

REVISION DU SCoT DU PAYS BEAUCE GATINAIS EN PITHIVERAIS

COMPTE RENDU – ATELIER ECONOMIE ET COMMERCE

Les bureaux d'études Terres Neuves et Pivadis présentent les données de cadrage recueillies lors de l'analyse et des ateliers territoriaux de mars 2016, pour en dégager des enjeux du SCoT révisé. Seuls les points ayant fait l'objet de discussions sont repris dans ce compte-rendu.

Jean François Valles, du bureau d'études Synopter, présente également les premiers éléments de diagnostic extrait de l'étude *Schéma de développement économique*, en cours de réalisation et porté par le Pays.

Pièces jointes : Diaporama présenté, liste de présence.

I. Economie

- **P.16 / emplois du secteur administratif-enseignement-santé :**

- Cette carte est significative de la fragilité du territoire : ces secteurs d'activités (nombreux emplois publics) jouent le rôle d'amortisseurs en temps de crise, mais ils sont particulièrement menacés sur le territoire (cf. maternité).

- **P.23 / effets de l'ouverture de l'A19 :**

- La DDT indique que les prévisions de trafic sur l'A19 sont à peu près conformes pour les voitures, mais de 30% inférieur pour les poids lourds. Le bilan à 5 ans sera disponible vers la fin de l'été.
- Les participants s'accordent sur le fait qu'il n'y a eu que très peu de retombées économiques et démographiques suite à la mise en service de l'A19.

- **P.24 / impact éventuel de la future LGV pour le SCoT :**

- Les enjeux sont avant tout en matière de consommation foncière et paysagers.
- La DDT indique que vu le calendrier, qui vient d'être retardé, l'impact n'a pas à être anticipé dès à présent dans le SCoT.

II. Présentation de Synopter

- Le tissu économique du Pays est en mutation ; de grosses entités ont fermé et de nouvelles structures, plus petites apparaissent. Cette dynamique apparaît plus tardivement que sur les territoires voisins. Il faut être vigilant sur les grosses entités restantes ; aujourd'hui piliers de l'économie du territoire, leur fermeture serait très préjudiciable pour l'ensemble du Pays.
- Il apparaît que les principaux enjeux des zones d'activités portent sur leur valorisation paysagère et économique (valorisation et commercialisation) plus que sur les disponibilités foncières.

- Un des enjeux est également d'attirer sur le territoire des catégories socioprofessionnelles « cadres supérieurs » ; cela nécessite essentiellement d'offrir une qualité de vie (services, paysages, habitat...).
- Cette mutation amène généralement une perte de valeur ajoutée au niveau de l'emploi (contrats précaires de courte durée, avec un faible nombre d'heures).
- Sont également discutés la formation professionnelle, déficitaire sur le Pays, l'importance du Très Haut Débit mais également les interdépendances avec l'Ile de France, à la fois gisement et potentielle menace.

III. Commerce

- **P.29 / Le rôle du SCoT en matière de commerce :**

- Le SCoT doit définir une stratégie territoriale en matière de commerce ainsi qu'une localisation préférentielle du commerce. Il doit aussi déterminer les conditions d'implantations des équipements commerciaux ainsi que promouvoir les centralités et le maillage de proximité, comme indiqué dans la loi ALUR.

- Le SCoT peut définir le champ d'intervention en matière de commerce en identifiant les équipements commerciaux qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et de maintenir une offre de proximité permettant de répondre aux besoins courants de la population. Suite à la loi Pinel, le SCoT peut comprendre un document d'aménagement artisanal et commercial qui localise les secteurs commerciaux périphériques et les centralités.

- **PP.30-34 / Le marché théorique**

- L'évolution du nombre de ménages est plus rapide que l'évolution de la population, ce phénomène de desserrement des ménages est important à analyser pour le commerce. Par exemple, une famille avec 2 adultes et 2 enfants consomme moins que la même famille séparée puisque les dépenses en investissement sont doublées en volume, les dépenses en besoins courants sont plus importantes (de l'ordre de 25 à 30% en valeur). En revanche, les dépenses en habillement tendent à diminuer.

- Les indices de revenus par unité de consommation sont dans la moyenne voire supérieurs pour la majorité des communes du Pays sauf pour la commune de Pithiviers.

- L'analyse des caractéristiques sociodémographiques de la population permet d'évaluer un marché théorique de l'ordre de 556 M€ à l'échelle du Pays. Ce potentiel de dépense des habitants du SCoT a progressé de 16% sur les 14 dernières. Cependant, 80% des communes du Pays disposent d'un potentiel inférieur à 2M€ en alimentaire ce qui limite les possibilités de développer une offre de proximité viable compte tenu des normes et équipements nécessaire à une installation.

- **P.35 / Une offre commerciale qui répond prioritairement aux besoins courants :**

Une croissance de marché qui n'entraîne pas une croissance en nombre d'établissements. En effet, le nombre d'établissement est resté stable entre 2004 et 2013 avec une dominante alimentaire qui tend à se renforcer.

Le Pays regroupe 72 000 m² de surface de vente dont 70% sur la commune de Pithiviers qui joue un rôle central à l'échelle du Pays.

Cette offre commerciale permet de retenir 84% des dépenses alimentaires sur le territoire contre 55% pour les dépenses non alimentaires.

Malgré une forte progression du commerce électronique, l'effondrement de la vente par correspondance reste importante ce qui nous amène à observer une baisse de l'emprise de la vente à distance entre 2008 et 2013.

- **Les mutations des modèles économiques du commerce face aux mutations comportementales :**

Depuis l'après-guerre, la France a connu de profondes mutations des modes de consommation et de distribution. Les deux sont indissociables. D'un système où l'offre peinait juste après guerre à satisfaire les besoins fondamentaux (se nourrir, se loger, se vêtir), on est progressivement passé à un système où l'offre tire la demande.

- ✓ Un modèle de consommation qui tend vers « l'uberisation » en effet les consommateurs sont connectés et en réseau. La notion d'utilisation est plus forte que celle de posséder un objet pour l'ensemble des générations.
- ✓ La distance entre les unités de productions et le commerce est réduite, on tend vers une production de proximité où le particulier devient parfois producteur. Ainsi les interfaces entre les consommateurs et le producteurs sont démultipliés d'où l'importance des réseaux.