

Révision du SCOT des Combrailles

Atelier de présentation
23 septembre 2025

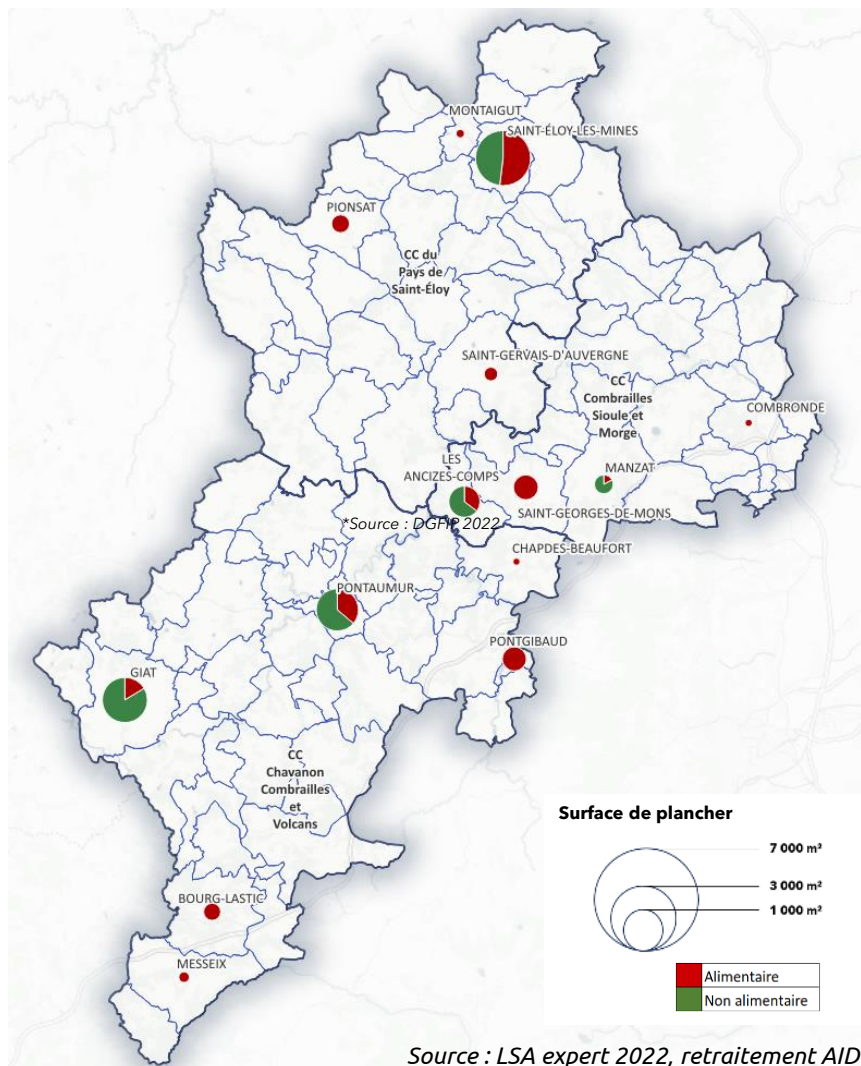
1. Rappel des éléments de diagnostic



un territoire marqué par une vitalité commerciale modérée

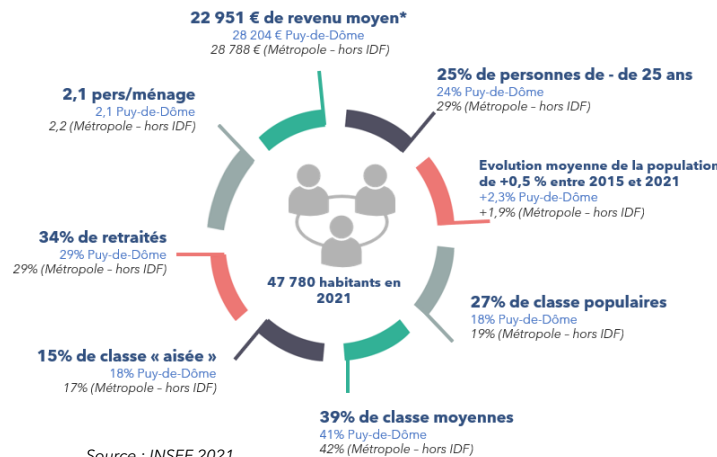
- Une faible part de grande et moyenne surface : 21 100 m² de plancher sur le territoire) : une polarisation forte de l'agglomération de Clermont-Ferrand
- Un rythme de création de grandes surfaces qui ralentit (4000 m² sur les 10 dernières années)
- Un profil de clientèle qui induit une propension à consommer moindre
- Des centralités qui montrent des signes de fragilité : des taux de vacances commerciale globalement élevés (25% par centralité en moyenne)
- De forts potentiels de densification sur les zones d'activités commerciales (coefficient d'emprise au sol à 0,25)

M² de grande et moyenne surface (+300m²) par commune



Source : LSA expert 2022, retraitement AID

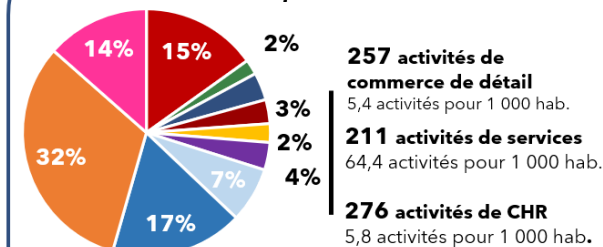
Le profil de clientèle



Relevé des commerces

PRINCIPAUX INDICATEURS

860 activités < 300 m²
18 activités pour 1 000 habitants

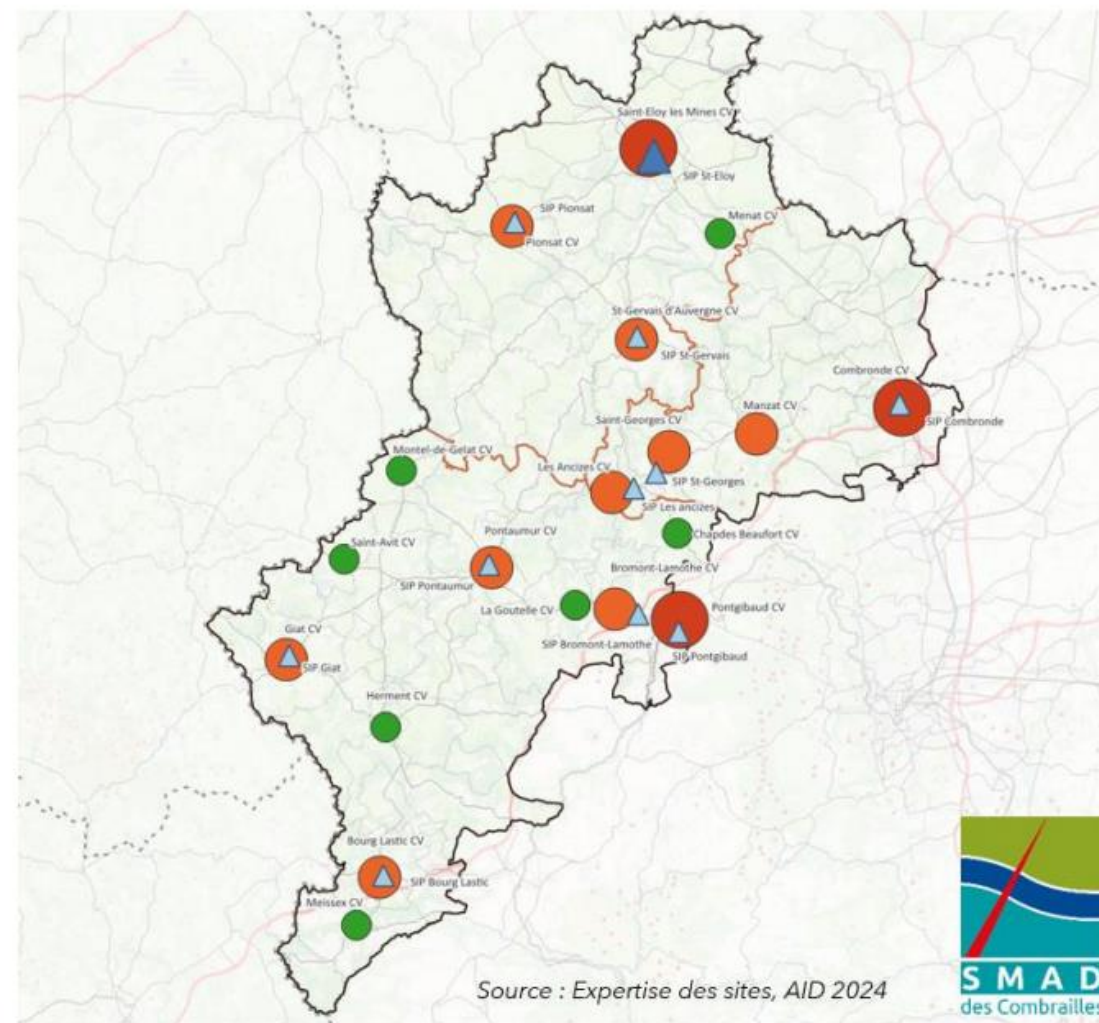
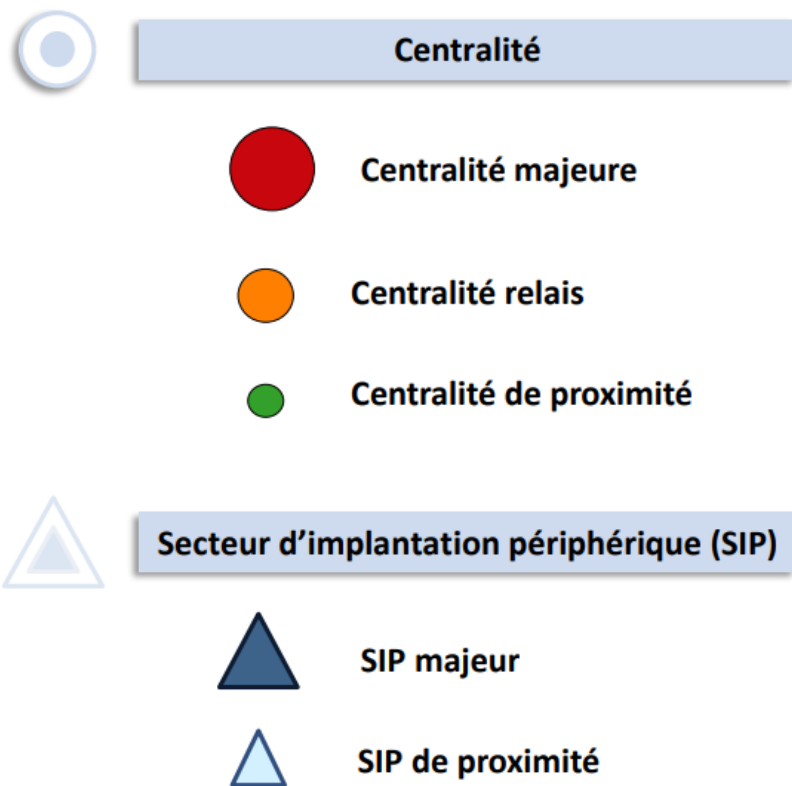


9 communes sans activité et 56 sans commerce alimentaire

Taux de vitalité : 79% (part des activités de détail, des services marchands et de la restauration sur le total des activités)

- Une faible desserte du territoire en commerces alimentaires
- Un nombre important de communes sans commerce

Des centralités et périphéries qui maillent le territoire



2. Le commerce dans les Combrailles : perception et réalité



A vous de jouer ! La perception du commerce sur le territoire

Selon vous quel part représente environ l'alimentaire dans le chiffre d'affaires total du SCOT ?

50 %

65 %

80 %

Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

A vous de jouer ! La perception du commerce sur le territoire

Selon vous quel part représente environ l'alimentaire dans le chiffre d'affaires total du SCOT ?

50 %

65 %

80 %



81 %
exactement

Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

A vous de jouer ! La perception du commerce sur le territoire

Entre 2018 et 2022 le chiffre d'affaires total généré par les commerces des Combrailles à :

Diminué

Stagné

Augmenté

Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

A vous de jouer ! La perception du commerce sur le territoire

Entre 2018 et 2022 le chiffre d'affaires total généré par les commerces des Combrailles à :

Diminué

Stagné

Augmenté



+ 35 millions

Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

A vous de jouer ! La perception du commerce sur le territoire

Le principal pôle d'évasion en consommation alimentaire est :

Riom

Clermont-Ferrand

Internet

Quelle perception du commerce avec vous ?

Le principal pôle d'évasion en consommation alimentaire est :

Riom

Clermont-Ferrand

Internet

↓
*20% soit environ
31 millions*

Quelle perception du commerce avec vous ?

Les principaux pôles d'évasion pour le secteur **non alimentaire** sont :

Riom

Clermont-Ferrand

Internet

Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

Quelle perception du commerce avec vous ?

Les principaux pôles d'évasion pour le secteur **non alimentaire** sont :

Riom



*26 % soit environ
12 millions*

Clermont-Ferrand

Internet



*26 % soit environ
12 millions*

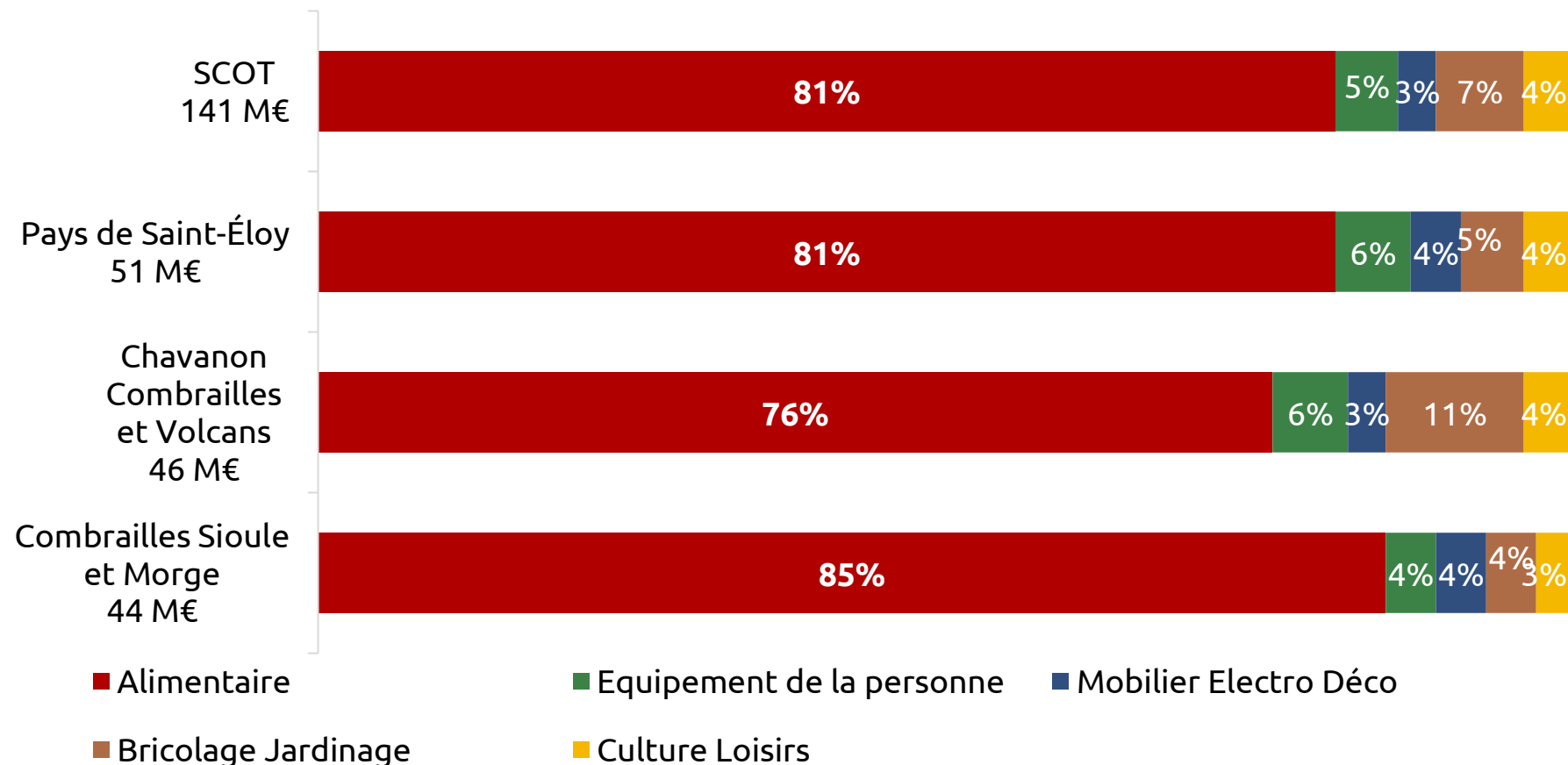
Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

3. Présentation de l'étude de consommation



Un chiffre d'affaires relativement équilibré entre les différentes CC et fortement porté par l'alimentaire

- **141 M€** de chiffre d'affaires* à l'échelle du SCOT
- **+ 35 M€** depuis 2022

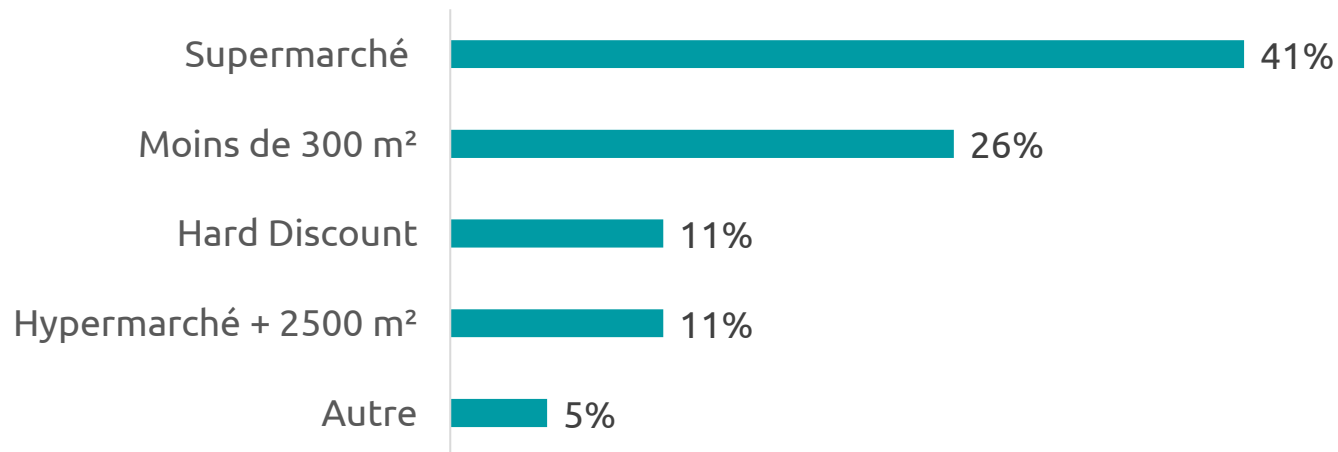


Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

*Les résultats de l'enquête portent ici sur les 41 produits de consommation courante enquêtés. **Les apports touristiques** ou professionnels **ne sont pas pris en compte**. En conséquence, certains résultats peuvent varier par rapport à d'autres enquêtes intégrant le tourisme ou d'autres postes de consommation (restauration, loisirs, carburants, services...).

Chiffre d'affaires concentré sur les pôles majeurs, tiré par les grandes et moyennes surfaces

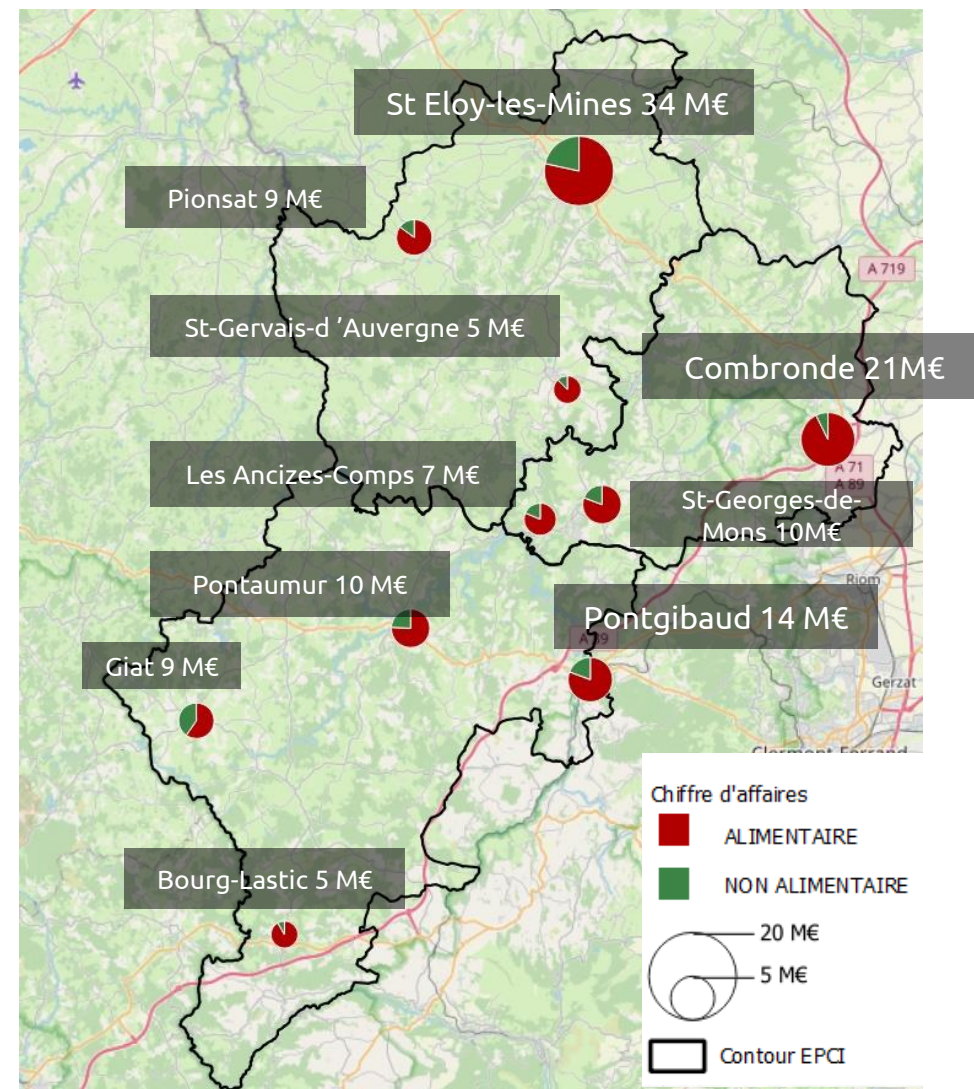
Répartition du chiffre d'affaires par type de commerce



Les 3 communes principales réalisent environ 50 % du chiffre d'affaires du territoire.

- Saint Eloy les Mines 24%
- Combronde 15%
- Pontgibaud 10%

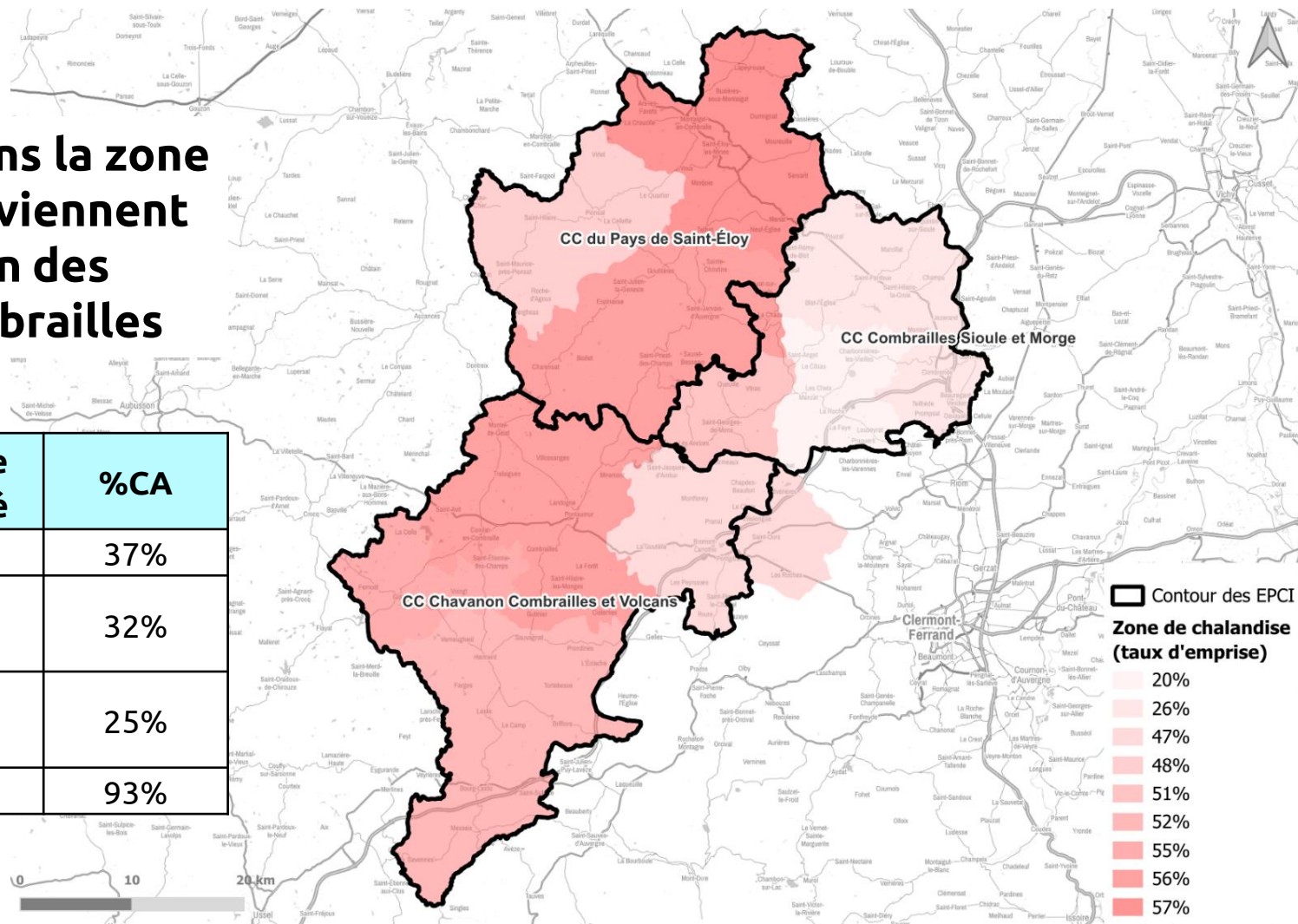
Le premier pôle commercial est la zone sud de Saint-Eloy-les-Mines avec 17 M€ de CA



Une zone de chalandise limitée au territoire du SCoT

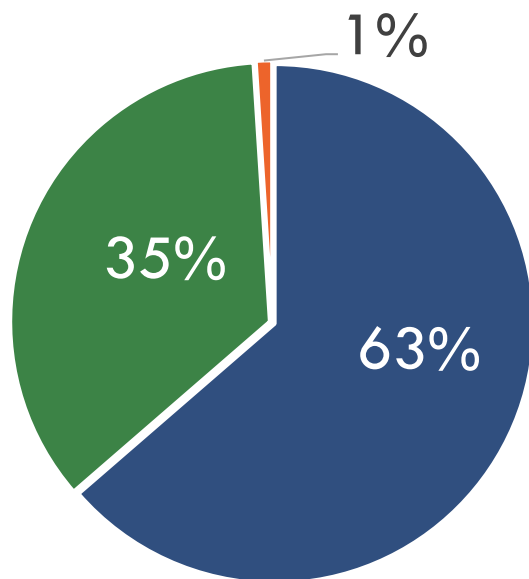
93% du chiffre d'affaires réalisé dans la zone de chalandise des Combrailles proviennent des dépenses de consommation des ménages des communes des Combrailles

EPCI	Montant dépensé	Part de marché	%CA
Pays de Saint-Éloy	52 M€	55%	37%
Chavanon Combrailles et Volcans	45 M€	51%	32%
Combrailles Sioule et Morge	35 M€	30%	25%
TOTAL	132 M€	44%	93%



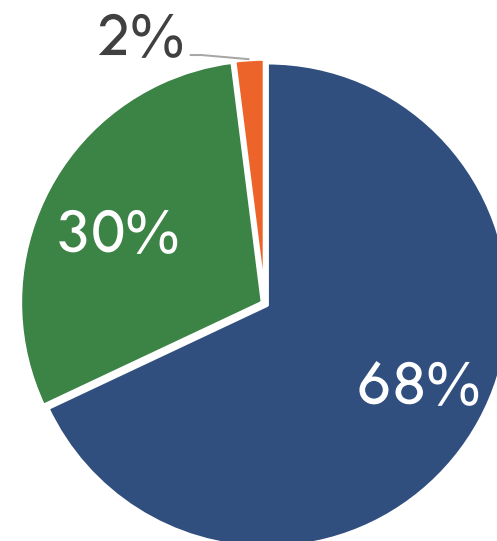
Alimentaire : une évasion maîtrisée et en léger recul

2018



- 5% d'évasion physique
+ 5% de consommation
dans le SCoT
+ 1% d'évasion en ligne

2022



SCoT des Combrailles

Évasion physique hors SCoT

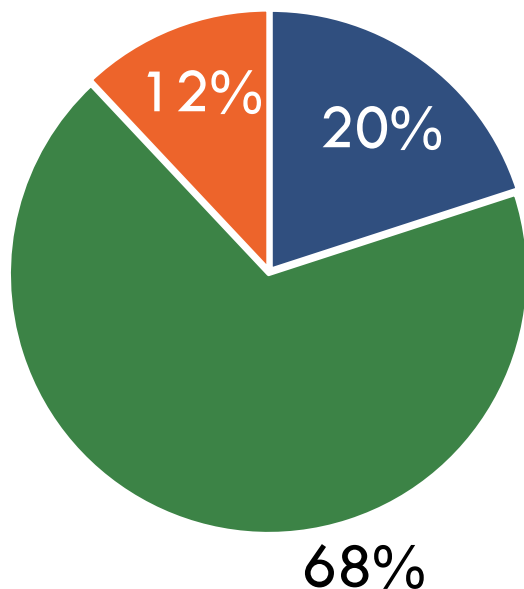
Évasion hors-ligne

Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

*Moyenne réalisée sur des territoires géographiquement et démographiquement similaires.

Non alimentaire : une évasion croissante portée par la vente en ligne

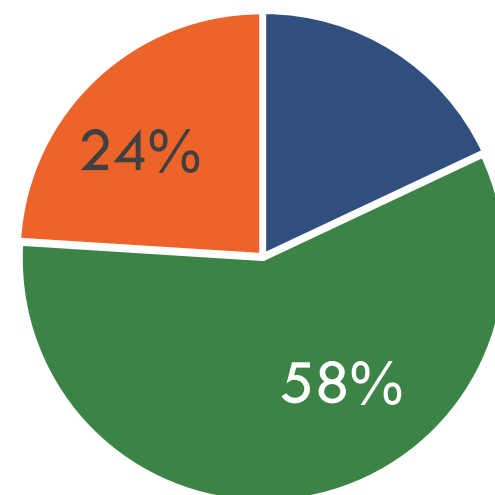
2018



- 10% d'évasion physique
- 2% de consommation dans le SCOT
+ 12% d'évasion en ligne

→

2022



SCoT des Combrailles

Évasion physique hors SCoT

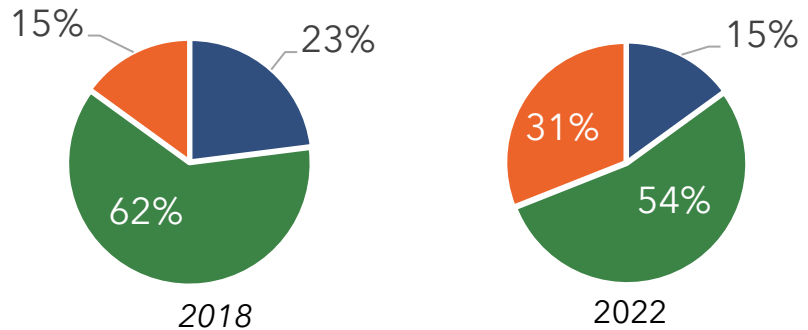
Évasion hors-ligne

Source : Enquête sur la consommation des ménages – CCI Puy-de-Dôme – Traitement AID

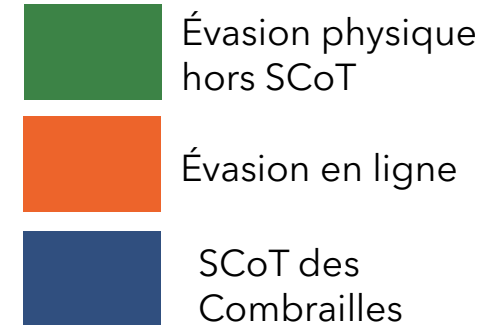
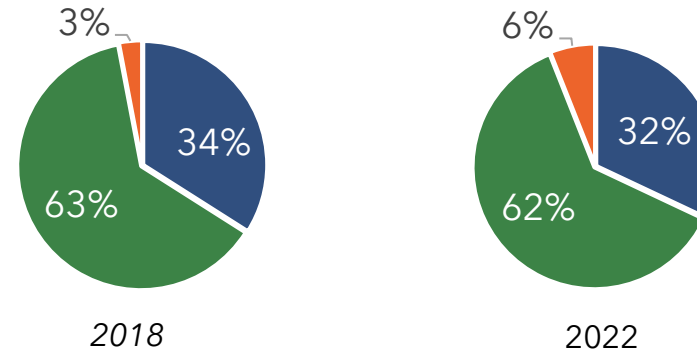
*Moyenne réalisée sur des territoires géographiquement et démographiquement similaires.

Une évasion croissante sur le non alimentaire hors bricolage et jardinage

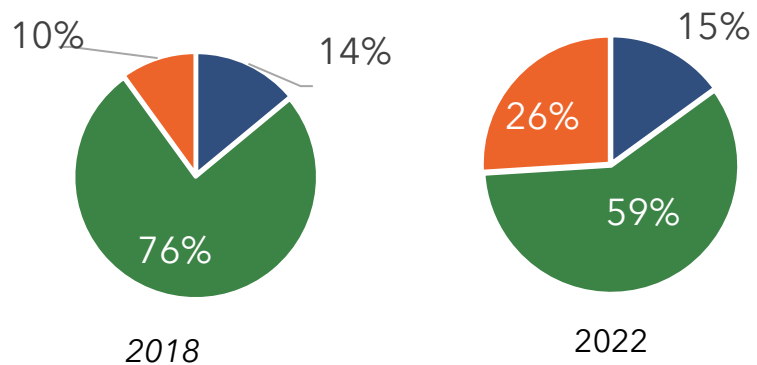
Culture, loisirs



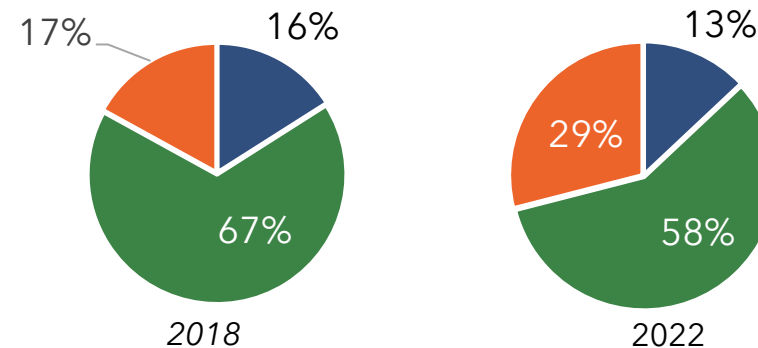
Bricolage, jardinage



Équipement de la personne



Équipement de la maison

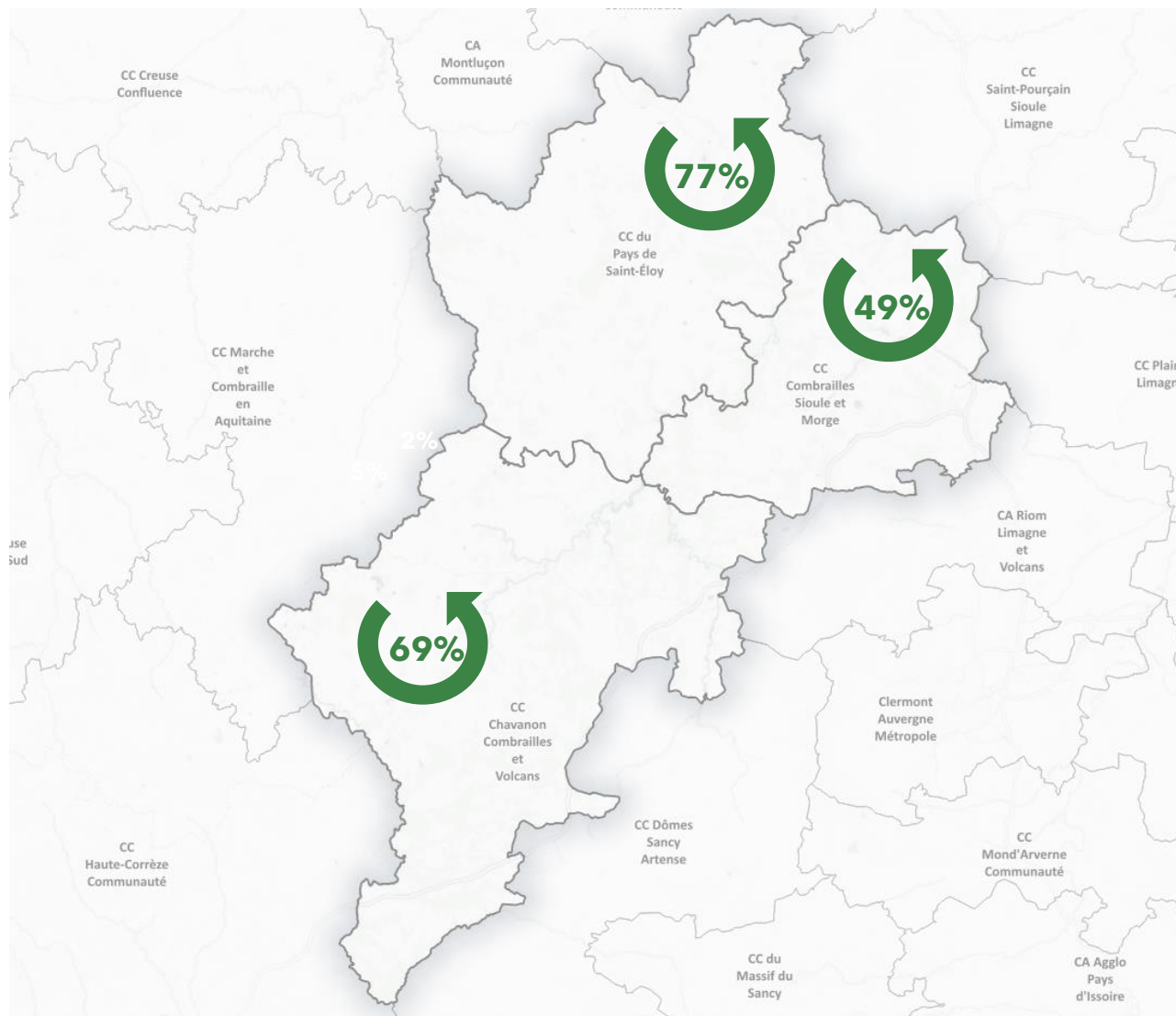


Source : Enquête sur la consommation des ménages - CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

Alimentaire : une rétention corrélée à la taille de l'offre

Alimentaire

 **% de la consommation dans la CC**
Taux moyen : 65%



Source : Enquête sur la consommation des ménages -
CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

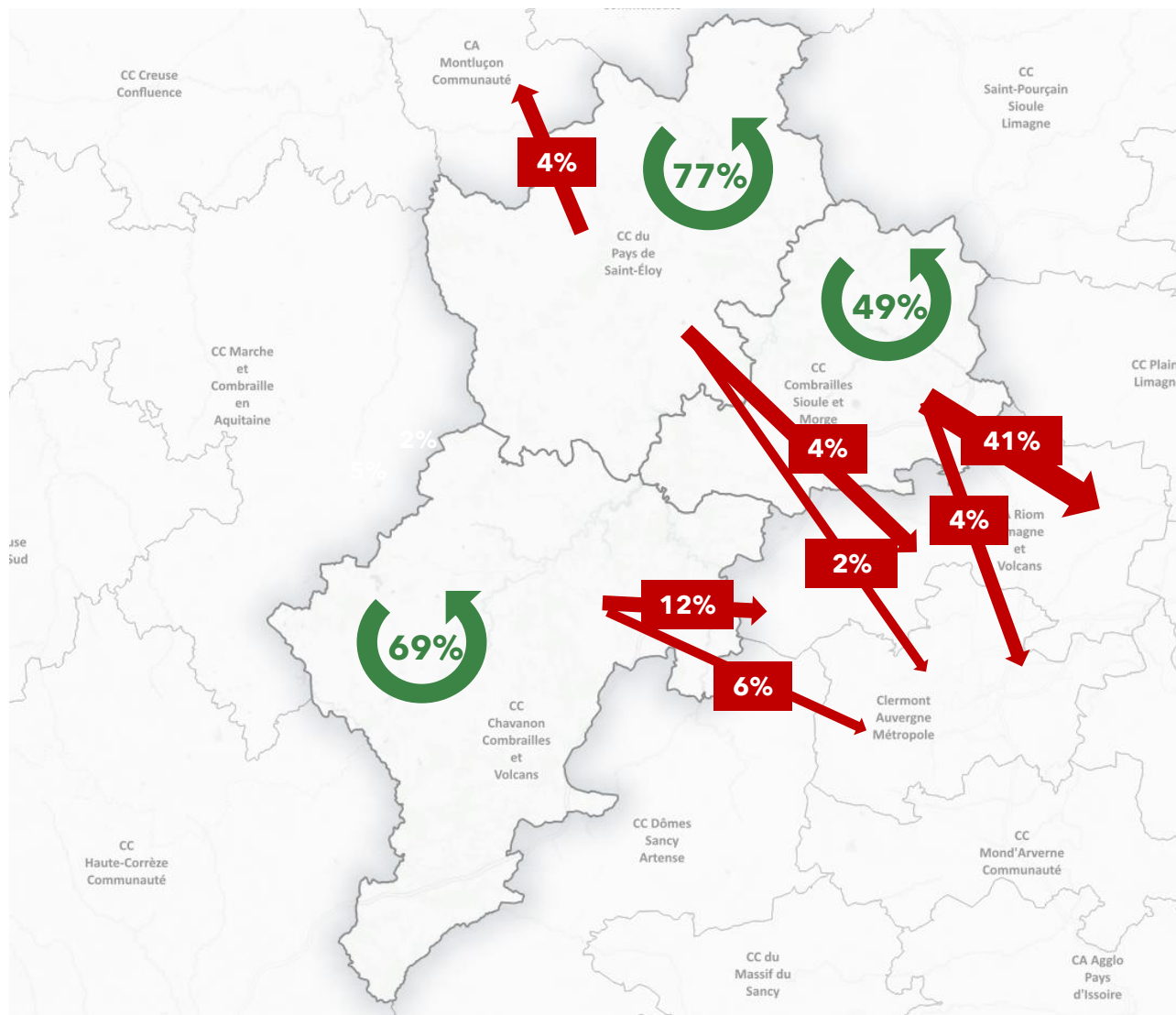
Alimentaire : une évasion concentrée sur le pôle de Riom

Alimentaire

 **% de la consommation dans la CC**
Taux moyen : 65%

 **% d'évasion physique hors SCoT**
Taux moyen : 24%

Source : Enquête sur la consommation des ménages -
CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

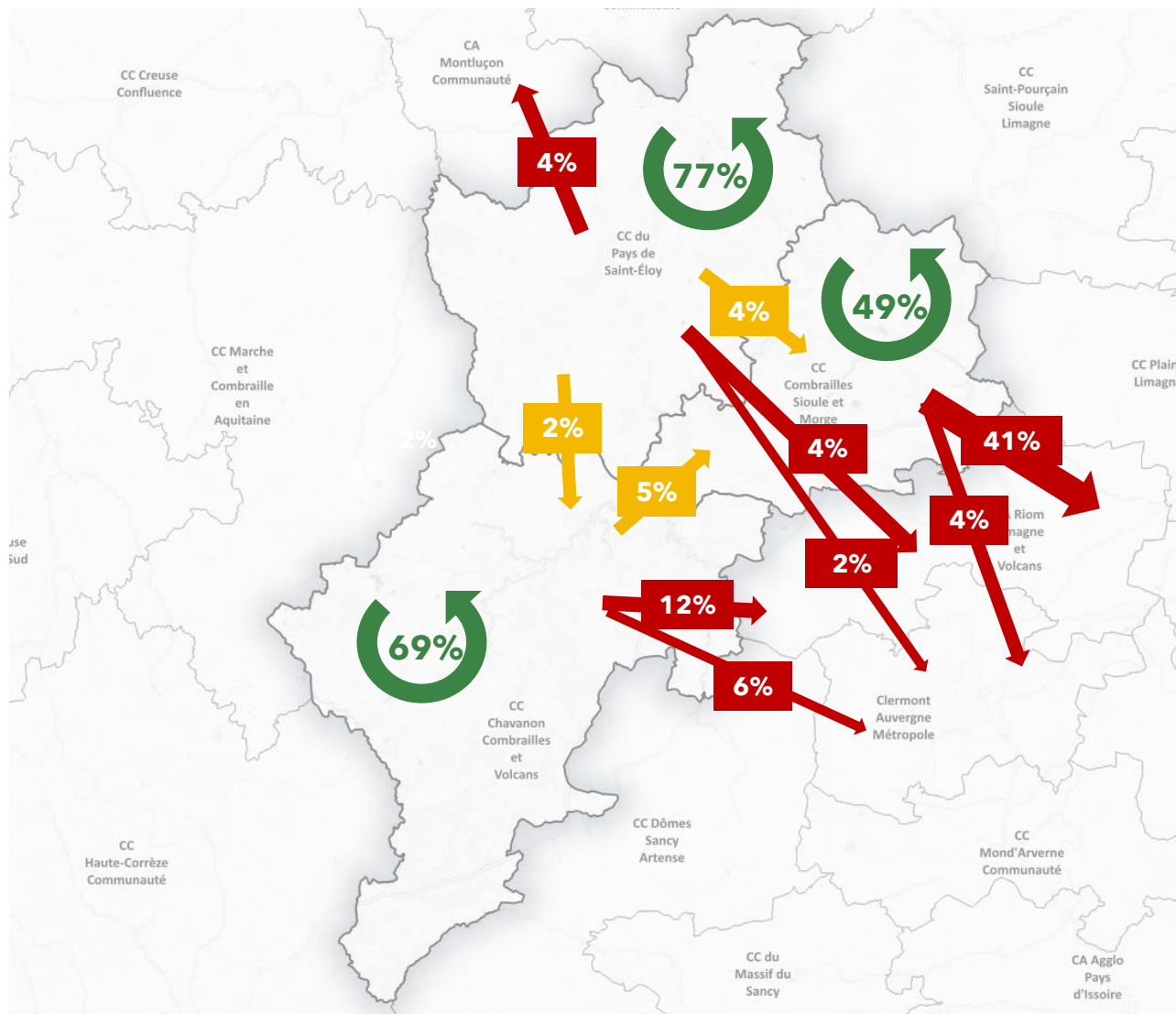


Alimentaire : une évasion résiduelle entre les CC du territoire

Alimentaire

-  **% de la consommation dans la CC**
Taux moyen : 65%
-  **% d'évasion physique hors SCoT**
Taux moyen : 24%
-  **% d'évasion physique au sein du SCoT**
Taux moyen : 4%

Source : Enquête sur la consommation des ménages -
CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

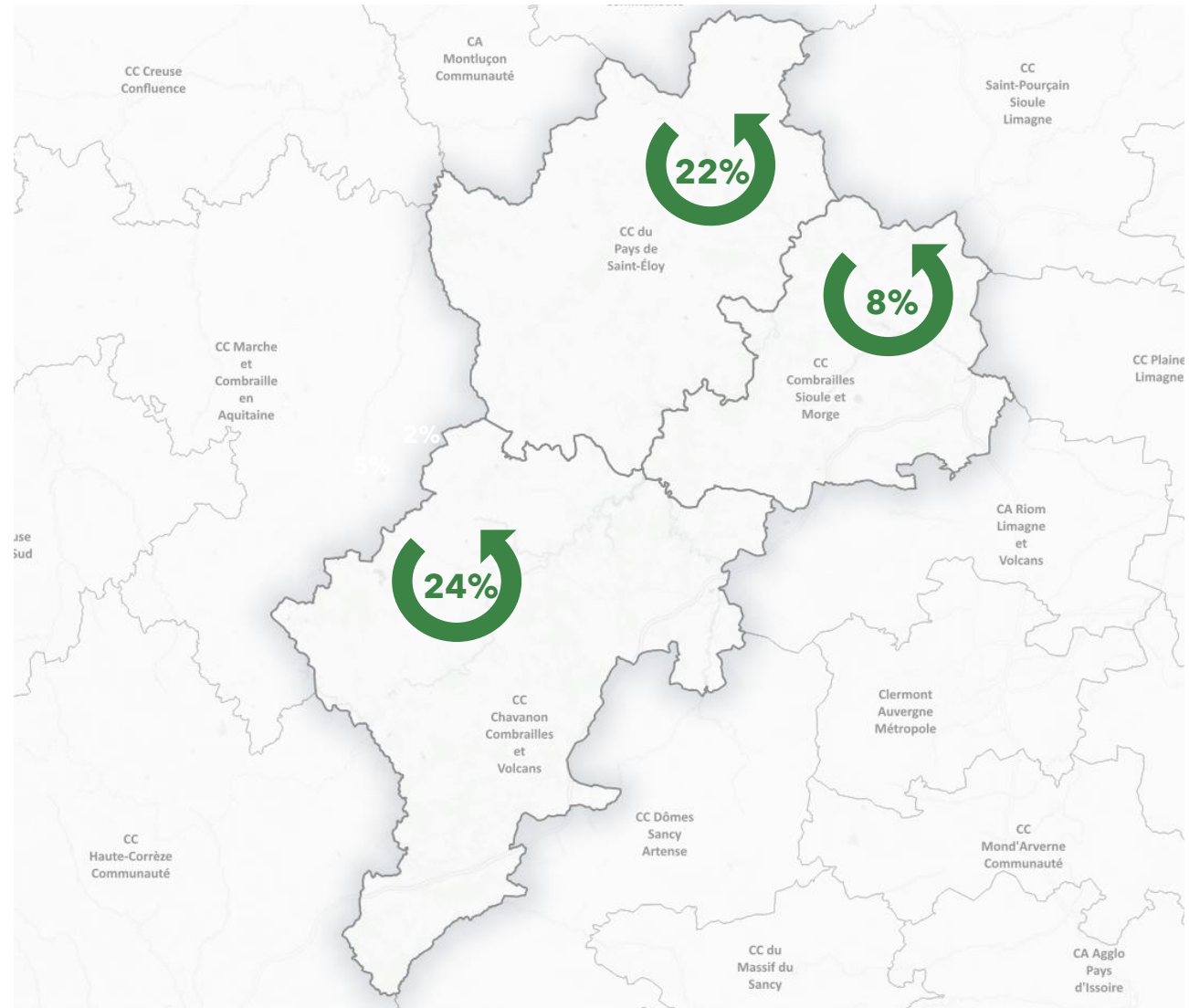


Non alimentaire : une rétention faible en lien avec le manque d'offre

Non alimentaire

 **% de la consommation dans la CC**
Taux moyen : 18%

Source : Enquête sur la consommation des ménages -
CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

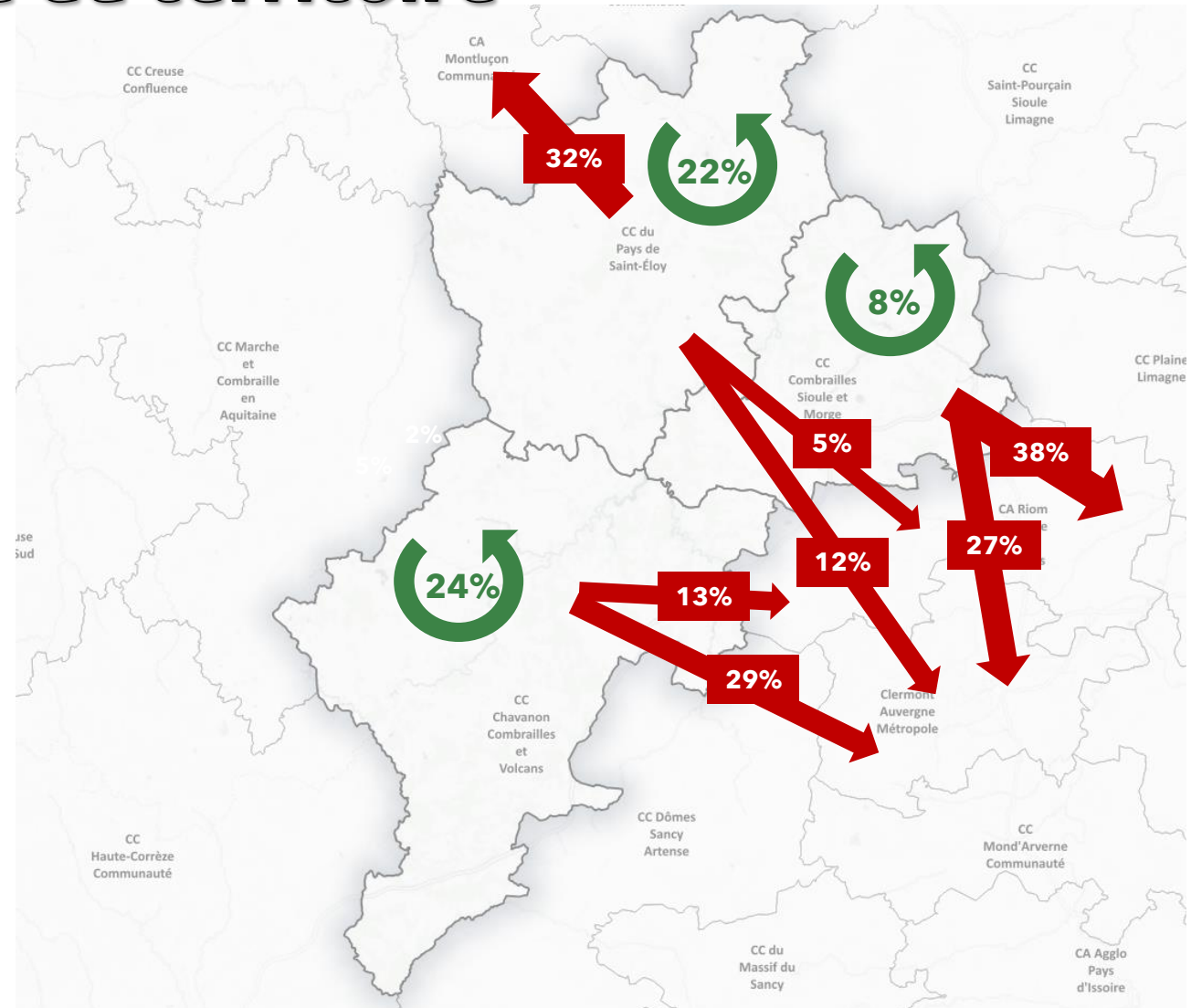


Non alimentaire : une évasion forte répartie entre les grands pôles à proximité du territoire

Non alimentaire

 **% de la consommation dans la CC**
Taux moyen : 18%

 **% d'évasion physique hors SCoT**
Taux moyen : 52%



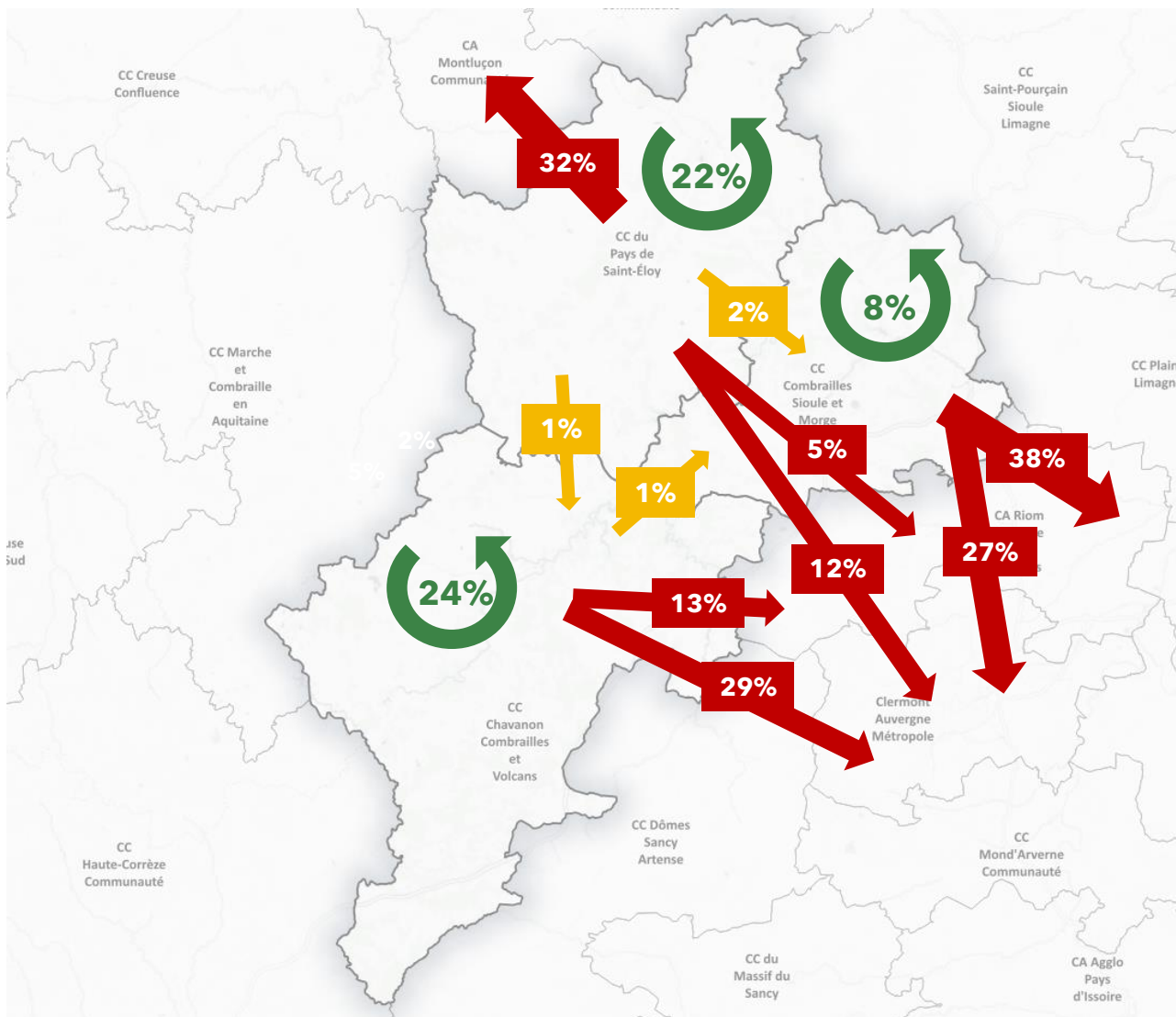
Source : Enquête sur la consommation des ménages -
CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

Non alimentaire : une évasion résiduelle entre les CC du territoire

Non alimentaire

-  **% de la consommation dans la CC**
Taux moyen : 18%
-  **% d'évasion physique hors SCoT**
Taux moyen : 52%
-  **% d'évasion physique au sein du SCoT**
Taux moyen : 1%

Source : Enquête sur la consommation des ménages -
CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

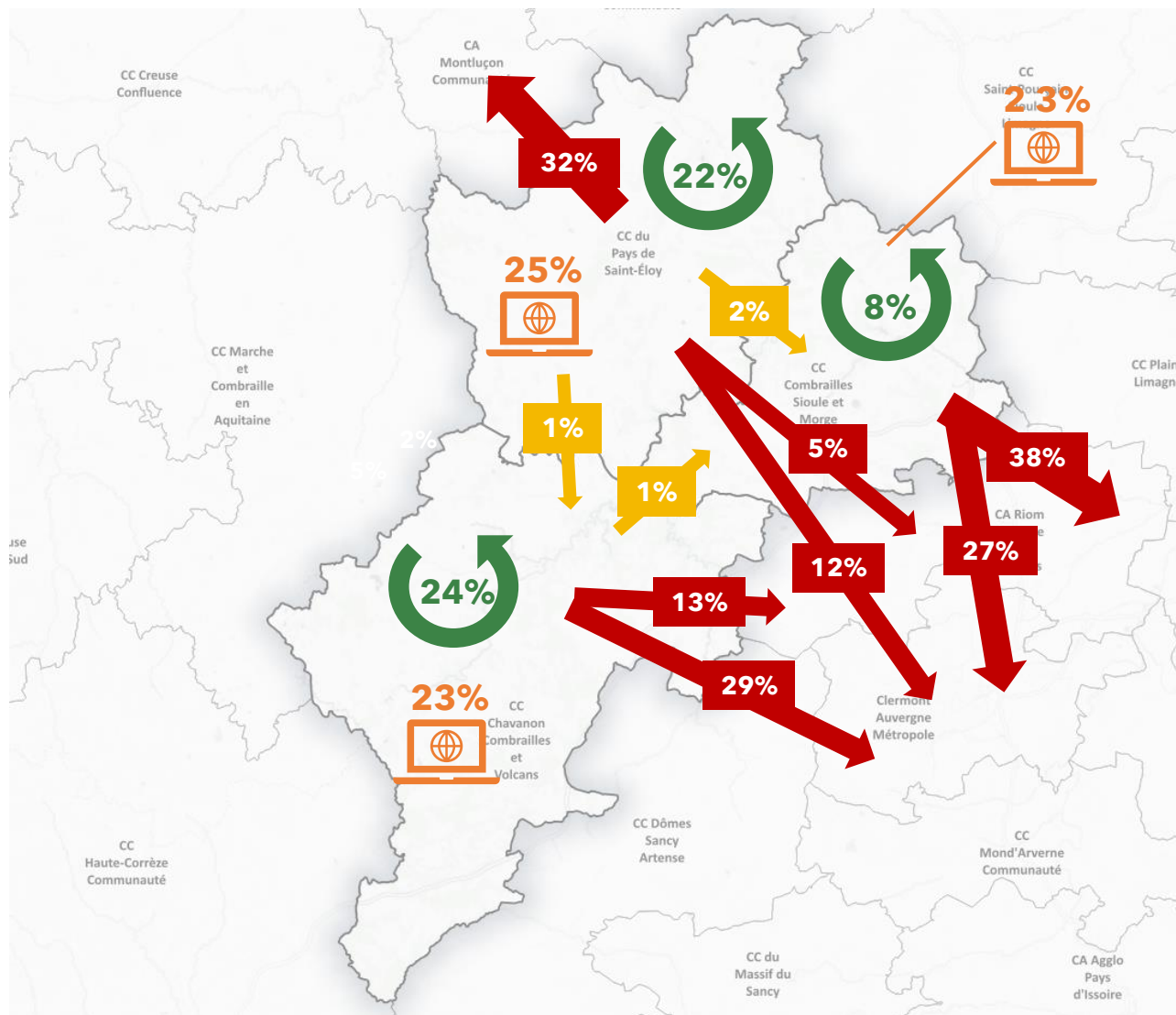


Non alimentaire : un quart de l'évasion en ligne sur l'ensemble des CC

Non alimentaire

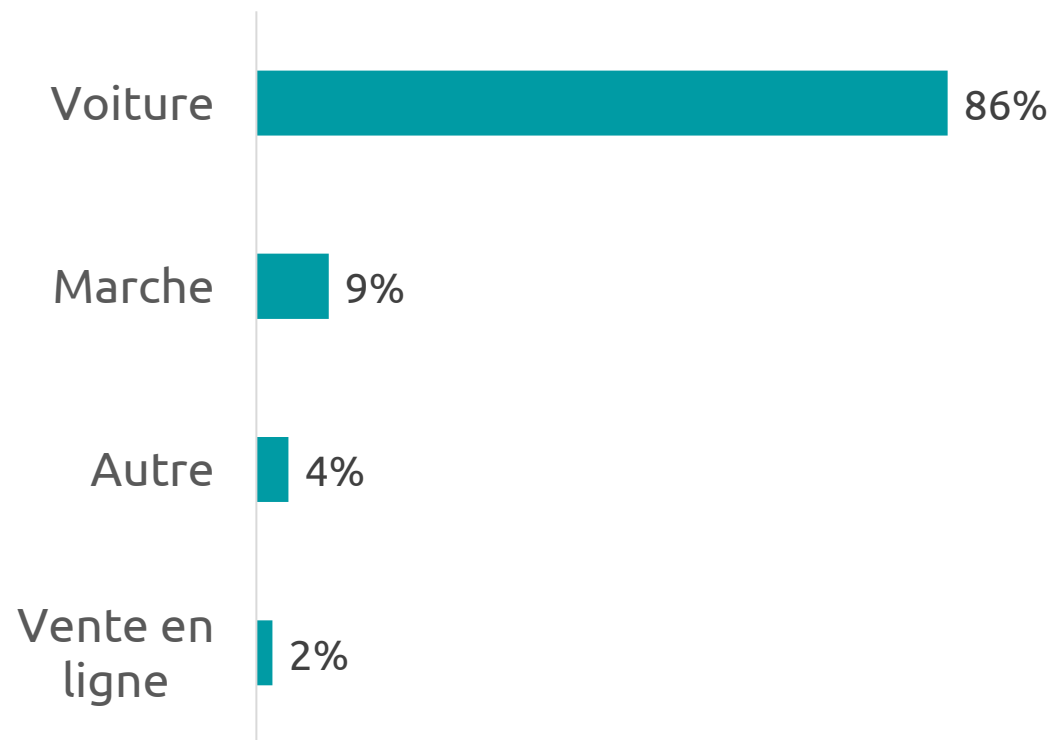
-  **% de la consommation dans la CC**
Taux moyen : 18%
-  **% d'évasion physique hors SCoT**
Taux moyen : 52%
-  **% d'évasion physique au sein du SCoT**
Taux moyen : 1%
-  **% d'évasion en ligne**
Taux moyen : 23%

Source : Enquête sur la consommation des ménages -
CCI Puy-de-Dôme - Traitement AID

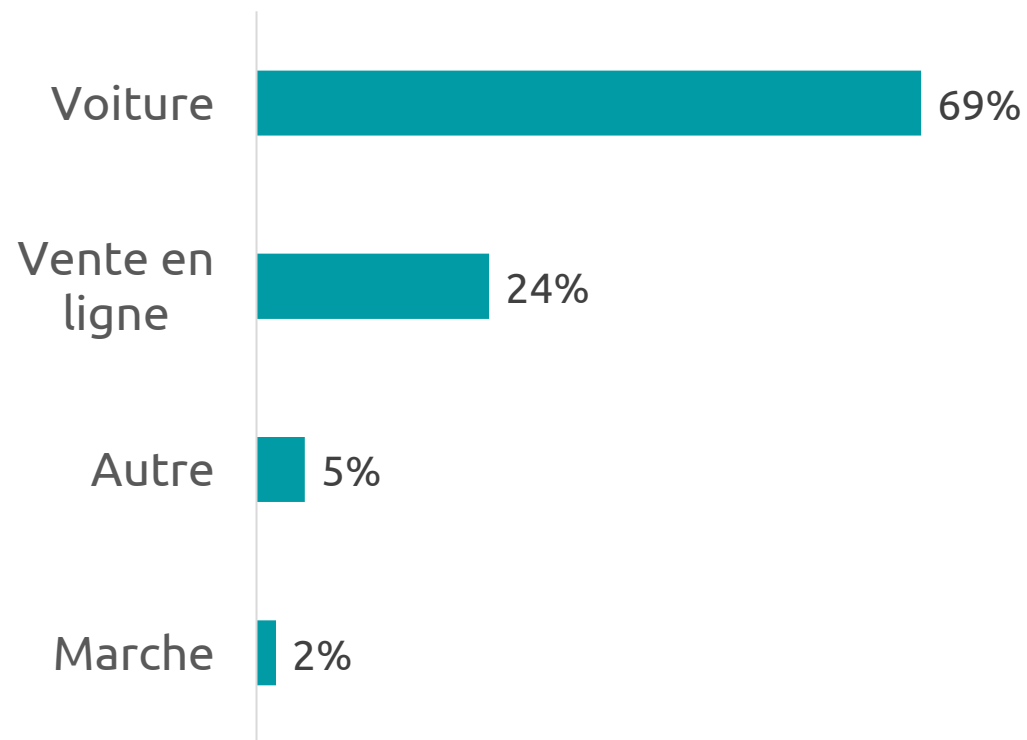


Des habitudes de consommations marquées par l'utilisation de la voiture

Comment allez vous faire vos courses **alimentaires** ?



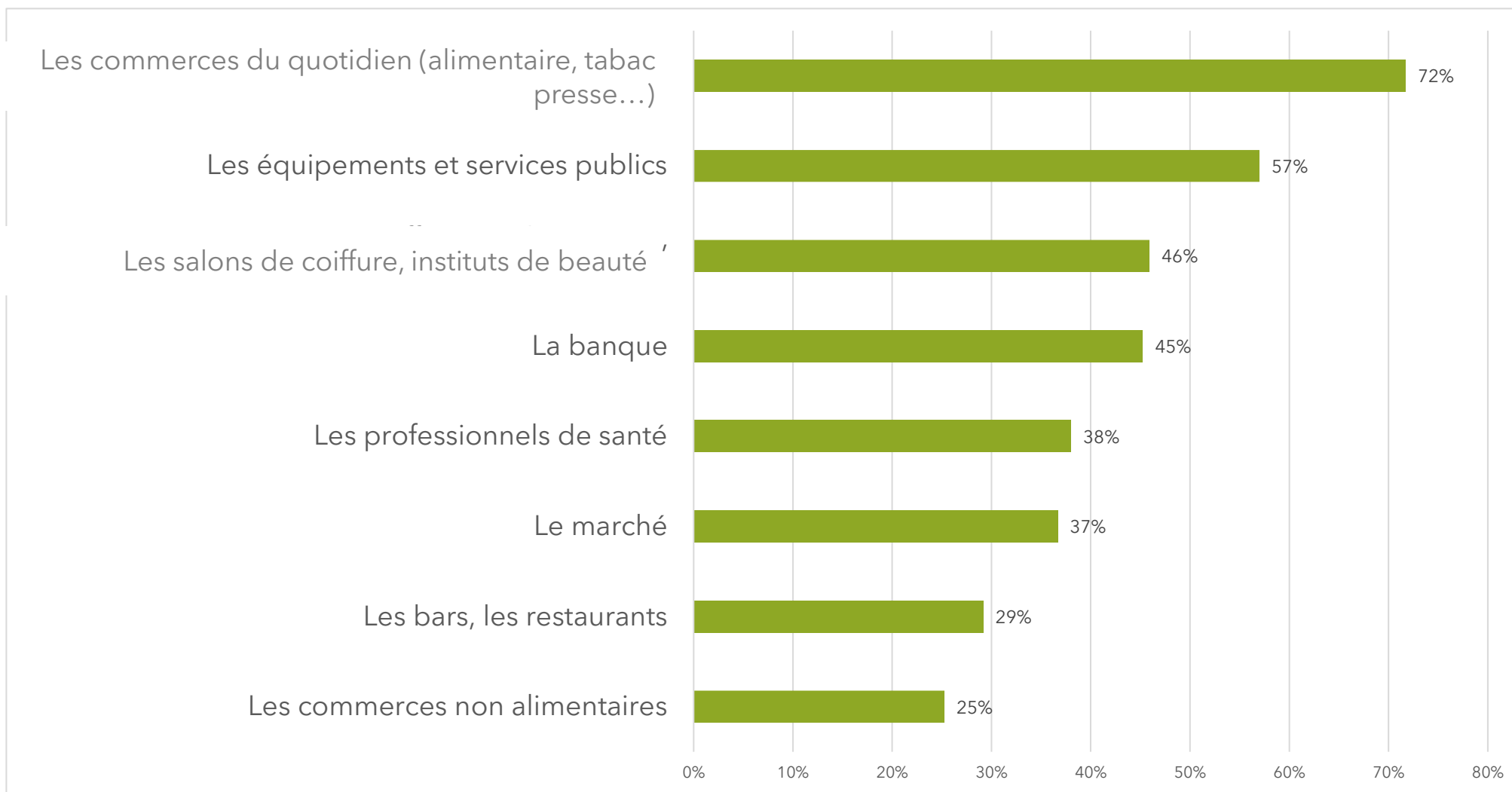
Comment allez vous faire vos courses **non alimentaires** ?



4. Les attentes de la clientèle rurale



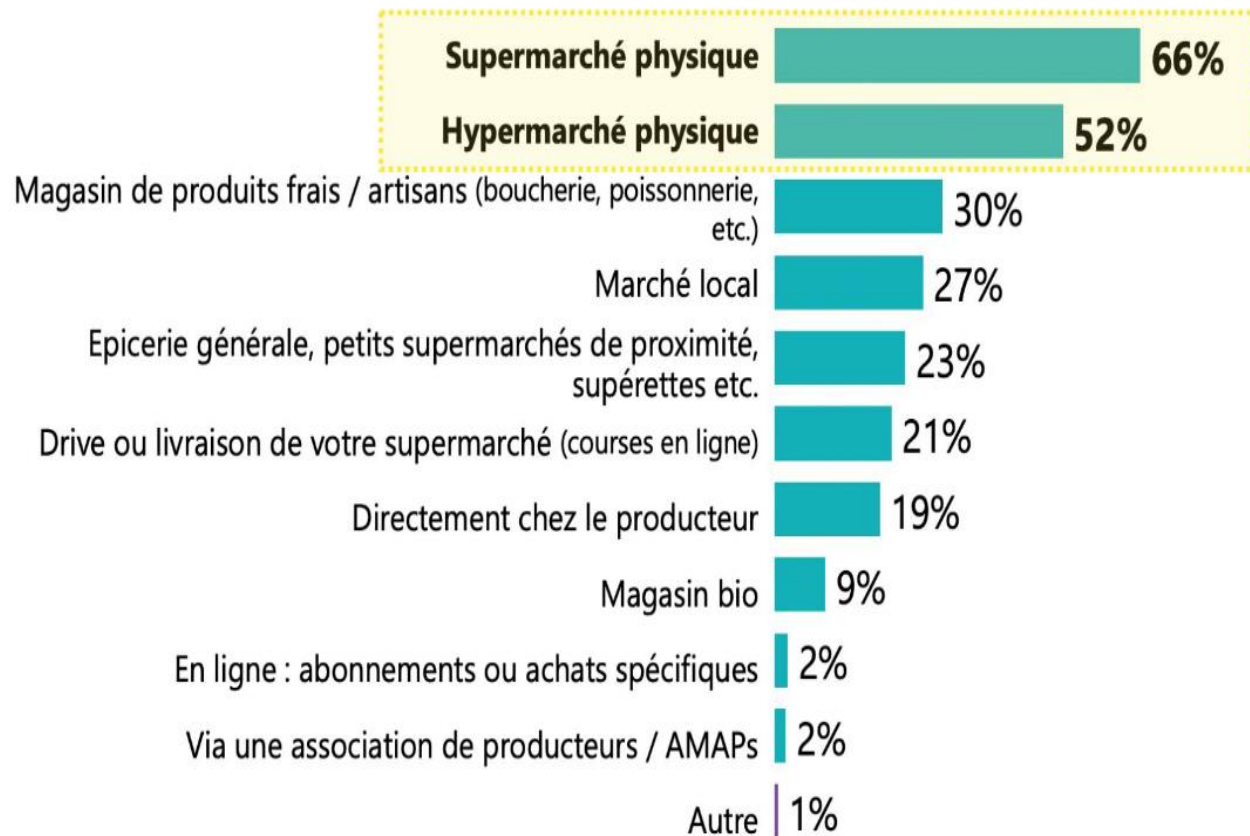
Des attentes multiples mais avant tout du quotidien



Source : Synthèse petites villes de demain / AID -
Banque des Territoires

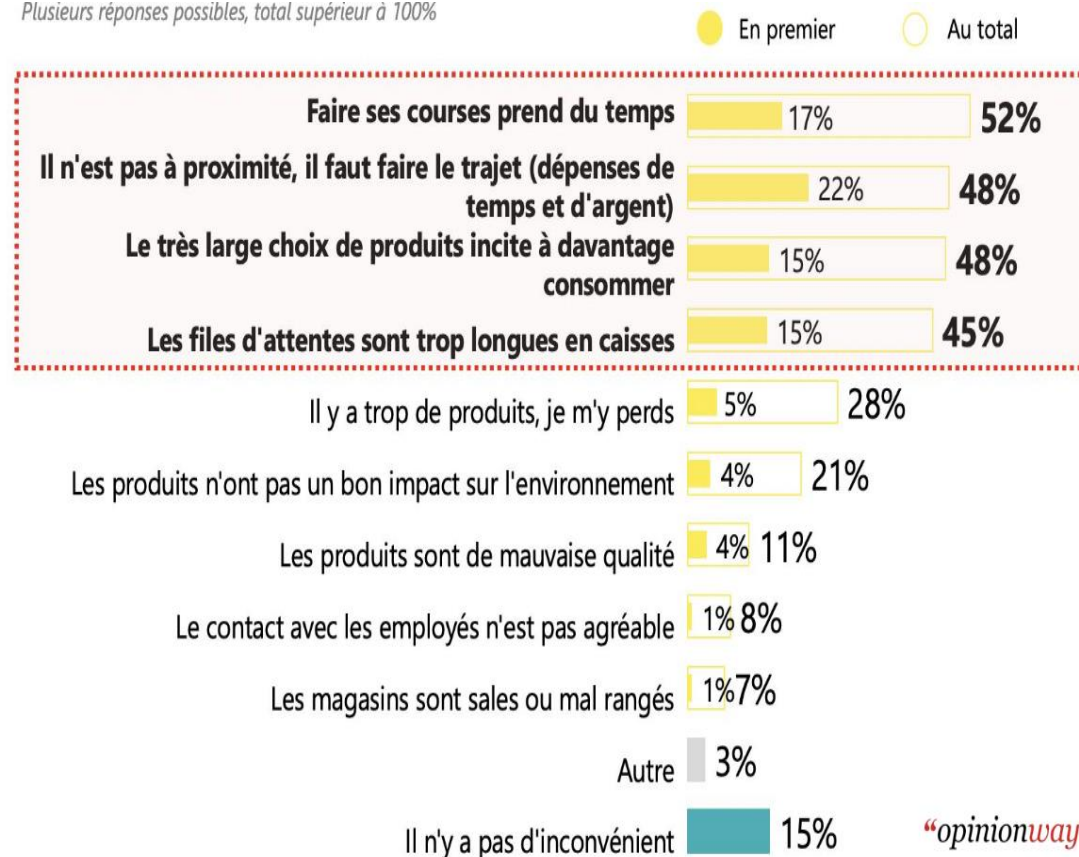
Un format grande surface hégémonique mais peu apprécié

Parmi les lieux suivants lesquels fréquentez-vous une fois par mois pour vos courses alimentaires ?



Selon vous, quels sont les principaux inconvénients à réaliser ses courses en hyper/supermarché ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



“opinionway”

Qu'est-ce qui pourrait **rendre votre commune plus conviviale et vivante** qu'elle ne l'est aujourd'hui ? (question ouverte)



Des arbitrages de consommation qui favorise certains secteurs et pénalisent d'autres

Évolution des dépenses des ménages en France par famille de produits entre 2011 et 2023



Source : INSEE

Source : Baromètre de la proximité rurale / Opinion Way

5. Le commerce en milieu rural vers de nouvelles formes de consommation



Un tissu marchand qui s'étire et sort des centralités



- **Implantation** ou **relocalisation** d'activités commerciales, en **entrée de ville** ou le **long de la départementale**,
- **Logique opportuniste de captation** des **flux routiers pendulaires**
- **Boulangers, pharmacies, primeurs, salons de coiffure** ou **d'esthétique**.... mais aussi **maison de santé, notaires, experts comptables**
- **Projets de création** ou d'**extension de grandes et moyennes surfaces, notamment alimentaires** sont encore par ailleurs toujours **à l'œuvre**

Initiatives et innovations dans le commerce rural

L'alimentation générale qualitative (Exemple à Bagnols-les-Bains en Lozère)



- offre alimentaire large et sourcée localement
- Souvent soutenu par la mairie, au moins lors du lancement (loyer modéré, aide aux travaux, appui au montage de dossier, etc.)

Les comptoir multiservice (Exemple Claveisolles - Rhône)



- Proposer un lieu proposant un point de restauration boisson et intégrant des services pour les habitants (dépôts de coli, dépôt de pain, fdj...)
- Souvent soutenu par la mairie, au moins lors du lancement (loyer modéré, aide aux travaux, appui au montage de dossier, etc.)

Initiatives et innovations dans le commerce rural

Tiers lieux ruraux



- Des espaces hybrides et multifonctionnels (coworking, café, atelier de réparation, organisation d'événements...).
- Permet la réhabilitation de bâtiments en partenariat avec des associations et favorisent le lien social. Bien animés, ils génèrent du flux pour les commerces alentours.
- Leur modèle économique repose généralement sur un mix public/privé.

Distribution automatique



- Installation en local, extérieur ou container, sans permis, accessible 24/7.
- Approvisionnement en temps réel, gestion et surveillance des stocks à distance.
- Commande et paiement sur place ou en ligne, avec option click and collect.

Initiatives et innovations dans le commerce rural

Supérette connectée API



- Implantation dans des communes 700–3 500 hab., sans commerce,
- Une offre de proximité avec environ 700 références
- Un fonctionnement simplifié pour une mise en place rapide : employé 3h/jour, accès QR code hors présence paiement CB auto.

Epicerie nomade Casino



- Camionnette Casino pour produits alimentaires et d'hygiène, gérée par un franchisé.
- 350+ références, surtout marque Casino, couvrant besoins alimentaires essentiels.
- Desserte des communes sans commerce ou pour compléter l'offre locale, avec horaires et emplacements adaptés

6. Le SCOT un outil au service de l'avenir du territoire



Le SCoT : un outil structurant, à enrichir pour accompagner le développement commercial

Le SCoT va permettre de

- Identifier et délimiter les polarités commerciales
- Encadrer le développement du commerce
- Conditionner l'implantation des commerces d'importance
- Connaître les dynamiques commerciales du territoire
- Assurer la cohérence globale du territoire

Le SCoT : un outil structurant, à enrichir pour accompagner le développement commercial

Le SCoT va permettre de

- Identifier et délimiter les polarités commerciales
- Encadrer le développement du commerce
- Conditionner l'implantation des commerces d'importance
- Connaître les dynamiques commerciales du territoire
- Assurer la cohérence globale du territoire

Le SCoT va aider à

- Créer des stratégies commerciales à l'échelle des intercommunalités.
- Faciliter des projets d'aménagement et d'amélioration des centralités marchandes qui renforcent le tissu économique
- Créer des synergies entre les acteurs du territoire.
- Orienter la rédaction des PLU.

Le SCoT : un outil structurant, à enrichir pour accompagner le développement commercial

Le SCoT va permettre de

- Identifier et délimiter les polarités commerciales
- Encadrer le développement du commerce
- Conditionner l'implantation des commerces d'importance
- Connaître les dynamiques commerciales du territoire
- Assurer la cohérence globale du territoire

Le SCoT va aider à

- Créer des stratégies commerciales à l'échelle des intercommunalités.
- Faciliter des projets d'aménagement et d'amélioration des centralités marchandes qui renforcent le tissu économique
- Créer des synergies entre les acteurs du territoire.
- Orienter la rédaction des PLU.

Le SCoT devra être suivi de

- Des actions concrètes pour maîtriser et rénover l'immobilier commercial.
- Un accompagnement et un soutien aux porteurs de projet.
- Une mise en œuvre opérationnelle des outils réglementaires : linéaire de protection, périmètre de sauvegarde.

Ouvrons le débat : quel aménagement commercial pour les Combrailles ?

Doit-on limiter les nouveaux développements commerciaux en périphérie ?

- Oui, tous types d'achats confondus
- Oui, uniquement sur l'alimentaire
- Oui, uniquement sur le non alimentaire
- Non

Doit-on enrayer la tendance à l'implantation des commerces de proximité sur les lieux d'opportunité (ronds-points, entrées de ville) ?

- Oui, leur place est en centralité
- Non, chaque nouveau commerce est bon à prendre

Ouvrons le débat : quel aménagement commercial pour les Combrailles ?

Parmi ces actions pour le commerce en centralité, quelle serait la plus prioritaire ?

- Maintenir et développer la qualité des espaces publics
- Améliorer la qualité des enseignes
- Renforcer le nombre d'espaces de stationnement en centralité
- Améliorer l'accessibilité automobile
- Renforcer l'accessibilité des modes actifs (piétons, vélos, transports en commun)

Parmi ces actions pour le commerce en périphérie, quelle serait la plus prioritaire ?

- Fixer des exigences de densification pour limiter l'artificialisation des sols
- Conditionner le développement à la création de dispositifs générateurs d'énergie
- Renforcer la qualité paysagère et l'intégration urbaine
- Améliorer et renforcer le stationnement sous conditions
- Conditionner le développement à l'accessibilité des modes actifs