



DIAGNOSTIC ET ENJEU

Décembre 2024



TABLE DES MATIÈRES

Préambule	5
Objectifs, contexte, méthode.....	5
Données de cadrage.....	9
Présentation du territoire.....	9
Population et ménages.....	10
Actifs et emploi.....	15
Revenus.....	20
Migrations domicile-travail.....	23
L'offre commerciale.....	28
Environnement concurrentiel (Moselle, Sarre) et positionnement du SCoT du Val de Rosselle.....	28
Maillage et positionnement commercial du territoire.....	28
Les principaux pôles commerciaux et centres-villes.....	47
Les flux de consommation.....	59
Marché de consommation et fréquentation des formes et lieux de vente.....	59
Attractivité commerciale du territoire.....	60
Dynamiques de marché	67
Tendances de consommation nationales.....	67
Les autorisations en CDAC.....	72
Synthèse et enjeux.....	76
Perception des acteurs.....	76
Rapport d'étonnement.....	79
Forces et faiblesses.....	86
Enjeux et perspectives.....	88
Annexes	93
Nomenclature des activités.....	93



Préambule



PRÉAMBULE

Objectifs, contexte, méthode

Le Syndicat mixte du Val de Rosselle souhaite élaborer un document d'aménagement artisanal et commercial (DAAC) afin d'apporter des réponses aux enjeux de l'aménagement et de l'urbanisme commercial sur son territoire. Cette démarche est volontaire puisque que ce document n'est pas obligatoire au regard de la situation juridique du SCoT, dont la révision a été approuvée en 2020. Elle permettra de compléter le document d'orientation et d'objectifs (DOO) en y intégrant des dispositions complémentaires relatives aux activités commerciales et artisanales.

Cadre juridique

Compte tenu de la date de prescription de la révision du SCoT du Val de Rosselle, le format du DAAC devra respecter les dispositions de la loi ACTPE du 18 juin 2014.

D'un point de vue réglementaire, les contenus du DOO et du DAAC du SCoT du Val de Rosselle, doivent respectivement respecter les articles L141-16 (Version en vigueur du 01 janvier 2016 au 01 avril 2021 / Ordonnance n°2015-1174 du 23 septembre 2015) et L141-17 (Version en vigueur du 01 janvier 2016 au 25 novembre 2018 / Ordonnance n°2015-1174 du 23 septembre 2015) du code de l'urbanisme.

Par ailleurs, le SCoT du Val de Rosselle n'étant pas un SCoT « modernisé », il n'est pas concerné par l'ajout d'un volet logistique (DAACL) introduit par la loi « Climat et résilience ».

Quel contenu pour le DAAC ?

Dans sa version « loi Artisanat, Commerce et Très Petites Entreprises » (ACTPE) Ordonnance n°2015-1174 du 23 septembre 2015, l'article L141-17 du code de l'urbanisme précise le contenu du document.

Intégré au DOO, le DAAC **détermine les conditions d'implantation des équipements commerciaux** qui, du fait de leur importance, sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur l'aménagement du territoire et le développement durable.

Le DAAC **localise les secteurs d'implantation périphérique ainsi que les centralités urbaines**, qui peuvent inclure tout secteur, notamment centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense présentant une diversité des fonctions urbaines, dans lesquels se posent des enjeux spécifiques.

[...] Il peut prévoir des conditions d'implantation des équipements commerciaux **spécifiques aux secteurs** ainsi identifiés.

L'annulation du DAAC est sans incidence sur les autres documents du schéma de cohérence territoriale.

En d'autres termes, Le **DAAC sera composé de :**

- **documents graphiques** localisant les centralités urbaines et les secteurs d'implantation périphérique amenés à accueillir du commerce "structurant" et soumis à des enjeux spécifiques. Il s'agit en quelque sorte d'un "zoom" sur certaines localisations préférentielles à enjeux ;
- **conditions d'implantation**, et dispositions sur le type d'activité et la surface de vente des équipements commerciaux spécifiques aux secteurs ainsi identifiés.

Ces conditions devront s'inscrire dans une nécessité de sobriété foncière, de densité des équipements commerciaux, de mobilisation des surfaces commerciales vacantes et d'optimisation des surfaces dédiées au stationnement.

Le DAAC devra également répondre aux enjeux d'accessibilité tous modes, de qualité environnementale, architecturale et paysagère, notamment au regard de la performance énergétique et de la gestion des eaux.

Le DOO du SCoT du Val de Rosselle comprend déjà des orientations pour l'armature commerciale et artisanale du territoire : objectifs de revitalisation des centres-villes, maintien d'une offre commerciale diversifiée de proximité, répartition des équipements commerciaux, maîtrise des flux, préservation des ressources, et qualité paysagère et architecturale.

Le DAAC viendra donc s'inscrire en complémentarité du DOO, en apportant des précisions, une hiérarchie à une échelle infra-communale pour préciser celles des polarités définies dans le SCoT. Son contenu sera opposable au document d'urbanisme, dans un rapport de compatibilité. Ses conditions serviront également à alimenter les avis du Syndicat mixte en CDAC.

Pourquoi élaborer un DAAC ?

Le document viendra encadrer le développement des implantations commerciales dans le territoire du SCoT. Les orientations sur les franges extérieures aux territoires ne seront pas possibles, même en cas de présence d'équipements commerciaux d'importance. Des conditions d'implantation précises chercheront à maintenir et renforcer le commerce dans les centralités urbaines, en complémentarité avec les secteurs de périphérie. L'objectif est d'aboutir à une meilleure répartition territoriale des équipements commerciaux et d'assurer une cohérence avec les dispositifs de revitalisation commerciale des centres-villes.

Activités concernées par le DAAC	Activités non concernées par le DAAC
<p>Les commerces de détail et les activités artisanales (inscrites au registre du commerce et des sociétés) directement impactées par les équipements commerciaux (notamment l'artisanat alimentaire et de production destiné à la vente aux particuliers).</p> <p>Les drives</p>	<p>Le commerce de gros, les activités non commerciales et notamment l'artisanat de production, l'industrie, les activités de bureau, les services aux entreprises, l'hôtellerie.</p> <p>Les activités artisanales non soumises à CDAC</p>

En annexes, figure une nomenclature des activités encadrées par le DAAC.



01

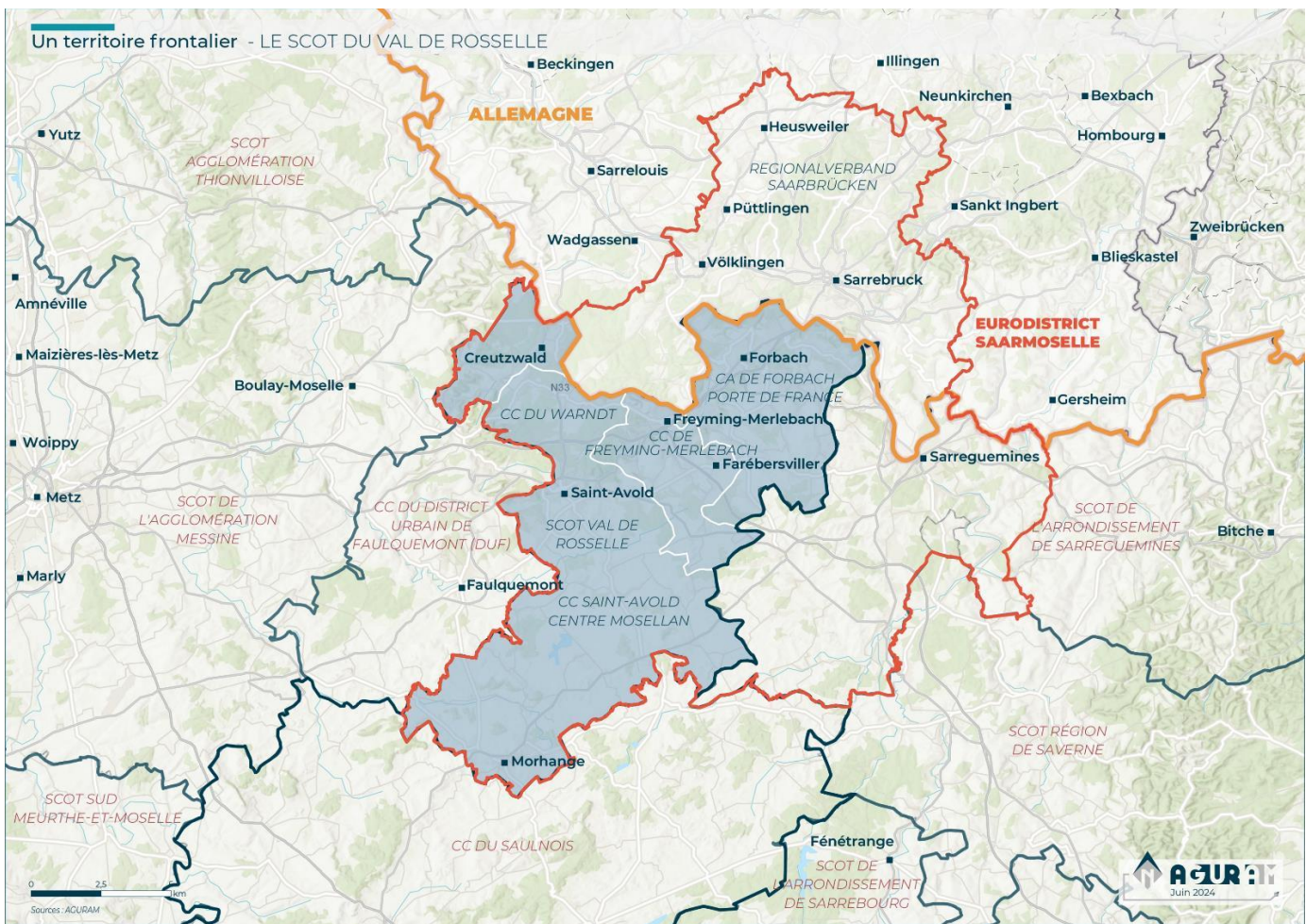
Données de cadrage



DONNÉES DE CADRAGE

Présentation du territoire

Composé de deux communautés d'agglomération - **Forbach Porte de France et Saint-Avold Synergie** - et de deux communautés de communes - **Freyming-Merlebach et Warndt**, c'est un territoire frontalier avec la Sarre. Il s'étend sur 608 km², regroupe 78 communes, près de 180 000 habitants et plus de 51 000 emplois. Il s'inscrit en partie dans l'aire d'attractivité de l'agglomération de Sarrebruck. Les quatre EPCI sont membres de l'Eurodistrict SaarMoselle, récemment reconnu comme zone fonctionnelle.



Population et ménages

En 2023, le SCoT du Val de Rosselle compte 177 000 habitants (17 % du département), 74 000 actifs (15 %) et un peu plus de 50 000 emplois (14 %).

Population, actifs et emploi en 2021 (source : INSEE, RP 2021 exploitation principale, diffusion janvier 2024)

	Population	Actifs	Actifs occupés	Chômeurs	Emplois
CA de Forbach Porte de France	75 745	31 869	26 677	5 192	18 104
CA Saint-Avold Synergie	52 150	22 687	19 492	3 195	18 752
CC de Freyming-Merlebach	31 587	12 312	10 128	2 183	7 944
CC du Warndt	17 478	7 468	6 310	1 159	5 766
SCoT Val de Rosselle	176 960	74 336	62 607	11 730	50 566
<i>Poids en Moselle</i>	<i>16,9 %</i>	<i>15,2 %</i>	<i>14,5 %</i>	<i>20,6 %</i>	<i>14,3 %</i>
Moselle	1 049 942	489 803	432 775	57 027	353 897

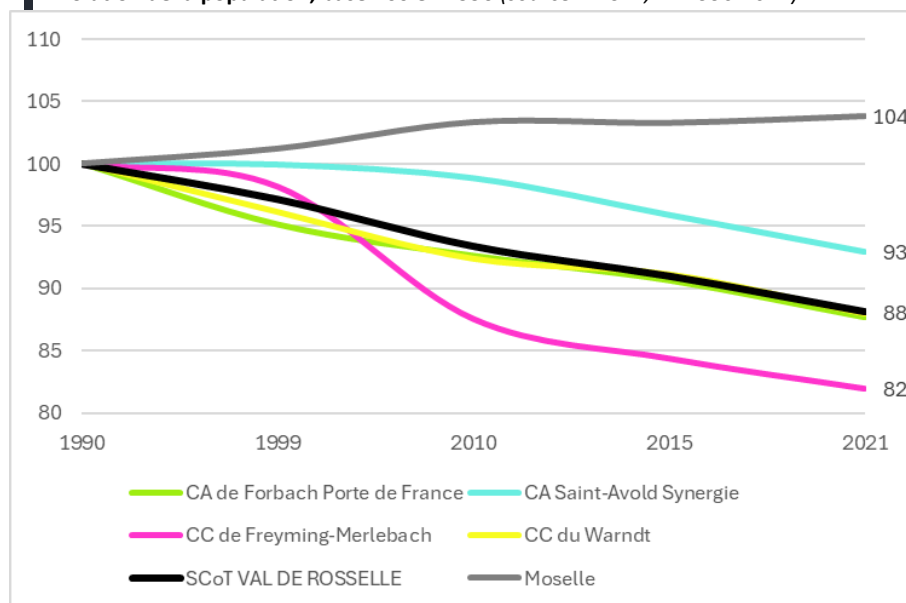
Une population qui diminue

Alors que la Moselle voit sa population légèrement progresser, le territoire perd des habitants. En 30 ans, il en a effectivement perdu près de 24 000 (plus de 200 000 personnes y habitaient en 1990).

Évolution de la population (source : INSEE, RP 1990-2021 exploitation principale)

	1990	2015	2021	1990-2021		2015-2021	
				Nombre	%	Nombre	%
CA de Forbach Porte de France	86 362	78 290	75 745	-10 617	-12%	-2 545	-3,3%
CA Saint-Avold Synergie	56 093	53 807	52 150	-3 943	-7%	-1 657	-3,1%
CC de Freyming-Merlebach	38 518	32 520	31 587	-6 931	-18%	-933	-2,9%
CC du Warndt	19 865	18 102	17 478	-2 387	-12%	-624	-3,4%
SCoT Val de Rosselle	200 838	182 719	176 960	-23 878	-12%	-5 759	-3,2%
Moselle	1 011 302	1 044 486	1 049 942	38 640	4%	5 456	0,5%

Évolution de la population, base 100 en 1990 (source : INSEE, RP 1990-2021)



Toutes les intercommunalités sont concernées par ce déclin démographique :

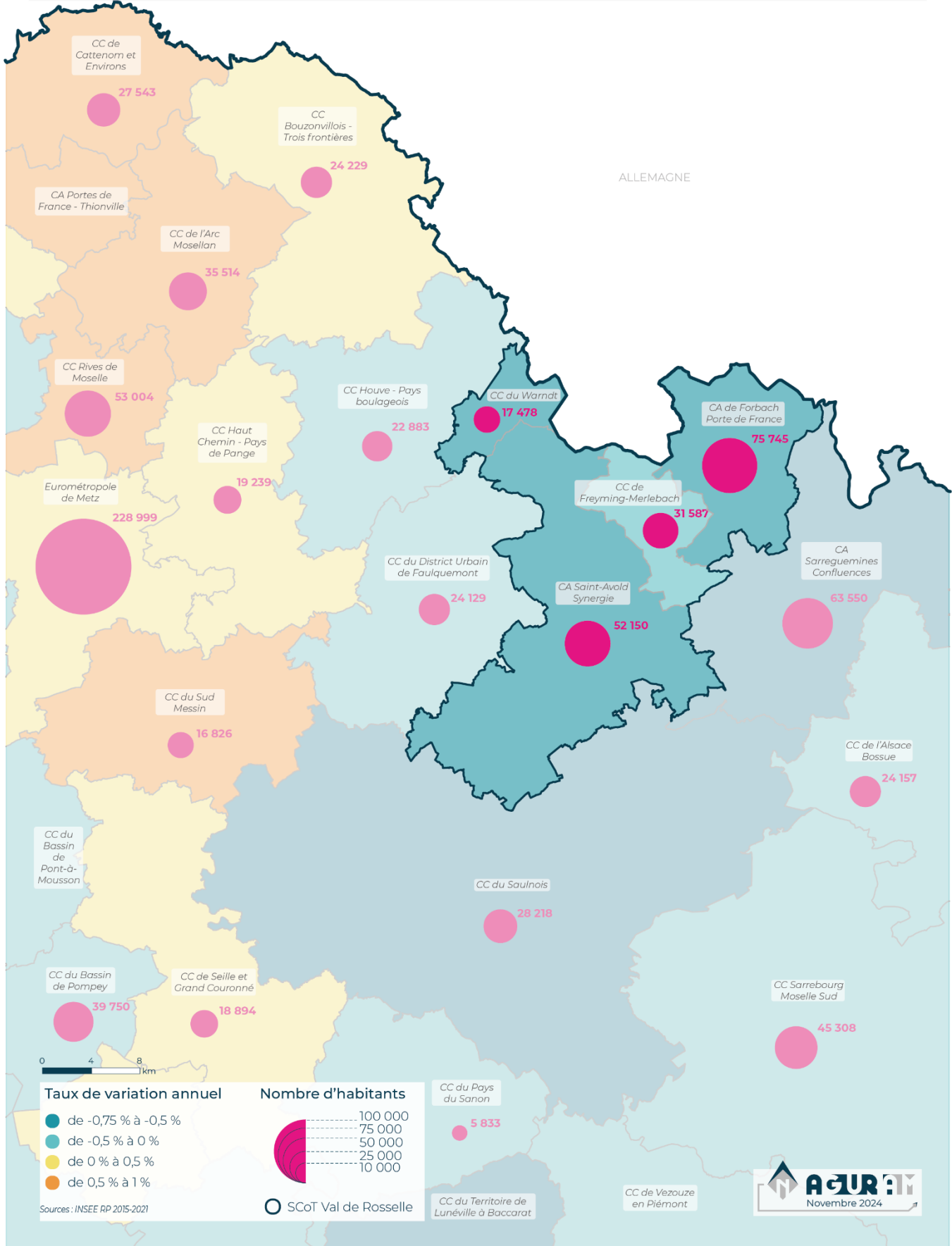
- plus particulièrement celle de Freyming-Merlebach : -18 %, soit -6 900 habitants en 30 ans ;
- puis, les EPCI de Forbach Porte de France et du Warndt : -12 % depuis 1990, avec respectivement -10 600 et -2 400 habitants ;
- et enfin, la CC du Warndt : -7 %, soit -3 900 habitants sur la période.

Sur la dernière période intercensitaire (2015-2021), les 4 EPCI continuent à perdre des habitants (-5 800 habitants à l'échelle du SCoT, -3,2 %), et notamment dans les principales communes : Stiring-Wendel (-1 200 habitants), Creutzwald (-750), Saint-Avold (-700), Forbach (-500), Hombourg-Haut (-500). Seule Freyming-Merlebach résiste (-30 habitants).

Les plus fortes progressions concernent : Folkling (+90 habitants), Ham-sous-Varsberg (+60) et Oeting (+50).

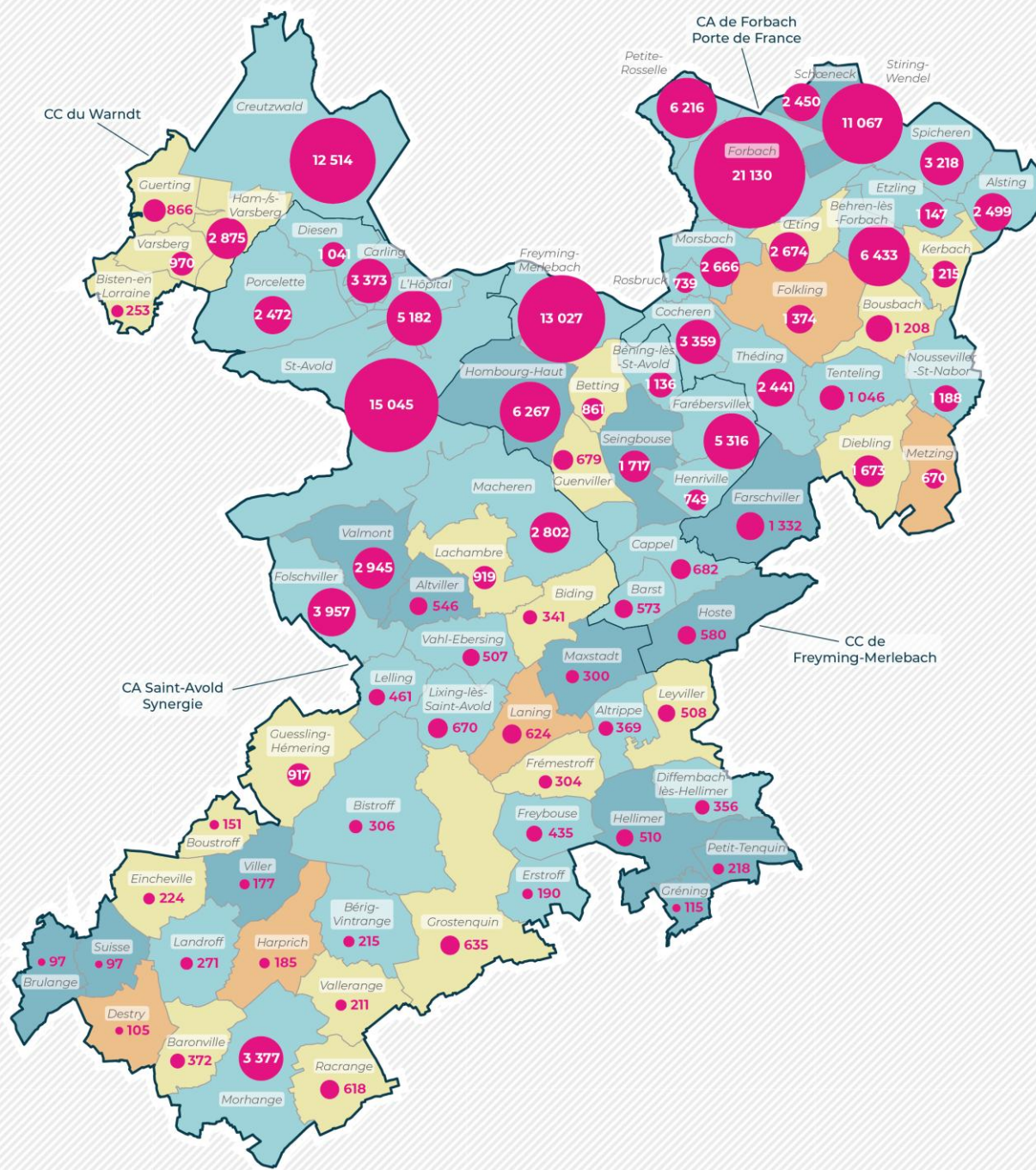
Population en 2021 et taux d'évolution annuel entre 20015 et 2021

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



Population en 2021 et taux d'évolution annuel entre 2015 et 2021

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE

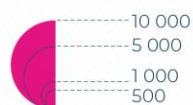


0 2,5 5 km

Taux de variation annuel

- de -3 % à -1 %
- de -1 % à 0 %
- de 0 % à 1 %
- de 1 % à 3 %

Nombre d'habitants



Sources : INSEE RP 2015-2021



Une population vieillissante

Le territoire du SCoT compte aujourd'hui presque autant de moins de 20 ans (21,9 % de la population) que de plus de 65 ans (22,1 %). La part des jeunes est presque équivalente à celle du département (22,3 %) et reste stable alors que celle des personnes plus âgées est plus importante (20,2 % dans le département) et progresse davantage.

Les 4 EPCI ont des caractéristiques assez comparables avec des proportions de jeunes comprises entre 21 et 23 %, et celles des plus âgés de 21 à 22 %. La population jeunes diminue dans tous les territoires (-3 % entre 2015 et 2021 à l'échelle du SCoT) alors que la population âgée progresse (+12 % sur la même période).

Seules les intercommunalités de Freyming et du Warndt voient la part des jeunes progresser au cours de la dernière période car la baisse de l'ensemble de la population est supérieure à celle moins de 20 ans.

Une taille des ménages qui diminue

Le Val de Rosselle accueille près de 78 500 ménages, soit 2,23 personnes par ménage ; un nombre légèrement supérieur à celui de la Moselle (2,18) et qui diminue progressivement au fil des années. Ce taux est compris entre 2,15 (Warndt) et 2,28 (Freyming-Merlebach).

Phénomène récent, le nombre de ménages repart à la baisse après une longue période de hausse (78 500 ménages en 2021 contre 79 000 en 2015, et 73 000 en 1999) alors qu'en Moselle il continue à augmenter nettement.

En termes de composition, les intercommunalités ont des caractéristiques assez proches et sont très comparables au département. Elles comptent un peu plus d'un tiers de personnes seules (34,9 %) et un peu plus d'un tiers de familles avec enfants (36,2 %), avec environ 10 % de familles monoparentales.

Les tendances sur 20 ans en hausse :

- personnes seules : SCoT (+9,8 points) et Moselle (+9,8)
- couples sans enfant : SCoT (+2,3 points) et Moselle (+1,2)
- familles monoparentales : SCoT (+1,5 point) et Moselle (+1,6)

Les tendances sur 20 ans en baisse :

- couples avec enfants : SCoT (-13,6 points) et Moselle (-12,6).

Actifs et emploi

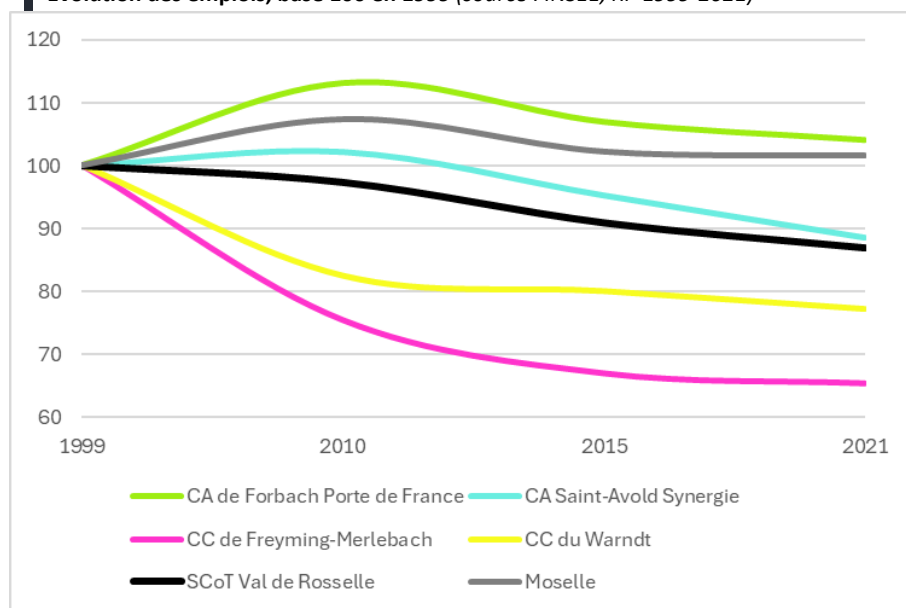
Une baisse continue des emplois, avec les communautés de communes de Freyming-Merlebach et du Warndt les plus fortement touchées

Plus de 50 000 personnes travaillent dans le Val de Rosselle en 2021, contre 53 000 en 2015 (soit une baisse de 4,4 %) et 58 000 en 1999. La baisse des emplois y est régulière. Toutes les intercommunalités sont concernées à l'exception de Forbach Porte de France.

Évolution de la population (source : INSEE, RP 1990-2021 exploitation principale)

	1999	2015	2021	1999-2021		2015-2021	
				Nombre	%	Nombre	%
CA de Forbach Porte de France	17 402	18 609	18 104	702	4%	-505	-2,7%
CA Saint-Avold Synergie	21 162	20 169	18 752	-2 410	-11%	-1 418	-7,0%
CC de Freyming-Merlebach	12 146	8 138	7 944	-4 202	-35%	-194	-2,4%
CC du Warndt	7 461	5 977	5 766	-1 695	-23%	-211	-3,5%
SCoT Val de Rosselle	58 171	52 893	50 566	-7 605	-13%	-2 327	-4,4%
Moselle	348 457	356 112	353 897	5 440	2%	-2 215	-0,6%

Évolution des emplois, base 100 en 1999 (source : INSEE, RP 1999-2021)



Les communes avec le plus grand nombre d'emplois sont par ordre décroissant : Saint-Avold (10 700 emplois), Forbach (10 500), Creutzwald (5 400) et Freyming-Merlebach (3 900). Viennent ensuite avec plus de 1 000 emplois, Morhange (2 000), Folschviller (1 700), Stiring-Wendel (1 500), Behren-lès-Forbach (1 300), Farébersviller (1 200) et Carling (1 000).

Mais parmi ces pôles majeurs, si les villes de Saint-Avold et Forbach parviennent à maintenir leur niveau d'emploi, Freyming-Merlebach a perdu 5 500 emplois en 20 ans, Carling 1 700, Creutzwald 1 600 et Morhange (700).

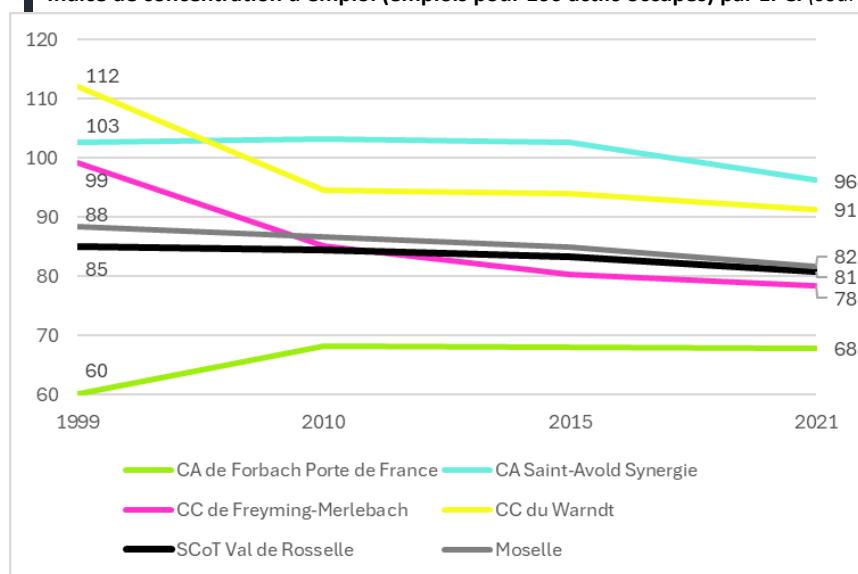
Un territoire de plus en plus résidentiel

L'indicateur de concentration d'emploi permet d'informer sur l'attractivité d'un territoire et sur sa capacité à proposer des emplois à ses actifs. Ainsi, quand le nombre d'emplois sur un territoire est inférieur au nombre d'actifs occupés, ce territoire est qualifié de résidentiel.

Avec 62 600 actifs occupés pour 50 600 emplois, l'indicateur de concentration du SCoT du Val de Rosselle (emplois pour 100 actifs occupés) est de 81.

Cet indicateur s'est légèrement dégradé depuis 1999 (85 emplois pour 100 actifs occupés), du fait d'une diminution plus importante du nombre des emplois que des actifs occupés.

Indice de concentration d'emploi (emplois pour 100 actifs occupés) par EPCI (source : INSEE, RP 1999-2021)



Aucune intercommunalité ne compte davantage d'emplois que d'actifs. Seule celle de Forbach, très fortement déficitaire en emplois, a vu son taux légèrement s'améliorer depuis 1999 (passant de 60 à 68).

Pour les communes, 8 (sur 78) présentent un taux supérieur à 100 : Saint-Avold (198), Forbach (170) et Creutzwald (125), mais également Henriville (217), Morhange (201), Suisse (178), Betting (155) et Folschviller (136).

Parallèlement, certaines communes, avec très peu d'emplois, sont très fortement déficitaires, avec parfois seulement 5 à 10 emplois pour 100 actifs occupés.

Une proportion plus faible qu'en Moselle de CSP +

Les caractéristiques des actifs ont un impact sur les modes de consommation. Ainsi, le Val de Roselle compte :

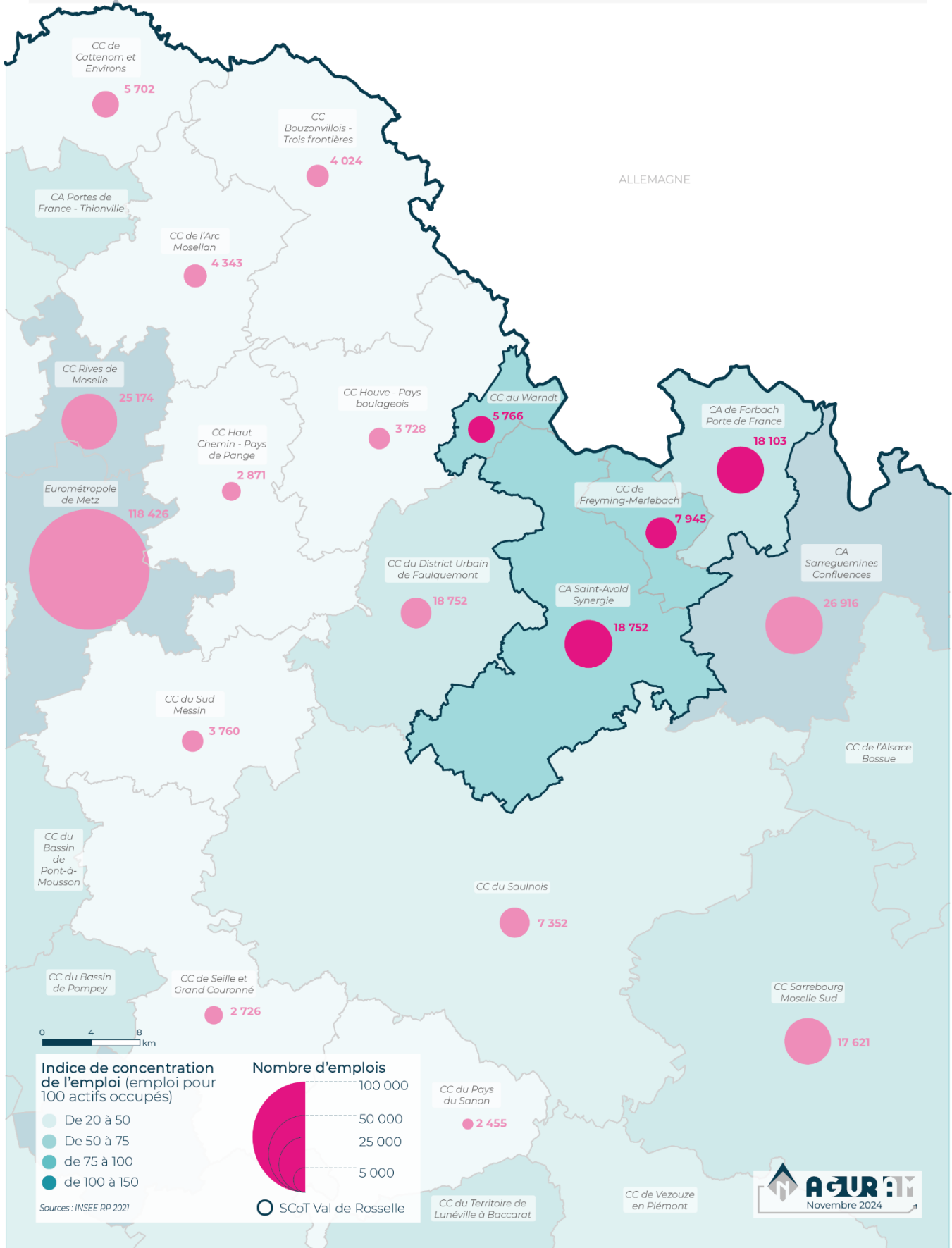
- moins de cadres, professions intellectuelles supérieures et professions intermédiaires (23 %) qu'en Moselle (39 %) ;

- davantage de chômeurs¹ (14 % contre 10 % en Moselle).

¹ au sens du recensement : déclaratif

Nombre d'emplois et indice de concentration d'emploi en 2021

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



Revenus

Un revenu médian plus faible qu'en Moselle

La médiane des revenus disponibles par unité de consommation dans le SCoT est inférieure à celle de la Moselle (22 980 €), comprise 19 390 € dans la CC de Freyming-Merlebach et 21 620 € dans la CA de Saint-Avold, en passant par 20 390 € à Forbach Porte de France et 20 750 € dans le Warndt.

Comparé au département, ce revenu est davantage composé de pensions-retraites (entre 32 % et 37 % selon les intercommunalités, contre 27 % dans le département), d'indemnités chômage (entre 3 % et 3,4 % contre 2,7 % en Moselle) et de prestations sociales (familiales, minimas sociaux et logements : entre 6 % et 9 % contre 5 % en Moselle).

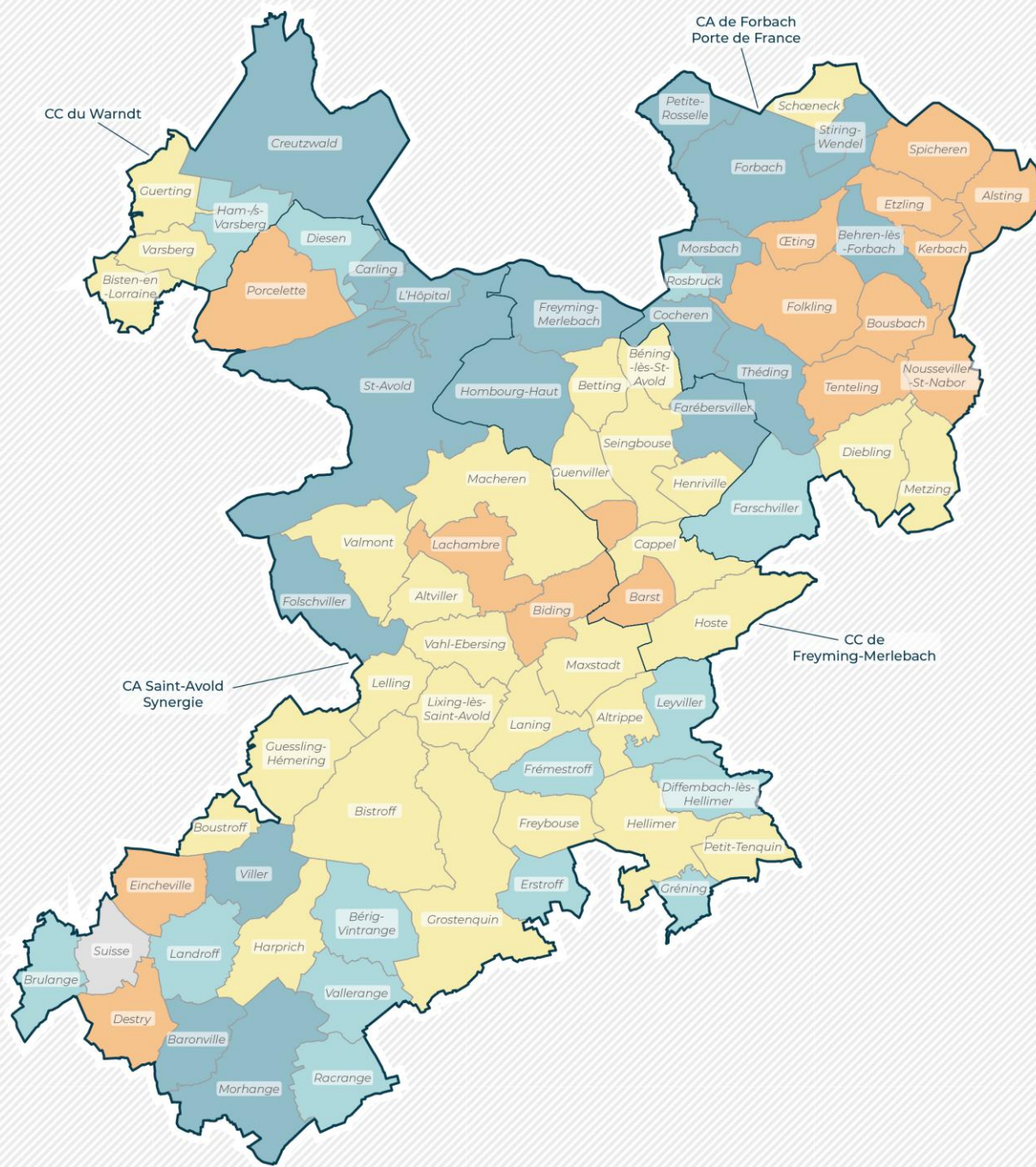
Mais légèrement moins d'écart entre les plus aisés et les plus modestes

Révéléateur d'inégalité, le rapport interdécile (rapport entre les revenus des 10 % les plus aisés et ceux des 10 % les plus modestes) est estimé à 3,3. Cet écart est légèrement moins élevé que dans l'ensemble de la Moselle (3,6).

Il est légèrement plus élevé dans la CA de Forbach (3,5), que dans les intercommunalités de Saint-Avold Synergie et Freyming-Merlebach (3,1).

Médiane du revenu disponible en 2021

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



0 2.5 5 km

Médiane du revenu disponible par unité de consommation

- inférieure à 21 000 €
- de 21 000 € à 23 000 €
- de 23 000 € à 25 000 €
- supérieure à 25 000 €
- secret statistique

Sources : Fichier Localisé Social et Fiscal (Filosofi) 2021



Synthèse des données socio-économiques (sources : INSEE, RP 2015-2021 et Fichier local et fiscal 2021)

	CA de Forbach Porte de France	CA Saint-Avoid Synergie	CC de Freyming-Merlebach	CC du Warndt	SCoT Val de Rosselle	Moselle
Population 2015	78 290	53 807	32 520	18 102	182 719	1 044 486
Population 2021	75 745	52 150	31 587	17 478	176 960	1 049 942
Évolution (nombre)	-2 545	-1 657	-933	-624	-5 759	5 456
Évolution 2015-2021 (%)	-3,3 %	-3,1 %	-2,9 %	-3,4 %	-3,2 %	0,5 %
Part des moins de 20 ans 2021	21,7 %	21,8 %	22,9 %	21,1 %	21,9 %	22,3 %
Évolution 2015-2021 (points)	0,1	-0,8	0,6	0,6	-0,1	-0,5
Indicateur de jeunesse 2015	1,15	1,22	1,11	1,02	1,15	1,26
Indicateur de jeunesse 2021	1,00	1,01	0,99	0,92	0,99	1,10
Part des 65 ans et plus 2021	21,8 %	21,6 %	23,1 %	22,8 %	22,1 %	20,2 %
Évolution 2015-2021 (points)	2,9	3,0	2,9	2,8	2,9	2,1
Indice de vieillissement 2015	0,87	0,82	0,90	0,98	0,87	0,79
Indice de vieillissement 2021	1,00	0,99	1,01	1,08	1,01	0,91
Actifs occupés	27 351	19 647	10 130	6 359	63 488	418 940
Évolution 2015-2021 (%)	2,5 %	0,8 %	0,0 %	0,8 %	1,4 %	-3,2 %
Emplois 2021	18 104	18 752	7 944	5 766	50 566	353 897
Évolution 2015-2021 (%)	-2,7 %	-7,0 %	-2,4 %	-3,5 %	-4,4 %	-0,6 %
Nombre de ménages 2021	33 486	23 251	13 738	7 993	78 468	472 511
Taille moyenne des ménages 2021	2,23	2,22	2,28	2,15	2,23	2,18
Part des ménages Personne seule 2021 (%)	34,8 %	34,5 %	34,9 %	36,8 %	34,9 %	36,9 %
Évolution 2015-2021 (points)	2,2	1,0	1,9	0,8	1,6	2,3
Part des ménages Familles avec enfants 2021	36,7 %	35,6 %	36,9 %	34,7 %	36,2 %	35,6 %
Évolution 2015-2021 (points)	-1,8	-0,8	-0,1	-0,1	-1,0	-1,9
Médiane des revenus disponibles par UC 2021 (€)	20 390	21 620	19 390	20 750		22 980
Rapport interdécile 9 ^e décile/1 ^{er} décile	3,5	3,1	3,1	3,2	3,3*	3,6

Migrations domicile-travail

Le SCoT Val de Rosselle est un territoire déficitaire en emploi. Parallèlement, tous les emplois n'y sont pas occupés par des résidents.

6 actifs sur 10 habitent et travaillent dans le SCoT

Sur les 63 000 actifs, 60 % résident et travaillent dans le SCoT, soit 38 500 (et 42 % au sein de leur intercommunalité de résidence). Ces proportions tendent à diminuer puisqu'ils étaient 63 % en 2014.

Destination des actifs du SCoT (source : INSEE, RP 2020)

	2014	2020	2014	2020
Migrations internes à l'EPCI	29 212	26 552	45%	42%
Migrations internes au SCoT (hors EPCI de résidence)	11 860	11 977	18%	19%
Actifs travaillant dans le SCoT	41 072	38 529	63%	60%
Actifs sortant du SCoT	23 902	25 226	37%	40%
Ensembles des actifs du SCoT	64 974	63 755	100%	100%

40 % (soit 25 000 actifs) sont donc amenés à quitter le territoire pour travailler. Ils s'orientent principalement vers :

- l'Allemagne : 9 000 actifs, soit 14 % des actifs ;
- la Communauté d'agglomération Sarreguemines Confluences : 5 200, soit 8 % ;
- la métropole de Metz : 3 100, soit 5 % ;
- le District Urbain de Faulquemont : 2 600, soit 4 % ;
- Luxembourg : 1 200², soit 2 %.

25 % des emplois sont occupés par des non-résidents

Sur les 51 000 emplois présents dans le territoire, 75 % sont occupés par des actifs résidents.

12 600 personnes travaillent dans le SCoT mais n'y résident pas. Elles viennent surtout :

- de la CA de Sarreguemines (3 200) ;
- du DUF (2 700) ;
- de la Houve Pays Boulageois (1 800) ;
- du Saulnois (1 100) ;
- de la métropole de Metz (850).

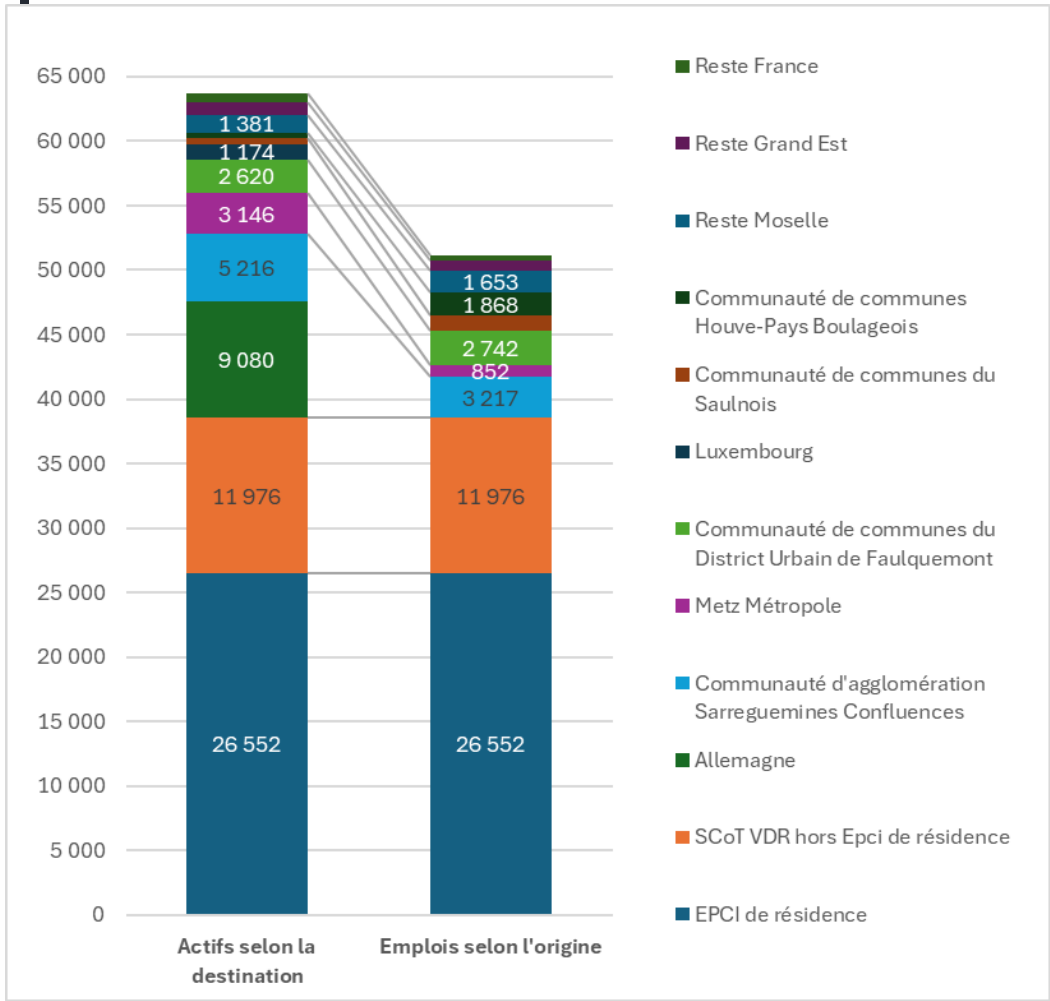
Origine des actifs travaillant dans le SCoT (source : INSEE, RP 2020)

	2014	2020	2014	2020
Migrations internes aux l'EPCI	29 212	26 552	54 %	52 %
Migrations internes au SCoT (hors EPCI de résidence)	11 860	11 977	22 %	23 %
Actifs travaillant dans le SCoT	41 072	38 529	76 %	75 %
Actifs entrant dans le SCoT	12 641	12 618	24 %	25 %
Ensembles des actifs du SCoT	53 713	51 147	100 %	100 %

² source de données (Insee-RP) différente de l'IGSS du Luxembourg : basée sur l'exploitation complémentaire du recensement de la population de l'Insee : recensement déclaratif réalisé sur 6 ans ;

à la différence des données issues de l'Inspection générale de la sécurité sociale (IGSS) qui regroupent les personnes qui travaillent au Luxembourg et qui sont affiliées au système de la sécurité sociale luxembourgeoise, résidant en France (Actifs du SCoT Val de Rosselle travaillant au Luxembourg : 1 990 actifs en mars 2024 avec 810 sur Forbach, 500 sur St-Avold, 350 dans le Warndt et 330 sur Freyming)

Actifs et emplois du SCoT Val de Rosselle (source : INSEE, RP 2020)



À retenir

Un SCoT avec des intercommunalités aux caractéristiques socio-démographiques proches

Une population qui diminue et qui vieillit qui impacte le potentiel de consommation

Avec une taille des ménages en baisse : une forte croissance des personnes seules et une baisse des couples avec enfants

Une diminution des emplois continue dans presque tous les EPCI depuis une vingtaine d'années, avec certains pôles d'emploi majeurs fortement touchés (notamment Freyming-Merlebach, Creutzwald, Carling et Morhange)

Moins de CSP+ et une médiane des revenus inférieure à celle du département

Une part importante des actifs qui résident et travaillent dans le SCoT (60 %) mais davantage de personnes sortant du territoire pour travailler (25 000) que de personnes entrantes (12 600)



02.

L'offre commerciale



L'OFFRE COMMERCIALE

Environnement concurrentiel (Moselle, Sarre) et positionnement du SCoT du Val de Rosselle

Le territoire est entouré d'offres concurrentielles majeures. L'agglomération de Sarrebruck, située à moins de 15 minutes possède une offre importante et attractive avec un centre-ville dense et agréable permettant d'allier achat plaisir et loisirs. La présence d'une offre culturelle renforce également son attractivité touristique.

L'agglomération de Metz possède également une offre supérieure au territoire du Val de Rosselle avec 300 000 m² de surface de vente. Ces deux agglomérations permettent de satisfaire les besoins de la population pour des achats spécifiques et exceptionnels.

Offre commerciale de +300m² des principales polarités concurrentielles, hors surfaces vacantes (Source : CCI Moselle 2023) :

- Metz Métropole : 350 000 m² ;
- CA Portes de France-Thionville : 190 000 m² ;
- CA Sarreguemines Confluences : 100 000 m² ;
- CC Sarrebourg Moselle sud : 90.000 m².

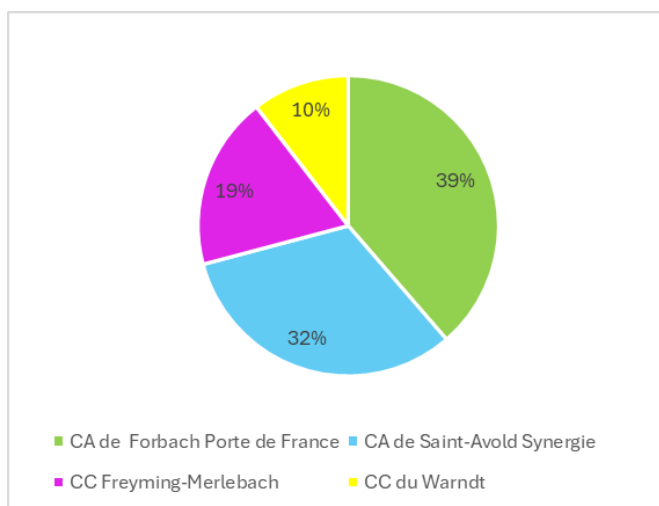
Maillage et positionnement commercial du territoire

Les petits commerces et services (surface commerciale <300 m²)

Une densité en commerces et services de proximité légèrement supérieure à celle du département

Le SCoT du Val de Rosselle regroupe près de **6 000 petits commerces et services**³, soit une densité de **31,6 pour 1 000 habitants**, légèrement supérieure au taux département de 30,8 (et de 28,8 dans le département hors Eurométropole de Metz).

■ Répartition des petits commerces et services par EPCI (source : INSEE, Sirène 2024)



³ Cf annexe : nomenclature des commerces et services intégrant des activités ne faisant pas partie du champ du DAAC (notamment automobiles, cafés-restaurants, pharmacies et services à vitrine)

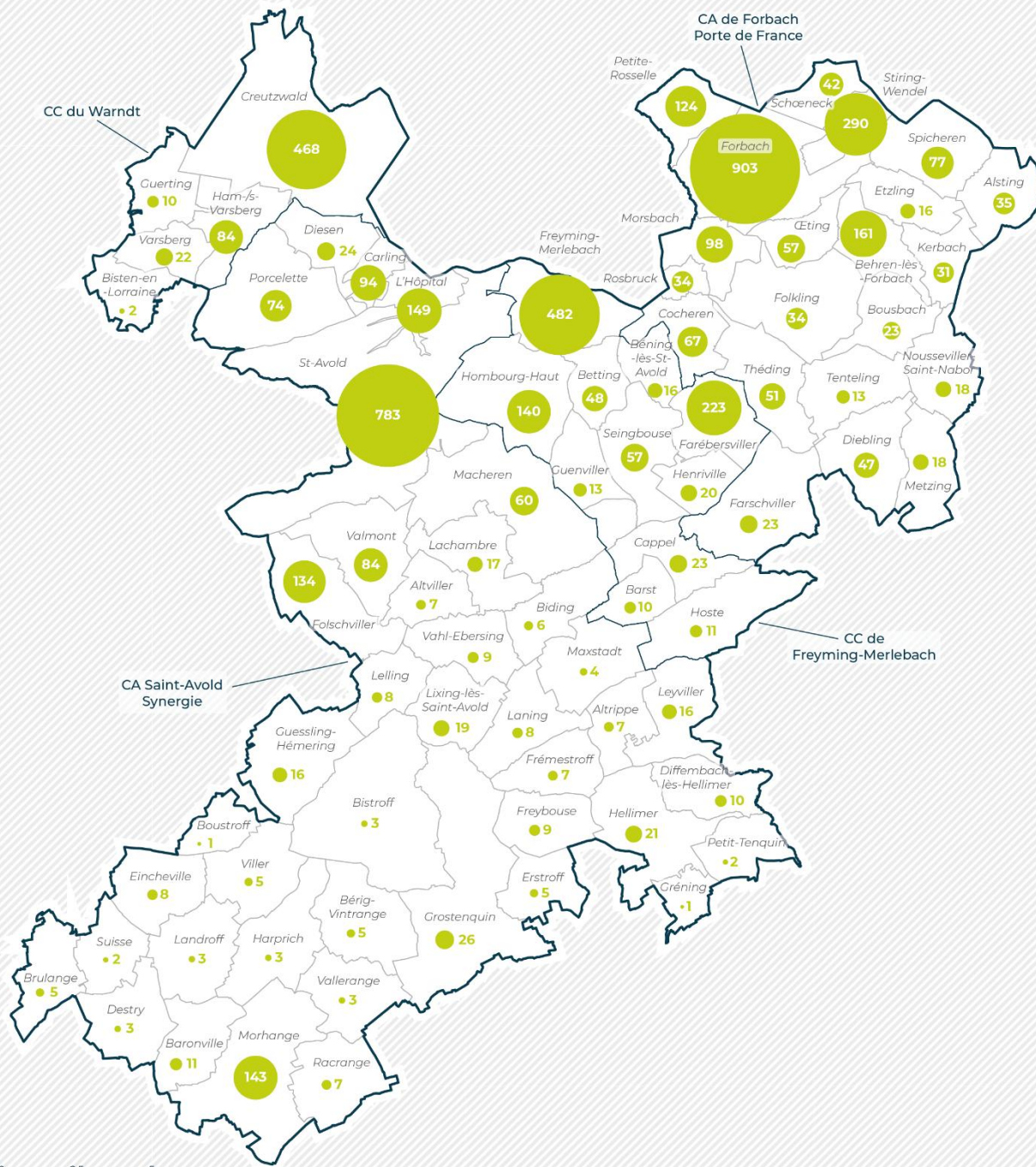
L'Hôpital, Morhange, Hombourg-Haut, Folschviller et Valmont. La commune de Farébersviller accueille un nombre de commerces important, grâce à la présence du centre commercial B'est en périphérie.

Le sud du territoire dispose d'une offre commerciale limitée en raison de la faible densité de population.

Plusieurs communes de moins de 1 000 habitants présentent une densité en commerces et services intéressantes (rapportée à la population), parmi lesquelles Betting, Rosbruck et Grostenquin.

Nombre de commerces et de services

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



0 2,5 5 km

Nombre de commerces et services par commune

- 1000
- 500
- 100
- 50
- 10

○ SCoT Val de Rosselle
○ EPCI

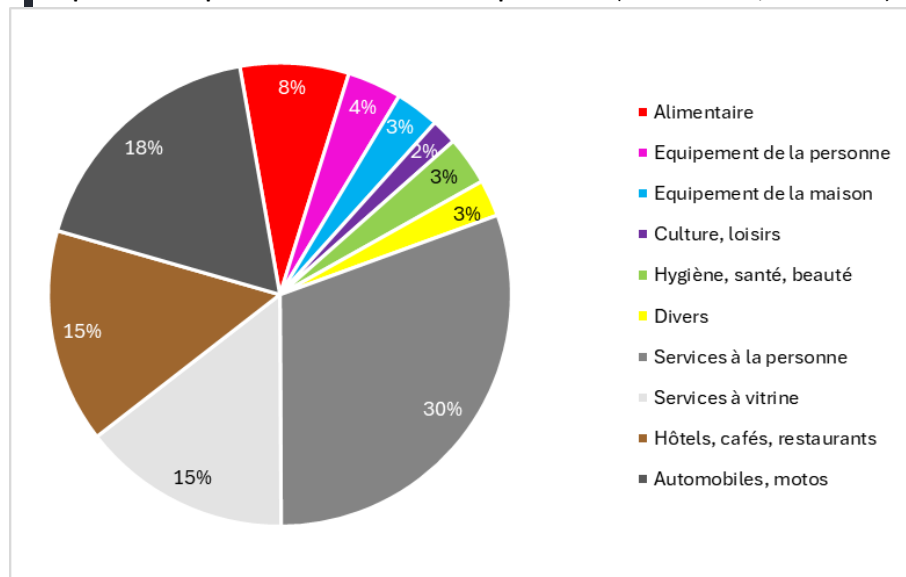
Sources : INSEE, Sirene octobre 2024

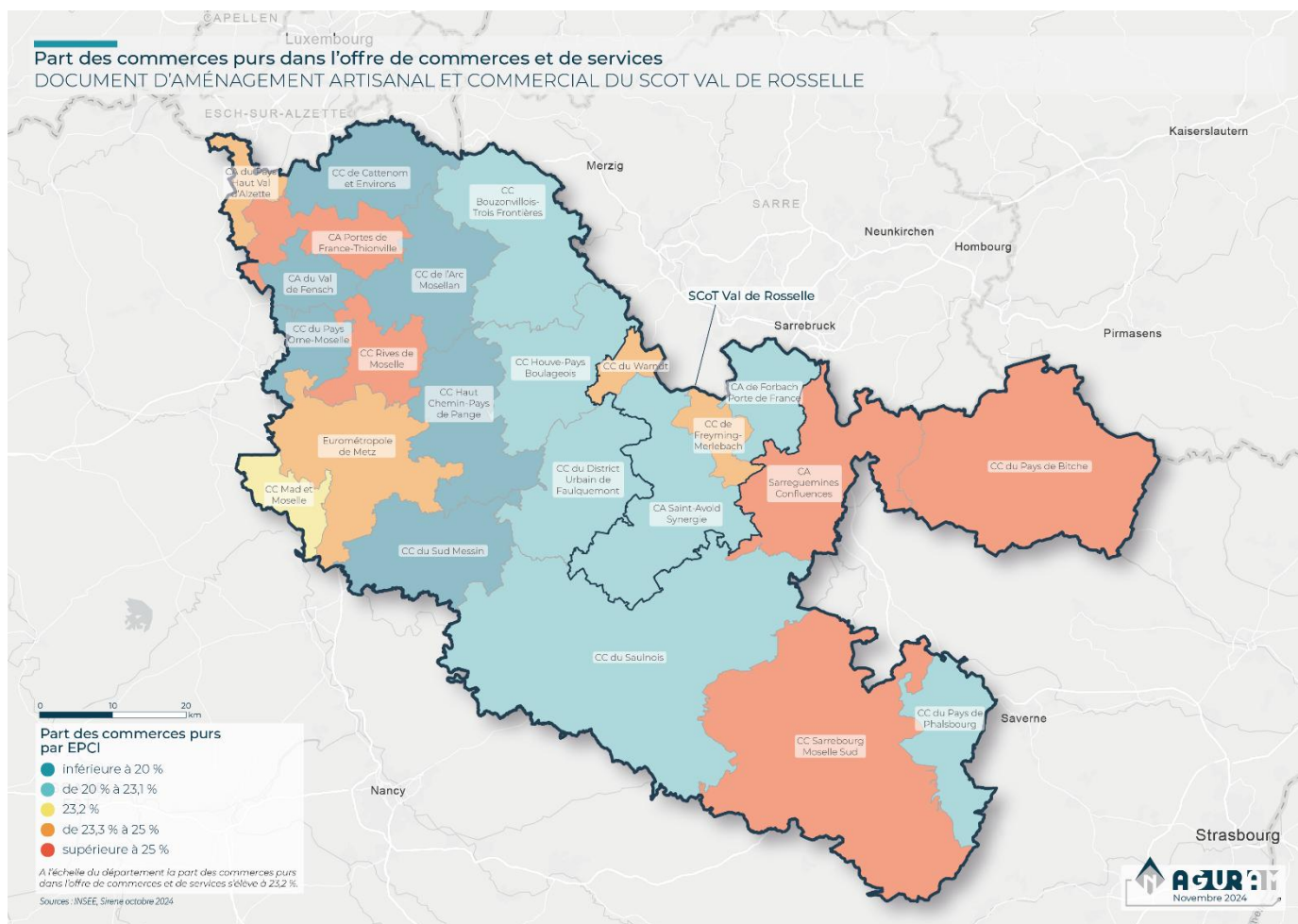


Une offre diversifiée mais qui, comme partout, s'oriente de plus en plus vers les services

Le taux de commerces purs ou taux de commercialité regroupant l'alimentaire, l'équipement de la personne, l'équipement de la maison, le culture-loisirs et la santé-beauté (parfumerie, optique, articles médicaux/orthopédie) diminue. Il est en effet aujourd'hui de 22 % (contre 28 % en 2016), proche du taux mosellan de 23 %.

■ Répartition des petits commerces et services par activité (source : INSEE, Sirène 2024)





Une densité plus importante en alimentaire, en hygiène-santé-beauté et en automobile

Le SCoT Val de Rosselle présente une densité en commerces et services de proximité légèrement supérieure à la moyenne départementale, en particulier grâce à la présence de commerces liés à l'automobile dense dans toutes les intercommunalités, complétée par l'offre alimentaire et la santé-beauté.

Densité commerciale par secteur d'activités (nb de commerce/1000 hab.) (source : INSEE, Sirene 2024)

	CA de Forbach Porte de France	CA Saint-Avoid Synergie	CA de Freyding-Merlebach	CC du Warndt	SCoT VDR	Moselle	Moselle hors Metz Métropole
Alimentaire	2,1	2,6	2,8	2,6	2,4	2,2	2,1
Équipement de la personne	0,9	1,2	1,6	1,8	1,2	1,4	1,3
Équipement de la maison	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9
Culture, loisirs	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5
Hygiène, santé, beauté	0,9	1,2	1,1	1,3	1,1	0,9	0,9
Divers	0,7	0,8	1,0	1,0	0,8	0,9	0,9
Commerces	6,2	7,2	8,0	8,2	7,0	7,1	6,5
Automobiles, motos	5,9	5,1	6,2	4,9	5,6	4,2	4,2
Hôtels, cafés, restaurants	4,1	5,1	5,4	4,9	4,7	5,1	4,5
Services à la personne	8,7	10,9	9,2	10,5	9,6	9,8	9,5

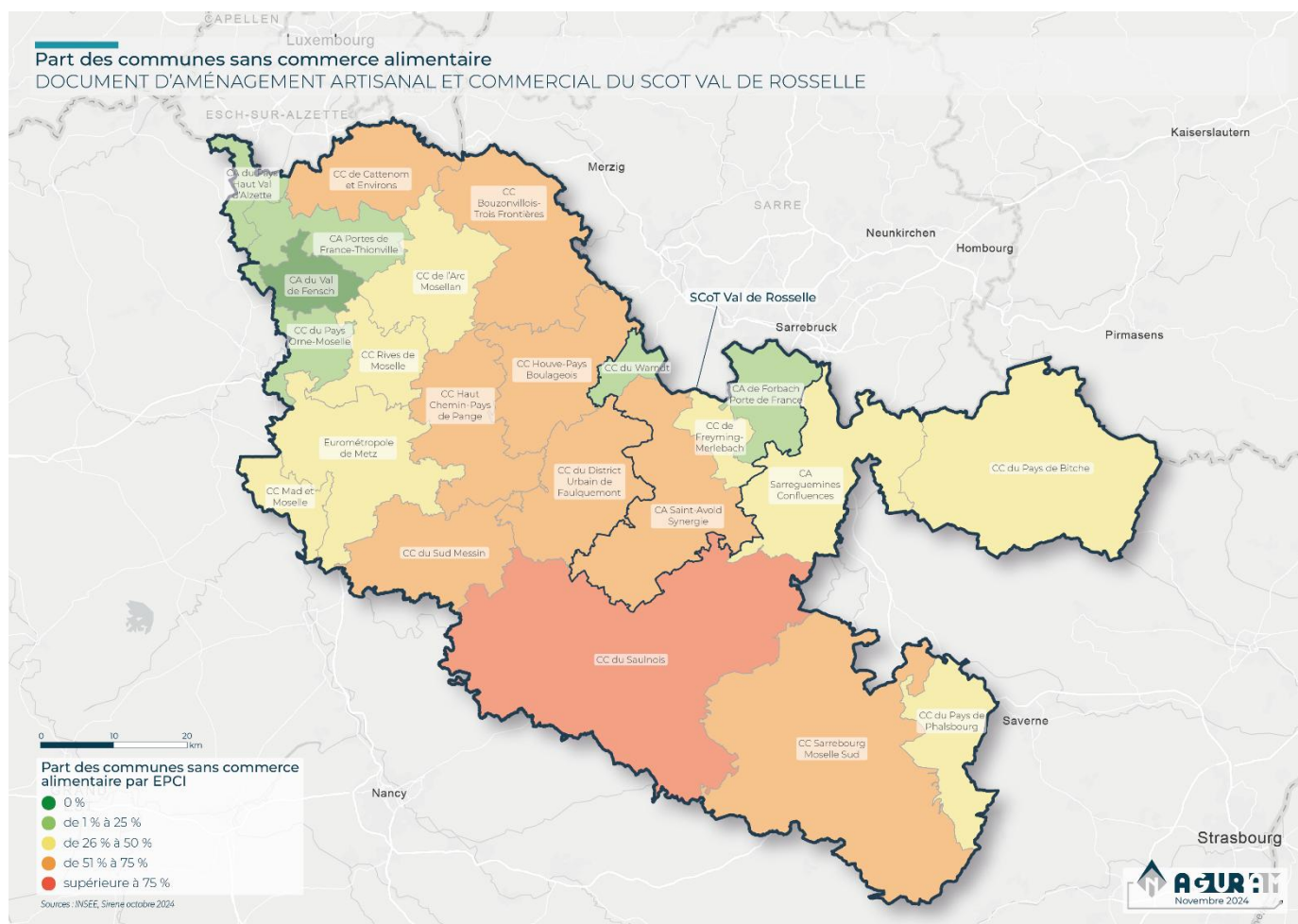
Services à vitrine	3,6	6,2	4,1	5,0	4,6	4,6	4,2
Automobiles/ Restauration/Services	22,4	27,3	25,0	25,3	24,6	23,7	22,3
Commerces et services	28,5	34,6	33,0	33,5	31,6	30,8	28,8



L'offre alimentaire

12 % de la population sans commerce alimentaire dans leur commune de résidence

Une commune sur deux, regroupant 20 000 habitants, n'a aucun commerce alimentaire (soit 39 communes). Cette proportion est plus favorable que dans le département (chiffrage exact difficile à réaliser car absence de vérification sur les communes hors SCoT Val de Rosselle).

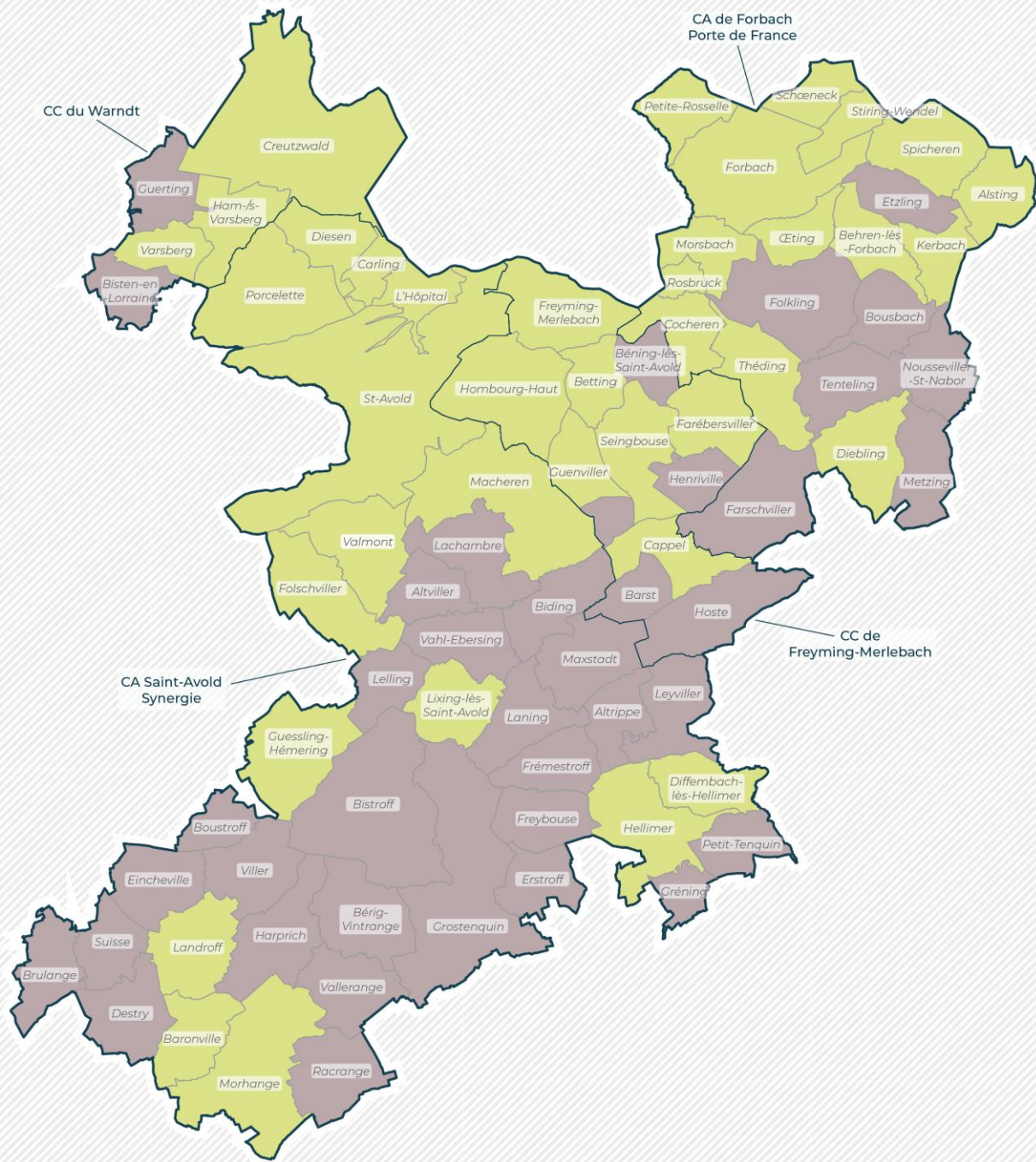


Les communes les moins desservies sont principalement situées dans la CA de Saint-Avoid (26 communes sur 41, soit plus de 60 % communes de l'intercommunalité et 17 % de la population).

Dans la CA de Forbach, 7 communes sont concernées (1/3 des communes de l'intercommunalité et 11 % de la population) ; dans la CC de Freyming, 4 communes (36 % des communes et 10 % de la population) et dans la CC du Warndt, 2 communes (40 % des communes et 6 % de la population).

Présence d'une offre alimentaire

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



Offre alimentaire par commune

- présente
- absente
- SCoT Val de Rosselle
- EPCI

Sources : INSEE, CCI, Sirene octobre 2024



Plus d'une commune sur quatre bénéficie d'une offre alimentaire complète

Parmi les 39 communes disposant d'une offre alimentaire :

- 21 communes proposent une offre complète (au moins 3 commerces de base : alimentation générale, boulangerie et boucherie, ou supermarché/hypermarché), soit 27 % des communes et 69 % de la population du SCoT (123 000 habitants) ;
- 18 présentent une offre incomplète (1 ou 2 de commerces de base), soit 23 % des communes et 19 % de la population du SCoT (33 000 hab.).

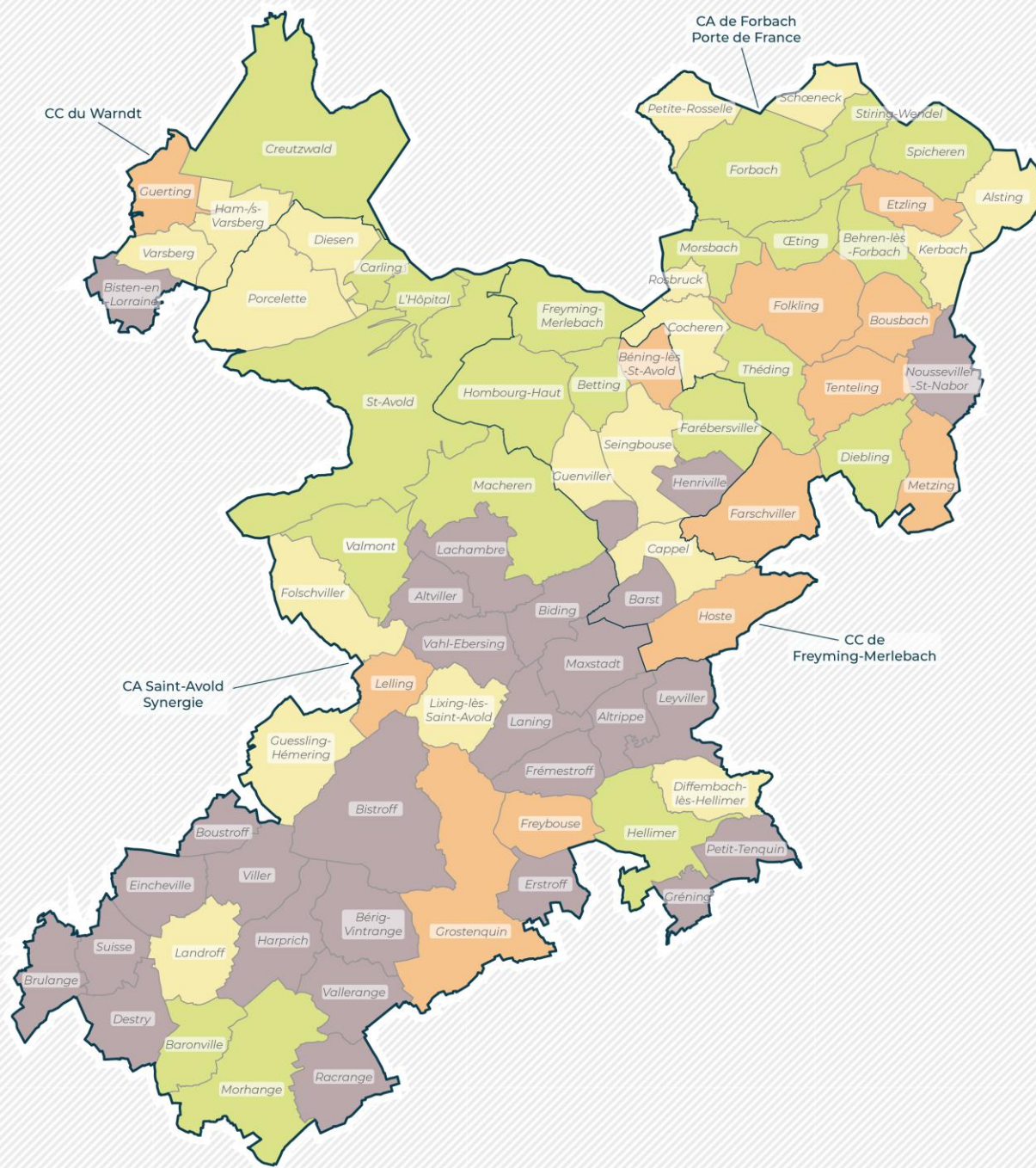
Parmi les 39 communes sans commerce alimentaire :

- 27 n'ont aucune offre alimentaire de base, soit 35 % des communes et 6 % de la population du SCoT (10 000 habitants).
- 12 disposent d'une offre commerciale limitée (seulement un café ou un restaurant), soit 15 % des communes et 6 % de la population du SCoT (11 000 habitants).



Offre alimentaire de proximité

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



Niveau de l'offre alimentaire

- offre inexistante
- offre de proximité limitée
- offre incomplète
- offre complète
- SCoT Val de Rosselle
- EPCI

Sources : INSEE, CCI, Sirene octobre 2024



Les grandes et moyennes surfaces (commerces >300 m²)

Un territoire globalement bien équipé en grandes et moyennes surfaces (GMS)...

Le SCoT Val de Roselle compte environ 200 commerces de plus de 300 m² de surface de vente, pour une surface totale de 276 000 m², dont 34 600 m² de cellules vacantes. Avec 1 561 m² pour 1 000 habitants, la densité commerciale est supérieure au taux mosellan (1 515) ainsi qu'au taux mosellan hors métropole de Metz (1 451). Hors commerces vacants, la densité commerciale (1 365 m²/1 000 habitants) est globalement équivalente celle du département (1 371).

Les densités commerciales les plus élevées concernent les communautés de communes du Warndt (2 400 m²/1 000 hab.) et de Freyming-Merlebach (1 800), notamment grâce à la présence des zones commerciales de Creutzwald (parc d'activités sud : 37 000 m²), de Betting (18 000 m²) et de B'est à Farébersviller (31 000 m²).

...avec une réelle diversité commerciale

La densité commerciale dans le Val de Roselle est plus élevée en alimentaire et en autres commerces (divers (ex. Noz, Action et Gifi) et galeries marchandes) que la moyenne départementale.

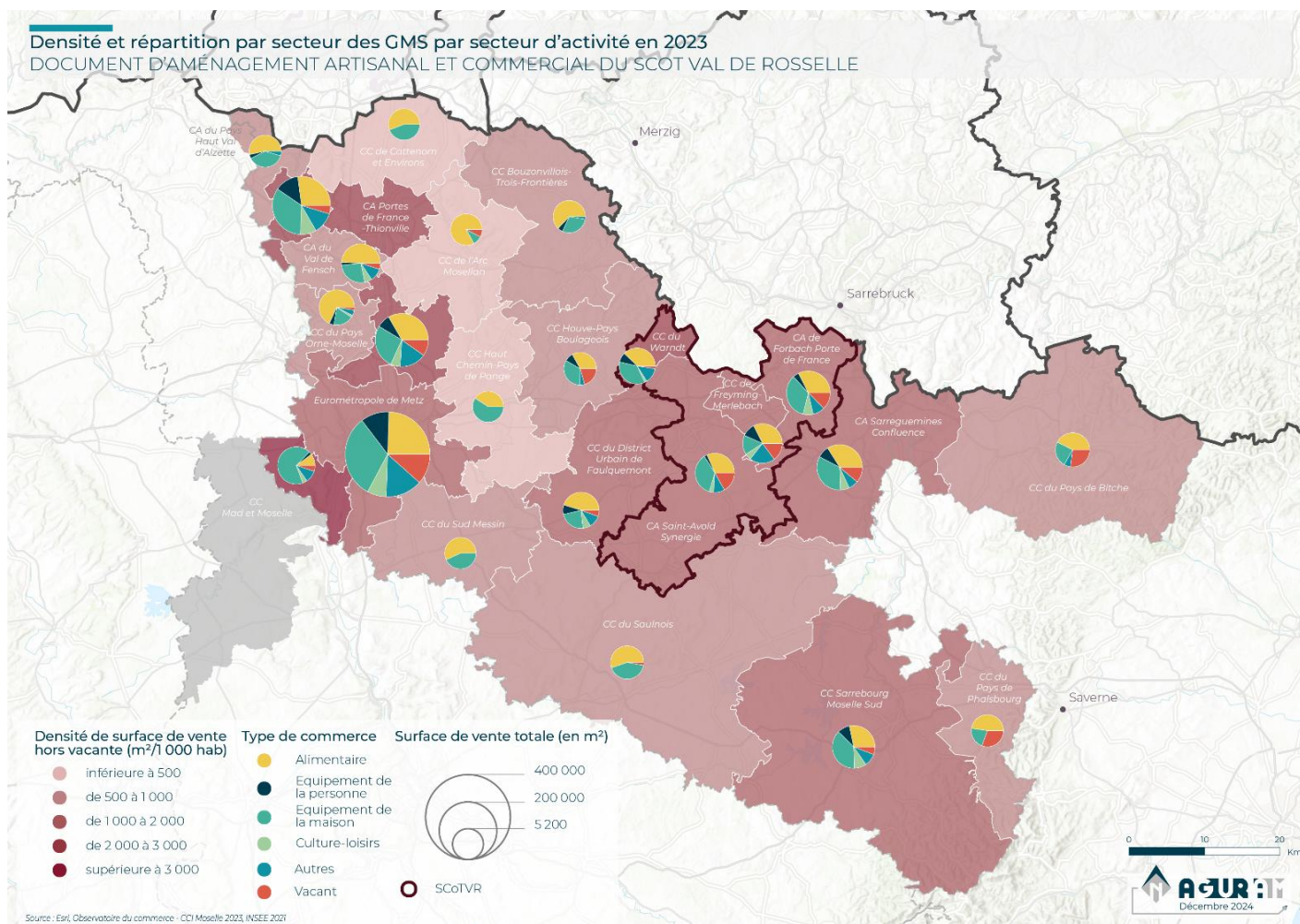
Elle est légèrement inférieure pour le non alimentaire, en particulier l'équipement de la personne.

Surface de vente et densité (m²/1 000 hab.) de grandes et moyennes surfaces (source : CCI Moselle 2023 et INSEE-RP 2021)

	Alimen- taire	Eq personne	Eq maison	Culture- loisirs	Autres	Vacant	Surface de vente totale (en m ²)	Densité	Densité hors vacant
CA Saint-Avold Synergie	20 800	1 650	23 930	2 320	6 040	11 100	65 840	1 263	1 050
CA de Forbach Porte de France	32 206	4 350	33 990	7 330	8 810	12 420	99 106	1 308	1 144
CC de Freyming-Merlebach	21 960	7 400	10 860	3 490	14 000	10 050	67 760	2 145	1 827
CC du Warndt	16 400	3 780	15 430	900	5 920	1 030	43 460	2 487	2 428
SCoT Val de Roselle	91 366	17 180	84 210	14 040	34 770	34 600	276 166	1 561	1 365
Moselle	520 041	129 690	513 150	96 225	180 665	150 405	1 590 176	1 515	1 371
Moselle hors Metz Métropole	422 131	86 580	386 085	67 205	125 025	104 290	1 191 316	1 451	1 324

Densité (m²/1 000 hab.) de grandes et moyennes surfaces (source : CCI Moselle 2023 et INSEE-RP 2021)

	Alimen- taire	Eq personne	Eq maison	Culture- loisirs	Autres	Vacant	Densité totale	Densité hors vacant
SCoT Val de Roselle	516	97	476	79	196	196	1 561	1 365
Moselle	495	124	489	92	172	143	1 515	1 371
Écart (SCoT - Moselle)	21	-26	-13	-12	24	52	46	-6
Moselle hors Metz Métropole	514	105	470	82	152	127	1 451	1 324
Écart (SCoT - Moselle hors Metz Métropole)	2	-8	6	-3	44	68	109	41



Un taux de vacance en forte baisse, mais qui reste plus élevé qu'en Moselle

38 locaux pour une surface de près de 35 000 m² sont inoccupés (source : recensement CCI Moselle 2024), ce qui constitue un taux de vacance plus élevé que dans le département : 12,5 % contre 9,5 % (et 18% contre 13% en nombre de locaux commerciaux).

Les intercommunalités sont diversement touchées par ce phénomène. Aux extrêmes, la CA de Forbach compte près d'un grand commerce fermé sur 4 (soit 17 % des surfaces) alors que dans la CC du Warndt, seules 2 cellules sont fermées (soit un taux de vacance de 7 % en nombre et de 2 % en surface).

Vacance de grandes et moyennes surfaces (source : CCI Moselle 2023)

	Locaux vacants		Taux de vacance	
	Nombre	Surface	Nombre	Surface
CA Saint-Avold Synergie	13	12 420	18,6%	12,5%
CA de Forbach Porte de France	17	11 100	24,3%	16,9%
CC de Freyming-Merlebach	6	10 050	14,0%	14,8%
CC du Warndt	2	1 030	6,9%	2,4%
SCoT Val de Rosselle	38	34 600	17,9%	12,5%
Moselle	167	150 405	13,4%	9,5%

Avec une diminution de 10 points, la vacance commerciale a fortement diminué entre 2018 et 2023 (66 locaux étaient vacants en 2018 pour un total de 237 cellules, soit un taux de 28 % ; ce qui correspond à 28 locaux vacants en moins représentant près de 24 000 m



Des commerces essentiellement implantés dans l'espace urbain central

Les grandes et moyennes surfaces sont principalement localisées au nord dans le secteur à dominante urbaine qui concentre l'essentiel de la population dans les villes-centres et les communes bien desservies par l'A4/A320.2/3 des GMS (et 3/4 des surfaces) sont implantées dans les zones commerciales. Ces taux sont légèrement inférieurs à ceux observés dans le département (75 % et 79 %). Les autres grandes surfaces sont situées en centralités et en diffus le long d'un axe routier, autour d'un rond-point ou en zone d'activités économiques.

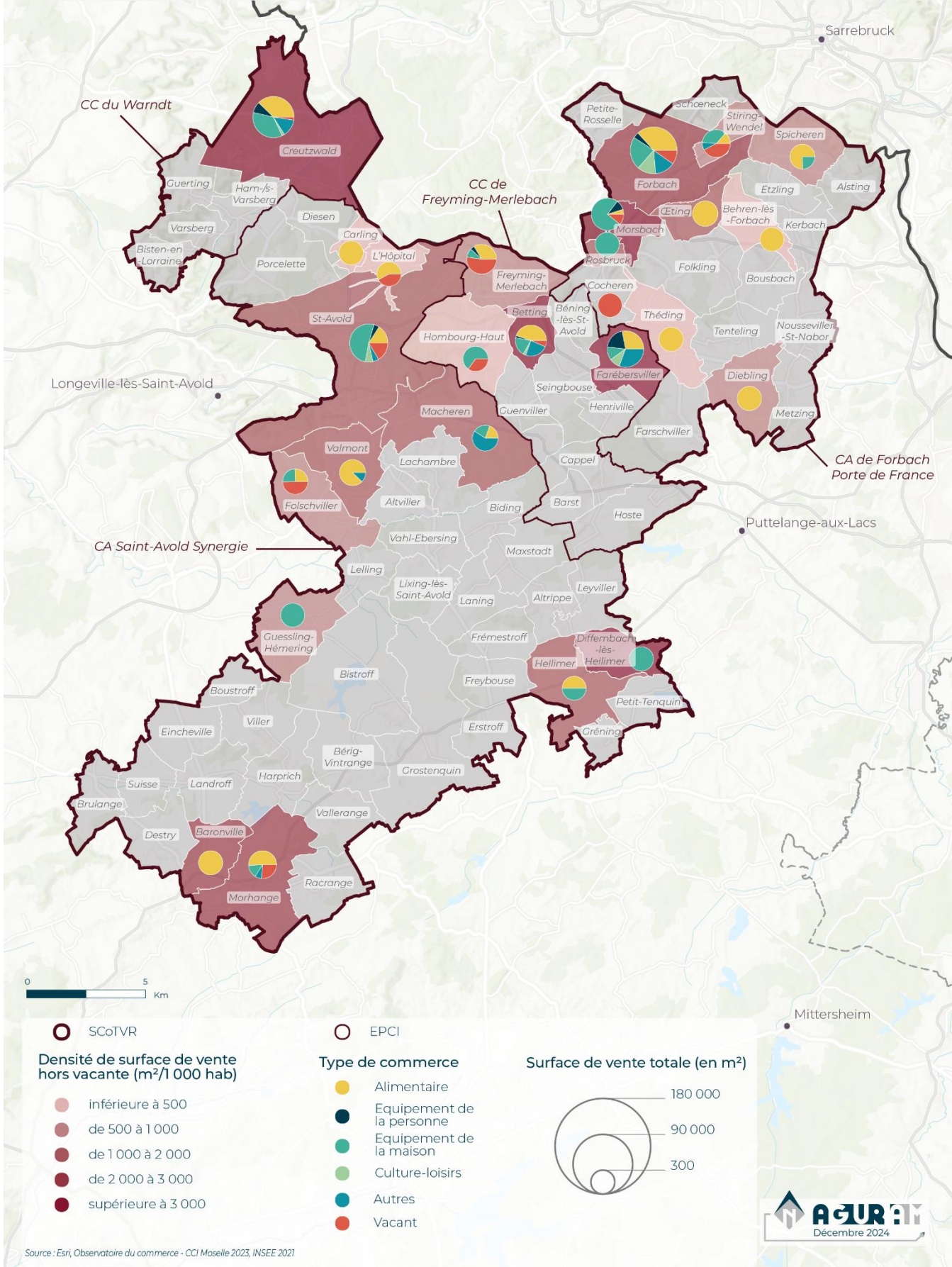
La vacance est moins élevée dans les pôles commerciaux : 15 % des locaux et 8 % des surfaces de vente, contre environ 1/4 des locaux des surfaces hors pôles.



@ACURAM

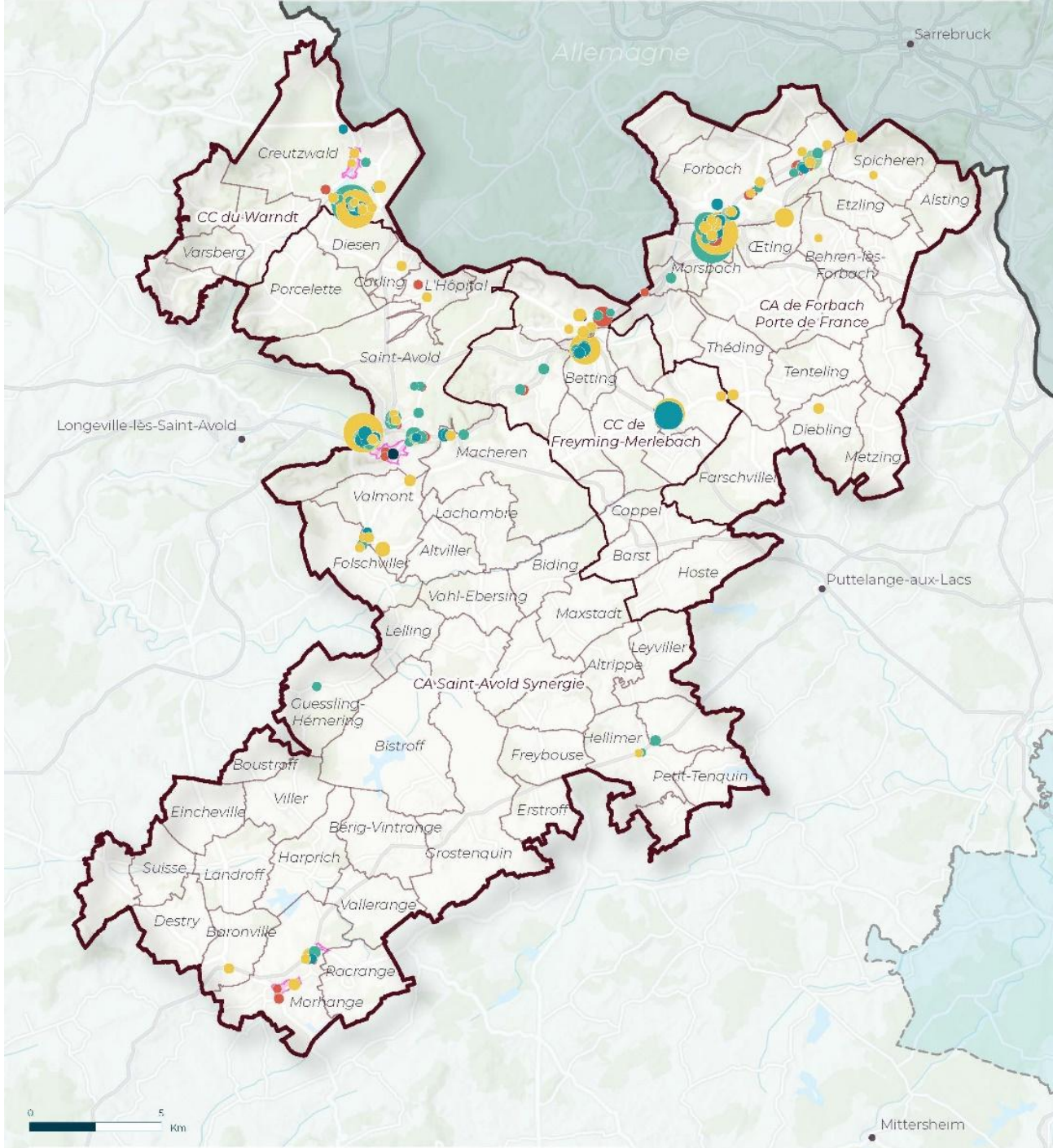
Densité et répartition des GMS par secteur d'activité en 2023

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



L'offre en grandes et moyennes surfaces en 2023

DAAC SCOT VAL DE ROSSELLE



Type de commerce	Surface totale en 2023 (en m²)	
● Alimentaire	 300	 SCoTVR
● Equipement de la personne	 5500	 EPCI
● Equipement de la maison	 12 000	 Communes
● Culture-loisirs		 ORT
● Autres		
● Vacant		



Source : Est, Observatoire du commerce - 01 Mars 2023

Les marchés

Les marchés permettent de diversifier l'offre proposée aux habitants et d'ancrer l'agriculture locale sur le territoire. Ils répondent à une demande croissante des consommateurs en matière de circuits courts, et de relocalisation de la production alimentaire. Bien que considérés à la marge du commerce de détail, ces lieux très fréquentés appartiennent au patrimoine commercial des villes et participent à l'identité locale des lieux.

17 marchés ont été recensés dans le Val de Rosselle, dans une douzaine de villes⁴ (source : *Guide des marchés - saveurs et terroirs 2024 - CCI Moselle*); certaines villes proposant en effet plusieurs jours de marchés dans la semaine (Forbach, Saint-Avold, Creutzwald et Stiring-Wendel).

Événements routiniers avec une dimension économique, ils participent également à l'organisation de l'espace public et social. C'est une offre à préserver, voire à renforcer, dans une stratégie de pérennisation des centralités urbaines.



⁴ Behren-lès-Forbach, Forbach, Petite-Rosselle, Stiring-Wendel, Folschviller, L'hôpital, Morhange, Saint-Avold, Farébersviller, Freyming-Merlebach, Creutzwald, Ham-sous-Varsberg

Les drives

Si le premier drive alimentaire a ouvert en France en 2000, ce circuit de distribution s'est progressivement imposé avant de devenir incontournable depuis la pandémie.

Soumis à CDAC depuis la loi ALUR (2014), une de ses problématiques est son intégration urbaine. Gourmand en foncier et faiblement créateur d'emplois, le drive fonctionne avec l'automobile : le drive peut être à l'écart de la locomotive alimentaire et constituer soit une destination à part (drive déporté) ou être un prolongement du bâtiment (drive accolé).

Cette forme de commerce, plébiscitée par les consommateurs s'est également développée dans le SCoT. 15 drives alimentaires maillent aujourd'hui le territoire, avec plusieurs enseignes : Carrefour, E. Leclerc, Super U, Colruyt, Intermarché et Match. Seul le drive E. Leclerc à Saint-Avold est déporté.

Insérés dans les zones existantes, ils confortent les polarités. Isolés (en bordure de rond-point par exemple), ils peuvent intensifier des flux motorisés vers un nouvel espace à l'origine sans vocation marchande.

Les drives alimentaires dans le SCoT Val de Rosselle (source : annuaire.lebondrive.fr)

EPCI	Commune	Magasin	Adresse
CA de Forbach Porte de France	Forbach	Carrefour Drive - Forbach	Avenue de l'Europe
		Carrefour Drive - Forbach Nationale	44, Rue Nationale
	Morsbach	E. Leclerc Drive - Morsbach Forbach	117, Rue Nationale
	Œting	Courses U Drive - Oeting	Route de Sarreguemines
	Diebling	Colruyt Collect and Go - Diebling	910, Rue Principale
CA Saint-Avold Synergie	Morhange	Drive Intermarché - Morhange	Avenue Georges Pompidou
		Supermarchés Match - Morhange	Avenue du Maréchal Foch
	Carling	Colruyt Collect and Go - Carling	195, Rue Principale
	Saint-Avold	E. Leclerc Drive - Saint-Avold	Quai de l'agora
		Supermarchés Match - Saint-Avold	Rue du Général Mangin
Valmont	Courses U Drive - Valmont	Lieu dit Herrenwald - RD 910A	
CC de Freyming-Merlebach	Farébersviller	E. Leclerc Drive - Farébersviller	6, Rue du Neufeld
	Betting	E. Leclerc Drive - Betting	4, Rue des Génets - ZAC de Betti
CC du Warndt	Creutzwald	Drive Intermarché - Creutzwald	35, Rue du Barrois
		E. Leclerc Drive - Creutzwald	Parc d'activité Sud

Les principaux pôles commerciaux et centres-villes

L'offre commerciale du territoire est caractérisée par une diversité de lieux, formats et types d'organisation des espaces marchands.

Le Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO) du SCoT définit une classification de cette offre que le DAAC reprend et affine. Cette classification s'appuie sur la distinction essentielle entre les centralités, regroupant un tissu varié de centres-villes, centres-bourgs et centralités de quartier et les pôles commerciaux de grands commerces, qui correspondent en grande partie aux pôles de périphérie.

La cartographie ci-après a vocation à présenter les éléments structurants de l'armature (et ne reprend pas de manière exhaustive toutes les polarités du territoire, dans un souci de lisibilité).

Les centralités

Pour rappel, l'armature urbaine du SCoT (en lien avec l'armature commerciale)

Dans le DOO du SCoT, l'armature urbaine se définit ainsi :

- 4 villes-centres : Forbach, Freyming-Merlebach, Saint-Avold et Creutzwald ;
- 13 pôles intermédiaires : Stiring-Wendel, Petite Rosselle, Behren-lès-Forbach, Morsbach, Cocheren, Hombourg-Haut, Carling, L'Hôpital, Morhange, Théding, Farébersviller, Valmont et Folschviller ;
- 2 bourgs-centres : Ham-sous-Varsberg et Spicheren.

Différents niveaux de centralités

Les centralités du territoire sont des lieux caractérisés par une mixité fonctionnelle constituant un cadre urbain pour le commerce. La définition juridique de la centralité (sur laquelle s'appuie le DAAC) est la suivante : « tout secteur, centre-ville ou centre de quartier, caractérisé par un bâti dense, présentant une diversité de fonctions urbaines ».

Le Val de Rosselle présente des centralités avec des aires d'influence différentes (de 1 000 habitants à plus de 40 000 habitants), pour des fréquences d'achat pouvant être quotidiennes ou exceptionnelles.

- les centres-villes principaux, pouvant accueillir tout type de commerce et d'activité ;
- les centres-villes relais, n'ayant pas vocation à accueillir des achats exceptionnels ;
- les centres-villes locaux (à valider) ;
- les centralités de proximité et de quartier (à valider).

Définition des types d'achats selon les centralités ((source : DOO Scot Val de Rosselle)

	Hebdomadaires	Occasionnels lourds	Occasionnels Légers	Exceptionnels
Centres-villes principaux				
Centres-villes relais				

Type de commerce, fréquence d'achat et aire d'influence (source : DOO Scot Val de Rosselle)

Fréquence d'achat	Type d'activité	Aire d'influence principale
Quotidienne	Boulangerie, boucherie-charcuterie, tabac-presse, fleurs, alimentation, services et artisans	>1 000 hab.
Hebdomadaire	Supermarché, hypermarché, alimentaire spécialisé	>3 000 hab.
Occasionnelle "léger"	Habillement, chaussures, optique, parfumerie, bijouterie, librairie, papeterie CD/DVD, jeux-jouets, petite décoration, petit électroménager	>20 000 hab.
Occasionnelle "lourd"	Bricolage, jardinage	>10 000 hab.
Exceptionnelle	Mobilier, gros électroménager, gros bricolage, matériaux-revêtements, aménagement de la maison (cuisine, salle de bain), concepts spécifiques (Oxylane, village de marques...)	>40 000 hab.

Sept centralités font l'objet d'opérations de revitalisation de territoire (ORT) : Freyming, Merlebach, Forbach, Creutzwald, Saint-Avold, Farébersviller et Hombourg-Haut.

Focus centres-villes

Le focus réalisé par la CCI Moselle sur les principaux centres-villes concerne Forbach, Saint-Avold, Creutzwald, Freyming-Merlebach et Morhange.

Les activités de services y sont désormais majoritaires (plus de la moitié sur l'ensemble des centres-villes) et progressent. Elles regroupent les cafés-restaurants, coiffure, esthétique, banque, assurance, agence immobilière, agence de voyage, pressing, retouche ...). Alors que les petits commerces (équipement de la personne, hygiène-santé et culture-loisirs) et activités de fabrication (artisanat commercial : boulangerie, pâtisserie, charcuterie) diminuent.

Zoom sur les centres-villes (source : Étude Centres-villes 2023-2024, CCI Moselle)

Centres-villes	Nombre de locaux	Vacance commerciale	Part des services	Appréciation globale (Note de 0 à 10)
Forbach	344	91 locaux 26 %	58 %	6,1
Saint-Avold	236	72 locaux 31 %	54 %	6
Creutzwald	126	34 locaux 27 %	60 %	5,4
Freyming-Merlebach	156	52 locaux 33 %	57 %	5,2
Morhange	100	36 locaux 36 %	56 %	4,6
TOTAL	962	285 locaux 30 %		

En 5 ans, les dynamiques commerciales sont très importantes: moins de la moitié des commerces restent stables. Les autres font l'objet de fermetures, ouvertures ou encore de changements d'enseignes ou d'activités.

L'analyse montre des locaux de qualité moyenne avec une vacance commerciale élevée sur certaines rues ou segments (en moyenne, 30 % de locaux vacants) et une accessibilité aux personnes à mobilité réduite encore faible (6 locaux sur 10 non accessibles).

La moindre fréquentation des ménages incite à poursuivre les actions d'amélioration d'ensemble (animation, charte des enseignes et des devantures, ravalement de façades, aide à l'investissement pour la rénovation des vitrines, etc.) et la requalification en lien avec les opérations ORT déjà déployées sur le territoire, ainsi qu'à conforter le rôle des marchés non sédentaires.



Plusieurs enjeux majeurs :

- des développements en entrée de ville d'activités alimentaires et de proximité qui ne confortent pas le cœur de bourg historique ;
- des centralités marchandes parfois difficiles à identifier : manque de repères urbains, de traitement spécifique, de signal de "cœur de ville" ;
- une qualité très hétérogène de la signalétique, des aménagements et des vitrines marchandes, qui contribue souvent à diluer la centralité marchande ;
- une problématique immobilière sur certaines centralités, qui n'arrivent pas à accueillir de nouvelles activités en cœur de bourgs.

Les secteurs de périphérie

Des zones commerciales diversifiées

Le SCoT du Val de Rosselle compte une dizaine de zones commerciales regroupant environ 140 commerces et 209 000 m² de surface de vente (source : CCI Moselle 2023). La diversité des enseignes - mêlant supermarchés, hypermarchés, grandes surfaces spécialisées, galeries marchandes, Food place ou encore espaces de loisirs- joue un rôle moteur dans leur attractivité. La vacance y est relativement faible : une vingtaine de locaux pour une surface de 16 000 m², soit 15 % de locaux vacants et 8 % des surfaces.

Les principales zones commerciales (source : Diagnostic commerciale du SCoT Val de Rosselle, CCI Moselle 2023)

Nom du pôle	Commune d'implantation	Nombre de locaux	Plancher commercial en m ²	Vacance commerciale	Principales enseignes
ZC Europa	Forbach - Morsbach	41	67 000 m ²	6 locaux 8 % - 5 500 m ²	Leroy-Merlin, Carrefour, Brico Dépôt, Jardiland, Intersport
ZC Parc Activité Sud	Creutzwald	21	37 000 m ²	1 local 1 % - 330 m ²	Leclerc, Brico-Leclerc, Point Vert, Kiabi, Lidl
Centre commercial B'Est	Farébersviller	17	31 000 m ²		Auchan, H&M, Fnac, Point Vert
Zone commerciale de Betting	Betting-lès-Saint-Avold	11	18 000 m ²	2 locaux 6 % - 1 160 m ²	Leclerc, Jardi Leclerc, Action
Zone commerciale Est	Saint-Avold	13	16 000 m ²	2 locaux 13 % - 2 150 m ²	Match, Point Vert
Zone commerciale Patton	Saint-Avold	11	10 000 m ²	3 locaux 11 % - 1 150 m ²	Mr Bricolage, But, Aldi
Zone commerciale Agora	Saint-Avold	14	9 500 m ²	3 locaux 13 % - 1 200 m ²	Supeco, Go Sport, King Jouet
Zone commerciale du Vieux Carreau	Folschviller-Valmont	7	8 000 m ²	1 local 25 % - 1 990 m ²	Super U, Norma, Noz
Zone Saint-Guy	Forbach	3	6 000 m ²	1 local 20 % - 1 200 m ²	Decathlon, Lidl
Zone Cap 3000	Morhange	5	6 000 m ²	2 locaux 27 % - 1 600 m ²	Intermarché, Action
Zones commerciales		143	209 000 m²	21 locaux 15 % - 16 000 m²	

« Les zones commerciales du SCoT Val de Rosselle présentent une diversité en termes de taille, de types d'enseignes et de taux de vacance.

- La zone Europa à Forbach-Morsbach est la plus grande avec 67 000 m² de plancher commercial et un taux de vacance de 8 %, abritant des enseignes majeures comme Leroy-Merlin et Carrefour.
- En revanche, la zone Cap 3000 à Morhange, bien plus petite avec 6 000 m², affiche un taux de vacance élevé de 27 %, ce qui peut indiquer des défis en termes d'attractivité.
- La zone commerciale Parc Activité Sud à Creutzwald se distingue par son faible taux de vacance (1 %), suggérant une attractivité forte avec un plancher commercial adapté.

- À l'opposé, des zones comme celle du Vieux Carreau à Folschviller-Valmont et Saint-Guy à Forbach enregistrent des taux de vacance élevés (25 % et 20 % respectivement), soulignant une nécessité de requalification, sur des planchers commerciaux limités.
- À Saint-Avold, la coexistence de plusieurs zones commerciales (Est, Patton, Agora) génère une plus grande dispersion de la consommation locale.

La diversité de l'offre, la présence d'enseignes-locomotives et le taux de vacance sont de bons indicateurs pour estimer en première approche leur dynamisme. » *source : Diagnostic commercial du Scot Val de Rosselle, CCI Moselle 2024*

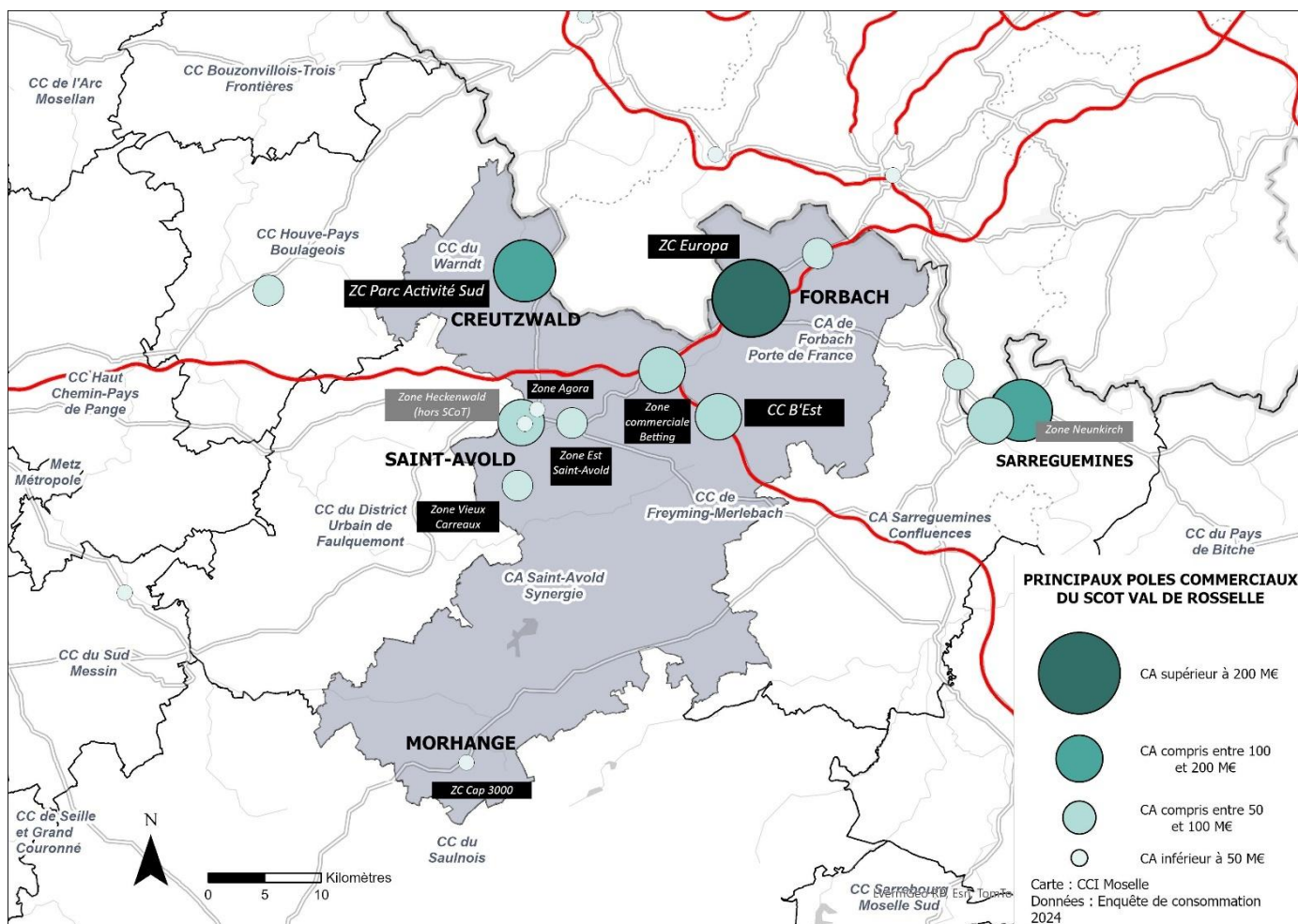
Ces zones sont complétées par d'autres petites polarités, identifiées dans le DOO du SCoT et présentant environ 18 000 m² de surface de vente totale : les zones commerciales de Spicheren, Stiring-Wendel et Oeting, ainsi que le Parc d'activité de la Rosselle à Freyming-Merlebach.

70 % du chiffres d'affaires du territoire

En 2024, les secteurs de périphérie concentrent près de 70 % du chiffre d'affaires (tous produits) du territoire. L'essentiel de l'activité commerciale se concentre au nord du territoire, où se situent les principales polarités.

Limitrophes au SCoT, certaines polarités influencent également le fonctionnement et l'organisation commerciale du territoire : notamment la zone Heckenwald à Longeville-lès-Saint-Avold ainsi que certaines polarités en Allemagne.

■ **Les principaux pôles commerciaux du Val de Rosselle** (*source : Enquête de consommation 2024, CCI Moselle*)



Des vocations affichées en termes de fréquence d'achats

Concurrentes des centralités en attirant une partie de la clientèle vers la périphérie, les zones commerciales peuvent accentuer la fragilisation des commerces de proximité situés dans le cœur urbain, déjà confrontés à des dynamiques complexes liées à la consommation et à l'évolution des habitudes d'achat.

C'est pourquoi leurs localisations et vocations en termes de fréquences d'achat doivent être définies. Ainsi,

- les pôles commerciaux structurants ont vocation à accueillir des commerces à fréquence d'achats occasionnelle « lourd » et « léger », exceptionnelle et hebdomadaire (sous condition d'impossibilité d'implantation dans la centralité urbaine principale),
- les pôles commerciaux mixtes sont destinés à des commerces à fréquence d'achats occasionnelle « lourd » et hebdomadaire (sous condition d'impossibilité d'implantation dans la centralité urbaine principale).

Définition des types d'achats selon les zones commerciales

	Hebdomadaires	Occasionnels lourds	Occasionnels Légers	Exceptionnels
ZC structurantes				

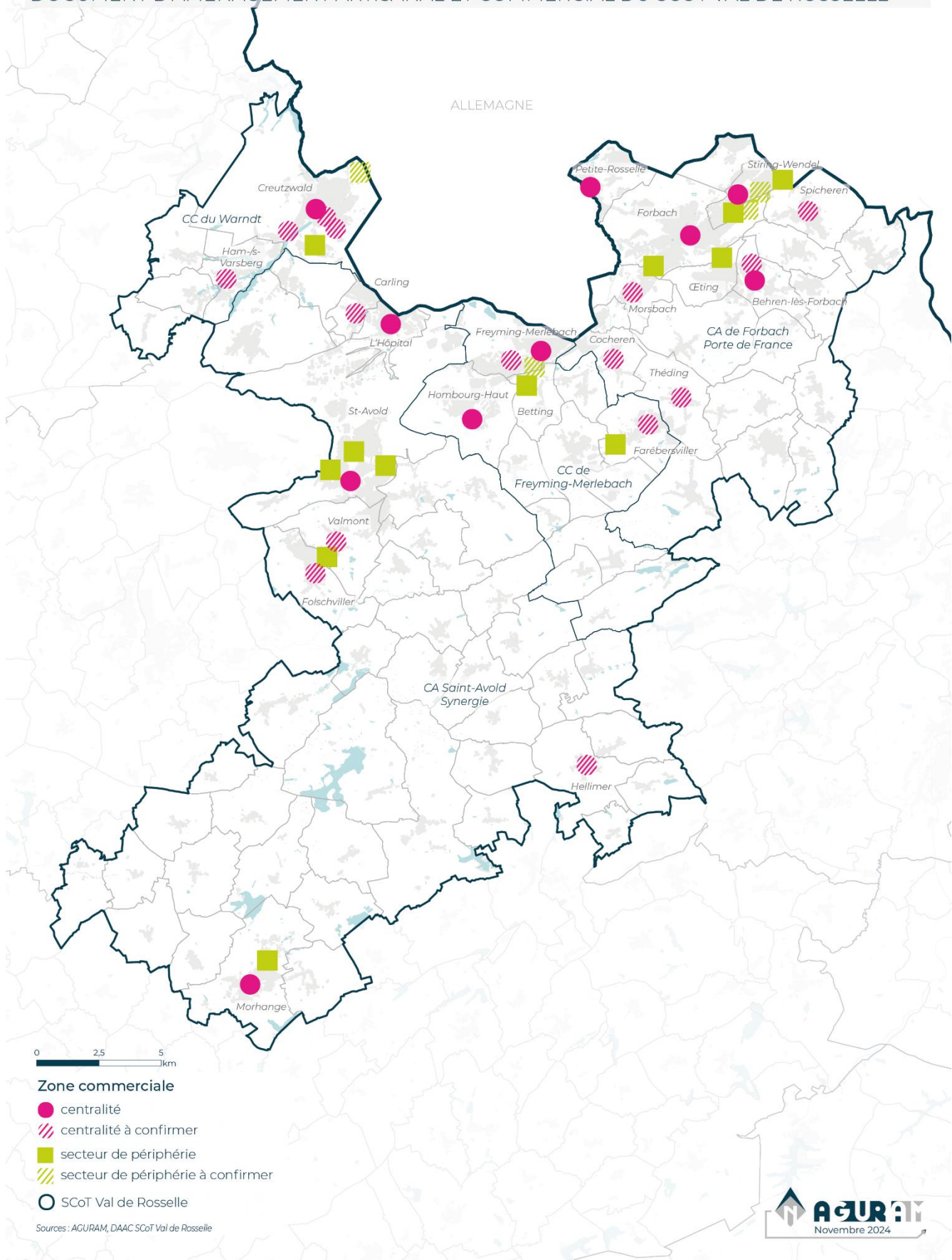
La volonté de ne pas y accueillir d'équipement commercial inférieur à 300 m² vise à favoriser le maintien et le développement du commerce de détail de proximité et de l'artisanat commercial dans les centralités urbaines.

Creutzwald – Parc d'activités sud



Centralités et secteurs de périphérie dans le SCoT Val de Rosselle

DOCUMENT D'AMÉNAGEMENT ARTISANAL ET COMMERCIAL DU SCOT VAL DE ROSSELLE



De manière générale, les zones commerciales de périphérie sont de qualité correcte à peu satisfaisante. Cela s'explique principalement par le fait qu'il s'agit de zones commerciales anciennes, où peu de travaux de requalification ont permis une amélioration qualitative des zones.

Il conviendra de déterminer les conditions d'implantation de nouveaux projets et de favoriser le renouvellement urbain de ces zones afin d'améliorer l'attractivité de l'offre par un environnement qualitatif et répondant aux attentes des consommateurs.

L'offre diffuse

En dehors des centralités et des polarités constituées, le territoire est maillé par une offre diffuse, qui s'implante de manière opportuniste, sous plusieurs formes :

- Une offre sur les flux, en bordure de route, notamment le long des départementales et nationales, qui peut être constituée de petites surfaces ou de moyennes surfaces, avec pour points communs le manque de compacité et l'absence de réflexion globale sur l'insertion du commerce. En découlent des problématiques fortes d'accessibilité et de mobilités : stationnement sauvage, entrées en drapeaux, absence de passages piétons et de sécurisation des mobilités piétonnes, avec des trottoirs étroits...
- Une offre positionnée sur les points nodaux, en particulier les ronds-points et carrefours structurants, qui constituent souvent une urbanisation. Ces développements commerciaux peuvent conduire à l'émergence de micro-polarités, et entraînent une "dispersion" des lieux de commerce sur le territoire.

Le nombre de commerces concernés est difficile à appréhender (au moins une vingtaine de GMS pour environ 25 000 m²), de même que la frontière entre le diffus et les pôles de périphérie. *Le cas des locomotives alimentaires ou autres commerces isolés sera traité dans la partie "secteurs de localisation" du DAAC.*

Dans ce contexte, la maîtrise des développements en diffus et la capacité à assurer une réelle cohérence sur l'organisation des lieux marchands sont les enjeux clés du territoire.

Dans le prolongement du DAAC, deux leviers peuvent permettre d'agir pour limiter ces développements :

- un travail dans les PLU en désignant des linéaires sur lesquels la destination commerciale (ou une sous-destination du commerce) est interdite ;
- la mobilisation par le maire du passage en CDAC pour les projets compris entre 300 m² et 1 000 m² de surface de vente.

À retenir

Un territoire globalement bien équipé en petits et grands commerces, avec une diversité de lieux, de formats de distribution et de secteurs d'activité

Une offre principalement située dans le nord du territoire à dominante urbaine et concentrant l'essentiel de la population, dans les villes-centres ou bien desservies par les voies de communication

Comme partout, une offre qui évolue de plus en plus vers les services commerciaux au détriment des activités de commerces « purs » ou de l'artisanat de production

Une commune sur deux sans commerce alimentaire (soit 12 % de la population) et des enjeux de maintien du commerce de proximité

Des centralités en perte de vitesse : taux de vacance élevé, fréquentation moindre et aménagements de qualité hétérogène

Des défis pour renforcer ou améliorer l'attractivité des zones commerciales : confort d'usage (sécurité, accessibilité, signalétique), qualité paysagère et architecturale (requalification, végétalisation, espaces publics, qualité du bâti) et qualité environnementale (consommation d'espace, écologie)

Des développements à maîtriser, notamment en diffus

Des territoires ruraux, peu denses, qui se tournent vers l'offre des SCoT voisins et du DUF.



03

Les flux de consommation

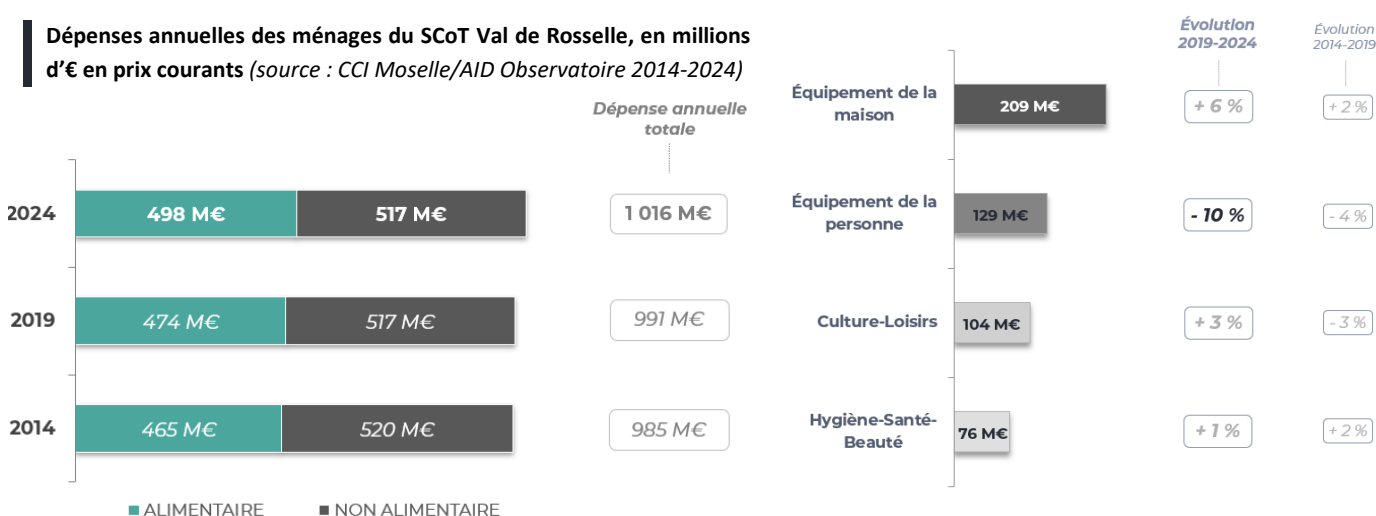
LES FLUX DE CONSOMMATION

Marché de consommation et fréquentation des formes et lieux de vente

Une hausse des potentiels de consommation

En 2024, les dépenses annuelles de consommation des ménages du Val de Rosselle s'élèvent à 1,016 milliard d'€, avec 498 millions d'€ en alimentaire et 517 millions d'€ en non alimentaire. Elles progressent de 30 millions d'euros par rapport à 2014, soit +3 %.

Le secteur alimentaire, avec 49 % du marché de consommation total (47 % en 2014), voit sa part progresser au fil des années au détriment du non alimentaire (51 % en 2024 contre 53 % en 2014).



L'équipement de la personne en difficulté

En non alimentaire, les dépenses liées à l'équipement de la personne continuent à décliner alors que les autres dépenses progressent, et tout particulièrement dans les catégories liées à l'amélioration de l'habitat et aux loisirs. Ces tendances reflètent des changements dans les habitudes de consommation, influencés par des facteurs économiques, technologiques et socioculturels.

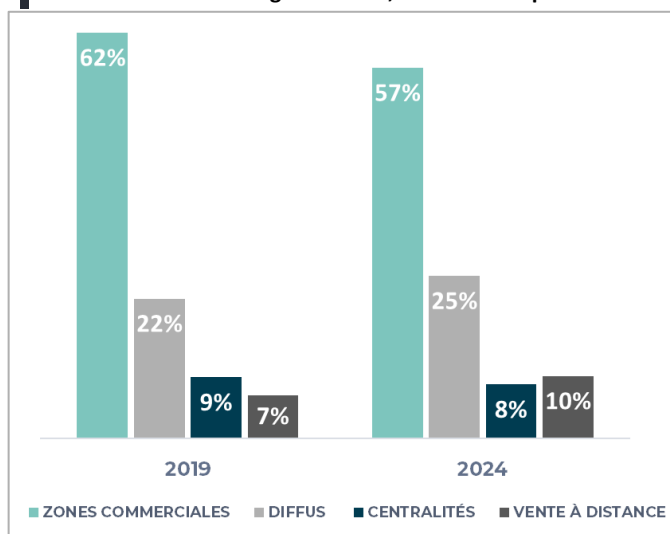
Fréquentation : grande distribution et zones commerciales privilégiées

Pour l'alimentaire, les consommateurs privilégient très largement la grande distribution (87 % des dépenses des ménages du SCoT et 85 % en Moselle). En 10 ans, la part de marché des hypermarchés s'est renforcée (+8 points en 10 ans, notamment grâce à l'implantation de l'hypermarché Auchan à Farébersviller) au détriment de celle des supermarchés (-8 points). Les petits commerces captent 10 % des dépenses et les marchés, 3%.

Pour le non alimentaire, les grandes surfaces spécialisées restent le format de distribution le plus fréquenté par les ménages du SCoT (37 % des dépenses en 2024, soit -2 points en 10 ans). Mais, les évolutions notables concernent : la forte progression de la vente à distance (18 % des dépenses en 2024 contre 12 % en 2014) et la diminution de la part de marché des petits commerces (16 % contre 25 %).

Près de 60 % des dépenses sont aujourd’hui réalisées dans les zones commerciales, et 1/4 dans le diffus (magasins isolés ou quartiers). Quant aux centralités, elles ne regroupent plus que 8 % des dépenses, dépassées par la vente à distance (10 %).

Destinations des ménages du SCoT, en % de la dépense commercialisable (source : CCI Moselle/AID Observatoire 2019-2024)



Ces évolutions indiquent une tendance à la dispersion des lieux d’achat vers le secteur diffus et la vente en ligne, et ce au détriment des zones commerciales et des centralités.

Attractivité commerciale du territoire

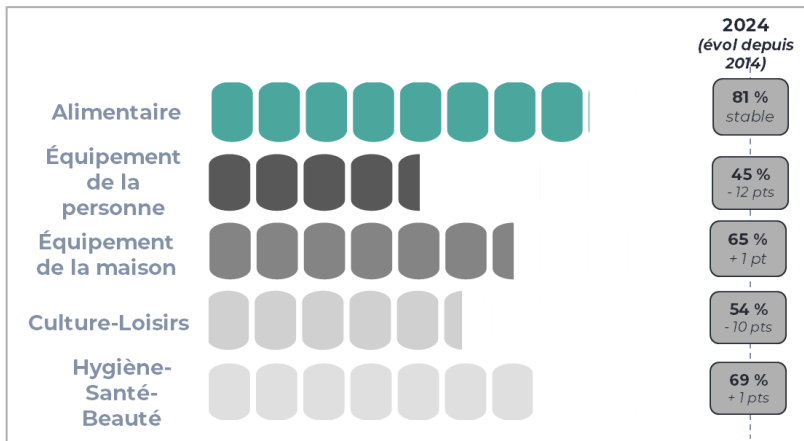
L’attraction commerciale du SCoT et les zones de chalandise

Un taux de rétention de 69 %

Le taux d’attraction interne, ou taux de rétention, traduit la capacité du commerce local à retenir la dépense de ses ménages. Avec 69 %, le taux dans le SCoT est plutôt élevé, avec 81 % en alimentaire (taux stable depuis 2014) et 58 % en non alimentaire (-5 points, notamment à cause de la baisse d’attraction de l’équipement de la personne et du culture-loisirs).

Et si le pôle Heckenwald de Longeville-lès-Saint-Avold était intégré dans le territoire compte tenu de sa situation géographique, le taux de rétention atteindrait 75 %.

Taux d’attraction interne (source : CCI Moselle/AID Observatoire 2014-2024)



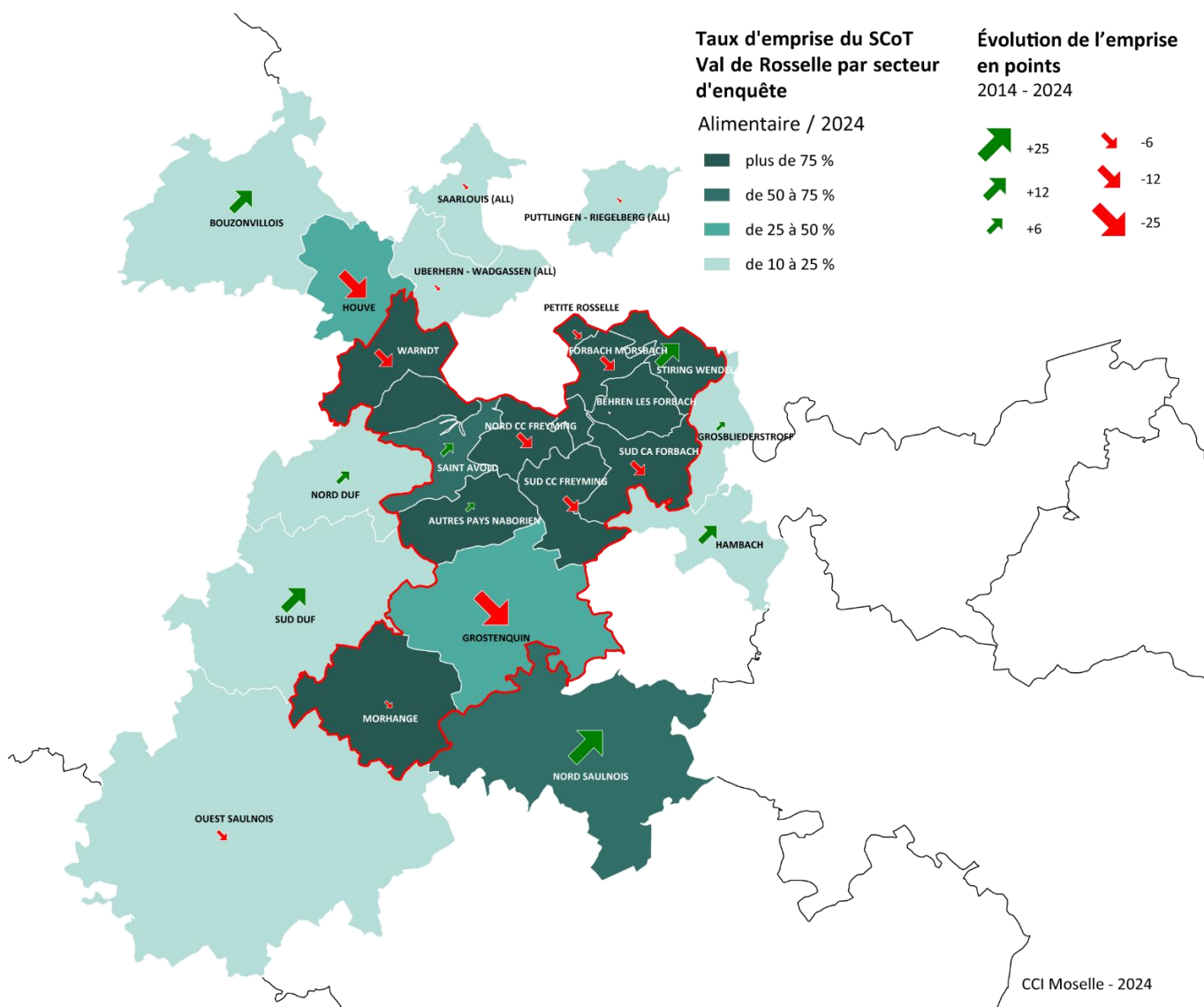
Des zones de chalandise d'environ 300 000 habitants

La zone de chalandise correspond à l'aire géographique au sein de laquelle les ménages sont amenés à consommer. Basée sur des taux d'emprise⁵ supérieurs à 10 %, cette zone théorique permet de cerner l'attractivité "large" de l'offre du SCoT Val de Rosselle.

En **alimentaire**, la zone de chalandise alimentaire regroupe 272 000 habitants. Elle reconstitue 88 % du chiffre d'affaires.

■ **La zone de chalandise alimentaire en 2024** (source : CCI Moselle)

⁵ part des dépenses des ménages réalisée sur le territoire du SCoT VDR

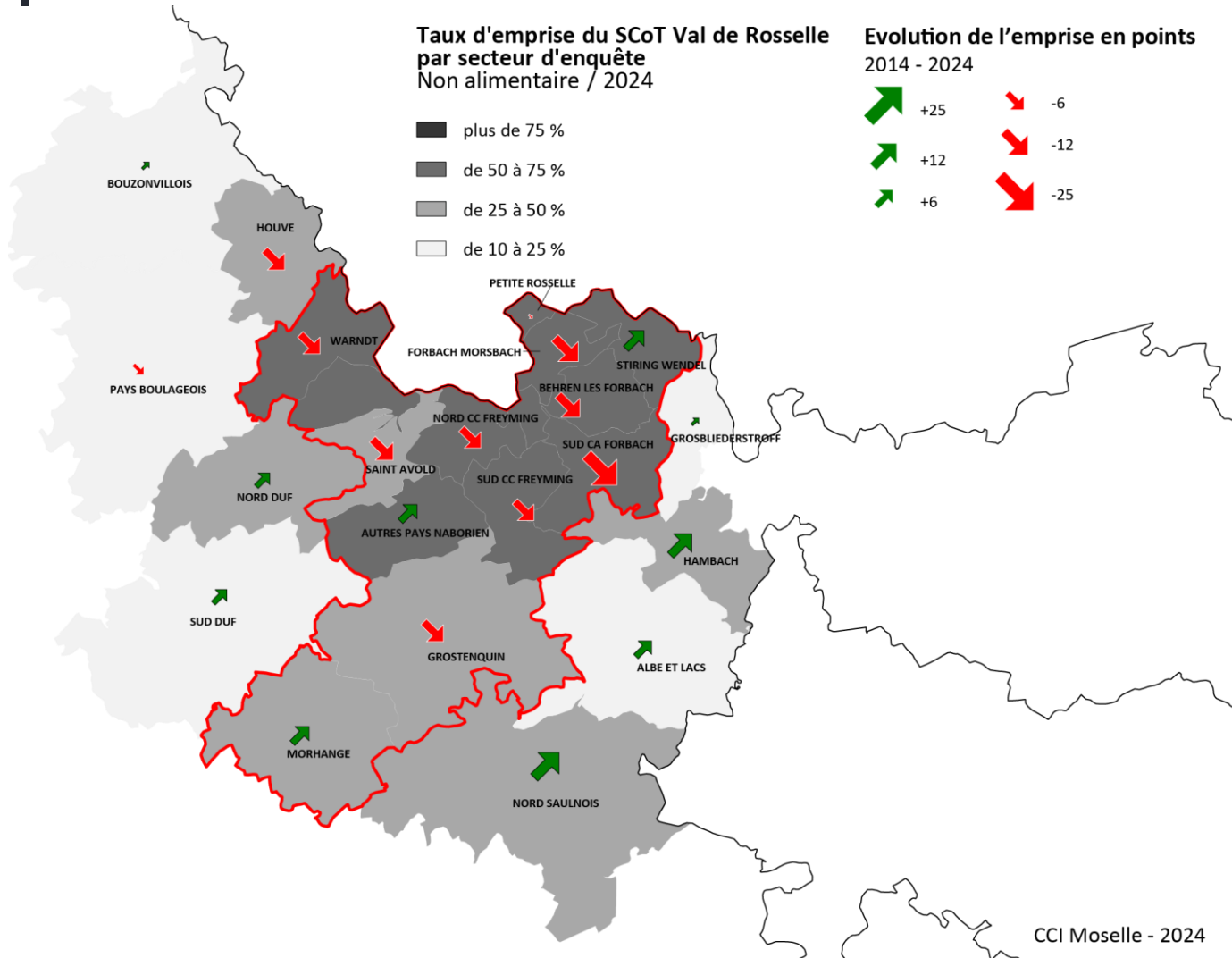


À l'exception du secteur rural de Grostenquin, sous l'influence commerciale du District de Faulquemont, le taux d'emprise de chaque secteur (pris isolément) est supérieur à 60 %, atteignant même 90 % pour le secteur de Behren-lès-Forbach.

Témoignant de l'attractivité externe du territoire, la zone de chalandise intègre des secteurs limitrophes du SCoT, quasiment tous en progression.

En **non alimentaire**, la zone de chalandise du SCoT capte 303 000 habitants, représentant 91 % du chiffre d'affaires reconstitué.

La zone de chalandise en non alimentaire en 2024 (source : CCI Moselle)



L'attractivité commerciale est globalement en diminution pour la majorité des secteurs internes au SCoT, en raison de l'érosion de leur taux de rétention. Cependant, certains secteurs montrent une amélioration, principalement ceux avoisinant le SCoT sur la partie sud, en lien notamment avec l'ouverture du centre commercial B'Est à Farébersviller.

Certains secteurs géographiques limitrophes du SCoT, tels que le Boulageois et Albe et Lacs, sont inclus dans cette zone, alors que l'Allemagne et l'Ouest Saulnois notamment en sont sortis.

Une évasion commerciale vers les territoires limitrophes et le e-commerce

31 % des dépenses des habitants du Val de Rosselle (soit 312 millions d'€) s'effectuent à l'extérieur du territoire :

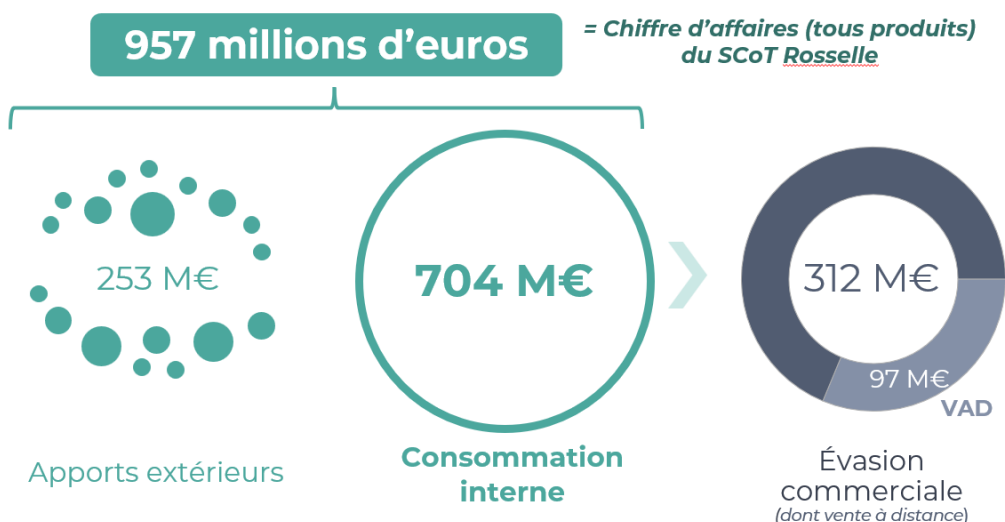
- principalement dans des territoires mosellans voisins (16 %), en particulier dans le District Urbain de Faulquemont (5 % dans la zone Heckenwald de Longeville-lès-Saint-Avold), dans la CA de Sarreguemines Confluences (zone de Neunkirch à Sarreguemines) et dans l'Eurométropole de Metz;
- la vente à distance (10 %, +4 points par rapport à 2014) ; elle atteint même 18 % pour les produits non alimentaires ;
- l'Allemagne (5 %, -3 points par rapport à 2014).

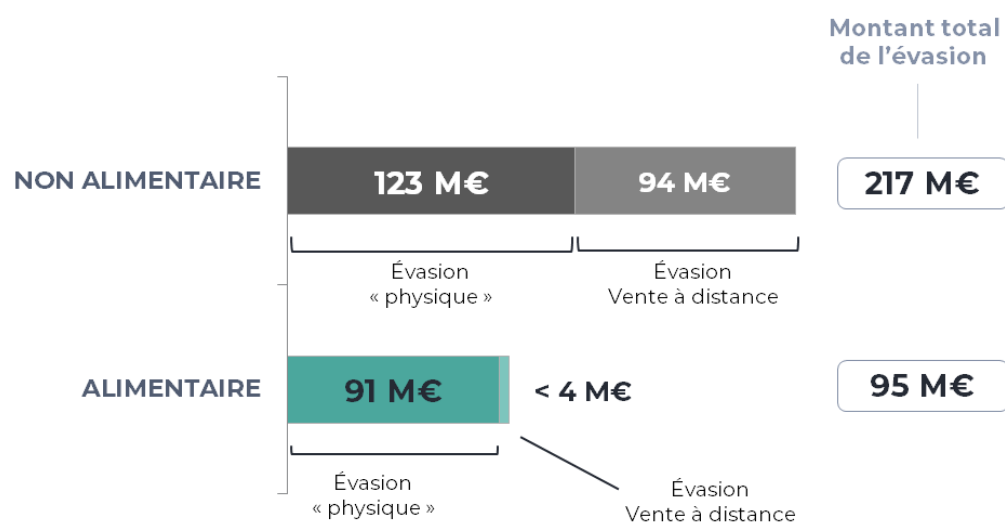
Cette évasion est plus particulièrement marquée dans le secteur non alimentaire (42 %), et notamment en équipement de la personne (55 %) et en culture-loisirs (46 %). La part de la vente à distance y est majeure.

Davantage d'attraction que d'évasion, avec en première destination d'évasion, le e-commerce

L'évasion commerciale des ménages est compensée en partie par les dépenses réalisées par les non-résidents, indiquant l'attractivité de l'appareil commercial du territoire. Cette attractivité est en nette progression et représente 26 % du chiffre d'affaires des commerces du Val de Rosselle (contre 19 % du CA en 2015).

■ Performance et évasion commerciales (source : CCI Moselle, AID Observatoire 2024)





À retenir

Un chiffre d'affaires des commerces du SCoT en progression, grâce aux apports extérieurs (surtout Moselle hors SCoT) alors que les apports internes diminuent

Une zone de chalandise d'environ 300 000 habitants

Un taux de rétention des dépenses des ménages du Val de Rosselle élevé (69 %), notamment en alimentaire (81 %), signe d'un appareil commercial globalement adapté à leurs besoins... mais en légère diminution (-2 points)

Une attraction externe qui progresse : élément positif prouvant l'attractivité de l'appareil commercial du territoire

Une évasion notable en non-alimentaire (42 %), dont près de la moitié réalisée par la vente à distance

Une érosion des flux de consommation frontaliers (en 2024, taux d'évasion tous produits avec l'Allemagne : 5 % et taux d'attraction : 10 %) ; par conséquent, une balance commerciale positive : 95 millions d'€ d'attraction contre 49 millions d'évasion

Une diminution de l'emprise des centralités au profit de l'offre diffuse et du e-commerce



04

Dynamiques de marché



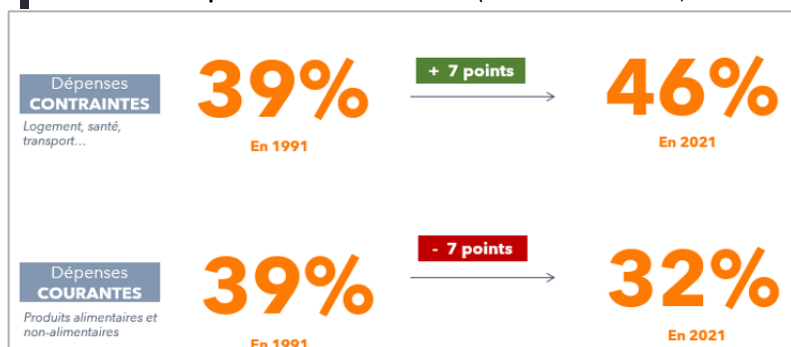
DYNAMIQUES DE MARCHÉ

Tendances de consommation nationales

Un budget de plus en plus contraint et des dépenses qui évoluent

Au fil des années, la répartition du budget des ménages a évolué : les dépenses contraintes (logement, santé, transport, etc.) ont progressé, passant de 39 % du budget en 1991 à 46 % en 2021, au détriment de la consommation courante (alimentation, habillement, culture-loisirs, etc.), passant de 39 % à 32 % du budget).

Évolution des dépenses entre 1991 et 2021 (source : CCI Moselle, INSEE-série de consommation, retraitement AID Observatoire)



Depuis 10 ans, les dépenses ont considérablement évolué, avec :

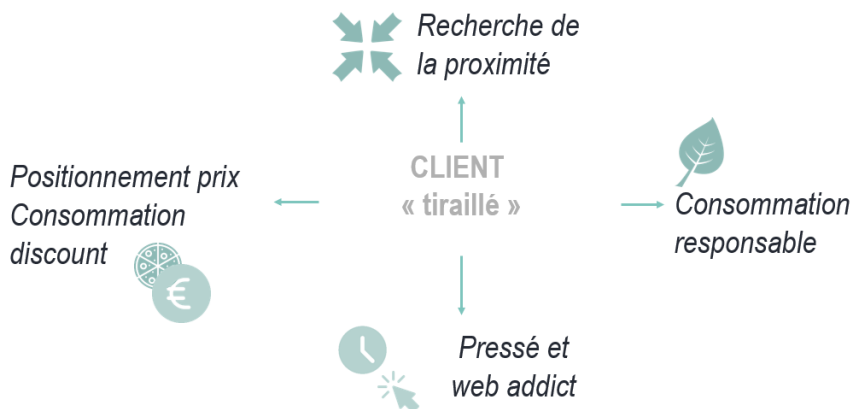
- une progression importante des dépenses de bricolage-jardinage (+10 %) et de restauration (+32 %) ;
- une diminution notable des dépenses d'équipement de la personne (-16 % : enseignes à bas coût, seconde main et consommation plus responsable avec une baisse de la demande) et de biens culturels (-25 % : location plutôt qu'achat).

Un client « tiraillé »

En 2024, le client est un consommateur tiraillé, avec des comportements contradictoires : entre des valeurs écoresponsables et de sobriété (consommer moins et sain), et l'hyperconsommation ou la consommation discount. Il recherche aussi la proximité, tout en consommant à tout moment sur internet.

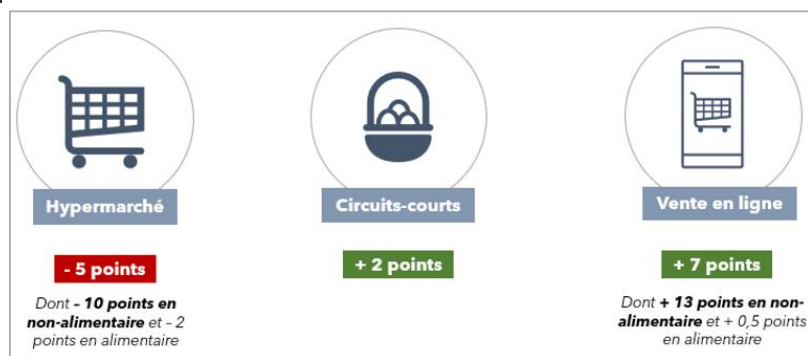
« Les plus fortes progressions dans les dépenses entre 2022 et 2023 : l'explosion du discount et de la seconde main ». (source : Procos, 2024)

Le profil client



En termes de fréquentation des différentes formes de vente, les ménages tendent à privilégier la proximité et les achats en ligne alors que la consommation dans les hypermarchés recule, interrogeant la pérennité de ce modèle, en particulier pour les hypermarchés de grande taille.

Évolution des circuits de distribution fréquentés par les Français entre 2011 et 2021 (source : INSEE, CCI Moselle)



Un commerce qui se renouvelle

Plusieurs mutations majeures :

- un retour de la proximité, avec davantage de services marchands (restauration rapide et traditionnelle) et moins de boutiques ainsi qu'une diversification des lieux et des formats d'achat maillant plus finement le territoire et les quartiers (petits formats alimentaires, développement des supérettes et alimentaires spécialisés) ;
- un développement du commerce numérique qui bouscule le commerce : click&collect, livreurs, drives piétons, consignes, casiers automatisés ;
- l'adaptation de la périphérie avec une diversification de l'offre vers les loisirs et la restauration ;
- un taux de vacance qui repart à la hausse.

Selon David Lestoux (sociologue urbaniste, rédacteur du rapport national sur les centres-villes pour le ministère de la Cohésion des Territoires à l'origine d'Action Cœur de Ville)

« On est plus sur une transformation commerciale que sur un déclin » : diminution de l'habillement, hausse du e-commerce, développement de nouveaux concepts (ex. concepts store si

loyer adapté à des commerçants en lancement, street food de bonne qualité, travail sur les facteurs de commercialité : habitat, services, accessibilité, piétonnisation...).

De nouveaux enjeux pour l'urbanisme commercial

Les évolutions démographiques, sociologiques et commerciales conduisent à de nouveaux enjeux que l'urbanisme commercial doit intégrer :

- Abandonner le modèle lié à la croissance mais valoriser le qualitatif et la requalification ;
- Abandonner la commercialité de certains secteurs ;
- Réenchanter avec les loisirs, le serviciel et l'expérientiel.

De nouveaux enjeux pour le commerce (source : Pascal Madry, Directeur, Institut pour la ville et le commerce)

Anciennes controverses	Nouvelles controverses	Incidences opérationnelles
Boutique/ Moyenne surface	Magasin/ Commerce hors magasin	Accessibilité Désirabilité Destination
Centre/ Périphérie	Espace public/ Espace numérique	Animation Parcours marchand
Commerçant/ Distributeur	Marchand/ Logisticien	Milieus innovateurs locaux



Centre commercial B'Est, Farébersviller



Les autorisations en CDAC

15 % des surfaces autorisées en Moselle depuis 2010

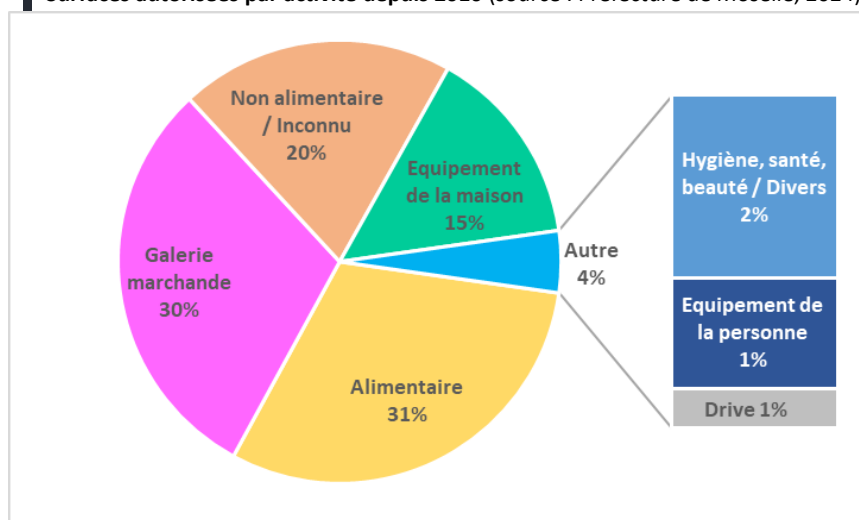
Les projets de création ou d'extension de magasins de commerce de détail supérieurs à 1 000 m² de surface de vente sont soumis à une autorisation d'exploitation commerciale donnée par la Commission départementale d'aménagement commercial (CDAC).

Près de 90 000 m² ont été autorisés à l'échelle du SCoT par la CDAC depuis 2010, principalement dans 4 communes. Farébersviller (29 600 m²), Creutzwald (18 800 m²), Saint-Avold (14 000 m²) et Forbach (9 000 m²) concentrent en effet 80 % des surfaces. Les autres autorisations concernent Betting (5 000 m²), Valmont (5 000 m²), Freyming-Merlebach (2 400 m²), Morhange (2 000 m²) et Oeting (1 800 m²).

Le SCoT a autorisé 15 % des surfaces acceptées en Moselle (600 000 m²) ; volume conséquent malgré l'évolution démographique négative de son territoire.

Les autorisations concernent plus particulièrement l'alimentaire, les galeries marchandes (surtout B'est mais aussi notamment à Creutzwald et Forbach), l'équipement de la maison (surtout Point vert et Jardi ou bâti Leclerc) ainsi que des surfaces non alimentaires ou non connues.

Surfaces autorisées par activité depuis 2010 (source : Préfecture de Moselle, 2024)



Parmi ces surfaces autorisées, 12 500 ont été refusées en commission nationale (CNAC) : Lidl à Creutzwald et Valmont, Point vert dans la zone est à Saint-Avold et 9 cellules alimentaires et non alimentaires à Creutzwald.

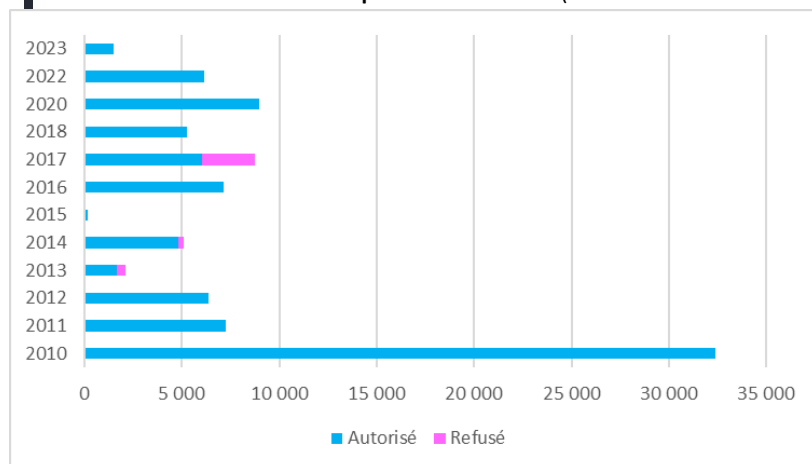
Un ralentissement des demandes d'autorisation

Pendant plusieurs décennies, les évolutions ont pu être liées à la forte instabilité législative concernant les procédures d'autorisation (de 1996 à 2008 : CDEC à partir de 300 m² et depuis 2008 : CDAC 1000 m²). Aujourd'hui, le ralentissement des autorisations au niveau national et local marque la fin d'un cycle d'expansion de l'immobilier commercial, au-delà de l'encadrement législatif renforcé dans les SCoT, DAAC ou PLU.

Le Val de Rosselle est passé, en moyenne, de 15 000 m² par an pendant les années 2000-2010, puis à 7 000 m² en 2010-2020 à 4 000 m² pour les années 2020.

2010 a une année phare avec l'autorisation de B'est à Farébersviller (28 600 m²), qui avait été refusé en CNAC l'année précédente avec une surface plus importante. Et 2017 a été marquée par les refus de 2 000 m² dans la Zone Europa à Forbach et de 800 m² à Betting.

Surfaces autorisées et refusées par an dans le SCoT (source : Préfecture de Moselle, 2024)



Farébersviller – Zone commerciale B'est



En 2024, seulement 3 dossiers ont été présentés en CDAC à l'échelle de la Moselle, dont une extension de 247 m² d'Aldi à Cap3000 à Morhange.

Principalement en secteurs de périphérie

Les dossiers concernent la périphérie (8 dossiers sur 10 et 90 % de surfaces), mais également des secteurs en diffus (2 dossiers sur 10 et 10 % des surfaces). Aucun dossier ne concerne les centralités.

À retenir

Une décorrélation entre le rythme de croissance démographique et la croissance des mètres carrés de surfaces de vente sur des marchés plutôt bien couverts

Peu de mètres carrés de surfaces de vente supplémentaires dans les centralités

Un développement commercial à mettre en phase avec :

- les objectifs résidentiels du territoire ;
- les nouveaux enjeux du commerce : évolution des consommateurs et des acteurs du commerce (valoriser le qualitatif, travailler les parcours marchands, développer les nouveaux concepts)

05.

Synthèse et enjeux



SYNTHÈSE ET ENJEUX

Perception des acteurs

Des enjeux communs exprimés lors des entretiens

Il en ressort une convergence tant sur les **centralités** que sur les **pôles de "grands commerces"** que l'on peut résumer en trois points :

1/ La nécessité de **travailler sur l'existant**, la vacance commerciale et les friches urbaines et commerciales.

2/ De fait, la nécessité **d'apaiser le développement et de fixer des règles du jeu** qui permettent à l'ensemble des activités déjà en place de se moderniser et se requalifier, ce qui vaut pour les centralités mais aussi pour certains lieux de périphérie ou des formats spécifiques. Attention le **niveau d'ambition de régulation** des implantations n'est pas toujours commun aux 4 EPCI.

3/ Sur le **volet qualitatif**, une vision partagée pour développer une hausse qualitative de l'offre, en particulier sur les volets « lisibilité, compacité et insertion du stationnement ».

Synthèse des entretiens

Centralités	Pôles de périphérie	Offres en diffus
Des <u>centres-villes fragilisés</u> qui peinent à retrouver une dynamique	Un pôle structurant par EPCI qui semble répondre aux <u>modes de consommation</u> des habitants	Des GMS situés à la <u>frontière immédiate avec la Sarre</u> qui réussissent à attirer une clientèle allemande
Des <u>politiques de revitalisation</u> (ORT, ACV, PVD) qui n'ont pas encore montré tous leurs effets	Une <u>accessibilité majoritairement en voiture</u> , correspond au mode de vie dominant dans les territoires	Une offre supplémentaire et souvent fragile, qui contribue à la <u>surdensité</u>
Retrouver une nouvelle <u>attractivité pour le centre-ville</u> : revivifier, redensifier, travailler sur l'animation	Des <u>pôles commerciaux</u> qui proposent une offre complète et des animations de type « centre-ville »	Une <u>dilution des centralités commerciales</u> , en continuité urbaine le long des grands axes de communication
Des <u>linéaires commerçants</u> en grande difficulté (Freyming, Forbach, Saint Avold, Creutzwald)	Des pôles de périphérie assez proches des centres-villes et des espaces résidentiels	Une offre adossée au flux de passage, qui s'est développé aux <u>abords des ronds-points</u>
Une <u>offre de proximité</u> (petite et moyenne surfaces) dans les quartiers à conserver	Des espaces plutôt <u>denses, mais peu qualitatif</u>	<u>Limiter l'offre à proximité des ronds-points</u> pour les rediriger vers les petites centralités et les quartiers
<u>Maintenir les services</u> aux habitants dans les centralités	Des espaces privés qui laissent peu de place à des <u>réflexions d'ensemble</u>	Travailler sur les <u>entrées de ville</u> , avec une stratégie et des réflexions d'ensemble
Des commerces en difficultés en raison d'un <u>contexte urbain peu qualitatif</u>	Une offre pléthorique en alimentaire	

Des friches urbaines qui pourraient accueillir des projets phares dans les centres villes	Réguler est nécessaire, pour empêcher la création de nouvelles zones	
	Veiller à limiter les concurrences inutiles entre les 4 EPCI du SCoT	

Quelques analyses marquantes

En centralité

Constats	Enjeux
« Les déplacements d'enseignes sont assez fréquents »	« Lutter contre la vacance commerciale dans le centre-ville »
« Le centre-ville s'est aussi appauvri car l'offre de périphérie s'est beaucoup développée »	« Anticiper sur l'évolution des bâtiments des enseignes en difficulté »
« il faudrait retrouver des points d'attraction au centre-ville »	« La priorité serait de retrouver une nouvelle attractivité pour le centre-ville : revivifier, redensifier, travailler sur l'animation »
« Quel avenir, quelles fonctions imaginer pour nos centres-villes en déclin ? »	« Des friches urbaines qui pourraient accueillir des projets phares dans les centres villes »

En périphérie

Constats	Enjeux
« La population est captive d'enseignes nationales. C'est plus difficile pour les enseignes locales. »	« Veiller à limiter les concurrences inutiles entre les EPCI du SCoT »
« Il est parfois compliqué de se résoudre à fortement réguler, au risque de faire partir des commerces ailleurs, alors que les opportunités sont rares »	« Réguler est nécessaire, pour empêcher la création de nouvelles zones »
« Des restructurations d'enseignes nationales à anticiper avec l'apparition de friches commerciales »	« Travailler sur les entrées de ville, avec une stratégie et des réflexions d'ensemble »
« Quand un local se vide dans une zone d'activité, il n'y pas de problème de friche, il est rapidement réinvesti »	« Interdire les food place en périphérie et développer une offre en cœur de ville »
« B'est n'est pas vraiment une concurrence pour le centre-ville, car il ne vise pas le même public »	« Considérer les zones mixtes (activités, habitat, services) comme support d'implantation au commerce de proximité »
	« Permettre la réhabilitation des sites, et l'évolution du bâti existant »

En diffus

Constats	Enjeux
« Les commerces de ronds-points ont phagocyté le commerce de centre-ville »	« Travailler sur les entrées de ville, avec une stratégie et des réflexions d'ensemble »
« On constate une sur-représentation des enseignes alimentaires »	« Limiter l'offre à proximité des ronds-points pour les rediriger vers les petites centralités et les quartiers »
« Une offre adossée au flux de passage, qui s'est développé aux abords des ronds-points »	
« Avoir ça ici, c'est mieux qu'un No man's land »	
On assiste à une dilution des centralités commerciales, en continuité urbaine le long des grands axes de communication	

Des GMS situés à la frontière immédiate avec la Sarre qui réussissent à attirer une clientèle allemande

Les zones artisanales ont parfois besoin de bénéficier de points de vente aux particuliers (énergies, bâtiments, etc.),

Rapport d'étonnement

1. Une **vacance** préoccupante en centre-ville, notamment sur les linéaires marchands principaux.

Les situations sont contrastées selon les centres-villes, et des politiques publiques sont mises en œuvre dans les polarités principales : dispositifs Action cœur de ville, Petites Villes de demain, Opération de Revitalisation de Territoire (ORT) sont engagés. Des réflexions sur l'avenir des centralités sont en cours. Pour leur redonner une attractivité, le resserrement des linéaires commerciaux est à l'étude.



Saint Avold



Creutzwald



Forbach

2. La transformation des **bâtiments vacants et en friche** : Quelles obligations avant la réalisation de nouveaux projets ?

On assiste à une croissance des friches notamment commerciales, souvent liées à des déplacements de magasins. Ces implantations anciennes que l'on retrouve plutôt dans les espaces urbains sont marquées par une forte imperméabilisation et un manque d'optimisation foncière. Le devenir de ces espaces interroge et invite à trouver de nouvelles vocations et de nouvelles fonctions urbaines. Des projets de réaménagement global sont en cours, comme à Freyming-Merlebach, où la friche des Alliés laissera la place à un nouveau quartier (mixité des fonctions urbaines).



Creutzwald, rue de la gare - friche Lidl



Freyming-Merlebach, friche des Alliés

3. Le développement des **niches commerciales** dans les centres-villes, sans oublier le besoin de commerces de proximité

Des nouvelles offres s'implantent désormais dans les centres-villes, contribuant à maintenir une vitalité commerciale. Cependant, cela ne doit pas se faire au détriment d'autres besoins comme celui du besoin commerces de proximité. Les ACV (ORT) relèvent davantage de l'animation commerciale que des stratégies d'implantation. Leurs réussites se jouent également dans leur complémentarité aux espaces de périphérie.



Creutzwald, centre-ville

4. Les **zones commerciales importantes**, localisées en entrée de ville qui concentrent l'essentiel des commerces et des dépenses

Elles concentrent l'essentiel des commerces et des dépenses, mais aussi d'importants défis pour en faire des quartiers de vie: environnement (décret tertiaire), foncier (artificialisation, densification), mobilités alternatives, etc. Elles posent notamment deux questions majeures: comment concilier réponse aux besoins et dynamique des cœurs de bourgs ? Comment anticiper la reconversion de



Creutzwald, Parc d'activités Sud

certaines espaces, surcapacités commerciales ?



Saint-Avold, RD633



Farébersviller, B'EST

5. Un maillage étroit entre **la fonction commerciale et de production** dans certaines zones d'activités.

Les zones d'activités en cours d'aménagements, les espaces en reconversion ou en développement sont souvent source d'imbrication de plusieurs types d'activités économiques qui n'ont pas les mêmes besoins en termes d'aménagements ni les mêmes contraintes. Faut-il clarifier les usages pour donner plus de lisibilité aux différentes activités ou laisser faire ces mosaïques issues le plus souvent de choix par défaut ou d'absence de stratégie?



Stiring-Wendel, ZI de la Heid



Creutzwald, Parc d'activités Sud

6. Les ensembles commerciaux avec des petites cellules, potentielle concurrence avec les centres-villes

Les centres commerciaux singent les ambiances de centre-ville en reprenant les codes des boutiques. On voit émerger de nouveaux formats boutiques implantés dans les zones commerciales de périphérie. Ils accueillent des enseignes historiquement présents dans les centres villes.



Longeville LSA, Heckenwald



Betting, ZA Leclerc galerie



Farebersviller, B'EST galerie

7. Développement de **petit retail alimentaire**

Implantés sur une logique d'opportunité de flux, souvent en périphérie immédiate des centres-villes, cette nouvelle offre alimentaire se compose d'ensemble de cellules commerciales petit format, appelés également Foodplace. Ces nouveaux concepts modernisent l'offre mais contribuent à affaiblir les centralités.



Saint-Avoid, Agora



Creutzwald, Parc d'activités Sud

8. Les **zones commerciales**, à requalifier ?

Réparties de manière équilibrée dans les quatre EPCI du SCoT, les zones commerciales sont parfois vieillissantes, peu denses et aménagées dans des logiques d'opportunités, négligeant la cohérence d'ensemble. On pressent la nécessité de mener des actions sur la qualité des aménagements, le cadre de vie, et le paysage: accessibilité (mobilités alternatives), changement d'usages, densité, etc. Ces espaces sont aussi un gisement potentiel pour les activités hors commerce, du logement, notamment en entrée de ville.



Forbach, Zone Europa



Forbach, Zone Europa Cora

9. Le **développement du discount et du e-commerce**... ici comme ailleurs

Les nombreuses implantations des enseignes discount (Aldi, Lidl, Noz, Action, etc.) témoignent du changement de comportements de consommations des habitants, qui plébiscitent des formats intermédiaires que l'on retrouve à la fois dans les quartiers et dans les espaces commerciaux de périphérie. Les points relais de livraison se font plus visibles, véritables marqueurs de l'essor de la vente à distance, qui connaît un essor fulgurant grâce au numérique depuis la pandémie de Covid19.



Betting, ZA Leclerc



Forbach, RN3

10. Une **offre frontalière**, appréciée des ménages français

La proximité géographique, les déplacements domicile travail, l'attrait de produits traditionnels ou meilleur marché ont ancré la consommation dans les enseignes sarroises de longue date. Cette offre est-elle complémentaire et/ou concurrente ? Ces formats de proximité (?) diffèrent du modèle des hypermarchés français.



Sarrebruck, Hirtenwies



Uberherrn

Forces et faiblesses

<p>Atout</p> <p>Une offre commerciale, artisanale et de grandes surfaces bien réparties à l'échelle du territoire : une offre accessible à l'ensemble des ménages du Val de Rosselle.</p> <p>Un faible taux d'évasion, révélateur d'une offre commerciale adaptée aux différents besoins des résidents.</p> <p>Une offre commerciale complète, portée par des zones commerciales importantes, localisées en entrée de ville qui concentrent l'essentiel des commerces et des dépenses</p>	<p>Faiblesse</p> <p>Des zones d'activités mixtes mêlant activités marchandes et activités économiques, et mutation de locaux industriels en structures commerciales.</p> <p>Des zones commerciales très peu qualitatives (qualité paysagère, mutualisation des espaces et des bâtiments,</p> <p>Des centres-villes qui peinent à maintenir une offre commerciale attractive et diversifiée.</p> <p>Une dynamique démographique en berne qui aura un effet sur les besoins de consommation et donc à terme sur l'offre</p>
<p>Opportunités</p> <p>Une complémentarité offres de centre-ville et de périphérie à articuler</p> <p>Des politiques de revitalisation des centres-villes déployées dans les quatre polarités urbaines</p> <p>Des réflexions pour réinventer les centres-villes</p> <p>Une situation frontalière qui permet à la fois de compléter la diversité commerciale apportée aux les résidents (achat ciblés) et d'ouvrir les commerces français à la clientèle sarroise.</p> <p>Des marchés de plein vent toujours fréquentés et vecteurs d'animation dans les centralités</p> <p>Un potentiel de développement des circuits courts pour les produits locaux</p>	<p>Menaces</p> <p>La montée en puissance de l'e-commerce et le poids de l'offre de périphérie qui fragilisent la qualité et la quantité de l'offre en centre-ville, avec la disparition des librairies, équipement de la personne, etc.</p> <p>Une vacance préoccupante dans les centres-villes</p> <p>Le développement d'une offre en diffus, souvent à proximité des ronds-points conduit diluer l'offre commerciales au détriment des petites centralités et des quartiers.</p>

Enjeux et perspectives

Le territoire du SCoT du Val de Rosselle cherche à la fois un nouveau souffle économique et à encadrer les implantations commerciales, notamment pour maintenir un certain niveau d'attractivité et d'animation dans les centres-villes.

Le territoire bénéficie d'une densité commerciale élevée, résultats de développements extensifs, en dépit d'une faible dynamique démographique.

A l'instar des dynamiques nationales ou sarroises, les marchés se restructurent, les formats évoluent pour accompagner les modes de consommation et les niveaux de vie des résidents.

Si la plupart des besoins sont couverts et plutôt bien répartis sur le territoire, la modernisation de l'offre se poursuit, générant de nouvelles friches commerciales et une forte vacance dans les centres-villes.

En matière d'attractivité, la qualité des espaces commerciaux périphériques peut tangiblement être améliorée, afin d'en faire des lieux de vie accueillants et favorisant la rencontre. L'imbrication avec les activités de production, qui demandent des aménagement spécifiques, nuit à la lisibilité des zones commerciales.

La dynamique de la vente à distance, portée par le numérique s'avère irrésistible, vient concurrencer l'offre physique et provoquer et/ou combler la faiblesse de certains segments de l'offre non alimentaire (habillement, culture, etc.).

Les principaux enjeux en matière commerciale

Attractivité et proximité

Une attraction commerciale interne élevée mais qui diminue en non alimentaire

> Répondre aux besoins de la population : personnes âgées, jeunes, familles, les non mobiles/peu mobiles

Maintenir la population et en attirer, notamment des familles, grâce à des aménagements de qualité

> Agir sur l'urbanisme, les équipements, les commerces...

Une attraction externe qui augmente

> Continuer à attirer les voisins (Allemagne, Sarreguemines, DUF) et articuler l'offre commerciale du territoire, avec une proposition de qualité, et différenciante

> Dialoguer avec les partenaires sarrois en matière d'aménagement commercial

Une dynamique démographique susceptible d'impacter à terme le potentiel de consommation

> Abandonner le modèle lié à la croissance

Qualité de l'offre

S'adapter aux changements de modes de consommation et permettre l'évolution des formats

> Privilégier le serviciel, l'expérientiel, l'animation plutôt qu'une offre nouvelle de surface de vente

> Adapter les équipements et bâti au format de distribution de la vente à distance

> Encadrer les déplacements de magasins pour favoriser les extensions / requalifications sur site et éviter l'apparition de friches commerciales

Résorber la vacance commerciale et favoriser le réinvestissement des friches

> Permettre la mutation du bâti et son réemploi

> Favoriser la mixité des fonctions urbaines, notamment dans les secteurs contigus des espaces résidentiels

Améliorer la lisibilité et la qualité des commerces sur les grands axes (RN, RD...)

> recentrer, concentrer l'offre sur certains secteurs et limiter drastiquement l'offre diffuse

Zones commerciales

Améliorer la qualité et la lisibilité des pôles de périphérie

> Agir sur l'accessibilité, les aménagements extérieurs, le stationnement

> Eviter l'imbrication des activités commerciales avec les activités de production

Une densité commerciale importante

> Limiter les développements futurs et requalifier l'existant

Centralités

Réinventer le commerce de centre-ville et y développer d'autres fonctions et services en lien avec les ORT, ACV et PVD

>Permettre le développement de surface de taille intermédiaire à destination des artisans commerçants

>Conforter le rôle des marchés de plein vent et la vente des produits locaux en circuits-courts

4 enjeux structurants pour guider la construction du DAAC

1/ Accompagner les mutations (formats, modernisation) et le développement des commerces

Maintenir les grands équilibres en place et permettent l'émergence de nouveaux concepts commerciaux en veillant à ne pas augmenter le volume d'offre actuelle qui satisfait aux besoins d'un territoire en déprise démographique.

2/ Requalifier et valoriser l'existant

Favoriser le réemploi des bâtiments vacants et des friches, quel que soit le contexte (centralité urbaine, zone d'activité commerciale de périphérie), tout en permettant l'évolution des constructions isolées vers d'autres fonctions urbaines (équipements, résidentiels, etc.).

3/ Redéfinir le rôle des centralités, lieux de vie des polarités urbaines du SCoT

Réinventer les centres-villes, en s'appuyant sur les programmes engagés par les collectivités afin d'introduire davantage de services, d'animation, et de culture, tout en permettant l'accès à un offre commerciale de proximité

4/ Renforcer la résilience des espaces commerciaux face aux transitions écologique et énergétique

Limiter les consommations foncière et énergétique liés aux équipements commerciaux dans le respect des dispositions de la loi Climat & résilience, par la promotion de bâtiments innovants (isolation, matériaux, production d'énergie, etc.), accessibles tous modes, avec des aménagements favorisant la biodiversité, la qualité paysagère et les rencontres, en optant pour des implantations denses et facilement évolutives.



Annexes



Nomenclature des activités

Commerces, services et artisanat commercial (97 activités retenues pour l'analyse de l'offre commerciale de proximité, dont 61 relevant du champ du DAAC.

Code APE	Libellé	DAAC	Secteurs d'activités
4711D	Supermarchés	DAAC	Alimentaire
4711E	Magasins multi-commerces	DAAC	Équipement de la personne
4711F	Hypermarchés	DAAC	Alimentaire
4711A	Commerce de détail de produits surgelés	DAAC	Alimentaire
4711B	Commerce d'alimentation générale	DAAC	Alimentaire
4711C	Supérettes	DAAC	Alimentaire
4719A	Grands magasins	DAAC	Divers
4719B	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé	DAAC	Divers
4725Z	Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé	DAAC	Alimentaire
4724Z	Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé	DAAC	Alimentaire
4726Z	Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4729Z	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé	DAAC	Alimentaire
4722Z	Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé	DAAC	Alimentaire
4721Z	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	DAAC	Alimentaire
4723Z	Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé	DAAC	Alimentaire
4730Z	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé	pas DAAC	Automobiles, motos
4741Z	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4742Z	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4743Z	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4753Z	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé	DAAC	Équipement de la maison
4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé	DAAC	Équipement de la maison
4752A	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m ²)	DAAC	Équipement de la maison
4752B	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m ² et plus)	DAAC	Équipement de la maison
4751Z	Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé	DAAC	Équipement de la maison
4759A	Commerce de détail de meubles	DAAC	Équipement de la maison
4759B	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	DAAC	Équipement de la maison
4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4762Z	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4763Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4764Z	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4765Z	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé	DAAC	Culture, loisirs
4771Z	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé	DAAC	Équipement de la personne
4776Z	Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé	DAAC	Équipement de la maison
4779Z	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin	DAAC	Divers
4778A	Commerces de détail d'optique	DAAC	Hygiène, santé, beauté
4778B	Commerces de détail de charbons et combustibles	DAAC	Divers
4778C	Autres commerces de détail spécialisés divers	DAAC	Divers
4777Z	Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé	DAAC	Équipement de la personne
4774Z	Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé	DAAC	Hygiène, santé, beauté
4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage	DAAC	Équipement de la personne
4772A	Commerce de détail de la chaussure	DAAC	Équipement de la personne
4773Z	Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé	pas DAAC	Hygiène, santé, beauté

Code APE	Libellé	DAAC	Secteurs d'activités
4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé	DAAC	Hygiène, santé, beauté
1013B	Charcuterie	DAAC	Alimentaire
1071B	Cuisson de produits de boulangerie	DAAC	Alimentaire
1071C	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie	DAAC	Alimentaire
1071D	Pâtisserie	DAAC	Alimentaire
3212Z	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie	DAAC	Équipement de la personne
3213Z	Fabrication d'articles de bijouterie fantaisie et articles similaires	DAAC	Équipement de la personne
7120A	Contrôle technique automobile	pas DAAC	Automobiles, motos
7420Z	Activités photographiques	DAAC	Services à la personne
9511Z	Réparation d'ordinateurs et d'équipements périphériques	DAAC	Services à vitrine
9512Z	Réparation d'équipements de communication	DAAC	Services à vitrine
9521Z	Réparation de produits électroniques grand public	DAAC	Services à vitrine
9522Z	Réparation d'appareils électroménagers et d'équipements pour la maison et le jardin	DAAC	Services à vitrine
9523Z	Réparation de chaussures et d'articles en cuir	DAAC	Services à la personne
9524Z	Réparation de meubles et d'équipements du foyer	DAAC	Services à vitrine
9525Z	Réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie	DAAC	Services à la personne
9529Z	Réparation d'autres biens personnels et domestiques	DAAC	Services à vitrine
9601B	Blanchisserie-teinturerie de détail	DAAC	Services à la personne
9602A	Coiffure	DAAC	Services à la personne
9602B	Soins de beauté	DAAC	Services à la personne
9603Z	Services funéraires	DAAC	Services à la personne
9609Z	Autres services personnels n.c.a.	DAAC	Services à la personne
4511Z	Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers	pas DAAC	Automobiles, motos
4519Z	Commerce d'autres véhicules automobiles	pas DAAC	Automobiles, motos
4520A	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	pas DAAC	Automobiles, motos
4520B	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	pas DAAC	Automobiles, motos
4532Z	Commerce de détail d'équipements automobiles	pas DAAC	Automobiles, motos
4540Z	Commerce et réparation de motocycles	pas DAAC	Automobiles, motos
5310Z	Activités de poste dans le cadre d'une obligation légale	pas DAAC	Services à vitrine
5510Z	Hôtels et hébergement similaire	pas DAAC	Hôtels, cafés, restaurants
5610A	Restauration traditionnelle	pas DAAC	Hôtels, cafés, restaurants
5610B	Cafétérias et autres libres-services	pas DAAC	Hôtels, cafés, restaurants
5610C	Restauration de type rapide	pas DAAC	Hôtels, cafés, restaurants
5621Z	Service des traiteurs	pas DAAC	Hôtels, cafés, restaurants
5630Z	Débites de boissons	pas DAAC	Hôtels, cafés, restaurants
6419Z	Autres intermédiations monétaires	pas DAAC	Services à vitrine
6512Z	Autres assurances	pas DAAC	Services à vitrine
6622Z	Activités des agents et courtiers d'assurances	pas DAAC	Services à vitrine
6831Z	Agences immobilières	pas DAAC	Services à vitrine
7711A	Location de courte durée de voitures et de véhicules automobiles légers	pas DAAC	Services à vitrine
7711B	Location de longue durée de voitures et de véhicules automobiles légers	pas DAAC	Services à vitrine
7721Z	Location et location-bail d'articles de loisirs et de sport	pas DAAC	Services à vitrine
7722Z	Location de vidéocassettes et disques vidéo	pas DAAC	Services à vitrine
7729Z	Location et location-bail d'autres biens personnels et domestiques	pas DAAC	Services à vitrine
7733Z	Location et location-bail de machines de bureau et de matériel informatique	pas DAAC	Services à vitrine
7810Z	Activités des agences de placement de main d'œuvre	pas DAAC	Services à vitrine
7820Z	Activités des agences de travail temporaire	pas DAAC	Services à vitrine
7911Z	Activités des agences de voyage	pas DAAC	Services à vitrine
7912Z	Activités des voyagistes	pas DAAC	Services à vitrine
7990Z	Autres services de réservation et activités connexes	pas DAAC	Services à vitrine
8551Z	Enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs	pas DAAC	Services à la personne
8553Z	Enseignement de la conduite	pas DAAC	Services à vitrine
8690B	Laboratoire d'analyses médicales	pas DAAC	Services à la personne
9313Z	Activités des centres de culture physique	pas DAAC	Services à la personne
9604Z	Entretien corporel	pas DAAC	Services à la personne

