Plan Local d'Urbanisme Intercommunal

Vu pour être annexé à la délibération
du Conseil Communautaire en date du :

Territoire du Vimeu Industriel

Aigneville
Béthencourt-sur-Mer
Bourseville
Chépy
Feuquières-en-Vimeu
Fressenneville
Friville-Escarbotin
Méneslies
Nibas
Ochancourt
Tully
Valines
Woincourt
Yzengremer

Rapport de présentation

ANNEXE 2 :
Etude commerciale sur le territoire de l'ex CCVI

1.

ETUDE COMMERCIALE DANS LE CADRE DE LA MISE EN ŒUVRE DU PLUI SUR LE TERRITOIRE DE L'EX CCVI

Communauté de Communes du Vimeu

MAI 2018

Communauté de Communes du Vimeu
Qualité de vie et Savoir faire

adenda
Stratégie urbaine et commerciale

Table des matières

1 PREAMBULE 3
2 LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DU VIMEU 4
3 DOCUMENTS D'URBANISME 5
4 CONTEXTE COMMERCIAL ET DYNAMIQUE MARCHANDE 19
4.1 Analyse du tissu commercial du territoire du Vimeu 19
4.2 Structuration du territoire 33
4.3 Analyse des pôles concurrentiels des territoires voisins 35
5 EVALUATION DU POTENTIEL DE DEVELOPPEMENT 46
5.1 Zone de chalandise et analyse sociodémographique 46
5.2 Analyse socio démographique de la zone de chalandise 48
5.3 Analyse du potentiel commercial 52
5.4 Densités commerciales 54
5.5 Marché satisfait 55
6 AFOM 57
7 ENJEUX 58
8 PRECONISATIONS DE DEVELOPPEMENT 60
8.1 La zone commerciale du Parc 60
8.2 Polarité Carrefour Feuquières 61
9 CONCLUSION 62

La Communauté de Communes du Vimeu, située entre Abbeville et Le Tréport, forme un territoire de près de 23 500 habitants, polarisé par la ville centre de Friville-Escarbotin.

L'industrie de la métallurgie marque fortement l'identité du territoire et a forgé sa notoriété, représentant aujourd'hui le premier pôle français de ce domaine (serrurerie-robinetterie-quincaillerie). Il est également le premier pôle mondial verrier (flaconnage de luxe). Malgré ses évolutions au fil des années, cette industrie reste une réelle source d'emplois et maintient une dynamique sur le plan économique. Arrière-pays, du littoral, le Vimeu forme toutefois un territoire à dominante rurale peu dense, et dont l'urbanisation se concentre sur les « 3F » que sont Friville-Escarbotin, Feuquières en Vimeu et Fressenneville.

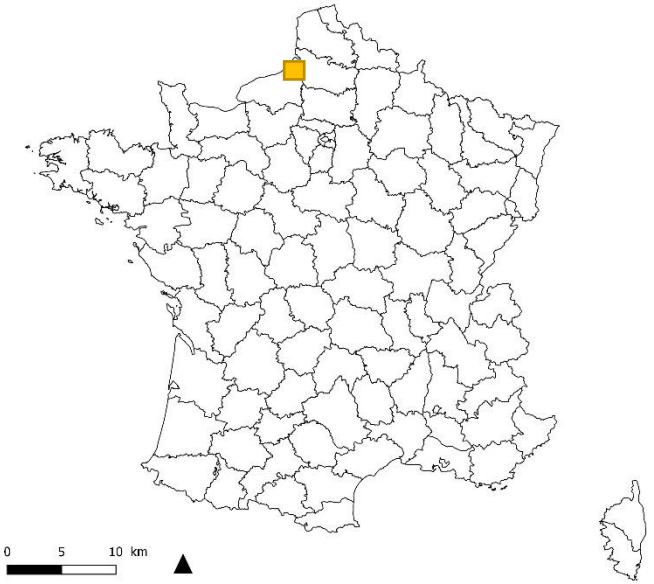
Dans le cadre de l'élaboration de son PLUi, la Communauté de Communes du Vimeu s'interroge sur la stratégie de développement commercial à adopter, et plus précisément sur le devenir de la zone commerciale située sur la commune de Friville-Escarbotin.

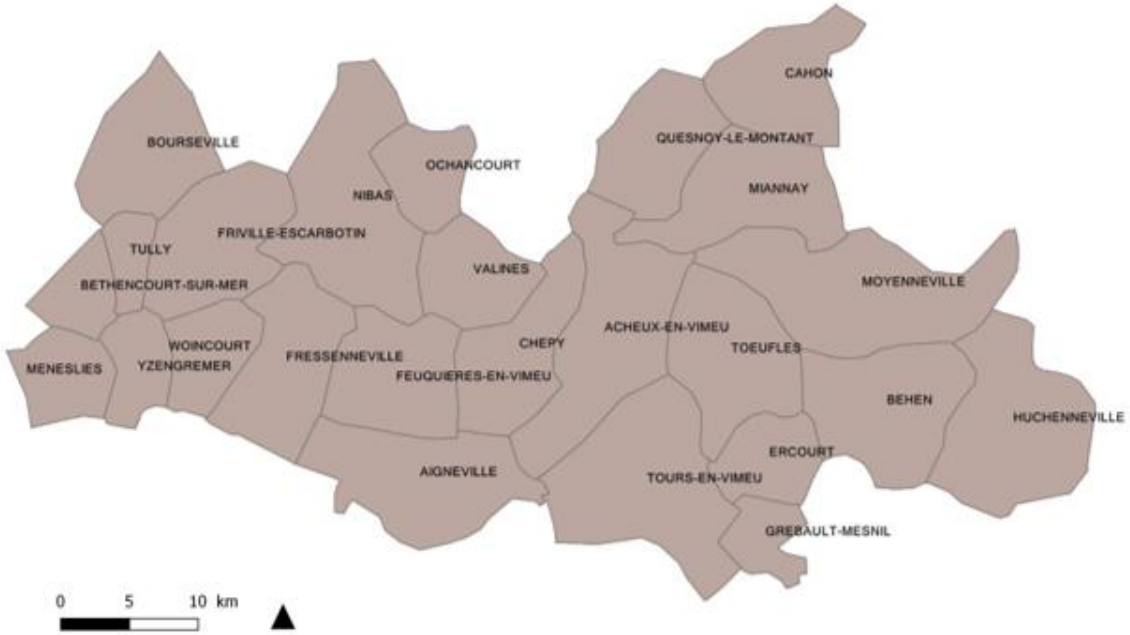
2 LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DU VIMEU

La Communauté de Communes du Vimeu se situe dans les Hauts de France, dans le département de la Somme, entre les vallées de la Bresle au sud et de la Somme au nord. Sa localisation permet aux habitants de bénéficier des dynamiques de la ville d'Abbeville, second pôle majeur du département mais également des villes côtières, dans un cadre privilégié.

A plus petite échelle, le territoire se structure autour du pôle économique et urbain de Friville-Escarbotin, puis des communes de Feuquières-en-Vimeu et Fressenneville, constituant les « 3F », ainsi que Woincourt.

La Communauté est constituée de 26 communes. Elle est issue de la fusion entre la Communauté de Communes du Vimeu Industriel et celle du Vimeu Vert, effective depuis le 1er janvier 2017.





Peu dense, le territoire se caractérise par ses 84 % d'espaces agricoles, dont 68% sont cultivés. Il se distingue également par l'implantation de nombreuses éoliennes, majoritairement situées sur la commune de Nibas.

Le PLUi du Vimeu Industriel

Le Vimeu Industriel est partagé, entre d'une part, le monde rural et de l'autre, le monde industriel. En effet, il est composé de 84 % d'espaces agricoles et seulement 15 % d'espaces urbains, avec un tissu urbain discontinu. Pourtant, le territoire dispose de plusieurs industries et se distingue par sa spécialisation dans la métallurgie. Au fil des années, le nombre d'emplois dans ce secteur a diminué, ce qui amène à repenser les activités économiques à l'échelle de la Communauté de Communes du Vimeu.
A l'heure actuelle, le Vimeu doit faire face à de nombreux enjeux tels que le renforcement des activités artisanales et commerciales, le maintien d'un équilibre territorial ou le vieillissement de la population. Le diagnostic du PLUi de la Communauté de Communes du Vimeu Industriel permet de saisir les dynamiques du territoire et les défis à relever dans les années à venir. Il est complété par l'étude de faisabilité de la création d'une centrale de mobilité de 2016[1], à l'échelle des anciennes Communautés de Communes du Vimeu Vert et du Vimeu Industriel.

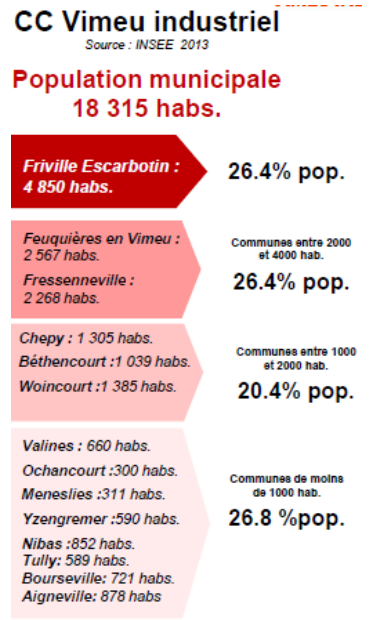
Les dynamiques de population

Dans sa globalité, le territoire se caractérise par sa ruralité, mais il est aussi très contrasté géographiquement. En effet, le Vimeu Industriel est plus urbain et dispose de zones artisanales et commerciales, dont le pôle économique de Friville-Escarbotin. Les communes de Feuquières-en-Vimeu et Fressenneville ont également un rôle majeur dans la structure spatiale, grâce aux activités qu'elles proposent. En revanche, le Vimeu Vert est très rural et moins peuplé.

[1] Mission d'étude et d'assistance à Maitrise d'Ouvrage dans le cadre d'une étude de faisabilité de la création d'une centrale de mobilité, élaborée par Iter, coopérative de conseil en mobilités – septembre 2016

Evolution de la population

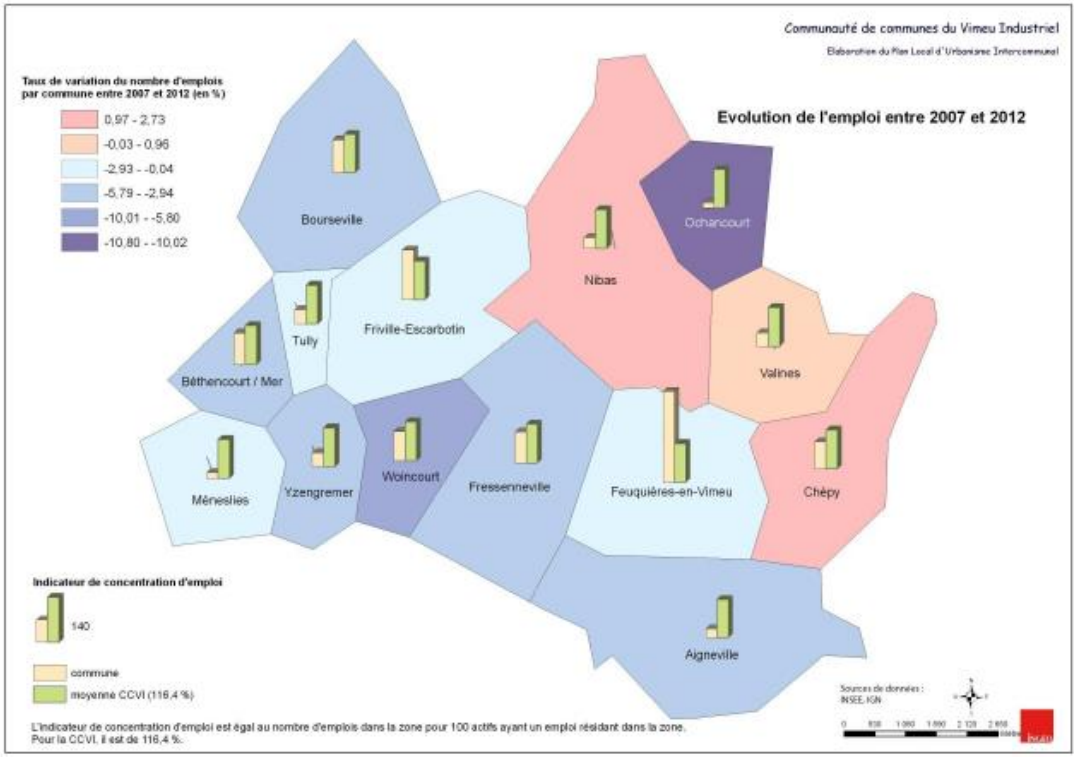
En 2016, 18 315 personnes habitent dans le Vimeu Industriel, soit plus de 400 habitants qu'en 2012. Les villes de Friville-Escarbotin puis celles de Feuquières-en-Vimeu et Fressenneville concentrent le plus grand nombre d'habitants. Les écarts sont relativement importants, avec des villages de moins de 600 habitants. De même, l'évolution de la population n'est pas homogène sur le territoire : si certaines communes telles que Yzengremer, Feuquières-en-Vimeu, Friville-Escarbotin ont un taux de variation annuel moyen (entre 2007-2013) positif, Woincourt et Tully sont quant à elles en perte de population. Ces évolutions s'expliquent principalement par le solde naturel sur le territoire. En ce qui concerne le solde migratoire, il varie aussi en fonction des villes. Les communes de Tully, Ochancourt et Friville-Escarbotin sont parmi les plus attractives du territoire. Pôles structurants à l'échelle de la Communauté de Communes, les « trois F » n'évoluent pourtant pas de la même manière et ne sont pas forcément les espaces les plus attractifs en termes de migrations.



Par ailleurs, le territoire se caractérise par un vieillissement de sa population. En effet, en 2012, un peu plus d'un quart de la population de la CCVI est âgée de 60 ans et plus (24,4 %) ainsi que 22,7% de la population de la CCVV. Plus particulièrement, le taux de vieillissement de la population de Feuquières en Vimeu et Fressenneville est de 26,4% de la population. Le rythme de vieillissement est également plus fort que celui du département. En parallèle, le solde migratoire par tranches d'âge soulève un départ des jeunes familles et des 15-24 ans. Cela implique donc des réflexions en termes de mobilité et de services proposés sur le territoire pour les personnes plus âgées.

Pôle d'emplois

Le pôle d'emplois du Vimeu Industriel se maintient, avec une part importante de l'industrie. En 2012, 7 992 emplois ont été recensés. Bien que ce chiffre ait diminué depuis 1999, le nombre d'emplois offerts est supérieur au nombre d'actifs ayant un emploi et présents sur le territoire. Les villes de Friville-Escarbotin et Feuquières-en-Vimeu concentrent le plus grand nombre d'emplois. Les zones d'activités de Chépy et de Huchenneville/ Behen restent secondaires.

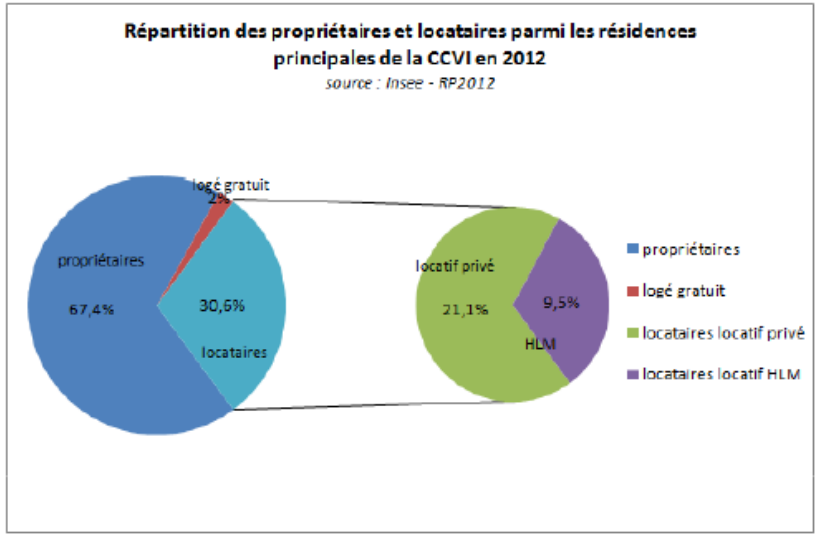


Pour autant, le taux de chômage de la CCVI a augmenté, entre 2007 et 2012, passant de 7,9 % à 11,1 %.

Enfin, on remarque une faible présence des activités de gestion, prestations intellectuelles et conception-recherche.

I. Les dynamiques de l'habitat

Le territoire du Vimeu Industriel se caractérise par une part importante des résidences principales (90 %) et des logements individuels, avec des occupants qui sont majoritairement propriétaires (67,4 %). Concernant les locataires, ils sont à 21,1 % dans du locatif privé et 9,5 % dans du logement social.



Les logements sociaux sont essentiellement concentrés sur les communes des trois F, plus celles de Chépy et Woincourt. Un des enjeux pour la Communauté de Communes est de diversifier l'offre de logements sur ses différents secteurs. A cela doit s'ajouter l'offre d'hébergement dédié aux personnes vieillissantes, qui, en 2009, ne semble pas suffisante, le nombre de places en établissement spécialisé étant de 138.

Suite à des hypothèses d'évolution démographique, la CCVI a élaboré des objectifs et Une programmation de logements par commune (tableau ci-dessous).

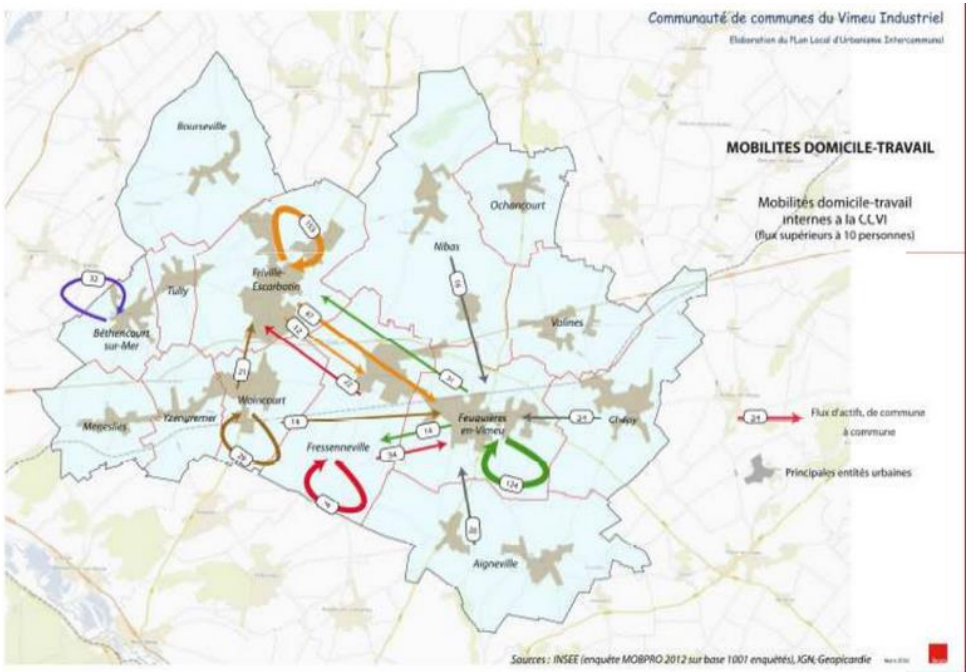
Objectifs et programmation de logements par commune

	Population 2011	CN moyenne 2000-2013 Equiv.6 ans (1)	Objectif proposé pour 6 ans	Hypothèse de programmation (Source : enquêtes communales)
Feuquières-en-Vimeu	2 499	92	90	85
Fressenneville	2 255	38	55	45
Friville-Escarbotin	4 604	173	185	185
Ensemble "3F" noyau urbain	**9 358**	303	330	315
	52%	**58%**	61%	64%
Béthencourt sur Mer	1 033	18	25	16
Menesies	303	6	5	4
Tully	608	3	15	6
Woincourt	1 419	24	30	17
Yzengremer	565	13	10	3
Chépy	1 300	24	35	18
Reste unité urbaine élargie	**5 228**	87	120	65
	29%	**17%**	22%	13%
Aigneville	842	43	21	21
Bourseville	732	17	21	29
Nibas	837	35	21	20
Ochancourt	284	16	9	15
Valines	643	20	18	30
Autres communes	**3 338**	131	90	115
	19%	**25%**	17%	23%
CC du Vimeu Industriel	**17 924**	521	540	495

(1) Moyenne annuelle de la construction neuve de la période 2000-2013

Les flux domicile – travail

Le territoire du Vimeu propose un nombre d'emplois important pour sa population, ce qui explique que 23 % des emplois du territoire sont pourvus par des actifs résidant dans la CCVI. En effet, la Zone d'Activité du Vimeu Industriel capte la majorité des flux domicile-travail provenant des communes voisines ainsi que celles du territoire du Vimeu.



	Flux internes au territoire	Flux sortants	Flux entrants	Total
Nb	5025	982	3 694	9702
%	52%	10%	38%	100%

Les flux internes sont majoritaires (voir carte), entre les « trois F » mais également avec Woincourt. Cela témoigne aussi d'un taux de résidence dans la commune de travail important, les flux sortants ne représentant que 10 % dans le Vimeu.

Commune	% flux internes	% flux entrants	% flux sortants
Feuquières-en-Vimeu	28%	31%	7%
Friville-Escarbotin	26%	29%	16%
Fressenneville	11%	9%	7%

Entre le Vimeu vert et le Vimeu Industriel, 2% des flux vont de la CCVI vers la CCVV et 9% à l'inverse.

Les flux vers l'extérieur de la Communauté de Communes existent également et son majoritairement à destination d'Abbeville. Concernant les flux entrants, 8% viennent d'Abbeville et 5 % de Dargnies.

Ainsi, les actifs du Vimeu sont peu mobiles. En outre, la majorité de ces flux domicile – travail s'effectue en voiture, camion ou fourgonnette, à 81,6 %. Ce chiffre varie peu en fonction du lieu d'habitation.

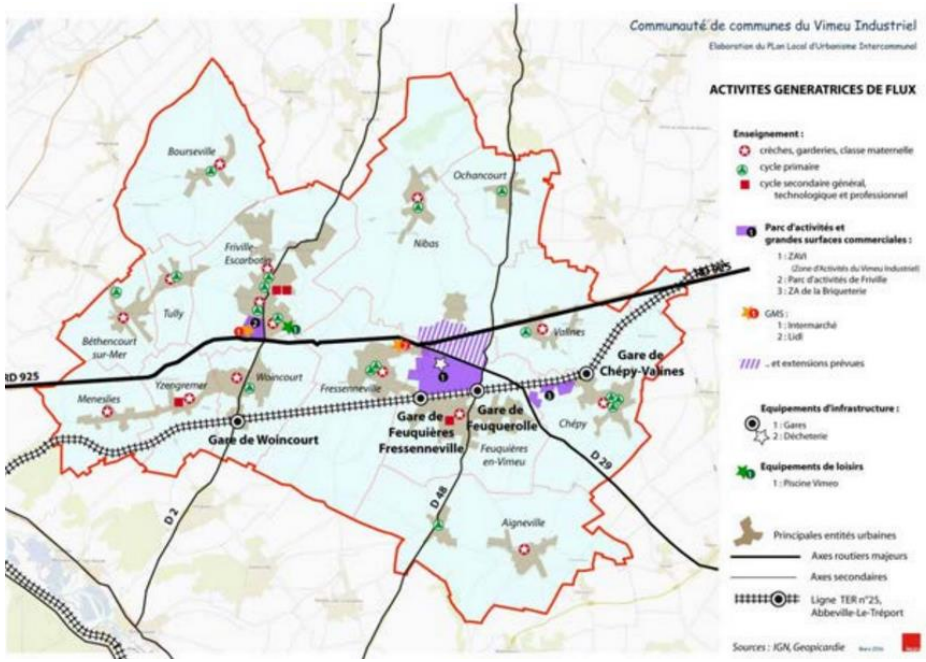
Le déplacement à pied se situe en deuxième position, représentant 7,9 % des modes de transports principaux pour se rendre au travail. La promotion des autres modes de déplacements, plus doux fait d'ailleurs partie des enjeux pour la Communauté de Communes.

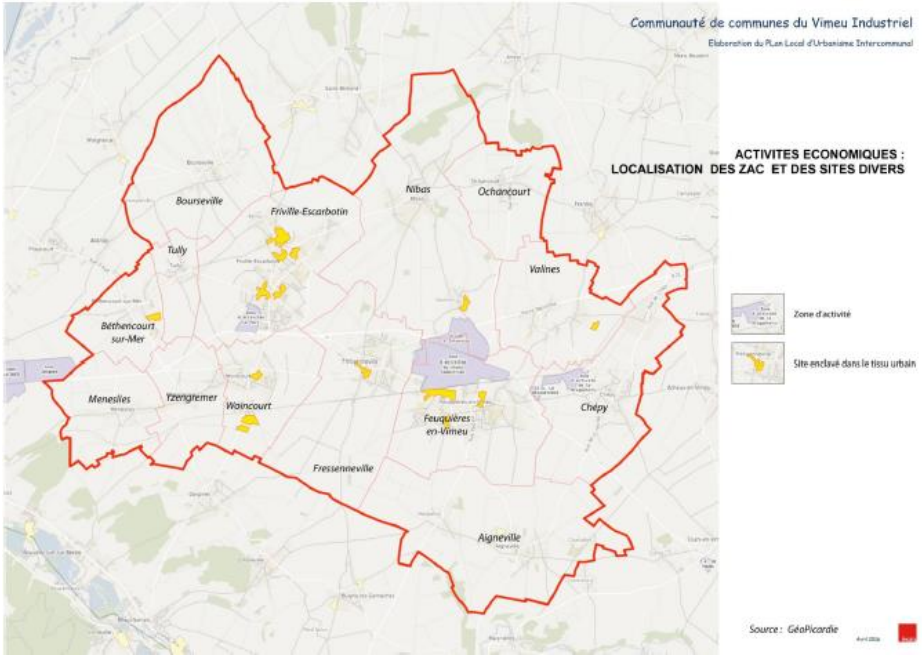
Le PDIEA (Plan de Déplacement Inter Entreprise/Administration)

Le PDIEA, lancé en 2012 sur Abbeville et le Vimeu Industriel a pour volonté d'accompagner les entreprises pour améliorer la mobilité de leurs salariés et favoriser l'utilisation des modes actifs, des transports en communs et du covoiturage.

Flux économiques

Les principales activités génératrices de flux sur le territoire sont les parcs d'activités et les grandes surfaces commerciales. Leur desserte est majoritairement assurée par voie routière, par le biais de la RD925 notamment.



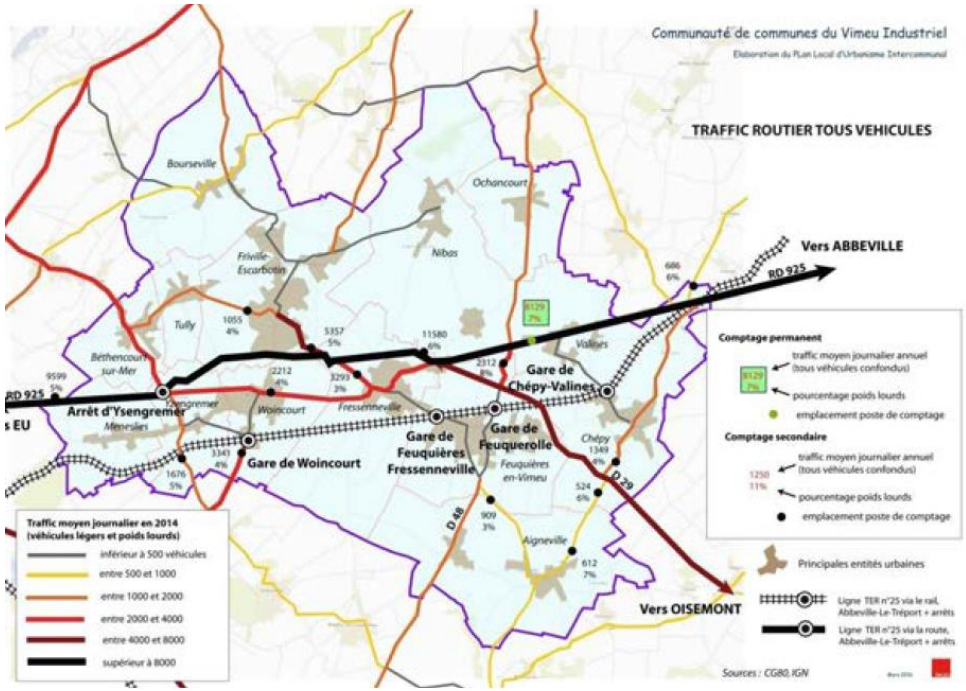


Modes doux de circulation

Le territoire du Vimeu dispose de circuits pour les piétons ou les cyclistes, à destination touristique principalement. La promotion et l'aménagement des voies pour accueillir ces usagers sont un enjeu pour l'avenir de la CCVI.

Infrastructures

La route départementale 925 est le principal axe structurant et permet une bonne desserte du territoire, combinée avec les axes plus secondaires. Le Vimeu est également traversé par l'autoroute A28 dont les échangeurs se situent sur les communes de Béhen et à proximité de celle de Grébault Mesnil. La ligne de TER Le Tréport – Abbeville traverse également le Vimeu Industriel. Même si la fréquentation ferroviaire a augmenté entre 2012 et 2013, le train reste un moyen de transport peu utilisé. Par exemple, la gare de Feuquières-Fressenneville n'accueille que 88 voyageurs par jour et celle de Chépy-Valines 38.



Enfin, le territoire est desservi par 4 lignes de transports en communs, permettant les liaisons internes et externes (Abbeville et Mers les Bains par exemple) à la Communauté de Communes. Toutes les communes sont d'ailleurs desservies par au moins une ligne.

Offre de desserte	CCVI													CCW									
	Aigenville	Bourseville	Bethencourt	Chepoy	Feuquières	Feuquerolles	Fressenneville	Friville-Escarbotin	Menesles	Nibas	Ochancourt	Tully	Valines	Woincourt	Yzengremer	Acheux-en-Vimeu	Béhen	Cahon	Ercourt	Grébault	Huchenneville	Miannay	Moyenneville	Quesnoy-le-Montant	Saint-Maxent	Toeufles	Tours-en-Vimeu
Offre TRANS'80		1	1				1	4		2	1		1	2		1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2
Gare SNCF				4	4	3	4						4	4		3								3			
Halte car SNCF				9	9		9						9	9	9							9					
Aires covoiturage			1		1			1					1		1	1					1		1		1		1

Niveau d'offre	
1	Nombre de lignes régulières (dont ligne 2)
1	Nombre de lignes régulières et de marché
1	Nombres lignes de marché
4	Nombre de dessertes quotiennes (HP, HP scol)
3	Nombre de dessertes quotiennes (HP seulement)
1	Nombre aires de covoiturage

Niveau de desserte par communes
Mauvais
Moyen
Bon

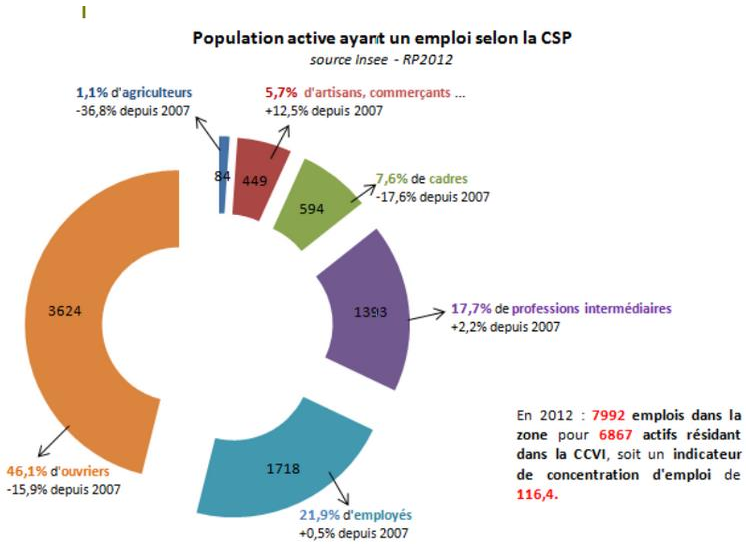
Enfin, le territoire propose des transports à la demande sur les villes de Woincourt et Friville-Escarbotin. A l'heure actuelle, l'un des grands enjeux est de les développer afin de desservir toutes les communes de la CCV. Il s'agit de rétablir un lien entre les habitants et les pôles de services, équipements et zones d'activités du territoire (zone commerciale et centre aquatique de Friville-Escarbotin par exemple).

III. Economie et services

1. Secteur d'activités, emplois

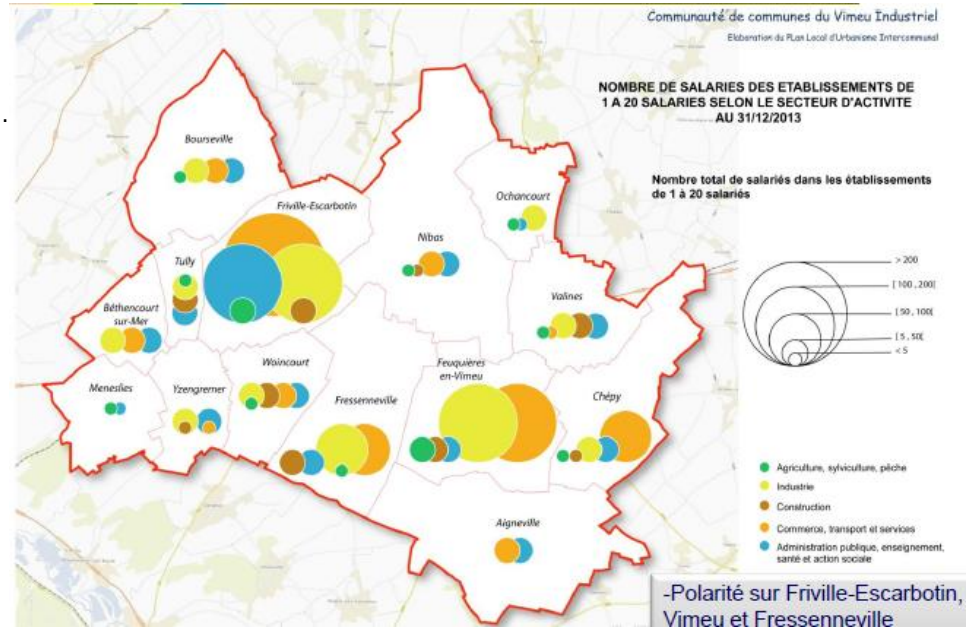
En 2012, 7992 emplois sont recensés sur le territoire du Vimeu. 75 % des emplois locaux se concentrent dans les communes de Friville-Escarbotin, Fressenneville et Feuquières-en-Vimeu et plus particulièrement dans la ZAVI et la zone d'activité Le Parc. La majorité des entreprises existantes ont une activité dans le domaine du commerce, des transports et des services, c'est-à-dire 372 entreprises sur les 650 totales. C'est l'industrie qui suit, avec 148 entreprises. Concernant le Vimeu Vert, son secteur d'activité se partage entre l'agriculture et la zone d'activité de Huchenneville/ Behen.

Concernant les catégories socio-professionnelles, on remarque une surreprésentation des ouvriers, qui représentent 46,1 % de la population active. Même s'ils sont encore majoritaires en 2016, le nombre d'ouvriers a diminué de 15,9 % depuis 2007. De la même manière, le taux d'agriculteurs a chuté de 36,8 % et celui des cadres de 17,6 %. A l'inverse, la part des artisans, commerçants a augmenté de 12,5 % et celle des professions intermédiaires de 17,7 %.

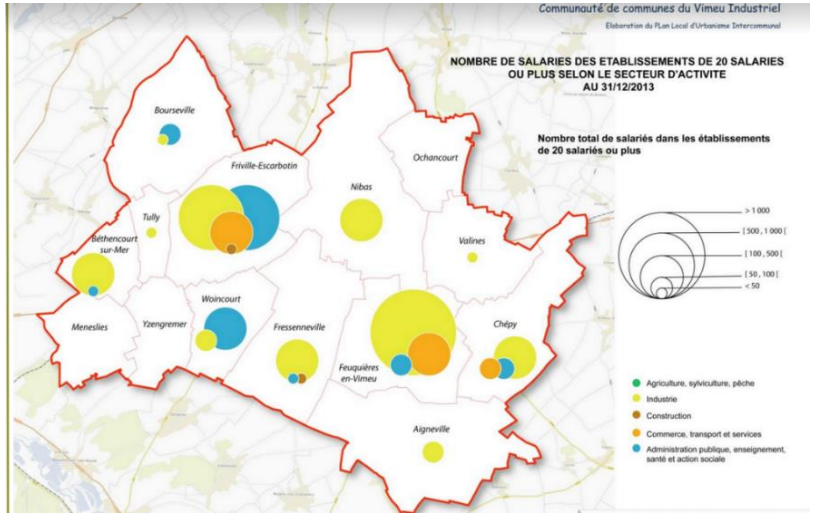


En ce qui concerne la structure des entreprises, chaque commune dispose d'au moins deux établissements de 1 à 20 salariés. Les cartes ci-dessous confirment les polarités autour des « 3 F » mais mettent aussi en avant les pôles secondaires tels que Chépy, Nibas et Béthencourt-sur-Mer (établissements industriels) et Woincourt (administration publique, de l'enseignement et de la santé). On remarque aussi que Friville-Escarbotin dispose d'établissements divers, dans les domaines du commerce, de l'industrie et de l'administration publique, alors que Feuquières-en-Vimeu se spécialise plus dans l'industrie.

.

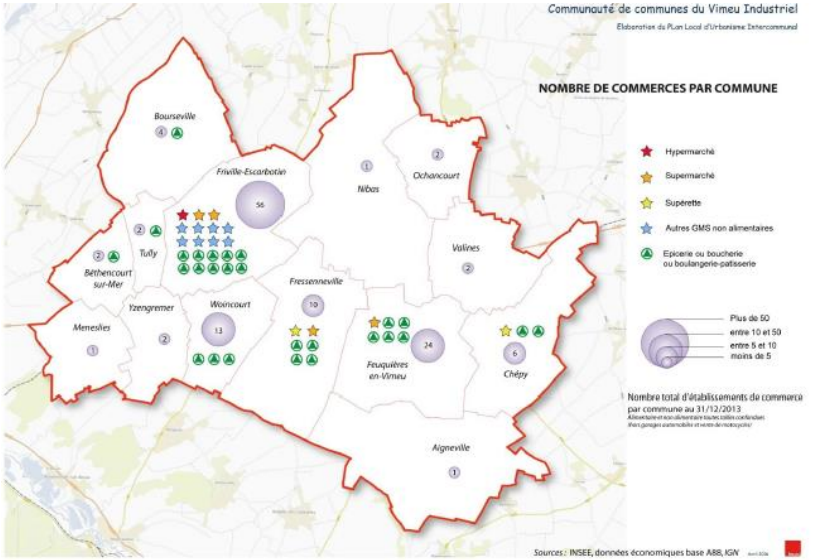


-Polarité sur Friville-Escarbotin, Vimeu et Fressenneville



2. *Les commerces*

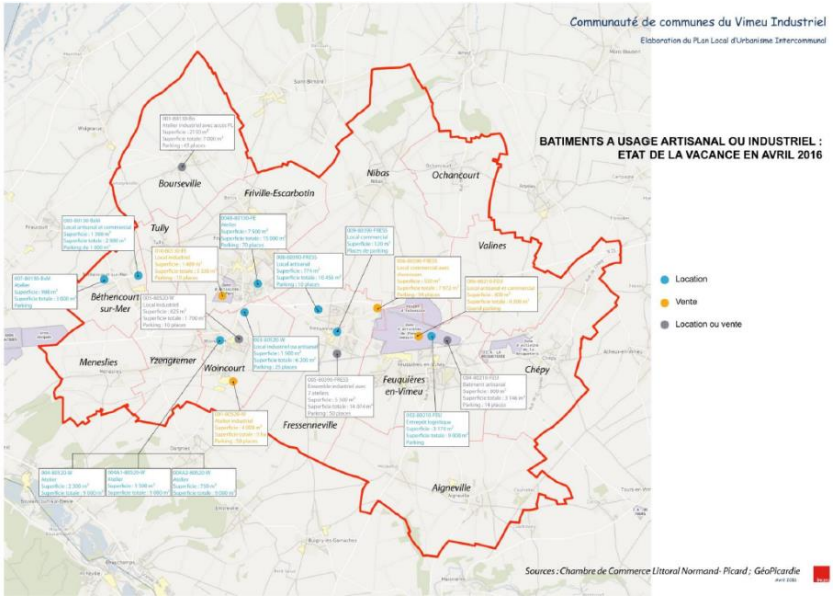
De la même manière que l'emploi, les villes de Friville-Escarbotin, Fressenneville, Woincourt et Feuquières-en-Vimeu concentrent une grande majorité des commerces de la CCVI. Friville-Escarbotin s'impose comme une polarité commerciale puisqu'elle propose un grand nombre de commerces de proximité (56) et dispose de l'offre la plus variée du territoire. C'est également la seule commune qui dispose d'un hypermarché et accueille la principale zone commerciale du territoire.



3. *Tissu industriel et artisanal*

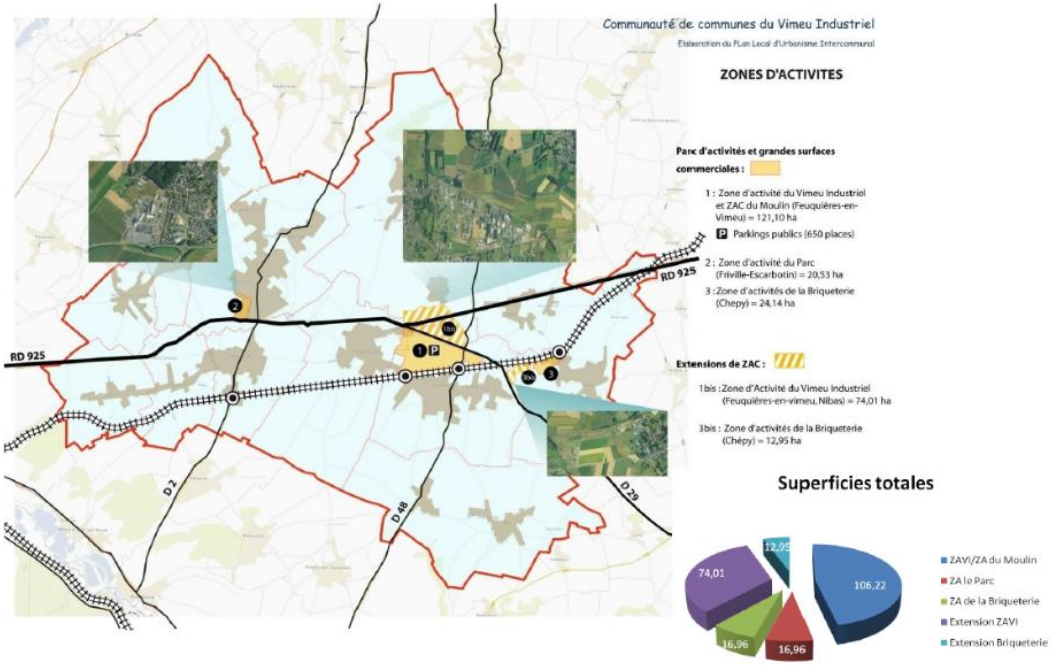
Le territoire du Vimeu se caractérise par des activités de fabrication de robinets, objets métalliques puis de machines et équipements. La métallurgie est un secteur clef sur le territoire puisque plusieurs entreprises y sont implantées et emploient un grand nombre de salariés.

En parallèle, le territoire dispose d'espaces vacants et de friches industrielles. Premièrement, de nombreux bâtiments à usage artisanal, commercial ou industriel sont en attente d'être en location ou d'être vendu, répartis dans plusieurs villes de la CCVI. Ensuite, certaines communes disposent de friches, dans les bourgs comme les centres-villes dont les états sont très variés (de très dégradés à bon état).



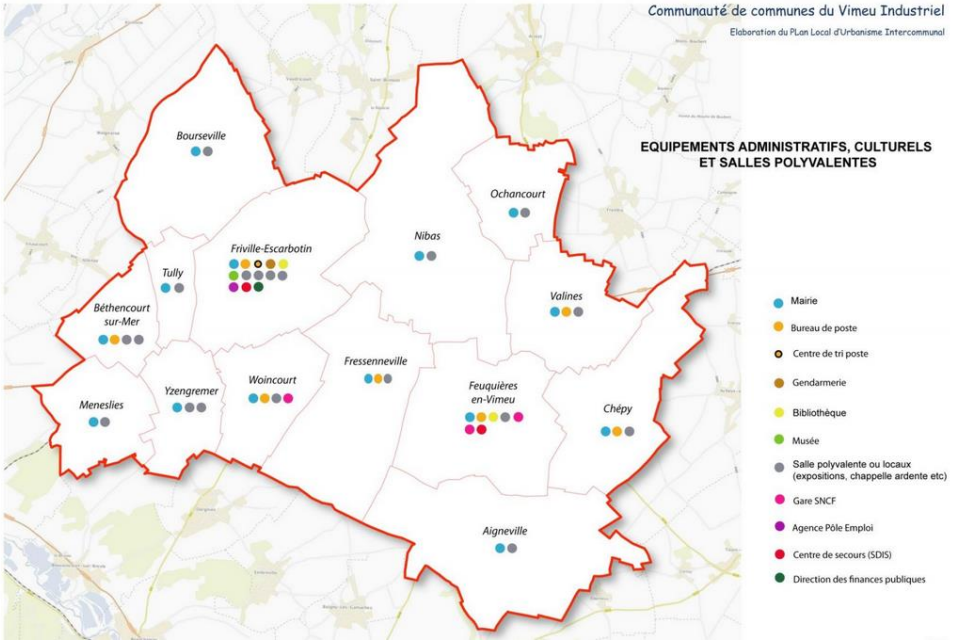
4. Zones d'activités : parc d'activités du Vimeu Industriel

Les Zones d'Activité du Vimeu Industriel et du Moulin, situées à Feuquières-en-Vimeu sont les plus importantes du territoire en termes de superficie mais la ZA du Parc à Friville-Escarbotin, plus petite, concentre autant d'entreprises (33 et 34). Même si la ZAVI fait l'objet d'une extension, elle dispose de trois bâtiments /entrepôts vacants. Le parc d'activité de la Briqueterie va aussi être développé.



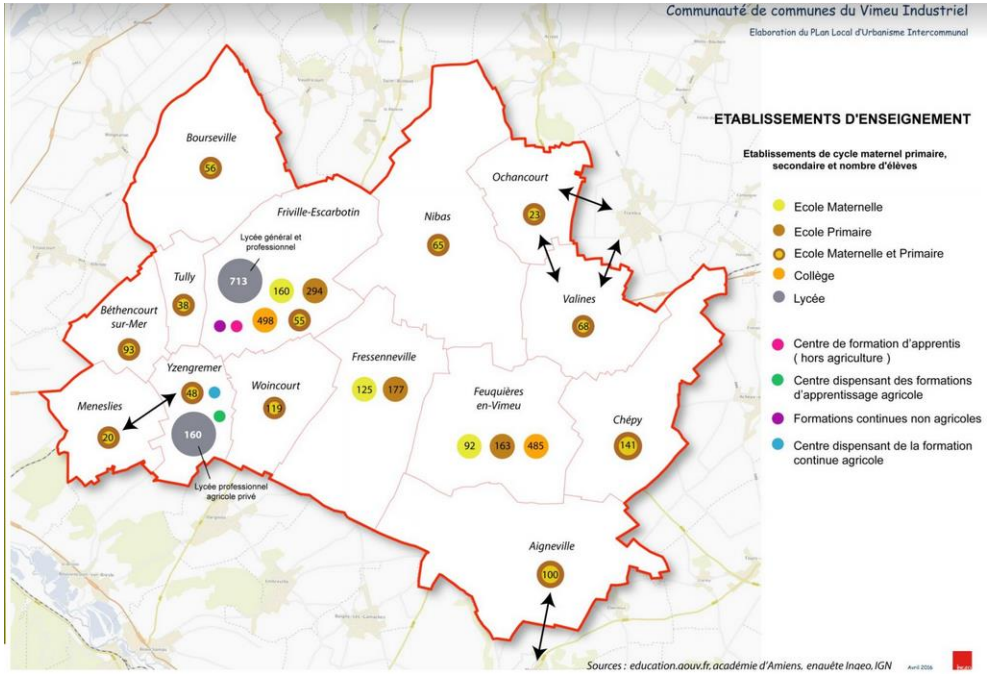
5. *Equipements de proximité*

Administratifs



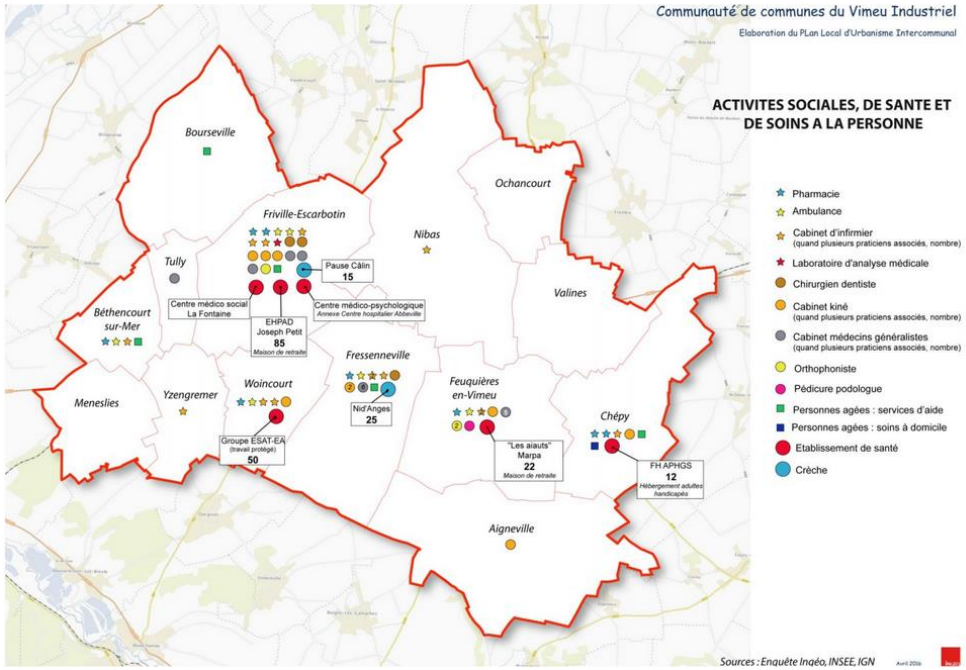
Une grande partie des communes ne disposent que d'une mairie et d'une salle polyvalente. En termes d'équipements administratifs et culturels, l'offre de Fressenneville est relativement restreinte. Friville-Escarbotin et Feuquières-en-Vimeu sont donc les deux communes qui permettent au territoire d'avoir accès à certaines infrastructures. Ce sont, par exemple, les seules à avoir une bibliothèque.

Scolaires



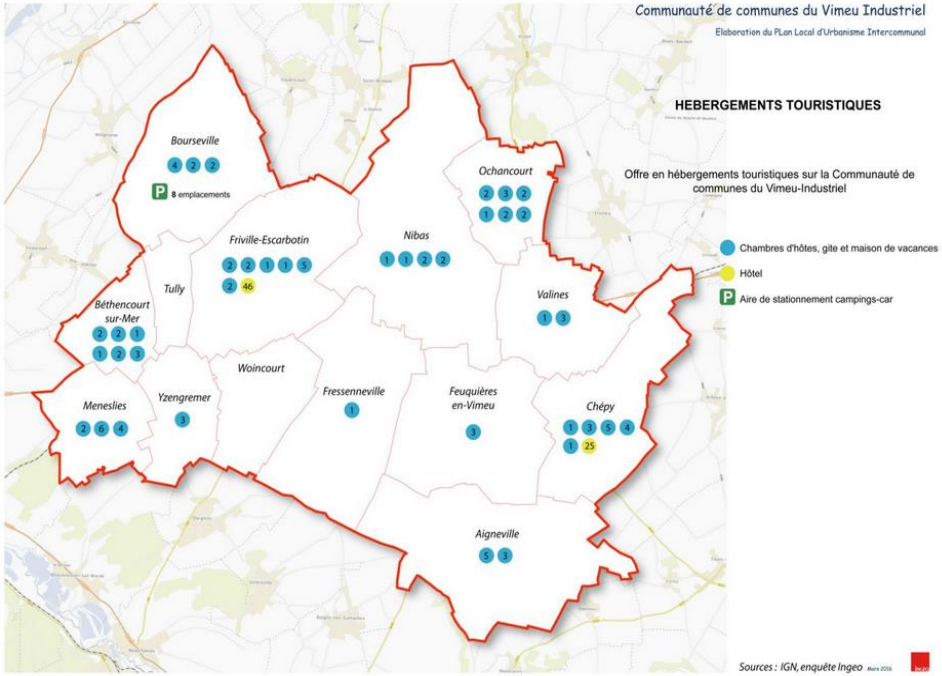
Toutes les communes disposent d'une école primaire et une école maternelle. Le Regroupement Pédagogique Intercommunal a été mis en place entre les communes de Méneslies et Yzengremer ; entre celles d'Ochancourt, Valines et Franleu ainsi qu'entre Aigneville et Maisnières. Friville-Escarbotin se présente comme un pôle majeur concernant l'enseignement puisqu'il accueille un collège, un lycée et des centres de formation.

Equipements sociaux et de santé



Friville-Escarbotin concentre la majorité des activités de santé et de soin à la personne. Elle dispose de trois établissements de santé et de cabinets médicaux (orthophoniste, kinésithérapeute, infirmier etc). Fressenneville et Feuquières-en-Vimeu complètent cette offre, suivi par Woincourt et Chépy. La majorité des communes ne disposent pas ou très peu de ces services.

Activité touristique : hébergement



La CCVI se caractérise par une offre importante de chambres d'hôtes, gites et maison de vacances, répartie sur tout l'ensemble du territoire. A l'inverse, elle n'accueille que deux hôtels.

Equipements sportifs

Même si les « trois F » concentrent la majorité des équipements sportifs, toutes les communes disposent d'au moins un espace consacré au sport. Elles peuvent ainsi se compléter.

Synthèse de diagnostic et enjeux

Face à ce diagnostic, les acteurs du territoire ont fixé des objectifs à atteindre d'ici 2030, dans les domaines de l'environnement, l'habitat et l'économie.

Axe habitat

1. Afficher un développement urbain du territoire ambitieux traduit dans les objectifs du PLH
2. Diversifier l'offre de logements et garantir un parcours résidentiel // plh
3. Valoriser les morphologies urbaines et les structures villageoises
4. Promouvoir la ville des courtes distances
5. Des friches urbaines à exploiter

Axe Mobilité :

Assurer l'accessibilité interne et externe du territoire

- Mettre en place une centrale de mobilité
- Promouvoir les transports en commun et soutenir la desserte ferroviaire
- Développer les modes actifs et les transports alternatifs

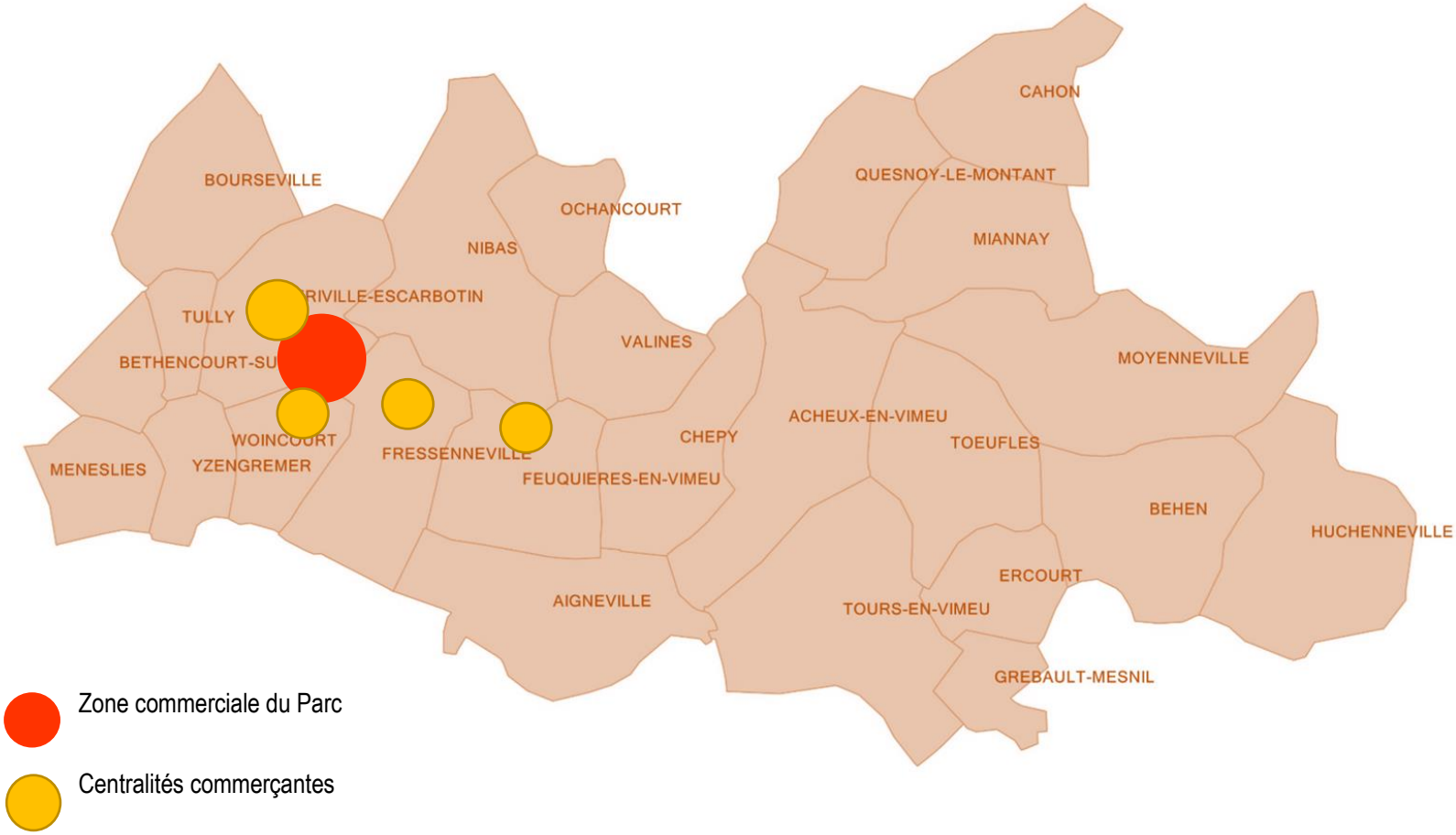
Axe Economie

1. Poursuivre le développement de la Zavi pour un rayonnement de la CCVI au-delà du territoire
2. Renforcer les filières artisanales et commerciales existantes
3. Soutenir l'activité agricole
4. Exploiter une position retro littoral pour un développement touristique
5. Initier une centrale de mobilité et confirmer un PDIE pour réduire les déplacements professionnels
6. Des friches urbaines à ré exploiter

❑ AXE N° 1 : Confirmer la tradition industrielle du territoire et son rayonnement extérieur

Orientations du PADD	Modalités de prise en compte dans le règlement	
	Plan de zonage	Règlement
Réponse 2: Renforcer les filières artisanales et commerciales existantes		
Renforcer la dynamique industrielle, commerciales et de services en permettant le développement des entreprises existantes sur site	Délimitation de zones UF spécifiques pour les industries au sein du tissu urbain Délimitation de zones UE spécifiques à vocation commerciales	
Maintenir le commerce de proximité	- Spécifier un linaire commerçant sur Friville Escarbotin UA a	Art 3 zone UAa: Interdire le changement de destination des rez de chaussée commerçant
Développer une porte commerciale	Définir une zone 1AUE (7 ha) au sud de Friville en lien avec Woincourt	
Assurer la mixité des fonctions urbaines au sein des villes et villages		Art 1 et 2: Permettre une mixité fonctionnelle des zones urbaines et à urbaniser (logements, activités, services, équipements…) sous conditions en fonction de la typologie bâtie

4.1 Analyse du tissu commercial du territoire du Vimeu



DESCRIPTION

Le centre-ville de Friville-Escarbotin forme un pôle urbain majeur du territoire regroupant commerces et services de proximité. Il accueille aussi quelques banques et commerces plus rares comme une bijouterie.

Le linéaire commerçant est très étendu ce qui limite le dynamisme et la visibilité des commerces. Le chaland est en effet obligé d'effectuer d'assez longues distances (rue commerçante en sens unique) pour effectuer ses achats

L'organisation spatiale ne contribue alors pas au maintien des commerces dans le centre-ville. Aujourd'hui, la ville peine à accueillir des commerces de qualité et à maintenir ceux qui se créent, avec un turnover important. Face à cette situation, il serait pertinent de recentrer les boutiques, de manière à créer une polarité. C'est d'ailleurs une ambition pour les années à venir. L'actuelle friche industrielle, située dans la rue Henri Barbusse, fait l'objet d'une requalification et une partie pourrait être aménagée en halle de marché et petite galerie commerçante.

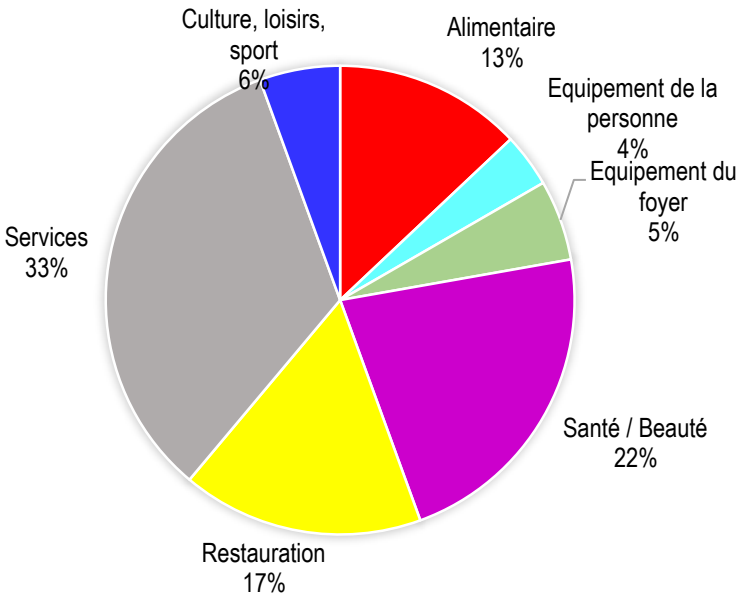
Dans l'ensemble, les devantures sont relativement propres et modernes. Les locaux vacants sont néanmoins peu esthétiques et parfois dégradés, transformés en logements ou laissés à l'abandon.

COMMERCES ET SERVICES

Leader Price (618 m²), Pressing, couture, laverie, cordonnier, laboratoire d'analyse médicale, pharmacies (2), autoécoles (2), La Poste, pompes funèbres, Presse/ Tabac (3), Citroën, Nature & Passion, Patrick Cuisines et salles de bain, MMA, Crédit agricole, Caisse d'Epargne, Groupama, BMP Paribas, Axa, Allianz, Crédit Mutuel, Crédit du Nord, Agence d'intérim (2), primeur, boulangerie (2), traiteur, boucherie/charcuterie (2), friterie, Kebab (3), Café Le Celtique, pizza (3), café du centre PMU, Le Royal bar/brasserie, coiffeur (5), opticiens, fleuriste, Julien d'Orcel (boulangerie), salon de toilettage, Esthétique, boutique équipement de la personne, Entendre.

Plusieurs cellules vacantes suite à la fermeture d'une boulangerie, d'un armurier, d'un fleuriste, radiola notamment

Répartition des commerces par activité



En termes d'accès aux commerces, il existe du stationnement le long de la voirie qui est complété par un parking sur la place de la Mairie. Les piétons disposent de trottoirs relativement larges et en bon état pour traverser la ville. La circulation automobile dans le centre est cependant compliquée et peu agréable : le sens unique oblige à faire des détours et crée un effet « couloir » lors de la traversée de la ville.

Répartition des commerces par activité

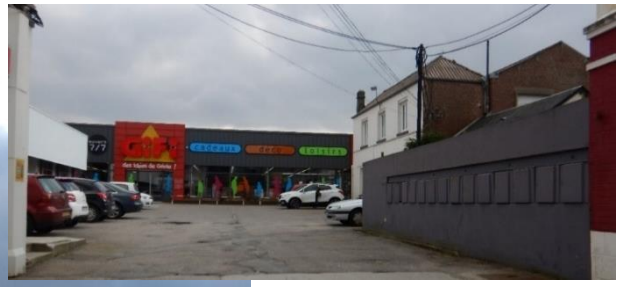
On note une surreprésentation des services et de la santé-beauté par rapport aux autres activités et inversement, une sous-représentation des équipements de la personne et du foyer.

L'offre alimentaire est faiblement représentée pour un centre-ville structurant sur le territoire.

Toutefois, l'organisation d'un marché hebdomadaire, avec une quarantaine de stands, enrichit cette offre alimentaire. En période estivale, la ville peut accueillir jusqu'à 120 marchands. Aussi, un traiteur et un maraicher sont installés sur la place Jean Jaurès le mercredi après-midi. Le projet de halle de marché proposerait un cadre plus agréable et confortable, qui améliorerait l'attractivité du centre-ville.

Si la restauration représente 17% des activités commerciales du Vimeu, l'offre se restreint majoritairement à de la restauration rapide (pizzerias, kebabs etc.). L'offre de restauration est donc à développer, autant pour les habitants, travailleurs que les touristes, avec éventuellement des plats gastronomiques et/ou préparés avec des produits locaux.

De manière générale, l'offre du centre-ville est complétée par celle de la zone commerciale du Parc.



DESCRIPTION

Petit pôle situé en dehors du centre-ville, il propose trois enseignes nationales dont les surfaces sont importantes (Carrefour Contact, Gifi et Gedimat). Ils disposent chacun d'un parking devant l'entrée du magasin. Le positionnement de Gedimat et Gifi n'est pas optimal en visibilité et accessibilité. Ce pôle se situe en tissu urbain, dans un environnement résidentiel, et à proximité d'un établissement scolaire.

La devanture de Carrefour Contact est propre et plutôt récente. Cependant, au vu des prises de décision du groupe Carrefour, le magasin fermera prochainement ses portes. Nous ne savons pas à ce jour si ce magasin sera racheté, et accueillera ou non une activité de commerce alimentaire, ou restera à l'état de friche.

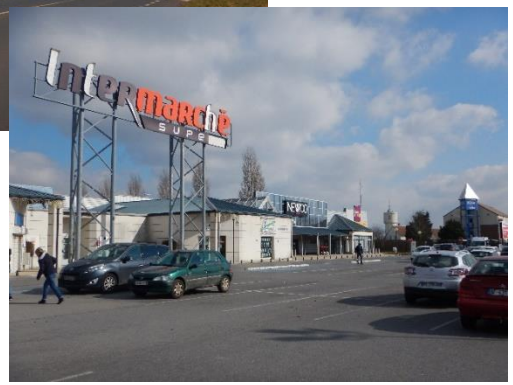
Gifi, enfermé et peu visible, ne profite pas des flux voitures et présente une faible qualité esthétique et d'accueil. Il envisage de changer d'emplacement.

Le magasin de hard discount Aldi se situe plus loin, entre le centre-ville et la RD 925. Il est refait à neuf.

COMMERCES

Carrefour contact (915m²), Gedimat (1500m²), Gifi (1850m²)

Aldi (620m²)



DESCRIPTION

La zone commerciale du Parc est la plus grande de la Communauté de Communes du Vimeu et accueille la locomotive Intermarché. Ce supermarché dispose d'un grand rayon boucherie, poissonnerie, crèmerie ; ce qui complète ou remplace les commerces de bouches du centre-ville. Cependant, le magasin est vieillissant (extérieur comme intérieur) et présente un format qui ne permet pas de répondre en gamme aux besoins de sa zone de chalandise. Outre le manque de gammes sur certains types de produits, le parcours et l'accueil client souffrent également de ce manque d'espace. Il en est de même pour le Bricomarché (notamment avec sa cour extérieure déportée).

La zone commerciale est vieillissante, et offre une image assez dégradée (parking en mauvais état, façades peu entretenues…). Des travaux de rénovation de façade sont en cours actuellement, ainsi que des travaux de remise en état du parking.

Le réel atout de cette zone est son accessibilité, privilégié par la route départementale 925 et sa visibilité depuis cet axe, dont les flux sont importants. Le parking mis à disposition semble suffisant, proportionnellement à la clientèle, mais est aujourd'hui en très mauvais état. Néanmoins, l'accessibilité piétonne et cycliste est mauvaise. De plus, la sortie de ce parking n'est pas pratique, les clients étant obligés de faire une boucle par la zone artisanale pour rejoindre l'avenue du Parc puis la départementale.

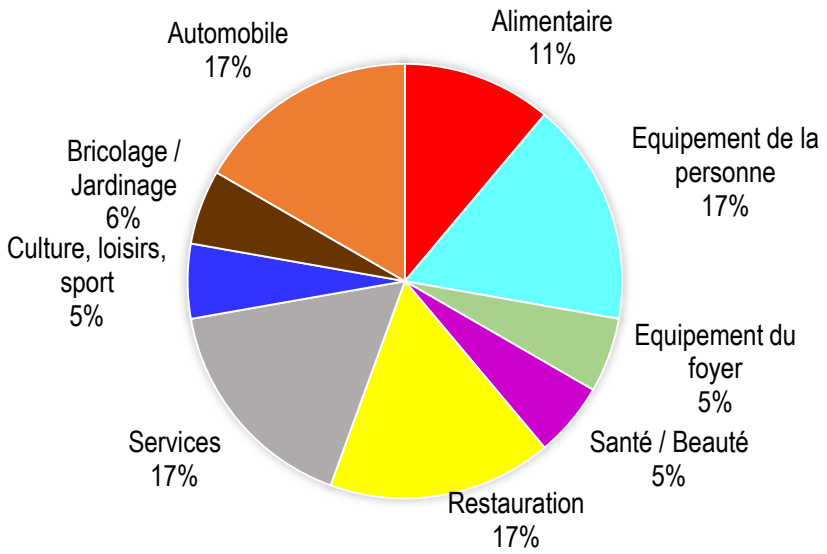
A l'arrière de la zone commerciale, une zone artisanale s'est étendue récemment. Elle accueille le centre de courrier La Poste, un cabinet paramédical, des ateliers d'outillages etc. Il n'y a donc plus de foncier disponible pour une extension sur place.

COMMERCES ET SERVICES

Intermarché (3150 m²), Brico Marché (2660 M²), Gitem (600 M²), Netto (420 m²), Chauss'Expo (380 M²), Zeeman (350 m²), MacDonald's, prêt à porter, agence immobilière, hôtel, presse, coiffeur, fleuriste, restaurant l'Aromate, snack, l'Eléphant Bleu, Autovision, concessionnaire Peugeot, chauffagiste.

1 cellule vacante, Easyshop

Répartition des commerces par activité



Ce diagramme met en avant la part des services qui est relativement élevée pour une zone commerciale.

En outre, cet espace possède peu d'enseignes nationales par rapport aux indépendantes, ce qui laisse présager un manque d'attractivité.

L'hôtel At'Hena, a un taux d'occupation de plus de 70%, ce qui est relativement élevé. L'attractivité des hôtels situés sur le littoral ne permet pas pour autant d'affirmer la nécessité d'en implanter un nouveau.

En termes de restauration, nous ne trouvons que 2 enseignes : Mc Donalds et l'Aromate. Pour autant, la zone est susceptible d'accueillir une clientèle du midi importante, notamment d'actifs, et plus jeune et familiale le mercredi et le week-end.

Ainsi, la Zone Commerciale du Parc constitue aujourd'hui l'essentiel de l'offre commerciale périphérique du territoire intercommunal, et a avant tout une fonction de proximité, permettant de satisfaire les besoins de base, limitant ainsi les déplacements vers Mers-les-Bains/ Etalondes et Abbeville.

DESCRIPTION

Le centre-ville dispose de peu de commerces de proximité mais satisfait les besoins de première nécessité de la population, en accueillant les principaux commerces de bouche. L'offre se complète aussi par le marché du vendredi après-midi. Il accueille un poissonnier, un fromager, un volailler, un maraicher, et lors de la période estivale, quelques stands de vêtements. En dehors du jour de marché, la place permet aux véhicules de se garer et crée un espace aéré où les commerces qui se situent autour sont facilement accessibles et visibles. Néanmoins, le fleuriste et le restaurant kebab par exemple, ne sont pas visibles depuis la place ni la route principale, se situant dans des rues en retrait.

Les regrouper permettrait alors de créer une polarité et de les rendre moins disséminés. D'autant plus que GammVert s'installera prochainement dans un local à l'entrée de la ville de Fressenneville (ancien lidl) ; à travers ce local vacant futur, il faut y voir l'opportunité de voir un nouveau commerce arriver ou la possibilité de relocaliser un commerce déjà existant. Au sujet des cellules vacantes, le conseil municipal souhaite taxer les locaux commerciaux vacants depuis plus de 2 ans. En parallèle, la CCI mène une étude sur le maintien des activités commerciales dans les centre-bourgs pour la ville de Feuquières-en-Vimeu.

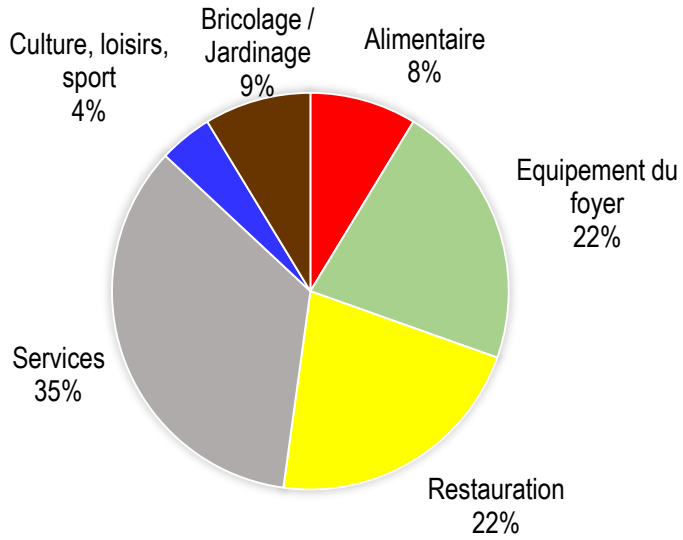
Par ailleurs, les commerçants mettent à disposition des services telles que des tournées dans les villages de la CCVI (épicier et boulanger) et la livraison des produits pharmaceutiques à domicile (pharmacie).

COMMERCES ET SERVICES

Centre-ville : boucherie/ charcuterie, boulangerie, pizzeria, Lilo' Cadeaux, bar / brasserie / tabac, Gamm Vert village, La Poste, maison de la presse, pharmacie, restaurant de spécialités turques, fleuriste, literie / vente directe usine, notaire, vétérinaire, garage, concessionnaire Renault, quincaillerie. **2 vacants**

Pôle autour du Carrefour Market (1050 m²) : pizza, bar, Crédit Agricole, relais colis, fleuriste, station essence, contrôle technique.
1 vacant suite à la fermeture du salon de coiffure.

Répartition des commerces par activité

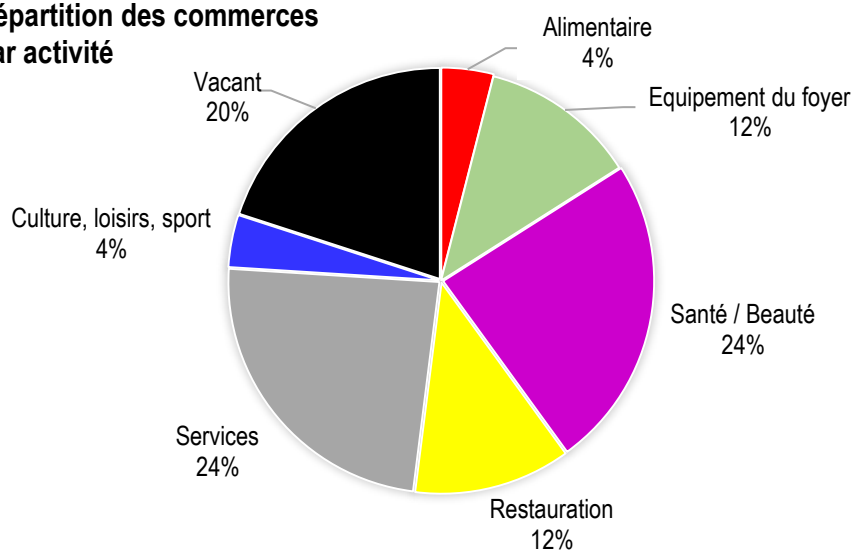


En ce qui concerne le **pôle autour du Carrefour Market**, il complète l'offre du centre-ville et joue un rôle majeur sur le territoire en termes d'offre commerciale. Le magasin fonctionne bien, il permet aux habitants de Feuquières et ceux des communes voisines de venir s'approvisionner et d'accéder aux services de base. Feuquières-en-Vimeu est alors l'intermédiaire entre Friville-Escarbotin et les autres communes.
Aussi, le groupe Carrefour a pour volonté d'agrandir ce Carrefour market et a amorcé l'idée de le déplacer sur un terrain disponible vers la ZAVI au carrefour de la RD29 et RD48. Son extension amène à une réflexion sur l'équilibre du territoire puisque le nouveau supermarché agrandi se positionnerait sur les flux est-ouest et Nord-sud.

Le diagramme fait ressortir la prédominance des services parmi les commerces proposés, ce qui est un avantage pour les habitants mais témoigne également d'une petite part des commerces de proximité.

De manière générale, la ville ne propose pas d'offre de restauration sur place suffisante, à l'exception des pizzerias, kebabs et snacks. Pourtant, la zone artisanale et industrielle ramène des flux sur la commune, ce qui insinue un potentiel de consommation (travailleurs du midi notamment). A l'heure actuelle, seul le café/brasserie sert de point de restauration pour les habitants et les visiteurs.

Répartition des commerces par activité



DESCRIPTION

A l'heure actuelle, de plus en plus de commerces ferment à Fressenneville, suite à un départ à la retraite ou un dépôt de bilan, et ne trouvent pas de repreneur. De même, Vival fermera ses portes durant le semestre et les deux fleuristes partiront à la retraite. Hormis un boulanger qui fonctionne bien, le centre-ville n'a aujourd'hui plus de commerces de bouche. Il existe des demandes pour reprendre une boulangerie ou le PMU mais elles sont freinées par les prix des murs et des fonds élevés. En complément, des tournées sont alors organisées par les Vergers de Boimont (maraichers) et la boulangerie, dans un rayon de 10/15km.
En ce qui concerne l'offre de restauration, elle est quasiment inexistante. En revanche, la part des services reste importante, avec plusieurs banques et assurances.
En sortie de ville, la friche de l'ancien Lidl accueillera prochainement le Gamm Vert de Feuquières-en-Vimeu, avec une extension de 900m².

COMMERCES ET SERVICES

Restaurant kebab, pizzeria, friterie ambulante, 1 boulangerie, vival, coiffeurs (3), esthétique, fleuristes (2), pharmacie, magasin de décoration, tatoueur, ferronnerie d'art, garage, ambulancier, CIC, Axa, Crédit Mutuel, Cybersite.

DESCRIPTION

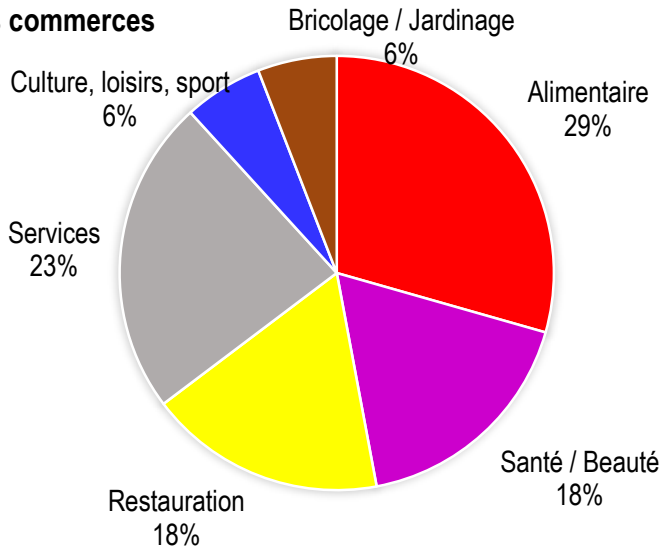
Woincourt est un village de type centre-bourg qui s'impose comme un pôle secondaire au sein du territoire de la CCVI. Les commerces qu'il accueille permettent aux habitants de disposer des biens et services de base. Un marché se tient également tous les dimanches et jours fériés et accueille un maraicher, un marchand de vêtements, un fleuriste et un volailler. L'emplacement est gratuit. Un camion à pizzas est aussi présent tous les vendredis.

De manière générale, les commerces sont visibles et facilement accessibles, localisés de manière linéaire dans les deux rues principales, et concentrés autour de la place, qui crée une véritable polarité commerciale. Des places de stationnement sont aussi disponibles le long de la route et sur la place principale. En outre, la commune ne dispose pas de commerces vacants, ce qui est signe d'une bonne dynamique : les cellules sont assez rapidement reprises après les départs de commerçants. Parmi les exemples, la maison de la presse est en cours de vente et le café de la place a été récemment repris.

COMMERCES ET SERVICES

Bar tabac, restaurant, café, traiteur/charcutier, boucher, boulangerie, confiserie/chocolaterie, primeur, pharmacie, presse/librairie, garage, autoécole, coiffure, toilettage, Atout jardin, La Poste, ambulancier.

Répartition des commerces par activité:



La part des commerces de bouche est sur-représentée (29%) par rapport aux autres activités, ce qui distingue la commune des autres centralités de la CCV et peut attirer les habitants des villages voisins, et qui est clairement un signe de dynamisme commercial.

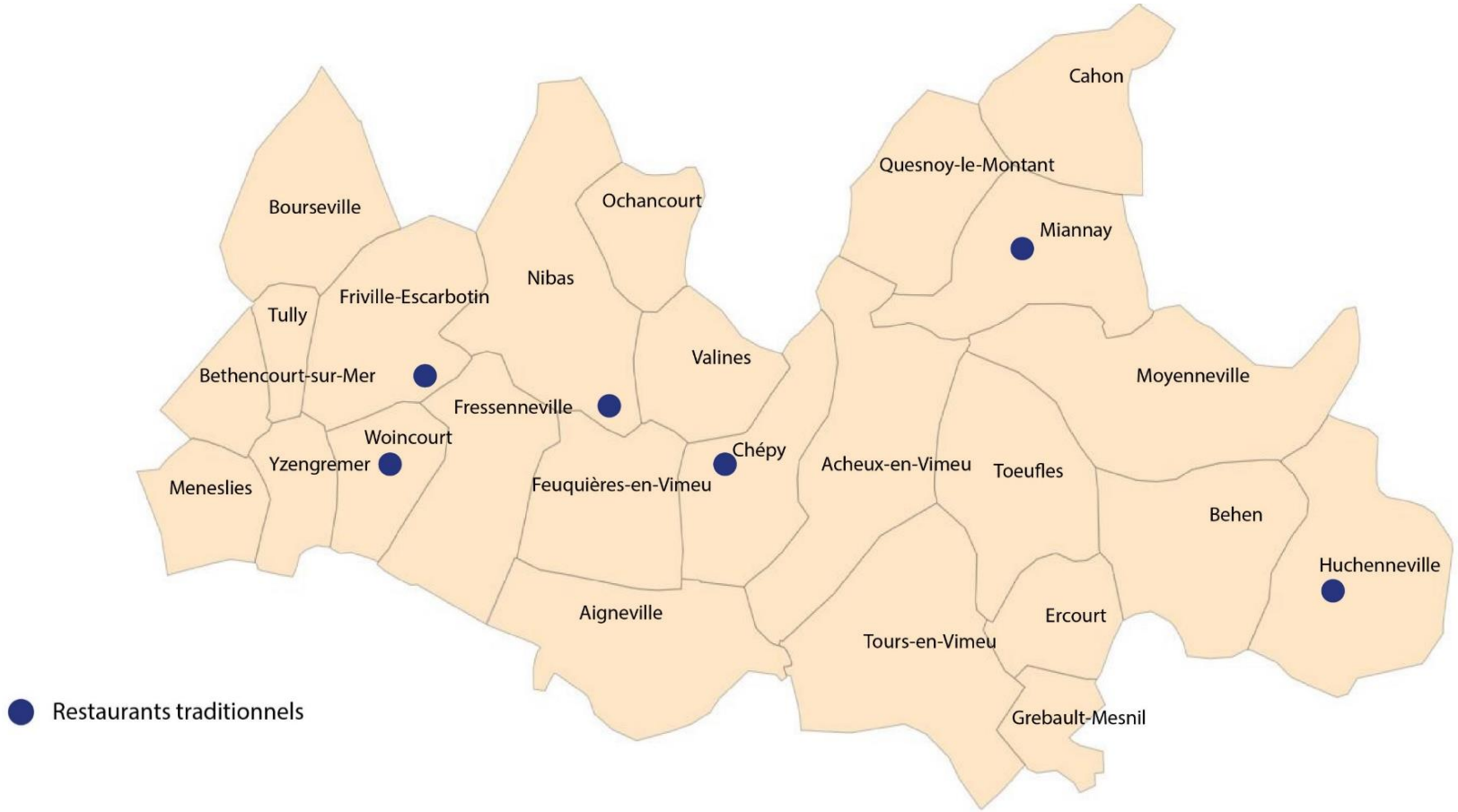
En ce qui concerne la restauration, la gare aux Gourmets est l'unique restaurant de Woincourt et le seul à proposer de la cuisine gastronomique sur le territoire. Il n'est cependant pas ouvert les soirs, sauf les samedis et sur demande. Comme dans toutes les autres villes, l'offre reste limitée en restauration.

BILAN

Les communes structurantes de la CCV se distinguent par la taille de leurs pôles commerciaux et leur offre mais certaines caractéristiques ressortent et sont communes à toutes :

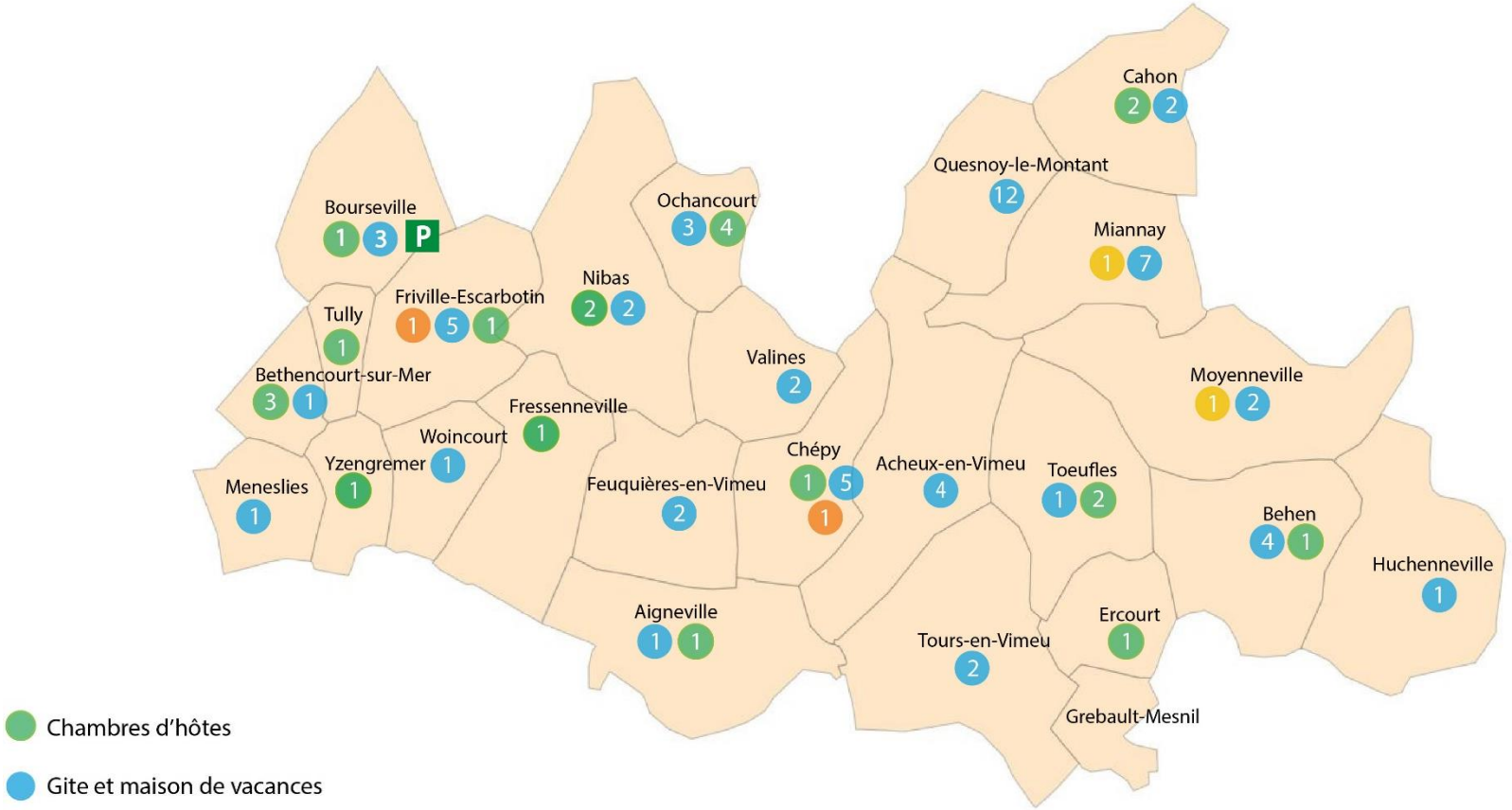
- Un manque d'offre de restauration de qualité
- Une part importante des services
- Des centres-villes peu attractifs et des difficultés à remplacer les cellules vacantes, à l'exception de Woincourt
- Une offre de commerces d'hyper-proximité, ne permettant pas de couvrir tous les besoins

Offre de restauration



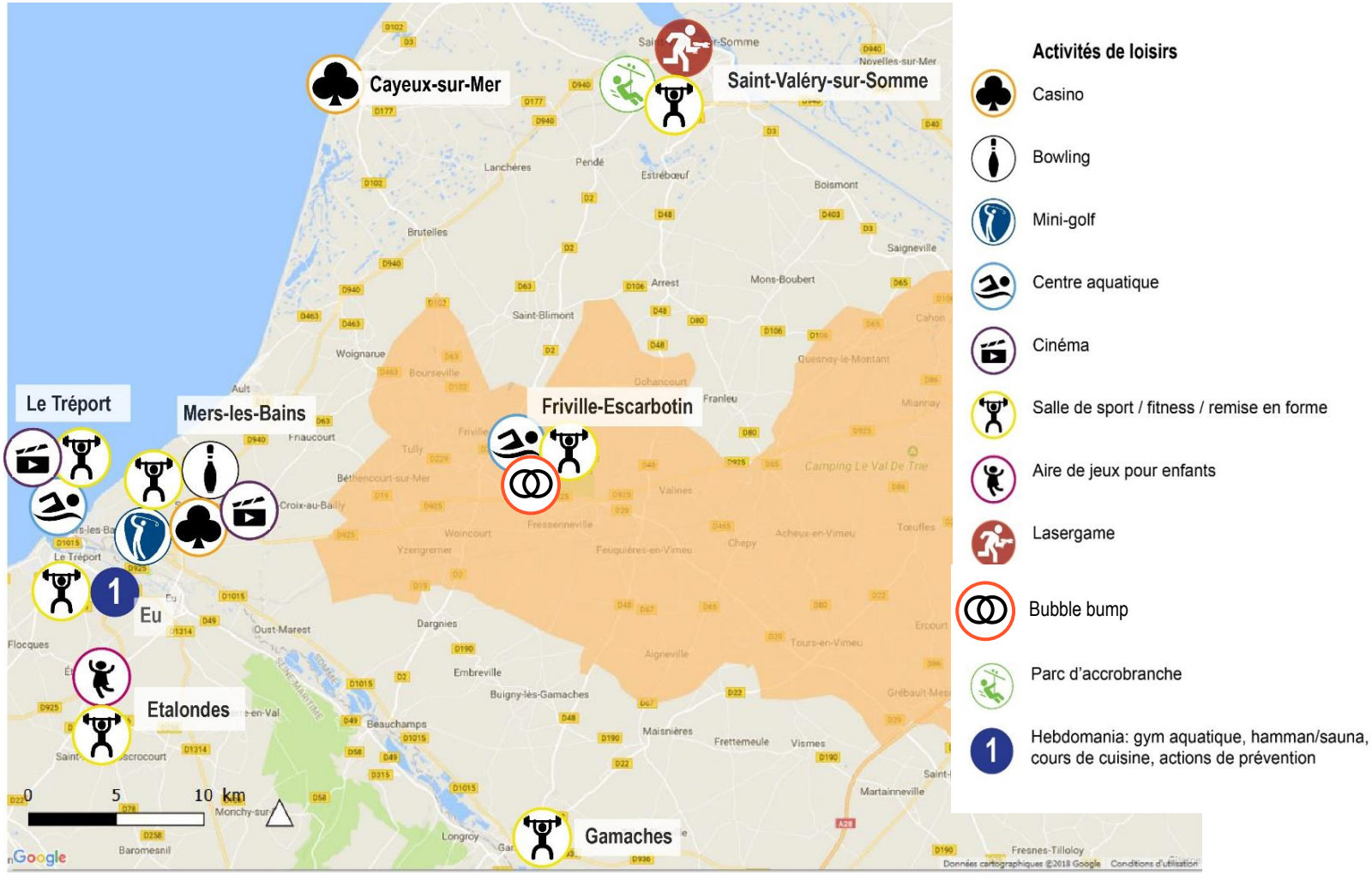
Globalement l'offre de restauration sur le territoire du Vimeu est limitée et peu variée, notamment en termes de restauration traditionnelle.

Hébergement touristique



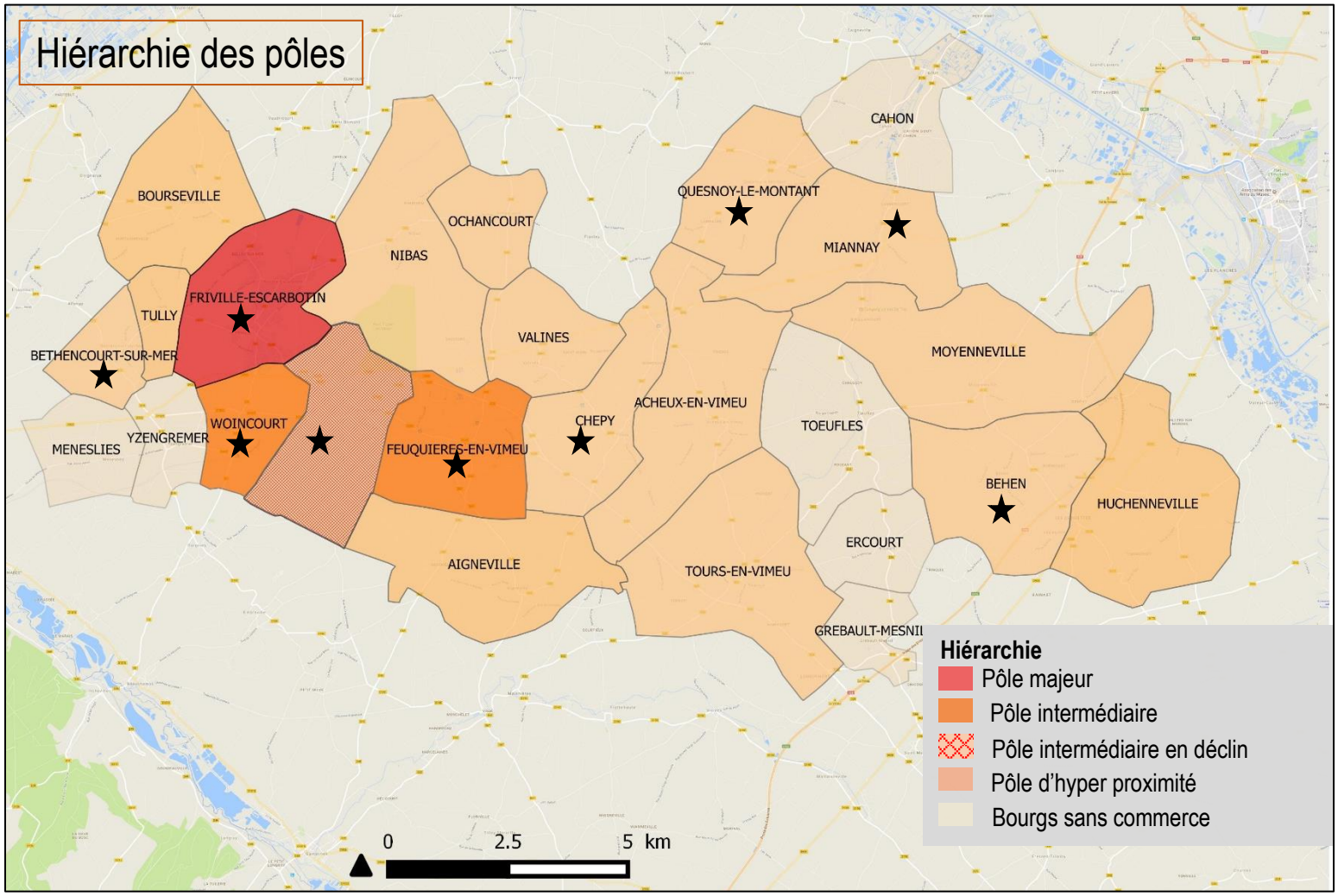
L'offre d'hôtels est faible sur le territoire et paraît insuffisante compte tenu des visiteurs, notamment professionnels, que le Vimeu accueille. Cependant, le littoral propose de nombreux hôtels et se présente comme beaucoup plus attractif, accessible à moins de 30 minutes. Les villes du Tréport et de Saint-Valéry-sur-Somme sont les principales polarités hôtelières. Face à cette concurrence, il n'apparaît pas nécessaire d'élargir l'offre d'hébergement. En ce qui concerne les gîtes et chambres d'hôtes, ils sont multiples mais n'ont pas des capacités d'accueil très importantes (en général 6-8 personnes au maximum). Ces hébergements correspondent davantage au tourisme familial et tourisme vert.

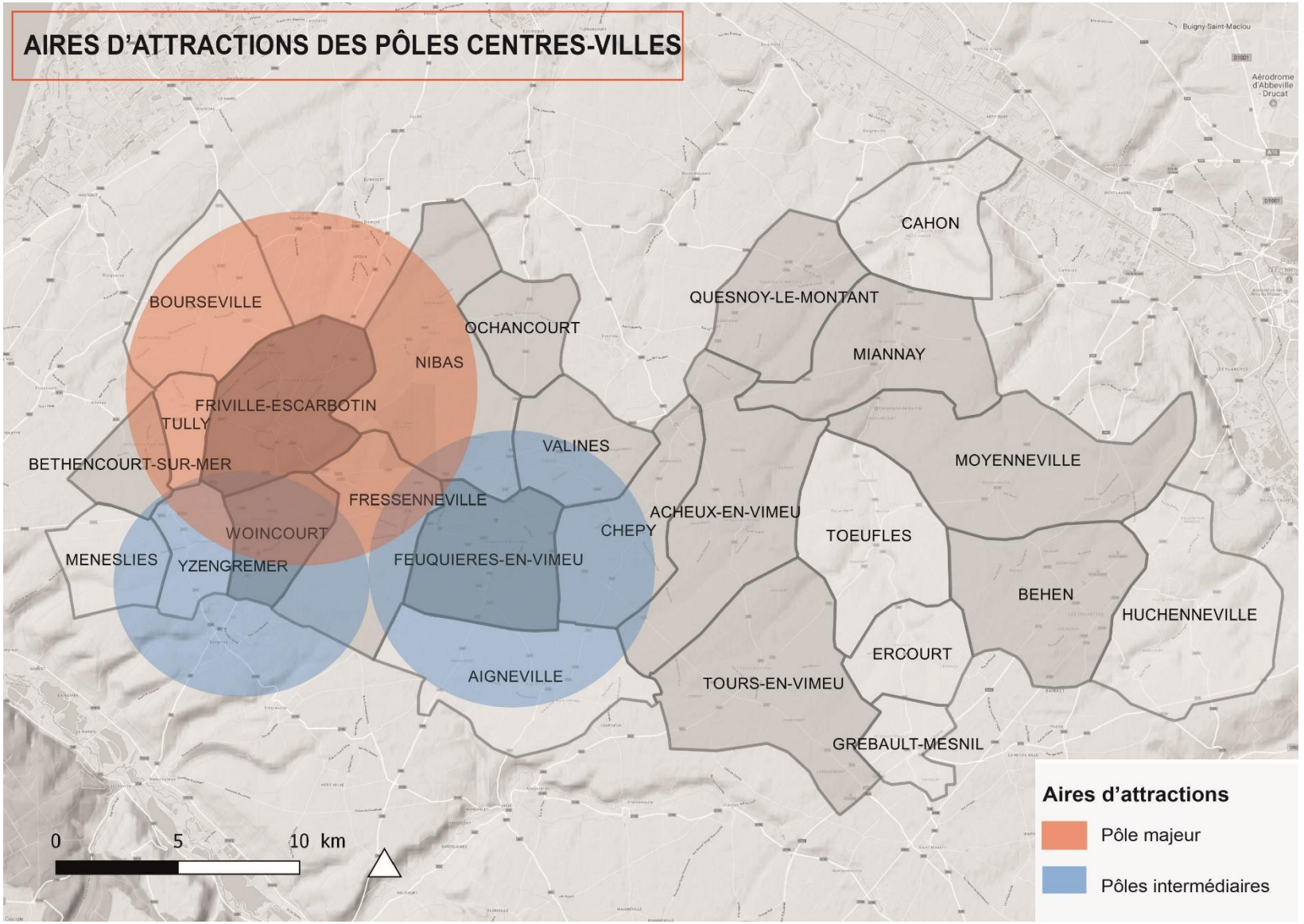
Loisirs



Les activités de loisirs sont concentrées le long du littoral, pensées aussi pour les touristes. L'offre du littoral est assez restreinte et peu originale. Le territoire du Vimeu ne dispose que d'un centre aquatique, aujourd'hui fortement concurrencé par celui du Tréport, qui a ouvert récemment. Le développement de la salle de fitness attenante pourrait redynamiser cet espace, où un manque de place a été souligné. Le Vimeu a la possibilité de se rendre attractif, s'il propose des activités de loisirs en lien avec une destination de tourisme vert, encore inexistante ou peu présente sur le territoire (karting, paint ball, plaine de jeux enfants, accrobranche… par exemple). Le Vimeu pourrait devenir la base arrière « loisirs » du littoral

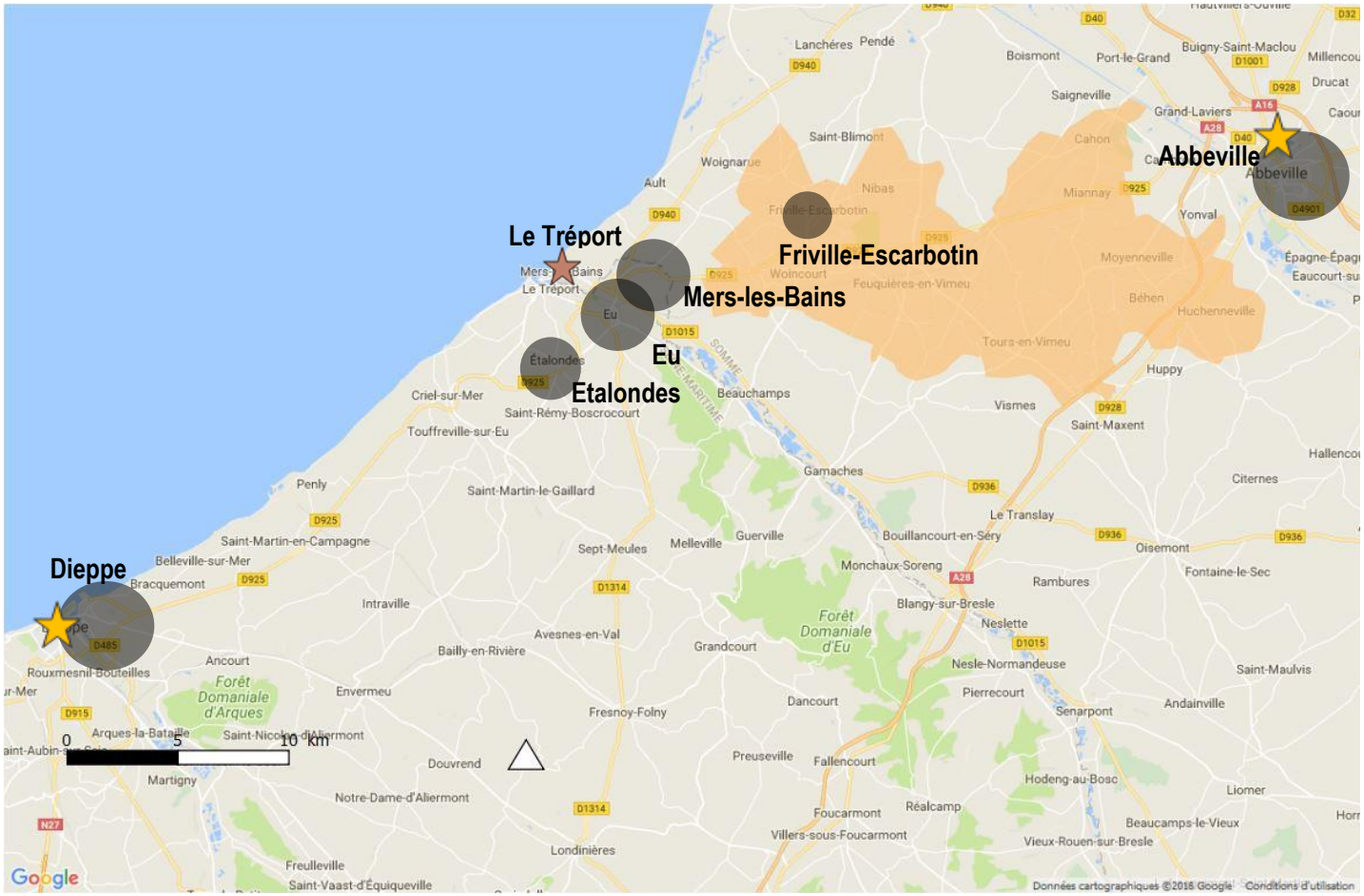
4.2 Structuration du territoire




AIRES D'ATTRACTIONS DES PÔLES CENTRES-VILLES
BOURSEVILLE
NIBAS
OCHANCOURT
FRIVILLE-ESCARBOTIN
TULLY
BETHENCOURT-SUR-MER
VALINES
FRESSENNEVILLE
WOINCOURT
MENESLIES
YZENGREMER
FEUQUIERES-EN-VIMEU
CHEPY
AIGNEVILLE
CAHON
QUESNOY-LE-MONTANT
MIANNAY
MOYENNEVILLE
ACHEUX-EN-VIMEU
TOEUFLES
BEHEN
HUCHENNEVILLE
ERCOURT
TOURS-EN-VIMEU
GREBAULT-MESNIL
0
5
10 km
Aires d'attractions
Pôle majeur
Pôles intermédiaires

4.3 Analyse des pôles concurrentiels des territoires voisins

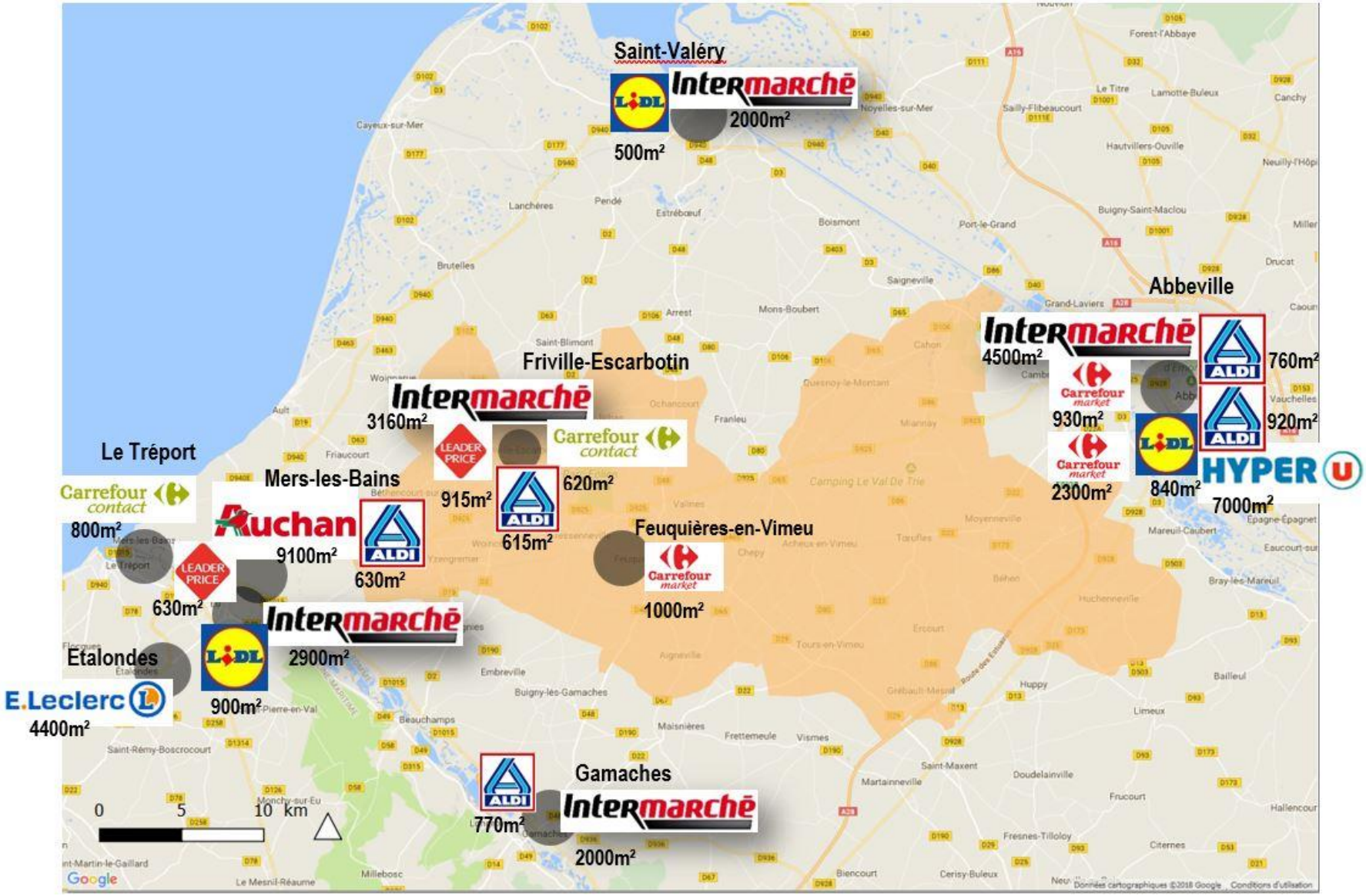
A l'extérieur du territoire du Vimeu, une diversité d'offre commerciale répond aux besoins de la population.



Centre-ville polarisant

Centre-ville à destination touristique (hôtellerie, restauration)

Zone commerciale périphérique


Saint-Valéry
Intermarché
2000m²
500m²
Abbeville
Intermarché
4500m²
760m²
920m²
930m²
840m²
HYPER U
7000m²
2300m²
Friville-Escarbotin
Intermarché
3160m²
Carrefour contact
LEADER PRICE
915m²
620m²
615m²
Le Tréport
Carrefour contact
800m²
Mers-les-Bains
Auchan
9100m²
630m²
630m²
Feuquières-en-Vimeu
1000m²
Intermarché
2900m²
Etalondes
900m²
E.Leclerc
4400m²
Gamaches
770m²
Intermarché
2000m²
0 5 10 km
Google

L'offre commerciale alimentaire est très importante sur le territoire élargi. L'enseigne Intermarché s'impose et structure le territoire ce qui limite l'effet d'enseigne pour la zone de Friville-Escarbotin. Aldi est également très présent, avec des superficies de tailles moyennes mais suffisantes pour être concurrentielles.

Ces supermarchés se distinguent par leur offre, leur accessibilité mais aussi par les services et commerces proposés à proximité, permettant aux clients de regrouper leurs achats.

Par exemple, Auchan de Mers-les-Bains constitue la principale source d'évasion commerciale des habitants du Vimeu, leur proposant de trouver une plus grande diversité de produits notamment pour des achats plus exceptionnels.

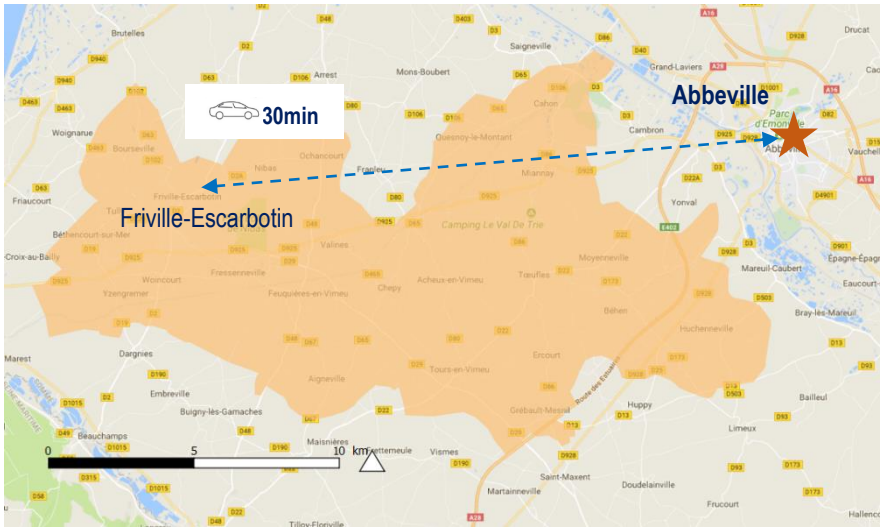
Ensuite, ce sont Intermarché de Mers et E. Leclerc d'Etalondes qui captent la population du Vimeu Industriel.

En ce qui concerne Abbeville, la commune attire une grande partie du Vimeu Vert, avec Hyper U et Intermarché, situé à l'entrée de la ville.

En outre, certains supermarchés se distinguent par le système de drive (Auchan, Hyper U, Intermarché Abbeville, E. Leclerc Etalondes …). L'Intermarché de Friville-Escarbotin a également prévu de mettre en place ce service.

Bricolage / Matériaux

Le territoire dispose de nombreux magasins de bricolage, jardinage. Ceci s'explique par son caractère rural (Propriétaires d'habitat individuel avec jardins) mais aussi par la place importante de l'artisanat dans l'économie du territoire. Par exemple, Gedimat de Friville-Escarbotin a essentiellement une clientèle d'artisans locaux.



DESCRIPTION

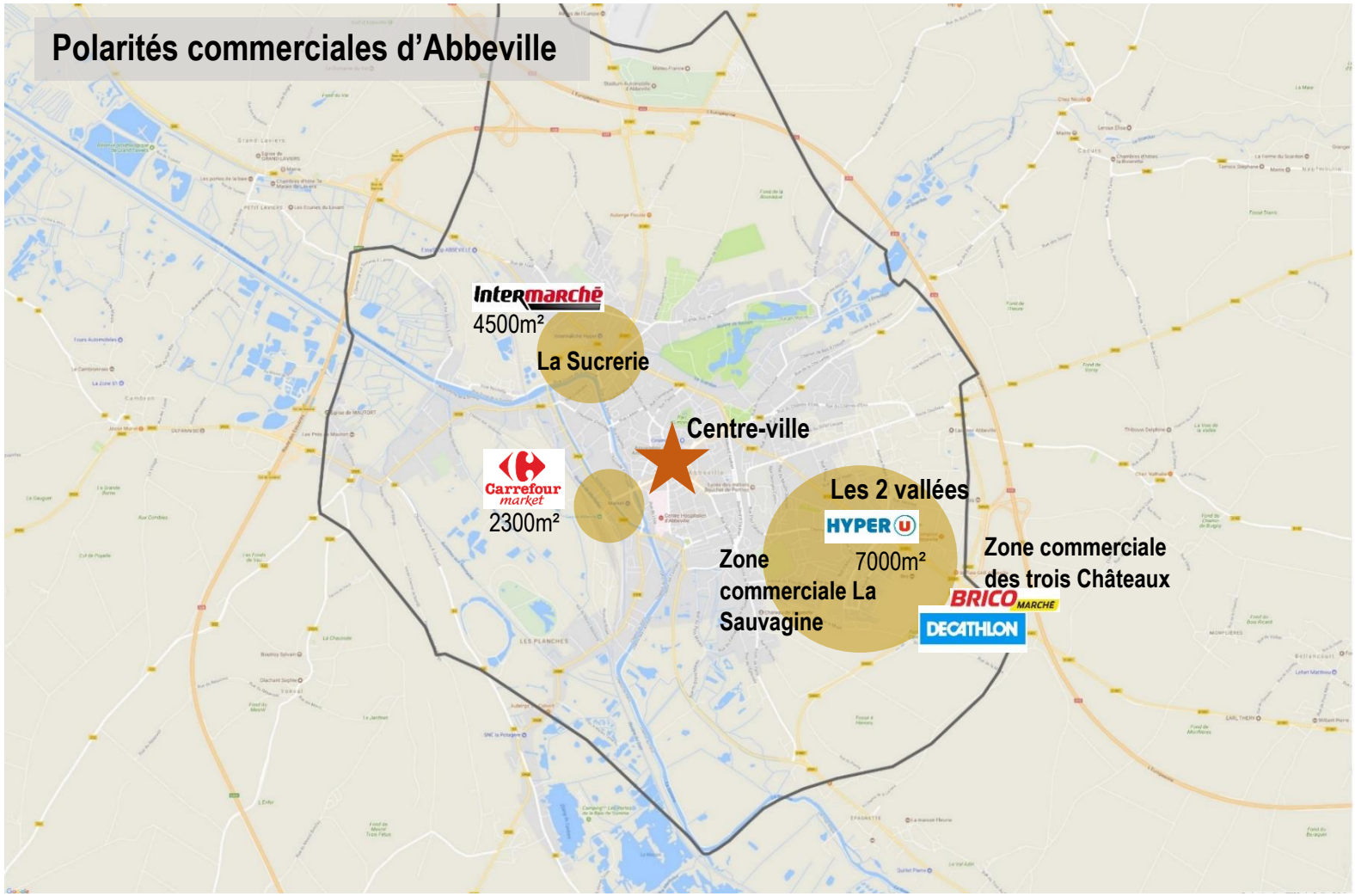
Abbeville constitue un pôle majeur structurant à l'échelle du département de la Somme, derrière Amiens. La ville dispose de plusieurs zones commerciales, qui lui permettent d'accueillir de grandes enseignes (Decathlon, Burger King, Kiabi). Elle polarise donc une large zone de chalandise. Le centre commercial Les 2 Vallées accueille aussi une multitude de commerces et un hypermarché.

Le **centre-ville** dispose de quelques enseignes nationales telles que Jules et Camaïeu mais les indépendants représentent la majorité des commerçants. Le centre concentre aussi beaucoup de services (banques, assurances). A l'heure actuelle, le centre-ville fait face à une vacance importante de ses cellules commerciales, aux devantures dégradées. Le développement de la zone commerciale des 2 Vallées génère un départ massif des enseignes du centre vers ce pôle. De manière générale, les commerces sont vieillissants : certaines façades et enseignes ne sont pas entretenues et peu modernes. L'espace est globalement bien aménagé pour les piétons, sauf quelques exceptions sur certains secteurs. La ville dispose aussi de nombreuses places de stationnement, majoritairement le long des rues. Les places réservées aux arrêts de moins de 30 minutes permettent une rotation des véhicules en faveur des commerces.

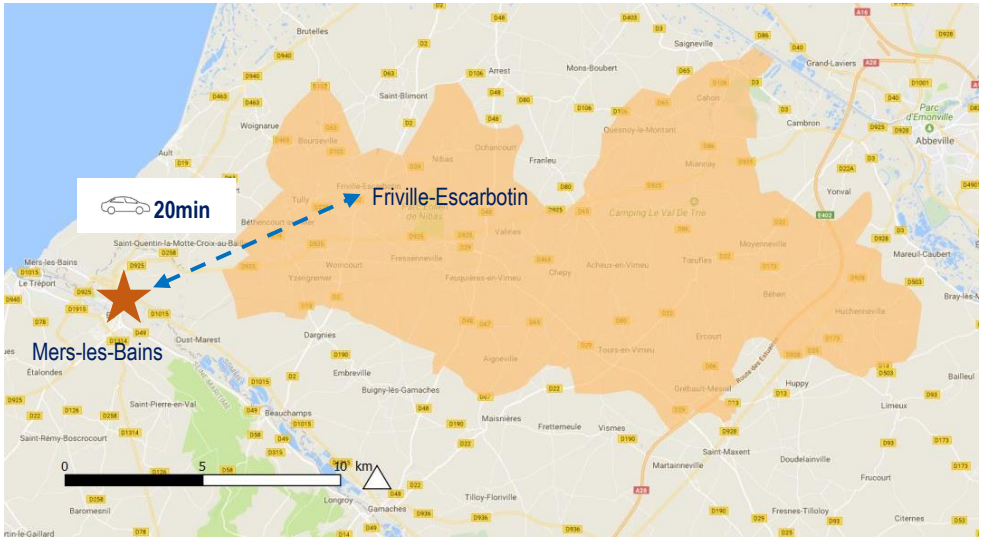
Ainsi, les habitants de la Communauté de commune du Vimeu peuvent rapidement trouver les enseignes dont ils ne disposent pas sur leur territoire ainsi que des indépendants dans le centre-ville. La partie Est du territoire du Vimeu fait partie intégrante de la zone de chalandise d'Abbeville.

COMMERCES ET SERVICES

Centre-ville propose une diversité d'enseignes nationales et indépendantes, dans l'alimentaire, l'équipement à la personne, la restauration etc.
Zone des trois Châteaux : Decathlon (2000 m²) ; Gifi
La Sucrerie : Intermarché hyper (4540 m²) ; Burger King, Poivre Rouge, etc.
Les 2 Vallées : Hyper U (7000 m²), équipements de la maison, de la personne (Nocibé, Courir, Celio, Gemo etc), services (espace SFR, Coiffeur), automobile
PA Les 2 Vallées : CC les Samariens (Kandy, Joyeuses fees)
ZC la Sauvagine (Mr. Bricolage, Chaussea, Kiabi)
Autres surfaces alimentaires: Liddl, Aldi, Carrefour Market (2300 m²)



Abbeville forme une polarité importante par rapport à notre territoire. La principale zone commerciale se situe à l'ouest de la ville. Autour de l'hypermarché « Hyper u ». Une polarité s'est constituée, avec le développement progressif de zones commerciales aux alentours et l'arrivée de grandes enseignes. A l'extrémité est, Intermarché, autour de la sucrerie s'impose aussi comme un pôle majeur, dans une zone commerciale neuve et moderne, intégrant notamment des activités de loisirs, tel le cinéma.



DESCRIPTION

Le Retail park « Les Grands Marais » est moderne, neuf et propose une diversité d'enseignes nationales, en équipement de la personne notamment. Le **centre commercial Auchan**, par sa surface et son offre de produits capte une large zone de chalandise dont une partie non négligeable du Vimeu. C'est le seul magasin de l'enseigne Auchan sur un large territoire, l'effet d'enseigne est donc une composante à prendre en considération.
Le pôle commercial est facilement accessible et visible depuis la RD925. Les services proposés à proximité tels que le casino ou les restaurants (Flunch, la Pataterie) sont également des sources d'attractivité.
Ainsi, la polarité Eu / Mers forme la première destination commerciale pour les habitants du Vimeu. Cela d'autant plus que le pôle se situe non loin de la côte et permet ainsi d'allier détente et consommation, notamment le week-end.

COMMERCES ET SERVICES

PAC Les Grands Marais : enseignes nationales (équipements de la personne, restauration etc.) – Retail neuf – Kiabi, intersport, etc.
Zone des Grands Marais

CC Auchan Mers-les-Bains : 9 100 m²
Galerie marchande : Nocibé, Camaïeu, Optic 2000, Flunch
Aldi, Norauto, Mobalpa, Maxi toys etc.

Centre Commercial les 3 Villes Sœurs

Leader Price

DESCRIPTION

Dans la continuité immédiate de la zone commerciale de Mers-les-Bains, celle de Eu accueille une zone commerciale autour de l'enseigne Intermarché, des enseignes en équipement de la maison (But Cosy), jardinerie, bricolage etc. Cet espace est visible depuis la RD925 et son accès est facile depuis celle-ci. Intermarché est récent et moderne, en comparaison de celui de Friville-Escarbotin.

COMMERCES ET SERVICES

ZAC les Prés Salés : Intermarché super (2950m²), enseignes nationales en équipement (Villaverde, But Cosy, Gedimat)

DESCRIPTION

Le Tréport est attractif pour ses nombreux hôtels et restaurants, situés sur le littoral. Quelques magasins d'équipements de la personne, majoritairement indépendants sont aussi implantés, face au port. Ils sont essentiellement destinés aux touristes, certains étant saisonniers. En dehors des périodes estivales, Le Tréport est donc peu animé. D'autant plus qu'un grand nombre de cellules sont vacantes (anciennes boulangeries, boucheries ou autres) dans le centre-ville.
A l'heure actuelle, quelques commerces de bouche sont encore présents, accompagnés de services (coiffure, médecins) mais l'offre est restreinte. Esthétiquement, qu'elles soient vacantes ou occupées, plusieurs devantures sont vieillissantes voire dégradées. De plus, les commerces ne bénéficient pas d'une bonne visibilité, situés dans des rues en pente, avec des voitures garées devant les devantures, et des trottoirs parfois étroits. A l'inverse, le bord de mer est plus aéré et bien aménagé pour les piétons.

Carrefour contact forme un pôle de proximité pour les habitants du Tréport, permettant de compléter l'offre alimentaire des commerces du centre-ville.

Le Tréport est donc une ville attractive pour son front de mer et se présente comme un lieu de balade, de restauration et d'hébergement, pour les touristes comme les habitants des communes de l'intérieur des terres.

COMMERCES ET SERVICES

Carrefour contact (806 M²),
Restaurants, hôtels, commerces d'équipements à la personne, alimentaires de proximité (Coccimarket, Proxi, Vival).

DESCRIPTION

Située sur la RD925, la zone commerciale « Le 925 commercial » d'Etalondes dispose d'une excellente visibilité et est facilement accessible, avec de nombreuses places de stationnement. Elle propose une offre de commerces complémentaire à Mers-les-Bains concernant les biens et équipements de la personne, mais aussi concurrente avec le supermarché E. Leclerc et le E. Leclerc Drive. Etalondes est également la seule ville à disposer de l'enseigne E. Leclerc, sur un large périmètre. En ce qui concerne le retail park, il propose majoritairement des enseignes nationales mais accueille aussi quelques indépendantes. Le centre commercial propose notamment des activités plutôt « rares » sur le territoire élargi : jouets, plaine de jeux pour enfants, espace culturel Leclerc… Autant de facteurs d'attractivité.

COMMERCES ET SERVICES

Le 925 Commercial : Centre E. Leclerc (4425m²)
King Jouet, Coiffeurs (2), Plaine de jeux, Hôtel
Bricomarché (4000 M²)

DESCRIPTION

Dieppe est une ville attractive pour ses commerces, à la fois dans ses zones commerciales et son centre-ville. Les **zones commerciales** rassemblent toutes les grandes enseignes nationales et attractives. Le centre commercial Belvédère propose une offre de produits très diverse et draine une large zone de chalandise.

Le **centre-ville de Dieppe** se positionne d'une part comme un lieu touristique, offrant un cadre agréable, des restaurants, des hôtels, et d'autre part comme un lieu d'achats. Il dispose d'enseignes nationales mais aussi de nombreux commerces indépendants, ce qui constitue une offre alternative et originale par rapport aux zones commerciales de Mers-les-Bains et de Eu par exemple. Esthétiquement, les devantures sont entretenues et relativement modernes. Les rues commerçantes piétonnes sont agréables, et apportent une ambiance propice à la flânerie.

COMMERCES ET SERVICES

Rue commerçante – grande rue : dispose de nombreux commerces, enseignes nationales et indépendantes, sur une diversité de gamme ; en équipement de la personne majoritairement

Centre Commercial Belvédère (35 500 m²) : Auchan (11 700m²), équipement de la maison (Darty…), équipement de la personne (Brice, La Halle, Yves Rocher, Intersport), services, automobile

ZAC Belvedere (Burger King, Buffalo grill)

ZAC Val Druel (Joue Club, Decathlon, restauration etc)

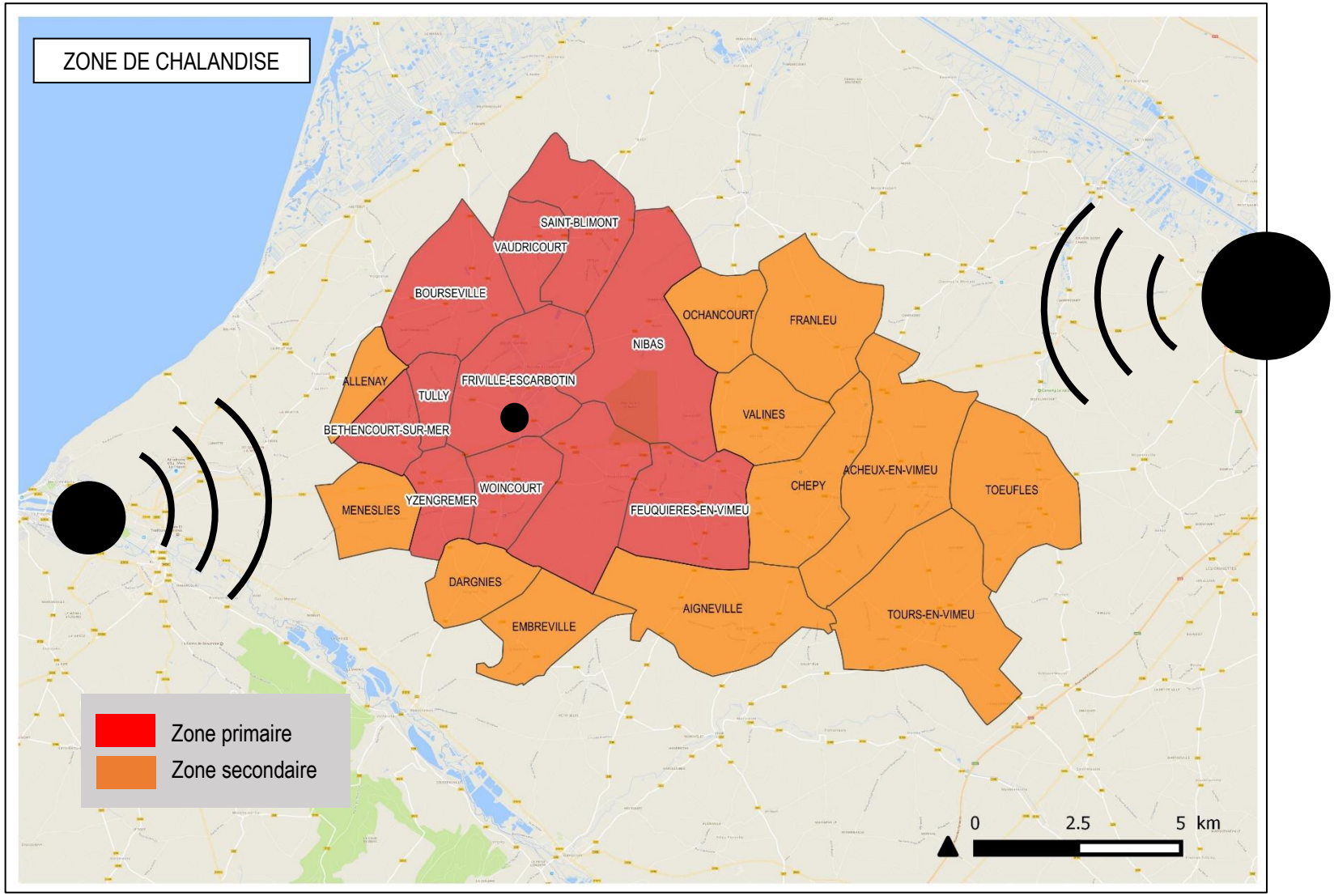
5.1 Zone de chalandise et analyse sociodémographique

La zone de chalandise a été définie selon plusieurs critères :

- La puissance du pôle commercial : Notre zone de chalandise a été déterminée sur la base de la puissance commerciale de la zone Intermarché.
- La concurrence existante ou à venir : La zone du parc et plus largement le territoire du Vimeu est fortement concurrencé comme le montre l'analyse précédente des pôles commerciaux. Notre zone est donc circonscrite notamment à l'est et à l'ouest.
- La géographie du Territoire : Les principaux axes de communication, notamment la D925 permettent à la fois de capter de potentiels consommateurs, mais permettent également d'accéder facilement aux pôles concurrents.

Du fait de tous ces éléments, nous avons distingués 2 sous zones composant notre zone de chalandise :

- **La zone 1** correspond à la polarité des 3 F et des communes limitrophes à Friville-Escarbotin.
- **La zone 2** correspond aux communes plus éloignées et qui ont donc un choix plus large de destinations commerciales.


ZONE DE CHALANDISE
SAINT-BLIMONT
VAUDRICOURT
BOURSEVILLE
NIBAS
OCHANCOURT
FRANLEU
ALLENAY
TULLY
FRIVILLE-ESCARBOTIN
BETHENCOURT-SUR-MER
VALINES
CHEPY
ACHEUX-EN-VIMEU
TOEUFLES
WOINCOURT
YZENGREMER
MENESLIES
FEUQUIERES-EN-VIMEU
DARGNIES
AIGNEVILLE
TOURS-EN-VIMEU
EMBREVILLE
Zone primaire
Zone secondaire
0
2.5
5 km

5.2 Analyse socio démographique de la zone de chalandise

Population zone de chalandise

	Population en 2014	taux de croissance 1999/2014
Sous zone1	16 317	2,12%
Sous zone2	7 777	3,67%
Total	**24 094**	**2,61%**
Somme	**583 641**	**5,06%**
France Métropolitaine	**63 697 865**	**8,85%**

On dénombre 24 094 habitants dans la zone de chalandise, population relativement stable sur une période de 15 ans (1999-2014). La croissance de 2,6% est plus faible qu'au niveau départemental (+5,06%) et national (+8,8%). La zone 1 concentre 68% de la population de la zone globale.

La zone de chalandise est composée de 10 128 ménages (2,38 personnes par ménage). La croissance des ménages est relativement forte (+ 14% en 15 ans) ce qui traduit notamment un phénomène de décohabitation des ménages, tendance nationale observée aujourd'hui.
Nous observons que les ménages sont en moyenne plus grands dans les zones les plus rurales (zone 2).

Ménages

	Ménage en 2014	taux de croissance 1999/2014
Sous zone1	7 008	14,21%
Sous zone2	3 120	13,87%
Total	**10 128**	**14,10%**
Somme	**244 716**	**13,96%**
France métropolitaine	**28 269 700**	**16,2%**

Nombre de personnes par ménage

	Nombre moyen de personnes par ménage 2014
Sous zone1	2,33
Sous zone2	2,49
Total	**2,38**
Somme	**2,30**
France métropolitaine	**2,25**

La tendance sur le territoire est au vieillissement de la population avec une augmentation de la part des plus de 60 ans au détriment des population plus jeunes (entre 1 et 44 ans).

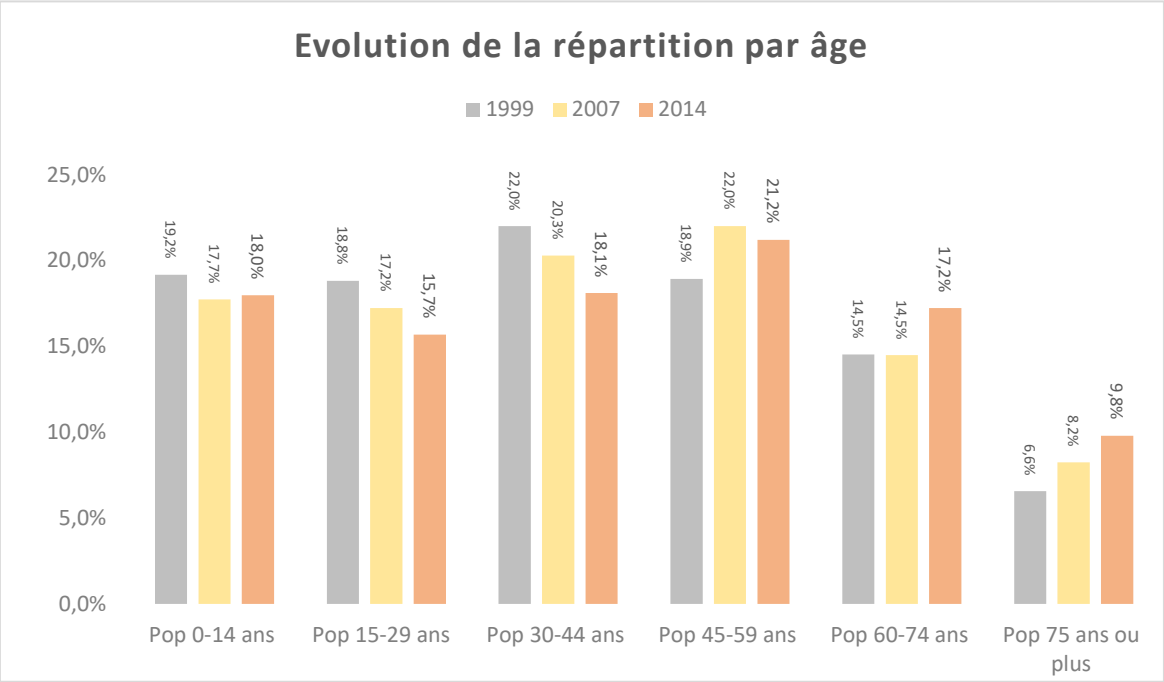
Cette tendance nationale doit permettre d'anticiper l'accès des populations vieillissantes aux besoins de première nécessité ; et donc de favoriser le maintien du commerce de proximité, sous les diverses formes qu'il peut revêtir.

Cet enjeu est fort sur les territoires ruraux, notamment dans le Vimeu, où aujourd'hui la voiture reste l'unique moyen d'accéder à la plupart des commerces.

Répartition par âge de la population de la zone de chalandise

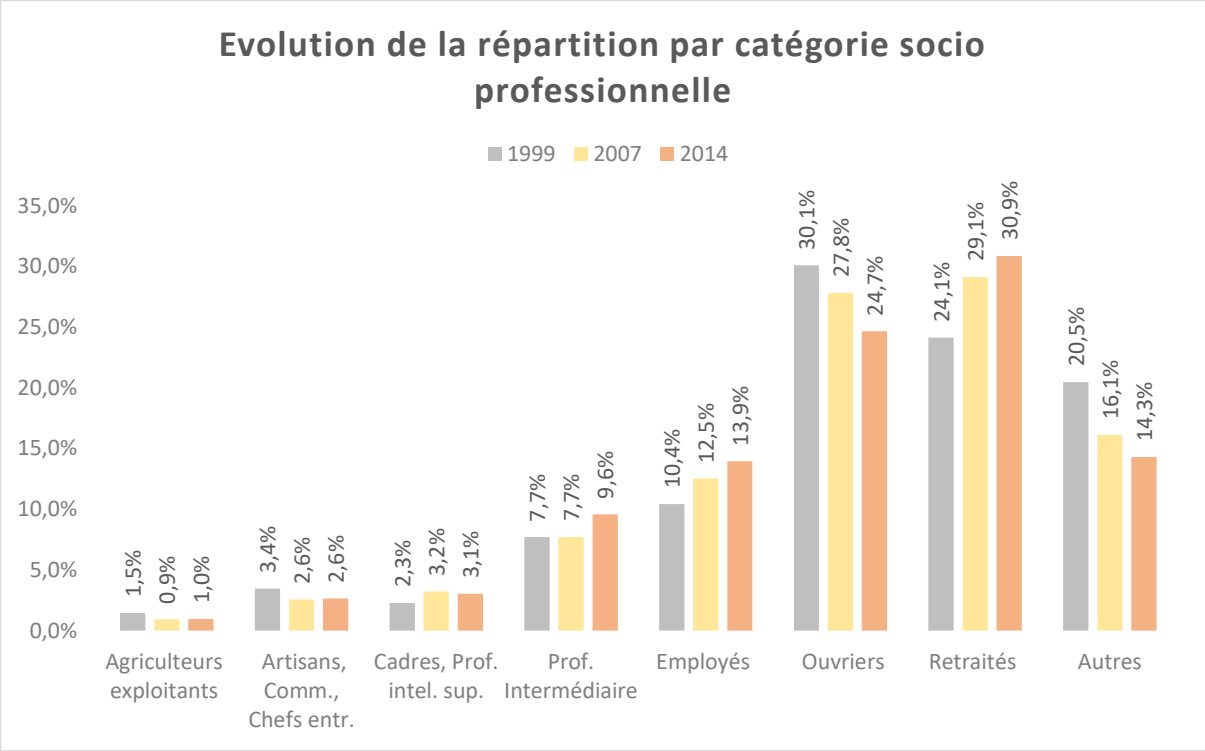
	Pop 0-14 ans en 2014	Pop 15-29 ans en 2014	Pop 30-44 ans en 2014	Pop 45-59 ans en 2014	Pop 60-74 ans en 2014	Pop 75 ans ou plus en 2014
Sous zone1	17,2%	15,6%	17,4%	21,3%	18,0%	10,4%
Sous zone2	19,6%	15,8%	19,6%	21,0%	15,5%	8,5%
Total	**18,0%**	**15,7%**	**18,1%**	**21,2%**	**17,2%**	**9,8%**
France métropolitaine	**18,5%**	**17,6%**	**19,1%**	**20,0%**	**15,4%**	**9,3%**

Evolution de la répartition par âge de la population de la zone de chalandise



Répartition par catégorie socio professionnelle de la zone de chalandise

2014	Agriculteurs exploitants	Artisans, Comm., Chefs entr.	Cadres, Prof. intel. sup.	Prof. Intermédiaire	Employés	Ouvriers	Retraités	Autres
Sous zone1	0,6%	2,7%	3,0%	10,1%	13,3%	24,0%	32,7%	13,6%
Sous zone2	1,6%	2,6%	3,1%	8,4%	15,4%	26,1%	27,0%	15,8%
Total	**1,0%**	**2,6%**	**3,1%**	**9,6%**	**13,9%**	**24,7%**	**30,9%**	**14,3%**
Somme	**1,1%**	**2,6%**	**6,0%**	**12,6%**	**16,3%**	**16,0%**	**27,4%**	**18,1%**
France Métropolitaire	**0,9%**	**3,5%**	**8,3%**	**14,1%**	**16,6%**	**13,1%**	**27,4%**	**16,1%**



Nous observons une surreprésentation des ouvriers et retraités, au détriment des cadres et professions intermédiaires

Cependant la part des ouvriers à tendance à diminuer alors qu'on observe une augmentation de la part des retraités, des employés, et des professions intermédiaires.

Répartition des ménages de la zone de chalandise

	Ménages avec famille(s) en 2014 (compl)	Ménages 1 personne en 2014 (compl)	Ménages Autres sans famille en 2014 (compl)	Mén fam princ Couple sans enfant en 2014 (compl)	Mén fam princ Couple avec enfant(s) en 2014 (compl)	Mén fam princ Famille mono en 2014 (compl)
Sous zone1	71,9%	26,4%	1,7%	47,9%	39,4%	12,6%
Sous zone2	76,2%	22,0%	1,8%	43,7%	44,6%	11,7%
Total	73,2%	25,0%	1,7%	46,6%	41,1%	12,3%
Somme	65,7%	31,7%	2,6%	42,6%	42,6%	14,9%
France Métropolitaine	63,4%	34,2%	2,4%	42,7%	42,7%	14,6%

	Ménages au moins une voiture en 2014 (princ)
Sous zone1	85,2%
Sous zone2	88,9%
Total	86,4%
Somme	81,7%
France Métropolitaine	83,3%

Composition des logements de la zone de chalandise

	Résidences principales en 2014	Rés secondaires et logts occasionnels en 2014	Logements vacants en 2014	Maisons en 2014	Appartements en 2014	Rés princ occupées Propriétaires en 2014	Rés princ occupées Locataires en 2014	Rés princ HLM louée vide en 2014	Rés princ logé gratuit en 2014
Sous zone1	89,4%	2,9%	7,7%	90,1%	9,9%	68,0%	30,1%	8,9%	1,9%
Sous zone2	87,9%	4,5%	7,5%	96,3%	3,7%	75,8%	22,4%	6,6%	1,8%
Total	88,9%	3,4%	7,6%	92,1%	7,9%	70,4%	27,8%	8,2%	1,8%
Somme	83,9%	8,1%	8,0%	75,7%	23,8%	61,0%	39,0%		
France Métropolitaine	82,3%	9,7%	7,9%	60,1%	44,7%	59,3%	38,5%	14,3%	2,2%

Nous observons une faible proportion des ménages d'une personne. En effet, le territoire se caractérise plutôt par une population familiale, ce qui est particulièrement le cas dans la zone deux. Dans la zone 1, nous notons la forte représentation des couples sans enfants.

Les ménages du territoire sont fortement motorisés puisque plus de 86% d'entre eux ont au moins une voiture.

Enfin, nous observons un habitat majoritairement composé de maisons avec une faible part d'appartements. Ces logements sont principalement occupés par leurs propriétaires. La part des locataires est seulement de 27,8%. Le logement social est faiblement représenté avec 8,2% des logements du territoire, et se concentre dans quelques communes.

5.3 Analyse du potentiel commercial

Les indices de consommation :

Les indices de disparité de consommation permettent d'appréhender les dynamiques de consommation sur notre zone d'étude. Cela révèle les tendances de consommation avec une base 100 nationale. **Ainsi nous constatons que les habitants de notre zone de chalandise consomment globalement peu**. En effet les dépenses en loisirs, cafés restaurants et soins corporels atteignent des niveaux très faibles au regard des moyennes nationales.

Seules les dépenses en boissons alcoolisées sont proches des moyennes nationales.

	Indice de consommation Sous zone 1	*Indice de consommation Sous zone 2*	*Indice de consommation zone de chalandise*	*DEPENSES DE CONSOMMATION THEORIQUE (en euros)*
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	96,4	99,2	97,3	51 222 303
Boissons alcoolisées et tabac	101,7	102,5	101,9	7 379 669
Articles d'habillement et chaussures	93,1	95,1	93,7	17 340 550
Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	90,3	98,2	93,7	18 152 825
Loisirs et culture	88,8	91,9	89,8	13 189 734
Cafés et restaurants	87,1	77,7	84,2	11 580 936
Soins corporels	85,8	87,9	86,4	7 625 665

- **FOCUS sur la catégorie Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation**

	Sous zone 1	*Sous zone 2*	*IDC ZDC*
Bricolage	89	105	92
Jardinage	91	101	94
Décoration	83	84	83
Electroménager	96	104	98
Meuble	83	96	87

Les niveaux de consommation sont plus élevés en zone 2 (notamment en bricolage, jardinage et électroménager) mais cela reste globalement bas pour l'ensemble du territoire.

5.4 Densités commerciales

Nombre de commerces pour 10 000 habitants

	ZDC1	ZDC2	ZDC	FRANCE
Supérette	0,6	1,3	0,8	0,9
Epicerie	1,2	0,0	0,8	4,0
Boulangerie	5,5	2,6	4,6	7,2
Boucherie charcuterie	10,4	1,3	7,5	3,4
Produits surgelés	0,0	0,0	0,0	0,2
Poissonnerie	0,0	0,0	0,0	0,4
Librairie papeterie journaux	3,1	0,0	2,1	2,5
Magasin de vêtements	1,8	1,3	1,7	11,1
Magasin d'équipements du foyer	1,8	0,0	1,2	2,0
Magasin de chaussures	1,8	1,3	1,7	2,0
Magasin d'électroménager et de mat. audio-vidéo	1,2	1,3	1,2	1,2
Magasin de meubles	1,8	0,0	1,2	2,1
Magasin d'articles de sports et de loisirs	1,2	0,0	0,8	2,1
Magasin de revêtements murs et sols	0,0	0,0	0,0	0,2
Droguerie quincaillerie bricolage	3,1	0,0	2,1	1,3
Parfumerie	0,0	0,0	0,0	0,9
Horlogerie Bijouterie	1,3	0,0	1,7	1,4
Fleuriste	12,3	3,9	9,5	3,1
Magasin d'optique	3,7	0,0	2,5	2,2
Coiffure	22,7	16,7	20,8	13,4
Soins de beauté	7,4	3,9	6,2	7,5
Restaurant	12,9	0,0	8,7	30,8

Nous notons une bonne représentation de :
Boucherie / Opticien / Fleuriste / Bijouterie / Coiffeur

Il apparait un manque de potentiel pour développer :
Un magasin de produits surgelés
Une poissonnerie (Intermarché +tournée camions)
Toutefois la zone de chalandise ne permet pas le développement et la pérennité de ce type d'activité sur le territoire.

Une faible représentation de
Boulangerie / Restaurant / Epicerie

Un manque en équipement de la personne, équipement du foyer, meuble et article de sport, parfumerie.
La concurrence accrue des zones commerciales environnantes, et l'offre pléthorique sur ces gammes de produits, ne permet pas d'envisager sereinement le développement d'enseignes sur ces gammes.

5.5 Marché satisfait

Nous avons précédemment estimé les dépenses théoriques sur le territoire, en fonction des dépenses moyennes nationales ajustées aux indices de consommations locaux.

Parallèlement, nous avons procédé au calcul du marché satisfait, c'est-à-dire que nous estimons les chiffres d'affaires que sont en mesure de réaliser les magasins présents sur la zone de chalandise. Nous avons travaillé selon deux scénarii. L'un sans prendre en compte l'évasion commerciale hors du territoire, l'autre en estimant une part d'évasion commerciale.

Scénario sans évasion commerciale

	Marché théorique	Marchait satisfait	Taux d'emprise
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	51 222 303	28 632 783	**55,9%**
Boissons alcoolisées et tabac	7 379 669	4 089 601	**55,4%**
Articles d'habillement et chaussures	17 340 550	6 933 826	**40,0%**
Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	18 152 825	16 715 511	**92,1%**
Loisirs et culture	13 189 734	6 085 967	**46,1%**
Cafés et restaurants	11 580 936	5 310 000	**45,9%**
Hygiène-Santé-Beauté	7 625 665	4 695 819	**61,6%**

Scénario avec évasion commerciale

	Marché théorique	Part de l'évasion	Marché théorique corrigé	Marchait satisfait	Taux d'emprise corrigé
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	51 222 303	**35%**	33 294 497	28 632 783	**86,0%**
Boissons alcoolisées et tabac	7 379 669	**35%**	4 796 785	4 089 601	**85,3%**
Articles d'habillement et chaussures	17 340 550	**60%**	5 202 165	6 933 826	**133,3%**
Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	18 152 825	**40%**	10 891 695	16 715 511	**153,5%**
Loisirs et culture	13 189 734	**50%**	6 594 867	6 085 967	**92,3%**
Cafés et restaurants	11 580 936	**60%**	4 632 374	5 310 000	**114,6%**
Hygiène-Santé-Beauté	7 625 665	**40%**	4 575 399	4 695 819	**102,6%**

Si aucun ménage de la zone de chalandise ne consommait à l'extérieur, l'offre du Vimeu serait insuffisante. Cela étant, la concurrence importante des pôles proches, impacte directement notre territoire. En effet, le Vimeu industriel fait partie intégrante de la zone commerciale de EU/MERS et le Vimeu Vert de celle d'Abbeville.
En estimant la part des achats effectués hors du territoire, il apparait que l'offre du Vimeu suffit dans la plupart des postes de dépenses, particulièrement en articles d'habillement, en meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation, en cafés restaurants et en Hygiène-Santé-Beauté.

L'alimentaire et le domaine cultures loisirs pourraient toutefois être renforcés. Nous estimons par ailleurs que l'offre en restauration pourraient être étoffée au vu de la faiblesse actuelle dans le secteur, notamment dans des gammes moyenne et haute.

ATOUTS

Une population assez captive sur la zone de chalandise (personnes âgées notamment)
Une population ancrée sur le territoire (proportion importante de propriétaires)
Une typologie d'habitat qui engendre de la consommation en termes de bricolage et de jardinage
Base arrière du littoral touristique
RD – zone commerciale sur les flux automobiles

FAIBLESSES

Une population fortement motorisée, qui a le choix dans ses lieux d'achat
Une faible densité de population, qui limite l'intérêt des enseignes nationales
Une population qui consomme peu
Une forte concurrence des zones proches, qui présentent une offre complète et attractive, notamment en équipement de la personne et équipement de la maison
Attractivité du littoral en termes d'hôtellerie et de restauration

OPPORTUNITES

Foncier disponible permettant de conforter l'offre de première nécessité, résidentielle
Possibilité d'étoffer les gammes et le confort client des enseignes existantes
Zone commerciale accessible et visible, sur les flux
Développement des circuits-courts, et de la production locale
Devenir une destination Loisirs complémentaire au littoral

MENACES

Disparition des commerces de proximité dans les zones rurales
Risque de fermetures liées au non renouvellement des commerces qui partent à la retraite
Risque d'accentuation de l'évasion commerciale sans proposition de modernisation de l'appareil existant sur le territoire

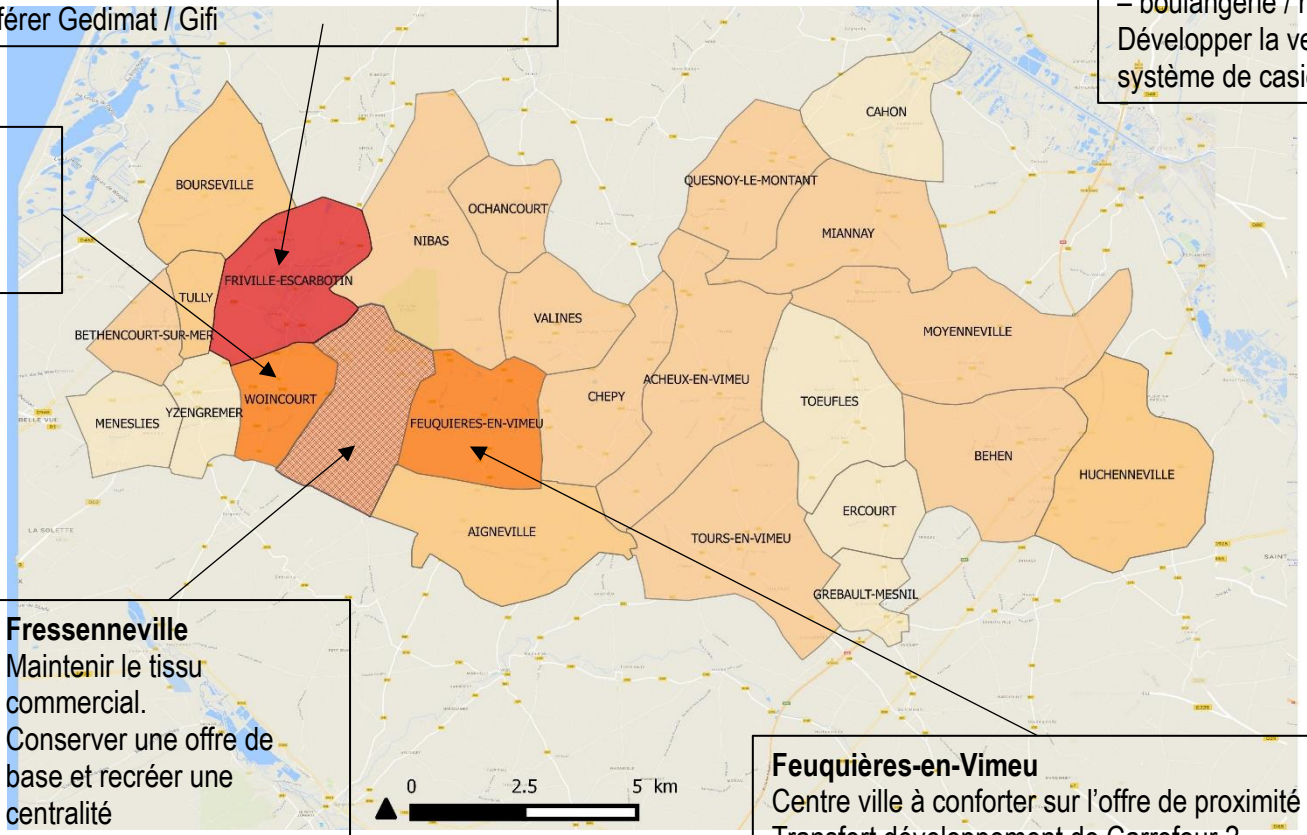
Suite à l'analyse du tissu commercial, de la zone de chalandise, et des dynamiques sur le territoire, voici les principaux enjeux de développement commercial auxquels le territoire du Vimeu va devoir répondre.

- **MAINTENIR LA POPULATION SUR PLACE POUR LES BESOINS COURANTS**
- **DEVELOPPER LES GAMMES DES POINTS DE VENTE EXISTANTS DE MANIERE A REPONDRE DAVANTAGE AUX BESOINS QUOTIDIENS EMANANT DE L'ECONOMIE RESIDENTIELLE**
- **DEVELOPPER LES COMMERCES INDEPENDANTS DE BOUCHE DE BONNE QUALITE EN CENTRE-VILLE, COMBLER LE MANQUE EN SANTE BEAUTE**
- **RESTRUCTURER LA ZONE COMMERCIALE DES 3F EN PROPOSANT DES GAMMES PLUS LARGES, EN TRAVAILLANT SUR LE CONFORT ET L'ACCUEIL CLIENT, EN AMELIORANT L'ACCESSIBILITE. DEVELOPPER LE CONCEPT DRIVE DE MANIERE A APPORTER UN SERVICE COMPLEMENTAIRE**
- **MAINTENIR UN MAILLAGE DE COMMERCE DE PROXIMITE, NOTAMMENT EN ALIMENTAIRE DE PREMIERE NECESSITE (BOULANGERIE, PETITE EPICERIE, MULTISERVICE PAR EXEMPLE)**
- **ETOFFER L'OFFRE EN RESTAURATION**
- **ETOFFER L'OFFRE EN LOISIRS COMPLEMENTAIREMENT A CE QUE PROPOSE LE LITTORAL**
- **DEVELOPPER ET STRUCTURER LES VENTES AMBULANTES**
- **VALORISER LES PRODUCTIONS LOCALES ET LES VENTES DIRECTES**
- **ACCOMPAGNER LES COMMERÇANTS DANS LA REPRISE DE LEURS FONDS DE COMMERCE**

FRIVILLE-ESCARBOTIN
Centre ville à conforter sur l'offre de proximité (bouche et services + restauration) – Linéaire à resserrer, vers la place centrale.
Zone commerciale à conforter afin de répondre aux besoins hebdomadaires des résidents de la zone de chalandise. Eviter l'évasion commerciale sur les produits de consommation courante .
Transférer Gedimat / Gifi

Bourgs ruraux
Conforter l'offre en hyper proximité – boulangerie / multiservice
Développer la vente ambulante et système de casiers

Woincourt
Conserver l'offre existante et son dynamisme

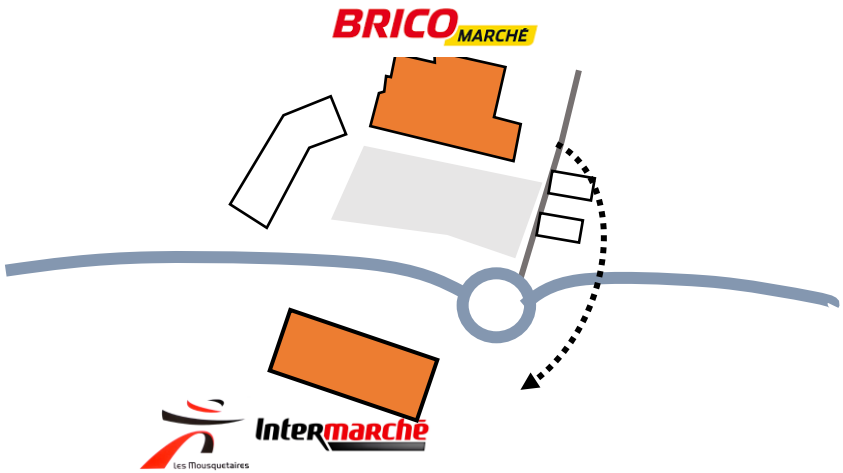


Fressenneville
Maintenir le tissu commercial.
Conserver une offre de base et recréer une centralité

Feuquières-en-Vimeu
Centre ville à conforter sur l'offre de proximité
Transfert développement de Carrefour ?
Reconvertir les friches commerciales et resserrer l'offre commerciale sur la place

Volonté de Carrefour de se délocaliser sur le carrefour entre RD48 et RD29

8.1 La zone commerciale du Parc



Enveloppe foncière nécessaire dans le cadre de ce scénario : environ 2 hectares
Maintenir le reste des terrains en zone de potentielle extension, de manière à avoir une réserve foncière éventuelle pour l'avenir

Nous préconisons un transfert et agrandissement d'Intermarché sur le foncier lui faisant face. À 4000 m² de SV et 1200m² de réserves au minimum. Attention au dimensionnement de la galerie marchande et à la concurrence avec les commerces de centre-ville.

Intégration d'un drive Intermarché (projet en cours obtenu en CDAC)

Agrandissement de Bricomarché en reprenant les locaux de l'actuel Intermarché par exemple. 2000 m² de SV + jardinerie

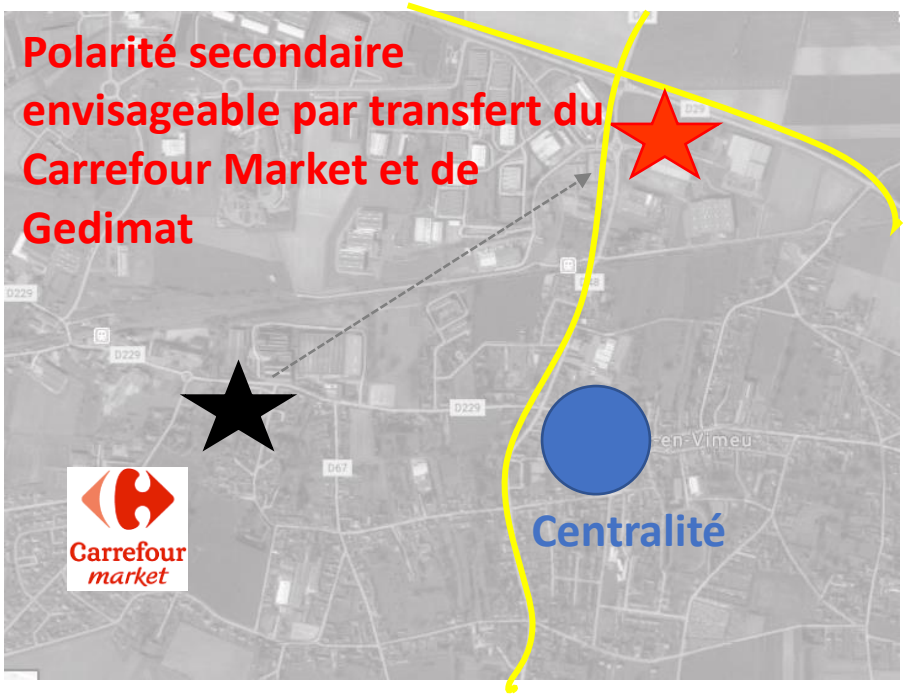
Relocaliser sur la zone commerciale les commerces de Friville-Escarbotin aujourd'hui mal placés comme GIFI ou le cuisiniste de centre-ville

Implantation d'activités de loisirs (salle de sport, plaine de jeux pour enfants…) / remplir les vacants actuels avant d'étendre la zone

Implantation éventuelle d'un restaurant complémentaire, dans le cadre du développement d'un pôle loisirs.

Repenser l'accessibilité de la zone

8.2 Polarité Carrefour Feuquières



Polarité secondaire qui pourrait accueillir Carrefour Market et sa galerie marchande actuelle, ainsi que le Gedimat qui gagnerait à se déplacer, mais dont il est difficile d'imaginer l'implantation sur la zone des 3F, en facial du Bricomarché. Les possibilités de développement de cette polarité secondaire doivent être contenues de manière à éviter les concurrences excessives sur le territoire.

- Carrefour Market de Feuquières répond à des besoins de proximité, mais reste en dehors des flux routiers. Mais finalement peu de clientèle à pied.
- Chiffre d'affaires stable sur une superficie de 1 100 m² de surface de vente, mais point de vente fragile, notamment face à l'arrivée potentielle de concurrents.
- On note un potentiel de développement de l'alimentaire sur la zone de chalandise, et le Carrefour contact de Friville-Escarbotin va fermer. Malgré un éventuel développement de l'Intermarché, il reste suffisamment de potentiel pour agrandir le Carrefour Market de Feuquières (2 000 / 2 200 m² de surface de vente).
- Pas de possibilité de s'agrandir sur place. Transfert-agrandissement intéressant en bordure du tissu urbain, mais sur les axes. Permet d'assurer la pérennité du point de vente, élément commercial structurant du territoire, et de capter les flux nord/sud, qui aujourd'hui ne rencontrent aucune offre commerciale directe sur le territoire.

Le territoire du Vimeu est composé d'une partie urbanisée concentrant la très grande majorité des emplois et des habitants autour des « 3F » et d'une partie beaucoup plus rurale, le Vimeu vert. Le tissu commercial actuel est peu dense et relativement vieillissant.

Nous observons par ailleurs des tendances démographiques peu propice à un développement commercial avec peu d'évolution de population même si les ménages augmentent pour leur part. La tendance nationale au vieillissement de la population est particulièrement visible sur le territoire du Vimeu et les indices de consommation nous indiquent une population qui globalement consomme peu.

Nous avons constaté une sous-représentation des commerces de proximité dans le Vimeu vert ce qui induit des difficultés d'accès aux commerces de première nécessité pour une frange de la population plus fragile et souvent non motorisée, les personnes âgées notamment. Il est donc nécessaire de conforter les polarités de proximité, sous différents modes de distribution : multiservice, livraison, organisation de tournées, producteurs locaux, distributeurs automatiques…

Le Vimeu est entouré de polarités commerciales bien étoffées et souvent modernes, que ce soit à l'ouest avec ABBEVILLE ou à l'est avec EU/MERS qui pour sa part bénéficie en plus d'une attraction complémentaire du fait du littoral. L'évasion commerciale, importante sur le territoire, est très difficile à contenir, notamment en équipement de la personne.

L'étude montre qu'il parait difficile d'envisager un développement trop important de la zone au vu de l'offre concurrentielle proche. Par contre, l'appareil commercial du Vimeu apparait vieillissant (notamment la zone commerciale principale autour de l'Intermarché), celle-ci devrait se moderniser pour assurer un minimum de service sur le territoire afin de limiter le développement de l'évasion commerciale. Le cas particulier d'Intermarché permet d'envisager son transfert agrandissement afin qu'il puisse assurer un niveau d'offre suffisant.

L'objectif est d'améliorer le confort d'achat et l'accueil client de manière à rendre la zone attractive, tout en répondant au mieux aux attentes des consommateurs sur des achats réguliers et courants, par l'extension des gammes aujourd'hui trop faibles sur certains secteurs. Il est nécessaire de contenir l'évasion commercial vers les territoires voisins.

Le développement d'une offre de loisirs et de restauration forme un créneau intéressant pour assurer la complémentarité avec le littoral. L'offre en restauration peut être développée dans les centres bourgs ou même dans les secteurs plus ruraux.

De façon complémentaire, le transfert du Carrefour de Feuquières -en-Vimeu sur le flux permettra d'assurer une complémentarité d'offre, notamment alimentaire, sur un axe/nord sud et d'assurer la pérennité de cette polarité secondaire structurante pour le territoire. Le transfert du Gedimat à ses côtés permettrait de relocaliser le magasin sur un secteur qui nous parait commercialement plus intéressant.

De la même manière l'actuel Gifi pourrait rejoindre la zone du Parc pour compléter l'offre existante, notamment en petit équipement de la maison.