

Syndicat Mixte de la Vallée de la Drôme-Aval

Elaboration du volet commerce du SCoT & DAAC

Phase de concertation

Scenarii de structuration de l'offre commerciale dans la Vallée de la Drôme





S'adapter à une nouvelle sociologie











ntégrer les 4 fonctions d'une centralité

Quatre fonctions stratégiques à intégrer comme pivot de la vision stratégique d'un centre-ville. 4 fonctions fondamentales qui agissent comme des facteurs de commercialité.



Débloquer des marchés bloqués









Cinq marqueurs de la transformation





Données de cadrage



Indicateurs sociodémographiques

+5,2%

Le territoire connaît une croissance démographique relativement importante +5,2% depuis 2011 soit 1,1 point de plus que la moyenne départementale. Les deux EPCI bénéficient de cette croissance mais la dynamique est sensiblement plus marquée sur la CC du Val de Drôme (notamment en nombre de ménages).

/ 27,2% 27,2% des habitants ont plus de 60 ans sur le territoire du SCoT, une part comparable au niveau départementale. L'enjeu du vieillissement est cependant nettement marqué sur la CC du Crestois et Pays de Saillans avec plus de 30% de plus de 60 ans. Ce territoire se caractérise également par une très forte représentation des ménages unipersonnels (38,5%).

17 981 €

Les revenus médians sont également plus faibles sur la CC du Crestois et Pays de Saillans alors qu'ils se situent dans la moyenne départementale sur la CC du Val de Drôme.

80

Avec seulement 8 emplois pour 10 actifs résidents, le territoire présente un profil davantage résidentiel (notamment sur la CC du Val de Drôme) et est fortement marqué par les navettes domicile travail.

	CC du Crestois et du Pays de Saillans Cœur de Drôme		CC du Val de Drôme		SCoT Vallée de Drôme-Aval		Département Drôme	
Population 2016 (Insee 2019)	15 134		30 844		45 978		508 006	
Population 2011	14 414		29 292		43 706		487 993	
Evolution 2011-2016	5,0%		5,3%		5,2%		4,1%	
	2011	2016	2011	2016	2011	2016	2011	2016
% personnes plus de 60 ans	28,9%	30,6%	23,8%	25,5%	25,5%	27,2%	25,2%	27,3%
% personnes <15 ans	18,1%	17,5%	19,7%	19,8%	19,2%	19,0%	18,9%	18,7%
Médiane des revenus par UC 2015	17 981 €		19 869 €		19 240 €		19 347 €	
Nb ménages 2016 (Evolution des	6 991		12 854		19 845		223 848	
ménages 11-16)	6,8%		7,4%		7,1%		6,1%	
% ménages personne seule 2016	37,0%	38,5%	26,4%	27,8%	30,1%	31,6%	32,9%	34,5%
% ménages familles avec enfant(s) (parmi nb ménages) 2016	32,5%	31,9%	39,8%	39,5%	37,2%	36,8%	36,3%	35,3%
% ménages emménagés <5 ans 2016	34,2%		30,1%		31,6%		33,1%	
Nb emplois 2016 (et évolution depuis	6 061		8 910		14 972		209 594	
2011)	4,5%		6,6%		5,8%		1,9%	
Indicateur de concentration d'emplois (nb emplois/actifs occupés)	107,9	105,5	68,2	69,4	80,3	80,5	105,6	105,2
Taux de vacance en logements (et	8,5%		8,0%		8,2%		8,9%	
évolution depuis 2011)	-3,	3%	48,	4%	23,	7%	20,	4%



Le marché touristique

38,6 M€ L'analyse théorique de l'influence touristique s'appuie sur deux principales informations :

- Le nombre de lits touristiques en hébergements marchands, estimé à 7 681 lits soit 12,9% de la capacité d'accueil du département.
- Le nombre de résidences secondaires : 2 234 soit 9,2% des logements du territoire.

Ces données sont converties en dépenses commercialisables et comparées à la population permanente.

En moyenne, l'activité touristique en hébergement et en résidence secondaire est estimée à un chiffre d'affaires de 38,6 M€ pour les commerces et les services du territoire du SCoT.

8,3%

Cet apport est significatif, il représente plus de 8% de l'activité totale et atteint près de 30% sur le territoire du Pays de Saillans et près de 25% sur le territoire du Haut Roubion. A noter que ce poids ne tient pas compte de la clientèle de passage qui ne séjourne pas sur le territoire du SCoT.

4 147

Le marché touristique correspond à une activité générée par environ **4 147 habitants supplémentaires** à l'année sur le territoire du SCoT.

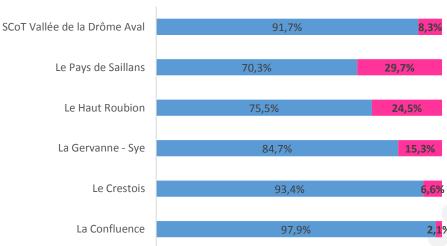
MARCHÉ POTENTIEL SUR LE TERRITOIRE DU SCOT

	Marché touristique		
Alimentaire	12 449 977 €		
Équipement de la personne	1 809 762 €		
Équipement de la maison	3 596 640 €		
Culture-loisirs	2 678 691 €		
Autres	18 129 257 €		
Total	38 664 327 €		

POIDS DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE DU SCOT

■ Chiffre d'affaires clientèle permanente du territoire

■ Chiffre d'affaires touristique résidentiel





Partie 2

Les indicateurs d'évolution du commerce

La spatialisation de l'offre commerciale

28%

Le SCoT de la Vallée de la Drôme-Aval regroupe 673 commerces et services de moins de 300 m² de surface de vente. Avec 28% des établissements, la filière CHR* est fortement représentée témoignant de l'influence touristique. L'offre alimentaire traditionnelle est relativement bien représentée sur le territoire avec 14% des établissements. La filière services dispose d'un poids cohérent avec les moyennes généralement observées.

31%

Avec 207 commerces recensés, la ville de Crest regroupe 31% de l'offre commerciale du territoire et apparaît comme le premier pôle commercial du territoire devant Livron-sur-Drôme (19%) et Loriol-sur-Drôme (15%). Ces trois communes concentrent les deux tiers de l'offre du territoire. Les autres pôles sont d'importance beaucoup plus modeste. Seules Aouste-sur-Sye et Saillans regroupent une trentaine de commerces. Les autres communes en comptent moins de 20.

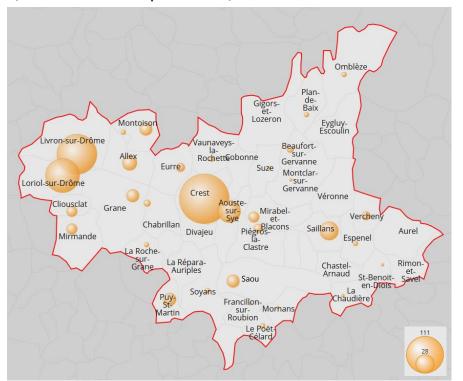
17%

Le **taux de diversité**** moyen sur l'ensemble du territoire du SCoT s'élève à 17%. Un taux situé dans les moyennes basses ce qui s'explique par le rôle de proximité de la majorité des communes.

26%

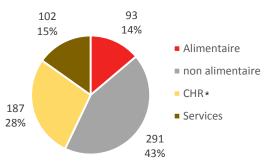
Le taux de diversité atteint 26% pour la ville de Crest témoignant du rayonnement de la commune sur un territoire élargi. Les taux de diversité de Livron-sur-Drôme (19%) et Loriol-sur-Drôme (18%) apparaissent nettement inférieur reflétant un moindre rayonnement de ces pôles.

LOCALISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE (nombre de commerces par commune)



Source: Fichier CC

REPARTION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE PAR GRANDS SECTEURS



^{*}CHR: Cafés, hôtels, restaurants,

^{**}Le taux de diversité commerciale est la part de l'offre en équipement de la maison et de la personne sur l'ensemble de l'offre commerciale hors garages et services



Répartition de l'offre commerciale traditionnelle en centralité

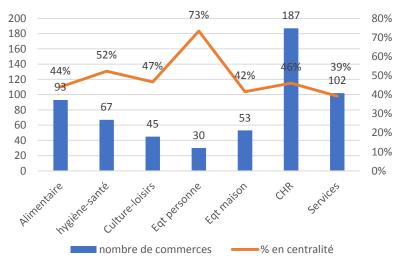
40%

En moyenne seulement 40% des commerces sont situés dans les centralités du territoire. Un ratio très inférieur à la moyenne idéalement située aux alentours de 50-60%. Cet indicateur montre la fragilisation commerciale des centres-bourgs et centres-villes du territoire. Seules les communes de Saillans, Mirmande et Crest conservent une majorité de leur offre commerciale en centralité (66%, 56% et 51%).

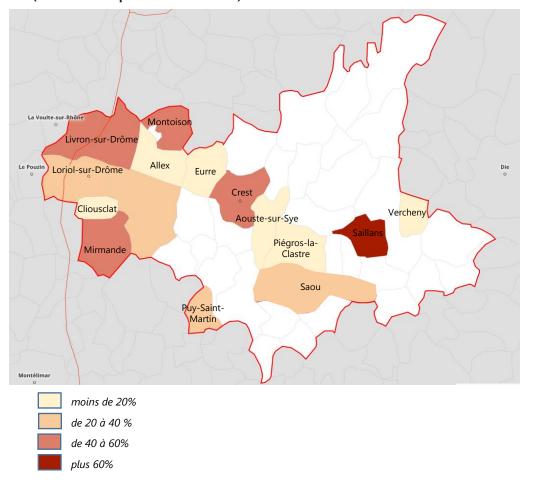
47%

47% des commerces traditionnels de proximité sont implantés en centralité (CHR, Hygiène-Santé-Beauté et Alimentaire). C'est la filière équipement de la personne qui reste la plus présente en centralité (73%) devant l'offre en hygiène-santé (52%).

PART DE L'OFFRE COMMERCIALE EN CENTRALITÉ PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



PART DES COMMERCES IMPLANTES EN CENTRALITE (communes de plus de 5 commerces)





L'offre commerciale de proximité alimentaire

60,4%

Seules cinq communes disposent d'un tissu commercial de base complet représentant 60,4% de la population soit une part plutôt modeste et avec un fort contraste entre les deux intercommunalités : 80% sur la CC du Crestois et Pays de Saillans Cœur de Drôme mais seulement 51% sur la CC Val de Drôme.

25,6%

Onze autres communes représentant 25,6% de la population disposent d'un ou deux commerces alimentaires (soit un tissu de base incomplet). Au total, ce sont donc 86% de la population qui disposent d'au moins un commerce alimentaire sur leur commune.

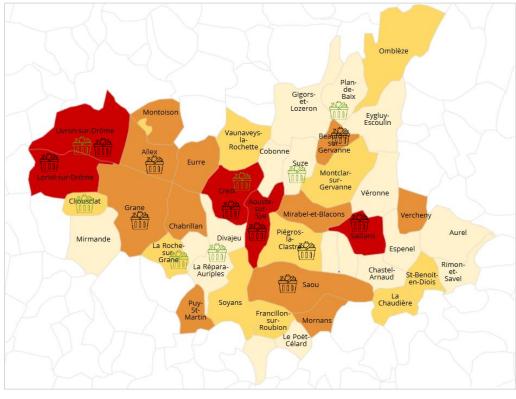
10

10 communes présentent une offre limitée (un ou plusieurs CHR et 19 ne disposent d'aucun commerce de base représentant 8,7% de la population (10% sur la CC du Crestois et Pays de Saillans Cœur de Drôme).

17

A cette offre alimentaire, s'ajoutent 17 marchés hebdomadaires sur le territoire : 10 permanents et 7 marchés d'été.

ETAT DU TISSU COMMERCIAL DE BASE PAR COMMUNE
--



Territoire	Part de la population sans commerce alimentaire		
CC du Crestois et Pays de Saillans Cœur de Drôme	9,7%		
CC Val de Drôme	8,3%		
SCoT Vallée de la Drôme-Aval	8,9%		

Complet (5 communes)

Incomplet (11)

Limité (10)

Complet (5 communes)

Marché permanent

Marché d'été

Tissu commercial complet : présence d'1 supermarché ou des 3 commerces de base : alimentation générale, boulangerie, boucherie

Tissu commercial incomplet : 1 ou 2 des commerces de base Tissu commercial limité : présence d'1 ou plusieurs Café ou restaurant Tissu commercial inexistant : aucun des 3 commerces de base, aucun café ou

Inexistant (19)

La densité en commerces traditionnels

1,88

La densité commerciale permet d'apprécier l'adaptation de l'offre traditionnelle au potentiel de population de proximité. Pour appréhender la situation du territoire, il est nécessaire d'intégrer l'influence touristique sur la base du calcul des lits touristiques. Sur le territoire, elle s'établit à 1,88 commerces alimentaires pour 1000 habitants soit un niveau inférieur à notre référentiel d'étude (2,09)

Compte tenu du poids de l'influence touristique, on note l'existence d'une offre alimentaire relativement cohérente, en particulier sur l'alimentaire général et spécialisé. Pour autant, les densités en boucheries-charcuteries et les boulangeries-pâtisseries montrent une situation inadaptée à l'apport supplémentaire en touristes.

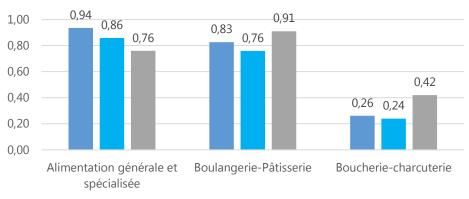


En non alimentaire, **les densités sont inférieures aux moyennes** habituellement observées notamment en équipement de la personne, hygiène-santé-beauté et culture-loisirs.

DENSITE EN COMMERCES ALIMENTAIRES TRADITIONNELS

(nombre de commerces pour 1000 habitants)

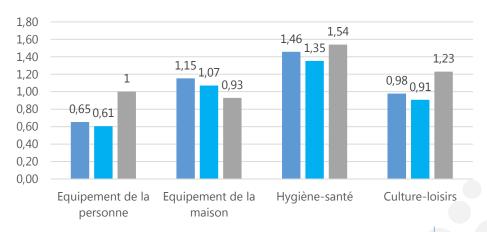
■ SCoT Vallée de la Drôme-Aval ■ SCoT Vallée de la Drôme-Aval avec influence touristique ■ Référentiel LA!



DENSITE EN COMMERCES NON ALIMENTAIRES TRADITIONNELS

(nombre de commerces pour 1000 habitants)

■ SCoT Vallée de la Drôme-Aval ■ SCoT Vallée de la Drôme-Aval avec influence touristique ■ Référentiel LA!



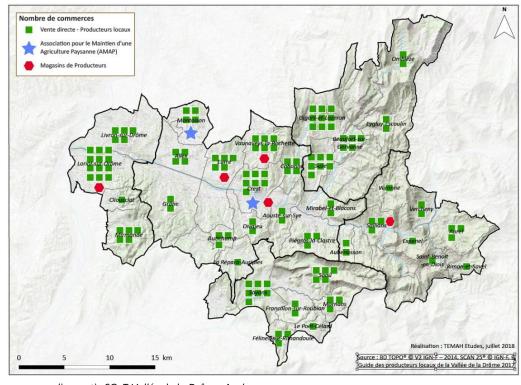
Les ventes directes de producteurs locaux

128

On recense 128 producteurs locaux qui pratiquent la vente directe soit 21,7% du total des établissements agricoles. Parmi ces producteurs la moitié produisent en agriculture biologique (source : diagnostic SCoT Vallée de la Drôme-Aval).

Deux AMAP et cinq magasins de producteurs complètent l'offre et témoignent de cette spécificité du territoire.

LIEUX DE VENTE DIRECTE DES PRODUCTEURS LOCAUX



source : diagnostic SCoT Vallée de la Drôme-Aval



L'offre en grandes et moyennes surfaces – Le poids des pôles

50148 m² Le **plancher commercial** des grandes et moyennes surfaces (>300 m²) sur le territoire du SCoT représente 50 148 m². L'offre se répartit principalement sur trois communes Aouste-sur-Sye (16 648 m²), Crest (15286 m²) et Loriol-sur-Drôme (14119 m²) qui représentent 91% de l'offre en GMS du territoire. Livron-sur-Drôme dispose également de près de 3200 m² de GMS sur son territoire communal.

+16%

Par rapport à 2010, le plancher commercial du territoire a progressé de 16%. Une évolution liée principalement au développement de l'offre sur Aouste-sur-Sye et Crest (+24% depuis 2010) avec l'arrivée d'enseignes en équipement de la maison, de la personne et culture-loisirs (Action, Fnac, Darty). Sur la CC Val de Drôme la progression a été plus modeste (+7% et s'explique par le développement du Parc des Crozes (extensions galerie marchande et Intersport, arrivée Calipage)

29%

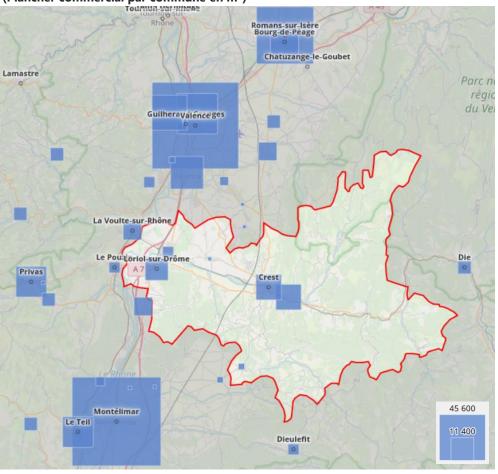
17%

A l'échelle du territoire, le **taux de diversité commerciale* en GMS s'établit à 29%** (contre 23% en 2010). Un taux en progression mais qui demeure moyen traduisant un rayonnement plutôt limité des pôles du territoire.

L'influence des pôles commerciaux du territoire est en effet limitée par la proximité des pôles de Valence et Montelimar qui disposent chacun de près de 200 000 m² de plancher commercial ainsi que par Romans-sur-Isère (plus de 80 000 m²). Le centre commercial L'Epervière située au Sud de Valence constitue une polarité attractive à proximité directe de la zone de chalandise du pôle de Loriol. Le secteur est d'ailleurs concerné par un important projet de requalification prévoyant l'aménagement d'un nouveau quartier mixte comprenant un Retail Park de 22 commerces (Projet Hugo-Provence).

*Le taux de diversité commerciale en GMS est part du plancher des GMS en équipement de la personne, de la maison et culture loisirs sur l'ensemble du plancher commercial

LOCALISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES (Plancher commercial par commune en m²)



Source : Inventaire commercial Drôme mis à jour avec LSA Expert et décisions CDAC 2009-2019

IAI

L'offre en grandes et moyennes surfaces – Les densités en GMS

321

L'équipement en grande et moyenne surfaces du SCoT montre des densités élevées plutôt faibles dans la plupart des secteurs (à l'exception du jardinage, des solderies et du culture-loisirs).

Ces données doivent être relativisées et appréciées par rapport aux zones de chalandises respectives de Livron / Loriol et Aouste-sur-Sye / Crest.

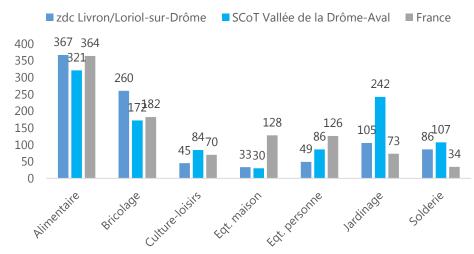
367

Sur la zone de chalandise de Livron / Loriol, les densités apparaissent ainsi cohérentes en alimentaire (367 m² / 1000 habitants) et très élevées en bricolage, jardinage et solderie. Elles restent faibles en équipement de la maison, de la personne et culture-loisirs, ce qui s'explique par la proximité des pôles de Valence et Montelimar, mieux équipés commercialement.

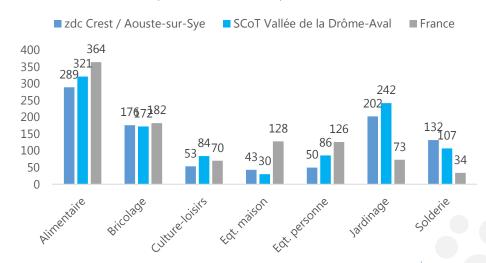
289

Sur la zone de chalandise de Crest, les densités en alimentaire sont plutôt inférieures à la moyenne nationale (289), équipement de la maison et équipement de la personne. Elles sont en revanche très élevées en jardinage, solderies.

DENSITES EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES SUR LA ZONE DE CHALANDISE DE LIVRON / LORIOL (en m^2 / 1000 habitants)



DENSITES EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES SUR LA ZONE DE CHALANDISE DE CREST / AOUSTE-SUR-SYE (en m² / 1000 habitants)





Bilan de la structuration commerciale sur l'emploi

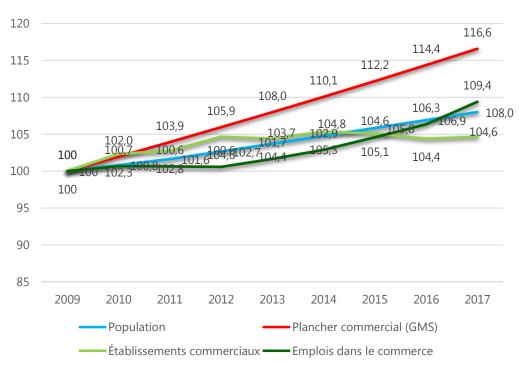


La croissance du plancher des grandes et moyennes surfaces a été 2 fois plus rapide que celle de la population sur la période 2009-2018 (+19% contre +9%).



Le nombre d'emplois dans le commerce ainsi que le nombre d'établissements ont également progressé (+11 et +7%) mais à un rythme nettement moindre que le plancher commercial.

EVOLUTION DES SURFACES GMS PAR RAPPORT À LA POPULATION ET À L'EMPLOI DANS LA FILIÈRE COMMERCE (SCOT VALLEE DE LA DROME-AVAL – INDICE 100 EN 2009)





Partie 3 L'analyse des espaces commerciaux

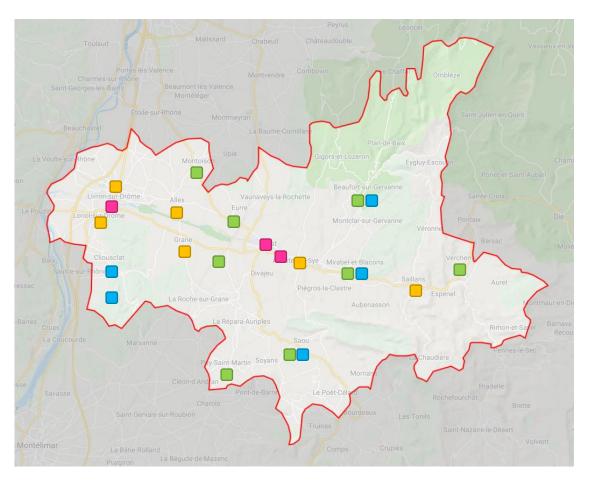


La hiérarchisation des pôles commerciaux

Au regard des vocations, l'armature commerciale du territoire peut se décomposer comme suit :

Niveau	Pôle	Vocation	
Majeur	Centre-ville de Crest Parc des Crozes Zone commerciale Aouste- sur-Sye	Large plus de 40000 habitants	
Relais	Livron (centre-ville) Loriol (centre-ville) Saillans (centre-ville) Aouste-sur-Sye (Centre-ville) Allex Grane	Bassin de vie	
Proximité	Saou Mirabel-et-Blacons Beaufort-sur-Gervanne Vercheny Montoison Eurre Chabrillan Puy-Saint-Martin	Proximité	
Touristique	Saou Mirabel-et-Blacons Beaufort-sur-Gervanne Cliousclat Mirmande	touristique	

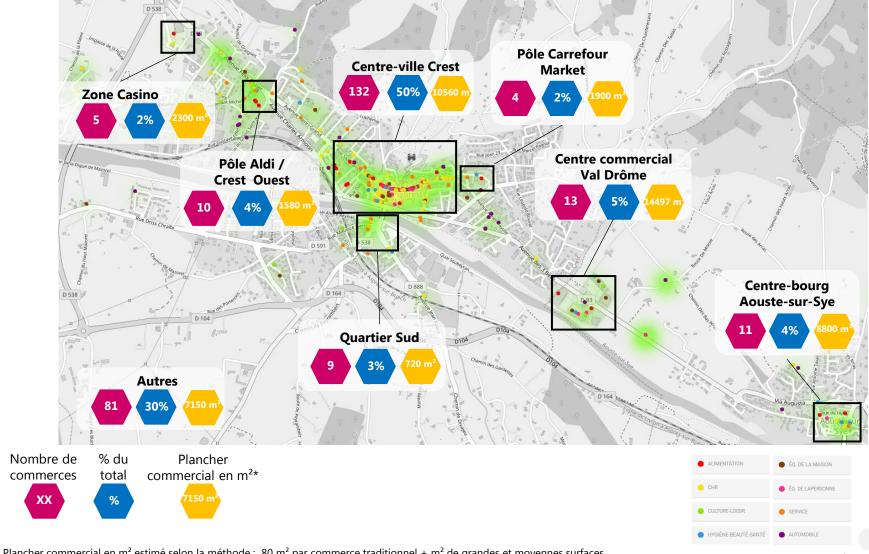
HIERARCHISATION DES POLES COMMERCIAUX





La spatialisation de l'offre commerciale

SPATIALISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE CREST / AOUSTE-SUR-SYE



^{*} Plancher commercial en m² estimé selon la méthode : 80 m² par commerce traditionnel + m² de grandes et moyennes surfaces

LΔ!

Evolution de l'offre commerciale du centre-ville de Crest

SPATIALISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE DE CREST

132

On recense 132 cellules commerciales occupées sur le centre-ville de Crest. C'est 24 de moins que lors du recensement effectué en 2013.

+2

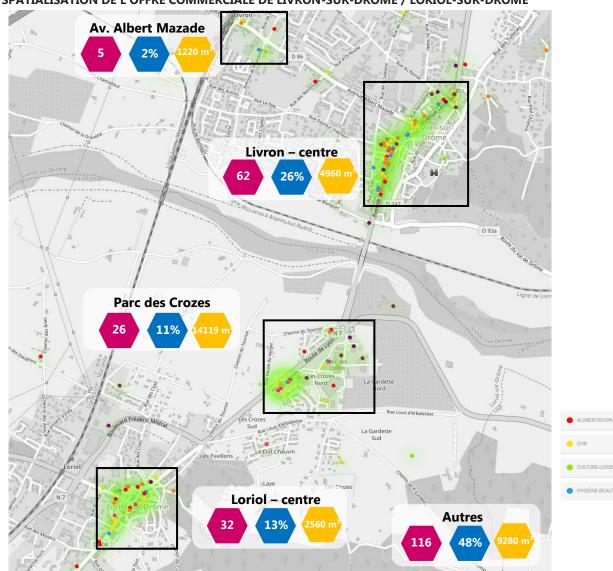
Seule la filière CHR a vu son effectif augmenter passant de 30 à 32 établissements. A l'inverse, la filière équipement de la personne a connu la plus forte baisse avec une dizaine d'activités en moins.





La spatialisation de l'offre commerciale

SPATIALISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LIVRON-SUR-DROME / LORIOL-SUR-DROME



Nombre de commerces

% du total

Plancher commercial en m²*

* Plancher commercial en m² estimé selon la méthode : 80 m² par commerce traditionnel + m² de grandes et moyennes surfaces Syndicat Mixte de la Vallée de la Drôme-Aval — Élaboration du volet commerce SCoT & DAAC

ÉQ. DE LA MAISON



Partie 4

L'analyse des espaces commerciaux

Analyse des espaces de périphérie



Bilan d'attractivité par zone

Commune	Espace commercial	Plancher commercial GMS	Position dans l'armature urbaine	Logique d'implantation	Ambiance d'achat
Crest / Aouste- sur-Sye	Zone de la Mi-Voie	14 497 m²	Liée	Globale	•
Loriol-sur-Drôme	Parc des Crozes	14 119 m²	Déconnectée	Partielle	•
Crest – Avenue Felix Rozier	Espaces Gillouin, Béranger et Rozier	977 m²	Liée	Partielle	•
Crest	ZAC de Condamine	2 000 m²	Déconnectée	A la parcelle	
Crest	ZA La Plaine	3 685 m²	Déconnectée	Partielle	
Puy Saint-Martin	Zone artisanale route de Cléon d'Andran	1 150 m²	Déconnectée	A la parcelle	



Partie 5 L'identification des enjeux

LAI

Les défis pour l'organisation du commerce (à hiérarchiser)

Maitriser
la périphérisation
des activités et la
multiplication des lieux
de commerce

Repenser
la fonction
commerciale
des centralités
de Livron et Loriol qui
mutent vers une
fonction de proximité

Poursuivre le renforcement de la centralité de Crest dont le taux de vacance tend à fléchir Adapter
l'organisation
commerciale
au vieillissement
majeur de la
population (mobilité...)
et de l'accélération
des déplacements
domicile-travail vers

l'extérieur du territoire

Maitriser
la croissance
des surfaces
commerciales
de GMS et l'indexer
sur les croissances de
population

Concilier
développement
de la vente directe
et développement
des fonctions
alimentaires
en cœur de ville /
cœur de bourg

Réorganiser
les zones
commerciales
de Mi-Voie et
du Parc des Crozes
pour anticiper les
évolutions du modèle
commercial

Intégrer au projet l'intensification des enjeux de logistique de proximité



Inscrire le
commerce dans la
transition
écologique
territoriale (la
transformation
écologique du
commerce est peu
sensible)

Reconnecter commerce et mobilités (pour repenser le développement du commerce qui s'inscrit dans une logique de flux)

Inscrire le développement des polarités dans une mixité de fonction commerce/habitat/service (le commerce n'étant que la conséquence)

Penser les différentes échelles de logistique dans le territoire et intégrer les nouveaux modes de transport

Scénario 1:

Poursuite de l'implantation commerciale dans une logique de praticité le long des axes de flux et limitation de la croissance sur les zones commerciales avec zéro artificialisation nette

Scenario 2:

Recentrage du développement du commerce sur les centresvilles/centres-bourg et les deux zones commerciale (avec maîtrise de la croissance et ZAN)

Scenario 3:

Organisation du commerce de flux sur des espaces dédiés, renforcement des centralités sur les fonctions convivialités, maîtrise des surfaces en zone commerciale (ZAN)



Les scenarii pour le lien commerce / territoire

Scénario 1:

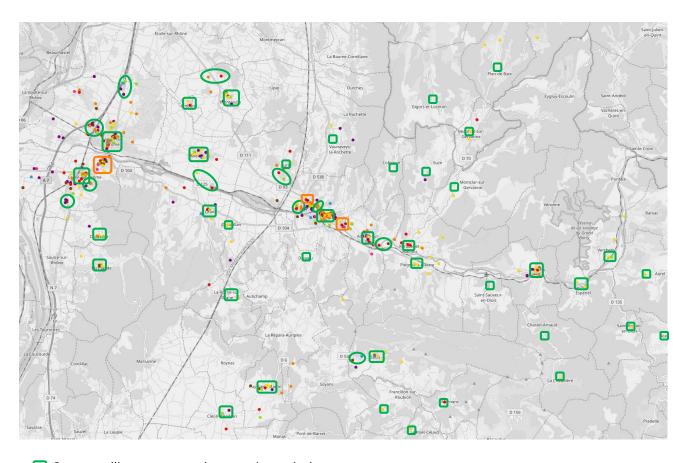
Poursuite de l'implantation commerciale dans une logique de praticité le long des axes de flux et limitation de la croissance sur les zones commerciales avec zéro artificialisation nette

Atouts

- / Amélioration du niveau de praticité pour la population
- / Amélioration de la visibilité commerciale
- / Maîtrise de la croissance des zones commerciales

Handicaps

- / Fragilisation des centralités
- / Construction d'un modèle basé sur les flux automobiles



- ☐ Centres-villes et centres-bourgs du territoire
- **S** Espaces de flux
- Zones commerciales



Scenario 2:

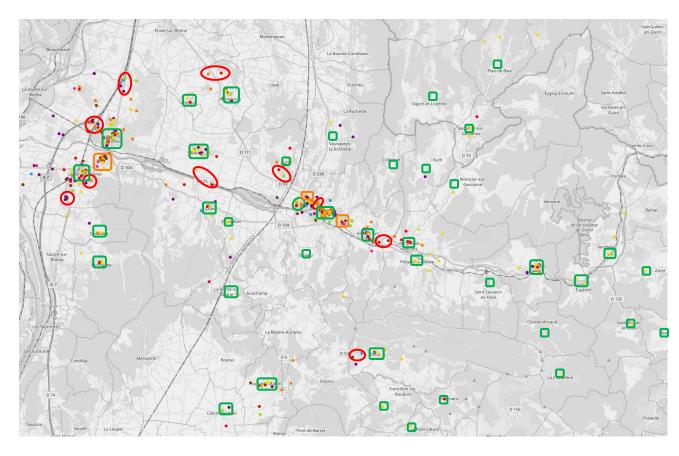
Recentrage du développement du commerce sur les centresvilles/centres-bourg et les deux zones commerciale (avec maîtrise de la croissance et ZAN)

Atouts

- / Renforcement du rôle des centres-villes et centres-bourgs
- / Amélioration des services de proximité sans utilisation de la voiture
- / Maîtrise de la consommation foncière
- / Maîtrise de la croissance des zones commerciales

Handicaps

- / Capacité foncière des centresvilles et centres-bourgs
- / Effet déjà sensibles de la périphérisation



- Centres-villes et centres-bourgs du territoire
- **O** Espaces de flux
- Zones commerciales



Scenario 3:

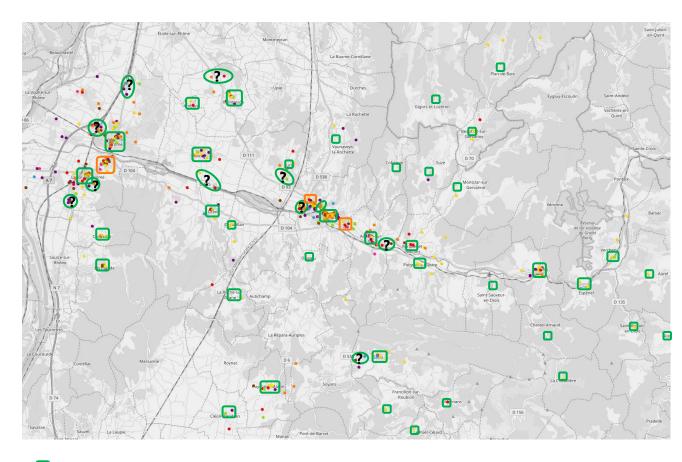
Organisation du commerce de flux sur des espaces dédiés, renforcement des centralités sur les fonctions convivialités, maîtrise des surfaces en zone commerciale (ZAN)

Atouts

- / Organisation du phénomène de flux
- / Confortement de lieux commerciaux structurants
- / Maîtrise de la croissance des zones commerciales
- / Maîtrise foncière

Handicaps

- / Risque de fragilisation des centralités
- / Confortement des flux automobiles



- ☐ Centres-villes et centres-bourgs du territoire
- Sespaces de flux stratégiques
- Zones commerciales

Syndicat Mixte de la Vallée de la Drôme-Aval

Elaboration du volet commerce SCoT et DAAC

Vos contacts

David Lestoux
Pilote de la mission
dlestoux@lestoux-associes.com

Ludovic Corbé Chargé d'étude lcorbe@lestoux-associes.com

Nos métiers



LESTOUX & ASSOCIÉS