

PAYS DES PAILLONS

SCOT

**Contribution du bureau d'études EURECA au diagnostic
Volet activités économiques et commerciales**

Octobre 2015



1. La place des questions économiques et commerciales au sein d'un document de planification territoriale

1.1. La prise en compte de l'activité économique et commerciale

Les activités commerciales, artisanales et de services ont toujours eu pour rôle de rapprocher les marchandises et les denrées de leur clientèle finale. Auparavant, la localisation des activités était intimement liée à la présence de cette clientèle. En effet, les contraintes de conservations des denrées alimentaires peu performantes et les moyens de transport peu développés ont maintenu cette proximité des boutiques et des étals au cœur des cités.

Pourtant si cette logique prévaut toujours, les modalités d'implantation et de proximité ont évolué rapidement durant les dernières décennies et ont remodelé complètement le paysage commercial et artisanal. La notion de proximité a évolué au fil de l'évolution des formes de vente, elle-même conditionnée par les transformations rapides des modes de vie. Le développement des transports et l'avènement du véhicule particulier, l'essor des équipements ménagers dont les taux d'équipement sont quasiment au maximum et enfin la périurbanisation, passant d'une phase de banlieue résidentielle à une phase de néo-ruralité toujours plus distante, éloignant toujours plus les résidents des agglomérations et des métropoles, ont déterminé de nouveaux comportements de consommation.

Le commerce s'est rapidement adapté à ces évolutions avec l'implantation de zones commerciales à part entière en périphérie urbaine où se sont développés les grandes surfaces et les centres commerciaux. Une autre proximité s'est créée, passant d'une échelle de la rue à celle d'un bassin d'emploi et de vie.

Dans cette nouvelle logique, les territoires ruraux et montagnards ont vu leurs équilibres commerciaux se modifier au détriment d'une raréfaction de l'offre commerciale et artisanale locale souvent réduite à une offre d'hyper-proximité ou de dépannage, alors que le renforcement des principales zones d'attraction commerciale se poursuit inexorablement au gré des lois plus ou moins favorables à leur développement.

Néanmoins sur ces territoires, l'activité « commerce et artisanat » reste une des fonctions urbaines qui participent à la structuration et au développement de l'espace urbain des bourgs et des villages. Elle constitue à sa juste mesure un générateur d'emploi et d'activités et participe à l'animation de la vie locale. Elle représente également l'une des composantes essentielles de l'attractivité et de la dynamique territoriale et touristique, ainsi que de l'identité et de la qualité du cadre de vie des habitants.

L'activité économique et commerciale représente donc un enjeu essentiel d'équité territoriale et d'accessibilité pour toutes les générations d'habitants. Elle permet à la fois de maintenir les populations les plus fragiles sur le territoire (jeunes et personnes âgées souvent non véhiculés) et d'attirer notamment de nouvelles familles et de nouveaux actifs de moins en moins enclins à subir les sarcasmes quotidiens des conurbations et parfois même l'anonymat des formats commerciaux mass-market.

1.2. Le cas du Pays des Paillons

Le territoire du Pays des Paillons s'inscrit pleinement dans cette évolution d'un territoire valléen situé entre une plaine littorale très urbanisée et attractive tant pour l'emploi que pour les services, et la barrière montagneuse du massif alpin, à dominante naturelle et plutôt désertique, dont l'une des seules voie de liaison au Nord est la fameuse et mythique route de Turini.

De fait, entièrement tourné vers la plaine littorale dont il est fortement dépendant, le Pays doit composer entre autonomie et dépendance commerciales. Cet équilibre ne peut que reposer sur l'affirmation d'un maillage équilibré de l'offre commerciale et artisanale, tenant compte des logiques actuelles d'organisation territoriale (principaux bassins d'habitat et d'emploi, localisation des équipements structurants, organisation des infrastructures de communication et des flux de mobilités, ..).

L'accessibilité des commerces et des services s'articule donc autour d'une typologie d'achat (rare, courant, ...) et d'une fréquence d'achat (fréquent, ponctuel, exceptionnel...). Cela se traduit par différents niveaux de fonctions commerciales suivant les communes et leurs pôles commerciaux (petits, isolés, importants, bien desservis).

Dans le cadre des principes de développement durable qui guident l'élaboration d'un SCOT, la préservation de ces niveaux de fonctions commerciales constitue une priorité et une garantie contre une fragilisation et une disparition progressive « du commerce » dans certains villages du pays, notamment au Nord.

2. Développement durable et économie de l'offre

2.1- Le contexte commercial et de services sur le département

Le département des Alpes Maritimes est soumis à un relief extrêmement contrasté aux dénivelés importants (massif alpin au Nord), ayant des conséquences sur l'implantation de sa population ainsi que ses activités. De fait, la population et ses activités se concentrent très majoritairement sur la bande littorale. 62% des communes du département sont ainsi « rurales » alors 95% de la population vit dans les communes urbaines de la bande littorale et sur le Sud-Ouest du département ainsi que dans les quelques vallées connectées à ce littoral urbain. On retrouve les plus fortes densités de population sur les communes centres telles que Nice, Antibes, Cannes, Le Cannet.

La localisation des commerces, comme celle de la population, n'est donc pas répartie de manière homogène sur le territoire. On constate une forte concentration littorale qui avec l'éloignement depuis celle-ci enregistre une implantation commerciale de plus en plus diffuse. Le territoire du Pays des Paillons en est un des exemples :



Les implantations commerciales sur les Alpes-Maritimes (+ et - de 300 m²)

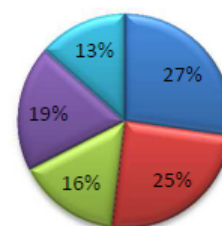
source CCI Nice Côte d'Azur, Grand Angle, 2014

Cet ensemble totalise, selon le recensement effectué par la CCI Nice Côte d'Azur¹, environ 32 309 entreprises commerciales et de services réparties de la manière suivante :

- Les commerces de détail avec 12 963 établissements soit 40,1% de l'ensemble. Ils totalisent 1.531.309 m² et génèrent entre 14 et 15 milliards de chiffres d'affaires.

	Nombre	Surface de vente en m ² *
Alimentaire	2 859	417 503
Equipement de la maison	1 161	378 604
Equipement de la personne	3 261	237 450
Culture et loisirs	1 797	292 401
Automobile	2 221	205 730

* Pour les commerces inférieurs à 300 m² : donnée estimée sur la base de 40 m² par établissement

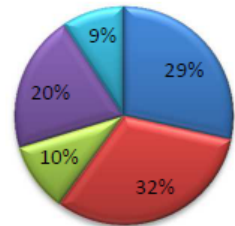


Répartition des surfaces de vente par activité

¹ source CCI Nice Côte d'Azur, Commercicity06, principaux indicateurs en matière d'équipement et d'urbanisme commercial, 2014

Au sein des commerces de détail, les commerces supérieurs à 300 m² (Grandes et moyennes Surfaces) représentent 7,2% de l'ensemble des commerces de détail. Néanmoins, leur superficie commerciale, avec 1.100.269 m², totalise 69,6% de l'ensemble.

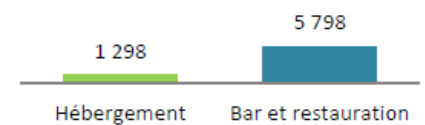
	Nombre	Surface de vente en m ²
Alimentaire	242	312 823
Equipelement de la maison	351	346 204
Equipelement de la personne	139	112 570
Culture et loisirs	109	224 881
Automobile	93	101 050



Répartition des surfaces de vente par activité

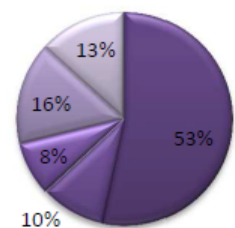
- L'hôtellerie et la restauration très bien représentés dans ce département dont la vocation touristique est développée, avec 7.096 établissements soit 22% de l'ensemble :

	Nombre	Part
Hébergement	1 298	18%
Bar et restauration	5 798	82%



- Les autres services à la personne avec 12.250 établissements soit 37,9% de l'ensemble :

	Nombre	Part
Immobilier	6538	53%
Banques et assurances	1189	10%
Services culturels et loisirs	998	8%
Services de la vie quotidienne	1899	16%
Beauté et soin	1626	13%



2.2- L'activité commerciale et de services du Pays des Paillons

L'espace valléen du Pays des Paillons essentiellement rural et montagnard reste fortement soumis aux contraintes de relief. Celles-ci conditionnent l'implantation des populations et des activités dans les principaux bourgs localisés en fond de vallée autour desquels gravitent de petits villages accrochés sur les contreforts montagneux beaucoup moins peuplés et davantage dépendants en termes de commerces et de services. Mais globalement, cette fonction commerciale et de services reste très faiblement représentée par rapport à la densité moyenne enregistrée sur le département.

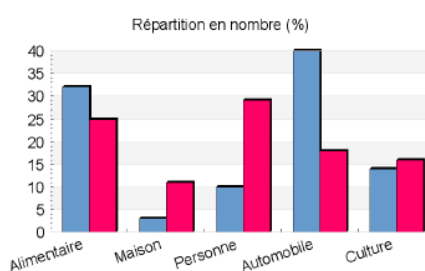
2.2.1- Le poids global de l'offre du Pays des Paillons

Ainsi, cet ensemble totalise, selon le recensement effectué par la CCI Nice Côte d'Azur², environ 258 entreprises commerciales et de services, soit 0,8% de l'ensemble du département, réparties de la manière suivante :

- Les commerces de détail avec 107* établissements soit 41,5% de l'ensemble du Pays. Ils totalisent 5.389 m²**.

	Nombre
Alimentaire	32
Equipements de la maison	3
Equipements de la personne	10
Automobile	40
Culture et loisirs	14

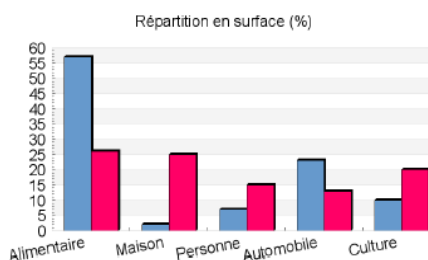
■ Sélection ■ Alpes-Maritimes



* : y compris autres commerces / ** : données estimées pour les commerces inférieurs à 300 m² sur la base de 40 m² par établissement

	Surface
Alimentaire	3069
Equipements de la maison	120
Equipements de la personne	400
Automobile	1240
Culture et loisirs	560

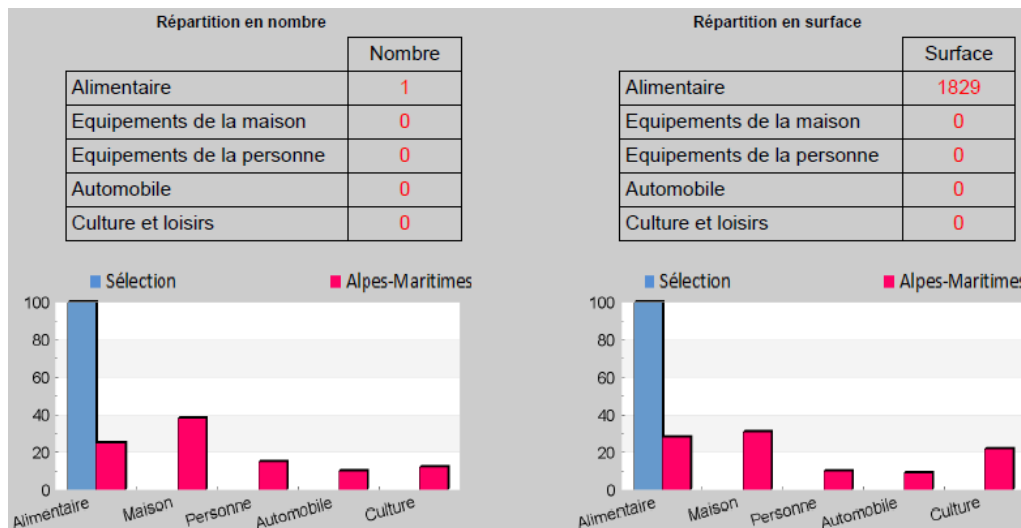
■ Sélection ■ Alpes-Maritimes



La comparaison des répartitions par activité entre l'offre sur le Pays et la moyenne départementale met en évidence une prédominance des commerces alimentaires et automobiles (en volume et en part relative) au détriment des commerces d'équipements de la personne et de la maison davantage représentés dans les grands ensembles commerciaux et les grands centres urbains. Cette répartition met en avant la vocation de proximité de l'offre commerciale du Pays.

Au sein des commerces de détail, les commerces supérieurs à 300 m² (Grandes et moyennes Surfaces) représentent 0,9% de l'ensemble des commerces de détail. Néanmoins, la superficie commerciale de cet unique établissement à dominante alimentaire, avec 1.829 m², totalise 34% de l'ensemble. Il contribue à l'échelle des communes du Pays à renforcer cette vocation de proximité en limitant l'évasion vers les grands centres du bassin niçois :

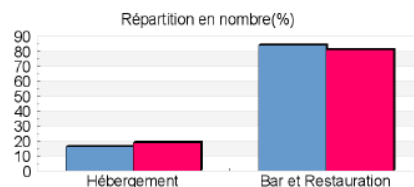
² source CCI Nice Côte d'Azur, Commercicity06, SCOT Pays des Paillons, principaux indicateurs en matière d'équipement et d'urbanisme commercial, 2014



- L'hôtellerie et la restauration très bien représentés sur le Pays. Si cette offre renforce indéniablement l'attrait touristique du territoire, elle contribue également au maintien d'une animation sociale dans certains villages lorsqu'elle est l'un des derniers commerces en activité. 67 établissements sont recensés soit 26% de l'ensemble :

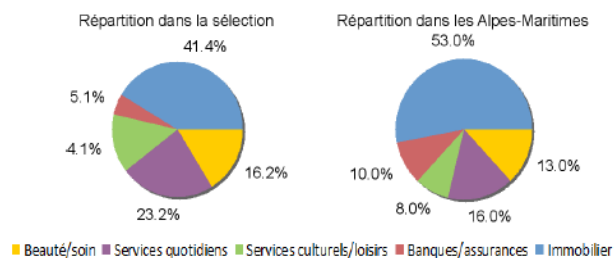
	Nombre
Hébergement	11
Bars et restaurants	56

■ Sélection ■ Alpes-Maritimes



- Les autres services à la personne avec 92 établissements soit 35,6% de l'ensemble :

	Nombre
Immobilier	38
Banques et assurances	5
Services culturels et loisirs	13
Services de la vie quotidienne	21
Beauté et soin	15



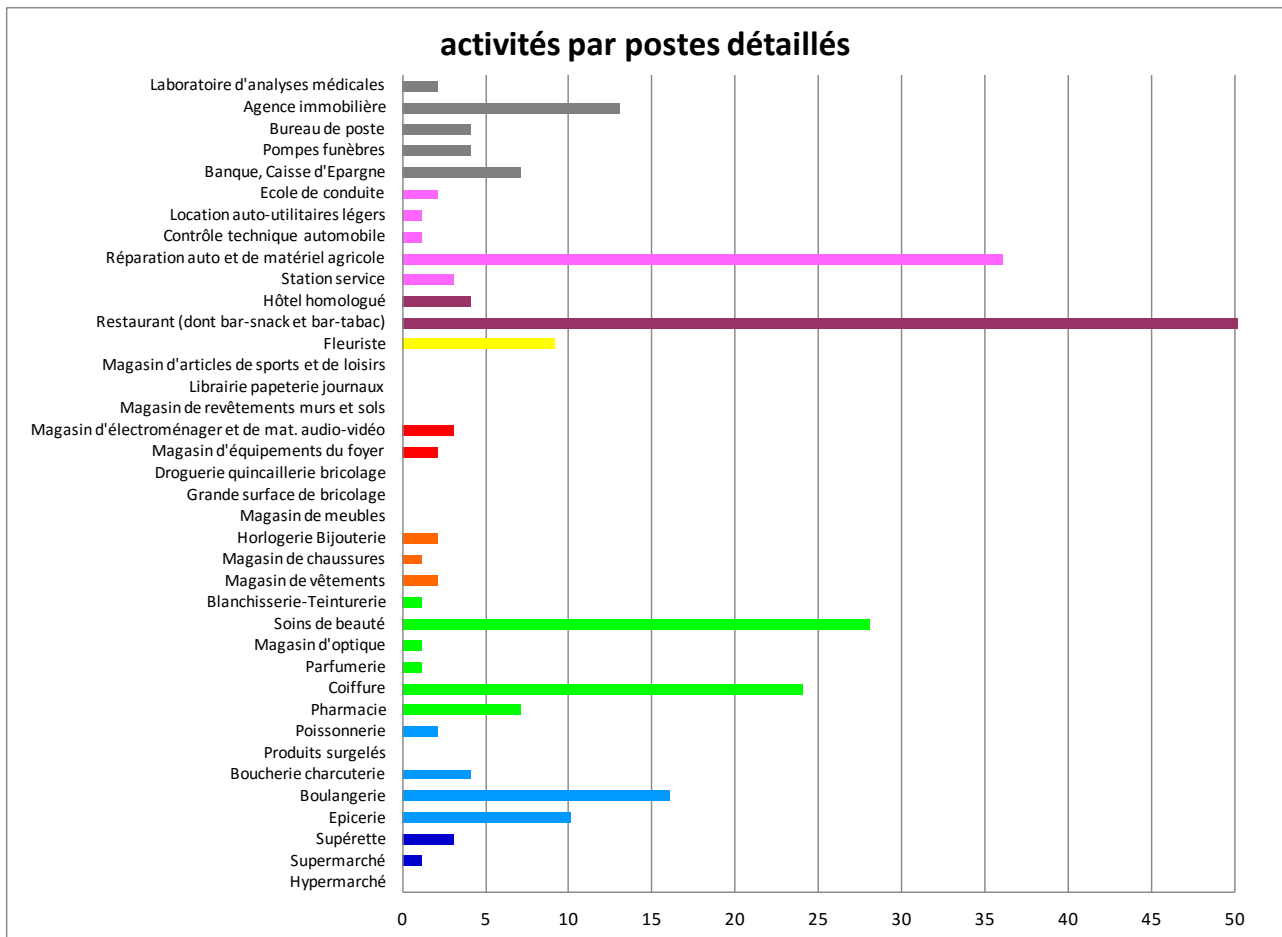
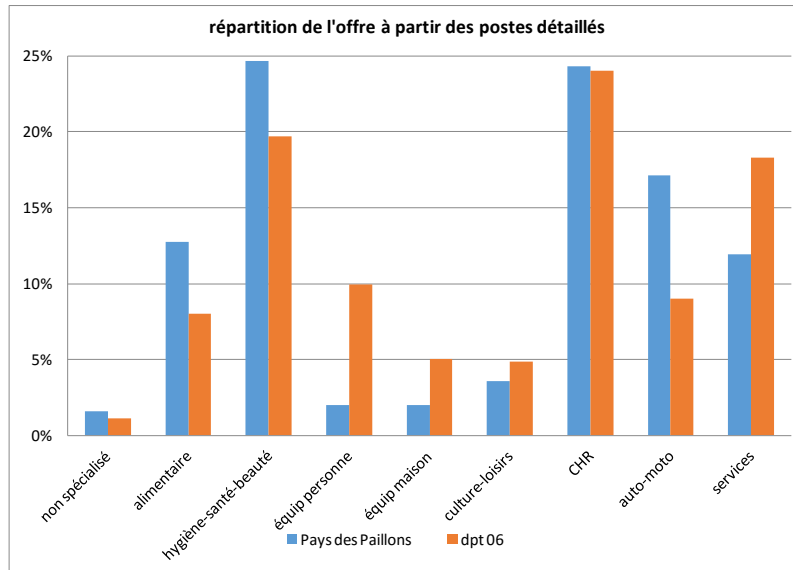
2.2.2- La répartition détaillée par activité

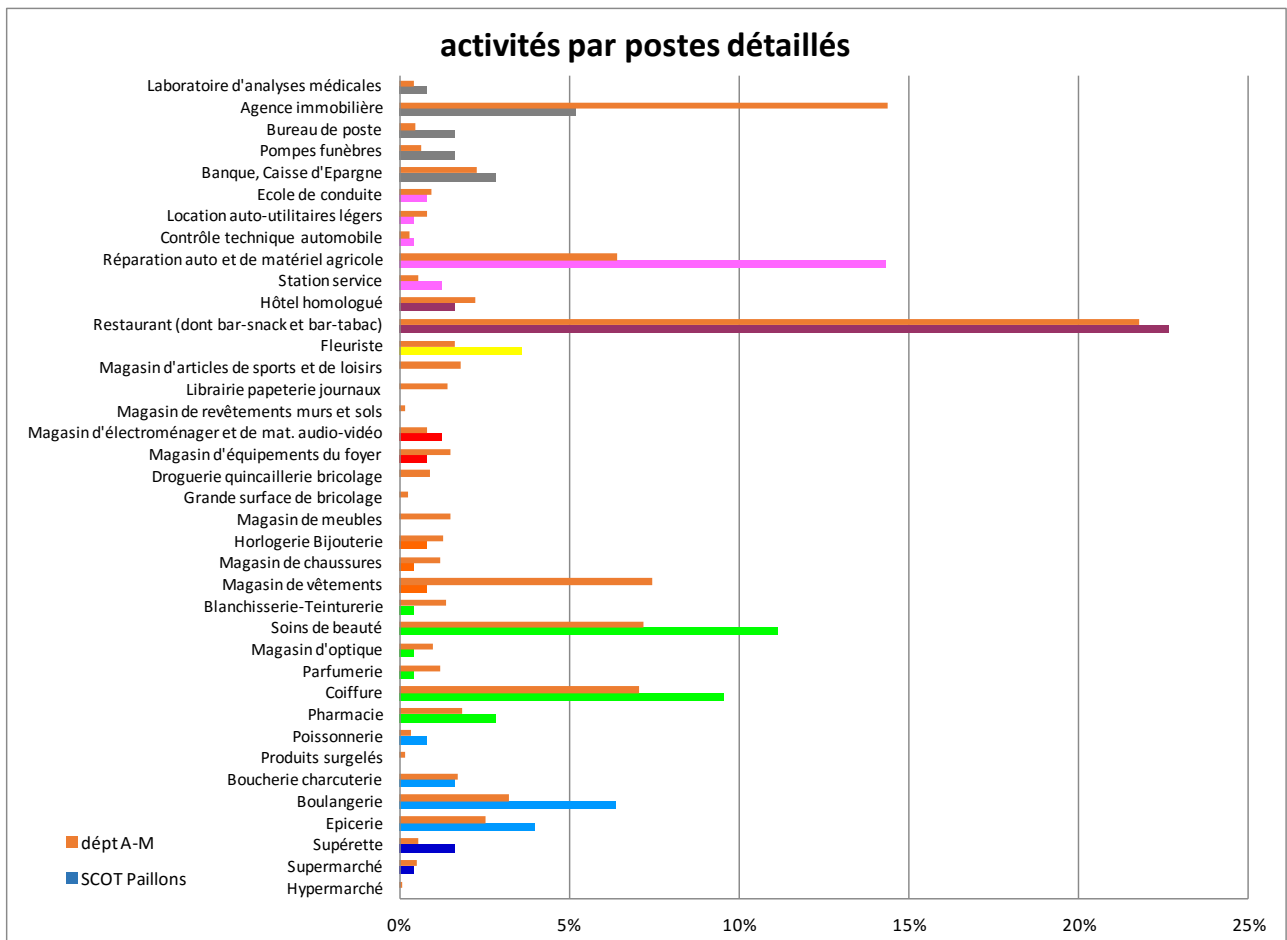
Les données générales selon le recensement effectué par la CCI Nice Côte d'Azur ont permis de dresser un premier tableau du poids et de la composition par principaux postes de l'offre du Pays.

Une analyse plus détaillée de la répartition par poste selon la Base permanente des équipements de 2013 issue de l'INSEE³, confirme ce positionnement sur un commerce de proximité. Parmi les 251 activités présentes, il ressort :

- Une bonne représentation des activités non spécialisées et alimentaires (14,3% de l'ensemble contre 9,9% sur le département) dont le poids du secteur est assuré par la présence de 3 supérettes, 10 épiceries et surtout 16 boulangeries, commerce de proximité par excellence proposant le plus souvent de nombreux compléments et prestations par rapport à son offre initiale. Un seul supermarché, de taille conséquente avec 1.829 m², est présent, déjà identifié dans l'analyse globale précédente. Seules 4 boucheries sont en activités, dont certaines se sont diversifiées sous un angle d'épicerie générale. Enfin, le territoire dispose d'une singularité locale avec 2 poissonneries spécialisées (écaillers), détenues par le même exploitant.
- Une représentation importante des activités d'hygiène, santé et beauté (HSB), soit 24,7% de l'ensemble contre 19,7% sur le département, soutenue par les activités de coiffure (24 salons) et de soins de beauté (28 instituts), actuellement en vogue (onglerie, maquillages, entretien du corps), et avec la particularité de prestations itinérantes et à domicile, un atout pour le territoire compte tenu des contraintes de déplacements et d'isolements sur certaines communes du territoire.
- Une très faible représentation des activités d'équipement de la personne et de la maison avec respectivement 2% chacune (contre 9,9% et 5% sur le département). Ces types d'activités, d'avantage orientés vers des achats « désirs » et des achats d'investissement, sont l'apanage des galeries marchandes et centres commerciaux à fort rayonnement. Quelques unités sont présentes dont 2 horlogers-bijoutiers et 2 magasins d'électroménager et d'équipement de la maison.
- Une très faible représentation également des activités de culture-loisirs, soit 3,6% de l'ensemble (contre 4,9% sur le département). Ces types d'activités, d'avantage orientés vers des achats « ludiques » (musiques, vidéos, livres, jeux, produits technologiques, articles de sports, loisirs créatifs, ...) sont essentiellement concentrés dans de grands magasins spécialisés et les centres urbains. Les unités présentes sur le territoire, comme les activités de fleuriste, presse, journaux, tabac-presse (incluses dans l'activité bar-tabac), se démarquent de cette fonction d'achats « ludiques » et correspondent davantage à des besoins quotidiens.
- Une forte représentation des activités de cafetier, restauration et hôtellerie avec 24,3% de l'ensemble (à l'image de la moyenne départementale), soutenue quasi-exclusivement par les cafés, comprenant les bars-tabac et presse, et les restaurants. Cette offre, souvent la dernière dans les communes les plus reculées, constitue des lieux de d'animation et de rencontres indéniables auxquels est attachée la population où l'on boit un verre, joue aux cartes et lit son journal en prenant un café, ou encore où l'on prend un repas au quotidien (professionnels, habitants, ...) ou occasionnels (sortie en famille, visiteurs, touristes ...).
- Une forte représentation des activités moto et automobiles avec une implantation très importante d'activités de réparations et de vente incluant parfois l'entretien de matériels agricoles, soit une sur-représentation qui atteint 17,1% (contre 9% sur le département). Les autres activités de proximité se limitent à 3 stations-services, 1 contrôle technique et 2 écoles de conduite.
- Les activités de services retenues, essentiellement positionnées sur des activités de proximité, ne peuvent être que comparées à la moyenne départementale mettant en évidence une sous représentation du territoire avec un taux de 12% contre 18,3%. La mitoyenneté avec le bassin niçois a eu raison de certaines d'entre elles comme les agences bancaires, les laboratoires d'analyses médicales ainsi que les agences immobilières pourtant nombreuses en volume. Seuls les bureaux de poste sont légèrement mieux représentés que la moyenne communale sachant que les bureaux de poste communaux ne figurent pas dans cette base.

³ BPE ajustée par une enquête de terrain dans les centralités villageoises, une visite des sites internet référençant les activités pour les communes qui en disposent et une analyse du Registre des Commerces et des Sociétés (RCS) lorsque les données y sont inscrites.





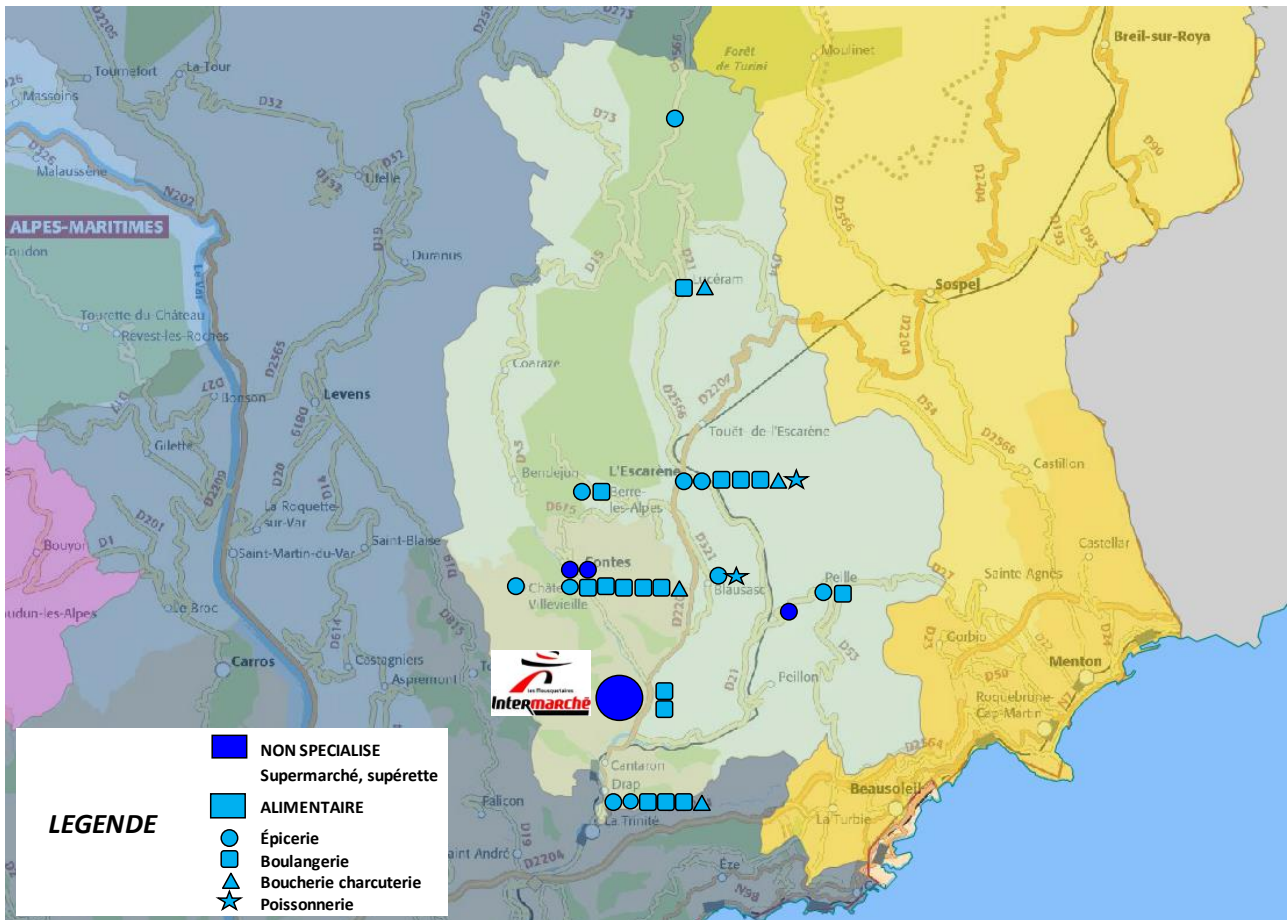
2.2.3- La répartition territoriale

La répartition territoriale des activités par postes détaillés met en évidence une concentration des activités dans les communes de plus grandes importances :

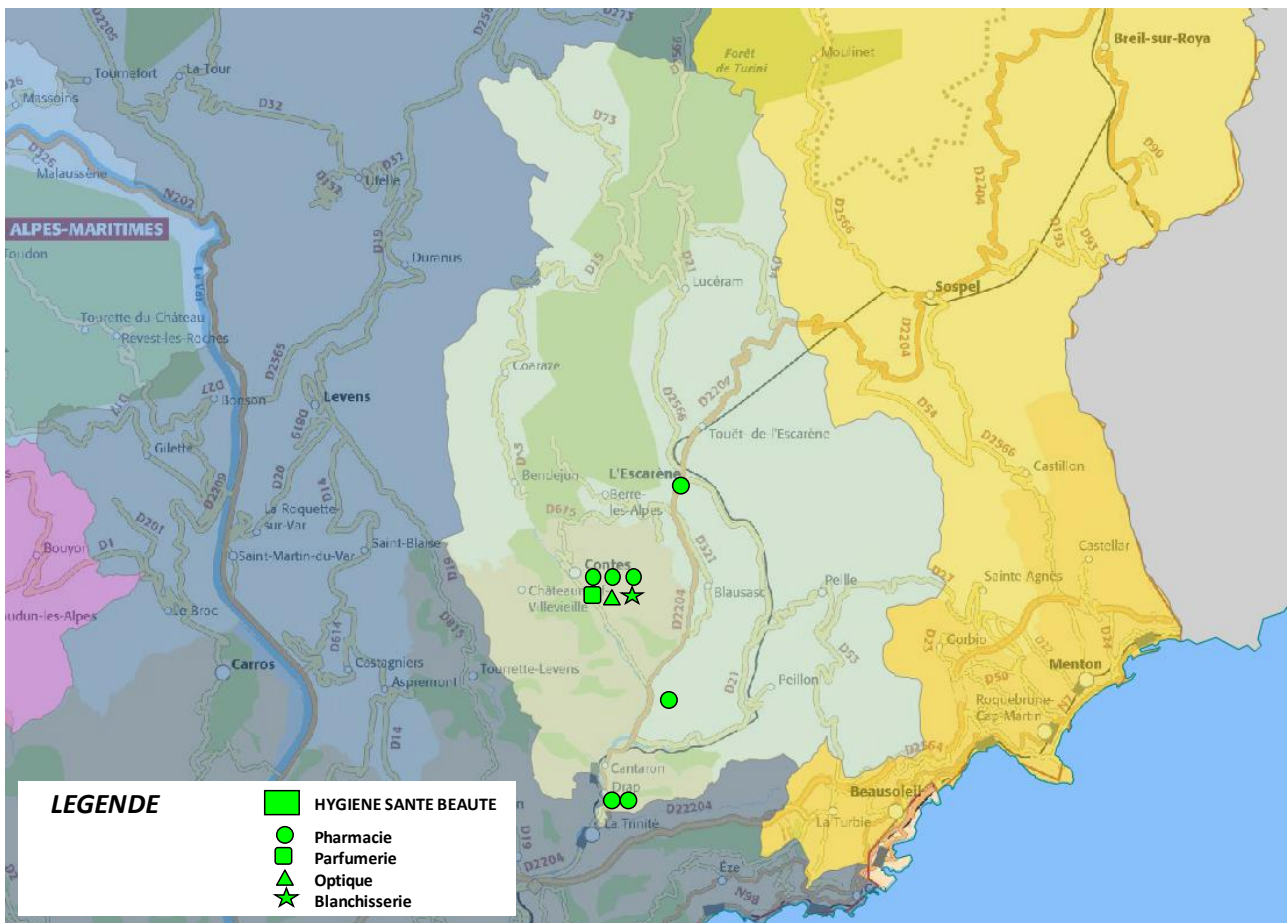
- Parmi les communes qui disposent de plus de 20 activités, Contes avec 73 activités recensés, Drap avec 58 activités et L'Escarène avec 26 activités constituent les trois communes les mieux pourvus.
- Ensuite, suivent dans une tranche de 10 à 20 activités, Peille avec 19 activités, Blausasc avec 17 activités (dont l'essentiel est décentré du village pour se situer à la pointe de Blausasc sur le RD2204 où se situe le supermarché Intermarché de la Pointe de Contes), Lucéram avec 15 activités (dont certaines à l'extrême nord du territoire au village de Peïra Cava), Berre-les-Alpes et Peillon avec 12 activités chacun et Cantaron avec 11 activités.
- Enfin, avec moins de 5 activités recensées, on recense Coaraze avec 4 activités, Bendejun avec 3 activités et Châteauneuf-Villeveille avec 1 activité
- La commune de Touët de l'Escarène n'enregistre aucune activité parmi les postes détaillés de la BDE 2013.

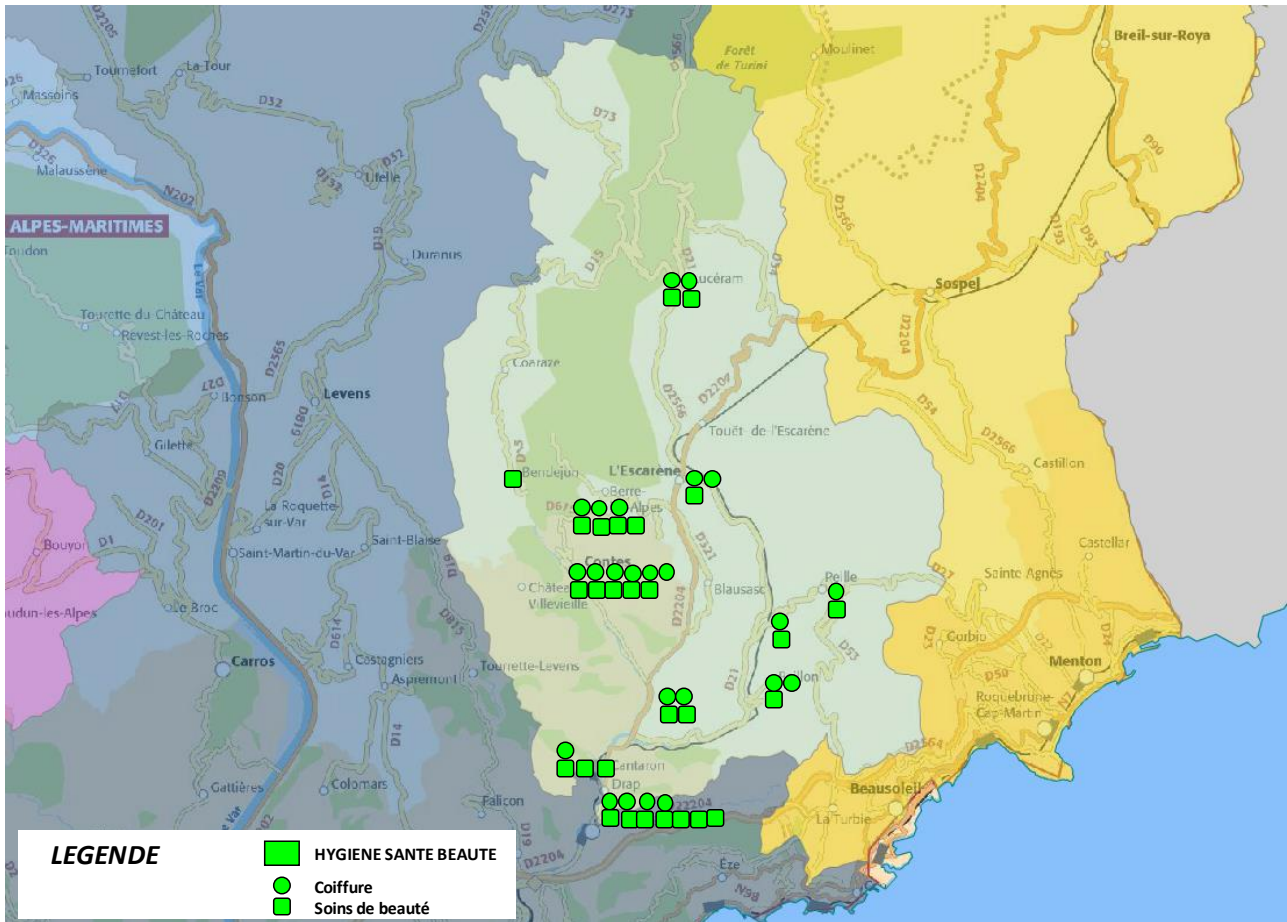
Libellé de commune	Contes	Drap	L'Escarène	Peille	Blausasc	Lucéram	Berre/Alpes	Peillon	Cantaron	Coaraze	Bendejun	Châteaun/Vill	Touët/l'Esc.	total
Hypermarché														0
Supermarché									1					1
Supérette	2			1										3
Epicèrie	1	2	2	1	1	1	1					1		10
Boulangèrie	5	3	3	1	2	1	1							16
Boucherie charcuterie	1	1	1			1								4
Produits surgelés														0
Poissonnerie			1		1									2
Pharmacie	3	2	1		1									7
Coiffure	6	4	2	2	2	2	3	2	1					24
Parfumerie	1													1
Magasin d'optique	1													1
Soins de beauté	5	7	1	2	2	2	4	1	3		1			28
Blanchisserie-Teinturerie	1													1
Magasin de vêtements	1	1												2
Magasin de chaussures		1												1
Horlogerie Bijouterie	1	1												2
Magasin de meubles														0
Grande surface de bricolage														0
Droguerie quincaillerie bricolage														0
Magasin d'équipements du foyer		1		1										2
Magasin d'électroménager et de mat. audio-vidéo	2				1									3
Magasin de revêtements murs et sols														0
Librairie papeterie journaux														0
Magasin d'articles de sports et de loisirs														0
Fleuriste	2	2	1	1	2				1					9
Restaurant (dont bar-snack et bar-tabac)	12	12	6	6	2	6		6	2	3	2			57
Hôtel homologué			0			1	1	2						4
Station service	1	1							1					3
Réparation auto et de matériel agricole	17	12	1	2		1	1	1	1					36
Contrôle technique automobile	1													1
Location auto-utilitaires légers		1												1
Ecole de conduite	1	1												2
Banque, Caisse d'Epargne	4	2	1											7
Pompes funèbres	1		2		1									4
Bureau de poste	1	1	1	1										4
Agence immobilière	2	3	3	1	1		1		1	1				13
Laboratoire d'analyses médicales	1				1									2
Total	73	58	26	19	17	15	12	12	11	4	3	1	0	251

Pour les secteurs non spécialisée et alimentaire, les activités se concentrent sur les trois communes les plus importantes. Contes enregistre deux supérettes en son centre, et Peille une supérette au lieu dit La Grave de Peille. Le supermarché Intermarché implanté sur la commune de Cantaron, est décentré sur la ZAE de la pointe de Cantaron, lieu stratégique à l'intersection de la RD2204 et de la RD15 où se situe une offre commerciale opportuniste située sur la commune de Blausasc (pointe de Blausasc) captant le trafic de transit entre les communes du Pays et le bassin niçois.

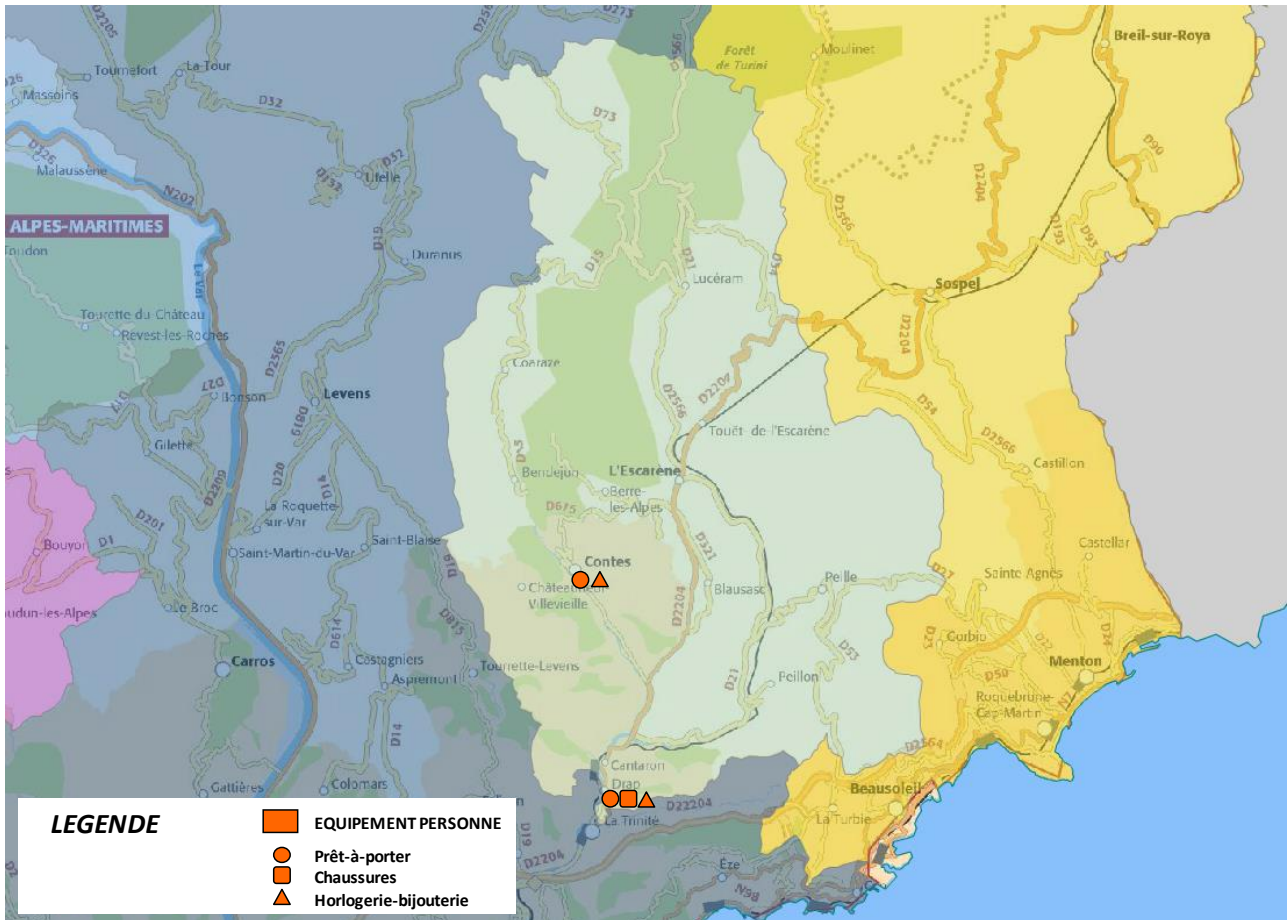


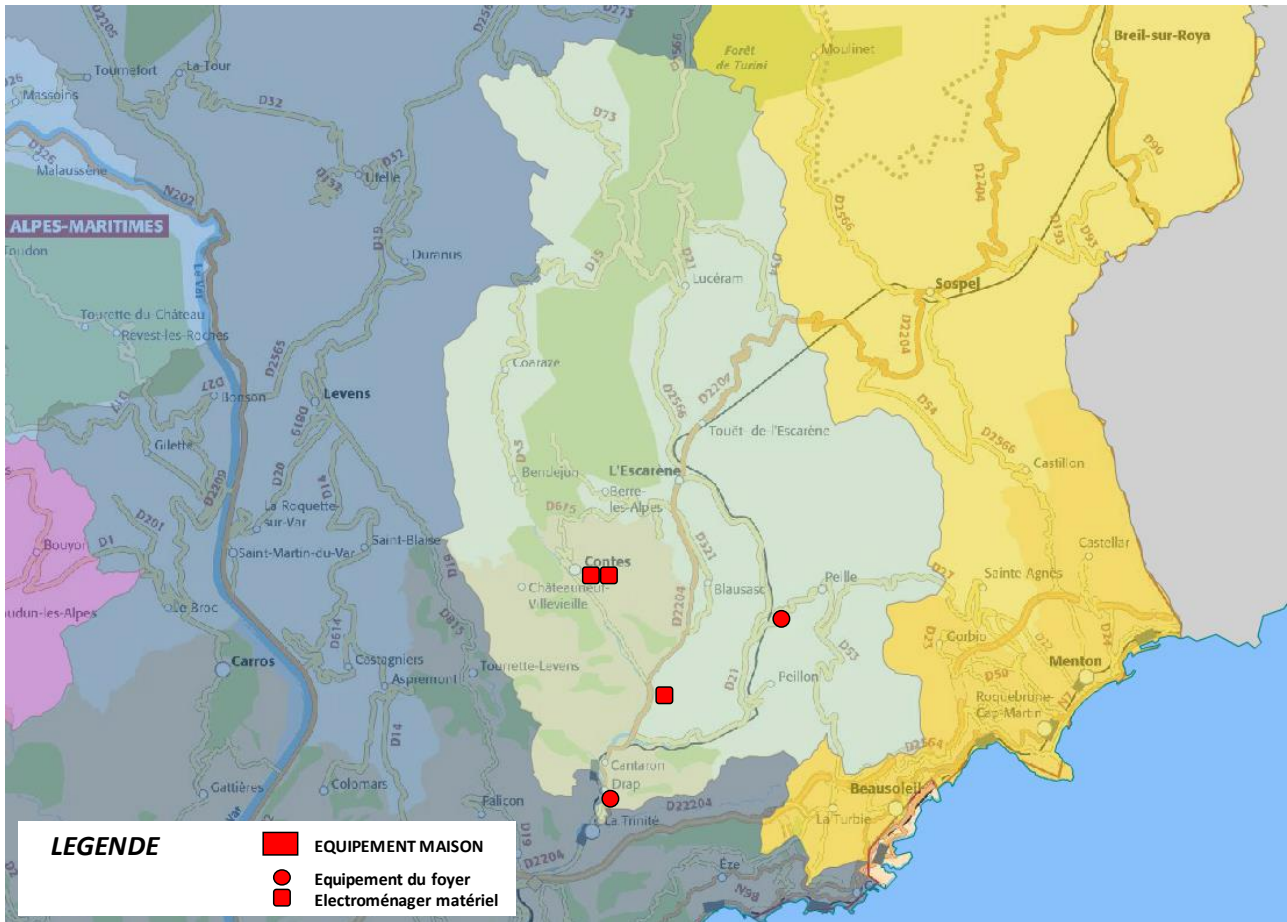
Pour le secteur hygiène-santé-beauté, le schéma d'implantation se renforce au profit des trois principales communes du territoire hormis pour les activités de coiffure et de soins de beauté davantage développées notamment par des prestations de services à domicile.



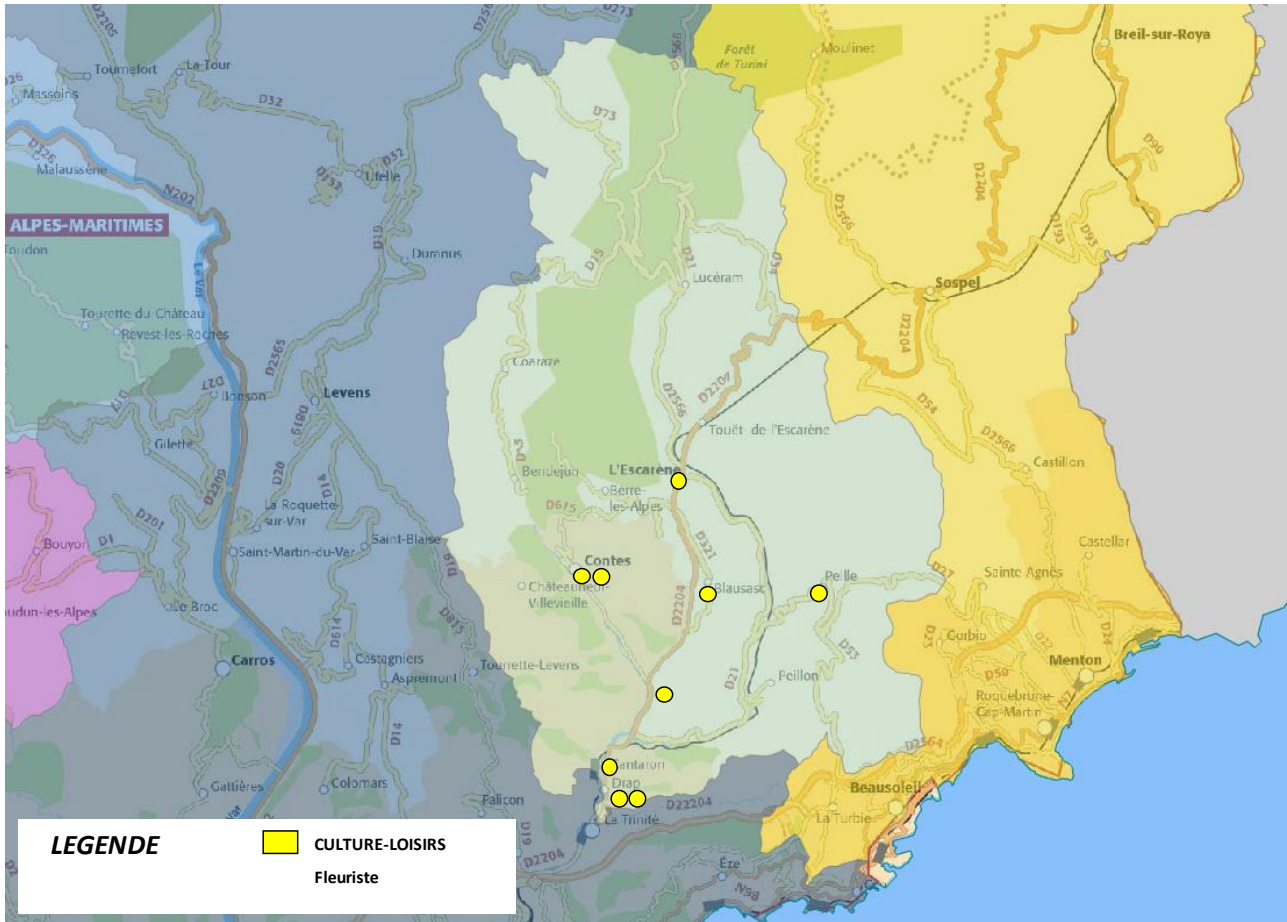


Pour les secteurs de l'équipement de la personne et de la maison, très faiblement représentés sur le territoire, les seules activités présentes se localisent à Contes, Drap et à la pointe de Blausasc située sur la RD2204, avec une exception sur la route de Peille. Au total, ce ne sont que 10 activités présentes sur le territoire.

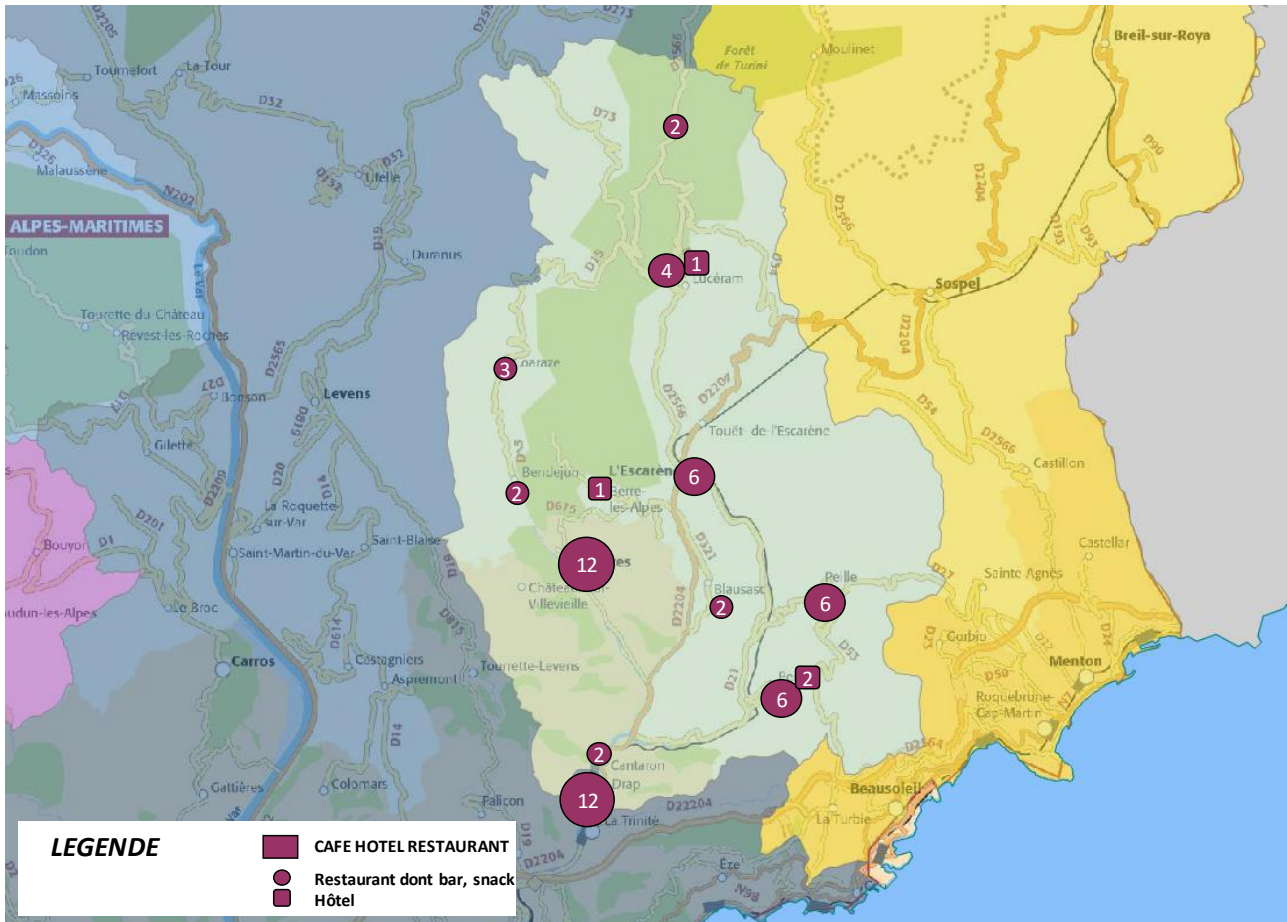




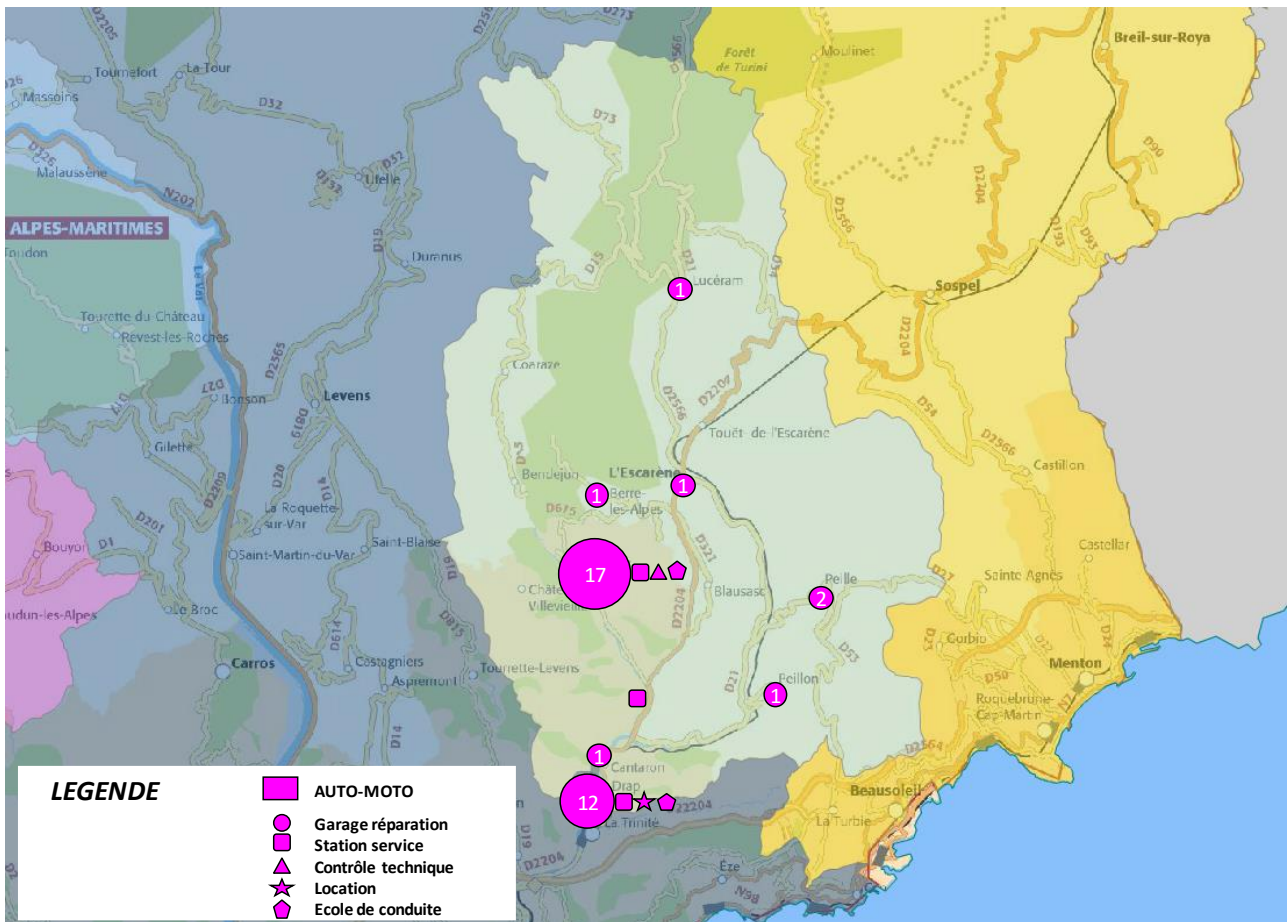
Pour le secteur culture-loisirs, la principale activité commerciale recensée est celle de fleuriste présente sur les trois principales communes ainsi qu'à la pointe de Blasasc située sur la RD2204, Cantaron et Peille.



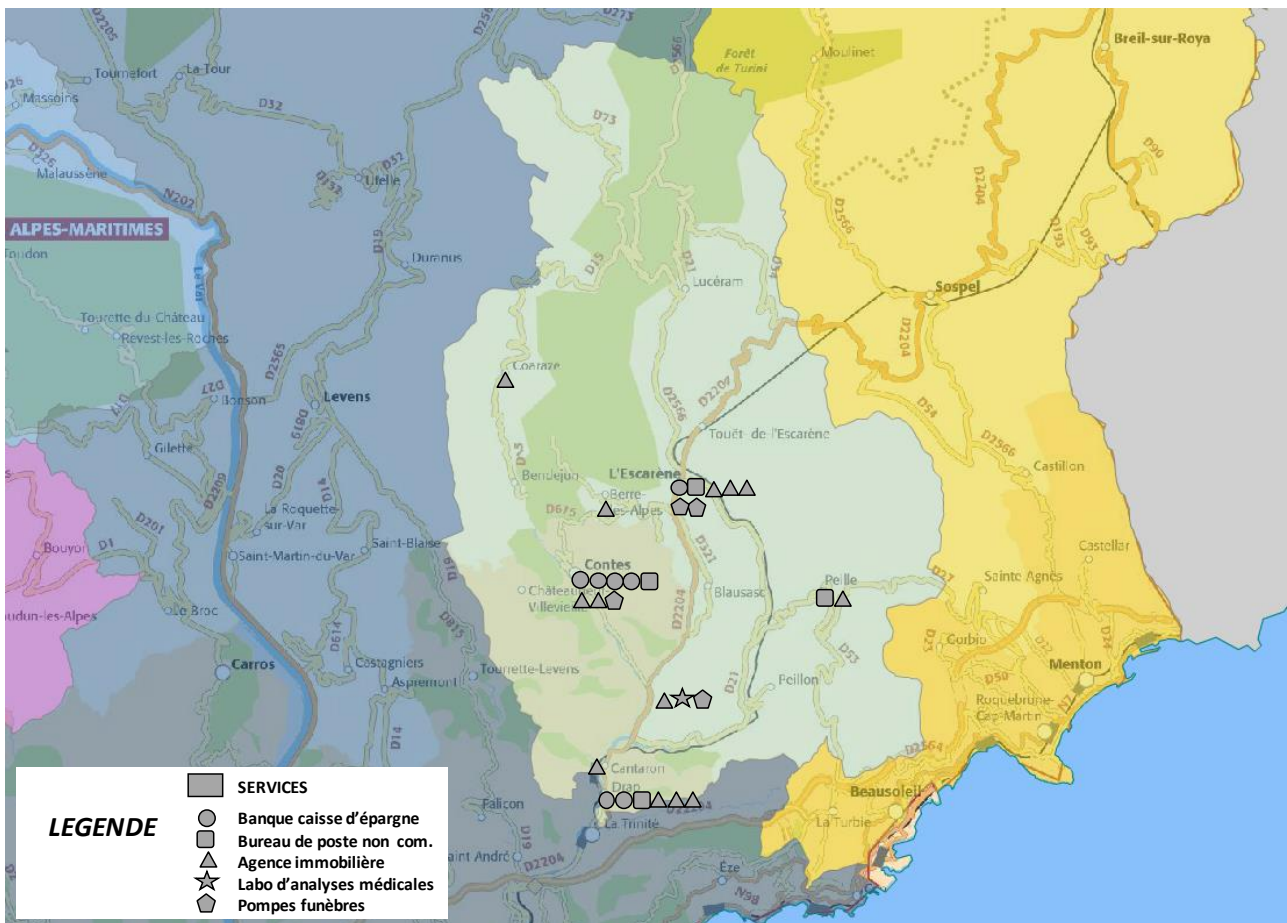
Pour le secteur cafés-restaurants-hôtels, l'offre est conséquente avec une domination toujours prégnante des principales communes du territoire. Il est à noter qu'au sein de cette offre certains cafés et restaurants font office de tabac et/ou de presse voir même d'épicerie générale de dépannage.



Pour le secteur auto-moto, l'offre se concentre essentiellement sur Contes et Drap qui accueillent en plus des activités de vente et réparation moto et automobile, une station-service, une école de conduite, un centre de contrôle technique pour Contes et une agence de location pour Drap. Sur Cantaron, l'offre en station-service correspond au supermarché Intermarché.



Pour le secteur des services, parmi les cinq références, l'offre se concentre essentiellement sur les trois principales communes et la pointe de Blausasc. On trouve sur quelques villages, des agences immobilières ainsi qu'une agence postale à Peille.



2.2.4- L'offre en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS)

Le Pays dispose d'une seule grande surface généraliste de l'enseigne Intermarché. Elle totalise 1.830 m² de surface de vente soit un « gros supermarché » dans l'échelle de classification comprise entre 400 et 2.500 m².

Idéalement localisé à la jonction des deux principaux axes de liaisons vers la conurbation littorale et irriguant l'ensemble du territoire (RD2204 et RD15), le supermarché se situe à proximité immédiate de Drap, Cantaron, Contes et La Condamine ainsi que de l'intersection avec la RD21 desservant Peillon et Peille, représentant une destination naturelle et privilégiée pour les résidents du Pays et un passage obligé pour une majorité d'entre eux.

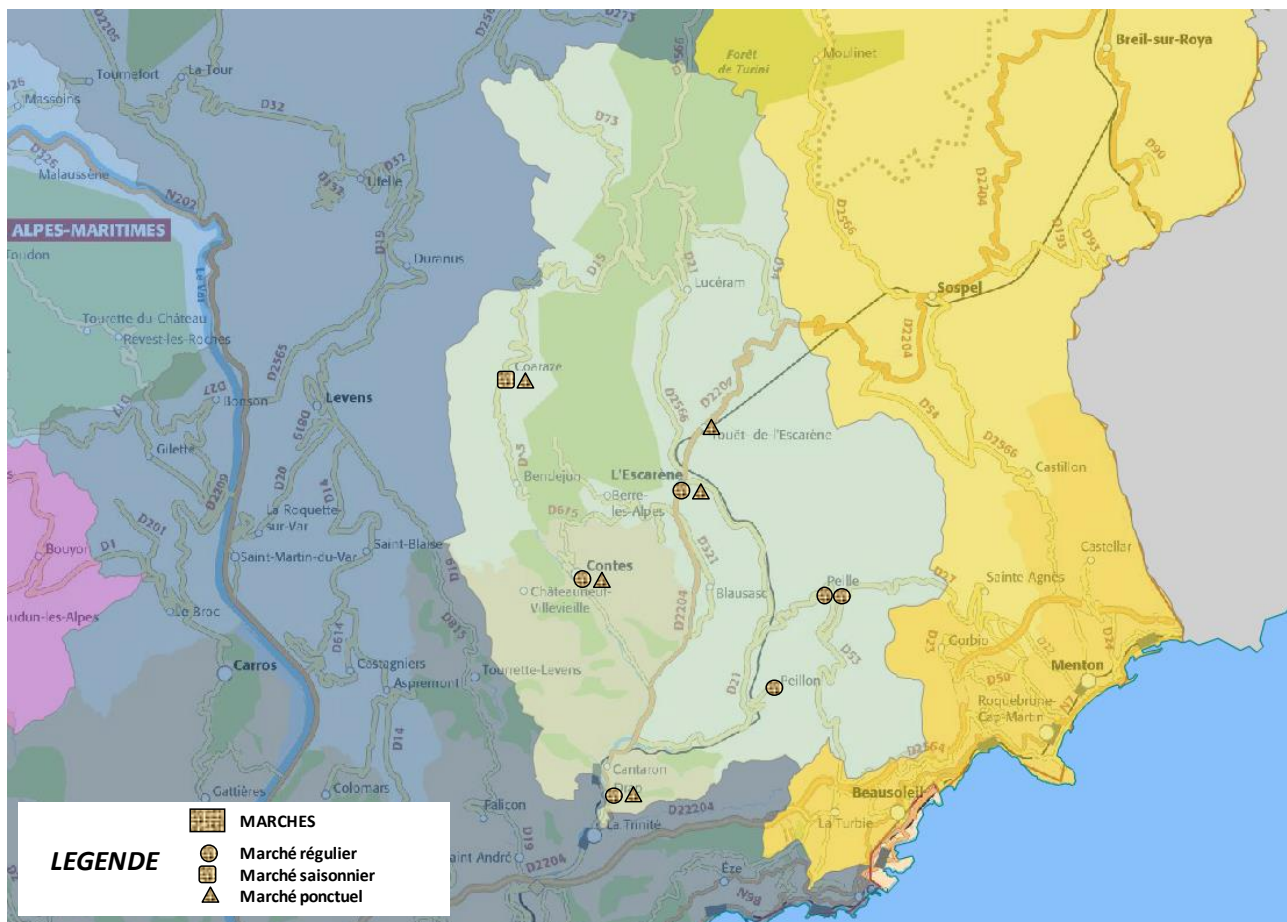
Le chiffre d'affaires témoigne de la vitalité de l'enseigne avec une progression 43,5% en 9 ans pour atteindre 23,4 millions d'euros en 2013.

2.2.5- L'offre non sédentaire

Le territoire accueille plusieurs marchés, certains réguliers avec une fréquence hebdomadaire comme à Contes, Drap, L'Escarène ainsi qu'à Peille, avec la particularité d'une tenue le mercredi après-midi à Peille village et le dimanche matin à Saint Martin au téléphérique, et Peillon, d'autres saisonniers comme à Coaraze en période estivale.

Se tiennent également des marchés et des foires ponctuelles comme les marchés de Noël à Contes, Drap et L'Escarène ou encore à Coaraze.

D'autres marchés ponctuels participent à l'animation des villages à l'occasion de fêtes locales tout au long de l'année.

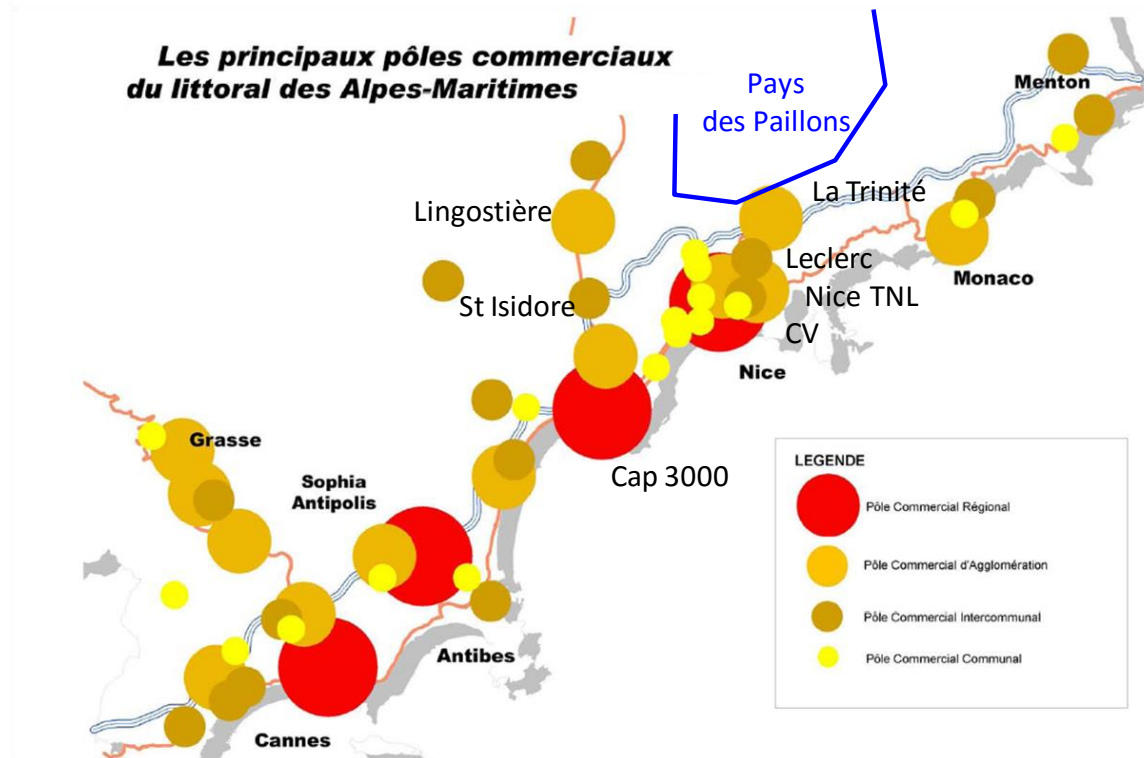


Au regard de l'offre sédentaire réduite sur certains secteurs d'activités et sur certaines communes, les marchés constituent une réponse adaptée à la demande locale par une valorisation des produits locaux comme les marchés paysans de Contes et Peille mais également par une animation régulière comme à Coaraze en période estivale, où convergent et se rencontrent les habitants et les usagers du territoire.

Les marchés et les foires constituent une offre palliative qui est à la fois fédératrice de liens sociaux, vecteur de dynamisme de la vie locale et valorisatrice du patrimoine local.

2.2- L'impact des pôles commerciaux environnants

Le Pays des Paillons est limitrophe de la communauté d'agglomération de Nice, la principale zone d'attractivité économique et concentration de population du département. Lié par la RD2204 sur son flanc littoral, le pays bénéficie de la proximité de la conurbation littorale de Cannes à Monaco, fortement dotée en implantations commerciales de premier rang.



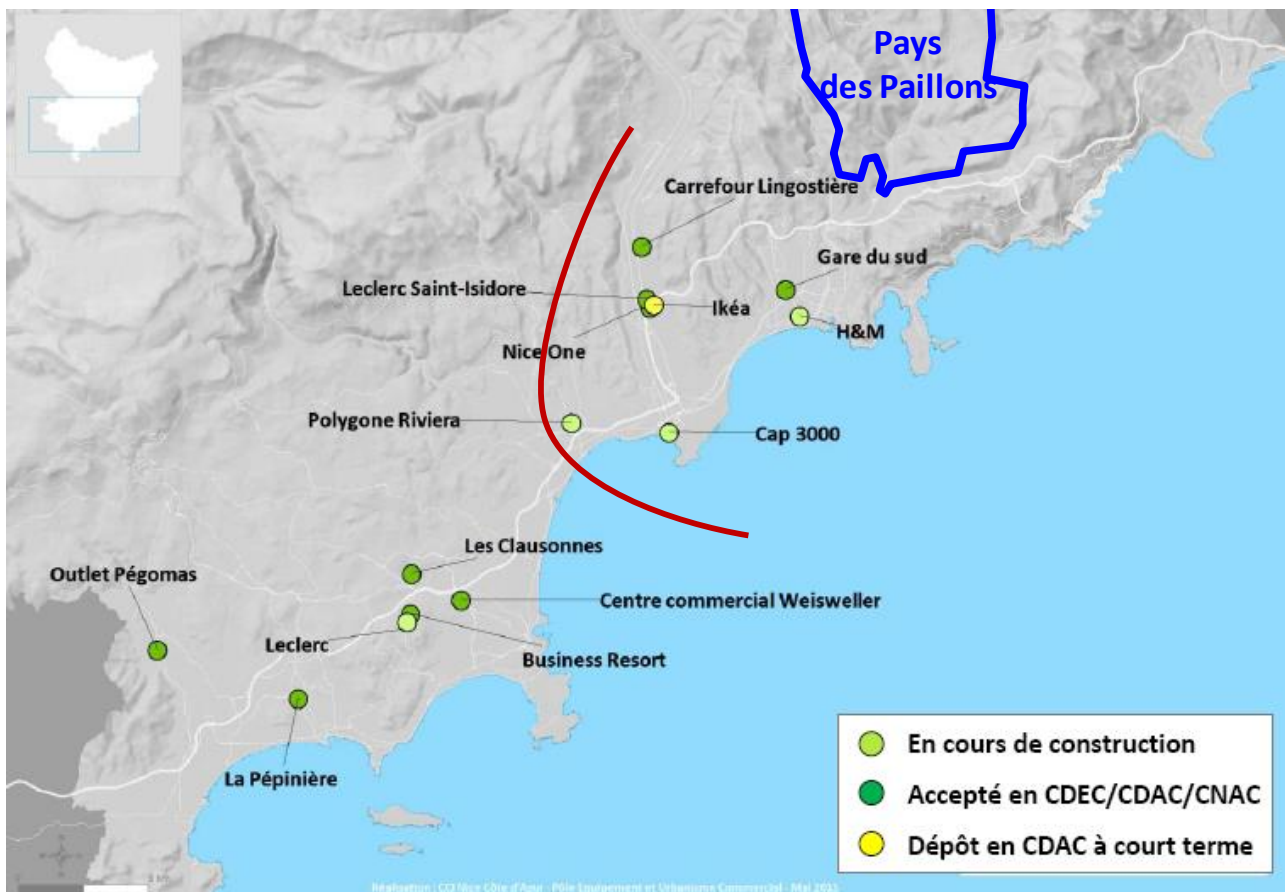
Les principales zones commerciales à proximité sont :

- Le centre commercial Auchan-La Trinité, pôle commercial d'agglomération : il bénéficie d'une surface commerciale de 18.600 m² avec un hypermarché de 13.000 m², d'une galerie marchande de 3.700 m² et d'une enseigne spécialisée en culture-loisirs Décathlon de 1.900 m². Sa zone de chalandise est estimée à 230.000 ménages, avec une fréquentation moyenne de 10 à 15.000 clients par jour. L'hypermarché réalise l'un des meilleurs paniers moyen de l'enseigne.
- Le centre-ville de Nice avec les Galeries Lafayette-Nice Etoile et le centre commercial Nice TNL, pôle commercial régional. Il est à noter que le centre Nice TNL avec 30.000 m² de surface commerciale bénéficie d'une zone de chalandise de 490.000 habitants dont 300.000 à moins de 10 minutes, avec une fréquentation moyenne de 25.000 visiteurs par jour. Entre La Trinité et le centre-ville se positionne également un hypermarché Leclerc.
- Sur la pénétrante, dans la plaine du Var, le centre commercial Leclerc-Saint Isidore, pôle commercial d'agglomération : il enregistre 9.000 m² de surface de vente dont un hypermarché Leclerc et une galerie marchande de 17 boutiques de mode et de loisirs ainsi qu'un espace culturel de 1000m².
- Toujours sur la pénétrante, le centre commercial Carrefour-Lingostière, pôle commercial régional : il bénéficie d'une surface commerciale d'environ 36.000 m² avec un premier pôle de 21.000 m² comprenant un hypermarché et une galerie marchande de 50 boutiques pour 21.000 m², un deuxième pôle axé sur l'équipement de la maison de 7.500 m² autour de l'enseigne Leroy Merlin, et d'un troisième pôle Forum Lingostière axé sur la culture et les loisirs de 7.500 m² autour de 4 moyennes surfaces, d'un cinéma multiplex et d'une galerie marchande de 25 boutiques.
- Plus à l'Ouest, en limite de la plaine du Var, le centre commercial Cap 3000, pôle commercial régional : avec une surface de 65.000 m², une galerie marchande de 126 boutiques et une enseigne Galeries Lafayette et Lafayette Gourmet de 38.000 m², avec une thématisation très forte sur l'équipement de la personne (plus de la moitié des boutiques), il bénéficie d'une zone de chalandise estimée à 1.100.000 habitants, avec une fréquentation moyenne de 18 à 35.000 clients par jour.

2.3- Les principaux projets commerciaux

Les projets commerciaux de plus de 2.000 m² en cours de construction et acceptés en Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC) et à l'étude sont nombreux sur le bassin niçois et traduisent le dynamisme du territoire⁴.

Cela se traduit par la création potentielle de 145.000 m² de surface de vente supplémentaire sur le bassin niçois sur un total de 239.100 m² à l'échelle du département, soit 61% de l'ensemble, renforçant encore l'attractivité des principaux centres commerciaux existants sur leur environnement immédiat dont le Pays des Paillons.



⁴ source CCI Nice Côte d'Azur, les projets commerciaux supérieurs à 2 000 m² envisagés dans les Alpes-Maritimes, mai 2015

Nom	Type de projet	Surface de vente (m ²)	Etat d'avancement	Commune	Promoteur
➤ Polygone Riviera	Création	38 940	En cours de construction	Cagnes sur mer	Socri
➤ Cap 3000	Extension	26 000	En cours de construction	St Laurent du Var	Altaréa-Cogédim
Leclerc	Création	4 204	En cours de construction	Vallauris	Leclerc
Business Resort	Création	10 880	Accepté en CDEC /CDAC	Vallauris	Progéral
La Pépinière	Création	17 168	Accepté en CDEC /CDAC	Le Cannet	Unibail
➤ Nice One	Création	22 700	Accepté en CDEC /CDAC	Nice	Vinci
➤ Gare du Sud	Création	3 247	Accepté en CDEC /CDAC	Nice	Icade
CC Weisweiler	Création	5 378	Accepté en CDEC /CDAC	Antibes	Opérateur local privé
Outlet Pégomas	Création	13 821	Accepté en CDEC /CDAC	Pégomas	Advantail
➤ Leclerc Saint-Isidore	Extension	12 375	Accepté en CDEC /CDAC	Nice	Leclerc
➤ Carrefour Lingostière	Extension	11 443	Accepté en CDEC /CDAC	Nice	Carrefour
Les Clausonnes	Création	42 959	Accepté en CDEC /CDAC	Valbonne	Compagnie de Phalsbourg
➤ H & M	Extension	2 990	Accepté en CDEC /CDAC	Nice	H & M
➤ Ikea	Création	27 000	Dépôt en CDAC à court terme	Nice	Ikea
Total			239 105 m²		

Les projets commerciaux de plus de 2.000 m² à l'étude et évoqués sont également nombreux sur le bassin niçois⁵. Cela se traduit par la création éventuelle de 98.200 m² de surface de vente supplémentaire sur le bassin niçois sur un total de 193.900 m² à l'échelle du département, soit 51% de l'ensemble, pouvant encore renforcer les positions dominantes de certains centres commerciaux existants et, à une échelle plus large, cristalliser les forces en présence autour de zones de chalandise très segmentées.

Il est à noter, mais ce n'est qu'une évocation, la création de 3.000 m² de surface de vente sur la commune de Blausasc à la pointe de Blausasc. Un programme immobilier accueillant des locaux commerciaux a été réalisé à la pointe de Blausasc mais sans aucune mesure avec la surface évoquée ci-dessus.

⁵ source CCI Nice Côte d'Azur, les projets commerciaux supérieurs à 2 000 m² envisagés dans les Alpes-Maritimes, mai 2015

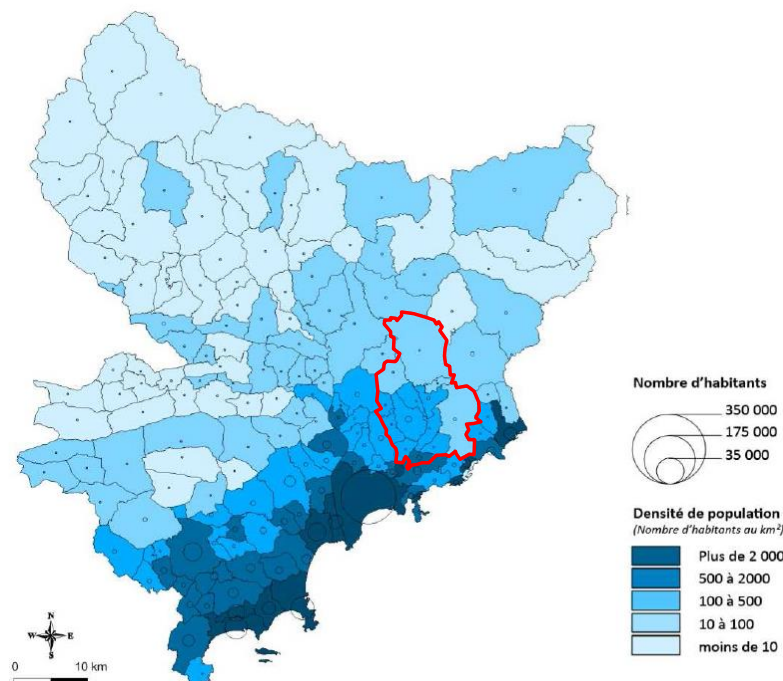


Nom	Type de projet	Surface de vente (m ²)	Etat d'avancement	Commune	Promoteur
➤ Décathlon	Création	6 000	Projeté	Nice	Décathlon
Carrefour Saint-Claude	Extension	11 000	Projeté	Antibes	Carrefour
➤ Castorama Brico Dépôt	Extension	4 314	Projeté	Nice	Castorama
➤ Nalod's	Création	6 890	Projeté	Nice	Nalod's
➤ Boulanger	Création	4 950	Projeté	Nice	Boulanger
➤ Leroy Merlin	Modification substantielle	Restructuration sur site	Projeté	Nice	Leroy Merlin
➤ Alinéa	Création	6 000	Projeté	Nice	Alinéa
Espace Martelly	Création	8 500	Projeté	Grasse	Non défini
➤ Méridia	Création	5 000	Projeté	Nice	Non défini
➤ Gare Thiers SNCF	Création	6 000	Projeté	Nice	A2C-SNCF
Les Maurettes	Création	3 500	Projeté	Villeneuve-Loubet	Icade
Gare de Cannes	Création	2 400	Projeté	Cannes	Vinci
➤ Terrain Aubert	Création	9 000	Projeté	Nice	Sogéprom
➤ Cœur de Carnoles	Création	2 000	Projeté	Roquebrune-Cap-Martin	Non défini
Leroy Merlin	Extension	10 000	Projeté	Vallauris	Leroy-Merlin
La Bastide rouge	Création	3 500	Projeté	Cannes	Non défini
Retail park la Siagne	Création	50 000	Evoqué	Mandelieu-la-Napoule	Unibail
Renault	Extension - Restructuration	6 800	Evoqué	Antibes	Renault
➤ Parc des expositions	Création	25 000	Evoqué	Nice	Non défini
➤ Pôle multimodal	Création	8 000	Evoqué	Nice	Non défini
➤ Anatole France	Création	12 000	Evoqué	La Trinité	Non défini
➤ Pointe de Contes	Création	3 000	Evoqué	Blausasc	Non défini
Total			193 854 m²		

3. Développement durable et économie de la demande

3.1- Poids, densité de population et répartition spatiale

Le poids de population du pays des Paillons représente 2,4% de la population totale du département, alors que, pour rappel, l'offre commerciale ne représente que 0,8% de l'ensemble du département. Les communes du Pays les plus densément peuplées se situent à proximité de la conurbation niçoise alors qu'en s'éloignant vers le Nord du territoire les communes enregistrent une densité de population beaucoup plus faible.

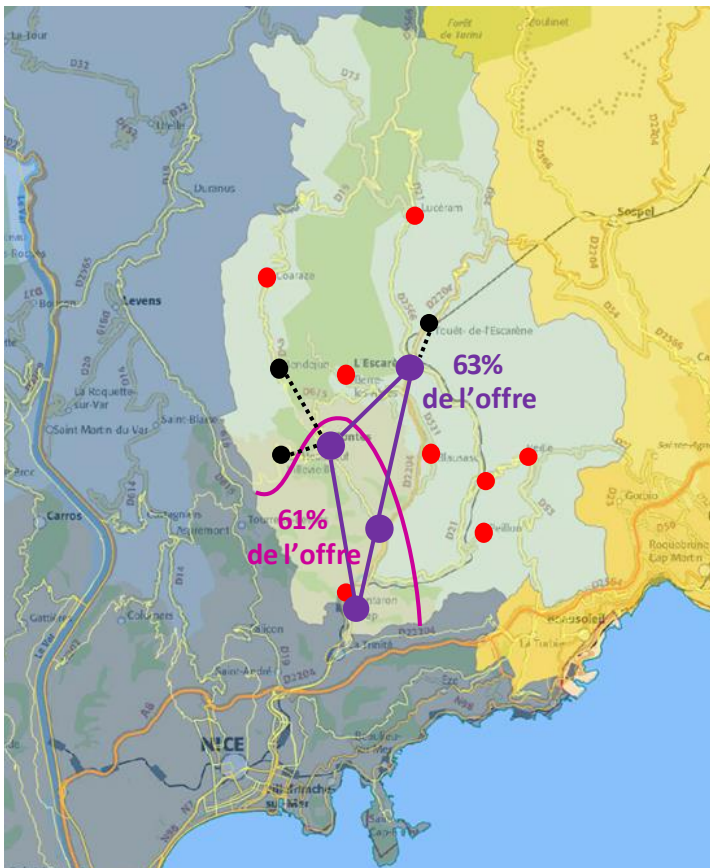


source CCI Nice Côte d'Azur, Commercicity06, principaux indicateurs en matière d'équipement et d'urbanisme commercial, 2014

Ainsi sur le Pays, l'essentiel de l'offre commerciale se situe là où la densité de population est la plus importante : Drap, la pointe de Cantaron, la pointe de Blausasc et Contes ainsi que L'Escarène au centre du territoire.

Les communes de Drap, Contes, Cantaron et Blausasc totalisent 55% de la population pour 61% de l'offre commerciale incluant le supermarché.

Les trois communes les plus peuplées totalisent 54% de la population pour 63% de l'offre commerciale incluant toujours le supermarché.



Le territoire lui-même enregistre un déséquilibre entre la répartition de sa population et celle de son offre commerciale contribuant à une certaine dépendance d'une partie de la population vis-à-vis des communes les mieux équipées. Les résidents des communes de Touët de L'Escarène (aucun commerce), de Châteauneuf-Villevieille (un commerce) et de Bendejun (trois commerces) sont les plus dépendants vis-à-vis de l'offre commerciale environnante.

3.2- Le niveau d'équipement commercial

Les ratios moyens nationaux de densité commerciale (nombre de commerces pour 1.000 habitants) en comparaison de ceux du Pays des Paillons traduisent une faiblesse marquée de l'offre commerciale sur le territoire.

Sur les principaux postes, que ce soit en non spécialisé, en alimentaire, en hygiène-santé-beauté, en équipement de la personne et de la maison ainsi qu'en culture-loisirs, l'offre est sous-représentée.

Seuls quelques activités se démarquent de cette tendance sous effective comme les épiceries, les activités de soins et beauté (dont il est nécessaire de rappeler que certaines officient en itinérance à domicile), les fleuristes, les établissements de restauration, cafés et tabac-presse, les établissements de réparation-vente auto-moto, les laboratoires d'analyses médicales, les bureaux de postes et les services de pompes funèbres

activités	Pays des Paillons			
	moyenne nationale 1 commerce pour	ratio pour 1000 habitants	situation théorique	situation réelle
			activités	activités
libre-service (inf 120 m2)	2 381	0,42	11,0	1
supérette (120 à 400 m2)	5 000	0,20	5,2	2
supermarché (400 à 2.500 m2)	5 556	0,18	4,7	1
hypermarché (sup 2.500 m2)	44 000	0,02	0,6	0
boulangerie-pâtisserie	1 176	0,85	22,3	16
boucherie-charcuterie	2 500	0,40	10,5	4
poissonnerie	22 258	0,04	1,2	2
produits surgelés	46 400	0,02	0,6	0
épicerie-divers	3 000	0,33	8,7	10
pharmacie	2 632	0,38	10,0	7
optique	10 060	0,10	2,6	1
coiffure	935	1,07	28,1	24
soins de beauté-esthétique	3 333	0,30	7,9	28
pressing	5 263	0,19	5,0	1
hygiène-parfumerie	8 985	0,11	2,9	1
confection/prêt-à-porter	1 050	0,95	25,0	2
bijouterie	8 120	0,12	3,2	2
chaussures	5 263	0,19	5,0	1
électroménager	5 000	0,20	5,2	3
meubles-literie	5 263	0,19	5,0	2
décoration-art-de-la-table	5 000	0,20	5,2	0
GMS bricolage-jardinerie-divers	13 080	0,08	2,0	0
CD bricolage-jardinerie-divers	5 000	0,20	5,2	0
revêtement murs et sols	37 970	0,03	0,7	0
informatique-téléphonie-audio-vidéo	7 692	0,13	3,4	0
photo	8 500	0,12	3,1	0
fleurs-graines	3 571	0,28	7,4	9
cafés-tabacs, restauration	500	2,00	52,5	57
réparation automobile	1 040	0,96	25,2	36
contrôle technique	11 320	0,09	2,3	1
location automobile	14 610	0,07	1,8	1
auto-école	5 130	0,19	5,1	2
laboratoire d'analyses médicales	15 500	0,06	1,7	2
agence immobilière	1 031	0,97	25,5	13
banque	1 900	0,53	13,8	7
bureau de poste	5 400	0,19	4,9	4
pompes funèbres	10 000	0,10	2,6	4

3.3- La fréquentation locale et l'évasion commerciale

Le poids de l'offre locale contenu traduit un niveau d'évasion relativement important compte tenu de la proximité de pôles commerciaux majeurs présents sur le bassin niçois.

Ce niveau d'évasion peut être estimé au regard des principaux ratios des dépenses commercialisables françaises corrigés par les Indices de Disparité de Consommation (IDC) locaux rapportés aux chiffres d'affaires des activités présentes selon des rendements moyens.

Ainsi sur la base du marché potentiel local constitutif de 26.248 habitants, limité aux principaux secteurs d'activités (cf. tableau ci-après), qui représente environ 155 millions d'euros de dépenses commercialisables, il apparaît que le commerce local du Pays des Paillons enregistre une pénétration très limitée sur son marché potentiel :

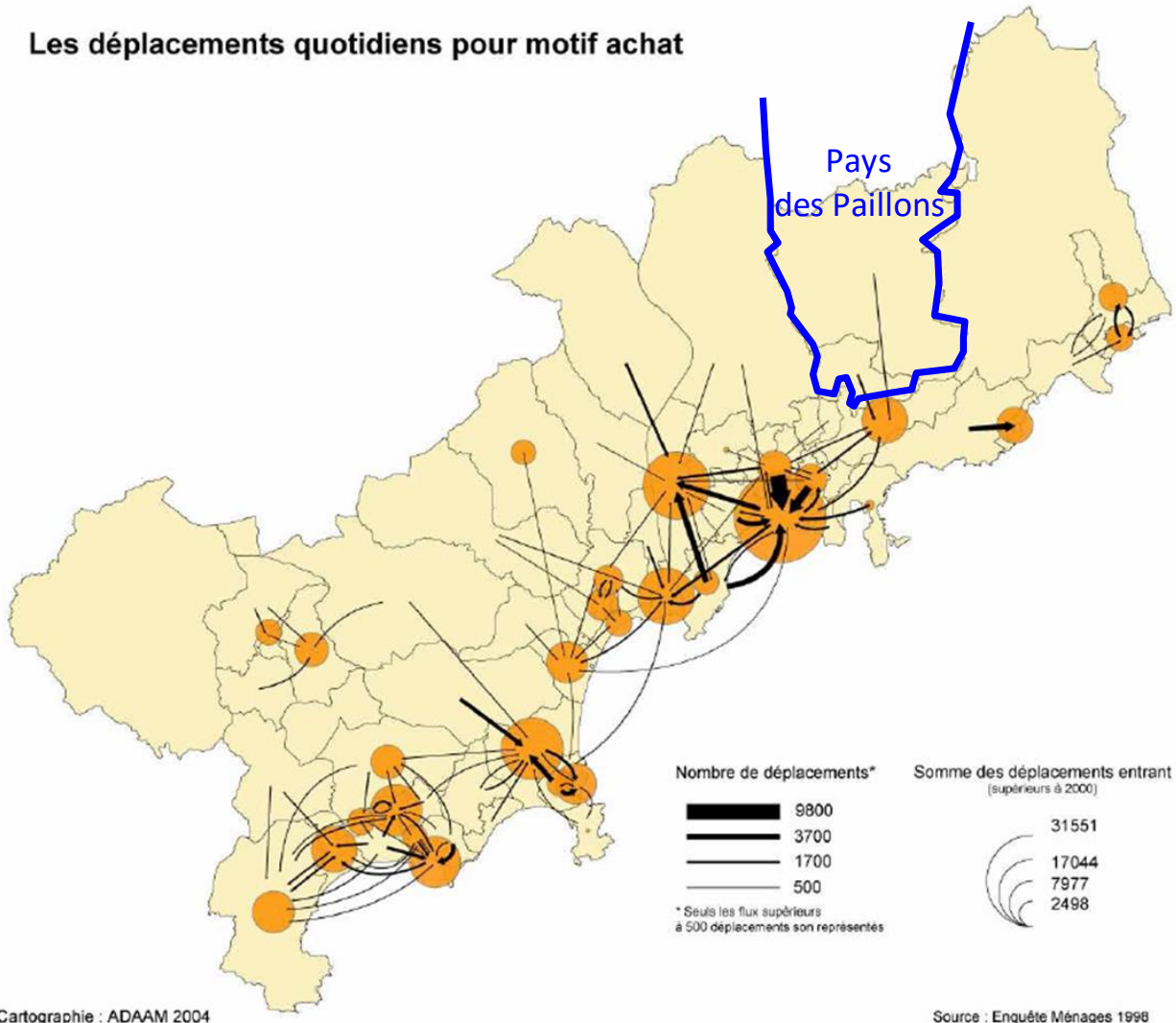
- Concernant le commerce de proximité, le niveau d'emprise réel se limite à 23% alors que l'emprise théorique (valeur nationale moyenne) est évaluée à 61%. Dans le détail, sur les 155 millions d'euros du marché potentiel, le commerce de proximité qui devrait en capter 93 n'en capte que 35 millions. Son marché potentiel théorique de 26.248 habitants se limite donc à environ 9.800 habitants.

en Md€	emprise théorique	emprise réelle
alimentaire	13,51	8,28
repas - conso° extérieure	14,30	6,24
hygiène - santé - beauté	20,15	12,99
équipement de la personne	11,22	1,23
équipement de la maison	18,31	2,20
divers et loisirs	15,91	3,87

- Concernant les libres-services/supérettes, le niveau d'emprise réel se limite à 1% alors que l'emprise théorique (valeur nationale moyenne) est évaluée à 3%. Dans le détail, sur les 155 millions d'euros du marché potentiel, les libres-services/supérettes qui devraient en capter 5 n'en captent que 1,5 millions. Leur marché potentiel théorique de 26.248 habitants se limite donc à environ 8.600 habitants.
- Concernant les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) représentées par l'unique supermarché Intermarché à la pointe de Cantaron, le niveau d'emprise réel atteint 15% alors que l'emprise théorique (valeur nationale moyenne) est évaluée à 31%. Dans le détail, sur les 155 millions d'euros du marché potentiel, les GMS qui devraient en capter 48 n'en captent que 23,4 millions, soit le chiffre d'affaires du supermarché. Le marché potentiel théorique de 26.248 habitants se limite donc à environ 13.000 habitants.

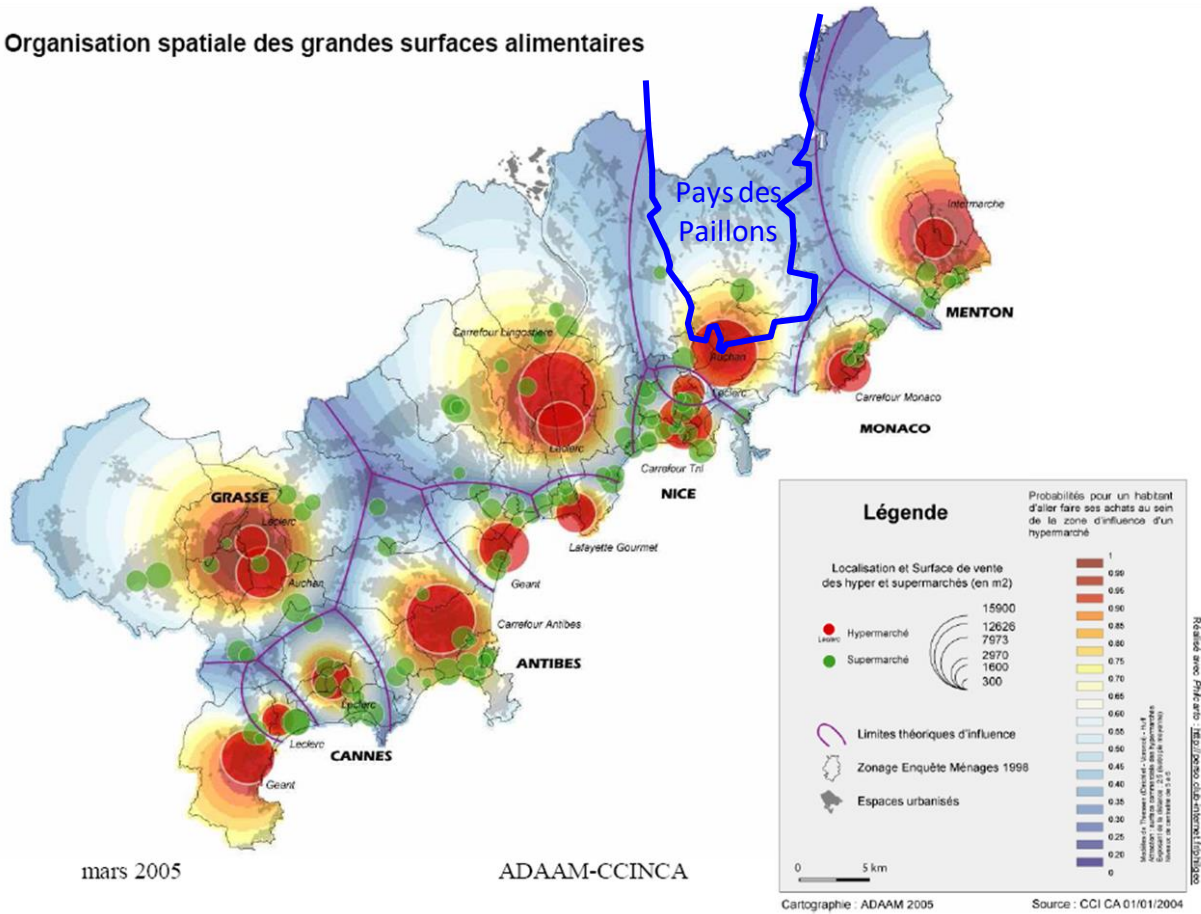
Les principaux centres et zones bénéficiaires de l'évasion constatée se situent sur le bassin niçois, notamment avec la présence du centre commercial Auchan-La Trinité en mitoyenneté du territoire. Les déplacements quotidiens pour motif achat mettent en évidence l'importance des déplacements du Pays des Paillons vers le centre commercial Auchan-La Trinité notamment en ce qui concerne les communes de Drap et de Cantaron.

Les déplacements quotidiens pour motif achat



Une autre représentation est celle de la zone d'influence des grandes surfaces non spécialisées et alimentaires du département où la probabilité pour un habitant du Pays des Paillons d'aller faire ses courses (en non spécialisé et alimentaire) sur le centre commercial Auchan-La Trinité reste très élevée : proche de 100% pour les résidents de Drap et Cantaron et variant autour de 50% pour les résidents de Lucéram et Coaraze.

Organisation spatiale des grandes surfaces alimentaires



mars 2005

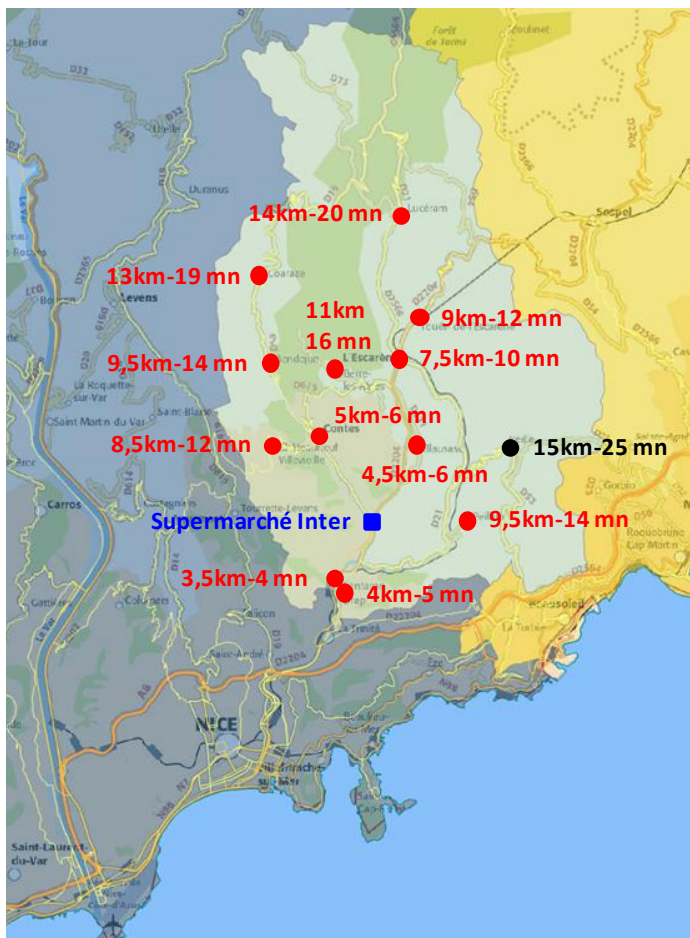
ADAAM-CCINCA

3.4- L'accessibilité des principales destinations commerciales

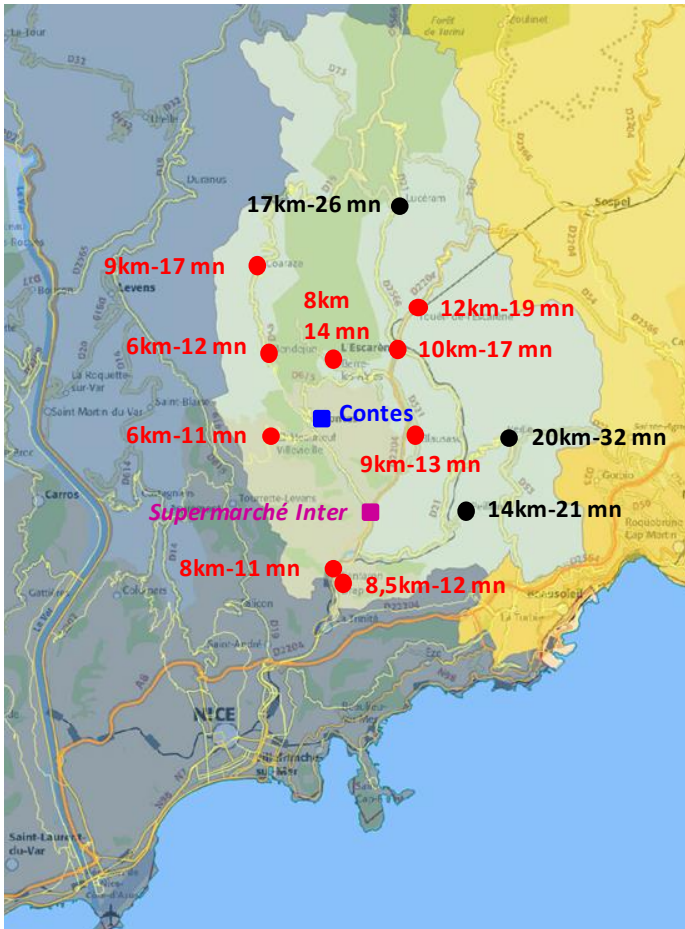
Le territoire du Pays des Paillons est soumis à une topographie contraignante qui accentue les temps de parcours notamment pour les communes les plus isolées et décentrées des principaux axes et les communes les plus éloignées, situées au Nord du territoire, principalement irriguée par un maillage routier de voies départementales et par un réseau ferroviaire.

Au Sud du territoire, les communes comme Drap et Cantaron bénéficient immédiatement de tous les types d'infrastructures de transport (L'A8 à proximité, le réseau ferroviaire littoral et les routes nationales desservant les principaux pôles multimodaux).

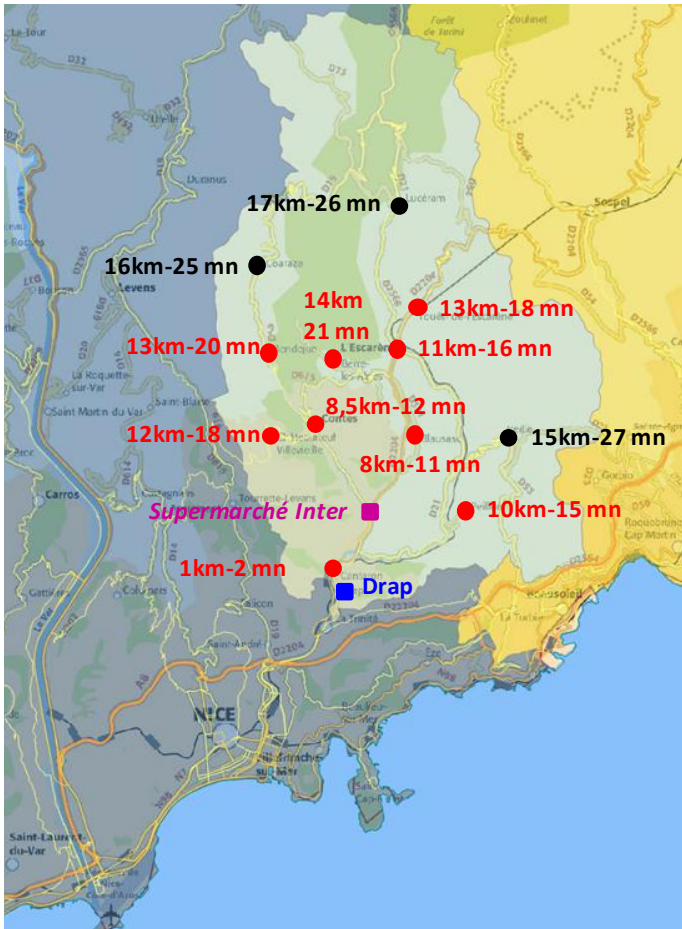
Au sein du territoire, le supermarché Intermarché et les commerces de la pointe de Blausasc bénéficient d'une situation privilégiée via la RD2204 qui les rend accessibles en 20 minutes et moins pour l'ensemble des communes hormis Peille (25 minutes). Cette destination est incontournable pour les résidents du Pays hormis pour ceux de Drap et Cantaron plus proches du centre commercial Auchan-La Trinité beaucoup plus attractif en termes d'offre et de choix.



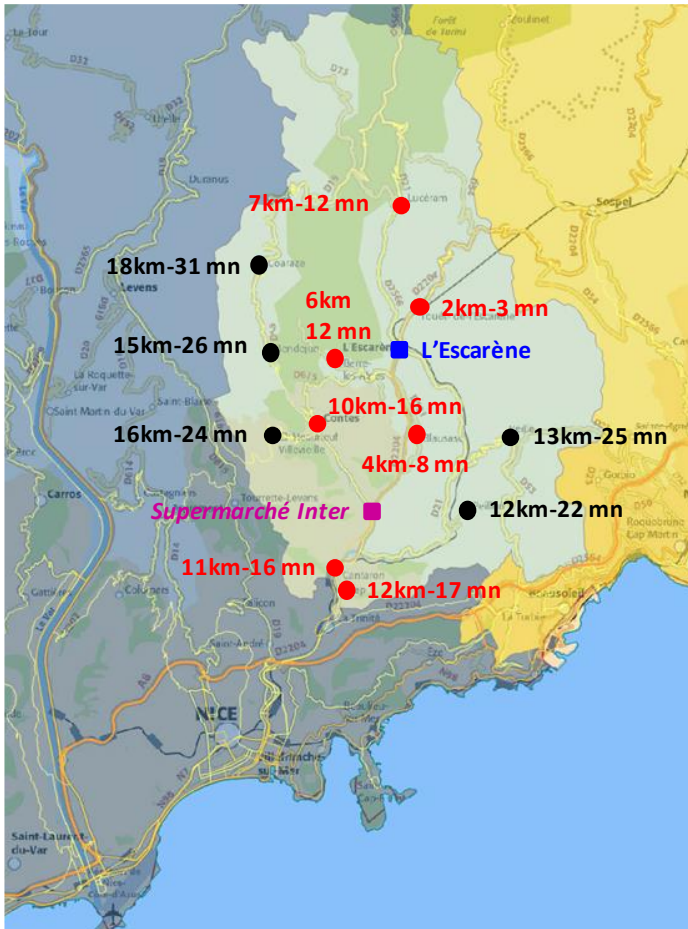
Les commerces de Contes bénéficient également d'une bonne attractivité au regard de la situation centrale de la commune au sein du territoire, qui les rend accessibles en 20 minutes et moins pour la majorité des communes hormis Peillon (21 minutes), Lucéram (26 minutes) et Peille (32 minutes). Cette destination est essentielle pour les résidents des communes situées à hauteur et au Nord de Contes, sachant que les communes plus au Sud restent tournées vers le supermarché Intermarché et le centre commercial de La Trinité beaucoup plus attractifs.



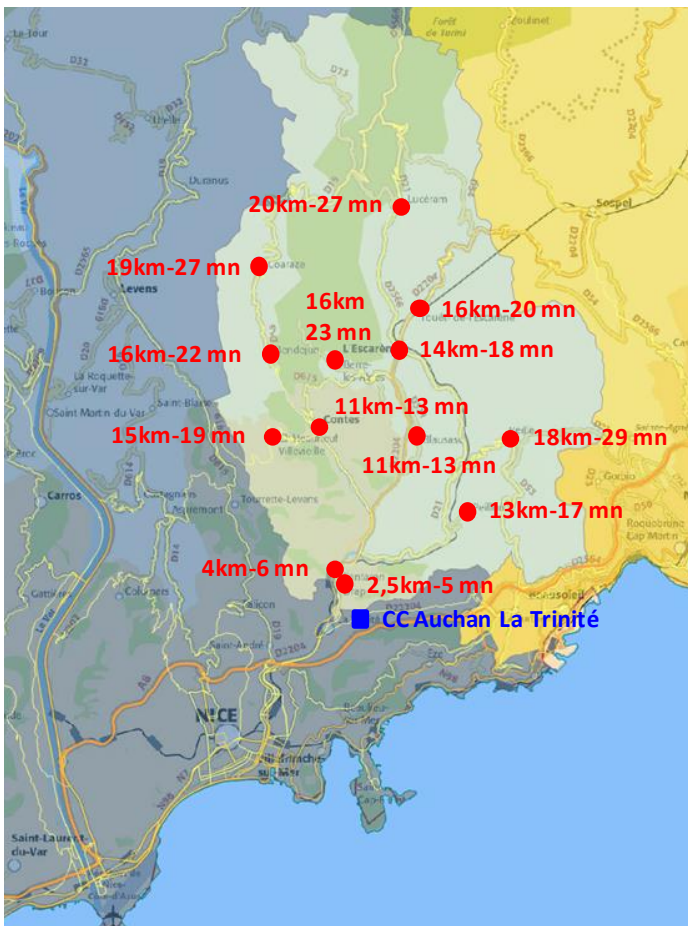
Les commerces de Drap bénéficient également d'une bonne attractivité au regard de la pénétrante, qui les rend accessibles en 20 minutes et moins pour la majorité des communes hormis Lucéram (26 minutes), Coaraze (25 minutes) et Peille (27 minutes). Cette destination constitue un complément d'offre compte tenu de sa situation entre le supermarché Intermarché et le centre commercial de La Trinité beaucoup plus attractifs, qui se situent également sur le trajet des domicile-travail entre les communes du Pays et le bassin niçois.



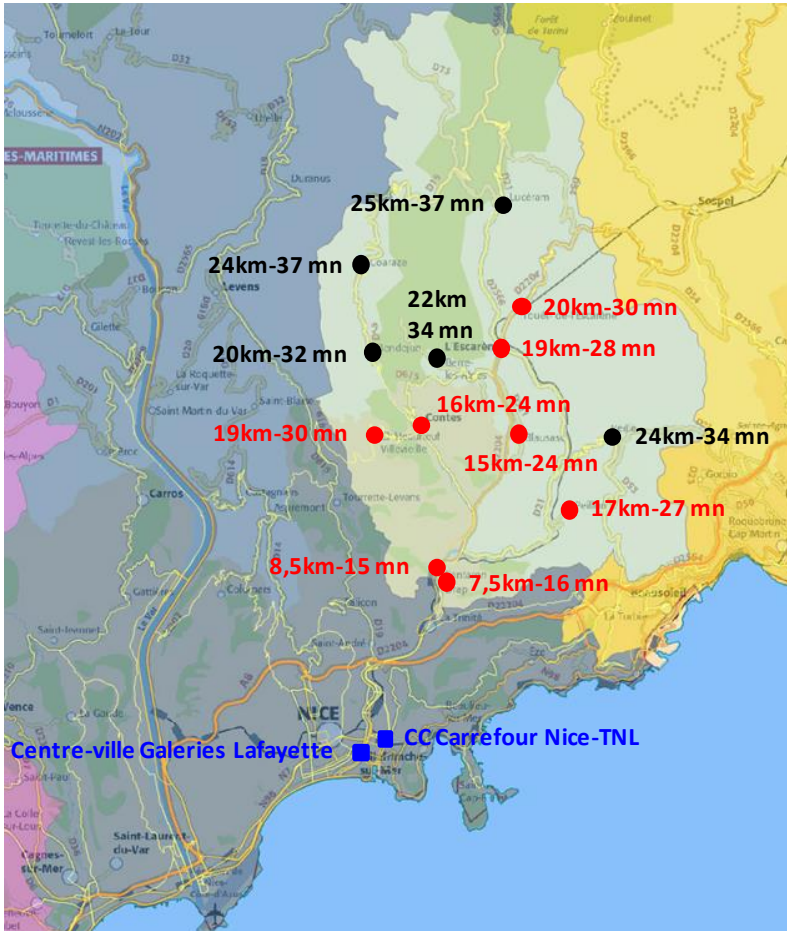
Les commerces de L'Escarène bénéficient d'une attractivité relative en ne répondant qu'aux résidents des communes les plus proches et situées au Nord du territoire. L'ensemble des communes en lisière Est et Ouest sont au-delà des 20 minutes et les communes plus au Sud bénéficient d'une meilleure proximité vers le supermarché Intermarché et le centre commercial de La Trinité beaucoup plus attractifs.



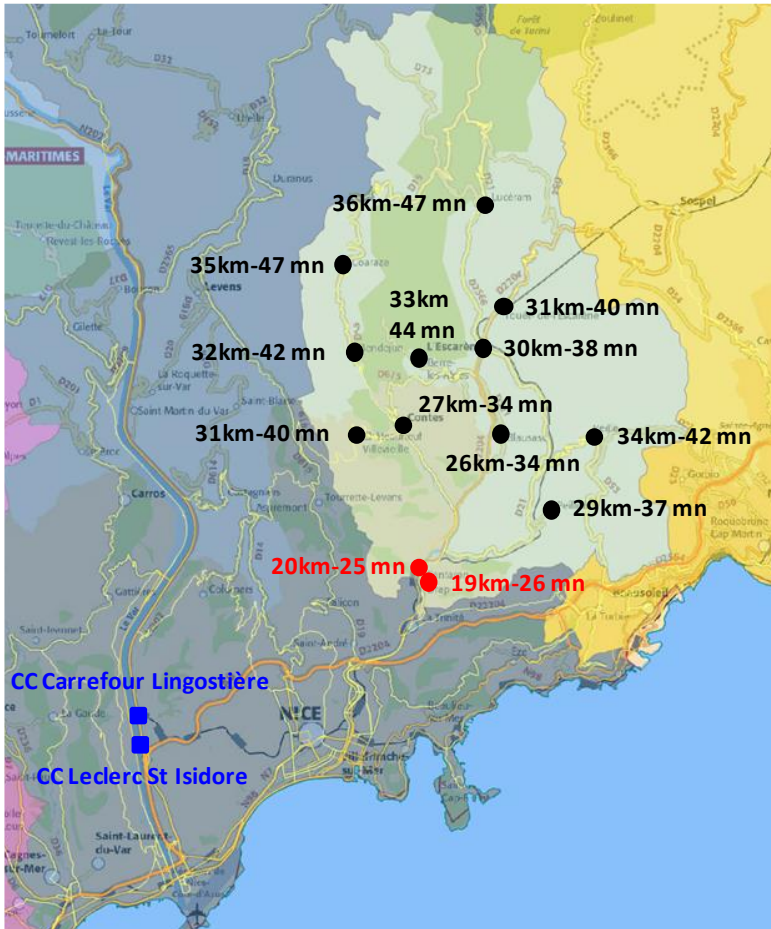
Le centre commercial Auchan-La Trinité par son importance bénéficie d'une très forte attractivité depuis les communes du Pays des Paillons, toutes à moins de 30 minutes, malgré la présence sur le trajet du supermarché Intermarché pour l'ensemble des communes situées au dessus de Cantaron. Cette dernière et Drap sont d'ailleurs davantage tournées vers le centre de La Trinité beaucoup plus attractifs.



Le centre ville de Nice et ses locomotives (Nice Etoile, Nice TNL ainsi que la proximité de l'hypermarché Leclerc) bénéficie également d'une très bonne attractivité depuis les communes du Pays des Paillons, hormis les communes situées le plus au Nord à plus de 30 minutes.



Les centres commerciaux Carrefour-Lingostière et Leclerc-Saint Isidore ne répondent qu'à deux communes, Drap et Cantaron, situées à moins de 30 minutes. Leur éloignement en fait des destinations plus occasionnelles et ciblées sur certaines enseignes spécialisées.



De même, le centre commercial Cap 3000 ne répond qu'aux deux mêmes communes, Drap et Cantaron, situées à moins de 30 minutes ; à noter que Contes et Blausasc sont proches des 30 minutes, soit les principales communes du Pays. La spécificité de ce centre essentiellement orienté vers l'équipement de la personne en fait également une destination plus occasionnelle selon un acte de visite programmé où le temps de parcours ne constitue pas un critère décisif dans le choix de la destination.

