

RÉVISION DU DAACL

Phase I – Le diagnostic et
la définition des enjeux
territoriaux



LESTOUX & ASSOCIÉS



SOMMAIRE

03 PARTIE 1.
Données de cadrage

10 PARTIE 2.
L'offre commerciale
traditionnelle

18 PARTIE 3.
L'offre en grande et
moyenne surface

23 PARTIE 4.
L'organisation de la
logistique
commerciale

29 PARTIE 5.
Le bilan des espaces
commerciaux

35 PARTIE 6.
Bilan des flux de
consommation

41 PARTIE 7.
Synthèse et enjeux

Partie 1

DONNÉES DE CADRAGE

Le rayonnement du SCoT

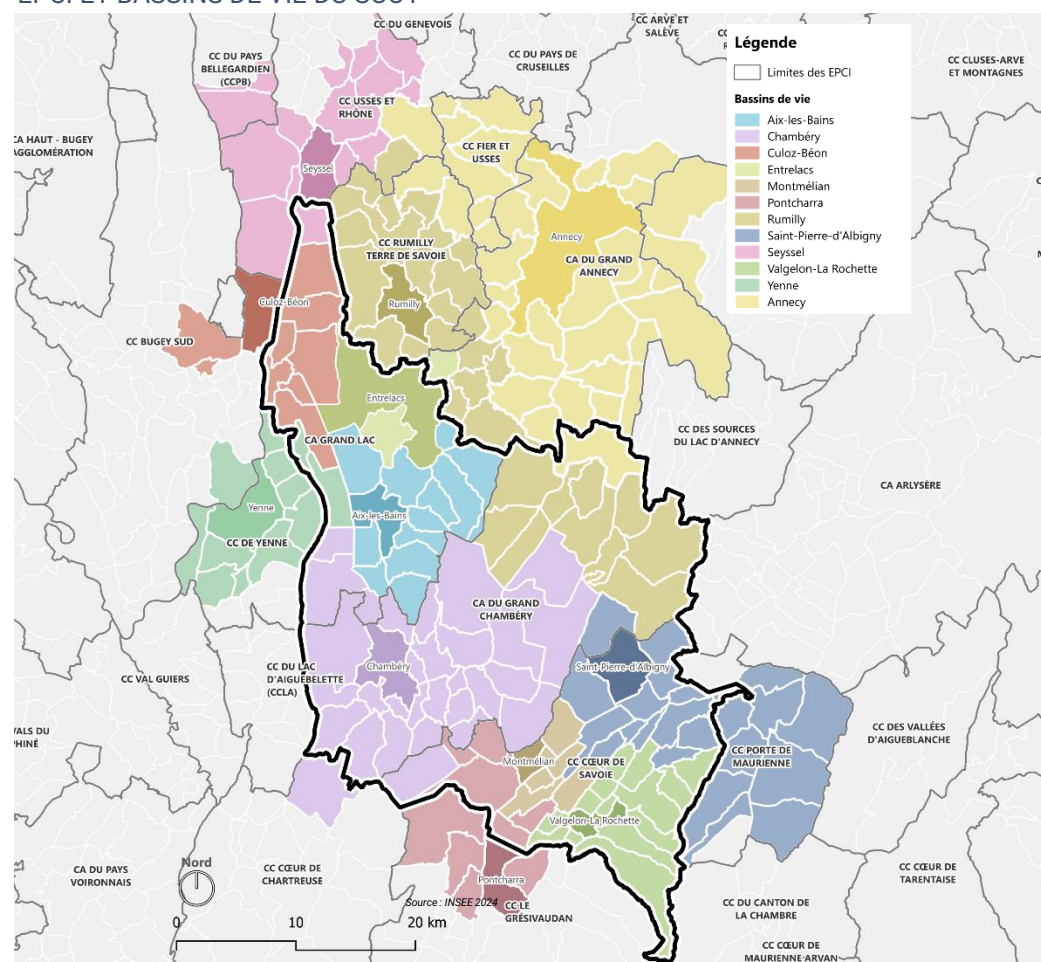
Un rayonnement de bassins de vie cohérent avec le poids démographique du SCoT

► 6 bassins de vie

- Le périmètre du SCoT comprend 6 pôles de bassin de vie qui couvrent 75% des communes du SCoT. Ces pôles étendent leur influence assez peu hors du SCoT. A l'inverse, 6 pôles de bassins de vie extérieurs au SCoT s'étendent sur le périmètre de Métropole Savoie soit 26 communes représentant 7 % de la population. Les principaux sont Culoz-Béon (5138 hab) et Pontcharra (7 770 hab).
- Le cumul de la population des bassins du SCoT (237 392 habitants) est proche de la population de Métropole Savoie.

Bassins de vie	Commune	Population
Influence des pôles du SCoT sur les communes extérieures	11	8 521
Influence des pôles extérieurs sur les communes du SCoT	26	18 226
SCoT Métropole Savoie	107	258 720
Rayonnement des pôles du SCoT	92	246 688

EPCI ET BASSINS DE VIE DU SCoT



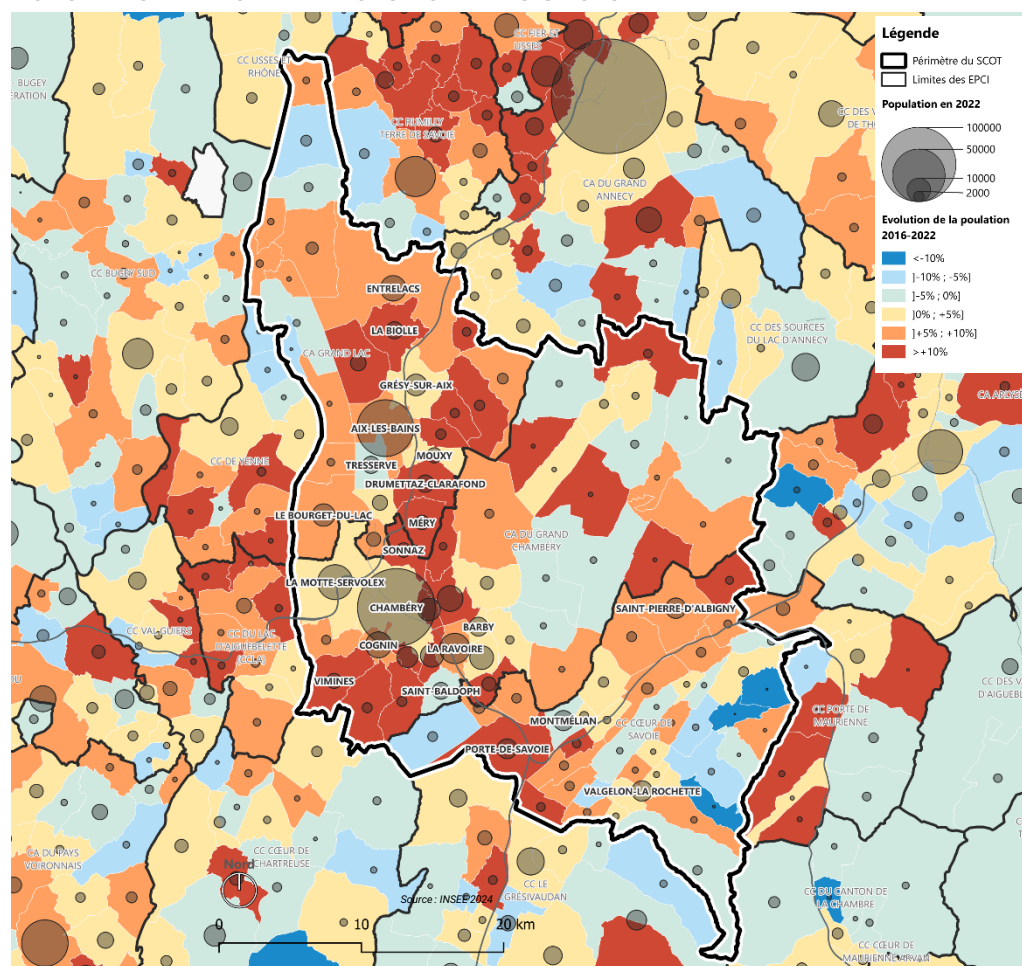
Source : INSEE 2025

Une croissance soutenue sur les communes périurbaines des pôles

► Une dynamique démographique constante

- Sur ces 10 dernières années, le territoire a gagné plus de 23000 habitants soit un taux de croissance annuel autour de 1%. Cette dynamique démographique est essentiellement portée par le solde migratoire avec notamment l'arrivée de cadres.
- Les taux de croissance sont ralentis sur les communes pôles (+3,7%) mais restent élevés sur les communes de l'axe métropolitain (+5,9%) et les communes rurales (+6,7%). Les quelques baisses de population sont principalement visibles sur les communes de montagne.

POPULATION EN 2022 ET EVOLUTION DEPUIS 2016



Source : INSEE 2025

Des transformations sociologiques à l'œuvre

► Un développement des solos

L'analyse sociologique apporte un éclairage sur les enjeux de transformation majeurs :

- Un développement rapide des ménages seuls qui représentent désormais 40% des foyers de Métropole Savoie et près d'un ménage sur deux à Chambéry.
- Malgré un vieillissement, la population reste plutôt jeune avec une part des plus de 60 ans en dessous du seuil des 30 %.
- La baisse du poids des familles avec enfants sous l'effet de la décohabitation et de la réduction du taux de naissance.
- Un fort renouvellement de la population avec 36% installée depuis moins de 5 ans.
- Un pouvoir d'achat supérieur à la médiane nationale (24430 €) et de façon encore plus marquée sur l'EPCI Grand Lac et Cœur de Savoie.
- Un équilibre entre le nombre d'emplois proposés sur le territoire et le nombre d'actifs qui habitent. Cette situation tend également à équilibrer les entrées / sorties quotidiennes liées aux navettes domicile-travail et donc les risques d'évasion commerciale.

	Ville de Chambéry	Ville d'Aix-les-Bains	Territoire du SCoT Métropole Savoie	Département de la Savoie
La population en 2022 	60 251	32 175	258 720	445 288
L'évolution de 2016 à 2022 	+1,8%	+8%	+5,9%	+3,6%
Les plus de 60 ans 	24% (+1,1)	33% (-0,1)	27% (+1,8)	28% (+2,2)
Les ménages de personne seule 	49% (+4,3)	50% (+2,4)	40% (+3,0)	39% (+2,6)
Les familles avec enfant(s) 	29% (-1,8)	25% (-1)	32% (-1,9)	33% (-1,7)
Les ménages installés depuis moins de 5 ans 	42%	41%	36%	34%
La médiane des revenus 	21 950 €	24 110 €	24 882 €	24 270 €
Le nombre d'emplois 	42 371	13 431	114 716	201 168
L'indicateur de concentration d'emplois 	170,9	99,7	100	99,7

(-/+ X pts) Évolution de 2016 à 2022

Source : INSEE 2025

Les données sociodémographiques par EPCI

	CA Grand Chambéry	CA Grand Lac	CC Cœur de Savoie	Territoire du SCoT Métropole Savoie
La population en 2021 	141 091	79 849	37 780	258 720
L'évolution de 2015 à 2021 	+5,6%	+7,4%	+3,6%	+5,9%
Les plus de 60 ans 	27% (+1,8)	29% (+1,8)	27% (+2,1)	27% (+1,8)
Les ménages de personne seule 	43% (+3,5)	40% (+2,3)	31% (+2,4)	40% (+3,0)
Les familles avec enfant(s) 	31% (-1,9)	32% (-1,7)	39% (+0,3)	32% (-1,9)
Les ménages installés depuis moins de 5 ans 	38%	36%	28%	36%
La médiane des revenus 	24 165 €	25 970 €	25 189 €	24 882 €
Le nombre d'emplois 	70 789	30 613	13 314	114 716
L'indicateur de concentration d'emplois 	115	86	75	100

Source : INSEE 2025 (-/+ X pts) Évolution de 2016 à 2022

Anticiper la nouvelle composition sociologique

► 4 profils à suivre

Définir de nouvelles règles d'urbanisme pour les 20 prochaines années, c'est anticiper une nouvelle composition sociologique. Au regard des trajectoires récentes, 4 profils de population vont être à suivre en particulier à l'horizon 20240 :

- **Les solos** : cette catégorie oblige à la fois à questionner la dimension des logements et la typologie des achats, plus fragmenté et à la recherche de format plus petit.
- **Les familles avec enfants** : leur rôle reste important sur le territoire mais perd régulièrement du poids. Cette catégorie, fortement recherchée par les acteurs de la distribution par sa forte proportion de consommation, devra être séduite par les conditions d'accueil et notamment la place réservée aux enfants que ce soit dans les centralités ou en zones commerciales.
- **Les nouvelles générations** dont les enjeux de consommation sont portés par le rapport satisfaction / prix avant celui du rapport qualité / prix. Ils sont également davantage attentifs à l'impact environnemental de leur consommation.
- **La senior économie** : comme pour les solos, cette catégorie de population est adepte des petits formats. Le vieillissement et l'impact sur les mobilités oblige également à questionner l'offre de service associée aux commerces.

Vie en solo



Un modèle de la personne seule qui devrait poursuivre sa progression dans les années à venir. Sur Métropole Savoie, ils pourraient représenter environ 49% de la population à 2035-20240.

Familles avec enfants



Une tendance plutôt baissière, néanmoins Métropole Savoie devrait conserver une forte proportion de familles avec enfants.

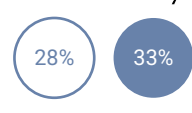
Nouvelles générations

Génération Z, Alpha, Beta...



De nouvelles générations avec de nouveaux codes de consommation naturellement de plus en plus représentées avec aussi des attentes nouvelles concernant la fréquentation de lieux d'achats physiques.

Senior economy



Métropole Savoie est concernée par une accélération du vieillissement de la population avec de nouveaux besoins en matière d'habitat, de mobilités ou encore de services de proximité.

Taux 2022 Projection 2035



Source : INSEE 2025

L'influence touristique

Une activité touristique de transit mais peu de séjours

L'analyse théorique de l'influence touristique s'appuie sur la population qui séjourne sur le territoire en exploitant deux principales informations :

- Le nombre de lits touristiques en hébergement marchand, estimé à 13 742 lits soit 4,6 % de la capacité d'accueil du département.
- Le nombre de résidences secondaires : 11 405 soit 8 % des logements du territoire.

Ces données sont par la suite converties en dépenses commercialisables et comparées à la population permanente. En moyenne, l'activité touristique en hébergement et en résidences secondaires est estimée à un chiffre d'affaires de près de 171 M € pour les commerces et les services du territoire.

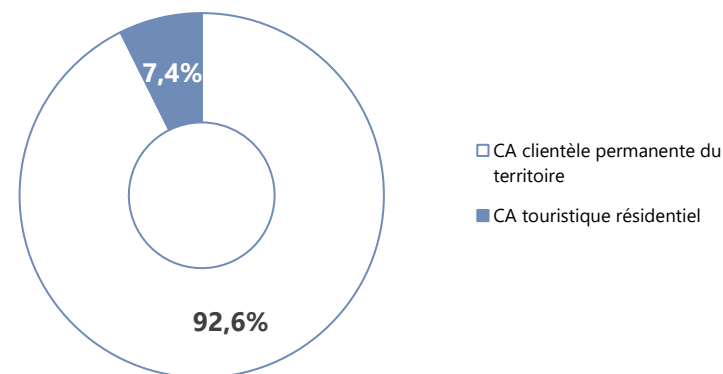
Cet apport représente 7,4% de l'activité totale, en dessous du seuil des 10% à partir duquel on estime que l'activité saisonnière générée sur le territoire compense voire dépasse la perte générée par le départ en vacances de la population permanente. Autrement dit, comparativement à d'autres territoires qui dépassent ce taux, l'apport touristique ne permet pas de justifier un sur-équipement commercial.

Pour autant l'activité de séjour est plus marquée sur le secteur d'Aix-les-Bains alors que Chambéry profite d'une activité touristique de transit liée à l'accès aux stations de ski.

MARCHÉ POTENTIEL SUR LE TERRITOIRE DU SCoT

	Marché touristique
Alimentaire	54 480 855 €
Équipement de la personne	7 419 392 €
Équipement de la maison	17 755 809 €
Culture-loisirs	7 521 701 €
Autres	84 271 461 €
Total	171 449 219 €

POIDS DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE SUR TERRITOIRE DU SCoT



Sources : Chiffres clés du tourisme CDT Savoie 2024, Insee

Partie 2

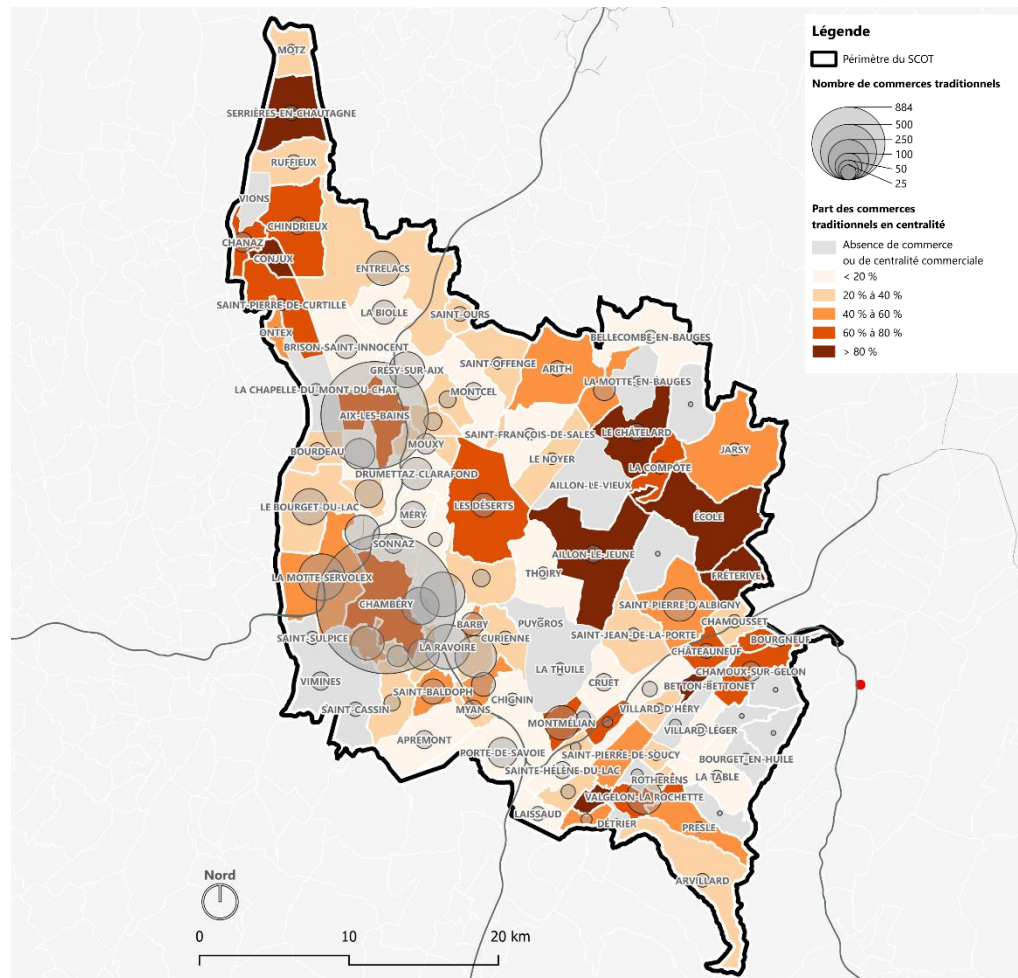
L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE
(surface <300 m²)

Poids de l'offre commerciale traditionnelle (<300 m²)

Une tendance à la dilution de l'activité commerciale sur les entrées de ville

- Métropole Savoie compte 5 538 commerces et services traditionnels de moins de 300 m² de surface commerciale. Chambéry concentre 33% de l'offre du territoire (1 806 établissements) et Aix les Bains 19% (1043). 5 autres communes disposent de plus de 100 commerces (La Motte-Servolex, La Ravoire, Saint-Alban-Lesysse, Challes-les-Eaux et Bassens) et 13 de plus de 50 commerces. L'axe Métropolitain concentre 84% de l'activité commerciale pour 75% des habitants.
- 41,5% des commerces traditionnels sont implantés dans les centres-villes et centres-bourgs historiques (ou principales). Un chiffre qui monte à 49% avec les centralités de quartiers. Chambéry et Aix les Bains se distinguent avec des taux de concentration en centralité qui dépassent 66% alors que 50% des communes de l'axe métropolitain sont en dessous de 20%.
- Ce résultat illustre une forme de dilution de l'activité commerciale de moins de 300 m² sur les entrées de ville et les axes de flux.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE ET POIDS EN CENTRALITÉ

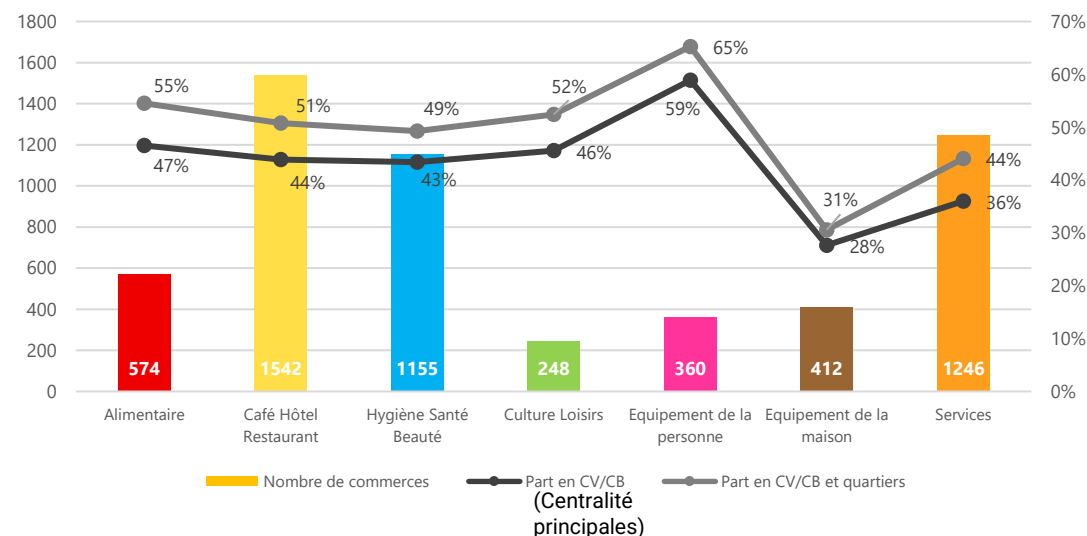


L'offre commerciale traditionnelle par filière

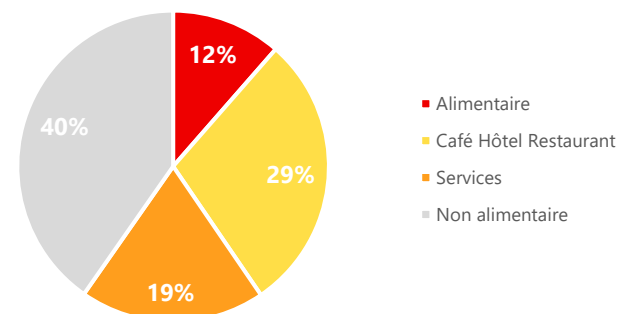
Un resserrement de l'offre non alimentaire

- Avec 1542 établissements (28% des activités), la filière CHR* est la plus représentée sur le territoire. Une proportion supérieure aux moyennes habituelles (20-25%) alors même que l'influence touristique reste modérée. Elle constitue souvent la dernière offre commerciale sur les plus petites communes.
- Les services représentent la seconde filière (22% de structures) avec un phénomène de tertiarisation.
- L'hygiène-santé-beauté est la troisième filière avec 21% des établissements. Ainsi, le territoire est marqué par l'offre de proximité** (59%). Parmi ces activités de proximité, c'est la filière hygiène-beauté qui tend à s'éloigner des centralités (49% en centralité) alors que l'équipement de la personne (65%) et l'alimentaire (55%) y sont mieux représentés.
- Le taux de diversité commerciale*** moyen sur l'ensemble du SCoT atteint 18% (17,3% en centralité) signe d'un resserrement de l'offre non alimentaire. Ce taux atteint 22,7% pour le centre-ville de Chambéry et 22,4% sur Aix-les-Bains, signe de leur plus fort rayonnement.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE MOINS DE 300 M²



RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE EN CENTRALITE (principale et quartier)



* CHR : Café, Hôtel, Restaurant

** Offre de proximité : Alimentation, Hygiène-santé-beauté, CHR

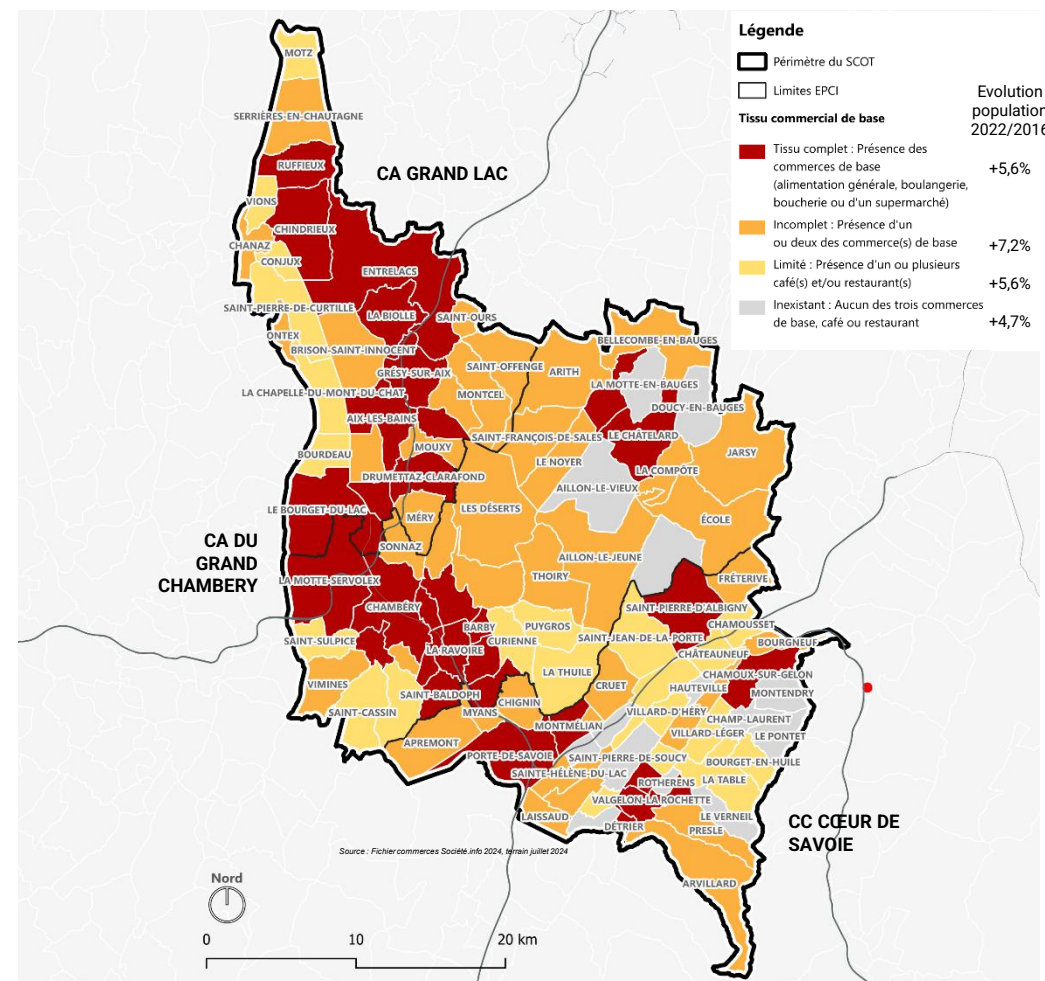
*** Part des commerces en équipement de la personne et équipement de la maison sur le nombre de commerces total (hors services)

Source : Papopers, terrain mars 2026

Un très bon maillage commercial de base alimentaire conforté par une dynamique démographique dans les communes au tissu incomplet

- 31 communes représentant 78% de la population du SCoT disposent d'un tissu commercial de première nécessité complet (c'est-à-dire avec les 3 commerces alimentaire de base), soit une situation dans les moyennes habituelles (60 à 80%).
- 40 autres communes représentant 16% de la population disposent d'un ou deux commerces alimentaires (tissu de base incomplet). Ainsi, ce sont 94% des habitants qui disposent d'au moins un commerce alimentaire dans leur commune. Un taux élevé sur Grand Chambéry (93%) et Grand Lac (97%) mais plus faible sur Cœur de Savoie (76,5%).
- Enfin, 22 autres communes disposent d'au moins un café/restaurant et 14 communes (7% des habitants) ne profitent d'aucun café, restaurant ou commerce alimentaire.
- Si l'on superpose cette analyse avec les évolutions démographiques, on observe que les gains de population se font davantage sur les communes avec un tissu incomplet (+7,2%). Cette évolution est favorable au maintien de ce tissu commercial de première nécessité.

TISSU COMMERCIAL DE BASE PAR COMMUNE A L'ECHELLE DU SCOT



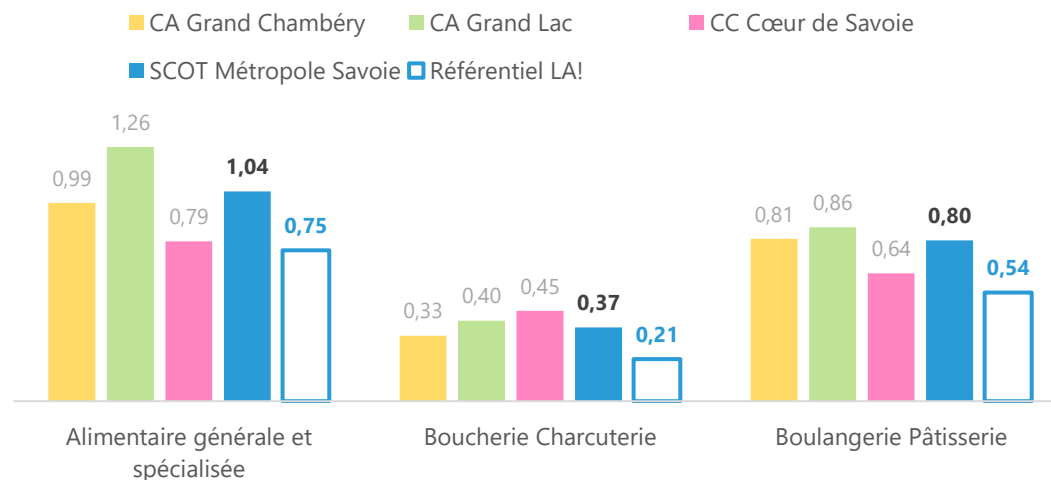
Source : Papopers, terrain mars 2026

Les densités commerciales traditionnelles

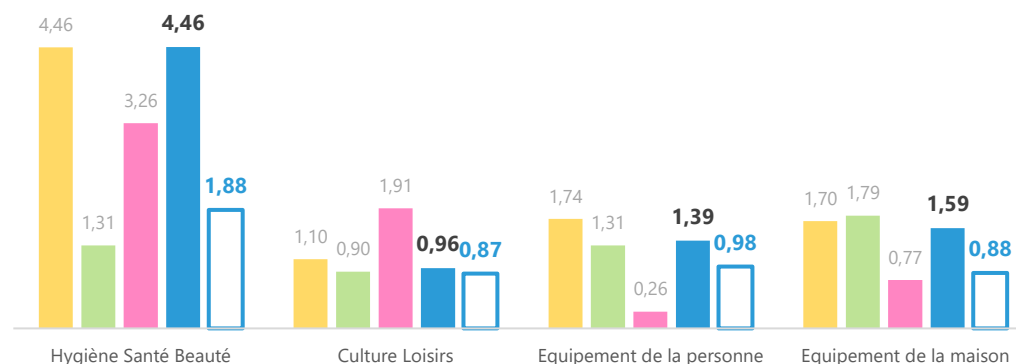
Des densités importantes en alimentaires qui confirment le bon maillage de base

- La densité commerciale permet d'apprécier l'adaptation de l'offre traditionnelle au potentiel de population de proximité.
- En alimentaire, les densités sont élevées confirmant le bon maillage commercial avec le maintien d'un ou deux commerces alimentaires dans des communes dont les deux tiers compte moins de 1000 habitants. Cette situation s'explique également par une influence touristique plus marquée sur le secteur Grand Lac.
- En non alimentaire, les densités sont également élevées notamment en hygiène-santé-beauté tirées par le très bon équipement de Grand Chambéry.
- Les densités sont plus cohérentes avec notre référentiel sur les autres filières non alimentaires tout en restant plus élevées.

DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE ALIMENTAIRE (<300 m²) COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE NON ALIMENTAIRE (<300 m²) COMMERCES POUR 1000 HABITANTS



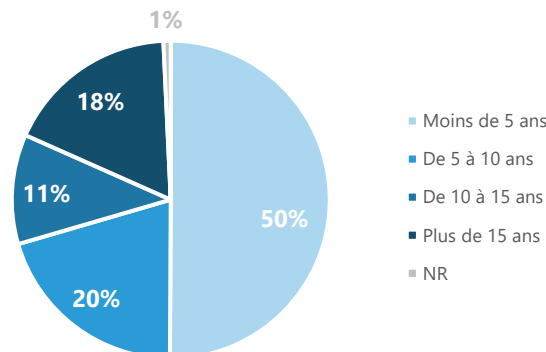
Source : Papopers, terrain mars 2026

Les dynamiques de création des commerces de moins de 300 m²

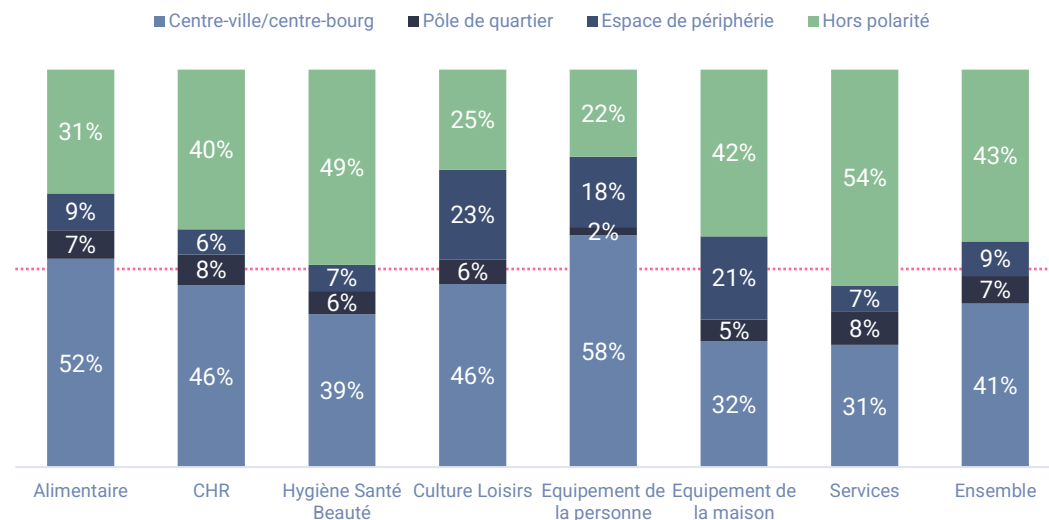
Un turn over qui interroge sur l'instabilité des activités et l'implantation hors polarité commerciale

- 50% des commerces du territoire se sont implantés depuis moins de 5 ans. Cette forte rotation, illustre l'attractivité économique du territoire mais également une forte instabilité des activités notamment en CHR (56%), en hygiène-beauté (54%) et en alimentaire (41%).
- Spatialement, 48% des activités créées depuis 2021 se sont implantées au sein des centres-villes, centres-bourgs et centre de quartier. Un chiffre qui montre une poursuite du glissement de l'activité commerciale vers des espaces hors polarité du SCoT (43%). Certaines filières sont davantage concernées par cet éparpillement comme les services (54%) et l'hygiène-beauté (49%). En revanche pour l'alimentaire la dynamique d'installation reste concentrée sur les polarités existantes et notamment les centres-villes, bourgs ou quartiers (59%).
- Avec 54% de créations hors des centralités, la question des CHR et notamment des restaurants (non soumis aux règles du SCoT) devra être posée compte tenu de leur rôle dans la dynamique de convivialité des cœurs de ville.

RÉPARTITION DES COMMERCES DES MOINS DE 300 M² SUR LE TERRITOIRE PAR PÉRIODE DE CRÉATION



RÉPARTITION DES COMMERCES DE MOINS DE 300 M² INSTALLÉS DEPUIS MOINS DE 5 ANS



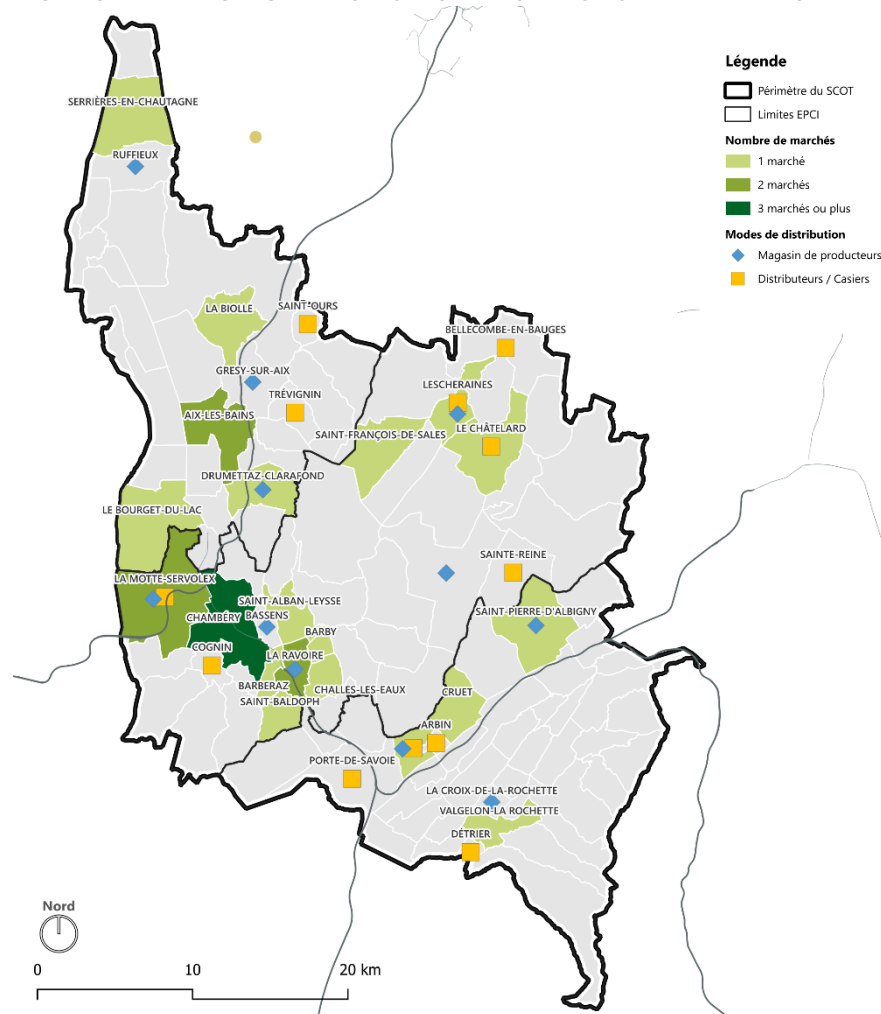
Source : Papopers, terrain mars 2026

Une offre de marché bien présente complétée par des circuits alternatifs

- Métropole Savoie compte 30 marchés répartis sur 20 communes dont 8 sur la seule commune de Chambéry qui s'ajoutent aux halles du centre-ville ouvertes du mardi au samedi matin.
- Les trois quarts de ces marchés s'organisent en semaine dont un tiers le vendredi.
- 23 des 30 marchés s'organisent le matin contre 7 le soir.
- On identifie par ailleurs 13 distributeurs de produits alimentaires (7 pizzas, 3 fromages, 1 pain, 1 œuf et 1 produits fermiers).
- Le territoire compte également 11 magasins de producteurs.

Jour de la semaine	Nombre de marché
Lundi	1
Mardi	4
Mercredi	6
Jeudi	4
Vendredi	8
Samedi	4
Dimanche	3
Total	30

ETAT DES LIEUX DE MARCHES ET DES MODES DE DISTRIBUTION ALTERNATIFS



Source : sites des communes, sites producteurs

La vente directe

Une offre bien présente notamment sur Cœur de Savoie

- D'après le site Internet **Producteur Mont Blanc Savoie**, on recense 48 producteurs qui réalisent de la vente directe à leur exploitation dont plus de 40% sur la communauté de communes Cœur de Savoie.
- Ce mode alternatif vient utilement complété le commerce non sédentaire parfois absent dans ce territoire rural.
- L'offre est particulièrement variée intégrant principalement des produits laitiers, des fruits et légumes, des vigneron, du miel, escargots et même un pêcheur.



FERME DE CARMINTRAN A SAINTE HELENE DU LAC



LA FERME DU DONJON A DRUMETTAZ-CLARAFOND



FERME DE LA CORRERIE A AILLON-LE-JEUNE



LA FERME DU BOISSON A CHÂTEAUNEUF

Partie 3

L'OFFRE EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES (>300 m²)

La spatialisation de l'offre en grande et moyenne surface

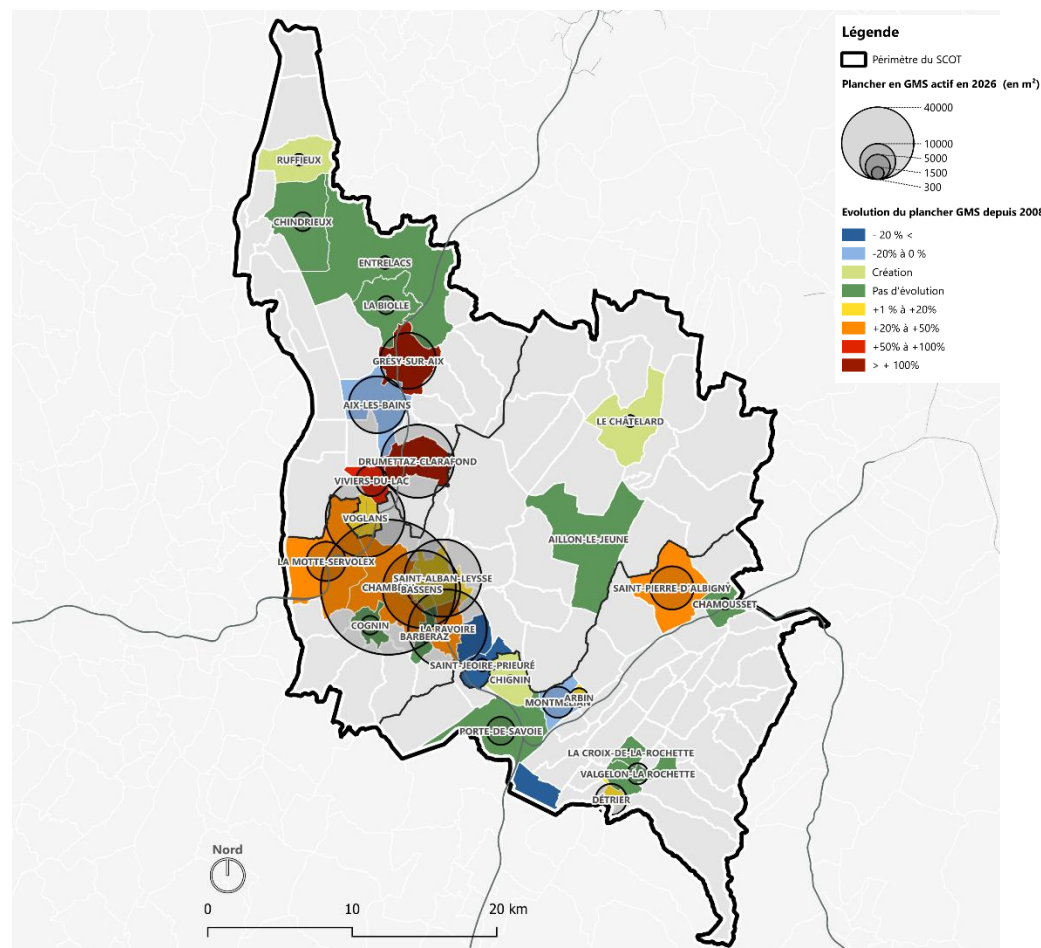
Une croissance plus marquée du plancher commercial sur la CA Grand Lac

Le plancher commercial des grande et moyennes surfaces (GMS) actives (>300m²) représente **285 000 m² sur le territoire du SCOT**. Chambéry et les communes limitrophes concentrent 40% de l'offre en GMS avec 115 000 m². Trois secteurs principaux cumulent plus de 20000 m² de planchers de GMS :

- Les Landiers entre Chambéry et Voglans : 84115 m², +13% entre 2008 et 2025.
- La Zac des Portiques sur 3 communes (Bassens, La Ravoire, Saint Alban-Leyse) : 78 900 m², +11%.
- La zone du Pontet à Drumettaz-Clarafond : 22580 m², +21%.

Depuis 2008, le plancher commercial a davantage progressé en % sur la CA Grand Lac (+41%) contre 15% sur la CA Grand Chambéry et seulement +3% sur la CC Cœur de Savoie. Deux communes ont connu un développement plus marqué : Grésy-sur-Aix (+119%) et Drumettaz-Clarafond (+122%).

PLANCHER COMMERCIAL ACTIF* EN M² ET ÉVOLUTION DEPUIS 2008



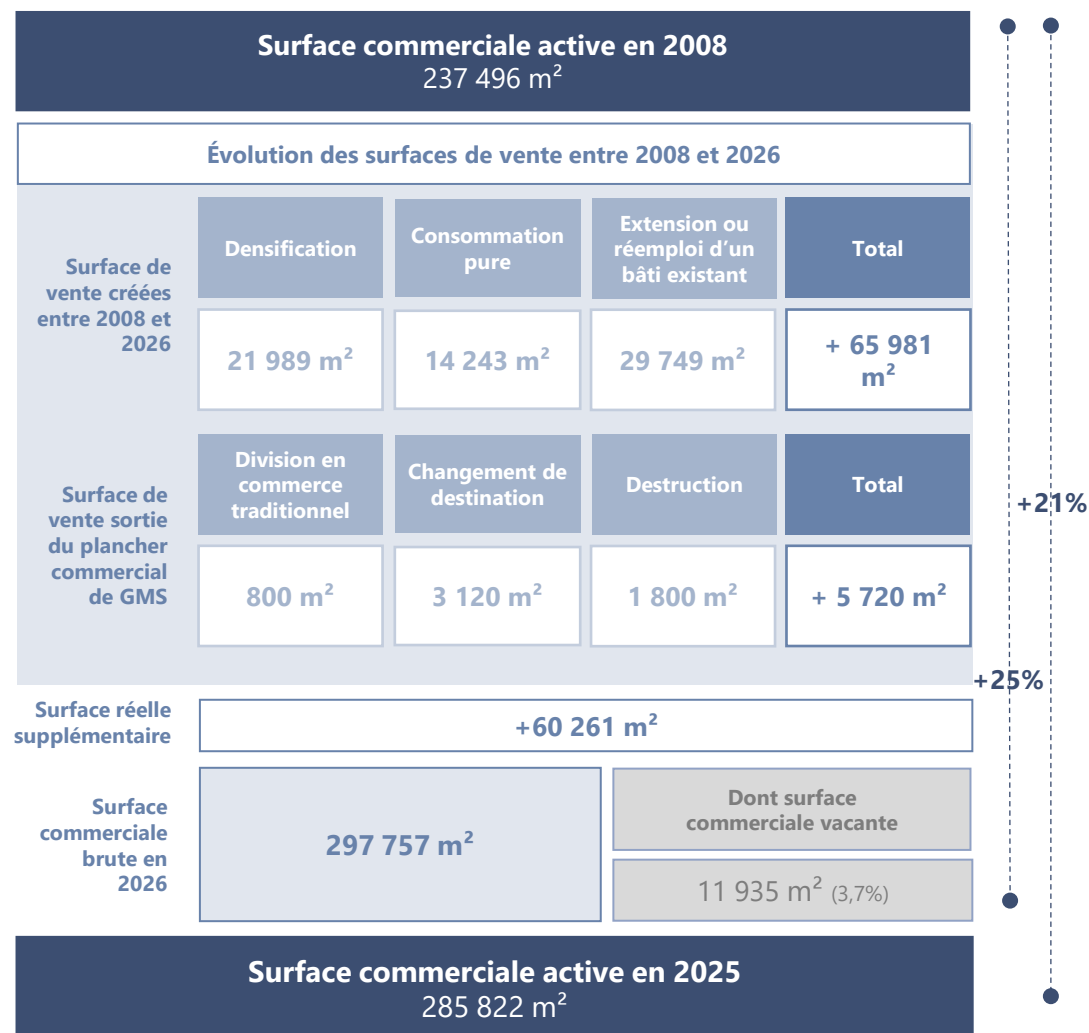
Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, Codata, terrain 2026

*La notion de m² actif correspond au plancher commercial en activité qui s'oppose au plancher commercial vacant

L'évolution de l'offre en grande et moyenne surface

Un développement notable par reconversion de locaux non commerciaux

- Depuis 2008, près de 66 000 m² de surfaces commerciales en GMS ont été créées sur Métropole Savoie. En parallèle, 5 720 m² de surfaces existantes ont disparu par destruction, division en cellule traditionnelle (<300m²) ou changement de destination (salle de sport ou activités médicales...). Seuls 21% de ces nouvelles surfaces ont consommé des espaces non artificialisés (soit environ 4 ha) contre **45% en réemploi de local existant**. On assiste en effet à de nombreuses **transformations de garages ou d'entrepôt** en commerce notamment sur le secteur Bassens / St Alban Laysse/ La Ravoire et du Landiers.
- On recense 17 GMS vacantes et disponibles (dont 3 locaux neufs à Drumettaz-Clarafond) représentant 10 885 m² non exploités. Ainsi, 18 m² sont devenus vacants pour 100 m² de surface commerciale créée depuis 2008, situation plutôt faible comparativement à certains territoires.



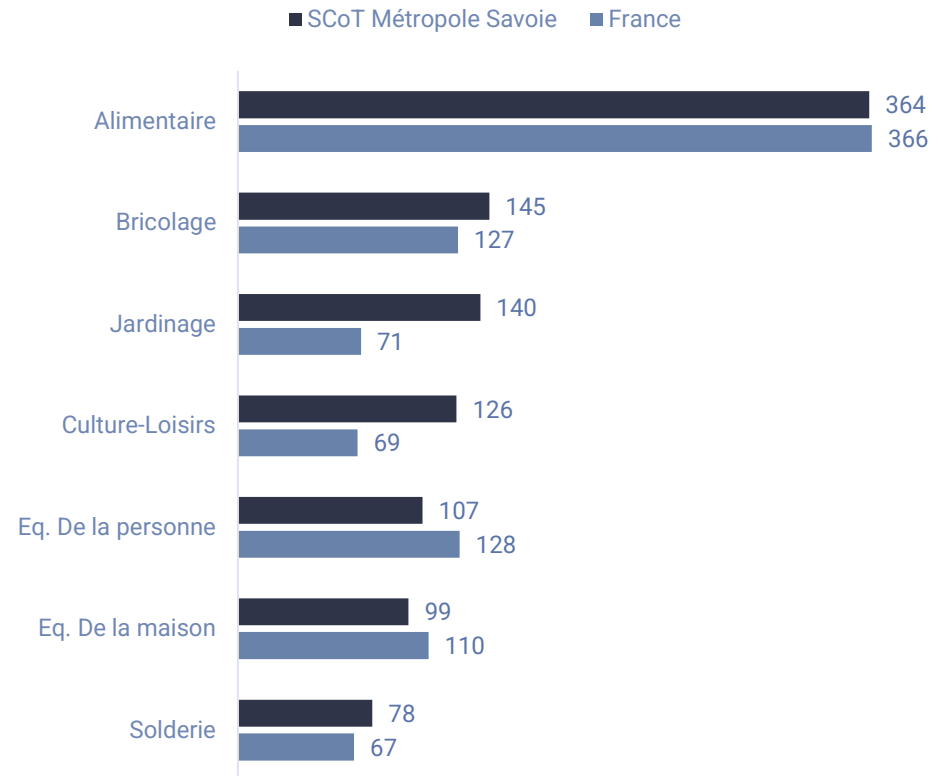
Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, Codata, terrain 2026

Les densités en grande et moyenne surface

Des densités plutôt cohérentes avec le potentiel d'habitants à l'échelle du SCoT

- Depuis 2008, seul le secteur du meuble-décoration a baissé en surface. En revanche l'électroménager s'est bien structuré (+127%). La densité sur cette filière est inférieure à la moyenne nationale.
- L'alimentaire a progressé de 25% dont plus de la moitié concerne des créations de commerces de moins de 1000 m² pouvant potentiellement passer au travers des CDAC. La densité obtenue reste proche de la moyenne nationale.
- Si la densité en bricolage reste proche de la moyenne nationale, celle en jardinage est deux fois plus élevée.
- L'évolution la plus significative concerne les solderies dont le volume a progressé de 64% dont la plupart s'installe dans des bâtiments existants avec une densité désormais supérieure à la moyenne nationale.
- Le secteur culture-loisirs s'est fortement structuré (+37%) avec une densité désormais deux fois plus élevée que la moyenne nationale.
- Malgré une légère croissance, la densité en équipement de la personne reste modeste.

DENSITÉS EN GRANDES & MOYENNES SURFACES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ
(M² POUR 1 000 HABITANTS)



Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert., terrain 2026

Bilan de la structuration commerciale sur l'emploi

La stabilisation du plancher des GMS favorable à la création d'emplois

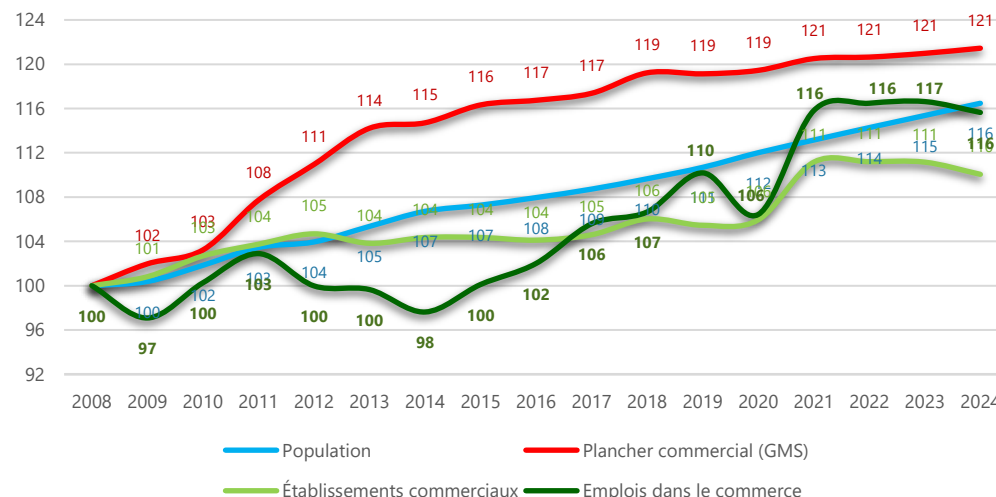
Il est possible de décomposer les 16 dernières années en 3 étapes d'évolution commerciale :

- La période 2010-2015 qui a connu la croissance de l'offre en GMS la plus forte avec pour conséquence une baisse du nombre d'établissements commerciaux mais également du nombre d'emplois. Sur cette période la croissance des GMS a été 3,5 fois plus rapide que la croissance de la population.
- La période 2015-2019 avec une croissance modérée du plancher des GMS et une reprise progressive de l'emploi.
- L'année 2021 a connu un boom des créations d'emploi dans le commerce consécutif à la croissance du nombre d'établissements avec un léger déclin depuis.

Sur cette période, la croissance des effectifs a été plus marquée en alimentaire traditionnel, CHR et hygiène-beauté. Comme à l'échelle nationale, l'équipement de la personne a été fragilisé avec une baisse d'un quart du nombre d'établissements.

En 15 ans, la croissance du volume de GMS a été 30% plus importante que la croissance de population.

ÉVOLUTION DES SURFACES GMS PAR RAPPORT À LA POPULATION ET À L'EMPLOI DANS LA FILIÈRE COMMERCE SUR LE SCOT (INDICE 100 EN 2008)



	Nombre d'établissements 2008-2024	Effectifs salariés 2008-2024
Alimentaire traditionnel	+19,1%	+61,9%
Supermarché, hypermarché	+21,2%	-1,4%
CHR	+21,2%	+35,2%
Culture-loisirs	-7,7%	+10,7%
Hygiène-santé-beauté	+11,0%	+21,3%
Équipement de la maison	+9,8%	+14,6%
Équipement de la personne	-25,5%	-23,2%
Services	+7,7%	+0,4%
Total commerces	+10,1%	+15,6%

Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, terrain 2026, ACCOS URSSAF, Insee 2025

Partie 4

L'ORGANISATION DE LA LOGISTIQUE COMMERCIALE

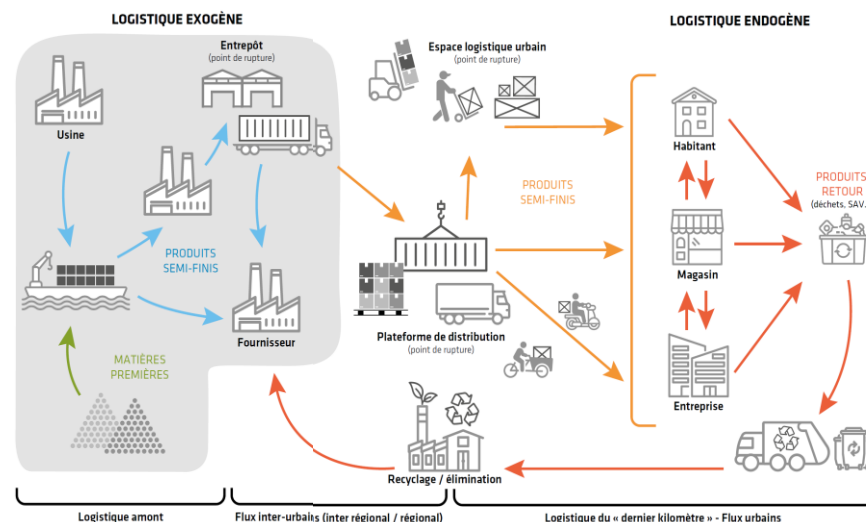
L'organisation des espaces des activités logistiques

La logistique urbaine (du dernier kilomètre) constitue un des maillons de la chaîne logistique globale

- ▶ Les principaux acteurs de la chaîne logistique :
 - Fournisseur / Production : relation en matière d'approvisionnement et flux financiers
 - Plateforme (réception, stockage, préparation, chargement) – fléchage / attribution
 - Client (livraison dans l'espace urbain des entreprises, collectivités, commerçants, particuliers, etc.)

- ▶ Principe de la logistique inverse : du « Client » à la « Production » (retour / collecte des emballages par exemple)

Source : LA!



Source : Cluster PACA Logistique, AUDIAR

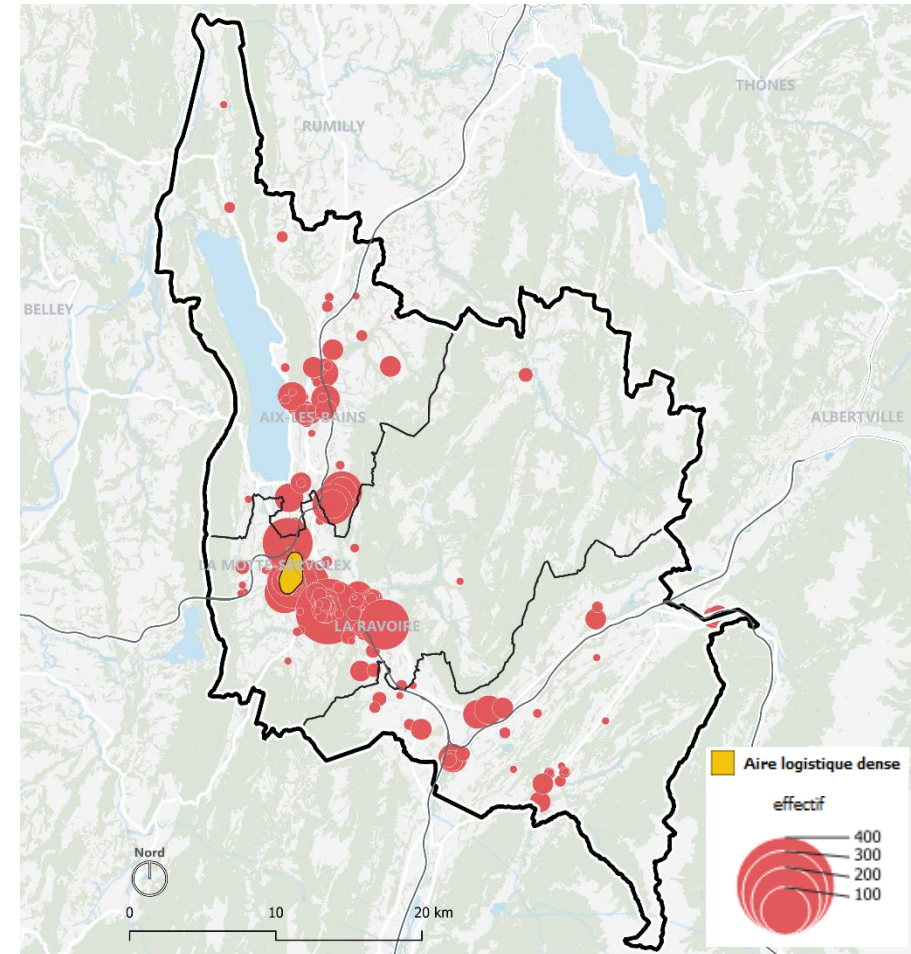
TYPLOGIE	VOCATION	FLUX	LES EXEMPLES SUR LE TERRITOIRE
Entrepôts majeurs	Une vocation internationale, nationale ou interrégionale	Flux de véhicules lourds entrants et sortants et/ou connexion ferroviaire/ fluviale/ maritime/ aérienne	Aéroport Chambéry Savoie
Entrepôts Intermédiaires	Une vocation régionale	Flux de véhicules lourds entrants et sortants dans une logique groupage dégroupage	STEF Logistique DWT Logistics
Entrepôts de proximité	Une vocation d'agglomération	Flux de véhicules lourds entrants et de petits véhicules sortants	BM Multimodal
Entrepôts d'hyper-proximité (ELU, Dark Store, magasin automatique...)	Une vocation locale	Flux de véhicules lourds/petits véhicules entrants et de solutions alternatives propres en sortie	-
Points de retrait CDAC(-able) (Drive,...)	Une vocation locale	Flux véhicules lourds rentrants et retrait par le particulier	Drives du territoire
Lieux de retrait (Casiers, locker...)	Une vocation locale	Flux de petits véhicules entrant et retrait par le particulier	Points relais et lockers du territoire

La spatialisation des activités logistiques

Un poids modeste des activités logistiques sur le territoire

- ▶ 209 établissements et 4300 salariés dans la logistique
 - On compte 209 établissements actifs dans les activités de logistique sur le territoire soit 2% des établissements du territoire mais 5% des effectifs salariés (tous secteurs d'activité confondus).
 - Les activités se localisent principalement sur le cœur urbain du territoire (La Motte Servolex / Chambéry / La Ravoire) avec notamment une concentration d'activités sur La Motte Servolex (aire logistique dense de 88000 m² de surfaces totales d'entrepôts et plateformes logistique). Globalement 42% des entrepôts du territoire Métropole Savoie sont exploités par des sociétés liées au commerce de gros.
- ▶ 100% des entrepôts du territoire sont situés dans les ZAE
 - Les implantations d'activités logistique sur le territoire sont globalement maîtrisées sur le territoire avec l'ensemble des entrepôts implantés dans des zones d'activités.

SPATIALISATION DES ACTIVITES LOGISTIQUE, DES EFFECTIFS SALARIES EN LOGISTIQUE ET DES AIRES LOGISTIQUE DENSES



Sources : SOeS, Cerema, Insee, SIRENE *Aire logistique dense : espace composé d'au moins trois EPL de plus de 5 000m² et dans lequel ces derniers sont distants de moins de deux kilomètres.

La dynamique de construction d'entrepôts logistique

Une dynamique plutôt importante de construction d'entrepôts

▷ 15000 m²/an de surfaces d'entrepôts nouvelles autorisées

- Au total près de 180 000 m² de surfaces nouvelles d'entrepôts ont été construites depuis dix ans sur le territoire (dont seulement 4000 m² issus de transformation de surfaces existantes (2,%)).
- Parallèlement, 23000 m² ont été démolis et 5000 m² d'entrepôts ont changé de destination soit un solde largement positif de 150 000 m² de surfaces d'entrepôts supplémentaires en 10 ans

CONSTRUCTION D'ENTREPOTS LOGISTIQUE SUR LA PERIODE 2017-2026 (AUTORISATIONS)



Sources : SDES, Statistique publique de l'énergie, des transports, du logement, de l'environnement

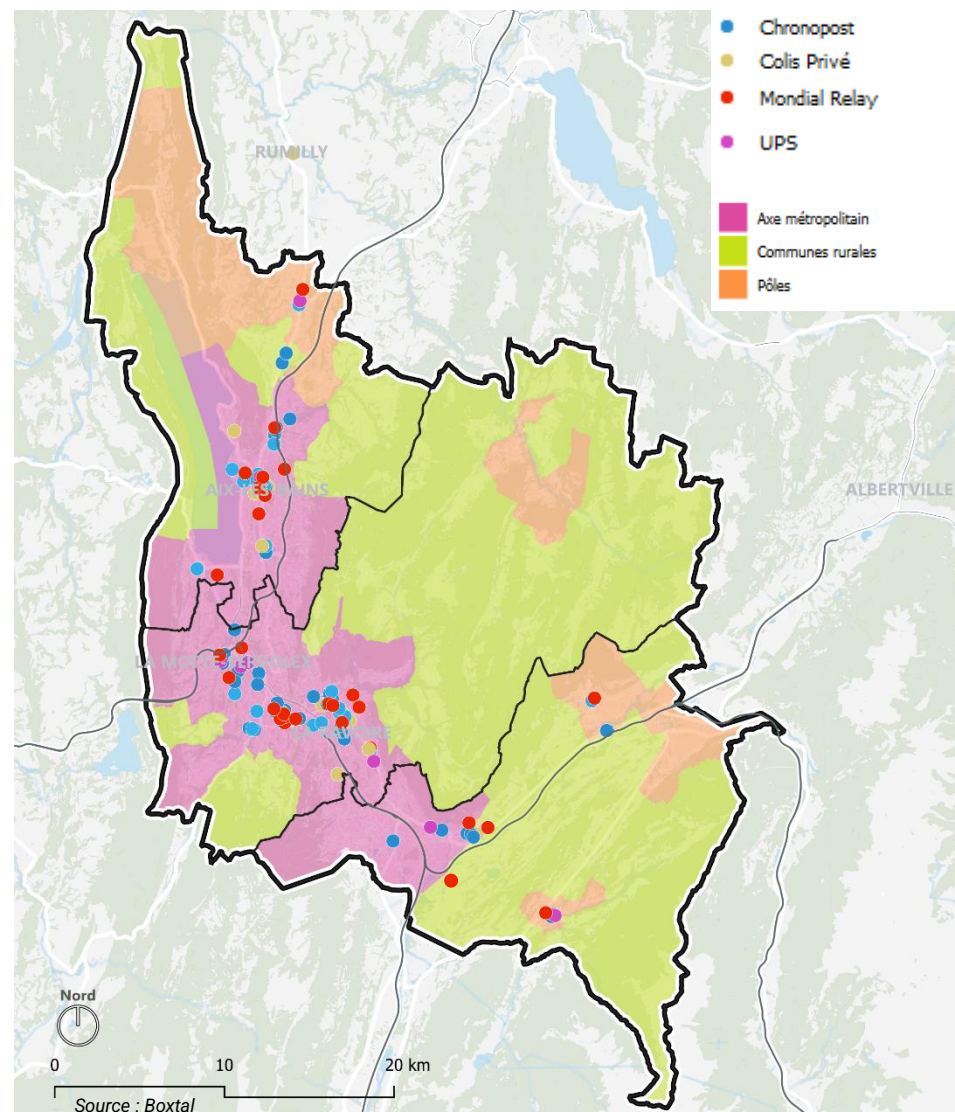
Une bonne couverture du territoire par les points relais

► 59% de couverture de la population à 1 km

- 141 points relais sont recensés sur le territoire répartis sur 25 communes des 107 communes (24%) soit 0,54 points pour 1000 habitants, proche de la moyenne nationale à 0,58. La desserte en points relais est fortement concentrée sur l'axe métropolitain puisque 85% d'entre eux s'y trouvent contre 9% sur les communes pôles et 6% sur les communes rurales.
- Ces points relais assurent une couverture cohérente du territoire puisque 72% de la population est située à moins de 5 min en voiture et 88% à moins de 10 min. Dans une logique de déplacement doux, 59% des habitants sont à moins d'1 km de ces points de retrait.

► 72% implantés en centralité

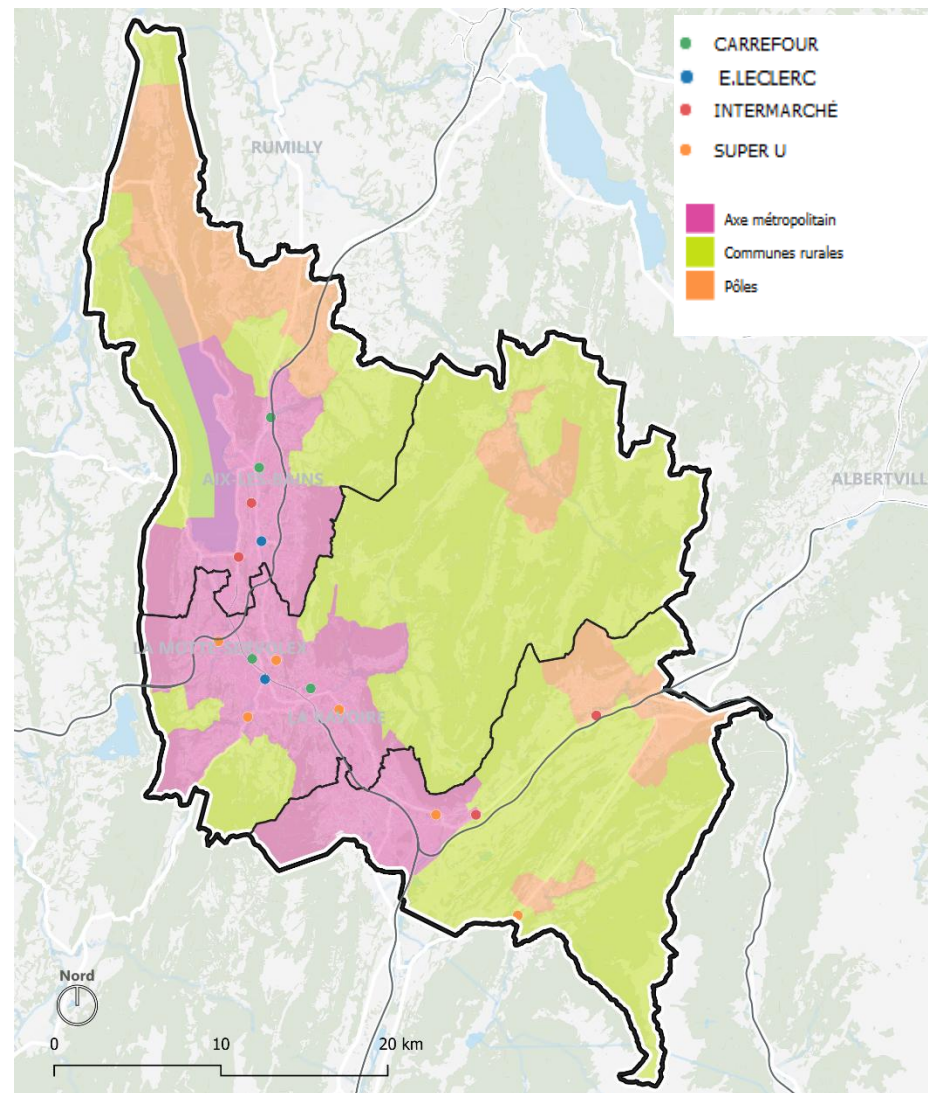
- Ce service de récupération de commande participe à la dynamique des centralités du territoire puisque près des trois quarts sont implantés au sein des centralités contre 22% au sein des polarités de périphérie.



Un maillage dense sur le cœur urbain du territoire

- ▶ 84% des habitants à moins de 10 minutes d'un drive
- On recense 18 établissements (super et hypermarchés), proposant un service de Drive sur le territoire dont 2 déconnectés avec l'enseigne Leclerc. A noter que cette enseigne propose également un drive piéton en centre-ville de Chambéry.
- Ce sont ainsi plus de la moitié des habitants (52%) qui résident à moins de 5 minutes en voiture d'un drive et 84% à moins de 10 minutes. Ces ratios illustrent la bonne couverture du territoire avec une implantation stratégique des drives au sein des espaces les plus denses. 80% des établissements sont situés sur l'axe métropolitain.

SPATIALISATION DES DRIVES ET COUVERTURE DE LA POPULATION

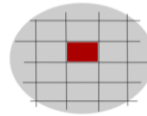
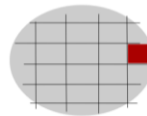
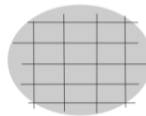


Source : LSA Expert

Partie 5

LE BILAN DES ESPACES COMMERCIAUX

Méthodologie – Espace hors centralité historique / indicateurs urbains

Indicateurs	Les critères d'analyse	Mots-clés
Position dans l'enveloppe urbaine	Positionnement de la zone par rapport à l'urbanisation de la commune	Intégré  Connecté  Déconnecté 
Logique d'implantation	Organisation globale de la zone, optimisation des déplacements internes et des stationnements	Logique de zone globale  Logique de zone partielle  Logique à la parcelle 
Attractivité de la zone (qualité urbaine & architecturale)	Intégration et cohérence architecturale du bâti : matériaux, couleurs, enseignes, alignement, gabarits. Qualité de l'environnement urbain et paysager (espaces verts, fleurissement, traitement des abords...). Ambiance et confort d'achat.	• Vieillissante • Banale ou classique • Qualitative ou nouvelle génération
Connexion de la zone (accessibilité & déplacement)	Niveau de connexion de la zone aux modes doux : espaces et traversées piétonnes, réseaux de transport en commun, aire de covoiturage, mutualisation des espaces de stationnement.	• Fonction routière • Accès piéton aménagé (trottoir adapté) • Piste cyclable
Densité bâtie	Ratio de la surface de plancher des bâtiments et la surface totale des périmètres des secteurs d'implantation périphériques (SIP)	/ Rouge : faible densité <15% / Orange : densité moyenne 15% à 25% / Vert : forte densité >25%

Bilan des espaces d'accueil de commerce hors centralité historique

Commune	Nom de l'espace	Plancher commercial GMS (en m²)	Position dans l'enveloppe urbaine	Implantation	Statut SCoT	Vocation	Densité bâtie	Attractivité de la zone	Connexion
Aix-les-Bains	Boulevard Maréchal de Lattre de Tassigny	3 010	Intégré	Globale	-	Commerciale	24%	Classique	Présente
Aix-les-Bains	ZC Marlioz	4 930	Intégré	Globale (GSA et galerie commerciale)	Pôle structurant	Commerciale	36%	Vieillissante	Présente
Arbin- Montmélian	Zone de la Caronnière	5 353	Connecté	Partielle	Polarité de maillage	Mixte	21%	Vieillissante	Absente
Bassens	ZAC des Portiques Ouest	21 387	Intégré	Partielle	Centralité	Commerciale	23%	Classique	Présente
Bassens-Saint- Alban-Leyse	ZAC des Portiques Nord	30 937	Intégré	Partielle	Pôle de destination	Mixte	30%	Vieillissante	Limitée
La Ravoire	ZAC des Portiques Sud	26 610	Intégré	À la parcelle	Pôle de destination	Mixte	19%	Vieillissante	Absente
Chambéry- Voglans	ZAC des Landiers Nord	49 149	Connecté	À la parcelle	Pôle de destination	Mixte	22%	Vieillissante	Limitée
Chambéry	ZAC des Landiers Sud-Chamnord	34 966	Intégré	Partielle	Pôle de destination	Commerciale	25%	Qualitative	Présente
Chambéry	Zone de la Boisse – Les Grands Vergers	5 727	Intégré	Partielle	Pôle structurant	Commerciale	25%	Qualitative	Limitée
Détrier	Zone du Lac	4 096	Connecté	Globale	Pôle de maillage	Commerciale	23%	Classique	Absente
Drumettaz- Clarafond	ZAE du Pontet	22 580	Connecté	Partielle	Pôle structurant	Mixte	20%	Classique	Limitée
Drumettaz- Clarafond	Route d'Aix	810	Intégré	À la parcelle	Centralité de quartier	Mixte	NC	Vieillissante	Absente

Bilan des espaces d'accueil de commerce hors centralité historique

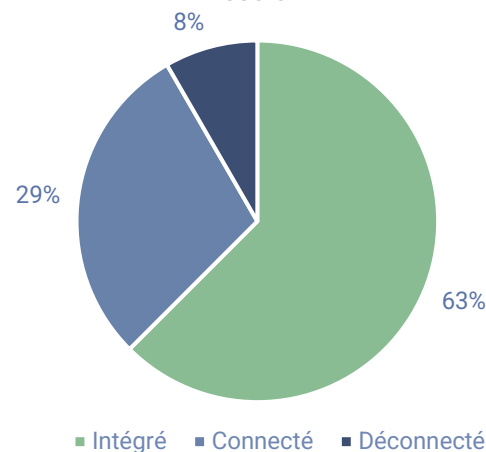
Commune	Nom de l'espace	Plancher commercial GMS (en m²)	Position dans l'enveloppe urbaine	Implantation	Statut SCoT	Vocation	Densité bâtie	Attractivité de la zone	Connexion
Grésy-sur-Aix	ZAC Les Portes de Bauges	13 877	Intégré	Partielle	Pôle structurant	Mixte	17%	Qualitative	Présente
La Biolle	ZI Glatey	1 700	Intégré	Globale (1 seul magasin)	Polarité de maillage	Commerciale	18%	Classique	Limitée
La Croix de la Rochette	Zone de Pré Viboud	500	Connecté	À la parcelle	Polarité de maillage	Mixte	16%	Classique	Absente
La Motte- Servolex	Zone de Plan Nord	4 931	Intégré	À la parcelle	Pôle structurant	Commerciale	25%	Qualitative	Présente
La Motte- Servolex	Zone des Campagnes	1 225	Intégré	Partielle	-	Mixte	24%	Classique	Présente
Montmélian	Espace Crève Coeur	901	Connecté	Partielle	Centralité de quartier	Commerciale	NC	Classique	Présente
Porte-de-Savoie	Zone de la Boisset	3 693	Déconnecté	Globale (1 seul magasin)	Polarité de maillage	Mixte	15%	Classique	Absente
Ruffieux	ZA de Saumont	900	Intégré	À la parcelle	Polarité de maillage	Mixte	14%	Classique	Limitée
Saint-Jeoire- Prieuré	PA des Côtes	990	Intégré	Partielle	Polarité de maillage	Mixte	18%	Vieillissante	Absente
Saint-Pierre d'Albigny	ZAC du Carouge	8 363	Déconnecté	Partielle	Polarité de maillage	Commerciale	15%	Classique	Absente
Valgelon-la- Rochette	Zone de la Rochette	2 200	Intégré	Globale (1 seul magasin)	Polarité de maillage	Commerciale	15%	Qualitative	Limitée
Viviers-du-Lac	Zone de la Coua	4 500	Connecté	Globale	Polarité de maillage	Commerciale	22%	Vieillissante	Limitée

Bilan des espaces d'accueil de commerce hors centralité historique

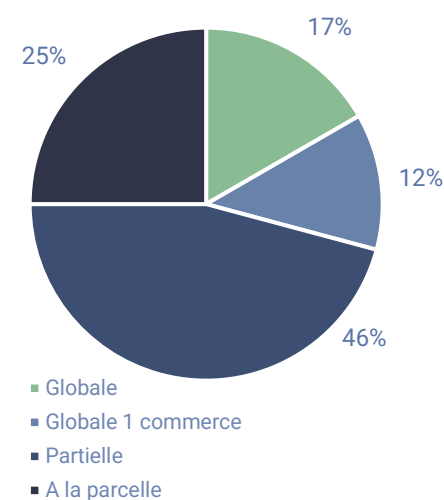
Des espaces intégrés à la tâche urbaine mais souffrant d'un manque d'attractivité et d'une organisation peu lisible

- **24 espaces peuvent être considérés comme des secteurs situés hors des centralités historiques** dont 19 sont **définis comme pôle du SCoT** en vigueur, 3 sont identifiés en centralité et 2 ne sont pas identifiés. Ces espaces concentrent 86% du plancher des GMS du SCoT. Près des deux tiers de ces zones sont désormais intégrés au tissu urbain.
- **L'organisation interne** des zones est, dans les trois quarts **des cas**, soit partielle (46% avec mutualisation d'espace) soit à la parcelle (25%) soulignant une organisation au coup par coup et pas toujours lisible à laquelle s'ajoute de la mixité avec des activités productives.
- **L'attractivité urbaine apparaît banale pour 46% des espaces de périphérie et même vieillissante pour un tiers.** En effet même si quelques zones profitent d'aménagements récents et qualitatifs, une majorité d'espaces restent encore trop routiers, avec peu de végétation, des façades banales et des espaces publics dégradés.
- **L'optimisation du foncier reste modérée** avec près des trois quarts des zones dont le bâti représente 15% et 25% de la parcelle.

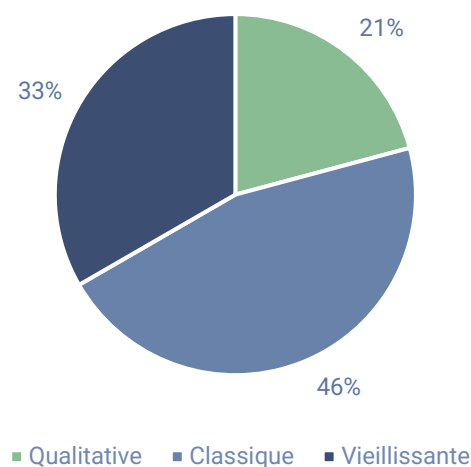
IMPLANTATION DU COMMERCE DANS LE TISSU URBAIN



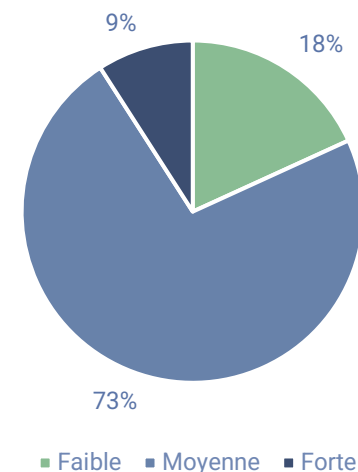
LOGIQUE D'IMPLANTATION



ATTRACTIVITÉ URBAINE



DENSITÉ BÂTIE



Bilan des centralités commerciales

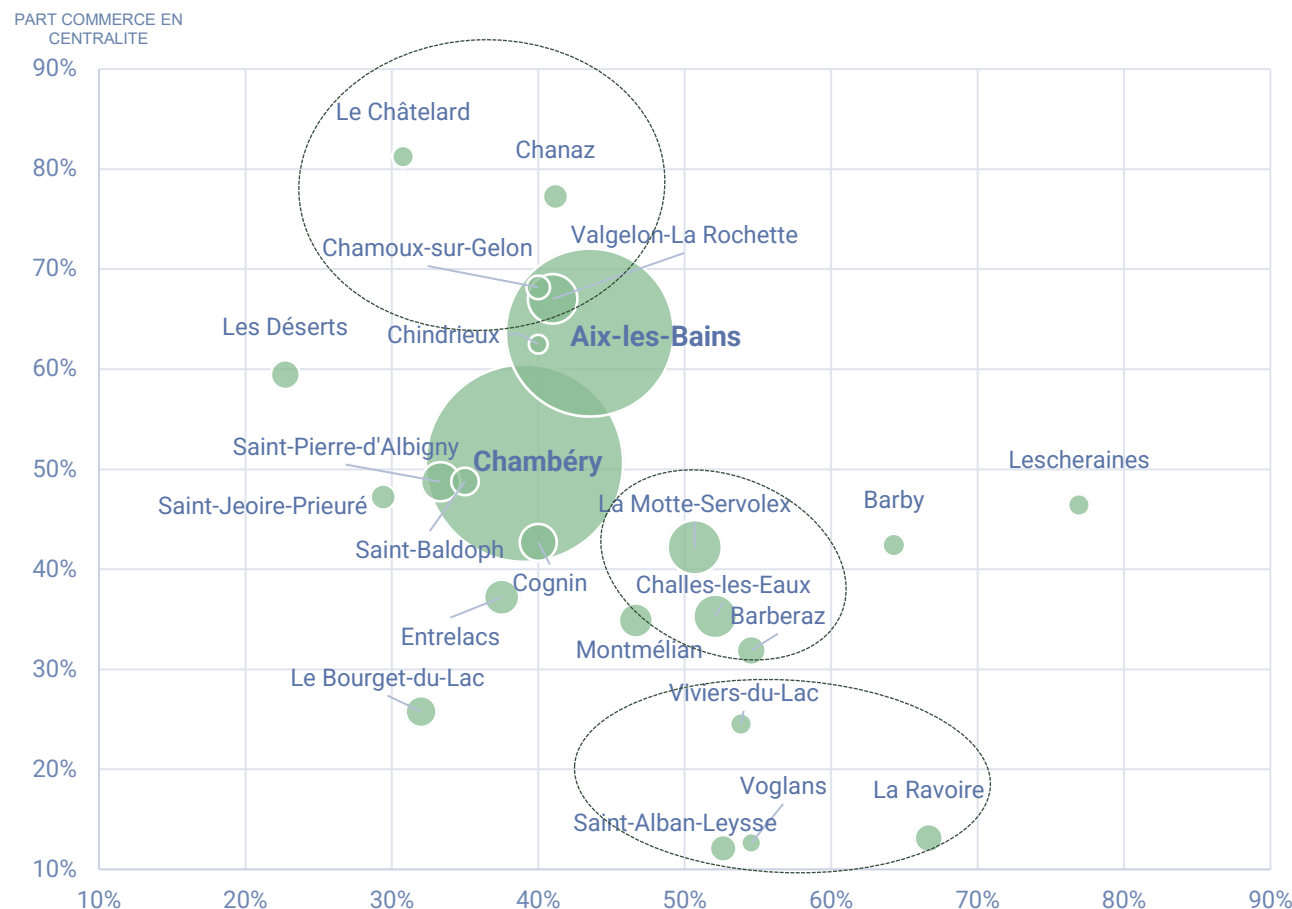
Faible lisibilité des centralités périurbaines

Le bilan des dynamiques de centralité vise à croiser 3 indicateurs : le volume de commerces (taille), le poids des commerces en centralité (ordonnées) et l'évolution du nombre de commerces (abscisses).

Le mapping permet de différencier différents types de centralités :

- La prédominance des **centralités structurantes** de Chambéry et d'Aix-les-Bains.
- Des **centralités de bourg compactes** (Chanaz, Le Chatelard, Chamoux-sur-Gelon ou Valgelon-la Rochette) bénéficient d'une forme urbaine resserrée autour d'une identité patrimoniale forte.
- Des **communes périurbaines** (La Motte-Servolex, Challes-les-Eaux, Barberaz) profitent de la proximité de Chambéry pour développer l'activité commerciale mais dont la centralité perd en lisibilité.
- Des **centralités diluées** (La Ravoire, Saint-Alban-Leyse, Voglans, Viviers-du-Lac) liées à la proximité d'un pôle de périphérie majeur et d'axes de flux.

BILAN ET DYNAMIQUE DE L'APPAREIL COMMERCIAL DES CENTRALITÉS



Nota Bene : l'analyse porte uniquement sur les centralités historiques dotées de commerces, d'où l'absence de la commune de Bassens dont la polarité commerciale est analysée au titre des espaces « hors centralités historiques » (cf. diapos 30 à 33).

TAUX DE CREATION EN CENTRALITE (DEPUIS 2021)

Partie 6

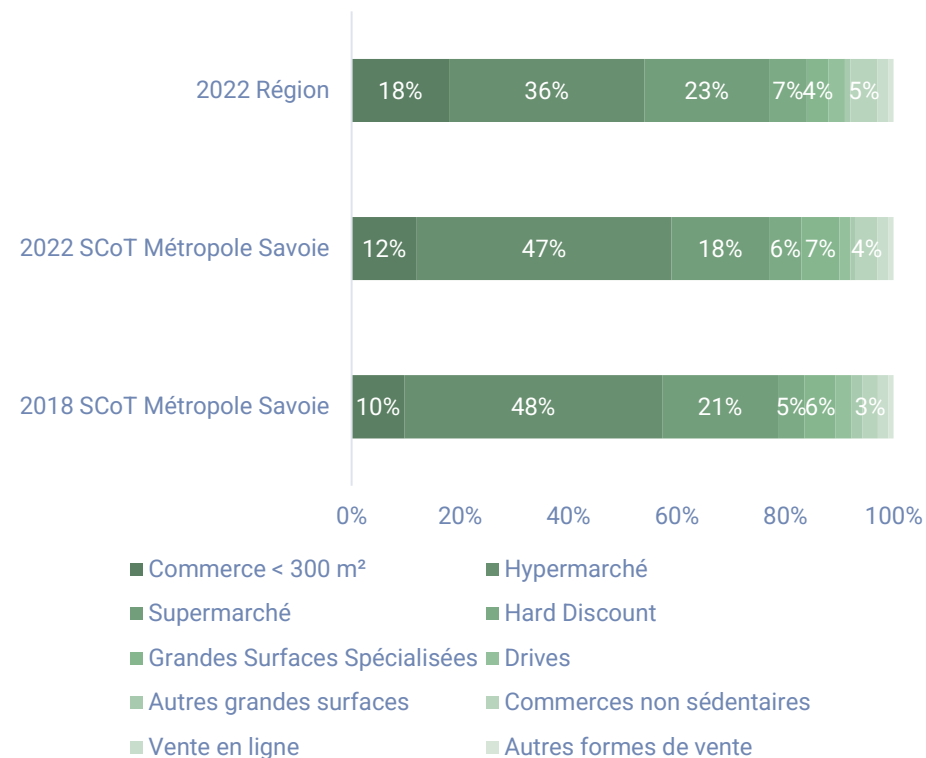
LE BILAN FLUX DE CONSOMMATION

Données CCI – Enquête 2022 vs 2018

Confortement de la prédominance des hypermarchés

- Le territoire du SCoT Métropole Savoie se distingue de l'ensemble de la Région Auvergne Rhône Alpes par une faible consommation en circuit traditionnel (<300 m²) (12% en 2022 contre 18% en 2018), même si cette part a progressé (+2 points). La prédominance des hypermarchés est très marquée (47% contre 36% sur la Région) et a peu diminué contrairement à ce que l'on observe sur d'autres territoires. Dans ce contexte, ce sont les supermarchés qui perdent des parts de marchés alors qu'ils en gagnent habituellement. Métropole Savoie est également moins marquée par la croissance du discount alimentaire même si ce circuit progresse d'1 point entre 2018 et 2022. On notera le rôle modéré des marchés de plein vent avec 4% des dépenses en progression (+1 point) mais en dessous de la moyenne régionale (5%).
- L'influence du drive reste marginale et évolue peu.

RÉPARTITION DE DÉPENSES ALIMENTAIRES PAR FORME DE VENTE

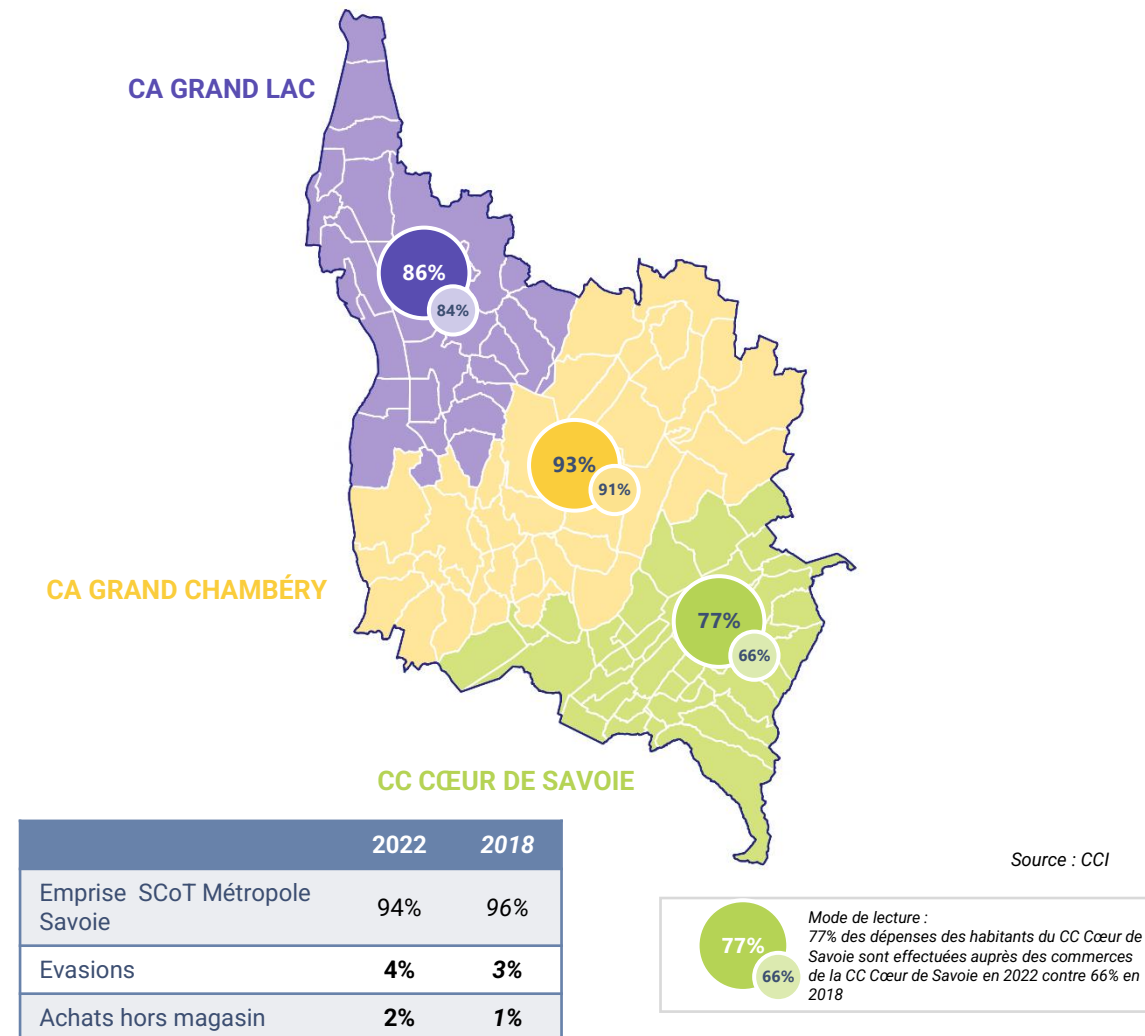


Source : CCI

Une croissance de la rétention sur Grand Lac et Cœur de Savoie

- A l'échelle du périmètre du SCoT la rétention des achats en alimentaire a sensiblement progressé sur tous les EPCI : +2 points pour Grand Chambéry, + 2 points pour Grand Lac et +11 points pour Cœur de Savoie.
- Avec des chiffres, le territoire reste parfaitement autonome même si Grand Lac et Cœur de Savoie dépendent de Grand Chambéry. Même si l'évasion progresse, elle reste dans des niveaux d'incompressibilité.

RÉTENTION DES ACHATS EN ALIMENTAIRE EN FONCTION DES EPCI



Rétention : part des achats effectués dans les commerces du territoire

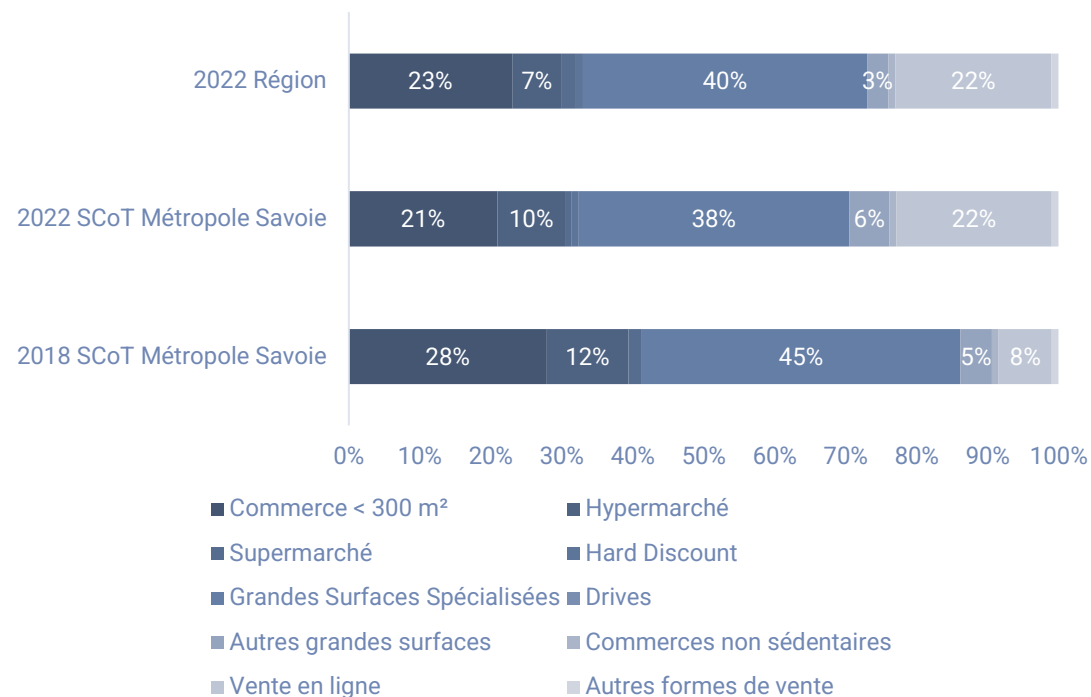
Evasion : part des achats effectués en dehors des commerces du territoire

Circuits de dépenses non alimentaire

Une dégradation du rôle des grandes surfaces spécialisées et du circuit traditionnel face au développement d'Internet

- En non alimentaire, la forte croissance des achats sur Internet (+12 points) a principalement pénalisé les grandes surfaces spécialisées (-7 points) et le commerce <300 m² (-6 points). Les hypermarchés ont été moins impactés (-2 points) et conservent un poids supérieur aux autres territoires de la Région.
- La part de marché du circuit traditionnel (<300 m²) est désormais plus faible que celle observée à l'échelle régionale (21% contre 23%). Sous l'effet de la croissance des solderies, les autres grandes surfaces ont sensiblement progressé (+ 1 point à 5%).

RÉPARTITION DE DÉPENSES NON ALIMENTAIRES PAR FORME DE VENTE



Source : CCI

Flux de consommation en non alimentaire

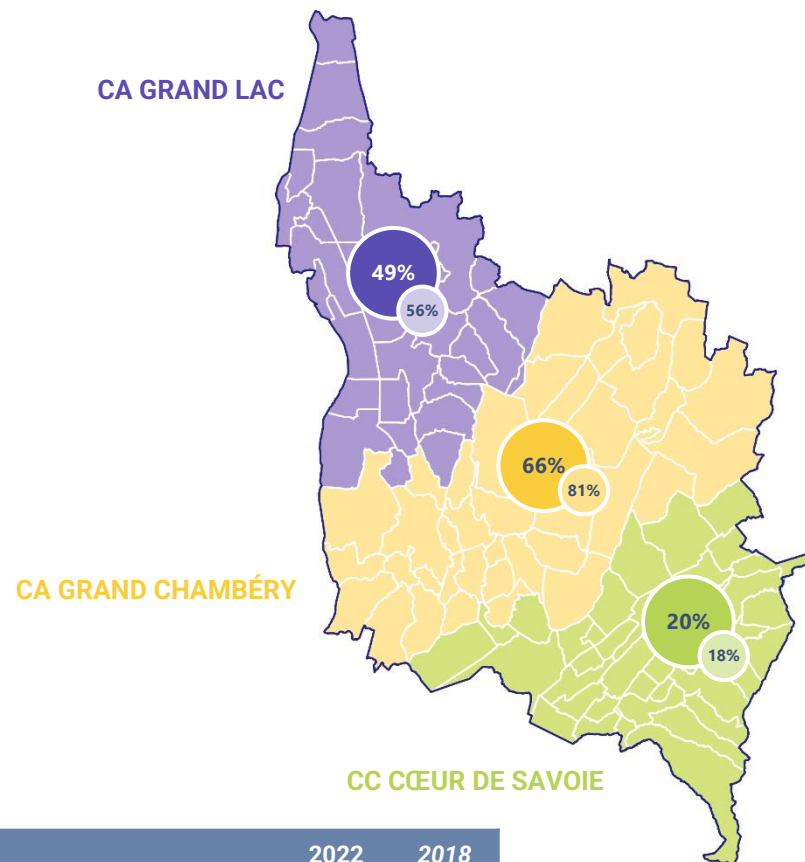
Une explosion d'internet sans modifier l'évasion hors SCoT

- Sur les dépenses en non alimentaires, les parts de marchés ont principalement été bouleversées par l'explosion d'Internet passant de 8% en 2018 à 23% en 2022.
- Ce sont les filières mobilier/décoration et culture-loisirs qui ont le plus été impactées par la croissance du digital avec une part de marché qui est passée de 9% à 28% contre 8% à 24% en équipement de la personne.
- L'évasion hors territoire étant constante et sans doute incompressible (à 8%), ce sont les commerces du territoire qui se sont affaiblis et principalement ceux de Grand Chambéry (-15 points) et du Grand Lac (-7 points).

Rétention : part des achats effectués dans les commerces du territoire

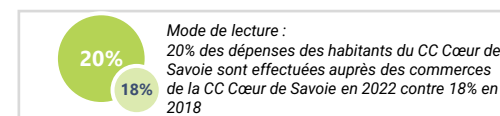
Evasion : part des achats effectués en dehors des commerces du territoire

RÉTENTION DES ACHATS EN NON ALIMENTAIRE EN FONCTION DES EPCI



Source : CCI

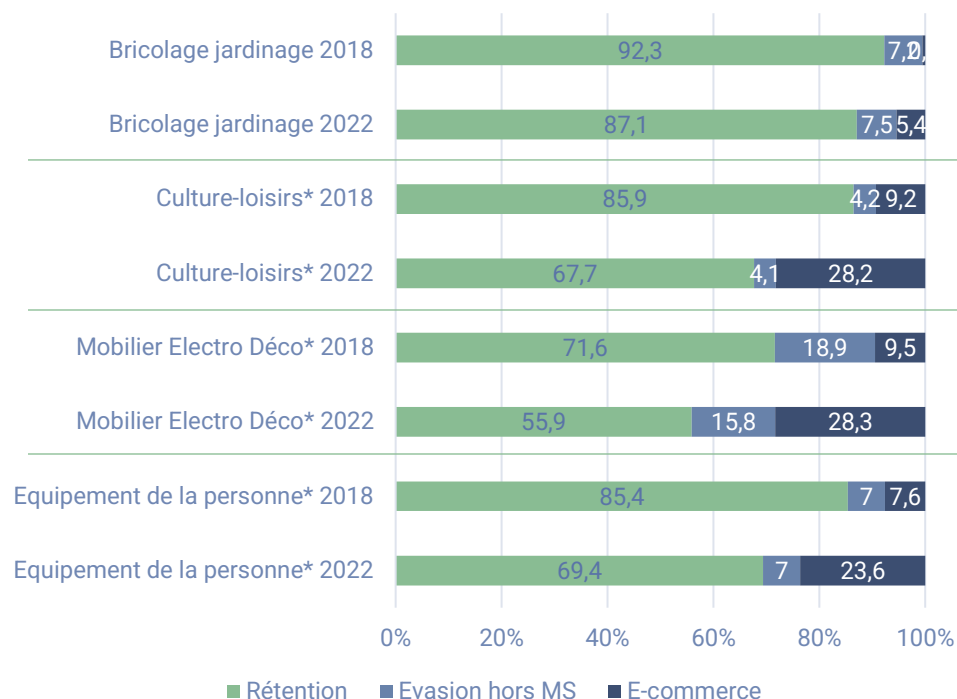
	2022	2018
Emprise SCoT Métropole Savoie	69%	84%
Evasions	8%	8%
Achats hors magasin	23%	8%



Forte érosion de la rétention dans les achats anomaux* face à Internet sans modifier l'évasion hors territoire

- Si sur le marché alimentaire la rétention apparaît globalement stable entre 2018 et 2022, sur le non alimentaire les variations sont plus significatives. C'est en culture-loisirs que le territoire a le plus perdu d'emprise face au développement d'Internet (-18,2 points). Reste que les baisses de part de marché en équipement de la personne (-16 points) et de la maison (-15,7) sont également très importantes.
- Dans le même temps l'évasion a peu baissé (maximum 3 points en équipement de la maison) contrairement à ce que l'on observe sur d'autres territoires.
- L'évasion sur Internet atteint des niveaux rarement observés notamment en culture-loisirs et l'équipement de la maison (28%).
- Le secteur du bricolage jardinage a moins subi cette érosion avec une baisse de 5 points même si Internet représente 5% alors que son poids était insignifiant en 2018.

RÉTENTION ET ÉVASION DES DÉPENSES DE CONSOMMATION DES MÉNAGES DE MÉTROPOLE SAVOIE PAR FAMILLE DE PRODUITS (EN %)



Source : CCI

*Les achats anomaux (poste de dépenses indiqués avec * dans le graphique) se définissent par leur fréquence d'achat faible avec des durées de vie plus importantes. Ils s'apparentent traditionnellement aux secteurs de l'équipement de la personne, de la maison et une partie des produits de culture-loisirs (hors fleurs, jardinage notamment). Ce type de produits se distingue du produit banal dont l'achat est plus fréquent.

Partie 7

SYNTHÈSE ET ENJEUX

Bilan des flux commerciaux sur l'équipement commercial

Seule la filière équipement de la personne semble subir des tensions de part de marché

Le croisement de l'évasion commerciale avec l'évolution du plancher des GMS et le volume d'établissements nous informe de l'évolution des tensions de marché.

- En alimentaire, l'emprise plafonne voire baisse sensiblement malgré une croissance de l'offre commerciale.
- En équipement de la personne, la perte d'emprise a des conséquences directes sur l'offre commerciale tant en volume de plancher des GMS qu'en nombre de commerces <300 m².
- En mobilier, électroménager et décoration, la croissance de l'offre notamment discount n'a pas empêcher la réduction de l'emprise et la montée en puissance du digital pouvant créer des tensions sur le marché.
- En bricolage et jardinage, le plancher des GMS progresse sensiblement alors que l'emprise a baissé.
- En culture-loisirs, le territoire a subi une forte érosion de son emprise avec des conséquences plus sensibles sur les GSS que sur l'offre traditionnelle.

CROISEMENT DES INDICATEURS D'OFFRE ET DE DEMANDE PAR TYPE DE DÉPENSES

Dépenses	Evolution plancher des GMS en m² (2018-2025)	Evolution nombre d'établissements (GMS+<300 m²) 2018-2024	Evolution de la part de marché des commerces de Savoie Métropole (2018-2025)
Alimentaire	+2,3%	+3,9%	-2 points
Equipement de la personne	-18,8%	-21,8%	- 16 points
Mobilier électro-ménager décoration	+12%	+9,3%	- 15,7 points
Bricolage jardinage	+5,8%	NC	-5,2 points
Culture-loisirs	-1,5%	+14,4%	-18,2 points

Source : DGCCRF, mis à jour CDEC/CDAC et CNAC, LSA Expert, Codata, terrain 2026, ACCOS URSSAF, CCI

Bilan des profils de consommateurs

Cinq profils types de consommateurs

A partir d'une typologie établie au niveau national, les consommateurs de Métropole Savoie ont été répartis dans les cinq profils types suivants selon leurs caractéristiques sociodémographiques :

X% / x%

Métropole Savoie Moyenne nationale



Les compulsifs

15% / 20%

Profil :

Plutôt jeunes, actifs, familles avec enfants, ils sont adeptes de la consommation sous toutes ses formes : les achats pour se faire plaisir, les achats en ligne mais aussi les achats d'occasion.

Leviers :

- Ambiance d'achat
- Nouvelles enseignes
- Concepts innovants



Les affectifs

24% / 20%

Profil :

En recherche de convivialité, ils sont adeptes des produits gourmands qu'ils consomment sur place ou à domicile.

Leviers :

- Les espaces de convivialité
- L'attractivité des marchés
- Les commerces hybrides



Les contraints

24% / 25%

Profil :

Plutôt CSP-, retraités modestes, les contraints se caractérisent par des priorités fortes sur les prix, la réparabilité, les achats d'occasion mais aussi les achats en ligne.

Leviers :

- Les enseignes low cost
- Les points relais



Les Less is more

21% / 20%

Profil :

Soucieux de l'impact environnemental de leur consommation, ils déclarent vouloir moins consommer par choix et privilégient la réparabilité des produits, l'occasion...

Leviers :

- Le commerce de proximité
- Les achats d'occasion



Les solidaires

16% / 15%

Profil :

Une consommation axée sur l'utile mais une capacité à dépenser même si c'est pour l'intérêt général et la sauvegarde du commerce de proximité.

Leviers :

- La visibilité des produits locaux
- Les marchés
- La seconde main

Bilan de la structuration commerciale

Atouts

- Une dynamique démographique constante et plus marquée sur les communes périurbaines avec l'arrivée d'une population bénéficiant d'un bon pouvoir d'achat.
- Un équilibre emploi / actif qui limite l'évasion commerciale liée aux navettes domicile-travail.
- Un bon maintien de la concentration du commerce dans les centralités de Chambéry et d'Aix-les-Bains
- Un bon maillage de l'offre alimentaire avec 94% des habitants disposant d'au moins un commerce alimentaire sur leur commune.
- Le développement du plancher des GMS a eu assez peu de conséquences sur la consommation foncière.
- Des densités en GMS globalement cohérentes et le maintien d'une bonne densité en commerces traditionnels.
- Un bon maillage des points relais et des drive alimentaires.
- Une bonne présence de la vente directe de produits agricoles notamment sur Cœur de Savoie.
- Près des deux tiers des polarités de périphérie sont intégrés au tissu urbain et donc plutôt proche des zones habitées.

Faiblesses

- La forte dynamique de création de commerces soulève des interrogations sur la stabilité commerciale des affaires créées.
- Cette dynamique d'installation s'accompagne d'une dilution de l'activité commerciale hors centralité mais surtout hors polarité commerciale identifiée par le SCoT.
- Cette tendance s'accompagne d'une perte de lisibilité des centralités commerciales des communes périurbaines.
- Malgré une bonne densité en commerces traditionnels, leurs parts de marché restent particulièrement modestes.
- Un tiers des espaces de périphérie peuvent être considérés comme vieillissants avec un risque de perte d'attractivité face au développement d'Internet.
- Une faible densité bâtie des GMS en périphérie.
- Un développement de l'offre commerciale de périphérie par transformation de locaux non commerciaux.
- La croissance des achats hors magasin n'a pas réduit l'évasion vers les pôles environnants.

Bilan des transformations



Transformation
commerciale

Un fort **renouvellement commercial** qui participe à l'arrivée de nouveaux concepts mais qui questionne sur la solidité financière de certaines créations.



Transformation
sociologique

La dynamique démographique est liée au solde migratoire avec **l'arrivée de nouveaux actifs, plutôt CSP+** et une croissance des solos. Cette évolution questionne la prédominance des hypermarchés pour les achats alimentaires et du rôle des formats plus petits qui accompagnent généralement une consommation plus **fragmentée**.



Transformation
urbaine

Le SCoT en vigueur n'a pas ralenti le **développement de l'activité commerciale en dehors des localisations préférentielles**. Cette évolution questionne le rôle des centralités dans leur rôle de proximité.



Transformation
écologique

Dans le contexte du ZAN, la question des **formes urbaines des zones commerciales** les plus anciennes est en débat au sein du territoire. Elle devra s'intégrer dans la stratégie en cours à 2050 des « chemins des soutenabilités » pour mettre la stratégie DAACL en lien avec le scénario retenu.



Transformation
Territoriale

Entre Grenoble et Annecy, le territoire Métropole Savoie travaille une certaine autonomie commerciale avec un niveau d'évasion désormais incompressible. La tendance au resserrement des zones de chalandise doit s'accompagner d'une **intensification des fonctions** au seins des espaces commerciaux pour créer des synergies d'usages.



Transformation
digitale

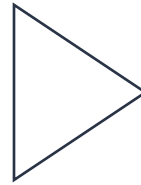
Le développement du commerce digital multiplie le volume de **colisages** et oblige à repenser l'accès au centre-ville de Chambéry et Aix-les-Bains par les camions de livraison. Dans ce contexte, il est important d'anticiper des solutions alternatives en entrée de ville afin d'optimiser la **logistique du dernier kilomètre et les enjeux environnementaux**.

En synthèse

- ▷ La dynamique démographique s'accompagne d'une dynamique de création de commerces notamment traditionnels alors même que leur part de marché apparaît très faible.
- ▷ Le territoire présente ainsi un paradoxe : il bénéficie d'un bon socle de proximité notamment en alimentaire, mais les flux commerciaux restent globalement orientés vers les grandes polarités périphériques et les hypermarchés.
- ▷ Alors que Chambéry et Aix-les-Bains affirment des centralités commerciales fortes, le développement commercial sur les communes périurbaines se diffuse sur les axes de flux et en dehors des polarités identifiées par le SCoT.
- ▷ Après une croissance importante du plancher des GMS sans avoir trop impactée la consommation foncière, la situation s'est globalement stabilisée. En revanche la tendance à la transformation de garages et d'entrepôts en commerce participe à la dilution de l'activité commerciale en zone, pénalisant la lisibilité et l'attractivité de ces espaces. Par ailleurs la faible densité bâie laisse des marges de manœuvre d'optimisation du foncier en zone commerciale.
- ▷ La forte croissance des achats sur Internet n'a pas encore eu d'impact majeur sur la structuration commerciale excepté en équipement de la personne. Dans ce contexte où l'évasion commerciale vers les pôles environnants reste stable, le SCoT a vocation à limiter les tensions de marché afin d'éviter l'apparition de friche commerciale.

Les enjeux et orientations stratégiques

Répondre aux enjeux de transformation sociologique : achats plus fragmentés recherche de proximité et d'une expérience d'achat



Améliorer la lisibilité des polarités commerciales notamment les centralités périurbaines en encourageant une intensité urbaine plus forte favorisant une meilleure synergie des activités commerciales et un accès multimodal

Face au développement du hors magasin, limiter les tensions de marché pour réduire les risques de friches commerciales



Requestionner les modalités de régulation du plancher des GMS (création dans le diffus, modalité de transformation de bâtiments non commerciaux, nombre de secteurs préférentiels de commerces...)

Anticiper la transformation des zones commerciales dans le contexte de ZAN, d'intégration urbaine des zones et de définition d'un modèle économique viable



Préciser les modalités d'accueil de nouvelles fonctions au sein des zones commerciales (logement, équipements, bureaux, services) au regard de leur localisation au sein de l'enveloppe urbaine

Accompagner les politiques publiques destinées à conforter les centralités (notamment celles intégrées dans le dispositif PVD) et qui profitent d'une bonne dynamique démographique



Associer les règles de préservation du commerce en centralité à l'ensemble des facteurs de commercialité (santé, équipement public...) et questionner les modalités d'implantation des bar-restaurants