



**PRÉFET
DES BOUCHES-
DU-RHÔNE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Attractivité des pôles commerciaux et urbanisme commercial

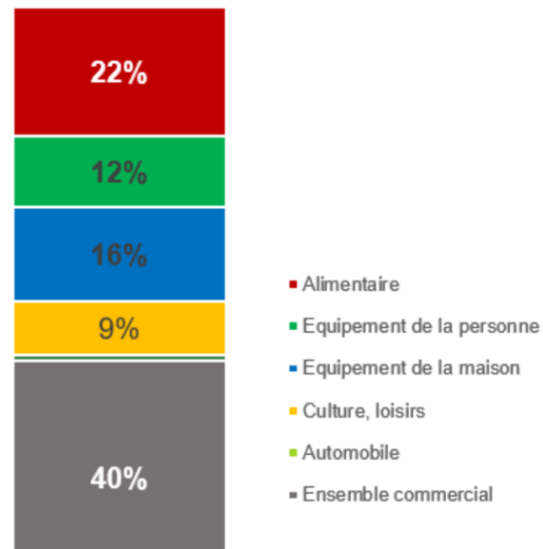
DDTM 13 – Julien Langumier – 18 septembre 2025

1. Rappel des enjeux de l'urbanisme commercial

SDUC sur AMP 2018:

- 1000 grandes et moyennes surfaces, soit 1,5M m²
- 770m²/1000 habitants, 10 % supérieur à la moyenne nationale
- 500 000m² autorisés en CDAC entre 2010 et 2021, 2* la moyenne des grandes métropoles
- 10,5 Mds de CA dont 60 % en alimentaire pour un potentiel de dépenses des ménages de 10,8 Mds d'euros.

Répartition des autorisations délivrées en CDAC/CNAC à l'échelle d'Aix-Marseille Provence Métropole entre 2010 et 2021 par typologie d'activités



Source : Préfecture Bouches du Rhône



1. Rappel des enjeux de l'urbanisme commercial

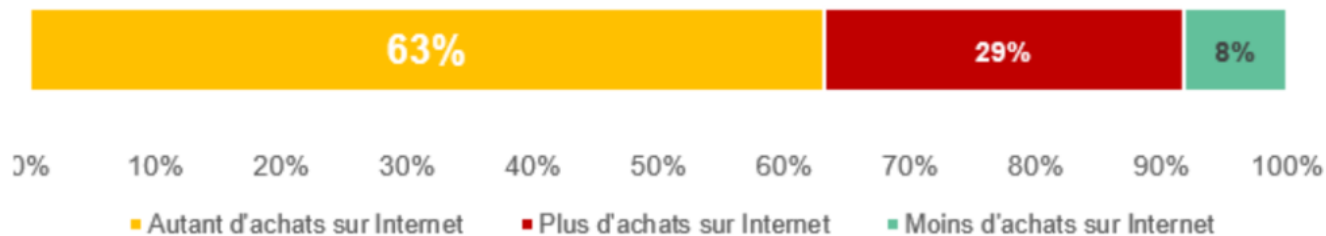
SDUC sur AMP 2018:

-Taux d'évasion très faible, hors commerce en ligne (10 % hors alimentaire).

E-commerce : passage de 8 % en 2018 à 15 % en 2021.

→ parc surdimensionné

Perspectives de développement des achats en ligne pour les ménages d'Aix-Marseille-Provence-Métropole dans les années à venir



Source : Enquête consommation des ménages - 2018

SDUC AMP 2018

Sur l'alimentaire : fin du gigantisme au profit des formats intermédiaires et de proximité, des drive.

Hors alimentaire : fin des création ex-nihilo en requalifiant les zones existantes

→ faible potentiel de développement : 50 000m²
à horizon 2026 / 16 % de vacance en moyenne
dans les centre-villes



Intermarché (ex-Géant) Plan de Campagne ferme ses portes et laisse un grand point d'interrogation

par Christina Nils · 26 avril 2025 at 08h40 (Updated on 27 avril 2025 at 08h02)





2. Etude CEREMA sur les déplacements liés aux pôles commerciaux

- Etude sur les déplacements liés aux pôles commerciaux réalisée en 2017 par le Cerema sur la base des données de l'Enquête Ménages Déplacements des Bouches-du-Rhône 2008-2009
- Nouvelle enquête mobilité en 2020 (EMC2 de la Métropole Aix-Marseille Provence)
- Des enquêtes ont été réalisées sur les **déplacements du week-end** en 2020, contrairement en 2009
- Plusieurs pôles commerciaux majeurs ont vu le jour entre 2009 et 2020 (Terrasses du Port, Prado Shopping sur Marseille ou le Village des Marques à Miramas)
- Baisse de la mobilité pour le motif achat entre 2009 et 2020

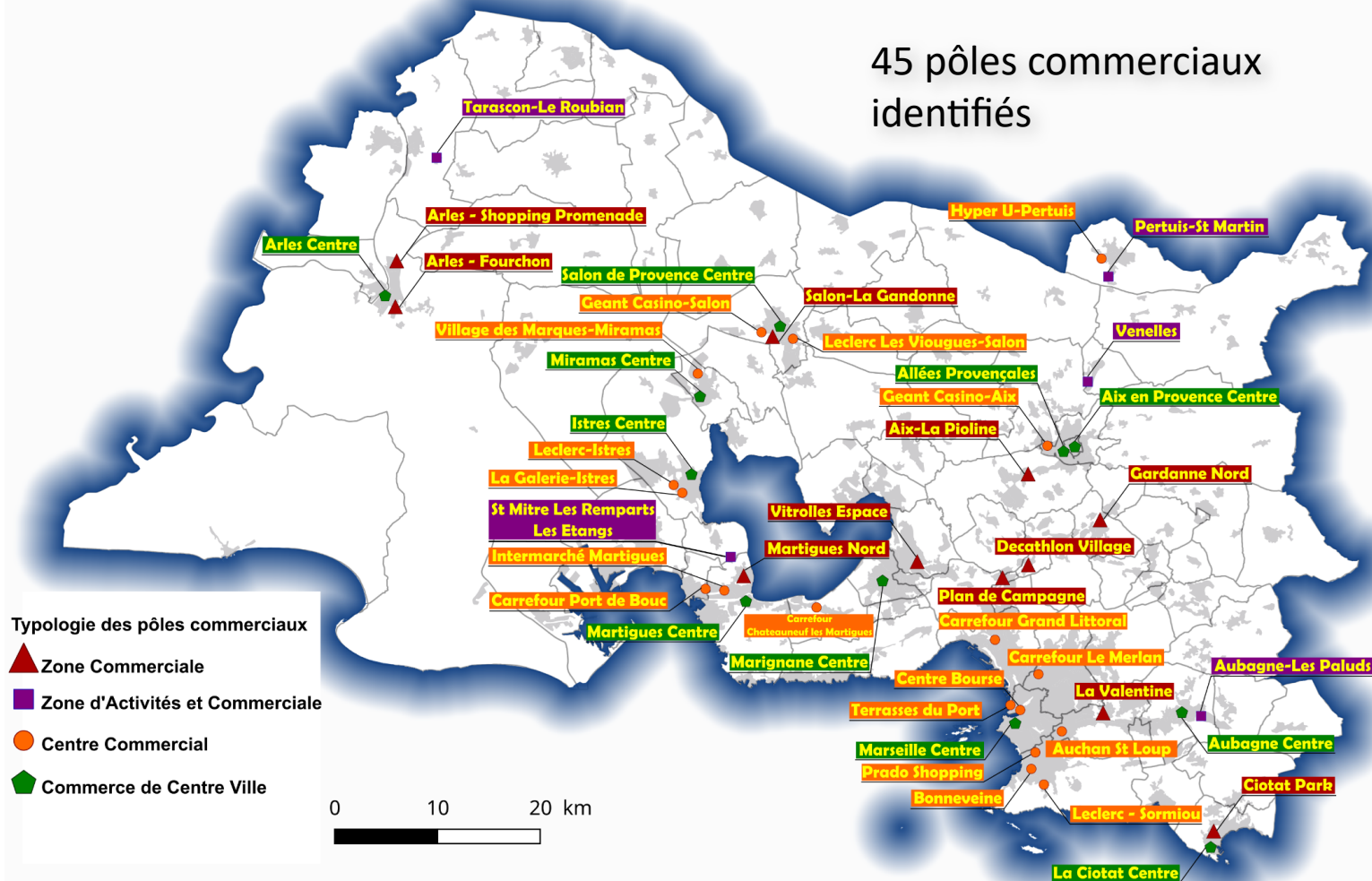


PRÉFET
DES BOUCHES-
DU-RHÔNE

Liberté
Égalité
Fraternité

Typologie des pôles commerciaux identifiés par l'EMC2 de 2020

45 pôles commerciaux
identifiés



Temps de présence plus court.

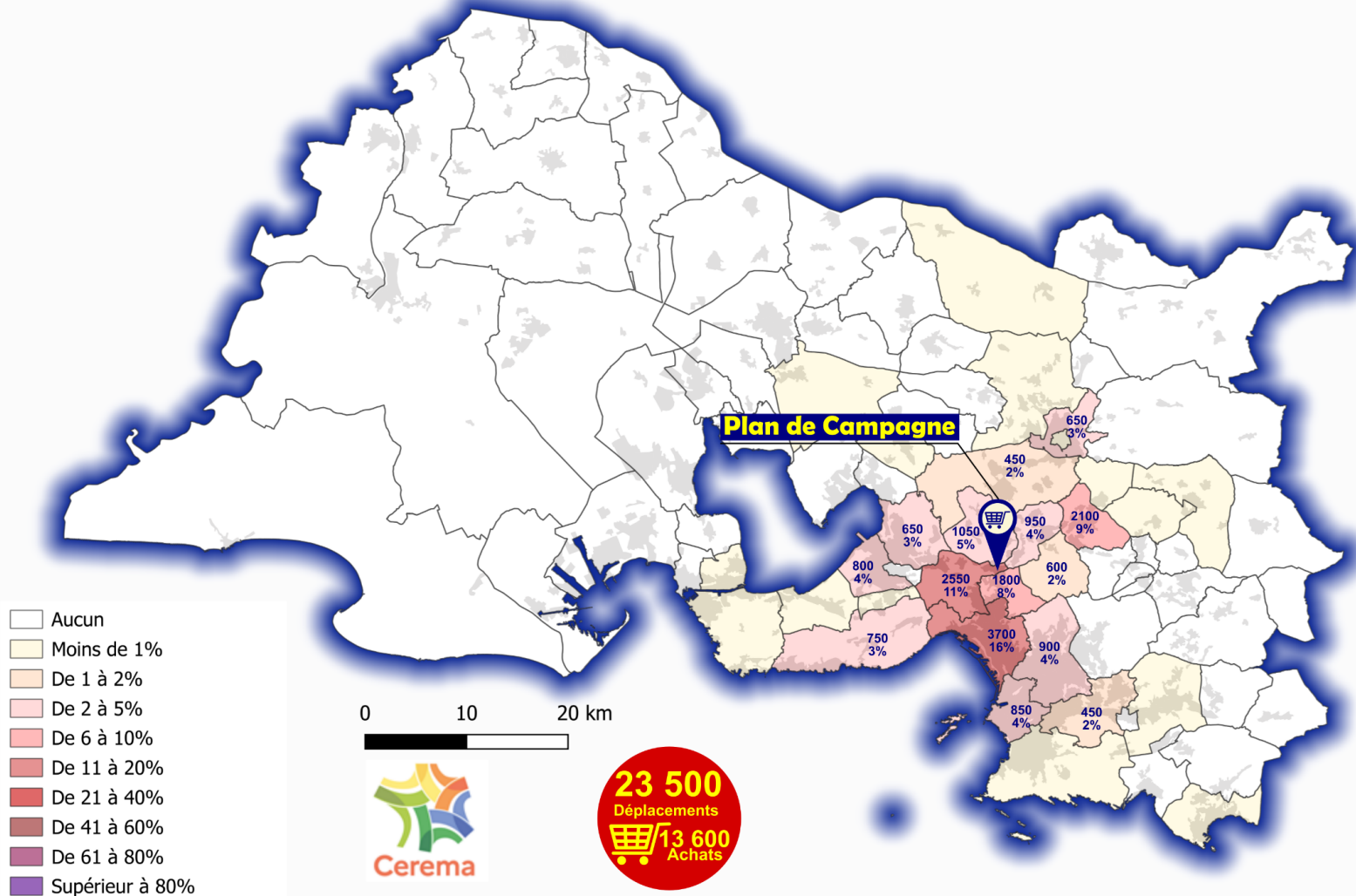
Direction départementale



PRÉFET
DES BOUCHES-
DU-RHÔNE

Liberté
Égalité
Fraternité

Répartition des déplacements à destination du pôle commercial de Plan de Campagne selon la zone de résidence - jour moyen semaine



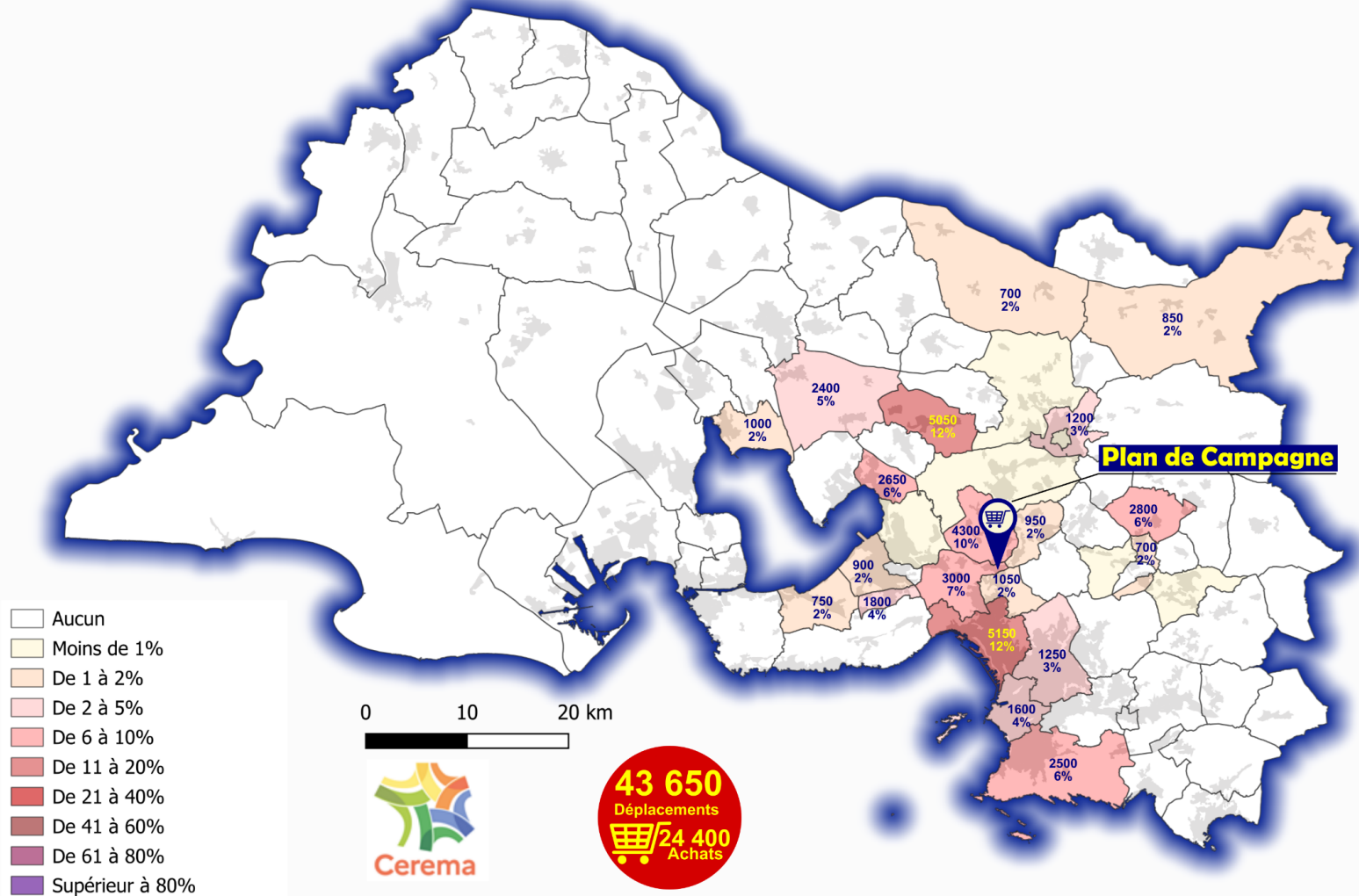
Sources : IGN BD Cartho-Enquête Mobilité Certifiée Cerema Aix-Marseille Métropole 2020 - Conception : CEREMA/DTerMed/DMOB/EST/Sitnica Goran



PRÉFET
DES BOUCHES-
DU-RHÔNE

Liberté
Égalité
Fraternité

Répartition des déplacements à destination du pôle commercial de Plan de Campagne selon la zone de résidence - samedi

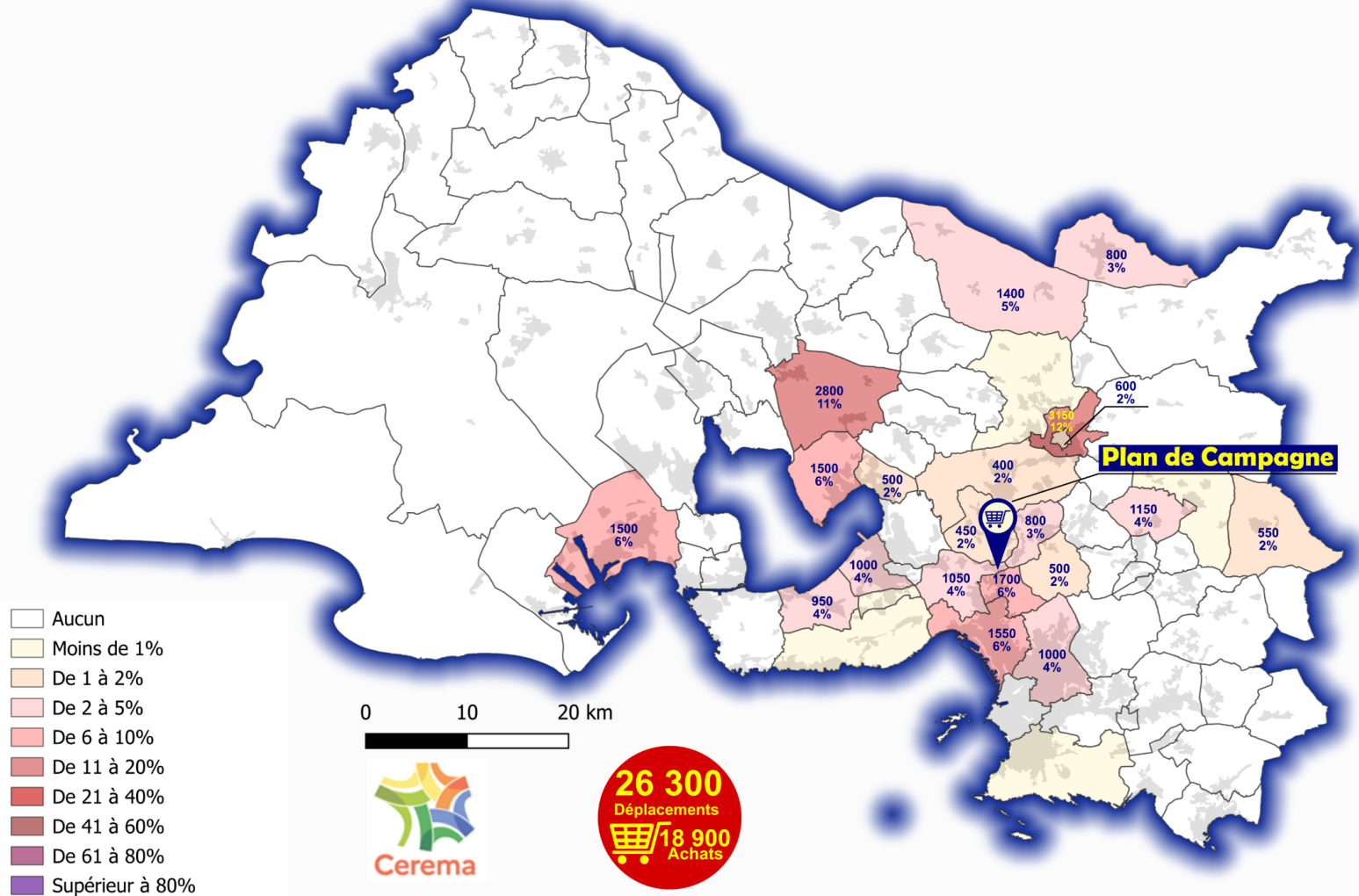




PRÉFET
DES BOUCHES-
DU-RHÔNE

Liberté
Égalité
Fraternité

Répartition des déplacements à destination du pôle commercial de Plan de Campagne selon la zone de résidence - dimanche



Direction départe-



PRÉFET DES BOUCHES- DU-RHÔNE

Liberté
Égalité
Fraternité

Plan de Campagne

Combien de déplacements?

Quels motifs de déplacements?

Déplacements attirés

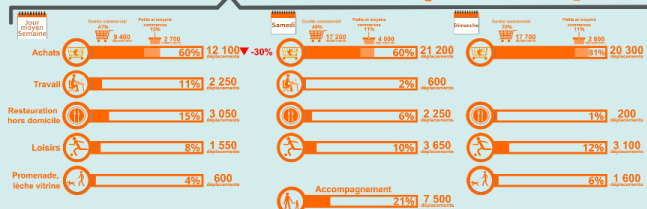
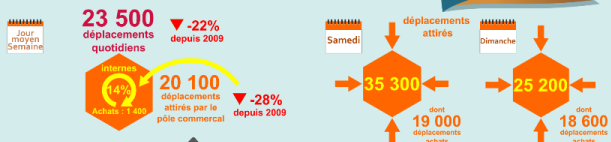
Quels modes de déplacements?

Quelles distances parcourues ?

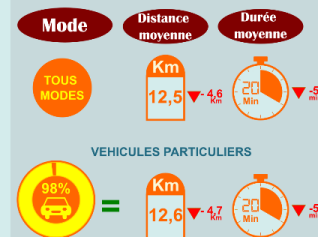
Combien de temps ?

Répartition des déplacements attirés par le pôle commercial selon des tranches de distance

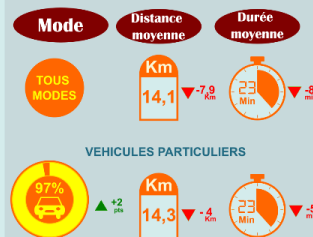
Répartition des déplacements attirés par le pôle commercial selon des tranches de durée



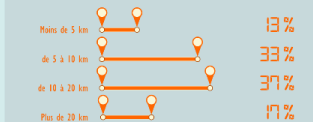
Motif achat



Tous motifs



TRANSPORTS COLLECTIFS



Plan de Campagne

Quand sont réalisés les déplacements?

Combien de temps restent les personnes ?

Par QUI sont réalisés les déplacements?

Age
sexe

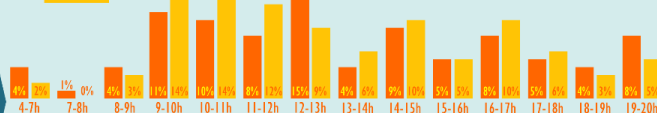
Niveau d'étude

Catégorie Socio
Professionnelle

Occupation
principale

Et le
Week-end?

Tous motifs
Motif achat



Motif achat

Temps moyen passé sur le pôle commercial 100 min

Par QUI sont réalisés les déplacements?

Age
sexe

Niveau d'étude

Catégorie Socio
Professionnelle

Occupation
principale

Et le
Week-end?

Temps moyen passé sur le pôle commercial 100 min

Par QUI sont réalisés les déplacements?

Age
sexe

Niveau d'étude

Catégorie Socio
Professionnelle

Occupation
principale

Et le
Week-end?

Temps moyen passé sur le pôle commercial 100 min

Par QUI sont réalisés les déplacements?

Age
sexe

Niveau d'étude

Catégorie Socio
Professionnelle

Occupation
principale

Et le
Week-end?