

Un élément de contexte : celui des mutations du commerce

Du caddie au clic : quel commerce pour quel territoire demain ?

Longtemps moteur de l'attractivité des territoires, le commerce traverse aujourd'hui de profonds bouleversements. L'atonie démographique, le vieillissement de la population et la faible évolution du pouvoir d'achat impactent les modes de consommation ; la transformation numérique bouscule les habitudes alors que le modèle de l'hypermarché s'essouffle.

Pourquoi parler de bouleversements pour le commerce ?

Parce que le modèle de consommation de masse centré sur les hypermarchés montre ses limites. Le gigantisme des surfaces, l'offre standardisée et le recours imposé à la voiture sont aujourd'hui vécus comme des contraintes reportant les consommateurs vers de moins grandes surfaces de vente, des achats en ligne avec des retraits à proximité...

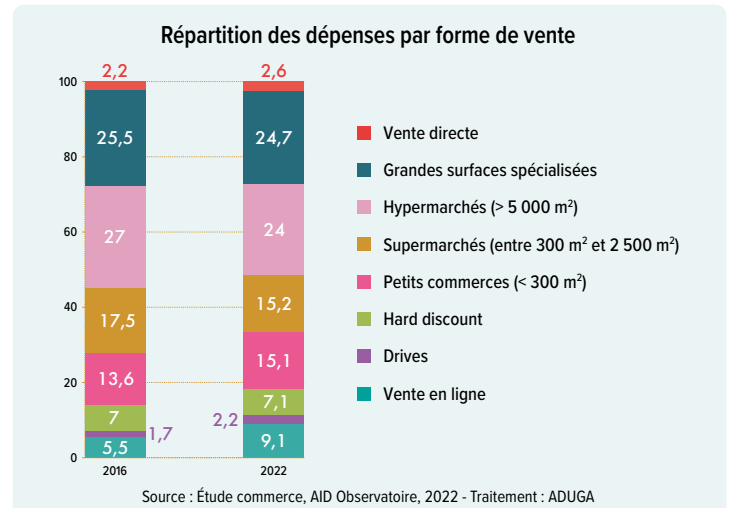
Quels sont les grands changements dans les pratiques d'achat ?

Les comportements d'achat évoluent fortement :

- les **dépenses contraintes** (logement, énergie...) augmentent et réduisent la part disponible pour l'équipement de la personne ;
- les dépenses **alimentaires**, qui représentent près de la moitié du budget, restent dominées par les grandes surfaces, mais connaissent un retour progressif de la proximité ;
- pour le **non-alimentaire**, la **vente en ligne** capte près d'un cinquième des dépenses pour certains achats (vêtements, jouets...) ;
- la **seconde main** est passée d'un comportement militant à une pratique courante.

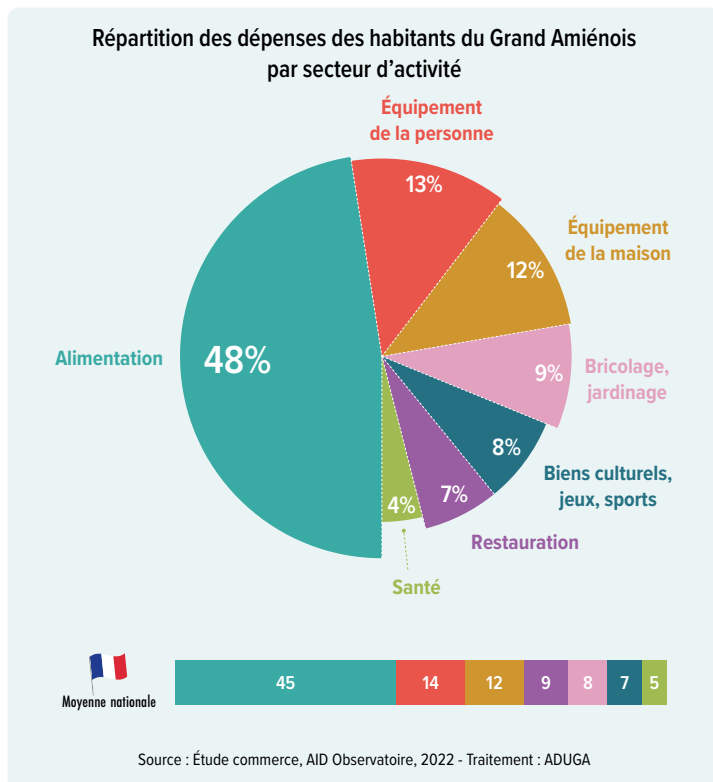
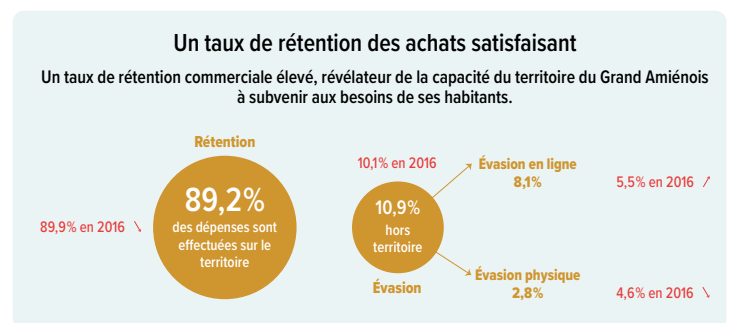
Quelles évolutions observe-t-on au sein du Grand Amiénois ?

Depuis 2012, les ménages consomment de plus en plus au sein de leur bassin de vie en raison d'une croissance de l'offre en moyennes surfaces spécialisées (jouets, bricolage...). Ainsi, les polarités structurantes (Albert, Roye...) ont conforté leur rôle. Pour autant, Amiens Métropole reste le cœur du système, concentrant plus de la moitié des dépenses des ménages du Grand Amiénois. Le centre-ville d'Amiens conserve une attractivité spécifique bien que secoué par l'affaiblissement du prêt-à-porter.



Le Grand Amiénois dispose-t-il d'une offre commerciale suffisante ?

Oui. L'enquête conduite en 2022 montre que **89,2% des dépenses des ménages** sont réalisées au sein du territoire : seuls 2,8% des achats ne sont pas effectués dans des communes du Grand Amiénois et 8,1% des achats se font en ligne. L'offre commerciale du Grand Amiénois répond donc aux besoins des habitants, mais il doit s'adapter aux nouveaux modes de consommation.



Quelle perspective pour l'avenir ?

Le potentiel maximal de développement commercial est estimé, d'ici 2035, à **13 000 m² de surfaces de vente supplémentaires**, très loin des 102 000 m² créés depuis 2012. L'enjeu n'est donc plus d'accompagner une croissance quantitative, mais de **mieux utiliser l'existant**. Le SCoT doit orienter vers la requalification des zones commerciales et la revitalisation des centralités. Il doit intégrer la logistique urbaine induite par l'e-commerce et réaffirmer le commerce comme un **service de proximité et de lien social**, au service de la transition écologique et de la qualité de vie des habitants.