

L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL DE CAEN-MÉTROPOLE

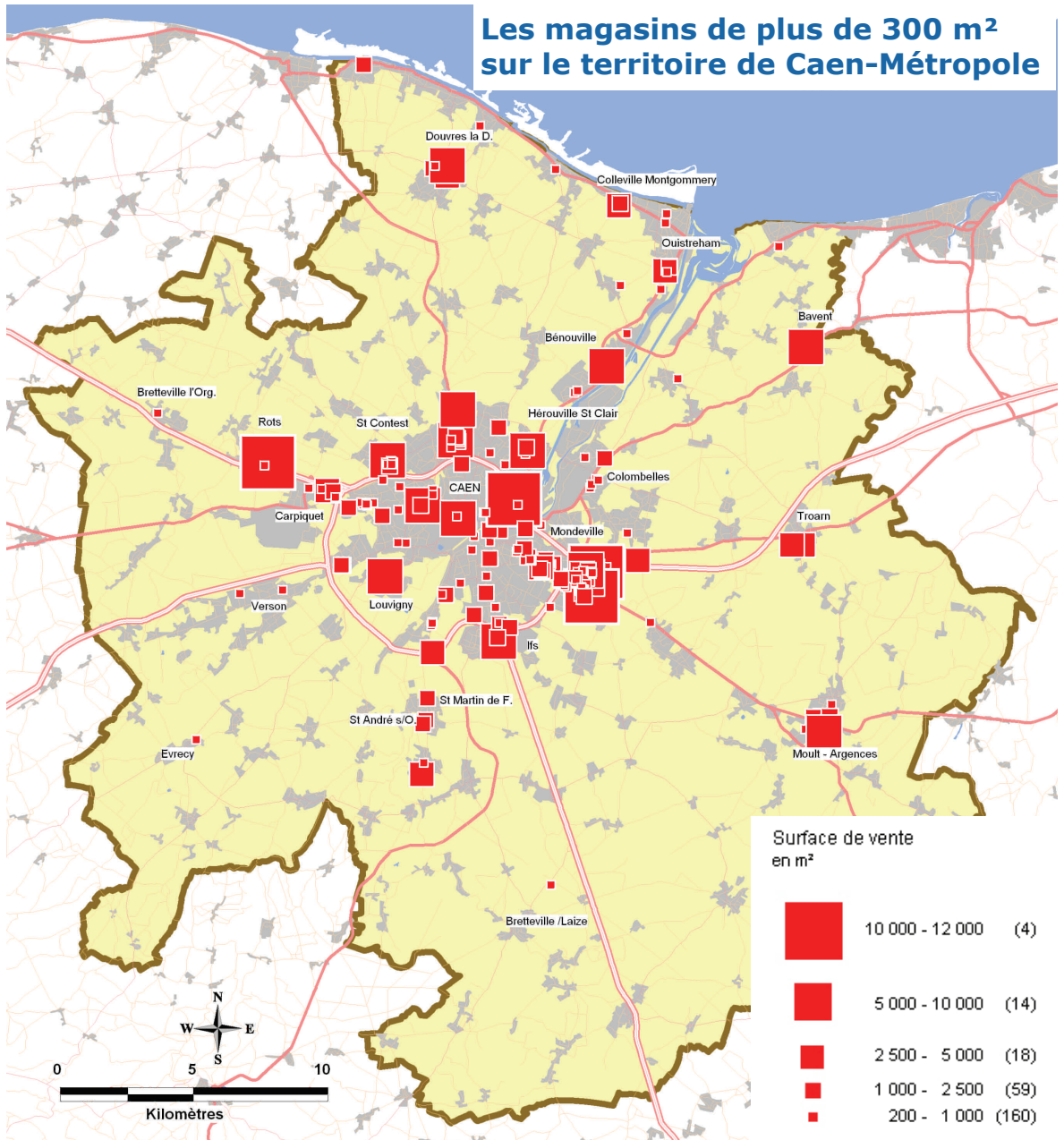
N° 6

oct.
 2008

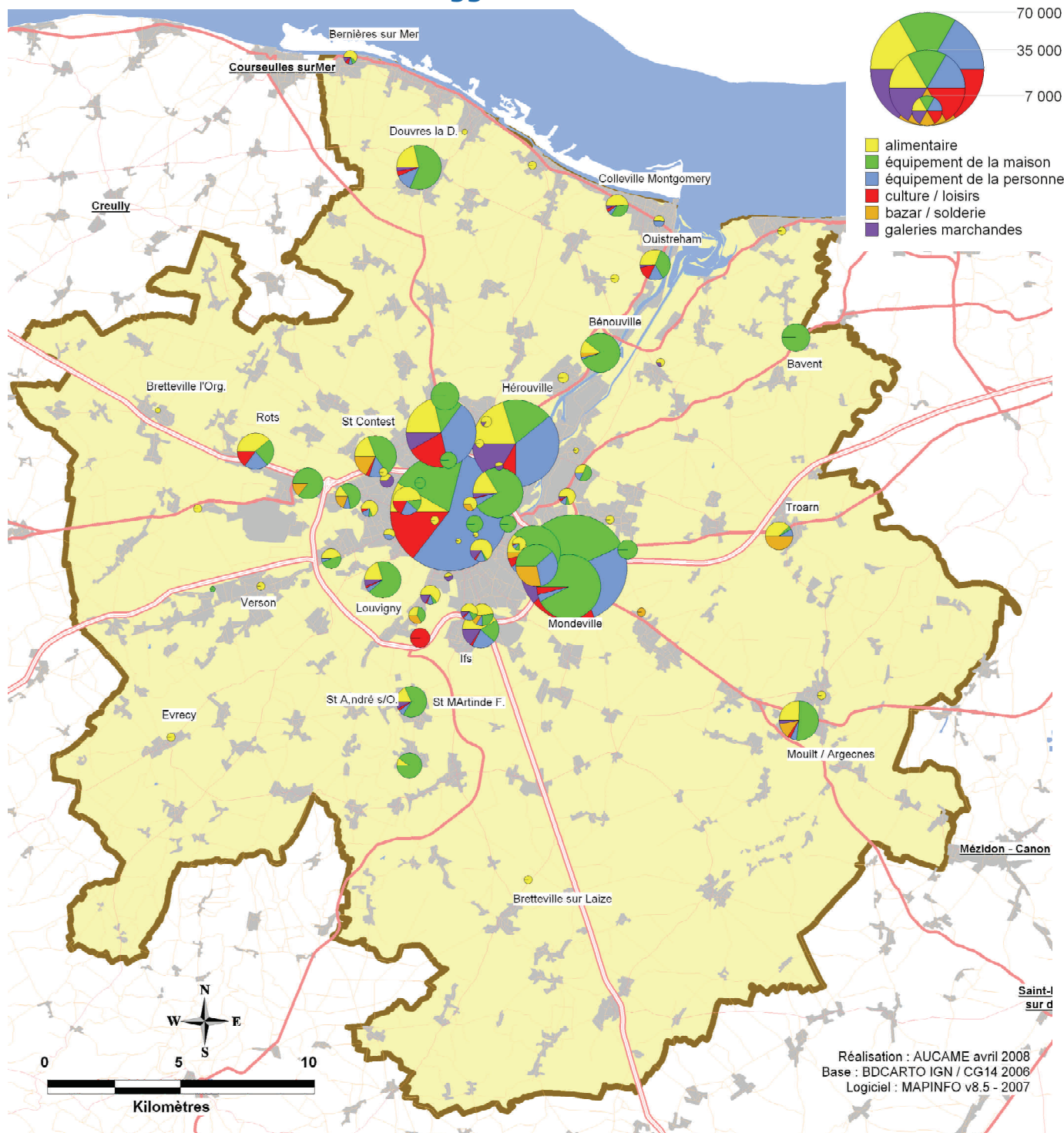
Une forte concentration de l'équipement commercial sur le pôle urbain de Caen.

L'agglomération caennaise constitue, de loin, le principal pôle commercial Bas-normand. À l'échelle du territoire du SCoT Caen-Métropole, les commerces de plus de 300m², totalisent près de 350 000 m² de surface de vente soit 55% de la surface de vente du Calvados, 25% de la surface de vente de la Région Basse-Normandie. 269 000 m² sont situés dans le pôle urbain de Caen. Les 6 pôles commerciaux les plus importants concentrent 67 % de la surface de vente de Caen-Métropole.

QU'EN SAVONS-NOUS ?



Les pôles commerciaux : une forte concentration sur l'agglomération



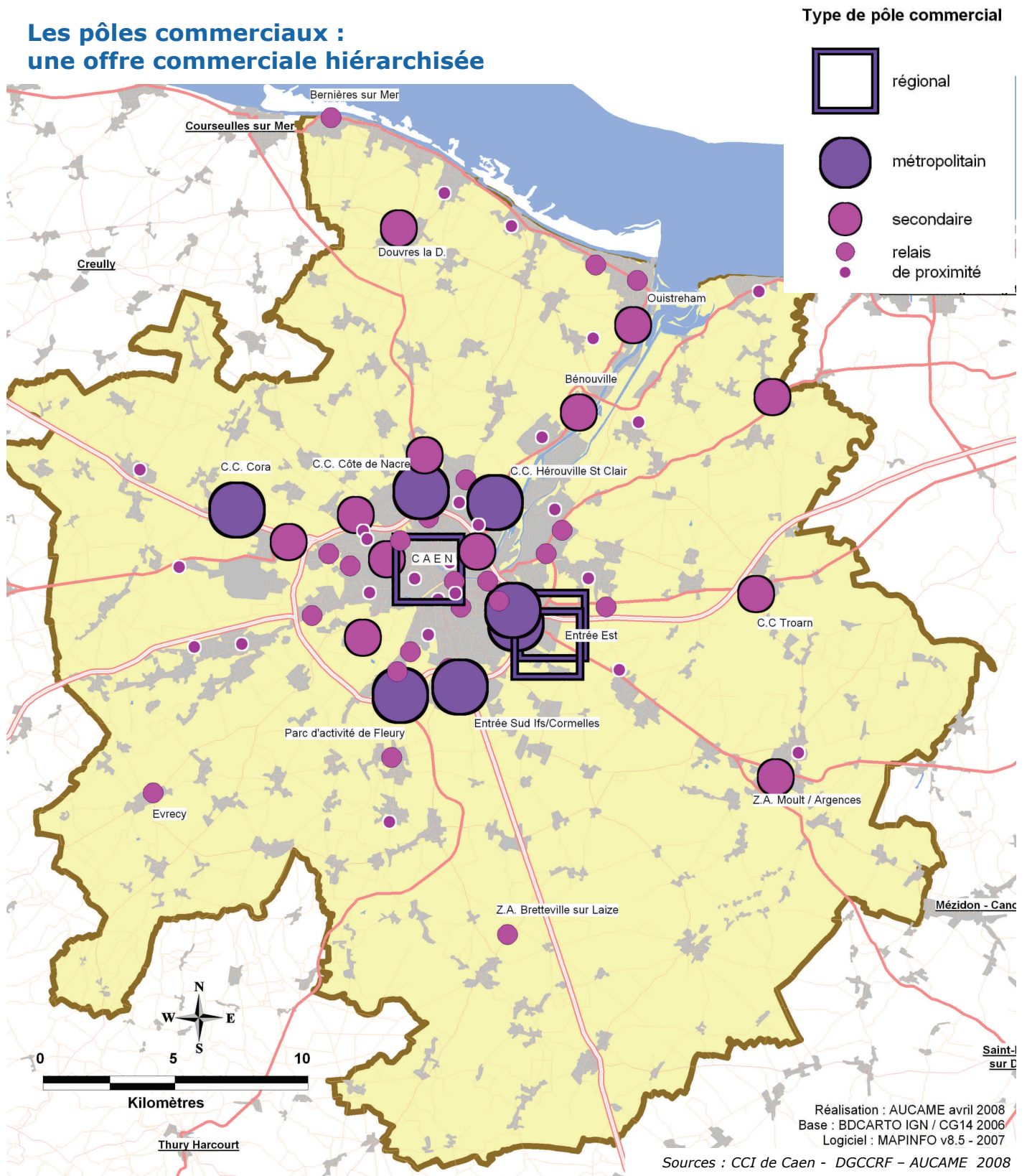
Sources : CCI de Caen - DGCCRF - AUCAME 2008

Depuis 2000, l'équipement commercial a cependant tendance à se diffuser dans la couronne périurbaine, qui accueille de plus en plus les familles de la classe moyenne, fortement consommatrices. On a vu apparaître, dans les petites villes et les bourgs structurant l'espace périurbain, des centres commerciaux ou de petites

zones commerciales composées d'un petit hypermarché (2500-4000m²) avec galerie marchande, d'un magasin de bricolage, d'un hard discount, ... (EX : Douvres, Ouistreham, Argençes,...). Pour faire face à cette nouvelle concurrence, les grands pôles commerciaux situés en limite de l'agglomération cherchent à développer

de nouveaux concepts (retail park), associant commerces et loisirs.

Les pôles commerciaux : une offre commerciale hiérarchisée



La hiérarchie des pôles commerciaux fait apparaître 5 niveaux de fonction :

Des **pôles à vocation régionale**, le centre ville de Caen et les zones commerciales de Mondeville.

Des **pôles à vocation métropolitaine**, aux principales entrées de l'agglomération.

Des **pôles secondaires**, autour de petits hypers ou de grosses unités du secteur bricolage/jardinerie.

Des **pôles relais**, autour de supermarchés, de centres bourgs anciens.

Des **pôles de proximités**, en centre bourg ou en cœur de quartier, principalement centrés sur l'alimentaire.

À l'extérieur du périmètre de Caen-Métropole, les petites villes et bourgs forment une couronne de pôles commerciaux, dont les plus importants peuvent exercer une attraction sur les marges du territoire du SCOT.

Quel impact de l'évolution du contexte règlementaire ?

Le territoire de Caen-Métropole apparaît aujourd'hui bien irrigué par les équipements commerciaux. Ces dix dernières années, en zone périurbaine, ces équipements ont été reconfigurés pour répondre à une forte demande de proximité. Cette nouvelle génération d'équipement a renforcé le rôle polarisant des petites villes et des bourgs de la plaine de Caen.

La modification de la législation sur les autorisations préalable d'implantation commerciale, par la CDEC, en facilitant l'implantation de magasin de 300 à 1000m², est de nature à changer la donne.

En effet, le rôle polarisant des petits supermarchés, surtout en zone périurbaine, n'est plus à démontrer, et les enjeux en terme d'urbanisme sont importants.

Ce sera aux communes de prévoir, dans leur document d'urbanisme, les dispositions nécessaires pour faire face à la pression qui pourrait naître de cette libéralisation.



Sources :

Inventaires ODEC—DDCCRF 14
Mise à jour CCI de Caen / AUCAME 2007

Directeur de la publication : Patrice DUNY
Réalisation et mise en page : ©AUCAME 2008

Crédit Photo :

AUCAME © 2008

Cartographie :

Réalisation ©AUCAME 2008
Logiciel : MAPINFO v8.5—2007
Base : IGN BDCARTO 2006—maj. ©AUCAME 2008

AUCAME



Agence d'études d'Urbanisme de Caen-Métropole
10 rue du Chanoine Xavier de Saint-Pol - 14000 CAEN
Tel : 02 31 86 94 00 - Fax : 02 31 39 88 83

Dépôt Légal : 4^{ème} trimestre 2008
ISSN : 1964-5155