

Les périphéries commerciales continuent à se développer au détriment des centres-villes

Chiffres-clefs et cartographie
Cahier « Vaucluse »



Le Partenariat entre la Région et les agences d'urbanisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur

Mis en place en 2015 dans le cadre d'une convention triennale, ce partenariat d'une ampleur inédite en France, permet la mutualisation des capacités d'études et d'observation à l'échelle régionale. Relevant soit de la mise en commun d'expertises, soit de productions de données et d'analyses, ces actions couvrent des thèmes variés et transversaux, comme la mobilité, la planification, le développement durable, l'aménagement ou l'économie. L'objectif de ces travaux est de permettre une meilleure coordination des politiques publiques au niveau régional.

Photographies de couverture : AGAM, J.-L. Zimmerman CC BY-SA 3.0, M. Casamance CC BY-SA 3.0

1 | INTRODUCTION ET PREAMBULES

1.1 | Introduction : une augmentation des surfaces de vente commerciales qui subit assez peu l'effet des textes législatifs malgré leur succession depuis 50 ans...

CHIFFRES CLEFS 2019

6 059
commerces
dans le
département
du Vaucluse

10,9
commerces en
moyenne pour
1 000 habitants

17 446
emplois salariés
privés

3 030
établissements
sans salarié

129
polarités de
commerces
identifiées, qui
concentrent
59 %
des
établissements
commerciaux

Le développement économique et la croissance démographique qui ont fait suite à la seconde guerre mondiale, ajoutés à l'utilisation croissante de la voiture individuelle, ont permis à de nouveaux types de commerces de se développer. Dans le secteur de l'alimentation, ce sont surtout des supermarchés, des hypermarchés et des hard discounts qui se sont déployés, et pour les autres secteurs, ce sont de grandes surfaces spécialisées qui ont vu le jour. A partir des **années 90**, leur **développement** et leur offre différenciée et attractive ont créé un **déséquilibre entre les zones périphériques**, où ils sont implantés, **et les commerces de centre-ville**. Les **tendances récentes** ont également intensifié ce phénomène : **avènement du drive, e-commerce, accès et stationnement au centre-ville difficile**... Les tensions alors subies par les commerces de centre-ville se sont caractérisées par une hausse du taux de vacance des locaux commerciaux. Les situations des centres-villes restent toutefois très variables en fonction de la taille de la ville et de son caractère touristique.

Dans un même temps, de **nouvelles aspirations et des changements dans les modes de consommation voient le jour**. Retour des nouvelles générations en tissu urbain dense, choix d'une consommation plus locale, responsable et plus artisanale, en sont des exemples. Le petit commerce de centre-ville tente de tirer son épingle du jeu, par le développement d'une offre plus diversifiée ou, à l'inverse, très spécifique dans le cas de l'artisanat par exemple, et plus largement par de nouvelles formes de commerces de proximité tels que les concepts stores, boutiques éphémères, boutiques physiques associées à de la vente en ligne...

Sur le **plan réglementaire, depuis les années 1970, de nombreuses dispositions spécifiques** ont été mises en place pour **encadrer la création des surfaces commerciales**. La montée en charge de cet urbanisme commercial « à la française » s'est matérialisée à travers des commissions départementales dont le rôle est d'évaluer les demandes des acteurs économiques, au cas par cas, dans l'objectif de délivrer les autorisations nécessaires à l'obtention du permis de construire. Le cadre législatif a beaucoup évolué ces cinquante dernières années :

1973 – « Loi Royer » : renforcement des Commissions Départementales d'Urbanisme Commercial (CDUC) et obligation de l'autorisation pour les projets de plus 1 000 m².

1993 – « Loi Sapin » : remplacement des CDUC par les Commissions Départementales d'Équipement Commercial (CDEC), publicisation systématique des résultats du vote, renforcement des élus locaux au sein de la commission.

1996 – « Loi Raffarin » : abaissement du seuil de passage en CDEC à un seuil unique de 300 m², procédure d'enquête publique dans le cadre des projets de plus de 6 000 m², expérimentation des Schémas de Développement Commercial (SDC).

2008 – Loi de Modernisation de l'Economie (LME) : transformation des CDEC en Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC), retour du seuil de passage en CDAC à 1 000 m², modification des critères d'évaluation (liés exclusivement à l'aménagement et au développement durable), création du Document d'Aménagement Commercial (DAC) au sein du SCOT, prépondérance des élus locaux dans les décisions.

2014 – Loi pour l'Artisanat, le Commerce et les Très Petites Entreprises (ACTPE) : mise en place d'une procédure unique pour le permis de construire et l'autorisation d'exploitation commerciale, maintien de la prépondérance des élus locaux dans les décisions ; rétablissement d'un Document d'Aménagement Artisanal et Commercial (DAAC) facultatif après la suppression du DAC par la loi ALUR.

2018 – Loi pour l'Évolution du Logement, de l'Aménagement et du Numérique (ELAN) : création de mesures visant à redynamiser et préserver les centres-villes par l'instauration des Opérations de Revitalisations de Territoire (ORT), dispense d'autorisation d'exploitation commerciale en centre-ville (secteurs d'intervention ORT) et possibilité de suspension, au cas par cas, de projets commerciaux périphériques, nouveaux droits juridiques liés à la préemption, modification des critères d'appréciation des projets en lien avec l'impact économique et la situation des centres-villes, renforcement des outils de contrôle en matière d'aménagement commercial, réintroduction du DAAC obligatoire au sein du SCOT, dans le Document d'Orientation et d'Objectifs (DOO), introduction dans les CDAC de trois nouvelles personnalités qualifiées (CCI, CMA, chambre d'agriculture), sans pouvoir délibérant, représentant le tissu économique.

Dans ce contexte (national et régional) marqué par **l'augmentation forte et continue des surfaces de vente commerciales, qui subit assez peu l'effet des textes législatifs qui se sont succédés depuis 50 ans (Coulondre 2020)**, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et les agences d'urbanisme de la région ont souhaité réaliser dès **2018** - phase d'élaboration du SRADDET - un **diagnostic de l'équipement régional en grands commerces** en mobilisant la base de données des commerces de **plus de 300 m²** de surface de vente, la base de données LSA.

Ce premier travail a permis de mesurer le poids du grand commerce en région, sa répartition territoriale et caractériser le niveau d'équipements en grands commerces par EPCI et territoires de SCOT. Un repérage des concentrations de grands commerces en 60 polarités a ainsi pu être réalisé.

En 2019, l'analyse complémentaire qui a été réalisée comporte plusieurs volets :

Un **rapport régional et des cahiers départementaux** brossent un portrait de l'ensemble du commerce de détail dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, toute taille confondue, en se basant sur une **double analyse du commerce** : celle de sa **localisation, notamment sous la forme de polarités**, et celle des **mutations observées à travers les décisions d'Autorisations d'Exploitation Commerciale (AEC)** de grands commerces par les Commissions Départementales d'Autorisation Commerciale (CDAC). Cette étude statistique a été réalisée en s'appuyant sur la base de **données Sirene** (Insee), qui recense tous les établissements - commerciaux et autres - du territoire, et sur la base de **données de la Région de l'ensemble des Autorisations d'Exploitation Commerciale (AEC) soumis aux CDAC entre 2016 et 2019**, et leurs caractéristiques (localisation, surface, type de projet, etc...).

1.2 | Le SRADDET et ses objectifs en matière de commerce

Le SRADDET de la Région Sud à l'horizon 2050 a été approuvé par le préfet le 15 octobre 2019. Il a fait l'objet, dans son processus d'élaboration, d'une démarche de co-construction avec les instances territoriales de dialogue. Le fascicule des Règles s'organise autour des 3 lignes directrices du Schéma et, s'agissant du commerce, il pointe particulièrement les objectifs et les règles suivantes :

- L'objectif de « réinvestir les centres-villes et les centres-bourgs par des stratégies intégrées » repose sur deux règles, qui visent à prioriser l'implantation des commerces et activités en centre-ville et dans les « centralités » du SRADDET, et à limiter leur développement en périphérie. Il s'agit également de limiter la consommation foncière due aux équipements commerciaux.
- L'objectif de « définir et déployer la stratégie régionale d'aménagement économique » vise à privilégier la requalification des ZAE existantes à l'extension ou à la création de nouvelles zones et les opérations exemplaires en matière environnementale, de gestion économe de l'espace et de préservation de l'environnement.
- L'objectif de « Maitrise de l'étalement urbain et promotion des formes urbaines moins consommatrices d'espace » vise à mieux encadrer le développement commercial et à privilégier une localisation présente dans les centralités. Cette régulation est également associée à une déclinaison d'objectifs en matière d'équipement commercial, selon les niveaux d'armature urbaine, et une priorité pour l'intensification urbaine autour des dessertes en TC, gares et Pôles d'Echanges Multimodaux.

Pour en savoir plus, consultez le chapitre « 3.1 | Les objectifs et règles du SRADDET au regard des enjeux du commerce ».

1.3 | Préambule méthodologique : bases Sirene et Acoiss

L'ensemble de cette étude se concentre sur le commerce de détail, au sens de la classification de l'Insee, et sur les 3 secteurs que sont **l'alimentaire, l'équipement de la maison et l'équipement de la personne**, afin de compléter le travail sur le grand commerce de détail (+ 300 m²) réalisé en 2018 et issu du fichier LSA 2017. Cette étude ne prend donc pas en compte les secteurs des services qui sont définis en tant qu'activité commerciale par d'autres organismes, les chambres consulaires notamment : banques et assurances, hygiène et soins, hôtellerie, cafés et restaurants, automobile.

Dans sa première partie, cette étude propose une **lecture quantitative et géographique des établissements commerciaux** dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, à partir de l'exploitation de la base de données Sirene 2019 de l'Insee.

Une nouvelle méthode a par ailleurs été développée pour **définir des polarités de concentration de commerces**, et s'est déroulée en **3 étapes** :

- **Géolocalisation de la base Sirene 2019 et croisement avec le carroyage de l'Insee 2015.**

- **Un seuil de 5 commerces par carreau a été appliqué** : la surface de vente n'étant pas disponible sur le fichier Sirene, ce seuil montre une certaine densité de commerces de détail sur un périmètre restreint, qui est donc plutôt constitué de petits commerces (les grands commerces couvrant une emprise au sol assez importante, on peut considérer qu'à partir de 5 commerces par carreau de 200 m*200 m, l'emprise au sol de chaque commerce est beaucoup plus faible).
- **Regroupement des carreaux avec une jonction**. Ce travail a permis de regrouper 2 573 carreaux de plus de 5 commerces dans 1 049 polarités de 1 carreau minimum.

Toutefois, il est important de noter que cette **méthode comporte plusieurs limites** :

- L'exclusion des commerces localisés à proximité de la polarité identifiée, mais dans un carreau de moins de 5 commerces.
- Certaines polarités ne ressortent pas pour les mêmes raisons (5 commerces espacés sur 2 carreaux, un de 4 et un de 1 commerce, est hors seuil).
- Des erreurs d'adresses peuvent également expliquer des disparités entre réalité et analyse : erreur dans l'adresse, établissement localisé au domicile de la personne de référence...

Mais ce travail de géolocalisation issu du répertoire des entreprises (au déclaratif) constitue une première approche. Pour qu'il soit exhaustif, seul un travail de repérage terrain permettrait de déceler les mauvaises géolocalisations et les rotations (fermeture, ouverture, changement d'activité).

En ce qui concerne l'estimation de l'emploi au sein de ces polarités, elle se base sur des milieux de tranches d'effectifs Sirene. Toutefois, cette méthode est moins précise que l'utilisation des Emplois Salariés Privés (ESP) de l'Acos + 0 salarié Sirene utilisé pour l'analyse des évolutions de l'emploi commercial à l'échelle régionale. En effet, on passe de 58 000 commerces environ et 183 000 emplois pour l'Acos 2017 + Sirene 2019 à 204 000 emplois pour les milieux de tranches Sirene, soit une marge d'erreur de 10 %.

Pour la deuxième partie de cette étude sur les **évolutions du secteur**, les **données emplois salariés privés issues de l'Acos 2007 et 2017, et les fichiers de démographie des entreprises (Répertoire des Entreprises et Etablissements) de l'Insee de 2007 et 2017**, ont été utilisés. Parallèlement, les projets commerciaux soumis à autorisation d'exploitation commerciale en Commissions Départementales d'Aménagement Commercial entre 2016 et juillet 2019 ont été géolocalisés, sur la base des données fournies pour le Conseil Régional. Ainsi, les projets soumis au regard de ceux autorisés, de même que leur localisation au sein ou en dehors des polarités existantes ont pu être analysés.

1.4 | Sources utilisées : Insee, Urssaf, cdac-Région sud

Le dénombrement des commerces a été fait sur la base du fichier Sirene de l'Insee, 2019 qui reprend les informations des entreprises et de leurs établissements contenus dans le répertoire Sirene. Seuls 45 codes naf ont été retenus (cf. liste ci-après). Au sein des établissements qui relèvent de la division 47 « Commerce de détail », à l'exception des automobiles et des motocycles (niveau 2 de la nomenclature NAF), 8 types de commerces (sous-classes – niveau 5 de la nomenclature NAF), qui n'ont pas pignon sur rue

(ventes sur les marchés, à distance, par automate, à domicile, etc...), ont été exclus. En avril 2020, ces différents commerces représentaient plus de 37 000 établissements en région, alors que les établissements qui rentrent dans le champ de cette étude sont au nombre de 58 000.

Les précautions d'usage de ces statistiques concernent :

- La géolocalisation : erreur dans l'adresse, adresse au domicile de la personne de référence et non au local d'activité...
- Les effectifs : seules les tranches d'effectifs sont disponibles, des milieux de tranches ont donc été calculés mais ne correspondent pas au nombre exact de salarié, il s'agit donc d'une première estimation.
- La mise à jour globale de la base de données : une erreur entre établissements actifs et établissements présents dans la base peut s'expliquer par la temporalité entre déclaration de fin d'activité et mise à jour du fichier.

Accoss de l'Urssaf, 2007 à 2017 : Répertoire des emplois salariés privés et de leurs établissements d'affiliation entre 2007 et 2017.

REE de l'Insee, 2007 et 2017 : répertoire des Entreprises et des Etablissements. Il s'agit du système d'information pour la diffusion et l'étude de la démographie des entreprises et des établissements.

Carroyage Insee, 2015 : le carroyage de l'Insee correspond à un pavage du territoire français par des carreaux de 200 m*200 m. 780 000 carreaux de 200 m*200 m constituent le territoire de la région. La variable de référence, conservée du carroyage brut et utilisée dans le cadre de ce travail, est le nombre d'habitants en 2015 par carreau.

Projets soumis en CDAC : base de données du Conseil Régional avec l'ensemble des projets soumis entre 2016 et juillet 2019.

Population : recensement de la population Insee 2015.

Population en période touristique :

Population résidente (Insee 2015)

+ estimation de la population touristique présente à un instant t :

nombre d'hébergements touristiques (Insee 2017)

x capacité d'accueil des hébergements selon la méthode utilisée par la Direction du Tourisme (hôtels : x2 - hébergement de plein air x3 – résidences secondaires : x5).

x taux de remplissage théorique des hébergements en haute saison (90 % pour les hôtels et hébergements de plein air – 60 % pour les résidences secondaires).

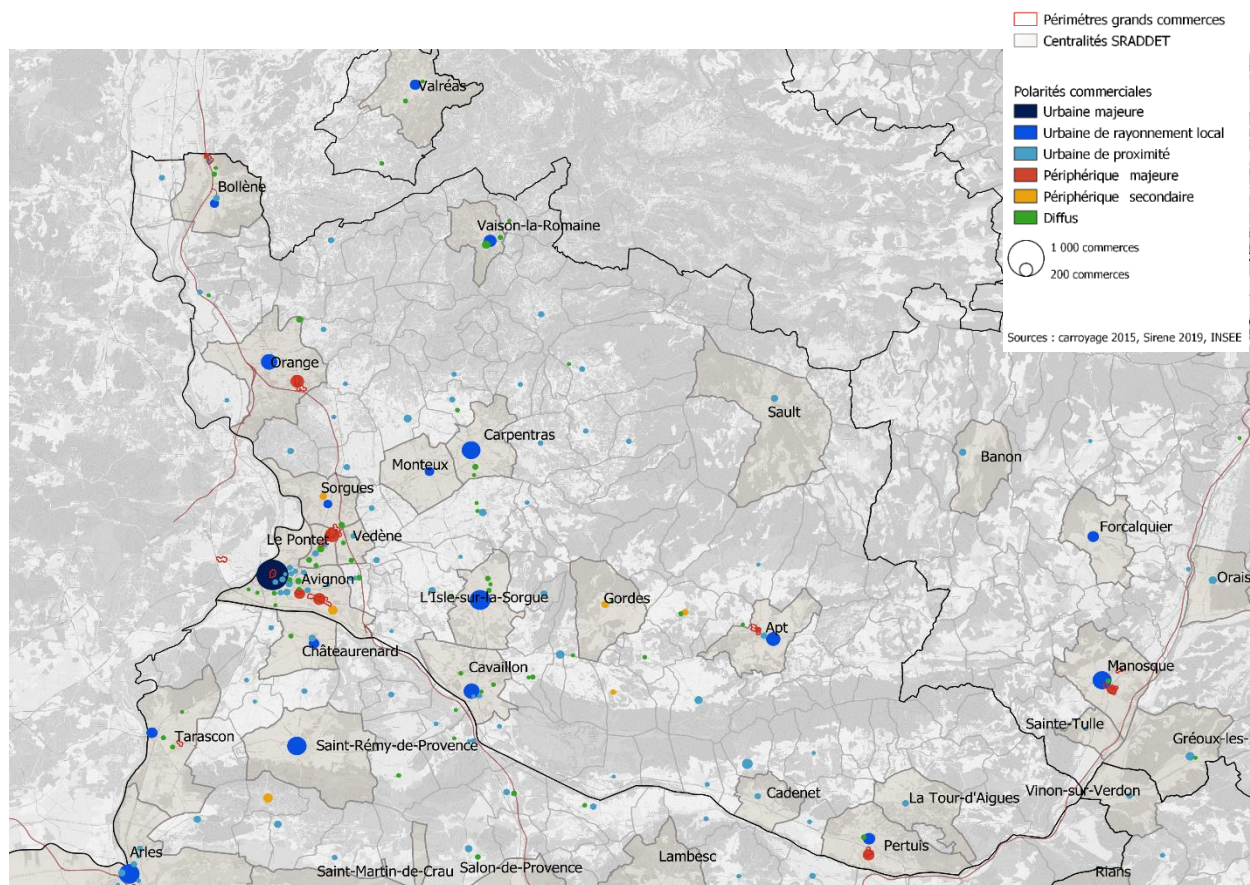
Les 45 codes naf correspondant au champ d'étude

LSA	SOUS SECTEURS	Code NAF	Libellé NAF 732
Alimentaire	Boulangerie-pâtisserie	1071B	Cuisson de produits de boulangerie
Alimentaire	Boulangerie-pâtisserie	1071C	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
Alimentaire	Boulangerie-pâtisserie	1071D	Pâtisserie
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire spécialisé	4711A	Commerce de détail de produits surgelés
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire générale	4711B	Commerce d'alimentation générale
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire générale	4711C	Supérettes
Alimentaire	Supermarchés	4711D	Supermarchés
Alimentaire	Supermarchés	4711E	Magasins multi-commerces
Alimentaire	Hypermarchés et grands magasins	4711F	Hypermarchés
Alimentaire	Hypermarchés et grands magasins	4719A	Grands magasins
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire générale	4719B	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire spécialisé	4721Z	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire spécialisé	4722Z	Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire spécialisé	4723Z	Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé
Alimentaire	Boulangerie-pâtisserie	4724Z	Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire spécialisé	4725Z	Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé
Alimentaire	Commerce de détails alimentaire spécialisé	4729Z	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Matériaux	4730Z	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Loisirs	4741Z	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Loisirs	4742Z	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Loisirs	4743Z	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Intérieur (électroménagers, décoration...)	4751Z	Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Bricolage	4752A	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²)
Equipements de la maison	Bricolage	4752B	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² et plus)
Equipements de la maison	Intérieur (électroménagers, décoration...)	4753Z	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Intérieur (électroménagers, décoration...)	4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Ameublement	4759A	Commerce de détail de meubles
Equipements de la maison	Intérieur (électroménagers, décoration...)	4759B	Commerce de détail d'autres équipements du foyer
Equipements de la maison	Loisirs	4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Loisirs	4762Z	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Loisirs	4763Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Loisirs	4765Z	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Jardinage	476Z	Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé
Equipements de la maison	Matériaux	4778B	Commerces de détail de charbons et combustibles
Equipements de la maison	Intérieur (électroménagers, décoration...)	4778C	Autres commerces de détail spécialisés divers
Equipements de la maison	Intérieur (électroménagers, décoration...)	4779Z	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin
Equipements de la personne	Tabac	4726Z	Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé
Equipements de la personne	Sport	4764Z	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé
Equipements de la personne	Habillement	4771Z	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé
Equipements de la personne	Habillement	4772A	Commerce de détail de la chaussure
Equipements de la personne	Accessoires	4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage
Equipements de la personne	Médical	4774Z	Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé
Equipements de la personne	Accessoires	4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé
Equipements de la personne	Accessoires	4777Z	Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé
Equipements de la personne	Accessoires	4778A	Commerces de détail d'optique

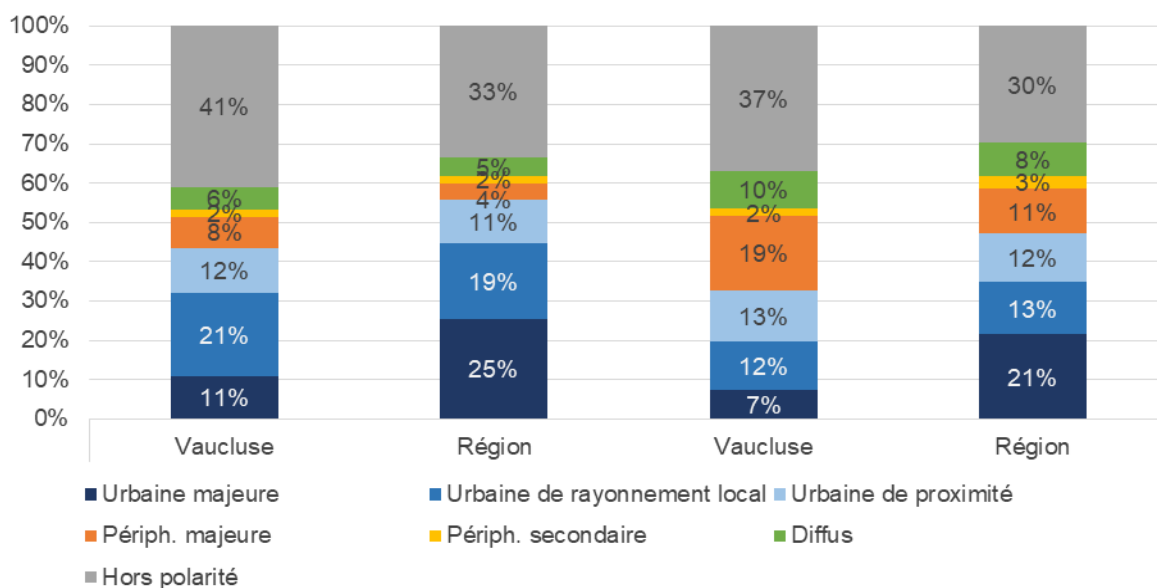
2 | LA CONCENTRATION DE COMMERCE EN POLARITES

Le département de Vaucluse abrite **129 polarités commerciales** qui se répartissent sur le territoire de la façon suivante :

Les polarités commerciales dans le Vaucluse :



Répartition des établissements et des emplois dans le Vaucluse
(Source: Sirene 2019, Insee) :



Ces 129 polarités concentrent près de **3 600 établissements et 14 500 emplois selon les estimations de milieux de tranches Sirene** : soit 63 % de l'emploi et 59 % des établissements recensés dans le secteur commercial. Une large majorité de l'activité commerciale se retrouve donc dans ces polarités, mais dans des proportions moindres qu'au niveau régional, ce qui illustre l'importance des commerces isolés sur le territoire.

Ces polarités commerciales sont de trois types : les polarités urbaines, les polarités périphériques et les polarités implantées dans le tissu diffus.

Par rapport à la moyenne régionale, en Vaucluse, les établissements commerciaux polarisés se répartissent davantage dans les polarités périphériques (16 % contre 9 % en région), même si les polarités urbaines concentrent la majorité de ce type d'établissements (74 % contre 84 % en région). Bien que moins nombreux, les établissements dans les polarités périphériques présentent des surfaces plus importantes, qui renvoient à des zones de chalandise et des chiffres d'affaires plus importants également.

Les 10 principales polarités commerciales dans le Vaucluse en fonction du nombre de commerces :

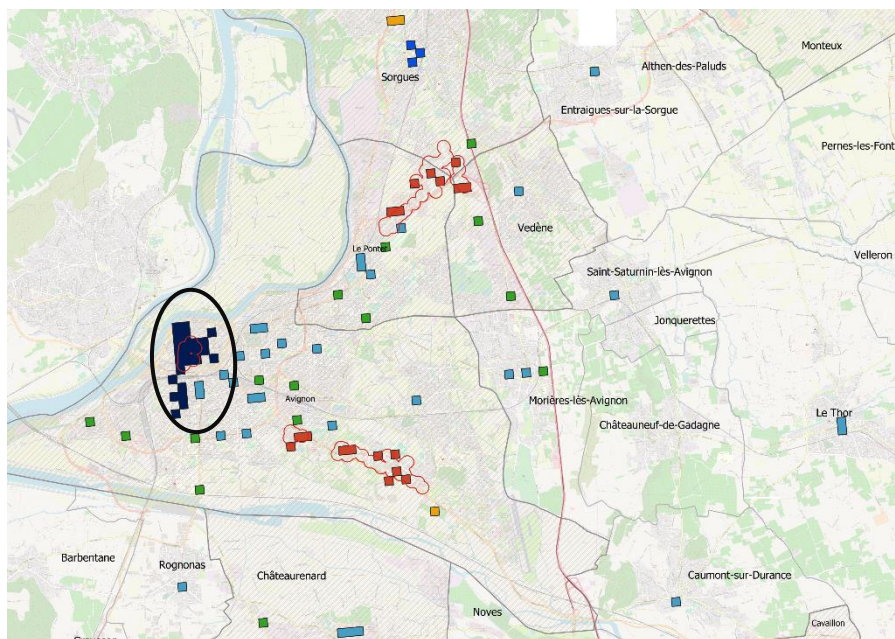
Type de Polarités	Nb com.	Rang région	Dominante	Commune - localisation	EPCI
Urb. majeure	664	7	Equilibré	Avignon centre-ville	CA Grand Avignon
Urb. ray. local	275	17	Maison	L'Isle-sur-la-Sorgue centre-ville	CC Pays des Sorgues Monts de Vaucluse
Urb. ray. local	217	24	Equilibré	Carpentras centre-ville	CA Ventoux-Comtat-Venaissin
Urb. ray. local	160	33	Equilibré	Orange centre-ville	CC Pays Réuni d'Orange
Urb. ray. local	155	34	Equilibré	Cavaillon centre-ville	CA Luberon Monts de Vaucluse
Périph. majeure	127	43	Pers/mais	Le Pontet / Sorgues / Vedène ZC Avignon Nord	CA Grand Avignon
Urb. ray. local	118	48	Equilibré	Apt centre-ville	CC Pays d'Apt-Luberon
Périph. majeure	105	54	Personne	Orange ZC Orange Sud Coudoulet	CC Pays Réuni d'Orange
Urb. ray. local	90	60	Equilibré	Vaison-la-Romaine centre-ville	CC Pays Vaison Ventoux
Périph. Majeure	86	64	Personne	Avignon ZC Avignon Sud	CA Grand Avignon

2.1 | Les polarités urbaines

Parmi les polarités urbaines, on recense :

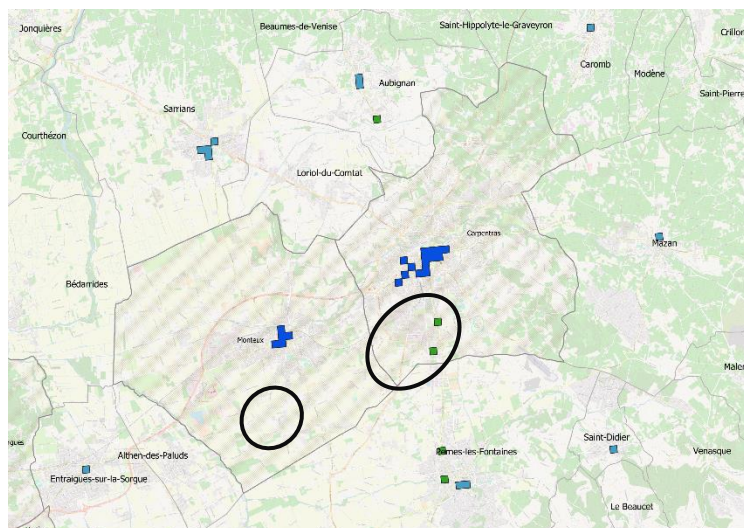
1 polarité urbaine majeure : le centre-ville d'Avignon (1 675 emplois dans le commerce). Elle concentre seulement 7 % des emplois et 11 % des établissements commerciaux (contre respectivement 21% et 25 % à l'échelle régionale : la moyenne régionale étant fortement influencée par les polarités urbaines de Marseille et d'Aix-en-Provence qui concentrent 37 % des emplois commerciaux dans le département des Bouches-du-Rhône).

Près de la moitié (47 %) des commerces implantés dans le centre-ville d'Avignon est orientée vers l'équipement de la personne. Aucune demande d'implantation de grands commerces n'a eu lieu au sein du centre-ville d'Avignon ces dernières années.



*Polarité urbaine
majeure du
centre
d'Avignon*

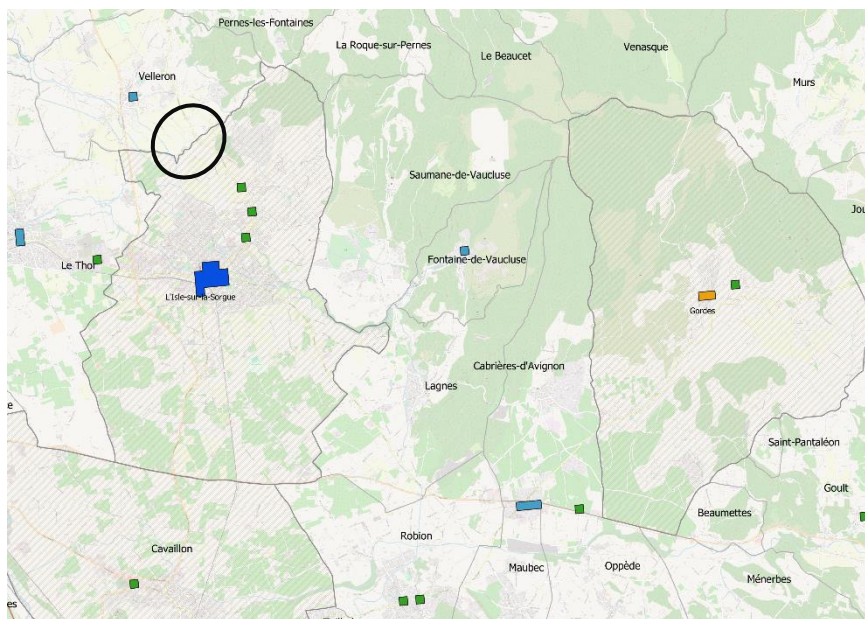
11 polarités de rayonnement local, qui rassemblent plus de 2 800 emplois commerciaux, soit 12% des emplois et 21% des établissements commerciaux du département.



*Polarités urbaines de
rayonnement local des
centres Carpentras et
Montoux*

Ce type de polarité présente un profil sensiblement semblable à celui du centre-ville d'Avignon, avec une dominance, bien que moins marquée (40 % des équipements de la personne, un tiers d'équipements de la maison et 26 % de commerces alimentaires).

Il s'agit des principaux centres-villes du département, avec en tête Carpentras et ses 920 emplois commerciaux. Suivent les polarités de L'Isle-sur-la-Sorgue - avec un profil davantage orienté équipement de la maison - Cavaillon, Orange et Apt qui présentent tous trois un profil équilibré.



*Polarité
urbaine de
rayonnement
local de l'Isle-
sur-la-Sorgue*

Un seul projet autorisé en CDAC, sur la période 2016-2019, s'est implanté dans ce type de polarité, pour une surface de 9 700 m².

60 polarités urbaines de proximité maillent le territoire vaclusien, et concentrent 13 % de l'emploi et 12 % des établissements commerciaux du Vaucluse. Elles présentent un profil davantage alimentaire que le type de polarités précédentes, avec 42 % de commerces alimentaires.

Il s'agit notamment des centres de communes de taille plus modeste que pour les polarités de rayonnement local, ou de centralités de quartier dans les villes-centres du département.

Deux projets de CDAC ont été implantés au sein de ces polarités entre 2016 et 2019.

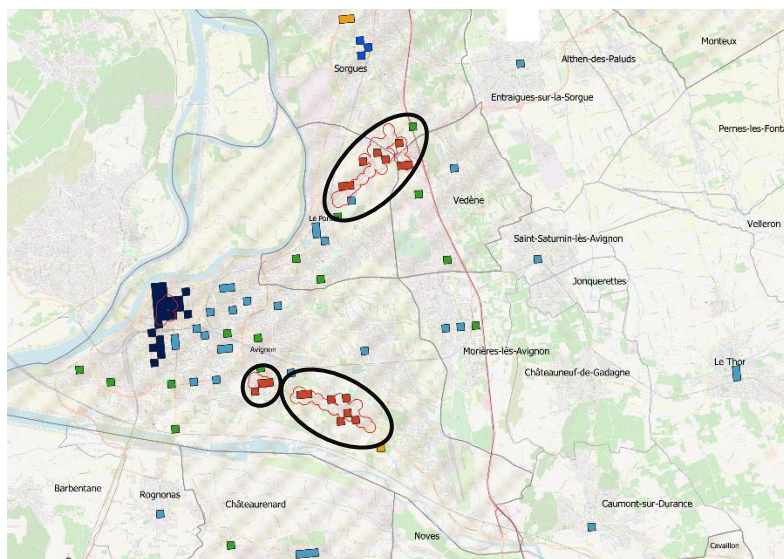
2.2 | Les polarités périphériques

Parmi les polarités périphériques, on recense :

7 polarités commerciales périphériques majeures, qui regroupent 19 % de l'emploi commercial pour seulement 8 % des établissements. Ce type de polarité, qui correspond aux grandes zones commerciales périphériques, accueille prioritairement (53 %) des équipements de la personne, du fait des galeries marchandes présentes dans les hypermarchés. Un tiers des établissements sont dans la catégorie équipements de la maison et 15 % dans l'alimentaire. Toutefois, la surface de vente de ce type de polarité est généralement dominée par l'équipement de la maison et l'emploi par l'alimentaire.

En tête de ce type de polarité on retrouve la zone commerciale d'Avignon Nord.

Ce type de zone fait encore l'objet d'une pression importante puisque 6 projets passés en CDAC (entre 2016 et 2019) ont été implantés au sein de ces zones, soit 27 % des projets et 37 % de la surface autorisée sur la période.



*Les polarités
périphériques
majeures d'Avignon*

5 polarités commerciales périphériques, qui regroupent seulement 2 % de l'emploi et 2 % des établissements commerciaux. Ces polarités ont un profil davantage tourné vers l'équipement de la personne et de la maison, et n'ont fait l'objet d'aucune implantation commerciale (passée en CDAC entre 2016 et 2019).

2.3 | Les polarités en diffus constitué

45 polarités localisées dans le tissu diffus ont été recensées. Elles correspondent à de petites polarités localisées de manière diffuse sur le département, mais représentent toutefois 10 % de l'emploi commercial et 6 % des établissements. Elles présentent un profil équilibré quant aux types de commerces qui les composent.

3 | LES AUTORISATIONS DE GRANDS COMMERCES

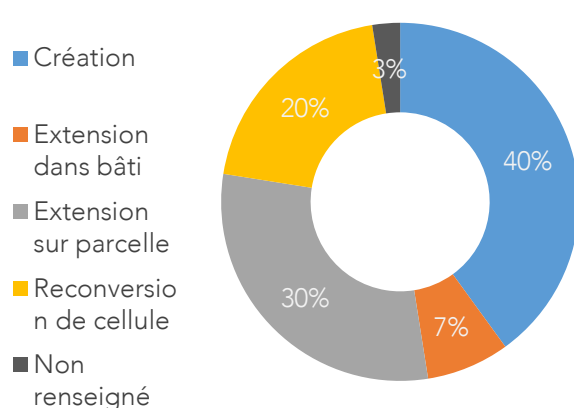
3.1 | Les projets soumis en CDAC

Projets passés en CDAC entre 2016 et 2019 en Vaucluse :

	2016	2017	2018	2019	nr	Total
Nb de projets demandés	8	10	10	9	2	39
Surface (m ²) demandées	21 645	48 991	22 390	11 831	4205	109 062
Surface (m ²) médiane des projets	796	4 378	1 117	1 495	2 103	1 198

En Vaucluse, 39 projets sont passés en CDAC sur la période 2016-2019, pour une surface demandée de près de 110 000 m², soit 17 % des projets et de la surface soumis en région.

Type de projets soumis en Vaucluse entre 2016 et 2019 :



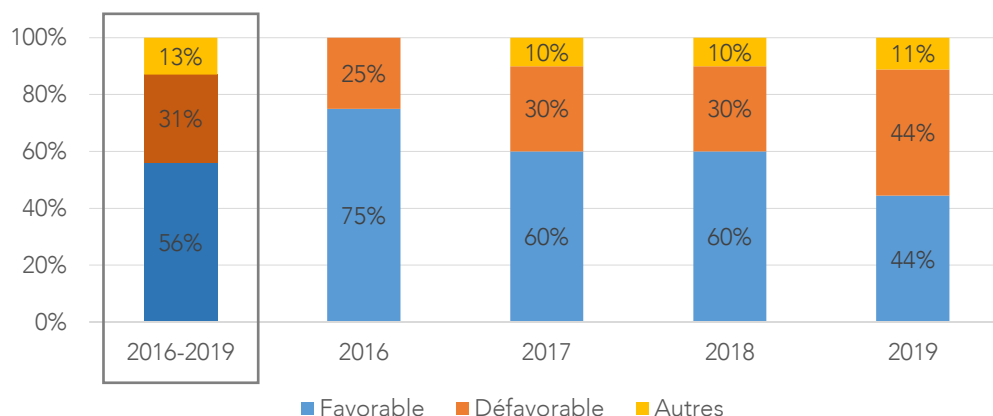
40 % des projets concerne la création de nouvelles surfaces de vente.

Ce type de projet, bien que majoritaire, est sousreprésenté par rapport à la moyenne régionale (56 %).

L'extension sur parcelle concerne 30 % des projets (contre 21 % en région). La reconversion de cellules est deux fois plus représentée en Vaucluse que sur

l'ensemble de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ; elle correspond essentiellement à des cellules au sein de centres commerciaux dans le cadre d'extension d'une enseigne déjà existante ou de restructuration d'un local vacant.

Projets soumis en Vaucluse entre 2016 et 2019 – Avis de la CDAC ou CNAC :



Globalement, au sein du département de Vaucluse, 56 % des projets passés en CDAC sur la période 2016-2019 ont reçu un avis favorable en CDAC ou en CNAC, soit 22 projets. Ce taux est bien inférieur au taux moyen observé en région, où ce sont 73 % des projets qui ont reçu un avis favorable.

Ce taux moyen est le résultat de dynamiques différentes selon les années. En effet, depuis 2016 la proportion d'avis favorables suit une tendance à la baisse, passant de 75 % en 2016 contre seulement 44 % en 2019. En Vaucluse, l'augmentation des avis défavorables depuis 2017 intervient parallèlement à la signature, en novembre 2017, d'une charte d'urbanisme commercial à travers laquelle les élus du SCoT du Bassin de Vie d'Avignon se sont engagés autour de cinq principes :

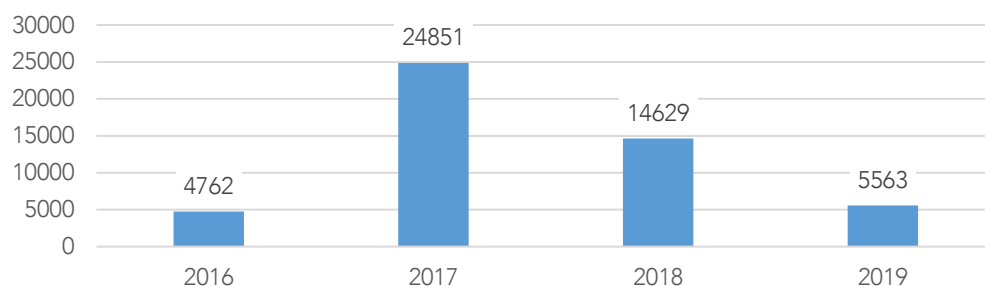
- Maîtriser l'implantation commerciale en cohérence avec l'armature urbaine et en faveur des centralités urbaines.
- Ne plus autoriser de création de nouvelles zones commerciales.
- Ne plus autoriser d'extension urbaine des zones commerciales existantes.
- Diviser par trois la création de surface de vente à l'intérieur des zones commerciales.
- Exiger une forte qualité environnementale et architecturale pour les implantations commerciales.

3.2 | Les projets autorisés en CDAC (ou CNAC)

Projets autorisés en CDAC ou CNAC, entre 2016 et 2019 en Vaucluse :

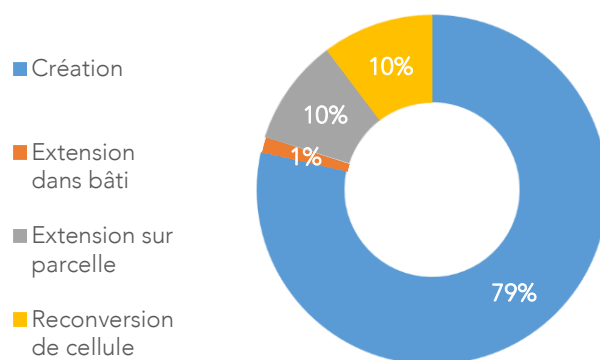
	2016	2017	2018	2019	nr	Total
Nb de projets autorisés	6	6	6	4	-	22
Surface (m²) autorisée	4 762	24 851	14 629	5 563	-	49 805
Médiane de la surface autorisée (m²)	578	1 463	857	1 495	-	1 007

Surface de vente (en m²) autorisée en Vaucluse entre 2016 et 2019 :



Entre 2016 et 2019, près de 50 000 m² (49 805 m²) de surface de vente ont été autorisés, dont la moitié sur la seule année 2017. Un projet en particulier explique ce pic : la démolition et la reconstruction d'un Intermarché (avec drive) et d'un Bricomarché sur la commune d'Orange (quartier La Violette) pour une surface de 15 912 m².

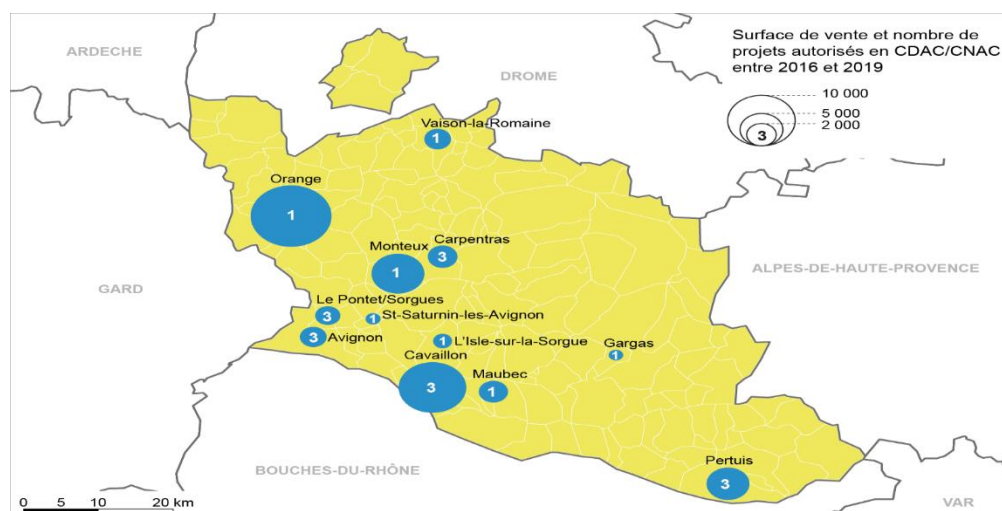
Surface de vente autorisée en Vaucluse entre 2016 et 2019 par type de projet :



Près de 80 % de la surface de vente autorisée sur la période - 2016-2019 - concerne la création de nouvelles surfaces de vente (contre 74 % en région). La reconversion de cellule et l'extension sur parcelle représente respectivement 10 % des surfaces autorisées.

Globalement, 48% de la surface autorisée, concernant 3 projets, engendre de la consommation foncière (contre 46% à l'échelle de la Région)

3.3 | Localisation des projets autorisés en CDAC (ou CNAC)



Globalement, la majorité de la surface de vente autorisée en CDAC/CNAC, entre 2016 et 2019, est concentrée dans l'aire urbaine d'Avignon. Les communes d'Orange et Cavaillon présentent les plus grandes surfaces autorisées entre 2016 et 2019, avec respectivement près de 16 000 m² et 11 000 m² autorisés. Cavaillon et Carpentras sont les deux communes vauclusiennes qui ont été retenues à l'appel à projet cœur de ville. L'impact de ce dispositif de revitalisation des centres-villes, encore récent, sur les surfaces commerciales autorisées ne peut encore être apprécié à travers l'analyse des CDAC.

L'essentiel de la surface autorisée en CDAC/CNAC se situe en dehors des polarités urbaines et périphériques de niveau régional (identifiées dans le cadre du partenariat Région/agences d'urbanisme) du département. Toutefois, on notera 6 projets (sur 22 au total) implantés en grande polarité périphérique, soit 11 % de la surface autorisée en Vaucluse entre 2016 et 2019.

3.4 | Mise en perspective

Surface de vente soumise et autorisée entre 2016 et 2019 en fonction de la population résidente et de la surface existante en commerce de plus de 300 m² de surface de vente (LSA 2017) :

	Surface soumise en CDAC		Surface ayant reçu un avis favorable	
	Vaucluse	Région	Vaucluse	Région
m ² pour 1 000 habitants	195	126	89	67
Part dans la surface de vente existante (+1 000 m ² , LSA 2017)	20 %	19 %	9 %	10 %

	Vaucluse	Région
Evolution annuelle moyenne de la population 2011-2016	+ 0,4 %	+ 0,4 %

Entre 2016 et 2019, 195 m² de nouvelle surface commerciale ont été soumis en CDAC pour 1 000 habitants ; le Vaucluse se positionne ainsi au-dessus de la moyenne régionale avec un écart de 70 m² pour 1 000 habitants. Avec 89 m² de nouvelle surface de vente implantée (entre 2016 et 2019) pour 1 000 habitants, le Vaucluse creuse l'écart avec les autres départements de Provence-Alpes-Côte d'Azur et se positionne comme le département le plus consommateur au vu de sa population résidente.

Par rapport à la surface de vente existante en commerce de plus de 1 000 m², le Vaucluse est proche de la moyenne régionale, avec une surface demandée qui en représente 20 %, et une surface ayant reçu un avis favorable qui en représente 9 %.