

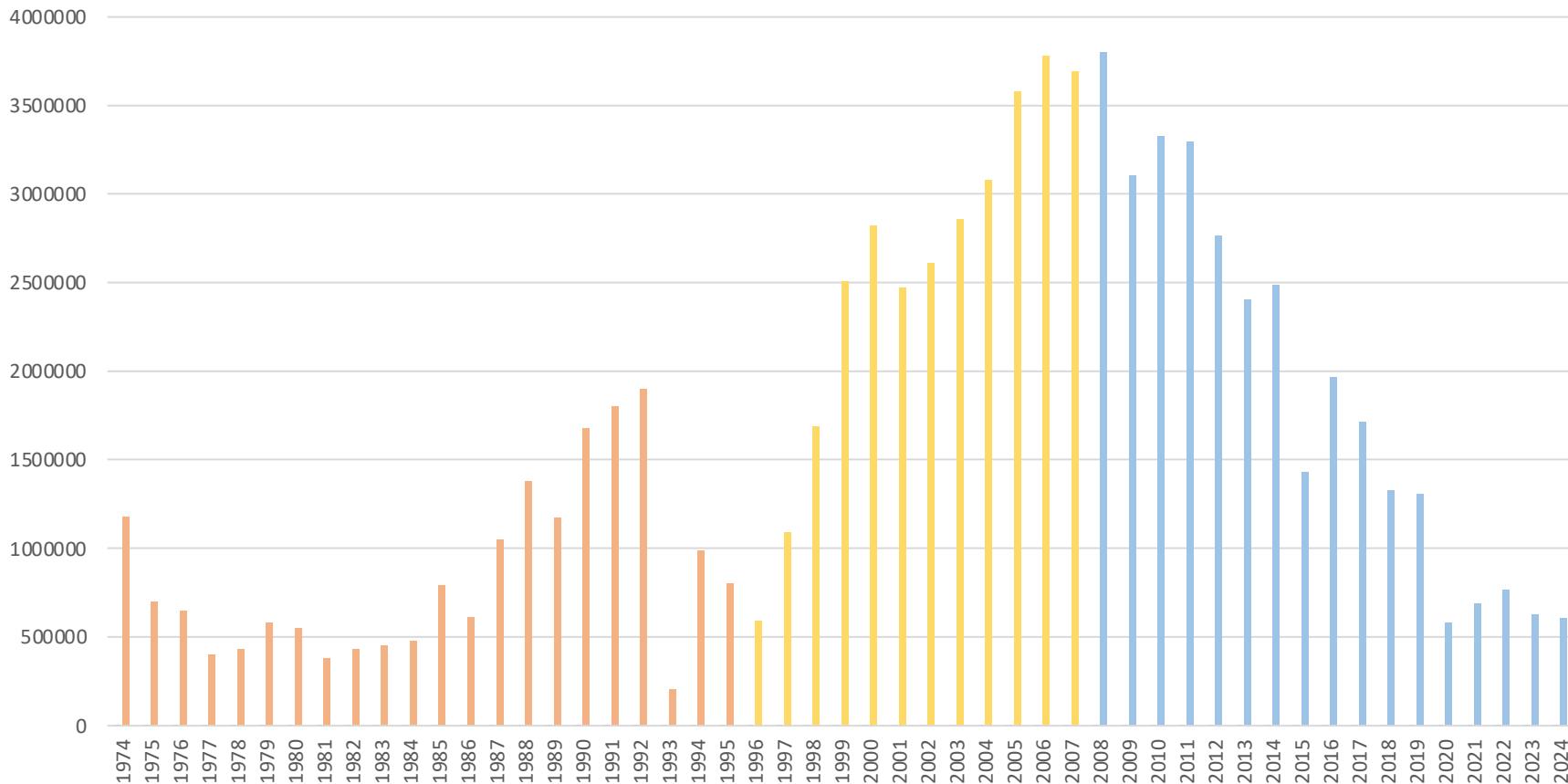


Analyse historique de la déterritorialisation du commerce en RBFC

Réunion III – Vendredi 19 décembre 2025

La déterritorialisation du commerce

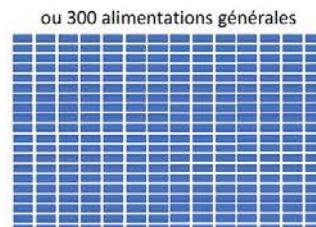
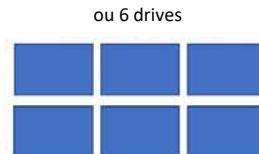
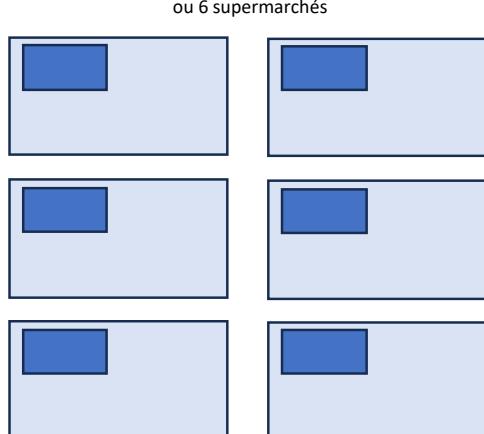
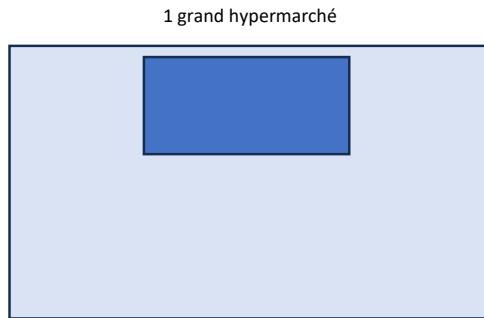
Surfaces commerciales autorisées en m²/an, selon les différents régimes d'urbanisme commercial en vigueur



Source : IVC, données R.-P. Desse et DGE

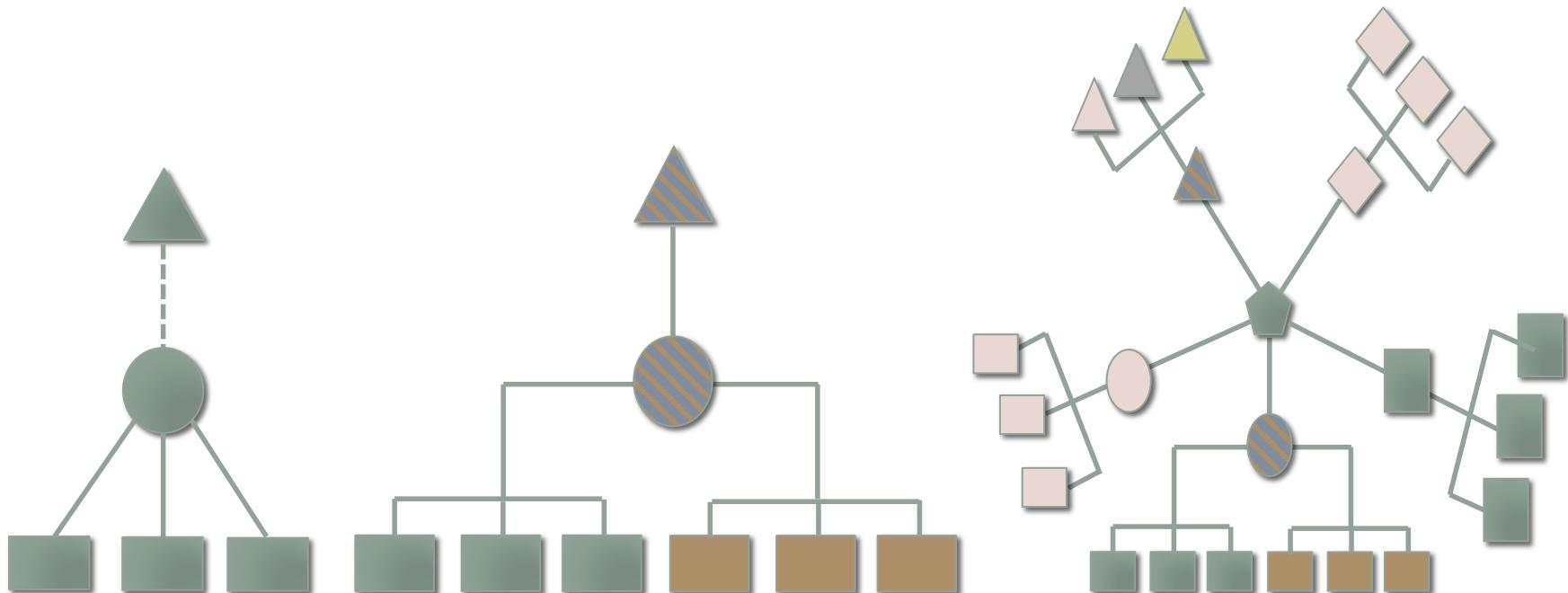
La déterritorialisation du commerce

La polarisation de l'espace



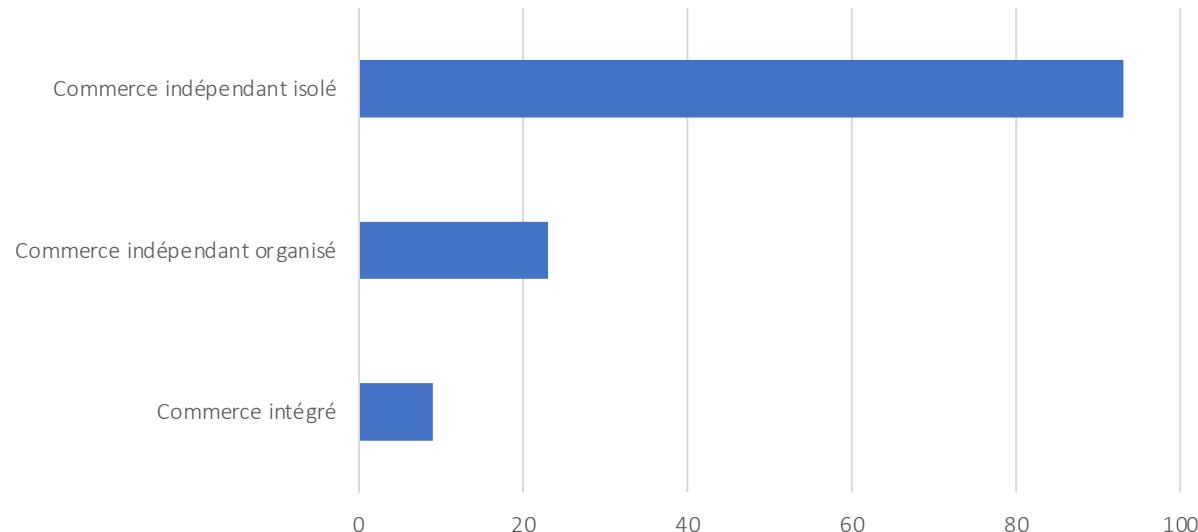
La déterritorialisation du commerce

La concentration économique des GSA



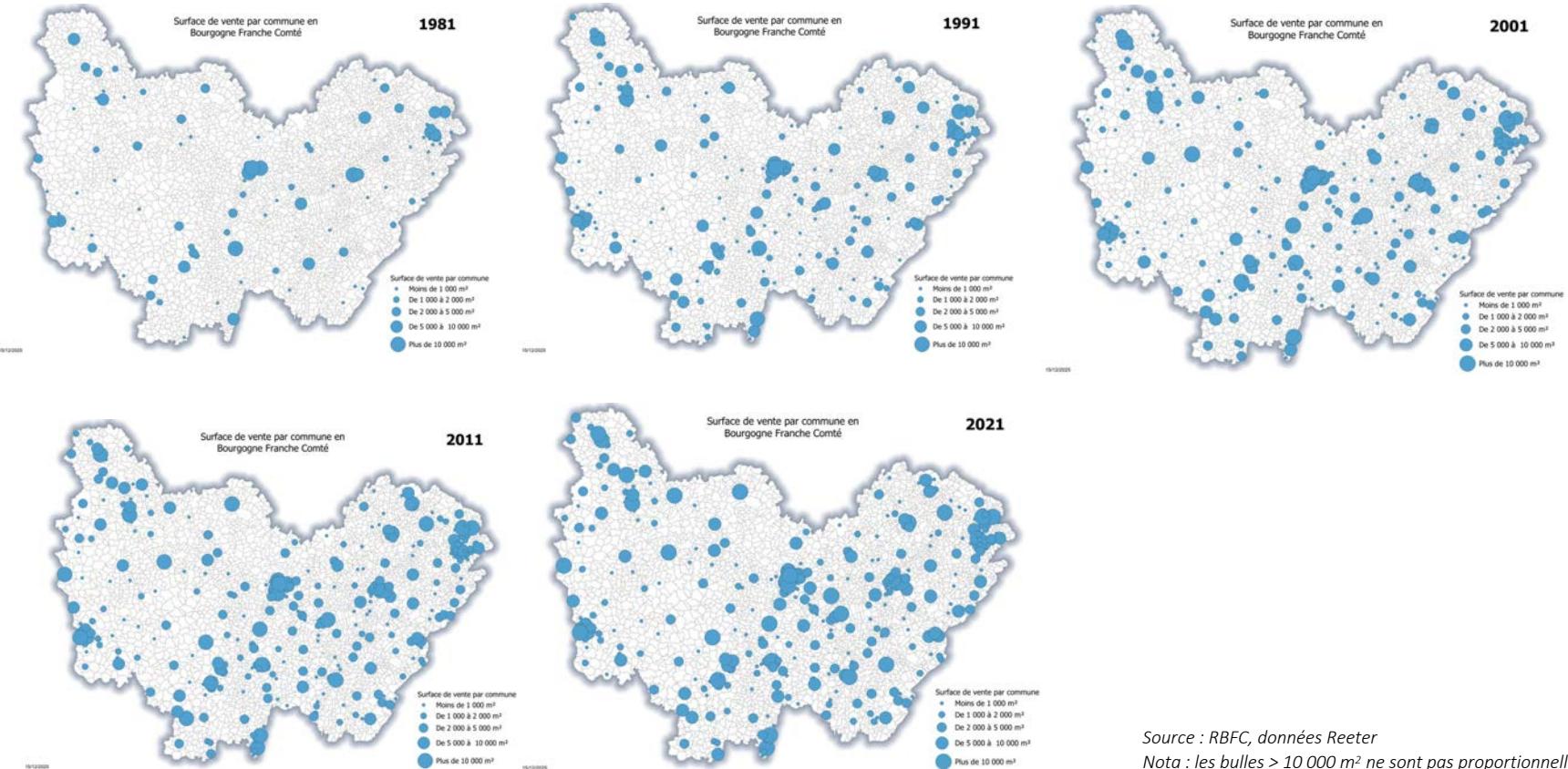
La captation de richesse

Flux de richesse fixés sur le territoire de la RBFC par un supermarché alimentaire selon son type de relation à ses fournisseurs (flux exprimés en % du CA)



Dynamiques du parc de GSA

Évolution du parc de GSA en RBFC (surfaces de vente)

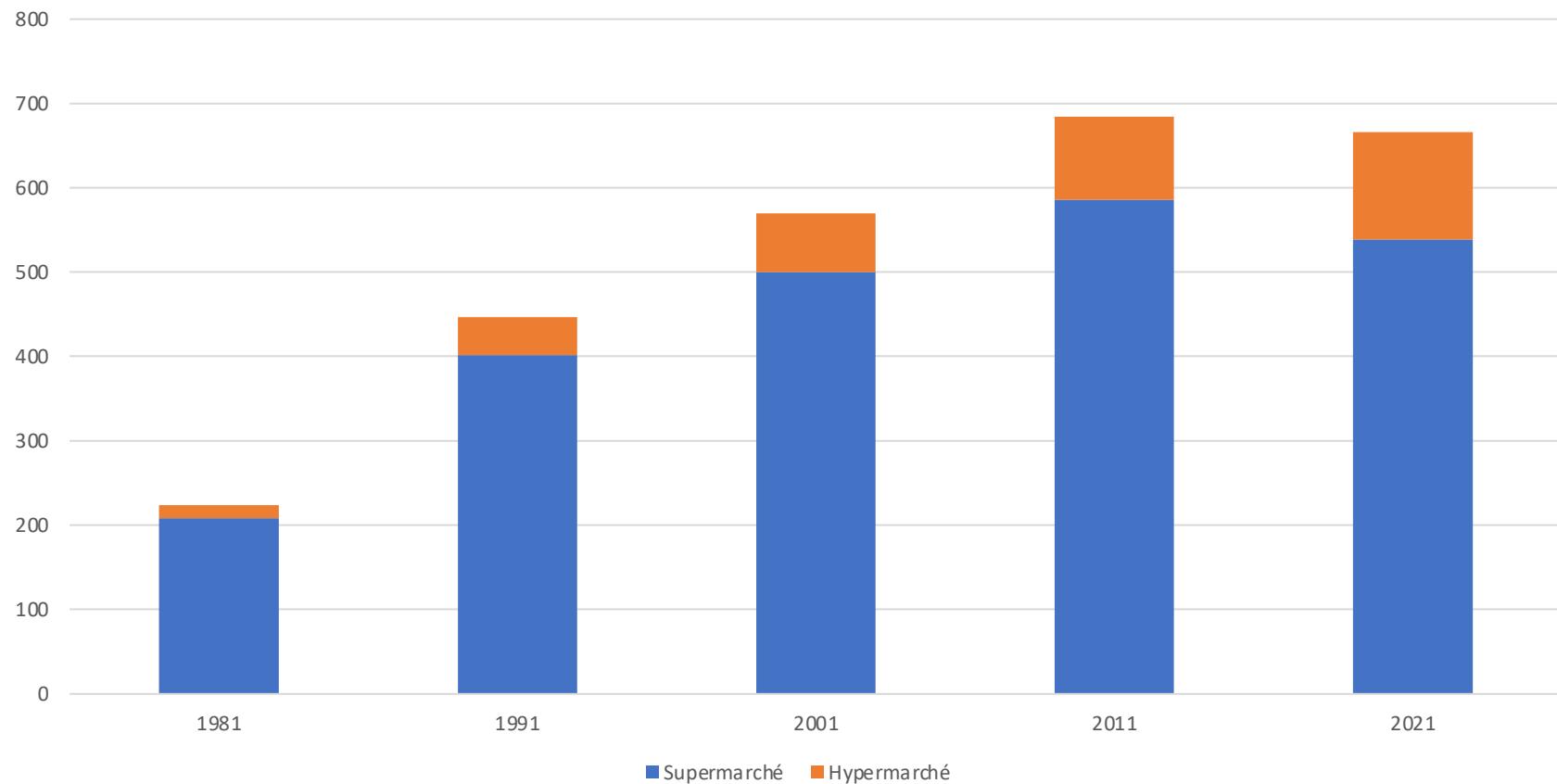


Source : RBFC, données Reeter

Nota : les bulles > 10 000 m² ne sont pas proportionnelles

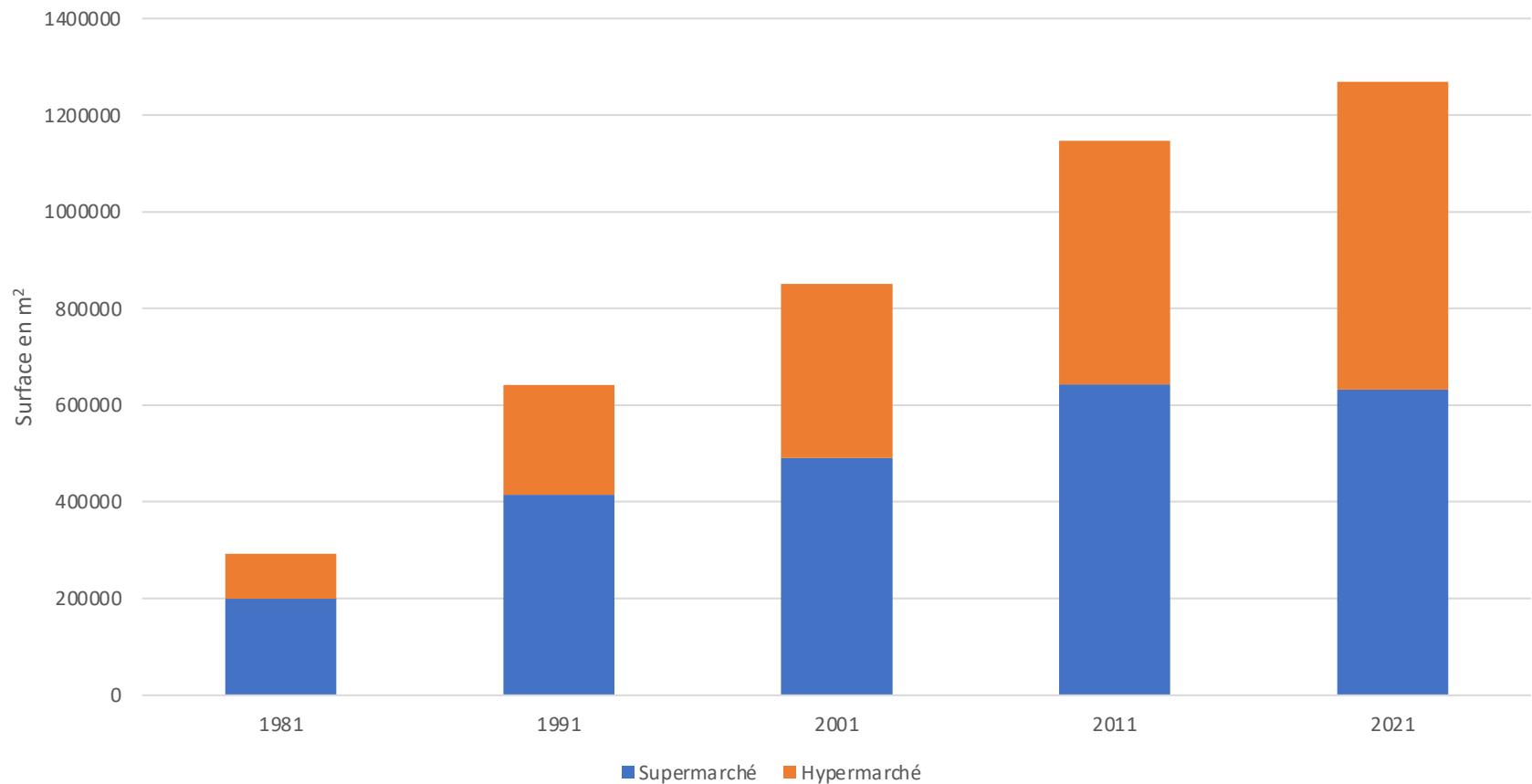
Store Wars - Polarisation

Évolution du parc de GSA en RBFC (nombre de points de vente)



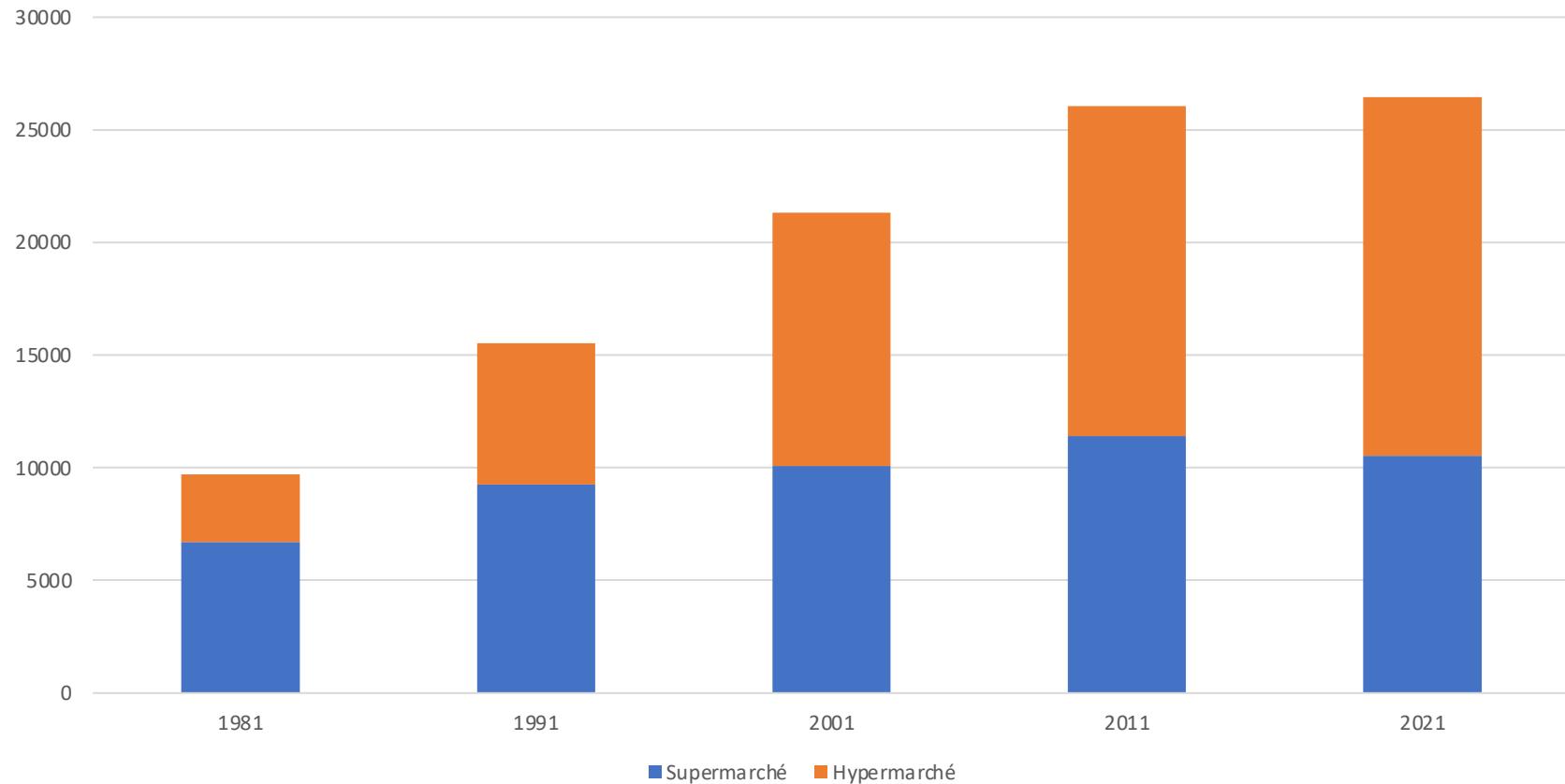
Store Wars - Polarisation

Évolution du parc de GSA en RBFC (surface de vente)



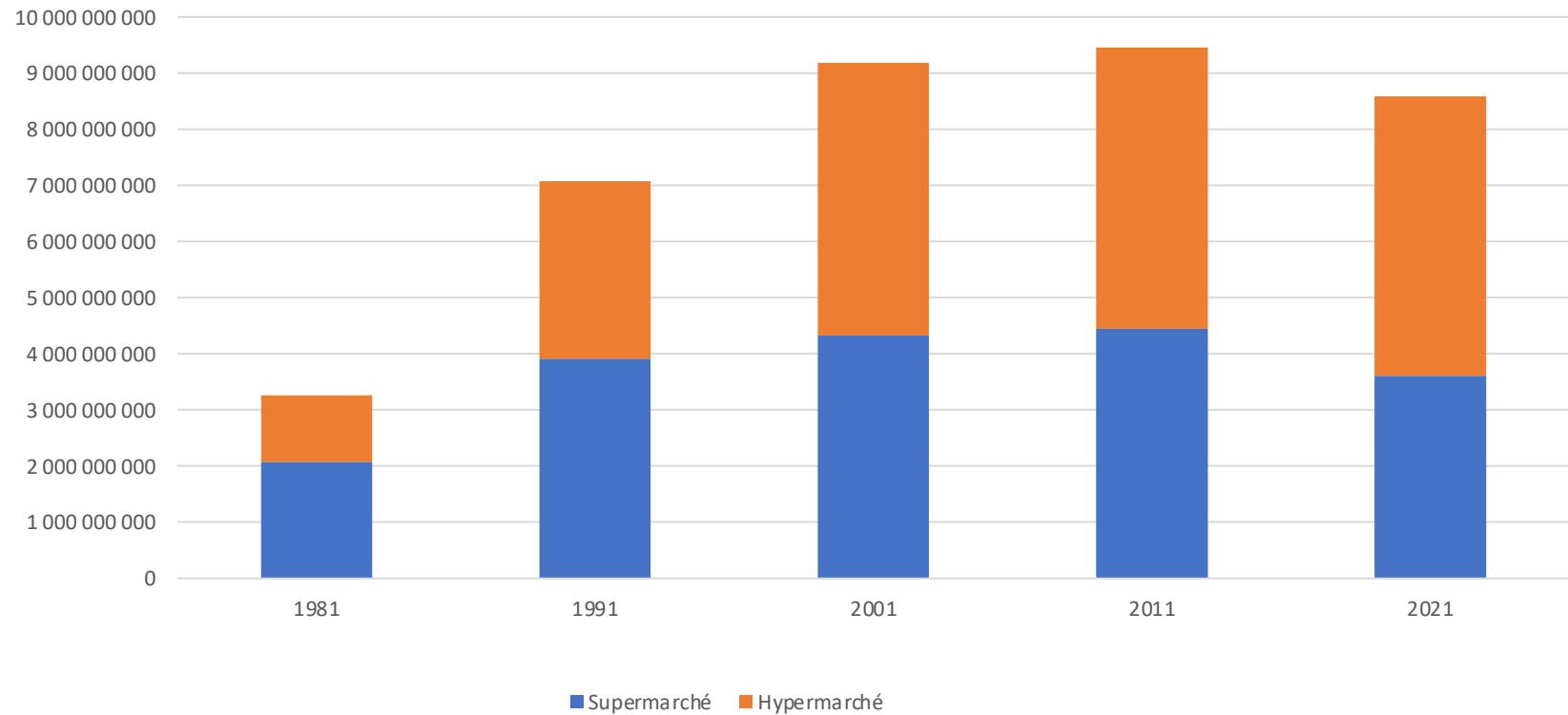
Store Wars - Polarisation

Évolution de l'emploi dans le parc de GSA en RBFC (ETP)



Store Wars - Polarisation

Évolution du CA global des GSA en RBFC (en € constants à 2024)



Store Wars - Concentration

Évolution de la présence des enseignes de GSA en RBFC

1981
47 enseignes
28 groupes

1981

- AS-ECO
- CARREFOUR
- CASINO
- CENTRAL
- CENTRE LECLERC
- CODEC
- CORA
- COOP-ALSTHOM
- CORA
- EUROMARCHE
- EUROPRIX
- EUROSAR
- FORUM
- GARCO
- GIRO
- IL
- INTERMARCHE
- LE MARMONT
- LE PROVENCE
- LECUILER
- LES CROSETTES
- MAJOR
- MAMMOUTH
- MANUFRENCE
- MAXI-MARCHE
- MONOPRIX
- MONOPRIX
- NOVECO
- PARUNIS
- PRABIE
- PRIMM
- PRISUNIC
- RADAR-SUPER
- RAVI
- ROND-POINT
- Sans enseigne
- SUPERCODE
- STOC
- SUIMA
- SUPER-UGA
- SUPER-COOP
- TIMY
- TRIPONNEY
- UGA
- UNICO
- UNIMAG
- UNIPRIX

1991

- ATAC
- BRAVO
- CARREFOUR
- CASINO
- CHAMPION
- CODEC
- CONTINENT
- CORA
- E.LECLERC
- ECOCARTE
- EUROMARCHE
- EUROPRIX
- GEANT CASINO
- GENTY SUPER
- GIRO
- HYPER U
- RANO
- INTERMARCHE
- LE MARMONT
- LES HALLES CHARLOLAISES
- LIOL
- LION
- MAJOR
- MAMMOUTH
- MAXI-MARCHE
- MAXIMARCHE
- MAXIOPRIX
- MONOPRIX
- MONOPRIX
- PRISUNIC
- RALLYE SUPER
- RAPID'MARCHE
- STOC
- SUP'CASINO
- SUPER SCORE
- SUPER U
- SUPERMARCHE
- SUPERDOC UGA
- TIGRE
- TIMY
- UGA
- UNICO
- UNIMAG
- UNIPRIX

2001

- B A HUIT
- ALDI
- ATAC
- AUCHAN
- CARREFOUR
- CASINO
- CHAMPION
- CODEC
- COOP
- COCCINELLE
- CORA
- CORSAIRE
- DIAGONAL
- E.LECLERC
- ECOMARCHE
- ED
- GEANT
- HYPER U
- INTERMARCHE
- LE MUTANT
- LEADER PRICE
- LIOL
- MARCHE U
- MATCH
- MAJOR
- MAXIMARCHE
- MAXIOPRIX
- MFORMA
- PRISUNIC
- PROXIMARCHE
- SHOPPI
- SITIS
- STOC
- SUPER U
- SUPERMARCHE
- SUPERDOC UGA
- TIGRE
- TIMY
- UGA
- UNICO
- UNIMAG
- UNIPRIX

2011

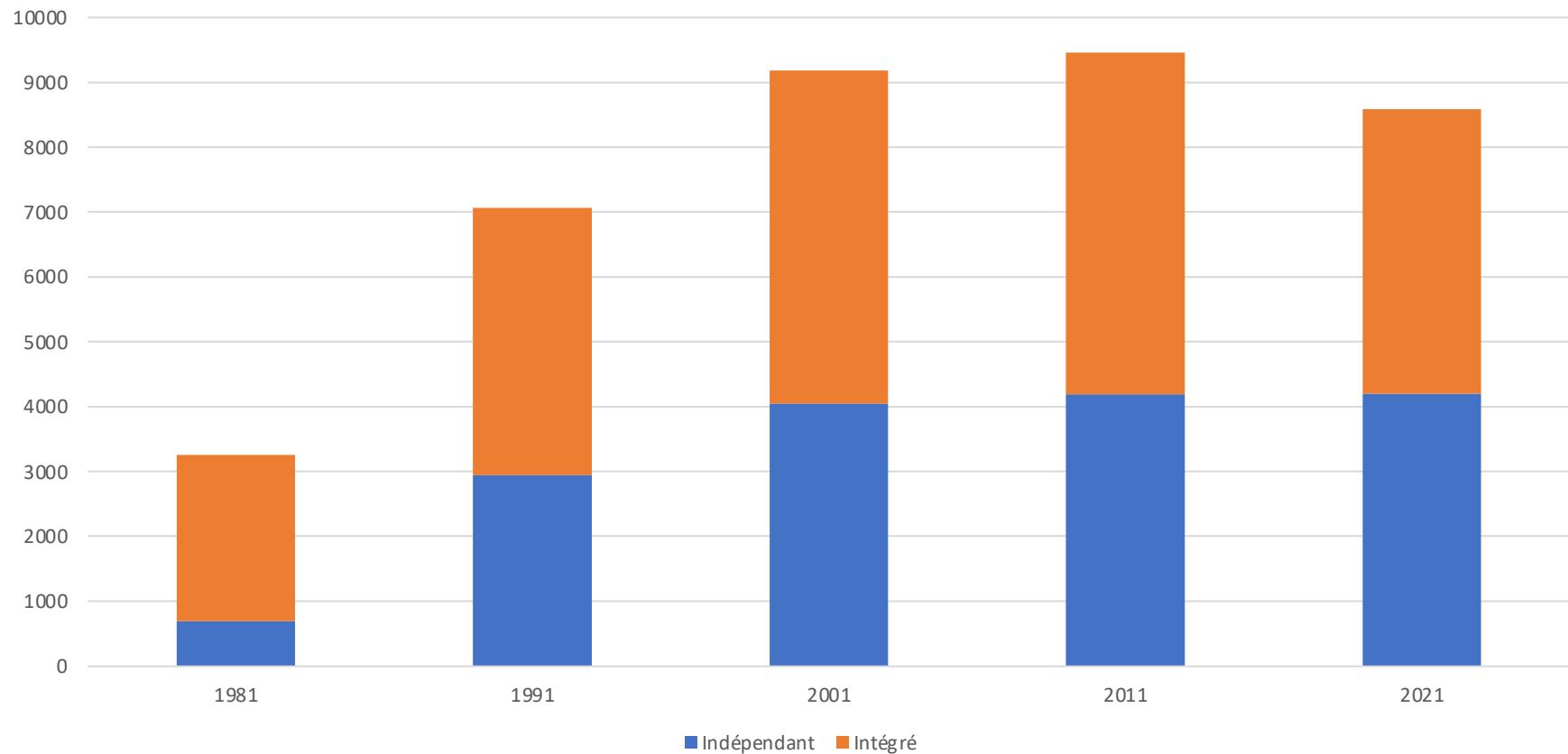
- B A HUIT
- ALDI
- ATAC
- AUCHAN
- CARREFOUR
- CARREFOUR CONTACT
- CARREFOUR MARKET
- CHAMPION
- COOLBUY
- COCCINELLE
- CORA
- CORLUYT
- DIA
- E.LECLERC
- ECOMARCHE
- ED
- GEANT
- GRAND FRAIS
- HYPER CASINO
- HYPER U
- INTERMARCHE
- INTERMARCHE CONTACT
- INTERMARCHE EXPRESS
- INTERMARCHE HYPER
- INTERMARCHE SUPER
- LEADER PRICE
- LECLERC EXPRESS
- LIOL
- MARCHE U
- MATCH
- MAXIMARCHE
- MONOPRIX
- NETTO
- NORMA
- PROXI
- SPAR
- SMARTY MARKET
- SPAR
- SUPER U
- U EXPRESS
- UTILE

2021

- B A HUIT
- ALDI
- ATAC
- AUCHAN
- AUCHAN SUPERMARCHE
- BI 1
- CARREFOUR
- CARREFOUR CITY
- CARREFOUR CONTACT
- CARREFOUR MARKET
- CARREFOUR NEXT
- CASINO
- COCCINELLE
- CORLUYT
- CORA
- E.LECLERC
- FRESH
- GEANT
- GRAND FRAIS
- HYPER U
- INTERMARCHE
- INTERMARCHE EXPRESS
- INTERMARCHE HYPER
- INTERMARCHE SUPER
- LEADER PRICE
- LECLERC EXPRESS
- LIOL
- MANGEONS FRAIS
- MARKET
- MATCH
- MAXIMARCHE
- MONOPRIX
- NETTO
- NORMA
- PROXIMARCHE
- SPAR
- SUPER U
- U EXPRESS
- UTILE

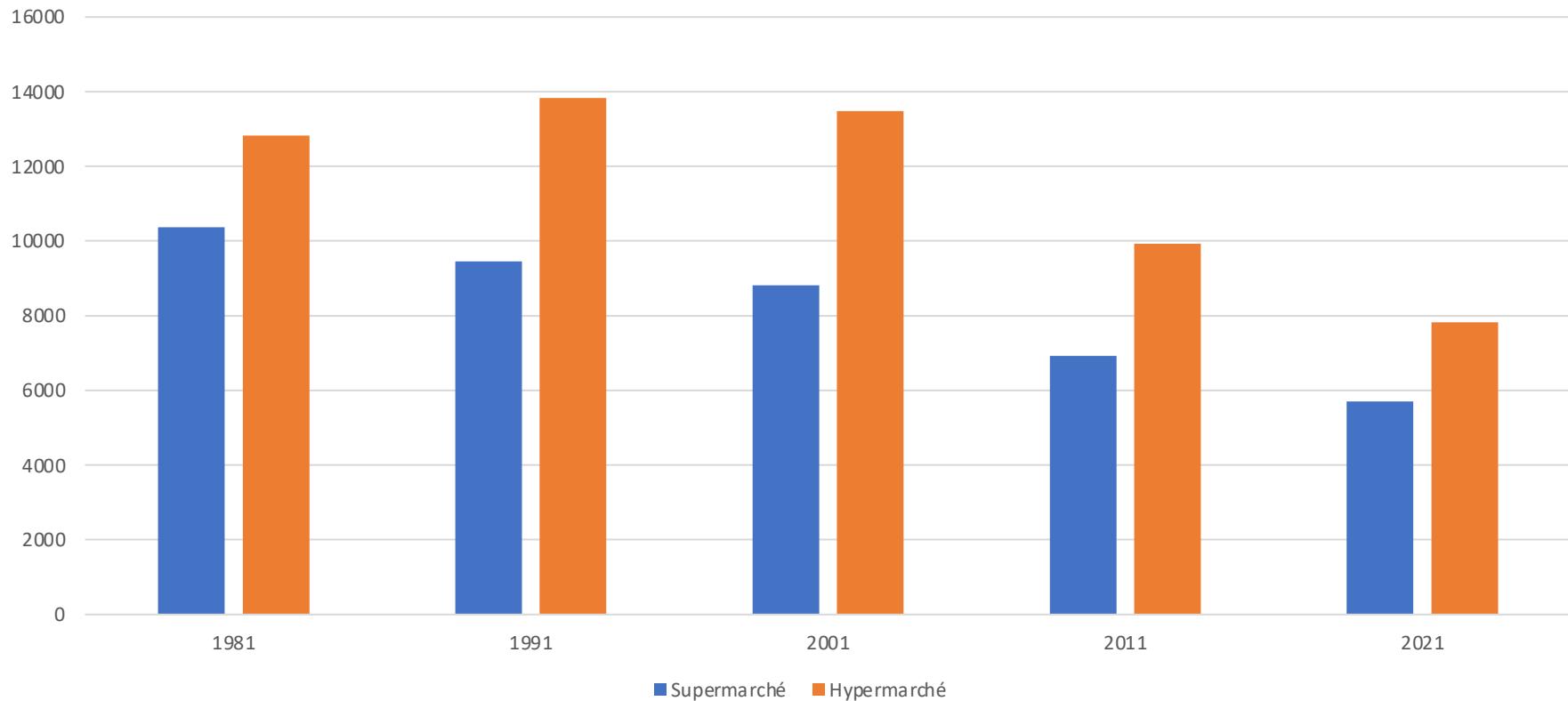
2021
39 enseignes
12 groupes

Évolution du CA global des GSA en RBFC, par type de réseau (en € constants à 2024)



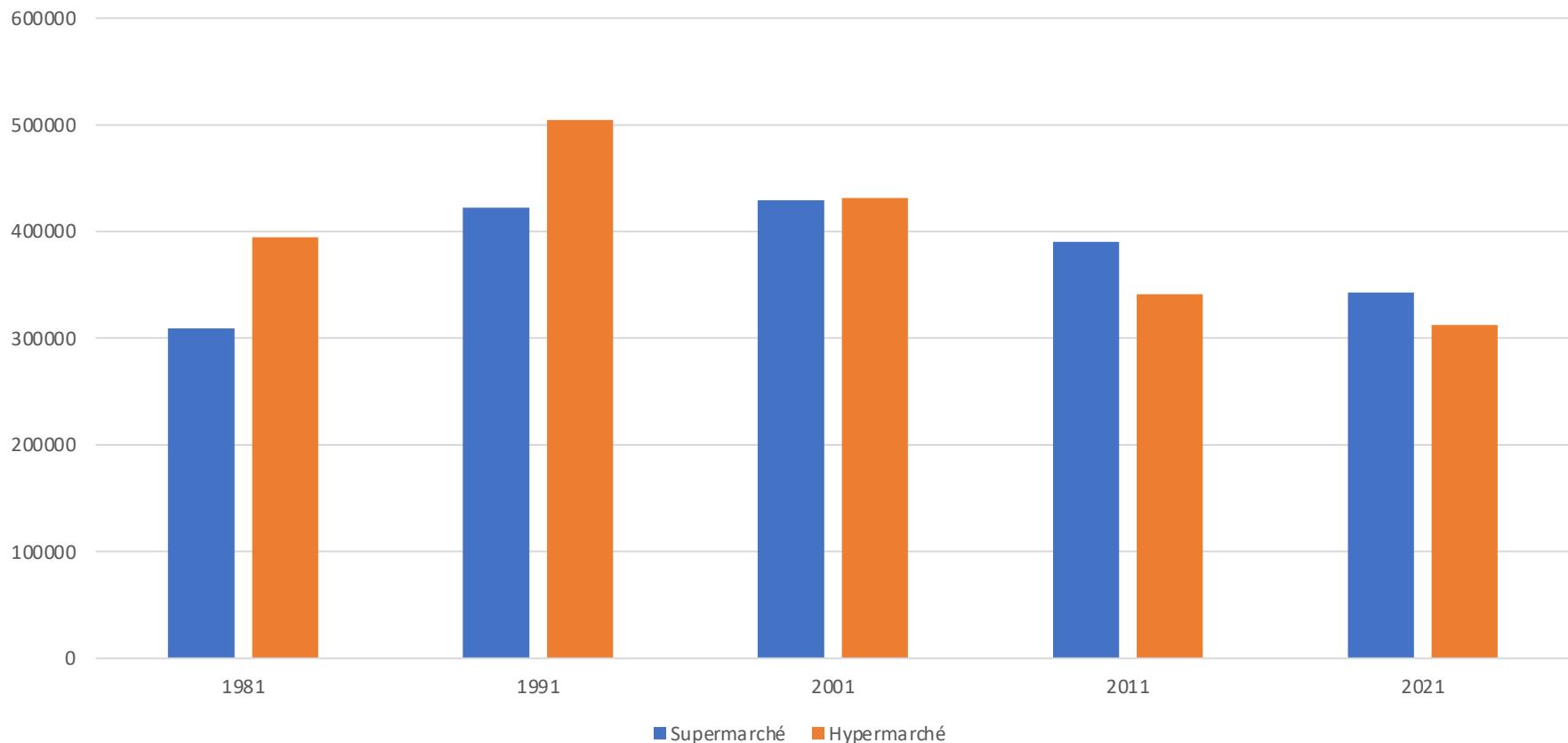
Store Wars – Captation

Évolution des rendements des GSA en RBFC, en CA/m² (en € constants à 2024)



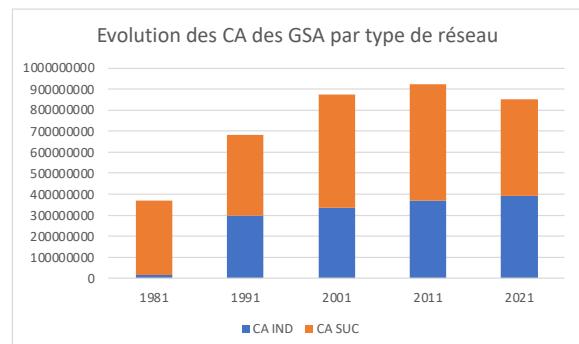
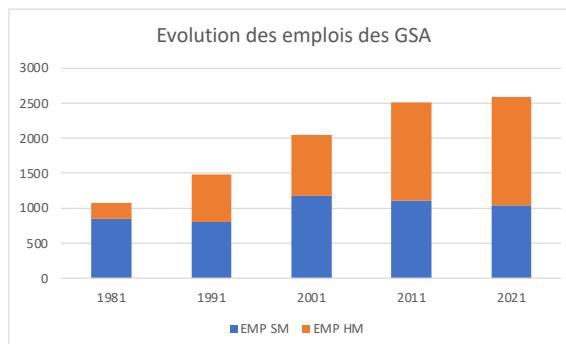
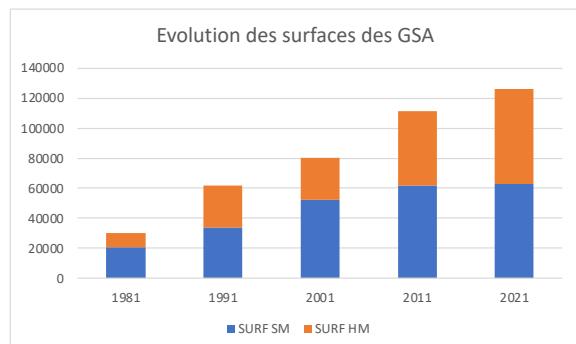
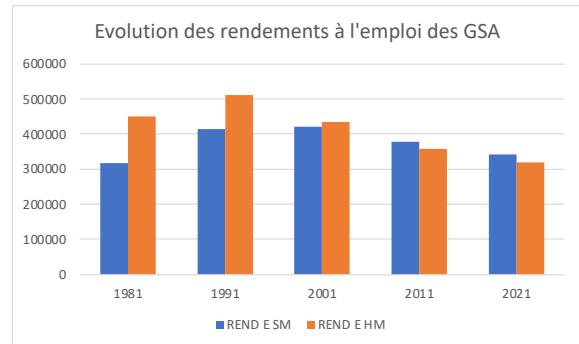
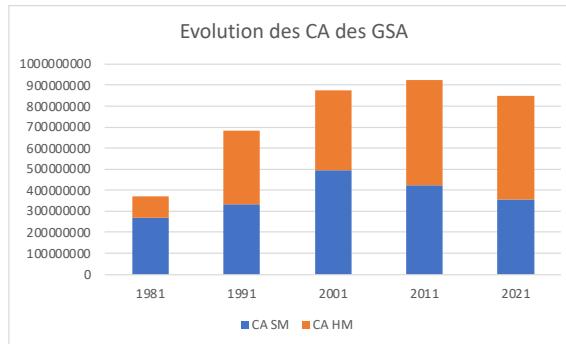
Store Wars – Captation

Évolution des rendements des GSA en RBFC, en CA/ETP (en € constants à 2024)



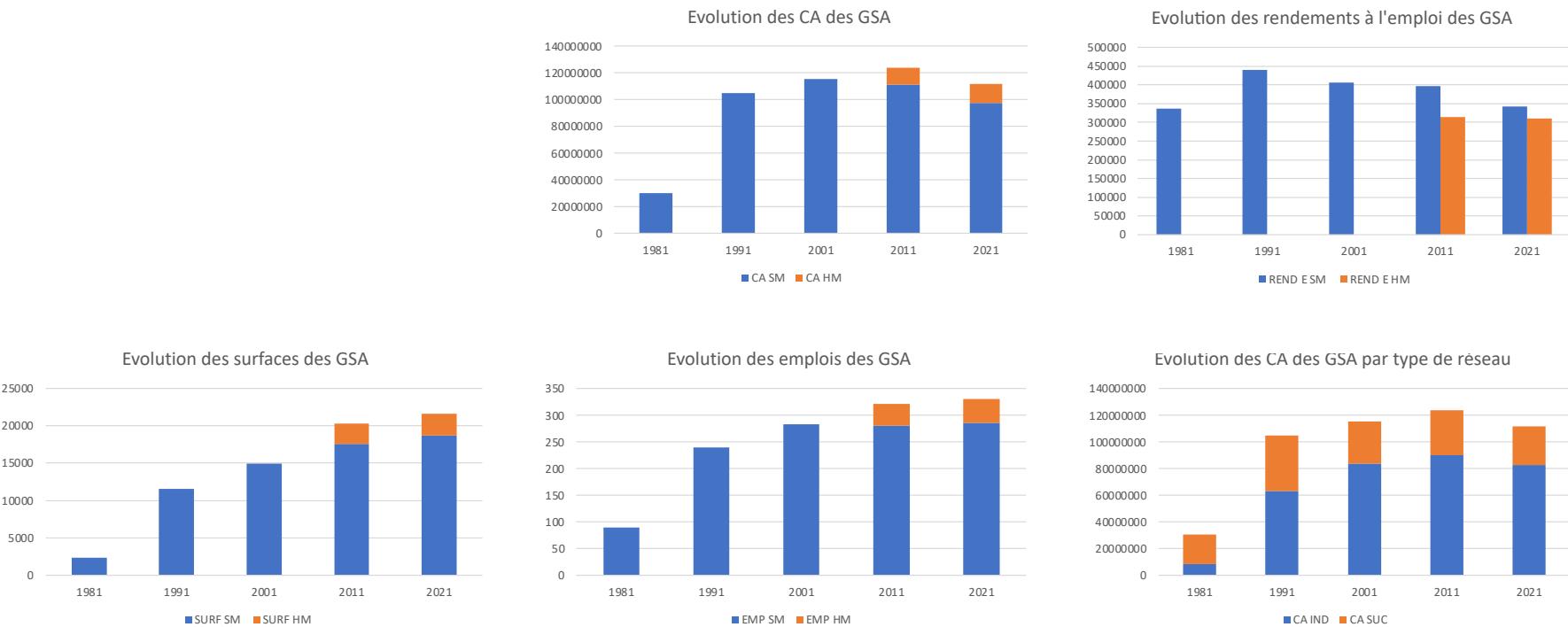
Un essai de typologie

Territoires de concentration, de polarisation et d'évasion - Besançon



Un essai de typologie

Territoire de rétention - Saint-Claude



1. Passer d'une logique d'extension à une logique de performance territoriale
2. Encadrer plus finement le développement des grands formats commerciaux
3. Faire de la sobriété foncière un principe structurant de l'urbanisme commercial
4. Rééquilibrer les modèles économiques au profit de la rétention de valeur locale
5. Adapter les politiques commerciales aux trajectoires démographiques
6. Renforcer l'observation et le pilotage public du commerce
7. Repenser l'urbanisme commercial face à l'oligopolisation du secteur

Les sources

