Syndicat mixte du SCOT du Dijonnais

Révision n°2 du SCoT du Dijonnais

Synthèse du diagnostic

Commerce / logistique

DOCUMENT DE TRAVAIL
Dernière modification mai 2025

Un territoire particulièrement dense en commerce

CHIFFRES CLEFS

4 750 locaux commerciaux
16 pour 1 000 habitants

3 860 commerces et services actifs
13,2 pour 1 000 habitants (France = 11)

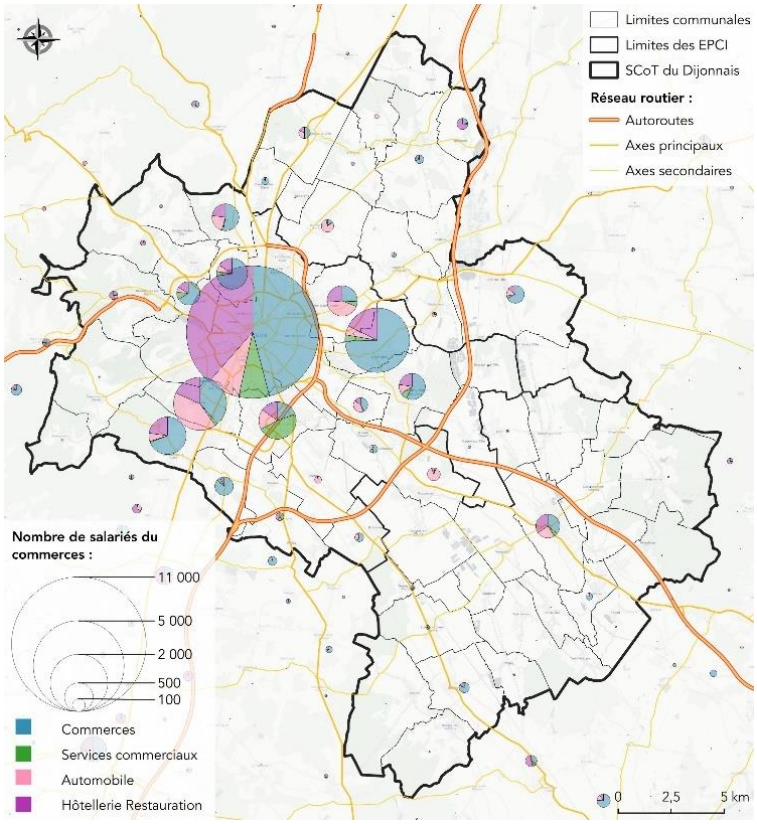
490 locaux d'apparence inactifs (10%)

540 grandes et moyennes surfaces pour **515 000 m²**

dont **56** alimentaires pour **121 000 m²**

23 600 emplois salariés (+4,1% de 2012 à 2022)

Source : Pivadis, relevés sur sites – 2024 (sauf Dijon Métropole : 2022) / Urssaf 2022



UNE FORTE DENSITE EN NOMBRE DE LOCAUX COMME EN SURFACE DE VENTE ET EN EMPLOIS

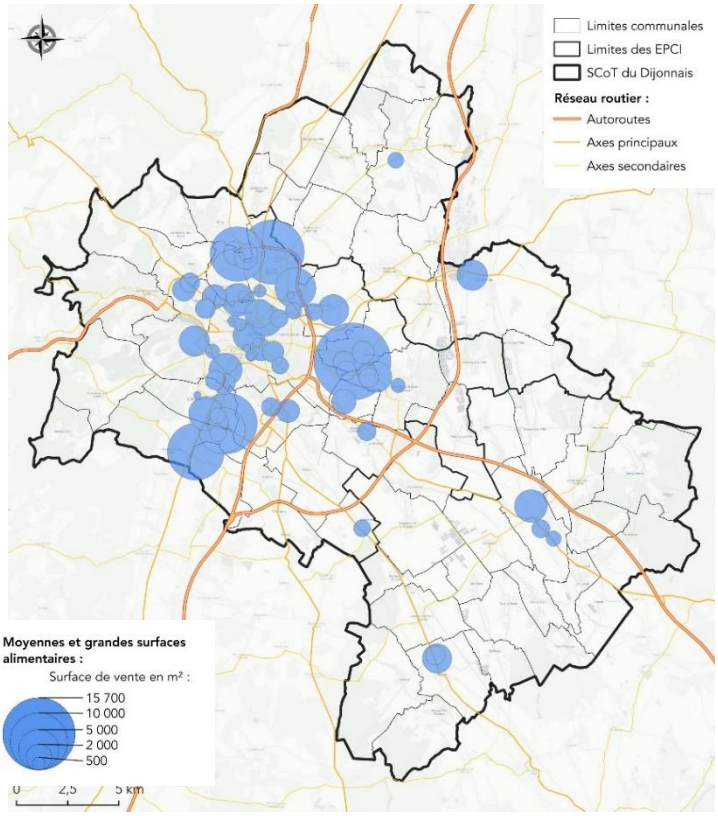
Avec 13 commerces et services actifs pour 1 000 habitants, le SCoT du Dijonnais présente une densité supérieure à la moyenne nationale (environ 11) et fortement concentrée, de manière classique, sur le cœur urbain de Dijon Métropole. En dehors du cœur urbain, la localisation des commerces s'inscrit prioritairement sur les principaux axes de circulation, y compris au sein des centralités.

Près de 540 grandes et moyennes surfaces sont implantées au sein du territoire du SCoT du Dijonnais, totalisant environ 515 000 m² de surfaces de vente. Sur ce total, 121 locaux font 1 000 m² ou plus, pour un total de l'ordre de 340 000 m² de surface de vente.

Au sein de ces grandes et moyennes surfaces, les établissements généralistes alimentaires représentent un poids important, tant en surface qu'en volume d'activité, au regard de leur rôle dans les dépenses courantes des habitants et usagers du territoire.

Les grandes et moyennes surfaces généralistes dites « à dominante alimentaire » sont fortement présentes sur le territoire. Les grands formats d'hypermarchés interrogent à l'avenir à l'échelle nationale, avec certaines observations de réduction de surface. Plus spécifiquement, le Sud de l'unité urbaine de Dijon présente une densité d'hypermarché déséquilibrée et qui n'est pas en cohérence avec la capacité actuelle et future du marché. On peut ainsi en particulier s'interroger sur l'avenir de la coque de l'hypermarché Géant à Chenôve (magasin non repris dans le cadre des ventes en 2023/2024) et de sa galerie marchande.

> **Côté supermarchés, l'avenir concernera potentiellement beaucoup plus des adaptations / modernisations / transformations que des développements.**



Source : Pivadis, relevés sur sites – 2024 (sauf Dijon Métropole : 2022)

Avec 144 000 m² de surfaces cumulées pour 113 grandes et moyennes surfaces spécialisées, l'équipement de la maison est le premier domaine d'activité sur ce type de format.

Non spécialisés mais avec souvent une offre comprenant de l'équipement de la maison, les bazars sont fortement représentés sur le territoire : on en dénombre 17 pour 10 enseignes différentes et un total de plus de 21 000 m² de surface de vente, volume particulièrement élevé. Certaines enseignes sont multi-présentes, en particulier Action (4), Gifi (2), Stockomani (2) ou Marché Aux Affaires (2).

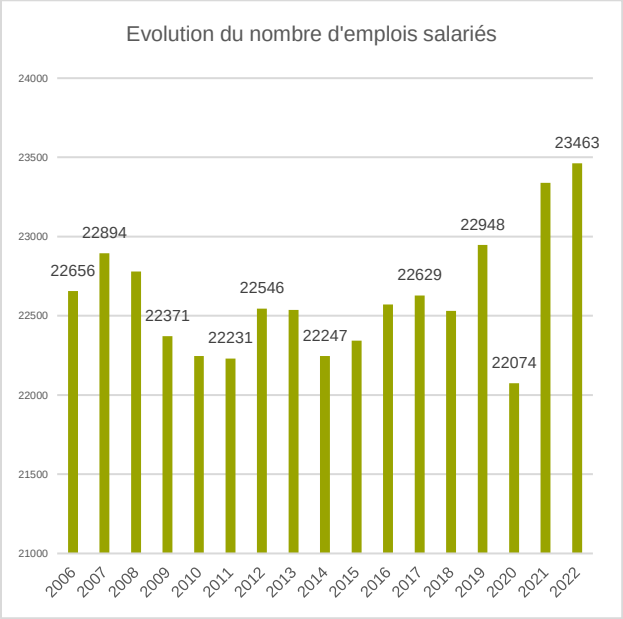
Secteur d'activité fortement impacté par les évolutions des modes de consommation, avec le développement du e-commerce et de la seconde main, y compris sur internet (comme l'exemple de Vinted), l'équipement de la personne compte encore plus de 50 grandes et moyennes surfaces spécialisées pour un total de près de 48 000 m² de surface de vente. Les enseignes « historiques » comme les plus récentes sont présentes sur le territoire, comme par exemple Les Galeries Lafayette sur 8 500 m² ou Primark sur 4 100 m² de surface de vente.

Plus diversifié, le secteur culture loisirs compte 78 grandes et moyennes surfaces pour près de 84 000 m² de surface de vente

Sur la base des données URSSAF 2022, le secteur du commerce, y compris la restauration, l'hôtellerie et les services commerciaux en agence, représente près de 23 600 emplois salariés, répartis sur près de 2 900 établissements employeurs privés. Le secteur représente donc 22,4% des emplois salariés « privés » pour un tiers des établissements employeurs du territoire.

On note une progression récente de l'emploi salarié lié au commerce au sens large mais une forte sensibilité aux crises et mutations, qui peuvent entraîner à nouveau une baisse de l'emploi salarié.

Plus précisément, l'évolution s'inscrit en plusieurs temps avec un impact de la crise de 2008, de 2009 à 2011, puis une très légère remontée et un plateau jusqu'en 2018, une hausse en 2019 avant une nette baisse en 2020 du fait de la crise sanitaire, largement compensée dès 2021 avec un niveau d'emplois salariés jamais atteint depuis 2006 et une légère progression en 2022.



Des mutations plus qu'un développement…

UNE EVOLUTION SIGNIFICATIVE DE LA COMPOSITION COMMERCIALE

Les dynamiques constatées sur une période longue, de 2009 à 2022, montrent les profondes transformations en cours du tissu commercial français, qui se retrouvent sur le territoire du SCoT :

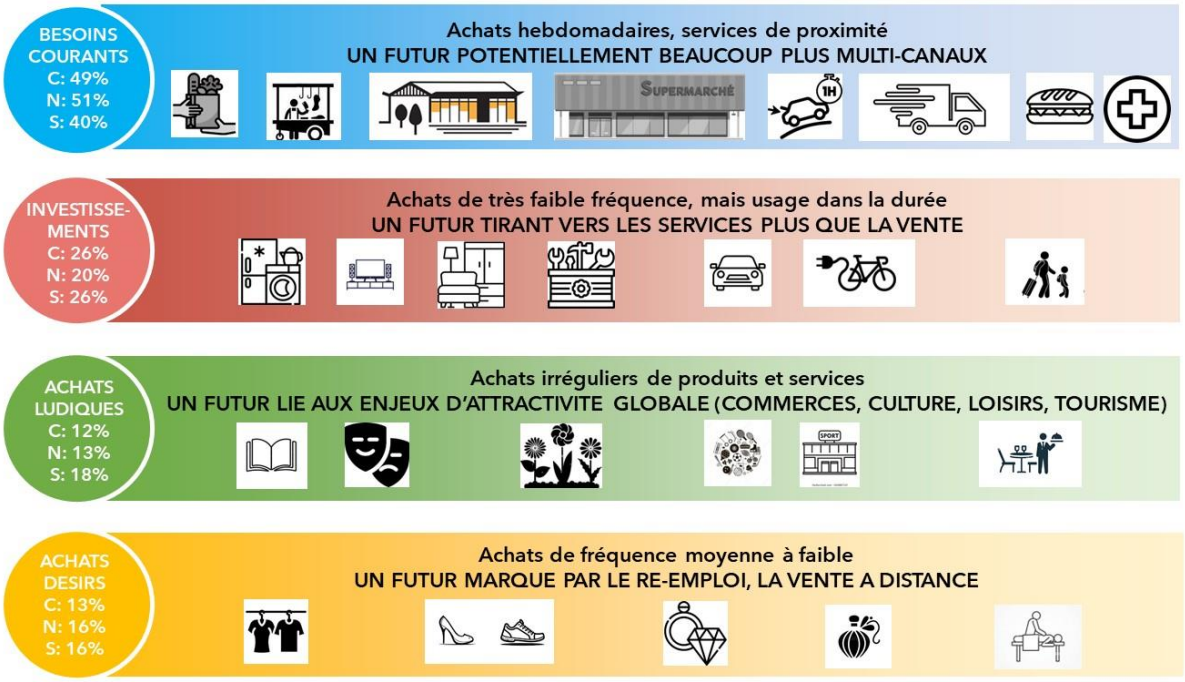
- fort repli de l'équipement de la personne (-23% en nombre sur le territoire, -19% en emplois salariés),
- forte croissance de l'offre généraliste (essentiellement les bazars premier prix : +58% en nombre, +98% en emplois),
- forte croissance de l'univers de la restauration : +28% en nombre, +56% en emplois salariés,
- nette progression des commerces alimentaires, en particulier de bouche : +18% en nombre sur le territoire, se différenciant nettement des tendances à des échelles plus larges, +36% en nombre d'emplois salariés,
- repli des services en agence commerciale : -19% en nombre et en emplois salariés.

Comparativement, si l'on s'appuie sur les données de l'Urssaf (établissements employeurs), par rapport aux situations départementales, régionales et nationales (hors Région Parisienne), cette offre est plus orientée sur le territoire en équipement de la personne (de manière très nette avec un effet historique d'attractivité régionale) et dans une moindre mesure en restauration (avec un attrait touristique), en hygiène santé beauté et services.

C = capacité de dépenses

N = nombre d'établissements

S = surface de vente



Source : Pivadis, sur base relevés terrain 2022/2024, recensement Insee 2021

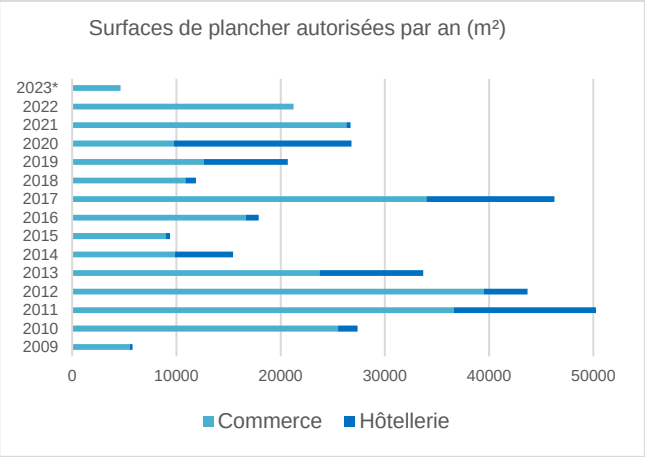
Ces évolutions sont significatives sur le centre-ville de Dijon, lieu de concentration commerciale historique à forte attractivité avec une forte diversité d'offre. Le centre-ville compte en effet plus de 1 200 locaux commerciaux avec une forte concentration en achats désirs. On note sur la période 2009-2022, une forte progression de l'univers de la restauration (+55 établissements de 2009 à 2022, soit +19%), en accélération de 2020 à 2022 ; une progression des commerces alimentaires spécialisés (commerce de bouche en particulier : +19 établissements, soit +18%), alors que l'équipement de la personne est en fort repli (-52 établissements, soit -20%).

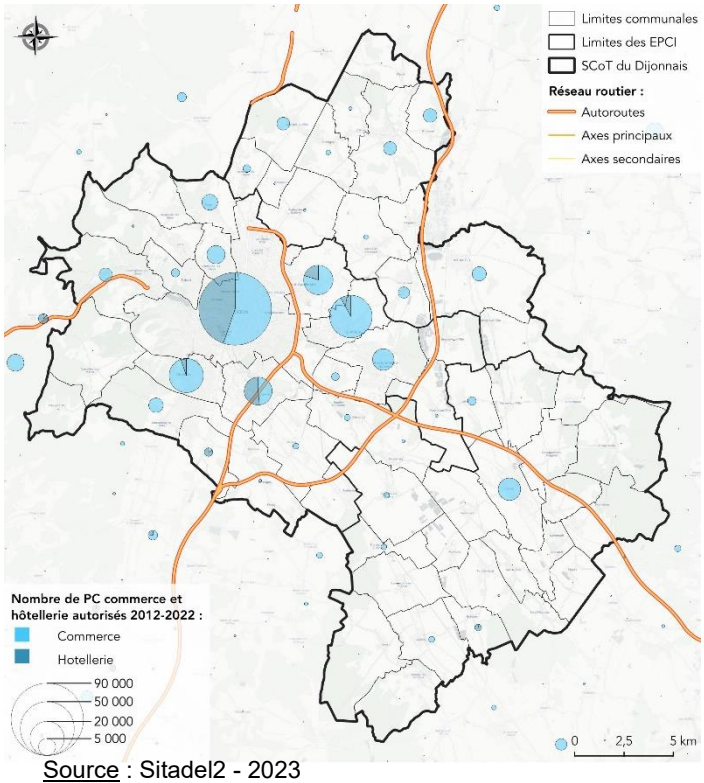
UNE DYNAMIQUE CONSTRUCTIVE IMPORTANTE…

De 2012 à 2022, près de 1,2 millions de m² de locaux d'activité ont été autorisés *(source : Sitadel)* à l'échelle du territoire du SCoT dont :

- **213 500 m² en commerce**,
- 60 200 m² en hébergement hôtelier.

La dynamique de création a connu un net repli de 2014 à 2016, puis une relative relance. Les chiffres 2023*, sur les 7 premiers mois uniquement, montrent un quasi arrêt des projets.





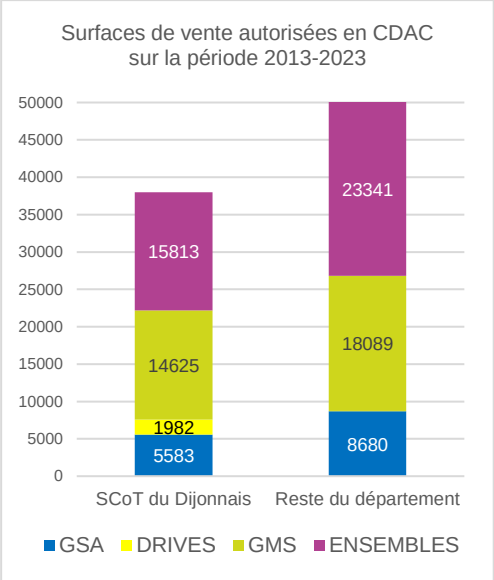
Source : Sitadel2 - 2023

… MAIS QUI S'APPUIE PEU SUR LES CDAC.

128 500 m² de surface de vente ont été présentés en CDAC (82 dossiers, 76 hors doublons) à l'échelle du département de 2013 à 2023, dont 20 000 m² sont en fait des doublons de demandes dans la même période ou antérieures. Sur ces 108 500 m² nets, 52 000 m² se positionnent sur le territoire du SCoT et 56 500 m² se situent sur le reste du département.

Au sein du territoire du SCoT, le taux d'autorisation en surface est de 76%, alors qu'il est de 90% sur le reste du département, ce qui implique un volume plus important de surfaces de vente autorisées en dehors du SCoT du Dijonnais : 50 000 m² contre 38 000 m².

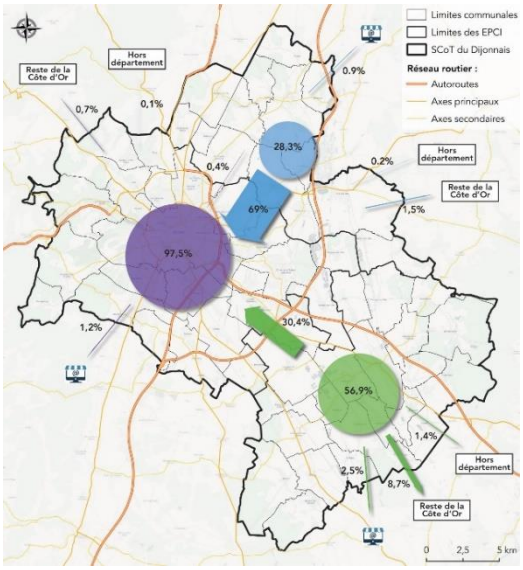
La dynamique au fil du temps, hors doublons, montre un volume annuel la plupart du temps inférieur à 5 000 m² sur le territoire du SCoT.



Seule une petite partie du développement de m² commerciaux passe par les CDAC, que l'on peut estimer à environ 38 000 m² sur les 213 000 m² autorisés (soit moins d'un quart environ).

… liées à une évolution des pratiques d'achat

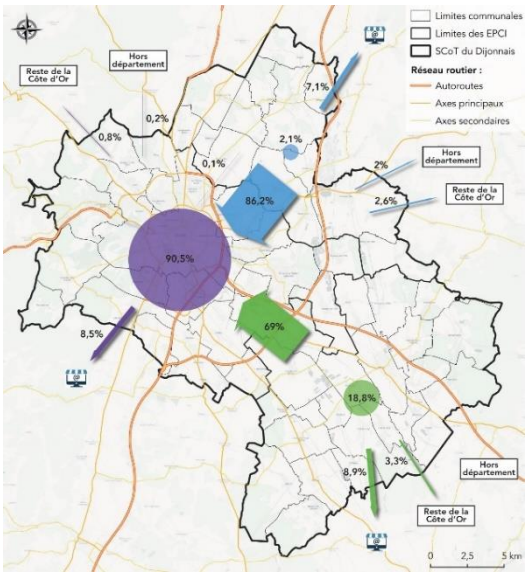
BESOINS COURANTS



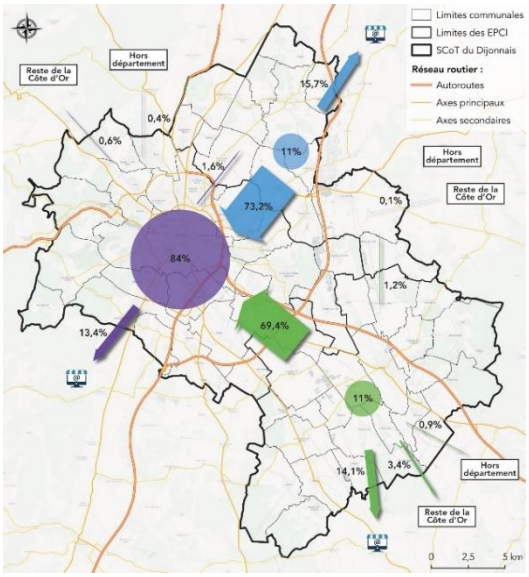
Si le maillage de services de proximité, répondant aux besoins courants, est serré au sein de Dijon Métropole, et relativement régulier sur la Plaine Dijonnaise, la situation de Norge et Tille, avec des potentiels de consommation plus faibles en volume, mais aussi un bassin de vie qui dépasse les limites géographiques de la communauté de communes, peut interroger quant au niveau de maillage.

DEPENSES D'INVESTISSEMENT

Malgré la croissance forte de l'emprise du e-commerce, l'attractivité commerciale des grandes enseignes implantées sur Dijon Métropole, reste forte et se nourrit de la croissance du nombre de logements. Ce marché, très fortement en croissance depuis plus d'une décennie, est néanmoins en repli récent générant des difficultés pour certains réseaux d'enseignes, ce qui doit amener à la prudence pour les années à venir.



ACHATS LUDIQUES



Le chiffre d'affaires généré par les commerces physiques sur le territoire du SCoT est stable, sans croissance.

L'attractivité externe reste néanmoins significative, puisque 27% du chiffre d'affaires généré à l'échelle du SCoT provient d'une clientèle n'y habitant pas.

La poursuite de la progression du e-commerce, et l'évolution défavorable du niveau de consommation, en particulier suite à la crise inflationniste, laisse envisager une baisse de potentiel de chiffre d'affaires, même si la population continue à croître.

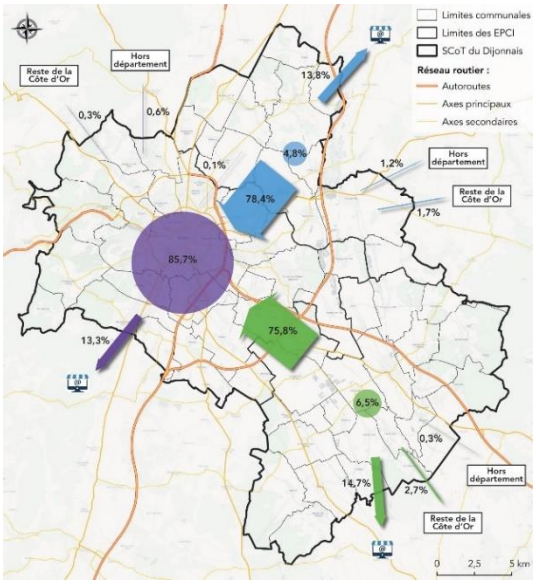
Source : CCI - 2020

ACHATS DESIRS

Le double phénomène de baisse des dépenses par ménage et d'augmentation du e-commerce, combiné aussi au développement de l'achat d'occasion, pèse encore plus lourdement sur les achats désirs (principalement autour de l'équipement de la personne).

Ainsi, le taux de maintien des dépenses en achats désirs est passé de 91% à 85% de 2015 à 2020. Parallèlement, le niveau de dépenses n'a progressé que de 3,2% sur la même période. Conséquence, le chiffre d'affaires des commerces du territoire a baissé de 2,3% sur la période.

Si cette proportion peut sembler limitée, les conséquences sont d'ampleur : sur le premier pôle achats désirs du territoire, le centre-ville de Dijon a perdu 47 boutiques spécialisées en équipement de la personne de 2009 à 2020, puis 6 de plus de 2020 à 2022.



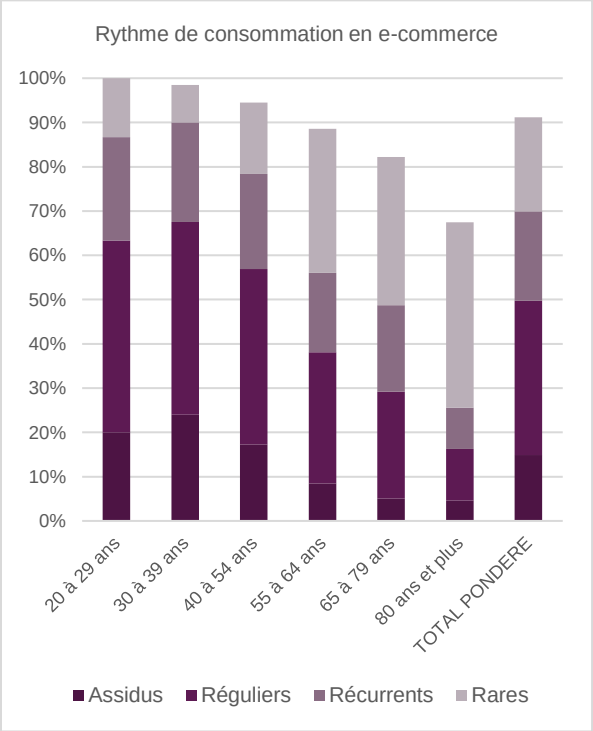
Source : CCI - 2020

UN RECOURS CROISSANT AU E-COMMERCE

En dehors des besoins courants, le recours au e-commerce est donc en forte croissance, comme le montrent les données précédentes. Cette tendance n'est pas prête de s'arrêter. En effet, le recours au e-commerce est lié aux générations. Plus on monte en âge et moins le recours au e-commerce est important. Cela signifie qu'à mesure de la disparition des générations les plus âgées, le taux d'usage va augmenter. Il est aujourd'hui de 70% en moyenne en France (au moins un achat dans les 6 derniers mois) et devrait passer à au moins 85% d'ici 20 ans.

L'habillement, dont lingerie et chaussures, est le premier domaine de produits consommés en e-commerce, de manière conforme aux tendances nationales : 58% en moyenne pondérée, jusqu'à 73% chez les moins de 30 ans, alors que cela se réduit à 33% chez les plus de 64 ans.

Le recours au e-commerce ne cesse de croître et de concerner de plus en plus de secteurs. Cela implique une forte augmentation des flux de livraison, tant à domicile que dans des points relais, comme le montre les réponses à l'enquête digitale réalisée début 2024.



Source : Pivadis – enquête digitale - 2024

L'émergence d'une nouvelle géographie commerciale parallèlement au maintien de l'armature commerciale historique

UNE ARMATURE COMMERCIALE DENSE POUR REPONDRE AUX BESOINS DES DIFFERENTES POPULATIONS

La structuration du commerce sur le territoire du SCoT du Dijonnais se fait autour de **97 sites commerciaux** dont :

- 82 sur Dijon Métropole
- 10 sur la Plaine Dijonnaise
- 5 sur Norge et Tille

Ces sites commerciaux accueillent 91,3% des locaux commerciaux implantés sur le territoire. 97% des établissements d'une surface de plus de 300 m² et 97% des surfaces cumulées de ces établissements y sont localisés.

Ce maillage, classiquement :

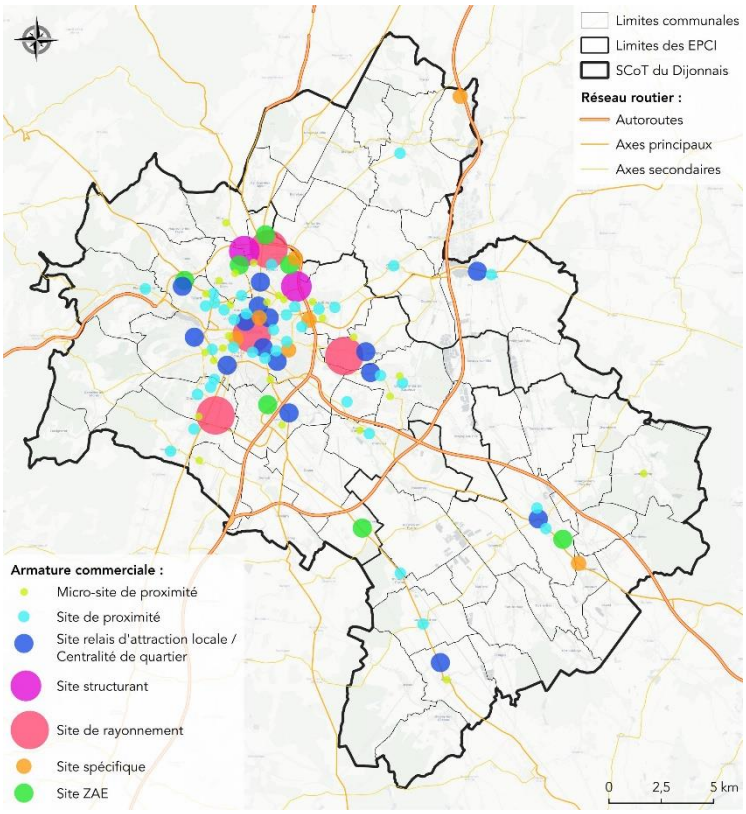
- **est le reflet des densités de population,**
- **s'organise autour des principaux axes passants, en dehors de la densité urbaine la plus importante.**

Les 6 sites majeurs concentrent :

- 59% des commerces et services actifs, 34,5% pour le centre-ville de Dijon, 24,5% pour les 5 principales zones commerciales,
- 73% de l'ensemble des surfaces de vente estimatives, 56% pour les 5 principales zones commerciales,
- 81% des commerces et services actifs en achats désirs, 50% pour le centre-ville de Dijon, 31% pour les 5 principales zones commerciales.
- 86% des surfaces de vente en investissement (soit environ 150 000 m², dont 123 000 m² sur les 5 principales zones commerciales.

Les 62 sites de proximité représentent :

- 19% des commerces et services actifs ; 27% pour les besoins courants,
- 10% des surfaces de vente cumulées ; 20% pour les besoins courants.



La logistique, maillon essentiel de l'activité économique et commerciale

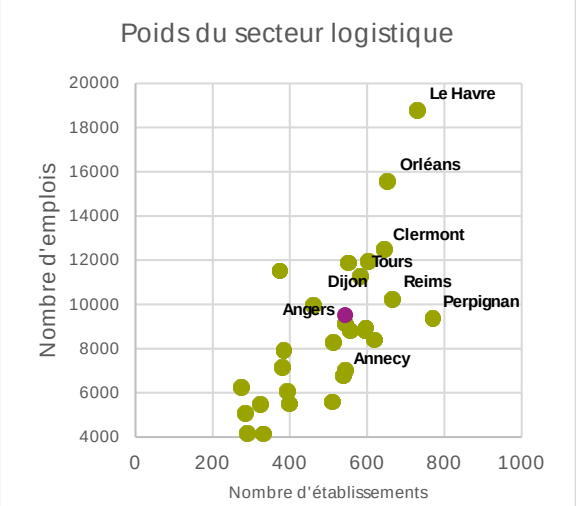
CHIFFRES CLEFS

600 établissements (7% des établissements employeurs)

10 550 emplois salariés (10% des emplois salariés « privés »)

341 000 m² de plateformes logistiques sur 3 aires denses identifiées

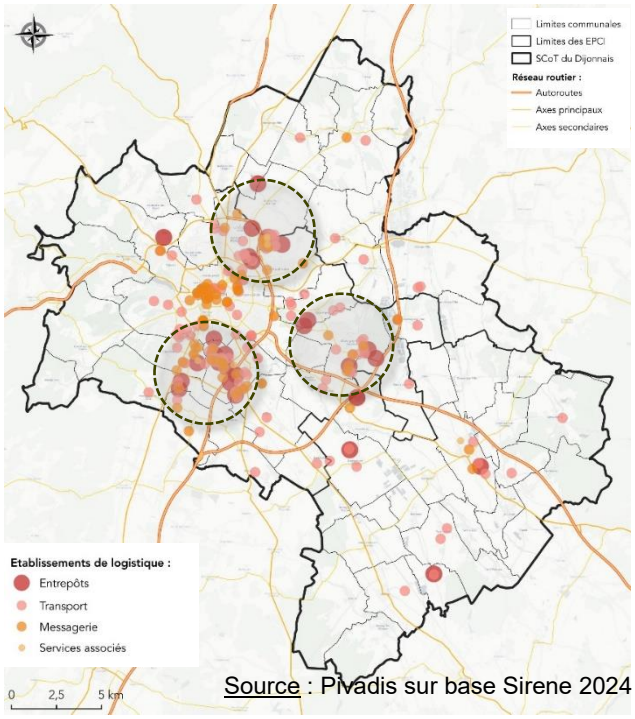
365 000 m² d'entrepôts autorisés de 2012 à 2022 (sur 1 200 000 m² de locaux d'activités)



Source : Urssaf 2022

TROIS NIVEAUX DE LOGISTIQUE A DIFFERENCIER

- Les entrepôts et plateformes logistiques, **avec 3 sites de localisation préférentielle existants**.



Source : Pivadis sur base Sirene 2024

- Les « agences de livraison », la « logistique urbaine », la « logistique du dernier kilomètre », mais aussi la question de la localisation du commerce de gros, implanté de manière diffuse. Cette échelle est celle qui porte le plus d'enjeux d'organisation spatiale dans une logique prospective d'augmentation significative des flux de marchandises, notamment liés au e-commerce. Une part de cette logistique se mêle aux locaux commerciaux, avec une pratique croissante d'expédition à partir des magasins des enseignes omnicanales.

La multiplicité des formes de logistiques urbaines / du dernier kilomètre interroge les principes de leur localisation, évoluant forcément dans le temps à venir, en fonction des évolutions de concepts commerciaux et de l'organisation des chaînes logistiques.

- Les points de retraits, en casiers et dans les commerces, au nombre de 174 sur le territoire.

Pour l'instant, les localisations de points de retrait n'ont visiblement pas encore d'impacts forts sur le fonctionnement urbain du territoire. Néanmoins, il convient d'être attentif à l'évolution de leurs concepts et de leurs modes d'implantation, car ils sont fortement générateurs de flux.

Un secteur d'activités à forts enjeux

DES DYNAMIQUES DE CONSOMMATION INCERTAINES POUR LES ANNEES A VENIR

La dynamique démographique passée implique une croissance rapide du marché. En valeur 2023, on peut estimer la croissance à 9% sur les 10 dernières années en moyenne :

- +11,6% pour la communauté de communes Norge et Tille,
- + 9% pour Dijon Métropole,
- +6,9% pour la communauté de communes de la Plaine Dijonnaise.

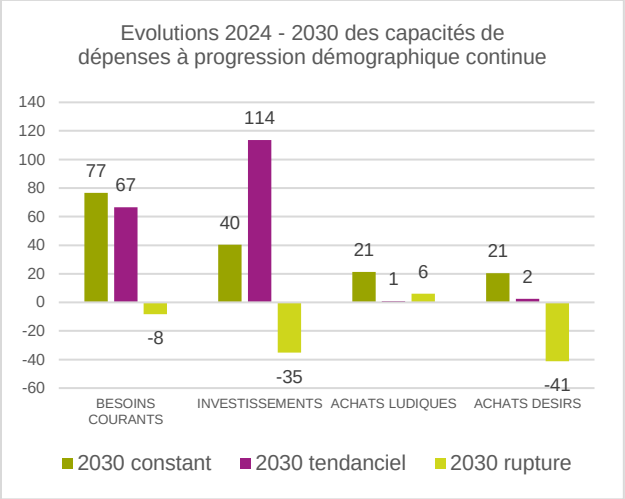
La période récente n'a pas changé les mutations profondes en cours. Au contraire, elle les a confirmées.

- L'usage du e-commerce continue à progresser et ce mode d'achat est devenu un « commerce comme les autres ».
- L'inflation constatée sur 2022 et 2023 n'est en fait pas nouvelle pour certains produits de consommation courante. Derrière une inflation moyenne de 27% en 15 ans, la courbe n'est pas linéaire et l'inflation est concentrée principalement sur 2 ans, après avoir connu une baisse de 2013 à 2021. Cette vision moyennée cache en réalité une nette distinction entre marques nationales (+20% de 2007 à 2023), marques distributeurs (+42%) et premiers prix (+62%).

En conséquence, l'anticipation des capacités de dépenses et pratiques de consommation à venir nécessite de tenir compte à minima :

- d'une hypothèse tendancielle, de poursuite des tendances récentes,
- d'une hypothèse de rupture, avec des évolutions beaucoup plus marquées pour certains produits.

Si l'on prend comme base de calcul une poursuite de l'accueil de nouveaux ménages sur le territoire au rythme de 1 230 par an, y compris desserrement des ménages, les capacités de dépenses cumulées des habitants du territoire du SCoT pourraient évoluer à l'horizon 2030, en M€.



Source : Pivadis

Les résultats de l'enquête digitale menée en mai 2024 confirment une tendance à la déconsommation. Ainsi, la plupart des types de sites / supports de consommation enregistrent des intentions de baisse de rythme d'achat, en solde entre augmentation et baisse *(Source : enquête digitale 1 500 répondants 2024).*

Seules exceptions, les circuits courts / achats directs producteur, avec des intentions de hausse assez nettes (mais que l'on ne retrouve pas vraiment chez les producteurs), les marchés non sédentaires, les achats de produits d'occasion, qui concernent 60% des répondants, en intention de hausse nette, les commerces de proximité, quasiment en stabilité d'intention d'achats.

Les intentions de baisse les plus importantes concernent les hypermarchés, zones commerciales et centres commerciaux, les grands centres-villes, mais aussi les sites de e-commerce, généralistes ou spécialisées.

DES INCIDENCES SIGNIFICATIVES DE LA LOI CLIMAT ET RESILIENCE SUR LES IMPLANTATIONS ET EXTENSIONS COMMERCIALES

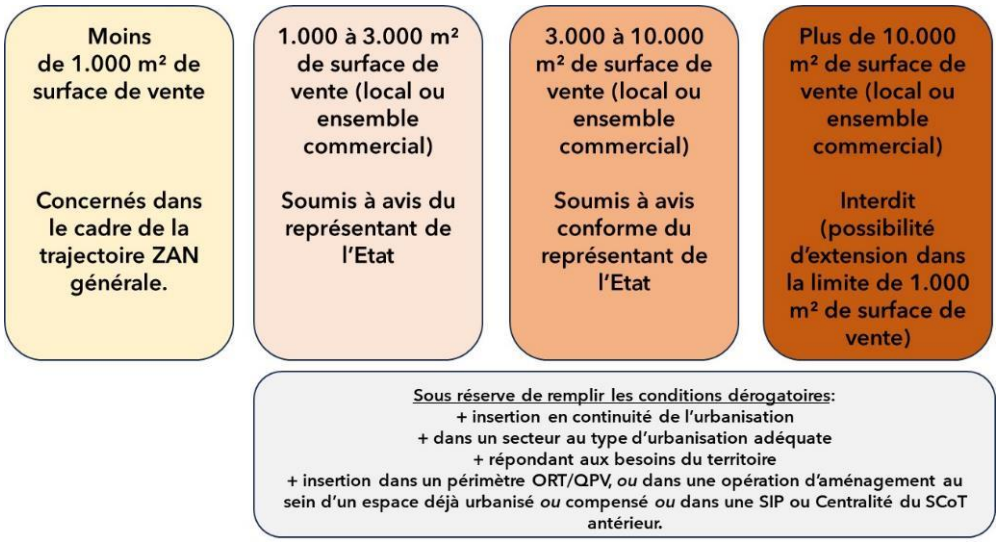
La traduction rapide de la loi Climat et Résilience dans le code du commerce a introduit l'interdiction de principe de l'artificialisation des sols pour les créations ou extensions de commerces nécessitant AEC[1] depuis octobre 2021. A noter que les hôtels, restaurants et garages automobiles ne sont pas concernés par les AEC.

Cette nouvelle règle, qui incite au renouvellement / à la densification sur des sites déjà existants, peut poser des difficultés dans le cadre du développement des territoires péri-urbains, au-delà même de la trajectoire ZAN[2], pour l'adaptation de l'offre à l'évolution de la population. C'est le cas du territoire du SCoT du Dijonnais, avec des possibilités de dérogation à analyser au cas par cas.

Cela introduit également un risque de « concurrence » exacerbée sur les besoins de fonciers entre activités économiques, logistiques, services et commerces. Ces risques peuvent concrètement se traduire par la transformation de locaux d'activités, artisanaux ou de petites logistiques, dans des ZAE existantes, en commerces, générant également une inflation de la valeur de l'immobilier dans ces zones.

Parallèlement, la mise en application de la directive services pour la performance énergétique des bâtiments commerciaux ou tertiaires de plus de 1 000 m² interroge la stratégie des acteurs propriétaires des locaux, foncières, enseignes ou indépendants, au regard du coût extrêmement élevé des investissements à consentir pour atteindre les objectifs à long terme. Certains pourraient conclure qu'une démolition / reconstruction serait plus avantageuse.

Cette hypothèse peut constituer une opportunité pour la mutation de sites monofonctionnels (zones commerciales) en quartiers multifonctionnels, en superposant les fonctions.



[1] AEC = Autorisation d'Exploitation Commerciale (établissements et ensembles commerciaux de plus de 1.000 m²)
[2] ZAN = zéro artificialisation nette des sols

ADAPTATION ET RENOUVELLEMENT, MAITRES-MOTS DES ENJEUX EN MATIERE COMMERCIALE ET LOGISTIQUE

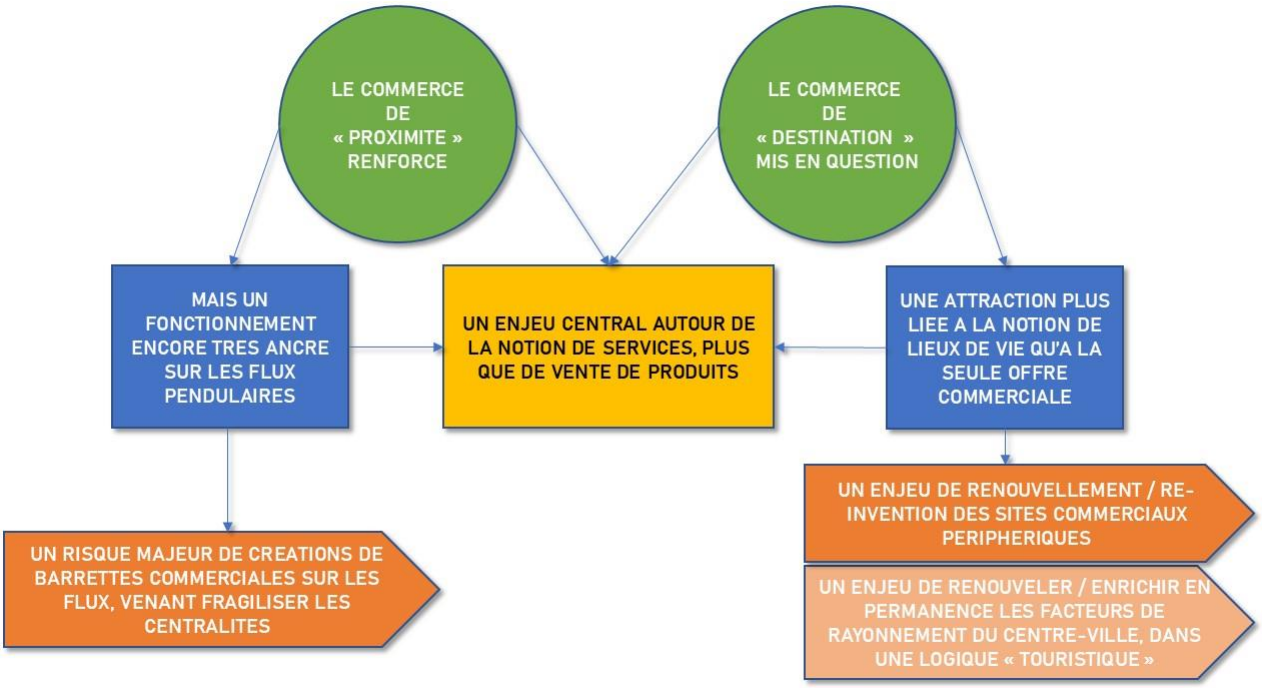
Bilan AFOM (Atouts-Faiblesses-Opportunités-Menaces)

Atouts	**Faiblesses**
Densité commerciale, en nombre, en surface et en diversité. Maillage dense en milieu urbain et permettant de couvrir presque toute la population à moins de 10 minutes de voiture en milieu rurbain. Attractivité très étendue des commerces du centre-ville de Dijon et des principaux pôles majeurs (échelle « régionale »).	Faible couverture des besoins courants en proximité à l'échelle de la Communauté de communes Norge et Tille. Perte partielle de diversité commerciale sur le centre-ville de Dijon : remplacement de l'équipement de la personne par les services. Attentes de la population sur un confortement des services de directe proximité, accessibles à pied, en particulier en alimentaire.
Opportunités	**Menaces**
Attentes de la population permettant potentiellement de mieux faire vivre la proximité, à condition d'aménager l'accessibilité et d'éviter les implantations diffuses sur les flux. Potentiel de restructuration / reconfiguration des zones commerciales à long terme, ouvrant des possibilités de mieux intégrer les fonctions commerciales et de logistique intermédiaire dans des logiques de quartiers multifonctionnels, en premier lieu sur le pôle Sud.	Tendance à l'externalisation (hors centre-ville / centre-bourg) du commerce en milieu rurbain (exemple du déplacement de Colruyt à Genlis). Forte probabilité d'une poursuite de baisse de consommation par ménage, en particulier hors besoins courants, dans le cadre d'une évolution de plus en plus marquée sur les services, nécessitant au final moins de grandes surfaces. Réduction de l'emprise à l'échelle départementale hors zone de proximité, et interrogation sur le maintien d'une attractivité « régionale » dans un contexte de banalisation de l'usage du e-commerce. Fragilisation du pôle Sud dans un contexte de surdensité d'offres d'hypermarchés, nécessitant une reconfiguration en profondeur. Risques d'utilisation des surfaces de magasins comme surfaces logistiques du dernier kilomètre, notamment sur le pôle Sud, venant impacter le fonctionnement de la circulation sur ce secteur et plus largement. Disponibilités foncières à venir dans un contexte de forte croissance des besoins logistiques.

Principaux enjeux à moyen et long termes

Faire face aux besoins croissants de logistique pour desservir les activités productives et les consommateurs

- Maîtriser le développement des pôles logistiques majeurs au sein du territoire.
- Intégrer la logistique urbaine, de petite et moyenne tailles, dans les espaces à vocation économique, ZAE et quartiers mixtes multifonctionnels, notamment en mixité verticale.
- Encadrer la mutation partielle ou totale de locaux commerciaux en entrepôts dans les zones commerciales (*utilisation des grandes et moyennes surfaces comme lieux de logistique de e-commerce*).
- Exclure l'implantation de locaux logistiques sur les linéaires commerciaux prioritaires des centralités (« *Dark Stores* »).

Adapter l'équipement commercial à l'évolution démographique et des modes de vie

- Conforter les services commerciaux de proximité, en accompagnant leur adaptation aux évolutions démographiques et aux changement de pratiques.
- Préserver les linéaires commerciaux principaux des centres-villes, centralités de quartier et centres-bourgs.
- Prioriser les nouvelles implantations dans des secteurs multifonctionnels et éviter les implantations commerciales isolées, y compris sous forme de casiers de retrait de vente à distance.
- Encadrer l'installation d'activités commerciales dans les ZAE non identifiées comme sites à vocation commerciale.
- Impulser la transformation progressive du pôle Sud en quartiers multifonctionnels.
- Observer l'évolution des autres zones commerciales structurantes pour engager une mutation le moment venu.