



DIAGNOSTIC ET IDENTIFICATION DE POTENTIEL COMMERCIAL

APPUI TECHNIQUE

Ambès - 2024



CCI BORDEAUX
GIRONDE





SOMMAIRE

1 **Diagnostic**
commercial
d'Ambès

2 **Programmation**
commerciale

3 **Identification**
des potentiels de
développement
commercial



CONTEXTE



La commune d'Ambès, localisée sur la Métropole Bordelaise, se distingue par sa situation géographique sous la forme d'une presqu'île formée par la confluence entre la Garonne et la Dordogne. Sa notoriété est, d'une part, due à son environnement naturel particulier qu'offre l'estuaire et, d'autre part, due à sa zone industrialo-portuaire et ses raffineries pétrolières situées en bordure de Garonne.

Cependant, malgré cette notoriété et l'accroissement de la population sur les 10 dernières années (+7,9%), le centre-bourg de la commune fait face à une perte de vitesse avec la fermeture de certains services, une offre de commerces de proximité limitée et des aménagements et équipements à rénover.

Dans ce contexte, la commune d'Ambès a engagé une réflexion globale concernant le réaménagement de son centre-bourg et la redynamisation de son tissu commercial et urbain.

Conscients de l'importance de disposer d'une fonction marchande équilibrée et diversifiée afin de préserver la qualité de vie des résidents, les élus de la commune d'Ambès et de Bordeaux Métropole ont souhaité réaliser une étude permettant :

- De disposer d'un diagnostic complet de la commune : éléments socio-démographiques, urbains et commerciaux, afin de mieux appréhender le fonctionnement de la commune, l'articulation qui peut exister entre chaque polarité et ainsi mettre en relief les atouts et les points d'amélioration,
- D'obtenir des outils prospectifs et opérationnels d'aide à la décision à moyen et long terme en matière de développement.

1 Diagnostic commercial d'Ambès





1 **Analyse** socio-démographique

1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

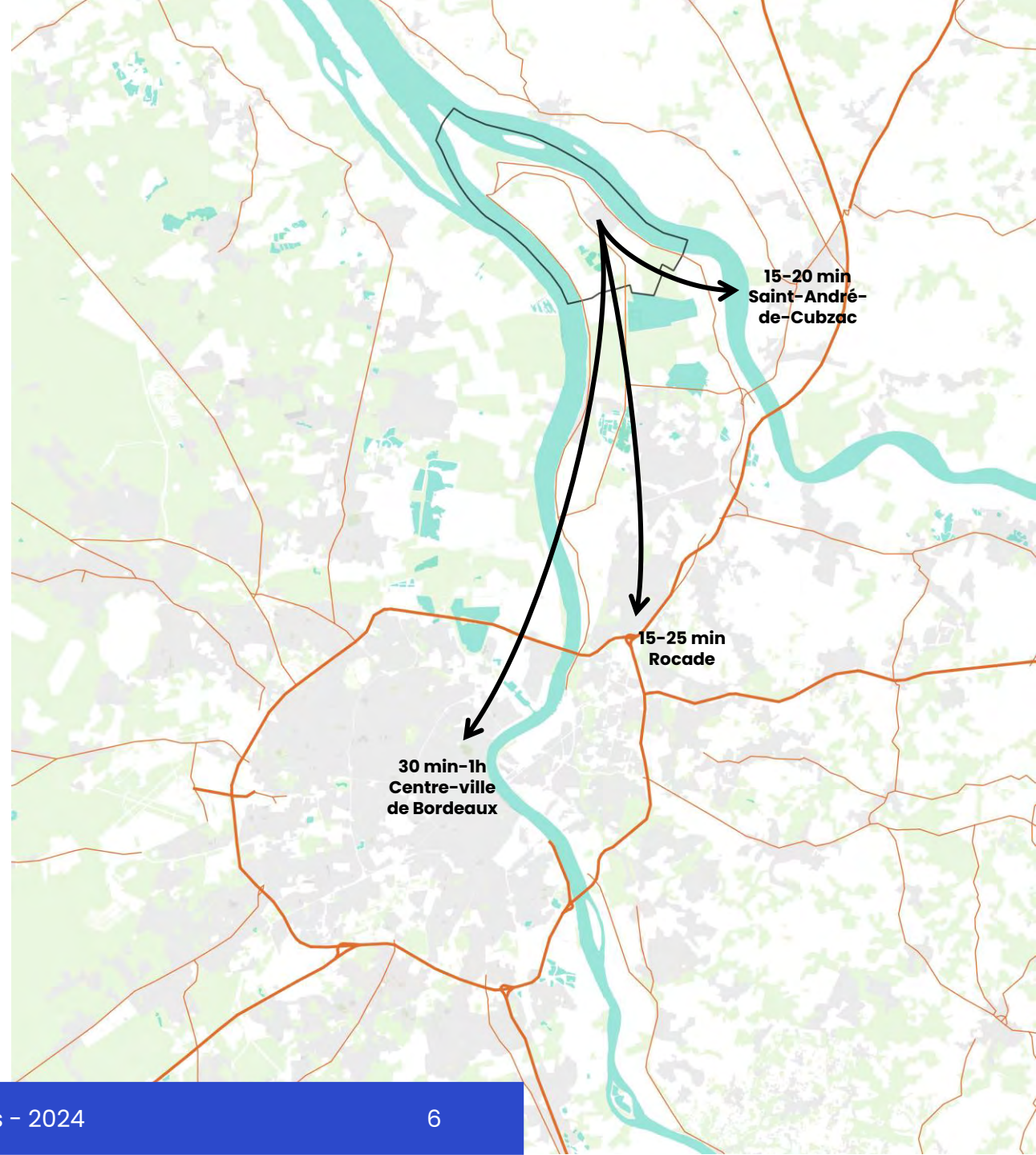
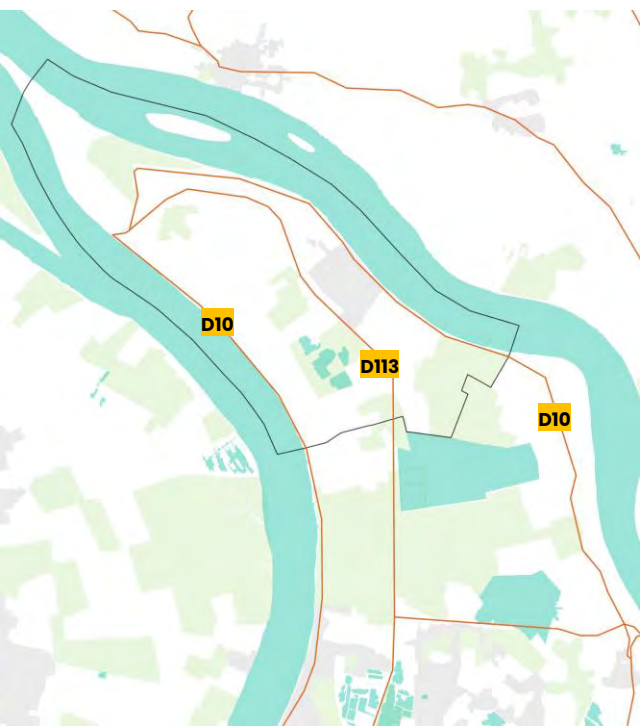
SITUATION & ACCESSIBILITÉ

La commune d'Ambès fait partie de Bordeaux Métropole, regroupant 28 communes.

D'une surface de 28,85 km², la commune d'Ambès se situe à l'extrême Nord de l'Entre-deux-Mers, à la confluence de la Dordogne et la Garonne.

Elle bénéficie d'une **desserte routière par la D10 et la D113.**

En temps normal, avec une circulation fluide, les **infrastructures routières permettent de rejoindre** en un quart d'heure la rocade bordelaise, en **une trentaine de minutes le centre-ville de Bordeaux**, et en environ 15 minutes de Saint-André-de-Cubzac.



1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

POPULATION

Les dernières données INSEE sur la population évaluent le nombre d'habitants d'Ambès à 3 123 en 2020 (vs 2 920 en 2009).

A noter, une croissance de la population sur les 11 dernières années de +7% entre 2009 et 2020, vs +14,5% sur la Métropole bordelaise et +14,1% en Gironde.

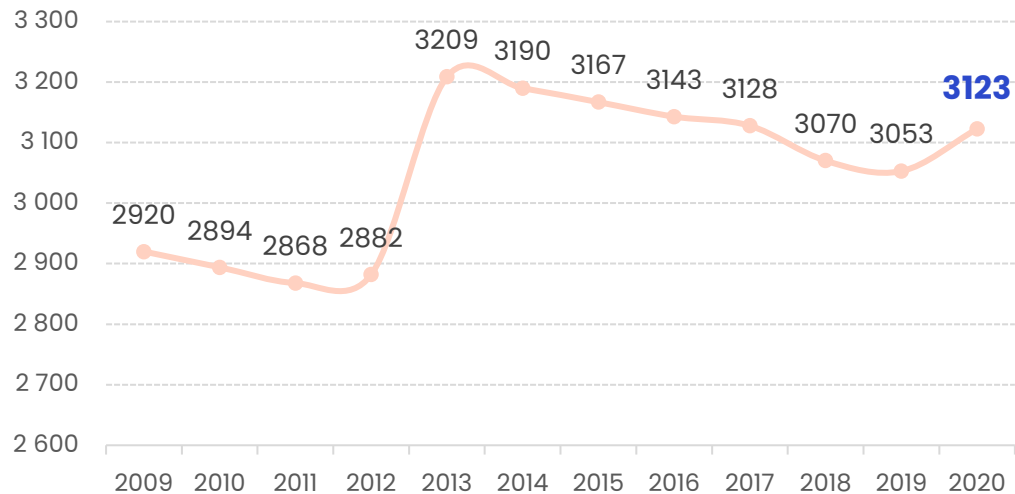
3 123

habitants en 2020

+7,9 %

croissance de la population
entre 2010 et 2020

ÉVOLUTION DE LA POPULATION D'AMBÈS



ÉVOLUTION DE LA POPULATION SUR 11 ANS (2009/2020)

	ÉVOLUTION SUR 11 ANS (2009 / 2020)
AMBÈS	+7 %
BORDEAUX MÉTROPOLE	+14,5 %
GIRONDE	+14,1 %

1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

TRANCHES D'ÂGES

La population de plus de 60 ans représente 23,8% des habitants d'Ambès, soit une part plus importante que celle de la Métropole (21,6%). La tranche d'âge des 30-44 ans est la plus présente avec 20% de la population, un taux similaire à celui de Bordeaux Métropole.

Les moins de 30 ans représentent, eux, 36,7% des habitants, un taux inférieur à celui de la Métropole (40,1%) et supérieur à la moyenne girondine (35,7%).

TENDANCE

- En termes d'évolutions sur les 5 dernières années, on observe une progression très tranchée :
- Forte diminution des tranches 0-14 ans (-2 points), des 15 - 29 ans (-1,2 point) et des 75 ans et plus (-0,5 point),
 - Accroissement de la part des 45-59 (+1 point) et des 60-74 ans (+2,6 points).

A noter que ces variations sont similaires à celles enregistrées sur la Métropole bordelaise pour les 45-59 ans et 30-74 ans mais dans des proportions moindres.



36,7%

des habitants ont moins de 30 ans

ÉLÉMENTS DE COMPARAISON

Bordeaux Métropole :

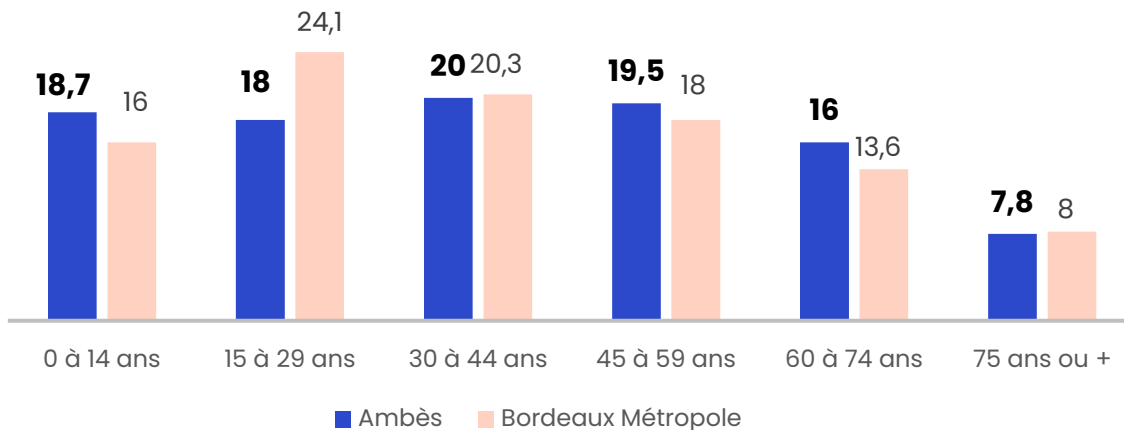
Moins de 30 ans : 40,1% de la population
60 ans et + : 21,6% de la population

Gironde :

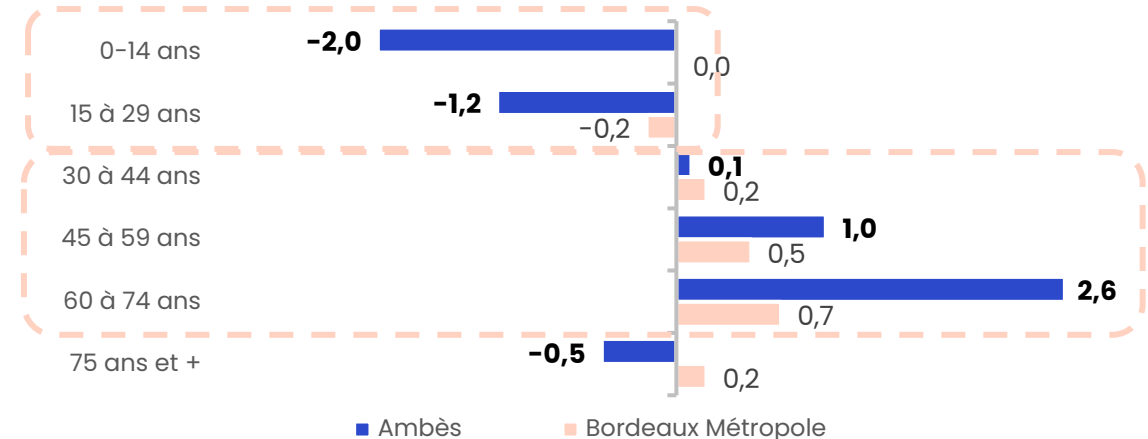
Moins de 30 ans : 35,7% de la population
60 ans et + : 25,2% de la population

A noter, un vieillissement de la population. Les personnes âgées vont davantage favoriser les commerces de proximité et les achats quotidiens.

RÉPARTITION DE LA POPULATION PAR TRANCHE D'ÂGE (EN %)



ÉVOLUTION DE LA COMPOSITION PAR TRANCHE D'ÂGE ENTRE 2014 ET 2020



1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

MÉNAGES

La commune compte 1 304 ménages en 2020. Actuellement, la taille des ménages sur Ambès est de 2,36 personnes en moyenne contre 2,43 en 2014, et 1,98 personne sur Bordeaux Métropole en 2020 (2,03 en 2014).

Les familles sont majoritaires sur la commune, elles représentent 68,8% des ménages. A l'inverse, les personnes seules sont majoritaires sur la Métropole, elles représentent 48,4% des ménages contre 31,2% à Ambès.

TENDANCE

A noter, une profonde évolution de la répartition de la population sur 6 ans :

- Une augmentation marquée des familles monoparentales (+5,1 points)
- Une diminution marquée des couples avec enfant(s) (-3,9 points), et dans une moindre mesure des couples sans enfant(s), -0,8 point.

L'ensemble de ces données ont un impact sur les modes de consommation des ménages.



1 304

Ménages en 2020

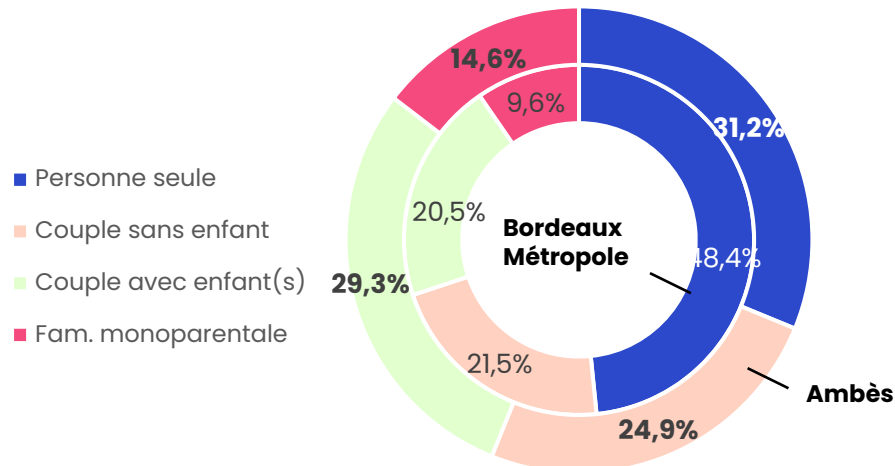
ÉLÉMENTS DE COMPARAISON

Gironde :

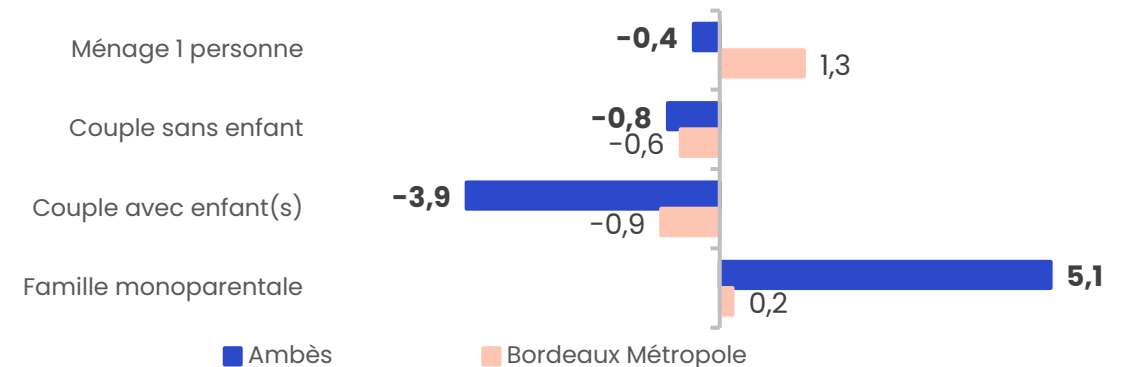
Personne seul : 40,9% des ménages
Couple sans enfant : 25,7% des ménages
Couple avec enfants : 24% des ménages
Fam. monoparentale : 9,4% des ménages

Le profil des ménages induit des comportements d'achats différents. Les familles avec enfants vont privilégier les achats « massifs » en GMS, drive, alors que les personnes seules vont plutôt multiplier les achats ponctuels et à proximité.

COMPOSITION DES MENAGES EN 2020 (EN %)



ÉVOLUTION DE LA COMPOSITION DES MÉNAGES ENTRE 2014 ET 2020 (EN POINTS)



1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

CATÉGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

Sur 2 525 habitants de plus de 15 ans sur la commune, 42% sont retraités ou inactifs, un taux quasi similaire à celui de la Métropole et de la Gironde. Seuls 20% appartiennent aux CSP « plus » et 38% aux CSP dites « - ». Cette proportion, fortement supérieure à celle de la Métropole et de la Gironde, peut s'expliquer par le nombre important d'ouvriers sur la zone industrialo-portuaire d'Ambès.

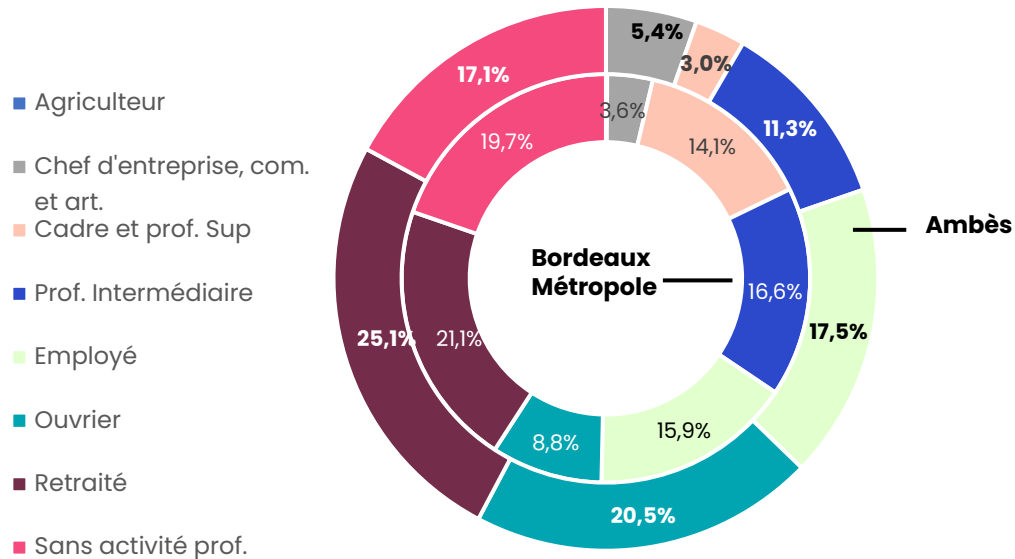
Les deux CSP les plus présentes sur la commune sont les retraités (25,1%) et les ouvriers (20,5%).

TENDANCES

On note quelques évolutions depuis 5 ans au niveau des CSP, notamment un renforcement des écarts entre les CSP « + » et les CSP « - » :

- Une augmentation de la part des CSP « + » (chefs d'entreprises, prof. Intermédiaires, cadres et professions supérieures) (+2,6 points), alors que les CSP « - » ont fortement diminué, de 4,8 points.
- Une légère progression des personnes sans activité professionnelle de 2 points, en cohérence avec la répartition des ménages et des tranches d'âges sur la commune.

COMPOSITION PAR CSP DES HABITANTS DE + DE 15 ANS EN 2020 (EN %)



2 525

Habitants de + de 15 ans en 2020

25,1%

De retraités

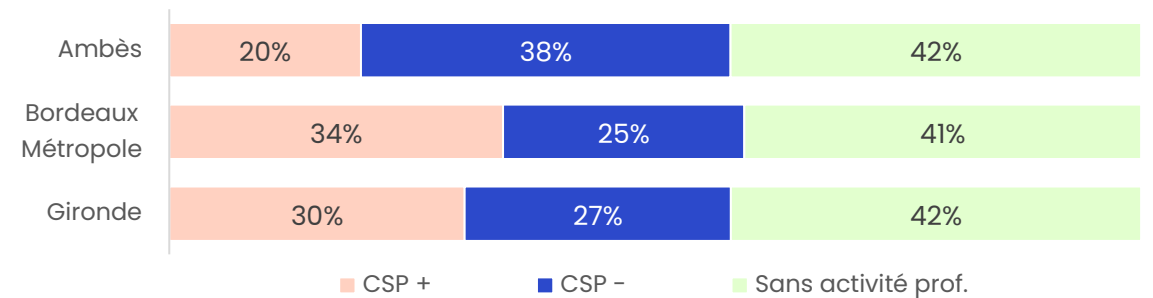
RAPPEL :

- **Les CSP « + »** : cadre et profession sup., profession intermédiaire, chef d'entreprise
- **Les CSP « - »** : agriculteur, employé, ouvrier

Les CSP « + » ont un pouvoir d'achat plus important. Par conséquent, la part de leur consommation dans les CHR, le secteur de la culture, loisirs et l'équipement de la personne est d'autant plus importante que pour les CSP « - », dont les dépenses seront davantage orientées vers l'alimentaire et l'équipement de la maison.

Les CSP influencent également les types de circuits de distributions fréquentés.

RÉPARTITION DES HABITANTS DE + DE 15 ANS PAR CSP EN 2020 (EN %)



1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

REVENU

Les foyers d'Ambès ont un revenu net déclaré inférieur à celui de la Métropole et du département. Il est de 19 940€ en 2020, soit 8 969€ de moins que celui des foyers de la métropole bordelaise, 8 194€ de moins que ceux de la Gironde.

La part des foyers fiscaux imposés est de quasiment 33%, nettement inférieur à la moyenne de Bordeaux Métropole et de la Gironde.

TENDANCES

Depuis 2016, le revenu net a progressé de 5,5% sur la commune. La part des foyers imposés a également légèrement progressé, passant de 560 foyers fiscaux imposés à 628.

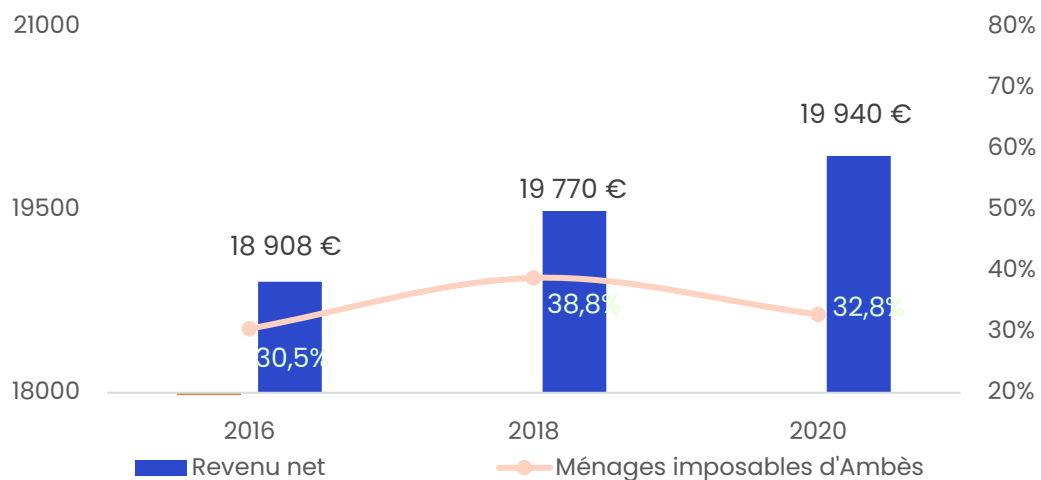
19 940€

Revenu net en 2020

32,8%

Foyers fiscaux imposés en 2020

ÉVOLUTION DE LA MOYENNE DES REVENUS NETS DÉCLARÉS PAR FOYER



ÉLÉMENTS DE COMPARAISON

Bordeaux Métropole :

Revenu net : 28 909€

Taux de foyers imposés : 49,4%

Gironde :

Revenu net : 28 134€

Taux de foyers imposés : 49,9%

1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

LOGEMENTS

Les ménages d'Ambès résident pour 73,9% d'entre eux en maison. Une part largement supérieure à celle de Bordeaux Métropole (38,4%). Similairement, la part des propriétaires est majoritaire avec 55,8% contre 42,6% de propriétaires sur la métropole bordelaise.

Le taux d'emménagement depuis moins de 5 ans est inférieur à la moyenne communautaire, avec 31,2% des ménages qui sont nouvellement arrivés.

MOTORISATION

Le taux de motorisation des ménages de la commune est élevé avec presque 90% des foyers disposant d'au moins une voiture. Ce taux de motorisation est supérieur à celui de la moyenne girondine.

Le taux d'évasion commerciale des ménages non motorisés est souvent moins élevé.

55,8%

Des ménages sont propriétaires

89,4%

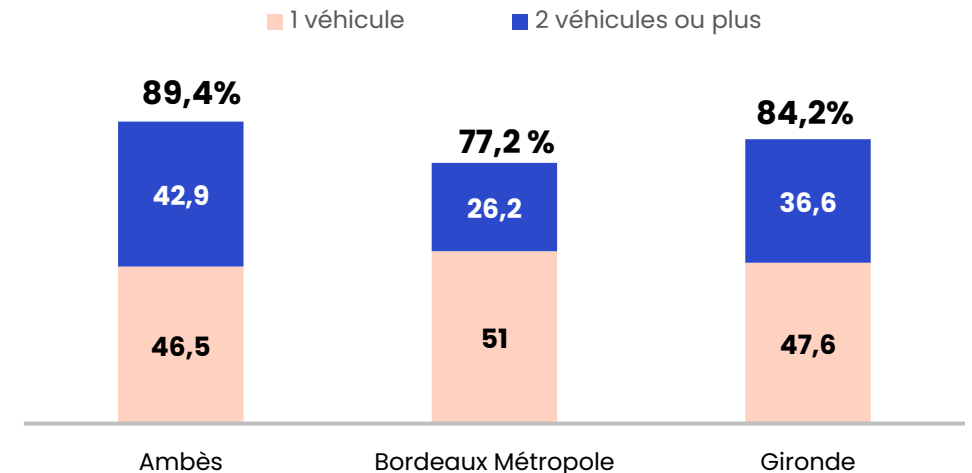
Des ménages disposent d'au moins un véhicule

Le type de logement et le statut d'occupation influent sur les modes de consommation. Les propriétaires d'une maison accorderont davantage de dépenses en équipement de la maison qu'un locataire en appartement.

PROPORTIONS DES FORMES DE LOGEMENTS À AMBÈS EN 2020

LOGEMENTS	AMBÈS	BORDEAUX MÉTROPOLE
% de maisons	73,9%	38,4%
% d'appartements	25,5%	60,9%
% de propriétaires	55,8%	42,6%
% de locataires	42,6%	55,6%
% emménagés depuis – de 5 ans	31,2%	45%

TAUX DE MOTORISATION DES MÉNAGES D'AMBÈS



1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

EMPLOI

La commune d'Ambès concentre 1 187 emplois en 2020 : en diminution, -13,2% en 6 ans.

L'indicateur de concentration d'emplois sur la commune est de 86,3 en 2020, contre 132 sur Bordeaux Métropole. 88,8% des emplois sont des emplois salariés, ils ont diminué de 2 points en 6 ans.

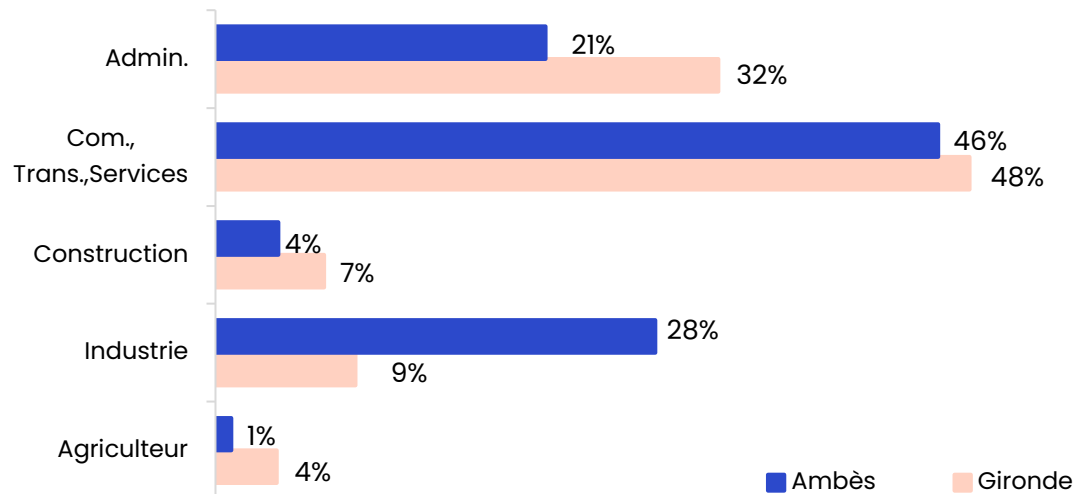
On comptabilise 133 emplois non salariés sur la commune. Les secteurs du commerce, transport, services divers, de l'industrie et de l'administration publique concentrent le plus d'emplois sur Ambès.



1187

Emplois en 2020

COMPOSITION DES EMPLOIS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ EN 2020



1.1. ÉLÉMENTS SOCIODÉMOGRAPHIQUES

DÉPLACEMENT DOMICILE / TRAVAIL

Quotidiennement, 794 actifs non-résidents viennent travailler sur la commune alors que près de 1005 en sortent. Le solde d'actifs quotidiens est donc négatif avec - 211 actifs sur Ambès.

Les actifs qui viennent travailler sur la commune habitent pour 46% d'entre eux sur la Métropole bordelaise et pour 15% sur la CDC du Grand Cubzaguais.

Les actifs d'Ambès qui sortent de la commune pour travailler le font à plus de 70% vers les autres communes de la Métropole bordelaise.

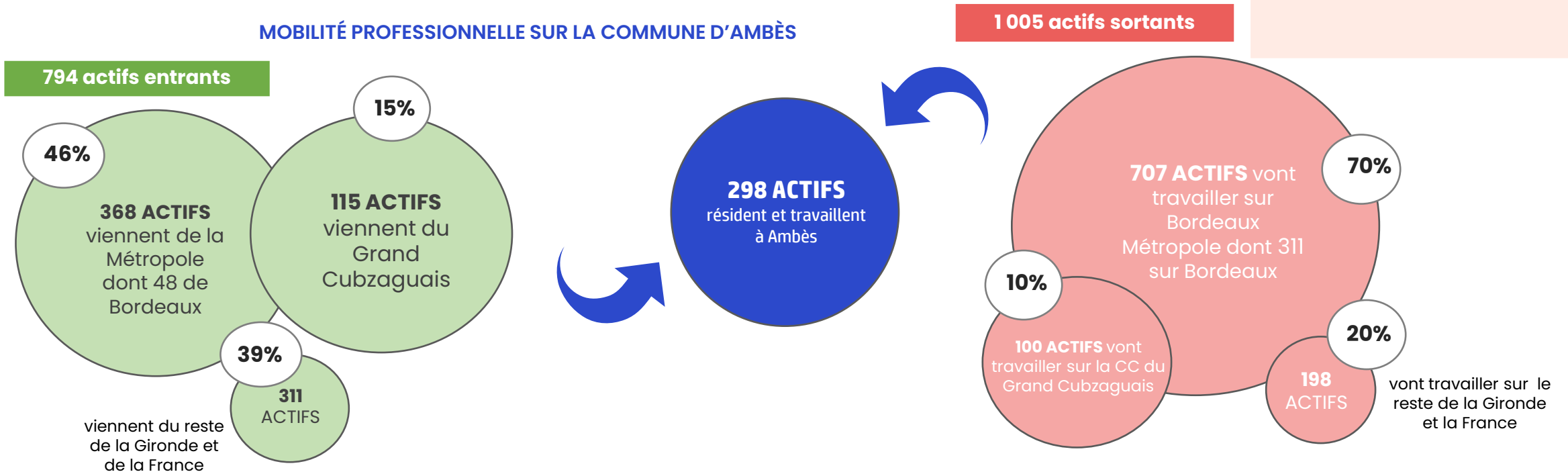
- 211

Solde d'actifs quotidiens en 2020

298

Actifs résident et travaillent à Ambès

MOBILITÉ PROFESSIONNELLE SUR LA COMMUNE D'AMBÈS



SYNTHÈSE



3 123 habitants sur la commune d'Ambès en 2020, en reprise depuis 2019.



A noter, un **vieillessement de la population** avec notamment une progression de la part des 45-59 ans (+1 point) et des 60-74 ans (+2,6 points), et 23,8% des habitants ont plus de 60 ans.



Des **ménages majoritairement composés de familles** (68,8% des ménages vs 51,6% sur la métropole bordelaise) mais on note une forte diminution des couples sans enfant (-3,9 points en 5 ans), au profit des familles monoparentales (+5,1 points en 5 ans).



Une **proportion de CSP « + » moindre** (20%) mais en augmentation sur les 6 dernières années (+2,6 points). Un profil qui se ressent dans le revenu net déclaré des foyers, inférieur à celui de la Métropole et à celui du département.



Des **ménages majoritairement propriétaires** et logeant dans des maisons individuelles.

Peu d'actifs résident et travaillent sur la commune. Des **déplacements domicile travail majoritairement orientés vers les autres communes de la Métropole bordelaise** et notamment vers Bordeaux.





2 Identification de l'offre et de la concurrence commerciale

1.2. ARMATURE COMMERCIALE D'AMBÈS

OFFRE COMMERCIALE DE LA COMMUNE

446 établissements* (entreprises individuelles et sociétés) sont comptabilisés sur la commune dont 56 établissements qui appartiennent à la nomenclature commerces, services, artisanat (hors BTP), soit environ 18 établissements pour 1 000 habitants.

Les principales familles d'activités présentes sont :

- Les activités de services à vitrine représentent 28% de l'offre communale, soit 16 établissements.
- Les activités d'automobile – moto représentent 23% de l'offre communale.

Ces services et activités dédiées à l'auto-moto, activités peu attractives dans le paysage urbain en raison de :

- Manque de visibilité car souvent à domicile,
- Vitrine neutre,
- Génèrent peu de flux de clientèle,
- Positionnement en dehors des centres-villes pour les activités auto-moto.

56

Établissements commerciaux
et de services

18

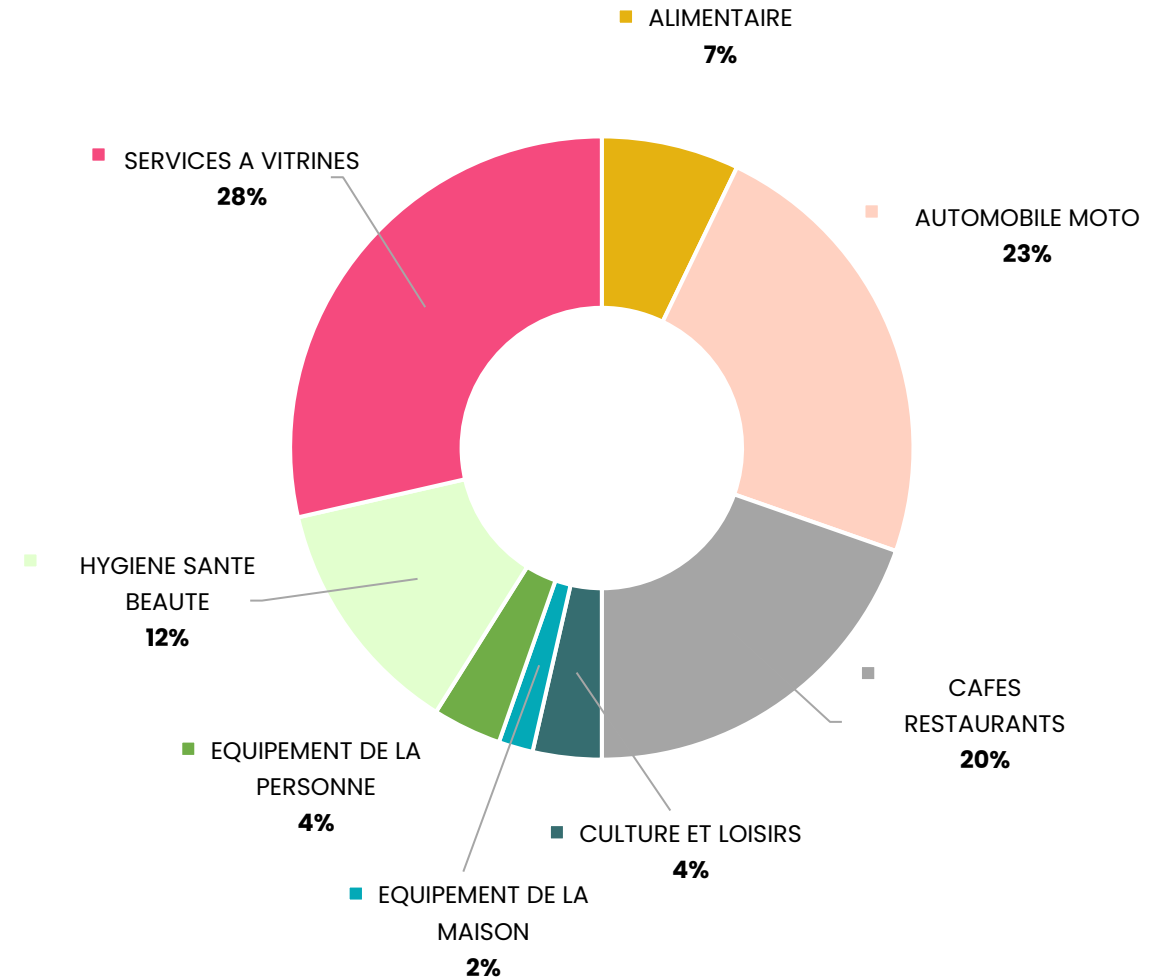
Etablissements pour 1 000
habitants (densité
commerciale)

*Attention, il s'agit de statistiques basées sur un fichier juridique en décalage avec la présence physique de commerces et services



**On observe qu'au-delà d'un ratio de 30% de services sur une centralité, le fonctionnement commercial d'une polarité peut être affecté, à savoir : vitrine neutre, flux générés faibles ou sur rendez-vous, multiplication des services en ligne, ne permettant pas à une polarité d'être attractive.*

RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DE LA COMMUNE D'AMBÈS PAR FAMILLES D'ACTIVITÉ



1.2. OFFRE ET CONCURRENCE COMMERCIALE

SPATIALISATION D'UN LOT DE CELLULES VACANTES

Le quartier Beauregard, à **10min au sud du centre-bourg d'Ambès à pied**, a connu un fort développement dans les années 2010/2015 avec la construction de divers programmes immobiliers destinés au logement dont un mixte avec 1 000m² de cellules commerciales en rez de chaussée.

Celles-ci, devant être occupées, avaient pour objectif de proposer une offre commerciale de proximité aux habitants du quartier. Cependant, ces dernières demeurent vacantes depuis longtemps et ont subi des dégradations.

Ces **locaux modulables allant de 80m² à 130m²** sont disponibles à :

- 90€/m² à la location
- 1 500€/m² à la vente

L'arrivée prochaine d'une entreprise du tertiaire et d'un potentiel libéral permettrait, par **effet de ruissellement, d'attirer de nouvelles activités** (tertiaires et/ou commerciales).

Une réflexion reste à mener sur leur vocation et leur connexion avec le centre-bourg.

1 000m²

De surface vacantes



1.2. OFFRE ET CONCURRENCE COMMERCIALE

OFFRE COMMERCIALE NON SÉDENTAIRE

La commune d'Ambès dispose également d'un marché hebdomadaire de plein air qui se tient tous les mardis matin sur la place du gymnase, au cœur du centre-bourg.

Ce marché, en perte de vitesse, représente un axe de développement potentiel afin **de redynamiser la commune, proposer une offre commerciale supplémentaire aux personnes inactives et/ou présentes en semaine et créer du lien social au sein de la commune.**

Ce marché dominical de proximité compte **actuellement 4 étals, uniquement des commerçants alimentaires.** Parmi les activités présentes, on y trouve :

- Productrice de légumes
- Produits régionaux / conserves maison
- Fromagère
- Primeurs

La part des commerces non sédentaires dans **la consommation des ménages du secteur d'habitation d'Ambès en alimentaire frais représente 5,8% des dépenses, contre 6,8% pour les ménages de Bordeaux Métropole.**

1

Marché tous les mardis matin

4

Étals sur le marché



Source : Site internet des marchés de Gironde - 2022

1.2. OFFRE ET CONCURRENCE COMMERCIALE

ARMATURE COMMERCIALE D'AMBÈS

- **Commerce alimentaire** : offre alimentaire composée d'une boulangerie, à l'angle de la rue du Maréchal Leclerc et de la rue Montesquieu, ouverte le matin et en fin d'après-midi. Cette offre est complétée par une supérette Casino shop ouverte le matin jusqu'en début de soirée avec une pause méridienne. Cette offre en commerce alimentaire est limitée pour une commune de cette taille et éloignée de toute autre offre complémentaire.
- **Commerces dits de convivialité** que sont les cafés, hôtels, restaurants. L'offre communale se compose d'une pizzeria et d'un snack à proximité de l'embarcadère. Ces établissements jouent un rôle de convivialité dans la commune, de générateurs de flux. Il est donc important de les mettre en avant et de les intégrer au parcours marchand.
- **Services** : ils représentent un quart de l'offre, soit 2 des 8 pas de portes identifiés. Ce sont uniquement des services de soins à la personne. Un distributeur d'espèces est également à disposition à proximité du Casino et un relais postal est disponible en mairie.
- **Locaux vacants** : hormis les cellules situées au sud de la commune, l'ancien garage et l'ancienne Poste, la commune ne dispose pas d'autres locaux vacants.



1.2. OFFRE ET CONCURRENCE COMMERCIALE

ENVIRONNEMENT COMMERCIAL CONCURRENTIEL

A proximité directe de la commune d'Ambès, l'offre en grandes et moyennes surfaces est limitée. Le premier pôle commercial d'influence, en alimentaire et non alimentaire, est le pôle **Grand Tour de Sainte-Eulalie avec ses 59 905m²**, qui se situe à plus de **15min d'Ambès**.

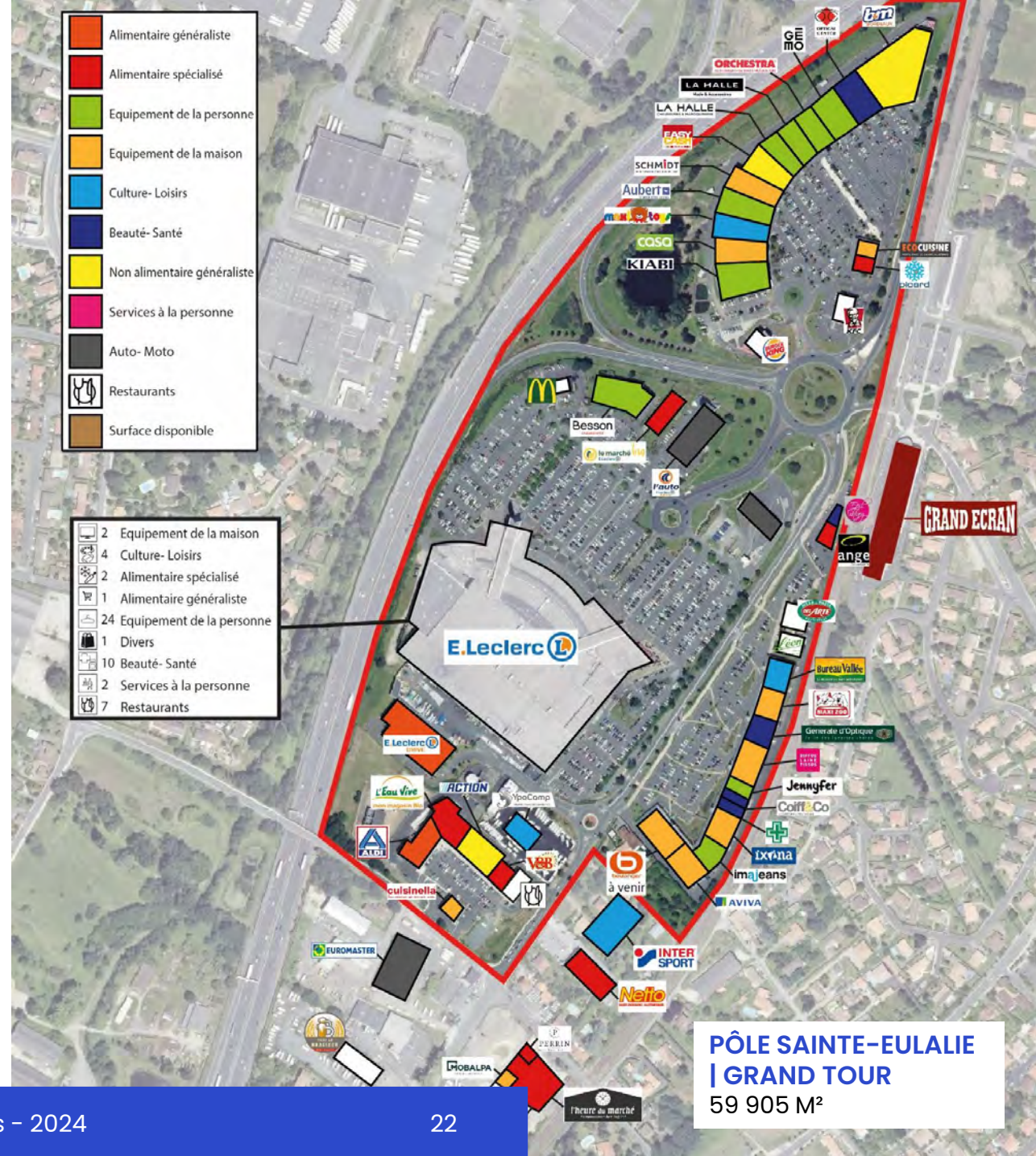
Viennent en suivant la polarité **d'Ambarès-et-Lagrave à 15min** de la commune, puis le **pôle commercial de Bordeaux Lac à une vingtaine de minutes** de la commune ainsi que les dépenses en ligne.

PRINCIPAUX PÔLES COMMERCIAUX D'INFLUENCE DU SECTEUR D'HABITATION*

LIEUX D'ACHAT	DÉPENSES GLOBALES* (EN %)
Sainte-Eulalie Grand Tour	38,6
Ambarès-et-Lagrave	20,5
Bordeaux Lac	9,5
Internet	7,6

*Secteur d'habitation Ambarès-et-Lagrave et alentours qui comprend les communes suivantes : Ambarès-et-Lagrave, Ambès, Saint-Louis-de-Montferrand et Saint-Vincent-de-Paul.

Source : Atlas des pôles commerciaux – CCIBG 2020, Enquête consommation des ménages AID 2021

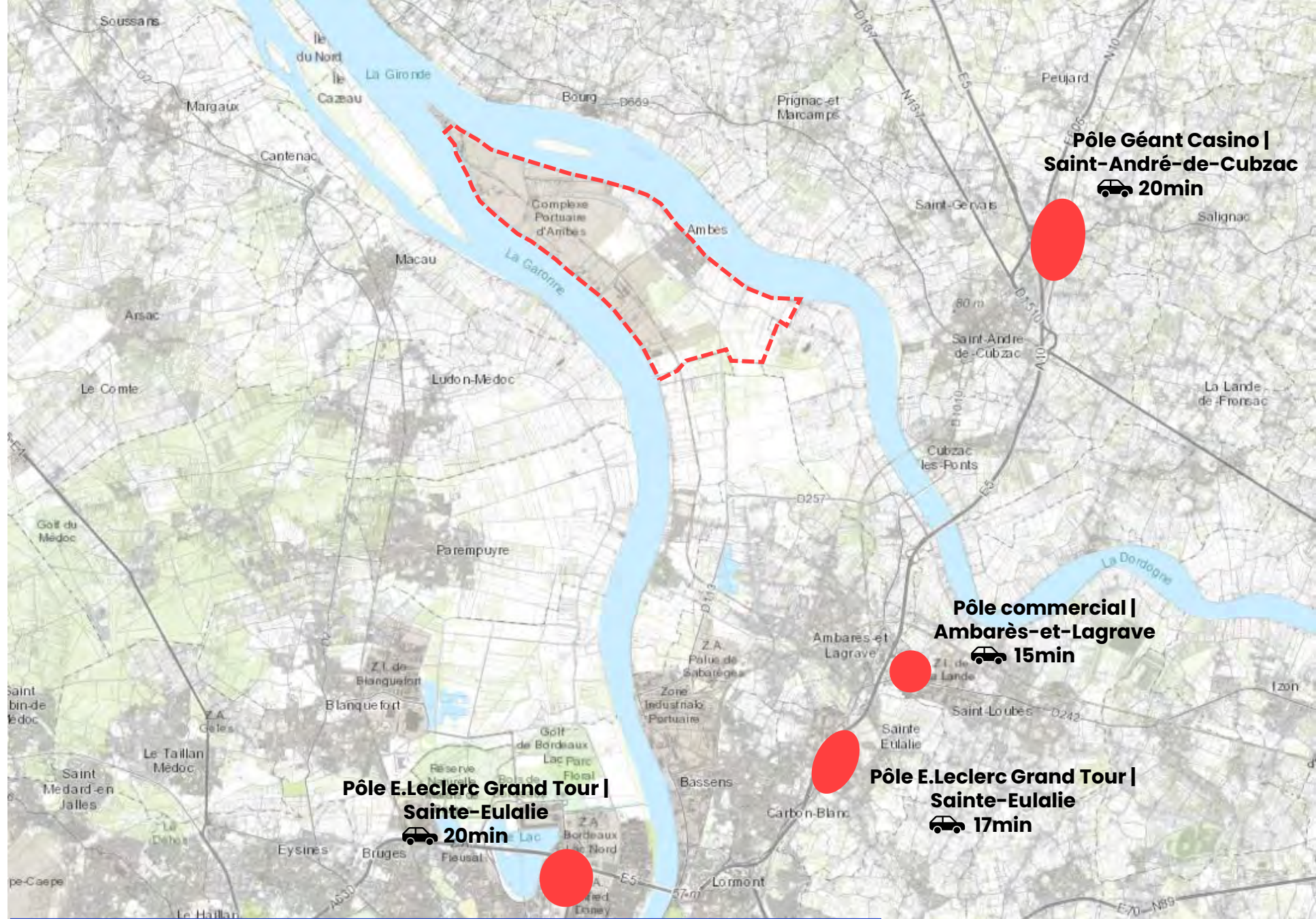


1.2. OFFRE ET CONCURRENCE COMMERCIALE

ENVIRONNEMENT COMMERCIAL CONCURRENTIEL

L'offre en grandes et moyennes surfaces se trouve au minimum à une quinzaine de minutes de la commune d'Ambès.

Au vu de la composition et de l'évolution de la population (accroissement du nombre d'habitants, de l'âge de la population et modification de la composition des ménages), une offre commerciale de proximité serait indispensable pour les Ambésiens.





3 **Consommation** Et comportements d'achats des ménages du secteur d'habitation

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

MÉTHODOLOGIE

L'enquête dont sont issues ces données, a été réalisée en 2010, 2015 et actualisée en 2021 sur l'ensemble de la Gironde.

Le département a été découpé en secteurs d'habitation afin de pouvoir réaliser des zooms sur les comportements d'achats à un niveau relativement fin.

La commune d'Ambès appartient au secteur d'habitation Ambarès-et-Lagrave et alentours qui comprend les communes suivantes : Ambarès-et-Lagrave, Ambès, Saint-Louis-de-Montferrand et Saint-Vincent-de-Paul.

La méthode de collecte de données repose sur un sondage qui suit la méthode des quotas. Les ménages interrogés sont représentatifs de l'ensemble des ménages en s'appuyant sur les critères sociodémographiques des ménages résidant sur chaque zone.

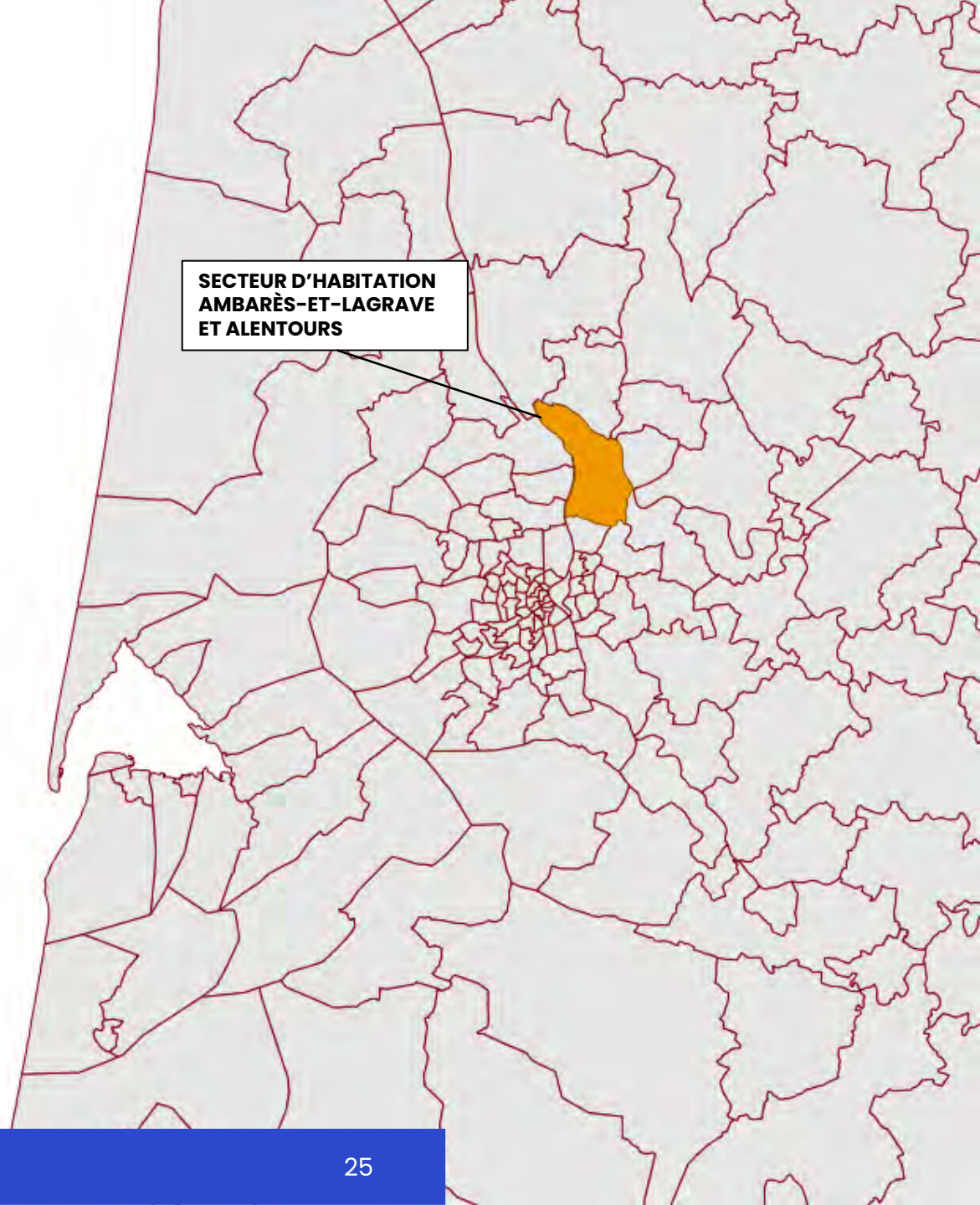
La méthodologie d'enquête développée par AID observatoire repose sur le questionnement concernant le dernier acte d'achat pour 43 produits de consommation courante. Cette méthode garantit une bonne représentativité de tous les comportements d'achat et de tous les lieux d'achat.



Dépenses commercialisables : il s'agit d'un indicateur permettant de mesurer le potentiel de consommation des ménages d'une zone.

Evasion commerciale : l'évasion commerciale représente la part de la consommation des habitants de la commune réalisée en dehors de celle-ci. Cette évasion peut être déclinée par familles de produits, par produits ou par destinations.

Source : Enquête consommation des ménages AID 2021



1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

CIRCUITS DE DISTRIBUTION – DESTINATION DES DÉPENSES PAR FORME DE VENTE

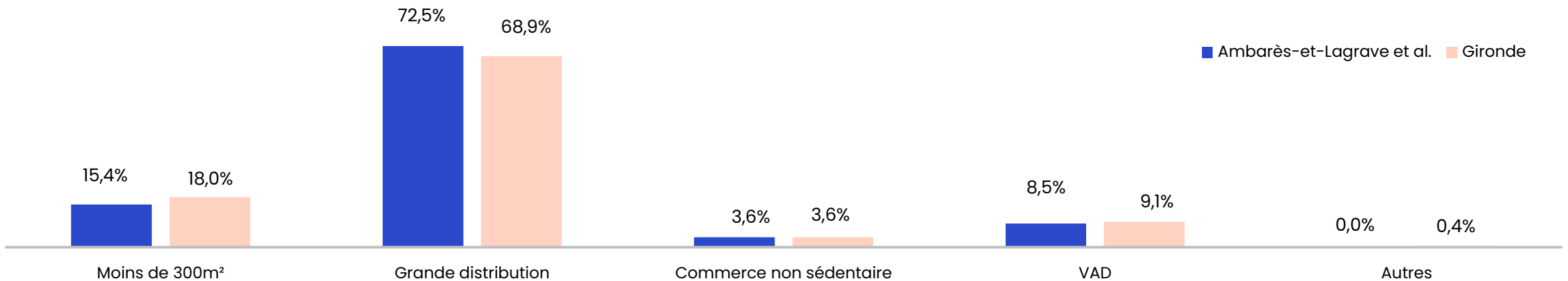
La consommation des ménages, détaillée par forme de vente et par catégorie de produit, apporte des éléments d'analyse concernant les modes de consommation des ménages du secteur d'habitation d'Ambarès-et-Lagrave et alentours.

- Les dépenses des ménages du secteur sont majoritairement orientées vers la grande distribution (72,5%), une part légèrement supérieure au niveau du département. Concernant les dépenses alimentaires, ce taux atteint les 82,2%.
- 15,4% des achats des ménages sont réalisés dans les commerces de moins de 300 m² (vs 18% en Gironde). L'usage de cette forme commerciale est davantage plébiscité pour les achats non alimentaires. Ce taux est cependant de 11,1% pour les dépenses en alimentaire (vs 14% en Gironde).
- Le commerce non sédentaire représente 3,6% des dépenses des ménages. Il s'agit majoritairement d'achats alimentaires (5,8%).

15,4%

Des dépenses commerciales totales en commerces traditionnels (moins de 300 m²)

RÉPARTITION DES DÉPENSES GLOBALES* PAR FORME DE VENTE (EN %)



* alimentaire, non alimentaire

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

CIRCUITS DE DISTRIBUTION – DESTINATION DES DÉPENSES PAR FORME DE VENTE

RÉPARTITION DES DÉPENSES PAR FORME DE VENTE (EN %)

11,1%

Des dépenses en alimentaire en commerces traditionnels (moins de 300 m²)

16,8%

Des dépenses en ligne pour le non alimentaire

	TOTAL		ALIMENTAIRE		NON ALIMENTAIRE *	
	Ambarès-et-Lagrange et alentours	Gironde	Ambarès-et-Lagrange et alentours	Gironde	Ambarès-et-Lagrange et alentours	Gironde
Moins de 300 m ²	15,4%	18%	11,1%	14%	19,9%	22,3%
Grande distribution	72,5%	68,9%	82,2%	78,5%	62%	58,8%
<i>Hypermarché</i>	33,1%	28,7%	51,2%	44,5%	13,6%	12%
<i>Supermarché</i>	5,4%	10,3%	8,1%	18,9%	2,5%	1,3%
<i>Discount</i>	6,2%	4,9%	11,8%	8,8%	0,1%	0,8%
<i>Drives</i>	2,2%	1,5%	4,2%	2,9%	-	-
<i>Grande surface spécialisée</i>	25,7%	23,5%	7%	3,4%	45,8%	44,6%
Commerce non sédentaire	3,6%	3,6%	5,8%	6,4%	1,3%	0,6%
Vente à distance	8,5%	9,1%	0,8%	0,7%	16,8%	17,9%
Autres formes de vente	-	0,4%	-	0,3%	-	0,5%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* Équipement de la personne, équipement du foyer, bricolage – jardinage, sport – culture – loisirs, produits santé – beauté (hors services)

Source : Enquête consommation des ménages AID 2021

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

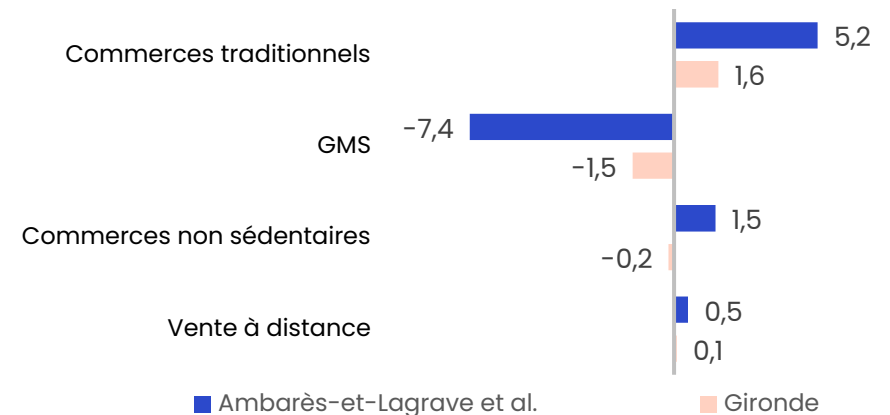
ALIMENTAIRE – ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ DES FORMES DE VENTE ENTRE 2015 ET 2021

En termes d'évolution de l'usage des formes de vente des ménages du secteur d'habitation d'Ambarès-et-Lagrave et alentours entre 2015 et 2021, pour ce qui est des dépenses en alimentaire, on peut noter :

- Une progression des dépenses auprès des commerces traditionnels (+5,2 points en 5 ans), une tendance qui reflète la situation du département, en hausse également (+1,6 point).
- Cette augmentation s'est faite au détriment des dépenses auprès des grandes et moyennes surfaces, principalement avec une diminution de -7,4 points en 5 ans. Cette tendance est largement supérieure à celle de la Gironde (avec -1,5 point en 5 ans).

	ALIMENTAIRE	
	AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET ALENTOURS	GIRONDE
Moins de 300 m²	+5,2	+1,6
Grande distribution	-7,4	-1,5
Commerce non sédentaire	+1,5	-0,2
Vente à distance	+0,5	0

ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION ENTRE 2015 ET 2021 (EN POINTS)



+ 5,2 PTS

Pour les dépenses auprès des commerces des commerces traditionnels en alimentaire

- 7,4 PTS

Pour les dépenses en GMS

Source : Enquête consommation des ménages AID 2021 / 2015

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

NON ALIMENTAIRE – ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ DES FORMES DE VENTE ENTRE 2015 ET 2021

Pour ce qui est des dépenses en non alimentaire sur le secteur d'Ambarès-et-Lagrave et alentours entre 2015 et 2021, on peut noter :

- Une forte progression de la vente à distance (+11,1 points en 5 ans), une tendance qui reflète la situation du département (+9,1 points).
- Cette augmentation s'est faite au détriment des dépenses auprès des grandes et moyennes surfaces (-6,5 points en 5 ans) et des commerces non sédentaires (-4,1 points).

	NON ALIMENTAIRE*	
	AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET ALENTOURS	GIRONDE
Moins de 300 m²	-4,1	-0,4
Grande distribution	-6,5	-8,3
Commerce non sédentaire	+0,6	-0,1
Vente à distance	+11,1	+9,1

* Équipement de la personne, équipement du foyer, bricolage – jardinage, sport – culture – loisirs, produits santé – beauté (hors services)

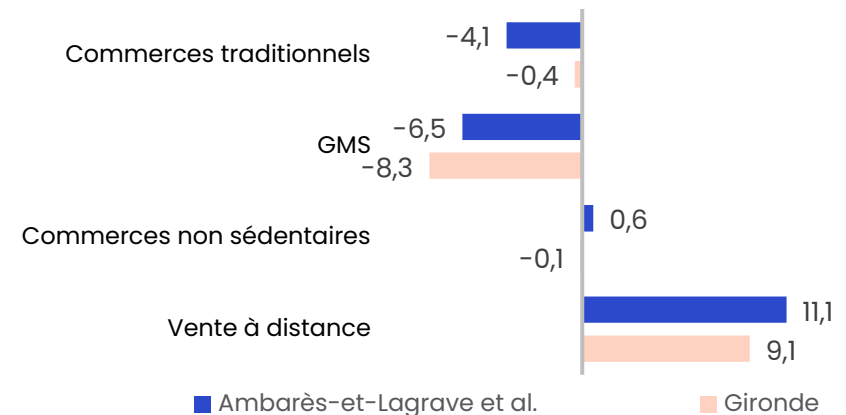
-6,5 PTS

Pour les dépenses non alimentaires auprès des GMS

+11,1 PTS

Pour les dépenses à distance en non alimentaire en 5 ans

ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION ENTRE 2015 ET 2021 (EN POINTS)



Source : Enquête consommation des ménages AID 2021 / 2015

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

EMPRISE COMMERCIALE DU SECTEUR D'ENQUÊTE SUR SES MÉNAGES ET SON ÉVOLUTION

L'offre commerciale du secteur d'habitation d'Ambarès-et-Lagrave et alentours capte en 2021, 21,5% des dépenses commerciales globales de ses ménages sur son secteur de vente. L'emprise commerciale globale est correcte et a également légèrement évolué en 5 ans (+0,7 point).

Dans le détail, l'emprise commerciale alimentaire sur le secteur d'habitation atteint 24,7% des dépenses de consommation des ménages (vs 24,5% en 2015).

Pour le non alimentaire, le taux d'emprise est de 18%, taux qui évolue positivement sur les 5 dernières années (+1 point en 5 ans).

A noter, une évolution faible mais positive de l'emprise commerciale globale sur le secteur d'habitation.



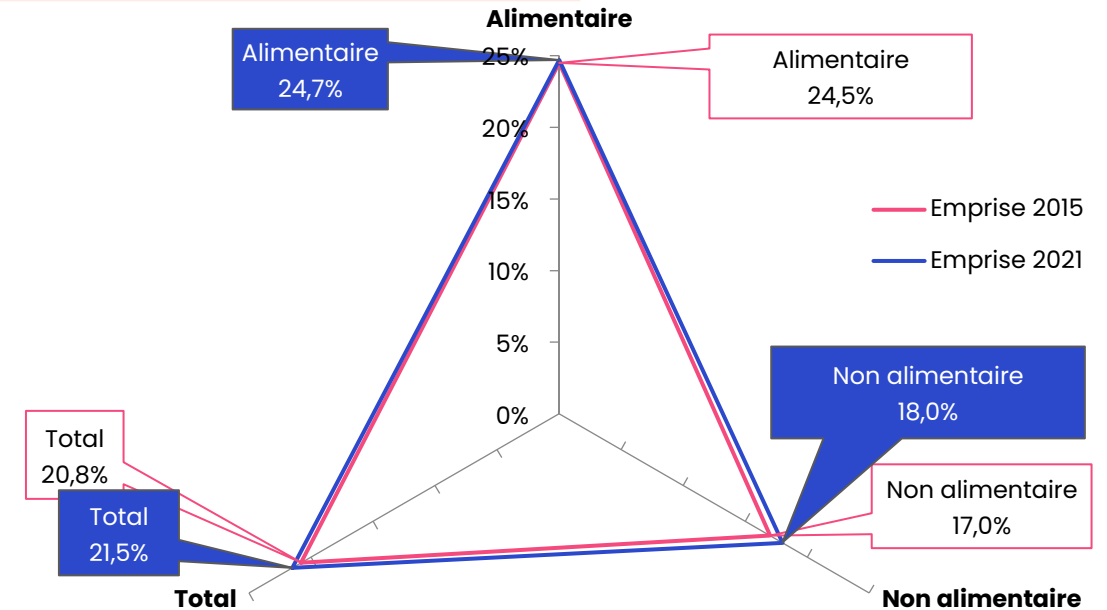
+0,7 PT

D'emprise commerciale globale sur 5 ans

L'emprise commerciale représente la part de la consommation des habitants d'un secteur d'habitation réalisée sur ce même secteur.

L'évasion commerciale, quant à elle, représente la part de la consommation des habitants du secteur réalisée en dehors de celui-ci. Cette évasion peut être déclinée par famille de produit, par produit ou par destination.

EMPRISE COMMERCIALE DU SECTEUR DE VENTE	SUR LES MÉNAGES DU SECTEUR D'AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET ALENTOURS	ÉVOLUTION 2015 / 2021
Offre commerciale globale	21,5 %	+ 0,7 pt
Offre commerciale alimentaire	24,7 %	+ 0,2 pt
Offre commerciale non alimentaire	18 %	+ 1 pt



1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

L'EMPRISE COMMERCIALE DU SECTEUR PAR FAMILLE DE PROUIT

L'emprise commerciale sur les ménages diffère selon les familles de produits.

La famille d'activités pour laquelle l'emprise est la plus forte est la santé - beauté (86,6%). L'alimentaire et les soins de la personne sont généralement les familles de produits les moins touchées par l'évasion commerciale. S'agissant de produits et services du quotidien, les ménages favorisent souvent la proximité.

Parmi les principales villes de destination d'achat, on retrouve : Sainte-Eulalie, Ambarès-et-Lagrange et Internet.

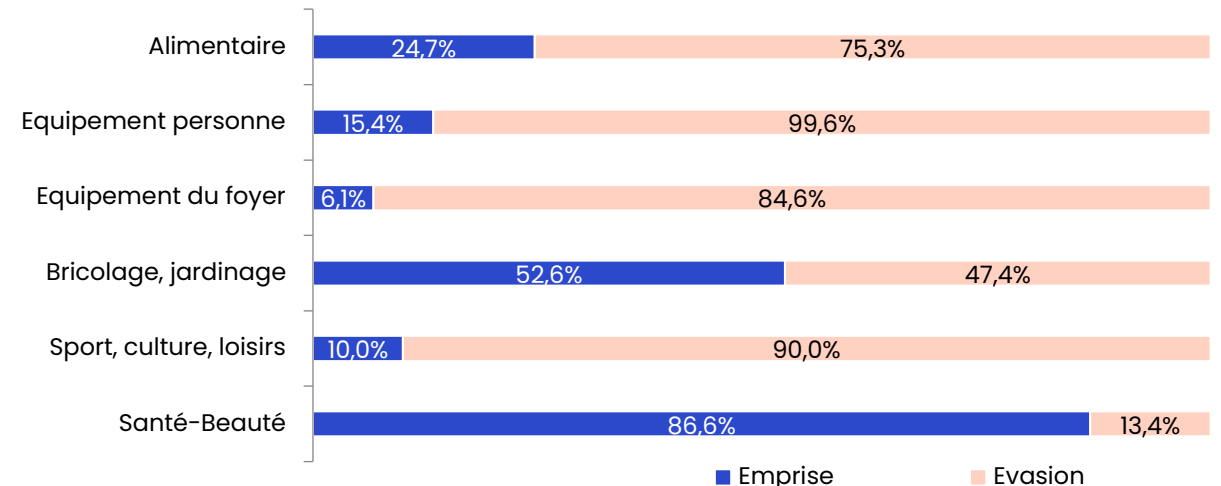
86,6%

D'emprise commerciale en santé - beauté sur le secteur d'habitation d'Ambarès-et-Lagrange et alentours (en 2021)

PRINCIPALES DESTINATIONS D'ACHAT DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION D'AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET AL.

Familles de produits	Principales destinations
Alimentaire	Sainte-Eulalie (55,8%) , Ambarès-et-Lagrange (17,7%), Bordeaux (8,2%)
Équipement de la personne	Sainte-Eulalie (42,3%) , Ambarès-et-Lagrange (15,4%), Internet (15,3%)
Équipement du foyer	Bordeaux (28,8%) , Sainte-Eulalie (27,8%), Internet (22,4%)
Bricolage, jardinage	Ambarès-et-Lagrange (52,3%) , Lormont (24,6%), Internet (9%)
Sport, culture, loisirs	Sainte-Eulalie (48,1%) , Bordeaux (20,8%), Internet (17,8%)
Santé - beauté	Ambarès-et-Lagrange (63,8%) , Saint-Louis-de-Montferrand (13%), Ambès (9,9%)

ÉVASION ET EMPRISE DU SECTEUR D'AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET AL PAR FAMILLE DE PRODUIT EN % (EN 2021)



Source : Enquête consommation des ménages AID 2021 / 2015

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

ALIMENTAIRE – PART DE MARCHÉ DES PRINCIPAUX POINTS DE VENTE

Les graphiques suivants présentent en détail les principaux points de vente en alimentaire fréquentés par les ménages du secteur Ambarès-et-Lagrave et Al.

Principaux points de vente fréquentés en alimentaire par les ménages du secteur :

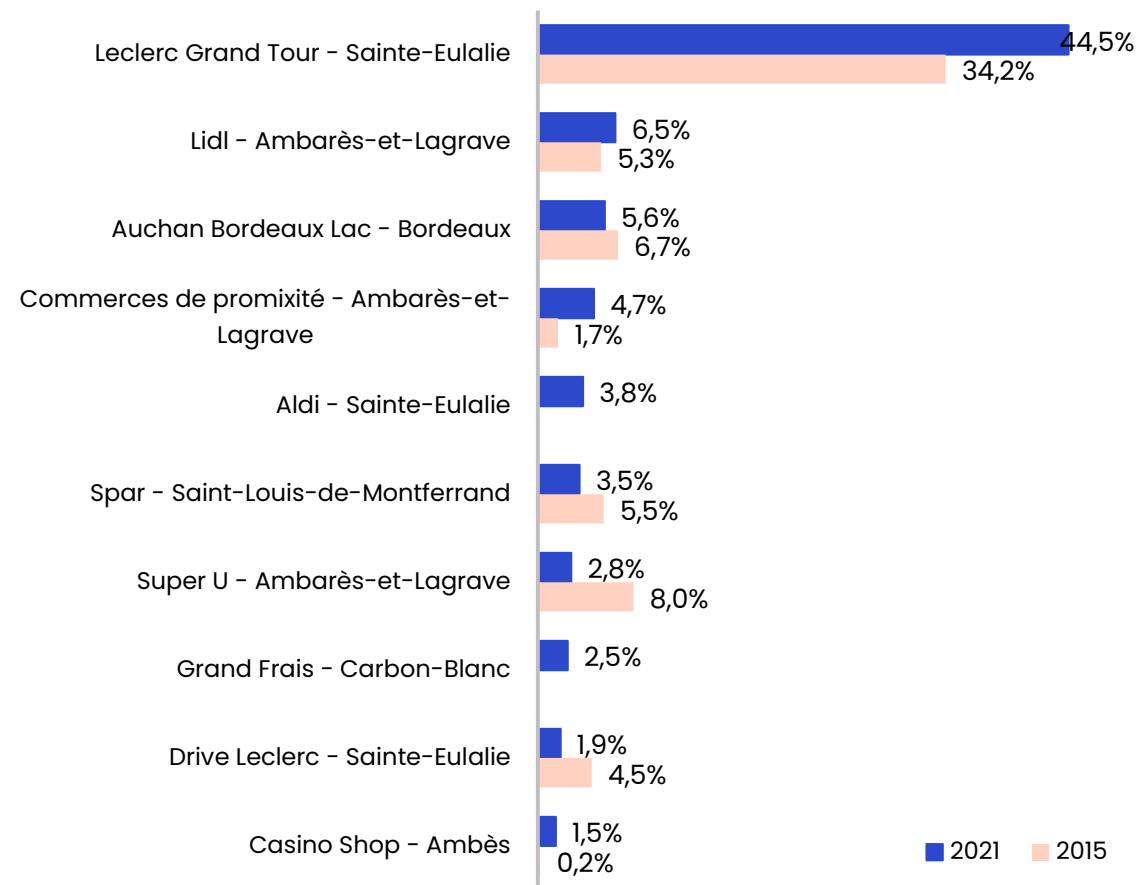
- Avec 44,5% des dépenses en alimentaire en 2021, le Leclerc Grand Tour de Sainte-Eulalie reste en première position des points de vente les plus fréquentés par les habitants du secteur d'habitation qui gagne même des parts de marché (+10,3 pts en 5ans). Il est suivi par le Lidl d'Ambarès-et-Lagrave (6,5% des dépenses) et Auchan Bordeaux Lac (5,6% des dépenses).
- A noter, le Spar de Saint-Louis-de-Montferrand était auparavant un Intermarché contact et le Super U d'Ambarès-et-Lagrave était un U Express.
- Deux nouveaux points de ventes sont apparus : Aldi à Sainte-Eulalie et Grand Frais à Carbon-Blanc



44,5%

Des dépenses en alimentaire auprès du Leclerc Grand Tour de Sainte-Eulalie

PART DE MARCHÉ DES PRINCIPAUX POINTS DE VENTE EN ALIMENTAIRE EN 2021 ET 2015 (EN %) FRÉQUENTÉS PAR LES MÉNAGES DU SECTEUR D'AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET AL.



Source : Enquête consommation des ménages AID 2015, 2021

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

NON ALIMENTAIRE – PART DE MARCHÉ DES PRINCIPAUX POINTS DE VENTE

Les graphiques suivants présentent en détail les principales polarités commerciales en non alimentaire fréquentées par les ménages du secteur Ambarès-et-Lagrave et Al.

Les principales polarités de vente fréquentées en non alimentaire par les ménages du secteur :

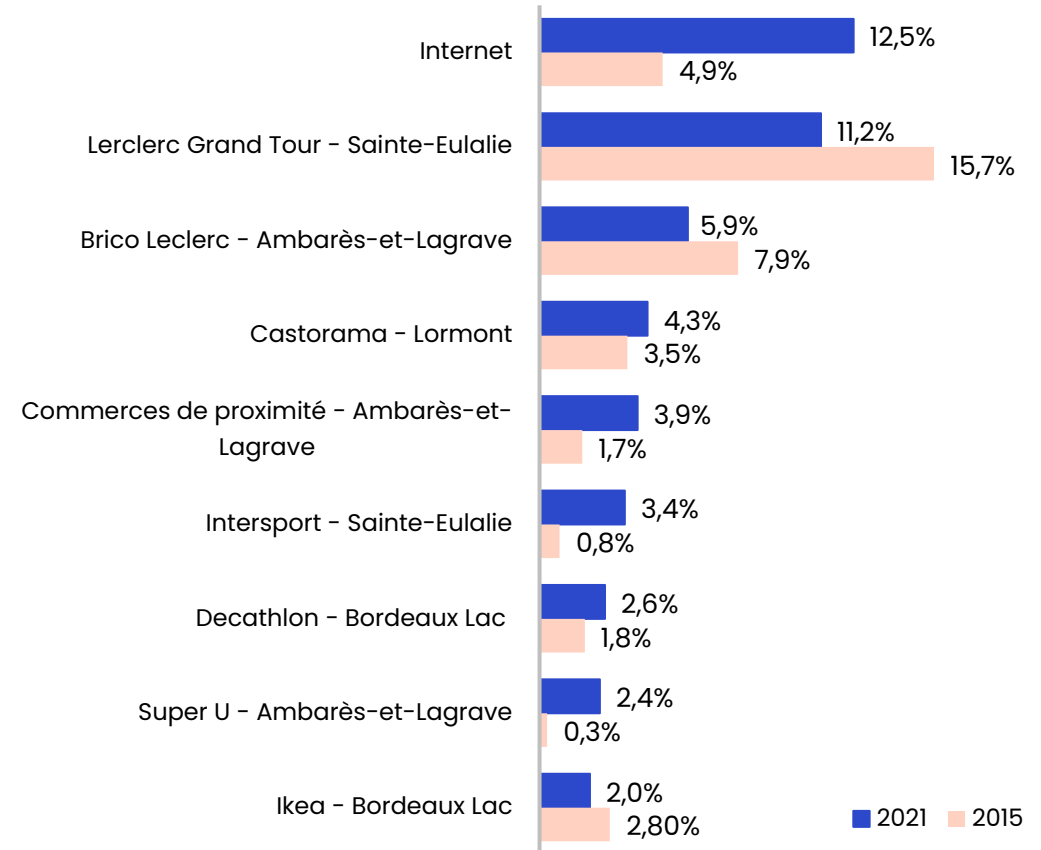
- La vente en ligne (et la livraison à domicile ou au travail) représente la première « polarité » pour le non alimentaire avec 12,5% des dépenses. En 5 ans, ce canal de distribution a progressé de 7,6 points.
- La seconde polarité fréquentée par les ménages du secteur d'Ambarès-et-Lagrave et alentours est le Leclerc Grand Tour de Sainte-Eulalie avec un taux quasi similaire au premier canal avec 11,2% des dépenses. Cette polarité est en baisse de 4,5 points par rapport à 2015.
- Les autres polarités identifiées enregistrent toutes des parts de marché inférieures ou égales à 5%. On note un émiettement des dépenses, les ménages préfèrent s'orienter auprès des grandes enseignes spécialisées pour consommer en non alimentaire.



+7,6 pts

Des dépenses en non alimentaire sur Internet entre 2015 et 2021

PART DE MARCHÉ DES PRINCIPALES POLARITÉS COMMERCIALES EN NON ALIMENTAIRE EN 2021 ET 2015 (EN %) FRÉQUENTÉES PAR LES MÉNAGES DU SECTEUR D'AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET AL.



Source : Enquête consommation des ménages AID 2015, 2021

1.3. CONSOMMATION ET COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MÉNAGES DU SECTEUR D'HABITATION

FOCUS E-COMMERCE

Internet a permis de faire émerger la vente en ligne, qui est devenue en 5 ans un point de vente majeur. Cela concerne majoritairement la catégorie du non-alimentaire (16,8%) pour laquelle internet est le principal point de vente.

La famille d'activité pour laquelle la vente en ligne s'est largement intensifiée est celle de l'équipement du foyer (+14,1 points), suivi par le secteur du sport, loisirs et culture (+9,5 points).

La crise COVID marque un tournant dans la fréquentation des différents points de vente. Le E-commerce prend une place prépondérante, notamment en ce qui concerne le non-alimentaire. Cette tendance est similaire pour la Gironde (17,9% en 2021 contre 8,8% en 2015).

PART DU E-COMMERCE DU SECTEUR D'HABITATION D'AMBARÈS-ET-LAGRAVE ET AL. ET SON EVOLUTION ENTRE 2015 ET 2021

E-COMMERCE	2021	2015	EVOLUTION 2021/2015 (EN POINTS)
Bricolage, jardinage	9%	-	-
Sport, loisirs et culture	17,8%	8,3%	+ 9,5
Equipement du foyer	22,4%	8,3%	+ 14,1
Equipement de la personne	15,3%	7,8%	+ 7,5



17,8%

Des dépenses en sport, loisirs et culture sur Internet en 2021

+14,1 pts

De vente en ligne en 5 ans pour l'équipement du foyer

Source : Enquête consommation des ménages AID 2015, 2021

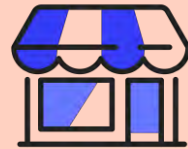
SYNTHÈSE



Une **emprise commerciale globale plutôt correcte sur le secteur d'habitation**, notamment en ce qui concerne l'alimentaire avec 24,7% d'emprise.



Des ménages qui **consomment en très grande majorité auprès des GMS** (72,5%), part supérieure à celle de Bordeaux Métropole (67,7%). Néanmoins, il faut noter une évolution à la baisse des dépenses en grande distribution sur les 5 dernières années (-6,8 points)



Les dépenses auprès des **commerces traditionnels** concernent davantage le **non alimentaire** (19,9% contre 11,1% en alimentaire). A noter, une augmentation du poids des dépenses en alimentaire en commerces traditionnels en 5 ans (+5,2 points).



Sainte-Eulalie et Ambarès-et-Lagrave sont des destinations phares pour les dépenses des ménages en ce qui concerne l'alimentaire ou le non alimentaire.



La **vente en ligne** est devenue un canal de distribution important, notamment pour les dépenses non-alimentaires qui ont augmenté de 11,1 points en 5 ans (16,8% en 2021). Internet est le point de vente principal pour le secteur d'Ambarès-et-Lagrave et al, en ce qui concerne le non alimentaire. Ce phénomène s'est accéléré suite à la crise du Covid.



4 **Fonctionnement** urbain et environnement commercial

1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉ EN CENTRE-BOURG ENTRÉES DE VILLE ET RESEAUX ROUTIERS

Quatre entrées sont identifiées pour accéder au cœur du bourg par les axes routiers : deux entrées sur la D1, une entrée au croisement de la rue Louis Pasteur et de la Rue Montaigne, et une entrée au croisement de l'avenue du Dr Couaillac et de la rue du 19 Mars 1962.

La ville est **entièrement ouverte à la circulation**. Quelques rues sont à **sens unique**, dont la rue Maréchal Leclerc, allant de l'Eglise jusqu'à la Place du Marché. L'avenue du Générale de Gaulle est également mise à sens unique, de l'avenue Pierre Curie vers la rue Maréchal Leclerc, pour créer une piste cyclable à double sens.

L'enjeu est de sécuriser et réguler le trafic au niveau des entrées de ville et d'intégrer des liaisons douces (pistes cyclables, cheminements piétons). Ce travail est déjà en cours.

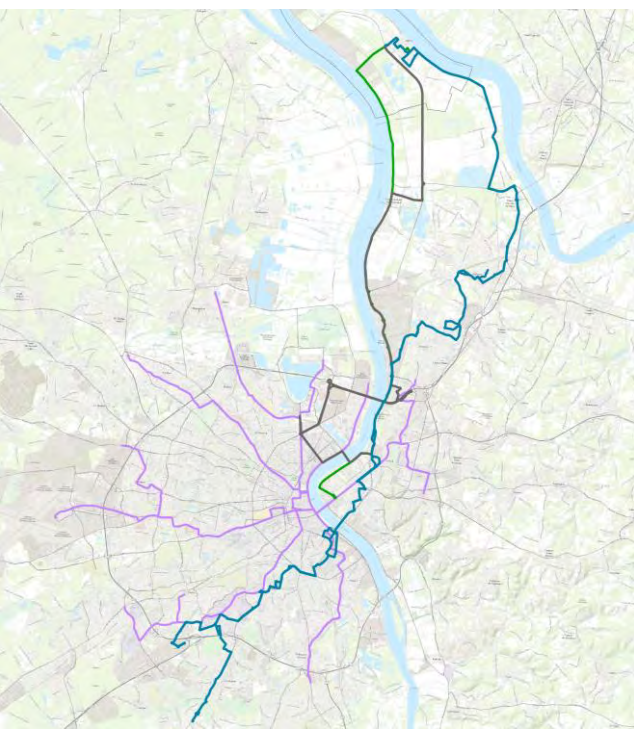


1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉ EN CENTRE-BOURG OFFRE DE TRANSPORTS EN COMMUN

On compte trois lignes de bus circulant dans le centre-bourg d'Ambès.

- Ligne **53**, de **Ambès** Escarraguel à **Bruges** Cracovie
- Ligne **61**, de **Ambès** Escarraguel à **Bordeaux** Jardin Botanique
- Ligne **31**, de **Ambès** Saint-Exupéry à **Pessac** Photonique/**Gradignan** Beausoleil



Lignes de bus

- 31
- 61
- 53



1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

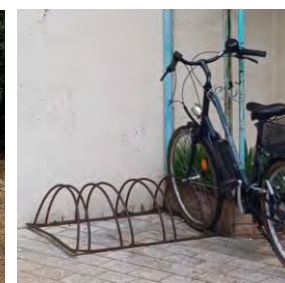
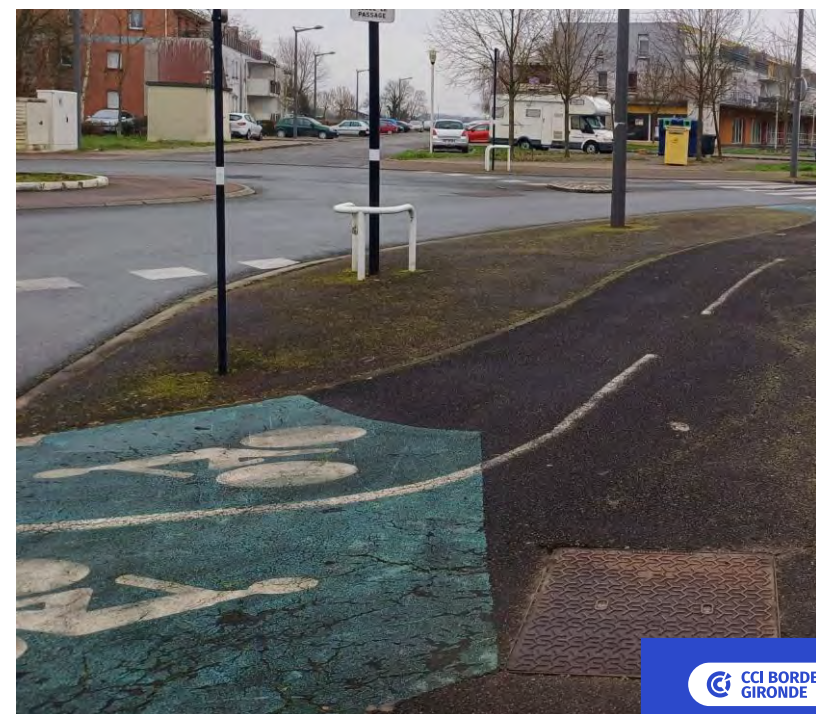
ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉ EN CENTRE-VILLE VOIES CYCLABLES

La qualité des cheminements doux a un impact sur **la sécurité et l'accessibilité au centre-ville** pour les modes actifs.

Le réseau cyclable est relativement dense sur le centre-ville d'Ambès et plusieurs pistes cyclables sont bidirectionnelles et séparées de la chaussée et des cheminements piétons par un marquage lisible, permettant d'améliorer la sécurité et le confort des cyclistes.

Cependant, on identifie plusieurs ruptures qui ne permettent pas une **facilité et une sécurité d'accès** pour les cyclistes sur certains axes.

Par ailleurs, davantage **d'arceaux pour vélos** pourraient être installés autour de la place du marché et à proximité des commerces.



1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉ EN CENTRE-VILLE CHEMINEMENTS PIETONS ET TRAITEMENT DES SOLS

Les trottoirs du centre-ville sont très **hétérogènes** en termes de type de revêtement, de vétusté, d'accessibilité et de sécurité des cheminements piétons.

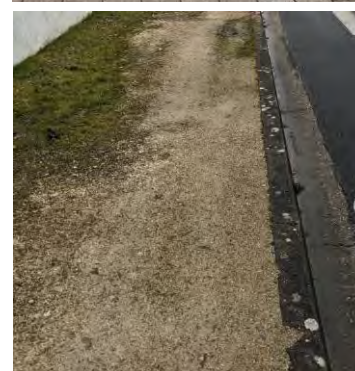
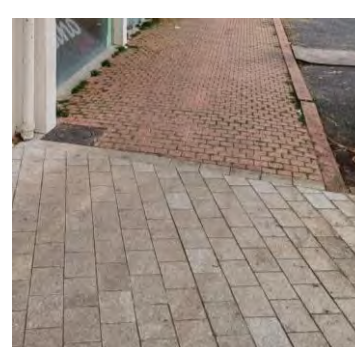
Certains **cheminements piétons sont fortement dégradés et très étroits**, notamment au niveau de la Rue Cézanne, Rue Monet, Rue Louis Pasteur ou Rue Montaigne.

De nombreux trottoirs sont végétalisés mais présentent un **aspect dégradé et peu entretenu**.

A l'inverse, on trouve des **cheminements piétons de qualité**, notamment autour des écoles, Rue du Maréchal Leclerc, Avenue du Général de Gaulle ou Avenue du Dr Gustave Couaillac.

De manière générale, le traitement au sol ne permet pas d'identifier clairement le cœur de ville, ni de lui forger une **identité urbaine conviviale, sécurisée et attractive**.

L'**embellissement** des trottoirs du centre-ville est à poursuivre, en tenant compte de l'**entretien de ces espaces publics** et des **misés aux normes d'accessibilité** (minimum 1m40).



1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

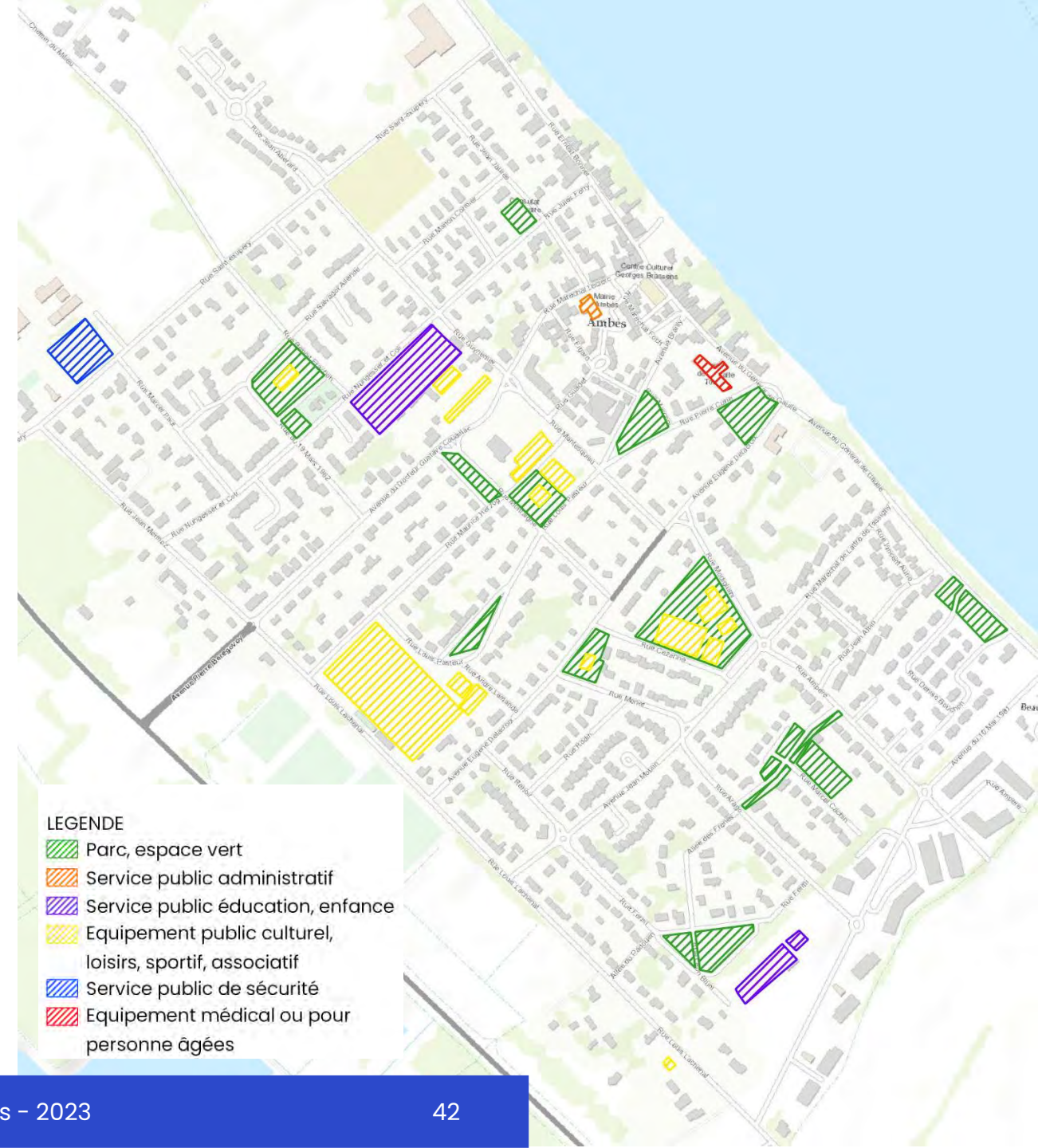
SERVICES ET ESPACES PUBLICS SPATIALISATION DES EQUIPEMENTS NON MARCHANDS

Les services et équipements non-marchands sont globalement bien présents mais implantés de manière diffuse autour du centre-bourg.

On note la présence :

- **d'équipements éducatifs** : l'école élémentaire Jacques Brel et une Crèche Multi-accueil.
- **d'équipements culturels et de loisirs**, avec la présence de nombreux équipements sportifs : salle multisports, piscine, terrains de tennis, basket, football, skate-park... On trouve également dans le cœur de ville, la Médiathèque François Mitterrand, le Centre de Loisirs, la salle de spectacle Espace des 2 Rives. On recense aussi de nombreuses aires de jeux sur les différents espaces verts.

L'ensemble de ces **équipements non marchands** sont **primordiaux pour l'attractivité du centre-bourg**, car générateurs de flux.



1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

SERVICES ET ESPACES PUBLICS ESPACES VERTS

On recense plusieurs **petits espaces verts en cœur de ville ou à proximité, cependant** ces derniers sont peu attractifs, en raison d'un manque de mobilier urbain ou d'espaces de promenade : peu d'arbres, de bancs, tables de pique-nique, chemins piétons...

Ces espaces mériteraient d'être davantage exploités et valorisés.

Le **facteur végétalisation et mobilier urbain est un enjeu sur lequel il est important de travailler pour assurer l'attractivité d'un centre-bourg** et enchanter le ménage consommateur.

A noter toutefois la présence d'un parc à proximité du centre-bourg, le Parc de Cantefrêne, en chantier jusqu'à 2026 pour être réaménagé et valorisé. Ce parc est un atout pour attirer des visiteurs ne résidant pas forcément sur la commune. L'enjeu est de créer des liaisons entre ce parc et le centre-bourg.



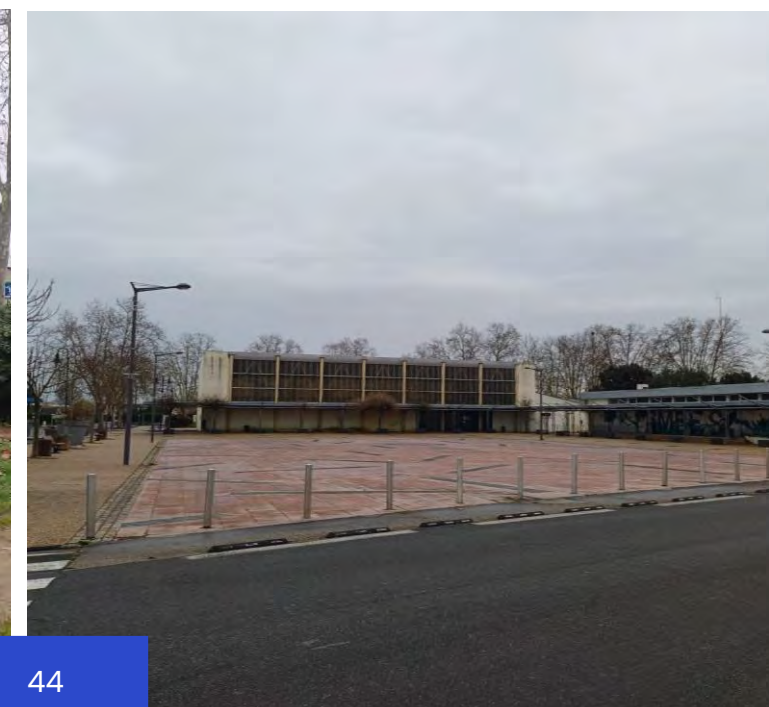
1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

SERVICES ET ESPACES PUBLICS ESPACES DE CONVIVIALITE

Peu de places sont identifiées sur le centre-bourg d'Ambès, la **Place du Marché** étant la plus centrale, la Place de la Fraternité, Place du 11 Novembre, Place de la Révolution française... Cependant, au vu de leur aménagement, elles **ne jouent actuellement pas toutes un rôle d'espace de convivialité**. Les bords de Dordogne présentent également un potentiel et mériteraient d'être valorisés.

On **constate le manque d'offre de restauration et de cafés et le manque d'animations en centre-bourg pour créer une réelle dynamique centrale, ainsi que le manque de lieux de sorties, de promenades et de rencontres sur le centre-bourg**.

Un travail devrait être mené afin **d'embellir ces espaces** (choix des matériaux, espaces fleuris et plantés, entretiens réguliers...) et de les rendre plus **fonctionnels par l'installation de mobilier urbain** (bancs, tables de pique-nique, fontaines à eau, poubelles...).



1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

ANALYSE DU FONCTIONNEMENT COMMERCIAL DEVANTURES ET ENSEIGNES COMMERCIALES

Aucune signalétique commerciale n'est identifiée.

Concernant l'aspect des commerces, on observe un manque d'**homogénéité et d'harmonie dans les devantures et enseignes commerciales du centre-bourg d'Ambès en termes de matériaux, couleurs, dimensions...**

Il n'existe pas de charte des devantures commerciales sur la commune d'Ambès qui permettrait de poser des recommandations pour la création et la rénovation des façades commerciales.

Certaines enseignes présentent un aspect fortement dégradé. C'est particulièrement le cas de la devanture du Casino, où l'on déplore par ailleurs une absence d'enseigne.

On observe une **dichotomie entre les différentes façades commerciales, qui ne valorise pas l'image commerciale du centre-bourg.**



1.4. LE FONCTIONNEMENT URBAIN ET L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

SYNTHESE INDICATEURS DE COMMERCIALITE

INDICATEURS	--	-	+	++
Circulation, accessibilité du centre-ville (bus, train, véhicules, modes doux)			■	
Sécurité routière			■	
Offre en stationnement et signalétique			■	
Signalétique commerciale et lisibilité		■		
Traitement urbain, espaces publics, architecture		■		
Cheminement piéton		■		
Aspect des commerces/ devantures/ enseignes commerciales	■			
Diversité et attractivité de l'offre commerciale		■		
Présence de locomotives commerciales et commerces anomaux	■			
Présence de commerces de convivialité (cafés, restaurants)	■			
Continuité commerciale		■		
Présence d'équipements non marchands				■



5 **Enquête** **résidents et salariés** **d'Ambès**

1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

MÉTHODOLOGIE

Une enquête a été réalisée auprès des ménages et salariés d'Ambès à travers une campagne menée sur les réseaux sociaux et les canaux de communication de la municipalité. **235 questionnaires au total ont été récoltés.**

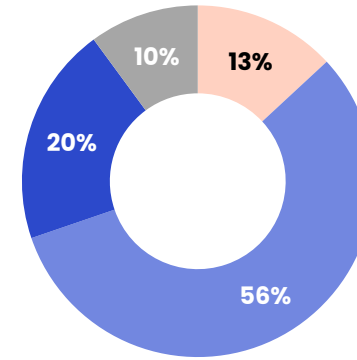
Cette enquête a pour objectifs de comprendre les **modes de consommation** des répondants, connaître **leur opinion** sur les éléments commerciaux d'Ambès et **leurs souhaits quant au développement commercial** de la commune.

PROFIL DES RÉPONDANTS

Parmi les enquêtés, **15% sont des CSP « + »** (cadres, professions intermédiaires, chefs d'entreprises), **49% sont des CSP « - »** (agriculteur, employé, ouvrier) et 16% sont des retraités.

Près de **90% des personnes interrogées sont en âge de travailler** (entre 20 et 65 ans). 56% ont entre 31 et 50 ans. Les moins de 20 ans ne sont pas représentés parmi les personnes interrogées.

ÂGE DES CONSOMMATEURS INTERROGES



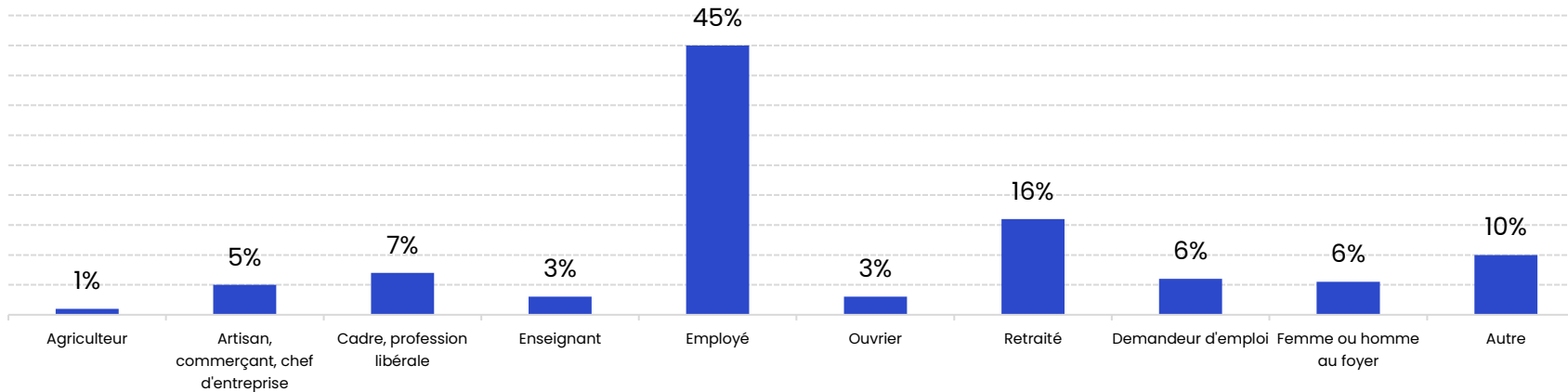
235

Enquêtes récoltées

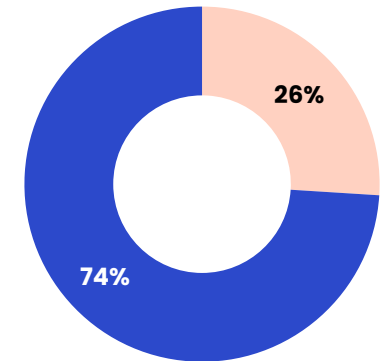
74%

Des répondants sont des femmes

REPARTITION PAR CSP



SEXE DES CONSOMMATEURS INTERROGES



Homme Femme

1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

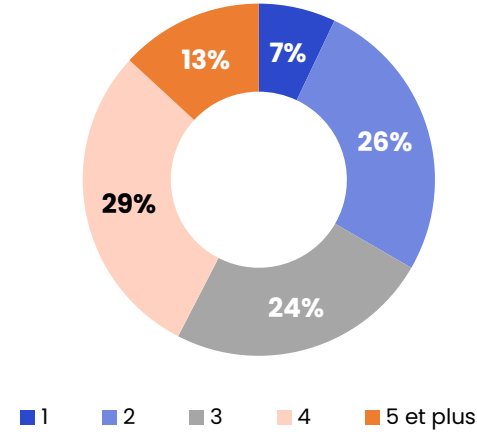
PROFIL DES RÉPONDANTS

Les ménages sont généralement composés **de deux, trois ou quatre personnes**.

Une majeure partie des répondants habite dans la **commune d'Ambès**. D'autres communes ont été citées telles que Bordeaux, Tresses ou Saint-André-de-Cubzac.

36% des répondants exercent à Ambès.

COMPOSITION DU MENAGE



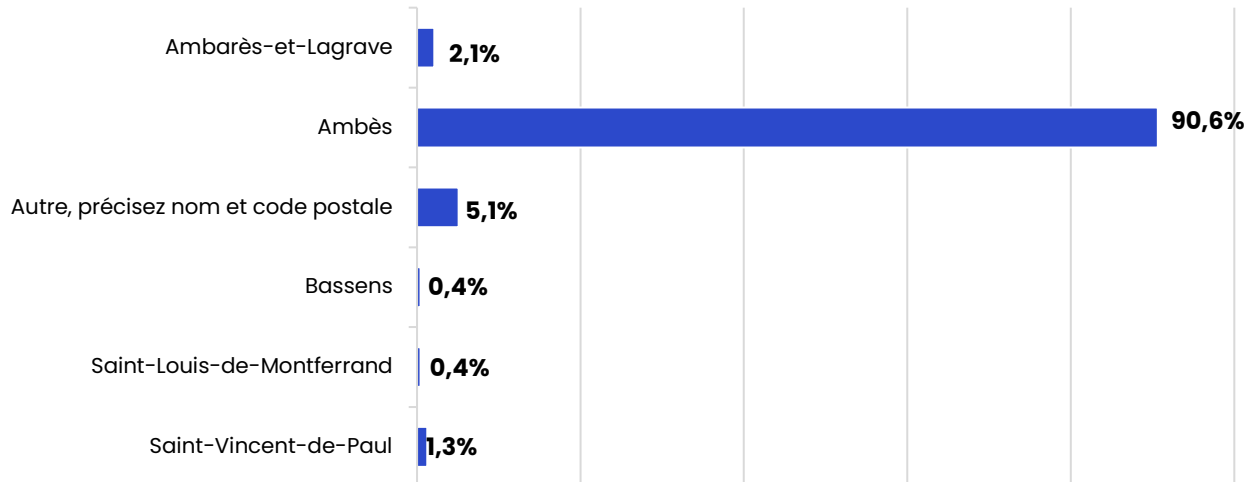
3,2

Taille des ménages
répondants

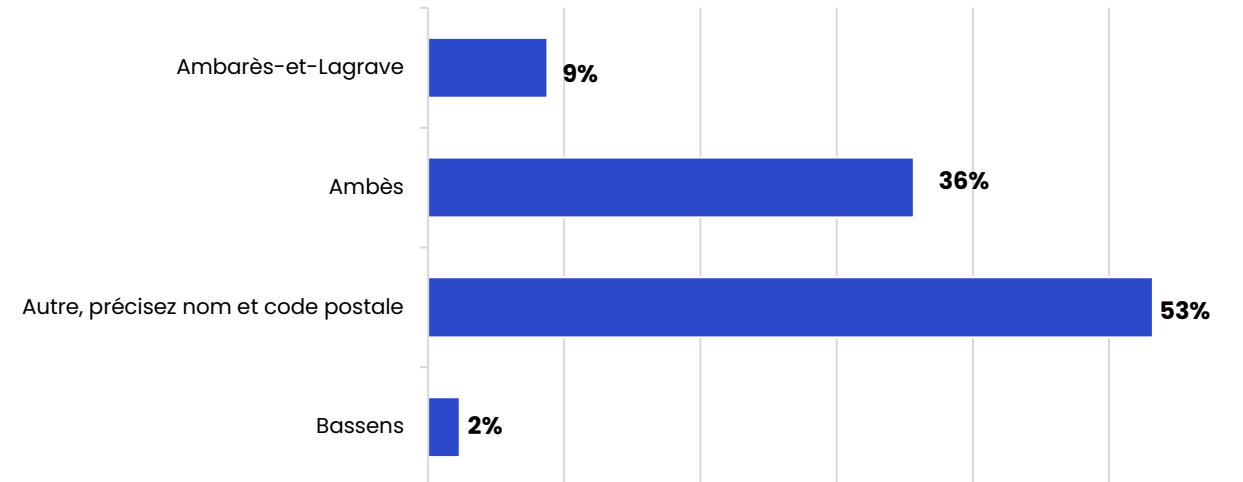
36%

Des répondants exercent à
Ambès

COMMUNE DE RÉSIDENCE



COMMUNE DE TRAVAIL

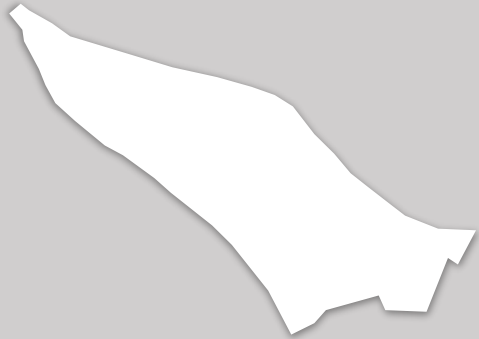


1.5. ENQUÊTE AUPRÈS RÉSIDENTS D'AMBÈS

LIEU DE TRAVAIL DES AMBÉSIENS

Parmi les 213 ambésiens recensés, **70% sont actifs**.

28% des ambésiens travaillent sur leur commune de résidence et 45% exercent sur le reste de la métropole.



Ambès



Bordeaux Métropole



Gironde



Reste de la France et international

28%

Des ambésiens exercent à
Ambès

45%

des ambésiens exercent sur la
Métropole bordelaise (hors Ambès)
dont 22% à Bordeaux

12%

des ambésiens exercent en Gironde
(hors Bordeaux Métropole)

5%

des ambésiens exercent dans le
reste de la France et à
l'international
(hors Gironde)

ATTENTION : 10% des répondants n'ont pas souhaité renseigner leur commune d'exercice

1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

HABITUDES DE CONSOMMATION – ALIMENTAIRE

Une grande partie des ménages interrogés déclarent se rendre régulièrement dans le pôle commercial **Grand Tour de Sainte-Eulalie** pour réaliser leurs achats alimentaires (82%). Il est situé à 20 minutes en voiture du centre-bourg d'Ambès. La deuxième polarité commerciale fréquentée est le **centre-bourg d'Ambès** (51%).

Les ménages choisissent leur polarité d'achat majoritairement en fonction de la **proximité au lieu de résidence** (45%) et à la **qualité de l'offre** (44%).

Les ménages qui consomment principalement dans le centre-bourg d'Ambès, expliquent ce choix par la **proximité à leur lieu de résidence** (76%), les **achats complémentaires** (35%) et la **proximité au lieu de travail** (19%). **Seulement 14% expliquent privilégier le centre-bourg d'Ambès pour la qualité de l'offre et 0% pour se promener et flâner.**

51%

Part des répondants qui fréquentent régulièrement le centre-bourg d'Ambès pour les achats alimentaires

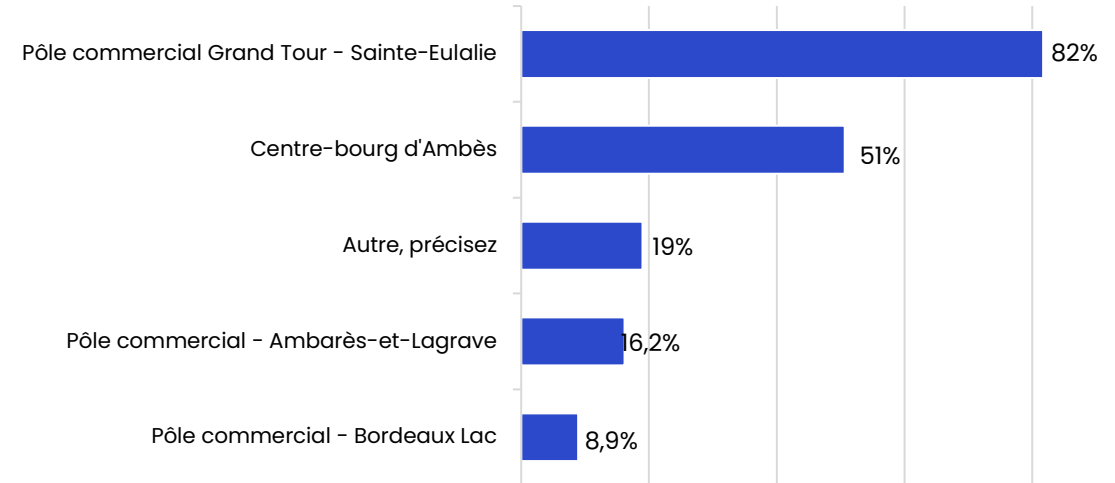
16%

Part des répondants qui fréquentent en 1^{ère} polarité le centre-bourg d'Ambès pour les achats alimentaires

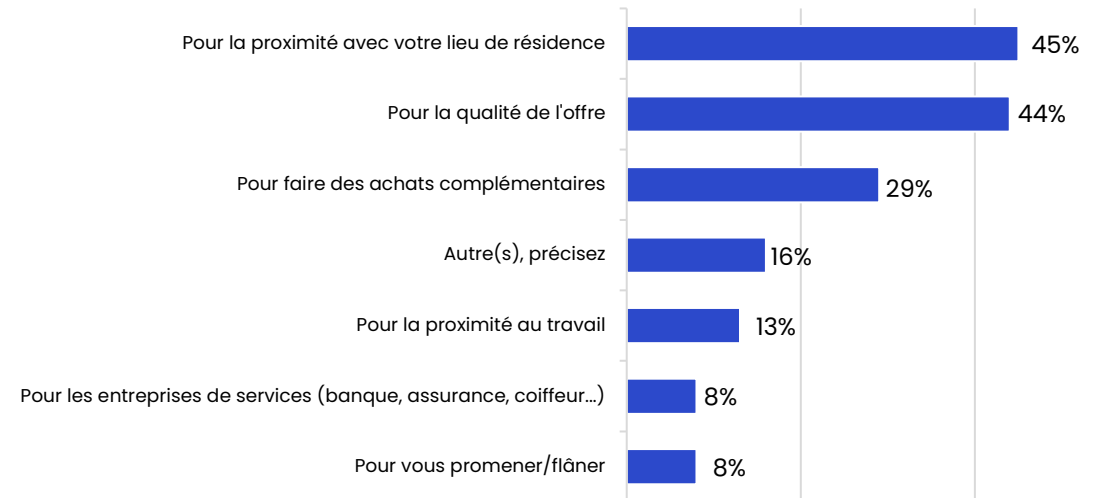
Les ménages qui consomment principalement sur une autre polarité commerciale souhaitent privilégier la **qualité de l'offre** (49%), la **proximité à leur lieu de résidence** (39%), les **achats complémentaires** (28%), et la **proximité au lieu de travail** (12%).

D'autres raisons sont citées : les prix, la facilité du drive ou la diversité des produits permettant des achats groupés.

POLARITÉS COMMERCIALES FRÉQUENTÉES – ALIMENTAIRE (3 RÉPONSES POSSIBLES)



POUR QUELLES RAISONS FRÉQUENTEZ-VOUS CETTE POLARITÉ ?



1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

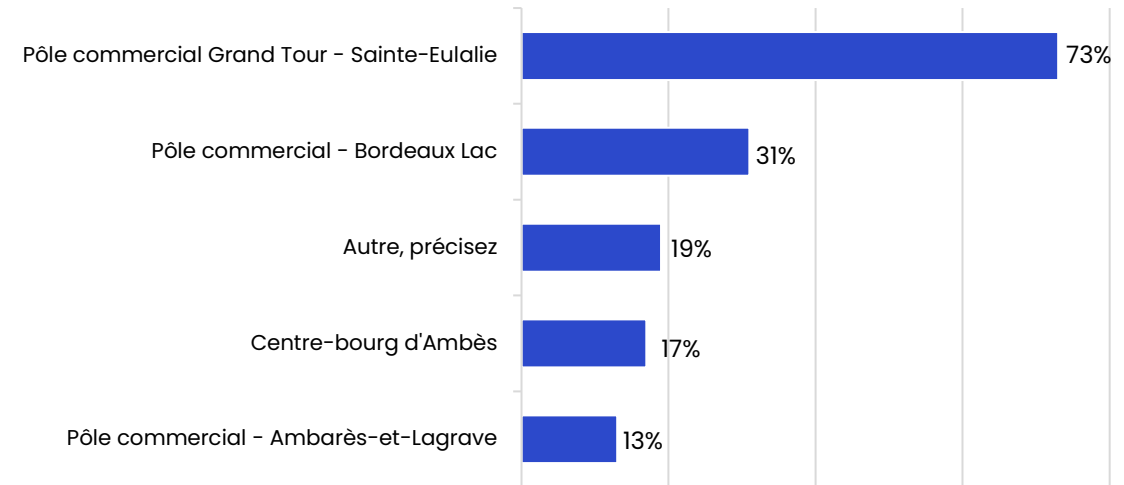
HABITUDES DE CONSOMMATION – NON ALIMENTAIRE

Une grande partie des ménages interrogés déclarent se rendre régulièrement dans le pôle commercial **Grand Tour de Sainte-Eulalie** pour réaliser leurs achats non alimentaires (73%). La deuxième polarité commerciale fréquentée est le **Pôle commercial Bordeaux Lac** (31%). Le **centre-bourg d'Ambès** représente 17%.

Comme pour les dépenses alimentaires, les ménages choisissent leur polarité d'achat non alimentaire majoritairement en fonction de la **proximité au lieu de résidence** (37%) et pour la **qualité de l'offre** (37%).

Les ménages qui consomment principalement dans le centre-bourg d'Ambès expliquent ce choix par la **proximité à leur lieu de résidence** (90%), la **proximité au lieu de travail** (20%) et les **achats complémentaires** (17%).

POLARITÉS COMMERCIALES FRÉQUENTÉES – NON ALIMENTAIRE (3 RÉPONSES POSSIBLES)



17%

Part des répondants qui fréquentent régulièrement le centre-bourg d'Ambès pour les achats non alimentaires

13%

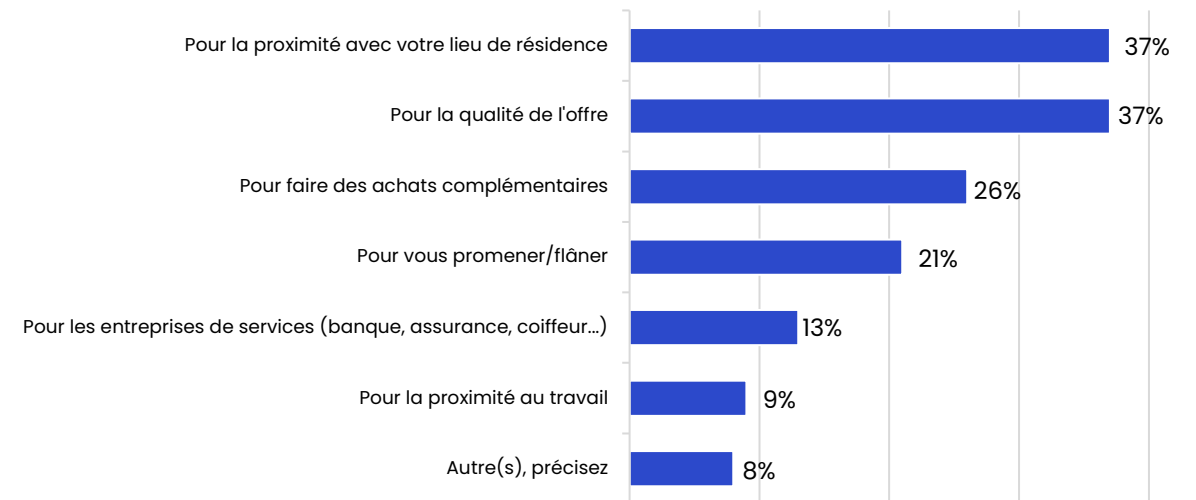
Part des répondants qui fréquentent en 1^{ère} polarité le centre-bourg d'Ambès pour les achats non alimentaires

Seulement 7% expliquent privilégier le centre-bourg d'Ambès pour la qualité de l'offre et 0% pour se promener et flâner.

Les ménages qui consomment principalement sur une autre polarité commerciale souhaitent privilégier la **qualité de l'offre** (41%), la **proximité à leur lieu de résidence** (30%), les **achats complémentaires** (27%), et la **proximité au lieu de travail** (7%).

D'autres raisons sont citées : facilité, diversité des produits ou un manque d'offre autre qu'alimentaire sur le centre-bourg d'Ambès.

POUR QUELLES RAISONS FRÉQUENTEZ-VOUS CETTE POLARITÉ ?



1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

OFFRE COMMERCIALE NON SÉDENTAIRE

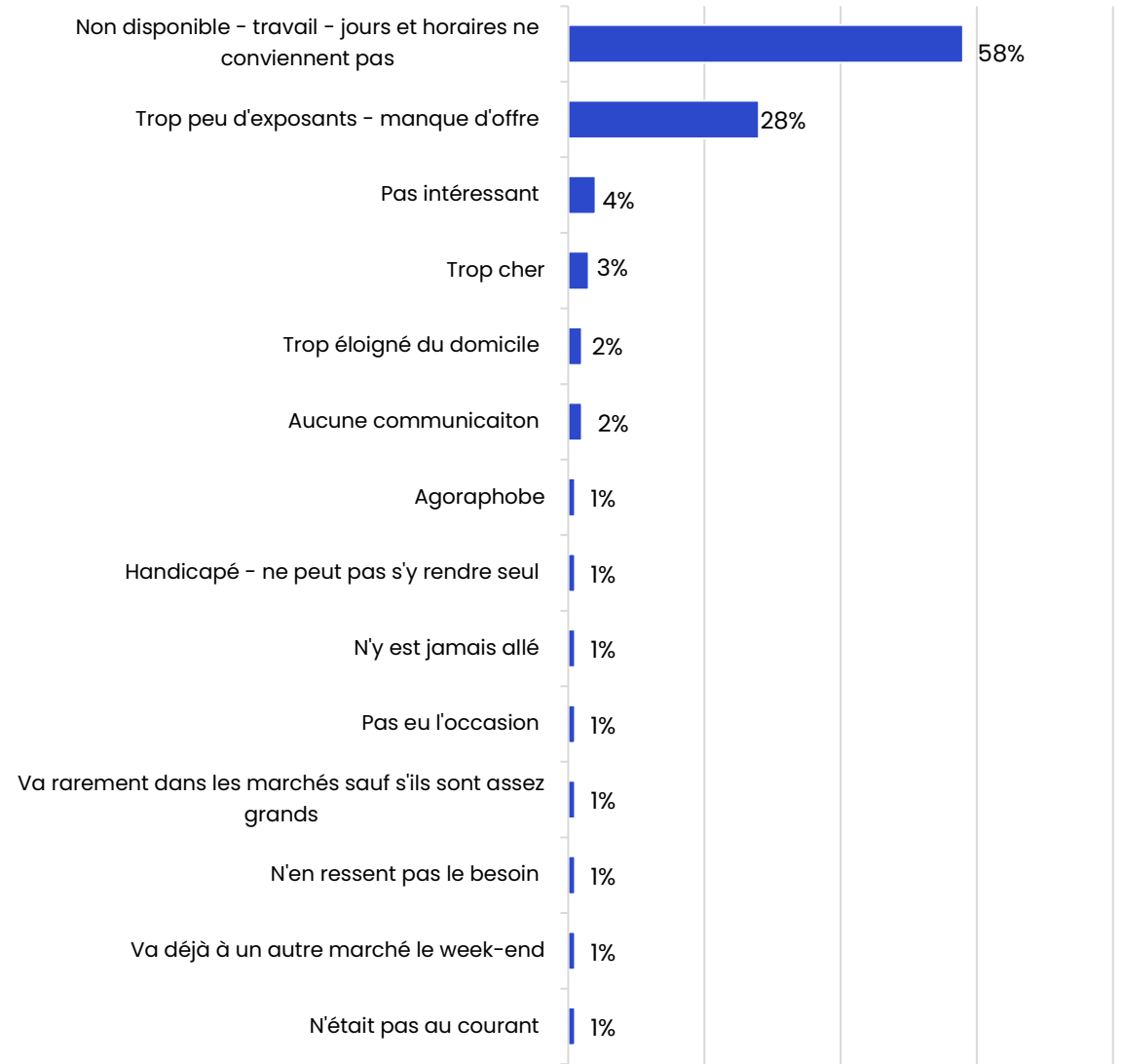
Seulement 18% des répondants disent fréquenter le marché d'Ambès.

Cette faible part s'explique majoritairement par les **jours et horaires** inadaptés par rapport aux disponibilités des répondants (58%).

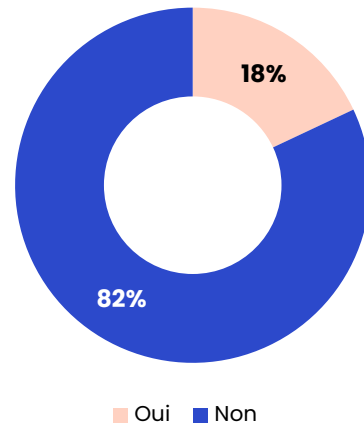
Le **marché touche en effet davantage les retraités et inactifs qui sont 30% à le fréquenter**, contre 14% pour les actifs.

La deuxième raison évoquée est le **faible nombre d'exposants** et le **manque d'offre** proposée (28%).

POURQUOI NE FRÉQUENTEZ-VOUS PAS LE MARCHÉ ?



FRÉQUENTEZ-VOUS LE MARCHÉ D'AMBÈS ?



18%
Part des répondants qui fréquentent le marché d'Ambès

1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

OFFRE COMMERCIALE SÉDENTAIRE

Les résidents d'Ambès sont globalement peu satisfaits ou pas satisfaits par l'offre commerciale d'Ambès (66%). 27% se déclarent satisfaits et seulement 2% satisfaits.

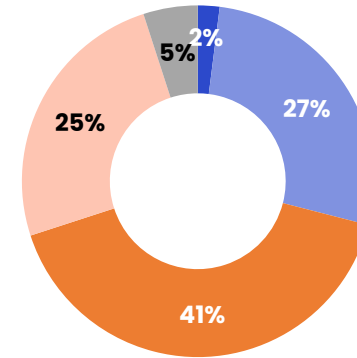
La première raison évoquée est l'absence et le manque de commerces ou services, selon 75% des résidents.

La deuxième raison évoquée sont les prix trop élevés, selon 24% des résidents.

Ces raisons permettent également d'expliquer que les résidents sont nombreux à privilégier le pôle commercial Grand-Tour de Sainte-Eulalie, situé à 20 minutes en voiture du centre-bourg d'Ambès.

Une réflexion devra donc être menée pour diversifier et enrichir l'offre commerciale sur le centre-bourg d'Ambès, tout en tenant compte du pouvoir d'achat de la population.

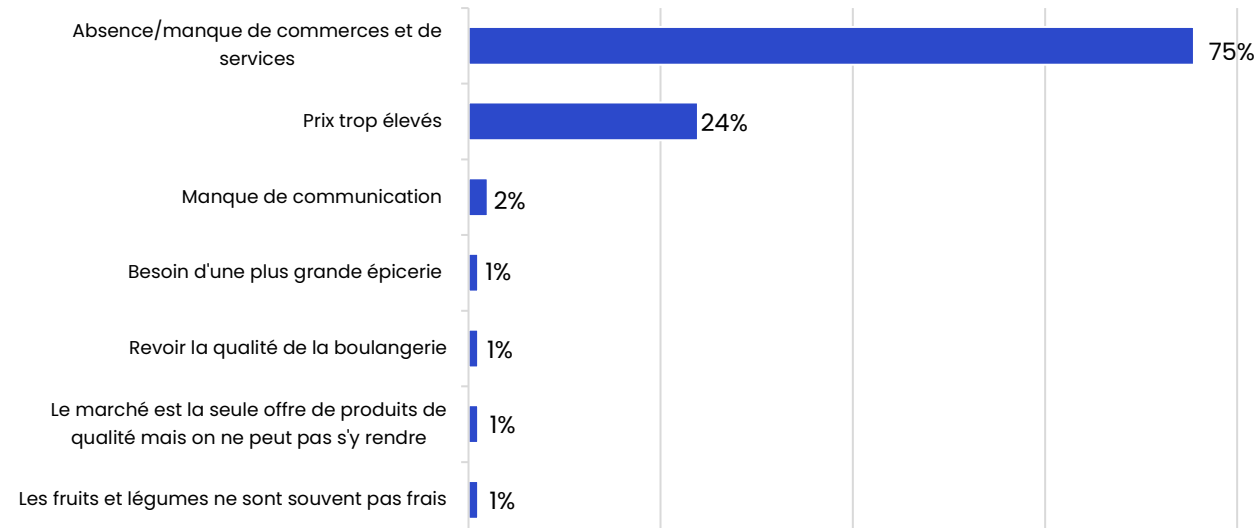
ÊTES VOUS SATISFAIT DE L'OFFRE COMMERCIALE D'AMBÈS ?



66%

des répondants ne sont peu ou pas satisfaits de l'offre commerciale d'Ambès

POURQUOI L'OFFRE EST-ELLE PEU OU PAS SATISFAISANTE ?



75%

des répondants ne sont pas satisfaits en raison du manque de commerces et de services

1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

OFFRE COMMERCIALE SÉDENTAIRE

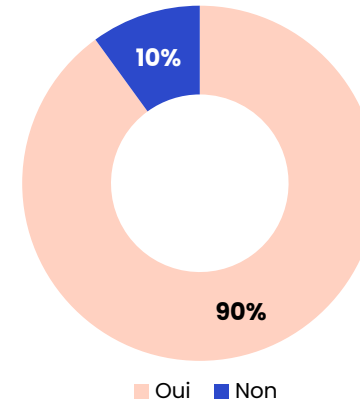
Pour 90% des ménages, un développement de l'offre commerciale aurait un impact sur leur manière de consommer.

La principale raison évoquée serait la **proximité** des commerces au lieu de résidence. Un développement de l'offre commerciale permettrait de gagner du temps et d'éviter de prendre la voiture ou le bus pour aller faire ses courses. Les commerces seraient **accessibles plus facilement**, à pied.

Selon certains répondants, le développement de l'offre commerciale permettrait également de **dynamiser l'économie locale** et de rendre la ville plus attractive et plus vivante.

Certains répondants alertent sur le fait qu'il faudrait cependant que **l'offre et le choix soient suffisants** et les **prix pratiqués abordables** pour qu'ils privilégient la consommation en centre-bourg. Ce sont également les raisons évoquées par les répondants qui ne pensent pas changer leur manière de consommer si l'offre commerciale venait à se développer sur le centre-bourg d'Ambès

EST-CE QU'UN DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE COMMERCIALE DE PROXIMITÉ SUR LA COMMUNE AURAIT UN IMPACT SUR LA MANIÈRE DE CONSOMMER ?



90%

des répondants pourraient changer leur manière de consommer si l'offre commerciale se développait à Ambès



1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

COMMERCES MANQUANTS

Les principaux commerces manquants sur la commune, selon les ménages répondants, sont des commerces alimentaires :

- Une **boucherie, charcuterie, traiteur** pour 66% d'entre eux,
- Un **primeur** pour 44%,
- Un **restaurant, brasserie** pour 44%
- Une **poissonnerie** pour 44%
- Un **café** pour 39%

En termes de services, selon 23% des ménages, il manque des **activités médicales** sur la commune et pour 18% une **laverie, pressing**.

Plusieurs ménages estiment également qu'il manque une **station essence**. Dans une moindre mesure, des répondants suggèrent un bureau de poste ou une banque comme services à proposer à Ambès.

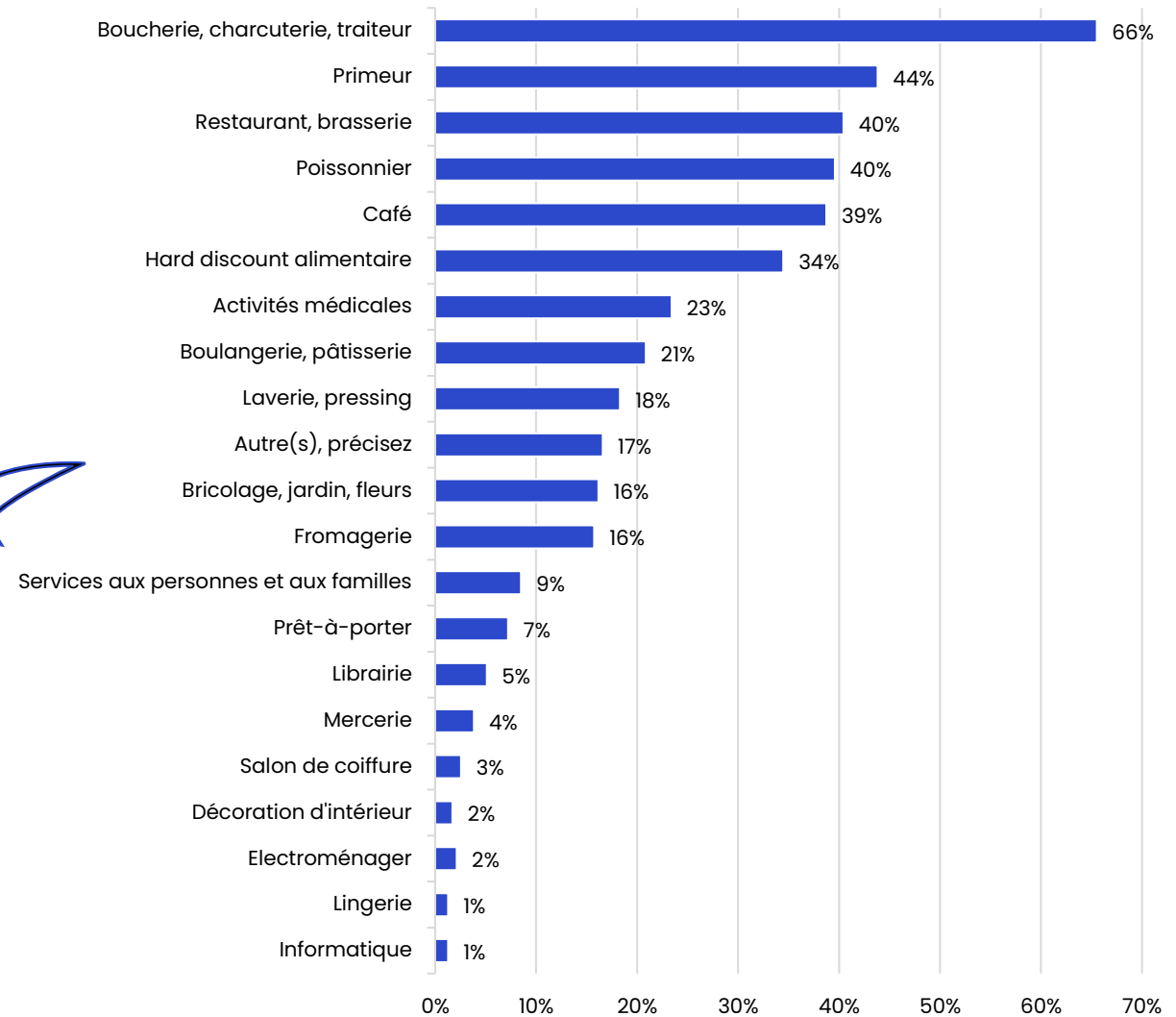
66%

des répondants estiment qu'il manque un commerce de **boucherie, charcuterie, traiteur** sur la commune d'Ambès

AUTRE(S) PROPOSITIONS

- Station-service
- Banque
- Poste
- Point relais
- ...

A VOTRE AVIS, QUELS COMMERCE(S) OU SERVICE(S) MANQUENT-ILS SUR LA COMMUNE D'AMBÈS ?



1.5. ENQUÊTE AUPRÈS DES RÉSIDENTS D'AMBÈS

OPINION SUR LES ÉLÉMENTS COMMERCIAUX D'AMBÈS

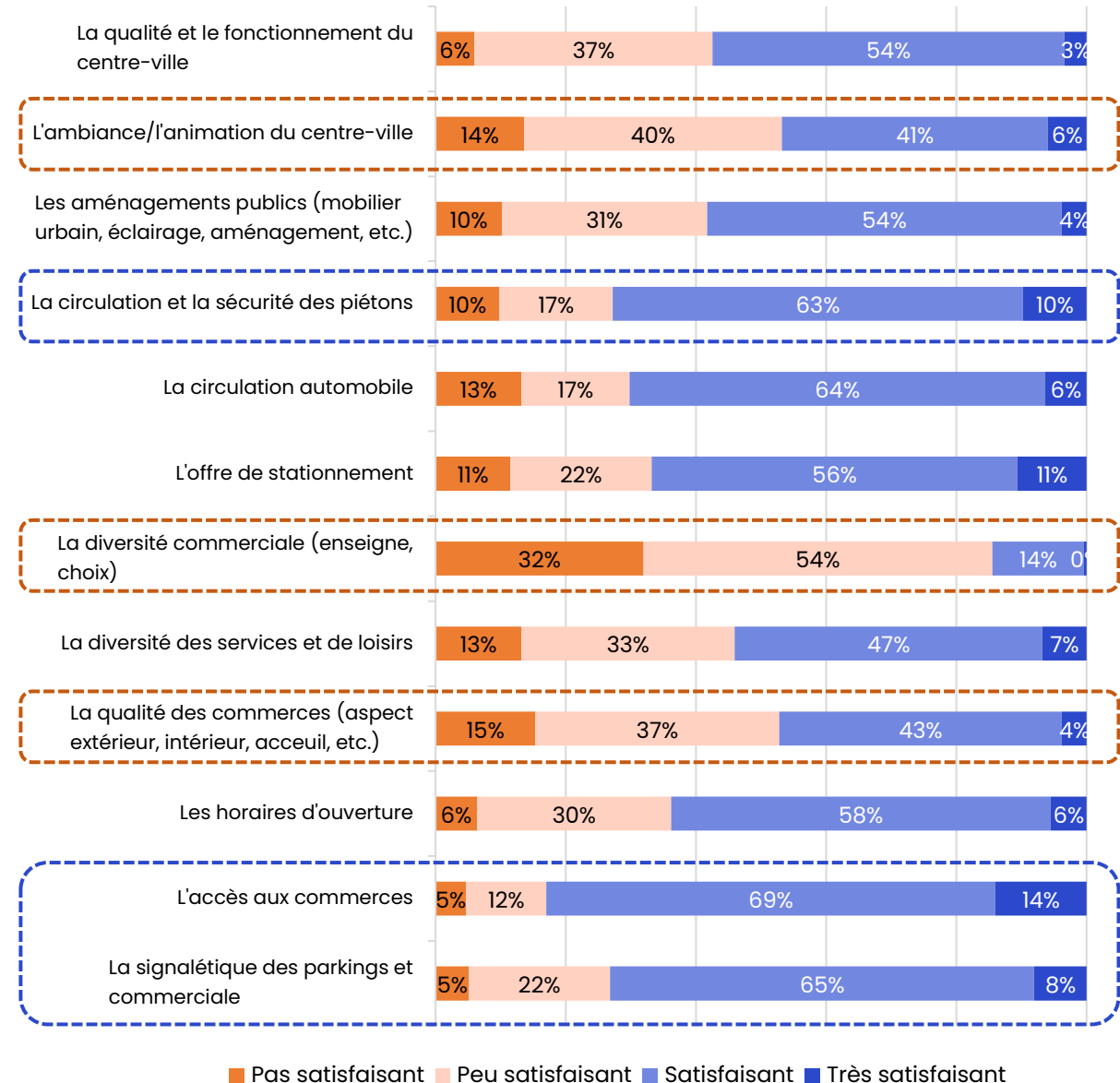
Parmi les **points forts** à mettre en avant, **l'accès aux commerces** est jugé satisfaisant, voire très satisfaisant par 83% des résidents. La **signalétique des parkings et des commerces** ainsi que **la circulation et la sécurité des piétons** sont jugés satisfaisants par 73% des résidents.

A contrario, les 3 items les moins bien notés sur le centre-bourg d'Ambès sont :

- **86% des résidents** sont peu, voire pas satisfaits de la **diversité des commerces présents**,
- 52% déplorent un manque de **qualité des commerces** et,
- 54% des ménages regrettent un **manque d'animation dans le centre-ville**.



QUE PENSEZ-VOUS DU CENTRE-BOURG D'AMBÈS ?



2 Identification des potentiels de développement commercial d'Ambès





2 Identification des potentiels de développement commercial

2.1. IDENTIFICATION DES POTENTIELS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

MÉTHODOLOGIE

DÉFINITION DE LA ZONE DE CHALANDISE

DU SECTEUR CONCERNÉ EN FONCTION DES ACTIVITÉS. ESTIMATION DU NOMBRE DE MÉNAGES PRÉSENTS ET À VENIR SUR LA ZONE



CALCUL DU MARCHÉ THÉORIQUE

CONSOMMATION THÉORIQUE DES MÉNAGES DE LA ZONE DE CHALANDISE PONDÉRÉE PAR LES INDICES DE DISPARITÉ DE LA CONSOMMATION*



CALCUL DU MARCHÉ POTENTIEL CAPTABLE PAR ACTIVITÉ

COMBIEN DE CHIFFRE D'AFFAIRES SUR LE MARCHÉ THÉORIQUE LE CENTRE-BOURG EN QUESTION EST-IL CAPABLE DE CAPTER ? CALCUL RÉALISÉ À PARTIR DE RATIOS DE TAUX D'EMPRISE ET COMPLÉTÉ PAR DES RATIOS DE CA GÉNÉRÉ PAR LES FLUX ET LES SALARIÉS NON RESIDENTS



POTENTIEL D'ACTIVITÉS DÉPLOYABLES

DÉFINITION DES ACTIVITÉS POUVANT ÊTRE DÉPLOYÉES AU VU DU CHIFFRE D'AFFAIRES CAPTABLE ET DES RATIOS DE CA MOYEN OBSERVÉ DANS DES COMMUNES DE TAILLE SIMILAIRE

* IDC : les **indices de disparité de la consommation** (IDC) établis par CCI FRANCE permettent de corriger les moyennes nationales de consommation en tenant compte des disparités locales. Un indice inférieur à 100 signifie que cette consommation est plus faible que la moyenne nationale.

2.1. IDENTIFICATION DES POTENTIELS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

DÉFINITION DES ZONES DE CHALADISES

« Une zone de chalandise se définit comme l'ensemble des secteurs géographiques dans lesquels les habitants et les salariés sont susceptibles de se déplacer pour utiliser les services proposés. »

CRITÈRES POUR DÉFINIR LA ZONE DE CHALANDISE :

- Les comportements d'achats analysés dans l'enquête,
- L'offre commerciale présente et la concurrence,
- Les axes de communication,
- Les barrières naturelles.

ZONE DE CHALANDISE : Ambès – 3 123 habitants soit 1 304 ménages

Les différentes caractéristiques et la morphologie de la commune d'Ambès font d'elle une **commune de destination**. C'est pourquoi la zone de chalandise comprend uniquement la commune elle-même.

Il sera opportun, pour le développement commercial de la commune, de capitaliser les flux salariés et d'essayer de les renforcer entre la zone industrialo-portuaire et le centre-bourg en proposant une offre d'autant plus qualitative.



2.1. IDENTIFICATION DES POTENTIELS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

HYPOTHÈSE D'ÉVOLUTION DE LA POPULATION À 2027 SUR LA ZONE DE CHALANDISE

Les projections de population à 2027 sur la zone de chalandise primaire sont basées sur plusieurs éléments :

- Le stock de la population,
- Le taux de croissance annuel moyen estimé.

Sur la zone de chalandise, on estime que **la population pourrait atteindre les 3 183 habitants en 2027, soit 1 349 ménages estimés**, en tenant compte de l'évolution enregistrée sur les 11 dernières années (+7%) et au vu de la vacance, des locaux disponibles et des programmes à venir sur le centre-bourg.

Ces hypothèses de population restent des estimations. Elles sont basées sur les données statistiques.

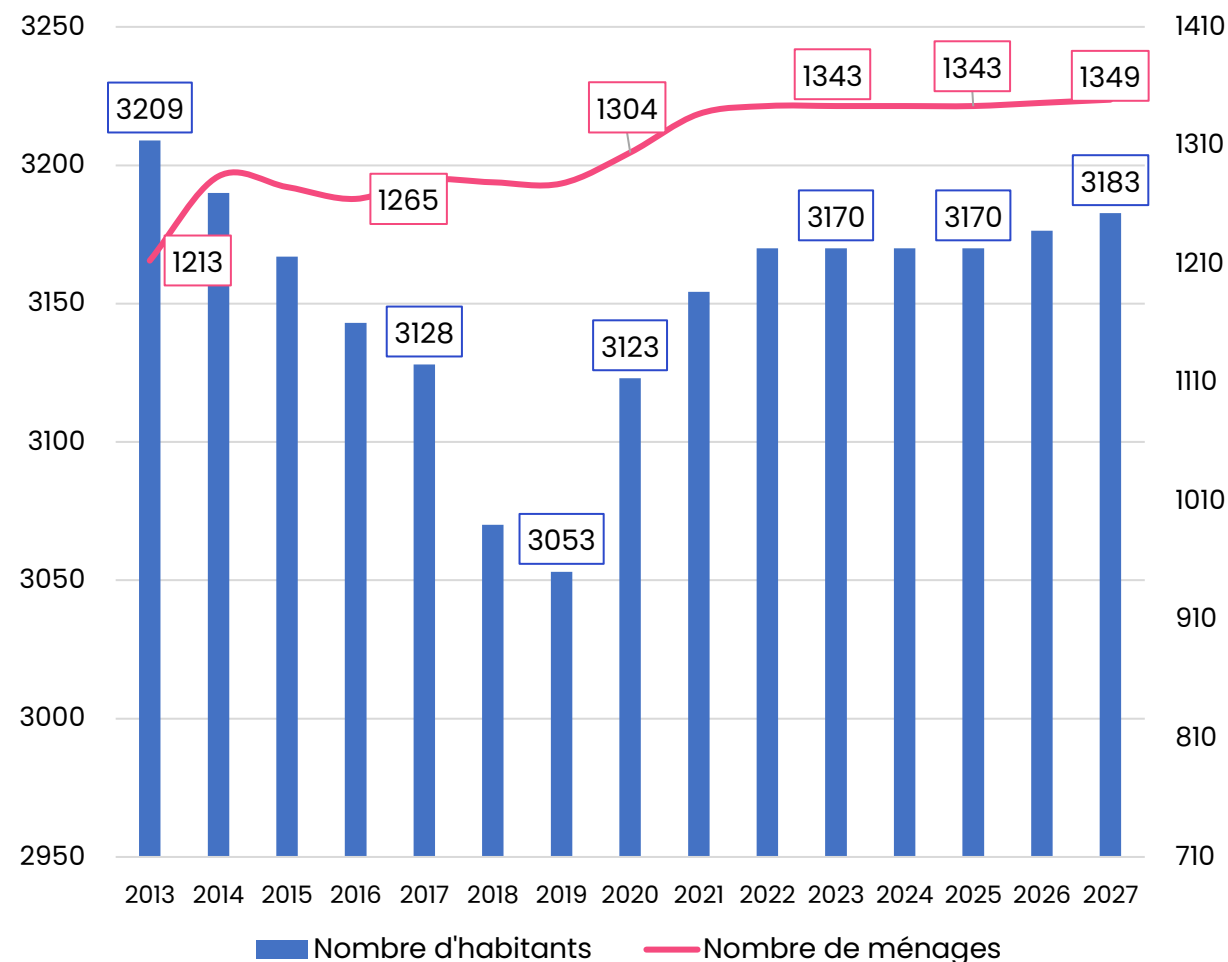
3 183

Habitants estimés sur la ZC
en 2027

1 349

ménages estimés sur la ZC en
2027

HYPOTHÈSE D'ÉVOLUTION DE LA POPULATION ET DU NOMBRE DE MÉNAGES DE LA ZONE DE CHALANDISE



2.2. PROGRAMMATION COMMERCIALE

MARCHÉ THÉORIQUE DE LA ZONE DE CHALANDISE



Poste	Dep. annuelle/ménage	IDC	Dépenses pondérées	Marché théorique actuel	Marché théorique 2027
Alimentaire					
Boulangerie / Pâtisserie	544,4 €	98,4	535,7 €	1 672 989 €	1 705 131 €
Viandes	610,8 €	101,5	620,0 €	1 936 141 €	1 973 339 €
Charcuterie et plats préparés	576,4 €	93,5	538,9 €	1 682 945 €	1 715 278 €
Poissonnerie	155,3 €	99,3	154,2 €	481 576 €	490 828 €
Fruits et légumes	779,8 €	93,8	731,4 €	2 284 179 €	2 328 064 €
Fromage, beurre et œufs	484,1 €	90,0	435,7 €	1 360 660 €	1 386 801 €
Alimentation générale	5 080,8 €	93,9	4 770,9 €	14 899 431 €	15 185 683 €
Surgelés	286,2 €	96,5	276,2 €	862 520 €	879 090 €
Chocolat, confiserie	271,1 €	103,1	279,5 €	872 859 €	889 629 €
Caviste	728,3 €	90,6	659,8 €	2 060 708 €	2 100 299 €
Culture - Loisirs					
Salle de sport	115,04 €	106,4	122,4 €	382 263 €	389 607 €
Articles de sport / cycles	308,94 €	108,4	334,9 €	1 045 864 €	1 065 958 €
Jeux, jouets, logiciels	225,1 €	115,2	259,3 €	809 841 €	825 400 €
Librairie	137,9 €	67,9	93,6 €	292 419 €	298 037 €
Presse et papeterie	297,3 €	86,4	256,8 €	802 061 €	817 471 €
Santé - Beauté					
Coiffure	246,1 €	106,3	261,6 €	816 857 €	832 551 €
Esthétique	52,1 €	126,0	65,7 €	205 170 €	209 112 €
Optique médical	221,0 €	85,0	187,9 €	586 656 €	597 927 €
Prothèse auditive	43,2 €	85,0	36,7 €	114 677 €	116 880 €
Pharmacie, parapharmacie, matériel médical	1 455,1 €	85,0	1 236,9 €	3 862 715 €	3 936 927 €

2.2. PROGRAMMATION COMMERCIALE

MARCHÉ THÉORIQUE DE LA ZONE DE CHALANDISE

54,9 M€

en 2027

Poste	Dep. annuelle/ménage	IDC	Dépenses pondérées	Marché théorique actuel	Marché théorique 2027
Equipement de la personne/de la maison					
Fleurs et plantes d'intérieur et d'extérieur	122,3 €	100,9	123,4 €	385 380 €	392 784 €
Décoration d'intérieur	416,9 €	109,1	454,8 €	1 420 459 €	1 447 749 €
Mercerie / tissus	15,0 €	100,0	15,0 €	46 845 €	47 745 €
Bricolage léger / quincaillerie	460,5 €	93,5	430,6 €	1 344 662 €	1 370 496 €
Prêt à porter féminin (habillement/chaussures)	500,5 €	90,8	454,4 €	1 419 146 €	1 446 411 €
Prêt à porter enfant (habillement et chaussures)	192,4 €	90,3	173,8 €	542 666 €	553 092 €
Prêt à porter masculin (habillement /chaussures)	417,2 €	96,6	403,1 €	1 258 737 €	1 282 920 €
Cordonnerie	9,0 €	100,0	9,0 €	28 232 €	28 774 €
Bijouterie, accessoires, horlogerie	559,1 €	100,0	559,1 €	1 745 976 €	1 779 520 €
CHR					
Restauration traditionnelle	1 089,1 €	92,4	1 006,3 €	3 142 706 €	3 203 084 €
Restauration rapide	423,9 €	96,5	409,0 €	1 277 415 €	1 301 957 €
Café / Bar	226,9 €	90,0	204,2 €	637 867 €	650 122 €
Tabac	732,5 €	109,9	805,0 €	2 514 104 €	2 562 406 €
Services divers					
Toiletteur	107,9 €	89,9	97,0 €	302 994 €	308 815 €
Pressing / blanchisserie	46,6 €	100,0	46,6 €	145 469 €	148 264 €
Services à la personne à domicile	229,2 €	94,8	217,3 €	678 570 €	691 607 €
			TOTAL	53 923 761 €	54 959 761 €

2.2. PROGRAMMATION COMMERCIALE

MARCHÉ POTENTIEL CAPTABLE ZONE DE CHALANDISE

Le marché potentiel captable ou le chiffre d'affaires captable par les activités en centre-bourg d'Ambès est calculé à partir du marché théorique de la zone de chalandise auquel est appliqué un taux d'emprise différent selon les activités.



Postes	Marché théorique actuel	Marché théorique 2027	Taux d'emprise du centre-bourg	CA captable actuel	CA captable 2027
Alimentaire					
Boulangerie / Pâtisserie	1 672 989 €	1 705 131 €	25%	418 247 €	426 283 €
Viandes	1 936 141 €	1 973 339 €	15%	290 421 €	296 001 €
Charcuterie et plats préparés	1 682 945 €	1 715 278 €	10%	168 294 €	171 528 €
Poissonnerie	481 576 €	490 828 €	13%	62 605 €	63 808 €
Fruits et légumes	2 284 179 €	2 328 064 €	10%	228 418 €	232 806 €
Fromage, beurre et œufs	1 360 660 €	1 386 801 €	10%	136 066 €	138 680 €
Alimentation générale	14 899 431 €	15 185 683 €	6%	893 966 €	911 141 €
Surgelés	862 520 €	879 090 €	8%	69 002 €	70 327 €
Chocolat, confiserie	872 859 €	889 629 €	8%	69 829 €	71 170 €
Caviste	2 060 708 €	2 100 299 €	8%	164 857 €	168 024 €
Culture - Loisirs					
Salle de sport	382 263 €	389 607 €	15%	57 339 €	58 441 €
Articles de sport / cycles	1 045 864 €	1 065 958 €	15%	156 880 €	159 894 €
Jeux, jouets, logiciels	809 841 €	825 400 €	13%	105 279 €	107 302 €
Librairie	292 419 €	298 037 €	12%	35 090 €	35 764 €
Presse et papeterie	802 061 €	817 471 €	15%	120 309 €	122 621 €
Santé - Beauté					
Coiffure	816 857 €	832 551 €	23%	187 877 €	191 487 €
Esthétique	205 170 €	209 112 €	25%	51 292 €	52 278 €
Optique médical	586 656 €	597 927 €	20%	117 331 €	119 585 €
Prothèse auditive	114 677 €	116 880 €	15%	17 201 €	17 532 €
Pharmacie, parapharmacie, matériel médical	3 862 715 €	3 936 927 €	25%	965 679 €	984 232 €

2.2. PROGRAMMATION COMMERCIALE

MARCHÉ POTENTIEL CAPTABLE ZONE DE LA ZONE DE CHALANDISE

Postes	Marché théorique actuel	Marché théorique 2027	Taux d'emprise du centre-bourg	CA captable actuel	CA captable 2027
Equipement de la personne/de la maison					
Fleurs et plantes d'intérieur et d'extérieur	385 380 €	392 784 €	25%	96 345 €	98 196 €
Décoration d'intérieur	1 420 459 €	1 447 749 €	8%	113 637 €	115 820 €
Mercurie / tissus	46 845 €	47 745 €	7%	3 279 €	3 342 €
Bricolage / quincaillerie	1 344 662 €	1 370 496 €	10%	134 466 €	137 050 €
Prêt à porter féminin (habillement/chaussures)	1 419 146 €	1 446 411 €	7%	99 340 €	101 249 €
Prêt à porter enfant (habillement et chaussures)	542 666 €	553 092 €	7%	37 987 €	38 716 €
Prêt à porter masculin (habillement /chaussures)	1 258 737 €	1 282 920 €	7%	88 112 €	89 804 €
Cordonnerie	28 232 €	28 774 €	10%	2 823 €	2 877 €
Bijouterie, accessoires, horlogerie	1 745 976 €	1 779 520 €	7%	122 218 €	124 566 €
CHR					
Restauration traditionnelle	3 142 706 €	3 203 084 €	8%	251 416 €	256 247 €
Restauration rapide	1 277 415 €	1 301 957 €	15%	191 612 €	195 294 €
Café / Bar	637 867 €	650 122 €	15%	95 680 €	97 518 €
Tabac	2 514 104 €	2 562 406 €	18%	452 539 €	461 233 €
Services divers					
Toiletteur	302 994 €	308 815 €	10%	30 299 €	30 881 €
Pressing / blanchisserie	145 469 €	148 264 €	11%	16 002 €	16 309 €
Services à la personne à domicile	678 570 €	691 607 €	10%	67 857 €	69 161 €
	53 923 761 €	54 959 761 €		6 035 947 €	6 151 911 €

2.2. PROGRAMMATION COMMERCIALE

MARCHÉ POTENTIEL CAPTABLE TOTAL

Le chiffre d'affaires captable total correspond à la somme des CA captables obtenus en zones primaire et secondaire. A cette somme est ajouté un % supplémentaire généré par les flux liés à la circulation (trajet domicile/travail) et aux équipements publics tels que l'école ou la mairie. Ce pourcentage est estimé et diffère en fonction des activités commerciales.

Postes	CA CAPTABLE ACTUEL (centre-bourg)	CA CAPTABLE MEN. 2027 (centre-bourg)	CA POTENTIEL SUPPLEMENTAIRE LIÉ AUX FLUX ÉQUIPEMENTS/MARCHÉ, AUX SALARIÉS NON RÉSIDENTS	CA CAPTABLE ACTUEL (centre-bourg) avec flux	CA CAPTABLE TOTAL 2027 (centre-bourg) avec flux
Alimentaire					
Boulangerie / Pâtisserie	334 598 €	341 026 €	3%	344 636 €	351 257 €
Viandes	290 421 €	296 001 €	2%	296 230 €	301 921 €
Charcuterie et plats préparés	168 294 €	171 528 €	1%	169 977 €	173 243 €
Poissonnerie	62 605 €	63 808 €	1%	63 231 €	64 446 €
Fruits et légumes	228 418 €	232 806 €	1%	230 702 €	235 134 €
Fromage, beurre et œufs	136 066 €	138 680 €	1%	137 427 €	140 067 €
Alimentation générale	893 966 €	911 141 €	1%	902 906 €	920 252 €
Surgelés	69 002 €	70 327 €	0%	69 002 €	70 327 €
Chocolat, confiserie	69 829 €	71 170 €	0%	69 829 €	71 170 €
Caviste	164 857 €	168 024 €	0%	164 857 €	168 024 €
Culture - Loisirs					
Salle de sport	57 339 €	58 441 €	0%	57 339 €	58 441 €
Articles de sport / cycles	156 880 €	159 894 €	0%	156 880 €	159 894 €
Jeux, jouets, logiciels	105 279 €	107 302 €	0%	105 279 €	107 302 €
Librairie	35 090 €	35 764 €	0%	35 090 €	35 764 €
Presse et papeterie	120 309 €	122 621 €	2%	122 715 €	125 073 €
Santé - Beauté					
Coiffure	187 877 €	191 487 €	0%	187 877 €	191 487 €
Esthétique	51 292 €	52 278 €	0%	51 292 €	52 278 €
Optique médical	117 331 €	119 585 €	0%	117 331 €	119 585 €
Prothèse auditive	17 201 €	17 532 €	0%	17 201 €	17 532 €
Pharmacie, parapharmacie, matériel médical	965 679 €	984 232 €	1%	975 336 €	994 074 €

2.2. PROGRAMMATION COMMERCIALE

MARCHÉ POTENTIEL CAPTABLE TOTAL

Postes	CA CAPTABLE ACTUEL (centre-bourg)	CA CAPTABLE MEN. 2027 (centre-bourg)	CA POTENTIEL SUPPLEMENTAIRE LIÉ AUX FLUX ÉQUIPEMENTS/MARCHÉ, AUX SALARIÉS NON RÉSIDENTS	CA CAPTABLE ACTUEL (centre-bourg) avec flux	CA CAPTABLE TOTAL 2027 (centre-bourg) avec flux
Équipement de la personne/de la maison					
Fleurs et plantes d'intérieur et d'extérieur	96 345 €	98 196 €	2%	98 272 €	100 160 €
Décoration d'intérieur	113 637 €	115 820 €	0%	113 637 €	115 820 €
Mercerie / tissus	3 279 €	3 342 €	0%	3 279 €	3 342 €
Bricolage / quincaillerie	134 466 €	137 050 €	1%	135 811 €	138 420 €
Prêt à porter féminin (habillement/chaussures)	99 340 €	101 249 €	0%	99 340 €	101 249 €
Prêt à porter enfant (habillement et chaussures)	37 987 €	38 716 €	0%	37 987 €	38 716 €
Prêt à porter masculin (habillement /chaussures)	88 112 €	89 804 €	0%	88 112 €	89 804 €
Cordonnerie	2 823 €	2 877 €	0%	2 823 €	2 877 €
Bijouterie, accessoires, horlogerie	122 218 €	124 566 €	0%	122 218 €	124 566 €
CHR					
Restauration traditionnelle	251 416 €	256 247 €	3%	258 959 €	263 934 €
Restauration rapide	191 612 €	195 294 €	4%	199 277 €	203 105 €
Café / Bar	95 680 €	97 518 €	4%	99 507 €	101 419 €
Tabac	452 539 €	461 233 €	4%	470 640 €	479 682 €
Services divers					
Toiletteur	30 299 €	30 881 €	0%	30 299 €	30 881 €
Pressing / blanchisserie	16 002 €	16 309 €	0%	16 002 €	16 309 €
Services à la personne à domicile	67 857 €	69 161 €	0%	67 857 €	69 161 €
	6 035 947 €	6 151 911 €		6 119 157 €	6 236 720 €

2.3. POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DE NOUVELLES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET SERVICES

ACTIVITÉS THÉORIQUEMENT DÉPLOYABLES EN 2027

Pour définir les activités potentiellement déployables en 2027, le CA captable total de cette même année est confronté au CA d'ores-et-déjà capté par les activités présentes en centre-bourg. On observe ensuite si le CA restant est suffisant pour l'implantation d'une activité viable.

Postes	CA CAPTABLE (centre-bourg)	CA CAPTE PAR LES ACTIVITÉS PRÉSENTES	POTENTIEL DE CA DISPONIBLE	CA MOYEN FCGA	COMMERCES PRÉSENTS EN CENTRE-BOURG	COMMERCES DÉPLOYABLES	POTENTIEL COMMERCE REEL	COMMERCES IMPLANTÉS CENTRE-BOURG AMBES	COMMERCES SUR LE MARCHÉ AMBES
Alimentaire							2		
Boulangerie / Pâtisserie	351 257 €	260 000 €	91 257 €	248 200 €	1 commerce	0,4	0	1 boulangerie	
Viandes	475 164 €	0 €	475 164 €	356 725 €	0	1,3	1		
Charcuterie et plats préparés									
Poissonnerie	64 446 €	0 €	64 446 €	225 300 €	0	0,3	0		
Fruits et légumes	235 134 €	42 000 €	193 134 €	230 050 €	2 étals	0,8	1	2 CNS - primeur	1 CNS primeur : 21 000€/étal/an
Fromage, beurre et œufs	140 067 €	15 000 €	125 067 €	190 000 €	1 étal	0,7	0	1 CNS - fromager	1 CNS fromager : 15 000€/étal/an
Alimentation générale	920 252 €	500 000 €	420 252 €	740 560 €	1 commerce	0,6	0	Casino Shop	
Surgelés	70 327 €	0 €	70 327 €	650 000 €	0	0,1	0		
Chocolat, confiserie	71 170 €	0 €	71 170 €	219 500 €	0	0,3	0		
Caviste	168 024 €	0 €	168 024 €	250 000 €	plusieurs châteaux	0,7	0		
Culture - Loisirs							0		
Salle de sport	58 441 €	0 €	58 441 €	230 000 €	0	0,3	0		
Articles de sport / cycles	159 894 €	0 €	159 894 €	250 000 €	0	0,6	0		
Jeux, jouets, logiciels	107 302 €	0 €	107 302 €	179 000 €	0	0,6	0		
Librairie	35 764 €	0 €	35 764 €	191 500 €	0	0,2	0		
Presse et papeterie (tabac)	604 755 €	375 000 €	229 755 €	573 000 €	1 commerce	0,4	0	1 tabac presse PMU	
Santé - Beauté							1		
Coiffure	191 487 €	60 000 €	131 487 €	113 000 €	1 commerce	1,2	1	1 coiffeuse	
Esthétique	52 278 €	40 000 €	12 278 €	71 075 €	1 commerce	0,2	0	1 institut de beauté	
Optique médical	119 585 €	0 €	119 585 €	260 000 €		0,5	0		
Prothèse auditive	17 532 €	0 €	17 532 €	260 000 €		0,1	0		
Pharmacie, parapharmacie, matériel médical	994 074 €	430 300 €	563 774 €	1 290 000 €	1 commerce	0,4	0	1 pharmacie - soumis au numerus clausus	

2.3. POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DE NOUVELLES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET SERVICES

ACTIVITÉS THÉORIQUEMENT DÉPLOYABLES EN 2027

Postes	CA CAPTABLE (centre-bourg)	CA CAPTE PAR LES ACTIVITES PRESENTES	POTENTIEL DE CA DISPONIBLE	CA MOYEN FCGA	COMMERCES PRESENTS EN CENTRE-BOURG	COMMERCES DEPLOYABLES	POTENTIEL COMMERCE REEL	COMMERCES IMPLANTÉS CENTRE-BOURG AMBES	COMMERCES SUR LE MARCHÉ AMBES
Equipement de la personne/de la maison							0		
Fleurs et plantes d'intérieur et d'extérieur	100 160 €	0 €	100 160 €	182 350 €	0	0,5	0		
Décoration d'intérieur	115 820 €	0 €	115 820 €	178 000 €	0	0,7	0		
Mercerie / tissus	3 342 €	0 €	3 342 €	52 000 €	0	0,1	0		
Bricolage / quincaillerie	138 420 €	0 €	138 420 €	222 500 €	0	0,6	0		
Prêt à porter féminin (habillement/chaussures)	101 249 €	0 €	101 249 €	144 700 €	0	0,7	0		
Prêt à porter enfant (habillement et chaussures)	38 716 €	0 €	38 716 €	144 700 €	0	0,3	0		
Prêt à porter masculin (habillement /chaussures)	89 804 €	0 €	89 804 €	144 700 €	0	0,6	0		
Cordonnerie	2 877 €	0 €	2 877 €	52 000 €	0	0,1	0		
Bijouterie, accessoires, horlogerie	124 566 €	0 €	124 566 €	172 800 €	0	0,7	0		
CHR							0		
Restauration traditionnelle	263 934 €	130 000 €	133 934 €	179 460 €	1 restaurant	0,7	0	1 restaurant ouvrier – formule du midi	
Restauration rapide	203 105 €	320 000 €	-116 895 €	142 300 €	2 commerces	-0,8	0	1 pizzeria + 1 kebab	
Café / Bar	101 419 €	0 €	101 419 €	152 490 €	0	0,7	0		
Tabac	/	/	/		voir la ligne presse				
Services divers							1		
Toiletteur	30 881 €	0 €	30 881 €	54 800 €	0	0,6	0		
Pressing / blanchisserie	16 309 €	0 €	16 309 €	64 650 €	0	0,3	0		
Services à la personne à domicile	69 161 €	0 €	69 161 €	65 640 €	0	1,1	1		
	6 119 157 €	2 172 300 €	3 946 857 €				4		

2.3. POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DE NOUVELLES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET SERVICES

COMMERCE THÉORIQUES DÉPLOYABLES À L'HORIZON 2027

Le **développement de la population sur la zone de chalandise, l'arrivée de nouveaux projets immobiliers et commerciaux à l'horizon 2027** (programmation immobilière en centre-ville, projets de maisons individuelles, etc.), la présence d'équipements non-marchands en centre-bourg (écoles), de **flux routiers domicile - travail**, permettent de réfléchir dès aujourd'hui au déploiement de nouvelles activités commerciales en centre-bourg.

Attention, ce potentiel de développement est estimé avec la concurrence connue actuellement et nécessitera de repenser les aménagements urbains environnants afin d'optimiser la viabilité des futurs commerces à potentiel.

A moyen terme (2027), l'estimation du chiffre d'affaires captable permet le déploiement de 4 nouvelles activités potentiellement viables, hors services financiers et activités médicales (professionnels libérales).

Il s'agit de :

- **2 activités alimentaires : boucherie - charcuterie, primeur,**
- **1 activité de santé - beauté : salon de coiffure,**
- **1 activité de services divers : services à la personne à domicile.**

Certaines activités, en orange dans le tableau précédent, pourraient faire l'objet d'un développement en multi-activité tel qu'un restaurant en centre-bourg pouvant également avoir une activité de bar/café.

Avant même le déploiement de potentielles nouvelles activités, il serait opportun de conforter celles déjà existantes afin d'améliorer la qualité de l'offre et d'influencer sur leur attractivité.

De plus, le déploiement de ces potentielles nouvelles activités n'est possible que si des locaux viennent se libérer ou si la municipalité engage des travaux de développement.

Enfin, afin de viabiliser le déploiement de ces nouvelles activités commerciales, il est primordial de prendre en considération certains enjeux d'aménagement, tels que les espaces publics et espaces de convivialité, l'offre en stationnement, l'aménagement des entrées de ville et la sécurité routière, les devantures commerciales, l'animation du cœur de ville, la signalétique, etc.

Attention, cette analyse ne prend pas en compte le potentiel économique pouvant se dégager sur certaines activités « de niche ».

4

Activités commerciales
déployables sur le centre-
bourg d'Ambès à l'horizon
2027



bordeauxgironde.cci.fr



Emmy KUSTERS
Chargée d'études
06 60 39 44 55

ekusters@bordeauxgironde.cci.fr

Laure de BAUSSET
Chargée d'études
05 56 79 50 92

ldebausset@bordeauxgironde.cci.fr

Nicolas HOCKARD
Conseiller territorial
06 77 62 70 11

nhockard@bordeauxgironde.cci.fr

