



LESTOUX & ASSOCIÉS

ÉLABORATION DU DAACL

Syndicat Mixte du Pays de
l'Ardèche Méridionale

Phase I – Le diagnostic prospectif





SOMMAIRE

03 **PARTIE 1.**
Données de cadrage

10 **PARTIE 2.**
L'offre commerciale
traditionnelle

19 **PARTIE 3.**
L'offre en grandes et
moyennes surfaces

25 **PARTIE 4.**
L'organisation de la
logistique commerciale

30 **PARTIE 5.**
Le bilan des espaces
commerciaux

38 **PARTIE 6.**
Synthèse et enjeux





Partie 1

DONNÉES DE CADRAGE



La somme des bassins de vie couvre globalement le périmètre du SCoT

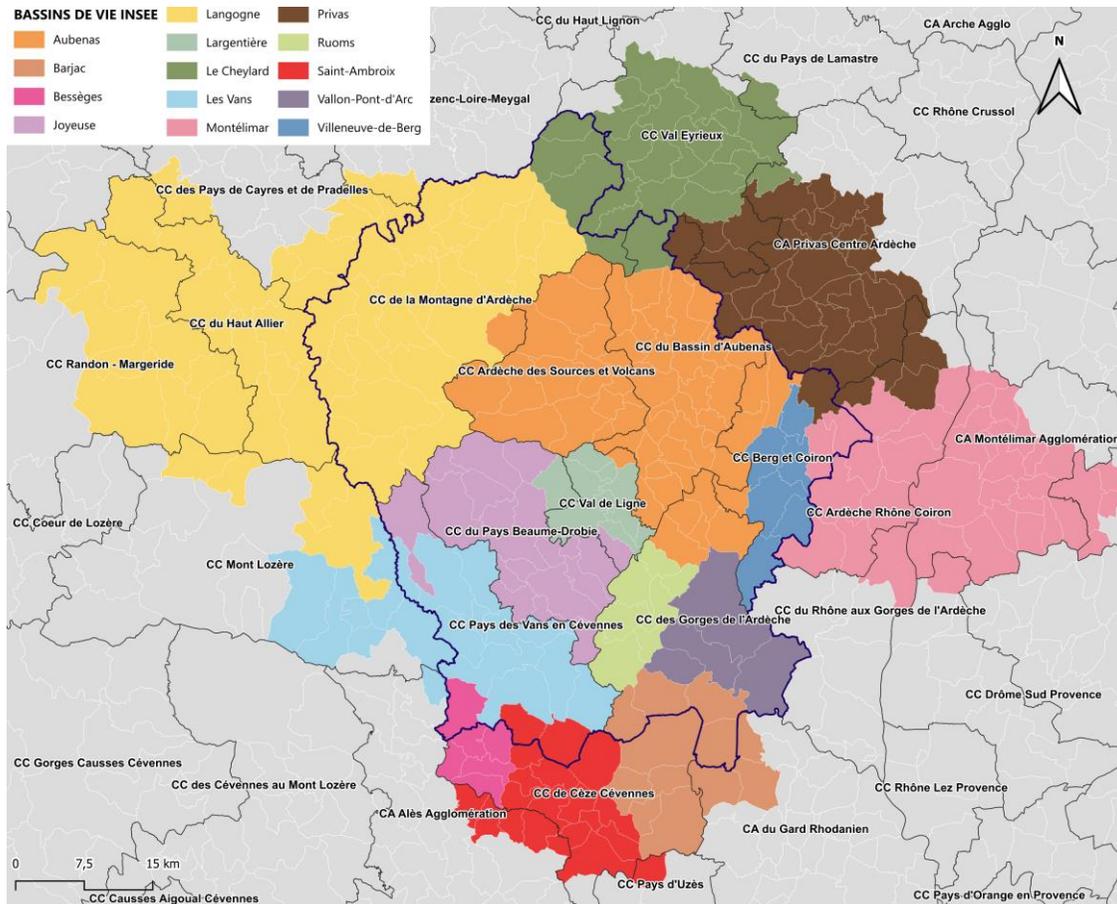
Le SCoT de l'Ardèche Méridionale se positionne au sud-ouest du département de l'Ardèche. Il est couvert par 14 bassins de vie dont 7 ont comme pôles d'influence des communes du territoire. Ces derniers épousent en grande partie les limites du SCoT, excepté sur deux espaces :

- Le pôle de Vans rayonne sur 7 communes extérieures à l'ouest du territoire.
- En revanche, la quasi-totalité de la CC Montagne d'Ardèche est sous le giron du pôle de Langogne.

Ainsi, le SCoT montre un rayonnement légèrement resserré sur 119 communes pour 95 914 habitants.

Bassins de vie	Commune	Population
Influence des pôles du SCoT sur les communes extérieures	7	1520
Influence des pôles extérieurs sur les communes du SCoT	38	8 763
SCoT de l'Ardèche Méridionale	150	103 157
Rayonnement des pôles du SCoT	119	95 914

EPCI ET BASSINS DE VIE DU SCOT



Source : INSEE

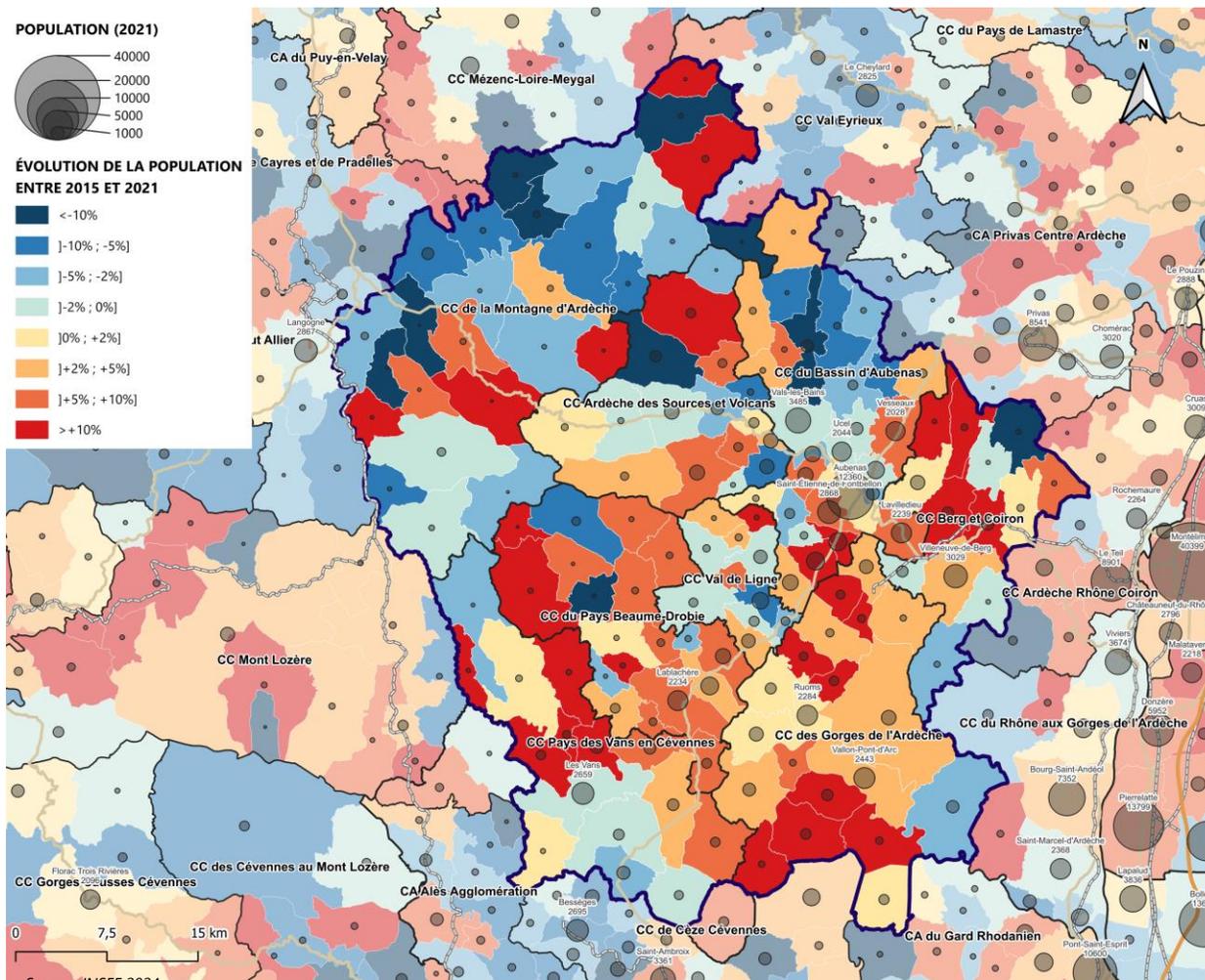


Une dynamique sociodémographique contrastée

On observe plusieurs dynamiques sur le territoire du SCoT :

- des évolutions positives qui se font principalement le long de la RD104 entre Aubenas/Villeneuve-de-Berg au nord et Les Vans/Vallon-Pont-d'Arc au sud.
- Un cœur d'agglomération qui montre une stagnation avec des pertes de population sur des communes de sa partie nord.
- Des communes en perte de vitesse sur la frange sud du territoire et la partie nord en particulier sur la CC de la Montagne d'Ardèche (-3,8%) et la CC Val de Ligne (-1,8%). Pour autant le bassin Sud du territoire gagne des habitants (+4,5%)

POPULATION 2020 ET ÉVOLUTION SUR LE SCoT ET SES ENVIRONS



Aubenas, pôle d'emploi structurant dans un territoire qui peine à renouveler sa population

Le territoire du SCoT réunit huit EPCI aux caractéristiques sociodémographiques très différentes.

Le SCoT de l'Ardèche Méridionale montre une progression de population qui reste plus mesurée sur la ville pôle d'Aubenas.

La part des plus de 60 ans apparaît similaire à la situation départementale mais tend à s'accroître plus rapidement.

39% des ménages du territoire se composent d'une personne. Un taux supérieur au département et plus marqué à Aubenas, avec plus de la moitié des ménages vivant seul. Par ailleurs, la représentation des familles, déjà plus faible que dans le reste de l'Ardèche, continue à se réduire notamment à Aubenas.

Le revenu médian à l'échelle du SCoT apparaît faible (24 330€ au niveau national), en particulier sur la ville pôle avec une différence de 11% avec le reste du département.

Aubenas constitue un pôle d'emploi majeur avec un indice de concentration de 245,8 et comprenant 30% des emplois du SCoT, qui favorise le **flux quotidien d'actifs**.

	Ville d'Aubenas	Territoire du SCoT de l'Ardèche Méridionale	Département de l'Ardèche
La population en 2021	12 360	103 157	331 415
L'évolution de 2015 à 2021	+0,9%	+2,5%	+2,2%
Les plus de 60 ans	36% (+2,2)	37% (+2,6)	36% (+2,4)
Les ménages de personne seule	52% (+2,9)	39% (+2,5)	36% (+2,4)
Les familles avec enfant(s)	26% (-0,7)	29% (-1,2)	32% (-1,7)
Les ménages installés depuis moins de 5 ans	43%	32%	30%
La médiane des revenus	19 710 €	20 509 €	21 990 €
Le nombre d'emplois	10 230	34 595	110 475
L'indicateur de concentration d'emplois	245,8	92,7	85,1

(-/+ X pts) Évolution de 2015 à 2021

Source : INSEE



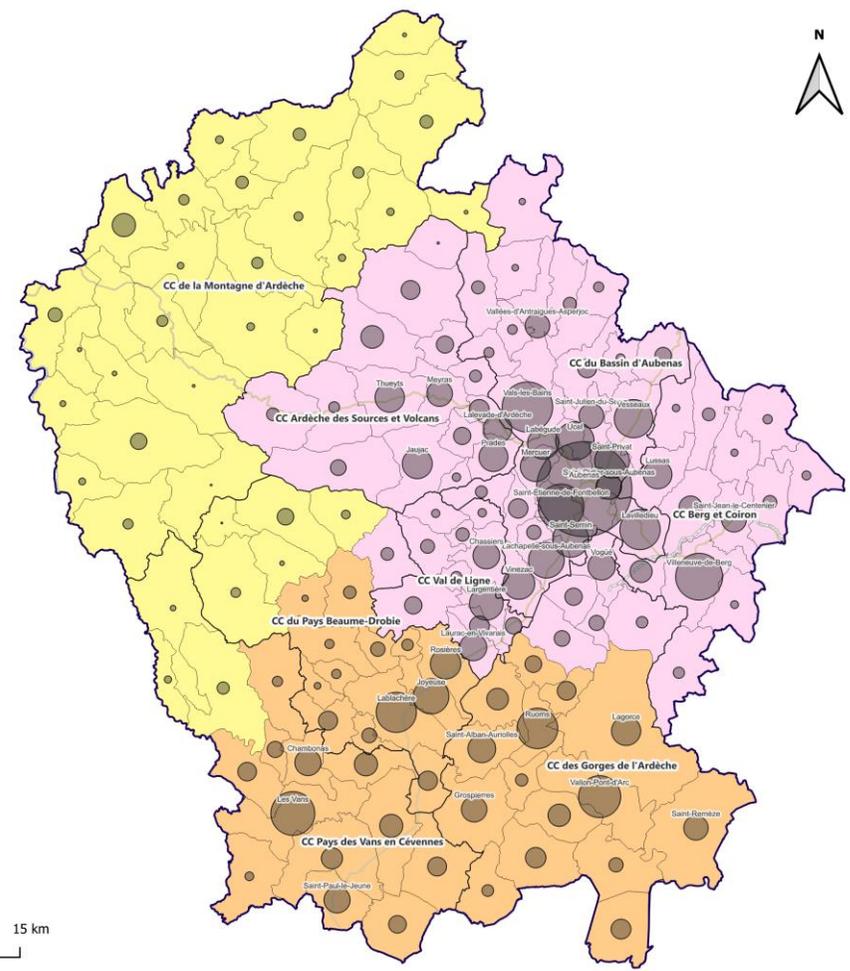
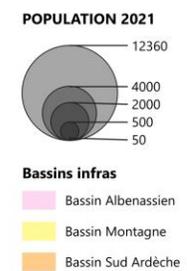
En raison du grand nombre d'EPCI (8), de la similarité et de la cohérence d'organisation et de fonctionnement, le territoire du SCoT a été divisé par les élus en 3 bassins « infras » afin de faciliter leur analyse et de distinguer leurs poids et évolutions respectifs :

Le **bassin Albenassien**
74 communes
66 940 habitants

Le **bassin Sud Ardèche**
40 communes
30 106 habitants

Le **bassin de la Montagne**
36 communes
6 111 habitants

DÉCOUPAGE DU SCoT EN BASSINS INFRATERRITORIAUX



Source : SCoT de l'Ardèche Méridionale, Insee



Des dynamiques démographiques et sociologiques contrastées sur les différents bassins.

Le bassin Albenassien comporte près des deux tiers de la population du SCoT. Ce territoire montre une dynamique positive et une part plus faible représentation des plus de 60 ans en plus d'un niveau de vie plus élevé. On notera également une plus forte part des familles que sur le reste du territoire, même si cette dernière tend à s'effriter plus rapidement qu'à l'échelle du SCoT.

Le Sud Ardèche connaît la croissance de population la plus forte du territoire mais une part des plus de 60 ans plus importante. Les ménages seuls y sont moins représentés mais tendent à progresser plus rapidement.

Espace le moins peuplé, le bassin Montagne est aussi le seul marqué par une perte d'habitants. Concernant la typologie des ménages, la part des plus de 60 ans y est plus forte, tout comme les personnes seules. De fait, la part des familles est également moins élevée. Le niveau de vie est le plus faible du territoire. Ce dernier est également marqué par plus de flux d'actifs sur d'autres communes.

	Bassin Albenassien	Bassin Sud Ardèche	Bassin Montagne	SCoT de l'Ardèche Méridionale
La population en 2021	66 940	30 106	6 111	103 157
L'évolution de 2015 à 2021	+2,1%	+4,5%	-2,6%	+2,5%
Les plus de 60 ans	35% (+2,6)	40% (+2,6)	42% (+2,3)	37% (+2,6)
Les ménages de personne seule	39% (+2,4)	38% (+2,9)	41% (+1,8)	39% (+2,5)
Les familles avec enfant(s)	30% (-1,3)	27% (-1)	25% (-1,8)	29% (-1,2)
Les ménages installés depuis moins de 5 ans	32%	32%	26%	32%
La médiane des revenus	21 000 €	20 642 €	18 328 €	20 509 €
Le nombre d'emplois	23 307	9 351	1 937	34 595
L'indicateur de concentration d'emplois	93,4	92,7	85,2	92,7

(-/+ X pts) Évolution de 2015 à 2021

Source : INSEE



Une activité touristique significative pour l'activité commerciale

390 M €

L'analyse théorique de l'influence touristique s'appuie sur deux principales informations :

- **Le nombre de lits touristiques en hébergement marchand**, estimé à 89 863 lits soit 75 % de la capacité d'accueil du département.
- **Le nombre de résidences secondaires** : 23 402 soit 29,4 % des logements du territoire.

Ces données sont par la suite converties en dépenses commercialisables et comparées à la population permanente. En moyenne, **l'activité touristique en hébergement et en résidences secondaires est estimée à un chiffre d'affaires de près de 390 M €** pour les commerces et les services du territoire.

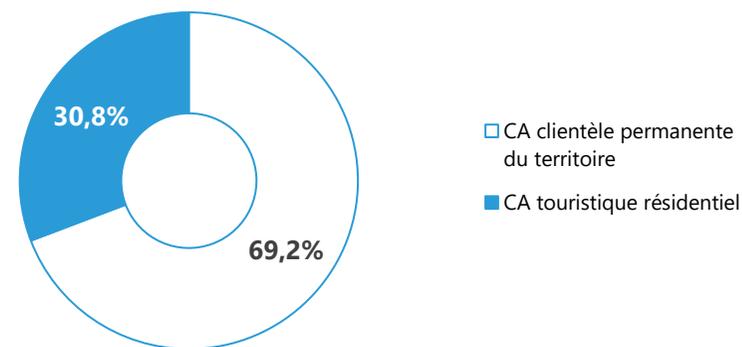
30,8%

Cet apport significatif représente 30,8% de l'activité totale, trois fois plus important que le seuil des 10% à partir duquel on estime que l'activité touristique générée compense voire dépasse la perte générée par le départ en vacances de la population permanente.

MARCHÉ POTENTIEL SUR LE TERRITOIRE DU SCoT

	Marché touristique
Alimentaire	125 168 626 €
Équipement de la personne	16 116 000 €
Équipement de la maison	37 325 821 €
Culture-loisirs	16 453 330 €
Autres	194 960 418 €
Total	390 024 194 €

POIDS DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE SUR TERRITOIRE DU SCoT



Sources : Observatoire départementale de l'Ardèche, Memento tourisme Ardèche, Insee





Partie 2

L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE



Un maillage commercial structuré autour d'Aubenas, son agglomération et les pôles secondaires

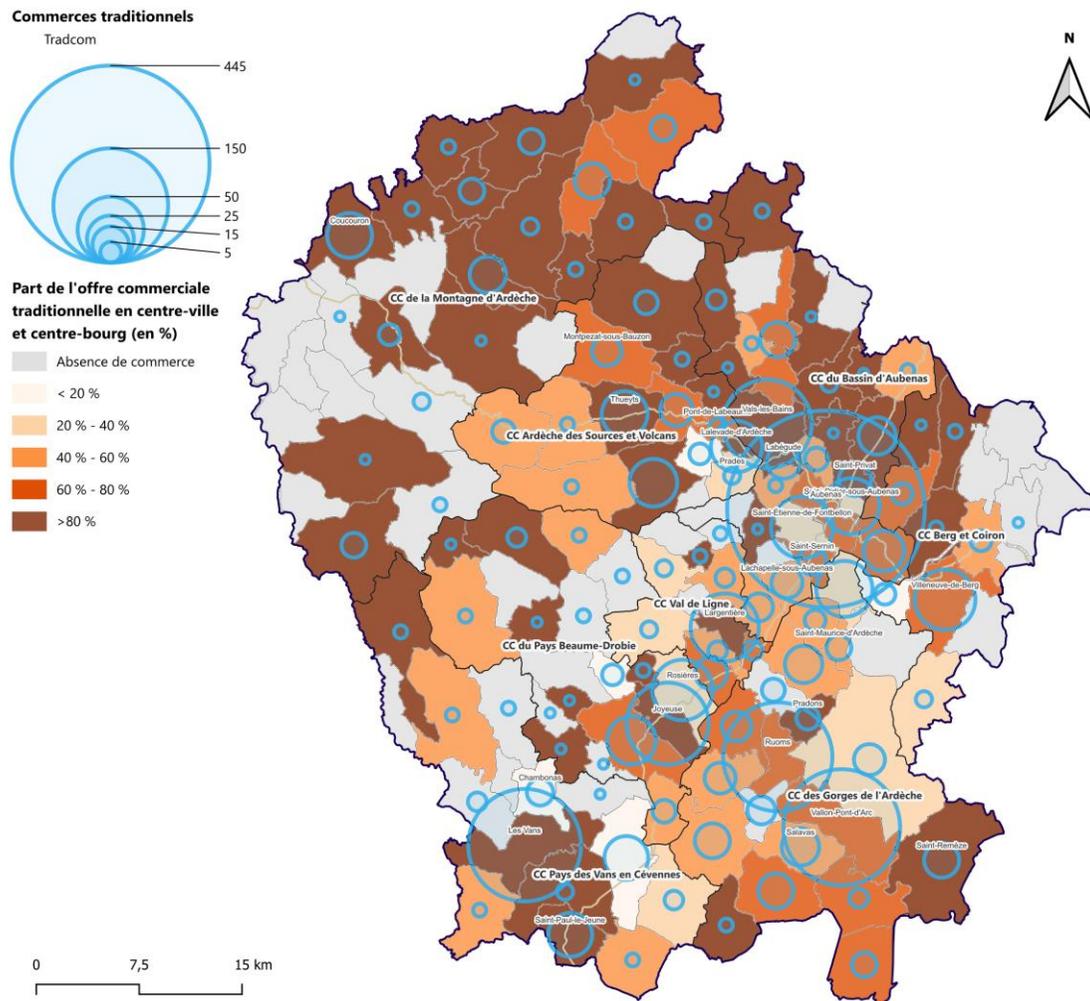
Le SCoT compte **2 011 commerces et services traditionnels** de moins de 300 m² de surface commerciale. Aubenas concentre 22% de l'offre du territoire (445 établissements).

5 autres communes disposent de plus de 50 commerces représentant l'essentiel des pôles secondaires du territoire :

- Vallon-Pont-d'Arc : 155
- Vals-les-Bains : 90
- Les Vans : 145
- Joyeuse : 77
- Ruoms : 136
- Largentière : 53

69,5% des commerces traditionnels sont implantés dans les centres-villes et centres-bourgs. Un chiffre dans la moyenne qui souligne, dans l'ensemble, la bonne préservation des centralités excepté pour les communes périurbaines d'Aubenas qui affichent un ratio inférieur à 35% (Saint-Étienne-de-Fontbellon 34%, Saint-Didier-sous-Aubenas 27,8%). Ces taux s'expliquent par la présence de zones commerciales comme sur Rosières (26,2%). Quelques communes, plus rurales montrent également des taux peu élevés mais à nuancer au vu du faible nombre de commerces.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE ET POIDS DE LA CENTRALITÉ PRINCIPALE



Source : Fichier commerces Société.info 2025, terrain janvier 2025

Une offre marquée par l'offre de proximité et de convivialité

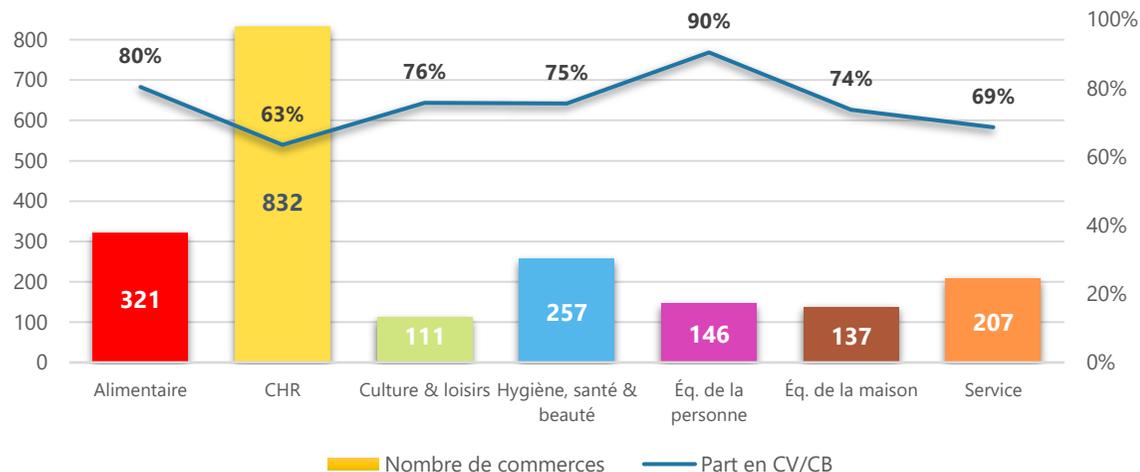
Avec 832 établissements (41% des activités), la filières CHR* est la plus représentée sur le territoire. Une proportion deux fois plus importantes que les moyennes habituelles (20-25%) qui s'explique par la forte influence touristique du territoire et par la présence de l'offre sur 78% des communes. Elle constitue souvent la dernière offre commerciale sur les plus petites communes.

Le taux de diversité commerciale** moyen sur l'ensemble du SCoT atteint 15,7% (18,4% en centralité) mais s'élève à 31,6% pour le centre-ville de Aubenas et jusqu'à 38% pour le centre-ville de Ruoms.

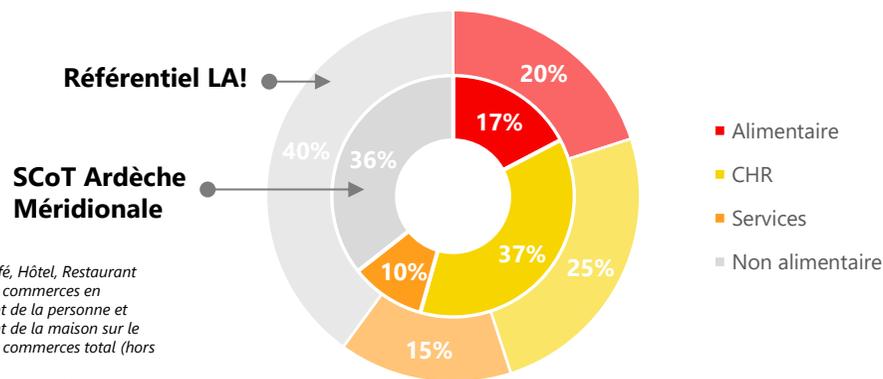
Le SCoT de l'Ardèche Méridionale se distingue également par une faible tertiarisation de l'activité commerciale avec près de 200 établissements soit seulement 10% de l'offre commerciale.

À noter que les activités de proximité (alimentaire, hygiène-santé-beauté) se déploient fortement sur les centralités, respectivement 75% et 73%.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE A L'ÉCHELLE DU SCoT



RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE EN CENTRE-VILLE ET CENTRE-BOURG



* CHR : Café, Hôtel, Restaurant
 ** Part des commerces en équipement de la personne et équipement de la maison sur le nombre de commerces total (hors services)
 *** Offre de proximité : Alimentation, Hygiène-santé-beauté, CHR

Source : Fichier commerces Société.info 2025, terrain janvier 2025



Une offre alimentaire complète sur les pôles structurants mais une couverture de la population restreinte

31 communes représentant **54%** de la population du SCoT **disposent d'un tissu commercial de première nécessité complet**, soit une situation en dessous des moyennes habituelles (60 à 80%).

38 autres communes représentant **22% de la population disposent d'un ou deux commerces alimentaires** (tissu de base incomplet). Ainsi, c'est **76%** des habitants qui disposent **d'au moins un commerce alimentaire** dans leur commune. Un taux qui reste toutefois modeste.

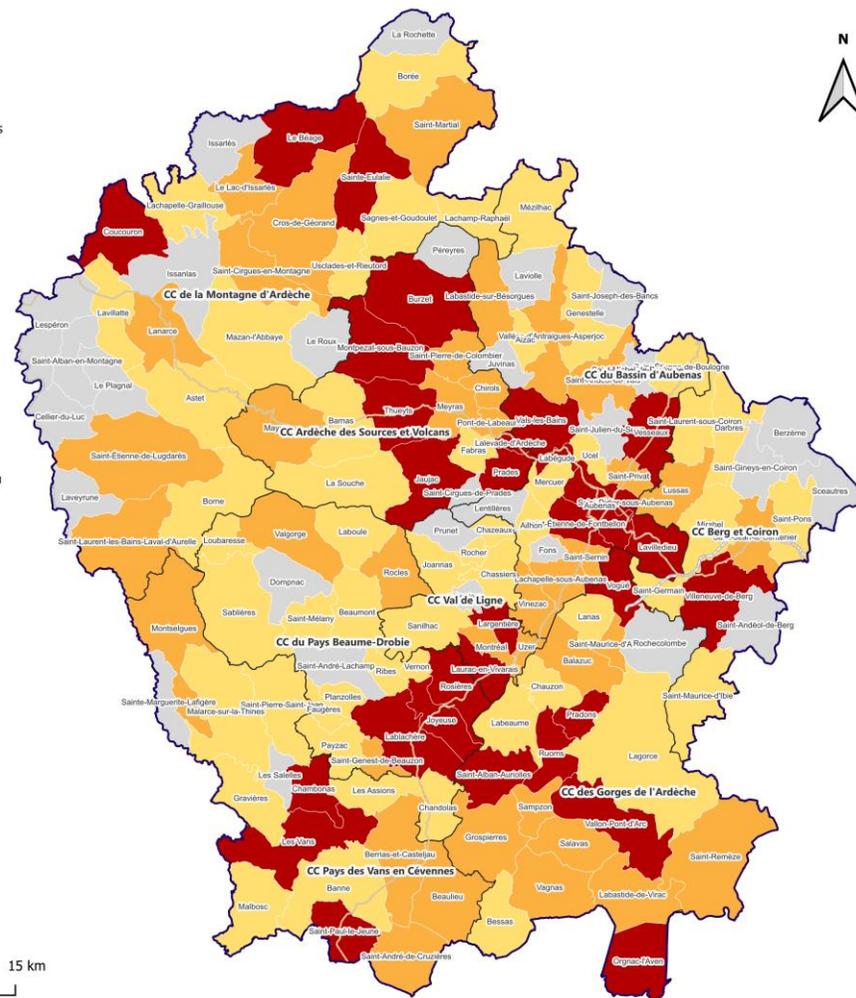
Enfin, 52 communes disposent d'au moins un café/restaurant.

Si l'on superpose les données démographiques, on observe que les gains de populations se font davantage sur ces deux dernières classes avec une croissance de +3,5% du nombre d'habitants.

TISSU COMMERCIAL DE BASE PAR COMMUNE À L'ÉCHELLE DU SCoT

Tissu de base alimentaire (évolution de population entre 2015 et 2021)

- Tissu complet : Présence des commerces de base (alimentation générale, boulangerie, boucherie ou d'un supermarché) (+1,8%)
- Incomplet : Présence d'un ou deux des commerce(s) de base (+3,5%)
- Limité : Présence d'un ou plusieurs café(s) et/ou restaurant(s) (+3,6%)
- Inexistant : Aucun des trois commerces de base, café ou restaurant (+0,5%)



Source : Fichier commerces Société.info 2025, terrain janvier 2025

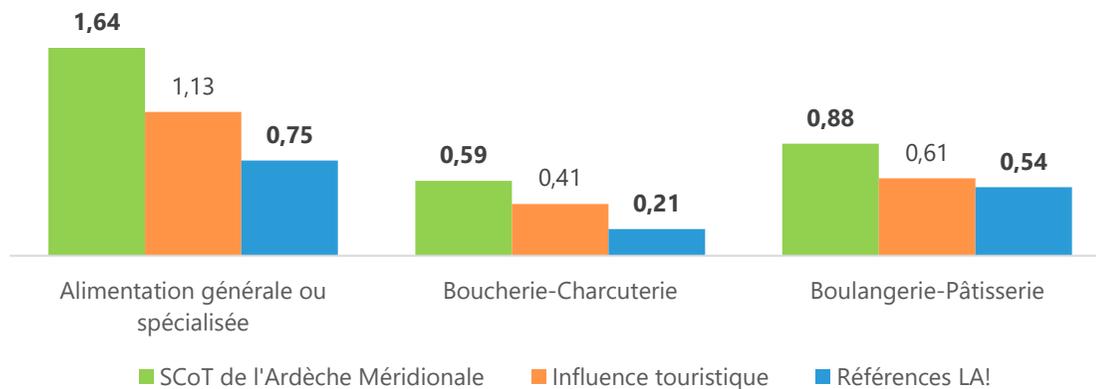


Des densités plutôt élevées sur les activités du quotidien

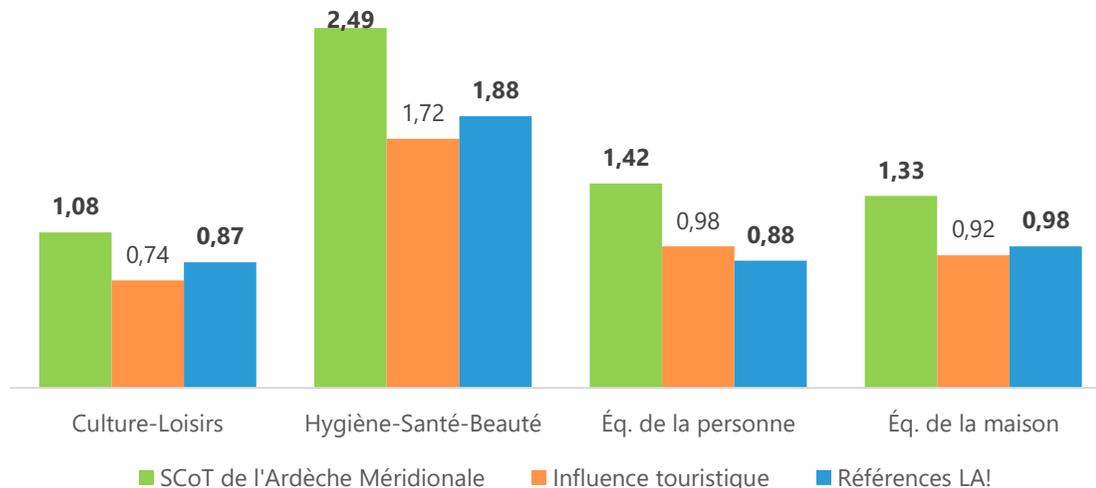
La densité commerciale permet d'apprécier l'adaptation de l'offre traditionnelle au potentiel de population de proximité. **Sur l'alimentaire, l'ensemble des secteurs affichent des densités supérieures aux moyennes habituelles et ce, même en intégrant l'influence touristique.**

En **non alimentaire**, les densités sont également relativement élevées et restent cohérentes par l'apport touristique. On notera de légères carences sur la culture loisirs et l'hygiène beauté santé

DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE ALIMENTAIRE
COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE NON ALIMENTAIRE
NOMBRE DE COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



Source : Fichier commerces Société.info 2025, terrain janvier 2025



Une vacance commerciale qui se développe sur les polarités structurantes du territoire

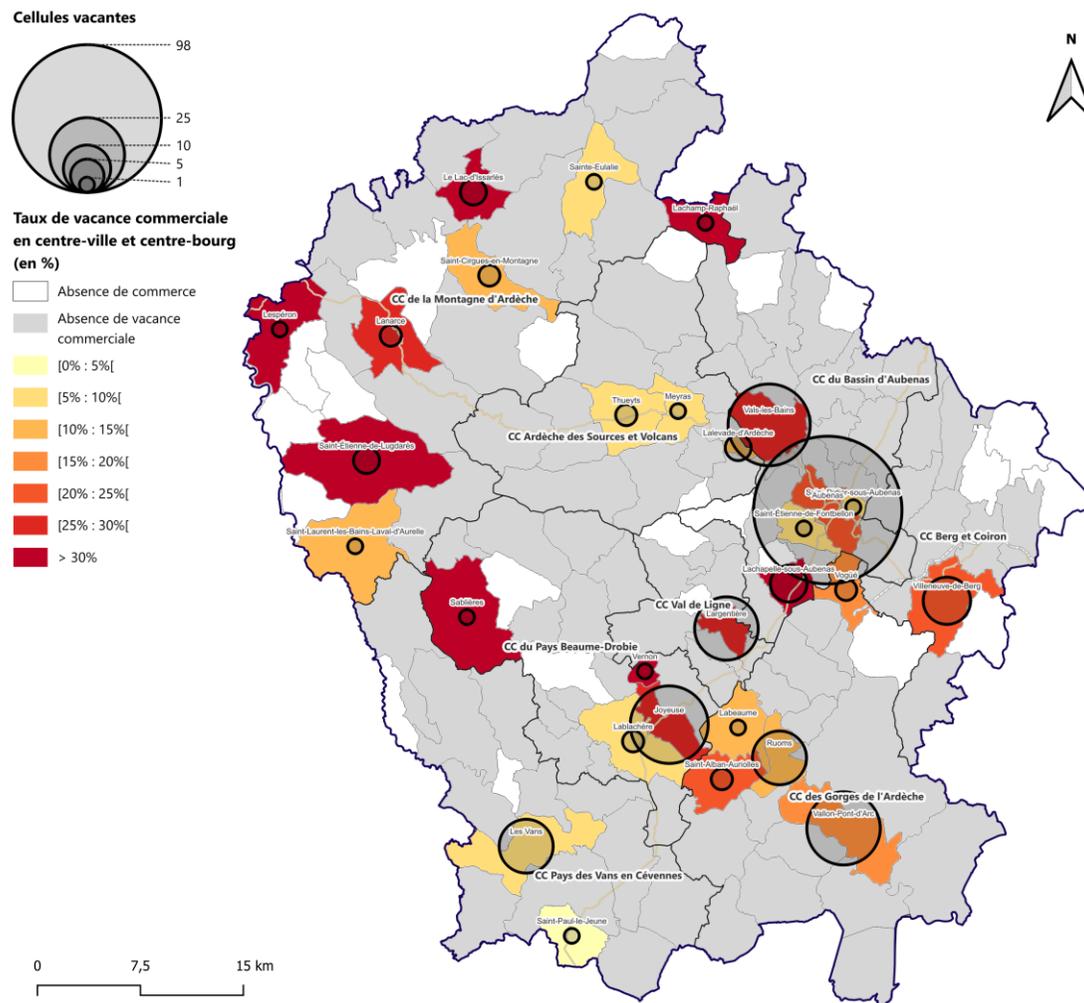
Le taux de vacance commerciale moyen sur les centralités du SCoT est estimé à **16,2% (13,6% hors Aubenas)**. Un ratio légèrement plus élevé que la tendance nationale (11 à 14%). 271 cellules vides ont été recensées sur 29 centres-villes et centres-bourgs.

Sur la ville pôle d'**Aubenas** le taux de vacance commerciale est estimé à **24,7%, soit un niveau relativement élevé**.

D'autres pôles d'importance sur le territoire affichent des taux plus importants que la moyenne comme La Joyeuse (28,4%), Largentière (29,5%) ou Vallon-Pont-d'Arc (26,8%).

Des taux élevés s'observent également sur de plus petites communes mais sont à relativiser compte tenu du faible nombre de commerces (Le Lac-d'Issarlès, Lespéron, Saint-Étienne-de-Lugdarès...)

TAUX DE VACANCE COMMERCIALE SUR LES CENTRES-VILLES ET CENTRES-BOURGS DU SCOT



Source : Fichier commerces Société.info 2025, terrain janvier 2025

Un fort turn over mais une périphérisation des activités maîtrisées

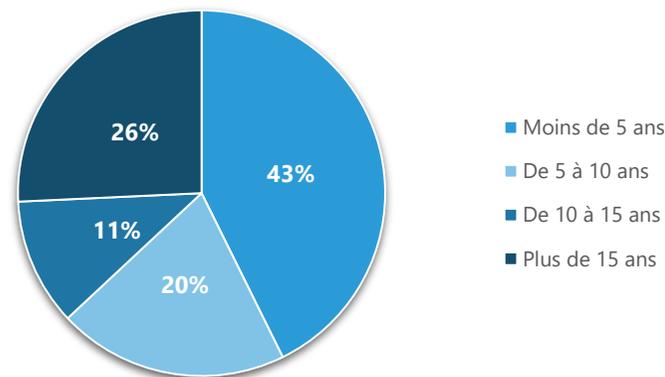
Près de 43% des commerces du territoire se sont implantés depuis moins de 5 ans.

Une rotation importante qui s'explique en grande partie par la forte création/renouvellement des CHR avec 45% des activités de la filière créées depuis moins de 5 ans. On notera également que 56% des établissements en alimentation générale et spécialisées ont vu le jour depuis 2020.

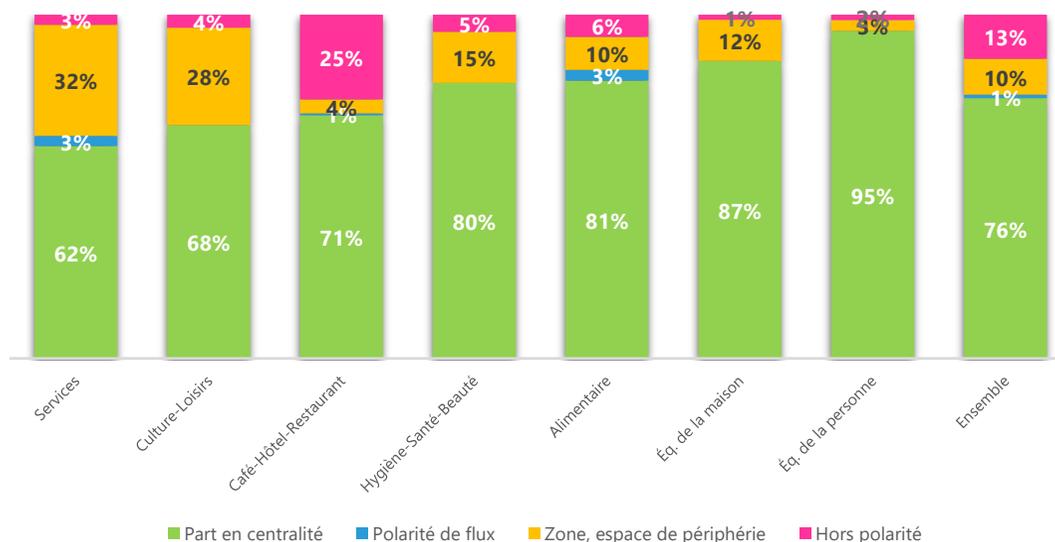
Concernant la spatialisation, 76% des activités nouvellement créées depuis 2020 se sont implantées au sein des centres-villes et centres-bourgs. Des chiffres qui soulignent la bonne préservation des centralités notamment sur l'offre de proximité avec l'alimentation qui affiche 81% d'implantations sur les cœurs de ville. Seulement 5% des créations de commerces de l'équipement de la personne se sont réalisées en périphérie ou hors polarité. La filière services montre le plus fort taux d'implantation en dehors des centralités avec 62%.

On notera également une plus forte dilution de l'offre en CHR qui affiche 25% d'installations hors de toute polarité.

RÉPARTITION DES COMMERCES SUR LE TERRITOIRE PAR PÉRIODE DE CRÉATION



RÉPARTITION DES COMMERCES INSTALLÉS DEPUIS MOINS DE 5 ANS



Source : Fichier commerces Société.info 2025, terrain janvier 2025



Un fort maillage des marchés sur le territoire, renforcé en haute saison

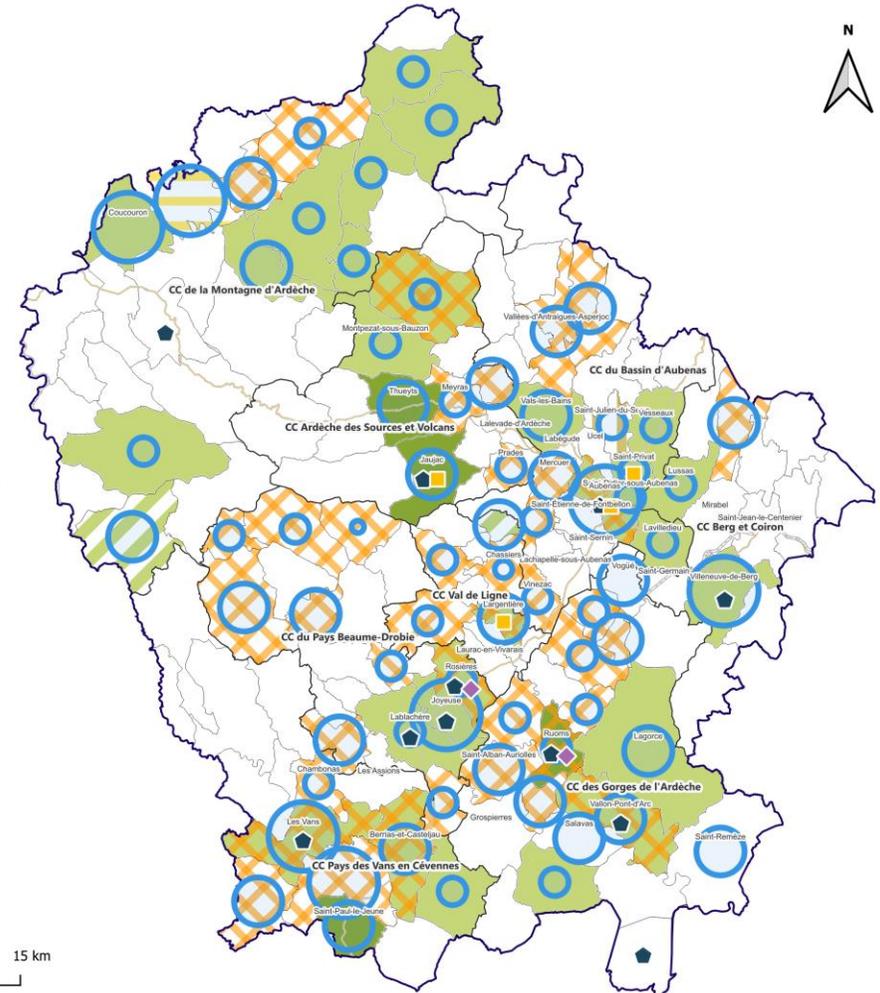
On recense 36 marchés alimentaires hebdomadaires sur 32 communes du territoire du SCoT. À noter la présence de deux marchés bi-mensuels, d'un marché mensuel et un trimestriel.

La haute saison apporte 49 marchés supplémentaires, le plus souvent d'avril à octobre, qui densifient les marchés hebdomadaires existants. Ainsi, le SCoT profite de 89 marchés au total répartis sur l'ensemble du territoire et plus particulièrement sur la moitié sud qui profite d'un plus fort attrait touristique.

Concernant les autres modes de distribution, on ne recense que 2 communes avec casiers sur Rosières et Ruoms. On relève par ailleurs, 4 distributions de paniers de produits locaux qui se concentrent sur Aubenas et les communes environnantes.

Enfin, le territoire dispose de 14 magasins de producteurs plus présents sur le Sud.

ÉTAT DES LIEUX DES MARCHÉS ET LES AUTRES DES MODES DE DISTRIBUTION SUR LE SCoT



Source : Jveux du local 07.com, Guide marché Ardèche, CCI, sites communaux, Office du tourisme



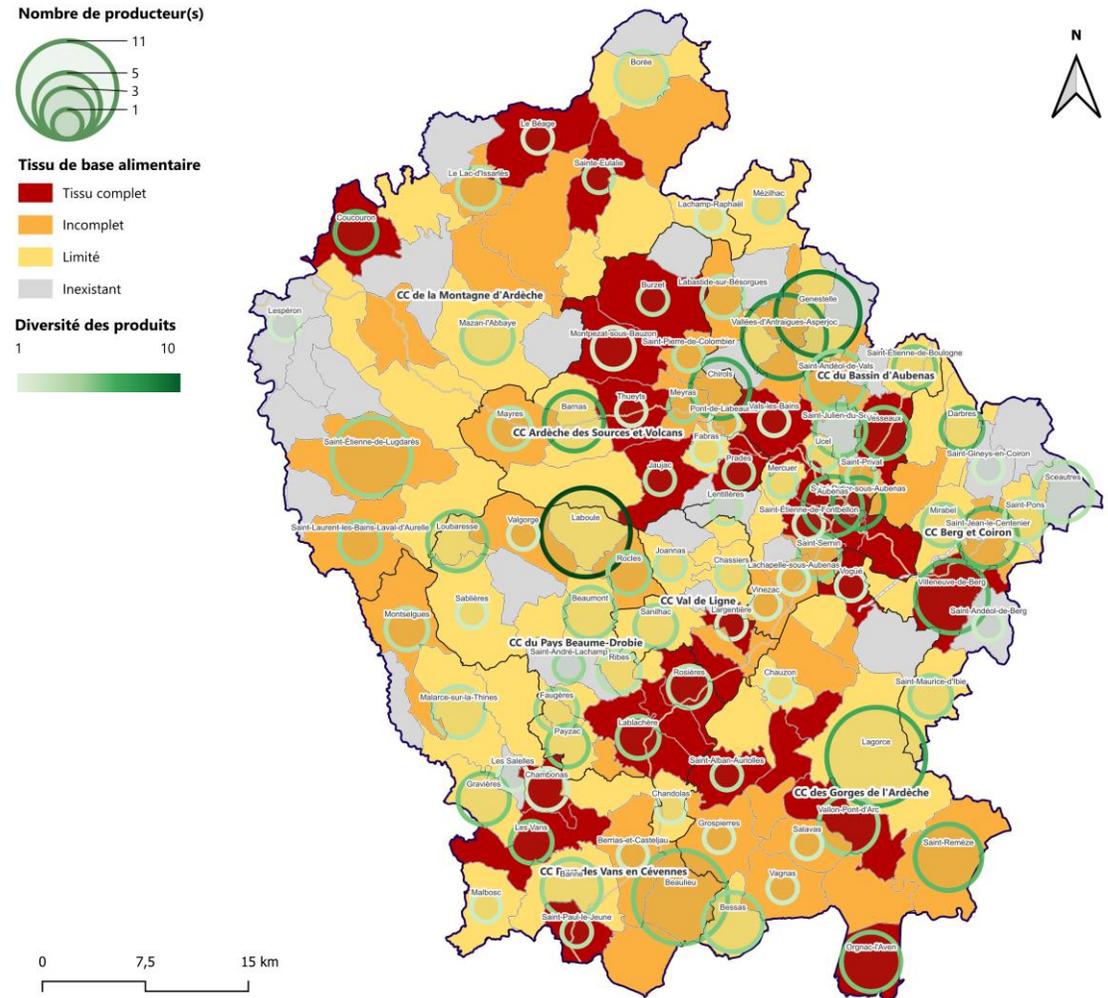
La vente directe **comme** relais du commerce

On recense 216 producteurs locaux répartis sur 89 communes du territoire (59%). 32 de ces communes sont classées avec un tissu limité et 8 avec un tissu inexistant. Une vente directe qui apporte ainsi une première réponse aux besoins des habitants. Une offre de la vente directe moins représentée sur la CC Montagne d'Ardèche et plus dense sur la partie sud.

Globalement les produits les plus représentés sont les viandes, suivi des fruits et des produits laitiers.

Produits	Producteurs	Part
Viandes (bœuf, porc, volaille, mouton,...)	59	19%
Fruits	54	17%
Produits laitiers (lait, fromage, yaourt, crème,...)	43	14%
Légumes	37	12%
Boissons (Vin, cidre, alcool)	32	10%
Miel	32	10%
Autres	58	18%

ÉTAT DES LIEUX DES PRODUCTEURS EFFECTUANT DE LA VENTE DIRECTE SUR LE SCoT





Partie 3

L'OFFRE EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES



Un développement marqué sur le cœur d'agglomération et les pôles secondaires

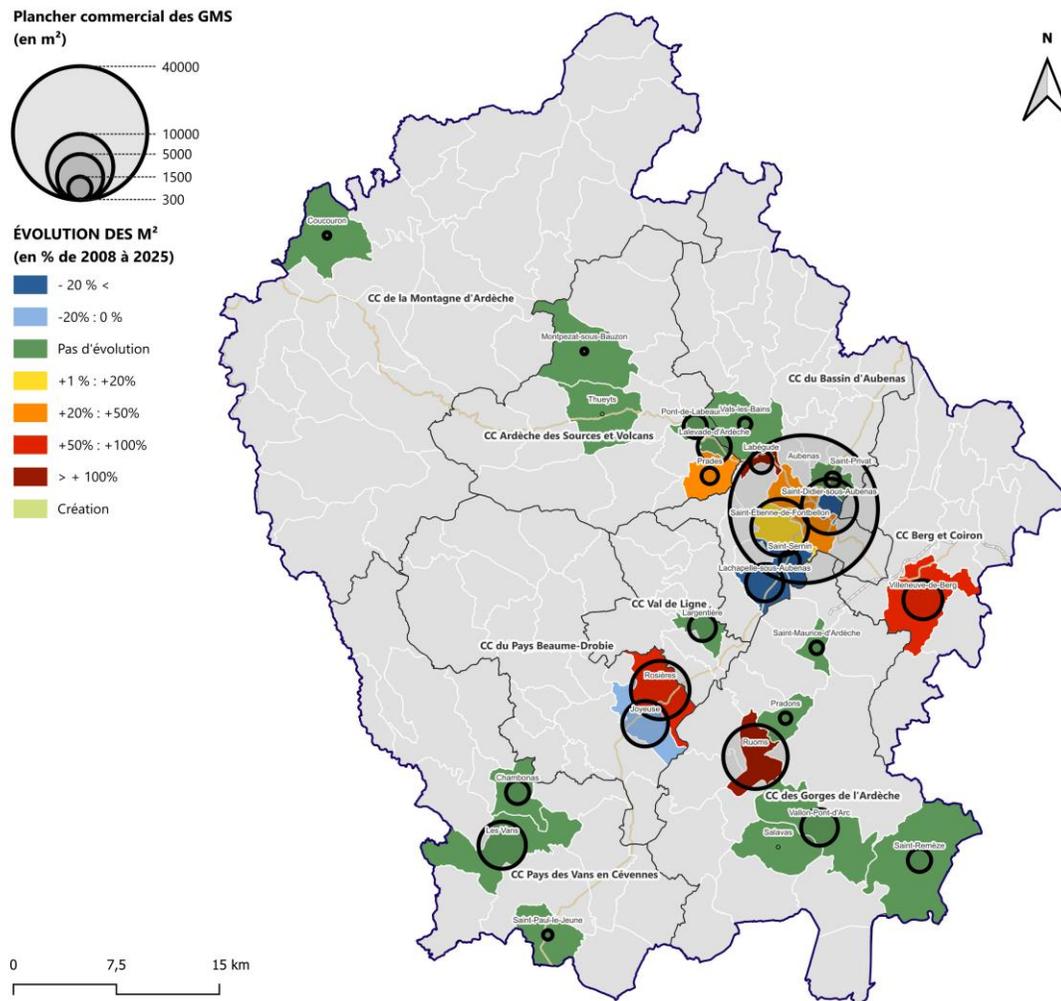
Le plancher commercial des GMS actives (>300m²) représente 118 000 m² sur le territoire du SCoT. Le cœur d'agglomération concentre à lui seul 53% de la surface de plancher avec 63 000 m² sur 3 secteurs principaux :

- ZA de Ponson Moulon (Aubenas/St Didier-sous-Aubenas) : 39 184 m²
- ZI de Bellande (Aubenas) : 8 490 m²
- ZA des Champs (Saint-Étienne-de-Fontbellon) : 7 496 m²

Ponson Moulon est de loin la plus importante zone commerciale du SCoT ayant connu également la forte progression avec +27% de surface de GMS depuis 2008. On note également des croissances importantes sur plusieurs pôles secondaires comme Ruoms (+165% / 5 000 m²), Villeneuve-de-Berg (+82% / 1264 m²) et la zone des Vernades à Rosières (+102% / 3700 m²)

En revanche, le centre-ville d'Aubenas perd près de 1 600 m² et celui de Joyeuse ,1 170 m² par un développement de la vacance.

PLANCHER COMMERCIAL ACTIF EN 2025 ET ÉVOLUTION DEPUIS 2008



Une forte croissance mais une perte de diversité commerciale

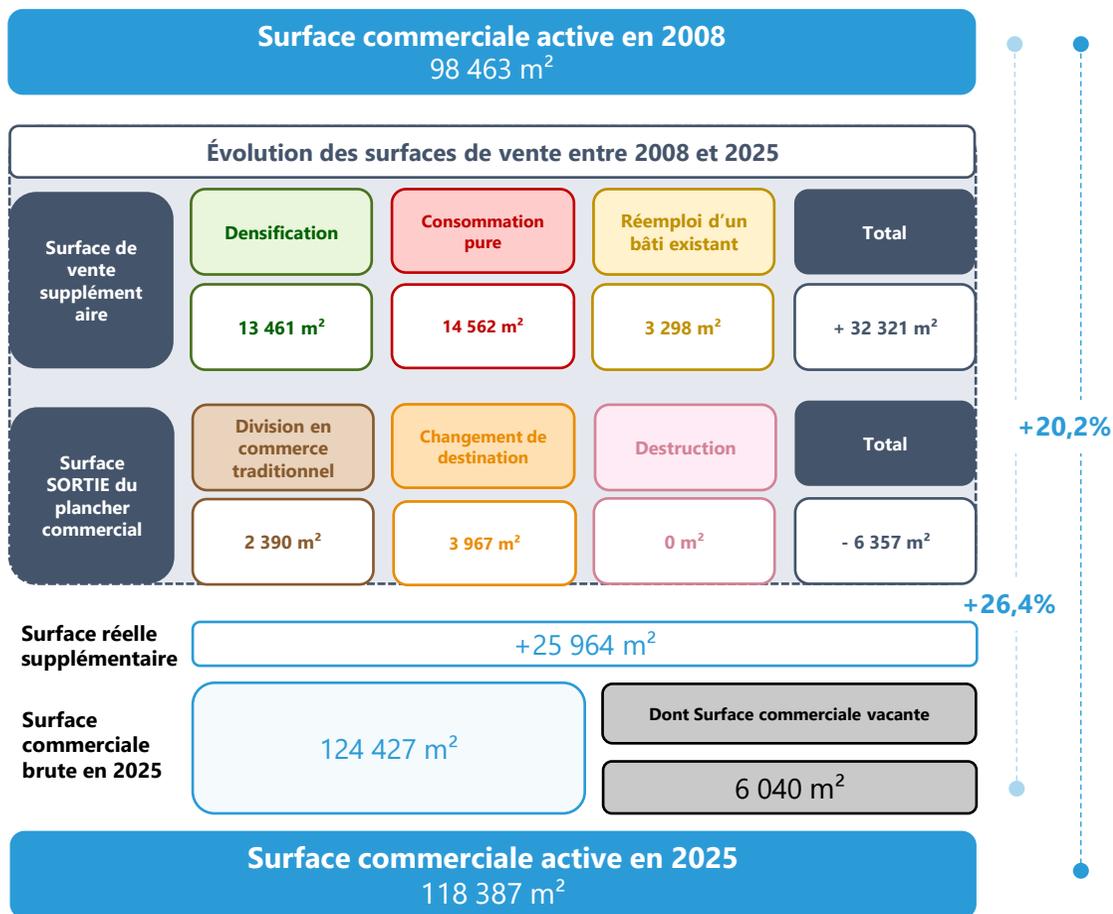
Depuis 2008, plus de 32 000 m² de surfaces commerciales en GMS ont été créées sur le SCoT. En parallèle, 6 300 m² de surfaces existantes ont disparu par destruction, division en cellule traditionnelle (<300m²) ou changement de destination (restauration, salle de sport ou activités de loisirs...). Ainsi, c'est « seulement » 26 000 m² de surface qui ont réellement été créés.

On recense 8 GMS vacantes, soit 6 040 m² non exploités. **Ainsi, 23,3 m² sont devenus vacants pour 100 m² de surface commerciale créée depuis 2008.**

Le secteur du jardinage est le seul qui a vu sa surface reculer (-9%, soit 500m² de moins par rapport à 2008). À l'inverse le secteur du bricolage (comprenant en partie du jardinage) a le plus progressé (+35% avec un gain de 9 900m²). L'alimentaire est la seconde filière qui a le plus progressée notamment avec des magasins discount et bio.

Ces évolutions ont légèrement fait reculer le taux de diversité commercial en GMS* de 23,5% en 2008 à 21,8% en 2025. Un taux qui reste encore élevé mais qui souligne la fragilisation de l'offre de destination face aux nouveaux modes de consommation (e-commerce, seconde main...).

PLANCHER COMMERCIAL EN M² ET ÉVOLUTION DE 2008 À 2025 À L'ÉCHELLE DU SCoT



Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, Codata, terrain janvier 2025

Taux de diversité commercial en GMS : nombre de m² des filières en équipement de la personne, équipement de la maison et en culture-loisirs sur l'ensemble de la surface de plancher des GMS



Une consommation foncière significative

Depuis 2008, plus de 29 000 m² de surfaces commerciales supplémentaires ont été construits sur le territoire et près de 3 300 m² de bâti ont été réemployés pour l'accueil de GMS.

Ainsi, **48% des nouveaux m² ont occasionné l'usage d'espace non artificialisé**, soit 15 562 m² de plancher commercial dont 40% ont concerné la période 2010-2011 avec notamment les projets suivants :

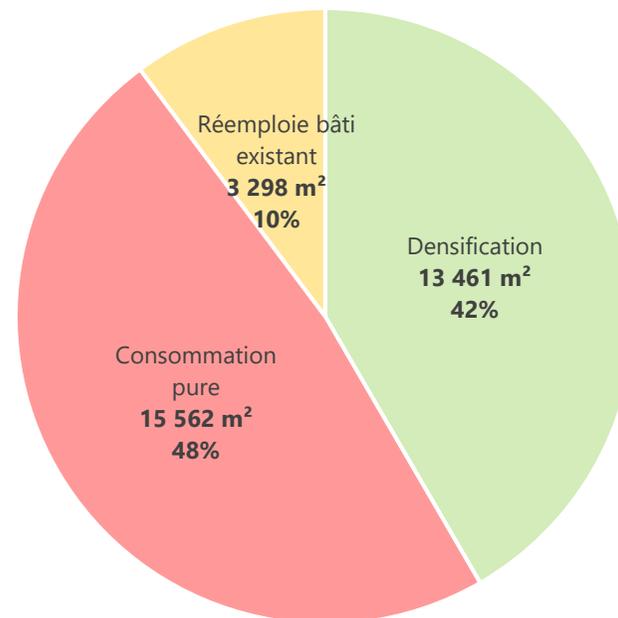
- Le développement de la ZA de l'Arzallier à Ruoms (Gifi : 1 337 m², Sport 2000 : 600 m², extension du Mr Bricolage : 700 m², Connexion 520m²)
- Lidl d'Aubenas (950 m²)
- Lidl de Rosières (960 m²)

Les deux projets majeurs restent toutefois l'Intermarché d'Aubenas en 2014 (3 674 m²) et le Intermarché de Villeneuve-de-Berg en 2019 (1 455m²).

Par ailleurs, 42% des m² supplémentaires se sont réalisées par densification sur des parcelles déjà artificialisées.

Sur la base de la densité moyenne du bâti commercial, on peut estimer que **l'activité commerciale à consommer 6 ha de foncier depuis 2008**. Rappelons que le SCOT en vigueur a inscrit 7,5 ha de consommation foncière.

BILAN DES M² SUPPLÉMENTAIRES EN GMS SUR LE FONCIER DEPUIS 2008



Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, Codata, terrain janvier 2025



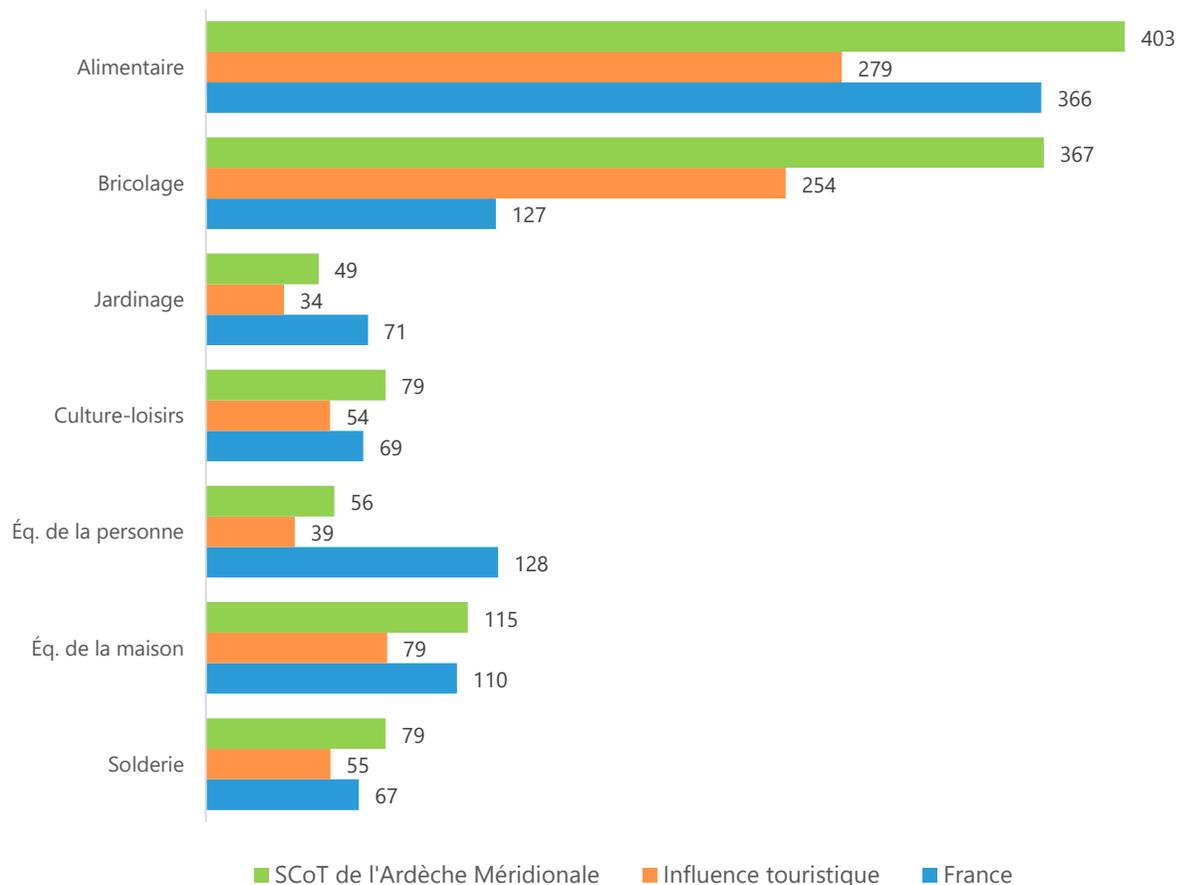
Une influence touristique qui impacte les densités commerciales

Le territoire montre des densités importantes sur la filière alimentaire et plus particulièrement sur le bricolage. Préciser que cette densité s'explique par la **forte présence des magasins de matériaux de construction** et/ou de revêtement sol et mur (85% des surfaces de bricolage).

En revanche, on observe des seuils en jardinage et en équipement de la personne plus faibles que la moyenne nationale.

Avec l'intégration de l'influence touristique, le SCoT montre des densités plus faibles que la moyenne sur l'ensemble des secteurs excepté en bricolage.

DENSITÉS EN GRANDES & MOYENNES SURFACE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ (M² POUR 1 000 HABITANTS)



Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, Codata, terrain janvier 2025



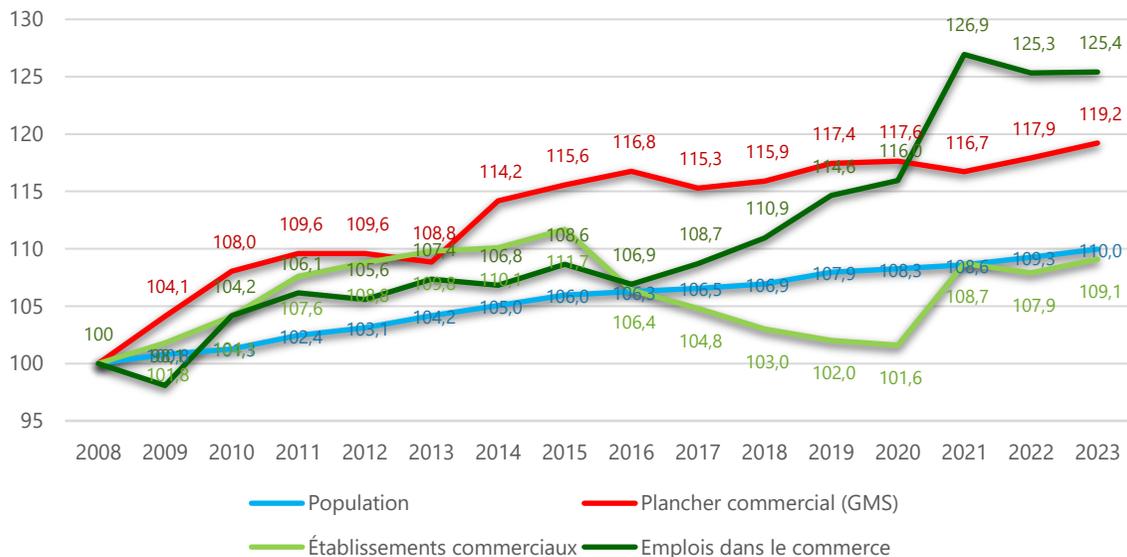
Une déconnexion de la croissance des m² avec la population

Sur la période 2008-2023, la croissance du plancher des GMS a progressé 2 fois plus vite que la population (+19,2% contre +10%). Le plancher commercial a montré deux périodes d'évolution notable avec une forte progression fin des années 2000 puis milieu des années 2010 avant de se stabiliser selon les transformations ou la destruction de certains locaux.

Dans un même temps, le nombre d'établissements a connu un fort recul de 2015 jusqu'à la crise sanitaire pour connaître un rebond depuis. Concernant l'emploi, on observe une croissance quasi continue depuis 2008 et une forte croissance post crise sanitaire.

Concernant les filières, l'équipement de la personne est le plus impacté avec une perte de 8,2% des établissements et 23,8% en effectifs. L'équipement de la maison connaît également un recul de 8,6% des établissements mais une croissance des salariés. On note par ailleurs la forte progression de la filière culture-loisirs (+21,2%) mais également des services (+18,8%) devant les CHR et l'alimentaire.

ÉVOLUTION DES SURFACES GMS PAR RAPPORT À LA POPULATION ET À L'EMPLOI DANS LA FILIÈRE COMMERCE SUR LE SCoT (INDICE 100 EN 2008)



	Nombre d'établissements	Effectifs salariés
Alimentaire traditionnel	+ 13,6%	+ 53,2%
Supermarché, hypermarché	- 4,8%	+ 33,9%
CHR	+ 15,1%	+ 24,9%
Culture-loisirs	+ 21,2%	+ 23,1%
Hygiène-santé-beauté	- 0,8%	+ 3,9%
Équipement de la maison	- 8,6%	+ 18,2%
Équipement de la personne	- 8,2%	- 23,8%
Services	+ 18,8%	+ 30,4%
Total commerces	+ 9,1%	+ 25,4%

Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, Codata, terrain janvier 2025, ACCOS URSSAF, Insee





Partie 4

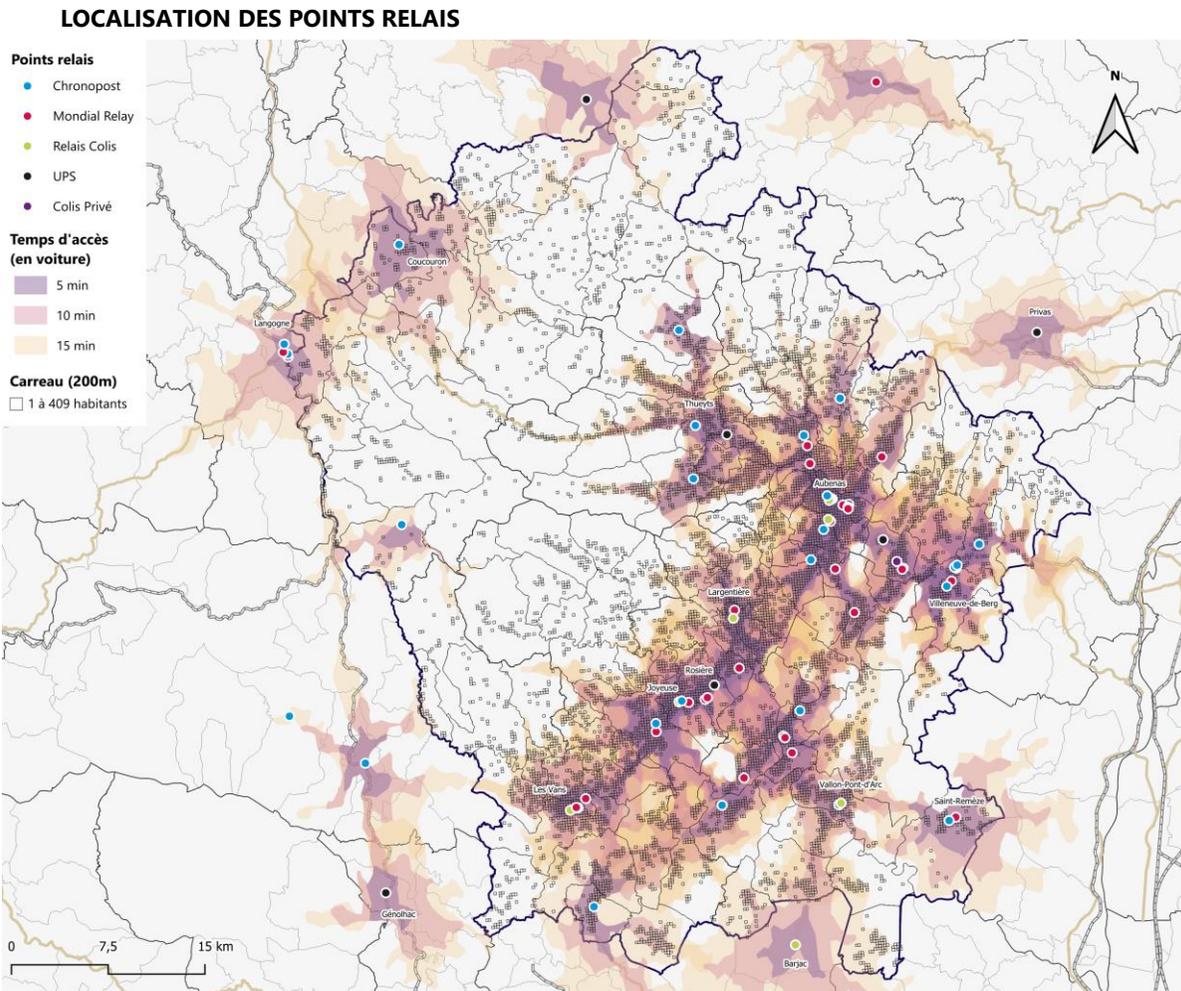
L'ORGANISATION DE LA LOGISTIQUE COMMERCIALE



Un maillage cohérent mais une forte présence hors des centralités

64 points relais sont recensés sur le territoire dont 37 implantés en centralité (58%). 12 points de retraits (19%) sont localisés sur la seule commune d'Aubenas dont la moitié sur la zone de Ponson Moulon. À noter que 41% des points relais se trouvent en périphérie ou sur des axes de flux favorisant la captation des navetteurs.

32 des 150 communes ayant au moins un commerce (21%) dispose d'un point relais, soit un taux faible. On observe une présence moindre sur la partie ouest du territoire. Toutefois, **le bon maillage de points relais sur les espaces les plus denses permettent de couvrir 64% de la population à moins de 5 minutes en voiture**, et 89% pour une accessibilité en 10 minutes. Une couverture de la population qui se fait également par la présence de points relais en dehors du territoire.



Source : Boxtal.com

L'essor de la logistique urbaine s'explique par le fort développement de la livraison de colis (8% à 10%/an, avec une explosion des petits colis). Le e-commerce a ainsi doublé depuis 2012 et devrait encore être multiplié par trois d'ici 2030 (source : La Poste).

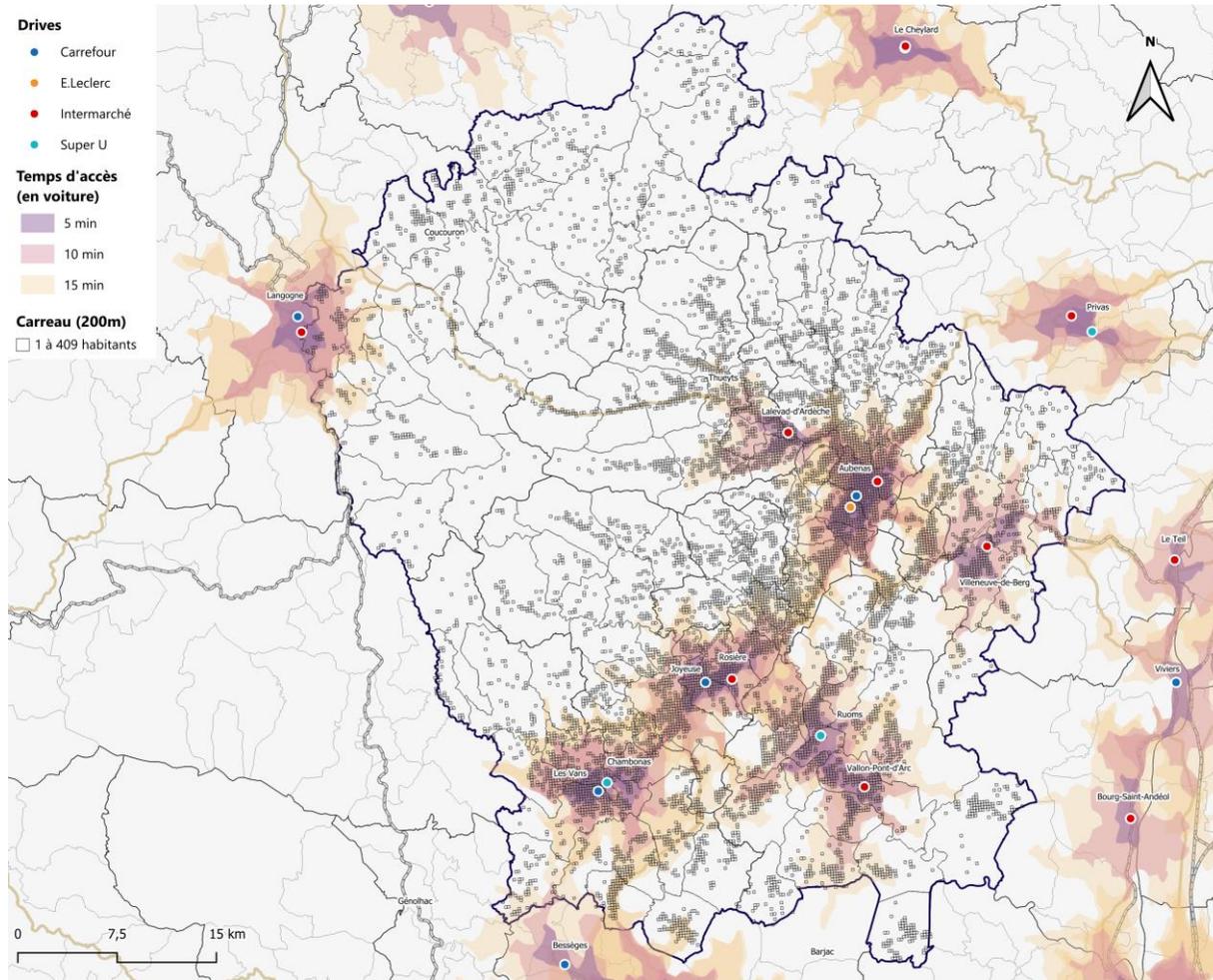


Une couverture de la population modeste par les drives excepté en secteur urbain

11 établissements de type Drive alimentaire sont recensés sur le territoire du SCoT. Leur implantation se fait principalement sur l'axe Aubenas/Les Vans en passant par Rosières/Joyeuse qui constitue l'espace le plus dense du territoire mais également la localisation des grandes surfaces alimentaires qui disposent de points Drive accolés.

Ainsi, on observe que la partie nord et ouest du territoire est totalement dépourvue de Drive. L'implantation de ces derniers couvre seulement **31% de la population à 5 minutes** en voiture et monte à 60 % pour un temps d'accès de 10 minutes et à 81% pour 15 minutes. Des ratios faibles mais qui s'expliquent par la faible densité d'une large partie du territoire et de la topographie qui augmente les temps d'accès.

SPATIALISATION DES DRIVES DE SUPERMARCHÉ ET COUVERTURE DE LA POPULATION



Source : LSA, Sites distributeurs, Quechoisir.org



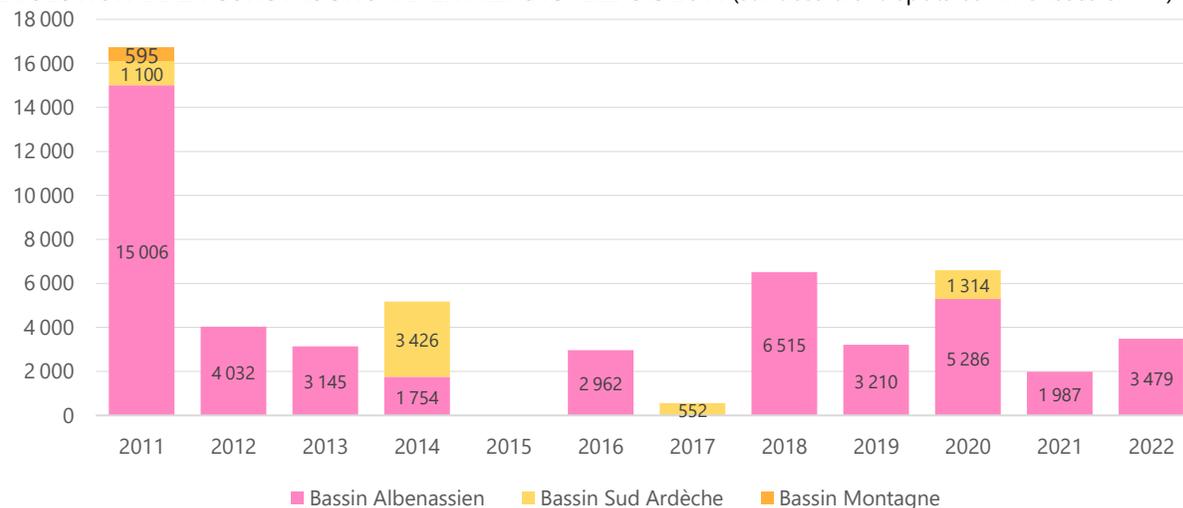
Une faible dynamique de création de surfaces d'entrepôts sur le SCoT

Hormis l'année 2011, la construction d'entrepôts logistiques sur le territoire du SCoT reste relativement faible avec une moyenne de 3 400 m² créés par an. Aussi, aucune surface d'entrepôt n'a été commencée ces 3 dernières années.

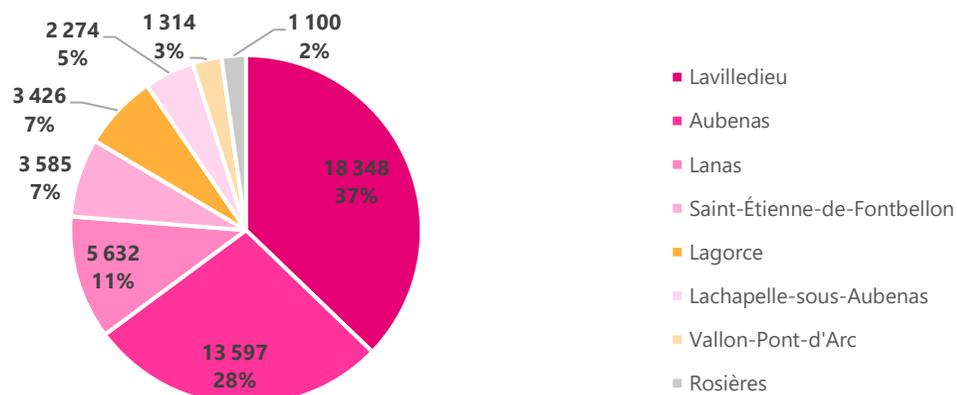
Depuis 2011, on compte 54 363 m² de surfaces commencées en entrepôt sur le territoire. Précisons que ces entrepôts concernent tous les secteurs d'activités de l'agriculture en passant par l'industrie et le commerce de gros. Il ne nous est pas possible d'isoler la logistique commerciale.

En appliquant les ratios de densité en usage sur la période (autour de 25%), ce sont ainsi près de 21,7 ha qui ont été mobilisés pour l'accueil d'activités d'entrepôts sur la période soit une moyenne de 1,5 ha par an depuis 2011. Une consommation foncière faible qui s'est toutefois faite en grande majorité sur les communes de Lavilledieu et Aubenas

ÉVOLUTION DE LA CONSTRUCTION D'ENTREPÔTS* DEPUIS 2011 (surfaces d'entrepôts commencées en m²)



RÉPARTITION DE LA CONSTRUCTION D'ENTREPÔTS* PAR COMMUNE



Sources : Ministère Aménagement du territoire – Transition écologique

*Toute typologie d'entrepôts confondus



Une concentration des grands établissements logistiques sur les SIP et les ZAE

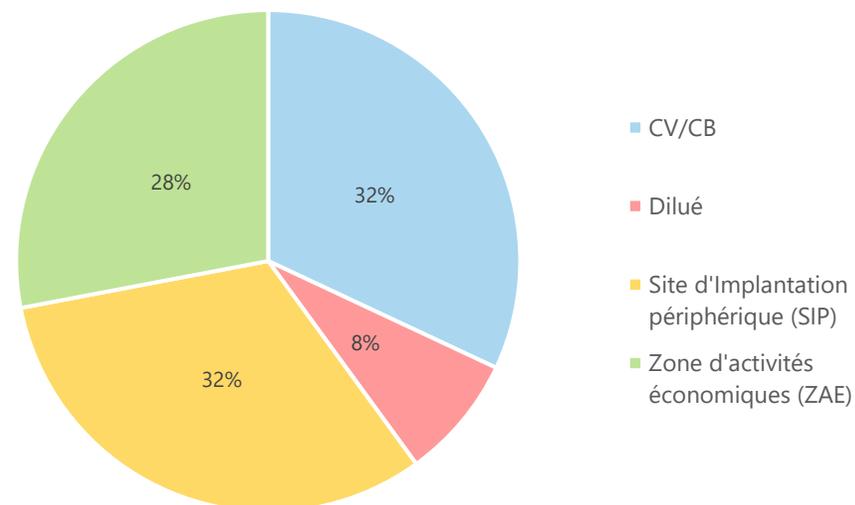
Sur les 25 entreprises du secteur logistique de plus de 15 salariés, 32% se trouvent au sein des centres-villes et centres-bourgs et concernent en quasi-totalité les activités de La Poste.

Par ailleurs, 32% des établissements se trouvent implantés en SIP notamment sur la ZI de Bellande à Aubenas (5 des 8 entreprises localisés sur ces espaces).

28% des établissements sont par ailleurs localisés en ZAE et en quasi-totalité sur la ZI Lucien Ausas à Villedieu qui constitue un des espaces d'activités majeurs du SCoT.

Aussi, seulement 2 des plus grandes entreprises logistiques (8%) sont recensées en dehors de tout zonage économique ou commercial et en léger retrait d'axes de flux et du cœur d'agglomération.

LOCALISATION DES ENTREPÔTS SUR LE SCoT DE L'ARDÈCHE MÉRIDIONALE (établissements de plus de 15 salariés)



Source : Fichier Sirene





Partie 5

LE BILAN DES ESPACES COMMERCIAUX



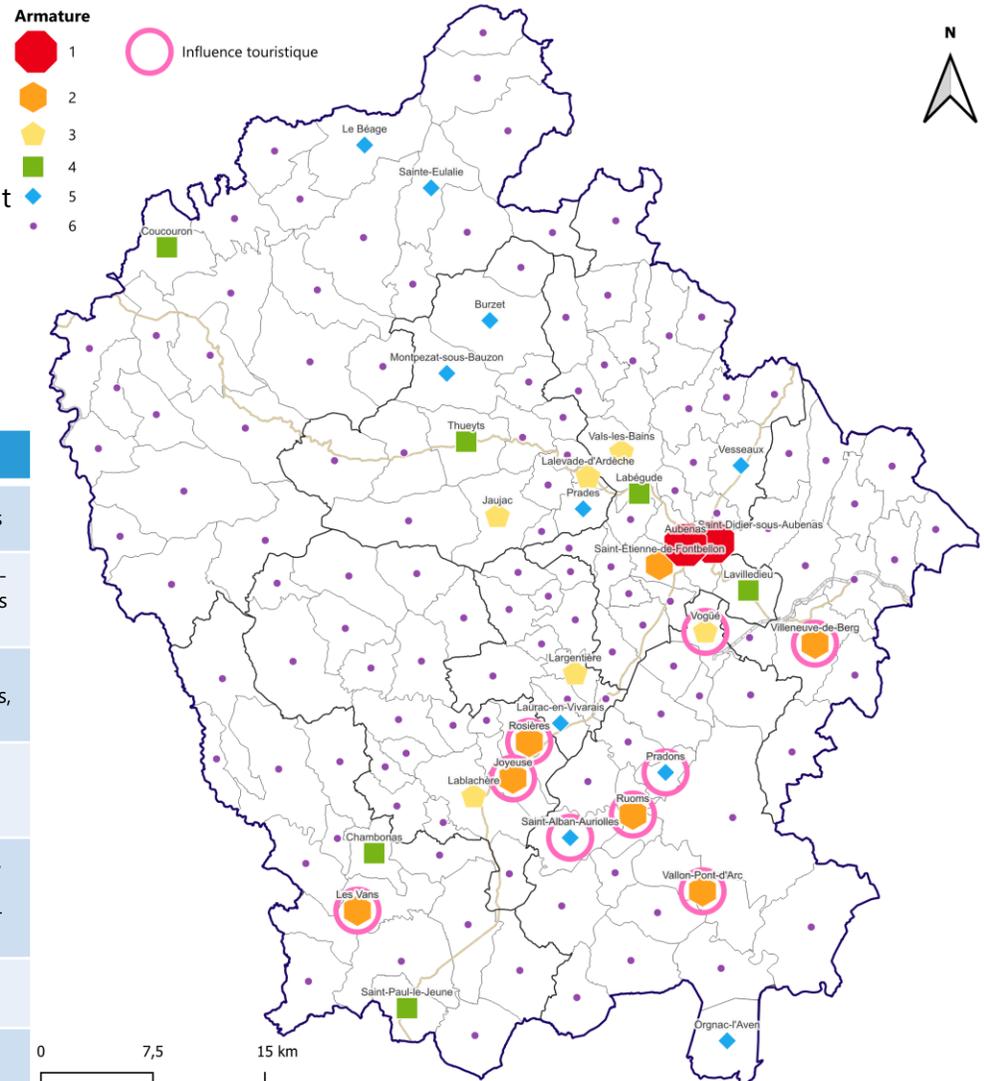
Une hiérarchie des fonctions commerciales basée sur six niveaux de polarité

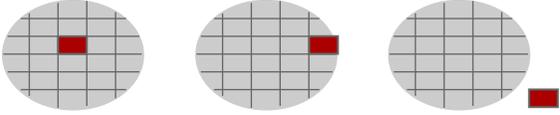
L'armature commerciale du territoire s'organise autour de 6 niveaux de pôles commerciaux auxquels s'ajoute le rayonnement touristique.

L'armature s'appuie sur la structuration commerciale en commerces traditionnels et en grandes et moyennes surfaces (nombre de commerces, plancher commercial, tissu de base, rayonnement...).

Niveau	Critères	Communes
	SDV GMS > 45 000m ² <u>et</u> > 400 commerces	Aubenas, Saint-Didier-sous-Aubenas
	SDV GMS > 3 000m ² <u>et</u> > 40 commerces	Joyeuse, Rosières, Ruoms, St-Étienne-de-Fontbellon, Vallon-Pont-d'Arc, Les Vans, Villeneuve-de-Berg
	Tissu complet avec GSA > 1 500m ² <u>ou</u> + 25 commerces	Jaujac, Lalevade-d'Ardèche, Lablachère, Largentière, Vals-les-Bains, Vogüé
	Tissu complet avec GSA > 1 000m ² <u>ou</u> + 20 commerces	Chambonas, Coucouron, Labégude, Lavilledieu, Saint-Paul-le-Jeune, Thueyts
	GSA < 1000 m ² <u>et</u> - 20 commerces	Le Béage, Burzet, Laurac-en-Vivaraïs, Montpezat-sous-Bauzon, Orgnac-l'Aven, Prades, Pradons, Saint-Alban-Auriolles, Sainte-Eulalie, Vesseaux,
	Tissu incomplet, limité ou inexistant	119 communes
	Dont forte influence touristique	9 communes (plus de 1000 lits touristes marchands)

ARMATURE COMMERCIALE À L'ÉCHELLE DES COMMUNES



Indicateurs	Les critères d'analyse	Mots-clés
<p>Position dans l'enveloppe urbaine</p>	<p>Positionnement de la zone par rapport à l'urbanisation de la commune</p>	<p>Intégré Connecté Déconnecté</p> 
<p>Logique d'implantation</p>	<p>Organisation globale de la zone, optimisation des déplacements internes et des stationnements</p>	<p>Zone globale Zone partielle À la parcelle</p>  <p> ✓ Visibilité ✓ Accessibilité ✓ Sécurité </p> <p> ✓ Visibilité partielle ✓ Accessibilité partielle ✓ Sécurité partielle </p> <p> ✓ Visibilité </p>
<p>Attractivité de la zone (qualité urbaine & architecturale)</p>	<p>Intégration et cohérence architecturale du bâti : matériaux, couleurs, enseignes, alignement, gabarits. Qualité de l'environnement urbain et paysager (espaces verts, fleurissement, traitement des abords...) Ambiance et confort d'achat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Vieillissante > Banale ou classique > Qualitative ou nouvelle génération
<p>Connexion de la zone (accessibilité & déplacement)</p>	<p>Niveau de connexion de la zone aux modes doux : espaces et traversées piétonnes, réseaux de transport en commun, aire de covoiturage, mutualisation des espaces de stationnement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Fonction routière > Accès piéton aménagé (trottoir adapté) > Piste cyclable



Commune	Nom de l'espace	Surface de vente GMS (en m ²)	Position dans l'enveloppe urbaine	Implantation	Statut SCoT	Vocation à débattre	Densité bâtie	Bilan d'attractivité	Connexion
Aubenas	ZA de Ponson-Moulon	39 184	Connecté	Partielle	SIP	Commerciale	31 %	Classique	Limitée
Aubenas	ZAE du Ripotier Haut	13 355	Connecté	Partielle	-	Mixte	30 %	Vieillissante	Absente
Aubenas	ZAE Les Pradasses		Connecté	À la parcelle	-	Commerciale	23 %	Classique	Limitée
Aubenas	ZI de Bellande		Connecté	À la parcelle	-	Mixte	56 %	Classique	Limitée
Chambonas	Zone du Coussillon		1 489	Connecté	Partielle	SIP	Commerciale	16 %	Classique
Lablachère	Zone des Vans	1 350	Connecté	Globale (Un seul magasin)	-	Commerciale	35 %	Qualitative	Absente
La Chapelle-sous-Aubenas	ZAE du Chastrenas	3 387	Connecté	À la parcelle	SIP	Mixte	20 %	Vieillissante	Absente
Largentière	RD5 - Route d'Aubenas	700	Connecté	Globale	-	Commerciale	23 %	Classique	Présente
Les Vans	ZA La Clairette	3 843	Intégré	Partielle	SIP	Commerciale	37 %	Classique	Présente
Prades	Champanser	900	Connecté	Partielle		Mixte	21%	Classique	Présente
Rosières	ZA des Vernades	7 300	Connecté	Partielle	SIP	Commerciale	16%	Classique	Présente
Rosières	Zone des Granges	600	Déconnecté	À la parcelle		Mixte	14%	Vieillissante	Limitée
Ruoms	ZA de l'Arzalier	7 937	Connecté	Globale	SIP	Commerciale	33%	Qualitative	Présente
Saint-Étienne-de-Fontbellon	ZA des Champs	7 496	Intégré	Partielle	SIP	Commerciale	30%	Qualitative	Présente
Vallon-Pont-d'Arc	Espace des Sources	980	Connecté	Globale (Un seul magasin)		Commerciale	23%	Classique	Limitée
Vallon-Pont-d'Arc	Le Boudaric	1 924	Connecté	Globale (Un seul magasin)	SIP	Commerciale	36%	Classique	Présente
Villeneuve-de-Berg	Rue Faubourg Saint-Jean	850	Intégré	Globale (Un seul magasin)		Commerciale	24%	Classique	Limitée
Villeneuve-de-Berg	Zone de Lansas	2 814	Connecté	Partielle	SIP	Mixte	22%	Classique	Limitée



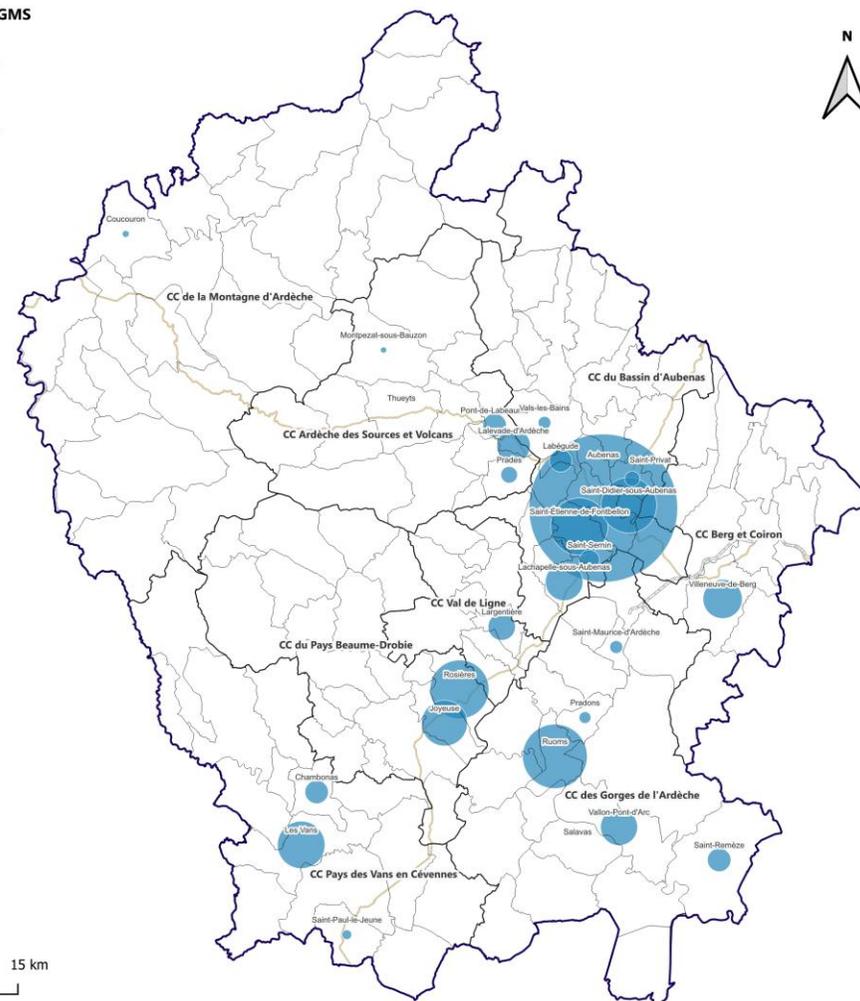
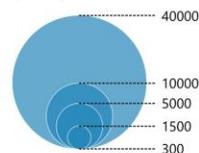
Des GMS concentrées sur les secteurs définis dans les SCoT en vigueur mais de la mixité avec l'activité productive

8% du plancher des grandes et moyennes surfaces est localisé en centre-ville ou centre-bourg et 79% dans des secteurs de périphérie identifié en SIP dans le SCoT en vigueur.

Ainsi, c'est 13% de la surface de plancher GMS (15 000 m²) qui sont isolées dans des espaces économiques même si la plupart des activités concernées sont considérées comme des grossistes (bricolage lourd, matériaux de construction...).

L'enjeu pour le territoire reste la forte mixité de l'activité commerciale avec des activités productives (gestion des extérieurs, signalétique, accessibilité multimodale, végétalisation...).

Plancher commercial des GMS (en m²)



Des espaces connectés à la tâche urbaine mais souffrant d'un manque d'attractivité et d'une organisation peu lisible

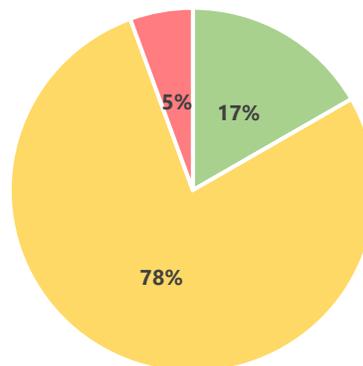
18 espaces ont été identifiés comme accueillant des GMS en périphérie dont seulement **8 sont définis comme SIP** par le SCoT en vigueur. Elles sont quasiment **toutes en continuité du tissu urbain (78%) ou intégrées (17%)**

L'**organisation interne** des zones est dans plus de **deux tiers des cas** soit partielle (44% avec mutualisation d'espace) soit à la parcelle (22%) soulignant une organisation au coup par coup et peu lisible.

La **densité bâtie est plutôt bonne** avec 44% des espaces analysés enregistrant une densité construite supérieure à 30%.

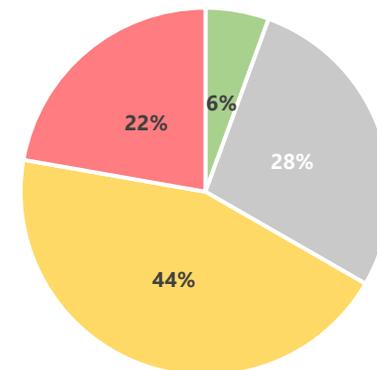
L'**attractivité urbaine apparaît banale pour 72% des espaces de périphérie et même vieillissante pour 17%**. En effet même si quelques zones profitent d'aménagements récents et qualitatifs, une majorité d'espaces restent encore trop routiers, avec peu de végétation, des façades banales et des espaces publics qui dégradés.

IMPLANTATION DU COMMERCE DANS LE TISSU URBAIN



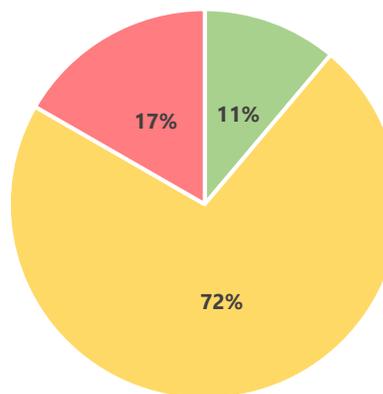
■ Intégré ■ Connecté ■ Déconnecté

LOGIQUE D'IMPLANTATION



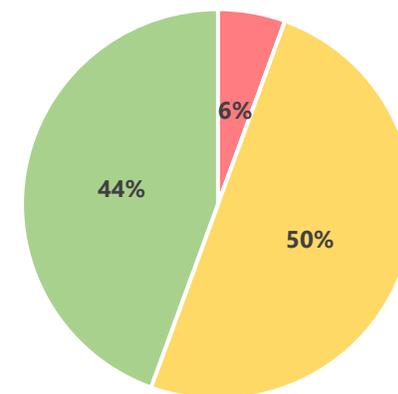
■ Globale
 ■ Globale (Un seul magasin)
 ■ Partielle
 ■ À la parcelle

ATTRACTIVITÉ URBAINE



■ Qualitative ■ Classique ■ Vieillissante

DENSITÉ BÂTIE



■ Faible densité ■ Densité moyenne ■ Bonne densité



Centralité	Commerces (poids sur l'offre communale)	Implantation dans le tissu urbain
Aubenas	298 (67%)	Concentrée
Coucouron	20 (87%)	Diffuse
Joyeuse	68 (88%)	Concentrée
Lalevade-d'Ardèche	26 (87%)	Concentrée
Largentière	43 (81%)	Diffuse
Lavilledieu	15 (79%)	Diffuse
Les Vans	127 (88%)	Concentrée
Rosières	11 (26%)	Diffuse

Centralité	Commerces (poids sur l'offre communale)	Implantation dans le tissu urbain
Ruoms	104 (76%)	Concentrée
Saint-Didier-sous-Aubenas	10 (28%)	Diffuse
Saint-Étienne-de-Fontbellon	15 (34%)	Concentrée
Thueyts	20 (83%)	Concentrée
Vallon-Pont-d'Arc	121 (78%)	Concentrée
Vals-les-Bains	84 (93%)	Diffuse
Villeneuve-de-Berg	33 (79%)	Concentrée



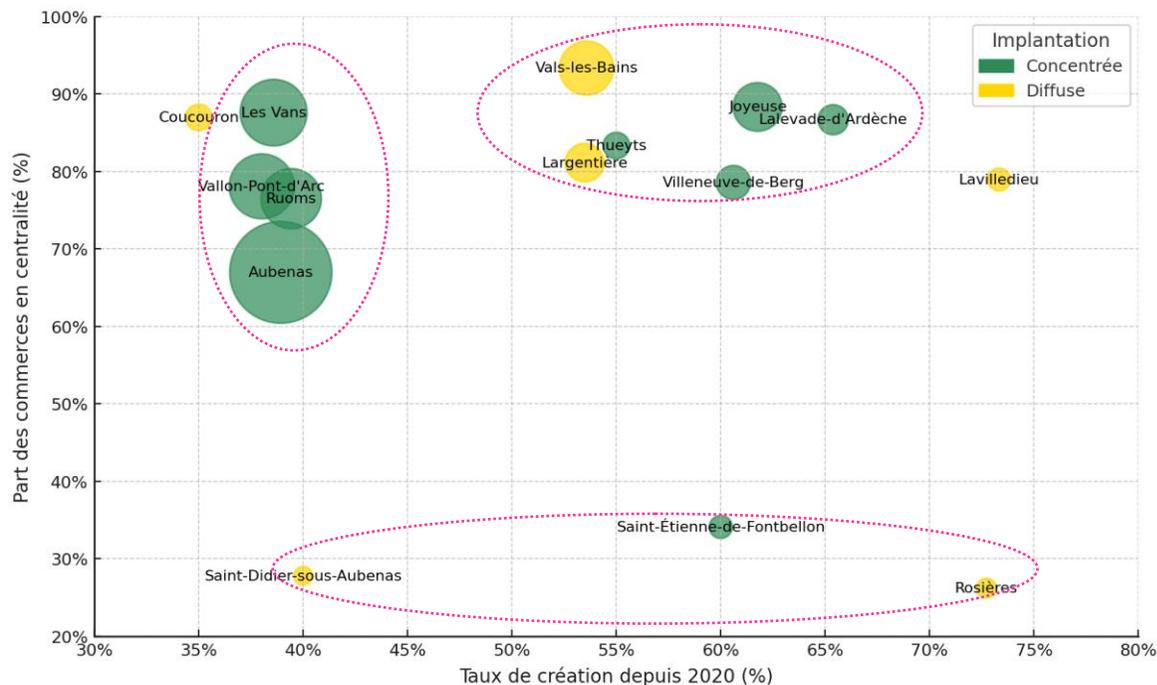
Des trajectoires de dynamique différentes selon la strate des centralités

Le bilan des dynamiques des centralité vise à croiser 4 indicateurs : le volume de commerces (taille), le poids des commerces en centralité (ordonnées), l'évolution du nombre de commerces (abscisses) et l'implantation dans le tissu urbain (couleur :diffus ou concentré).

Le mapping fait ressortir :

- Des créations depuis 2020 qui oscille entre 38 et 39% pour les pôles les plus structurants du territoire
- Une dynamique d'installations plus importante pour les pôles secondaires de plus petite taille comme Joyeuse et Lalevade-d'Ardèche
- Un effet d'éclatement de l'activité commerciale sur 40% des communes qui pénalise la lisibilité commerciale.
- Une faible polarisation des centralités de Saint-Didier-sous-Aubenas, Rosières et Saint-Étienne-de-Fontbellon qui dispose de périphéries importantes

BILAN ET DYNAMIQUE DE L'APPAREIL COMMERCIAL DES CENTRALITÉS





Partie 6

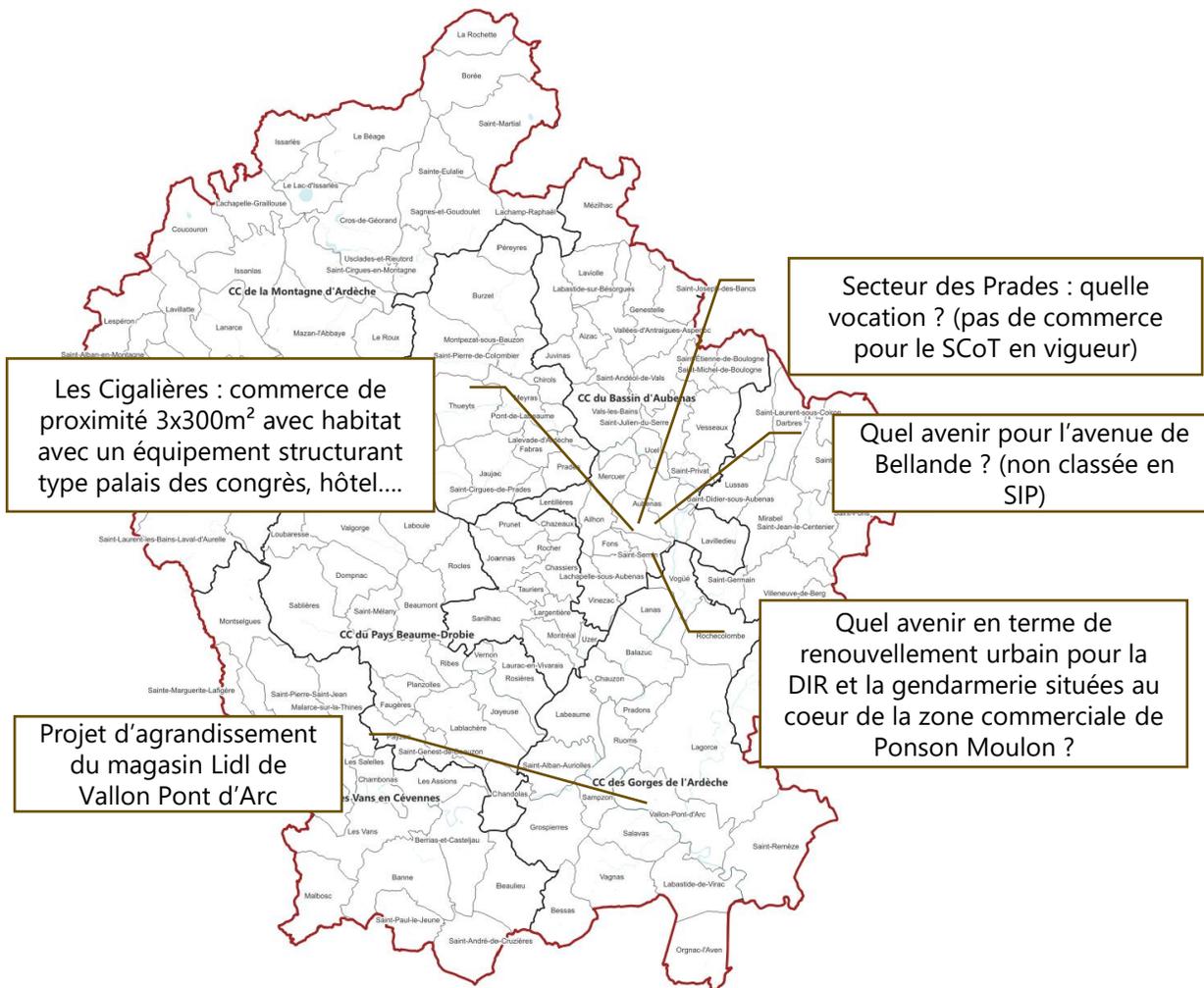
SYNTHÈSE ET ENJEUX



Peu de projets de développement commerciaux en périphérie mais des questionnements sur l'avenir de certains espaces

Les projets de création et d'agrandissement de grandes et moyennes surfaces sont limités. Certains ont d'ailleurs été bloqués par les règles du SCoT. Pour autant, les élus s'interrogent sur la vocation de certains fonciers notamment dans leur vocation commerciale :

- Le foncier disponible sur les Prades à Aubenas qui n'est pas actuellement défini en SIP par le SCoT en vigueur
- L'évolution de l'Avenue de Bellande à Aubenas dont la mixité pénalise l'image d'entrée de ville
- La question de la mutation d'équipements (DIR et gendarmerie) au cœur de l'activité commerciale de périphérie de Ponson-Moulon.



Sources : ateliers d'échange avec les élus et techniciens des 21 et 22 janvier 2025



1

Il apparait essentiel de **mettre en cohérence les documents d'urbanisme avec les politiques publiques** de revitalisation des centres-villes et des centres-bourgs. La stratégie de préservation du commerce en centralité doit être associée au **maintien de tous les leviers de fréquentation d'un centre-ville ou d'un centre-bourg** (les bars-restaurants, la santé, équipements publics...)

2

Le Sud du territoire profite d'une activité commerciale fortement liée à **l'activité touristique ce qui justifie des demandes d'agrandissement** de certains opérateurs de grande distribution.

3

Le SCoT n'a pas empêché le transfert de commerce de centre-ville vers la périphérie ni la **transformation** en zone économique de bâtiment non commerciaux en commerce. Les élus souhaitent à tout prix empêcher la création de **boulangerie sur les rond-point**.

4

Retrouver de la **cohérence** entre l'armature du territoire et l'armature commerciale

5

Imaginer des modalités pour conditionner des projets d'agrandissement de la grande distribution à **des efforts sur les pratiques en matière environnementale** et notamment sur la gestion des déchets.



Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Une quasi-correspondance entre le périmètre SCoT et la somme des rayonnements des bassins de vie qui le compose. • Une population qui tend à s'installer le long de la D104. • Aubenas constitue un pôle d'emploi important qui favorise un flux quotidien d'actifs. • 70% des commerces traditionnels sont concentrés dans les centralités (jusqu'à 80% en alimentaire). • 76% des habitants bénéficient d'au moins un commerce alimentaire sur leur commune et 76% des nouveaux commerces s'installent en centralité. • La densité alimentaire traditionnelle reste élevée même en intégrant l'influence touristique. • Le territoire bénéficie d'un très bon maillage des marchés et des tournées alimentaires. • Le territoire compte peu de friches commerciales de GMS. • Une croissance du tissu commercial notamment à l'issu de la crise sanitaire qui génère de nouveaux emplois pour le territoire notamment en alimentaire traditionnel, les GSA et les CHR. • Une bonne densité bâtie en périphérie pour 44% des zones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendance à la stagnation de la population sur Aubenas dans un contexte de croissance du département et du SCoT. • Une baisse du nombre de commerces d'équipement de la personne qui nuit la tendance nationale. • Une forte vacance commerciale sur le centre-ville d'Aubenas (25%) et globalement sur la plupart des pôles secondaires (Vallon Pont-d'Arc, Largentière, Joyeuse). • Une très forte instabilité de l'activité commerciale traditionnelle avec 43% des établissements installés depuis moins de 5 ans. • Une croissance continue des GMS à un rythme 2 fois plus rapide que la croissance de la population notamment en alimentaire bricolage. • La croissance de l'offre en GMS s'inscrit dans une baisse de la diversité commerciale pouvant réduire le rayonnement d'Aubenas. • Une image commerciale banalisée des zones de périphérie accentuée par l'effet de mixité avec des activités productives ou de l'artisanat.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • L'existence d'une charte d'aménagement commercial à l'échelle de la CCBA pouvant constituée une base pour l'évolution des règles du SCoT. 	<ul style="list-style-type: none"> • Une tendance au vieillissement de la population avec désormais un tiers des habitants de plus de 60 ans. • Malgré un fort développement de l'offre de bricolage, l'essentiel de la réponse est lié aux enseignes de matériaux de constructions laissant peu de place pour une offre plus grand public et pouvant capter une clientèle familiale et féminine. • Une population qui tend davantage à s'installer dans des communes avec peu voire pas de commerces alimentaires.



1

Transformation digitale

Excepté les efforts réalisés sur la zone de Saint Etienne de Fontbellon, les zones commerciales conservent une image très banale qui interroge sur leur capacité à faire face à la concurrence grandissante du numérique.

Comment engager les opérateurs sur une montée en qualité des espaces commerciaux notamment en périphérie ?

2

Transformation écologique

Le développement du commerce sur le territoire a eu un **impact significatif sur l'artificialisation des sols.**

Les projets en cours sont peu nombreux mais des potentiels fonciers inscrits dans le SCoT en vigueur restent à questionner pour l'avenir.

Quelle marge de consommation foncière accordée au commerce? Quelles contraintes d'aménagements renforcés (place du végétal, désimperméabilisation, liaison douces... ?

3

Transformation sociologique

La sociologie du territoire évolue avec le développement des petits ménages associé au vieillissement de la population. Le rayonnement d'Aubenas déborde assez peu du périmètre du SCoT et profite d'un certain éloignement des pôles concurrents.

Comment permettre aux commerces de profiter d'une clientèle **plus captive mais vieillissante et aux revenus modestes ?**

4

Transformation commerciale

L'érosion de la filière équipement de la personne a principalement impactée le rayonnement du centre-ville d'Aubenas qui a le plus souffert de ce phénomène.. **Le volet affectif** est l'un des leviers d'attractivité des centres-villes qui devra s'appuyer davantage sur **les activités de convivialité.**

Quelle réglementation pour l'implantation des bar-restaurants au sein du SCoT ?

5

Transformation servicielle

Le territoire reste peu attractif pour les opérateurs de la logistique pour autant le développement du colisage doit interroger sur son intégration au sein du territoire.

Quel espace dédié à la logistique du dernier kilomètre ?

6

Transformation urbaine

Même si l'activité commerciale est plutôt **préservée dans les centralités historiques**, le commerce est parfois **dilué sur la tache urbaine.**

Comment organiser un commerce plus proche des lieux d'habitation ?



1

Des centralités fortement fragilisées qui s'illustre par niveau élevé de vacance commerciale. Les règles d'urbanismes et les politiques publiques n'ont pas empêché le transfert de commerces et de service (santé par exemple) du centre-ville vers la périphérie.

2

Malgré cette érosion, le territoire conserve une **offre traditionnelle diversifiée et dense notamment dans les filières de proximité.**

3

L'activité commerciale a eu un impact économique significatif pour le territoire avec un **rebond de l'emploi post Covid**

4

Malgré des densités bâties plutôt élevées, les zones commerciales renvoient une image très banale **accentuée par des effets de mixité d'activité avec de l'activité productive.**



Comment enrayer la vacance commerciale en centralité et accompagner la restructuration des linéaires commerciaux pour apporter davantage d'intensité marchande ?

Comment agir sur tous les facteurs de commercialité pour conforter les centralités (santé, bar-restaurant...) ?

Faut-il adapter l'offre en grande et moyenne surface aux pics de fréquentation touristique ?

Comment accueillir des concepts innovants sans déstabiliser l'offre commerciale en centralité ?

Comment engager les opérateurs de commerces vers une montée en qualité des espaces commerciaux de périphérie pour améliorer l'expérience d'achat ?

Comment préparer le territoire aux enjeux de la logistique du dernier kilomètre ?





LESTOUX & ASSOCIÉS

Vos contacts

Bruno Ménez

Consultant associé

bmenez@lestoux-associes.com

Quentin Joly

Chargé d'études - Urbaniste

qjoly@lestoux-associes.com

Pour en savoir plus

www.lestoux-associes.com

