

Syndicat Mixte de la Vallée de la Drôme-Aval

# Elaboration du volet commerce du SCoT & DAAC

Phase I. Bilan d'aménagement commercial



LESTOUX &  
ASSOCIÉS

---

## Sommaire

---

<b>Partie 1 – Données de cadrage</b>	<b>Page 3</b>
<b>Partie 2 – Les indicateurs d'évolution du commerce</b>	<b>Page 9</b>
<b>Partie 3 – L'analyse des espaces commerciaux</b>	<b>Page 21</b>
<b>Synthèse et orientations</b>	<b>Page 34</b>

---





**Partie 1**

# Données de cadrage

DOCUMENTI DEL TRAVAIL

+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	
	2011	2016	2011	2016	2011	2016	2011	2016
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%	
% 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 ménages 11-16)	6 991		12 854		19 845		223 848	
% 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 2011)	6 061		8 910		14 972		209 594	
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 évolution depuis 2011)	8,5%		8,0%		8,2%		8,9%	
	-3,3%		48,4%		23,7%		20,4%	

+4,6%

Les deux principales villes pôles du territoire (Crest et Livron-sur-Drôme) se distinguent par une **croissance démographique moindre que la moyenne du territoire, notamment Livron-sur-Drôme (+1,2% depuis 2011) alors que Loriol-sur-Drôme a vu sa population augmenter de 11,6% sur la même période.**

43,2%

La ville de Crest se caractérise par une **très forte part de ménages unipersonnels (43%)** et par des revenus médians modeste comparé au reste du territoire.

30%

Cette caractéristique est liée notamment à la part relativement importante de population âgée et une faible représentation des familles (32,7% de plus de 60 ans et seulement 30% de familles avec enfants). **Les villes de Livron-sur-Drôme et Loriol-sur-Drôme présentent au contraire un profil plus familial avec autour de 40% de familles avec enfants.**

139

Avec près de **14 emplois pour 10 actifs résidents, Crest est le principal pôle d'emploi du territoire même si sa polarité en emploi s'est réduite par rapport à 2011.**

11,1%

**Les trois villes connaissent une vacance en logements plus importante que la moyenne du territoire** avec une augmentation particulièrement importante sur les villes de Livron-sur-Drôme et Loriol-sur-Drôme.

	Crest		Livron-sur-Drôme		Loriol-sur-Drôme		SCoT Vallée de Drôme-Aval	
Population 2016 (Insee 2019)	8 380		9 098		6 561		45 978	
Population 2011	8 008		8 986		5 877		43 706	
Evolution 2011-2016	4,6%		1,2%		11,6%		5,2%	
	2011	2016	2011	2016	2011	2016	2011	2016
% personnes plus de 60 ans	30,2%	32,7%	22,0%	24,8%	24,5%	24,1%	25,5%	27,2%
% personnes <15 ans	17,2%	16,3%	20,5%	19,4%	19,2%	21,7%	19,2%	19,0%
Médiane des revenus par UC 2015	17 370 €		19 712 €		18 142 €		19 240 €	
Nb ménages 2016 (Evolution des ménages 11-16)	4 036		3 868		2 631		19 845	
	6,6%		6,4%		7,9%		7,1%	
% ménages personne seule 2016	41,9%	43,2%	27,3%	29,4%	29,8%	27,6%	30,1%	31,6%
% ménages familles avec enfant(s) (parmi nb ménages) 2016	29,5%	30,0%	41,2%	38,9%	37,7%	41,1%	37,2%	36,8%
% ménages emménagés <5 ans 2016	37,8%		30,2%		36,0%		31,6%	
Nb emplois 2016 (et évolution depuis 2011)	4 205		2 483		2 654		14 972	
	3,1%		1,7%		3,9%		5,8%	
Indicateur de concentration d'emplois (nb emplois/actifs occupés)	141,5	138,8	65,8	65,7	114,0	106,1	80,3	80,5
Taux de vacance en logements (et évolution depuis 2011)	10,4%		8,5%		11,1%		8,2%	
	5,1%		51,4%		71,6%		23,7%	

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.

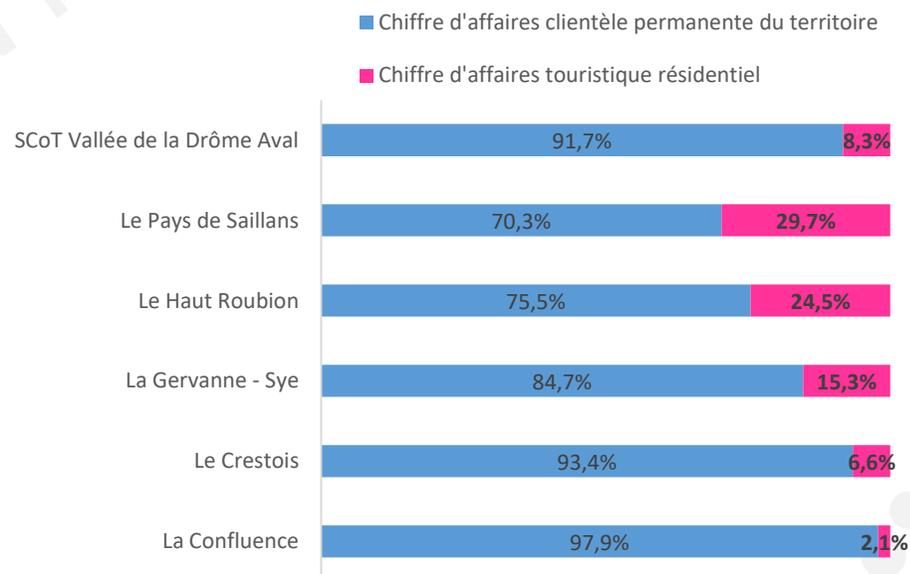
4 147

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 €
<b>Total</b>	<b>38 664 327 €</b>

### POIDS DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE DU SCOT



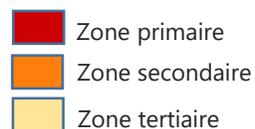
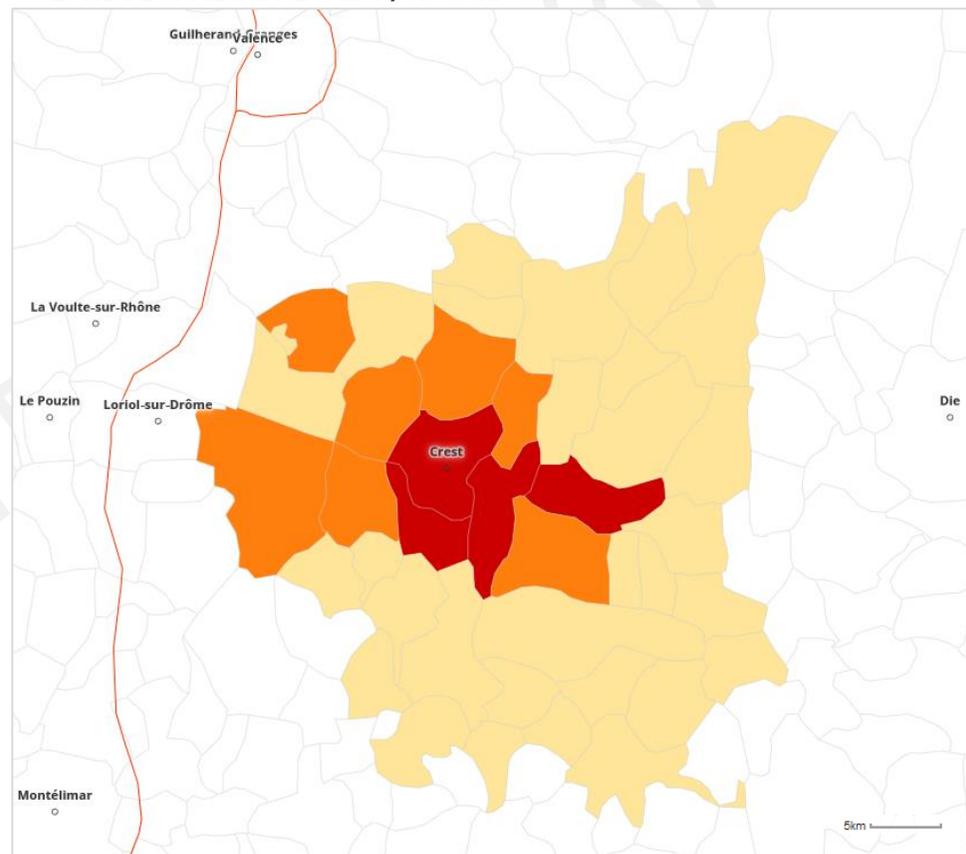
31 785

Pour analyser l'organisation commerciale de Crest et Livron-Loriol, il est nécessaire de replacer ces pôles dans leur environnement commercial dont le rayonnement ne coïncide pas avec les frontières du SCoT.

Ainsi la zone de chalandise de Crest-Aouste-sur-Sye rayonne sur la quasi-totalité du SCoT, à l'exception du bassin de vie Confluences (secteur Livron-Loriol-sur-Drôme).

**Au total la zone de chalandise de Crest-Aouste-sur-Sye regroupe 31 785 habitants.**

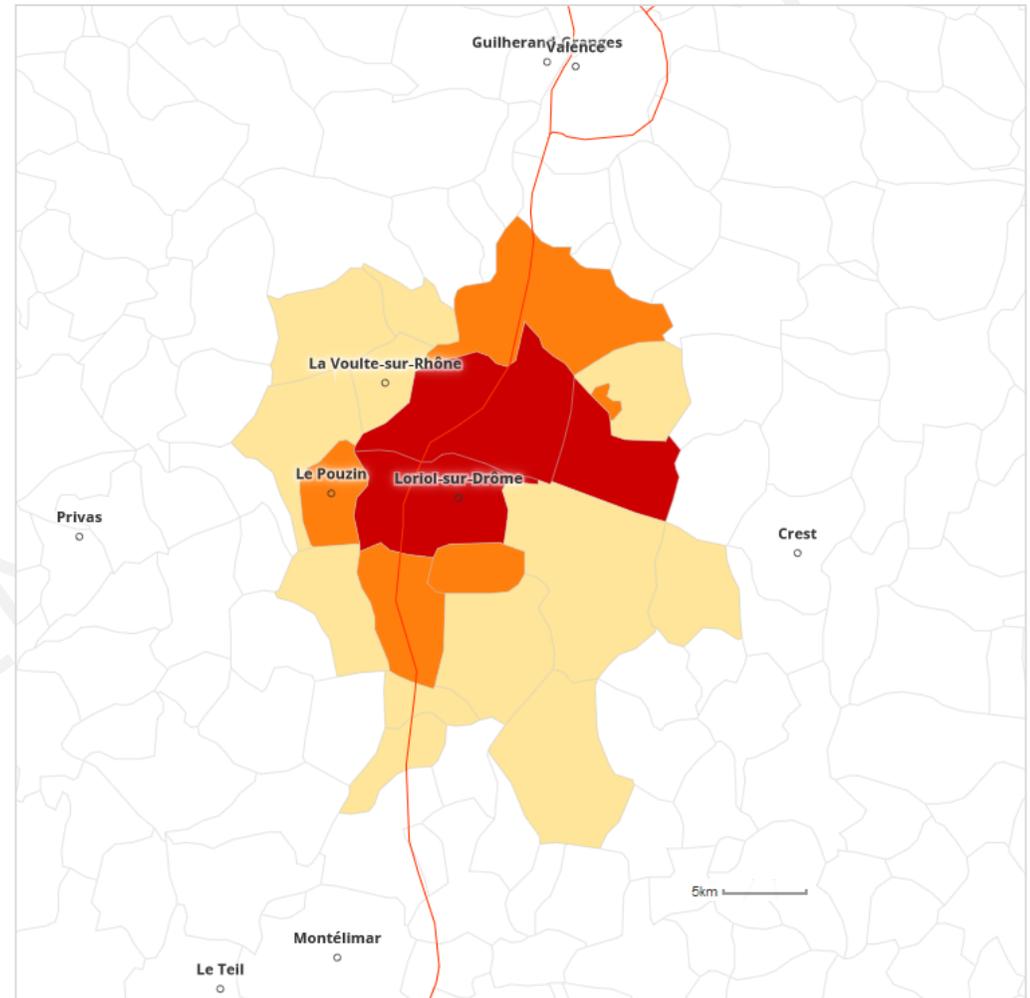
#### ZONE DE CHALANDISE CREST / AOUSTE-SUR-SYE ZONE DE CHALANDISE CREST / AOUSTE-SUR-SYE



48 192

Le pôle Livron-sur-Drôme / Loriol-sur-Drôme rayonne principalement sur son bassin de vie situé entre Valence et Montélimar et draine les communes ardéchoises proches. Son influence à l'Est est limitée par Crest.

**Au total la zone de chalandise de Livron-sur-Drôme / Loriol-sur-Drôme regroupe 48 192 habitants.**

**ZONE DE CHALANDISE LIVRON-SUR-DRÔME / LORIOI-SUR-DRÔME**

- Zone primaire
- Zone secondaire
- Zone tertiaire



## **Partie 2**

# Les indicateurs d'évolution du commerce

DOCUMENT DE TRAVAIL

28%

Le SCoT de la Vallée de la Drôme-Aval regroupe **673 commerces et services** de moins de 300 m<sup>2</sup> 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.

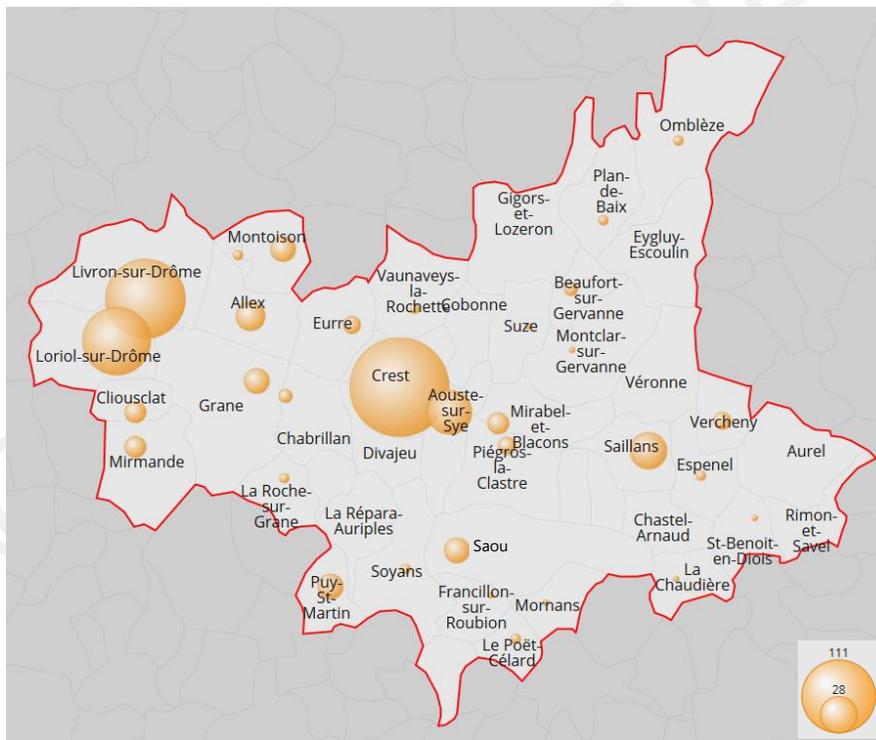
26%

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.

\*CHR : Cafés, hôtels, restaurants,

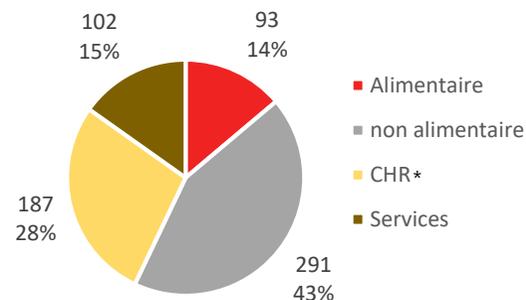
\*\*Le taux de diversité commerciale est la part de l'offre en équipement de la maison et de la personne sur l'ensemble de l'offre commerciale hors garages et services

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



Source : Fichier CCI

### REPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE PAR GRANDS SECTEURS



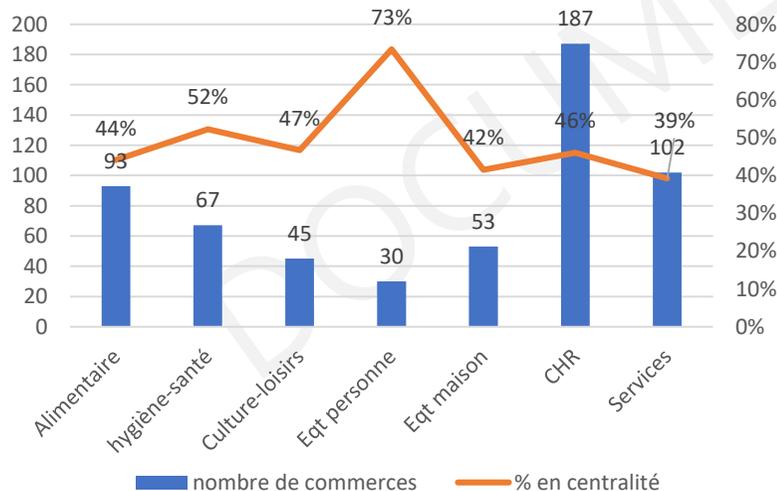
40%

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%).

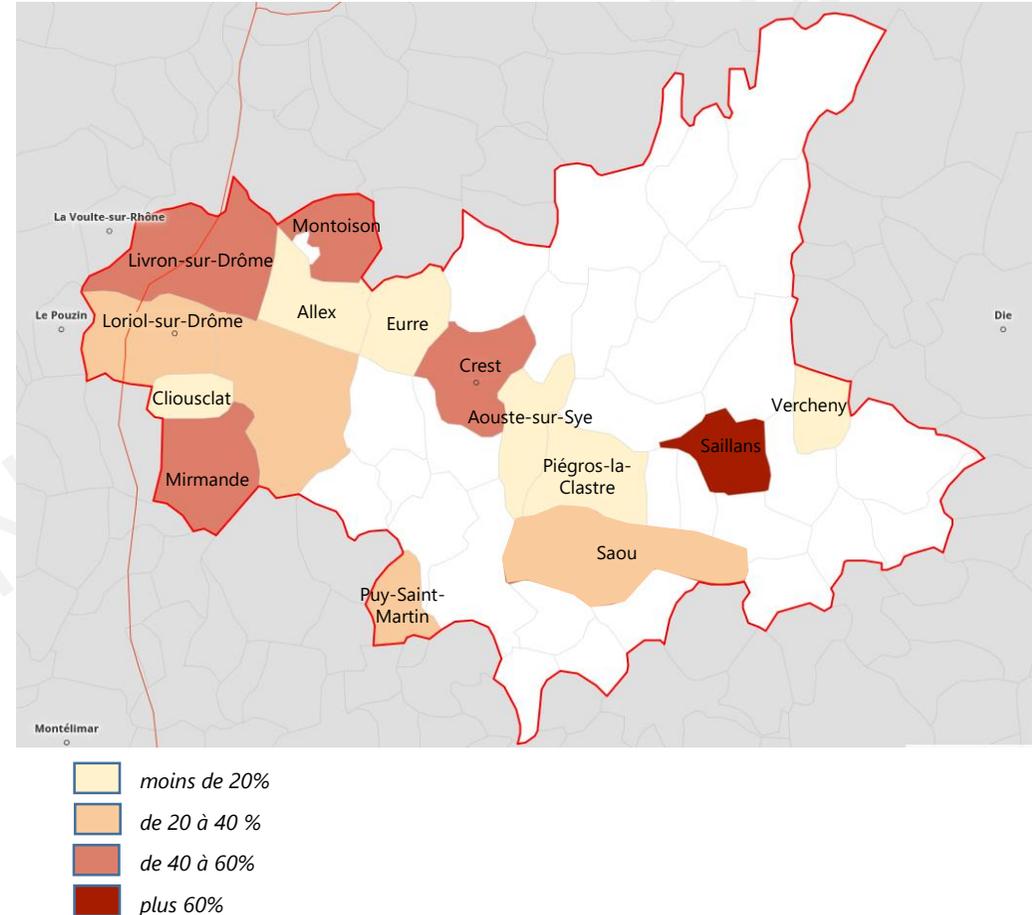
47%

**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 IMPLANTÉS EN CENTRALITÉ (communes de plus de 5 commerces)**



68,6%

**68,6% des commerces traditionnels du SCoT installés depuis moins de 5 ans ont choisi des espaces extérieurs aux centralités.** Cette tendance accentue leur fragilisation en réduisant leur poids commercial par rapport aux espaces de périphérie.

25,6%

Les résultats par secteurs montrent une **périphérisation qui s'accroît dans les activités hygiène-santé et alimentation générale et spécialisée** avec environ 6 nouveaux commerces sur 10 qui choisissent de s'implanter en dehors des centralités.

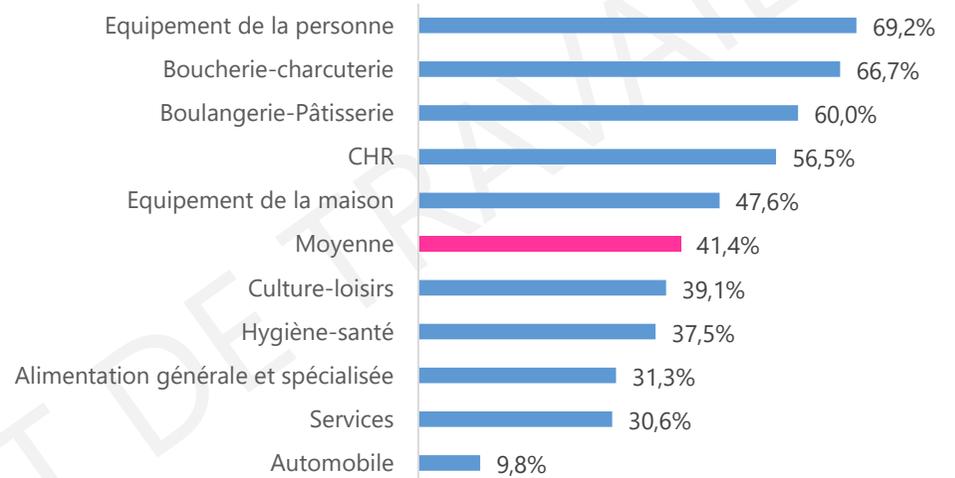
41,5%

Parmi les pôles principaux, la **périphérisation est fortement marquée sur les communes de Livron-sur-Drôme (41,5% des nouveaux commerces se sont implantés en centralité), Aouste-sur-Sye (28,6%) et Loriol-sur-Drôme (28,6%).**

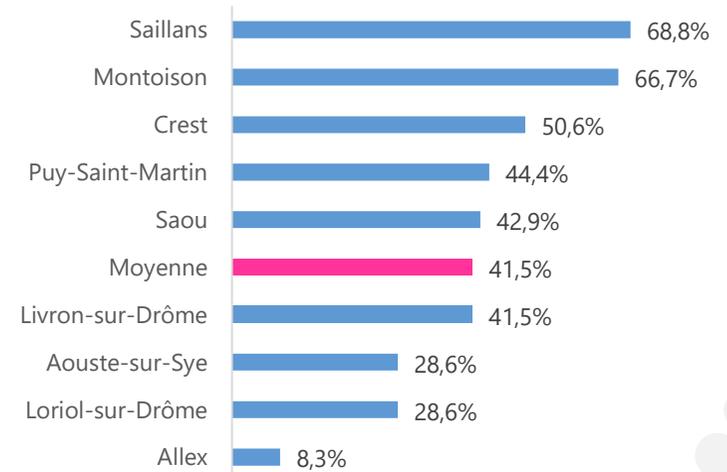
69%

**Par ailleurs, les secteurs qui se renouvellent le plus sont les filières alimentaire (69% de commerces installés depuis moins de 5 ans) et l'hygiène-santé (64%)**

#### PART DES COMMERCES INSTALLES DEPUIS MOINS DE 5 ANS ET IMPLANTES EN CENTRALITE, PAR SECTEUR D'ACTIVITE



#### PART DES COMMERCES INSTALLES DEPUIS MOINS DE 5 ANS ET IMPLANTES EN CENTRALITE, PAR COMMUNE (au moins 5 nouveaux commerces)



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.

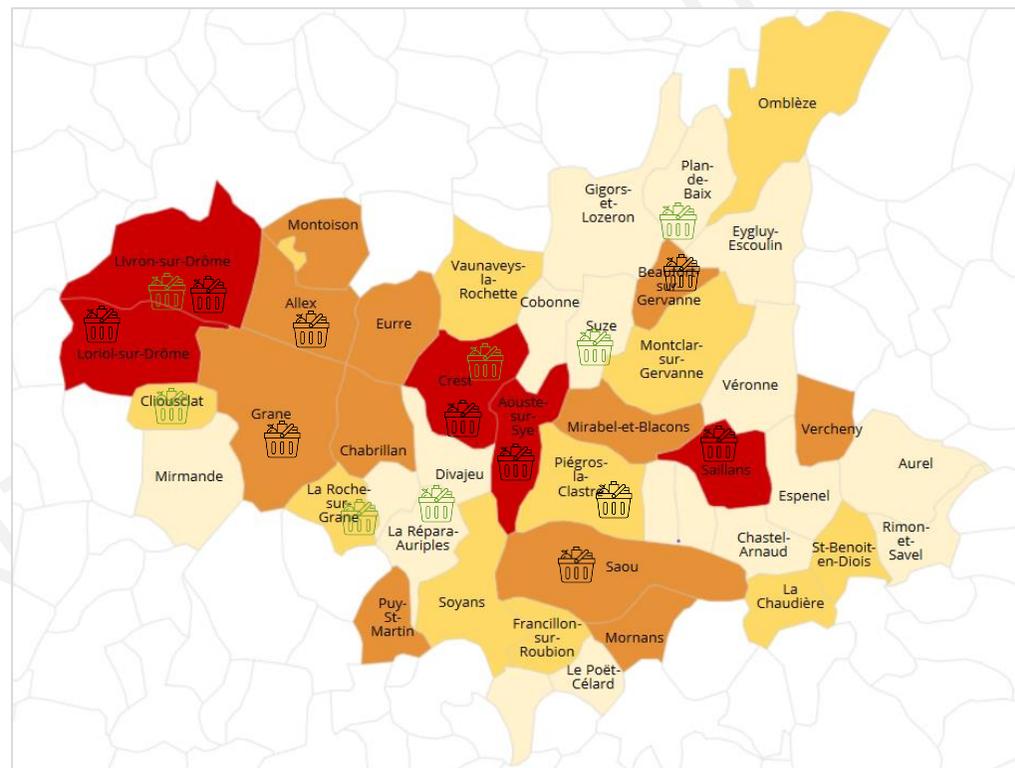
10

**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



**Complet** (5 communes)

**Marché permanent**

**Incomplet** (11)

**Marché d'été**

**Limité** (10)

**Inexistant** (19)

**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 restaurant

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%

1,88

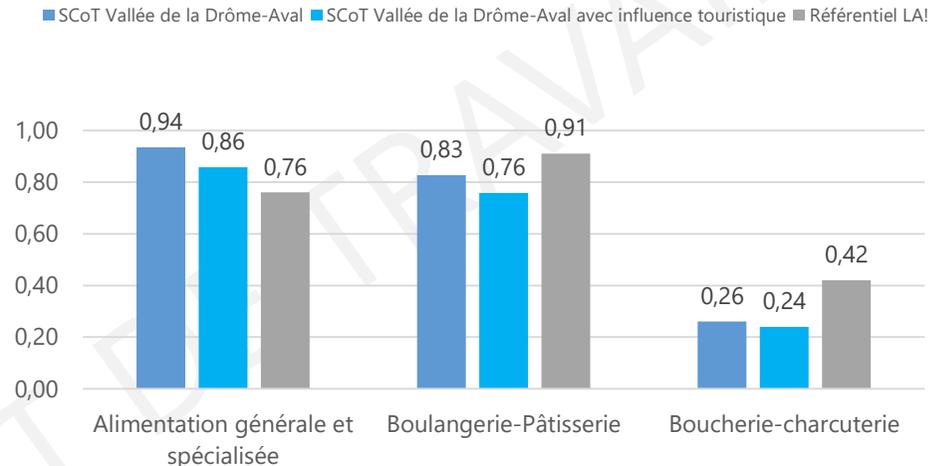
La densité commerciale permet d'apprécier l'adaptation de l'offre traditionnelle au potentiel de population de proximité. Pour appréhender la situation du territoire, il est nécessaire d'intégrer l'influence touristique sur la base du calcul des lits touristiques. Sur le territoire, elle s'établit à 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.

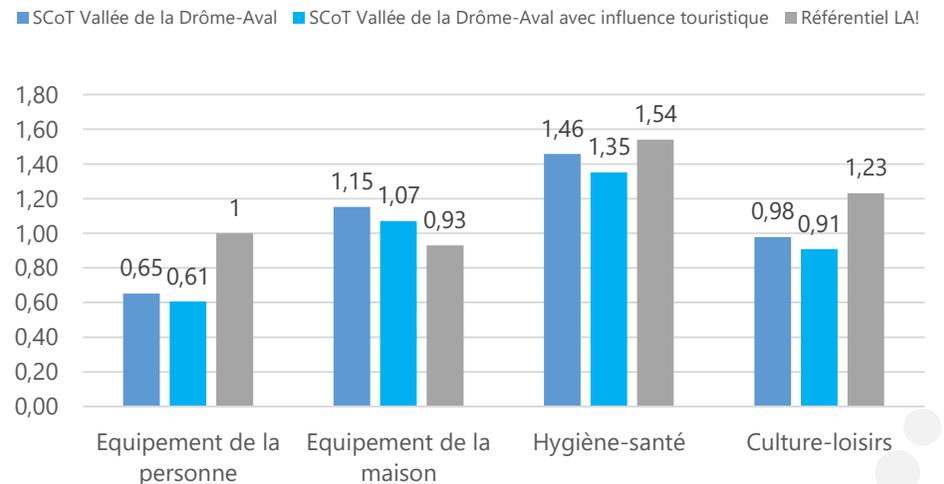
## DENSITE EN COMMERCES ALIMENTAIRES TRADITIONNELS

(nombre de commerces pour 1000 habitants)



## DENSITE EN COMMERCES NON ALIMENTAIRES TRADITIONNELS

(nombre de commerces pour 1000 habitants)





50148  
m<sup>2</sup>

Le **plancher commercial** des grandes et moyennes surfaces (>300 m<sup>2</sup>) sur le territoire du SCoT représente 50 148 m<sup>2</sup>. **L'offre se répartit principalement sur trois communes Aouste-sur-Sye (16 648 m<sup>2</sup>), Crest (15286 m<sup>2</sup>) et Loriol-sur-Drôme (14119 m<sup>2</sup>)** qui représentent 91% de l'offre en GMS du territoire. Livron-sur-Drôme dispose également de près de 3200 m<sup>2</sup> 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%

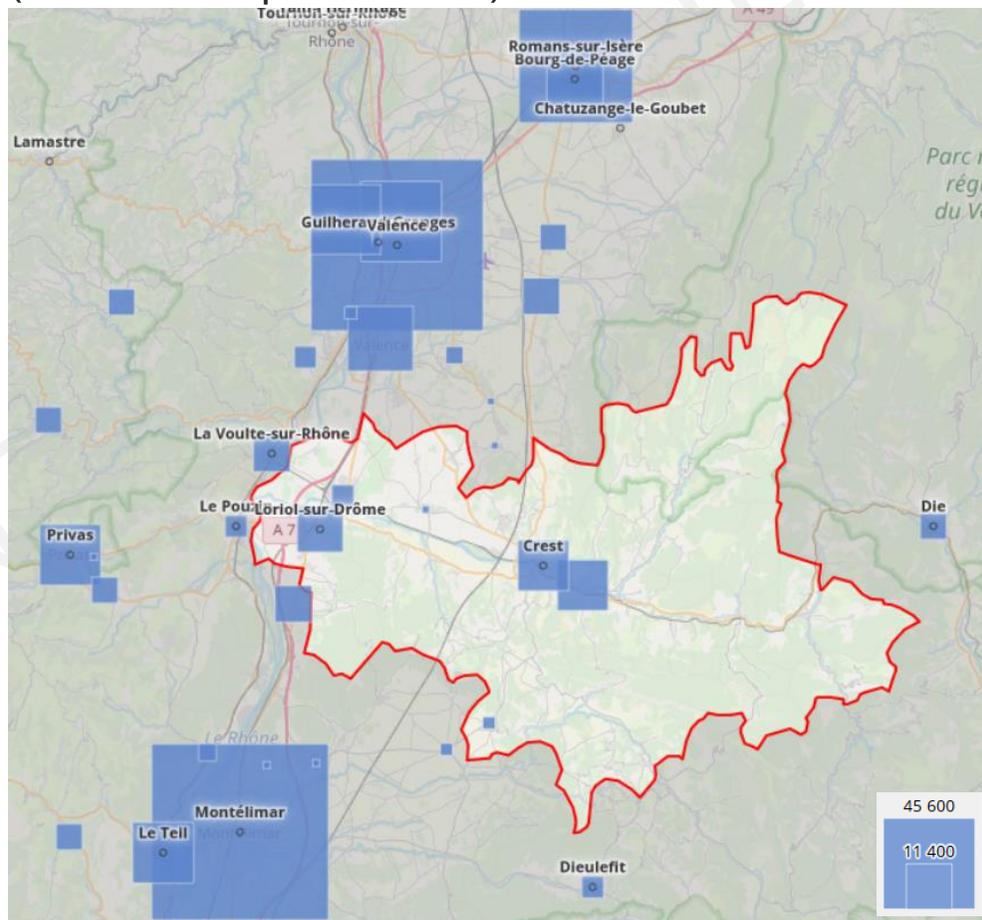
A l'échelle du territoire, le **taux de diversité commerciale\* en GMS s'établit à 29%** (contre 23% en 2010). Un taux en progression mais qui demeure moyen traduisant un rayonnement plutôt limité des pôles du territoire.

17%

L'influence des pôles commerciaux du territoire est en effet limitée par la proximité des **pôles de Valence et Montélimar qui disposent chacun de près de 200 000 m<sup>2</sup> de plancher commercial ainsi que par Romans-sur-Isère** (plus de 80 000 m<sup>2</sup>). Le centre commercial L'Épervière 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 m<sup>2</sup>)



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

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.

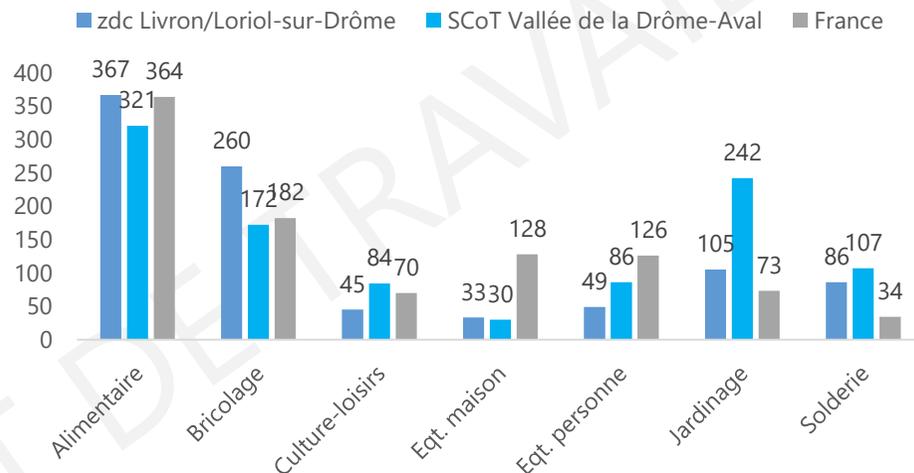
Sur la zone de chalandise de Livron / Loriol, les densités apparaissent ainsi cohérentes en alimentaire (367 m<sup>2</sup> / 1000 habitants) et très élevées en bricolage, jardinage et solderie. Elles restent faibles en équipement de la maison, de la personne et culture-loisirs, ce qui s'explique par la proximité des pôles de Valence et Montelimar, mieux équipés commercialement.

367

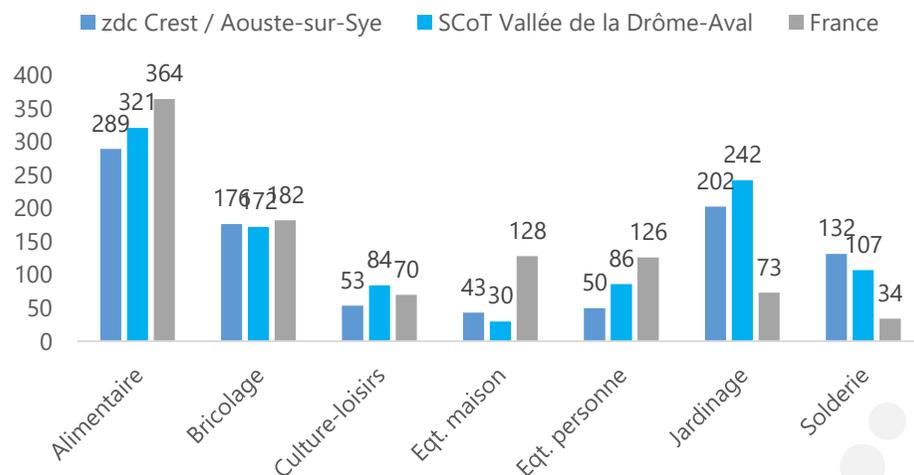
289

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 / LORIOLE (en m<sup>2</sup> / 1000 habitants)**



**DENSITES EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES SUR LA ZONE DE CHALANDISE DE CREST / AOUSTE-SUR-SYE (en m<sup>2</sup> / 1000 habitants)**



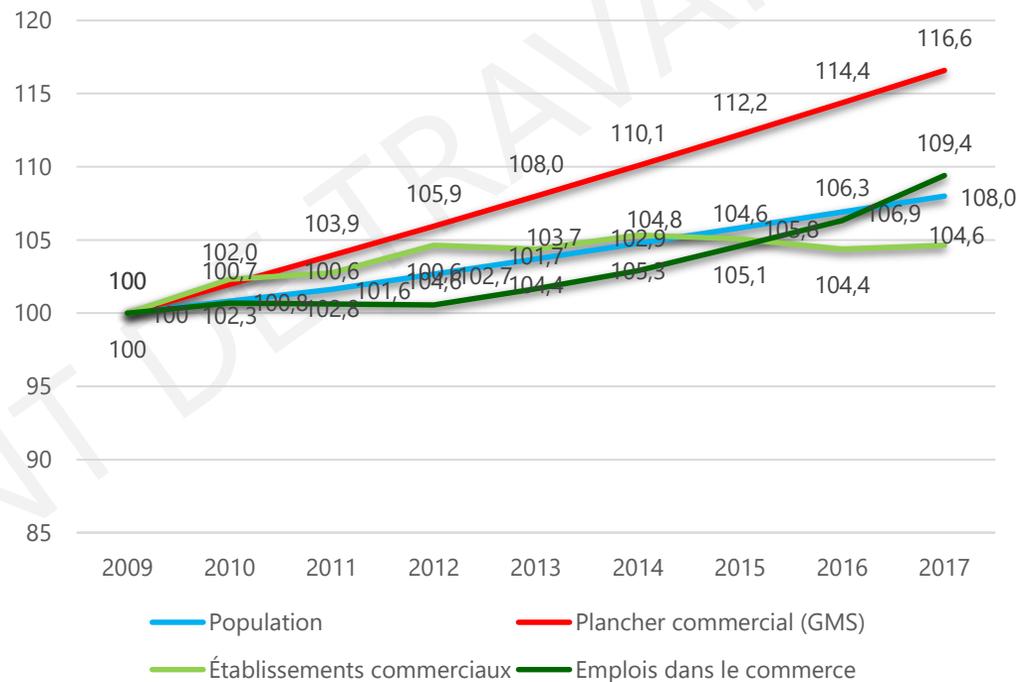
x2

**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%).**

+11%

**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)**



45

On recense **45 cellules commerciales vacantes** sur le territoire.

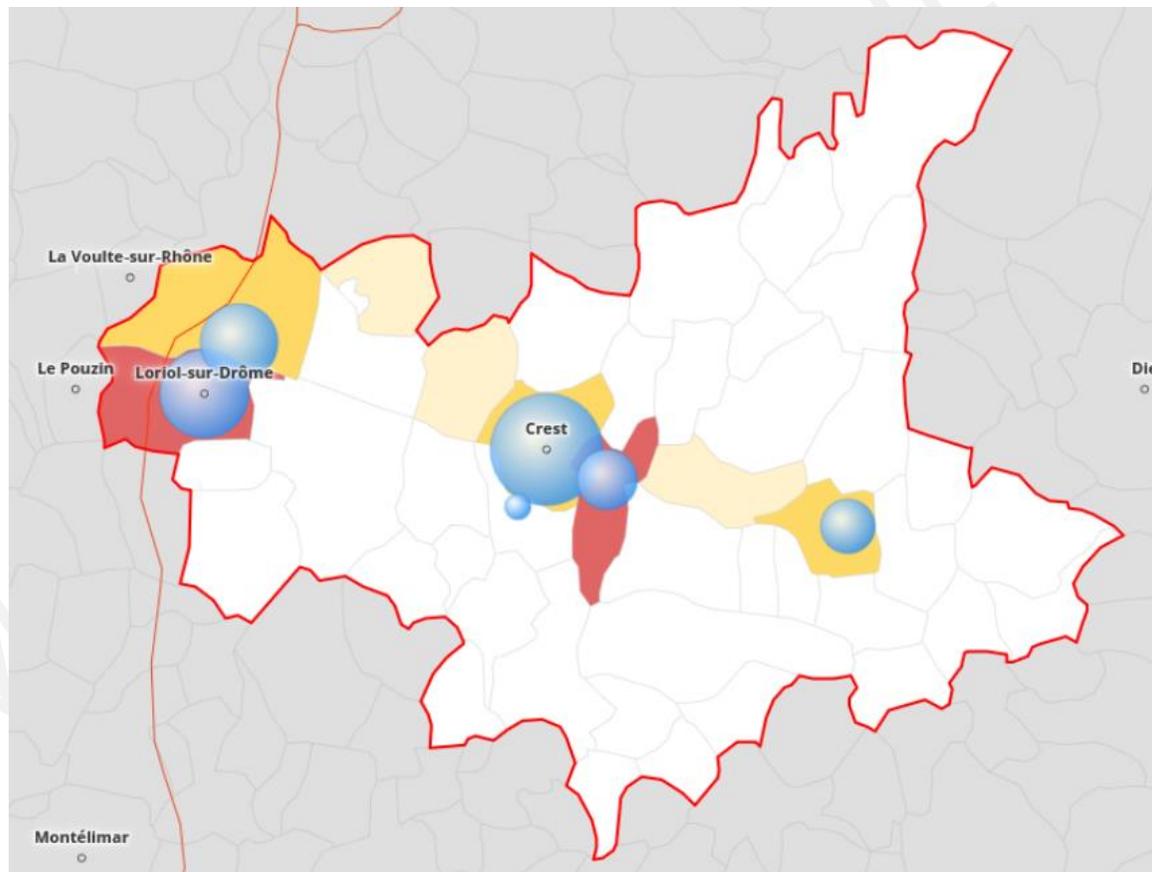
11%

Avec **16 cellules commerciales vacantes**, le taux de vacance en **centre-ville de Crest s'établit à 11%**. Un taux comparable est observé sur la ville de Livron-sur-Drôme (11 cellules vacantes)

&gt;20%

**Loriol-sur-Drôme et Aouste-sur-Sye** enregistrent les **plus fort taux de vacance** avec un quart de locaux vides.

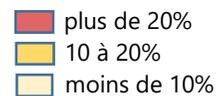
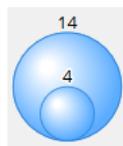
### NOMBRE DE CELLULES COMMERCIALES VACANTES ET TAUX DE VACANCE



Nombre de cellules vacantes

Taux de vacance

Source : données mairies



4

Quatre points relais sont recensés au centre-ville de Crest ou à immédiate proximité. En appliquant une hypothèse basse de 7 colis/jour en moyenne (seuil de rentabilité) et une hypothèse moyenne de 25 colis / jour ce sont donc entre **170 et 600 colis qui sont déposés chaque semaine chez des commerçants du centre-ville.**

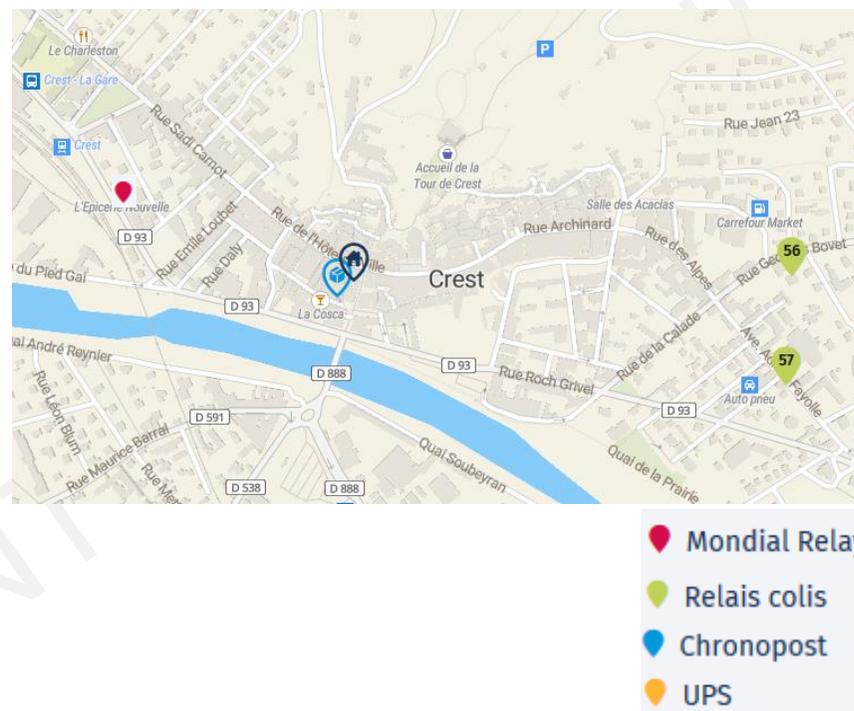
+10%/  
an

L'essor de la logistique urbaine s'explique notamment par le très fort développement de **la livraison de colis, de l'ordre de 8%-10%/an**, avec une explosion des petits colis. Le e.commerce a ainsi doublé depuis 2012 et devrait encore être multiplié par deux d'ici 2024 (source : La Poste).

Urby

Les enjeux de logistique urbaine sont au cœur de la stratégie de la Poste qui multiplie les initiatives et les partenariats pour l'implantation de nouvelles solutions adaptées au différents territoire. **Cette stratégie se décline à deux niveaux : pour les métropoles avec le programme Urby** (exemple Clermont-Ferrand) et pour les villes moyennes (exemple Besançon) qui vont constituer un axe stratégique majeur pour le groupe dès 2020.

## LOCALISATION DES POINTS RELAIS EN CENTRE-VILLE DE CREST



## SOLUTIONS DE LOGISTIQUE URBAINE MISES EN PLACE PAR LE GROUPE LA POSTE



Chronopost : livraison du centre-ville de Besançon par des véhicules électriques



Consigne à colis Pick-up Station en gare de Vichy



Les Colis Verts, prestataire de la Poste, qui assure le dernier kilomètre depuis le centre-ville de Clermont-Ferrand.



**Partie 3**

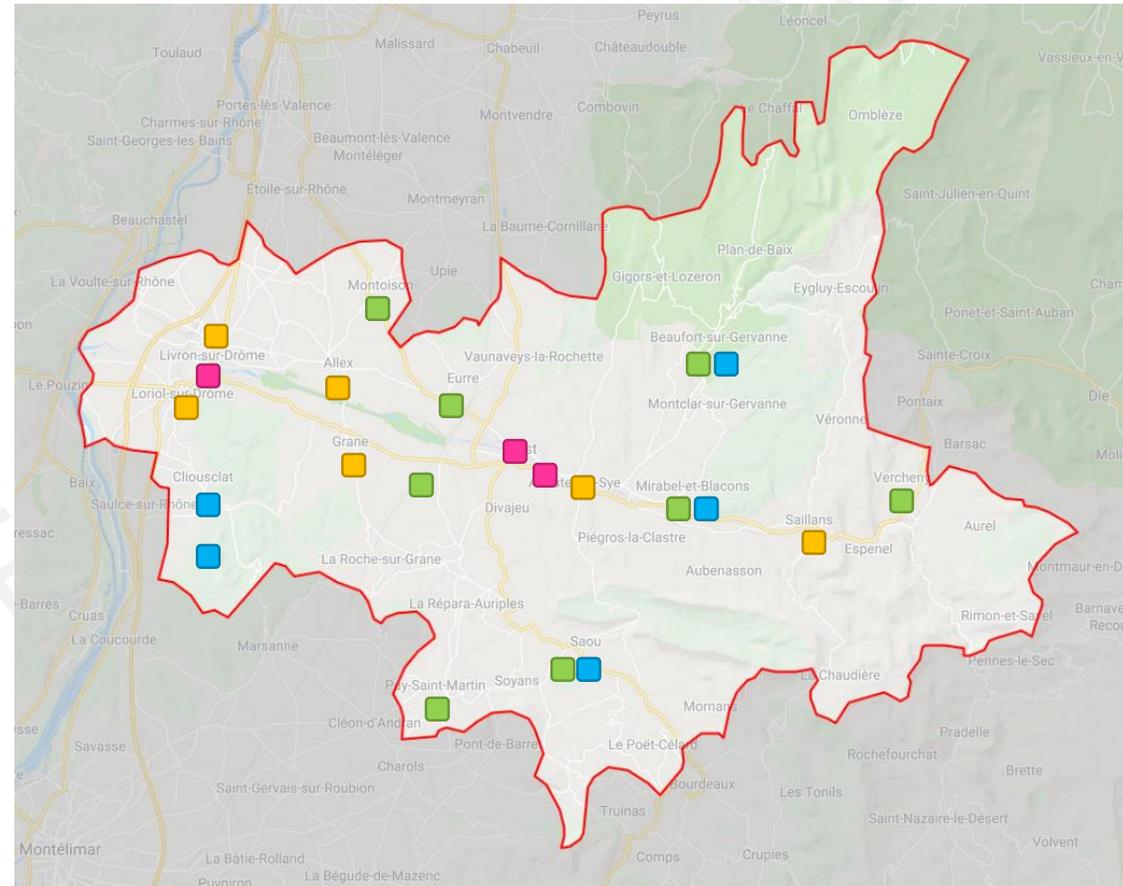
L'analyse des  
espaces  
commerciaux

DOCUMENT DE TRAVAIL

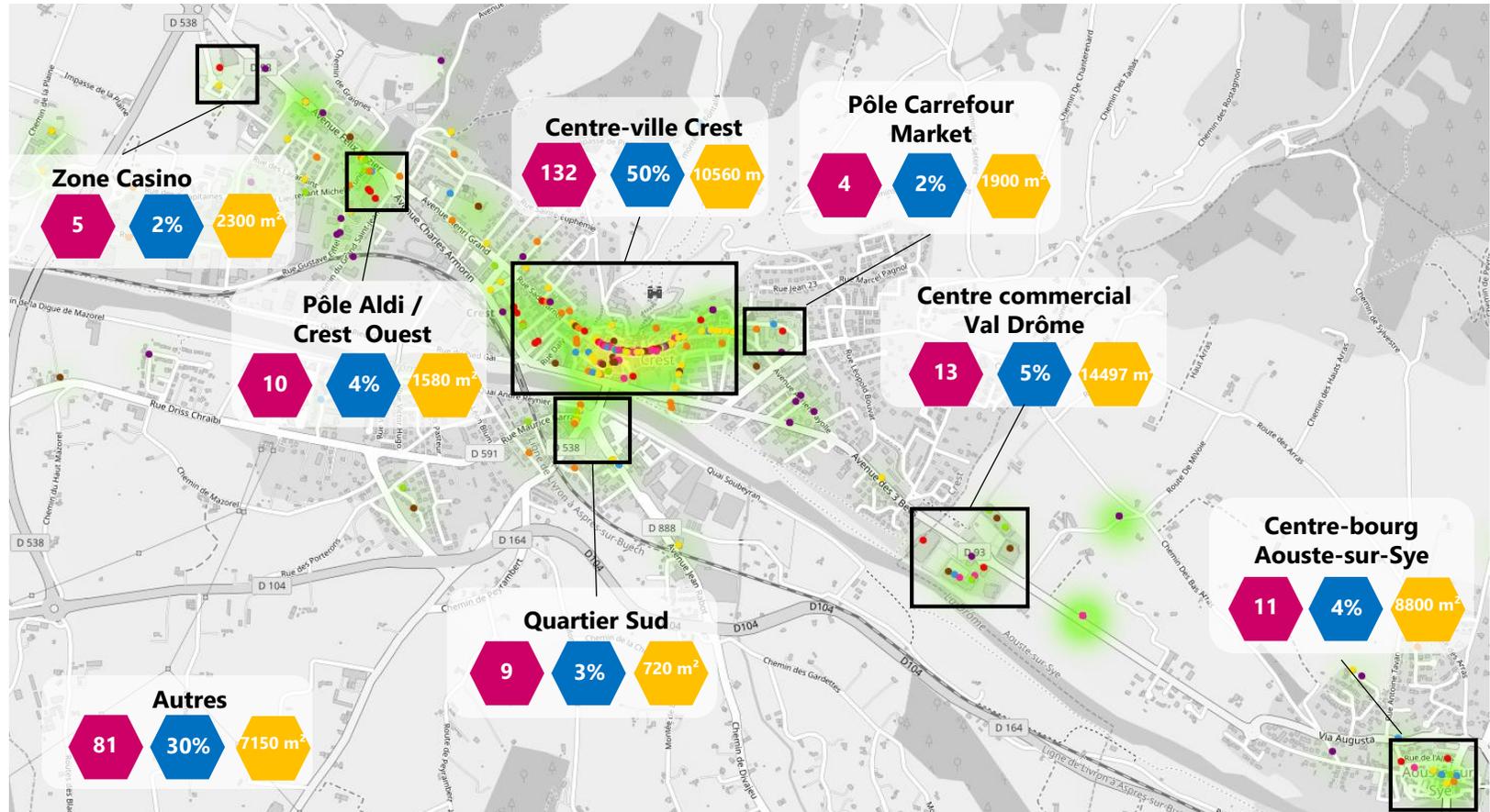
Au regard des vocations, l'armature commerciale du territoire peut se décomposer comme suit :

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

### HIERARCHISATION DES POLES COMMERCIAUX



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



Nombre de commerces  
XX

% du total  
%

Plancher commercial en m<sup>2</sup>\*  
7150 m<sup>2</sup>



\* Plancher commercial en m<sup>2</sup> estimé selon la méthode : 80 m<sup>2</sup> par commerce traditionnel + m<sup>2</sup> de grandes et moyennes surfaces

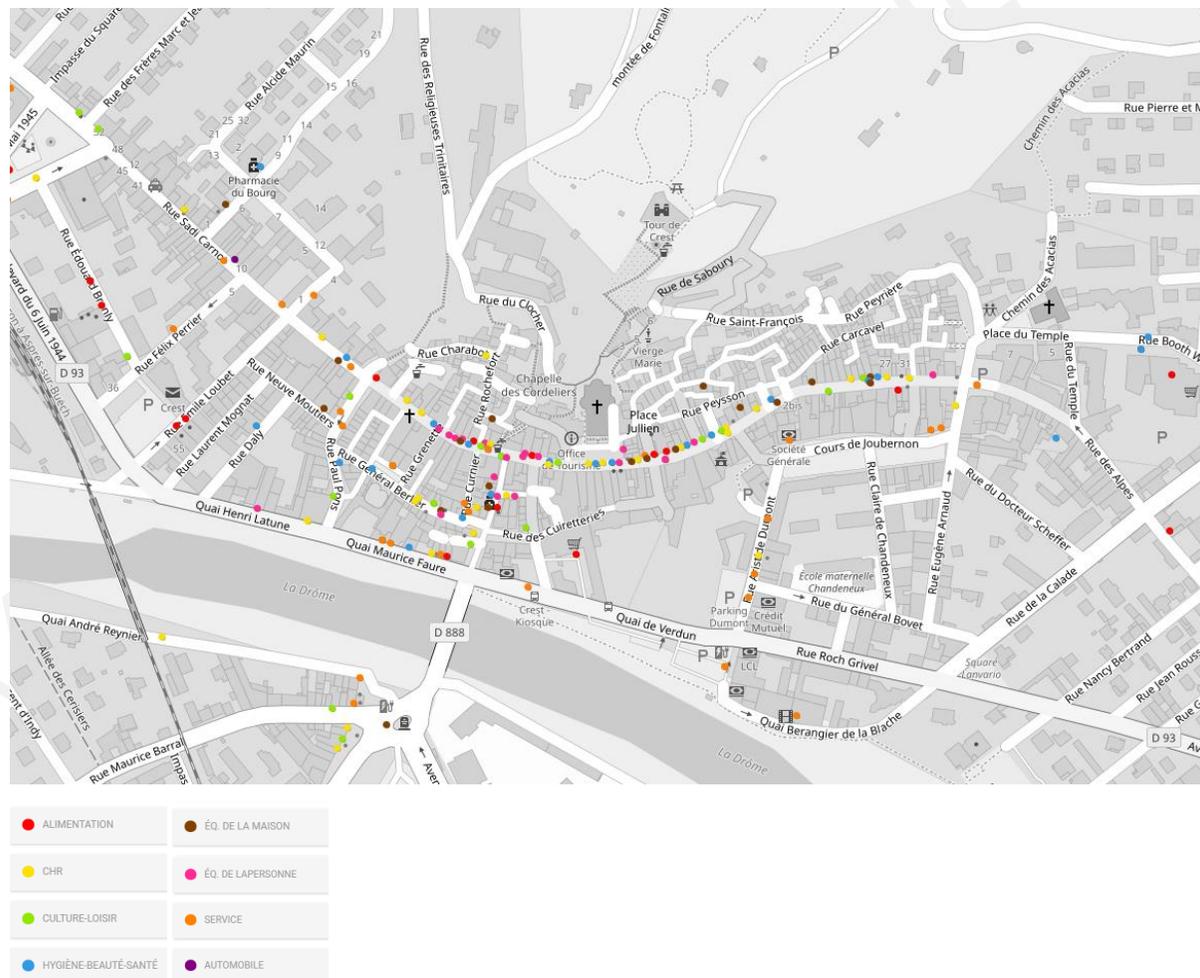
132

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

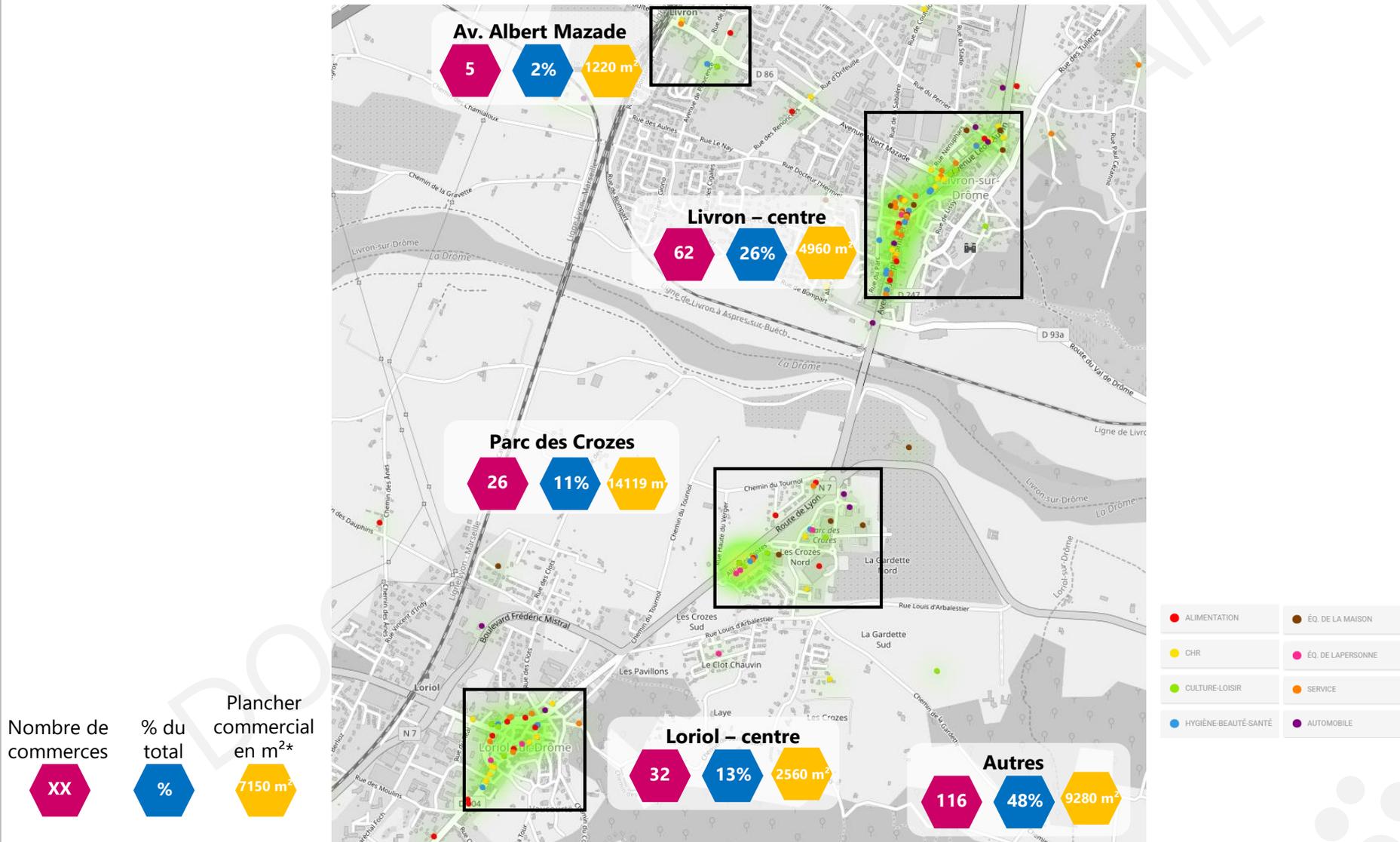
+2

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.

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



SPATIALISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LIVRON-SUR-DRÔME / LORLIOL-SUR-DRÔME



\* Plancher commercial en m<sup>2</sup> estimé selon la méthode : 80 m<sup>2</sup> par commerce traditionnel + m<sup>2</sup> de grandes et moyennes surfaces



**Partie 4**

L'analyse des  
espaces  
commerciaux

*Analyse des espaces de  
périphérie*

DOCUMENT DE TRAVAIL

## Indicateurs commerciaux

<b>Plancher GMS</b>	<b>14 497 m<sup>2</sup></b>	
<b>Evolution du plancher commercial depuis 2010</b>	+24,8%	
<b>Diversité commerciale GMS</b>	33,0 %	●
<b>Friche ou disponibilité commerciale</b>	1900 m <sup>2</sup>	●

## Indicateurs urbains

<b>Position dans l'armature urbaine</b>	Lié
<b>Logique d'implantation</b>	Globale
<b>Qualité urbaine &amp; architecturale</b>	●
<b>Accessibilité / Déplacement</b>	●
<b>Ambiance d'achat</b>	●

## Indicateurs de polarité

<b>Enseignes nationales</b>	<b>10</b>	
<b>Présence d'une locomotive alimentaire</b>	Oui	●
<b>Enseigne différenciantes</b> (sur la zone de chalandise)	10	●
<b>Présence de boutiques en galerie commerciale ou en retail park</b>	oui	●



## Bilan d'attractivité

La zone de la Mi-Voie s'est fortement développée ces dernières années avec l'extension de la zone au Nord de l'avenue des 3 becs et l'arrivée d'enseignes nationales contribuant au rayonnement de la zone sur le territoire (Fnac, Darty, extension d'Intersport...). La zone bénéficie de construction plutôt compactes et de parkings mutualisés contribuant à l'économie d'espace.

## Indicateurs commerciaux

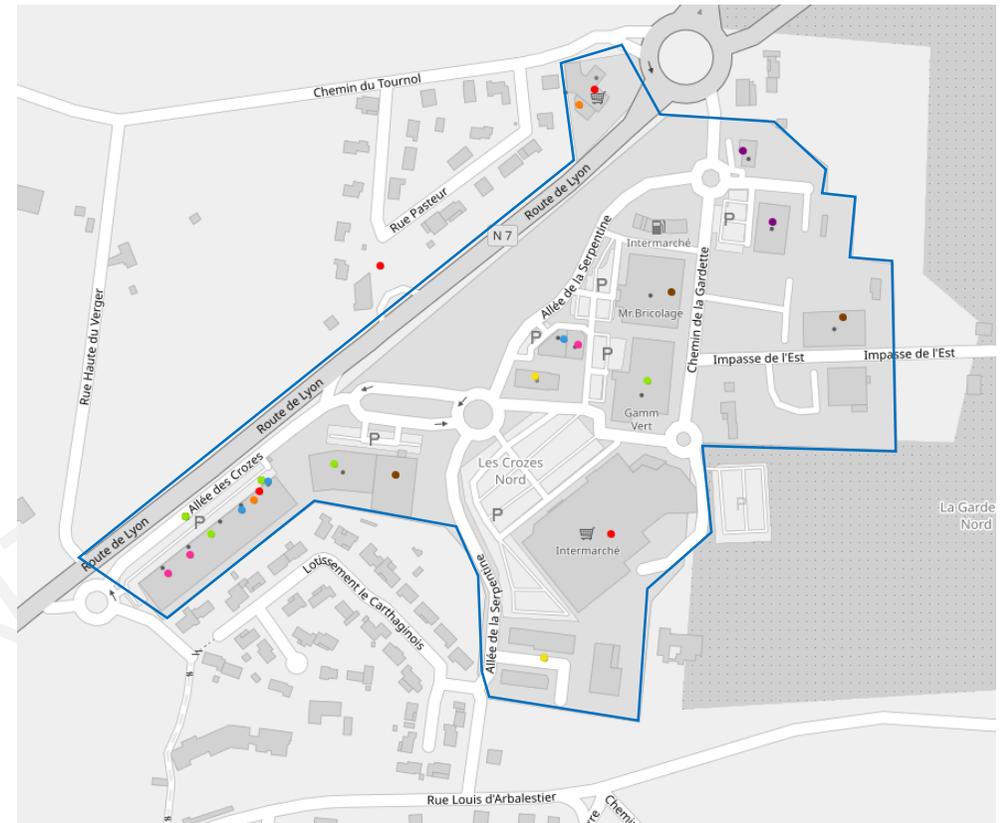
<b>Plancher GMS</b>	<b>14 119 m<sup>2</sup></b>	
<b>Evolution du plancher commercial depuis 2010</b>	+6,8%	
<b>Diversité commerciale GMS</b>	34,0 %	●
<b>Friche ou disponibilité commerciale</b>	0 %	●

## Indicateurs urbains

<b>Position dans l'armature urbaine</b>	Déconnecté
<b>Logique d'implantation</b>	Partielle
<b>Qualité urbaine &amp; architecturale</b>	●
<b>Accessibilité / Déplacement</b>	●
<b>Ambiance d'achat</b>	●

## Indicateurs de polarité

<b>Enseignes nationales</b>	<b>13</b>	
<b>Présence d'une locomotive alimentaire</b>	Oui	●
<b>Enseigne différenciantes</b> (sur la zone de chalandise)	6	●
<b>Présence de boutiques en galerie commerciale ou en retail park</b>	oui	●



## Bilan d'attractivité

Situé en bordure de Nationale 7 le parc des Crozes bénéficie d'une forte visibilité. L'offre présente s'y est développée selon une logique principalement routière avec une faible prise en compte des critères ambiance d'achat, intégration paysagère, accessibilité modes doux...

Son offre, constituée de grandes et moyennes surfaces et de petites cellules reste limitée en termes de puissance d'enseigne compte tenu de sa position entre Valence et Montélimar.

## Indicateurs commerciaux

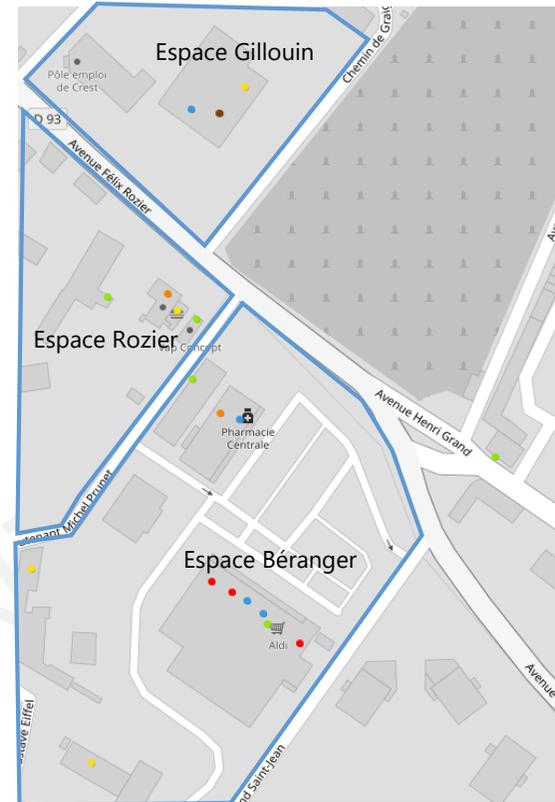
Plancher GMS	977 m <sup>2</sup>	
Evolution du plancher commercial	-	
Diversité commerciale GMS	0%	
Friche ou disponibilité commerciale	-	●

## Indicateurs urbains

Position dans l'armature urbaine	Lié
Logique d'implantation	Partielle
Qualité urbaine & architecturale	●
Accessibilité / Déplacement	●
Ambiance d'achat	●

## Indicateurs de polarité

Enseignes nationales	1	
Présence d'une locomotive alimentaire	Oui	●
Enseigne différenciantes (sur la zone de chalandise)	1	●
Présence de boutiques en galerie commerciale ou en retail park	oui	●



## Bilan d'attractivité

Dans la continuité du centre-ville, trois espaces commerciaux se sont développés :

- Espace Béranger qui forme une polarité commerciale de proximité complète (boucherie, boulangerie, pharmacie, fleuriste...) constituée autour du supermarché Aldi et d'un cabinet dentaire
- Espace Rozier qui accueille de la restauration rapide, un agent d'assurance et un commerce de vapotage
- Espace Gillouin qui accueille un restaurant, un club de remise en forme et un pisciniste

Indicateurs **commerciaux**

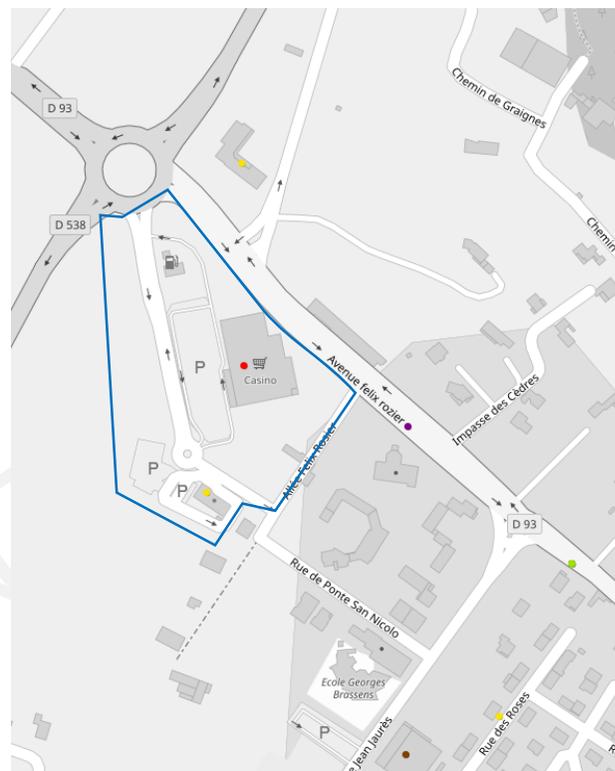
<b>Plancher GMS</b>	<b>2000 m<sup>2</sup></b>	
<b>Evolution du plancher commercial depuis 2010</b>	-	
<b>Diversité commerciale GMS</b>	0%	
<b>Friche ou disponibilité commerciale</b>	-	●

Indicateurs **urbains**

<b>Position dans l'armature urbaine</b>	Déconnecté	
<b>Logique d'implantation</b>	À la parcelle	
<b>Qualité urbaine &amp; architecturale</b>		●
<b>Accessibilité / Déplacement</b>		●
<b>Ambiance d'achat</b>		●

Indicateurs **de polarité**

<b>Enseignes nationales</b>	<b>1</b>	
<b>Présence d'une locomotive alimentaire</b>	Oui	●
<b>Enseigne différenciantes</b> (sur la zone de chalandise)	1	●
<b>Présence de boutiques en galerie commerciale ou en retail park</b>	Non	

Bilan **d'attractivité**

Une polarité située bénéficiant d'une forte visibilité en entrée de ville de Crest et constituée par le supermarché Casino et le Mc Donald's.

## Indicateurs commerciaux

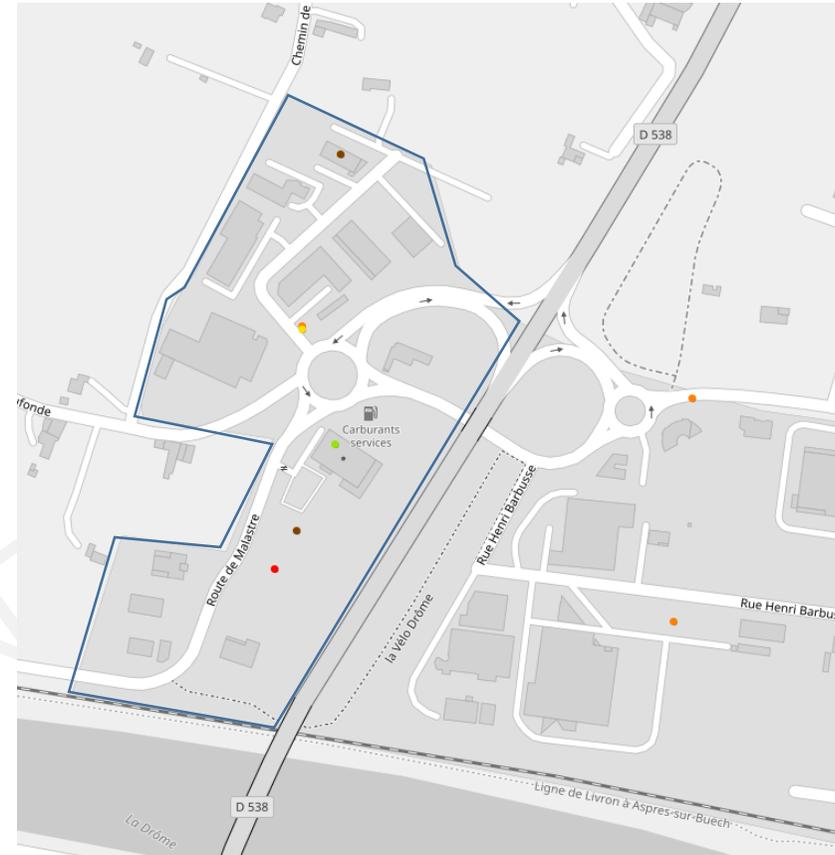
<b>Plancher GMS</b>	<b>3685 m<sup>2</sup></b>
<b>Evolution du plancher commercial depuis 2010</b>	+100%
<b>Diversité commerciale GMS</b>	0%
<b>Friche ou disponibilité commerciale</b>	oui

## Indicateurs urbains

<b>Position dans l'armature urbaine</b>	Déconnecté
<b>Logique d'implantation</b>	partielle
<b>Qualité urbaine &amp; architecturale</b>	●
<b>Accessibilité / Déplacement</b>	●
<b>Ambiance d'achat</b>	●

## Indicateurs de polarité

<b>Enseignes nationales</b>	<b>0</b>
<b>Présence d'une locomotive alimentaire</b>	Oui ●
<b>Enseigne différenciantes</b> (sur la zone de chalandise)	- ●
<b>Présence de boutiques en galerie commerciale ou en retail park</b>	Non



## Bilan d'attractivité

Une zone d'activités dans laquelle se développent des activités commerciales (jardinerie Delbard ouverte en 2011, alimentation biologique Biomonde (280 m<sup>2</sup>) ouverte en 2018 et un cuisiniste.

## Indicateurs commerciaux

Plancher GMS 1150 m<sup>2</sup>

Evolution du plancher commercial depuis 2010

-

Diversité commerciale GMS

0%

Friche ou disponibilité commerciale

-



## Indicateurs urbains

Position dans l'armature urbaine

Déconnecté

Logique d'implantation

À la parcelle

Qualité urbaine &amp; architecturale



Accessibilité / Déplacement



Ambiance d'achat



## Indicateurs de polarité

Enseignes nationales

1

Présence d'une locomotive alimentaire

Oui



Enseigne différenciantes (sur la zone de chalandise)

0



Présence de boutiques en galerie commerciale ou en retail park

Non



## Bilan d'attractivité

Une offre constituée par le U Express et le magasin de jardinage Passion Nature.

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



**Partie 5**

L'identification des  
enjeux

DOCUMENT DE TRAVAIL

**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

## 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](mailto:dlestoux@lestoux-associes.com)

Ludovic Corbé  
Chargé d'étude  
[lcorbe@lestoux-associes.com](mailto:lcorbe@lestoux-associes.com)

### Nos métiers



LESTOUX &  
ASSOCIÉS