

Observatoire du Commerce

Chiffres clés de la Région Mulhousienne

Pourquoi suivre un observatoire local du commerce de m2A?

Quelques chiffres

- 6 916 commerces en 2019 contre 4182 en 2009 (+2734)
- Dont 2288 commerces employeurs en 2018 contre 2198 en 2008 (+90)
- 14 890 salariés en 2018 contre 15 249 en 2008 (-359)

Source : AcoSS et Sirene

L'observatoire local du commerce :

Ce document a pour objectif de suivre l'évolution des commerces au sein des communes de Mulhouse Alsace Agglomération ainsi que dans les différents pôles commerciaux. Le Schéma de Cohérence Territoriale de la Région Mulhousienne a défini des lieux privilégiés pour l'installation de certains types de commerces. L'enjeu est de suivre l'évolution du tissu commercial, son organisation à l'échelle de l'agglomération et notamment des sites d'implantation identifiés. Porter un observatoire permet également de caractériser le tissu commercial au sein de ces grands pôles commerciaux.

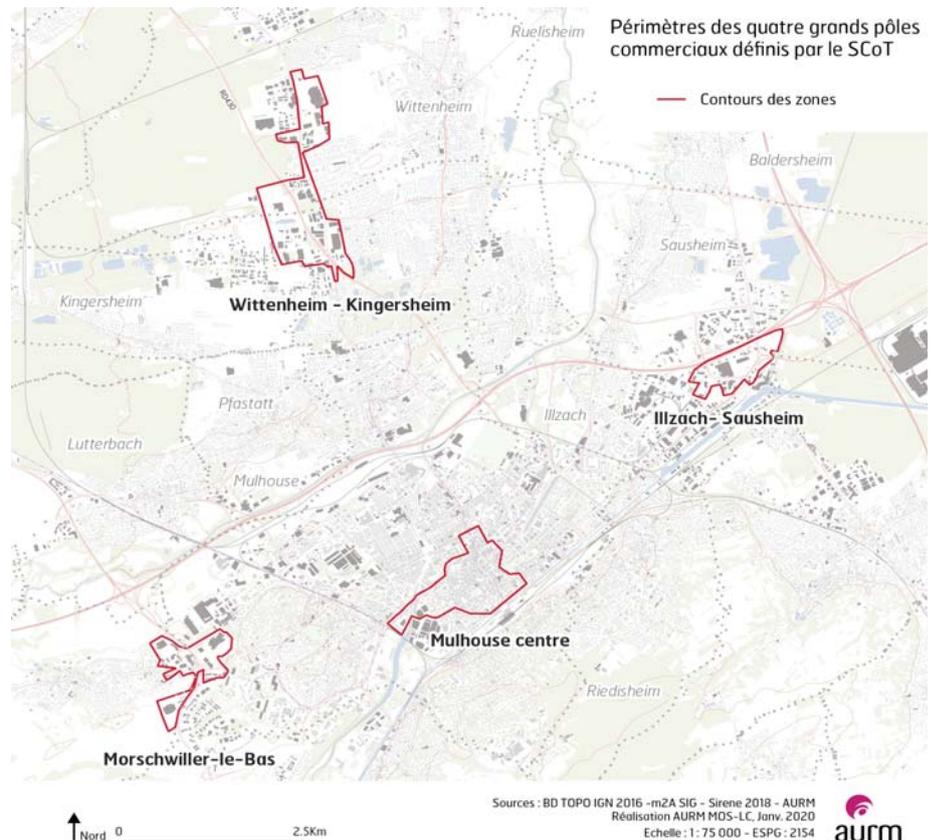
Ce livret «Commerce» regroupe les informations clés relatives aux établissements commerciaux. On s'intéressera aussi aux effectifs salariés du domaine commercial. Un volume d'annexe est présent à la fin du document contenant la liste des établissements par pôle afin de suivre dans les années à venir leur composition commerciale.

Dans un premier temps, une analyse globale de l'offre commerciale a été réalisée à l'échelle de Mulhouse Alsace Agglomération. Le document propose des zooms par pôles majeurs d'activité ainsi qu'un aperçu général des 39 communes de l'agglomération.

Définition

La base de données Sirene enregistre toutes les informations juridiques et économiques de toutes les entreprises et leurs établissements.

Quatre grands pôles commerciaux de l'agglomération mulhousienne



Méthode appliquée:

L'approche est essentiellement cartographique afin de localiser l'ensemble des commerces de m2A et d'analyser le contenu de ses grands pôles commerciaux. Les sources utilisées sont principalement la base de données Sirene en 2019 et les bases de données AcoSS de 2008 à 2018.

Un regroupement des différentes activités commerciales a été fait en neuf catégories qui incluent l'artisanat commercial (Boulangerie) :

- Alimentaire (ex : Commerce de détail de poissons, de fruits et légumes, Boulangerie, Charcuterie)
- Automobile, motorcycle (ex : Commerce et réparation de voitures)
- Culture, loisir, sport (ex : Commerce de détail de livres, de journaux)
- Equipement de la maison (ex : Commerce de détail de meubles, d'ordinateurs)
- Equipement de la personne (ex : Blanchisserie-teinturerie, Bijouterie)
- Grande distribution (ex : Supermarché)
- Hôtellerie, restauration, bar (ex : Cafétéria, Restauration de type rapide et traditionnelle)
- Santé, beauté, hygiène (ex : Coiffure, Services funéraires)
- Divers (ex : Vente à domicile, Vente à distance, Vente par automates)

La Catégorie Divers est composée à 90% d'entreprises individuelles qui peuvent avoir une durée de vie limitée. En effet, elles disposent de peu de ressources financières et de par leur petite taille, peuvent difficilement concurrencer les grandes enseignes commerciales.



Le nombre d'établissements employeurs par activités commerciales dans m2A

Activités Etablissements m2A	2008	2018	Evolution 2008-2018
Alimentaire	322	344	7%
Automobile, motorcycle	249	272	9%
Culture, loisir, sport	70	80	14%
Divers	90	94	4%
Equipement de la maison	268	246	-8%
Equipement de la personne	276	244	-12%
Grande distribution	60	65	8%
Hôtellerie, restauration, bar	439	518	18%
Santé, beauté, hygiène	424	425	0%
Total général	2198	2288	4%

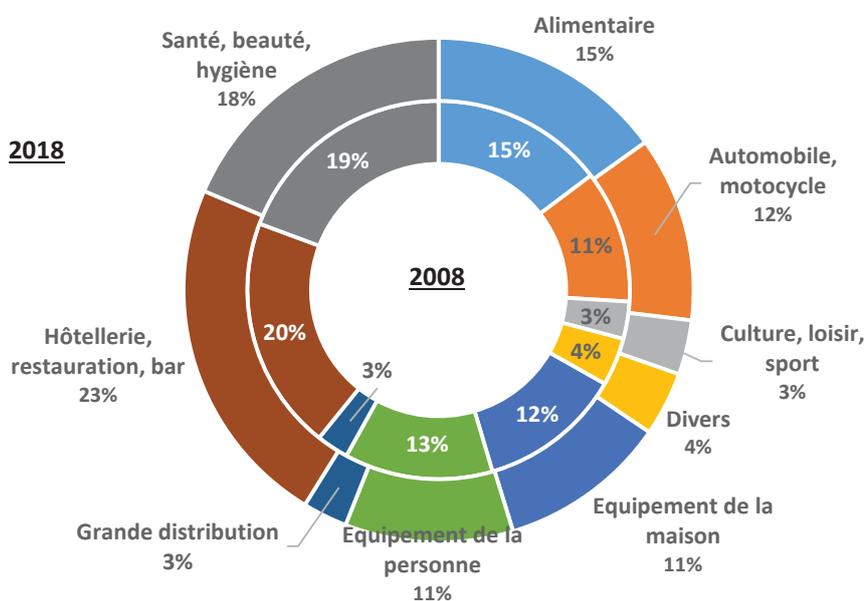
Source : AcoSS

Entre 2008 et 2018, une centaine d'établissements supplémentaires sont recensés dans m2A.

L'**hôtellerie, la restauration et les bars** se sont largement développés depuis 2008. C'est à la fois l'offre commerciale qui a le plus augmenté (18%) et qui a vu son poids dans la part totale des établissements passer de 20% à 23%.

L'Agglomération mulhousienne compte 10 établissements supplémentaires dans la culture, le loisir et le sport depuis 2008. Cependant, la part des établissements culturels reste inchangée et demeure faible autour de 3% de la part totale des établissements.

Part des établissements commerciaux en 2008-2018
CA Mulhouse Alsace Agglomération



Source : AcoSS

Des activités en déclin :

En revanche, les établissements spécialisés dans **l'équipement de la personne** sont en baisse de 12%, du fait notamment de la multiplication des achats par internet. La part de ces établissements a aussi diminué en passant de 13% en 2008 à 11% en 2018.

On voit que la part des établissements spécialisés dans la **grande distribution** est faible (3%) alors qu'ils concentrent près de 18% des personnes qui travaillent dans le commerce. C'est une caractéristique propre à la grande distribution : peu d enseignes, mais qui occupent beaucoup d'espace foncier et demandent des effectifs importants.

La part des différentes activités commerciales est restée stable. Il n'y a pas eu d'évolution significative de l'offre commerciale en 10 ans sur la part d'établissements par activité.

Définition

La base de données AcoSS est composée uniquement d'employeurs. Ces employeurs ont des salariés ou bien ils en ont eu et ont un compte auprès de l'Urssaf. Les artisans travaillant seuls et libéraux ne sont pas présents dans ces chiffres.

Approche générale

Les effectifs salariés par activités commerciales dans m2A

Activités Effectifs m2A	2008	2018	Evolution 2008-2018
Alimentaire	1484	1719	16%
Automobile, motorcycle	1906	1869	-2%
Culture, loisir, sport	499	505	1%
Divers	489	542	11%
Equipement de la maison	2078	1760	-15%
Equipement de la personne	1235	1068	-14%
Grande distribution	3174	2702	-15%
Hôtellerie, restauration, bar	2587	3007	16%
Santé, beauté, hygiène	1797	1718	-4%
Total général	15249	14890	-2%

Source : Acoss

Les secteurs de l'**hôtellerie, la restauration, le bar** et le secteur de l'**alimentaire** ont gagné en emploi salarié. L'augmentation du nombre d'établissements a lui aussi augmenté depuis 2008. La catégorie Divers a largement progressé mais sa part reste faible.

Par ailleurs, l'**Automobile, le motorcycle, la Santé, beauté, hygiène** et la catégorie **Culture, sport et loisirs** sont des secteurs d'activités qui restent stables.

Le poids du commerce dans l'économie locale est globalement en baisse. Avant, l'appareil commercial était plutôt surdéveloppé et maintenant il fait face à de fortes restructurations.

De fortes variations positives ou négatives des effectifs sont à remarquer. Bien que l'on retrouve le plus souvent une diminution du nombre de salariés hormis dans l'Alimentaire et dans l'Hôtellerie, restauration.

Certaines activités demandent moins d'effectifs qu'auparavant comme la **grande distribution** et l'**Equipement de la maison**. Les supermarchés développent de plus en plus la polyvalence, ce qui réduit les besoins en effectifs. Certaines enseignes commerciales sont en constante recherche d'amélioration de la performance de leurs salariés dans le but de réduire du personnel et à terme faire des économies d'échelle.

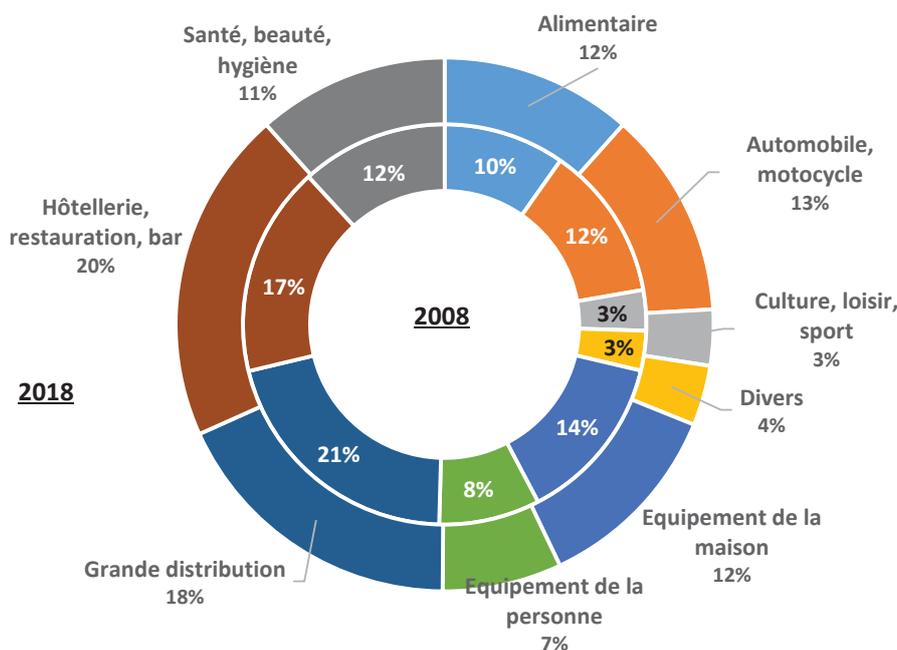
Quelques chiffres

21% de la totalité des effectifs en 2018 dans m2A travaillent dans le secteur du commerce.

44% de l'ensemble des établissements de m2A en 2018 sont spécialisés dans une activité commerciale.

Source : Acoss

Part des effectifs dans les établissements commerciaux en 2008-2018 CA Mulhouse Alsace Agglomération



Source : Acoss

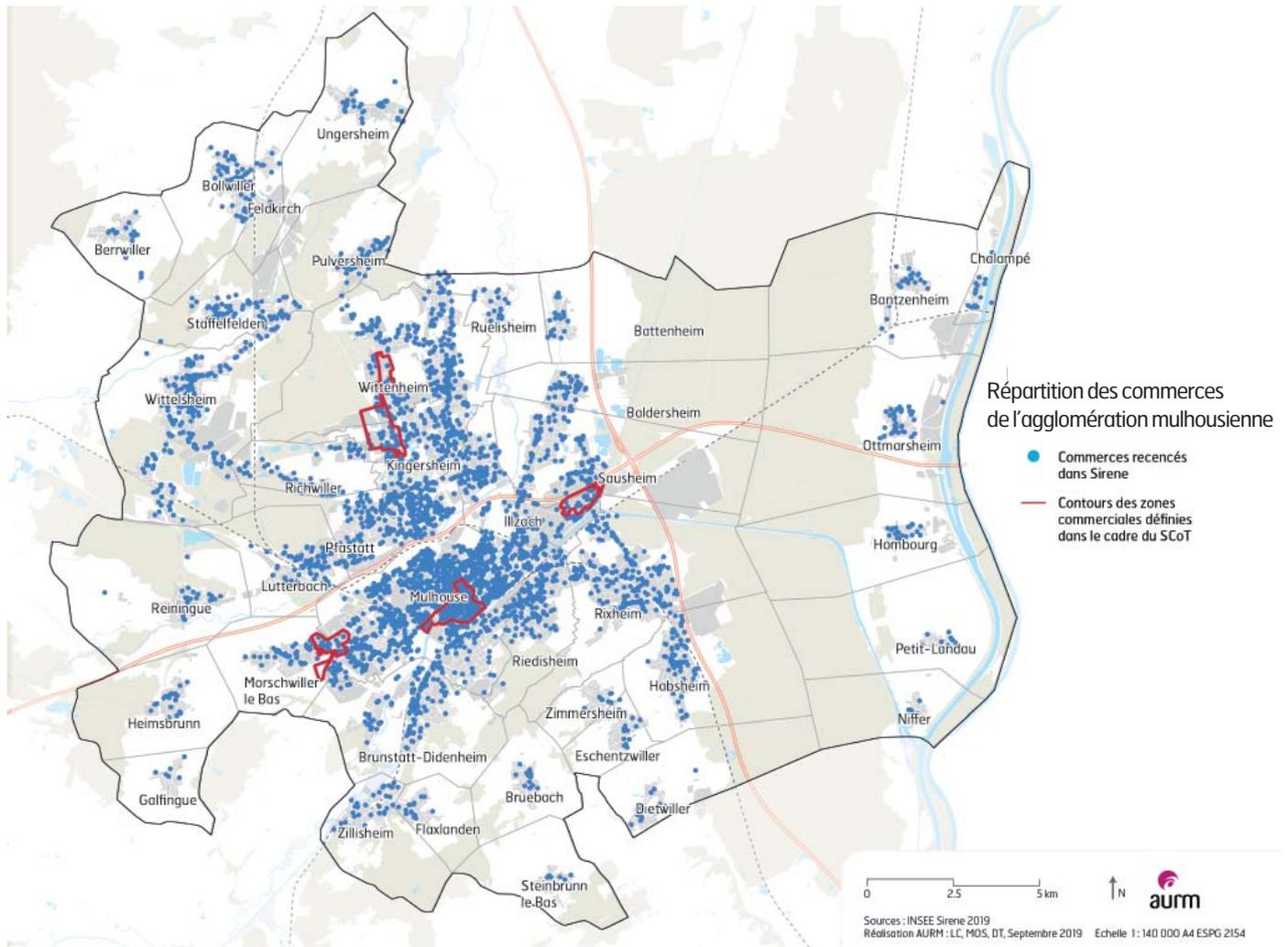


Zone commerciale de Kingersheim, Le Kaligone.

Source : AURM, 2008

L'ensemble des commerces de m2A

Tous les commerces de m2A sont localisés précisément sans distinction par types d'activités.



Chaque point représente un commerce. Sur le territoire de l'agglomération, il y a des périmètres géographiques tels que le centre ville de Mulhouse, qui disposent d'une plus grande offre commerciale que d'autres.

Les 4 zones inscrites au SCOT représentent 38% de l'ensemble de l'offre commerciale.

Ces quatre **pôles commerciaux majeurs présentent des spécialisations différentes.**

Mulhouse centre est composé de petites boutiques avec beaucoup d'indépendants et peu de salariés. Les autres pôles commerciaux sont plus orientés vers le commerce de produits lourds (meubles, magasins de bricolage, etc) qui demandent du personnel plus nombreux et de fortes emprises foncières.

Suivre les évolutions du commerce dans les pôles commerciaux

Il est actuellement difficile de mesurer l'évolution des implantations. Il n'y a pas de rétrospective possible car cette publication porte sur l'état des lieux à un instant T.

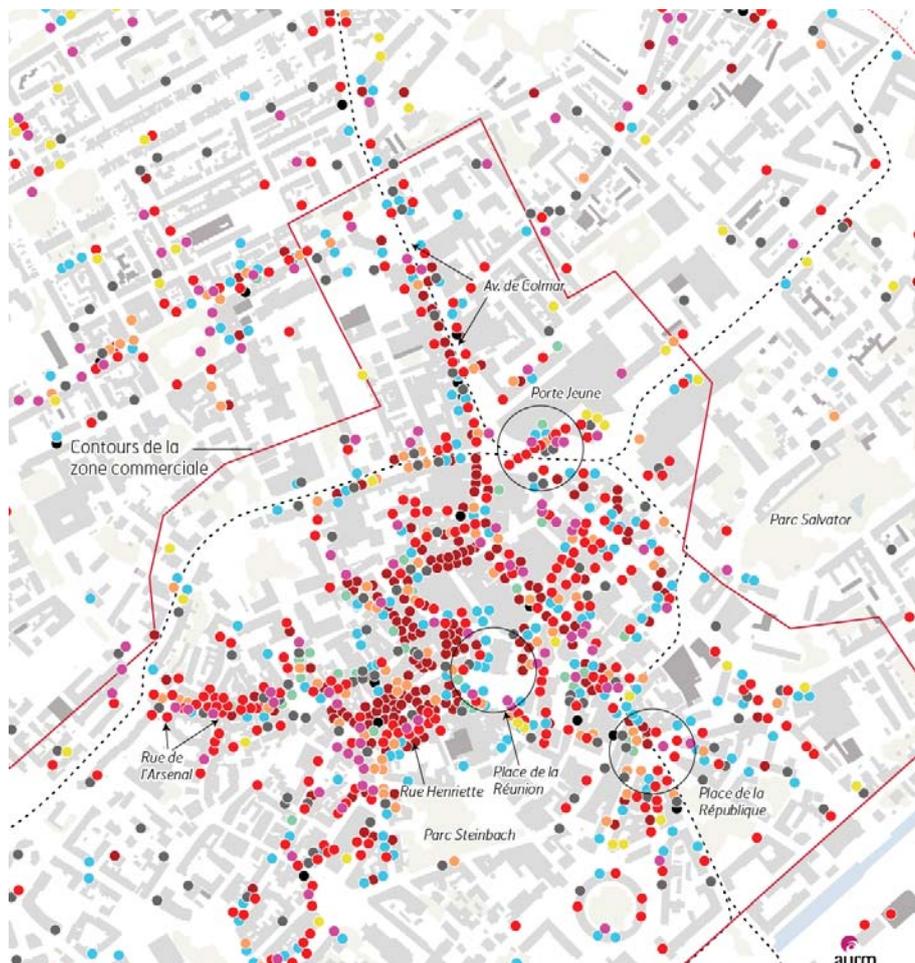
Spécificité des pôles majeurs d'activités :

- Mulhouse Centre = petites boutiques
- Illzach/Sausheim = spécialisé dans l'automobile
- Wittenheim/Kingersheim = spécialisé dans l'équipement de la maison
- Mulhouse-Dornach/Morschwiller-le-Bas = pas de réelle spécialité

Une zone tampon de 500m autour de chaque pôle a été créée pour permettre de constater les implantations à la fois à l'intérieur des pôles mais aussi à proximité.

Mulhouse-Centre : Zoom par pôle majeur d'activités

➡ Répartition des commerces en 2019 par type d'activités



Type de commerces

- Alimentaire
- Hôtellerie Restauration
- Grande distribution
- Culture sport et loisir
- Equipement de la maison
- Equipement de la personne
- Santé
- Automobile/Moto
- Divers

Sources : INSEE SIRENE 2019 Réalisation AURM : LC - M5 - DT Dec 2019

Le centre-ville de Mulhouse est marqué par une **grande concentration de l'offre** sur 106 ha. Les commerces sont largement concentrés à l'intérieur du pôle, autour du centre historique et de la place de la Réunion avec une extension sur l'Avenue de Colmar.

La piétonnisation et l'accès facile du centre ville en transport en commun facilitent les achats légers et du quotidien. L'offre commerciale vise essentiellement la **restauration**, les débits de boissons, l'équipement de la personne, c'est-à-dire l'habillement, le service à la personne et la santé, beauté, hygiène.

A l'extérieur, l'axe Briand-Franklin constitue une voie fortement commerçante.

L'attractivité commerciale du centre historique est en hausse depuis quelques années. Toutes les activités sont globalement bien représentées. La place de la **culture**, des **loisirs** et du **sport** est toutefois faible avec seulement 2% de l'offre globale.

La nomination d'un manager du commerce en 2010 a permis d'atténuer la vacance commerciale dans Mulhouse. En effet, le centre ville connaît un regain de dynamisme avec l'ouverture de nouveaux commerces.

➡ Nombre d'établissements selon l'activité commerciale

Activités	Mulhouse Centre			
	Pôle	Part du pôle	500m	Part des 500m
Alimentaire	77	7%	127	16%
Automobile, motorcycle	29	3%	76	10%
Culture, loisir, sport	33	3%	8	1%
Divers	124	12%	186	24%
Equipement de la maison	92	9%	46	6%
Equipement de la personne	216	21%	58	7%
Grande distribution	15	1%	13	2%
Hôtellerie, restauration, bar	269	26%	159	20%
Santé, beauté, hygiène	198	19%	110	14%
Total général	1053	100%	783	100%

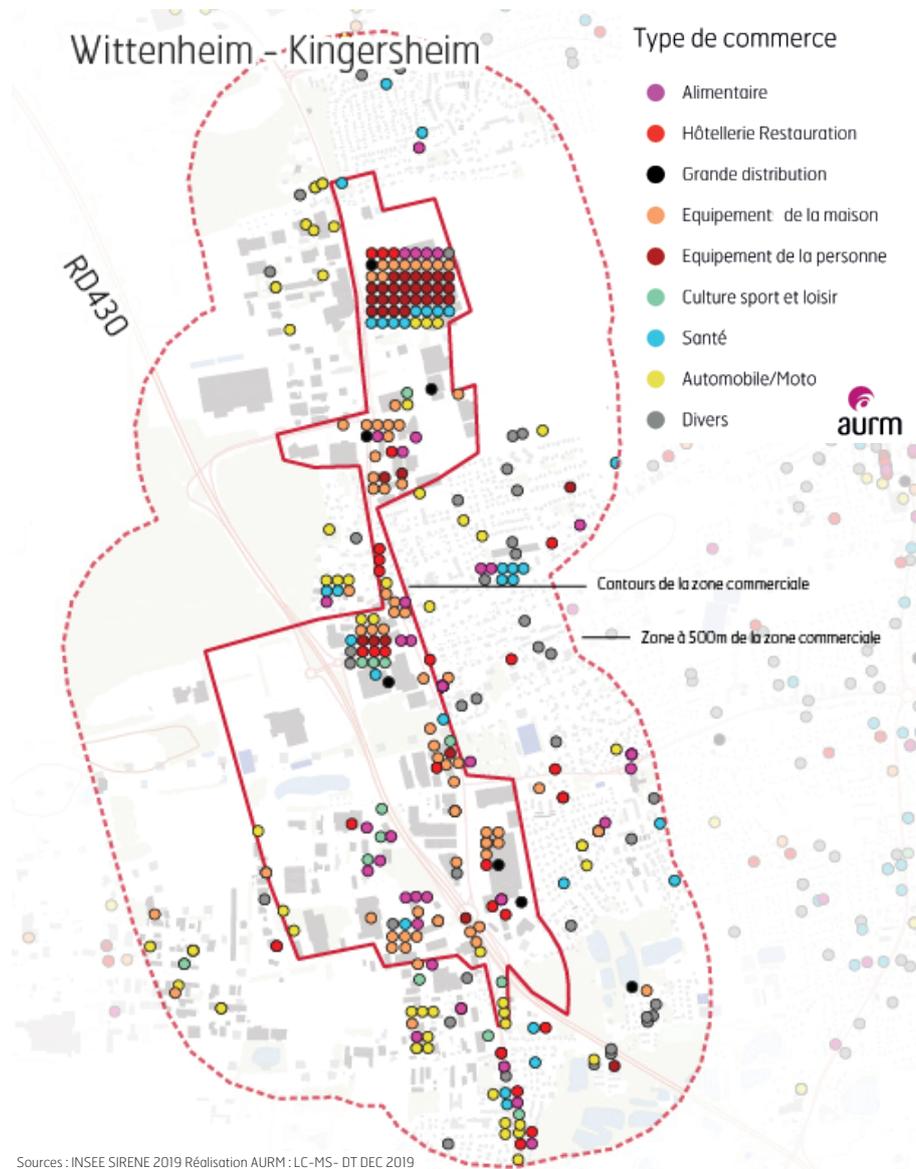
Source : Sirene 2019



Photo du centre-ville de Mulhouse, Temple Saint-Étienne, vue aérienne, 2019, AURM

Wittenheim - Kingersheim : Zoom par pôle majeur d'activités

➔ Répartition des commerces en 2019 par type d'activités



L'offre commerciale longe la route RD430, une 2x2 voies et s'étend autour d'une voie de communication, la route RD429, rue de soultz. Ce type d'implantation le long de ces deux voies de circulation assure une bonne visibilité des commerces.

Situé au nord-ouest de l'agglomération, ce pôle est très bien desservi par le réseau routier. Il a un fort pouvoir de captation des habitants du nord et ceux des communes situées en périphérie de m2A.

La globalité de l'offre commerciale en fait le premier pôle majeur avec ses 150 hectares de surface.

Cette zone s'est spécialisée dans l'**équipement de la maison**. Elle se compose d'imposants établissements et privilégie les achats lourds qui ne relèvent pas du quotidien.

Le projet baptisé KARANA, situé au coeur du pôle, a pour ambition de le redynamiser. Ce nouveau parc comptabilise près de 21 000m² de surfaces commerciales. Il intègre l'idée d'une meilleur circulation piétonne entre les commerces et un accès facile aux cycles grâce aux 200 places de vélos implantées.

➔ Nombre d'établissements selon l'activité commerciale

Activités	Wittenheim / Kingersheim			
	Pôle	Part du pôle	500m	Part des 500m
Alimentaire	22	11%	17	10%
Automobile, motorcycle	13	7%	56	34%
Culture, loisir, sport	10	5%	4	2%
Divers	5	3%	39	24%
Equipement de la maison	65	33%	12	7%
Equipement de la personne	45	23%	2	1%
Grande distribution	7	4%	1	1%
Hôtellerie, restauration, bar	17	9%	12	7%
Santé, beauté, hygiène	14	7%	20	12%
Total général	198	100%	163	100%

Source : Sirene 2019

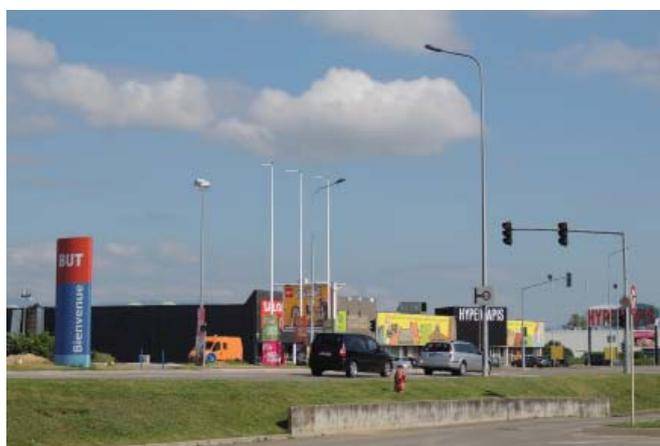
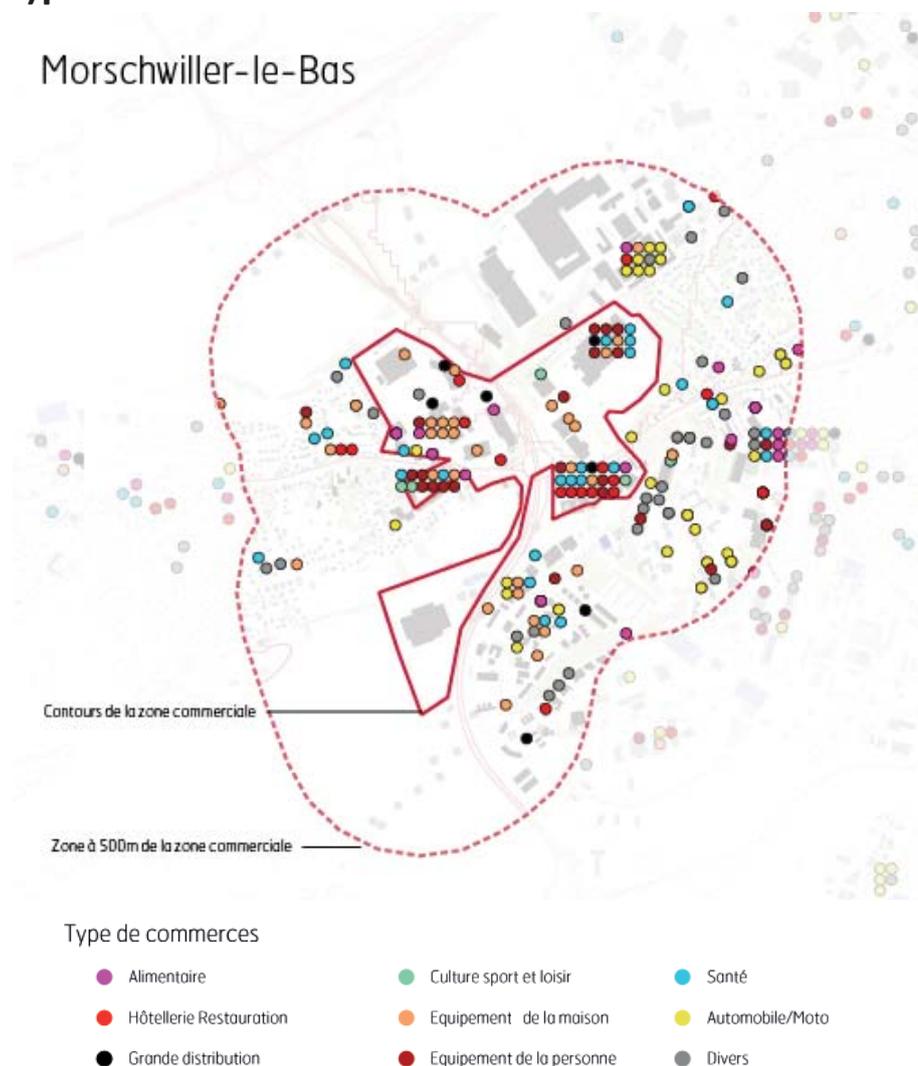


Photo ZAC du Carreau Anna Wittenheim, 2013, AURM

Mulhouse-Dornach/Morschwiller-le-bas : Zoom par pôle majeur d'activités

➔ Répartition des commerces du pôle majeur en 2019 par type d'activités



Sources : INSEE SIRENE 2019 Réalisation AURM : LC - MS - DT Dec 2019



L'offre commerciale est variée car toutes les activités sont globalement bien représentées. Ce pôle est accessible par l'autoroute A 36. Il est fréquenté avant tout par des habitants du sud de l'agglomération mulhousienne.

Sa petite taille n'est en rien comparable à celle du centre ville de Mulhouse et du pôle Wittenheim-Kingersheim. Avec ses 59 hectares de surface réservés à l'implantation de commerces, ce pôle est classé en troisième position des pôles majeurs.

Débord des commerces :

On constate deux sites majeurs en périphérie de la zone étudiée. Il s'agit du pôle de proximité des Coteaux situé à droite de la zone commerciale. On retrouve aussi la ZAC du Parc des Collines plus au sud du pôle majeur.

La zone environnante de Morschwiller-le-bas se distingue par la présence de magasins d'**équipement de la maison** et de **bricolage**, ce qui se caractérise par des bâtiments imposants.

➔ Nombre d'établissements selon l'activité commerciale

Activités	Morschwiller-la-Bas			
	Pôle	Part du pôle	500m	Part des 500m
Alimentaire	20	9%	11	7%
Automobile, motocycle	37	17%	36	24%
Culture, loisir, sport	7	3%	3	2%
Divers	41	18%	40	26%
Equipement de la maison	32	14%	15	10%
Equipement de la personne	25	11%	12	8%
Grande distribution	7	3%	2	1%
Hôtellerie, restauration, bar	24	11%	14	9%
Santé, beauté, hygiène	29	13%	18	12%
Total général	222	100%	151	100%

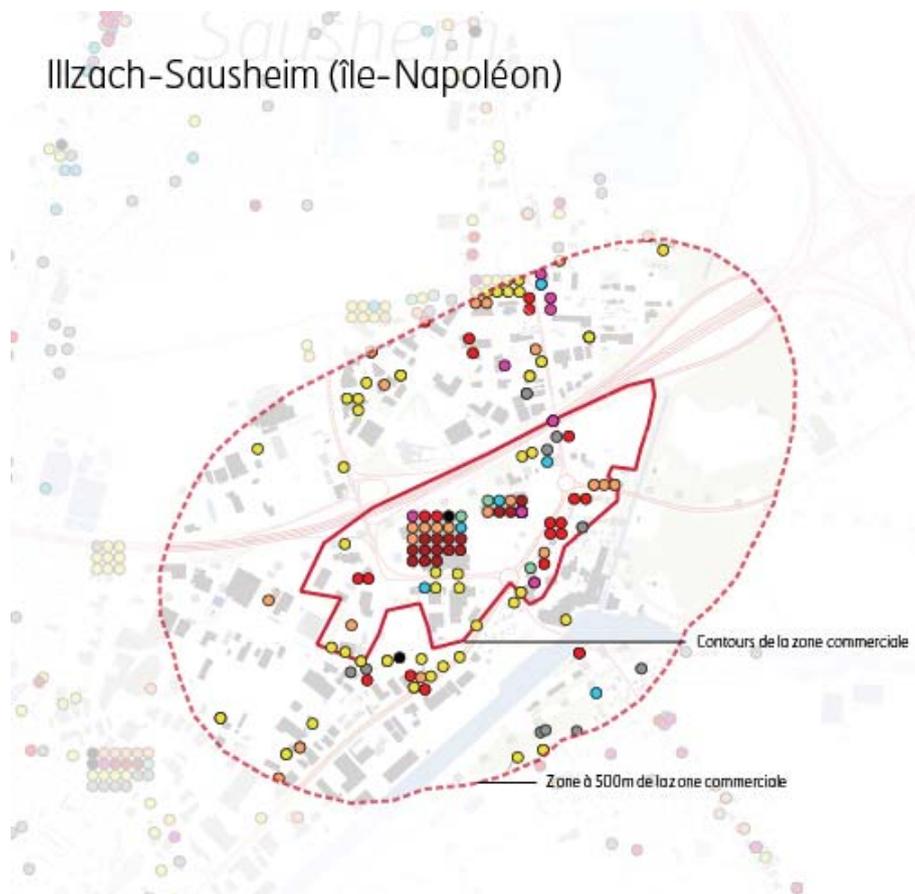
Source : Sirene 2019



Photo Ikea Morschwiller, 2015, AURM

Illzach/Sausheim : Zoom par pôle majeur d'activités

➔ Répartition des commerces du pôle majeur en 2019 par type d'activités



Type de commerces

- Alimentaire
- Culture sport et loisir
- Santé
- Hôtellerie Restauration
- Equipement de la maison
- Automobile/Moto
- Grande distribution
- Equipement de la personne
- Divers

Sources : INSEE SIRENE 2019 Réalisation AURM : LC - MS - DT Dec 2019



Ce pôle capte essentiellement les habitants de l'est de l'agglomération. Il y a autant de commerces à l'intérieur du pôle qu'à l'extérieur et sa surface totale est inférieure à celle des autres pôles. Il dispose d'une localisation préférentielle au regard de sa proximité directe par avec la Suisse et l'Allemagne par l'A35 et l'A36.

Le centre commercial Carrefour représente véritablement le coeur du pôle. 65 commerces se sont implantés dans la **galerie commerciale**.

Spécialisation automobile :

Autour du pôle on relève la présence de nombreux commerces spécialisés dans la vente d'automobile de toutes marques. Ce sont des enseignes qui occupent beaucoup d'espace foncier. Elles sont néanmoins situées au Nord du site de localisation préférentielle et ce secteur n'est de toute façon pas concernées par la CDAC.

Ces deux derniers pôles, Mulhouse-Dornach/Morschwiller-le-bas et celui d'Illzach/Sausheim se complètent par leur taille respective. De plus, il n'y a pas de concurrence entre eux du point de vue de l'offre commerciale.

➔ Nombre d'établissements selon l'activité commerciale dans le Pôle Illzach Sausheim

Activités	Illzach / Sausheim			
	Pôle	Part du pôle	500m	Part des 500m
Alimentaire	7	7%	5	5%
Automobile, motorcycle	11	11%	53	58%
Culture, loisir, sport	5	5%		0%
Divers	3	3%	13	14%
Equipement de la maison	18	17%	10	11%
Equipement de la personne	30	29%		0%
Grande distribution	2	2%	1	1%
Hôtellerie, restauration, bar	16	15%	8	9%
Santé, beauté, hygiène	12	12%	2	2%
Total général	104	100%	92	100%

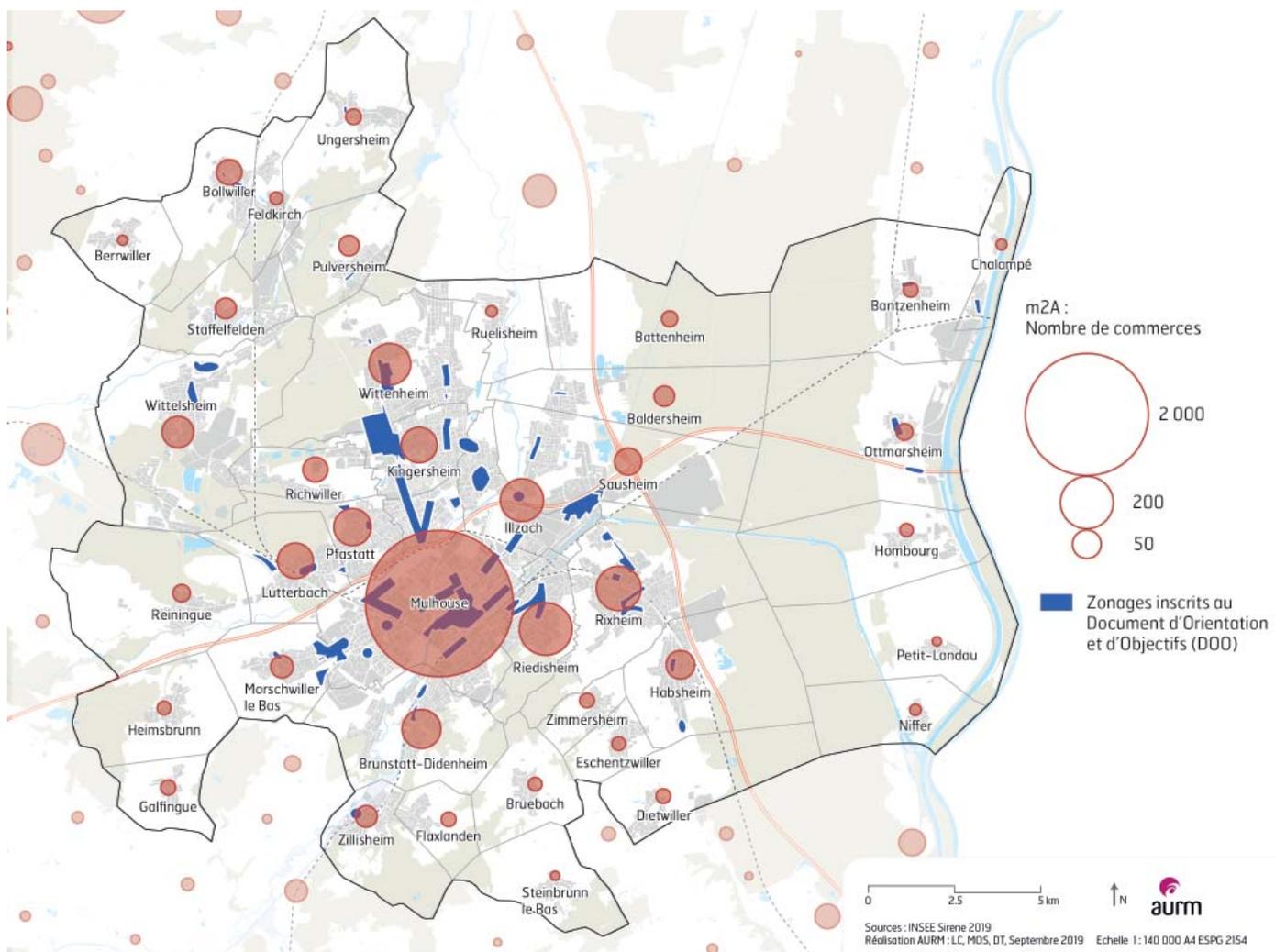
Source : Sirene 2019



Photo Illzach, ile Napoléon parking Carrefour, 2015, AURM

Zoom par commune

Les commerces dans les communes de m2A



Toutes les communes disposent au moins d'un commerce.

La **densité commerciale** dans certaines communes est plus forte que dans d'autres. Les petites communes ou les centres villes, privilégient les services de proximité qui sont des achats du quotidien. En revanche, dans les grands pôles commerciaux, on remarque davantage la présence de services commerciaux différents, qui représentent des achats occasionnels.

L'offre commerciale évolue peu d'une année sur l'autre et cette variation est encore plus faible dans les petites communes.

Conclusion

Cette première version de l'observatoire du commerce dans m2A constitue un TO permettant de dresser un état des lieux des quatre pôles majeurs de m2A.

L'enjeu est de suivre dans les prochaines années les tendances en matière d'offre commerciale dans ces quatre pôles d'activité. L'objectif est de voir si les implantations commerciales suivent toujours cette logique de cohérence par rapport au SCoT qui distingue par ailleurs, les pôles de centralité des pôles de périphérie.

L'observatoire est destiné à être étendue aux six autres pôles intercommunaux définis par le SCoT et à être enrichi de données plus qualitatives. Par exemple, les informations issues des CDAC pourraient être intégrées à l'observatoire. Il serait également intéressant de suivre annuellement l'évolution du nombre d'établissements et les créations d'établissements.

Annexe

Le nombre de commerce par activité pour toutes les communes de l'Agglomération de Mulhouse Alsace Agglomération (Source : Sirene 2019)

Étiquettes de lignes	Alimentaire	Automobile, motocycle	Culture, loisir, sport	Divers	Equipement de la maison	Equipement de la personne	Grande distribution	Hôtellerie, restauration, bar	Santé, beauté, hygiène	Total général
BALDERSHEIM	5	8		25	2			3	13	56
BANTZENHEIM	4	1		9		1		2	7	24
BATTENHEIM	6	4		8				1	4	23
BERRILLER	3	6	1	5	1			4	4	24
BOLLWILLER	7	4		37	6	4	1	8	22	89
BRUEBACH			1	4	2			4	4	15
BRUNSTATT-DIDENHEIM	15	24	5	58	13	7	5	26	30	183
CHALAMPE	1	4		8	1		1	2	4	21
DIETWILLER	1	5		8	2				1	17
ESCHENTZWILLER	2	2		8	2	1		2	2	19
FELDKIRCH		4		5				2		11
FLAXLANDEN	1	1		9	2				2	15
GALFINGUE				3					4	7
HABSHEIM	8	18	3	33	5	2	1	11	20	101
HEIMSBRUNN	3	2	2	10	1	1		6	4	29
HOMBOURG	1	4		12				2	4	23
ILLZACH	33	98	8	72	42	45	12	44	53	407
KINGERSHEIM	32	45	11	95	47	15	6	30	44	325
LUTTERBACH	11	20	4	29	28	2	3	16	20	133
MORSCHWILLER LE BAS	13	3	2	16	18	8	4	9	14	87
MULHOUSE	361	375	60	690	198	376	48	638	469	3215
NIFFER				2	1			1	6	10
OTTMARSHEIM	7	3	1	17	3	1		6	6	44
PETIT LANDAU	1	3		2					3	9
PFASTATT	9	23	2	42	6	5	4	20	24	135
PULVERSHEIM	5	19	1	18	6		1	7	6	63
REININGUE	5	5		9	2			6	6	33
RICHWILLER	5	22	2	22	7	3		14	12	87
RIEDISHEIM	21	21		89	12	10	3	28	44	228
RIXHEIM	26	57	8	132	20	8	4	27	45	327
RUELSHEIM	3	6		18	5			5	7	44
SAUSHEIM	16	59	4	47	18	5	3	17	22	191
STAFFELFELDEN	9	10		36	4			5	13	77
STEINBRUNN LE BAS	1			2				1	2	6
UNGERSHEIM	3	16	2	8	2	3		5	7	46
WITTELSHEIM	13	43	4	108	11	8	3	32	35	257
WITTENHEIM	41	81	7	113	53	55	11	61	67	489
ZILLISHEIM	1	2		13	2	1	2	5	9	35
ZIMMERSHEIM	3	1		3	1			1	2	11
Total général	676	999	128	1825	523	561	112	1051	1041	6916



“ A RETENIR

- ➔ Le secteur de l'hôtellerie, la restauration et les débits de boissons se sont développés de manière considérable depuis 2008.
- ➔ Le nombre de commerces a globalement augmenté en 10 ans, mais l'effectif salarié dans le commerce a diminué.
- ➔ Bien que les surfaces de vente n'aient pas pu être étudiées, les quatre pôles majeurs remplissent leur fonction. On retrouve des zones spécialisées à Wittenheim-Kingersheim et à Illzach/Sausheim. Les zones situées à Mulhouse-centre et à Mulhouse-Dornach/Morschwiller-le-bas sont plutôt diversifiées.



Document édité et imprimé par :
L'Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne
33 avenue de Colmar - 68200 Mulhouse
www.aurm.org

Rédaction :

Marion SCHAEFFER, Assistante d'études Statistiques
marion.schaeffer@aurm.org
Avec l'appui de Didier TAVERNE, Directeur des études
Socio-économie

Cartographie : AURM, Luc CARPENTIER

Crédit photo p.1 m2A

*Toute reproduction autorisée avec mention précise
de la source et la référence exacte.*