

Identifier les pôles commerçants de centre-ville et de périphérie

Deux études de l'Insee mobilisant la
géolocalisation des établissements
pour étudier l'offre commerciale à un
niveau géographique fin.



**1 « LA DÉPRISE DU COMMERCE DE PROXIMITÉ DANS
LES CENTRES-VILLES DES VILLES DE TAILLE
INTERMÉDIAIRE » (IP N°1792, NOVEMBRE 2019)**

**2 « LE COMMERCE DE PROXIMITÉ : DES PÔLES PLUS
FLORISSANTS EN PÉRIPHÉRIE QU'EN CENTRE-
VILLE » (IP N°1858, MAI 2021)**

3 PROLONGEMENTS

*« LA DÉPRISE DU COMMERCE DE PROXIMITÉ DANS
LES CENTRES-VILLES DES VILLES DE TAILLE
INTERMÉDIAIRE »*

01

(IP N°1792, NOVEMBRE 2019)

« UN ENSEMBLE D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES RÉPONDANT À DES ACTES DE CONSOMMATION DE LA VIE COURANTE »

Nomenclature en 8 catégories :

services
commerce

- Commerce d'équipement de la maison
- Commerce d'équipement de la personne
- Commerces et services automobiles
- Commerces de détail alimentaires
- Restauration et débits de boissons
- Services corporels (coiffure, beauté)
- Agences bancaires et immobilières
- Autres services (auto-école, blanchisserie, location de voitures, services funéraires, activités photographiques, réparations)

FOCUS SUR LES CENTRE-VILLES DES « VILLES DE TAILLES INTERMÉDIAIRES » (CHAMP CONSTRUIT SPÉCIFIQUEMENT POUR L'ÉTUDE)

- Un tiers des salariés du commerce de proximité de ces villes travaillent dans ces pôles, qui couvrent 0,7 % de leur surface.
- Les 3/4 des salariés du commerce de proximité de centre-ville travaillent dans
 - l'équipement à la personne, la restauration (grands centre-villes)
 - les commerces alimentaires, agences bancaires et immobilières (petits centre-villes)
- Les effectifs salariés du commerce de proximité étaient en recul dans 8 centres-villes sur 10 entre 2009 et 2015
- La conjoncture du centre-ville est globalement plus dégradée que celle de son environnement immédiat (reste de l'aire urbaine)

LES DONNÉES « ÉTABLISSEMENTS » DE L'INSEE

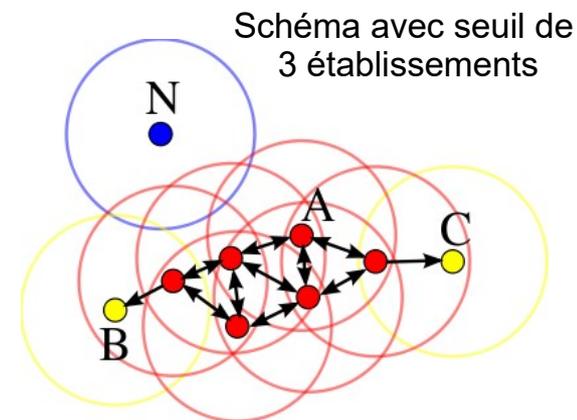
- Répertoire des entreprises et des établissements (sélection du champ)
- Sirene géolocalisé (emplacement des établissements)
- Clap + non salariés (effectifs)
- FARE (chiffre d'affaires de l'entreprise)

Toilettage des données

- établissements actifs
- employeurs
- élimination des entreprises à trop forts effectifs (sièges sociaux potentiels)

1. Algorithme « DBSCAN »

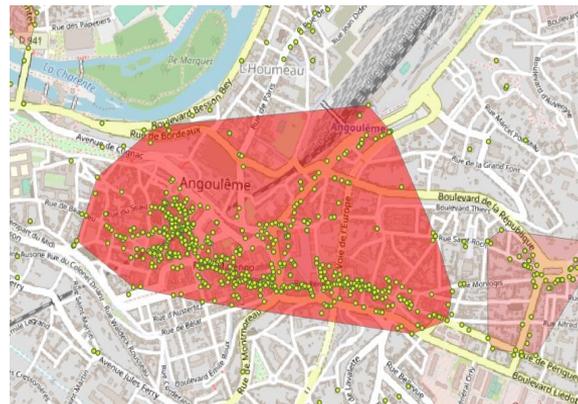
- Pour chaque observation (établissement), on calcule le nombre d'observations se situant à une distance donnée (200 m)
- On retient comme observations susceptibles de faire partie d'un pôle uniquement celles dont le nombre de voisins définis précédemment est supérieur à un seuil (20 établissements)
- On regroupe dans un même pôle toutes les observations marquées à l'étape précédente ou atteignables depuis un de ces points (points rouges et jaunes)



2. Enveloppe (convexe)

3. Filtrage : Sont éliminées les polarités commerciales qui ne vérifient pas au moins 2 points parmi les 3 suivants :

- Être adhérent à un chef lieu de commune (- 200m)
- Être peuplée d'au moins 100 habitants
- Avoir un effectif salarié moyen inférieur à 8



Emprise spatiale des pôles commerçants

Détection des pôles de centres-villes **OK**

Détection des pôles de périphérie **NON OK**

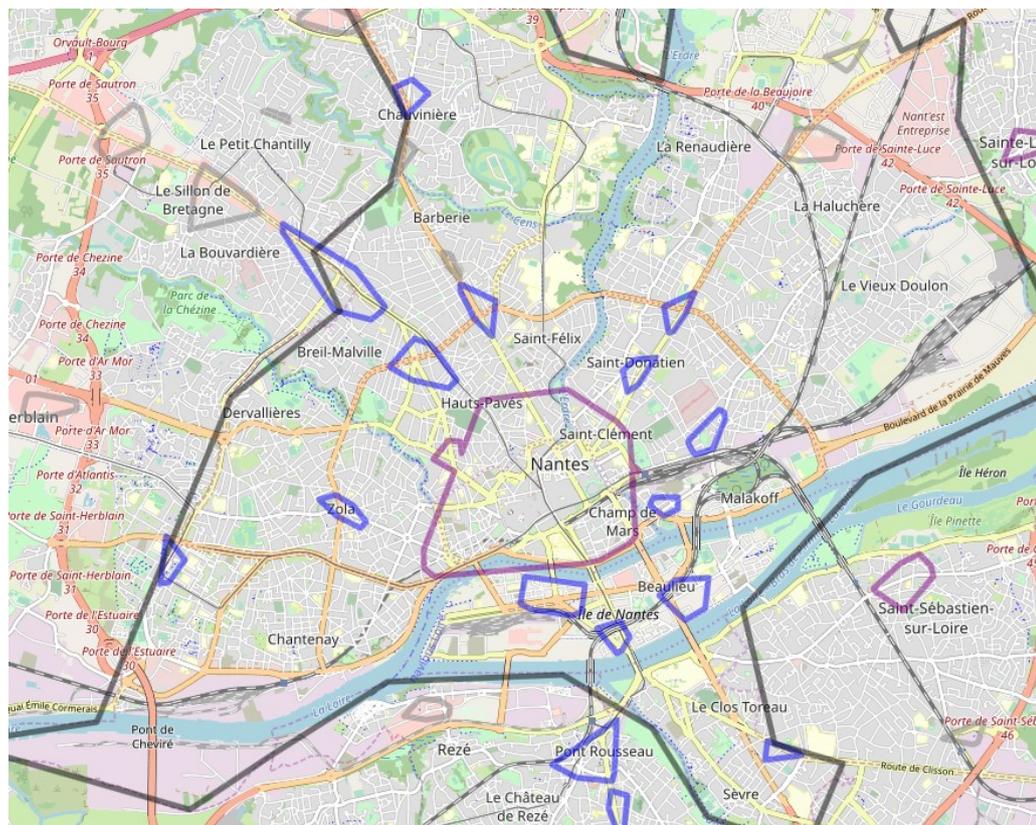
➔ périphéries "trop éclatées". l'algorithme gère mal l'hétérogénéité de densité de points.
Il faut intégrer des notions de surfaces commerciales

Avantages de la méthode

- Détermine le nombre optimal de polarités commerciales
- Élimine le bruit statistique (points atypiques)
- S'éloigne des zonages institutionnels
- Donne un cadre de comparabilité national

Inconvénients de la méthode

- Décalage possible avec le vécu des acteurs locaux
- Tributaire de la qualité de géolocalisation



« LE COMMERCE DE PROXIMITÉ : DES PÔLES PLUS FLORISSANTS EN PÉRIPHÉRIE QU'EN CENTRE-VILLE »

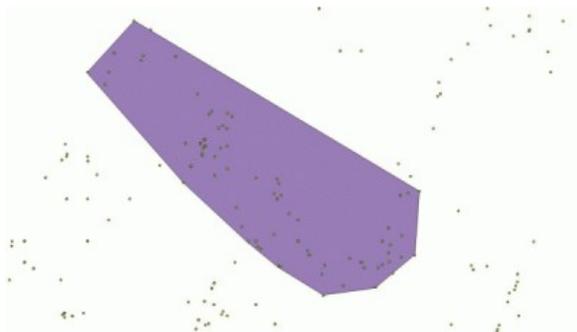
02

(IP N°1858, MAI 2021)

EXTENSION AUX PÔLES DE PÉRIPHÉRIE

- 8000 pôles (Métropole + La Réunion)
- 3/4 des emplois et 60 % des établissements du commerce de proximité
- Pôles de périphérie davantage spécialisés que les pôles de centre-ville (commerce alimentaire, équipement de la maison, commerce et réparation d'automobiles)
- Une dynamique du commerce de proximité portée par les pôles de périphérie MAIS pas de lien systématique entre décroissance des centres-villes et croissance des périphéries
- Moteurs du commerce de proximité
 - Démographie
 - Tourisme
- Un décrochage du commerce de centre-ville marqué dans les petites et moyennes villes.

- Parade : sophistication de l'algorithme DBSCAN, qui examine le voisinage de chaque point en termes de m^2 commerciaux plutôt qu'en **nombre d'établissements**.
- Mobilisation à cette fin de la **base CFE** (Cotisation Foncière des Entreprises)
- Sophistication de la définition des contours en introduisant un paramètre de **concavité** (emprise convexe dans le centre-ville)



La **CFE**, une source qui permet d'apparier **établissements** et **locaux**

La CFE : une taxe

- "Taxe foncière des entreprises"
- Champ : Entreprises et personnes exerçant une activité professionnelle non salariée au 1er janvier de l'année
- Exonérations nombreuses : librairies, artistes... et toute entreprise réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 5000 euros (depuis 2019).

La CFE : une nouvelle base de données statistique

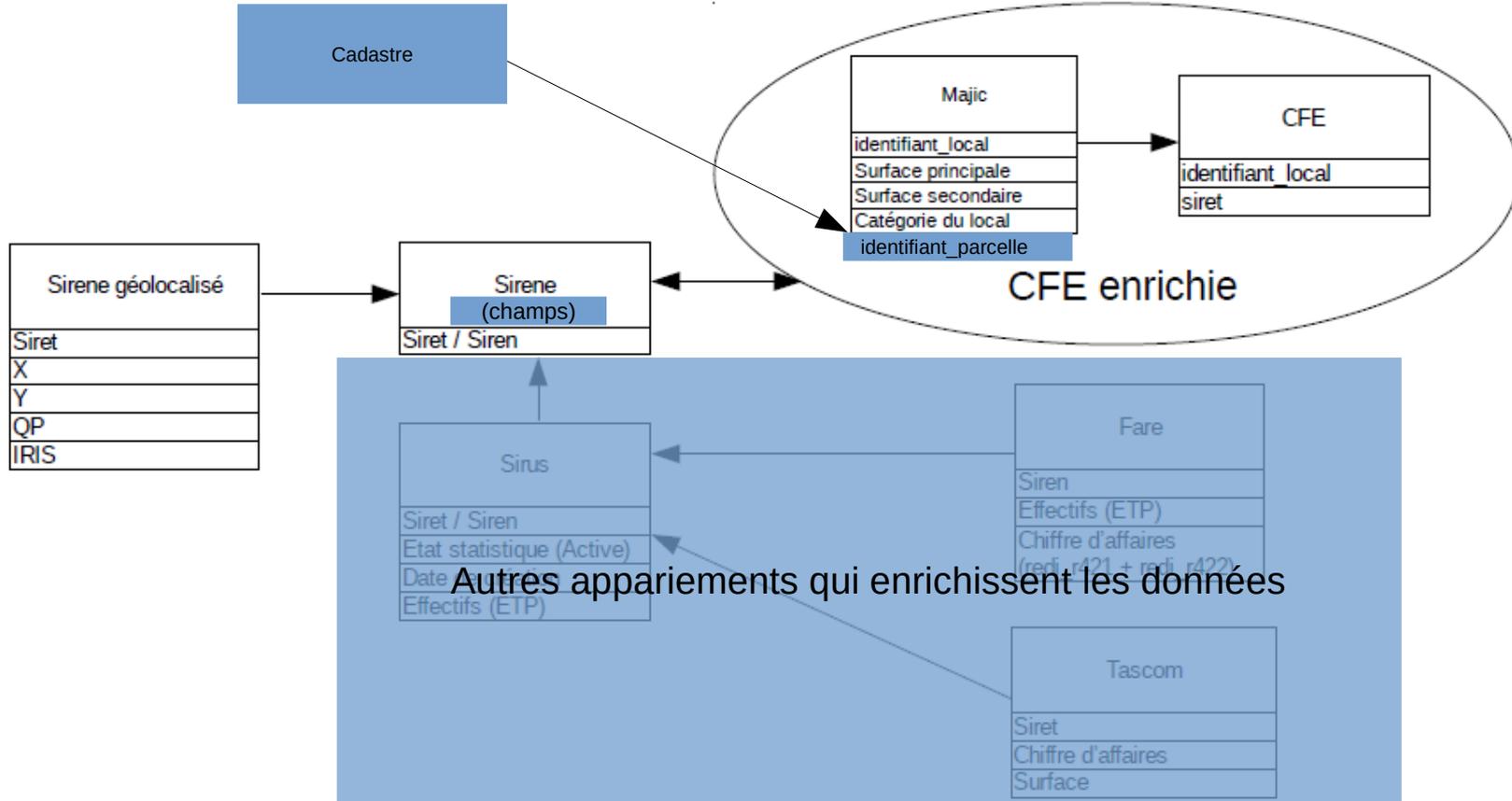
- Source : deux bases de données annuelles de la DGFIP reliées par une clef d'appariement
 - **CFES** : base d'**établissements** (siret) ~4 800 000 (versus ~6 500 000 établissements actifs dans SIRENE)
 - **CFEL** : bases des **locaux** ~2 500 000

peut être appariée avec les parcelles du cadastre pour obtenir des variable de **SURFACE**.

Contient également des informations sur les surfaces secondaires et principales commerciales.

UNE NOUVELLE SOURCE DE DONNÉES [2/2] LA COTISATION FONCIÈRE DES ENTREPRISES (CFE)

COMMISSION CNIS TERRITOIRES - L'OBSERVATION ET LA MESURE DES DYNAMIQUES COMMERCIALES



03

PROLONGEMENTS

- « Le plan Action cœur de ville vise à faciliter et à **soutenir le travail des collectivités locales**, à inciter les acteurs du logement et de l'urbanisme à **réinvestir les centres-villes**, à favoriser **le maintien ou l'implantation d'activités en cœur de ville** afin d'améliorer les conditions de vie dans les villes moyennes »
- Plan d'investissement initialement **prévu sur 5 ans (2018-2022)**
- 5 axes :
 - réhabilitation-restructuration de l'habitat en centre-ville
 - **développement économique et commercial équilibré**
 - accessibilité, mobilité et connexions
 - mise en valeur de l'espace public et du patrimoine
 - accès aux équipements et aux services publics.

– Zones d'activité économique (ZAE) = sites où des entreprises s'installent dans un périmètre donné

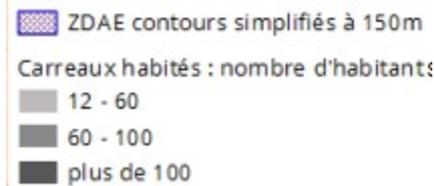
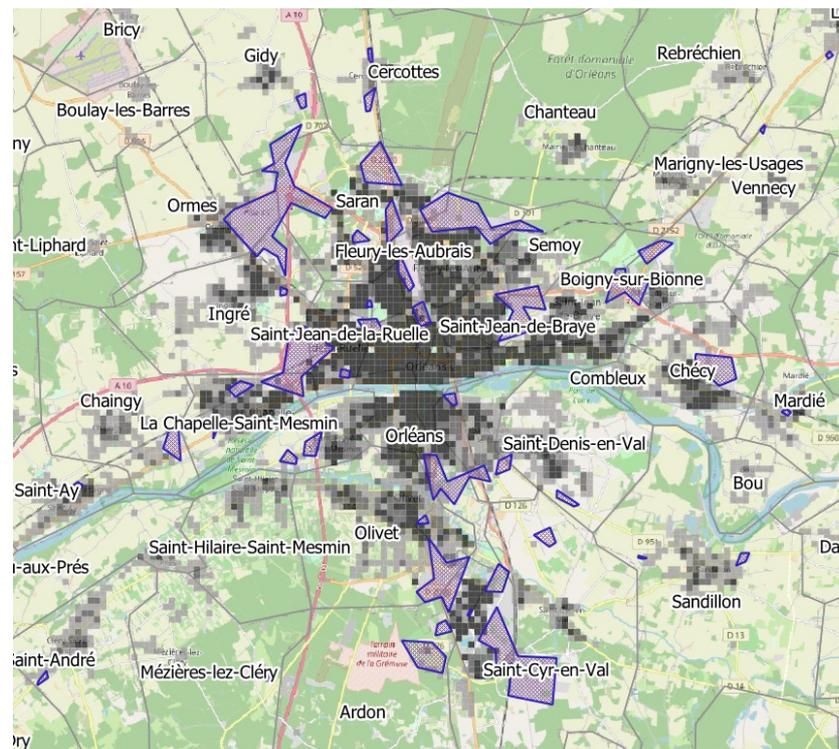
- Définies, aménagées et gérées par les différentes collectivités territoriales.
- Différentes visées économiques : commerciales, industrielles ou touristiques.

– Enjeux de politiques publiques

- "+" : vitalité économique, développement d'infrastructures de transport et de communication, parkings
- "-" : consommation d'espace : objectif « zéro artificialisation nette » à 10 ans (loi Climat et résilience)

– Zones statistiques « de faits » : polarisation de l'emploi salarié qui n'ont pas de vocation résidentielle

- Mieux géolocaliser les entreprises (complément de SIRENE géolocalisé)
- Mieux caractériser les zones (contour très précis car information cadastrale et pas uniquement ponctuelle)



Retrouvez-nous sur

[insee.fr](https://www.insee.fr)



Kim Antunez

Cheffe de la section Analyse Urbaine

Division Statistiques et Analyses Urbaines

analyse-urbaine@insee.fr

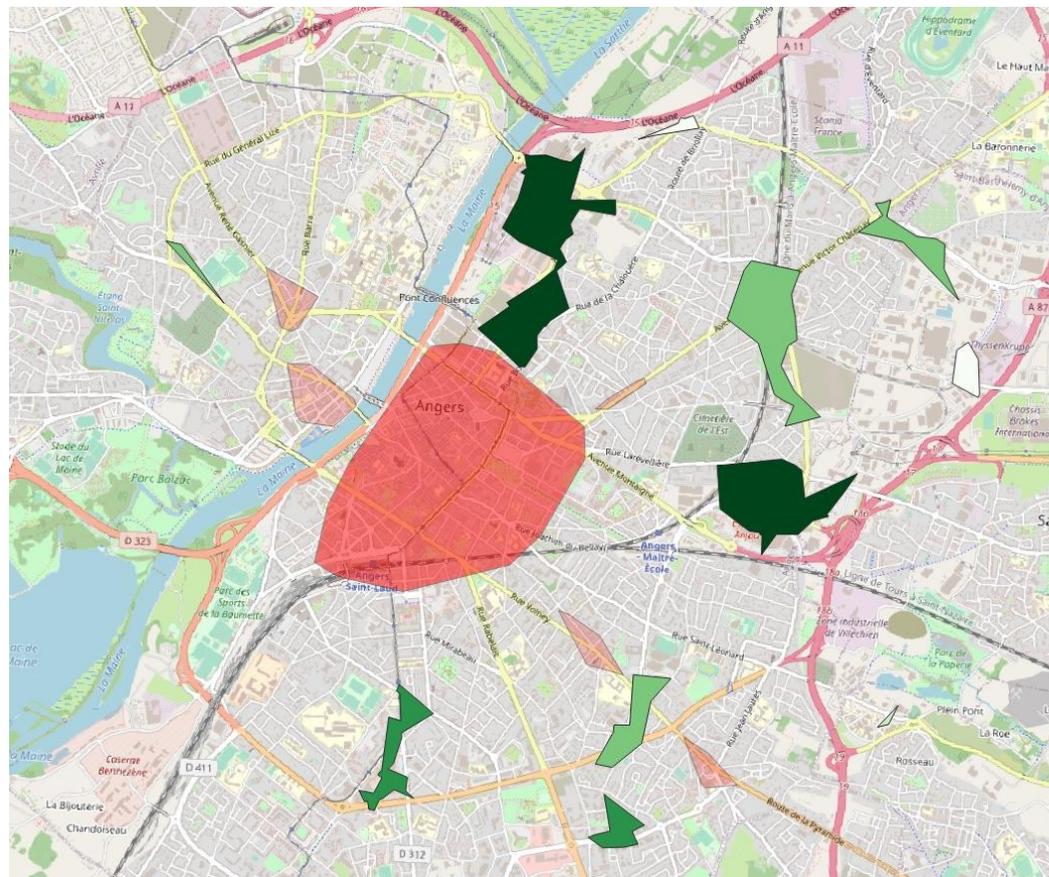
- Une carte et typologie des polarités commerciales de centre-ville définies de manière harmonisée et offrant un cadre de comparabilité

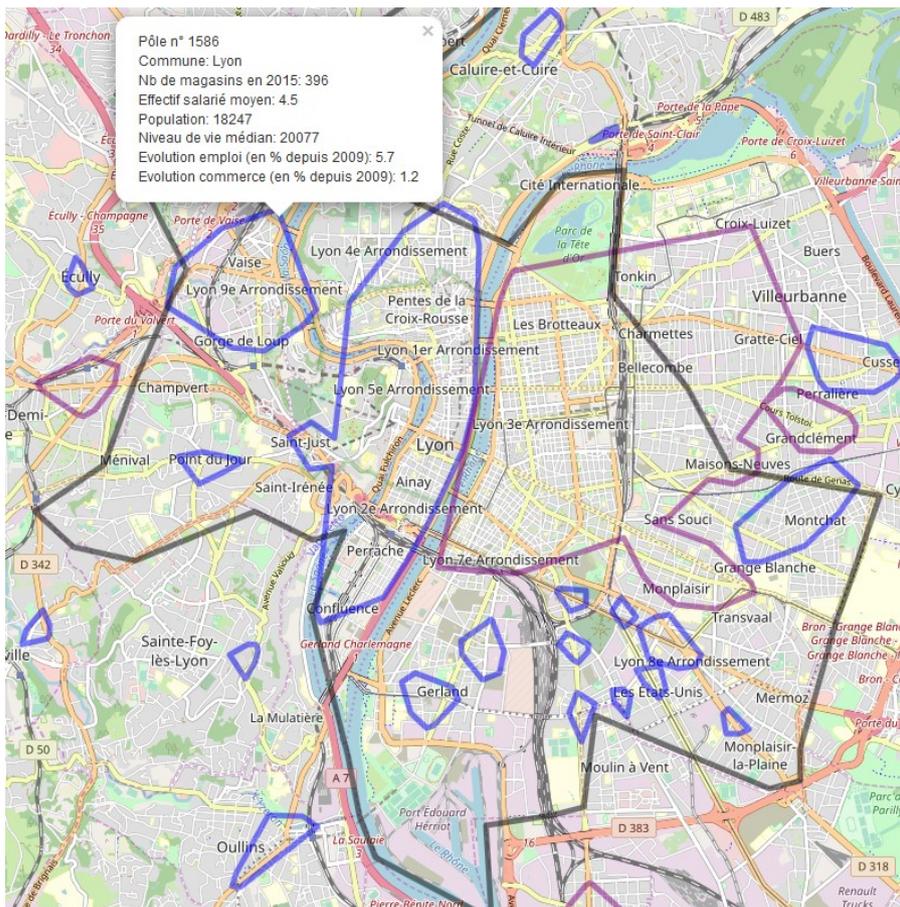
En **rouge**, les pôles de **centre-ville**. Un score d'urbanité leur est associé, somme de trois indicatrices qui rend leur teinte plus ou moins foncée :

- Contient ou est adhérent à un chef lieu de commune
- Population supérieure à 100
- Effectif salarié moyen inférieur à 8

En **vert**, les pôles de **périphérie**. Un autre score leur est également associé, cette fois-ci en fonction de leur surface totale :

- **Vert foncé** : Les plus denses en surface commerciale (cohabitation de grandes surfaces avec surfaces plus modestes)
- **Vert clair** : Les moins denses en surface commerciale : (établissements aux tailles plus homogènes)





2) Des indicateurs territoriaux sur l'emprise spatiale exacte du pôle

- **Entreprises** : effectifs salariés, secteurs d'activité, évolution de l'emploi (2009-2015), taille des établissements
- **Contexte sociodémographique** :
 - **Fidéli** (nombre de logements)
 - **Filosofi** (nombre de ménages fiscaux, nombre d'individus, revenus médians)

3) Des indicateurs territoriaux sur les contours supracommunaux environnants du pôle pour une mise en perspective de la dynamique commerciale du pôle

- **Indicateurs précédents +**
- **Activité touristique et culturelle** : capacité en campings/hôtels/musées, indicatrice des communes touristiques
- **Structure de la population et des logements (RP)** : PCS, âge, résidences secondaires, logements vacants...