



LESTOUX & ASSOCIÉS

ÉLABORATION DU DAACL



BUGEYSUD
Communauté de communes

Phase I – Le diagnostic prospectif
Synthèse – Réunion du 11 juin 2025



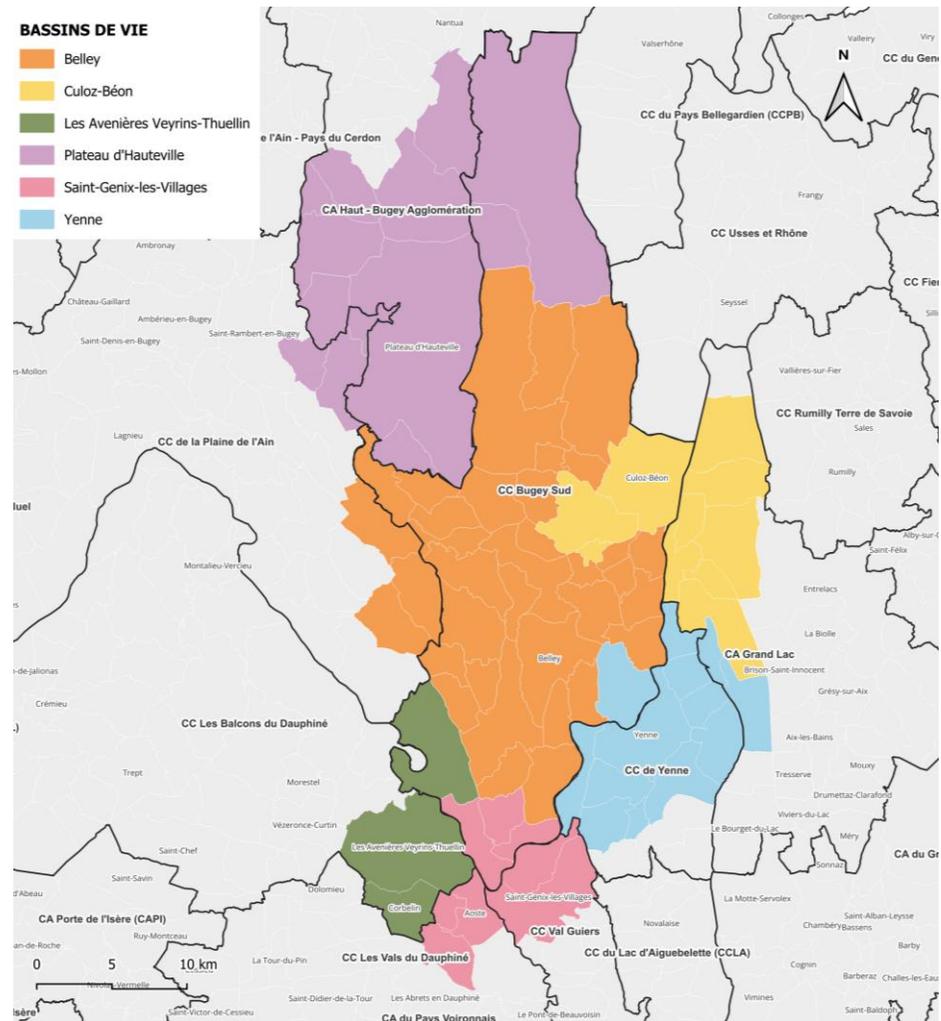
La somme des bassins de vie couvre globalement le périmètre du SCoT

Le SCoT du Bugey se positionne au sud-est du département de l'Ain. Il est couvert par 6 bassins de vie dont 2 ont comme pôle d'influence des communes du territoire. Le bassin de Belley épouse en grande partie les limites du SCoT et rayonne sur 3 communes hors du territoire à l'ouest. Culoz-Béon montre une influence plus importante en dehors du territoire en captant 7 communes sur la frange est de l'EPCI. On note quelques communes sous l'influence de pôles extérieurs aux extrémités nord et sud.

Le SCoT montre un rayonnement légèrement plus élevé sur 45 communes pour 35 293 habitants.

Bassins de vie	Commune	Population
Influence des pôles du SCoT sur les communes extérieures	10	5437
Influence des pôles extérieurs sur les communes du SCoT	7	4 259
SCoT du Bugey	42	34 115
Rayonnement des pôles du SCoT	45	35 293

EPCI ET BASSINS DE VIE DU SCOT



Source : INSEE





Partie 1

L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE



Une offre marquée par l'offre de convivialité et de proximité

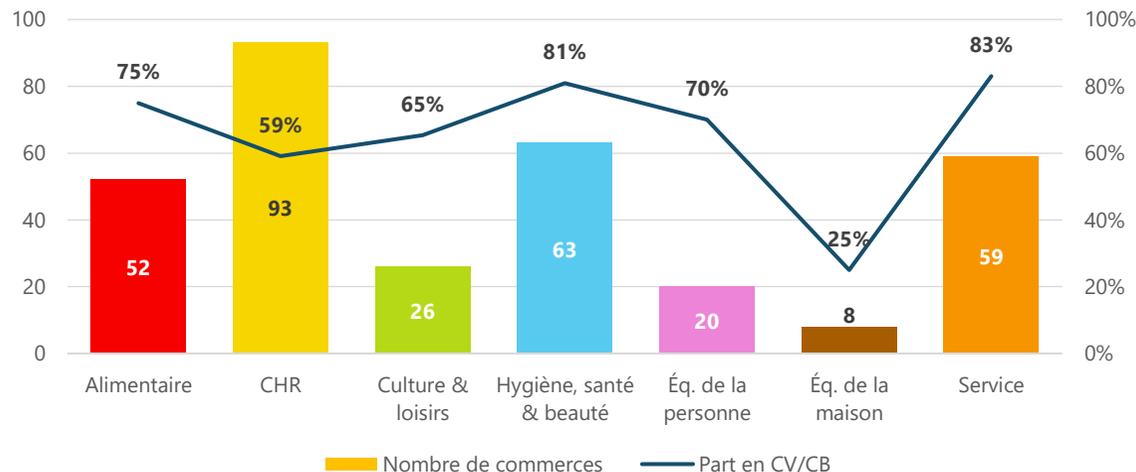
Avec 93 établissements (29% des activités), la filière CHR* est la plus représentée sur le territoire. Une proportion plus élevée que les moyennes habituelles (20-25%) qui s'explique par la présence de l'offre sur 57% des communes. Elle constitue souvent la dernière offre commerciale sur les plus petites communes.

L'hygiène-santé-beauté est la seconde filière avec 20% des établissements. Ainsi, le territoire est principalement dominé par une offre de proximité** (65%) qui se concentre en grande partie au sein des centralités (70%).

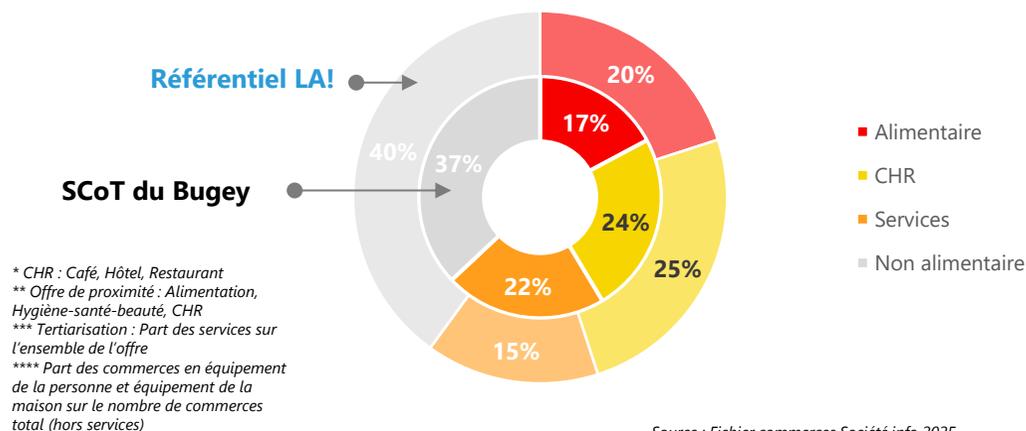
Les services représentent la troisième filière (18% de structures) avec un début de tertiarisation*** pour les centres-villes de Belley et Culoz-Béon (26%).

Le taux de diversité commerciale** moyen sur l'ensemble du SCoT atteint 9%** (11,9% en centralité) et s'élève à 14,2% pour le centre-ville de Belley. Un taux faible mais cohérent au vu de la typologie du territoire.

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE A L'ÉCHELLE DU SCoT



RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE EN CENTRE-VILLE ET CENTRE-BOURG



Source : Fichier commerces Société.info 2025



Une couverture restreinte de l'offre alimentaire de base qui se limite aux pôles structurants

6 communes représentant 50% de la population du SCoT **disposent d'un tissu commercial de première nécessité complet**, soit une situation en dessous des moyennes habituelles (60 à 80%).

9 autres communes représentant 24% de la population disposent d'un ou deux commerces alimentaires (tissu de base incomplet). Ainsi, c'est **74%** des habitants qui disposent **d'au moins un commerce alimentaire** dans leur commune. Un taux qui reste toutefois modeste.

Enfin, 10 autres communes disposent d'au moins un café/restaurant

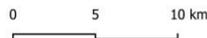
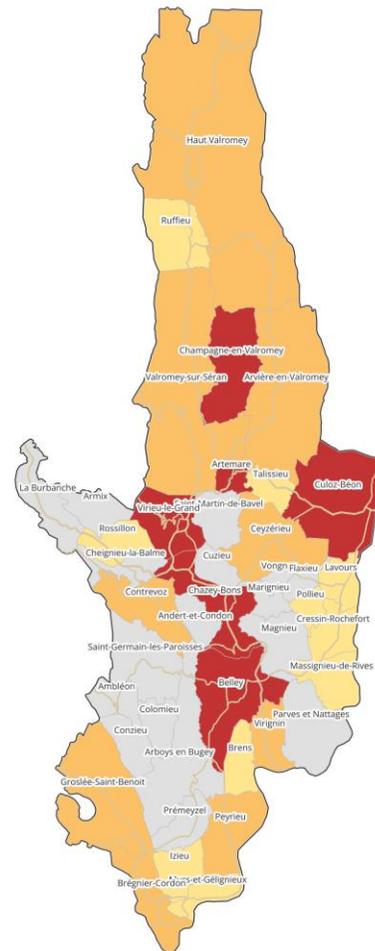
17 communes (15% des habitants) ne profitent d'aucun café, restaurant ou commerce alimentaire.

Si l'on superpose les données démographiques, on observe que les gains de populations se font davantage sur cette dernière classe avec une croissance de +2,3% du nombre d'habitants.

TISSU COMMERCIAL DE BASE PAR COMMUNE À L'ÉCHELLE DU SCoT

TISSU DE BASE ALIMENTAIRE (évolution de la population entre 2015 et 2021)

- **Tissu complet : (+1.3%)**
Présence des commerces de base (alimentation générale, boulangerie, boucherie ou d'un supermarché)
- **Incomplet : (+0.9%)**
Présence d'un ou deux des commerce(s) de base
- **Limité : (+1.1%)**
Présence d'un ou plusieurs café(s) et/ou restaurant(s)
- **Inexistant : (+2.3%)**
Aucun des trois commerces de base, café ou restaurant



Source : Fichier commerces Société.info 2025



Une vacance commerciale qui se développe sur les polarités structurantes du territoire

Le taux de vacance commerciale moyen sur les centralités du SCOT est estimé à **17,7%** (**14,3% hors Belley**). Un ratio plus élevé que la tendance nationale (11 à 14%). 49 cellules vides ont été recensées sur 6 centres-villes et centres-bourgs.

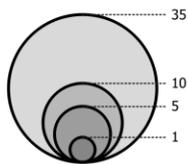
Sur la ville pôle de Belley, le taux de vacance commerciale est estimé à **19,6%**, une situation importante mais en baisse grâce au travail engagé par la commune pour reconquérir des espaces stratégiques (rue St Jean)

Culoz-Béon affiche également un seuil de vacance deux fois supérieur à la moyenne avec taux de vacance à 28,1%.

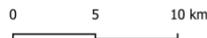
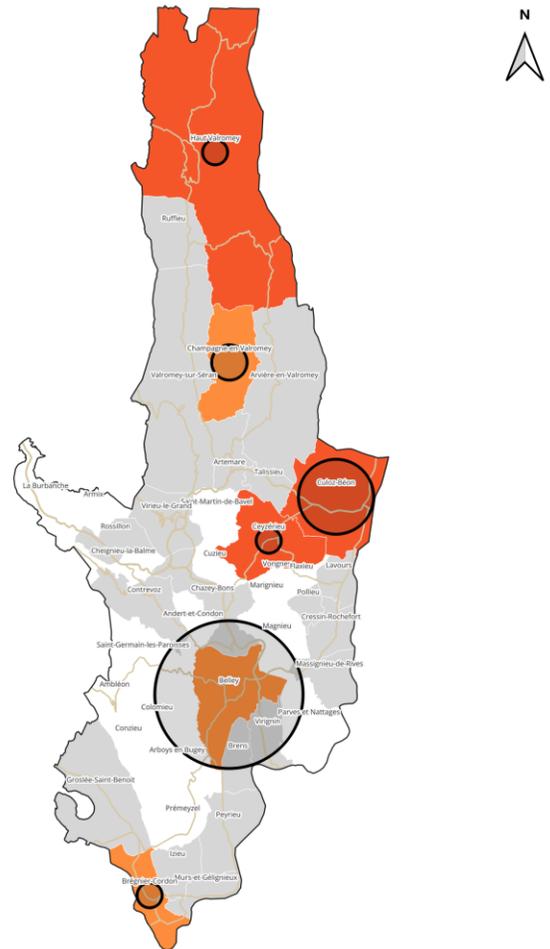
Des taux élevés s'observent également sur de plus petites communes mais sont à relativiser compte tenu du faible nombre de commerces (Haut-Valromey, Ceyzérieu...)

TAUX DE VACANCE COMMERCIALE SUR LES CENTRES-VILLES ET CENTRES-BOURGS

NOMBRE DE CELLULES VACANTES



PART DE LA VACANCE COMMERCIALE



Un développement de l'offre alternative qui vient compléter l'offre sédentaire

On recense 5 marchés alimentaires hebdomadaires sur le territoire du SCoT. À noter également la présence de deux marchés mensuels.

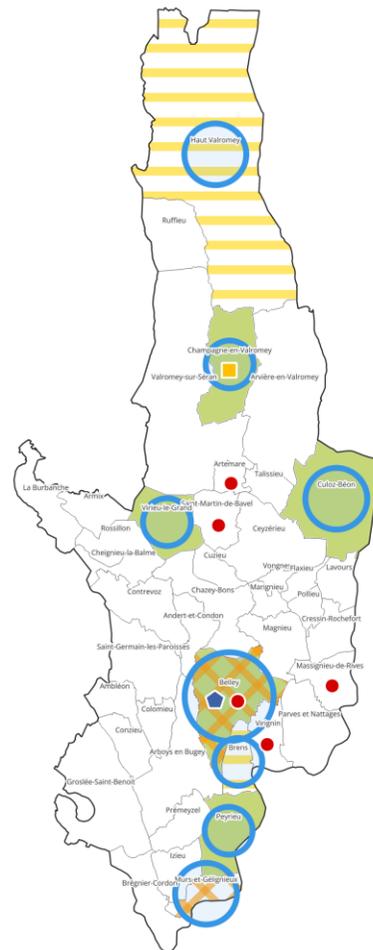
Les marchés à l'année voient leur offre s'étoffer au cours de la saison estivale conforté par l'apport de deux marchés supplémentaires de juillet à août.

Ainsi, le SCoT profite de 9 marchés répartis équitablement à l'échelle du SCoT.

Concernant les modes de distribution alternatifs, 5 communes disposent de casiers. Par ailleurs, Champagne-en-Valromey est la seule commune proposant la distribution de paniers de produits locaux.

Enfin, un seul magasin de producteur est recensé sur le territoire sur la commune de Belley.

ÉTAT DES LIEUX DES MARCHÉS SUR LE TERRITOIRE



Un fort turn over mais une périphérisation des activités maîtrisées

42% des commerces du territoire se sont implantés depuis moins de 5 ans.

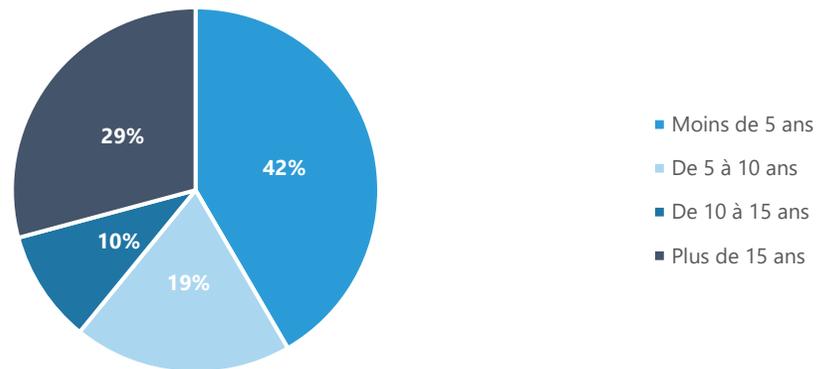
Une rotation importante qui s'explique en grande partie par la forte création/renouvellement des commerces liés à l'alimentation générale et spécialisée et des CHR avec respectivement 59% et 48% des activités qui se sont créées il y a moins de 5 ans.

Spatialement, 71% des activités créées depuis 2020 se sont implantées au sein des centres-villes et centres-bourgs. Un chiffre qui montre la préservation des centralités mais une tendance au glissement sur certaines filières notamment en CHR avec 38% des établissements qui se sont implantés hors des centralités et notamment 27% dans le diffus.

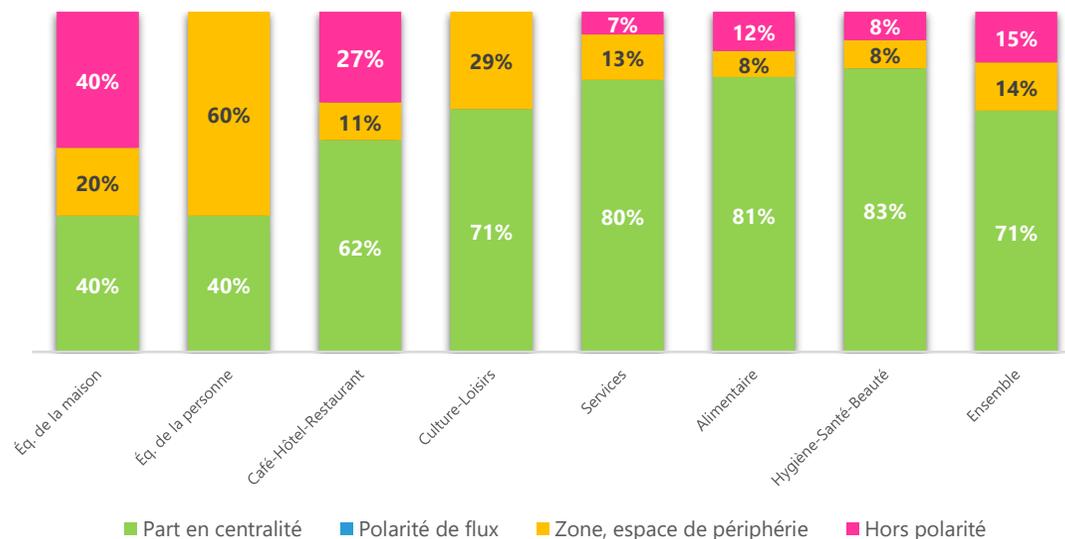
L'équipement de la maison et la personne se sont également davantage implantés hors centralité.

La filière alimentaire reste globalement préservée avec 81% d'implantations sur les cœurs de ville et de village.

RÉPARTITION DES COMMERCES SUR LE TERRITOIRE PAR PÉRIODE DE CRÉATION



RÉPARTITION DES COMMERCES INSTALLÉS DEPUIS MOINS DE 5 ANS



Source : Fichier commerces Société.info 2025





Partie 2

L'OFFRE EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES

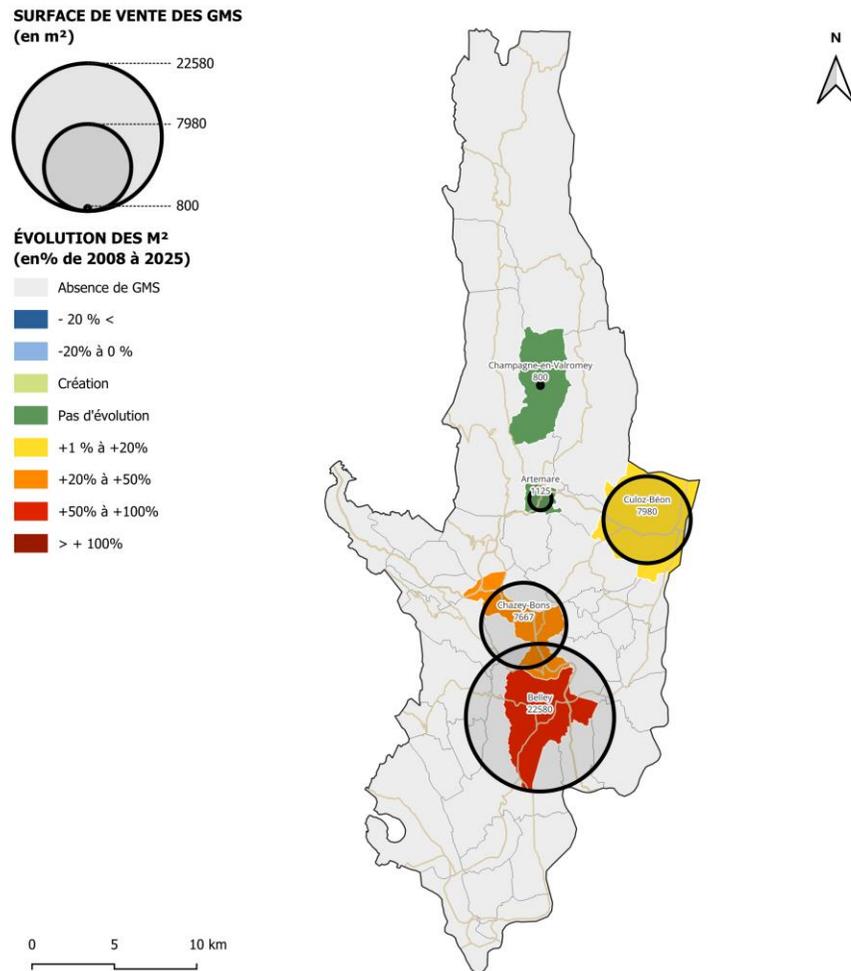


Un développement marqué sur le cœur d'agglomération et les pôles secondaires

Le plancher commercial des GMS actives (>300m²) représente 40 000 m² sur le territoire du SCoT. Il se concentre principalement sur 3 espaces :

- La ZA de l'Ousson à Belley avec 19 500 m² est de loin la plus grande zone de périphérie du SCoT avec 49% des m² en GMS du territoire. Cet espace a également connu la plus forte évolution avec une croissance de +60,5% de sa surface en GMS depuis 2008.
- La ZA de Penaye à Chazey-Bons avec 7 600 m².(+23,6% des m² depuis 2008).
- Le PA des Fours à Culoz-Béon avec 4 700 m² (+19,2% des m² depuis 2008).

SURFACE DE VENTE ACTIVE EN 2025 ET ÉVOLUTION DEPUIS 2008



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



Une forte croissance sur la ville pôle et une forte consommation foncière

Depuis 2008, 11 300 m² de surfaces commerciales GMS ont été créées (dont 65% au sein de la zone de l'Ousson à Belley).

La création des m² en GMS s'est davantage faite par de la consommation de foncier non artificialisé (56%) contre 36% de densification et 8% de remploi de bâti existant.

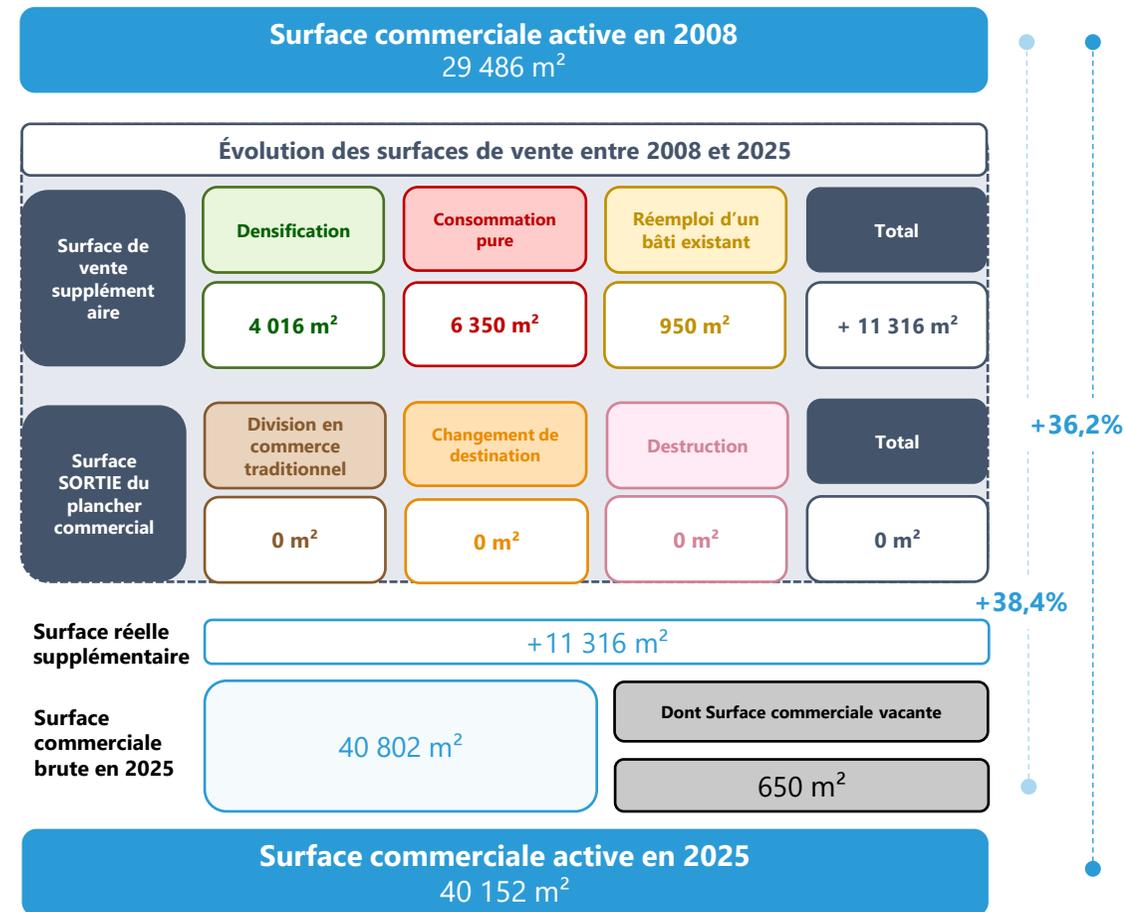
1 seule GMS vacantes est recensée (Celio, galerie du CC Carrefour à Belley), soit 650 m².

L'alimentaire est le seul secteur qui a vu sa surface (légèrement) reculer (-1,6% soit seulement 268 m² de moins par rapport à 2008) avec la fermeture du Leader Price de Belley repris par Action. Entre temps, l'Intermarché de Culoz-Béon a gagné plus de 900 m².

À l'inverse le bricolage (comprenant en partie du jardinage) a progressé de 109% (gain de 5 800 m²) mais c'est l'équipement de la personne qui a le plus augmenté (+152%) avec l'installation de Géo mais à relativiser étant donné que c'est l'unique établissement dans ce secteur depuis le départ de Celio. 2 800 m² de solderie ont également été créés, filière absente en 2008.

Le taux de diversité reste stable depuis 2008 (+0,7 pt) et s'élève à 16,1%.

PLANCHER COMMERCIAL EN M² ET ÉVOLUTION DE 2008 À 2025 À L'ÉCHELLE DU SCoT



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

Taux de diversité commercial en GMS : nombre de m² des filières en équipement de la personne, équipement de la maison et en culture-loisirs sur l'ensemble de la surface de plancher des GMS

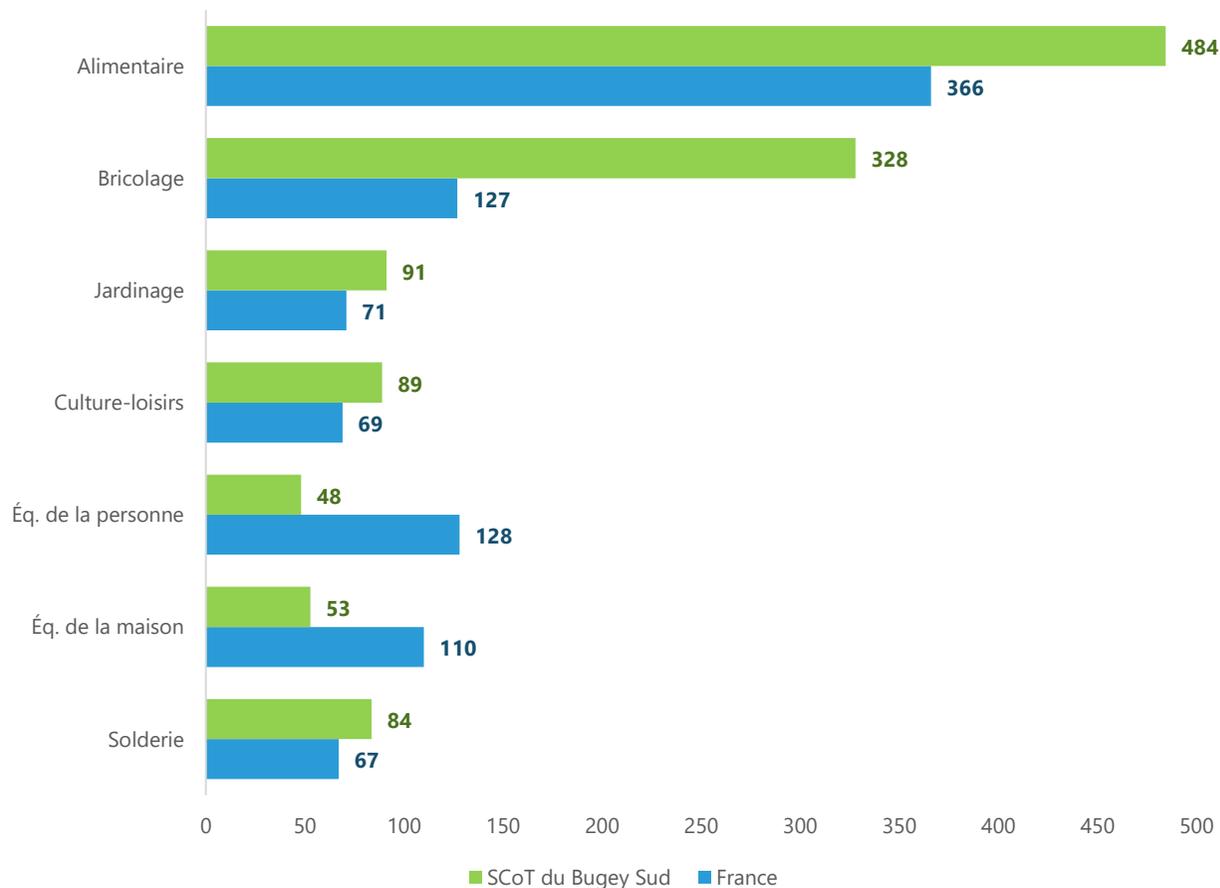


Un suréquipement dans l'ensemble des filières de proximité

Le territoire montre des densités importantes sur la majorité des filières notamment en alimentaire et plus particulièrement sur le bricolage.

En revanche, on observe des seuils en équipement de la personne et de la maison plus de deux fois plus faibles que les moyennes nationales. Des densités qui restent toutefois cohérentes au vu de la typologie du territoire et des pôles extérieurs proches comme Chambéry plus structuré sur ce type d'offre.

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



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



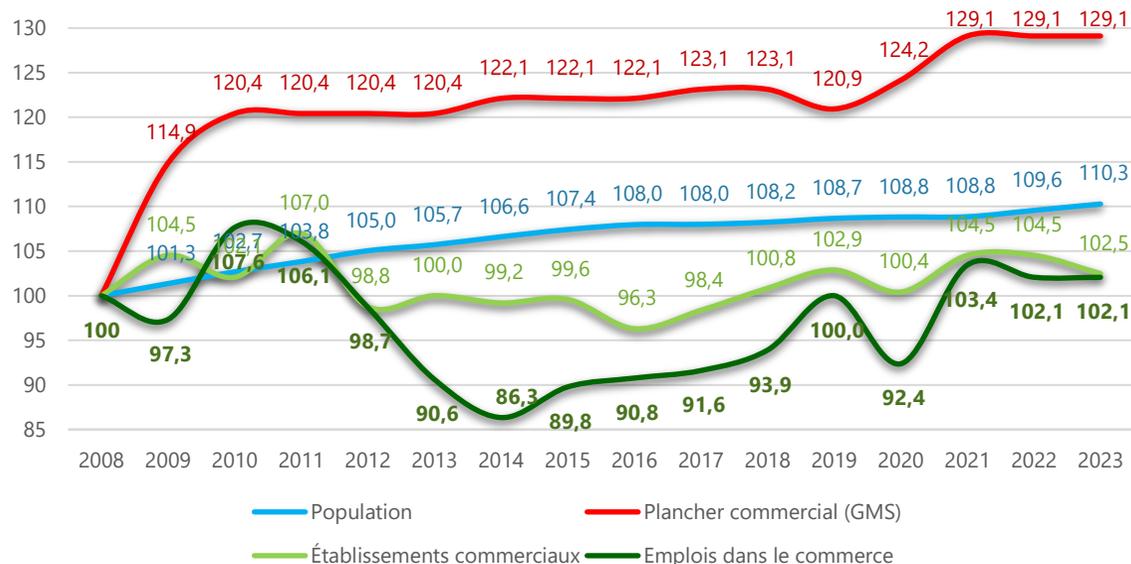
Une déconnexion de la croissance des m² avec la population

Entre 2008 et 2023, le plancher GMS a progressé trois fois plus vite que la population (+29,1% contre +10,3%). La surface commerciale s'est fortement développée entre 2009 et 2010 avec l'arrivée de Weldom et Gamm Vert sur la zone de l'Ousson puis en 2020 et 2021 avec l'implantation de GIFI (zone de l'Ousson) et l'extension de Bricomarché (Culoz-Béon).

Dans le même temps, le nombre d'établissements a connu une évolution plus mitigée et stable (+2,5%). Concernant l'emploi, on observe un trou d'air au début des années 2010 et un regain après la crise sanitaire.

L'équipement de la personne est le plus impacté avec une perte de 20% des établissements et 18,2% en effectifs. Les services et l'équipement de la maison montrent un recul plus modéré. Par ailleurs, on observe une progression des CHR, de la culture-loisirs et de l'alimentaire, secteurs relatifs à l'offre de proximité.

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	Effectifs salariés
Alimentaire traditionnel	+ 2,2%	+ 39,0%
Supermarché, hypermarché	0%	- 5,7%
CHR	+ 8,8%	+ 17,5%
Culture-loisirs	+ 5,6%	+ 22,7%
Hygiène-santé-beauté	+ 15,8%	- 7,1%
Équipement de la maison	- 5,0%	- 9,3%
Équipement de la personne	- 20,0%	- 18,2%
Services	- 7,0%	- 9,3%
Total commerces	+ 2,5%	+ 2,1%

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





Partie 3

LE BILAN DES ESPACES COMMERCIAUX



Commune	Nom de l'espace	Surface de vente GMS (en m ²)	Position dans l'enveloppe urbaine	Implantation	Statut SCoT	Vocation (à débattre)	Densité bâtie	Bilan d'attractivité	Connexion
Belley	ZA de l'Ousson	19 468	Connecté	Partielle	SIP	Commerciale	29 %	Classique	Présente
Belley	Espace de la Poisate	1 012	Intégré	Globale	-	Commerciale	34 %	Classique	Limitée
Chazey-Bons	ZA de Penaye	7 667	Déconnecté	À la parcelle	-	Mixte	32 %	Classique	Absente
Culoz-Béon	PA des Fours	5 680	Déconnecté	Partielle	SIP	Mixte	22 %	Vieillissante	Limitée
Culoz-Béon	Espace du Vorgeray	2 000	Intégré	À la parcelle	-	Commerciale	28 %	Classique	Limitée





Partie 4

SYNTHÈSE ET ENJEUX



1

Un territoire qui **reste globalement autonome en matière de commerce** grâce au rôle structurant de Belley et au maillage des polarités commerciales excepté sur les filières de l'équipement de la personne et de la maison qui se sont fortement fragilisées (comme à l'échelle nationale).

2

L'évolution du commerce a principalement **fragilisé les centralités** avec des tendances au développement en **commerce de flux** qui n'a globalement pas été empêché par le SCoT actuel. Face à cette situation, les communes ont engagé des **politiques publiques volontaristes**.

3

La structuration du commerce en périphérie de ces dernières années ne s'est pas accompagnée d'une amélioration de **l'image des entrées de ville**.

3

Le maillage commercial sédentaire est bien **complété par des marchés** et des producteurs locaux qui proposent de la vente directe.



Appuyer l'organisation commerciale sur un pôle structurant Belley et un maillage de pôles de proximité

Associer la stratégie de confortement des pôles commerciaux au renforcement des facteurs de résidentialité (densité d'habitat, équipement structurants...)

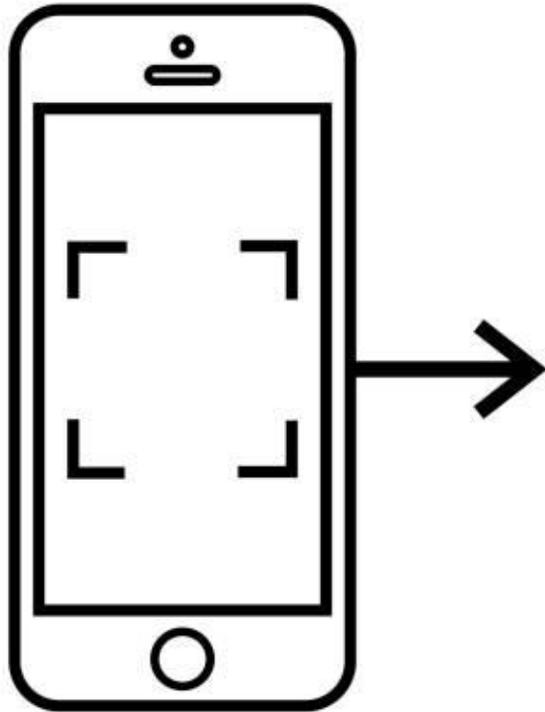
Affirmer une véritable stratégie de confortement du commerce en centralité

Travailler sur une stratégie de développement de la grande distribution à foncier constant

Engager les opérateurs de la grande distribution dans le renforcement de l'effet vitrine des zones commerciales



Flasher et donner votre avis





<p>Conserver le seuil minimum de 300 m² en SIP pour préserver le commerce de proximité en centralité et réaffirmer le rôle des centralités dans le développement commercial</p>		<p>Questionner le seuil des 300 m² minimum d'accueil du commerce en SIP</p>
<p>Définir le développement commercial en SIP uniquement par renouvellement urbain et densification</p>		<p>Prévoir des capacités d'extension foncière pour développer le commerce en périphérie</p>
<p>Au sein des SIP interdire la transformation de locaux non commerciaux en commerce</p>		<p>Permettre la transformation de locaux non commerciaux en commerce</p>
<p>En zone commerciale périphérique, encadrer l'agrandissement des surfaces de vente sur la base d'un % d'agrandissement de la surface de plancher par unité de commerce</p>		<p>En zone commerciale périphérique, limiter la croissance en conservant des plafonds maximums de surface de plancher en fonction des typologies d'achat (hebdomadaire, occasionnel, exceptionnel)</p>
<p>Différencier les capacités d'extension des espaces commerciaux de périphérie en fonction de leur proximité avec les espaces habités (SIP intégré, SIP connecté, SIP déconnecté)</p>		<p>Proposer des règles identiques de développement du commerce sur les espaces de périphérie</p>





<p>Soumettre la création ou l'agrandissement des bars-restaurants aux règles du DAACL</p>		<p>Renvoyer la capacité à définir des règles d'installation des bars-restaurants vers les PLU</p>
<p>Associer la stratégie de préservation du petit commerce en centralités avec des règles sur l'implantation des services publics et de santé au sein des centralités</p>		<p>Maintenir une souplesse d'implantation des services publics et de santé</p>
<p>En zone commerciale périphérique, privilégier la solarisation sur les toitures avant les parkings</p>		<p>Ne pas privilégier la solarisation sur les toitures avant les parkings</p>
<p>En zone commerciale périphérique, conditionner les projets à une mutualisation des espaces de stationnement</p>		<p>En zone commerciale périphérique, ne pas conditionner les projets à une mutualisation des espaces de stationnement</p>
<p>Encourager une transformation des espaces commerciaux périphériques totalement intégrés à l'habitat pour les ouvrir à de nouvelles vocations (habitat, loisirs, équipement...)</p>		<p>Maintenir la vocation des espaces de périphérie uniquement sur une activité commerciale</p>







LESTOUX & ASSOCIÉS

Vos contacts

Bruno Ménez

Consultant associé
bmenez@agence-la.com

Quentin Joly

Urbaniste – Data analyst
qjoly@agence-la.com

Pour en savoir plus

www.agence-la.com

