

Partenariat Région Provence-Alpes-Côte d'Azur – Agences d'urbanisme

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

Chiffres-clefs et cartographie
Cahier « Hautes-Alpes »



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 dynamique de croissance des surfaces de vente commerciales qui subit assez peu l'effet des textes législatifs malgré leur succession depuis 50 ans...

CHIFFRES CLEFS 2019

1 769
commerces
dans le
département
des Hautes-
Alpes

12,5
commerces en
moyenne pour
1 000 habitants

4 546
emplois salariés
privés

847
établissements
sans salarié

52
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'Evolution 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'Autorisation d'Exploitation Commerciale (AEC)** de grands commerces par les Commissions Départementales d'Autorisation Commercial (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 « maîtrise 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'Acoss + 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'Acoss 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'Acoss 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, et 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 contenues 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 concernant :

- 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).

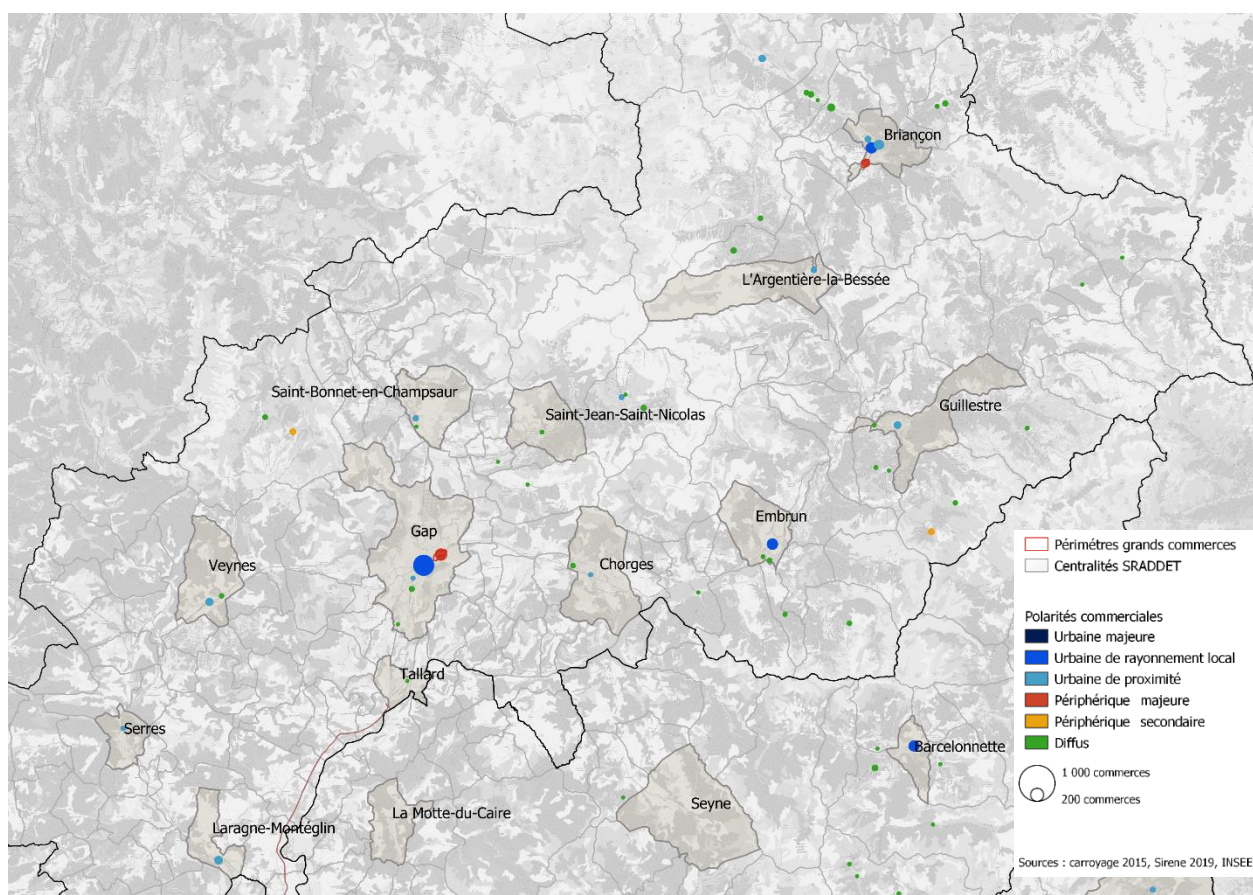
Les 45 codes naf correspondant au champ d'étude

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	4776Z	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

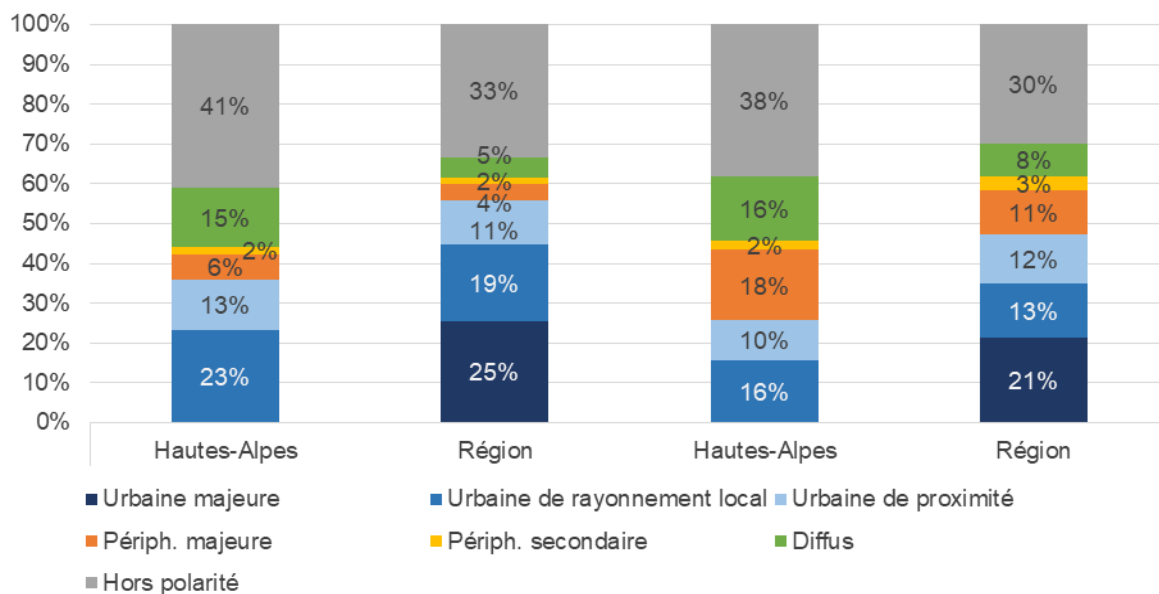
2 | LA CONCENTRATION DE COMMERCE EN POLARITÉS

Dans les Hautes-Alpes, les **52 polarités commerciales** identifiées regroupent **environ 60 %** des établissements et des emplois commerciaux du département.

Les polarités commerciales dans les Hautes-Alpes :



Répartition des emplois et des établissements dans les Hautes-Alpes
(source : Sirene 2019, Insee) :



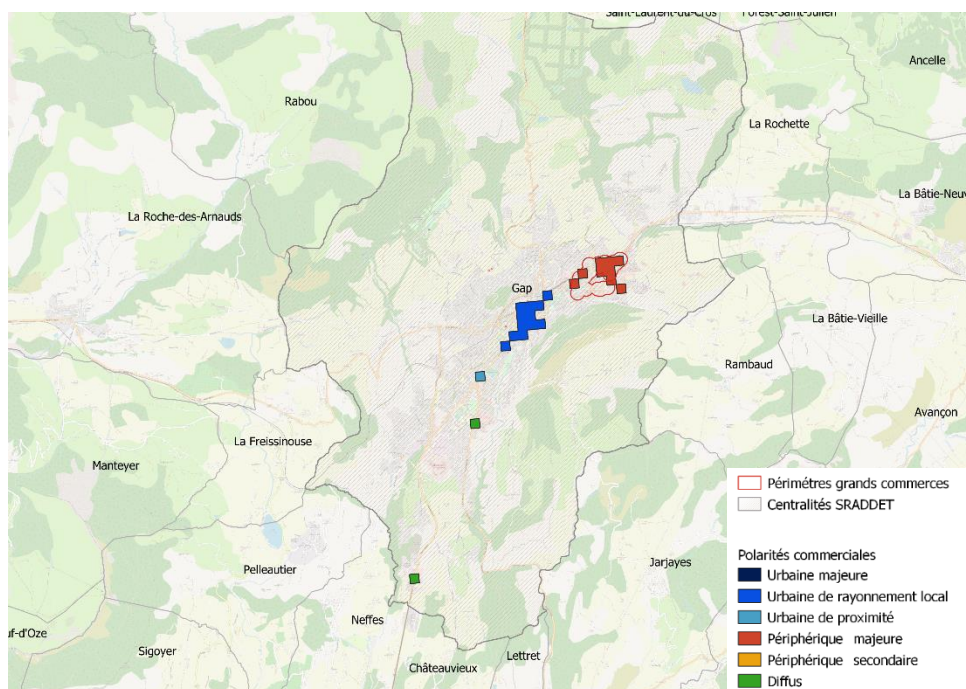
L'offre commerciale se structure autour de trois types d'espaces : les trois principales centralités du département que sont Gap, Briançon et Embrun, les deux zones commerciales de Briançon et de Gap et les zones d'activités plus traditionnelles, qui se développent elles aussi via le commerce.

Ces espaces représentent environ la moitié des établissements et des emplois commerciaux du département, soit la quasi-totalité de ce que l'on trouve concentré dans les polarités.

Les 10 principales polarités commerciales dans les Hautes-Alpes
en fonction du nombre de commerces :

Type de polarités	Nb com	Rang région	Dominante	Commune	EPCI
Urb. ray. local	276	16	Personne	Gap Centre-Ville	CA Gap-Tallard-Durance
Périph. majeure	81	68	Equilibré	Gap Zone de Tokoro	CA Gap-Tallard-Durance
Urb. ray. local	67	82	Equilibré	Briançon Centre-ville	CC Briançonnais
Urb. ray. local	66	85	Equilibré	Embrun Centre-ville	CC Serre-Ponçon
Urb. proximité	50	118	Maison	Briançon Centre commercial La grande boucle	CC Briançonnais
Urb. proximité	32	166	Equilibré	Laragne-Montéglin Centre-ville	CC Sisteronais-Buëch
Périph. majeure	31	168	Pers/mais	Briançon Zone commerciale Sud	CC Briançonnais
Urb. proximité	27	201	Equilibré	Veynes Centre-ville	CC Buëch-Dévoluy
Diffus/autres	25	219	Equilibré	Saint-Chaffrey « Chantemerle »	CC Briançonnais
Urb. proximité	23	240	Equilibré	Guillestre Centre-ville	CC Guillestrois-Queyras

Dans les centres de Gap, Briançon et Embrun, la dominante est caractéristique d'une offre urbaine avec plus de la moitié des établissements dans l'équipement de la personne. Les grandes zones commerciales de Gap et Briançon sont quant à elles plutôt tournées vers l'équipement de la maison.



Les polarités de Gap

Les polarités de proximité proposent prioritairement, avec les espaces diffus ou de quartier, une offre alimentaire. Ils irriguent le territoire et satisfont ainsi les besoins de base des habitants qui, pour leurs achats moins réguliers, dépendent très largement de l'appareil commercial structurant des trois principaux pôles urbains du département.

On note également la présence de nombreux petits pôles commerciaux dans les communes touristiques abritant des stations de sports d'hiver.

3 | LES AUTORISATIONS DE GRANDS COMMERCES

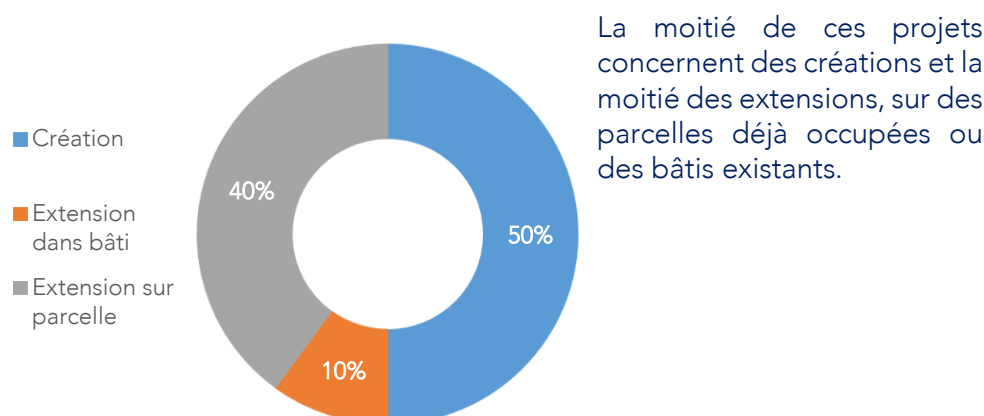
3.1 | Les projets soumis en CDAC

Projets passés en CDAC entre 2016 et 2019 dans les Hautes-Alpes :

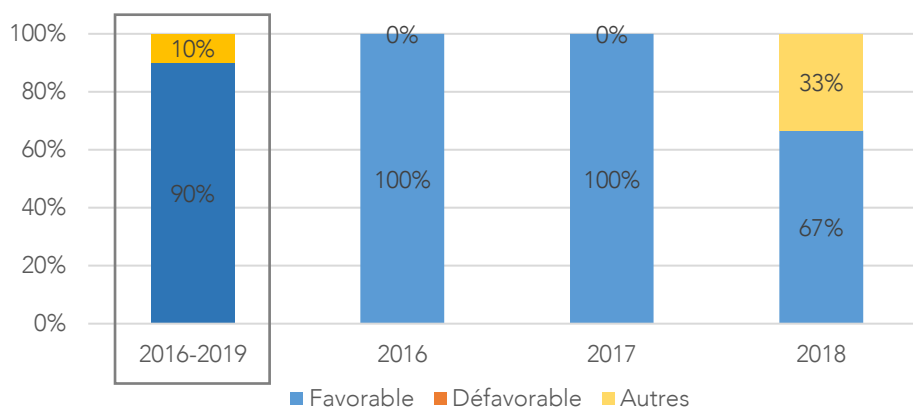
	2016	2017	2018	2019	Total
Nb de projets demandés	5	2	3	0	10
Surface (m ²) demandées	4 478	2 873	2 529	0	9 880
Surface (m ²) médiane des projets	673	1 437	421	-	681

Dans les Hautes-Alpes, 10 projets ont été soumis à l'avis de la CDAC entre 2016 et 2019, pour une surface globale de près de 10 000 m². Cela ne représente que 1,5 % des demandes recensées dans la région au cours de cette période.

Type de projets soumis dans les Hautes-Alpes entre 2016 et 2019 :



Projets soumis dans les Hautes-Alpes entre 2016 et 2019
Avis des CDAC ou CNAC :



Sur les 10 projets soumis à CDAC, 8 ont recueilli un avis favorable dès la CDAC, un des projets a été retiré par le pétitionnaire, et un projet a reçu un avis défavorable en CDAC, puis favorable en CNAC suite au recours du pétitionnaire.

3.2 | Les projets autorisés en CDAC (ou CNAC)

Projets autorisés en CDAC ou CNAC, entre 2016 et 2019
dans les Hautes-Alpes :

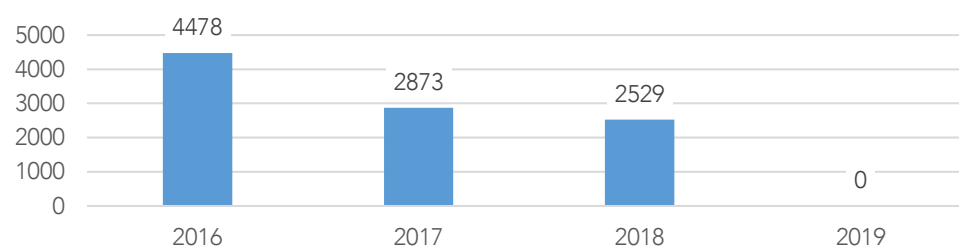
	2016	2017	2018	2019	Total
Nb de projets autorisés	5	2	2	0	9
Surface (m ²) autorisée	4 478	2 873	2 108	0	9 459
Médiane de la surface autorisée (m ²)	673	1 437	1 054	-	689

Sur les 9 projets autorisés, 4 constituent des extensions et portent sur de petites surfaces, entre 160 et 650 m². Il s'agit d'extensions limitées de moyennes surfaces alimentaires, en zone d'activité mixte (commerce et activités productives) pour la commune de Briançon, ou en entrée de ville, dans des secteurs bien raccordés au centre-ville comme Chorges.

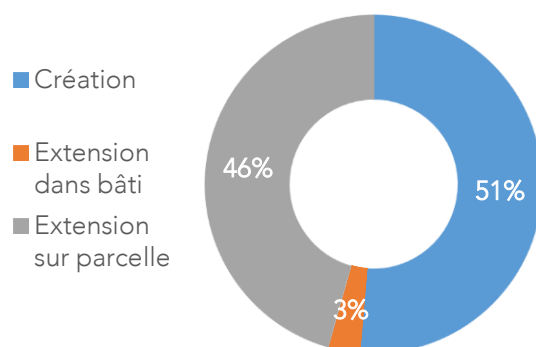
Les projets de plus grande envergure (entre 1 300 et 2 000 m²) se situent à Gap, Tallard, Embrun Baratier. A Gap, ils sont dans la zone commerciale, avec l'extension d'une moyenne surface commerciale et une offre nouvelle en galerie marchande (sport). Le projet accordé à Tallard est d'importance (près de 2 000 m²), et situé dans une zone jusque-là quasiment fermée au commerce (Aérodrome).

Pour Embrun et Baratier, les projets sont situés en zone d'activité, à l'entrée de la ville (sport et alimentaire).

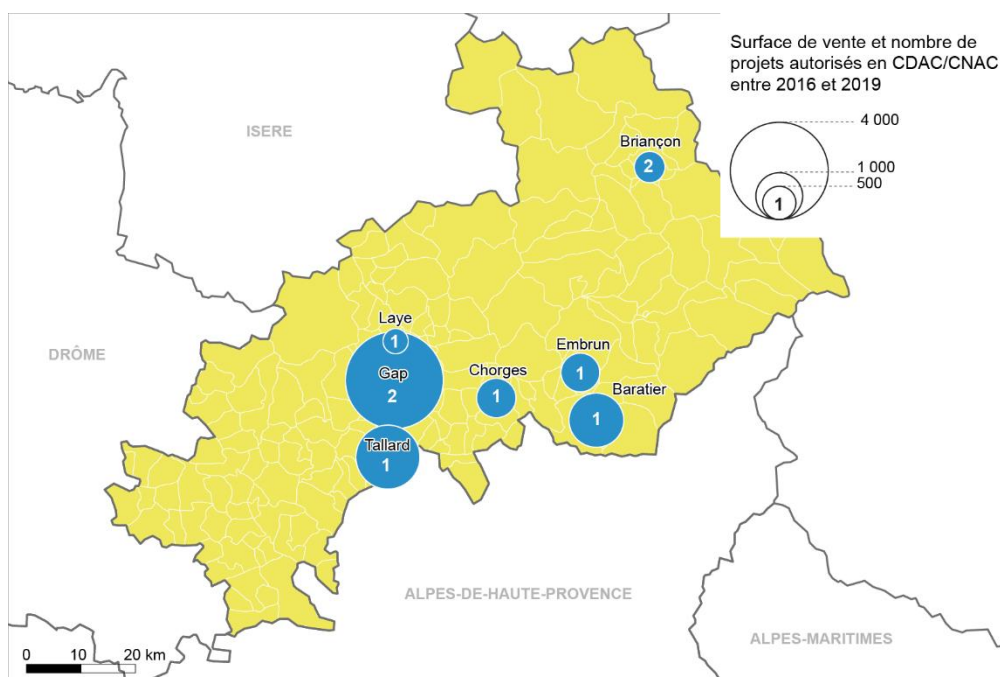
Surface de vente (en m²) autorisée dans les Hautes-Alpes entre 2016 et 2019 :



Surface de vente autorisée dans les Hautes-Alpes entre 2016 et 2019,
par type de projet :



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



Aucun projet d'envergure, soumis à autorisation en CDAC ne s'est implanté récemment dans les centres villes.

Les 9 projets ayant reçu un avis favorable sont en périphérie. Deux concernent la zone commerciale de Briançon et renforcent son offre en alimentaire et équipement de la personne, deux sont dans la zone commerciale de Gap et il s'agit de moyennes surfaces alimentaires.

Les cinq autres projets sont hors des centres ou des zones dédiées exclusivement au commerce.

Deux se situent dans la zone d'activité d'Embrun, située en entrée de ville, avec l'implantation de moyennes surfaces dans l'alimentaire et l'équipement de la personne (sport).

Ce développement du grand commerce dans les zones d'activités traditionnelles est une tendance qui se renforce, mais génère des effets négatifs.

Elle contrarie la possibilité des entreprises de la sphère productive à se développer ou se déplacer, en mobilisant le foncier disponible dans ces espaces ; elle peut être génératrice de conflits d'usage (entre commerce et industrie par exemple), et participe à la fragilisation de l'appareil commercial de centre-ville.

Les trois autres projets autorisés (Intermarché et Bricomarché) se situent sur les axes routiers, dans le Champsaur, à proximité de l'aérodrome de Tallard et à l'entrée de ville de Chorges.

Là encore, ces implantations posent question à plus d'un titre. Elles amplifient les phénomènes d'éclatement de l'offre, fondent leur attractivité sur la captation des flux routiers et concurrencent l'appareil commercial de centre-ville.

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	
	05	Région	05	Région
m ² pour 1 000 habitants	70	126	67	67
Part dans la surface de vente existante (+1 000 m ² , LSA 2017)	6 %	19 %	6 %	10 %

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

De 2016 à 2019, le nombre de projets dans les Hautes Alpes a été assez limité, le rythme d'évolution reste en deçà de ce qui est constaté au niveau régional. Les surfaces autorisées représentent seulement 6 % de la surface de vente de grands commerces relevés par LSA en 2017 (+ de 1 000 m²), soit beaucoup moins que la moyenne régionale. Les surfaces ayant reçu un avis favorable sont également en proportion plus faibles.

Pour autant, aucun projet n'est venu renforcer l'offre de centre-ville, les surfaces créées ou étendues l'on toutes été soit dans des zones commerciales, soit dans des zones d'activités traditionnelles, soit en entrée de ville. Le développement de zones commerciales à Gap et Briançon est antérieur à la période étudiée ; les projets nouveaux sont venus renforcer une offre déjà massive en périphérie au risque de fragiliser un peu plus l'appareil commercial de centre-ville.