

# Observatoire du Commerce

## Synthèse départementale Maine-et-Loire Edition 2023

Établissements en activité au 1<sup>er</sup> janvier 2023

### 1

#### CHIFFRES CLÉS ET SYNTHÈSE

L'année 2022 a marqué l'ouverture du conflit ukrainien qui a provoqué des hausses considérables du coût de l'énergie et des matières premières. En même temps l'inflation a touché le pouvoir d'achat et modifié les tendances de consommation. Ce contexte a fragilisé les entreprises du commerce.

Pour autant au 1<sup>er</sup> janvier 2023, l'offre commerciale évolue toujours de manière positive malgré les constats observés et nonobstant des formats commerciaux en bout de course. Le département reste sur une bonne dynamique et compte 5 254 commerces<sup>2</sup> et 1 446 Cafés-Hôtels-Restaurants.

#### Chiffres clés

Population 1 <sup>er</sup> Janvier 2023 (Estimation INSEE)	828 269
Nombre de points de vente (hors CHR*)	5 254
Nombre de CHR	1 446
Surface commerciale <sup>1</sup> cumulée en m <sup>2</sup> (hors CHR)	1 272 157

\*CHR : Café-Hôtel-Restaurant (hors vente de tabac)

### 2

#### L'OFFRE COMMERCIALE EN MAINE-ET-LOIRE

##### Répartition au 1<sup>er</sup> janvier 2023 selon le format

Moins de 300m <sup>2</sup>	4 553	324 733
De 300 à 999 m <sup>2</sup>	438	245 477
De 1 000 à 2 499 m <sup>2</sup>	167	254 238
De 2 500 à 4 999m <sup>2</sup>	65	225 228
5 000 m <sup>2</sup> et plus	31	222 481

##### Répartition au 1<sup>er</sup> janvier 2023 selon le secteur d'activités

Alimentaire	1 284	391 530
Services à la personne <sup>3</sup>	1 163	55 874
Équipement de la maison	788	524 564
Équipement de la personne	699	129 027
Culture, loisirs	670	97 958
Hygiène, santé, beauté	536	47 832
Motoculture et accessoires automobiles	114	25 372

#### Légende



Nombre de points de vente



Surface commerciale en m<sup>2</sup>

#### Définition

<sup>1</sup>Surface commerciale :

Surface de vente correspondant à l'espace intérieur et extérieur ouvert au public.

<sup>2</sup>Commerce :

Établissement commercial possédant une vitrine et accueillant un public de particuliers sur une surface de vente dédiée.

Ne sont pas recensés : le commerce de gros destiné à une clientèle professionnelle, le commerce ambulatoire, les services (assurances, banques, ..), ni les concessions automobiles.

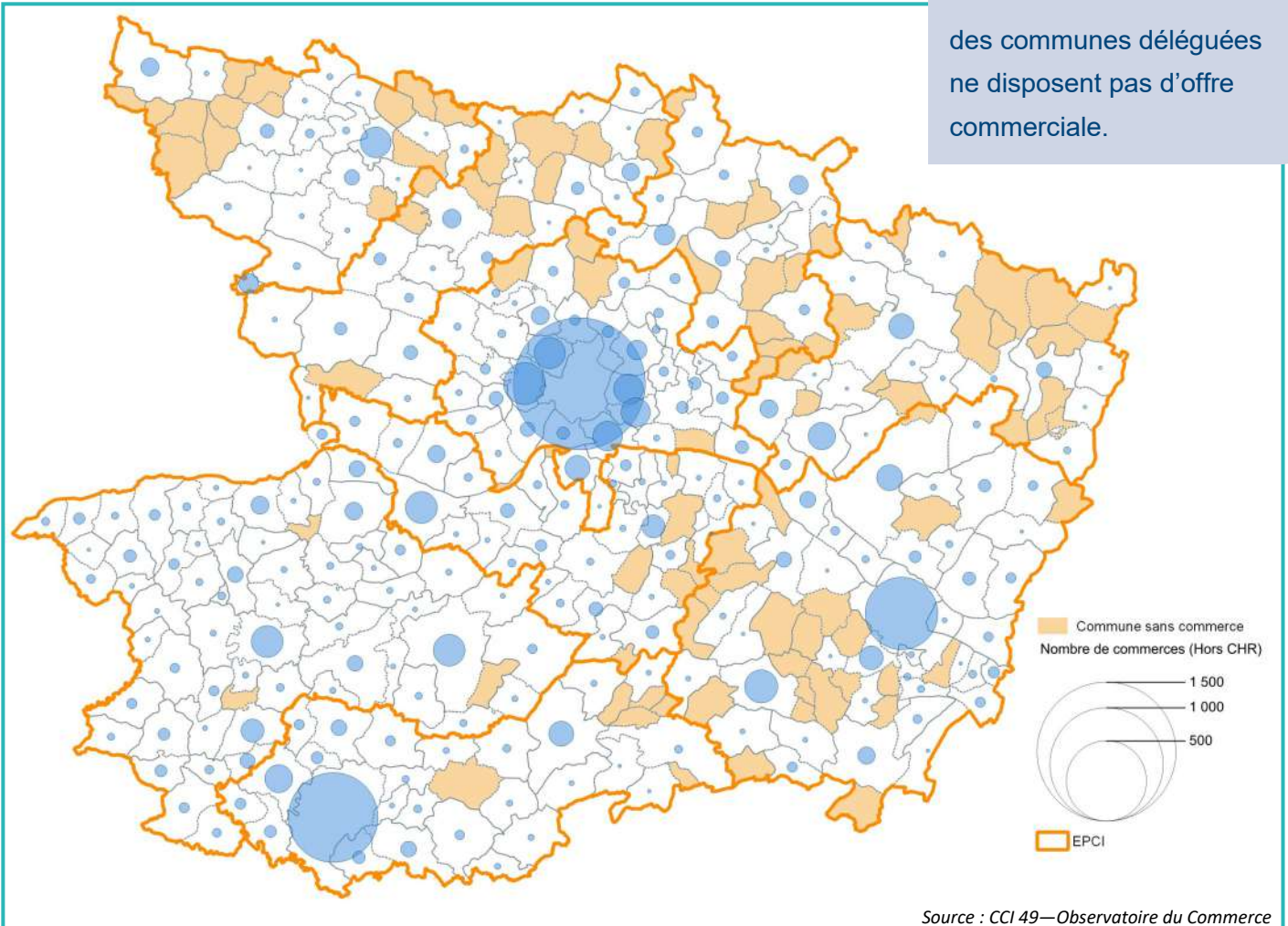
<sup>3</sup>Services à la personne :

Salons de coiffure, instituts de beauté, pressing, cordonnerie, ...

Répartition de l'offre sur le territoire en nombre de points de vente

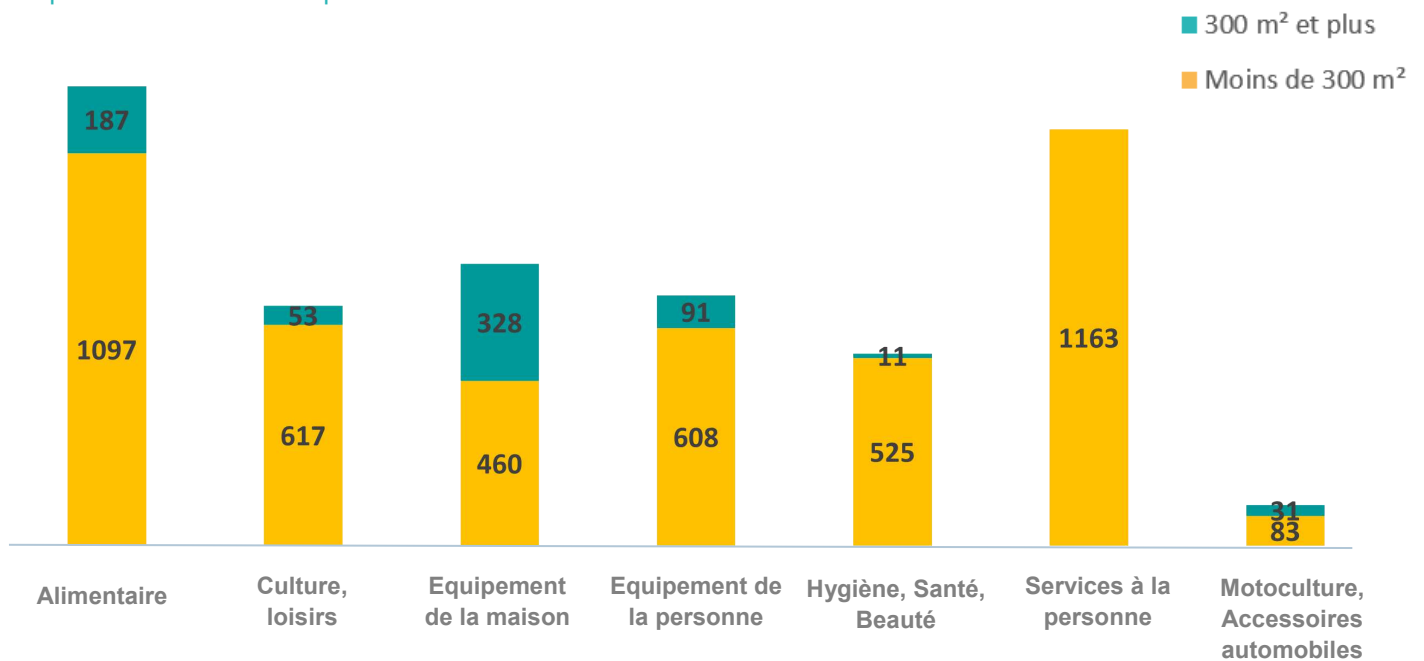
**26 %**

des communes déléguées ne disposent pas d'offre commerciale.



Source : CCI 49—Observatoire du Commerce

Répartition en nombre de points de vente selon l'activité et la surface de vente



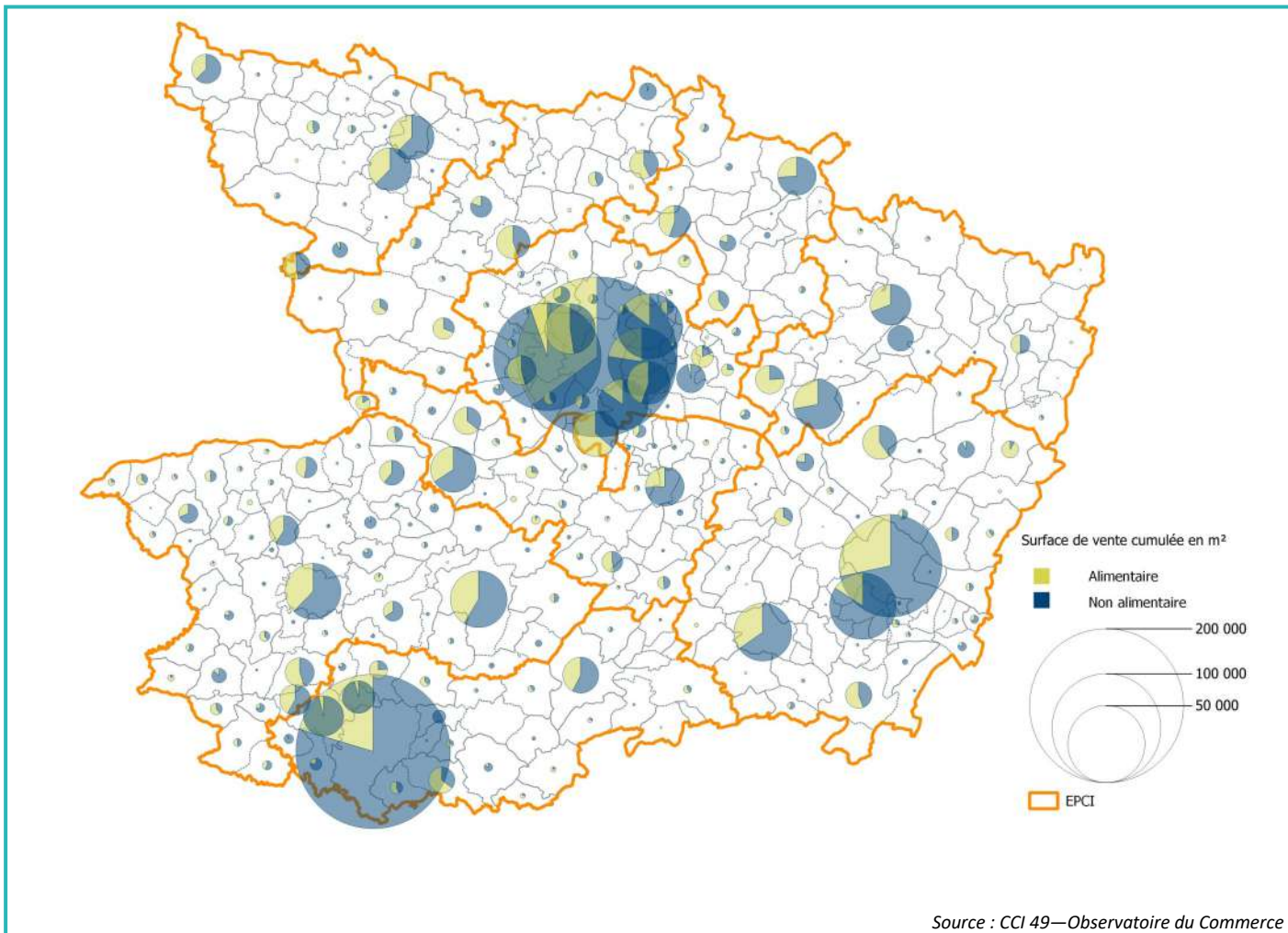
Au 1<sup>er</sup> janvier 2023, 4 553 établissements de moins de 300 m<sup>2</sup> de surface commerciale sont recensés.

Ces commerces, de petit format, sont toujours les plus présents sur le territoire. Leur répartition varie en fonction du secteur d'activité. De par l'offre de produits qu'il propose, le secteur de l'équipement de la maison montre naturellement des commerces de plus grande taille.

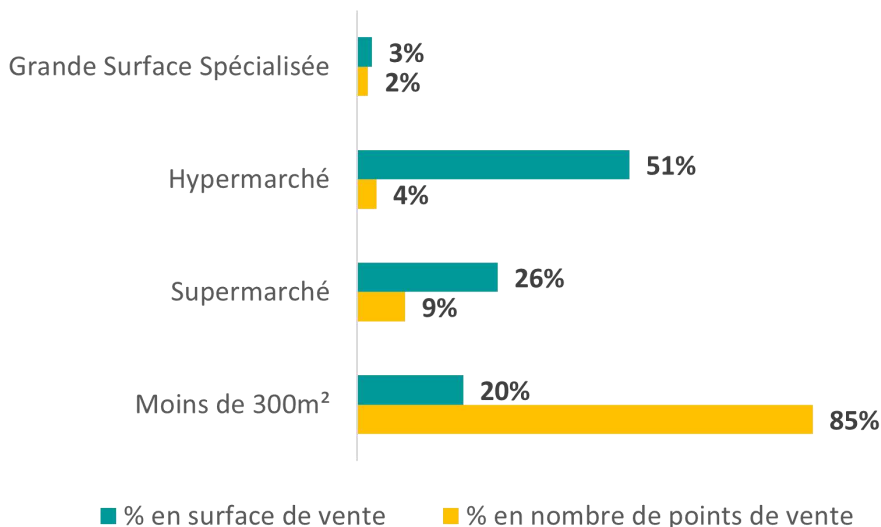
# 3

## FOCUS SUR LE SECTEUR ALIMENTAIRE

### Répartition des commerces alimentaires et non alimentaires selon la surface de vente



### Répartition des commerces à dominante alimentaire



Certaines communes ne disposent pas d'offre dans le secteur alimentaire, soit parce qu'il s'agit de territoire délaissé par l'offre commerciale, soit parce qu'une polarité commerciale existe déjà à proximité de ces communes.

Pour les 3 communes pôles du département, le pourcentage de surface de vente dédiée à l'alimentaire par rapport à la surface de vente commerciale totale est de :

- Angers : 35 %
- Cholet : 20 %
- Saumur : 28 %

Les établissements de moins de 300 m<sup>2</sup> représentent 85% des points de vente du secteur alimentaire, soit 1 096 établissements, pour une surface de vente de 77 858 m<sup>2</sup>, soit 20 % de la surface de vente commerciale totale de ce secteur.

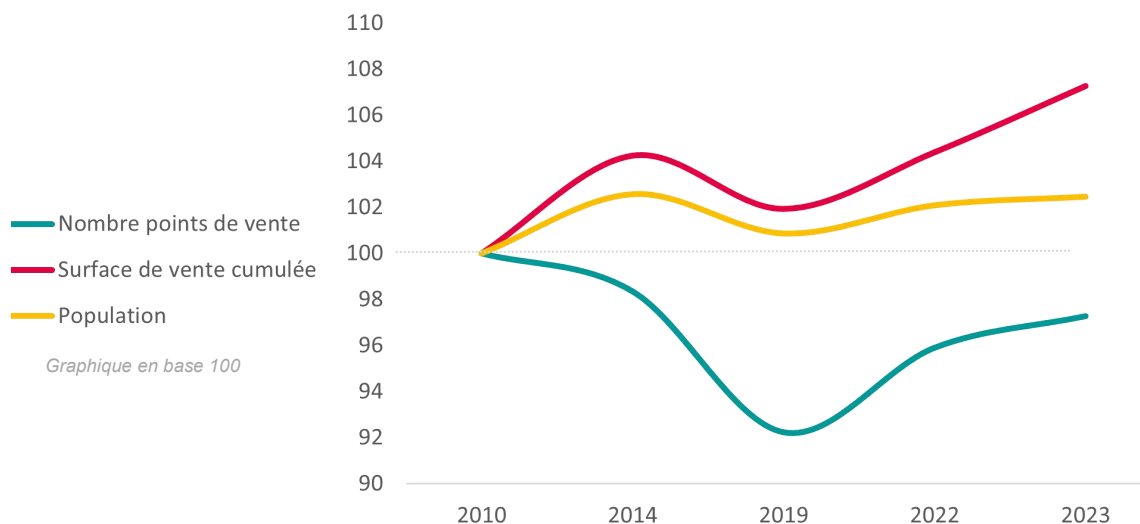
Les supermarchés représentent 9% de ce secteur en nombre de points de vente et les hypermarchés 51 % de la surface de vente.

## 4

## ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE

Après la diminution de l'offre commerciale entre 2014 et 2019, le nombre d'établissements et également la surface de vente cumulée progressent de nouveau.

## Évolution de l'offre depuis 2010

Évolution de l'offre entre le 1<sup>er</sup> janvier 2020 et le 1<sup>er</sup> janvier 2023

	1 <sup>er</sup> janvier 2023		% évolution par rapport au 1 <sup>er</sup> janvier 2020	
Alimentaire	1 284	391 530	+ 6,6 %	+ 3,8 %
Culture, loisirs	670	97 958	+ 5,7 %	+ 6 %
Équipement de la maison	788	524 564	+ 5,5 %	+ 4,5 %
Hygiène, santé, beauté	536	47 832	+ 3,5 %	+ 9,6 %
Services à la personne <sup>3</sup>	1 163	55 874	+ 2,4 %	+ 5,5 %
Équipement de la personne	699	129 027	- 2,6 %	- 5,9 %
CHR	1 446	/	+6,5 %	/

Cette période de comparaison nous permet de voir l'évolution constatée entre la période « avant » et « après » COVID.

En effet, même si l'invasion de l'Ukraine reste le fait majeur de l'année 2022, les 3 dernières années ont essentiellement été marquées par la crise sanitaire. Les apparitions successives de nouveaux variants ont malmené les commerces avec des mesures imposant leur fermeture sur des périodes plus ou moins longues.

Force est de constater que le territoire a su appréhender et s'adapter à ces contraintes, la quasi-totalité des secteurs d'activités montre une hausse de leur offre sur le département depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020.

Seul le secteur de l'équipement de la personne est en recul. Ce phénomène est lié notamment aux changements de mode d'achat des consommateurs, principalement pour le prêt-à-porter. Le e-commerce ne cesse de progresser et de grignoter des parts sur ce secteur de marché.

## Évolution en nombre de points de vente sur les commerces du secteur alimentaire de moins de 300 m<sup>2</sup>

	1 <sup>er</sup> janvier 2020	1 <sup>er</sup> janvier 2023	Évolution
Épicerie fine, spécialités régionales	75	126	+ 51
Chocolatier, glacier	33	43	+ 10
Supérette	198	206	+ 8
Caviste	82	89	+ 7
Poissonnerie	6	12	+ 6
Fruits et légumes	15	20	+ 5
Multiservices	20	22	+ 2
Torréfaction, thé, café	16	17	+ 1
Fromagerie	16	16	/
Surgelés	8	7	- 1
Boucherie, charcuterie	136	125	- 11
Boulangerie	430	414	- 16

Il faut souligner la baisse du nombre de boulangeries et de boucheries, tendance déjà observée et débutée indépendamment de la crise sanitaire.

En revanche, sur les commerces alimentaires de petit format, la période observée montre un « avant » et un « après » COVID sur les épiceries fines, les commerces de produits locaux, en circuit court, les chocolateries, supérettes et cavistes.

Quelques  
exemples  
d'épiceries fines

- « Boco'quelicot » au Louroux-Béconnais
- « Prends-en de la graine » sur Angers
- « O plaisir des papilles » à Saint-Lambert du Lattay
- « Côté Loire » à Saint-Clément des Levées

## Évolution sur les autres secteurs d'activités en nombre de points de vente

Sont indiquées les hausses ou baisses de + ou - 10 points de vente depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020

### Culture, loisirs

- + 15 pour les boutiques de CBD
- + 11 pour les cycles

### Équipement de la maison

- + 16 pour la décoration, art de la table, tissus

### Équipement de la personne

- 13 pour le prêt-à-porter neuf homme, femme et enfant

### Hygiène, santé, beauté

- + 13 pour les articles médicaux dont appareils auditifs
- + 12 pour les produits d'hygiène et de beauté
- 18 pour les pharmacies

### Services à la personne

- + 26 pour les instituts et soins de beauté
- + 15 pour les laveries automatiques
- 16 pour les salons de coiffures

L'évolution sur cette période est à considérer comme une tendance, le chiffre ne peut être pris pour valeur exacte.

Dans la catégorie « épicerie fine » sont comptées les épiceries fines traditionnelles, les épiceries de produits bio, produits en vrac, produits locaux et/ou régionaux, produits exotiques, certains salons de thé à forte dominante épicerie, ...

# 6

## OFFRE DANS LES TERRITOIRES ET ÉVOLUTION ENTRE LE 1<sup>ER</sup> JANVIER 2020 ET LE 1<sup>ER</sup> JANVIER 2023

### Maine-et-Loire

+ 185 points de vente (+3,7 %)  
+ 43 380 m<sup>2</sup>

### Angers Loire Métropole

2 072 points de vente (+ 4,2 %)  
499 702 m<sup>2</sup>

### Anjou Bleu Communauté

202 points de vente (+ 2,5 %)  
50 998 m<sup>2</sup>

### Anjou Loir et Sarthe

126 points de vente (- 1,6 %)  
28 845 m<sup>2</sup>

### Baugeois-Vallée

185 points de vente (+ 0,5 %)  
51 560 m<sup>2</sup>

### Vallées du Haut-Anjou

139 points de vente (+ 2,2 %)  
32 735 m<sup>2</sup>

### Mauges Communauté

560 points de vente (+ 4,9 %)  
117 265 m<sup>2</sup>

### Saumur Val de Loire

797 points de vente (+ 2,6 %)  
187 410 m<sup>2</sup>

### Agglomération du Choletais

879 points de vente (+ 3,9 %)  
251 564 m<sup>2</sup>

### Loire Layon Aubance

284 points de vente (+ 5,6 %)  
50 254 m<sup>2</sup>

Rappel de la définition d'un « Commerce » au sens de l'Observatoire :

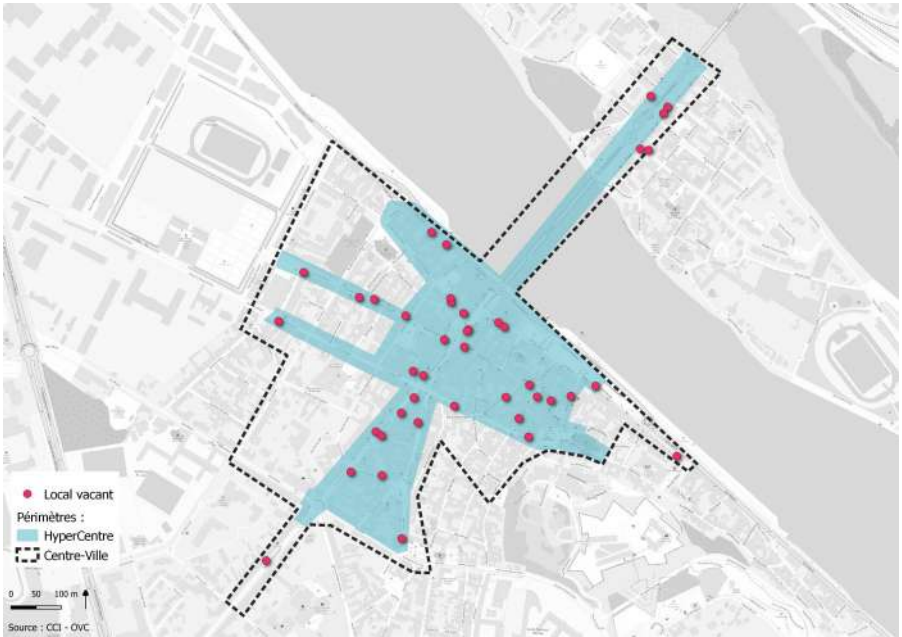
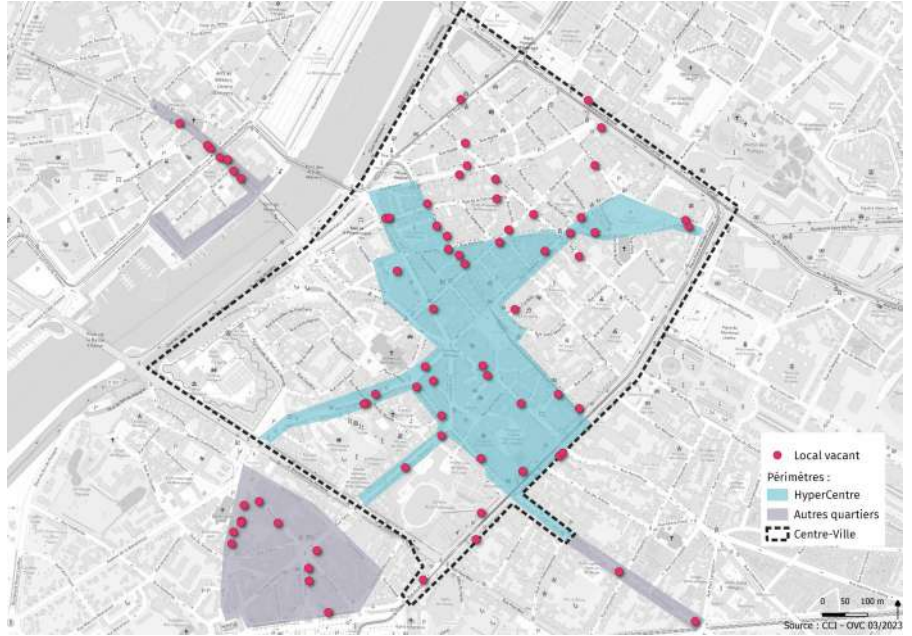
Etablissement commercial possédant une vitrine et accueillant un public de particuliers sur une surface de vente dédiée.

# 7

## VACANCE COMMERCIALE OBSERVÉE EN JANVIER 2023

### Hypercentre d'Angers

35  
locaux  
vacants

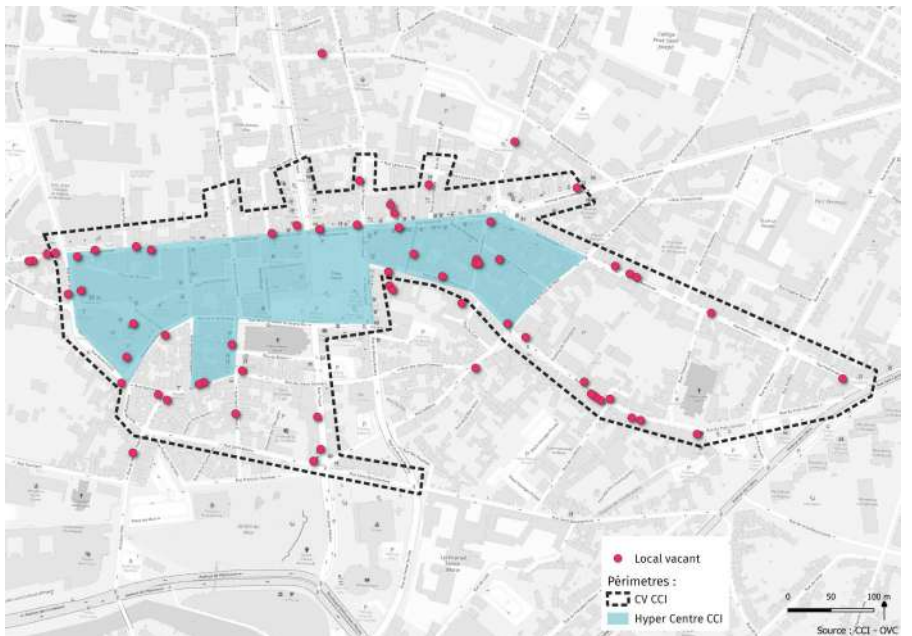


### Hypercentre de Saumur

36  
locaux  
vacants

### Hypercentre de Cholet

32  
locaux  
vacants





Sur l'année 2022, plusieurs tendances se sont confirmées :

- Le e-commerce et les plateformes de vente en ligne sont devenus incontournables. Ils contribuent fortement à la baisse du nombre de points de vente pour le prêt-à-porter. La hausse des prix priorise aussi différemment la consommation de la population vers des produits plus essentiels.
- Les coiffeurs barbiers et une grande partie des boutiques de CBD, commerces spécialisés dans les produits dérivés contenant du cannabidiol, se maintiennent.
- Les instituts de beauté progressent de manière significative avec en parallèle, également, l'apparition de salons de tatouage en milieu urbain et aussi plus rural.
- L'intérêt est toujours présent, suite à la crise sanitaire, pour l'achat et la consommation de produits bio, de qualité et également des produits de plus en plus écoresponsables, émergence des épiceries fines ou spécialisées depuis la crise sanitaire du COVID.
- A contrario, une partie des consommateurs, avec un pouvoir d'achat diminué face à la hausse des prix et des charges, privilégient de nouveau le hard discount.

► Le Maine-et-Loire reste un département où l'activité commerciale avec vitrine reste bien présente, plus de 5 200 établissements recensés au 1<sup>er</sup> janvier 2023.

## AVIS D'EXPERT



**DOMINIQUE GAZEAU**

Vice-Président Commerce CCI de Maine-et-Loire

“ 3 enjeux pour demain :

- **Accès centres-villes** : dans un contexte de limitation des déplacements, de réduction du stationnement, de modification des schémas de circulation, l'accessibilité aux centres-villes et la mobilité des consommateurs sont des préoccupations majeures pour la vitalité du commerce physique ou « phigital ».
- **Les loyers commerciaux** : les augmentations de loyer fragilisent le maintien des points de vente en centre-ville. Quelle sensibilisation des bailleurs ?
- **Vers des centres-villes « loisirs »** : la fréquentation des centres-villes est de plus en plus motivée par le côté « loisirs » qui remplace petit à petit le « shopping ». Conséquences : moins d'enseignes en équipement de la personne et de la maison sur ces 5 dernières années.

”



### VERS UNE ÉVOLUTION DES PÉRIPHÉRIES COMMERCIALES ?

Dans un contexte de réduction de l'artificialisation des sols, l'évolution du commerce devient complexe. L'enjeu pour le secteur est de pouvoir se transformer pour être plus durable, se développer malgré les nouvelles contraintes ou se réorganiser pour être plus adapté aux mutations en cours.

C'est pourquoi, le gouvernement vient de présenter un plan de transformation des zones commerciales périphériques. Avec pour objectif notamment d'y remettre des logements, des lieux de culture et des espaces verts. Ce programme de refondation modifiera en profondeur ces zones pour en faire des espaces de vie.

Ce programme doit être regardé comme une chance pour les zones commerciales vieillissantes et en perte de vitesse.

Une belle opportunité pour donner une seconde vie à nos équipements commerciaux en intégrant davantage de mixité d'usages ?

**72 %**

Part des zones commerciales dans les dépenses de consommation des Français

**40 %**

Réduction de la consommation énergétique des zones commerciales d'ici 2030

Source : [economie.gouv.fr](http://economie.gouv.fr)



**CHAMBRE DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE**

1<sup>er</sup> ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

CCI Maine-et-Loire - Siège social

8 bd du Roi René - CS 60626 - 49006 Angers cedex 01

**Allo CCI ! 02 41 20 49 00 [www.maineetloire.cci.fr](http://www.maineetloire.cci.fr)**