SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DU BAS-RHIN

Septembre 2005

Diagnostic territorial

Pays de l'Alsace centrale

Pays de l'Alsace du nord

Pays Bruche-Mossig-Piémont

Territoire du Scoters

Pays de Saverne, plaine et plateau

Observatoire départemental d'équipement commercial du Bas-Rhin

Document réalisé avec les contributions de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin, de la Chambre de Métiers d'Alsace - section du Bas-Rhin, de la Chambre de Consommation d'Alsace, de la Direction Départementale de l'Equipement, de la Direction Générale de la Concurrence et de la Répression des Fraudes, de l'INSEE Alsace et de l'ADEUS.
Coordination : ADEUS et Préfecture du Bas-Rhin
Réalisation : ADEUS

PREAMBULE

Le document présent s'inscrit dans la démarche d'élaboration du schéma de développement commercial du Bas-Rhin dont il constitue **un volet du diagnostic territorial**.

Le schéma de développement commercial (SDC) est initié dans un cadre législatif

C'est la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996, **loi dite «Raffarin»**, qui préconise l'instauration de schémas de développement commercial devant définir des objectifs précis d'évolution des équipements commerciaux.

Le contenu du **schéma de développement commercial (SDC)** sera quant à lui précisé par décret en novembre 2002 et par la circulaire ministérielle de février 2003.
Il est défini comme "un document qui rassemble des informations disponibles sur l'activité commerciale et son environnement économique. Il comporte une analyse prospective qui indique les orientations en matière de développement commercial et les secteurs d'activité commerciale à privilégier".
Le schéma de développement commercial est un document consensuel d'aide à la décision qui ne revêt pas de valeur impérative. Il doit être compatible avec les orientations prises, le cas échéant, par le ou les schémas de cohérence territorial établis sur son territoire.

L'**Observatoire départemental d'équipement commercial** (ODEC) a en charge son élaboration, et en fonction des caractéristiques du département, un ou plusieurs schémas de développement commercial pourront couvrir l'ensemble de l'activité commerciale de ce département.
Ces schémas sont établis pour une durée de 6 ans à compter de leur approbation. Ils peuvent cependant être révisés à l'expiration d'une durée de trois ans à compter de la date de leur publication.
Le Préfet doit veiller à la cohérence du contenu du SDC avec les SDC des départements voisins.

Le schéma de développement commercial du Bas-Rhin s'appuie sur cinq diagnostics territoriaux

La démarche "schéma de développement commercial du Bas-Rhin" a été initiée fin 2003 dans le cadre de l'ODEC du Bas-Rhin qui a mis en place un comité de pilotage pour assurer son suivi.

Pour mieux rendre compte de la réalité bas-rhinoise, un sous-découpage reposant principalement sur les pays a été retenu pour faire un diagnostic, esquisser des orientations pour l'équipement commercial à des échelles infra-départementales.

Le territoire départemental a été découpé en 5 zones : pays de l'Alsace centrale, pays Bruche Mossig Piémont, pays de Saverne plaine et plateau, pays de l'Alsace du nord, territoire du Schéma de cohérence territoriale de la région de Strasbourg (SCOTERS).

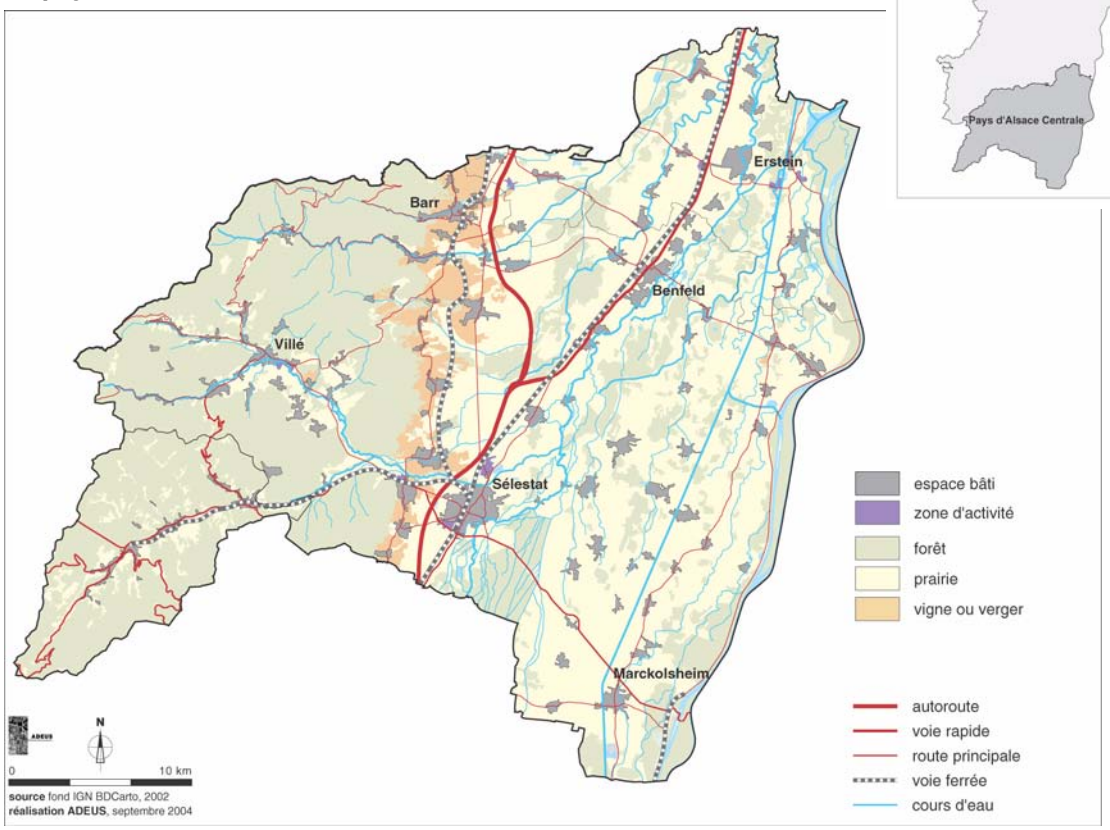
Le "schéma de développement commercial du Bas-Rhin" se décline ainsi en **5 diagnostics territoriaux** et en **une synthèse départementale** qui positionne les enjeux et le développement du commerce à l'échelle du Bas-Rhin et constitue le schéma proprement dit.

SOMMAIRE

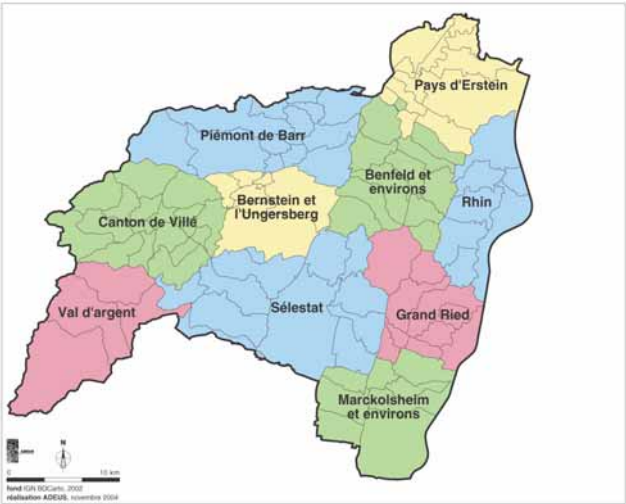
Les chiffres clés du territoire - - -

Les chiffres clés du territoire

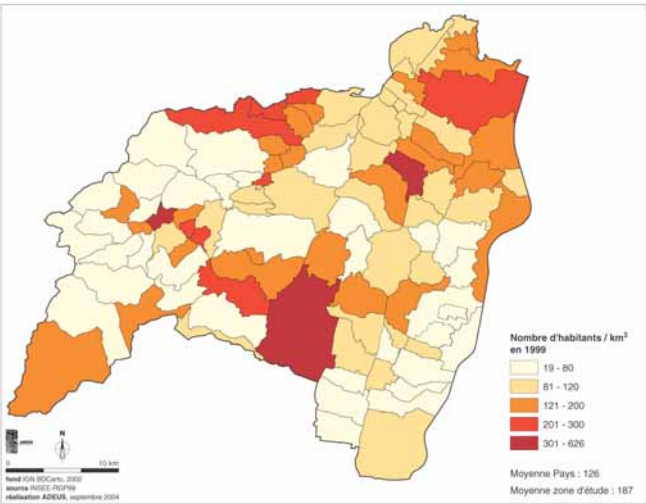
Le pays de l'Alsace centrale



La densité de population



Les intercommunalités



Pays de l'Alsace centrale	
Des données de cadrage général	
Population totale en 1999 *(Insee, RP)*	128 362 habitants, 43 879 ménages
Estimation population totale en 2005 *(Projection ADEUS)*	130 000 habitants, 50 000 ménages
Estimation population totale en 2010 *(Projection ADEUS)*	140 000 habitants, 55 000 ménages
Densité en 1999 *(Insee, RP)*	126 habitants / km^2
Nombre d'emplois en 1999 *(Insee, RP)*	42 073 emplois (5,4 % agriculture, 28,9 % industrie, 9,2 % construction, 56,6 % tertiaire)
Nombre de ménages en 1999 *(Insee, RP)*	47 925 ménages
Potentiel des dépenses commercialisables en 2002 *(CCISBR)*	563 millions d'euros
Revenu net imposable moyen (2001)	15 767 euros
Nombre de communes	99 communes
Intercommunalités (EPCI)	10 EPCI regroupent les 99 communes du pays : CdC du Piémont de Barr : 13 communes, 15 326 habitants, CdC de Benfeld et environs : 11 communes, 15 176 habitants, CdC du Bernstein et de l'Ungersberg : 7 communes, 5 387 habitants, CdC du pays d'Erstein : 10 communes, 16 702 habitants, CdC de Marckolsheim et environs : 8 communes, 7 667 habitants, CdC du Rhin : 7 communes, 8 778 habitants, CdC du Grand Ried : 9 communes, 7 458 habitants, CdC de Sélestat : 12 communes, 31 809 habitants, CdC du Val de Villé : 18 communes, 9 768 habitants, CdC du Val d'Argent : 4 communes, 10 303 habitants.
Etat d'avancement des documents de planification	Le pays de l'Alsace centrale est concerné par 3 SCOT SCOT de la région de Strasbourg (approbation prévue début 2006) SCOT du Piémont des Vosges (démarche en cours) SCOT interdépartemental de l'Alsace centrale Charte du pays de l'Alsace centrale (approbation en cours)

L'équipement commercial en 2004

Secteur d'activité	Nombre de commerces de plus de 300 m²	Surface de vente en m²
Alimentaire		
Hypermarchés	6	19 891
Supermarchés	15	18 289
Maxidiscompteurs	8	5 492
Autres	1	400
Total	29	43 272
Equipement de la maison	14	14 558
Equipement de la personne	7	3 260
Bricolage-Jardinage	29	27 427
Culture - loisirs	3	1 710
Sport	3	2 762

Etudes et actions réalisées ou en cours sur le commerce et l'artisanat

CdC de Benfeld et environs :
- Etude sur l'offre commerciale et artisanale (Groupe Entreprise et Développement - juin 2004)
- FISAC - ORAC en projet

CdC du pays d'Erstein : diagnostic réalisé par la CCISBR (2003)

CdC de Marckolsheim et environs - CC du Grand Ried :
- Charte intercommunale (décembre 2001)
- ORAC

CdC du Val de Villé : ORAC

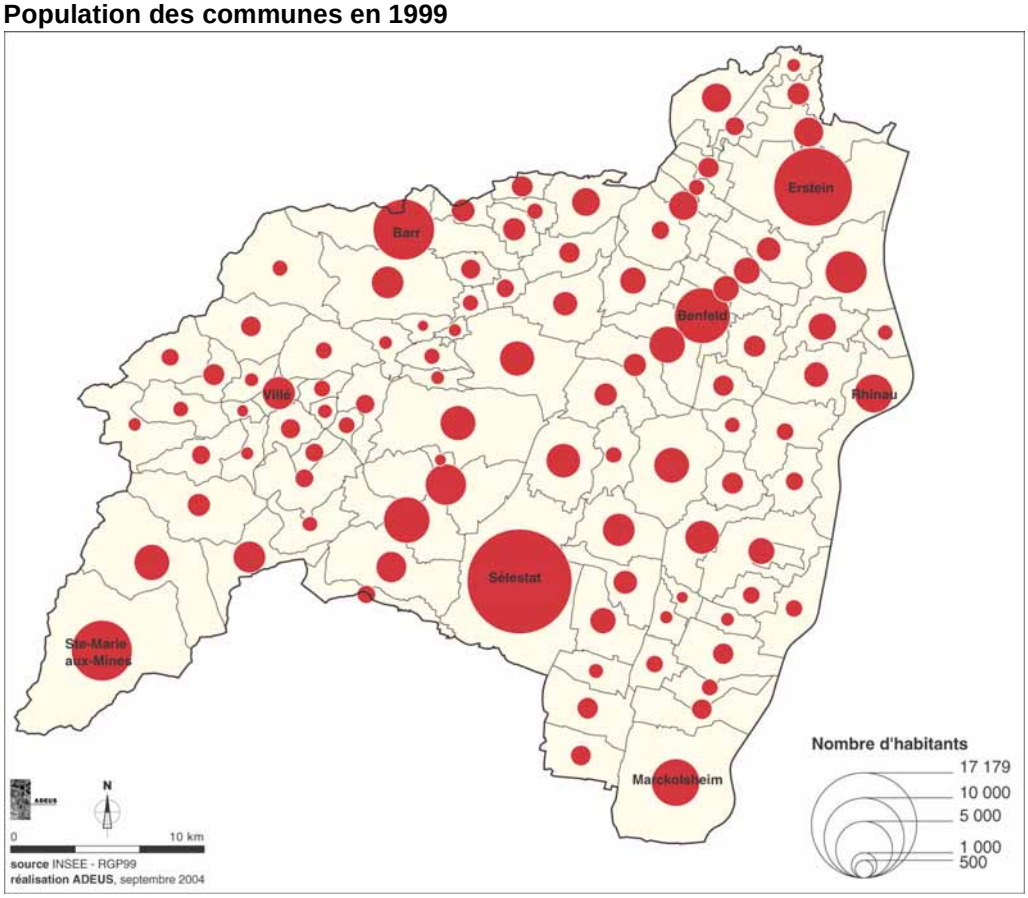
CdC du Val d'Argent :
- Charte intercommunale d'aménagement et de développement
- ORAC - FISAC
- Etude diagnostic de l'appareil commercial (CCI - mars 2001)
- Requalification du centre-ville de Ste Marie-aux-Mines, Contrat de ville (ADAUHR - novembre 2002)

A - LA SITUATION SOCIO-DEMOGRAPHIQUE

1. Le territoire

Situé au centre de l'Alsace, à la limite sud du Bas-Rhin, le pays de l'Alsace centrale compte près de 130 000 habitants dans 99 communes. En 1999, c'est le deuxième pays du Bas-Rhin en termes de population.

Population des communes en 1999



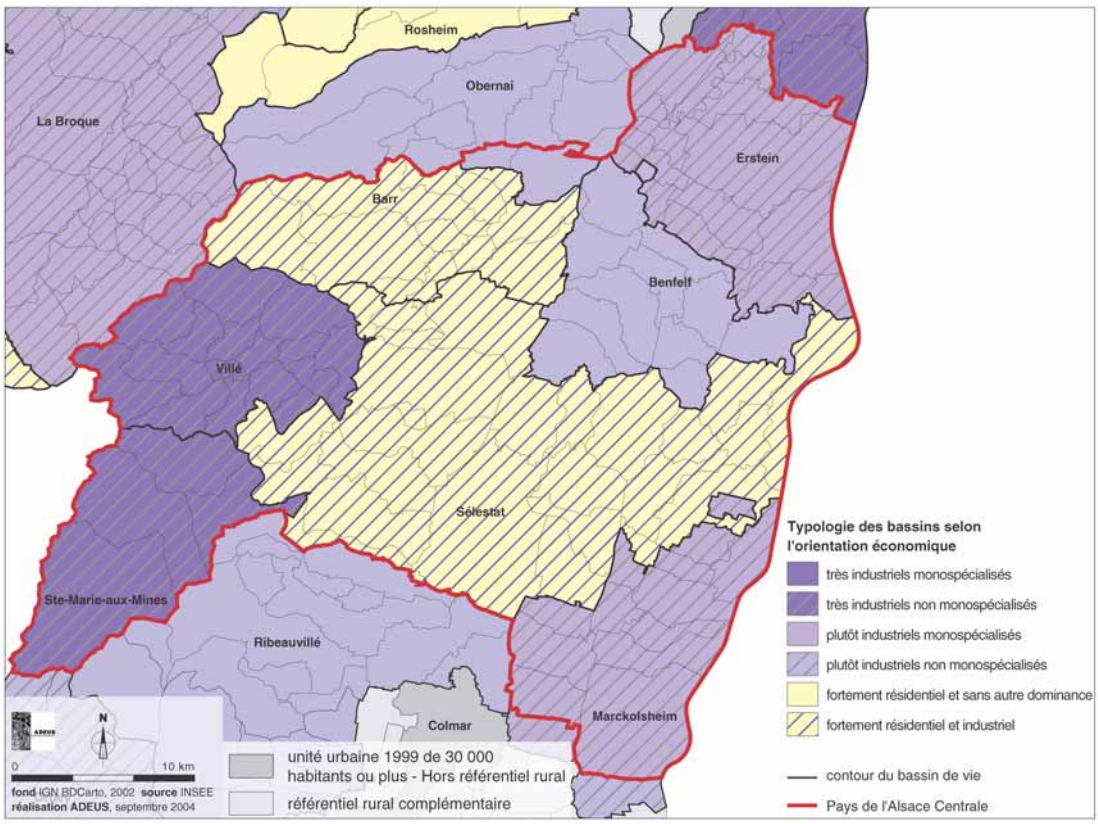
Avec sa partie haut-rhinoise, la vallée de Sainte-Marie-aux-Mines qui débouche sur la plaine d'Alsace à hauteur de Sélestat, le pays représente un cinquième du territoire départemental et 12,5% de la population. Il se caractérise par la richesse de son patrimoine historique et culturel, par la variété de ses paysages et la diversité de ses activités. Les activités industrielles et l'artisanat de terroir cohabitent à l'ouest, dans les vallées vosgiennes boisées du Val d'Argent et du canton de Villé. Dans le piémont viticole et touristique, l'agriculture tient encore une place de choix. Dans la plaine, à peuplement plus dense et au mode de vie plus urbain, la part des activités tertiaires prédomine dans l'économie locale.

La position centrale du pays constitue à la fois un atout et une fragilité. Son territoire est traversé par deux axes de communication importants : l'axe routier et ferroviaire nord-sud de l'Allemagne vers Colmar, Mulhouse et Bâle, et l'axe est-ouest qui relie le pont de Marckolsheim, sur le Rhin, au tunnel routier de Sainte-Marie-aux-Mines, vers la Lorraine. Mais sa situation entre deux grands centres urbains - Strasbourg et Colmar - a constitué un frein à son développement.

2. L'organisation de l'espace

Sélestat, sous-préfecture de 17 000 habitants, est la principale ville de ce pays. Sous la double influence des agglomérations strasbourgeoise et colmarienne, elle reste néanmoins un centre administratif et culturel, ainsi que le principal pôle d'emploi du pays. Elle rayonne sur un espace très étendu, est-ouest, qui constitue un bassin de vie de près de 50 000 habitants. Si les emplois de type «résidentiel» prédominent (commerces, services concurrentiels ou publics destinés principalement aux particuliers), l'industrie reste néanmoins très présente dans de grands établissements de la métallurgie, de l'équipement du foyer ou du textile.

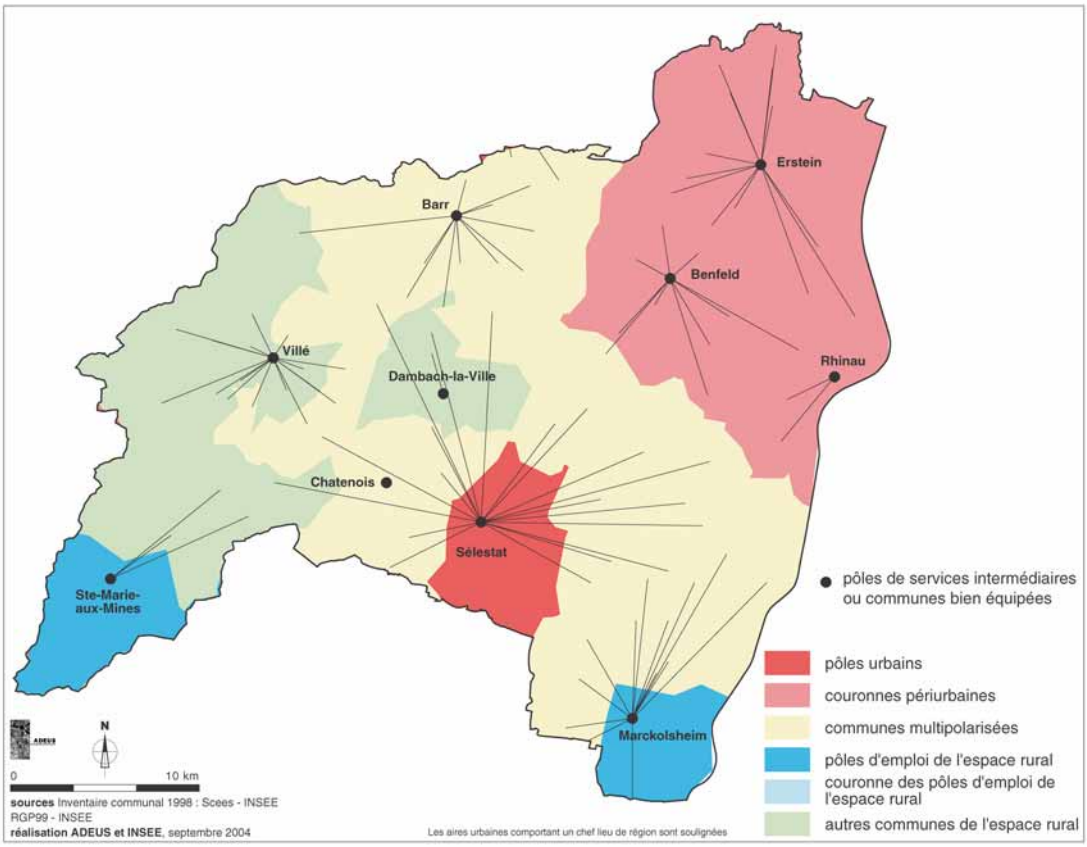
Organisation en bassins de vie



Le reste du territoire est découpé en six bassins de vie, tous constitués autour d'un bourg-centre chef-lieu de canton, bien équipé en commerces et services. La sphère industrielle (industrie manufacturière, commerce de gros, services aux entreprises, transports, travaux publics) domine dans cinq bassins sur six. Les deux vallées vosgiennes, à forte tradition industrielle, restent très marquées par les emplois de type industriel : ils y représentent plus de la moitié de l'emploi total. Malgré les restructurations des dernières décennies, le textile, le travail du bois et la fabrication de meubles sont encore bien implantés dans le bassin de Sainte-Marie-aux-Mines (10 300 habitants). Le bassin de Villé (9 200 habitants) est plutôt positionné sur les composants et équipements électriques et électroniques. Seul le bassin de Barr (14 000 personnes) est plutôt orienté vers une économie «résidentielle».

Dans la partie nord-est du pays, intégrée dans l'aire urbaine strasbourgeoise, les deux bassins les plus peuplés, Erstein et Benfeld, regroupent respectivement 22 000 et 15 000 habitants. L'industrie et les services annexes sont très présents dans l'économie locale (45 % de l'emploi total) : commerce de gros (Wurth) et agro-alimentaire (Sucrerie d'Erstein, Argru) à Erstein, fabrication de matériel électrique à Benfeld (Socomec).

le territoire vécu

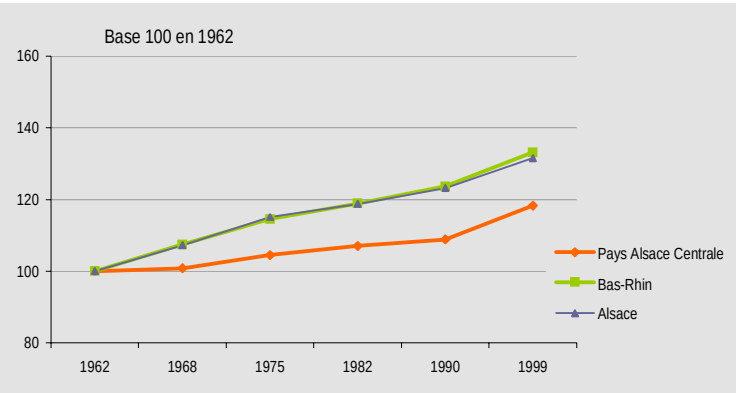


Cette dominante industrielle vaut aussi pour le bassin de vie de Marckolsheim et ses 10 600 habitants : dans ce bassin aux activités variées, cohabitent l'agroalimentaire, les équipementiers pour l'automobile, l'imprimerie, la logistique et une agriculture encore très présente.

3. L'évolution démographique

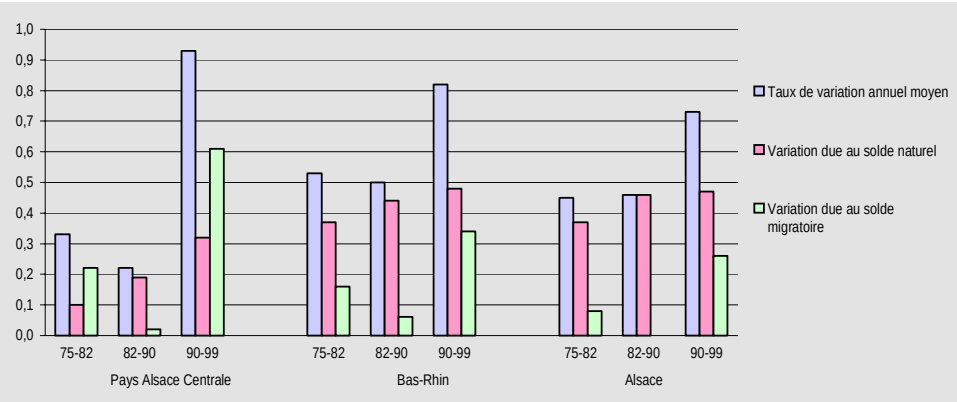
Comme pour l'ensemble de l'Alsace, la dernière décennie du 20e siècle a été une période de forte croissance démographique au sein de ce territoire. Sa population a ainsi augmenté de 10 000 habitants entre 1990 et 1999, soit près de 1 % par an. Cette progression, supérieure à celle du département, est due en grande partie à l'arrivée de nouveaux habitants.

Évolution de la population depuis 1962



Source : INSEE - Recensement de la population 1962 à 1999 (données historiques)

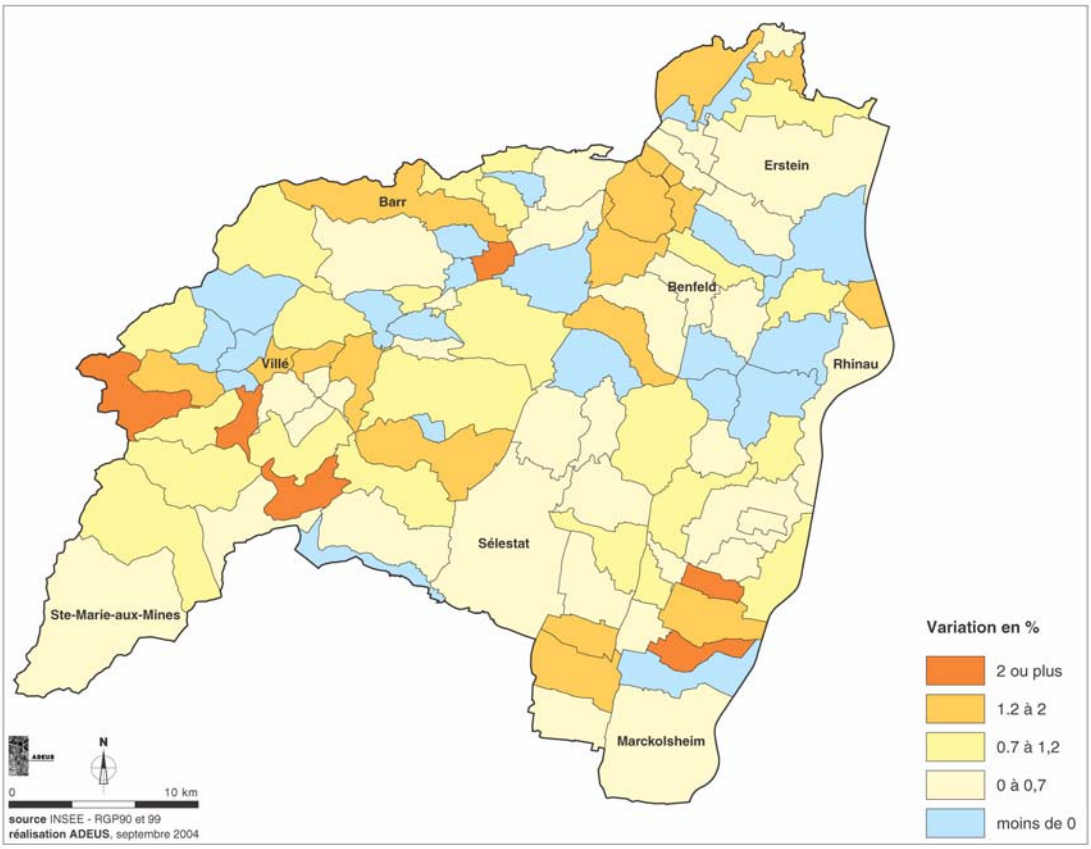
Taux de variation annuel de la population



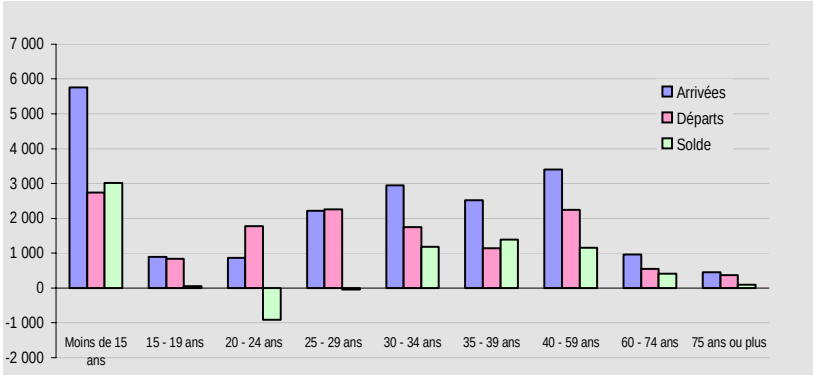
Source : INSEE - Recensement de la population 1975 à 1999 (données historiques)

En effet, l'apport migratoire représente les deux tiers de la croissance démographique dans le pays. C'est beaucoup moins que dans le pays Bruche-Mossig-Piémont voisin, où ce taux atteint 80 %, mais davantage que dans le pays de Saverne plaine et plateau (60 %).

La variation de la population entre 1990 et 1999 due au solde migratoire



Bilan migratoire par classe d'âge sur la période 1990-1999

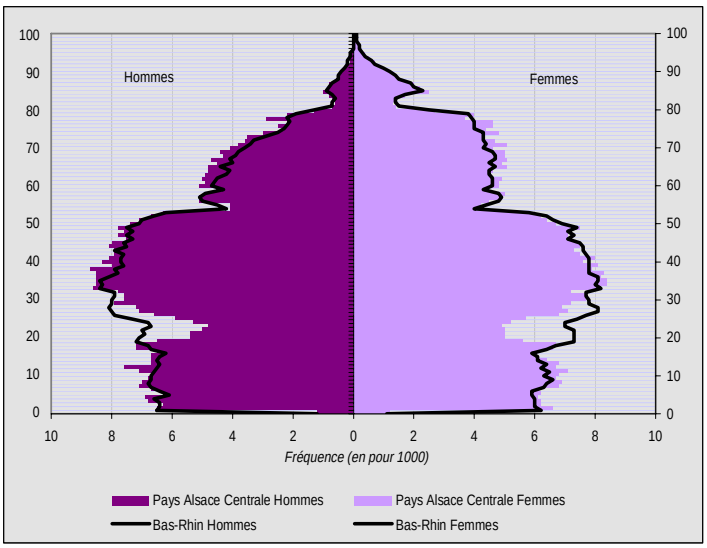


Source : INSEE - Recensement de la population 1999

Les nouveaux arrivants sont essentiellement des trentenaires qui rejoignent le pays de l'Alsace centrale avec leurs enfants de moins de 15 ans. Plus de la moitié de l'excédent migratoire se réalise avec l'aire urbaine de Strasbourg et 10 % avec la région parisienne. Les nouveaux arrivants sont surtout des cadres supérieurs ou des cadres moyens.

4. La structure de la population

Pyramide des âges en 1999



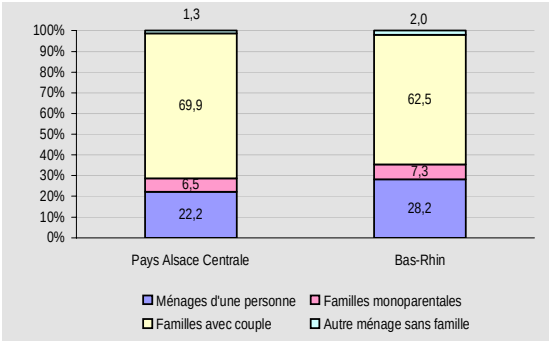
Source : Insee - Recensement de la population 1999 (exploitation principale)

La structure par âge de la population du pays de l'Alsace centrale est proche de celle du département et de l'ensemble de la région. Mais l'arrivée de trentenaires, probablement jeunes parents, engendre un léger excédent de jeunes âgés de moins de 15 ans, qui représentent 19 % de la population du pays, contre 18 % de la population bas-rhinoise ou alsacienne. De même, la proportion de personnes âgées de 60 ans ou plus est plus élevée que dans le département ou la région. A l'inverse, comme dans l'ensemble des zones non universitaires, les jeunes âgés de 20 à 24 ans sont sous-représentés sur le territoire.

Les ménages dont la famille principale est composée d'un couple sont très présents dans le pays : ils représentent près de 70 % des ménages, soit sept points de plus qu'en moyenne dans le département. Par contre, les personnes seules sont proportionnellement peu nombreuses : deux ménages sur dix, au lieu de trois sur dix dans le Bas-Rhin et la région. Ces personnes seules résident plutôt dans les principales communes du pays de l'Alsace centrale : à Sélestat, Erstein, Barr, Sainte-Marie-aux-Mines ou Benfeld, elles représentent plus du quart des ménages.

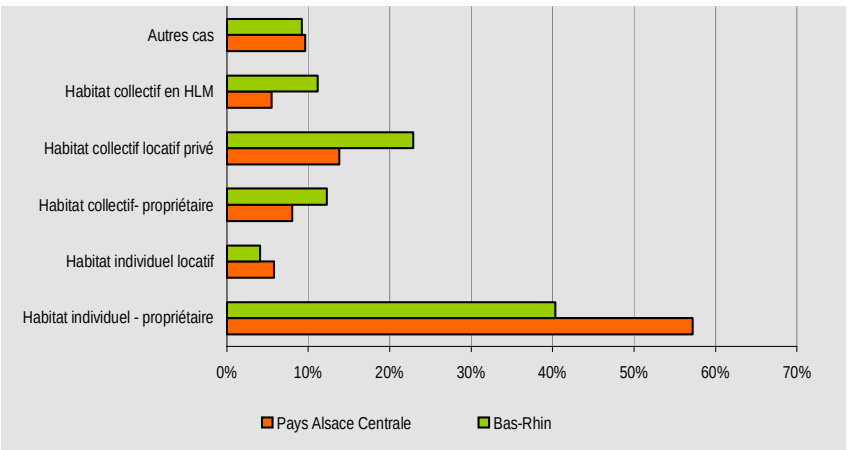
L'habitat individuel prédomine dans le pays de l'Alsace centrale. Ainsi 63 % des ménages, qu'ils soient propriétaires ou locataires, occupent une maison individuelle en 1999. Ce taux est resté stable depuis le précédent recensement, alors qu'il avait augmenté de près de 5 points entre 1982 et 1990. Pour comparaison, dans le Bas-Rhin, seuls 44 % des ménages logent en maison individuelle. De plus, une forte proportion de ménage est propriétaire de son logement (individuel ou collectif) : environ les deux tiers sur ce territoire, contre la moitié dans le département. Le logement social reste, quant à lui, marginal dans le pays : 5 % des ménages vivent en HLM, comme dans le pays Bruche-Mossig-Piémont voisin.

Répartition des ménages selon leur structure



Source : Insee - Recensement de la population 1999

Part des principaux segments du parc de résidences principales en 1999

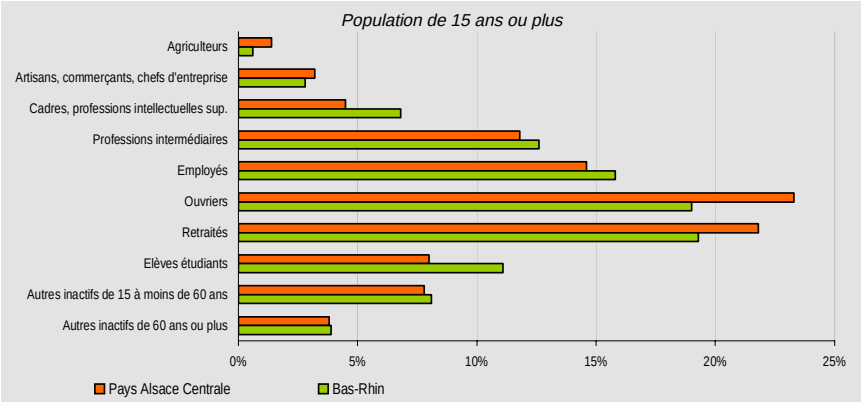


Source INSEE - Recensement de la population 1999

5. La structure sociale

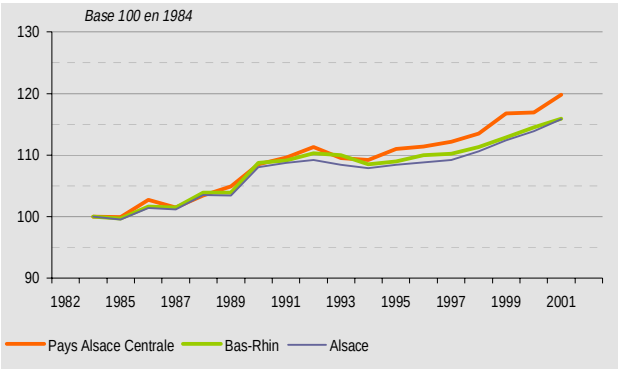
Le pays de l'Alsace centrale est marqué par une sur-représentation des ouvriers et des agriculteurs exploitants. Ce dernier point s'explique en partie par la présence, au sein du pays, du Ried, secteur géographique très agricole. En revanche, la proportion de cadres et professions intellectuelles supérieures est assez faible au regard du pays Bruche-Mossig-Piémont ou du département. Cette proportion de cadres est toutefois conforme à celle des deux autres pays bas-rhinois.

Répartition de la population par catégorie socioprofessionnelle en 1999



Source : Insee - Recensement de la population 1999

Evolution du revenu annuel moyen par foyer fiscal



Source : INSEE - DGI - Revenus des foyers fiscaux

Les foyers fiscaux du pays de l'Alsace centrale sont, en moyenne, moins aisés que l'ensemble de leurs homologues bas-rhinois. En 2001, leur revenu annuel moyen s'élève à 15 800 €, soit environ 700 € de moins que pour le département. Pourtant, en 10 ans, ce revenu a beaucoup progressé (+9 % dans le pays contre +6 % dans le département) et la part des foyers fiscaux non imposés a nettement diminué. En 2001, 42 % des foyers fiscaux ne sont pas imposés ; c'est encore un point de plus que dans le département et deux points de plus que dans le pays Bruche-Mossig-Piémont voisin.

Les revenus sont moins élevés dans la partie ouest du pays, dans le Piémont de Barr, le Val de Villé et, en particulier, dans la vallée de Sainte-Marie-aux-Mines, où la moitié des habitants vivent dans un ménage qui déclare un revenu inférieur à 13 300 € par an. Dans ces zones à population plus âgée, le poids des pensions est élevé et dépasse parfois un cinquième du revenu. En revanche, autour de Sélestat et Erstein, où réside une population plus jeune à forte proportion d'actifs, le revenu médian est plus important et les salaires représentent au moins 70 % du revenu.

Foyers fiscaux et revenus annuels moyens

	Pays Alsace Centrale		Bas-Rhin		Alsace	
	1991	2001	1991	2001	1991	2001
Nombre de foyers fiscaux	59 372	69 594	479 613	553 475	819 152	938 030
Foyers fiscaux non imposés (en %)	46,1	42,4	42,9	41	42,4	40,8
Revenu net imposable de l'année	14 429	15 767	15 498	16 474	15 526	16 542
Revenus nets imposables par foyers fiscaux imposés	20 668	22 003	21 934	23 104	21 814	23 099
Revenus nets imposables par foyers fiscaux non-imposés	7 125	7 298	6 948	6 953	6 995	7 047

Source INSEE - DGI - Revenus des foyers fiscaux

6. Le marché du travail

Un peu plus de 61 00 actifs résident dans le pays de l'Alsace centrale en 1999. Cette population a augmenté de 14 % (+ 7 500 personnes) depuis 1990 : c'est un peu moins que dans le pays Bruche-Mossig-Piémont voisin, mais 3 points de plus que dans le département. L'apport migratoire d'une population en âge de travailler ainsi que la hausse de l'activité féminine, surtout au-delà de 30 ans, ont fortement participé à cette évolution. Le pays de l'Alsace centrale se distingue par un fort taux d'activité des jeunes âgés de 20 à 24 ans. À ces âges, 76 % des hommes et 50 % des femmes exercent une activité professionnelle : c'est 20 points de plus que dans le département et 16 points de plus que dans la région. À l'inverse, au-delà de 55 ans, la population du pays est moins souvent active que la population bas-rhinoise (13 % contre 15 %).

La croissance de l'emploi a été moins rapide. En 1999, le territoire offre 42 000 emplois, soit un gain de 3 500 emplois (+ 9 %) par rapport au précédent recensement. Cette hausse est toutefois supérieure à celle du département (+ 8 %) et à celle de la région (+ 7 %). Le nombre des actifs qui sortent chaque jour du pays de l'Alsace centrale pour rejoindre leur lieu de travail s'est accru de 36 % par rapport à 1990. Aujourd'hui, près de quatre actifs ayant un emploi sur dix quittent chaque jour le pays pour aller travailler. Plus de 10 000, soit 45 %, se rendent dans l'aire strasbourgeoise ; près de 4 000 franchissent la frontière (17 %) et près de 2 000 se rendent dans l'aire colmarienne (8 %).

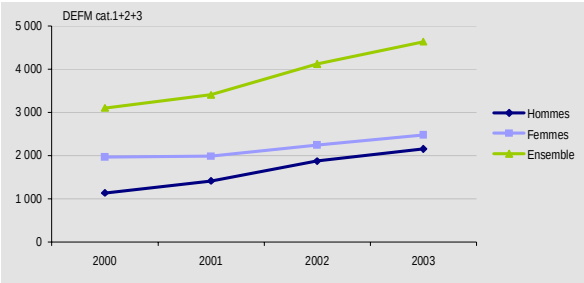
Equilibrage du marché du travail
Pays de l'Alsace Centrale

	1990		1999		*Evolution 1990-1999* Variation	%
Population active résidante *(hors militaires du contingent)*	**53 866**	**100%**	**61 396**	**100%**	**7 530**	**14%**
Actifs occupés	**50 391**	**94%**	**57 151**	**93%**	**6 760**	**13%**
Travaillent dans une commune du Pays	34 202	63%	35 125	57%	923	3%
dont travaillent dans la commune de résidence	19 231	36%	16 887	28%	-2 344	-12%
Travaillent hors du Pays	16 189	30%	22 026	36%	5 837	36%
dont travailleurs frontaliers	2 213	4%	3 663	6%	1 450	66%
Chômeurs *(au sens du recensement)*	**3 475**	**6%**	**4 245**	**7%**	**770**	**22%**
Emplois dans la zone	**38 554**	**100%**	**42 073**	**100%**	**3 519**	**9%**
Emplois occupés par des résidents dans le pays	34 202	89%	35 125	83%	923	3%
Emplois occupés par des non résidents	4 352	11%	6 948	17%	2 596	60%

Source : Insee - Recensements de la population - exploitation principale

En 1999, 7 % de la population active totale se déclare au chômage dans le pays de l'Alsace centrale. Bien que le nombre de chômeurs ait augmenté de 22 % au cours de la période, cette proportion est restée quasi stable depuis 1990, et elle reste inférieure au taux départemental (8,6 %).

Evolution de la demande d'emploi dans le Pays de l'Alsace Centrale

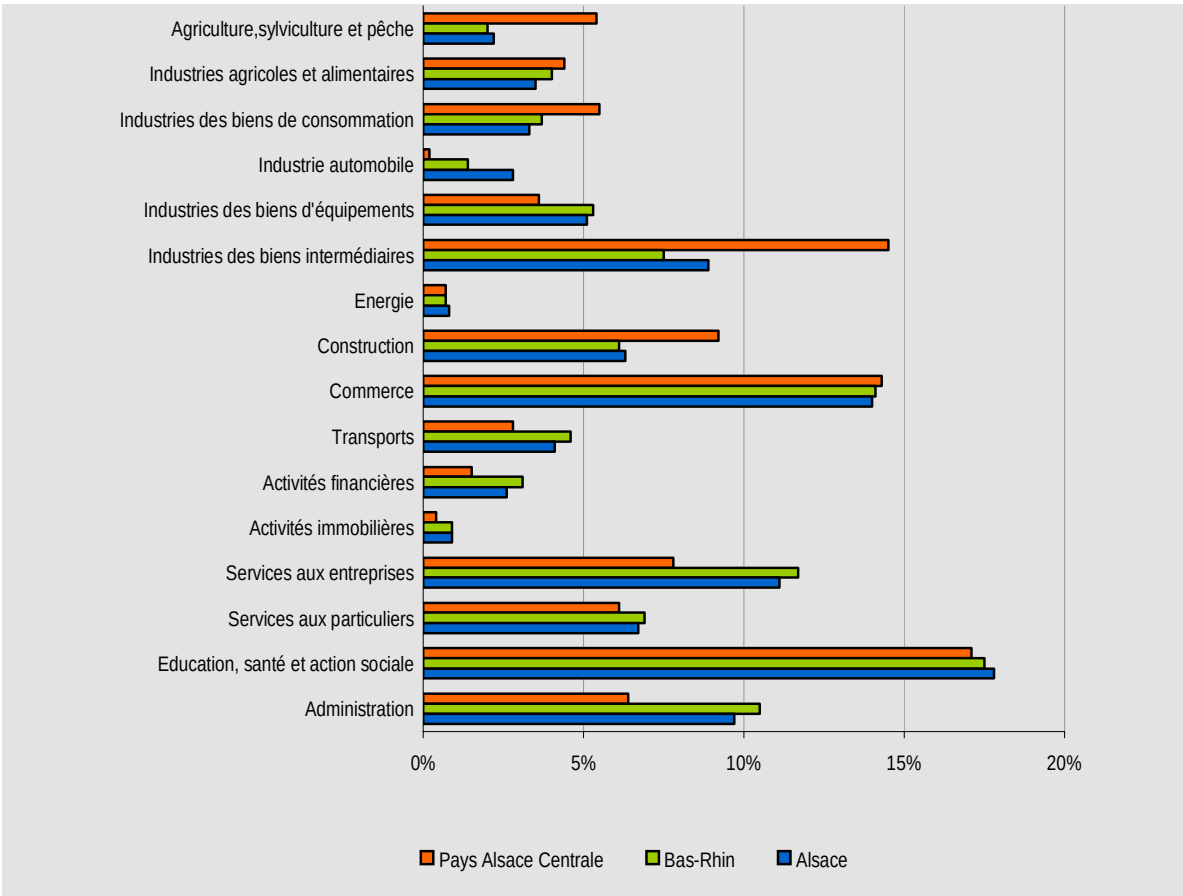


Source : ANPE-DARES - Demandes d'emploi au 31 décembre (Defm cat. 1, 2 et 3)

Depuis 2000, le nombre de demandeurs d'emploi (catégories 1, 2 et 3) est en constante augmentation et a notamment crû de 21 % en 2002 et de 12 % en 2003. Ainsi, fin 2003, le pays de l'Alsace centrale compte 4 600 demandeurs d'emploi. Cette hausse se fait particulièrement sentir parmi les hommes : en effet, le nombre des hommes demandeurs d'emploi a augmenté de 32 % en 2002 et de 15 % en 2003, alors que pour les femmes, ces hausses sont de 13 % et 10 %.

7. Les activités et l'emplois

Emploi au lieu de travail en 1999 par activité économique



Source : INSEE - Recensement de la population 1999 (exploitation complémentaire, au lieu de travail)

En 1999, les entreprises du pays de l'Alsace centrale offrent 42 000 emplois sur le territoire. Ils se situent principalement dans les plus grosses communes, à proximité des principaux axes routiers : Sélestat, avec environ 10 000 emplois offerts sur la commune, et Erstein, avec 5 600, sont les deux principaux pôles.

Au cours de la dernière décennie, seuls le tertiaire et la construction ont contribué à la hausse de l'emploi en Alsace centrale.

À lui seul, le secteur tertiaire a créé 4 000 emplois (+ 20 %). Près de la moitié de la hausse est imputable aux services administrés (éducation, santé, social, administrations), qui ont créé 1 800 nouveaux emplois (+ 22%).

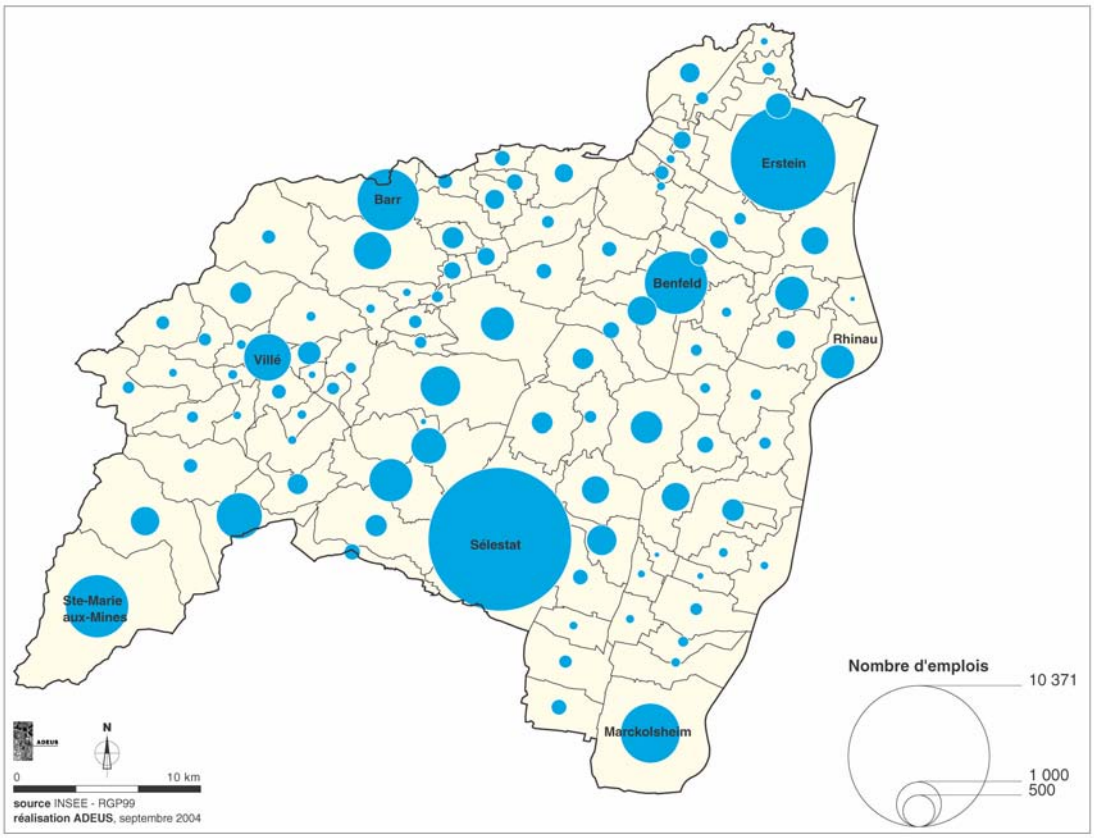
Les autres nouveaux emplois tertiaires sont surtout liés aux activités de production. Dans les services opérationnels, les effectifs ont plus que doublé en 10 ans (+ 1 200 emplois). En 1999, ce secteur, qui comprend l'intérim, fait travailler un peu plus de 2 000 personnes, soit autant que l'agriculture. Le commerce s'est également développé (+ 800 emplois), grâce au commerce de gros qui a contribué pour plus de 80 % à la croissance de l'effectif commercial.

Ces évolutions font de l'Alsace centrale le pays le plus tertiarisé du département. En 1999, le tertiaire offre 57 % des emplois du territoire, juste devant le pays de l'Alsace du Nord. L'environnement dynamique du pays a également bénéficié au secteur de la construction, bien orienté au cours des années quatre-vingt-dix. Son poids dans l'emploi local s'est renforcé, alors qu'il diminuait dans le Bas-Rhin et la région. Ainsi, ce secteur offre 9 % des emplois du pays, légèrement en dessous de la valeur du pays de Saverne plaine et plateau, mais bien au-dessus du département.

Le constat est plus mitigé dans l'industrie, qui a néanmoins réussi à maintenir son emploi au cours des années quatre-vingt-dix, alors qu'il diminuait depuis le recensement de 1975. Malgré les évolutions divergentes des diverses activités, le secteur a stabilisé son effectif à environ 12 200 personnes. Son poids dans l'emploi total s'établit ainsi à 29 %, taux le plus faible des pays bas-rhinois.

De nouveaux emplois ont été créés dans la fabrication d'équipements électriques et électroniques (+ 400 personnes) et dans l'agroalimentaire (+ 500 personnes). En revanche, les secteurs traditionnels de l'industrie locale - textile, bois-papier, métallurgie - ont réduit leurs effectifs. Les industries de biens intermédiaires ont ainsi perdu un emploi sur cinq entre 1990 et 1999.

La localisation de l'emploi en 1999



Si l'industrie agroalimentaire, surtout concentrée dans la plaine (Erstein et Marckolsheim) est le premier secteur de ce territoire, les activités traditionnelles restent encore bien implantées dans ce pays. Le textile est encore une activité spécifique du pays, notamment avec la fabrication d'articles d'hygiène et à usage médical chez Paul Hartmann, à Lièpvre et Châtenois. Les activités liées au bois sont également bien représentées - mobilier de cuisine à Lièpvre et Sélestat (SALM), cartonnerie à La Vancelle (Rossmann) -, de même que la métallurgie, localisée surtout dans la région de Sélestat (Sté Alsacienne d'Aluminium, Ritzenthaler, Wanzl SA).

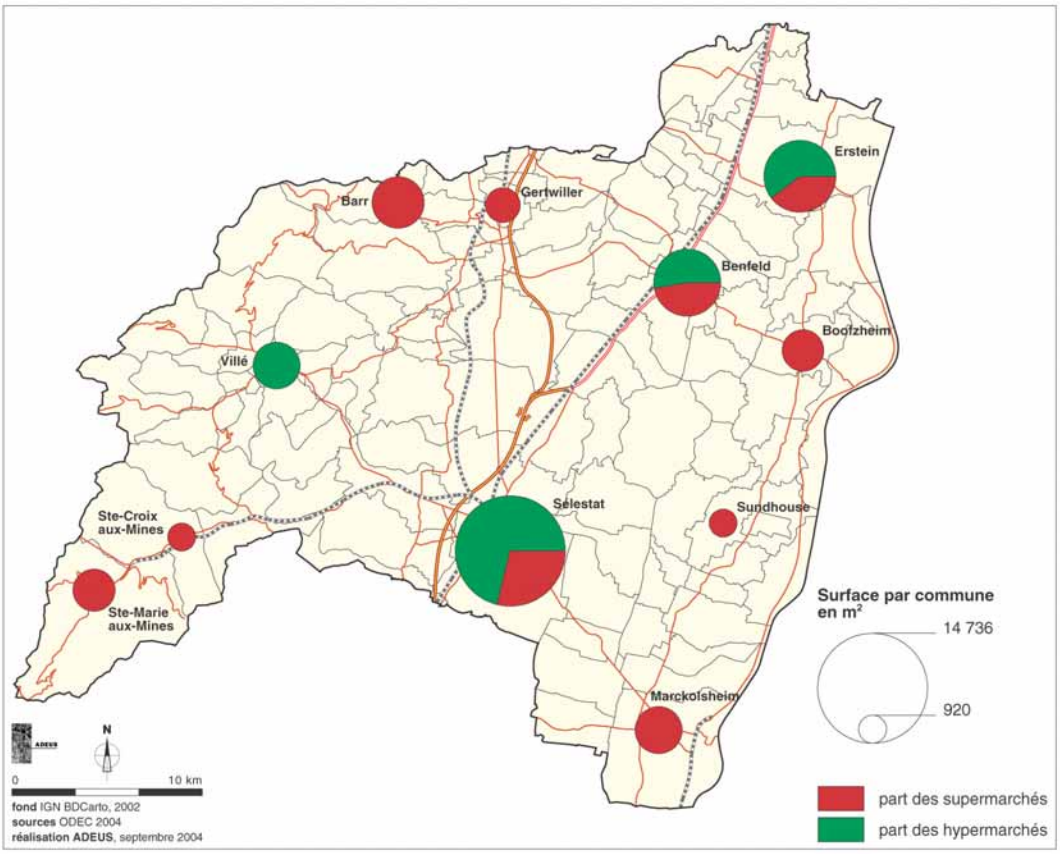
L'agriculture reste un secteur important de ce pays, malgré une baisse de 24 % de ses effectifs entre 1990 et1999. Les activités d'agriculture et sylviculture représentent encore 5,4 % des emplois du pays en 1999. C'est 3,4 points de plus que dans le département et 1,3 point de plus que dans le pays de Saverne Plaine et Plateau. L'importance de la viticulture et des cultures céréalières en Alsace centrale explique pour partie la place de l'agriculture dans l'économie locale.

B - L'EQUIPEMENT COMMERCIAL ET ARTISANAL

1. L'armature commerciale

1.1 Les grandes surfaces (commerces avec des surfaces de vente supérieures à 300 m²)

1.1.1 Les grandes surfaces alimentaires (GSA)



Les grandes surfaces alimentaires	Nombre	Surface en m²	Densité de la zone en m² pour 1 000 habitants	Densité du Bas-Rhin en m² pour 1 000 habitants
Supermarchés	23	23 781	185	191
Hypermarchés	6	19 891	155	132
Total des grandes surfaces alimentaires	**29**	**43 672**	**340**	**323**

Source : ODEC 2004

Six hypermarchés, près de **20 000 m²** de surfaces de vente, sont implantés en Alsace centrale, trois sur le seul territoire de la commune de Sélestat : «Leclerc» (2 500 m²), «Intermarché» (4 100 m²) et «Rond-Point» (3 896 m²). La commune de Benfeld accueille un hypermarché à l'enseigne «Intermarché» (2900 m²), Erstein un «Leclerc» (3 815 m²) et Villé, un «Super U» (2 680 m²).

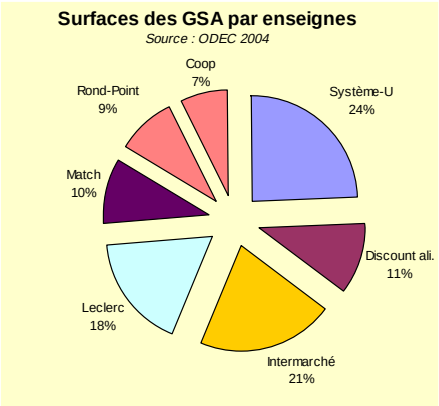
C'est le pays bas-rhinois qui compte le plus grand nombre d'hypermarchés. Pour autant, la densité des hypermarchés (155 m²/1 000 habitants) est moindre que dans le pays de Saverne (182) mais est supérieure à la moyenne départementale (129). Leur taille reste modeste comparativement à ceux de l'agglomération strasbourgeoise et aux autres pays bas-rhinois : 3 315 m² de surface de vente moyenne par établissement contre 4 870 m² dans les 4 pays.
Les 3 hypermarchés sélestadiens ainsi que celui d'Erstein sont chacun dotés d'une galerie marchande (1 500 m² pour l'Intermarché de Sélestat).
La localisation des hypermarchés a sans conteste un impact sur les dynamiques d'achat des consommateurs en Alsace centrale. Ainsi, l'essentiel de l'offre en hypermarché de Sélestat (deux hypermarchés sur les trois) qui est localisée dans le parc d'activité nord, est en position de pouvoir capter les flux des consommateurs de l'ensemble de ce territoire. Mais force est de constater qu'aujourd'hui, la partie sud de l'Alsace centrale et également les vallées sont fortement sous l'influence du pôle commercial de Houssen (hypermarché Cora). Le troisième hypermarché sélestadien est quant à lui davantage orienté vers l'ouest de la zone et relativement bien intégré dans le tissu urbain.

L'offre alimentaire en Alsace centrale repose avant tout sur un réseau de **23 supermarchés** offrant une surface totale de vente de **24 000 m²** répartie sur l'ensemble du territoire. La densité de supermarchés par habitant reste toutefois limitée (185 m²/1000hab) compte tenu du nombre important d'hypermarchés qui quadrillent le secteur.
La taille moyenne des supermarchés s'inscrit quant à elle dans la moyenne départementale :1 044 m².
Ces supermarchés se situent dans les communes les plus importantes d'Alsace centrale : Barr et Sélestat concentrent quatre supermarchés chacune, Benfeld et Erstein trois, Marckolsheim et Sainte-Marie-aux-Mines deux. Les autres supermarchés sont localisés à Boofzheim, Gertwiller, Sundhouse et Sainte-Croix-aux-Mines. Cette offre en GSA est complétée par une grande surface spécialisée en produits surgelés.

La **répartition géographique** des GSA est relativement bien hiérarchisée au sein du territoire de l'Alsace centrale. Un couloir se détache **le long de l'axe rapide Nord-Sud**, où l'on recense non seulement l'essentiel des hypermarchés, mais également une grande part des supermarchés. Les pôles de Sélestat, Benfeld et Erstein concentrent 62 % de la surface de GSA du pays (87 % des hypermarchés, 41 % des supermarchés). Le reste du territoire de l'Alsace centrale semble **bien irrigué** par les supermarchés, tant le ried, que le piémont ou les vallées. Seul le secteur autour d'Epfig-Kogenheim paraît quelque peu «oublié» ; ceci s'explique en partie par la proximité des différents pôles commerciaux bien équipés.

L'offre alimentaire devrait se renforcer dans plusieurs communes du pays compte tenu des projets récemment autorisés mais non encore réalisés fin 2004 :

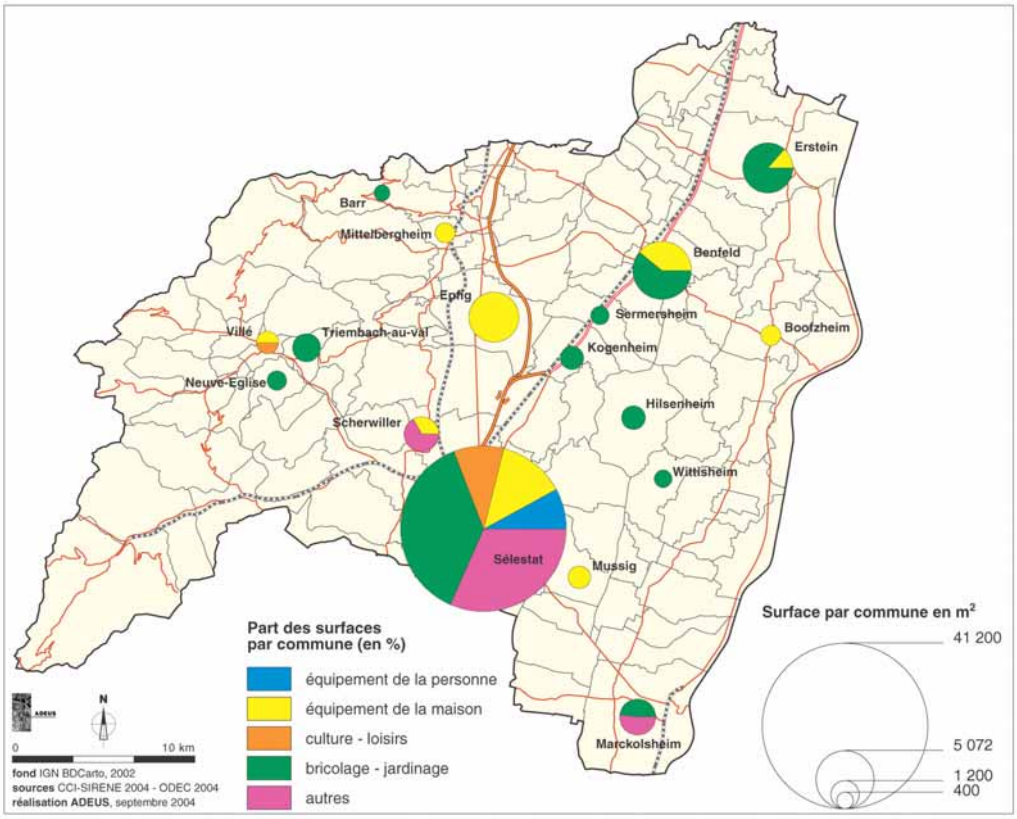
- création de supermarchés maxidiscomptes à Benfeld («Netto», 600 m²) et Rhinau («Norma», 700 m²),
- extension de supermarchés : «Super U» de Gertwiller (+1 028 m²) et de Marckolsheim (remplacement de l'existant par un hypermarché de 2 950 m²) et du «Leclerc» de Sélestat.



Trois groupes concentrent à eux seuls près des deux tiers de la superficie des GSA : «Système-U», «Intermarché» et «Leclerc». Mais aucune enseigne ne se détache de façon réellement significative comme cela peut se passer dans d'autres secteurs.

Il faut relever que les maxi-discounts («Lidl», «ED», «Leader Prince», «Norma») rassemblent 11 % des surfaces de vente, ce qui est comparable aux territoires d'Alsace du Nord et du SCOTERS[1] (10 %) mais moins conséquent que dans le pays de Saverne, plaine et plateau (16 %).

1.1.2 Les grandes surfaces spécialisées (GSS)

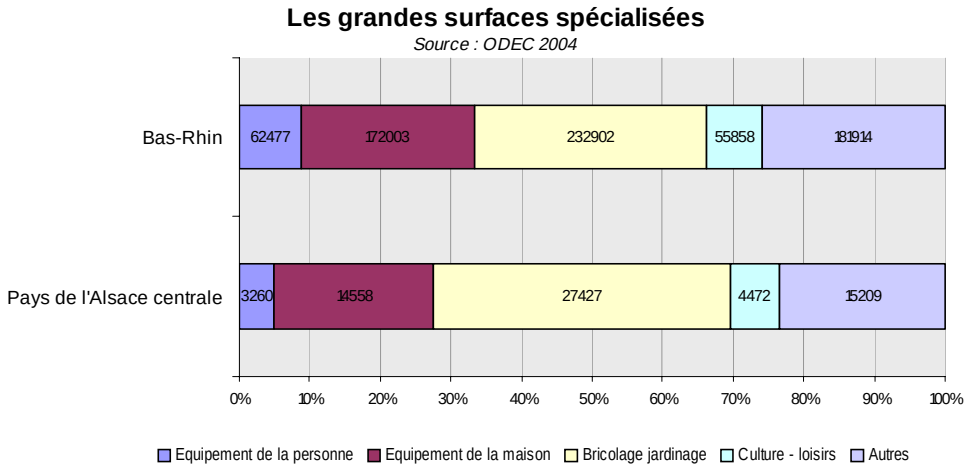


Les GSS	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Culture-loisirs	Bricolage-jardinage	Autres[a]	Total GSS
Nombre	7	14	6	29	14	70
Surface en m²	3 260	14 558	4 472	27 427	15 209	64 926

a. Autres : automobile, divers, services à la personne, alimentation, surgelés.

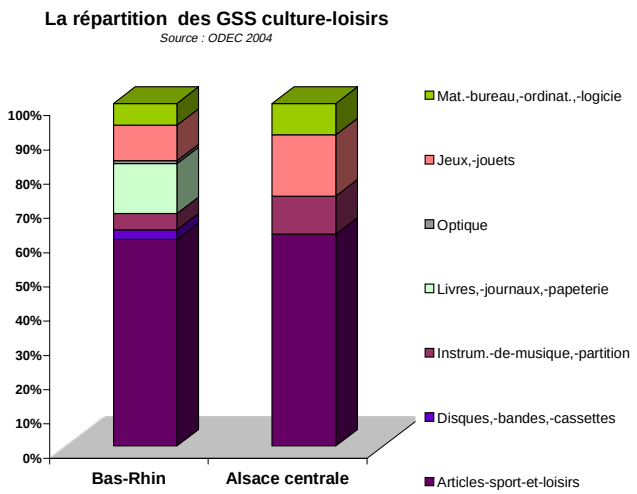
Source : ODEC 2004

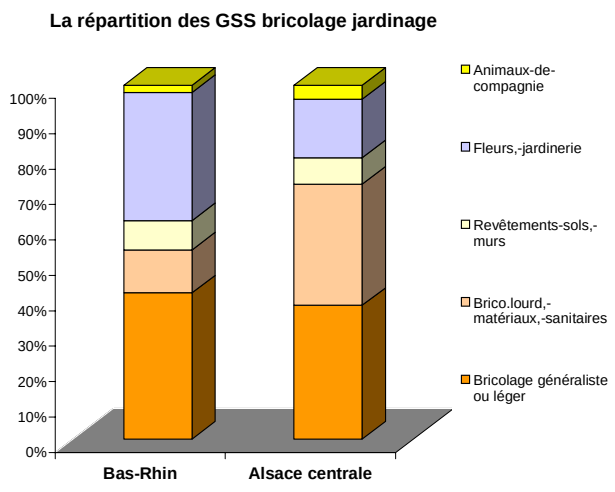
1. *Schéma de cohérence territoriale de la région de Strasbourg*



L'Alsace centrale compte **70 grandes surfaces spécialisées (GSS)**, soit près de **65 000 m²** de surfaces de vente. Pris dans leur ensemble, ce territoire compte une densité de GSS moins importante que la moyenne départementale.

Cette situation est toutefois variable selon leur spécialisation.
L'équipement de la personne (7 GSS soit 3 260 m²) et l'automobile (7 GSS soit 7 660 m²) sont nettement sous-représentés.
Quant au secteur culture-loisirs, le pays de l'Alsace centrale se positionne tout à fait honorablement, essentiellement grâce à la présence de magasins spécialisés dans les articles de sports ; absence toutefois de librairie-papeterie et de magasin de disques.





Dans le secteur du **bricolage-jardinage** avec plus de 27 500 m² de surfaces de vente, se concentre une part importante des GSS du pays de l'Alsace centrale (40 %). Le bricolage lourd paraît particulièrement sur-représenté par rapport aux autres pays du département. Le bricolage généraliste ou léger semble au contraire moins présent.

A l'opposé, l'équipement de la personne représente à peine 5 % des surfaces de vente et le domaine culture-loisirs 7 %.

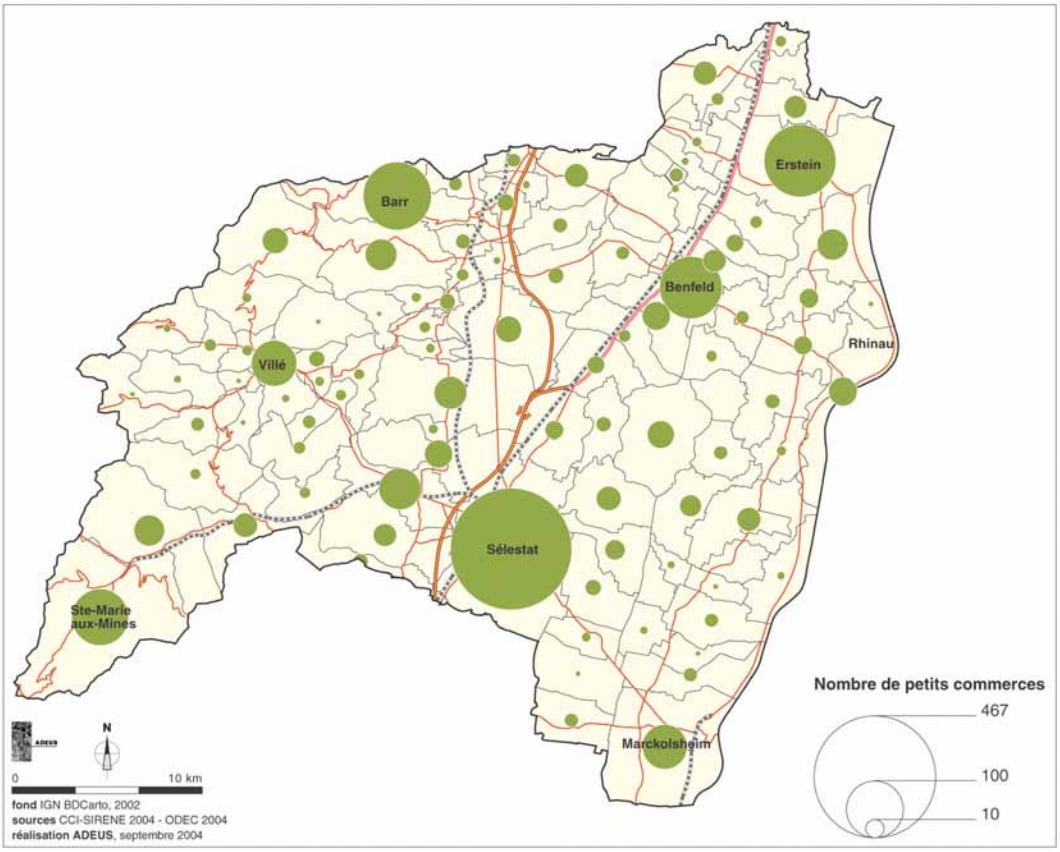
La majeure partie de l'offre en GSS **se concentre à Sélestat (64 %)** ne laissant que peu de place à d'autres pôles comme Benfeld (8 %) ou Erstein (6,5 %).
Sélestat regroupe à elle seule plus de 41 000 m² de GSS concentrées sur un pôle principal : **la zone industrielle Nord** qui regroupe une offre apparemment diversifiée (Alsace-cuisines, But, Connexion, Gifi, Halle-aux-chaussures, Jardina, Joué-club, Sport 2000, concessionnaires automobiles...) à côté des deux hypermarchés.

La commune de Benfeld compte quant à elle 5 000 m² de GSS implantées de manière assez diffuse, encadrant le commerce de centre-ville, tout en restant à proximité de la RN 83.
Erstein dispose d'un peu plus de 4 100 m².
Les vallées et le ried sont relativement peu équipés en grandes surfaces spécialisées. Quelques implantations ponctuent le territoire : une petite quinzaine de communes sont ainsi dotées d'une GSS. Il s'agit essentiellement de grandes surfaces spécialisées dans le bricolage ou le jardinage.
Le Val d'Argent était jusqu'à très récemment vierge de toute implantation. Un GSS de bricolage a été autorisée récemment. L'exiguïté de la vallée constitue sans doute une explication.

Parmi les projets accordés en 2004 :

- Benfeld : quincaillerie, transfert de 1 500 m²,
- Benfeld : bricolage lourd, extension de 377 m²,
- Benfeld : jardinerie, création de 990 m²,
- Sainte Marie-aux-Mines : bricolage, création de 1 380 m²,
- Sélestat : équipement motos, extension de 552 m²,
- Sélestat : culture-loisirs, création de 900 m²,
- Sélestat : jardinerie, extension de 1 340 m².

1.2 Le petit commerce (établissements de moins de 300 m²) et les services[1]



Petit commerce et services	Sélestat	Erstein	Barr	Benfeld	Ste Marie aux Mines	Villé	Marckolsheim	Total Alsace Centrale
Nbre de petits commerces et services	467	164	147	125	102	66	64	**1 941**
dont commerces de moins de 300 m² *alimentaires*	213 *38*	80 *17*	64 *19*	66 *12*	40 *12*	39 *12*	28 *6*	**880** *261*
dont services	254	84	83	57	62	27	40	**1 061**

Commerces de moins de 300 m²	Alimentaire	Automobile (inclus répar. entre.)	Bricolage jardinage	Culture-loisirs	Divers	Eq. personne (inclus santé-tabac)	Eq. maison
Nombre	261	174	47	102	53	167	72
Surface de vente totale (Estimation sur la base «surface moyenne» CCISBR 2004)	18 800 m²	36 000 m²	4 400 m²	13 700 m²	5 800 m²	13 600 m²	10 200 m²
Densité en m² pour 1000 habitants	146	280	34	106	45	106	79

Services	Hôtellerie et restauration	Services à la personne (inclus le cinéma)	Services tertiaires ayant vitrines sur rue
Nombre d'établissements	425	343	297

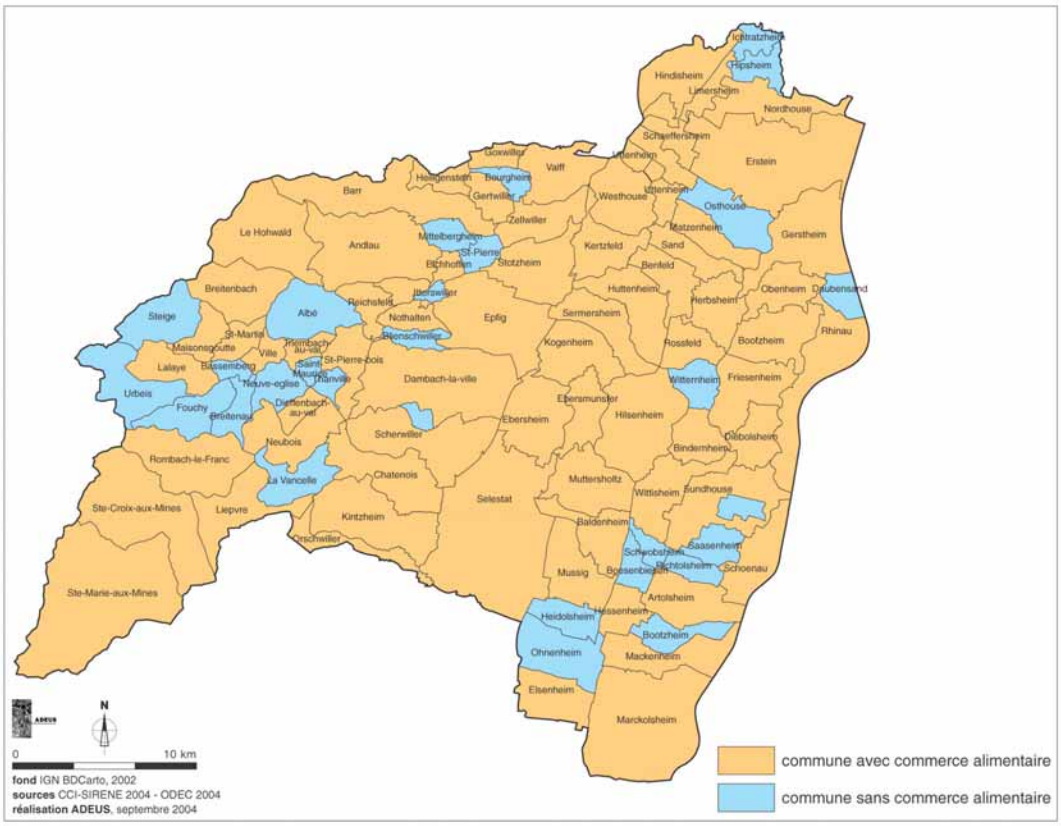
Sources : CCI - SIRENE 2004 - RP 1999

1. *La nomenclature détaillée est en annexe.*

La présence de petits commerces et de services contribue indéniablement avec les grandes surfaces commerciales à l'animation des centres villes.
Pour le pays de l'Alsace centrale, le petit commerce représente plus de 100 000 m^2 de surface de vente, légèrement moins que l'ensemble des grandes surfaces, ce qui dénote de l'importance de ce tissu commercial. Avec 15 petits commerces et services pour 1 000 habitants, le pays possède un ratio équivalent à celui du département voire un des taux les plus élevés de petits commerces du Bas-Rhin, hors Communauté Urbaine de Strasbourg. Le petit commerce semble donc avoir mieux résisté ici que dans d'autres zones.
Toutes les catégories de petits commerces sont présentes en Alsace centrale. La part des petits commerces relevant de **l'automobile et de l'alimentation** est légèrement supérieure à la moyenne départementale (respectivement 9 % et 13,5 %) ; la plupart des autres secteurs sont moins représentés. On note également pour les services une **légère sur-représentation de l'hôtellerie-restauration** ; ce qui s'explique par l'attrait touristique de la zone.

Sélestat avec 467 établissements, soit un petit commerce du pays sur 4, constitue le véritable pôle commercial et de services à l'échelle de ce territoire.
Le rayonnement de Sélestat est relayé par plusieurs pôles d'attraction plus locale : Erstein (164 petits commerces), Barr (147) et Benfeld (123). Sainte-Marie-aux-Mines (102) et, à un degré moindre, Villé (66) et Marckolsheim (64) disposent également d'une offre conséquente.

Les communes sans commerce alimentaire



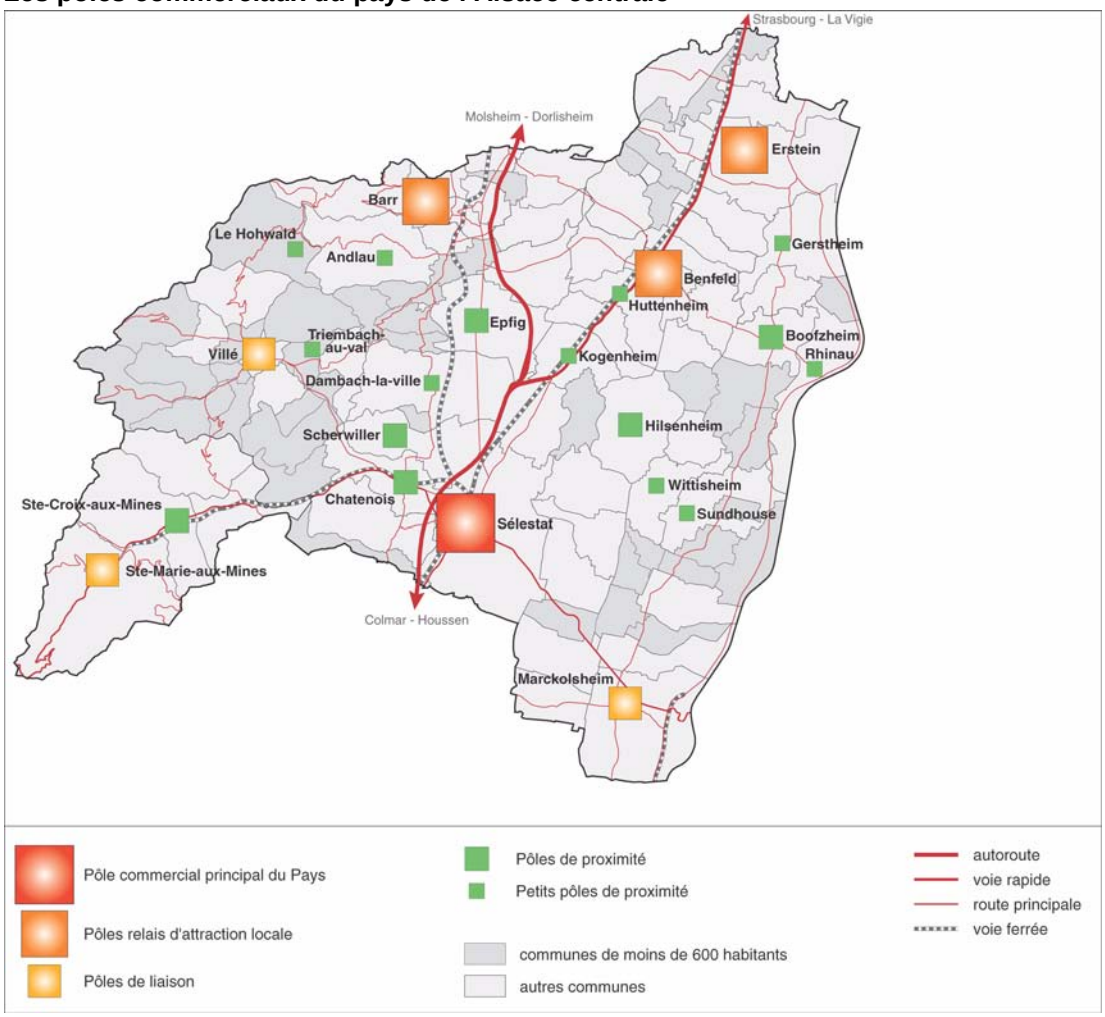
Cette répartition du petit commerce en Alsace centrale fait également apparaître certains déséquilibres notamment en matière de répartition de l'offre alimentaire. Parmi les 99 communes du pays, **28 ne possèdent pas de commerce alimentaire.** 23 de ces communes comptent moins de 600 habitants, seule Osthouse s'approche des 1 000 habitants et 4 d'entre elles ne disposent d'aucun commerce ou service (Boesenbiesen, Hipsheim, Saasenheim et Witternheim). Ces communes sont essentiellement situées dans le Val de Villé, sur le piémont ou dans le secteur du Ried. Le commerce ambulant permet de remédier partiellement à cette situation.

2. La hiérarchie des pôles commerciaux

L'appareil commercial de l'Alsace centrale se décline en **24 pôles commerciaux** qui constituent les supports du maillage commercial de ce territoire :

- un pôle commercial principal de l'Alsace centrale : Sélestat
- trois pôles relais d'attraction plus locale : Barr- Gertwiller, Benfeld et Erstein
- trois pôles de liaison qui desservent un territoire plus restreint ou qui sont moins équipés que les précédents : Marckolsheim, Sainte Marie-aux-Mines et Villé
- des pôles de proximité qui disposent au moins d'une grande surface : Boofzheim, Châtenois, Epfig, Hilsenheim, Scherwiller et Sainte Croix-aux-Mines
- et, enfin des petits pôles de proximité constitués autour de petits commerces avec ou sans grande surface : Andlau, Dambach-la-Ville, Gerstheim, Huttenheim, Kogenheim, Le Hohwald, Rhinau, Sundhouse, Triembach-au-Val et Wittisheim.

Les pôles commerciaux du pays de l'Alsace centrale

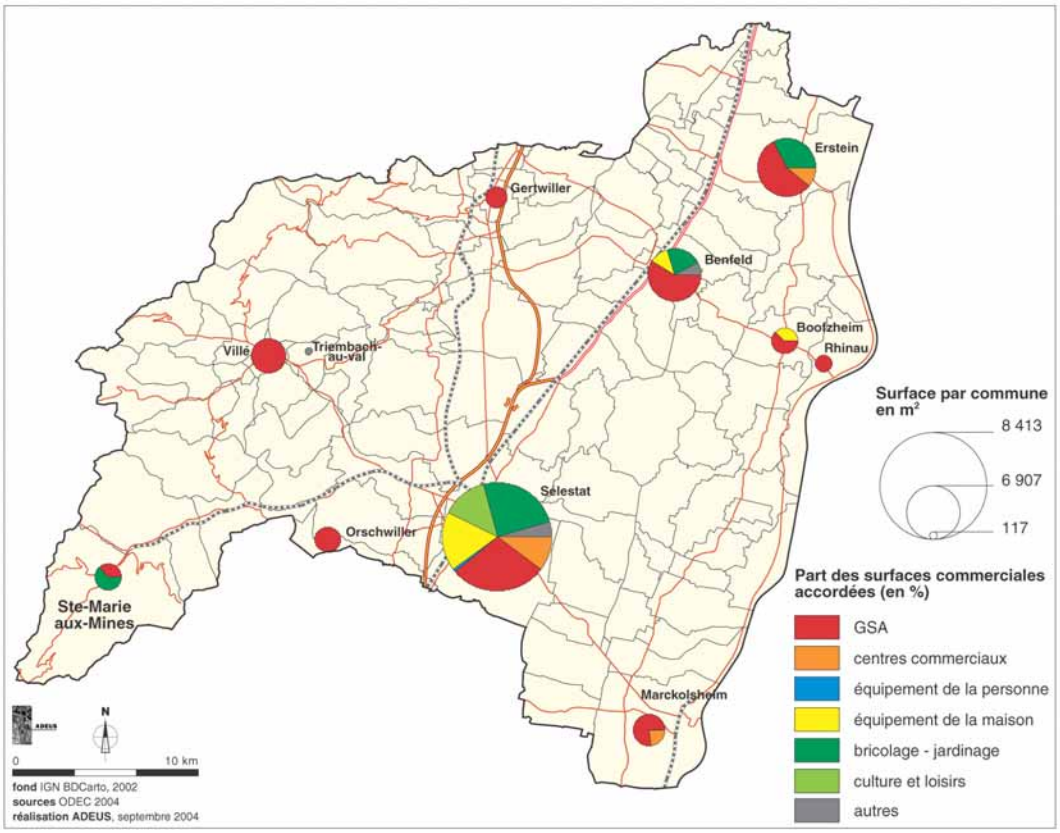


Communes	Caractéristiques de l'équipement commercial
Sélestat	**PÔLE COMMERCIAL PRINCIPAL DU PAYS** L'offre répartie sur le territoire communal fait de Sélestat le **premier pôle commercial du pays**, loin devant Barr, Benfeld ou Erstein. L'importance et la diversité de ces commerces permettent au chef-lieu d'arrondissement **de fédérer l'ensemble du pays**. Sa situation géographique centrale, le long de l'axe Nord/Sud, en bordure du ried et au débouché des vallées vosgiennes lui permet de rayonner efficacement sur l'ensemble de l'Alsace centrale. Sélestat est ensuite relayée localement par toute une hiérarchie de pôles de moindre importance. Mais le pôle sélestadien doit également faire face à la concurrence des deux pôles commerciaux régionaux qui l'entourent : Strasbourg et Colmar. Le pôle commercial sélestadien s'appuie sur : **Le centre ville** Présence de près de **470 petits commerces** sur la ville, dont une grande partie dans le **centre historique** : - 180 commerces de détail : 50 d'équipement de la personne, 40 d'alimentation, 35 dans le domaine de la culture et des loisirs ; 25 d'équipement de la maison, 10 de bricolage. - 290 services : 90 services à la personne, 90 services tertiaires ayant vitrine sur rue, 70 établissements dans l'hôtellerie et la restauration, 35 dans le secteur de l'automobile. **A proximité du centre ville : 1 hypermarché** *(4 500 m²)***, 2 supermarchés** *(2 000 m²)* **et 1 maxi discount***(700 m²)***.** **La ZA Nord** - **33 000 m² de surface de vente pour les commerces** ; - Présence de **2 hypermarchés** qui servent de locomotives à la zone *(près de 7 000 m² de surface de vente, et plus de 2 000 m² d'extensions autorisées)* - 1 **maxi-discount** y est également localisé *(500 m²)* ; - Forte concentration de **GSS générant une offre diversifiée** : - 8 000 m² de bricolage-jardinage, - 4 800 m² de concession automobile, - 3 400 m² d'équipement de la maison, - 3 300 m² d'équipement de la personne, - 2 300 m² dans le domaine de la culture et des loisirs, - 2 000 m² de galerie commerciale, -...
Barr - Gertwiller **Benfeld** **Erstein**	**PÔLES RELAIS D'ATTRACTION LOCALE** Bourgs-centres ou périurbains, Barr, Benfeld et Erstein constituent les pivots de l'offre commerciale. Ils remplissent la fonction de service de proximité élargi, alternative aux grandes polarités que constituent la CUS et Sélestat. **Une grosse centaine de petits commerces doublée de grandes surfaces alimentaires et spécialisées :** - **Erstein** : plus de 160 petits commerces qui cohabitent avec 1 hypermarché et 4 supermarchés ; 3 GSS et une galerie commerciale portent à 11 300 m² la surface de vente (+ 18 000 m² de PC = un total de plus de 28 000 m²). - **Benfeld** : 1 hypermarché, 3 supermarchés et 6 GSS (dont 5 de bricolage-jardinage) s'ajoutent aux 120 PC pour atteindre près de 24 000 m² de surface de vente. - **Barr- Gertwiller** semble légèrement en retrait par rapport aux 2 autres pôles avec une superficie plus réduite de GS. «Seulement» 5 grandes surfaces dont 5 supermarchés pour un peu moins de 5 000 m². Mais la commune compense cette relative faiblesse par près de 150 petits commerces. - 5 maxidiscompteurs dans l'ensemble de ces communes, dont 3 à Erstein.

Communes	Caractéristiques de l'équipement commercial
Marckolsheim **Ste Marie-aux-Mines** **Villé**	**PÔLES DE LIAISON** Ces pôles, souvent organisés autour d'une locomotive de taille modeste sont destinés à capter les flux sur le trajet travail-domicile. Ils constituent une alternative entre pôles de proximité et pôles d'attraction locale. **60 à 100 petits commerces** **1 hypermarché ou 2 supermarchés par pôle s'accompagnant éventuellement d'1 ou 2 GSS :** - une centaine de PC à Sainte-Marie-aux-Mines sur plus de 10 000 m² mais à peine plus de 2 000 m² de GS (2 supermarchés) ; - une soixantaine de PC à Villé et Marckolsheim accompagnée d'un hypermarché ou de 2 supermarchés et de 2 autres GSS. A noter une petite galerie commerciale au Super U de Marckolsheim.
Boofzheim **Châtenois** **Epfig** **Hilsenheim** **Scherwiller** **Ste-Croix-aux-Mines**	**PÔLES DE PROXIMITE** Ces pôles commerciaux sont destinés au service de proximité et possèdent une offre complète (y compris hygiène et santé mais réduite en équipement de la personne). Leur influence est limitée mais s'élargit jusqu'au niveau du canton s'il n'existe pas de pôle plus important à proximité. **Jusqu'à une cinquantaine de petits commerces avec l'une ou l'autre grande surface** : - 2 supermarchés à Boofzheim et Sainte-Croix-aux-Mines ; - 5 GSS à Boofzheim, Epfig, Hilsenheim et Scherwiller (2) ; - aucune GS à Châtenois mais un pôle important de petits commerces (55 établissements sur près de 6 000 m²).
Andlau **Dambach-la-Ville** **Gerstheim** **Huttenheim** **Kogenheim** **Le Hohwald** **Rhinau** **Sundhouse** **Triembach-au-Val** **Wittisheim**	**PETITS PÔLES DE PROXIMITE** Ces petits pôles présentent une offre incomplète. Ils assurent un service de proximité minimum, enrichi d'une offre spécialisée ponctuelle, mais ne permettent pas d'éviter une forte évasion. - **20 à 35 commerces de proximité sans grande surface** ; - **10 à 20 petits commerces mais avec la présence d'une grande surface** (supermarché à Sundhouse, bricolage à Kogenheim, Triembach-au-Val et Wittisheim)

3. Les évolutions récentes de l'appareil commercial

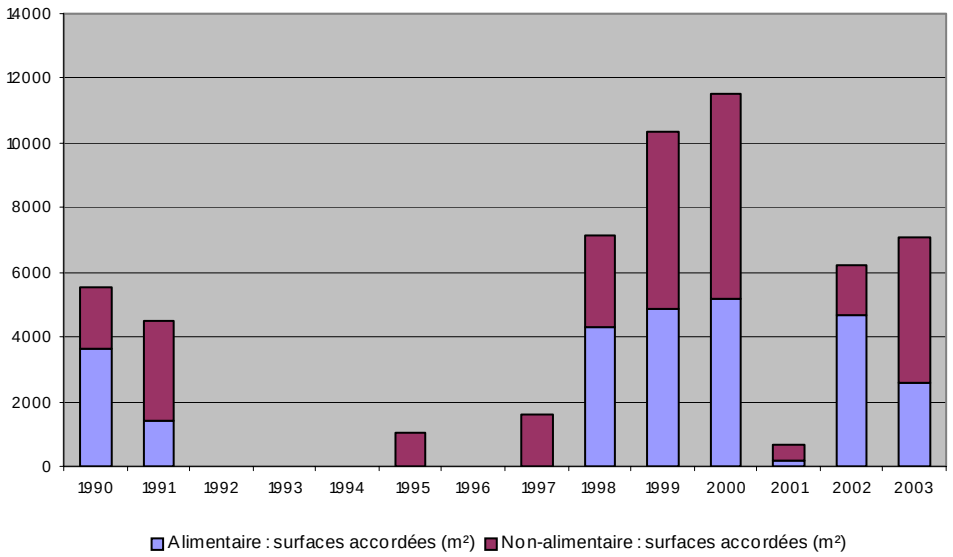
Les surfaces accordées en CDEC de 1990 à 2003



Dans le Bas-Rhin, 441 dossiers ont été déposés en Commission Départementale d'Equipement Commercial (CDEC). 75 % ont été autorisés et 19 % refusés.
Un peu plus de 400 000 m² de surface de vente ont ainsi été autorisés durant cette période pour l'ensemble du département.
L'Alsace centrale a pour sa part gagné 54 000 m^2, soit 13 % de l'ensemble des surfaces autorisées dans le département.
Leur examen montre une répartition **quasi équivalente entre offre alimentaire et non-alimentaire**.
Dans le contexte départemental, l'Alsace centrale fait ainsi figure d'exception. En effet, l'essentiel des autorisations départementales durant cette période a concerné l'offre non alimentaire.
48 % des surfaces autorisées concernent les **grandes surfaces alimentaires** (dont 18 % pour les hypermarchés)**,** 21 % des GSS de bricolage-jardinage et 12 % des GSS d'équipement de la maison. Les autres domaines sont relativement peu concernés.
Plusieurs supermarchés sont amenés à passer le cap de l'hypermarché (plus 2 500 m^2).

Cet accroissement des surfaces commerciales a contribué à renforcer les pôles commerciaux existants à l'exception de celui de Barr dont les surfaces commerciales sont restées stables au cours de ces dix dernières années.

Les surfaces accordées en CDEC[1] de 1990 à 2003 dans le pays de l'Alsace centrale



Sources : CDEC 1990-2003

La forte croissance des autorisations enregistrée à partir de 1998 est en partie imputable au changement de seuil intervenu pour présenter un dossier en CDEC mais il révèle également un dynamisme du développement commercial en Alsace centrale.

Toutes les autorisations de création ou d'extension de surfaces commerciales ne se concrétisent pas systématiquement par des réalisations sur le terrain.

Les projets autorisés avant 2004 et non encore réalisés

Année de l'autorisation	Enseigne	Localisation	Libellé activité	Nature de la demande	Surface accordée en m²	Observation
1997	SA Meubles Jade /	SELESTAT	Meubles	extension	842,78	
2000	Leclerc	SELESTAT	Hypermarché	extension	2250	
2000	Leclerc	SELESTAT	Autres-surfaces-du-centre-comm	extension	1035	
2001	maga Sifferlin	SELESTAT	Bricolage-sans-jardinerie	extension	384	**en cours**
2002	Leclerc	ORSCHWILLER	Supermarché	création	1 506,00	
2002	Super U	GERTWILLER	Supermarché	extension	1 167,00	
2003	BRICO-STUTZ	BENFELD	Bricolage-sans-jardinerie	création-trans	1500	**en cours**
2003	M. Bricolage	SAINTE-MARIE-AUX-MINES	Bricolage-sans-jardinerie	création	1380	
2003	NETTO	BENFELD	Supermarché	création	600	
2003	NORMA	RHINAU	Supermarché	création	700	
2003	SUPER-U	MARCKOLSHEIM	Hypermarché	extension	*1282*	**en cours**
2003	SUPER-U	MARCKOLSHEIM	Autres-surfaces-du-centre-comm	extension	*189*	**en cours**
2003	SUPER-U	MARCKOLSHEIM	Commerce-détail-carburants	extension	25	**en cours**

Ainsi, près de 5 000 m^2 de GSA sont toujours en suspens...

1. *Le seuil de soumission à un accord de la CDEC a changé en 1996 (Loi Raffarin).*

4. L'artisanat [1] et son évolution récente

L'artisanat représente 1 676 entreprises et 10 099 actifs dans le pays de l'Alsace centrale.

Au cours des 5 dernières années, le nombre d'établissements n'a progressé que de 3,6 % sur ce territoire (soit 58 entreprises supplémentaires) contre 5,6 % au niveau départemental.

Alors que les secteurs de la production, du bâtiment et des services évoluent positivement, l'alimentaire enregistre un solde négatif (- 8,1 %). Cette tendance à la baisse correspond certes à celle observée dans le Bas-Rhin (- 6,3 %), elle est néanmoins plus marquée en Alsace centrale. Les cantons de Benfeld, Sélestat et Villé sont particulièrement touchés par cette érosion, la perte d'entreprises alimentaires dépassant les 10 %.

L'implantation ou l'extension de supermarchés et d'hypermarchés n'est sans doute pas étrangère à cette évolution.

Avec 205 entreprises (soit 12,2 % des entreprises artisanales contre 10,1 % dans le Bas-Rhin), le secteur alimentaire reste malgré tout bien représenté sur ce territoire.

Notons cependant que certaines communes sont totalement dépourvues de commerces alimentaires. Pour pallier cette absence, des tournées sont effectuées par des artisans boulangers ou bouchers pour assurer l'approvisionnement de la population locale en denrées alimentaires de première nécessité.

Concernant les services, on recense 433 entreprises et 1768 actifs. Au cours des 5 dernières années, le nombre d'entreprises de ce secteur a progressé de 3,3 % (soit 14 établissements supplémentaires), un taux très proche de celui du Bas-Rhin (3,5 %).

Cependant, la situation n'est pas homogène à l'intérieur du pays. Les cantons de Sélestat et de Villé ont en effet, enregistré un solde négatif. A l'opposé, le canton d'Erstein affiche une augmentation de plus de 13% du nombre d'entreprises de services.

Au vu de ces données, on peut tirer les conclusions suivantes :

Sur l'ensemble du pays, le développement de l'artisanat de proximité est comparable à celui constaté dans le département mais avec des chiffres plus nuancés en fonction des cantons.

Le secteur de Sélestat-Villé a perdu 13 entreprises au cours des 5 dernières années dans l'alimentaire et les services. Le développement des grandes surfaces sur cette zone et la proximité du pôle commercial de Colmar ont largement favorisé l'évasion des dépenses au détriment de l'artisanat local.

A l'inverse, le canton d'Erstein semble mieux résister. La proximité de Strasbourg apparaît comme un avantage plutôt qu'un frein au développement. La forte progression démographique combinée à un tissu industriel dense offre des opportunités à l'artisanat de proximité.

D'une manière générale, le pays de l'Alsace centrale subit l'attraction des pôles commerciaux de Strasbourg au nord et de Colmar au sud. Pour lutter contre l'évasion, Sélestat dispose de plusieurs grandes surfaces alimentaires. Par contre, la densité en magasins spécialisés est relativement faible, d'où peu de fidélité pour les produits non-alimentaires et le risque de voir les consommateurs effectuer des achats complémentaires lors de leurs déplacements hors du pays.

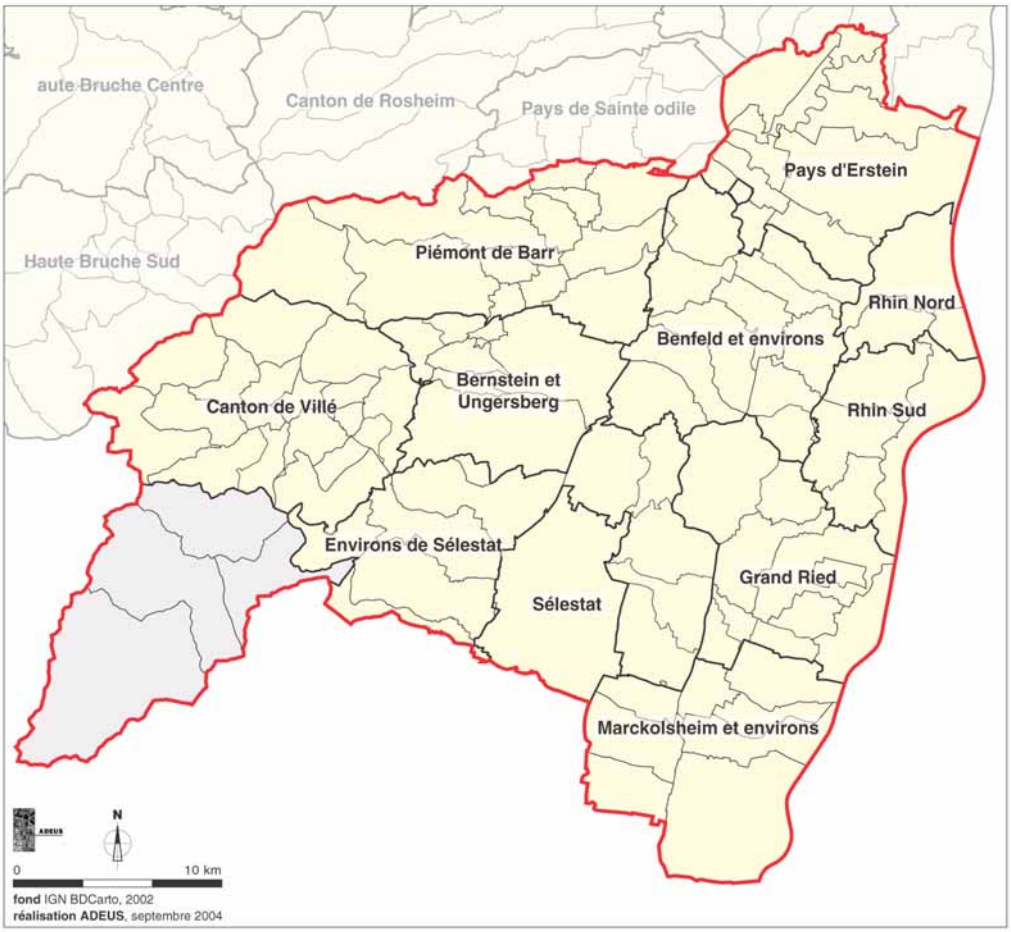
1. *Selon la définition de la Chambre de Métiers d'Alsace*

5. Les marchés[1]

Dans 12 communes de l'Alsace centrale se tiennent des marchés hebdomadaires :
Andlau, Barr, Benfeld, Châtenois, Dambach-la-ville, Ebermunster, Erstein, Gerstheim, Hilsenheim, Rhinau, Sélestat et Villé.
Plusieurs d'entre elles proposent plusieurs horaires et/ou sites différents. Sélestat (ainsi que Villé en été) est par exemple animé d'un marché des produits du terroir.

1. *Inventaire des foires et marchés Préfecture du Bas-Rhin*

C - LE COMPORTEMENT D'ACHAT DES MENAGES[1]



Le pays de l'Alsace centrale est composé de **11 zones d'enquêtes** :

- Benfeld et environs,
- Bernstein et Ungersberg,
- Canton de Villé,
- Environs de Sélestat,
- Grand Ried,
- Marckolsheim et environs,
- Pays d'Erstein,
- Piémont de Barr,
- Rhin Nord,
- Rhin Sud,
- et Sélestat.

La dépense moyenne est de **12 834 €** par an et par ménage.
Pour l'ensemble du Bas-Rhin, elle est de 12 419 €, supérieure de 5 % à la moyenne nationale.

1. *Enquête sur les comportements d'achat - CCI SBR 2002*

1. Les achats alimentaires

La dépense commercialisable (DC) est de **238 millions d'€**

La fidélité[a] est de 89 % dont :		L'évasion[b] est de 11 % dont :	
Benfeld et environs	11 %	Geispolsheim / … /	2 %
Bernstein et Ungersberg	1 %	Haut Rhin	2 %
Canton de Villé	5 %	Molsheim / Dorlisheim	1 %
Environs de Sélestat	2 %	Pays de Sainte Odile	1 %
Grand Ried	3 %	Eschau / Plobsheim	1 %
Marckolsheim et environs	5 %		
Pays d'Erstein	13 %		
Piémont de Barr	10 %		
Rhin Nord	1 %		
Rhin Sud	4 %		
Sélestat	34 %		

a. La fidélité représente la part des dépenses commercialisables que les ménages résidants effectuent dans les commerces de leur zone.
b. L'évasion représente la part des dépenses commercialisables que les ménages résidants effectuent dans les commerces hors zone.

Les formes de vente privilégiées sont :

- les supermarchés (43 % de la DC)
- les supermarchés, quand les ménages réalisent leurs achats au sein du pays (45 % de la fidélité)
- les hypermarchés, quand ils réalisent leurs achats à l'extérieur (43 % de l'évasion).

Le CA «Alimentaire» des commerces du pays est de **225 millions d'€** L'attraction externe (part du CA qui est réalisé avec des ménages résidant à l'extérieur du pays) est de **6 %** du CA.

2. L'équipement de la personne

La DC est de **111 millions d'€**

La fidélité est de 43 % dont :		L'évasion est de 57 % dont :	
Benfeld et environs	3 %	Strasbourg Centre Ville	15 %
Bernstein et Ungersberg	0 %	Haut Rhin	10 %
Canton de Villé	2 %	Vente à distance	10 %
Environs de Sélestat	1 %	Geispolsheim / … /	4 %
Grand Ried	0 %	Illkirch Graffenstaden	3 %
Marckolsheim et environs	1 %	Pays de Sainte Odile	2 %
Pays d'Erstein	5 %		
Piémont de Barr	2 %		
Rhin Nord	0 %		
Rhin Sud	1 %		
Sélestat	28 %		

Les formes de vente privilégiées sont :

- les commerces traditionnels (44 % de la DC)
- les commerces traditionnels, quand les ménages réalisent leurs achats au sein du pays (56 % de la fidélité)
- les commerces traditionnels, quand ils réalisent leurs achats à l'extérieur (39 % de l'évasion). A noter que la VAD capte 20 % de l'évasion.

Le CA «Equipement de la personne» des commerces du pays est de **53 millions d'€** L'attraction externe (part du CA qui est réalisé avec des ménages résidant à l'extérieur du pays) est de **8 %** du CA.

3. L'équipement de la maison

La DC est de **114 millions d'€**

La fidélité est de 54 % dont :		L'évasion est de 46 % dont :	
Benfeld et environs	7 %	Haut Rhin	11 %
Bernstein et Ungersberg	2 %	Ostwald	5 %
Canton de Villé	2 %	Geispolsheim / … /	5 %
Environs de Sélestat	2 %	Vente à distance	3 %
Grand Ried	1 %	Strasbourg Cronenbourg	3 %
Marckolsheim et environs	2 %	Strasbourg Centre Ville	2 %
Pays d'Erstein	5 %	Vendenheim / … /	2 %
Piémont de Barr	3 %		
Rhin Nord	0 %		
Rhin Sud	2 %		
Sélestat	27 %		

Les formes de vente privilégiées sont :

- les GSS (57 % de la DC)
- les GSS, quand les ménages réalisent leurs achats au sein du pays (54 % de la fidélité)
- les GSS, quand ils réalisent leurs achats à l'extérieur (57 % de l'évasion)

Le CA «Equipement de la maison» des commerces du pays est de **72 millions d'€**. L'attraction externe (part du CA qui est réalisé avec des ménages résidant à l'extérieur du pays) est de **15 %** du CA.

4. Le secteur culture et loisirs

La DC est de **58 millions d'€**

La fidélité est de 43 % dont :		L'évasion est de 57 % dont :	
Benfeld et environs	2 %	Haut Rhin	10 %
Bernstein et Ungersberg	0 %	Geispolsheim / … /	8 %
Canton de Villé	2 %	Strasbourg Centre Ville	8 %
Environs de Sélestat	0 %	Vente à distance	6 %
Grand Ried	1 %	Illkirch Graffenstaden	4 %
Marckolsheim et environs	1 %	Vendenheim / … /	3 %
Pays d'Erstein	4 %	Strasbourg Hautepierre	3 %
Piémont de Barr	2 %	Molsheim / Dorlisheim	2 %
Rhin Nord	0 %		
Rhin Sud	2 %		
Sélestat	28 %		

Les formes de vente privilégiées sont :

- les GSS (34 % de la DC)
- les GSS et les commerces traditionnels quand les ménages réalisent leurs achats au sein du pays (respectivement 34 % et 33 % de la fidélité)
- les GSS et les hypermarchés, quand ils réalisent leurs achats à l'extérieur (respectivement 34 % et 33 % de l'évasion). A noter que la VAD capte 13 % de l'évasion.

Le CA «culture / loisirs» des commerces du pays est de **28 millions d'€**. L'attraction externe (part du CA qui est réalisé avec des ménages résidant à l'extérieur du pays) est de **10 %** du CA.

5. Les accessoires automobiles

La DC est de **43 millions d'€**

La fidélité est de 37 % dont :		L'évasion est de 63 % dont :	
Benfeld et environs	3 %	Haut Rhin	16 %
Bernstein et Ungersberg	1 %	Illkirch Graffenstaden	5 %
Canton de Villé	1 %	Strasbourg Meinau	4 %
Environs de Sélestat	1 %	Kochersberg	3 %
Grand Ried	0 %	Molsheim / Dorlisheim	2 %
Marckolsheim et environs	0 %	Geispolsheim / … /	2 %
Pays d'Erstein	1 %		
Piémont de Barr	1 %		
Rhin Nord	0 %		
Rhin Sud	1 %		
Sélestat	29 %		

Les formes de vente privilégiées sont :

- les GSS (40 % de la DC)
- les GSS, quand les ménages réalisent leurs achats au sein du pays (51 % de la fidélité)
- les GSS, quand ils réalisent leurs achats à l'extérieur (34 % de l'évasion)

Le CA «accessoires automobile» des commerces du pays est de **25 millions d'€** L'attraction externe (part du CA qui est réalisé avec des ménages résidant à l'extérieur du pays) est de **35 %** du CA.

6. Tous produits

La DC globale est de **563 millions d'€**

La fidélité est de 64 % dont :		L'évasion est de 36 % dont :	
Benfeld et environs	7 %	Haut Rhin	7 %
Bernstein et Ungersberg	1 %	Strasbourg Centre Ville	4 %
Canton de Villé	3 %	Geispolsheim / … /	3 %
Environs de Sélestat	1 %	Vente à distance	3 %
Grand Ried	2 %	Pays de Sainte Odile	2 %
Marckolsheim et environs	3 %	Illkirch Graffenstaden	2 %
Pays d'Erstein	8 %		
Piémont de Barr	5 %		
Rhin Nord	0 %		
Rhin Sud	3 %		
Sélestat	30 %		

Les formes de vente privilégiées sont :

- les GSS et les supermarchés (respectivement 22 % et 21 % de la DC)
- les supermarchés et les commerces traditionnels, quand les ménages réalisent leurs achats au sein du pays (respectivement 28 % et 24 % de la fidélité)
- les GSS, quand ils réalisent leurs achats à l'extérieur (35 % de l'évasion). La VAD capte 10 % de l'évasion globale.

Le CA total des commerces du pays est de **402 millions d'€** L'attraction externe (part du CA qui est réalisé avec des ménages résidant à l'extérieur du pays) est de **10 %** du CA

.

Commentaires

La dépense moyenne par ménage et par an, dans le pays de l'Alsace centrale, est très légèrement supérieure à celle constatée dans l'ensemble du Bas-Rhin (+3 %). Les ménages de cette zone ont dépensé, en 2002, environ 563 millions d'€ dans le commerce, ce qui représente 11 % des dépenses totales du département.

64 % de ces dépenses, tous produits confondus, ont été réalisés au sein même des commerces du pays, principalement à Sélestat (30 %) qui est la principale destination des achats et ce quelle que soit la catégorie de produits. On peut cependant nuancer cette fidélité selon le type d'achat : en alimentaire, la fidélité s'élève à 89 % alors, que sur le non alimentaire, elle est nettement plus faible et s'échelonne de 37 % pour les accessoires automobiles à 54 % dans l'équipement de la maison.

L'évasion est assez diffuse mais se dirige notamment vers le département voisin du Haut-Rhin (et surtout Colmar), le centre ville de Strasbourg et les zones commerciales de la CUS.

Les ménages du pays de l'Alsace centrale privilégient tous les types de commerces mais selon les achats qu'ils réalisent et si ces achats se font au sein même du pays ou dans d'autres secteurs géographiques :

- les supermarchés pour les dépenses alimentaires
- les commerces traditionnels dans l'équipement de la personne
- les GSS pour les autres types d'achats

A noter également le poids de la vente à distance (vente par correspondance, internet…) notamment en équipement de la personne (10 % des dépenses) et en culture / loisirs (6 %).

Sur le pays de l'Alsace centrale, les commerces ont réalisé, en 2002, un CA estimé à environ 402 millions d'€ (avec les seuls ménages bas-rhinois), dont 225 en alimentaire (soit 56 % du CA total). Par ailleurs, 90 % de ce CA ont été réalisés avec les ménages résidant au sein même du pays.

Le ratio CA / DC global est ici plutôt faible (71) mais reste à relativiser selon les catégories de produits. Il est en effet de 95 dans l'alimentaire, ce qui reflète bien la vitalité du commerce dans ce domaine et/ou sa plus ou moins bonne adéquation avec la demande locale. Par contre, le ratio n'est que de 54 dans le non alimentaire et s'avère le plus faible en équipement de la personne et en culture / loisirs (respectivement 47 et 48).

D - LES ENJEUX DU COMMERCE EN ALSACE CENTRALE

1. Le positionnement de l'équipement commercial

Un territoire qui oscille autour de la norme départementale

Relativement peu dense en population vu sa topographie, le pays de l'Alsace centrale enregistre également une faible densité d'emplois. Pour autant, il connaît un taux d'actifs occupés légèrement supérieur à la moyenne bas-rhinoise. L'évasion professionnelle est de ce fait relativement importante.

Concernant l'offre commerciale, le pays possède des densités **inférieures** tout en restant **proches de la norme départementale**. Il faut noter que pour les grandes surfaces alimentaires, la moindre densité en supermarchés (par rapport à la moyenne départementale) est compensée par une **plus forte densité d'hypermarchés**. L'Alsace centrale pèse légèrement plus en hypermarchés et en petits commerces que dans d'autres domaines comme les GSS, où le pays de Sélestat ne représente que 9 % des superficies totales du Bas-Rhin.
Enfin, la dépense commercialisable moyenne par ménage est relativement conséquente sur ce territoire, puisqu'elle est plus importante que la DC moyenne des bas-rhinois (de plus de 400 euros).

Les indicateurs de positionnement *Sources : INSEE - RG 1999 et ODEC 2004*

	Poids du pays dans le Bas-Rhin	Densité du pays (pour 1 000 habitants)	Densité départementale (pour 1 000 habitants)
Nombre d'habitants	11,5 %	126 hab/km^2	214 hab/km^2
Actifs occupés	12,8 %	445	435
Emplois	10,1 %	328	406
Surface de supermarchés	11,9 %	179	187
Surface d'hypermarchés	15,1 %	155	129
Surface de GSS	9,2 %	506	687
Total des grandes surfaces	10,3 %	840	1 003
Nombre de petits commerces et services	12,1 %	15,1	15,5
Dépenses commercialisables	12,3 %	12 834 euros/an/ménage	12 419 euros/an/ménage

Une offre alimentaire supérieure à la moyenne départementale et nationale tout comme les dépenses alimentaires des ménages d'Alsace centrale

Les ménages d'Alsace centrale dépensent davantage pour satisfaire leurs besoins alimentaires que l'ensemble des ménages français et bas-rhinois : l'IDC[1] du pays de l'Alsace centrale en alimentaire est de 108 alors qu'il est 103 pour le département.
Le pays est d'ailleurs particulièrement bien pourvu dans ce domaine : pour une référence de 100 pour la France, la densité est de 108 pour le Bas-Rhin et 112 pour l'Alsace centrale.

1. *Les indices de disparités des dépenses de consommation des ménages sont des indicateurs communément utilisés pour mesurer **le niveau relatif des dépenses des ménages selon leur territoire de résidence**. Ainsi, si un secteur géographique dispose d'un IDC de 110 en alimentaire, cela signifie que les ménages qui le composent consomment 10% de plus qu'un ménage moyen français.*

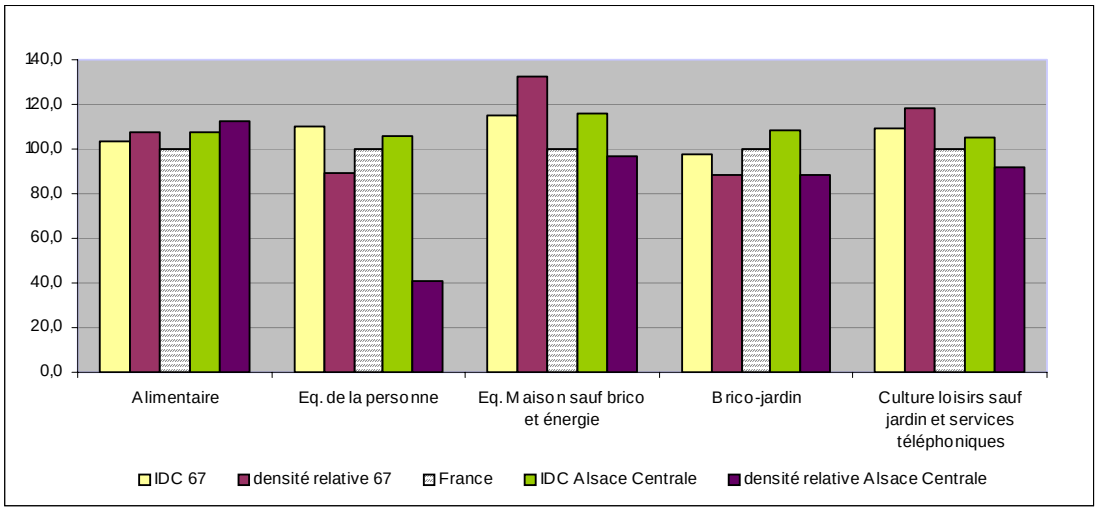
Concernant l'**équipement de la personne**, les **densités** de commerces sont **nettement plus faibles** que la moyenne française (100 pour la France équivaut à 89,4 pour le département et 40,5 pour l'Alsace Centrale), notamment pour les domaines de l'habillement et de la chaussure. Pourtant les **dépenses** dans l'équipement de la personne sont **plus importantes** que sur l'ensemble du territoire national (mais légèrement moindre que dans le Bas-Rhin).

En **équipement de la maison**, les **IDC sont quasiment identiques** entre le Bas-Rhin et l'Alsace centrale, bien que la **densité** soit **beaucoup plus importante dans le département** (notamment pour les meubles, l'électroménager et l'équipement du foyer). Le domaine de la **culture** et des **loisirs** suit la même dynamique, à un degré moindre cependant.

Les densités de commerces en **bricolage-jardinage** sont assez **faibles** en Alsace centrale et dans le département. Il faut toutefois noter une nette différence entre le bricolage, la quincaillerie et l'animalerie, sur-représentés et la jardinerie sous-représentée. Malgré tout, **l'IDC** dans le Bas-Rhin est conforme à la moyenne. Il est même **supérieur dans le pays** centre-alsacien.

Les indices de disparité de dépenses de consommation des ménages (IDC) et densité en grandes surfaces Source : DGCCRF 2004

	Alsace Centrale	Dép.	France	Alsace Centrale	Dép.	France	Alsace Centrale	Dép.
	Surfaces actuelles			Densités actuelles			Densités avec projets	
Alimentaire	40 140	335 345	17 746 777	340,0	326,8	303,3	395,5	358,3
dont cumul hyper+super+mag pop	*39 740*	*327 186*	*17 207 964*	*336,6*	*318,9*	*294,1*	*392,1*	*350,3*
Equipement de la personne	3 260	62 578	3 988 492	27,6	61,0	68,2	27,6	68,9
Equipement de la maison	14 558	173 618	7 481 352	123,3	169,2	127,8	123,3	172,3
Bricolage-jardinage	25 999	227 074	14 606 108	220,2	221,3	249,6	252,6	240,4
Culture et loisirs	5 523	61 991	2 986 279	46,8	60,4	51,0	54,4	67,6



Une ville centre bien équipée

Comparativement aux autres villes ou bourgs du département, **deux communes** d'Alsace centrale affichent une **densité** en surfaces commerciales **supérieure** à la moyenne départementale (2 649 m²/ 1 000 hab.)

- **Sélestat** (6 235 m²/1 000 hab.), qui enregistre même la **densité la plus importante** du département, notamment en termes de grandes surfaces et qui n'est devancée que par Obernai pour ce qui est des petits commerces.
- **Erstein** (2 938 m²/1 000 hab) possède également des densités supérieures à la norme départementale, seul le domaine des GSS semblant être moins bien équipé.

La densité de surfaces commerciales dans les villes moyennes bas-rhinoises

Source : INSEE-RGP 1999, ODEC 2004

	Population 1999	Densité commerciale (m²/1000hab.)				
		GSA	GSS	Ensemble GS	Petits Commerces	Total commerces
Sélestat	**17 179**	**858**	**2 553**	**3 411**	**2824**	**6235**
Haguenau	32 242	668	2 014	2 682	2267	4948
Saverne	11 201	621	1 266	1 888	2672	4560
Obernai	10 471	574	1 011	1 585	2893	4478
Wissembourg	8 170	737	991	1 728	2390	4118
Illkirch	23 815	674	1 199	1 873	1529	3402
Molsheim	9 335	292	794	1 086	2049	3135
Ostwald	10 761	162	1 633	1 795	1195	2990
Erstein	**9 664**	**654**	**428**	**1 082**	**1856**	**2938**
Brumath	8 930	497	171	668	1717	2385
Schiltigheim	30 841	326	185	511	1424	1934
Hoenheim	10 726	364	369	732	1108	1840
Bischwiller	11 596	487	271	758	1018	1777
Bischheim	16 763	91	36	127	1128	1255
Lingolsheim	16 860	246	24	269	937	1206
Bas-Rhin	**1 026 120**	**319**	**739**	**1 058**	**1591**	**2649**

Un accroissement égal des grandes surfaces alimentaires et non alimentaires

Sur les 55 800 m² autorisés dans le pays de l'Alsace centrale, 26 800 m² sont des surfaces alimentaires et 29 000 m² des surfaces non alimentaires.

Plus de 35 % des surfaces d'hypermarchés autorisées dans le département l'ont été pour l'Alsace centrale, soit la proportion la plus importante tous pays confondus. Il s'agit du seul pays pour lequel les surface accordées sont équilibrées entre l'alimentaire et le non-alimentaire. Sur les autres territoires, les domaines non-alimentaires sont nettement majoritaires. Cela tend à dire que l'alimentaire se renforce fortement, mais également que la région de Sélestat enregistre ainsi un certain déficit d'implantations spécialisées.

Le cumul des surfaces autorisées par la CDEC du Bas-Rhin depuis 1990 *Source : ODEC*

Classe	Pays de l'Alsace du nord	Pays Saverne, plaine et plateau	Pays Bruche - Mossig - Piémont	Pays de l'Alsace centrale	SCOTERS	BAS-RHIN
Hypermarché	7 000,0	4 960,0	2 500,0	9 843,0	8 362,0	27 650,0
Supermarché	30 314,0	9 588,0	10 084,0	16 924,4	32 269,1	85 363,5
Autres alimentaires			255,0			255,0
Alimentaire	**37 314,0**	**14 548,0**	**12 839,0**	**26 767,4**	**40 631,1**	**113 268,5**
Equipement de la personne	650,0	1 309,0	691,0	345,0	3 627,8	6 577,8
Equipement de la maison	6 705,6	4 485,0	2 943,0	6 238,8	36 577,0	52 690,4
Bricolage jardinage	44 616,4	5 918,0	20 852,8	12 497,0	33 295,9	103 719,0
Culture - loisirs	5 153,0	1 885,0		3 738,0	9 278,2	20 054,2
Services à la personne	85,0	253,5				338,5
Automobile	8 367,3	3 268,0	6 116,0	1 603,0	16 856,1	35 063,4
Divers	749,0	2 052,0	150,0	307,0	3 209,0	6 467,0
surfaces CC	2 839,0	7 322,0	14 182,0	4 302,0	36 540,0	63 631,0
Non alimentaire	**69 165,3**	**26 492,5**	**44 934,8**	**29 030,8**	**139 383,9**	**288 541,2**
Total	**106 479,3**	**41 040,5**	**57 773,8**	**55 798,2**	**180 015,0**	**401 809,7**

Le poids du pays de l'Alsace centrale dans les surfaces du département autorisées en CDEC

Source : ODEC 2004

	Poids du pays de l'Alsace centrale
Hypermarché	35,6 %
Supermarché	19,8 %
Autres alimentaires	0,0 %
Alimentaire	***23,6 %***
Equipement de la personne	5,2 %
Equipement de la maison	11,8 %
Bricolage jardinage	12,0 %
Culture - loisirs	18,6 %
Services à la personne	0,0 %
Automobile	4,6 %
Divers	4,7 %
Centres commerciaux	6,8 %
Non alimentaire	***10,1 %***
Total	**13,9 %**

Une évolution qui a quasi suivi le rythme démographique

Développement commercial et développement démographique paraissent globalement cohérents sur le territoire de l'Alsace centrale, même si la population semble avoir augmenté plus rapidement que les surfaces accordées. En effet, l'augmentation de chacune des deux données correspond à 13,7 % de l'augmentation départementale totale. Mais l'intervalle de temps varie : 1990-1999 pour la population, 1990-2003 pour les surfaces accordées. La population semble donc évoluer légèrement plus rapidement.

D'autre part, il faut noter que seul les évolutions du pays de Saverne plaine et plateau sont plus faibles que celles du pays de l'Alsace centrale. Les pays de l'Alsace du nord et Bruche-Mossig-Piémont, mais surtout le SCOTERS semblent donc se développer de manière plus importante.

L'évolution comparée de la population et des surfaces accordées en CDEC

Source : INSEE-RGP 1999, ODEC

	Evolution de la population 1990-1999		Surface accordée en CDEC entre 1990 et 2003	
	Nombre	Poids de l'évolution (%)	m²	Poids de l'évolution (%)
Pays de l'Alsace du nord	16 912	23,1%	106 479	26,2%
Pays Saverne, plaine et plateau	3 805	5,2%	41 041	10,1%
Pays Bruche - Mossig - Piémont	11 345	15,5%	57 774	14,2%
Pays de l'Alsace centrale	10 009	13,7%	55 798	13,7%
SCOTERS	39 562	54,1%	180 015	44,3%
Bas-Rhin	**73 067**	**100,0%**	**401 810**	**100,0%**

2. L'adaptation de l'équipement commercial aux besoins des habitants

Une évasion commerciale faible pour l'alimentaire mais importante pour les biens non alimentaires

Nature des achats	Part des achats effectués dans les commerces du pays *Source : Enquête CCISBR 2002*
Alimentaire	89 %
Equipement de personne	43 %
Equipement de la maison	54 %
Culture et loisirs	43 %
Automobiles et accessoires	37 %
Tous produits	64 %

Comme pour tous les territoires bas-rhinois et pour l'offre alimentaire en général, les commerces alimentaires d'Alsace centrale répondent globalement aux besoins des habitants. Ils attirent toutefois peu de non résidants.

L'évasion pour les GSS est par contre plus importante, particulièrement pour l'équipement de la personne, la culture et les loisirs ainsi que l'automobile dont l'offre sur place est réduite.

Une attractivité extérieure faible

Nature des achats	Part du C.A. réalisé par des ménages extérieurs au pays *Source : Enquête CCISBR 2002*
Alimentaire	6 %
Equipement de personne	8 %
Equipement de la maison	15 %
Culture et loisirs	10 %
Automobiles et accessoires	35 %
Tous produits	10 %

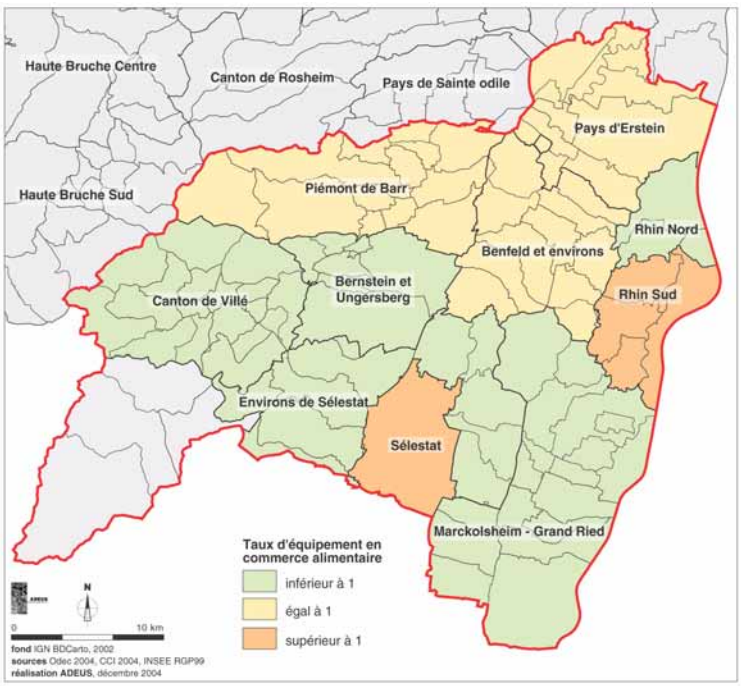
Seul le secteur des accessoires automobiles affiche une attractivité vraiment significative.

Un équilibre des pôles commerciaux au sein du pays :

dans l'ensemble un bon rapport entre équipement, population et attractivité du commerce pour l'alimentaire

Zones enquêtes CCI	Population zone/ population pays (%)	Surfaces alimentaires zone/ surfaces alimentaires pays (%)	Part théorique de C.A. réalisé dans le commerce alimentaire de la zone (%)
Piémont de Barr	13	13	12
Canton de Villé	8	8	6
Bernstein et Ungersberg	5	2	1
Environs de Sélestat	12	3	2
Sélestat	15	31	38
Marckolsheim et environs	6	6	6
Grand Ried	6	3	3
Rhin sud	4	5	1
Rhin nord	4	1	5
Benfeld et environs	13	13	11
Pays d'Erstein	14	15	15
Total Pays (hors Val d'Argent)	100	100	100

Source : Traitements à partir des données de l'ODEC 2004, RGP et enquête CCISBR



Toutefois, quelques zones d'enquêtes font apparaître un certain «sur ou sous-équipement» : l'équipement en surfaces alimentaires est supérieur (ou inférieur) au poids de la zone au sein du pays.

Ce "sur-équipement" est particulièrement manifeste pour la zone de Sélestat qui accueille 15 % de la population du pays, 31 % des surfaces alimentaires (commerces de moins de 300 m^2 inclus) qui réalisent 38 % du chiffre d'affaires alimentaire du pays.
Les zones "Environs de Sélestat", "Bernstein et Ungersberg" et dans une moindre mesure "Rhin sud et nord" ainsi que le "Grand Ried" présentent quant à elles davantage un sous-équipement en commerces alimentaires.

Ces zones sont dans tous les cas des *zones sensibles* en matière d'équipement commercial de proximité.

3. Quelles orientations pour le développement commercial ?

3.1 Un rappel du diagnostic général

Un nouvel essor démographique

Comme pour l'ensemble de l'Alsace, la dernière décennie du 20e siècle a été une période de forte croissance démographique au sein du pays de l'Alsace centrale. Sa population a augmenté de 10 000 habitants entre 1990 et 1999, soit près de 1 % par an. Cette progression, supérieure à celle du département, est due en grande partie à l'arrivée de nouveaux habitants. Les nouveaux arrivants sont essentiellement des trentenaires qui rejoignent l'Alsace Centrale avec leurs enfants de moins de 15 ans. Les nouveaux arrivants sont majoritairement des cadres supérieurs ou des cadres moyens.

Une armature commerciale plutôt équilibrée

- Une concentration spatiale des grandes surfaces **le long de l'axe rapide Nord-Sud**, où l'on retrouve non seulement l'essentiel des hypermarchés et des surfaces spécialisées, mais également une grande part des supermarchés. Les pôles de Sélestat, Benfeld et Erstein concentrent plus de 60 % de la surface de GSA du secteur (87% des hypermarchés, 41% des supermarchés) et près de 80 % des GSS.

- Une **bonne irrigation du reste du territoire** par les supermarchés, aussi bien le ried, que le piémont ou les vallées. Le Val d'Argent reste toutefois moins bien équipé. L'offre en GSS y est régulière mais peu variée (essentiellement du bricolage-jardinage ou de l'équipement de la maison).

- L'organisation spatiale des commerces de moins de 300 m² suit globalement la même dynamique : une forte prépondérance de Sélestat avec une des plus importantes densités de petits commerces pour une ville moyenne, l'existence de deux pôles secondaires dans le couloir nord/sud et le relais de bourg-centres qui quadrillent les vallées et le ried.

- Une **bonne résistance de l'armature en commerces de proximité**, hormis dans certains secteurs dans lesquels se concentrent les communes sans commerce alimentaire (Val de Villé, piémont, ried).

- Une **répartition équilibrée** des différentes formes de surfaces de vente, mais qui diverge quelque peu de la situation départementale.

-Le petit commerce (moins de 300 m^2 de surfaces de vente) représente une part plus importante que la moyenne. Toutes les catégories de petits commerces et services sont présents en Alsace centrale. Mais on note une **légère sur-représentation de l'hôtellerie-restauration** (attrait touristique), **de l'automobile et de l'alimentation** ; la plupart des autres secteurs sont moins représentés.

- Une densité en grandes surfaces alimentaires conforme à la moyenne départementale combinant une quantité importante d'hypermarchés mais de taille modeste et des supermarchés de taille moyenne mais moins nombreux. Le passage du cap de l'hypermarché pour plusieurs supermarchés entretient cette dynamique. D'ailleurs, la relative **faiblesse en offre des GSS** sur la zone profite aux GSA.

- Des **grandes surfaces spécialisées (GSS) globalement sous-représentées.** Constat variable selon leur spécialisation. Le secteur du **bricolage-jardinage** monopolise une part importante des GSS du pays (40 %), essentiellement grâce au bricolage lourd (la jardinerie étant relativement faible). L'Alsace centrale se positionne honorablement dans le secteur sport et loisirs (articles de sport, jeux-jouets, matériel de bureau-ordinateurs-logiciels). A l'opposé, l'équipement de la personne représente à peine 5% des surfaces de vente et le domaine culture-loisirs 7%.

3.2 Le commerce et les projets du territoire

La Charte du pays de l'Alsace centrale, en cours d'approbation, exprime le projet commun de développement durable du territoire. L'une des huit orientations ainsi déterminées consiste à **favoriser le développement et à accompagner la mutation du tissu économique**.
Elle se décline en 5 grands axes dont l'un concerne tout particulièrement le commerce. Il s'agit de **maîtriser et d'accompagner le développement de «l'offre en commerces»** (dans l'espace et dans le temps). L'offre commerciale recouvre à la fois les petits commerces et la grande distribution.

De nombreuses ORAC ont été réalisées, dans quasiment toutes les communautés de communes, afin de dynamiser le commerce de proximité : maintenir et consolider l'activité commerciale et favoriser une animation dans les bourgs et les villages.
Cet objectif a comme ambition de maîtriser le développement de l'offre en commerces dans le pays de l'Alsace centrale, afin de maintenir un équilibre entre les différentes formes de commerce tout en favorisant une offre la plus complète possible.

En lien avec ces grandes orientations, la charte de pays fait également ressortir des enjeux importants pour le territoire :

- affirmer la position de l'Alsace centrale dans l'espace régional ;
- renforcer le rôle d'entraînement de Sélestat en tant que ville-centre. Développer son rayonnement et son attractivité au sein du pays et pour le compte du pays ;
- développer une meilleure complémentarité entre les différents EPCI du pays et leurs projets. Aller vers une coopération renforcée entre les différents EPCI, pour construire de véritables projets à l'échelle du pays ;
- rechercher une gestion maîtrisée du foncier en raison de la rareté des terrains, de la concurrence entre les différents usages de l'espace.

3.3 La tendance d'évolution de la population

La méthode utilisée pour les projections démographiques se base sur l'évolution du nombre de logements et sur celle de la taille moyenne des ménages. Elle s'appuie sur les données relatives à la construction neuve, à la vacance dans le parc de logements ainsi que sur l'évolution passée de la taille des ménages. Pour l'Alsace centrale, l'examen des ces données montre une très forte dynamique durant la deuxième moitié des années 90.

Données et estimations	Pays de l'Alsace centrale
Nbre total de logements en 1999 - RP Insee	49 614
Construction neuve de logements mi 1997 - 2003	6 653
Nbre de résidences principales en 1999 - RP Insee	43 879
Estimation du nbre de résidences principales en 2005	49 825
Estimation du nbre de résidences principales en 2010	54 780
Population totale en 1999 - RP Insee	128 362 habitants
Estimation population totale 2005	130 000
Estimation population totale 2010	138 000 - 140 000

En **2005**, la population du pays de l'Alsace centrale devrait ainsi se situer autour de **130 000 habitants**. Elle devrait ensuite atteindre **138 000 à 140 000 habitants en 2010.**

3.4 Des propositions

Positionner efficacement l'offre commerciale de Sélestat par rapport aux deux pôles régionaux qui l'encadrent (Colmar et Strasbourg)

La position géographique centrale au carrefour de 2 axes nord-sud et est-ouest assurant une bonne desserte, doublée d'une attractivité touristique intéressante est un atout pour le pays, mais l'**identité commune** de l'Alsace centrale reste **faible**.
Ceci est d'autant plus vrai que cela situe Sélestat **entre deux pôles régionaux** importants dont les influences se renforcent sur les marges nord et sud-est du territoire.
Si la fidélité est relativement importante dans le domaine de l'alimentaire, l'évasion est très forte dans tous les secteurs non-alimentaires. De plus, l'**attraction externe est très modérée**.
Sélestat, ville moyenne alsacienne, est de plus en plus convoitée par des enseignes nationales de grandes et moyennes surfaces, et ce malgré la question du seuil de clientèle. Pour autant, l'organisation du pôle sélestadien, particulièrement en périphérie nord, souffre d'un **manque de lisibilité**, d'organisation et de disponibilités foncières. De plus, la zone n'avait jusqu'à très récemment pas de véritable locomotive pour résister à la concurrence de celle de Colmar-Houssen qui a été davantage réfléchie (l'autorisation d'extension de l'enseigne Leclerc devrait pouvoir pallier cette lacune). Quant au centre-ville de Sélestat, il a longtemps perdu son attractivité et son offre reste à compléter.

Soutenir l'armature du petit commerce dans le pays

Même si le petit commerce a particulièrement bien résisté au sein de l'Alsace centrale, le commerce de proximité dans les villages reste fragile : une commune sur quatre ne dispose pas de commerce alimentaire et seules 4 d'entre elles n'ont aucun commerce ou service.
Le territoire dispose globalement d'une architecture de commerces de proximité qui participe à la vitalité locale. Il apparaît donc nécessaire de rester vigilant vis-à-vis du vieillissement des commerçants de certains pôles (notamment Ste-Marie-aux-Mines), où la **reprise d'activité** pose problème, la présence de nombreux locaux vacants et de vitrines délaissées nuisant alors à l'image de ces centres.
L'émergence du maxidiscompte est à intégrer dans la problématique, puisqu'il apparaît comme une nouvelle forme de commerce de proximité.

Consolider la bonne irrigation commerciale du pays

Le pôle principal qu'est Sélestat est relativement bien relayé sur l'ensemble du territoire en termes de commerces alimentaires. Il convient donc de consolider cette activité commerciale afin de dynamiser le commerce de proximité et de favoriser l'animation des bourgs et des villages, tel qu'indiqué dans la Charte du pays. Il est de ce fait nécessaire d'unifier la politique d'implantation à l'intérieur du périmètre et d'améliorer l'image de certains pôles à travers un travail sur le cadre urbain, la qualité de l'accueil et la variété de l'offre.

Mieux adapter l'offre commerciale aux attentes des consommateurs

La croissance de la population et l'installation de nouveaux ménages nécessitent dans certaines zones une meilleure adaptation du commerce. La population du pays a en effet considérablement évolué au cours des dernières années, notamment dans certaines zones périurbaines. De jeunes couples se sont installés, déclarant de nouveaux besoins.
L'**offre commerciale** apparaît de ce fait **insuffisante dans certains domaines**, que ce soit dans le centre-ville de Sélestat ou dans les grandes surfaces spécialisées : **équipement de la personne** (vêtements, notamment en milieu de gamme), **de la maison** (décoration, tapisserie et mobilier de moyenne gamme), **biens culturels** (livres, CD)...
La hausse du taux d'activité amène les habitants à solliciter d'autres plages horaires pour la consommation. Les horaires d'ouverture leur paraissent donc parfois limités : fermeture entre 12h et 14h et trop précoce en soirée.
Certaines offres spécifiques comme le commerce équitable ou les produits biologiques pourraient répondre à une demande croissante.

Un potentiel touristique à exploiter

Le pays de l'Alsace centrale est doté d'un capital touristique dont la mise en valeur et la promotion sont des atouts pour venir en appui à son armature commerciale.

ANNEXES

Nomenclatures du commerce et des services

Inventaire des commerces de plus de 300 m²

Autorisations délivrées par la CDEC de 1990 à 2003

NOMENCLATURE DU COMMERCE ET DES SERVICES

Code NAF 700	Libellé activité	Nomenclature SDC
151F	Charcuterie	Alimentation
158B	Cuisson produits de boulangerie-pizza	
158F	Pâtisserie	
521A	Surgelés	
521C	Superette	
521D	Supermarché	
521E	Magasin-populaire	
521F	Hypermarché	
522A	Fruits et légumes	
522C	Viandes - produits base de viande	
522E	Poissons, crustacés	
522G	Pain-pâtisserie	
522J	Boissons	
522N	Produits laitiers	
522P	Alimentaires-Spécialisés-divers	
555D	Traiteur, organisation de réceptions	
501Z	Vente-auto.-neuves,-occas.	Automobile
501Z	Vente-carav.-autocarav.-remorq	
503B	Equipt-auto.-neufs,-occasion	
504Z	Comm.-moto-pièces,-access.	
505Z	Commerce-détail-carburants	
515F	Grossiste-bricolage-lourd	Bricolage
524N	Quincaillerie	
524P	Bricolage-avec-jardinerie	
524P	Bricolage-sans-jardinerie	
524P	Brico.,-matériaux,-sanitaires	
524P	Cheminées	
524U	Revêtements-sols,-murs	
524X	Fleurs, jardinerie	
524L	Disques,-bandes,-cassettes	Culture loisirs
524L	Instrum.-de-musique,-partition	
524R	Livres,-journaux,-papeterie	
524T	Photographie	
524W	Articles-sport-et-loisirs	
524Z	Jeux,-jouets	
524Z	Animaux-de-compagnie	
524Z	Mat.-bureau,-ordinat.,-logicie	
521H	Grand magasin	Divers
521J	Mag.-non-spéc.-non-alim.	
522L	Tabacs	
524Y	Charbons combustibles	
525Z	Biens-d'occasion	
524A	Textiles	Equipement de la maison
524H	Meubles	
524J	Lustrerie, luminaires	
524J	Equipt-foyer-sauf-luminaires	
524L	Electroménager,-Hifi,-Tv	

Code NAF 700	Libellé activité	Nomenclature SDC
523C	Art. médicaux, art. orthopédiq	Equipement de la personne
523E	Parfumerie,-produits-beauté	
524C	Habillement	
524E	Chaussures	
524F	Maroquinerie	
524T	Optique	
524V	Horlogerie,-bijouterie	
524Z	Puériculture	
523A	Pharmacie	
523C	Articles médicaux et orthopédiques	
523E	Parfumerie,-produits-beauté	
524T	Optique photographie	
524P	Art-funéraire,-marbrerie	Services à caractère commercial
527A	Réparation chaussures et articles cuir	
527C	Réparation matériel électronique grand public	
527D	Réparation matériel électrique à usage domestique	
527F	Réparation de montres et horloges de bijouterie	
527H	Réparation d'articles personnels et domestiques	
748A	Studio et autres activités photos	
851G	Activité des auxilliaires médicaux	
851K	Laboratoires d'analyses médicales	
852Z	Activités vétérinaires	
930 B	Laverie-blanchisserie-teinturerie de détail	
930D	Salon de coiffure	
930E	Soins de beauté	
930G	Soins aux défunts	
930H	Pompes funèbres	
930L	Autres soins corporels	
930N	Autres services personnels	
633Z	Agence de voyage	Services tertiaires ayant vitrine sur rue
642A	Télécommunications nationales	
642B	Autres activités de télécommunications	
651C	Banques	
651D	Banques mutualistes	
651E	Caisse d'Epargne	
652C	Distribution de crédits	
660A	Assurances vie et capitalisation	
672Z	Auxilliaires d'assurances	
701A	Promotion immobilière de logements	
703A	Agence immobilière	
711Z	Location de voitures particulières	
714B	Location d'autres biens personnels et domestiques	
745B	Agences de travail temporaire	
804A	Auto-école	

INVENTAIRE DES COMMERCES DE PLUS DE 300 m^2

Source : ODEC du Bas-Rhin - septembre 2004

Ville	Activité	Enseigne	Adresse	Surface	Projets
BARR	Supermarché	COOP	82 quai de l'abattoir	698	
BARR	Supermarché	LECLERC	rue degermann	1200	
BARR	Supermarché	MATCH	15 rte du hohwald	759	
BARR	Supermarché	LIDL	rue de la promenade	653	
BARR	Revêtements-sols,-murs	GALERIES-DU-DECOR	66 grand rue	400	
BENFELD	Supermarché	NORMA	quartier rohan	516	
BENFELD	Supermarché	COOP	39 rue des jardins	680	
BENFELD	Supermarché	MATCH	4 rue du relais	1415	
BENFELD	Hypermarché	INTERMARCHE	rd 206	2900	
BENFELD	Meubles	KRANKLADER	17 rte de strasbourg	1982	
BENFELD	Quincaillerie	BRICO-STUTZ	rue de westhouse	390	1500 transfert
BENFELD	Brico.,-matériaux,-sanitaires	SIEHR	route de kertzfeld	823	
BENFELD	Brico.,-matériaux,-sanitaires	POINT-P	route du rhin	600	
BENFELD	Fleurs,-jardinerie	JARDINA	route de kertzfeld	400	
BENFELD	Fleurs,-jardinerie	GAESSLER	12 rue du petit rempart	500	990 nouveau
BOOFZHEIM	Supermarché	SUPER-U	rte de rhinau	2110	
BOOFZHEIM	Electroménager,-Hifi,-Tv	EXPERT	route de rhinau	612	
EPFIG	Meubles	HERTRICH	9 rue des allies	3714	
ERSTEIN	Autres-surfaces-du-Centre-Comm	Autres-surfaces	c.c.-leclerc-erstein	425	
ERSTEIN	Supermarché	LEADER-PRICE	43 rue gal de gaulle	1028	
ERSTEIN	Supermarché	MAXICOOP	rue du monastere	855	
ERSTEIN	Supermarché	LIDL	rue du calvaire	621	
ERSTEIN-Krafft	Supermarché	Aldi			800 nouveau
ERSTEIN	Hypermarché	LECLERC	rue du printemps	3815	
ERSTEIN	Meubles	HERTRICH	18 rue brule	500	
ERSTEIN	Bricolage-avec-jardinerie	M-BRICOLAGE	21 rue du printemps	2713	
ERSTEIN	Revêtements-sols,-murs	DECOR-2	6, rue de la poste	500	
GERTWILLER	Supermarché	SUPER-U	2 rte de bourgheim	1469	1028 extension
HILSENHEIM	Brico.,-matériaux,-sanitaires	BLEGER-JUSTIN	rte d'ebersmunster	830	
KOGENHEIM	Brico.,-matériaux,-sanitaires	FORGIARINI	227 rte de strasbourg	800	
MARCKOLSHEIM	Autres-surfaces-du-Centre-Comm	Autres-surfaces	c.c.-super-u-marckolsheim	372	
MARCKOLSHEIM	Supermarché	SUPER-U	14 av de l'europe	1768	-1768 remplacé par 2950 nou-veau
MARCKOLSHEIM	Hypermarché	SUPER-U	14 av de l'europe		
MARCKOLSHEIM	Supermarché	COOP	rue de vendee	917	
MARCKOLSHEIM	Bricolage-sans-jardinerie	LOGIMARCHE	rue maginot	918	
MARCKOLSHEIM	Biens-d'occasion	HB-ANTIQUITES	59 rue clemenceau	1000	
MITTELBERGHEIM	Meubles	MEUBLES-SELTZ		600	
MUSSIG	Meubles	FEUERER		750	
NEUVE-EGLISE	Brico.,-matériaux,-sanitaires	GRBIC	rue du climont	566	
RHINAU	Supermarché	Norma			700 nouveau
SCHERWILLER	Meubles	MARCEL-MEYER		600	
SCHERWILLER	Biens-d'occasion	EMMAUS	6 place de la gare	1200	
SELESTAT	Autres-surfaces-du-Centre-Comm	Autres-surfaces	c.c.-leclerc-selestat	493	135 extension
SELESTAT	Autres-surfaces-du-Centre-Comm	Autres-surfaces	c.c.-intermarche-selstat	1500	
SELESTAT	Autres-surfaces-du-Centre-Comm	Autres-surfaces	c.c.-rond-point-selestat	669	
SELESTAT	Vente-auto.-neuves,-occas.	FORD	1 rue waldkirch	1818	
SELESTAT	Vente-auto.-neuves,-occas.	RENAULT	rue westrich	1000	
SELESTAT	Vente-auto.-neuves,-occas.	PEUGEOT	carrefour maison rouge	1016	

Ville	Activité	Enseigne	Adresse	Surface	Projets
SELESTAT	Vente-auto.-neuves,-occas.	OPEL	zac nord	900	
SELESTAT	Vente-auto.-neuves,-occas.	VOLKSWAGEN	zac nord	1500	
SELESTAT	Vente-auto.-neuves,-occas.	CITROEN	7. rue grenchen	1027	
SELESTAT	Equipt-auto.-neufs,-occasion	MAXAUTO	rue westrich	399	
SELESTAT	Equipt-motos	Sifferlin			552 extension
SELESTAT	Surgelés	PICARD	rue westrich	400	
SELESTAT	Supermarché	LIDL	rte de colmar	674	
SELESTAT	Supermarché	INTERMARCHE	15 rue des chevaliers	1000	
SELESTAT	Supermarché	MATCH	38 rte de colmar	2048	
SELESTAT	Supermarché	ED	11 rue maison rouge	518	
SELESTAT	Hypermarché	LECLERC	zac	2500	2250 extension
SELESTAT	Hypermarché	ROND-POINT	155 rte de chatenois	3896	
SELESTAT	Hypermarché	INTERMARCHE	route de strasbourg	4100	
SELESTAT	Mag.-non-spéc.-non-alim.	GIFI	11 rue maison rouge zac n	1228	
SELESTAT	Mag.-non-spéc.-non-alim.	VIMA	90 bis rte de colmar	1421	
SELESTAT	Mag.-non-spéc.-non-alim.	ANTEP-SUPER-BAZAR	zac nord	300	
SELESTAT	Habillement	DALEX	zac nord	300	
SELESTAT	Habillement	VETEMENTS-MAISON-ROUGE	rue westrich	600	
SELESTAT	Habillement	LECLERC	rue westrich	700	
SELESTAT	Habillement	STREET-LIVE	1 rue de l'indust	500	
SELESTAT	Chaussures	HYPER-AUX-CHAUSSURES	14 rue de l'industrie	460	
SELESTAT	Chaussures	HALLE-AUX-CHAUSSURES	rue westrich	400	
SELESTAT	Meubles	ALSACE-CUISINE	zone industrielle nord	400	
SELESTAT	Meubles	MEUBLES-SIMON-BIGART	36 route de colmar	1100	
SELESTAT	Meubles	KNOEPFLI	38 rue des chevaliers	350	
SELESTAT	Meubles	BUT	6 rue westrich	2600	
SELESTAT	Meubles	ATELIERS-MARC-K	63 route de kintzheim	550	
SELESTAT	Electroménager,-Hifi,-Tv	CONNEXION	rue westrich	400	
SELESTAT	Culture - loisirs	LECLERC			900 nouveau
SELESTAT	Instrum.-de-musique,-partition	MICHELSONNE	81 route de colmar	500	
SELESTAT	Quincaillerie	DREYFUS	z.a. sud	940	
SELESTAT	Bricolage-avec-jardinerie	BRICOMARCHE	route de strasbourg	2616	
SELESTAT	Bricolage-avec-jardinerie	M-BRICOLAGE	103, route de colmar	2200	
SELESTAT	Brico.,-matériaux,-sanitaires	BLEGER-JUSTIN	109 route de colmar	620	
SELESTAT	Brico.,-matériaux,-sanitaires	HEIDRICH	rue grenchen zac	474	
SELESTAT	Brico.,-matériaux,-sanitaires	TOP-CERAM	zi nord	859	
SELESTAT	Brico.,-matériaux,-sanitaires	ORCA	zi ouest	800	
SELESTAT	Brico.,-matériaux,-sanitaires	POINT-P	1, chemin de bergheim	1200	
SELESTAT	Revêtements-sols,-murs	DECOMUR	rue westrich	500	
SELESTAT	Revêtements-sols,-murs	DECORIAL	rue de l'industrie	600	
SELESTAT	Articles-sport-et-loisirs	SPORT-2000	rue westrich	1472	
SELESTAT	Articles-sport-et-loisirs	INTERSPORT	6 place de la victoire	890	
SELESTAT	Fleurs,-jardinerie	JARDINA	1 allee westrich zi nord	1800	1340 extension ?
SELESTAT	Fleurs,-jardinerie	PFISTER	zi nord	550	
SELESTAT	Fleurs,-jardinerie	LE-JARDINIER	boulevard de nancy	1250	
SELESTAT	Jeux,-jouets	JOUE-CLUB	8 rue maison-rouge	800	
SELESTAT	Puériculture	BEBE-9	8 rue maison rouge	300	
SELESTAT	Mat.-bureau,-ordinat.,-logicie	PEARL DIFFUSION	6 rue de la scheer	410	
SELESTAT	Animaux-de-compagnie	EXOTUS	8 rue de l'industrie	1051	
SELESTAT	Biens-d'occasion	ABC-DEPOT	rte de colmar	2000	
SERMERSHEIM	Brico.,-matériaux,-sanitaires	JUNG	8 rue des remparts	500	

Ville	Activité	Enseigne	Adresse	Surface	Projets
SUNDHOUSE	Supermarché	MARCHE-U	rue principale	920	
TRIEMBACH-AU-VAL	Brico.,-matériaux,-sanitaires	POINT-P	zi	1200	
VILLE	Hypermarché	SUPER-U	rue de l'ungersberg	2680	
VILLE	Meubles	WEILL	18 rue louis pasteur	400	
VILLE	Articles-sport-et-loisirs	INTERSPORT	place de la gare	400	
WITTISHEIM	Bricolage-sans-jardinerie	CATENA	rue du stade	450	

AUTORISATIONS DELIVREES PAR LA CDEC DU BAS-RHIN DE 1990 A 2003

Année (CDEC/ CDUC)	Enseigne	Commune	Libellé activité	Nature de la demande	Surface accordee en m²
2003	BRICO-STUTZ	BENFELD	Bricolage-sans-jardinerie	creation-transf	1500
99	Intermarché	BENFELD	Commerce-détail-carburants	creation	252
99	Intermarché	BENFELD	Supermarché	extension	1900
99	Intermarché	BENFELD	Supermarché	transfert	1000
99	Intermarché	BENFELD	Commerce-détail-carburants	creation	199
2002	Kranklader	BENFELD	Meubles	extension	396,00
99	MATCH	BENFELD	Supermarché	extension	568
99	MATCH	BENFELD	Commerce-détail-carburants	regularisation	106
97	meubles Kranklader	BENFELD	Meubles	extension	386
2003	NETTO	BENFELD	Supermarché	creation	600
99	Expert	BOOFZHEIM	Electroménager,-Hifi,-Tv	extension	612
99	Super U	BOOFZHEIM	Supermarché	extension	994
2002	Aldi	ERSTEIN	Supermarché	creation	950,00
98	Leclerc	ERSTEIN	Hypermarché	extension	1400
98	Leclerc	ERSTEIN	Hypermarché	transfert	1200
98	Leclerc	ERSTEIN	Autres-surfaces-du-centre-comm	transfert	525
98	Leclerc	ERSTEIN	Autres-surfaces-du-centre-comm	extension	365
98	Leclerc	ERSTEIN	Commerce-détail-carburants	transfert	0
2002	Leclerc	ERSTEIN	Hypermarché	extension	800,00
99	LECLERC	ERSTEIN	Hypermarché	ajustement technique	415
2003	M-BRICOLAGE	ERSTEIN	Bricolage-sans-jardinerie	extension	600
2000	Mr Bricolage	ERSTEIN	Bricolage-avec-jardinerie	création	2 113
2001	Robert Habilleur	ERSTEIN	Puériculture	extension	45
96	Super U	GERTWILLER	Supermarché	extension	0
96	Super U	GERTWILLER	Commerce-détail-carburants	régularisation	0
2002	Super U	GERTWILLER	Supermarché	extension	1 167,00
90	Super U	MARCKOLSHEIM	Supermarché	extension	621
90	Super U	MARCKOLSHEIM	Autres-surfaces-du-centre-comm	extension	379
2003	SUPER-U	MARCKOLSHEIM	Hypermarché	extension	1282
2003	SUPER-U	MARCKOLSHEIM	Autres-surfaces-du-centre-comm	extension	189
2003	SUPER-U	MARCKOLSHEIM	Commerce-détail-carburants	extension	25
2002	Leclerc	ORSCHWILLER	Supermarché	création	1 506,00
2003	NORMA	RHINAU	Supermarché	creation	700
2002	bébé 9	SELESTAT	Puériculture	création	300,00
2000	But	SELESTAT	Meubles	création	2 600
91	Ets Heidrich	SELESTAT	Equipt-foyer-sauf-luminaires	création	474
95	Exotus	SELESTAT	Jeux, jouets	création	1050
2002	Gifi	SELESTAT	Mag.-non-spéc.-non-alim.	extension	307,00
90	Intermarché	SELESTAT	Supermarché	création	3000
90	Intermarché	SELESTAT	Commerce-détail-carburants	création	150
90	Intermarché	SELESTAT	Autres-surfaces-du-centre-comm	création	1400
98	Intermarché	SELESTAT	Hypermarché	extension	1100
98	Jardina	SELESTAT	Fleurs, jardinerie	extension	1968
2003	JOUE-CLUB	SELESTAT	Jeux, jouets	création	800
99	Le jardinier	SELESTAT	Fleurs, jardinerie	création	1250
2000	Leclerc	SELESTAT	Commerce-détail-carburants	régularisation	230
2000	Leclerc	SELESTAT	Hypermarché	extension	2250

Année (CDEC/ CDUC)	Enseigne	Commune	Libellé activité	Nature de la demande	Surface accordee en m²
2000	Leclerc	SELESTAT	Autres-surfaces-du-centre-comm	extension	1035
99	L'occase (Star Auto)	SELESTAT	Equipt-auto.-neufs,-occasion	création	125
99	M Bricolage	SELESTAT	Bricolage-sans-jardinerie	création	2200
2001	maga Sifferlin	SELESTAT	Bricolage-sans-jardinerie	extension	384
2002	Marc K	SELESTAT	Meubles	création	550,00
97	Maxauto	SELESTAT	Equipt-auto.-neufs,-occasion	création	399
91	Orca et le fourneau	SELESTAT	Brico.,-matériaux,-sanitaires	création	1102
2000	Pearl Diffusion	SELESTAT	Electroménager,-Hifi,-Tv	création	378
91	Rond-point	SELESTAT	Hypermarché	extension	1396
91	Rond-point	SELESTAT	Autres-surfaces-du-centre-comm	extension	409
97	SA Meubles Jade / But	SELESTAT	Meubles	extension	842,78
91	Sport 2000	SELESTAT	Comm.-moto-pièces,-access.	extension	408
91	Sport 2000	SELESTAT	Comm.-moto-pièces,-access.	création	740
99	Sport 2000	SELESTAT	Comm.-moto-pièces,-access.	extension	740
2002	Treff	SELESTAT	Supermarché	extension	240,00
2001	station essence U	TRIEMBACH-AU-VAL	Commerce-détail-carburants	création	117
2000	Super U	VILLE	Supermarché	création	2 911,40

Pour l’ADEUS, ont contribué au projet :

- Colette KOENIG
- Fabienne VIGNERON
- Olivier SCHMITT
- Laure CHAMBON
- Monique ZECK