire habité en Val-de-Marne ne dispose d'aucun équipement commercial**

Les commerces présents dans les territoires habités du Val-de-Marne sont fortement concentrés, au point que 5 % de ces territoires, où réside 10 % de la population val-de-marnaise, accueille à eux seuls plus de la moitié des commerces. A l'inverse, 60 % du territoire, où réside près de la moitié de la population val-de-marnaise, ne dispose d'aucun équipement commercial.

Néanmoins, les habitants des territoires habités non dotés de commerces ne sont pas isolés, car il leur faut parcourir, en moyenne, moins de 1 km pour trouver une offre commerciale.

Les commerces dans le territoire habité du Val-de-Marne



Le Val-de-Marne accueille près de 600 enseignes

- **42 % des surfaces de vente des enseignes concerne l'alimentaire**

Au regard de la surface de vente, les grandes enseignes alimentaires sont les plus importantes : 62 grandes enseignes alimentaires, occupant près de 500 implantations, sont référencées. Avec plus de 200 000 m² de surface de vente sur 390 000 m² de surface de vente en alimentaire, l'enseigne Carrefour domine. Néanmoins, l'offre commerciale de Franprix reste la mieux implantée avec ces 96 établissements en Val-de-Marne sur les 450 établissements de distribution alimentaire.

En termes de Groupe, Rallye, leader de la distribution alimentaire, est le plus présent en Val-de-Marne : il dispose de près de 150 établissements commerciaux répartis sur 9 enseignes distinctes (Casino Supermarchés, Petit Casino, Franprix, Marché Franprix, Leader Price, Monop', Monoprix, Naturalia et Vival).

- **35 % des établissements référencés « enseignes » concerne l'équipement et le soin de la personne**

247 enseignes d'équipement et soin de la personne occupent près de 800 établissements commerciaux. Avec plus de 12 000 m² de surface de vente, l'enseigne H&M est la plus développée des enseignes d'équipement et soin de la personne.

Avec 11 enseignes distinctes (La Halle, La Halle aux Chaussures, La Halle aux Enfants, Minelli, Caroll, Naf Naf, San Marina, André, Besson, Kookaï et Chevignon), le Groupe Vivarte est le plus implanté en Val-de-Marne dans le secteur de l'équipement et du soin de la personne. Il occupe plus de 23 000 m² de surface de vente réparties dans près de 50 établissements commerciaux.

Zoom sur l'offre commerciale qualifiée de proximité

Commerces de proximité	Nombre de commerces					Evolutions					
	2002	2005	2008	2011	2014	2011 - 2014		2002 - 2014			
						Nbre	%	Nbre	%		
Alimentation générale en supérette	485	482	470	414	384	-30	-7,2%	↓	-101	-20,8%	↓
Alimentation générale thématifiée	57	85	106	128	170	42	32,8%	↑	113	198,2%	↑
Traiteur - Epicerie fine	95	68	71	65	76	11	16,9%	↑	-19	-20,0%	↓
Commerces de bouche	931	876	848	794	786	-8	-1,0%	↓	-145	-15,6%	↓
Commerces de détail de fruits et légumes	81	68	71	64	60	-4	-6,3%	↓	-21	-25,9%	↓
Autres commerces de détail spécialisé	141	145	144	156	154	-2	-1,3%	↓	13	9,2%	↑
Librairie - Papeterie	291	284	255	213	192	-21	-9,9%	↓	-99	-34,0%	↓
Pharmacie - Parapharmacie	474	469	457	450	438	-12	-2,7%	↓	-36	-7,6%	↓
Services aux ménages	560	541	521	515	526	11	2,1%	↑	-34	-6,1%	↓
Tabac - Jeux (avec ou sans débit de boissons)	245	227	236	239	241	2	0,8%	↑	-4	-1,6%	↓
Total commerces de proximité	3360	3245	3179	3038	3027	-11	-0,4%	↓	-333	-9,9%	↓

Source : BDD Équipement Commercial 2014 – CCI 94

Composé des postes présentés dans le tableau ci-dessus, le commerce de proximité est entendu ici comme une offre commerciale distribuant des produits de première nécessité et dont la zone de chalandise reste infra communale.

Dans le Val-de-Marne, le nombre de commerces ainsi considérés stagne alors que la population croît : - 0,4 % entre 2002 et 2014; la même tendance est enregistrée entre 2011 et 2014. Ces évolutions globales cachent néanmoins des particularités. L'offre commerciale en Librairie – Papeterie diminue de plus d'un tiers entre 2002 et 2014. Les commerces de bouche sont affectés par une moindre décroissance : - 1 % entre 2011 et 2014. Le département ne compte plus que 13 poissonneries en 2014. A l'inverse, l'offre en alimentation générale thématifiée (commerce bio, ethnique, exotiques) est multipliée par trois entre 2002 et 2014 et se compose de 170 commerces en 2014. Cette tendance s'accompagne d'un regain des épicerie fines entre 2011 et 2014 : + 16,9 %, soit 76 commerces en 2014. Ces trajectoires témoignent essentiellement de la transformation de l'offre commerciale sur le territoire val-de-marnais.

Méthodologie du recensement 2014

▪ Les locaux commerciaux recensés et qualifiés

Le recensement de l'équipement commercial consiste à géo référencer et qualifier l'ensemble des locaux commerciaux visibles depuis la voie publique. Les locaux commerciaux vacants ou en travaux ainsi que les locaux occupés par des activités non commerciales sont également recensés. Tous les locaux commerciaux possèdent un identifiant qui est conservé à chaque recensement. Les informations comme l'enseigne, l'activité, le type de surface de vente et l'appartenance à une polarité commerciale sont mises à jour à chaque campagne.

▪ La nomenclature 2014 des activités commerciales

A l'aide d'une nomenclature qui comprend 157 codes activités nouveaux, la qualification du paysage commercial gagne en cohérence et précision. Les 2 niveaux d'agrégation disponibles (sous-catégorie et catégorie) permettent une lecture rapide. De plus, des nouvelles activités commerciales, telles la vente de cigarettes électroniques et les Drive, y trouvent une place spécifique. Cette nomenclature 2014 a par ailleurs été rétropolée sur les millésimes antérieurs (2002, 2005, 2008 et 2011) pour permettre une analyse de l'évolution.

