

Etat des lieux Commerce

DOCUMENT DE TRAVAIL

Mise à jour 6 avril 2021

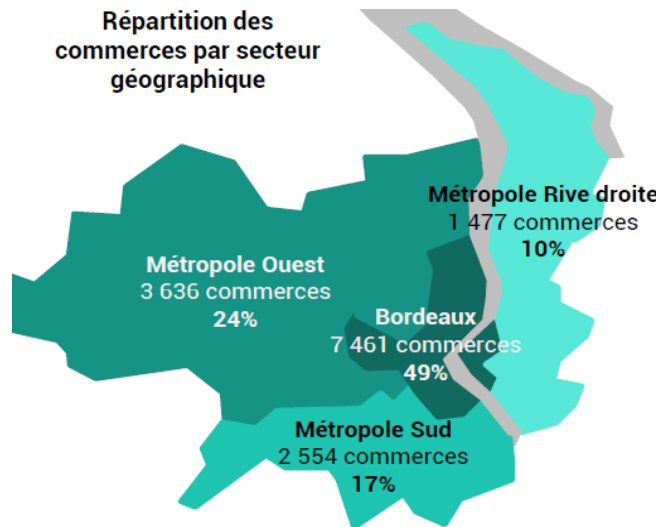


BORDEAUX MÉTROPOLE

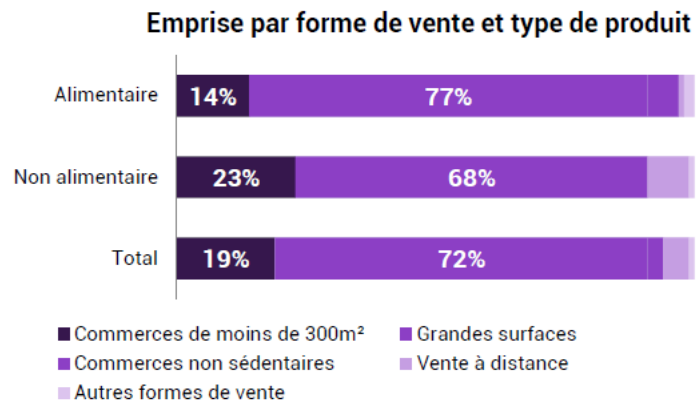
I. Fiche d'identité Commerce

A. Les chiffres clés et points saillants

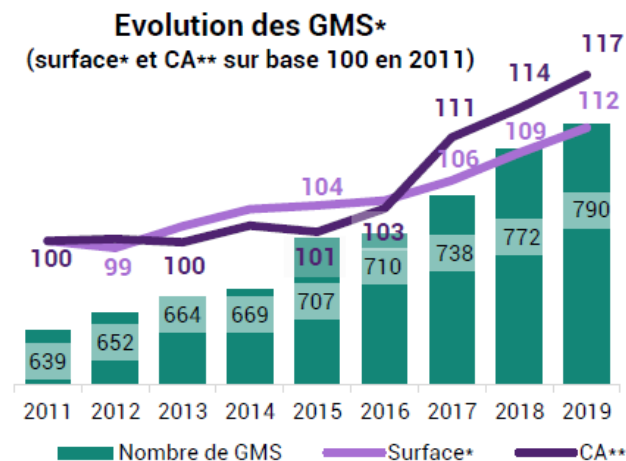
- 15 572 commerces en 2020 (+2,9% en un an). On note une croissance moins soutenue qu'avant 2018 (+ de 6%).
- En 2020, la métropole comptait 19,4 commerces pour 1000 habitants (vs15 en 2008).
- La métropole accueille 790 grandes et moyennes surfaces (GMS), 1079 856m² de surface de vente pour un chiffre d'affaires total de 4 634 M€ soit 53% du CA total de la Gironde.



Source : Observatoire de l'Offre commerciale, CCI Bordeaux Gironde, février 2020



Source : Enquête ménages AID 2015

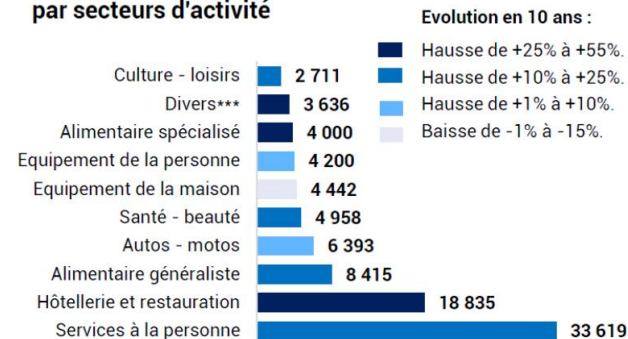


- En 2019 la métropole concentre 92 279 emplois commerciaux (+20,5 % en 9 ans)

Localisation des emplois* de la métropole :

- **Bordeaux** : 45,4% de l'emploi de Bordeaux Métropole avec 41 925 emplois (+0,8% en 1 an).
- **Métropole Ouest** : 28,4% de l'emploi de la métropole avec 26 203 emplois (+2,9% en 1 an).
- **Métropole Sud** : 17,1% de l'emploi en métropole avec 15 750 emplois (-0,8% en 1 an).
- **Métropole Rive Droite** : 9,1% de l'emploi en métropole avec 8 401 emplois (+2,2% en 1 an).

Répartition des emplois* par secteurs d'activité



Source : Accos, données de l'URSSAF 2019

Evolution en 10 ans :

- Hausse de +25% à +55%.
- Hausse de +10% à +25%.
- Hausse de +1% à +10%.
- Baisse de -1% à -15%.

(les modifications du mode déclaratif et du traitement statistique des effectif induisent des variations par rapport aux résultats de l'année précédente)

B. Les enjeux conjoncturels / structurels/ les défis à relever sur le territoire

- L'impact de la crise covid sur la filière : un secteur fortement aidé mais soumis à une forte incertitude quant à la reprise
 - Secteur très impacté mais les conséquences sont pour le moment difficilement mesurables car les différentes mesures de soutien (fonds d'urgence, PGE, chômage partiel, report de charges,...) ont permis de limiter le nombre de cessations d'activités
 - Dans le cadre du plan d'urgence métropolitain (fonds d'aide trésorerie, loyers et digitalisation), plus de 3 500 commerçants et artisans ont été soutenus financièrement.
 - La cellule d'aide aux TPE de la ville de Bordeaux a accompagné 150 entreprises locales pour répondre à leurs difficultés.
 - Des remontées des entreprises qui font part de leur inquiétude lors de la réouverture (fin des aides, mesures sanitaires et contraignantes etc...)

- Les difficultés structurelles
 - Mutation des habitudes de consommation et notamment augmentation de la vente en ligne, mais des commerçants peu formés, peu familiarisés à la digitalisation de leur activité, qui demande du temps, de l'investissement et des formations.
 - Manque de visibilité quant à l'évolution des habitudes de consommation et l'achat en ligne : effet confinement ou mutation complète vers le e-commerce

- Les difficultés liées au territoire
 - Difficultés inhérentes à toutes les métropoles, Bx Métropole n'y échappe pas : Coûts des valeurs immobilières très important, offre de locaux adaptés insuffisante pour les commerces de proximité, augmentation rapide des magasins de la grande distribution alimentaire, risques de vacance commerciale, transition écologique et numérique trop lentes

FORCES

- Tissu commercial très diversifié et qualitatif, en renouvellement permanent
- Le tourisme sur la métropole a un effet d'entraînement favorable au développement du commerce
- Le plan de soutien à l'économie de proximité de BM a permis de soutenir les commerçants locaux
- Une filière de la logistique urbaine innovante et structurée apportant une réponse aux commerçants

OPPORTUNITES

- Changements sociétaux et évolution de la consommation vers les commerces de proximité peuvent devenir des opportunités pour les commerces qui anticiperont
- Place du digital dans le modèle commercial
- Sensibilité croissante des commerçants aux enjeux de la transition écologique et de la transition numérique
- Mutations des grandes polarités commerciales qui peut créer des opportunités pour les commerces de centre ville.

FAIBLESSES

- Points de faiblesses majeurs localement mais inhérents à toutes les métropoles : coût de l'immobilier et une offre immobilière adaptée aux besoins des activités de proximité insuffisante

MENACES

- Croissance de la vente en ligne et évolution des modes de consommation
- « Reconversion » des grandes polarités commerciales en évolution, risque de friches à moyen/long terme
- Risques de cessations d'activité dans les centre-bourgs et d'augmentation de la vacance commerciale
- Risque de création de nouvelles polarités commerciales à l'extérieur de la métropole : quelle coopération avec les territoires voisins ?

