

**ANALYSE D'IMPACT**  
**du projet de création d'un ensemble commercial INTERMARCHE**  
**d'une surface de vente de 6 773 m<sup>2</sup>**  
**sur le commerce de centre-ville de GRAVELINES et des communes limitrophes**



**Intermarché**

CEDACOM – Etudes Spécialisées pour le Commerce – Septembre 2020

# SOMMAIRE

Introduction	03
--------------	----

## **PRESENTATION DU PROJET**

I. Informations relatives au demandeur du projet	06
II. Localisation du projet	07
III. Description du projet	11

## **INFORMATIONS RELATIVES A LA ZONE DE CHALANDISE**

I. Délimitation de la zone de chalandise	24
II. Caractéristiques de la zone de chalandise	28
III. Dessertes de la zone de chalandise	32
IV. Principaux pôles commerciaux au sein de la zone de chalandise	40
V. Principaux pôles commerciaux hors de la zone de chalandise	43

## **INFORMATIONS RELATIVES AU PERIMETRE D'ANALYSE**

I. Délimitation de la zone d'étude	48
II. Localisation des zones agricoles, forestières et naturelles	49
III. Localisation des principaux équipements publics et des activités économiques	50

IV. Localisation et natures des principales zones d'habitat	55
V. Quartiers prioritaires et zones franches urbaines	57
VI. Disponibilités foncières et friches	58
VII. Principaux projets urbains	63

## **INFORMATIONS RELATIVES AU COMMERCE AU SEIN DU PERIMETRE D'ANALYSE**

I. Caractéristiques de l'activité commerciale	66
II. Analyse de la vacance commerciale	95
III. Dispositifs existants de dynamisation du centre-ville	99

## **CONTRIBUTION DU PROJET A L'ANIMATION DES PRINCIPAUX SECTEURS EXISTANTS ET EFFET EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS**

I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire	103
II. Impacts du projet en matière sociale	115
III. Impacts du projet en matière de protection et satisfaction des consommateurs	116

## **IMPACTS DU PROJET SUR LE COMMERCE DE CENTRE-VILLE**

Impact du projet sur le commerce de centre-ville	122
--	-----

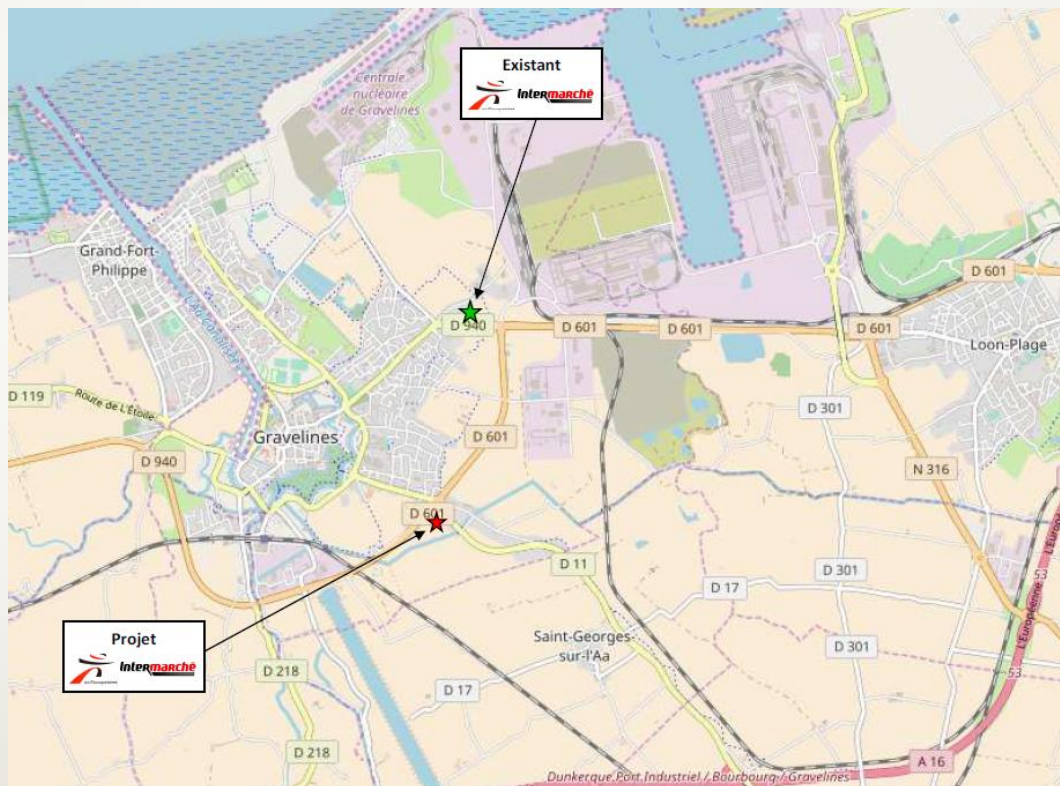
# INTRODUCTION

Ce dossier a pour objet l'analyse d'impact du déplacement et de l'extension d'un magasin INTERMARCHÉ, sur le commerce et le territoire de la zone de chalandise ainsi que sur le centre-ville de la commune de GRAVELINES et ses communes limitrophes.

Le projet consiste en la création **d'un ensemble commercial** comprenant deux bâtiments commerciaux :

- Dans le premier bâtiment, la création d'un magasin INTERMARCHÉ d'une surface de vente de 2 505 m<sup>2</sup> ; il s'agit en réalité du déplacement avec extension du magasin INTERMARCHÉ existant dans l'avenue Léon JOUHAUX
- Dans le second bâtiment :
  - La création d'une jardinerie de 2 428 m<sup>2</sup> de surface de vente (dont 1 528 m<sup>2</sup> de surface de vente extérieure)
  - La création de trois cellules commerciales respectivement de 611, 614 et 615 m<sup>2</sup>, destinées à des activités non alimentaires.

Un restaurant, une station-service et une station de lavage seront également implantés sur le site.



(Source : Géoportail)



# INTRODUCTION

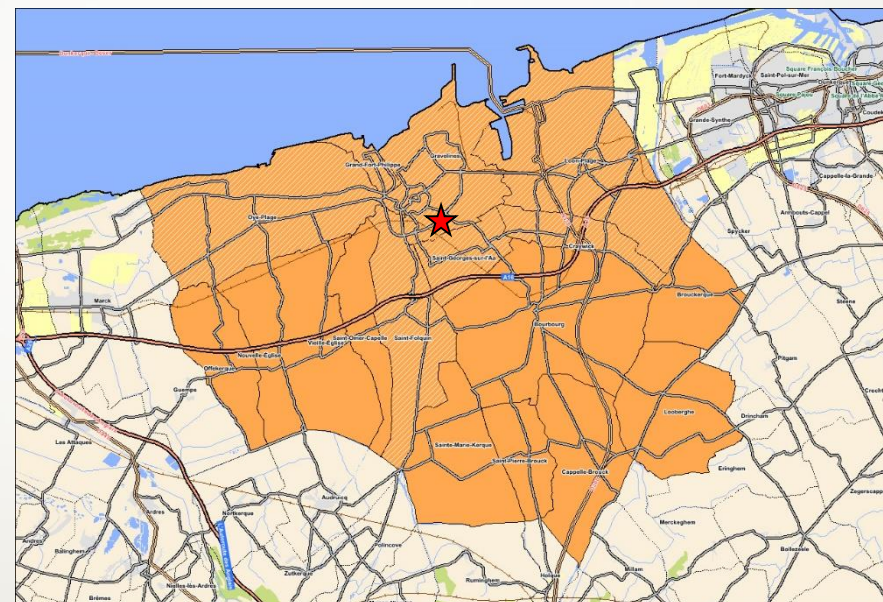
Cette étude présentera les communes de la zone de chalandise, puis s'intéressera plus précisément au périmètre des 7 communes limitrophes de la commune d'implantation du projet comprises dans la zone de chalandise.

Après un rappel des éléments de présentation du projet, nous présenterons les principales caractéristiques sociodémographiques, économiques et commerciales de la zone de chalandise.

L'étude s'intéressera ensuite aux caractéristiques du commerce de centre-ville dans les communes du périmètre concerné, et présentera les principaux secteurs d'activités commerciale des centres-villes, les halles et marchés, les pôles commerciaux, et fera également le point sur la vacance commerciale.

Compte-tenu de ces différents éléments, et en regard de la nature du projet, nous nous attacherons à définir les impacts probables du projet sur le commerce de centre-ville et sur l'équilibre du territoire au sein du périmètre d'étude, ainsi que ses effets en matière de protection du consommateur.

Ce dossier contient tous les éléments nécessaires à l'appréciation des impacts du projet sur le commerce de centre-ville dans le périmètre des communes limitrophes à la commune d'implantation du projet. Pour tout renseignement complémentaire cependant, nous nous tenons à votre disposition aux coordonnées indiquées en slide suivante.



(Source : Mapinfo)

Site du projet



Zone de chalandise



Périmètre de l'étude







# PRESENTATION DU PROJET

- I. Informations relatives au demandeur du projet
- II. Localisation du projet
- III. Description du projet

# I. Informations relatives au demandeur du projet

## 1. IDENTITE

La demande est présentée par la Société par Actions Simplifiée « GAMAJO » dont le siège social est situé 17 Rue de l'Eglise à RINXENT (62720).

La société a été immatriculée au Registre du Commerce de BOULOGNE SUR MER sous le n° 814 930 178.

## 2. QUALITE

La société « GAMAJO » agit en qualité de **promoteur du projet et/ou future propriétaire des constructions.**

Toute correspondance relative à la présente analyse pourra être adressée à :

Monsieur Guillaume VERLINGUE

Magasin INTERMARCHÉ

RN 40 - Le Bout des Huttes

59820 GRAVELINES

Tél : 06.76.81.03.39

Courriel : [verlingue62@aol.com](mailto:verlingue62@aol.com)

Pour toute information préalable à l'enregistrement, ou pour tout renseignement technique concernant la présente analyse, vous pouvez également contacter :

Société CEDACOM

Monsieur Patrick DELPORTE

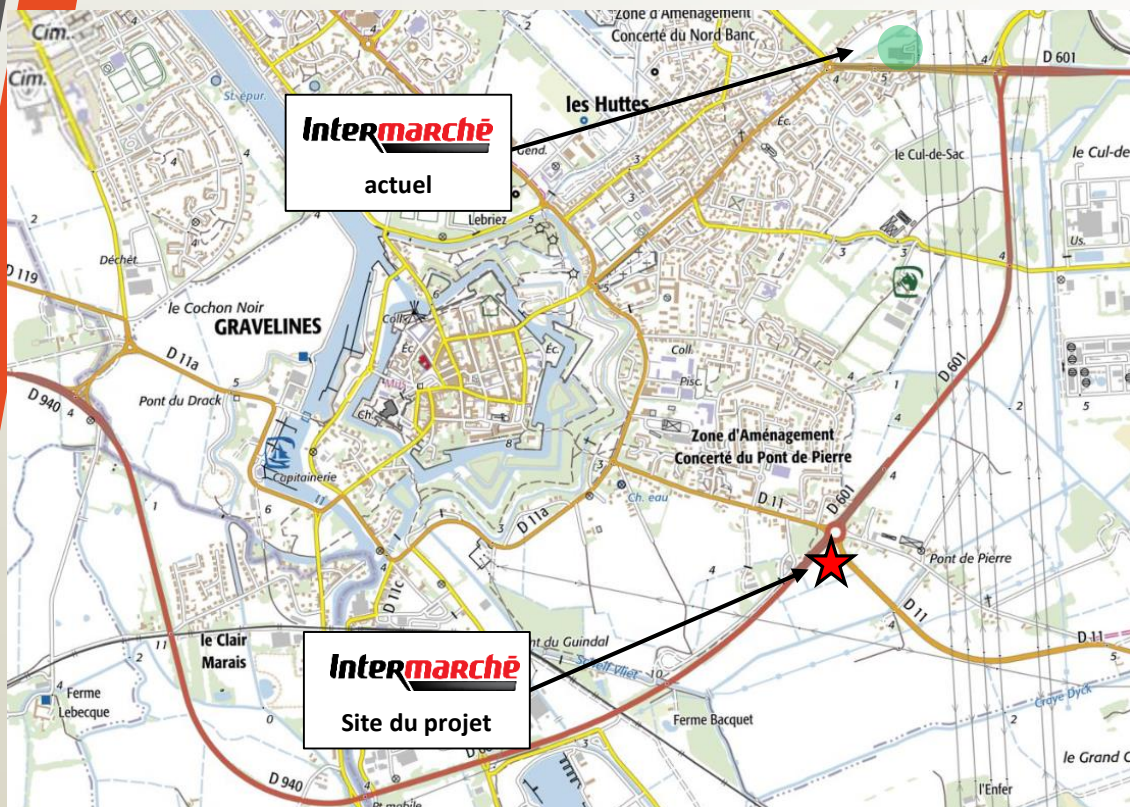
105 boulevard EURVIN – Bât E

62200 BOULOGNE SUR MER

Tél : 09.66.85.82.68

Courriel : [cedacom@wanadoo.fr](mailto:cedacom@wanadoo.fr)

## II. Localisation du projet



(Source : Géoportail)

Le projet se situe sur la commune de GRAVELINES, au Nord de LILLE, entre les villes de DUNKERQUE et CALAIS, dans le département du NORD.

Le site du projet est localisé en entrée Sud-Est de GRAVELINES, sur une emprise foncière libre localisée au croisement de la D601 et de la D11.

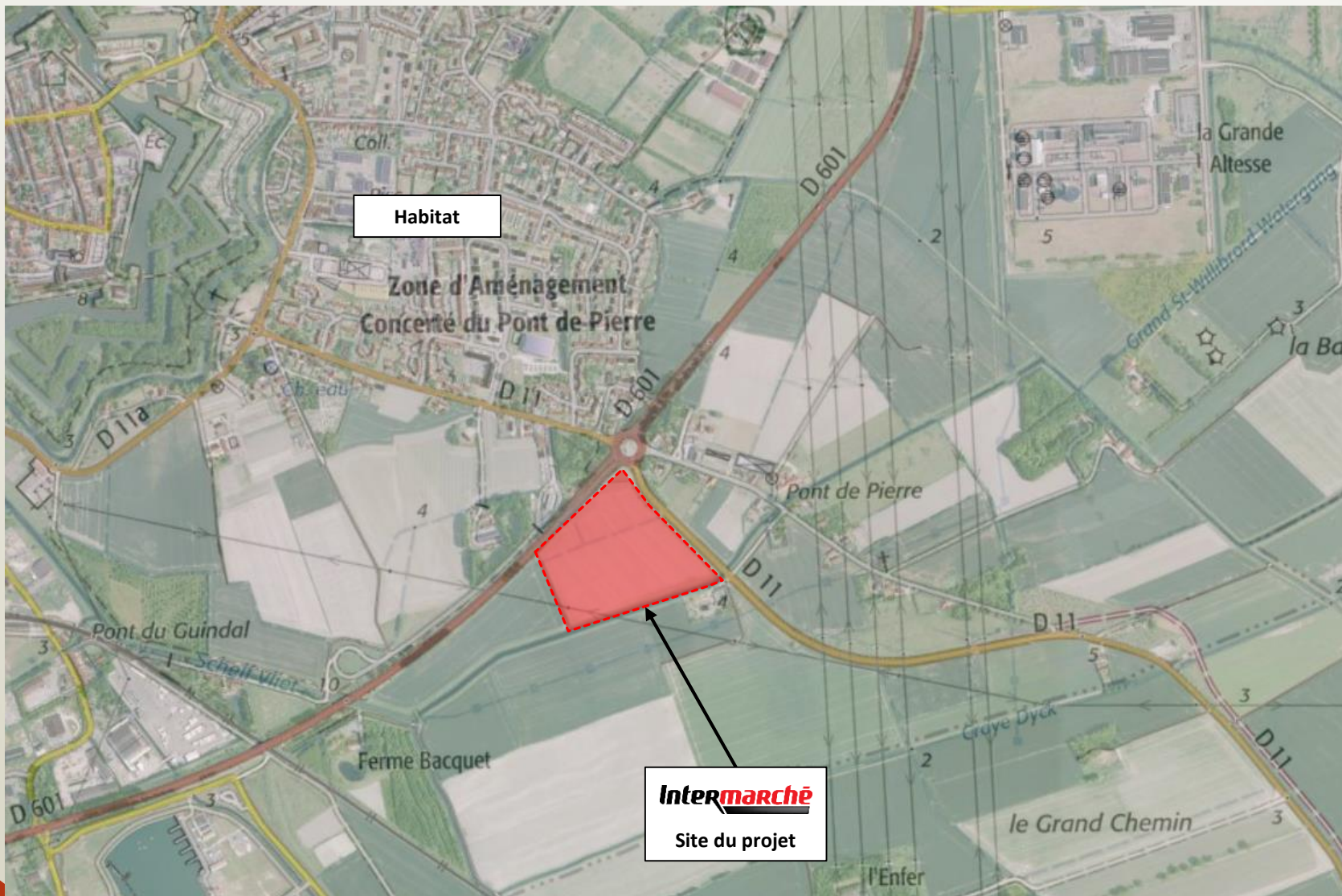
Le projet prévoit la création d'un ensemble commercial comprenant :

- Un premier bâtiment dans lequel prendra place le déplacement avec extension du magasin INTERMARCHÉ (actuellement situé dans l'avenue Léon JOUHAUX, à environ 2 kilomètres au Nord)
- Un second bâtiment commercial devant accueillir une jardinerie ainsi que trois cellules commerciales destinées à des activités non alimentaires

Un restaurant, une station-service et une station de lavage seront également implantés sur le site.



Carte de localisation du projet (échelle 1.25 000)



(Source : Géoportail)

**Magasin INTERMARCHE  
actuel**



**Site du projet**









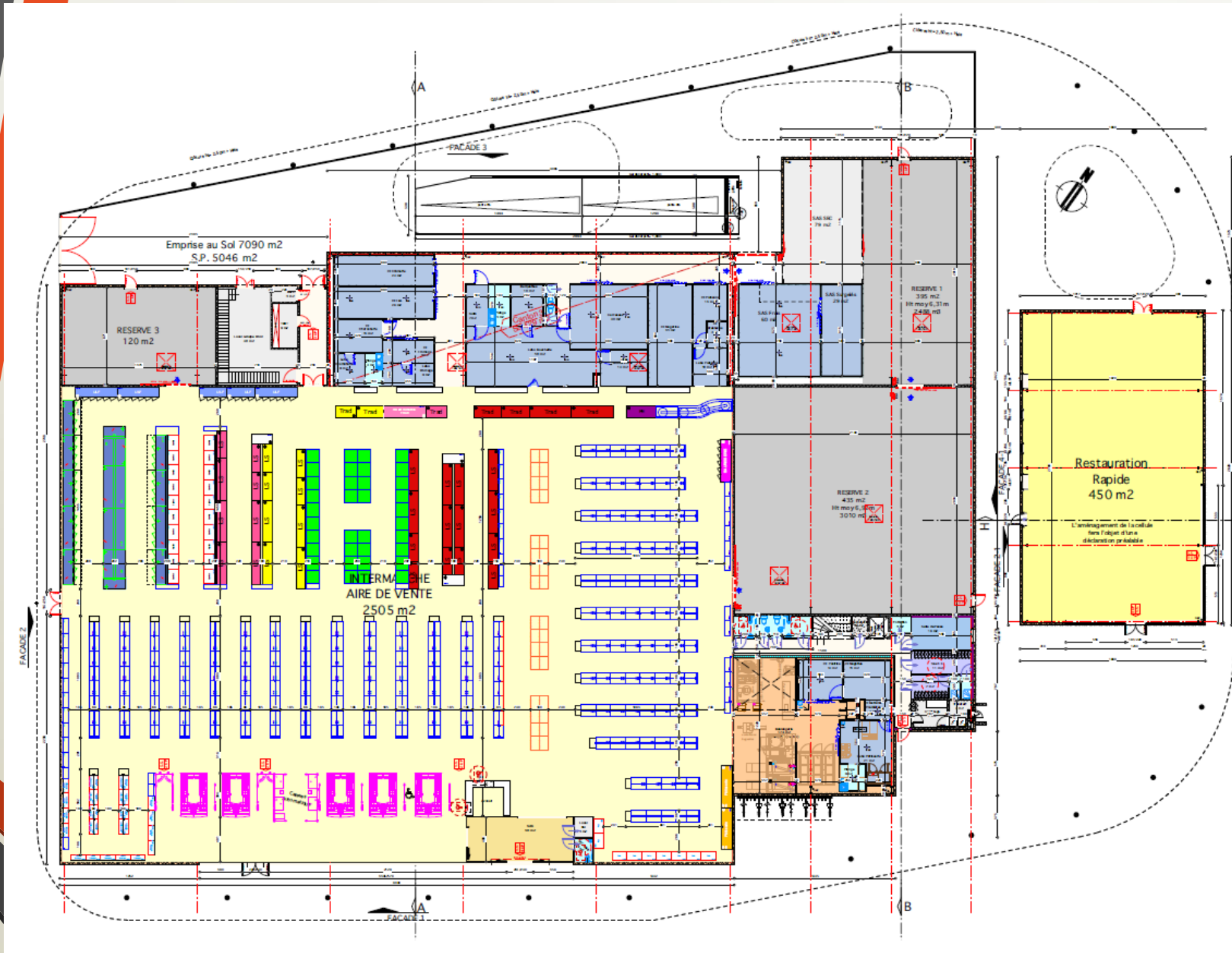
### III. Description du projet

#### CARACTERISTIQUES DU PROJET

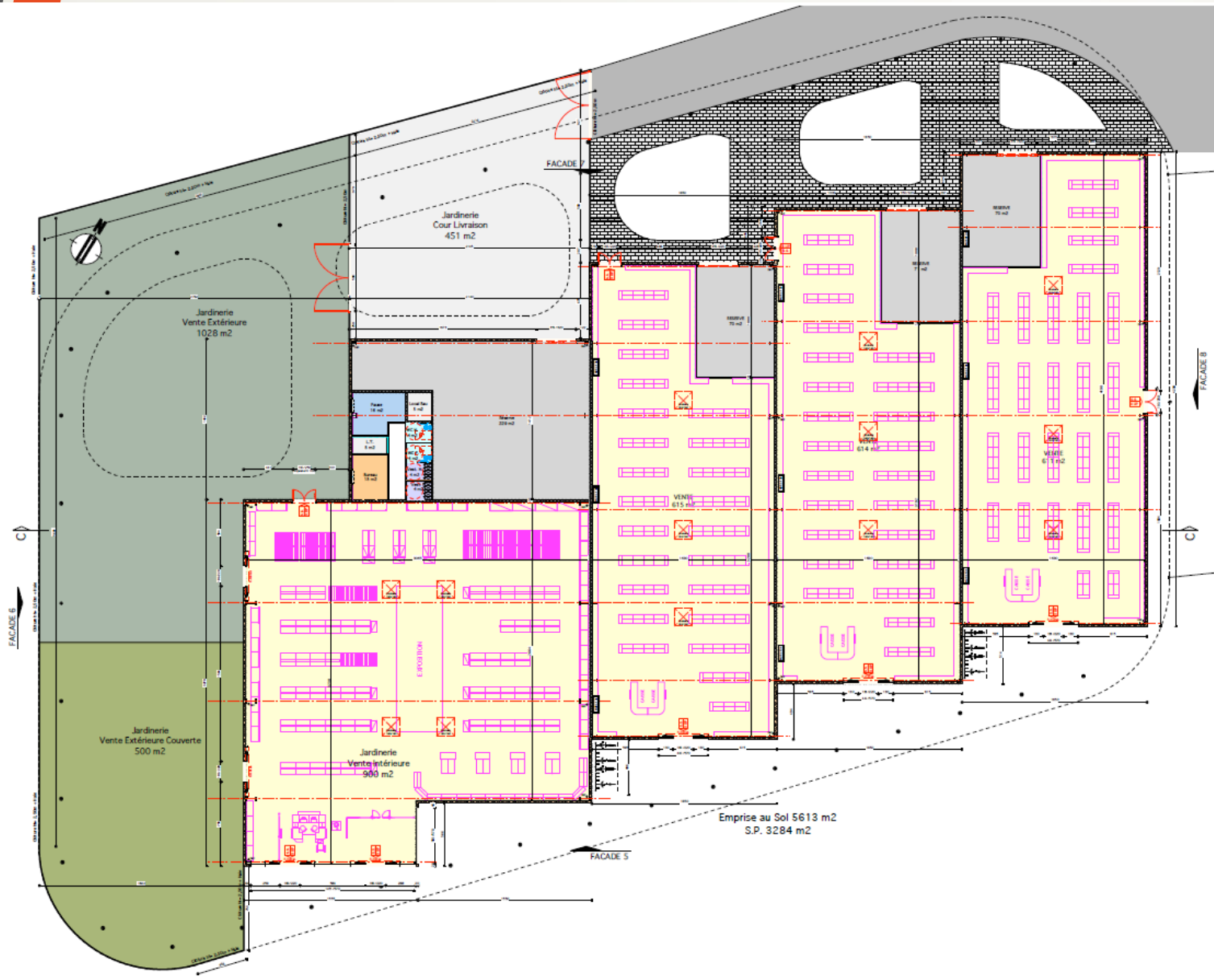
- ❑ Le projet consiste en **la création d'un ensemble commercial** comprenant deux bâtiments commerciaux.
- ❑ La surface de plancher totale du projet sera de 8 330 m<sup>2</sup>.
- ❑ La surface de vente totale sera de 6 773 m<sup>2</sup>.
- ❑ Au titre des activités annexes, un restaurant, une station-service et une station de lavage seront également implantés sur le site.

Bâtiment	Enseigne	Nature d'activité	Surface de plancher (m <sup>2</sup> )	Surface de vente (m <sup>2</sup> )
1	INTERMARCHE	Secteur 1 Alimentaire	5 046	2 505
2	Cellule 1 Jardinerie	Secteur 2 Jardinerie	3 284	2 428 (dont 1 528 m <sup>2</sup> de surface de vente extérieure)
	Cellule 2	Secteur 2 Non alimentaire		615
	Cellule 3	Secteur 2 Non alimentaire		614
	Cellule 4	Secteur 2 Non alimentaire		611

# Plan d'aménagement intérieur indicatif Intemarché

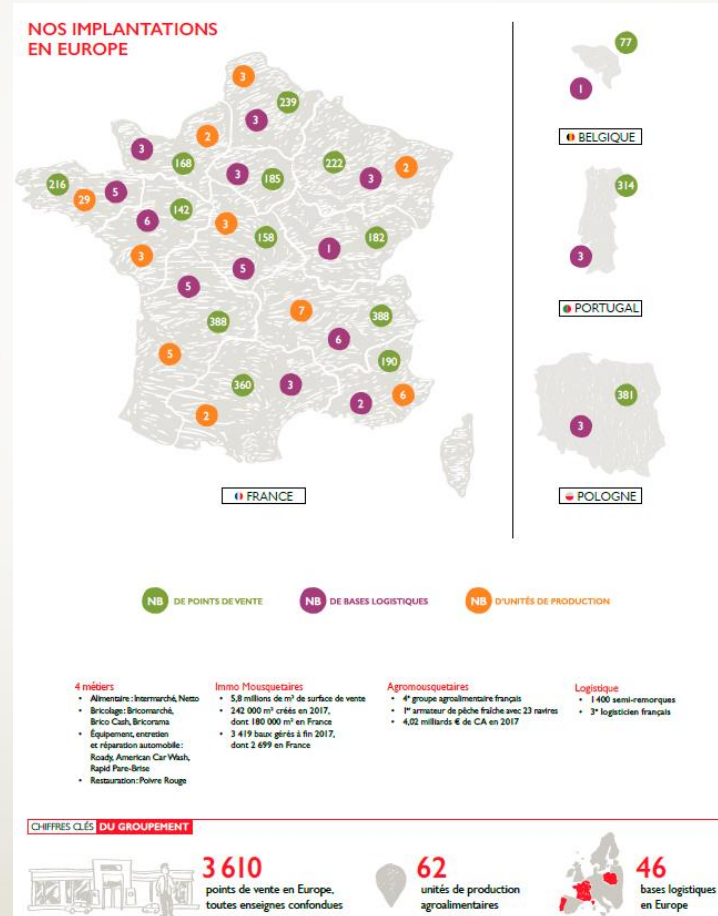


# Plan d'aménagement intérieur indicatif de la jardinerie et des cellules commerciales





# III. Description du projet



# III. Description du projet

Avec leurs enseignes qui font partie de la vie des Français et de celle des territoires, les Mousquetaires contribuent à l'économie nationale depuis près de cinquante ans.

## Qui sont les Mousquetaires ?

Leur force est aussi leur singularité : ils forment un groupement de chefs d'entreprise indépendants, tous propriétaires de leurs points de vente, qui participent à sa gouvernance et à sa codirection.

### Un groupement de chefs d'entreprise indépendants

Le modèle économique des Mousquetaires est le commerce associé. Le Groupement rassemble ainsi des chefs d'entreprise indépendants (adhérents), propriétaires de leurs points de vente et responsables de leur gestion. Chaque adhérent s'engage sur deux rôles : il gère sa propre entreprise et, un à deux jours par semaine, il participe à la codirection d'une structure commune du Groupement telle que la logistique par exemple, ou encore les achats, l'agroalimentaire, le développement durable ou le marketing. Chaque adhérent est ainsi codirigeant du Groupement.

### Un capital partagé

Cent pour cent du capital des Mousquetaires est détenu par plus de 1 500 adhérents associés. Chaque adhérent a la possibilité d'entrer dans le capital du Groupement et de devenir membre associé de la Société Les Mousquetaires. Géré directement par ses propres adhérents, le Groupement n'est pas soumis aux aléas des marchés financiers et bénéficie de l'implication de tous ses membres.

### Un puissant réseau de points de vente

Le réseau de distribution des Mousquetaires est constitué de points de vente alimentaires (Intermarché et Netto), d'enseignes de bricolage (Bricomarché, Brico Cash, Bricorama), d'un réseau d'équipement, d'entretien et de réparation automobile (Roady, American Car Wash, Rapid Pare-Brise), et d'une chaîne de restaurants (Poirre Rouge). Au total, 3 610 points de vente, dont 2 838 sur tout le territoire français assurent

l'ancrage local du Groupement, notamment dans les zones rurales et les villes moyennes. À l'international, le Groupement est présent en Pologne, au Portugal et en Belgique.

### Un outil de production propre

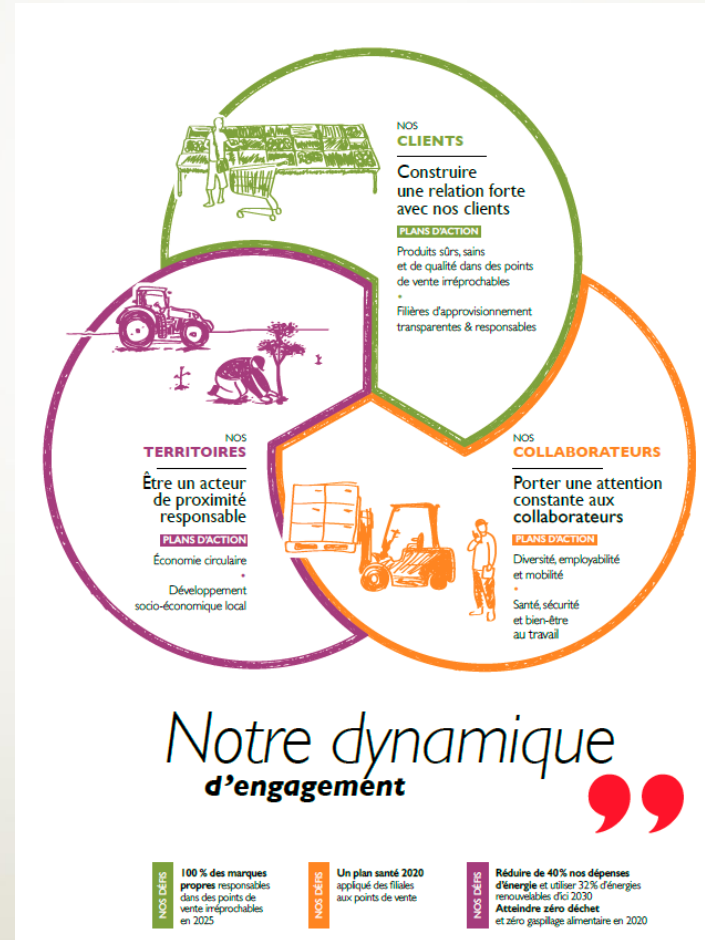
Depuis leur origine, les Mousquetaires développent leurs propres productions alimentaires. Agromousquetaires permet aux enseignes du Groupement de proposer des produits spécifiques. Elles maîtrisent donc leur qualité, leurs prix et leur adaptation aux besoins des clients. Parmi les marques des Mousquetaires : les produits laitiers Pâturages, les céréales Chabrior, les produits carnés Jean Rozé et Monique Ranou, les produits de la mer Capitaine Cook, etc.

### Une organisation logistique

Avec 46 bases logistiques en Europe, le Groupement Les Mousquetaires est le troisième logisticien français. Il maîtrise toute la chaîne de flux des marchandises et dispose d'une puissante infrastructure de plateformes régionales.

### Une foncière intégrée

Enfin, la foncière des Mousquetaires, Immo Mousquetaires, accompagne le développement du Groupement en matière d'immobilier commercial, mais aussi de programmes mixtes de commerces, logements et activités.



# III. Description du projet

## ESPACE DE STATIONNEMENT

L'espace de stationnement de l'ensemble commercial comportera **248 places de stationnement, mutualisée pour l'ensemble des magasins présents**, et répartis sur deux îlots.

Parmi ces places :

- 16 sont réservées **aux personnes à mobilité réduite** (dont 4 places équipées de bornes pour la recharge des véhicules électriques)
- 10 places sont réservées **pour les familles et jeunes mamans**
- 28 places sont équipées **pour la recharge des véhicules électriques** (10 places équipées de bornes et 18 places précâblées)
- 8 places sont destinées **au covoiturage**, dont deux places équipées d'une borne de rechargement pour véhicules électriques







L'ensemble des places de stationnement **seront traitées en revêtement perméable** (pavés drainants et/ou Evergreen)

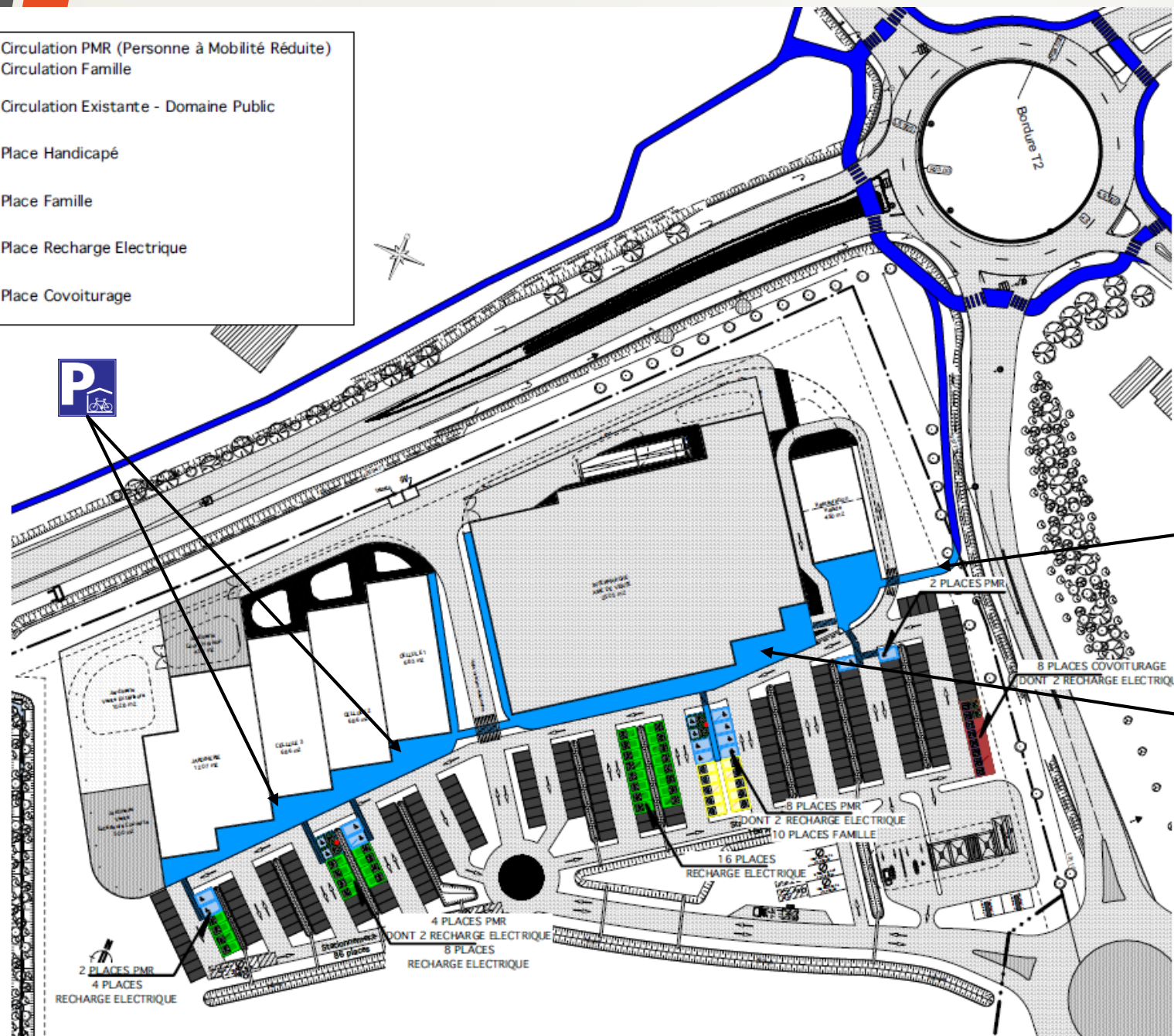
Trois espaces de stationnement pour les cycles seront aménagés sur les parvis piétonniers des deux bâtiments commerciaux, à proximité de l'entrée des magasins, **pour un total de 48 emplacements**.

Des traversées sécurisées ainsi que des cheminements piétons signifiés par des marquages au sol faciliteront les échanges entre les différents espaces de stationnement. L'organisation des voiries desservant les poches de stationnement sera simple et permettra une très bonne fluidité.

A noter qu'un cheminement piéton, débouchant directement sur le mail du magasin INTERMARCHE, permettra la venue aisée et sécurisée des habitants logeant dans la proximité du projet (entre autre le quartier Pont de Pierre). Il rejoindra un mail piéton qui longera la façade principale des bâtiments à construire et liaisonnera les différents commerces.



-  Circulation PMR (Personne à Mobilité Réduite)  
Circulation Famille
-  Circulation Existante - Domaine Public
-  Place Handicapé
-  Place Famille
-  Place Recharge Electrique
-  Place Covoiturage



**Cheminement piétonnier connecté à l'espace public**



# III. Description du projet

## AMENAGEMENTS PAYSAGERS

Les espaces verts représenteront une superficie de 35 786 m<sup>2</sup>, soit **59,31 % de l'emprise foncière.**

Il sera planté **164 arbres de haute tige.**

Les principes d'aménagement sont les suivants :

- La première strate du projet, le long de la RD 601 recréera un alignement d'arbres en continuité de ceux existants à proximité du rond point. Puis la réalisation d'un espace vert entre la voie de circulation publique et le projet.
- Ensuite, nous trouverons le péristyle, couronnant le projet, formant ainsi une canopée avant de rencontrer les façades des différents bâtiments projetés.
- Les espaces réservés au stationnement et aux distributions seront largement entrecoupés de zones vertes paysagères. Elles seront utilisées pour le traitement alternatif des eaux pluviales du projet, tout en présentant un aspect soigné qui participera à la qualité de la zone commerciale.
- Le sud de la parcelle restera libre et sera traitée en prairie pour conserver le lien à la nature du site conformément à l'étude Faune Flore établi par la société RAINETTE avec maintien des plants d'Ophrys à proximité. Le site sera arboré d'essences locales (Salix alba et Salix Fragilis dans les zones humides et d'Alnus Glutinosa, d'Ulmus Glabra et de Quercus Robur sur le parking), et un alignement sera recréé le long de la RD 601 composé de Populus Tremula.



# Plan paysager



8 rue des Bils 33010 LA PLUME SAINT-JEANS TEL - 09 62 12 94 78 FAX - 01 58 69 97 64 info@52k.fr	50, rue de S.Mil 1945 33010 VALLERS-BRETONNEUX TEL - 03 22 48 39 44 FAX - 03 22 48 06 46 info@52k.fr	Projet <b>PROJET DE CONSTRUCTION                  D'UN ENSEMBLE COMMERCIAL</b>	Adresse RD 601 59820 GRAVELINES	Matricule SAS GAMAJO 17, Rue de l'Église 62720 RINNET	Echelle 1/ 1000
		Plan <b>PLAN DE MASSE PROJET</b>	Date 18.03.2020	Client CDAC 02-8a	Auteur VB.V. GRENER





## Insertions du projet





## Insertions du projet



# SYNTHESE

SYNTHESE : PRESENTATION DU PROJET	
Surface de vente demandée	6 773 m <sup>2</sup>
Création/Extension	Création d'un ensemble commercial comprenant un magasin à l'enseigne INTERMARCHE (par déplacement avec extension du magasin existant), une jardinerie et trois cellules commerciales non alimentaires Activités annexes : restauration rapide, station-service et station de lavage
Nature d'activité	INTERMARCHE : Secteur 1 - Alimentaire Jardinerie et cellules commerciales : Secteur 2 – Non alimentaire
Commune d'implantation	GRAVELINES
Localisation	Entrée Sud-Est de la ville
Espace de stationnement	248 places de stationnement mutualisées pour les magasins de l'ensemble commercial 16 places réservées pour les PMR, 10 pour les familles, 34 équipées pour la recharge des véhicules électriques, 8 covoiturage/ autopartage Usage des modes doux favorisé avec cheminements piétonniers et espaces de stationnement couvert pour les cycles
Intégration architecturale et paysagère	35 786 m <sup>2</sup> d'espaces verts présents sur le site

Eléments favorables au projet

Eléments plutôt favorables au projet

Eléments plutôt défavorables au projet

Eléments défavorables au projet

Eléments neutres, sans incidence sur le projet



# INFORMATIONS RELATIVES A LA ZONE DE CHALANDISE

- I. Délimitation de la zone de chalandise
- II. Caractéristiques de la zone de chalandise
- III. Dessertes de la zone de la zone de chalandise
- IV. Principaux pôles d'attraction de la zone de chalandise
- V. Principaux pôles commerciaux hors de la zone de chalandise

# I. Délimitation de la zone de chalandise

*Selon l'article R752-3 du Code de Commerce « constitue la zone de chalandise d'un équipement faisant l'objet d'une demande d'autorisation d'exploitation commerciale l'aire géographique au sein de laquelle cet équipement exerce une attraction sur la clientèle. Elle est délimitée en tenant compte notamment de la nature et de la taille de l'équipement envisagé, des temps de déplacement nécessaires pour y accéder, de la présence d'éventuelles barrières géographiques ou psychologiques et de la localisation et du pouvoir d'attraction des équipements commerciaux existants. »*

La zone de chalandise du projet a donc été délimitée selon les éléments suivants :

## 1. La nature et la taille du projet

La réalisation du projet doit permettre de renforcer et compléter l'offre de ce pôle intermédiaire du territoire et favoriser les équilibres existants avec l'offre

présente sur l'agglomération dunkerquoise et l'agglomération calaisienne.

Le projet présenté va densifier le tissu économique au profit des consommateurs. Il favorisera l'attractivité de Gravelines sur son environnement et renforcera l'offre proposée, sans risque de déstabilisation du commerce local, la programmation du site étant encadrée, en concertation avec les élus locaux.

## 2. Les conditions de desserte actuelle et future selon les différents modes de déplacement

### ➤ LA ZONE «VOITURE»

Le projet est situé en bordure d'un axe local majeur, la D601 (permettant la liaison Est avec les villes de Dunkerque, Grande-Synthe et Loon-Plage et Ouest avec la D940 menant à Oye-Plage et Marck), en entrée Sud- Est de la ville de Gravelines. Il bénéficiera aussi du réseau de voiries locales permettant d'accéder aux différents quartiers de Gravelines au Nord, à Bourbourg au Sud et de la proximité d'autres axes importants comme l'A16.

Les accès au futur centre commercial depuis le réseau viaire seront parfaitement dimensionnés et d'une très bonne qualité ce qui confèrera à l'espace commercial une parfaite accessibilité et une bonne visibilité (échangeur sur l'A16, aménagements sécuritaires - giratoires sur la RD601 (dont un au croisement D601 x D11), plusieurs entrées/sorties fluidifiant le trafic...).

Le temps de déplacement « voiture » des communes les plus éloignées du site est compris entre 12 et 15 minutes (source Mappy).



# I. Délimitation de la zone de chalandise

## ➤ LA ZONE «TRANSPORT EN COMMUN»

Sur le plan des transports en commun, le site du projet est desservi par les lignes du réseau d'agglomération DK'BUS MARINE, avec l'arrêt « Pont de Pierre » localisé dans la rue du PONT DE PIERRE, à environ 150 mètres du site du projet.

## ➤ LA ZONE « PIÉTONS/CYCLES»

Le site bénéficie d'aménagements existants et à venir favorisant sa fréquentation par les piétons et les cycles, avec des trottoirs et traversées sécurisées depuis les quartiers d'habitation les plus proches

### 3. Les conditions de concurrence et l'offre commerciale environnante

L'attractivité du projet est également limitée par les alternatives commerciales au commerce gravelinois. Il s'agit principalement :

- Du commerce de l'agglomération Dunkerquoise à l'Est ;
- De celui de l'agglomération Calaisienne à l'Ouest ;
- Dans une moindre mesure, du commerce d'AUDRUICQ au Sud-Ouest et du commerce de l'agglomération Audomaroise au Sud

### 4. Barrières physiques ou psychologiques

Les délimitations de la zone de chalandise ne sont soumises à aucune barrière physique ou psychologique significative.

### 5. La fréquentation touristique

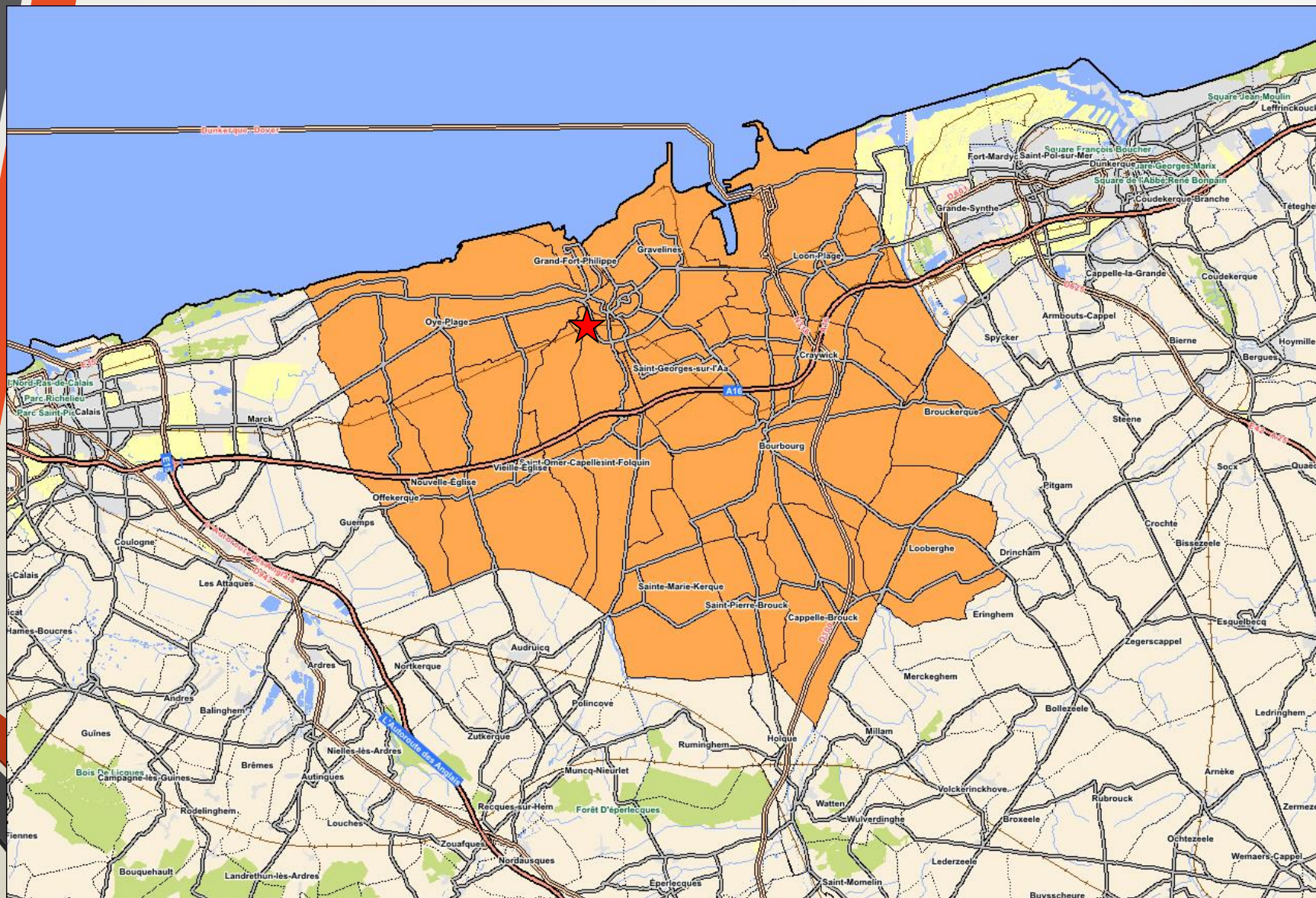
Au sein de l'arrondissement de Dunkerque, dont fait partie la commune de GRAVELINES, l'INSEE relève les équipements suivants :

Capacité hôtelière au 01.01.2020 (Nombre de chambres)	1 616
Capacité des campings au 01.01.2020 (Nombre d'emplacements)	6 526
Autres hébergements collectifs au 01.01.2020 (1 355 places-lit / 2,3)	589
Résidences secondaires en 2016	6 416

Le total de ces équipements représente 15 147 « logements », soit sur la base d'une occupation moyenne de 4 mois dans l'année, l'équivalent de 5 049 résidences permanentes.

Le nombre de résidences principales étant de 156 811, l'apport touristique peut donc être chiffré à **(5 049 / 156 811) x 100 soit 3,2 %**.

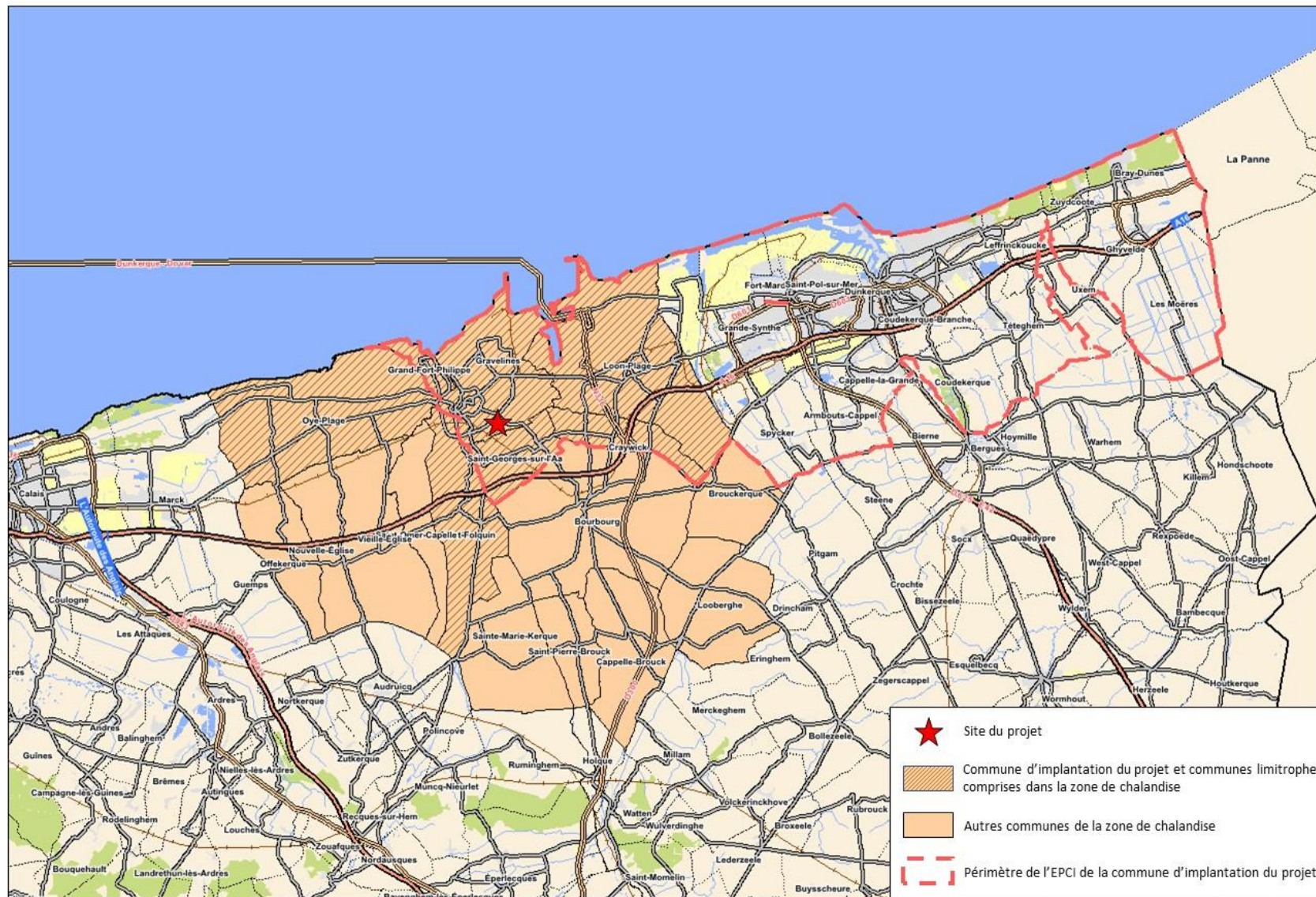
## Carte de la zone de chalandise



★ Site du projet



Périmètres des communes limitrophes de la commune d'implantation du projet, de la zone de chalandise et de l'EPCI de la commune d'implantation



(Source : Mapinfo)

## II. Caractéristiques de la zone de chalandise

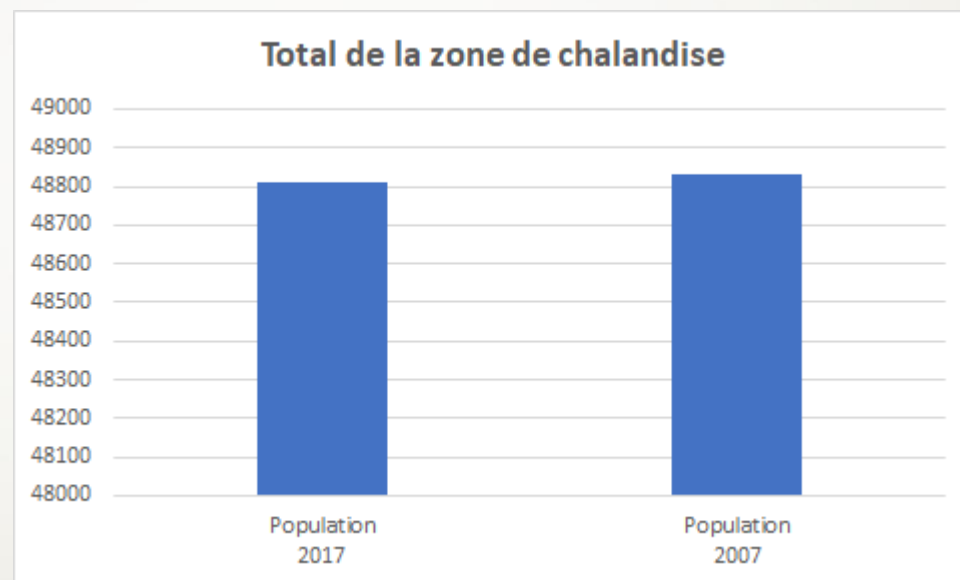
### A. EVOLUTION DE LA POPULATION

(Source : INSEE – population municipale 2017 et 2007)

La zone de chalandise du projet présente les populations suivantes :

		Population 2017	Population 2007	Ecart 2017/2007 (en %)
59094	Bourbourg	7 097	6 696	5,99
59110	Brouckerque	1 375	1 283	7,17
59130	Cappelle-Brouck	1 166	1 144	1,92
59159	Craywick	694	584	18,84
59272	Grand-Fort-Philippe	5 048	5 606	-9,95
59273	Gravelines	11 166	11 705	-4,60
59358	Looberghe	1 178	1 176	0,17
59359	Loon-Plage	6 193	6 214	-0,34
59532	Saint-Georges-sur-l'Aa	307	290	5,86
59539	Saint-Pierre-Brouck	995	914	8,86
62623	Nouvelle-Église	679	486	39,71
62634	Offekerque	1 167	1 043	11,89
62645	Oye-Plage	5 373	5 638	-4,70
62748	Saint-Folquin	2 248	2 267	-0,84
62756	Sainte-Marie-Kerque	1 648	1 531	7,64
62766	Saint-Omer-Capelle	1 095	1 016	7,78
62852	Vieille-Église	1 382	1 240	11,45
<b>Total de la zone de chalandise</b>		<b>48 811</b>	<b>48 833</b>	<b>-0,05</b>

Elle rassemble **17 communes** et **48 811 habitants** au dernier recensement (authentifié) général de la population.





## II. Caractéristiques de la zone de chalandise

### B. CARACTERISTIQUES DE L'EMPLOI

#### ❖ [Attractivité du territoire](#)

Avec un indice de concentration de l'emploi de 74 %, les communes de la zone de chalandise correspondent à un territoire résidentiel, c'est-à-dire qu'elles offrent moins d'emplois qu'elles ne comptent d'actifs.

La commune de GRAVELINES dispose **d'un indice de concentration de 160 %**, c'est-à-dire qu'elle concentre un nombre d'emplois important, due à son caractère de pôle d'attractivité économique, notamment avec la centrale nucléaire qui compte de nombreux emplois.

	Emplois au lieu de travail en 2016	Actifs 15-64 ans en 2016
Bourbourg	1 930	3 061
Brouckerque	128	666
Cappelle-Brouck	222	572
Craywick	430	353
Grand-Fort-Philippe	536	2 129
Gravelines	8 353	5 231
Looberghe	120	540
Loon-Plage	3 221	2 868
Saint-Georges-sur-l'Aa	30	142
Saint-Pierre-Brouck	118	456
Nouvelle-Église	68	353
Offekerque	115	599
Oye-Plage	629	2 348
Saint-Folquin	276	1 028
Sainte-Marie-Kerque	200	774
Saint-Omer-Capelle	64	496
Vieille-Église	194	728
<b>TOTAL</b>	<b>16 634</b>	<b>22 344</b>
<b>Indice de concentration de l'emploi</b>		<b>74 %</b>

(Source : INSEE)

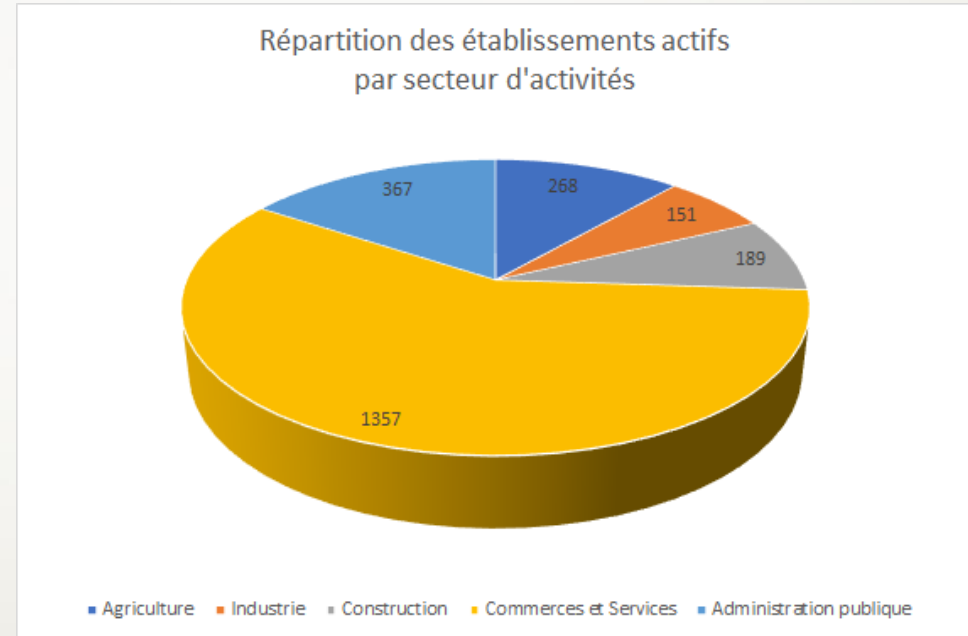
## II. Caractéristiques de la zone de chalandise

### ❖ Secteurs d'activités les plus représentés

Le secteur d'activité le plus représenté dans les communes de la zone de chalandise est celui du commerce et des services, avec 1 357 établissements.

Viennent ensuite celui des administrations publiques (367 établissements) et de l'agriculture (268 établissements).

On trouve ensuite la construction (189 établissements) et l'industrie (151 établissements).



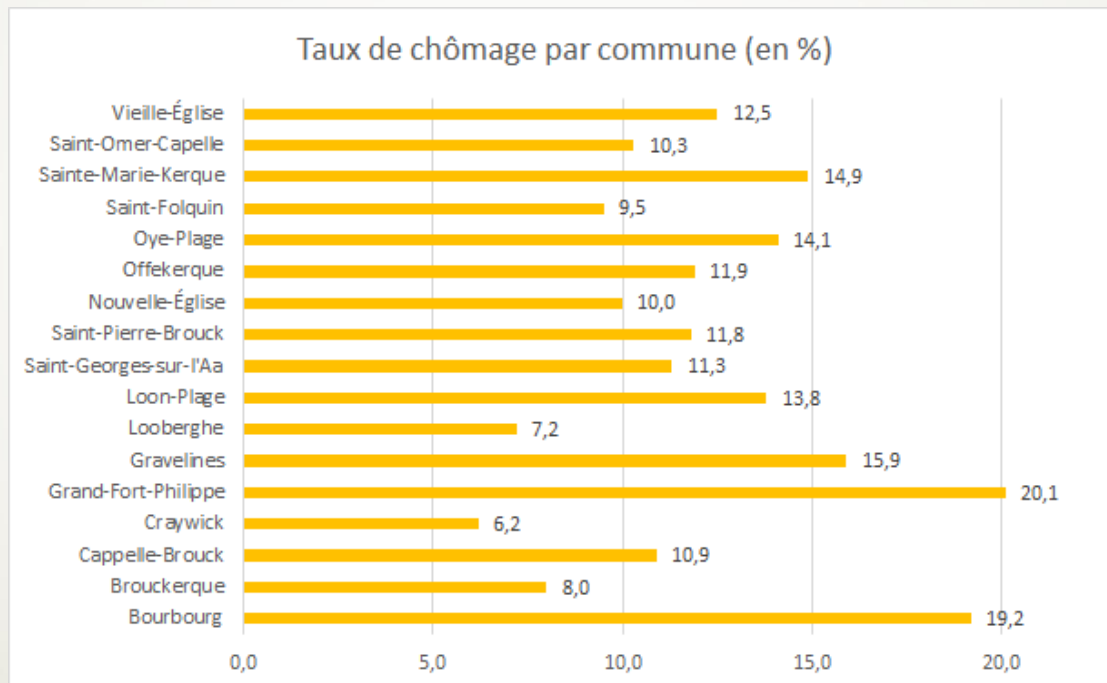
(Source : INSEE)

## II. Caractéristiques de la zone de chalandise

### ❖ Chômage

Le taux de chômage de la population active des 15-64 ans de la zone de chalandise s'élève à 14,7 % en 2016.

Il est inférieur à la moyenne de la région Hauts-de-France (17,1 %), mais supérieur à la moyenne nationale (14,1 %).



(Source : INSEE)



# III. Dessertes de la zone de chalandise

## I. SUR LE PLAN ROUTIER

(Source : Géoportail)

### Desserte actuelle

Au niveau et à proximité de la zone de chalandise, les axes structurants sont :


- L'A16 : Axe Paris - Belgique (via Dunkerque, Calais, Boulogne, Amiens et Beauvais) qui traverse la zone d'Est en Ouest
- La D601 : axe Gravelines - frontière belge qui dessert le projet et liaisonne Gravelines à Dunkerque
- La D940 : axe Gravelines - Marck qui irrigue les communes de l'Ouest du projet
- La N316 : axe A16 - Port de Dunkerque rejoignant la D601 au niveau de Loon-Plage
- La D300 : axe A16 - Saint Omer

D'autres axes secondaires (dont la D11, second axe permettant l'accès au projet) ou locaux maillent parfaitement la zone de chalandise et permettent un accès aisé au secteur du projet depuis l'ensemble des communes composant la zone de chalandise.

### Desserte future

L'accessibilité sera légèrement modifiée avec la création d'un giratoire sur la D11 permettant l'accès au site INTERMARCHE.



Site du projet 

# III. Dessertes de la zone de chalandise

## II. SUR LE PLAN DES TRANSPORTS COLLECTIFS

(Source : [www.dkbus.com](http://www.dkbus.com))

### Desserte actuelle

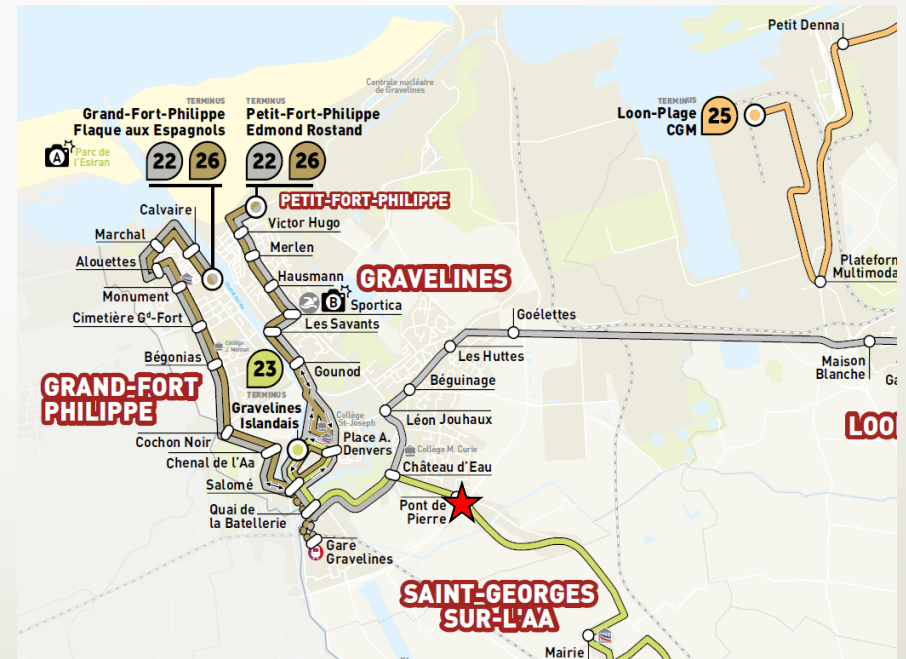
La zone de chalandise est principalement desservie par les lignes de bus du réseau DK'BUS, réseau de transport en commune de la Communauté urbaine de DUNKERQUE 100% gratuit.

Le site du projet est directement desservi par la ligne 23 du réseau avec l'arrêt « Pont de Pierre » localisé dans la rue du PONT DE PIERRE, à 150 mètres environ.

Quelques communes de la zone de chalandise (localisées dans le département du Nord) sont également desservies par le réseau ARC EN CIEL 1 avec la ligne 104 entre DUNKERQUE et SAINT OMER.

### Desserte future

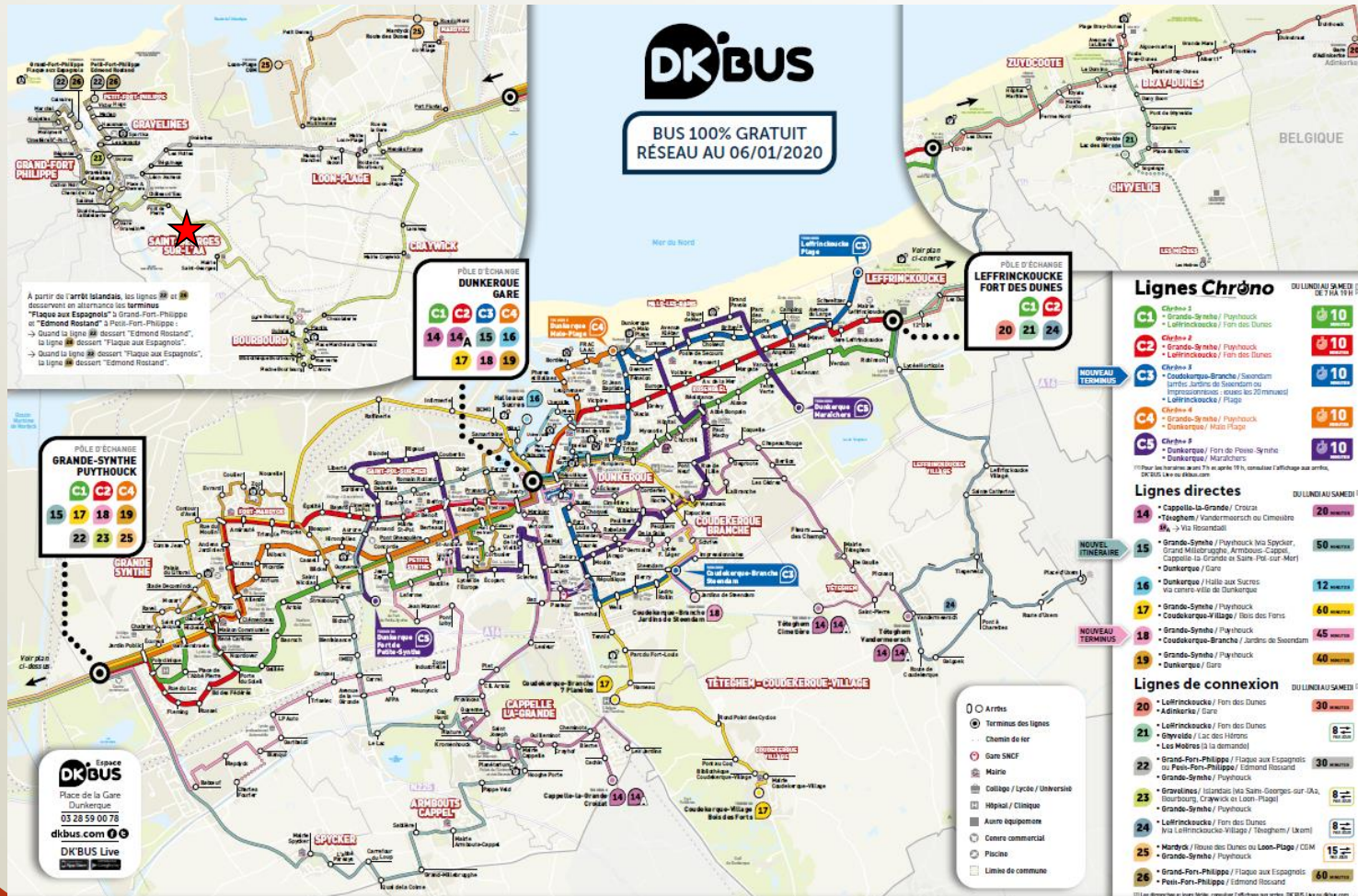
Cette situation n'est pas susceptible d'être modifiée à notre connaissance.



Site du projet 



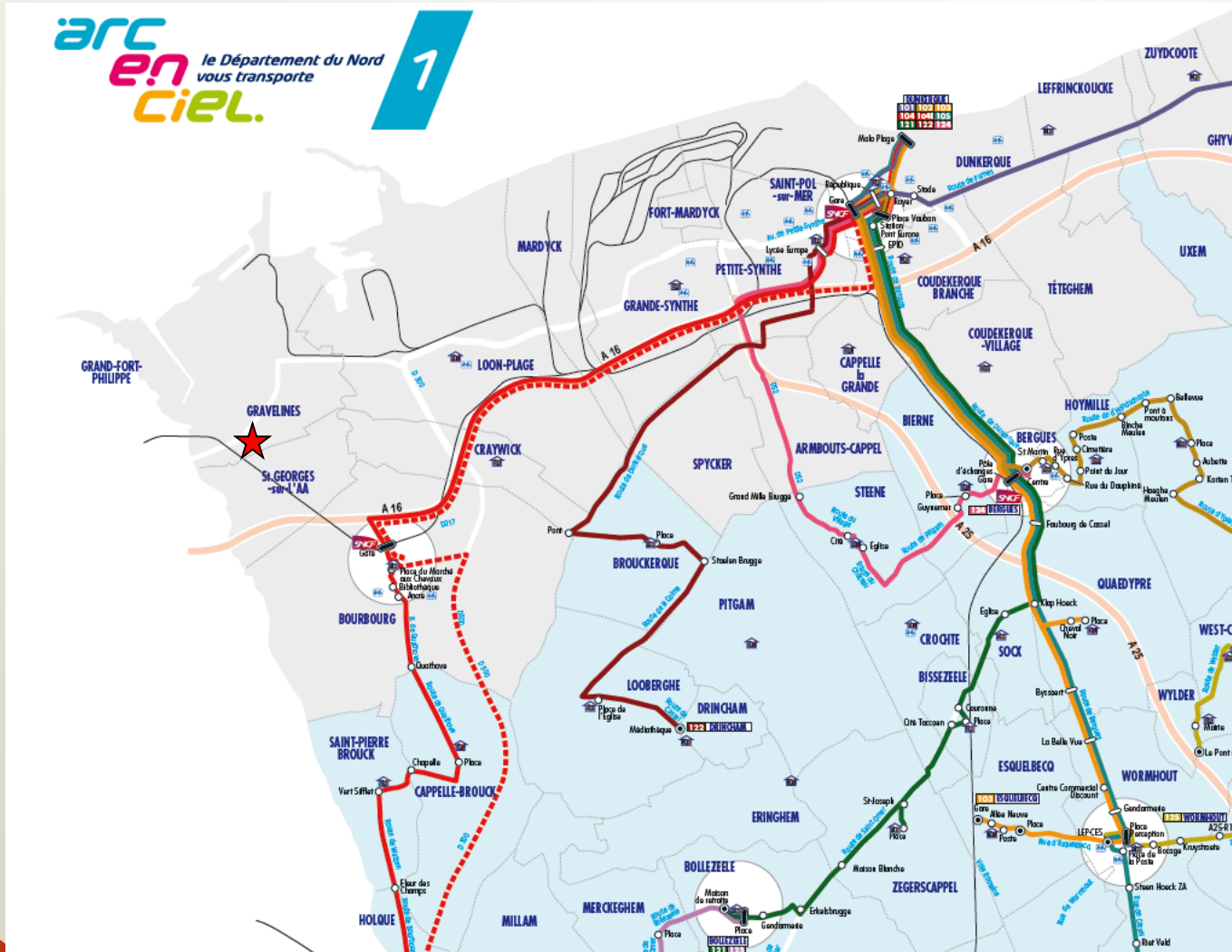
# III. Dessertes de la zone de chalandise



Plan du réseau DK'BUS

Site du projet

### III. Dessertes de la zone de chalandise



Extrait de plan du réseau  
ARC EN CIEL 1

Site du projet ★



# III. Dessertes de la zone de chalandise

## III. SUR LE PLAN PEDESTRE ET CYCLABLE

### Desserte actuelle

La zone de chalandise, et en particulier la commune de GRAVELINES, est bien desservie par un maillage de pistes et aménagements cyclables. En effet, la commune bénéficie d'un réseau important et structuré de pistes qui se prolongent au Nord vers GRAND FORT PHILIPPE et au Sud vers BOURBOURG. Au niveau piétonnier, l'ensemble des communes de la zone de chalandise bénéficie d'aménagements permettant de se déplacer de manière sécuritaire au sein du tissu urbanisé.

### Portail Internet de la commune de GRAVELINES :

*« Avec plus de 25 km de chemins de promenade, des pistes cyclables adaptées et de nombreux aménagements, Gravelines est une ville soucieuse des déplacements doux. La ville possède de nombreux équipements et des chemins adaptés pour les vélos, piétons, etc. Afin d'aller au-delà, une démarche d'aménagement des lieux publics a été lancée avec notamment l'installation de parkings à vélos.*

*La Ville travaille actuellement à un plan de déplacement sécurisé, qui desservira les grands axes de la ville.*

*Les quartiers seront équipés en fonction de leurs besoins, avec du matériel mobile, des matériaux différents, etc. La Mairie, les salles de sports, la Médiathèque et tous les lieux publics seront équipés dans les années à venir, afin de pouvoir utiliser son vélo au quotidien (faire ses courses, se rendre dans une association sportive, effectuer des démarches en mairie...).*

*Des travaux ont eu lieu afin de poursuivre les aménagements de la commune. C'est le cas notamment au Pont de Pierre (entre le château d'eau et la DREAL) avec la création d'une piste cyclable permettant de relier la future zone commerciale. Le giratoire situé au bout de cet axe (RD11 et RD601) a lui aussi été aménagé par le conseil Départemental. Le second bassin du Parc des Rives de l'Aa intègre lui aussi plusieurs kilomètres de pistes et chemins de promenade.*

*Aux Huttes (au niveau d'Intermarché), une liaison a également été effectuée vers la sortie de la ville et l'accès aux entreprises. En effet, les entreprises présentes sur la commune sont sensibilisées et s'intéressent à la question des déplacements doux pour leurs employés. Un travail est donc mené en partenariat avec les services municipaux, afin de sécuriser l'accès aux entreprises et encourager ces modes de locomotion.*

*Le nombre de personnes à vélo, à pied, trottinette, rollers... ne cesse d'augmenter, pour des balades, mais également pour des déplacements quotidiens ».*

### III. Dessertes de la zone de chalandise

Par ailleurs, de nombreux itinéraires cyclables sont présents au niveau de la zone de chalandise, comme le montrent les cartes ci-après (sources : carte « le Nord à Vélo » et carte des randonnées cyclables du Pas-de-Calais)

#### Desserte future

Cette situation sera améliorée dans le cadre du projet. Les aménagements piétonniers existants seront améliorés au niveau du giratoire de manière à connecter les quartiers d'habitations les plus proches au site du projet.

### III. Dessertes de la zone de chalandise



Extrait de la carte  
« Le Nord à Vélo »

Site du projet 

**Légende**

-  Circuits cyclotouristiques balisés par le département (inscrit au PDIPR : Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée) / Bewegwijzerde fietsroutes Toerisme Noord-Frankrijk
-  Commune de départ du circuit / Startplaats fietsroute
-  Autres circuits cyclotouristiques et points de départ / Andere bewegwijzerde fietsroutes en startpunt
-  Véloroute / Lange-afstand Fietsroute (LF1, Sambre, Avesnois)
-  Voie verte / Groene as
-  Chemin de halage cyclable / Belfietsbare jaagpaden
-  Connexion au réseau wallon (RAVEL : Réseau Autonome de Voies Lentes, adapté aux piétons, cavaliers et personnes à mobilité réduite / réseau de Wallonie-Picardie) / Verbinding (Ravel en Fietsnetwerk Wallonie-Picardie)
-  Connexion au réseau flamand / Verbinding met Vlaamse fietsnetwerken
-  Hôtel-Restaurants labellisés Logis vélo / Fietslogies
-  Relais éco-vélo / Relais Eco Vélo
-  Centre National de VTT / Mountainbike centrum
-  Base VTT / Mountainbiketerrein
-  Réseau ferré TER et gares / Regionale treinen en stations
-  Département du Nord / Departement Nord
-  Parc Naturel Régional / Regionaal Natuurgebied (Scarpe-Escaut, Avesnois)
-  Gare à proximité d'un itinéraire cyclo / Station in de buurt van een fietsroute
-  Point d'information touristique / Dienst voor Toerisme
-  Hébergement/cabane de randonneur / Trekkerhut voor fietsers



### III. Dessertes de la zone de chalandise



Extrait de la carte des randonnées cyclables du Pas-de-Calais

Site du projet ★

Itinéraires cyclables <i>Cycling itineraries / Fietsroutes</i>	Équipements <i>Facilities / Voorzieningen</i>	Points d'intérêt touristique <i>Places of interest / Toeristische bezienswaardigheden</i>
Eurovélo (et n°) <i>Eurovelo (and No.)</i>	Relais vélo <i>Bicycle repair and parking station</i>	OTSI : Offices de tourisme <i>Tourist Information Office</i>
Véloroute (et n°) <i>Cycle route (and No.)</i>	Location / réparation vélos <i>Bicycle rental/repair shop</i>	Sites classés UNESCO <i>Sites inscribed to UNESCO World Heritage</i>
Autre aménagement cyclable (piste, bande) <i>Other cycling facilities</i>	Ville étape validée par la Fédération Française de Cyclotourisme (BPF/BCN) <i>IFCT stopover town</i>	Beffrois classés UNESCO <i>Beffries inscribed to UNESCO World Heritage</i>
À l'étude, en construction <i>Under way, work in progress</i>	Gare SNCF / routière <i>Train/coach station</i>	Maisons des sites départementaux - point d'information <i>Mapans des sites départementaux - information point</i>
Boucle cyclotouristique (et n°) <i>Circular cycle roads (and No.)</i>	Aire de service camping-cars <i>Motorhome service area</i>	Parc Naturel Régional des Caps et Marais d'Opale <i>Regional Natuurgebied (PNR) van de Caps &amp; Marais d'Opale</i>
Liaison identifiée entre boudes <i>Connections between circular routes</i>		

## IV. Principaux pôles commerciaux au sein de la zone de chalandise

### Le centre-ville de GRAVELINES

Le centre-ville de GRAVELINES dispose de nombreux commerces et services dans tous les secteurs d'activités. Il se compose notamment de commerces de bouche traditionnels (boulangerie, boucherie, poissonnerie, etc.) et d'activités liées au tourisme (café, restaurant), et de services (banques, assurances, etc.) qui les complètent.

*Temps d'accès par rapport au site du projet : environ 2,5 km, 3 minutes en voiture*

### Le magasin INTERMARCHE de GRAVELINES

Localisé dans l'avenue Léon JOUHAUX, le magasin INTERMARCHE faisant l'objet de ce déplacement, dispose d'une surface de vente de 1 076 m<sup>2</sup>.

*Temps d'accès par rapport au site du projet : environ 2 km, 1 à 2 minutes en voiture*

### Le commerce de BOURBOURG

Localisée au Sud-Est du site du projet, la commune de BOURBOURG dispose de deux enseignes alimentaires principales :

- Le magasin INTERMARCHE, d'une surface de vente de 2 460 m<sup>2</sup>, complété par des enseignes non alimentaires (ZEEMAN, KANDY)
- Le magasin CARREFOUR MARKET, d'une surface de vente de 1 200 m<sup>2</sup>

Un magasin ALDI complète l'offre alimentaire locale.

*Temps d'accès par rapport au site du projet : 6 à 7 km, 6 à 8 minutes en voiture*

*(Source : base LSA Expert – repérage sur site – itinéraire Via Michelin)*

## IV. Principaux pôles commerciaux au sein de la zone de chalandise

### Le magasin SUPER U de GRAND FORT PHILIPPE

Localisé dans l'avenue PLEUVRET, en entrée de ville, le magasin SUPER U représente une véritable offre de proximité, disposant d'une surface de vente de 2 490 m<sup>2</sup>, de 200 places de parking et d'une station-service. On relève également dans son environnement un restaurant MC DONALD'S et LE KIOSQUE A PIZZAS.

*Temps d'accès par rapport au site du projet : 3,5 km, 4 minutes en voiture*

### La zone du Caillouti à LOON PLAGE

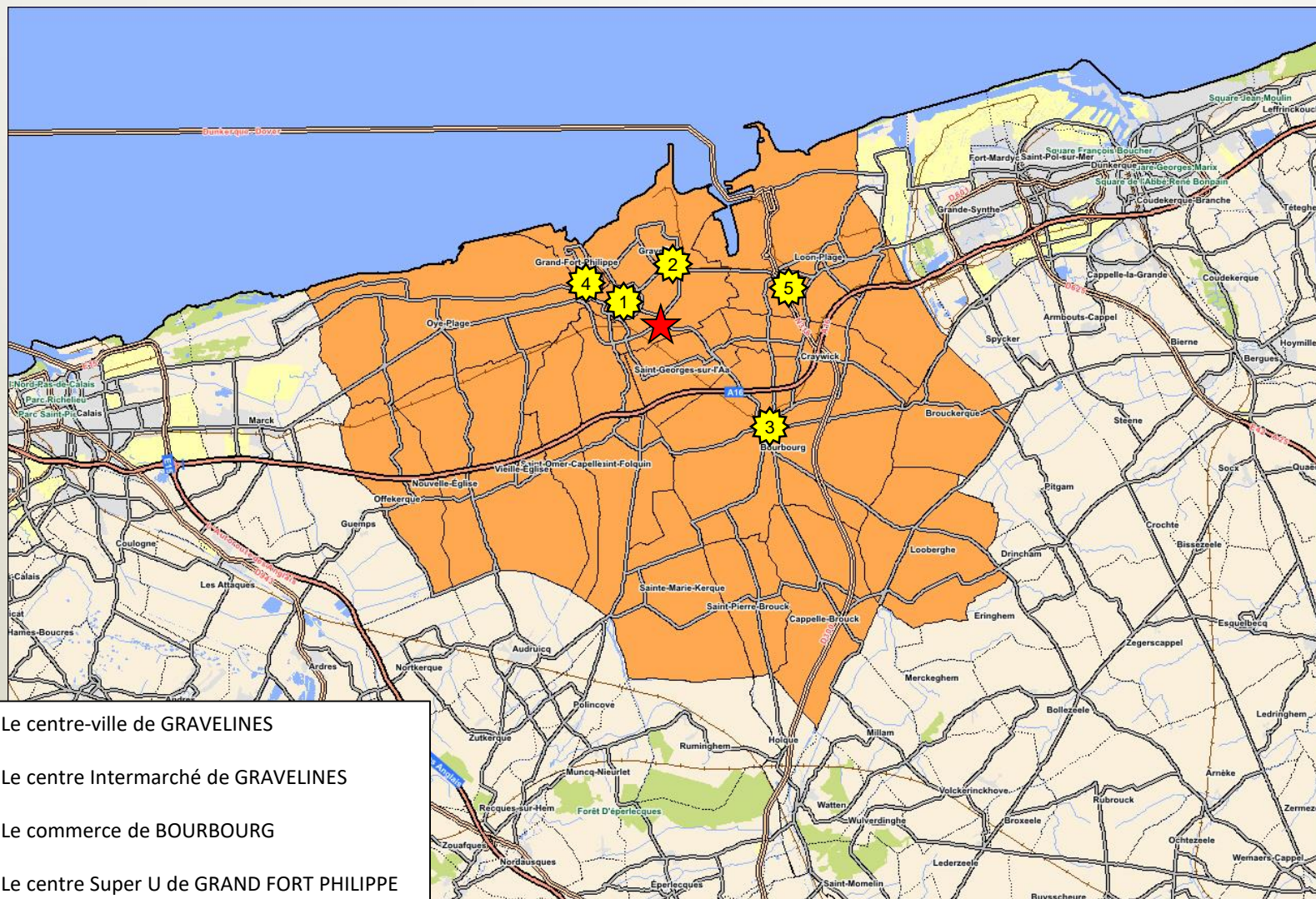
Localisé en entrée de ville, au giratoire de la D940, cette zone accueille un magasin CARREFOUR CONTACT et un LECLERC DRIVE, On relève également quelques activités commerciales et de services (Poivre Rouge, Destock Loon, Rocco Pièces, clinique vétérinaire, hôtels, etc.)

*Temps d'accès par rapport au site du projet : 5,4 km, 4 à 5 minutes en voiture*

*(Source : base LSA Expert – repérage sur site – itinéraire Via Michelin)*



## Carte des principaux pôles commerciaux au sein de la zone de chalandise



★ Site du projet

- 1 Le centre-ville de GRAVELINES
- 2 Le centre Intermarket de GRAVELINES
- 3 Le commerce de BOURBOURG
- 4 Le centre Super U de GRAND FORT PHILIPPE
- 5 La zone du Caillouti de LOON PLAGE

(Source : Mapinfo)

## IV. Principaux pôles commerciaux hors de la zone de chalandise

Les principaux pôles commerciaux en dehors de la zone de chalandise sont les suivants :

Pôle commercial	Localisation	Caractéristiques principales	Distance par rapport au site du projet
Le centre-ville de DUNKERQUE	Autour du boulevard Alexandre III, de la place Jean Bart 59 - DUNKERQUE	Le cœur de ville de DUNKERQUE dispose d'une attractivité et d'une densité importantes au sein de la communauté urbaine, grâce à ses nombreux commerces de tous secteurs et à ses nombreux cafés et restaurants.	19,6 km 20 min
SAINT POL	ZAC des Jardins Saint-Pol-sur-Mer 59 - DUNKERQUE	Surface GLA : 16 500 m <sup>2</sup> 26 boutiques - 1 200 places de parking Hypermarché : CARREFOUR (8 600 m <sup>2</sup> )	16 km 15 min
CENTRE MARINE	Rue des Fusiliers Marins 59 - DUNKERQUE	Surface GLA : 10 294 m <sup>2</sup> 22 boutiques - 258 places de parking Alimentaire : E.LECLERC (1 820 m <sup>2</sup> )	19,8 km 20 min
POLE MARINE	Rue des Fusiliers Marins 59 - DUNKERQUE	Surface GLA : 17 197 m <sup>2</sup> 9 boutiques - 998 places de parking	19,8 km 20 min
MERIDIEN	Boulevard de l'Europe Malo-les-Bains 59 - DUNKERQUE	Surface GLA : 7 100 m <sup>2</sup> 12 boutiques - 300 places de parking Alimentaire : MARKET (2 038 m <sup>2</sup> )	26,8 km 22 min
AUCHAN GRANDE SYNTHE	Route Nationale 40 59 - GRANDE SYNTHE	Surface GLA : 18 200 m <sup>2</sup> 33 boutiques - 2 328 places de parking Hypermarché : AUCHAN (14 846 m <sup>2</sup> )	14,3 km 10 min
CENTRE CORA	Rue Jacquard 59 - COUDEKERQUE BRANCHE	Surface de vente 8 510 m <sup>2</sup> 980 places de parking Enseignes principales : GEMO, AUBERT, CASA, LA HALLE O CHAUSSURES, etc.	20,7 km 15 min
CALAIS CŒUR DE VIE	Boulevard Jacquard 62 - CALAIS	Surface GLA : 15 000 m <sup>2</sup> 23 boutiques - 600 places de parking Alimentaire : CARREFOUR MARKET (2 450 m <sup>2</sup> )	26,2 km 20 min

(Sources : LSA Expert et Via Michelin)

## IV. Principaux pôles commerciaux hors de la zone de chalandise

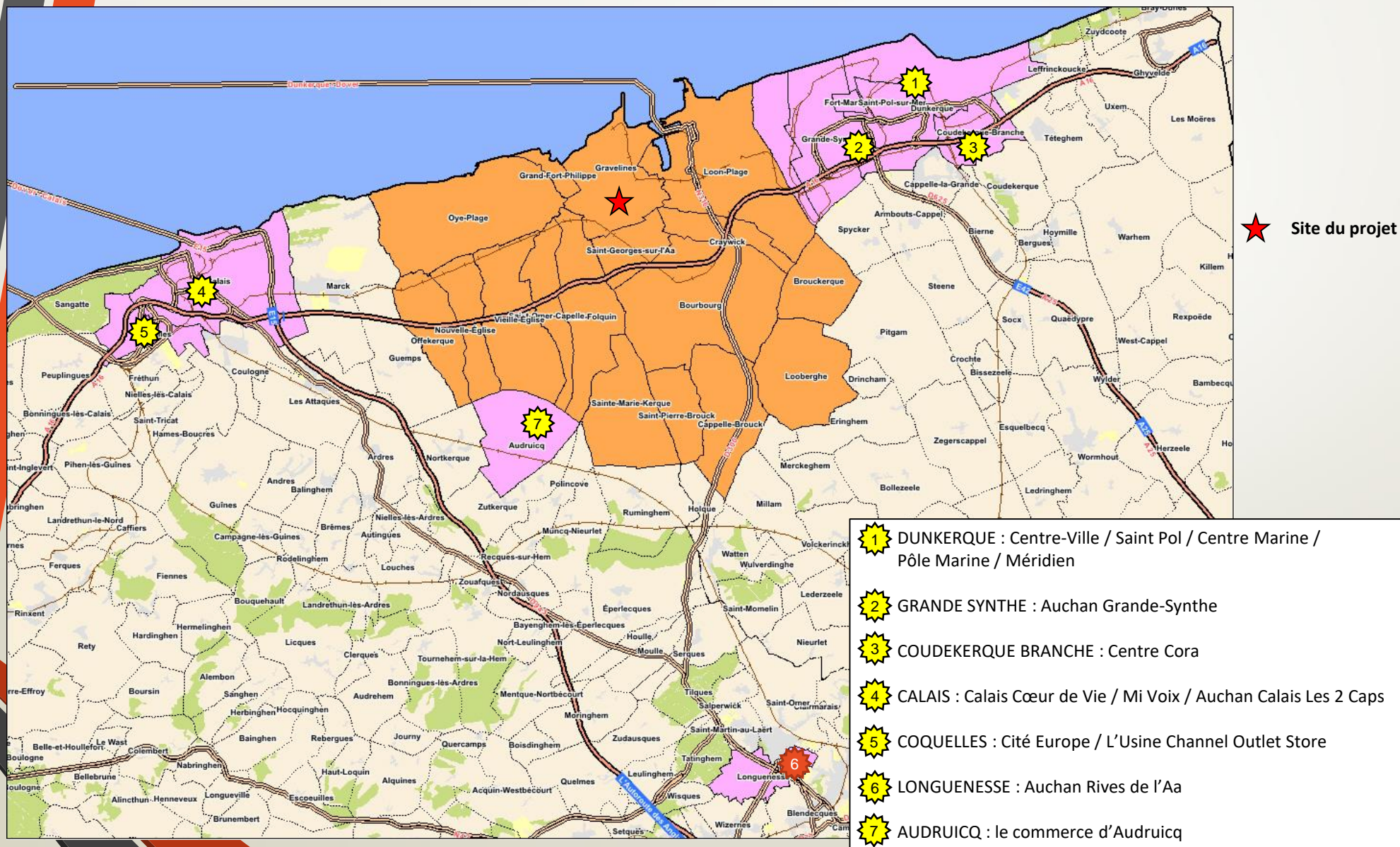
Les principaux pôles commerciaux en dehors de la zone de chalandise sont les suivants :

Pôle commercial	Localisation	Caractéristiques principales	Distance par rapport au site du projet
MI VOIX	Avenue Georges Guynemer 62 - CALAIS	Surface GLA : 19 745 m <sup>2</sup> 21 boutiques - 581 places de parking Hypermarché : CARREFOUR (7 100 m <sup>2</sup> )	24,4 km 19 min
AUCHAN CALAIS LES 2 CAPS	Avenue Rogers Salengro 62 - CALAIS	Surface GLA : 54 395 m <sup>2</sup> 27 boutiques - 2 810 places de parking Hypermarché : AUCHAN (14 000 m <sup>2</sup> )	28,6 km 21 min
CITE EUROPE	Boulevard du Kent 62 - COQUELLES	Surface GLA : 61 760 m <sup>2</sup> 125 boutiques - 4 250 places de parking Hypermarché : CARREFOUR (12 200 m <sup>2</sup> )	28,4 km 20 min
L'USINE CHANNEL OUTLET STORE	Boulevard du Parc 62 - COQUELLES	Surface GLA : 13 900 m <sup>2</sup> 40 boutiques - 1 000 places de parking	30,1 km 20 min
AUCHAN RIVES DE L'AA	ZAC des Frais Fonds 62 - LONGUENESSE	Surface GLA : 32 500 m <sup>2</sup> 81 boutiques - 1 800 places de parking Hypermarché : AUCHAN (16 487 m <sup>2</sup> )	35,3 km 33 min
Le commerce d'AUDRUICQ	Au Sud-Ouest du projet 62 - AUDRUICQ	Le commerce d'AUDRUICQ forme une petite polarité de proximité au Sud-Ouest de la zone de chalandise, On y trouve notamment les enseignes alimentaires CARREFOUR MARKET (2 181 m <sup>2</sup> ), ALDI (770 m <sup>2</sup> ) et LIDL (987 m <sup>2</sup> )	17,5 km 17 min

(Sources : LSA Expert et Via Michelin)



## Carte des principaux pôles commerciaux hors de la zone de chalandise



(Source : Mapinfo)

# SYNTHESE

SYNTHESE - INFORMATIONS RELATIVES A LA ZONE DE CHALANDISE	
Nombre de communes	17 communes
Population	48 811 habitants. Evolution de -0,05 % entre les deux derniers recensements authentifiés
Emploi/Chômage	Indice de concentration de l'emploi : 74 % - Forte attractivité de Gravelines (indice de 160 %) Taux de chômage : 14,7 %, inférieur à la moyenne régionale mais supérieur à la moyenne nationale
Desserte	Routière : A16 + nombreuses nationales et départementales : D601, D940, N316, D300 TC : réseau d'agglomération DK'BUS 100% gratuit + ARC EN CIEL 1 Modes doux : nombreux aménagements pour les piétons et les cycles dans l'environnement du projet et la zone de chalandise
Principaux pôles commerciaux de la zone de chalandise	GRAVELINES : centre-ville, Intermarché (objet de la demande) Le commerce de BOURBOURG, SUPER U Grand-Fort-Philippe, zone du Caillouti à Loon-Plage
Principaux pôles commerciaux hors de la zone de chalandise	Agglomérations de Dunkerque, Calais, Saint-Omer et Audruicq

Eléments favorables au projet

Eléments plutôt favorables au projet

Eléments plutôt défavorables au projet

Eléments défavorables au projet

Eléments neutres, sans incidence sur le projet



# INFORMATIONS RELATIVES AU PERIMETRE D'ANALYSE

- I. Délimitation de la zone d'étude
- II. Localisation des zones agricoles, forestières et naturelles
- III. Localisation des principaux équipements publics et des activités économiques
- IV. Localisation et natures des principales zones d'habitat
- V. Quartiers prioritaires et zones franches urbaines
- VI. Disponibilités foncières et friches
- VII. Principaux projets urbains

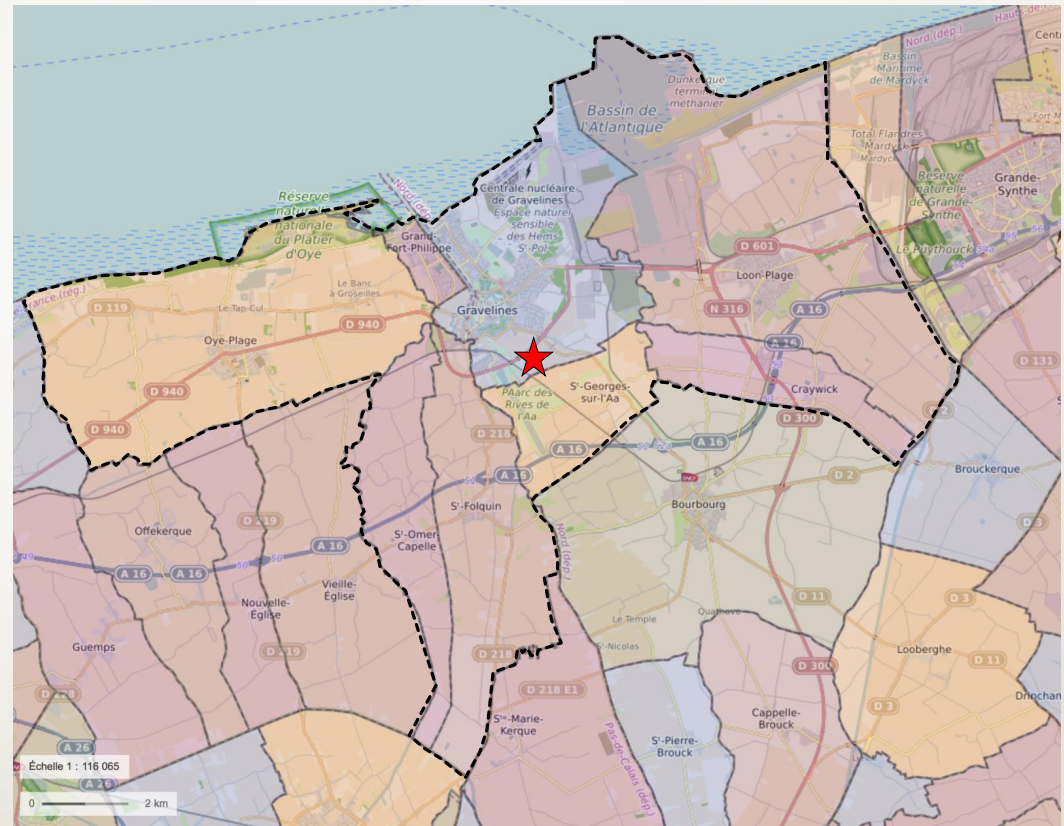


# I. Délimitation de la zone d'étude

La zone d'étude comprend « les communes limitrophes de la commune d'implantation incluses dans la zone de chalandise définie pour le projet », conformément au décret n°2019-331 du 17 avril 2019 relatif à la composition et au fonctionnement des commissions départementales d'aménagement commercial et aux demandes d'autorisation d'exploitation commerciale.

Dans le cadre de notre projet, ce périmètre correspond donc aux 8 communes suivantes :

- GRAVELINES
- GRAND-FORT-PHILIPPE
- OYE-PLAGE
- SAINT-OMER-CAPELLE
- SAINT-FOLQUIN
- SAINT-GEORGES-SUR-L'AA
- CRAYWICK
- LOON-PLAGE



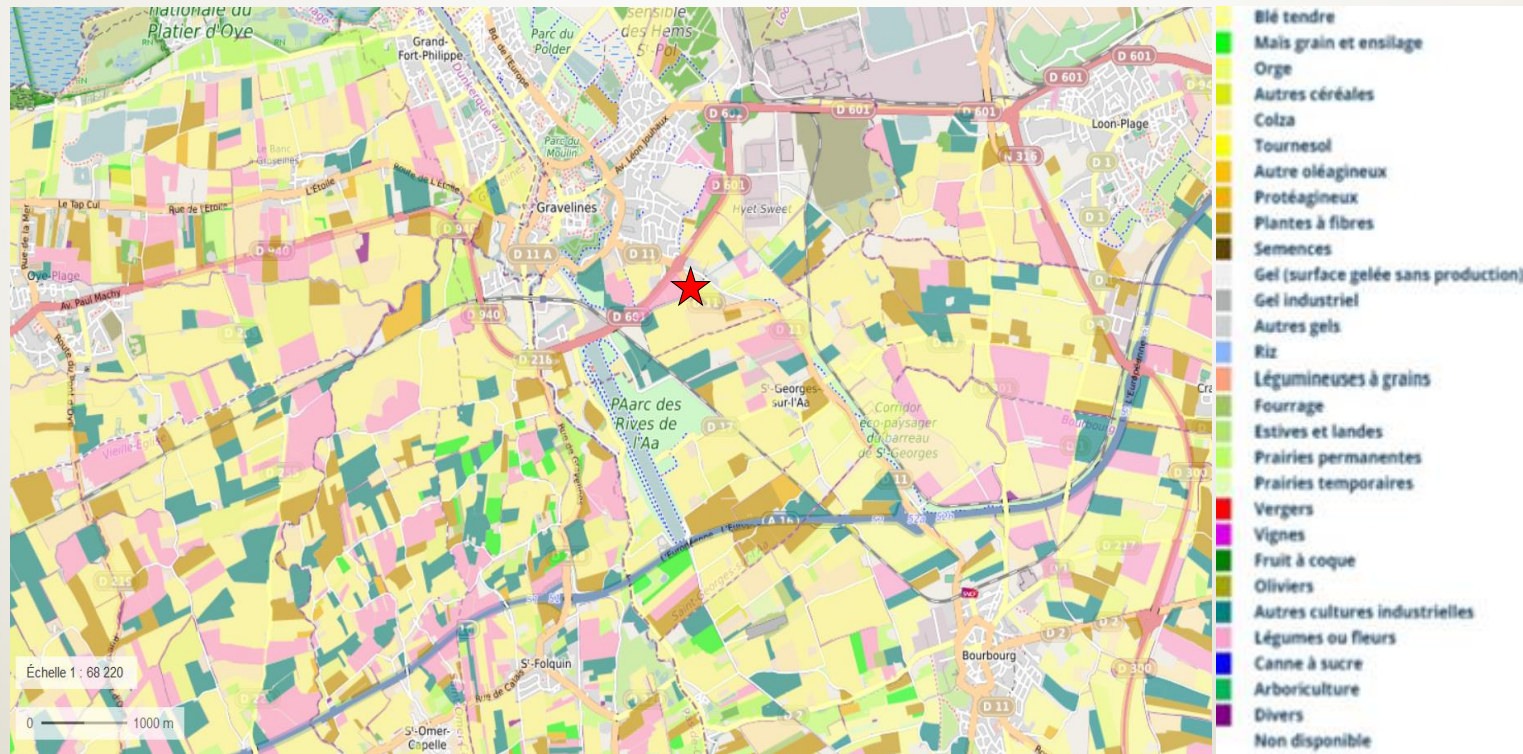
(Source : Géoportail)

★ Site du projet

## II. Localisation des zones agricoles, forestières et naturelles

### ✓ Les zones agricoles

Les zones agricoles se situent partout sur le territoire. Elles sont principalement constituées de culture de blé, d'orge et aussi de légumes et fleurs. On y trouve également de manière plus clairsemée d'autres cultures industrielles.



(Source : Géoportail)

★ Site du projet

### III. Localisation des principaux équipements publics et des activités économiques

#### ➤ Principaux équipements publics

(Sources : Géoportail, INSEE Base des équipements 2018 et portail internet communaux)

	Equipement sportif	Ecoles	Collège Lycée	Etablissement de santé	Equipement culturel	Equipement administratif	TOTAL
GRAVELINES	35	3	2	2	2	8	52
Gd FORT PHILIPPE	13	3	1	-	-	4	21
OYE PLAGE	13	2	1	-	-	2	18
St OMER CAPELLE	4	1	-	-	-	1	6
St FOLQUIN	2	2	-	-	-	1	5
St GEORGES SUR L'AA	3	1	-	-	-	2	6
CRAYWICK	7	1	-	-	-	1	9
LOON PLAGE	21	3	1	-	3	5	33
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>24</b>	<b>150</b>

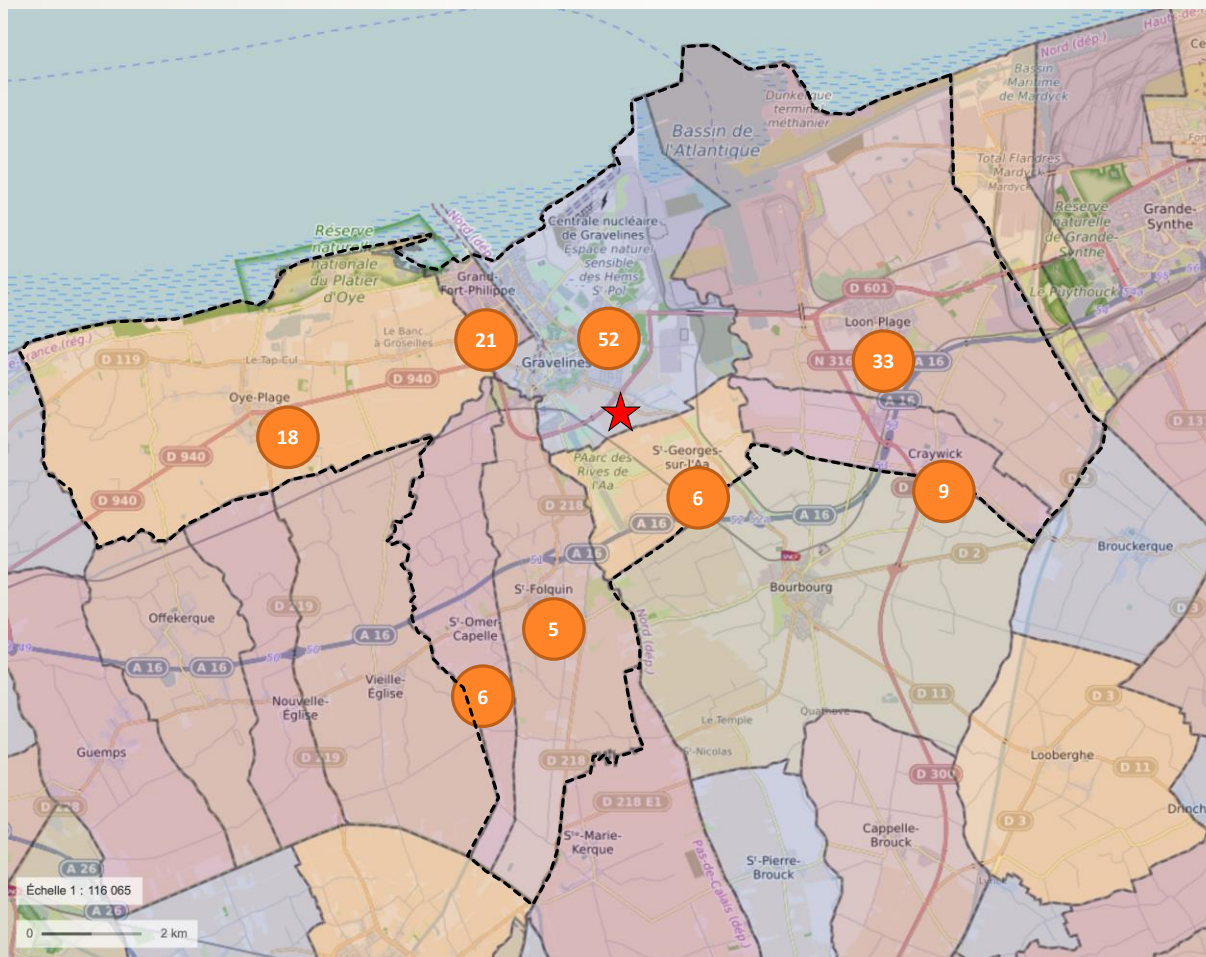
La répartition des équipements publics confirme la position de GRAVELINES comme principal pôle urbain du territoire, avec un total de 52 équipements

On trouve ensuite les communes de LOON PLAGE et de GRAND FORT.



### III. Localisation des principaux équipements publics et des activités économiques

Concentration des principaux équipements publics dans les communes du périmètre d'analyse:



(Source : Géoportail)

★ Site du projet

### III. Localisation des principaux équipements publics et des activités économiques

➔ **Principales zones d'activités économiques** (Sources : portail internet de l'Agglomération Gravelinoise)

	Communes	Nom ZAE	Activité
1	GRAVELINES	ZA DES HUTTES	Industrielle et portuaire
2	GRAVELINES	ZI CHARLES LEURETTE	Industrie
3	GRAVELINES	ZA DU GUNIDAL	Tertiaires et commerciales 5 ha
4	GRAVELINES	ZAE DE LA SEMEUSE	Industrie
5	GRAVELINES	ZA DU PARC DES RIVES DE L'AA	Touristique
6	CRAYWICK	ZA EUROFRET	industrie
7	LOON PLAGÉ	ZONE TERTIAIRE DE LOON PLAGÉ	Industrie

Les zones 1, 2 et 3 bénéficient du raccordement au chemin de fer, à des voies d'eau, et aux axes autoroutiers.  
Toutes les trois se situent à proximité de l'A16 et de la RN1.

### III. Localisation des principaux équipements publics et des activités économiques

Les zones d'activités de Gravelines  
 (source : panneau d'informations communal)





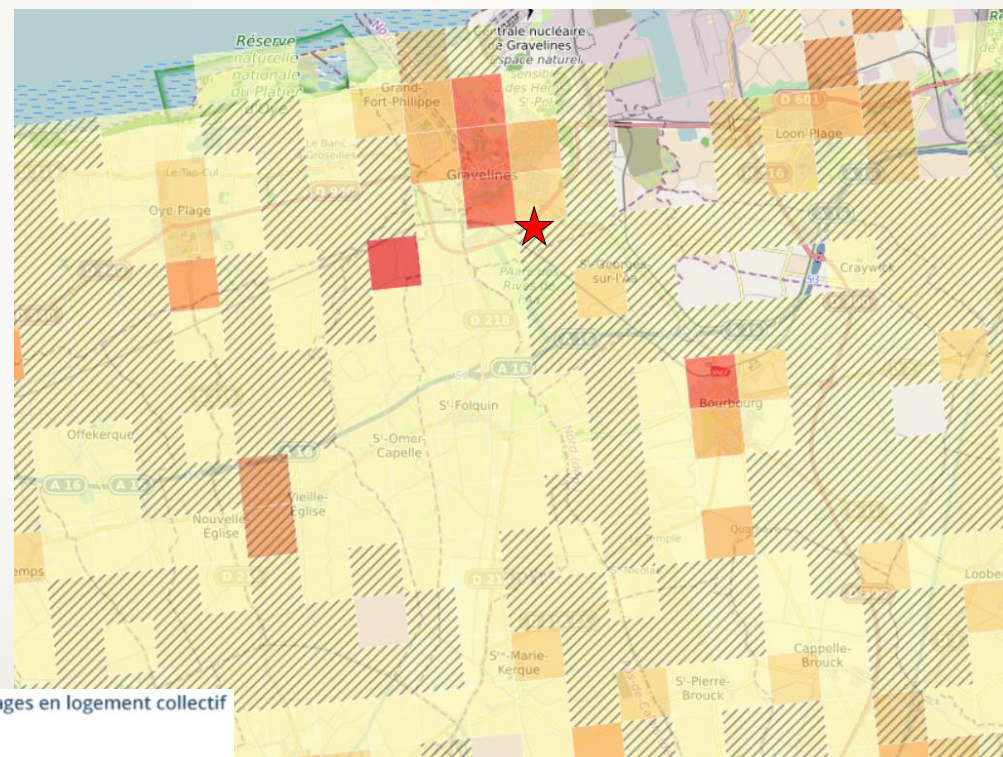


## IV. Localisation et nature des principales zones d'habitat

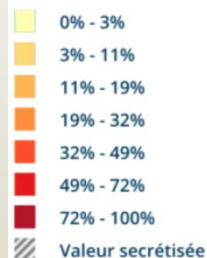
★ Site du projet

A l'échelle du périmètre d'analyse, l'habitat est majoritairement individuel, avec 77,42 % de maisons. Cette situation est semblable à celle de la région Nord Pas de Calais, qui propose 65,28 % de maisons.

Catégorie	Nombre		%	
	Périmètre étudié	Région Nord-Pas de Calais	Périmètre étudié	Région Nord Pas de Calais
Maisons	12 178	1 324 013	77,42	65,28
Appartements	2 096	519 852	13,32	25,63
Autres logements	1 455	184 040	9,25	9,07
Total	15 729	2 027 905	100	100



Part des ménages en logement collectif



Source: Géoportail, Ménages en logement collectif, INSEE FiloSoFi 2015

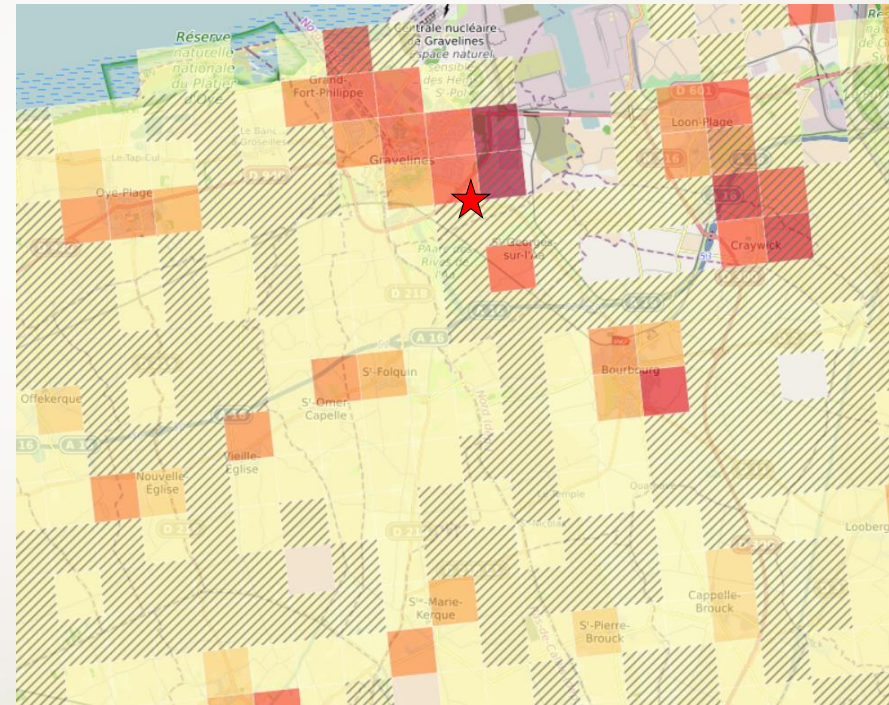
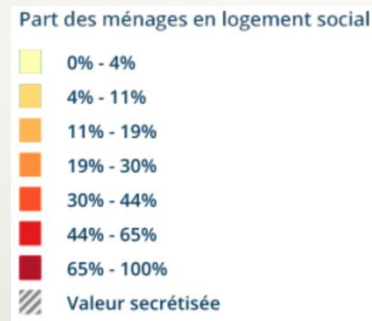


# IV. Localisation et nature des principales zones d'habitat

★ Site du projet

Concernant le logement social, celui-ci représente 19 % du statut d'occupation des résidences principales sur le territoire d'analyse, ce qui est plus élevé qu'à l'échelle de la région Nord Pas de Calais (15,33%). Dans les deux cas, cette donnée est en progression entre 2011 et 2016.

L'habitat social est très clairement concentré sur la commune de GRAVELINES;



Source: Géoportail, Ménages en logement social, INSEE FilosoFi 2015

	GRAVELINES	Gd FORT PHILIPPE	OYE PLAGE	St OMER CAPELLE	St FOLQUIN	St GEORGES SUR L'AA	CRAYWICK	LOON PLAGE	Région Nord Pas de Calais
Résidences principales	5266	2460	2263	405	980	133	239	2528	1 843 865
HLM	1638	595	273	32	35	8	74	694	333 916
% HLM	31,1	24,18	12,06	7,9	3,57	6,01	30,96	27,45	18,1

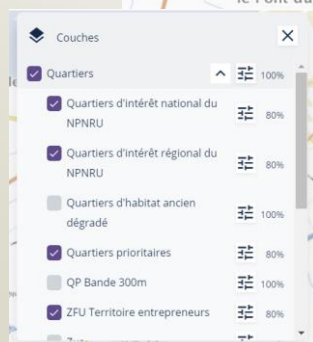
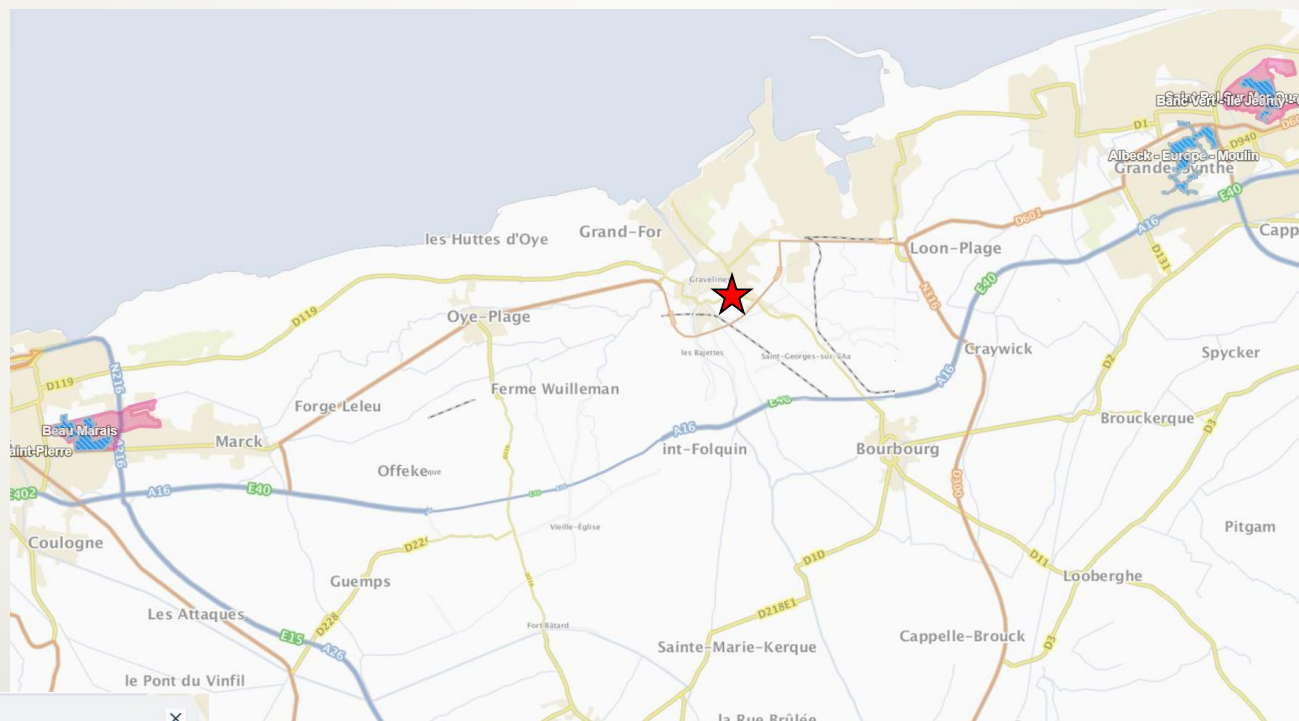


## V. Quartiers prioritaires et zones franches urbaines

★ Site du projet

Au sein de la commune d'implantation du projet et des communes limitrophes, on ne relève pas périmètre de quartier prioritaire de la politique de la Ville ou de zone franche urbaine, comme le montre cette carte :

Les périmètres les plus proches sont localisés dans les agglomérations de DUNKERQUE à l'Est et CALAIS à l'Ouest.



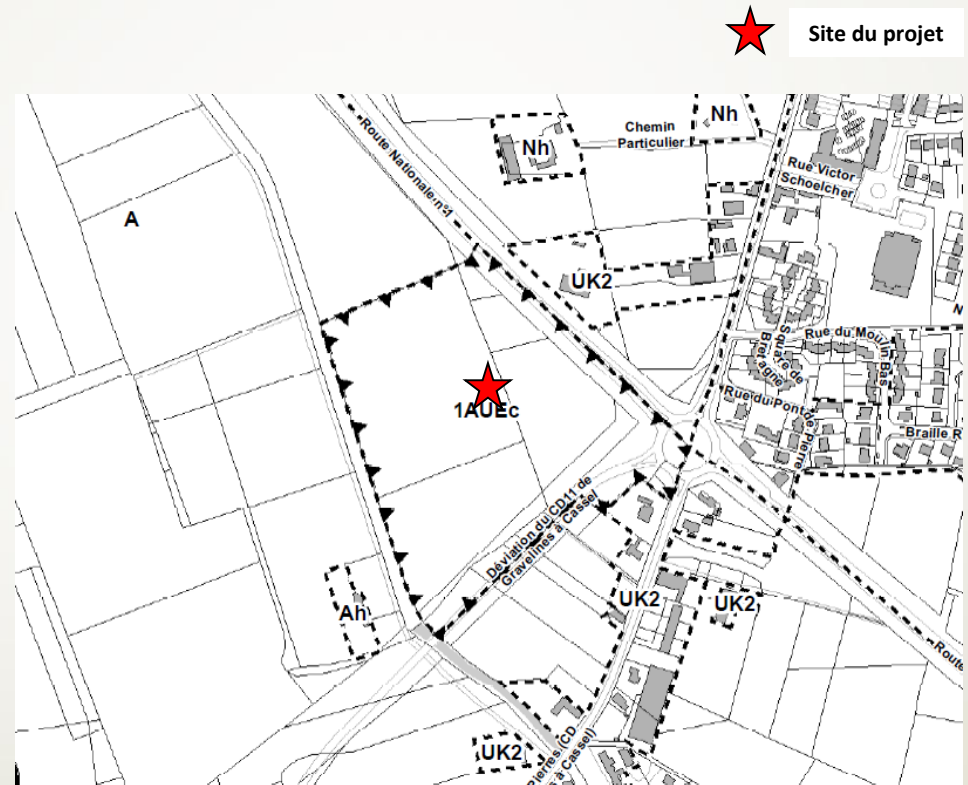
(Source : sig.ville.gouv.fr)

## VI. Disponibilités foncières et friches

Le site du projet **représente une disponibilité foncière** de la commune de GRAVELINES.

Le terrain est en effet classé en secteur 1AUEc du Plan local d'urbanisme Communautaire. La zone 1AUE correspond aux zones à urbaniser dédiées aux activités économiques, qui comprend le sous-secteur 1AUEc « à l'intérieur duquel les activités commerciales et d'hébergement hôtelier sont admises ».

Il s'agit par ailleurs d'un foncier réservé pour l'aménagement d'une surface commerciale par les documents d'urbanisme, en accord avec les orientations d'aménagement commercial définies par la commune de GRAVELINES.



(Source : PLU communautaire)

## VI. Disponibilités foncières et friches

Par ailleurs, il existe également quelques parcelles disponibles dans la ZA du Guindal, comme le montre le plan ci-contre, mais celles-ci ne sont pas adaptées pour accueillir le projet (source : gravelines-actioneco.fr).



LOT N°5 Zone du Guindal	LOT N°6 Zone du Guindal	LOT N°13 Zone du Guindal	LOT N°12 Zone du Guindal
Surface : 3159 m <sup>2</sup>	Surface : 2482 m <sup>2</sup>	Surface : 1956 m <sup>2</sup>	Surface : 2272 m <sup>2</sup>
assainissement	assainissement	assainissement	assainissement
adduction d'eau potable	adduction d'eau potable	adduction d'eau potable	adduction d'eau potable
électricité	électricité	électricité	électricité
téléphonie	téléphonie	téléphonie	téléphonie



## VI. Disponibilités foncières et friches

On relève également :

- La friche de l'ancien magasin Gamm Vert dans la zone du Caillouti à l'entrée de LOON PLAGE. Cette friche n'est cependant pas adaptée pour accueillir le projet INTERMARCHE pour plusieurs raisons :
  - Superficie trop restreinte pour accueillir l'ensemble du projet
  - Localisation en fond de zone commerciale
  - Délocalisation trop importante du magasin actuel
- La friche de l'ancien magasin BRICO POINT localisée derrière le SUPER U de GRAND FORT PHILIPPE. Cet emplacement n'est clairement pas adapté pour accueillir le projet INTERMARCHE.



## VI. Disponibilités foncières et friches

### Concernant le devenir du site INTERMARCHE actuel

Le devenir du site actuel du magasin INTERMARCHE de l'avenue Léon JOUHAUX a été étudié en concertation avec la mairie de GRAVELINES.

Le site fera l'objet d'un réaménagement pour accueillir une surface alimentaire, cela afin de conserver une offre alimentaire différenciée dans le quartier des Huttes.

Dans cet optique monsieur VERLINGUE, exploitant du magasin INTERMARCHE, se chargera de trouver un repreneur (cf. lettres d'intention ci-après), ou d'exploiter cette surface sous l'enseigne NETTO.

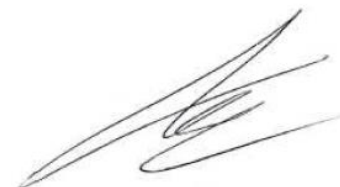
**SAS GAMAJO**  
17, rue de l'Eglise  
62 720 RINXENT

Je soussigné Monsieur Guillaume VERLINGUE, Président de la société SAS GAMAJO, Société par Actions Simplifiées, RCS de Boulogne sur Mer n° 814 930 178, dont le siège social est situé 17, rue de l'Eglise – 62 720 Rinxent, confirme que :

- Je m'engage, dans le cadre d'un Permis de construire valant AEC, concernant le transfert du magasin INTERMARCHE, à exploiter la surface de vente existante et laissée libre, située RN40 Le Bout des Huttes à GRAVELINES, sous l'enseigne NETTO, si les négociations de reprise par un autre acteur de la distribution n'aboutissent pas.

Cet engagement est valable à condition que la demande de Permis de Construire valant AEC soit enregistrée et que l'autorisation de construire et d'exploiter soit définitivement obtenue.

Fait le 29/06/2020 à Gravelines



# VI. Disponibilités foncières et friches

## Lettres d'intention des enseignes ALDI et LIDL

**IMMALDI**  
Rue Clément Ader  
Parc d'Activité de la Goële  
77230 DAMMARTIN EN GOELE

**Pour toute correspondance merci de vous adresser à**  
**ALDI MARCHÉ**  
Rue Louis Pasteur  
Z.I. de la Houssoye  
59280 BOIS GRENIER  
☎ : 03-20-17-59-03

Guillaume VERLINGUE  
SAS Laro  
40 route Nationale  
59820 Gravelines

Courrier Recommandé avec AR (n° 1A 157 062 3666 0)

Bois Grenier, le 30.10.2018

Monsieur VERLINGUE,

Vous nous avez consulté dans le cadre de la vente de l'immeuble sis le Bout du Colombier, 59820 Gravelines, comprenant les parcelles A/2777 et A/2788 pour environ 6440M<sup>2</sup>, actuellement à destination d'un commerce alimentaire Intermarché que vous souhaitez transférer. (Ci-après l'Immeuble).

Pour le compte de la société IMMALDI ET COMPAGNIE, actuelle structure porteuse de l'immobilier de notre enseigne, nous avons le plaisir de vous soumettre une offre indicative pour l'acquisition de l'Immeuble aux conditions suivantes.

Cette Offre indicative est élaborée sur la base des informations figurant dans le dossier de présentation fourni par vos soins.

Ces informations constituent des conditions essentielles et déterminantes dans l'élaboration de la présente Offre.

**Prix d'acquisition – modalités de paiement**  
Si la vente se réalise, le prix offert sera de [redacted] s (à destination soumise à TVA), payable comptant le jour de la signature de l'acte authentique.

**Frais**  
Les frais d'acte (incluant les droits de mutation, émoluments de notaires et tous frais liés à la vente) seront à la charge de l'acquéreur.

**Financement**  
Notre Offre d'acquiescer ne suppose aucun recours à un quelconque financement bancaire lequel n'est ou ne sera, en conséquence, ni une condition suspensive, ni une condition préalable à l'acquisition.



INTERMARCHÉ  
Monsieur VERLINGUE  
40 route nationale 1  
59820 BIERNE

La Chapelle d'Armentières,  
le 24 Juin 2019

Objet : Nos projets de développement

Monsieur Verlingue,

Dans le cadre de notre stratégie de développement, je recherche actuellement un emplacement sur la ville de Gravelines. C'est pourquoi je me permets de vous contacter afin de savoir si vous seriez prêt à me rencontrer pour envisager l'implantation de l'un de nos magasins, si jamais l'Intermarché actuel souhaitait partir.

Je souhaiterais pouvoir discuter avec vous de cette possibilité, vous présenter la société et la présente démarche.

Je vous invite à prendre contact avec moi au 07.72.72.05.08 ou par mail à l'adresse suivante : jeremie.nguyen@lidl.fr

Je me tiens à votre disposition pour toute demande d'information complémentaire et vous prie d'agréer, Monsieur Verlingue, mes sentiments les meilleurs.

  
Jérémie NGUYEN  
Responsable de Développement Immobilier

**Lidl SNC**  
Direction Régionale de La Chapelle d'Armentières - 38, rue de la gare - 59950 LA CHAPPELLE D'ARMENTIERES - Tél. 03 20 44 62 00 - Fax 03 20 44 62 49  
Centre des Services Administratifs et Logistique - 35 rue Charles Nègre - CS 30032 - 67039 Strasbourg Cedex 2 - Tél. 03 88 20 94 00 (adresse de facturation)  
SNC au capital de 309 000 000 € - RCS Strasbourg 343 163 623 - Code APE 7010 Z - N° TVA IN 343 262 823





## VII. Principaux projets urbains

On relève à ce titre, au moment où nous rédigeons cette étude (source : service urbanisme) :

- **GRAVELINES – Logements PETIT-FORT-PHILIPPE**

Un permis de construire a été délivré sur quatre sites :

- Rue Couteaux : 1 lot de 6 logements individuels construits et attribués
- Rue Pierre Brossolette : reconstruction d'un bâtiment collectif de 18 logements à venir
- Rue des Trois Fermes : 23 logements collectifs en construction
- Rue Victor Hugo : 12 logements collectifs en construction

- **GRAVELINES – rue PASCAL**

Un permis de construire a été délivré fin 2019 pour :

- 1-3-5 boulevard Pascal : démolition de 9 logements et reconstruction de 20 logements locatifs
- 37-39-41 rue des Poètes : démolition de 9 logements locatifs et reconstruction de 12 logements locatifs

- **GRAVELINES – quartier de la GARE**

Réalisation de 42 logements collectifs et 13 logements individuels par COTTAGE SOCIAL (logements attribués) pour la première phase.  
Phase 2 à venir.

# SYNTHESE

SYNTHESE - INFORMATIONS RELATIVES AU PERIMETRE D'ANALYSE	
Nombre de communes	8 communes
Population	32 124 habitants / -3,59 % entre 2007 et 2017
Localisation des principaux équipements publics	Gravelines
Localisation des principales zones d'habitat	Gravelines
Disponibilités foncières et friches	La réalisation du projet, qui comprend le déplacement avec extension du magasin INTERMARCHÉ déjà existant dans la commune, prend place sur une disponibilité foncière dédiée à l'installation d'activités commerciales par les documents d'urbanisme et les orientations d'aménagements communales. Engagement de réaménagement du site actuel afin de garder une offre alimentaire de proximité pour le quartier des Huttes + lettres d'intentions des enseignes ALDI et LIDL
Principaux projets urbains	Plusieurs programmes de logements prévus ou en cours à GRAVELINES

Éléments favorables au projet

Éléments plutôt favorables au projet

Éléments plutôt défavorables au projet

Éléments défavorables au projet

Éléments neutres, sans incidence sur le projet



# **INFORMATIONS RELATIVES AU COMMERCE AU SEIN DU PERIMETRE D'ANALYSE**

- I. Caractéristiques de l'activité commerciale
- II. Analyse de la vacance commerciale
- III. Dispositifs existants de dynamisation du centre-ville



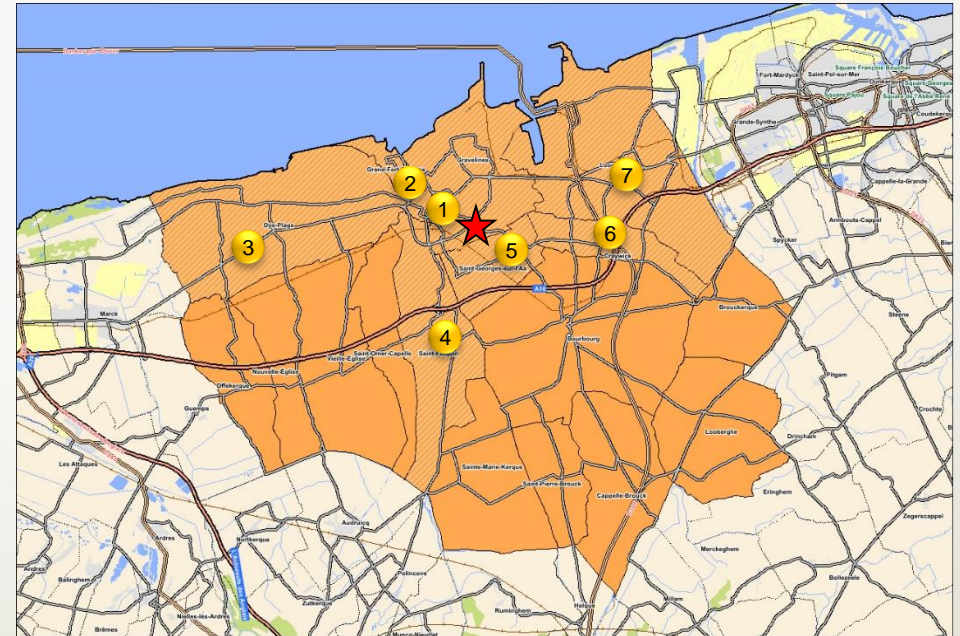
# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## A. RECENSEMENT DES COMMERCES DE CENTRE-VILLE

### 1. Localisation des centres villes du périmètre d'analyse

Vous trouverez ci-contre la localisation des centres-villes du périmètre d'étude

- 1 – GRAVELINES
- 2 – GRAND FORT PHILIPPE
- 3 – OYE-PLAGE
- 4 – SAINT-FOLQUIN
- 5 – SAINT-GEORGES-SUR-L'AA
- 6 – CRAYWICK
- 7 – LOON-PLAGE



(Source : Mapinfo)




★ Site du projet

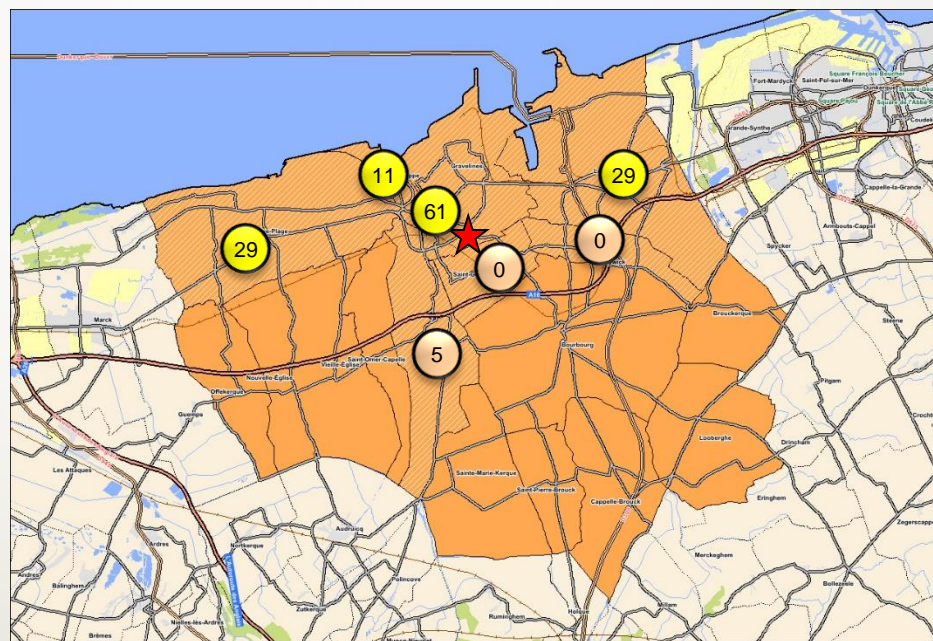
# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## 2. Caractéristiques générales

Nous avons recensé **135 cellules commerciales de centre-ville actives** au sein de notre périmètre d'étude :

*Nombre de commerces actifs par centre-ville*

-  Plus de 10 commerces de centre-ville
-  Entre 0 et 10 commerces de centre-ville<sup>1</sup>
-  Site du projet



(Source : Mapinfo)

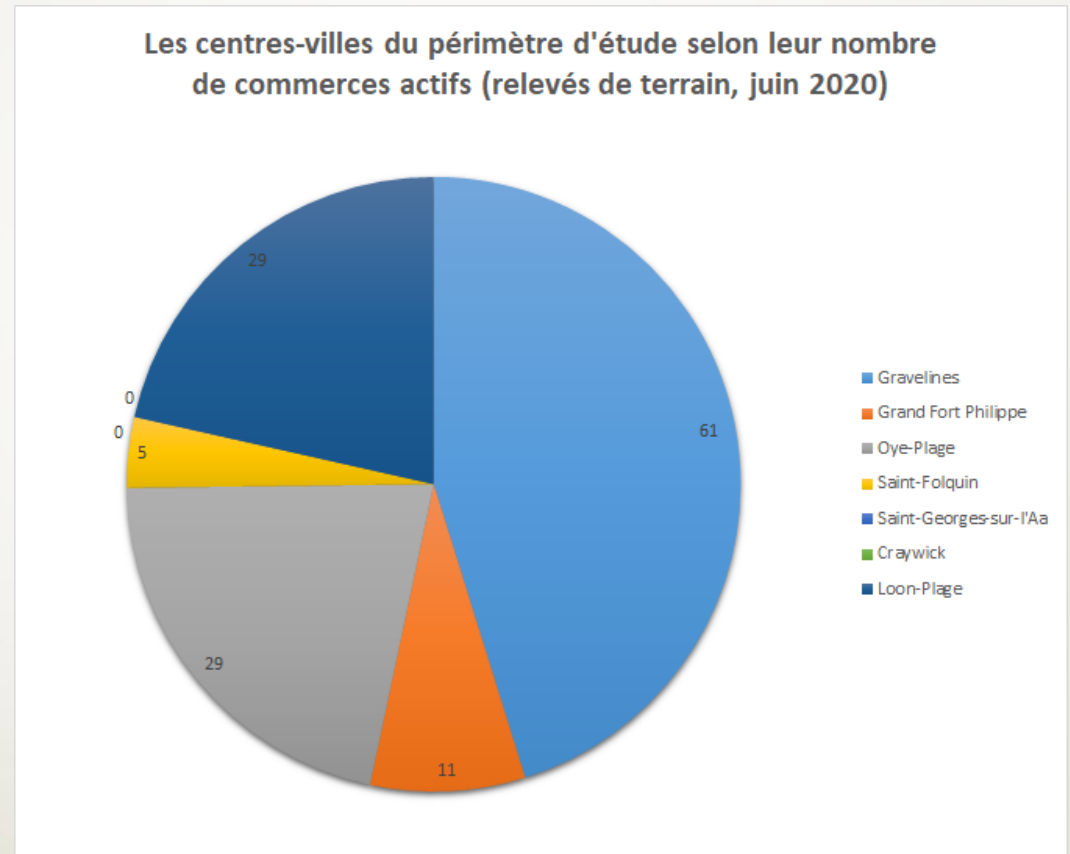
# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

Le centre-ville commerçant le plus important du périmètre d'étude est celui de **GRAVELINES**, avec 61 commerces actifs recensés.

On recense ensuite 29 commerces actifs à LOON-PLAGE et OYE-PLAGE, et 11 commerces actifs à GRAND FORT PHILIPPE.

La commune de SAINT FOLQUIN compte 5 commerces actifs.

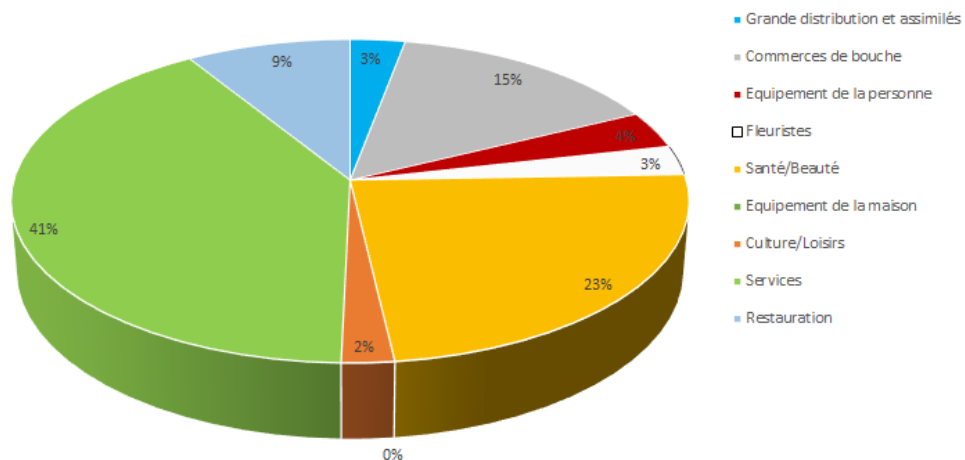
Les communes de CRAYWICK et SAINT-GEORGES-SUR-L'AA ne comptent aucun commerce.





# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

Répartition des commerces de centre-ville du périmètre d'analyse par secteurs d'activité commerciale (relevé de terrain, juin 2020)



Concernant les secteurs d'activité commerciale sur le périmètre d'analyse, **le secteur le plus largement représenté est celui des services** avec 55 établissements. On retrouve la santé beauté (32 établissements), les commerces de bouche (20 établissements), la restauration (12 établissements), l'équipement de la personne (5 établissements), les fleuristes (4 établissements), la grande distribution et assimilés (4 établissements) et le secteur culture-loisirs (3 établissements).

Le périmètre d'analyse présente donc une structure commerciale de centre-ville de proximité, avec notamment une présence relativement importante de commerces de bouche (15 %).

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

*Les commerces par commune et par secteurs d'activité commerciale*

	Gravelines	Grand Fort Philippe	Oye-Plage	Saint-Folquin	Saint-Georges-sur-l'Aa	Craywick	Loon-Plage	Total
Grande distribution et assimilés	1	0	2	1	0	0	0	4
Commerces de bouche	8	3	5	1	0	0	3	20
Equipement de la personne	3	1	0	0	0	0	1	5
Fleuristes	2	0	1	0	0	0	1	4
Santé/Beauté	10	4	8	2	0	0	8	32
Equipement de la maison	0	0	0	0	0	0	0	0
Culture/Loisirs	2	0	1	0	0	0	0	3
Services	29	3	11	1	0	0	11	55
Restauration	6	0	1	0	0	0	5	12
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>11</b>	<b>29</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>29</b>	<b>135</b>

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## GRAVELINES

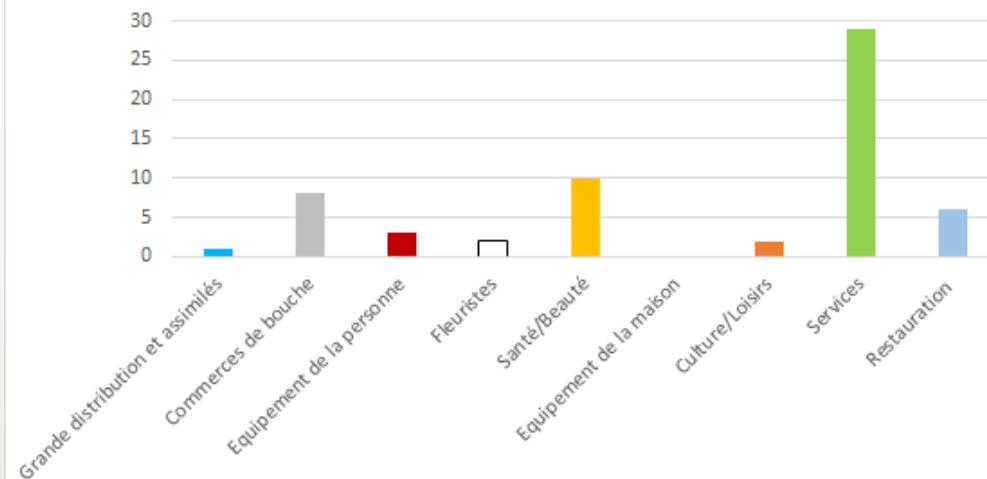
Le centre-ville de GRAVELINES est le plus important du périmètre d'étude avec 61 commerces.

Il est localisé au sein des remparts, dans un secteur comprenant la place de l'Hôtel de Ville (Place Albert Denvers), la place Charles Valentin, la rue de Calais, la rue de la République, la rue Léon Blum et la rue Pasteur principalement.

On y trouve des commerces de tous secteurs, hormis l'équipement de la maison, dominés par le secteur des services, la santé/beauté, les commerces de bouche et la restauration.

On relève également un petit supermarché SPAR.

Répartition des différents secteurs d'activité commerciale dans le centre-ville de Gravelines





# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## GRAVELINES



Centre-ville commerçant



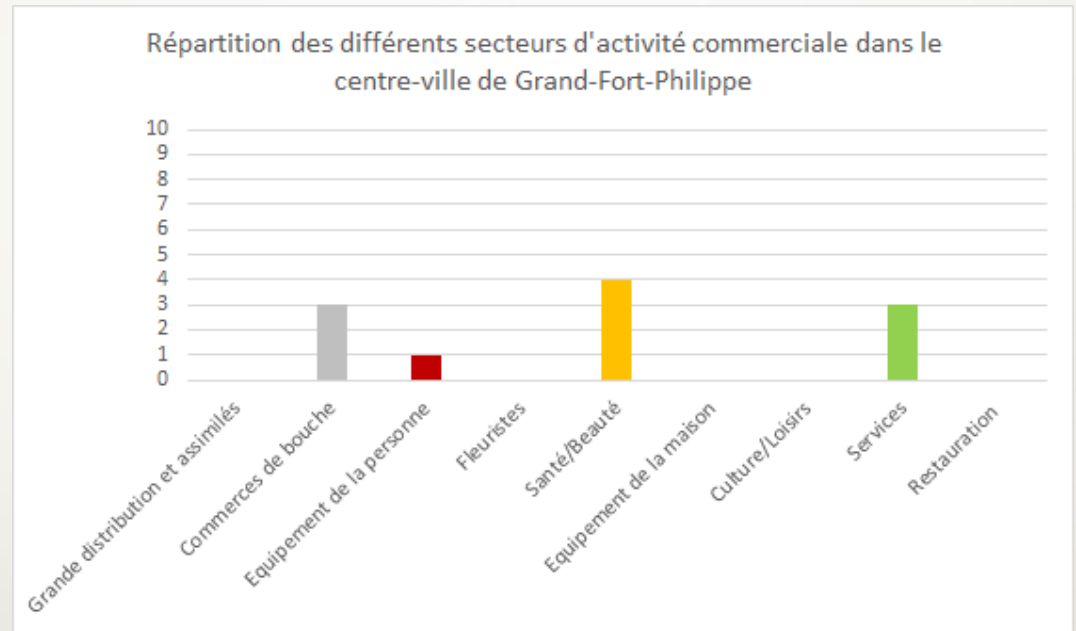
(Source : Géoportail)

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ↳ GRAND-FORT-PHILIPPE

Le centre-ville de GRAND-FORT-PHILIPPE compte 11 commerces actifs, notamment de santé/beauté et des commerces de bouche.

Il est organisé autour de l'hôtel de ville (Place Joseph Leprêtre) et de la rue Albert 1<sup>er</sup>.





# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ↳ GRAND FORT-PHILIPPE

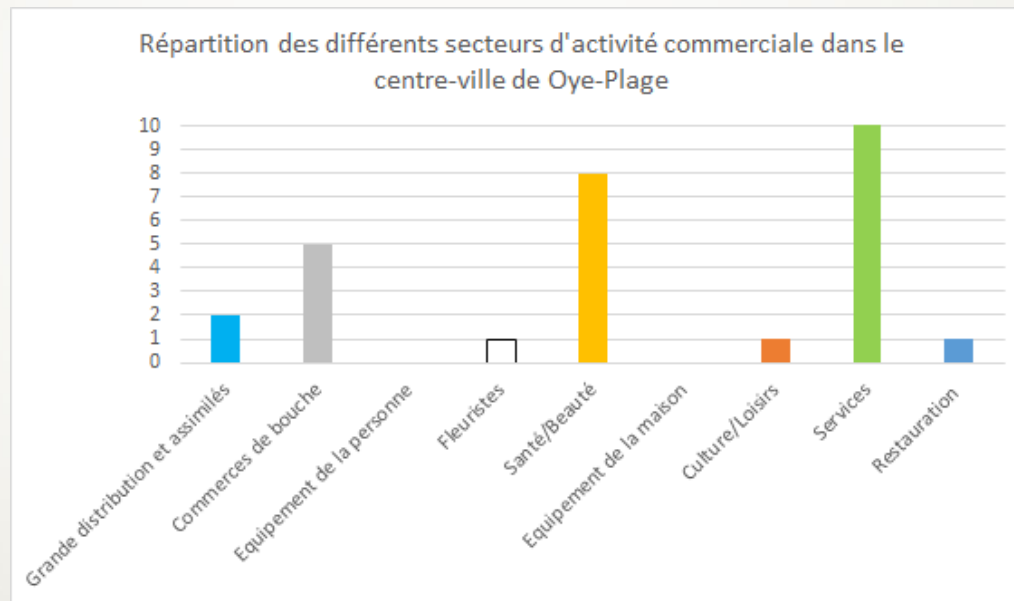


# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## 📍 OYE-PLAGE

La commune de OYE-PLAGE développe son centre-ville de part et d'autre de l'avenue Paul Machy, à hauteur de la Mairie.

On y trouve essentiellement des services, des commerces de santé/beauté et de bouche. A noter, la présence d'un petit supermarché CARREFOUR CONTACT et d'un supermarché LIDL, un peu plus éloigné.





# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

📍 OYE-PLAGE

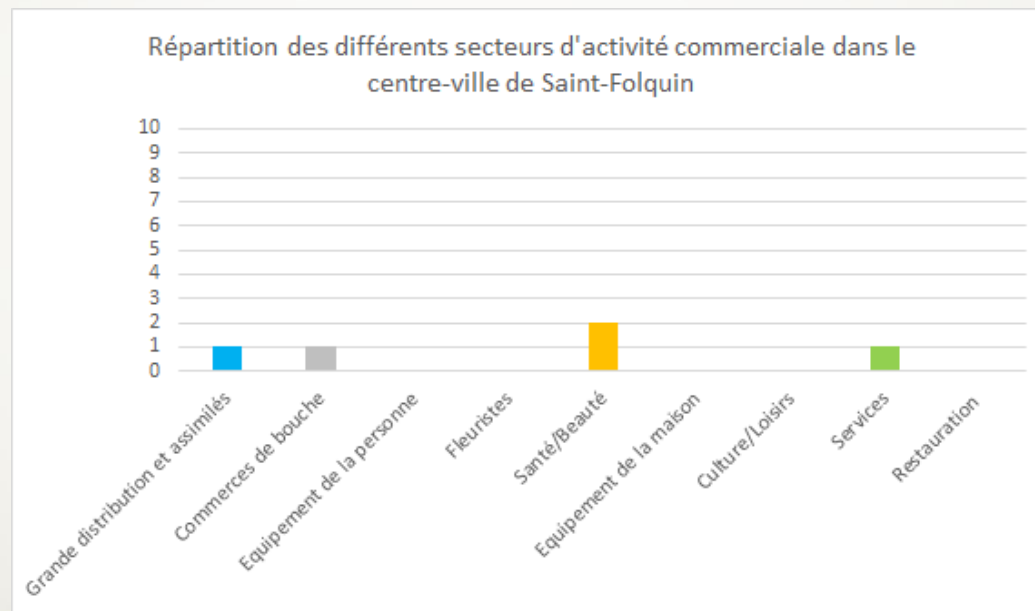


# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## SAINT-FOLQUIN

Le centre-ville commerçant de SAINT-FOLQUIN se développe le long de la rue de Calais et autour de l'hôtel de ville.

Il est dominé par la santé/beauté.





# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

↪ SAINT-FOLQUIN

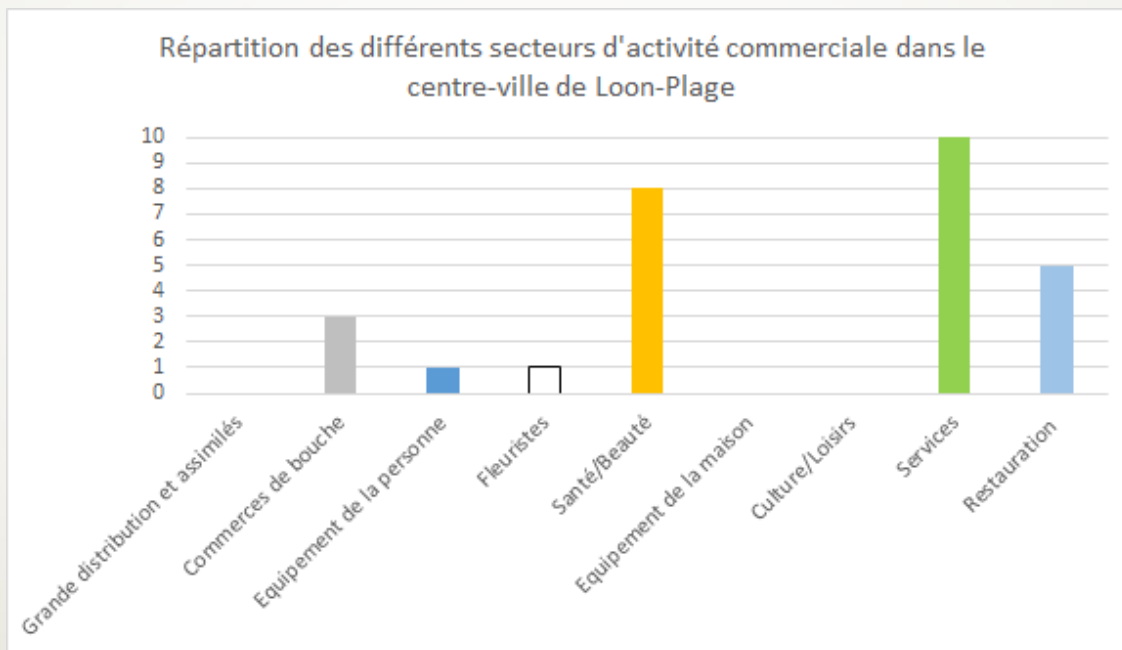


# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ↳ LOON-PLAGE

Le centre-ville de LOON-PLAGE compte 29 commerces actifs, répartis dans le secteur Hôtel de ville – Place de l'Eglise – Rue Georges Pompidou.

Comme sur l'ensemble du périmètre d'analyse, le secteur le plus représenté est celui des services (11 établissements), suivi par la santé/beauté (8 commerces), la restauration (5 établissements) et les commerces de bouche (3 commerces).





# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

↪ **LOON-PLAGE**



# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## 3. Commerces de centre-ville et secteurs d'activités du projet

Le projet recouvre ou pourrait recouvrir les secteurs d'activités commerciales suivants :

SECTEUR ALIMENTAIRE
1013B – Charcuterie
1071C et 1071D – Boulangerie et boulangerie-pâtisserie, pâtisserie
4711A – Commerce de détail de produits surgelés
4711B – Commerce d'alimentation générale
4711C – Supérettes
4711D – Supermarchés
4711E – Magasins multi-commerces
4711F – Hypermarchés
4719A – Grands magasins
4721Z – Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé
4722Z et 1013B – Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé, charcuterie
4723Z – Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé
4724Z – Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé
4725Z – Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé
4729Z – Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé

SECTEUR EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
4764Z – Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé
4771Z – Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé
4772A – Commerce de détail de la chaussure
4772B – Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage
4777Z – Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé
4778A – Commerce de détail d'optique
4779Z – Commerce de détail de biens d'occasion en magasin

SECTEUR EQUIPEMENT DE LA MAISON
4751Z – Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé
4752A – Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m <sup>2</sup> )
4752B – Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m <sup>2</sup> et plus)
4753Z – Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé
4754Z – Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé
4759A – Commerce de détail de meubles
4759B – Commerce de détail d'autres équipements du foyer
4776Z – Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## SECTEUR CULTURE-LOISIRS

4741Z – Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé

4742Z – Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé

4743Z – Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé

4761Z – Commerce de détail de livres en magasin

4762Z – Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé

4763Z – Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé

4765Z – Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé

## SECTEUR SANTE BEAUTE

4773Z – Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé

4774Z – Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé

4775Z – Commerce de détail de parfumerie et de produit de beauté en magasin spécialisé



# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

Au sein du périmètre d'étude (centres-villes), nous avons recensé plusieurs magasins dont les secteurs d'activité commerciale correspondent à ceux proposés par le projet :

**SECTEURS D'ACTIVITE COMMERCIALE COMMUNS ENTRE LES CENTRES-VILLES DU PERIMETRE ET LE PROJET** (source : relevé de terrain)

	Gravelines	Grand Fort Philippe	Oye-Plage	Saint-Folquin	Saint-Georges-sur-l'Aa	Craywick	Loon-Plage	Total
<b>1071C</b>	2	2	3	1	0	0	2	<b>10</b>
<b>4711D</b>	1	0	2	1	0	0	0	<b>4</b>
<b>4721Z</b>	1	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
<b>4722Z</b>	2	1	1	0	0	0	1	<b>5</b>
<b>4724Z</b>	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
<b>4725Z</b>	1	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
<b>4776Z</b>	2	0	1	0	0	0	1	<b>4</b>
<b>4771Z</b>	2	1	0	0	0	0	1	<b>4</b>
<b>4772A</b>	1	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
<b>4778A</b>	4	0	1	0	0	0	1	<b>6</b>
<b>4743Z</b>	1	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
<b>4762Z</b>	1	0	1	0	0	0	0	<b>2</b>
<b>4773Z</b>	1	1	2	1	0	0	2	<b>6</b>
<b>4774Z</b>	0	0	1	0	0	0	0	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>49</b>

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ➤ Taux de similitude – secteur alimentaire

Sur le total des commerces de centre-ville, les commerces du secteur « alimentaire » impactés par le projet représentent 17,0 %.

Les communes qui possèdent les plus forts taux de similitude avec les activités du projet sont SAINT FOLQUIN et GRAND FORT PHILIPPE, avec respectivement 40,0 % et 23,7 % de commerces appartenant aux mêmes secteurs d'activité commerciale.

Néanmoins, ces pourcentages élevés sont à nuancer car le projet consiste en un déplacement avec extension du magasin INTERMARCHE existant depuis de nombreuses années sur la commune de GRAVELINES, ce qui ne constituera pas une concurrence nouvelle pour les commerces du périmètre.

	Gravelines	Grand-Fort-Philippe	Oye-Plage	Saint-Folquin	Saint-Georges-sur-l'Aa	Craywick	Loon-Plage	Total
Nombre total de commerces alimentaires	9	3	6	2	0	0	3	23
Nombre total de commerces en centre-ville	61	11	29	5	0	0	29	135
Taux de similitude (%)	14,8 %	27,3 %	20,7 %	40,0 %	0,0 %	0,0 %	10,3 %	17,0 %

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ➤ Taux de similitude – secteur équipement de la personne

Sur le total des commerces de centre-ville, les commerces du secteur « équipement de la personne » impactés par le projet représentent 8,1 %.

Les communes qui pourraient être impactées par les activités du projet sont GRAVELINES et GRAND FORT PHILIPPE avec respectivement 11,5 % et 9,1 % de commerces appartenant à ce secteur.

Il apparaît cependant que l'implantation éventuelle d'une activité d'équipement de la personne dans l'une des trois cellules commerciales du projet INTERMARCHÉ permettrait d'offrir aux habitants une offre plus riche et diversifiée qu'actuellement dans ce domaine et ainsi maintenir la richesse vive sur le territoire.

	Gravelines	Grand-Fort-Philippe	Oye-Plage	Saint-Folquin	Saint-Georges-sur-l'Aa	Craywick	Loon-Plage	Total
Nombre total de commerces équipement de la personne	7	1	1	0	0	0	2	11
Nombre total de commerces en centre-ville	61	11	29	5	0	0	29	135
Taux de similitude (%)	11,5 %	9,1 %	3,4 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	6,9 %	8,1 %



# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ➤ Taux de similitude – secteur équipement de la maison

Sur le total des commerces de centre-ville, les commerces d'équipement de la maison impactés par le projet représentent 3,0 %.

Les seuls commerces recensés dans ce secteur d'activité sont les quatre fleuristes traditionnels, qui appartiennent tous au code APE « 4776Z – Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé ».

Ainsi, la jardinerie prévue dans le cadre du projet INTERMARCHE **ne semble pas de nature à concurrencer ces fleuristes de cœur de ville**, car ces deux activités sont complémentaires et offrent des prestations différentes à la clientèle (par exemple, les jardineries ne vendent pas de fleurs coupées, et les fleuristes de cœur de ville ne vendent pas d'outillage pour l'entretien du jardin).

Hormis ces trois commerces, le secteur équipement de la maison **n'est pas représenté au sein des centres-villes du périmètres d'étude**, l'installation d'activités de ce secteur dans les cellules commerciales du projet INTERMARCHE **serait donc sans impact** sur le commerce des cœurs de ville des communes limitrophes.

	Gravelines	Grand-Fort-Philippe	Oye-Plage	Saint-Folquin	Saint-Georges-sur-l'Aa	Craywick	Loon-Plage	Total
Nombre total de commerces équipement de la maison	2	0	1	0	0	0	1	4
Nombre total de commerces en centre-ville	61	11	29	5	0	0	29	135
Taux de similitude (%)	3,3 %	0,0 %	3,4 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	3,4 %	3,0 %

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ➤ Taux de similitude – secteur culture et loisirs

Sur le total des commerces de centre-ville, les commerces culture et loisirs impactés par le projet représentent 2,2 %.

Les seules communes qui possèdent un taux de similitude avec les activités du projet sont OYE PLAGE et GRAVELINES, avec respectivement 3,4 % et 3,3 % de commerces appartenant à ce secteur. Les autres communes ne comportent pas de commerce dans ce secteur d'activités,

Le secteur culture-loisirs est peu développé dans les centres-villes concernés, les activités de ce secteur qui pourraient s'installer dans les cellules commerciales du projet n'auraient donc qu'un impact marginal sur les commerces existants.

	Gravelines	Grand-Fort-Philippe	Oye-Plage	Saint-Folquin	Saint-Georges-sur-l'Aa	Craywick	Loon-Plage	Total
Nombre total de commerces culture-loisirs	2	0	1	0	0	0	0	3
Nombre total de commerces en centre-ville	61	11	29	5	0	0	29	135
Taux de similitude (%)	3,3 %	0,0 %	3,4 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	2,2 %

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## ➤ Taux de similitude – secteur services

Sur le total des commerces de centre-ville, les commerces de services impactés par le projet représentent 5,9 %.

Il s'agit de pharmacies et de commerces de matériel médical.

Les communes qui possèdent les plus forts taux de similitude avec les activités du projet sont SAINT FOLQUIN et OYE PLAGE, avec respectivement 20,0 % et 10,3 % de commerces appartenant aux mêmes secteurs d'activité.

Le taux de similitude doit cependant être nuancé, car les cellules commerciales du projet INTERMARCHE ont une taille unitaire supérieure à 600 m<sup>2</sup>, qui est peu adaptée à l'installation d'une activité de pharmacie.

L'installation potentielle d'une activité de services dans l'une des trois cellules commerciales du projet serait de nature à diversifier l'offre au bénéfice des commerces déjà présents, renforçant ainsi l'attractivité du territoire.

	Gravelines	Grand-Fort-Philippe	Oye-Plage	Saint-Folquin	Saint-Georges-sur-l'Aa	Craywick	Loon-Plage	Total
Nombre total de commerces services	1	1	3	1	0	0	2	8
Nombre total de commerces en centre-ville	61	11	29	5	0	0	29	135
Taux de similitude (%)	1,6 %	9,1 %	10,3 %	20,0 %	0,0 %	0,0 %	6,9 %	5,9 %

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

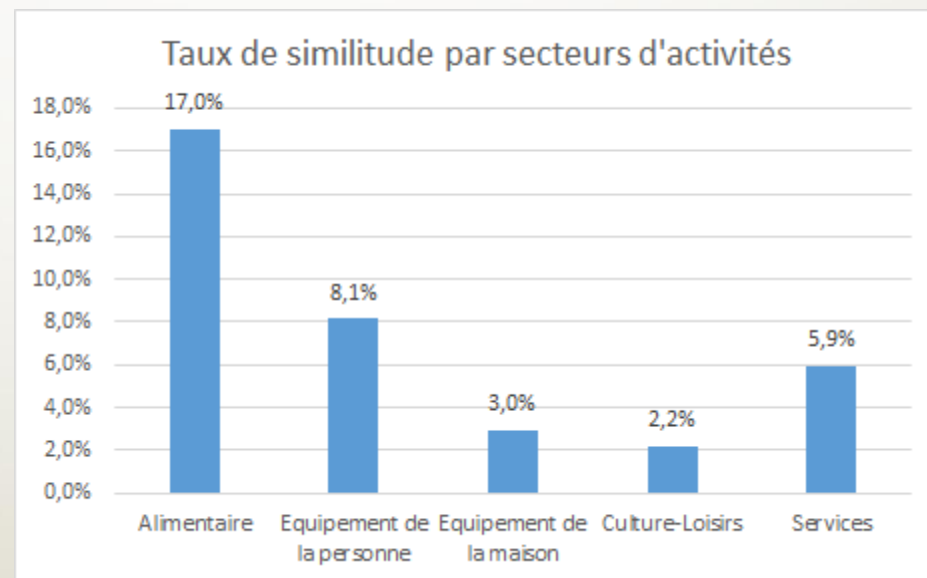
Comme indiqué précédemment, le projet concerne ou pourra concerner les grands secteurs d'activité suivants :

- Le secteur alimentaire, avec le déplacement avec extension du magasin INTERMARCHE déjà existant depuis de nombreuses années dans la commune de GRAVELINES
- Le secteur de l'équipement de la maison avec la jardinerie prévue dans le cadre du projet
- Les secteurs de l'équipement de la personne, de l'équipement de la maison, de la culture et du loisir ainsi que le secteur des services pourront être représentés, les trois cellules complémentaires au magasin INTERMARCHE n'étant pas encore commercialisées.

Sur cette base, des taux de similitude ont été calculés par rapport au total des commerces de centre-ville et varient entre 2,2 % et 17 %.

**C'est le secteur alimentaire qui détient le plus fort taux de similitude (17 %). Ce taux est cependant à nuancer car le projet porte le déplacement avec extension d'un magasin alimentaire existant, afin d'offrir à la population un magasin moderne et mieux adapté pour le confort de la clientèle et des salariés. Il ne s'agit donc pas d'une concurrence nouvelle pour les activités présentes dans les centres-villes des communes limitrophes.**

Pour les autres grands secteurs, les taux de similitude sont inférieurs à 10 %, il semble donc que l'implantation de la jardinerie et des trois cellules commerciales permettra d'enrichir l'offre proposée aux habitants et de maintenir la richesse vive sur le territoire, en évitant à la population d'aller rechercher ce dont elle a besoin dans des pôles commerciaux plus puissants (DUNKERQUE et CALAIS notamment).





# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## B. MARCHES ET HALLES

L'une des caractéristiques commerciales propres aux centres-villes est la présence de commerces itinérants et/ou temporaires sous formes de marchés et de halles.

Six marchés se tiennent sur l'ensemble du périmètre d'étude, dont 3 sur la commune de GRAVELINES.

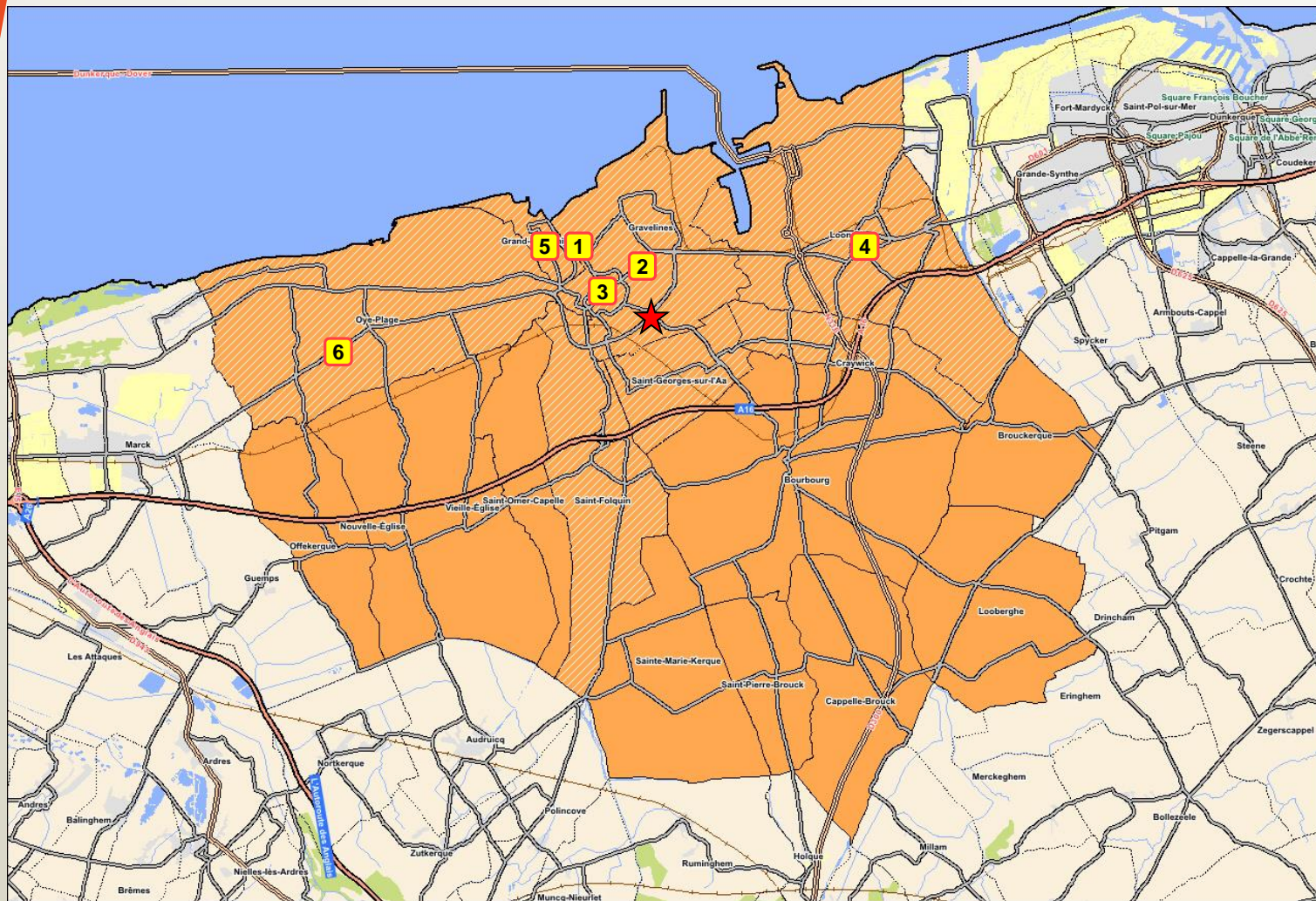
Proposant principalement une offre alimentaire de produits frais par des producteurs locaux (produits du terroir, volailles, fruits et légumes), les marchés du territoire sont peu concernés par le projet.

Par ailleurs, ces marchés répondent à des temps et des modes de consommation différents, avec une accessibilité majoritairement en modes doux (piétons, cycles).

Le magasin INTERMARCHE, et donc le projet, fonctionne plutôt dans une logique de complémentarité des parcours d'achat que de concurrence.

Commune	Localisation	Fréquence et jour	Caractéristiques
GRAVELINES 1	Place Calmette Petit-Fort-Philippe	Hebdomadaire Dimanche matin	Alimentaire, bazar, fleurs et vêtements
GRAVELINES 2	Place Houriez Quartier des Huttes	Hebdomadaire Mercredi matin	Alimentaire, bazar, fleurs et vêtements
GRAVELINES 3	Place Denvers Centre-ville	Hebdomadaire Vendredi matin	Alimentaire, bazar, fleurs et vêtements
LOON PLAGE 4	Centre-ville	Hebdomadaire Dimanche matin	Alimentaire, bazar, fleurs et vêtements
GRAND FORT PHILIPPE 5	Place Joseph Leprêtre	Hebdomadaire Lundi matin	Alimentaire, bazar, fleurs et vêtements
OYE PLAGE 6	Place de la Mairie	Hebdomadaire Mercredi et samedi matin	Alimentaire, bazar, fleurs et vêtements

## Carte de localisation des marchés



★ Site du projet

(Source : Mapinfo)

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## C. MAGASINS ALIMENTAIRES

Commune	Enseigne	Activité	Adresse	Surface de vente (m <sup>2</sup> )	Distance du site par rapport au projet
GRAVELINES	INTERMARCHÉ	Supermarché	Avenue Léon Jouhaux	1 076	2 km / 1 à 2 min
	LIDL	Hard Discount	Route de Calais	890	2,7 km / 3 min
	U EXPRESS	Supermarché	Rue Jean-Baptiste Lebas	918	2,2 km / 2 min
GRAND FORT PHILIPPE	SUPER U	Supermarché	Avenue Pierre Pleuvret	2 490	3,5 km / 4 min
OYE PLAGE	CARREFOUR CONTACT	Supermarché	Place du Général de Gaulle	657	8,7 km / 9 min
	LIDL	Hard Discount	Route Nationale	600	8,4 km / 9 min
SAINT FOLQUIN	G20	Magasin de proximité	Route de Calais	396	5,8 km / 6 min
LOON PLAGE	CARREFOUR CONTACT	Supermarché	Rue de Gravelines	861	6,1 km / 6 min
	E.LECLERC DRIVE	Drive Out	Rue du Canton du Cailloutis	-	5,6 km / 5 min

(Source : base LSA Expert, magasins de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente – itinéraire Via Michelin)

Avec 7 supermarchés dont 2 hard-discount sur le périmètre d'analyse, l'offre est aujourd'hui diversifiée.

Rapportée au nombre d'habitants de la zone d'étude (32 124 habitants en 2017), la densité commerciale en alimentaire sur le périmètre d'étude est de 246 m<sup>2</sup> pour 1 000 habitants, ou 0,2 supermarché pour 1 000 habitants.

A titre comparatif, la densité commerciale en alimentaire au niveau national est de 388 m<sup>2</sup> pour 1 000 habitants.

**La densité commerciale du territoire d'étude dans l'alimentaire est donc bien inférieure à la moyenne nationale.**

# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## D. POLES ET CENTRES COMMERCIAUX

### ☐ Pôles commerciaux

Selon l'INSEE, un *pôle commercial est un regroupement de magasins proches les uns des autres* (moins de 30 mètres entre chaque magasin).

A l'échelle du périmètre d'analyse, on peut retenir à ce titre :

- Le centre-ville de GRAVELINES
- Le centre-ville de LOON PLAGE

### ☐ Centres commerciaux

Selon la définition officielle européenne du Conseil International des Centres Commerciaux, on entend par « *centre commercial* » *un espace de plus de 5 000m<sup>2</sup> GLA, comptant plus de 20 boutiques et avec une gestion centralisée.*

Selon cette définition, on ne relève pas de centre commercial dans les cœurs de ville du périmètre d'étude.



# I. Caractéristiques de l'activité commerciale

## E. PROJETS COMMERCIAUX ACCORDES OU A L'ETUDE

Il n'y a pas de décision récente de la CDAC du NORD ou de la CDAC du PAS DE CALAIS pour les communes du périmètre d'étude (source : portails Internet des Préfectures du Nord et du Pas-de-Calais).

## II. Analyse de la vacance commerciale

### ENCART MÉTHODOLOGIQUE : DÉFINITION ET CAUSES DE LA VACANCE COMMERCIALE EN CENTRE-VILLE

#### ➤ DÉFINITION

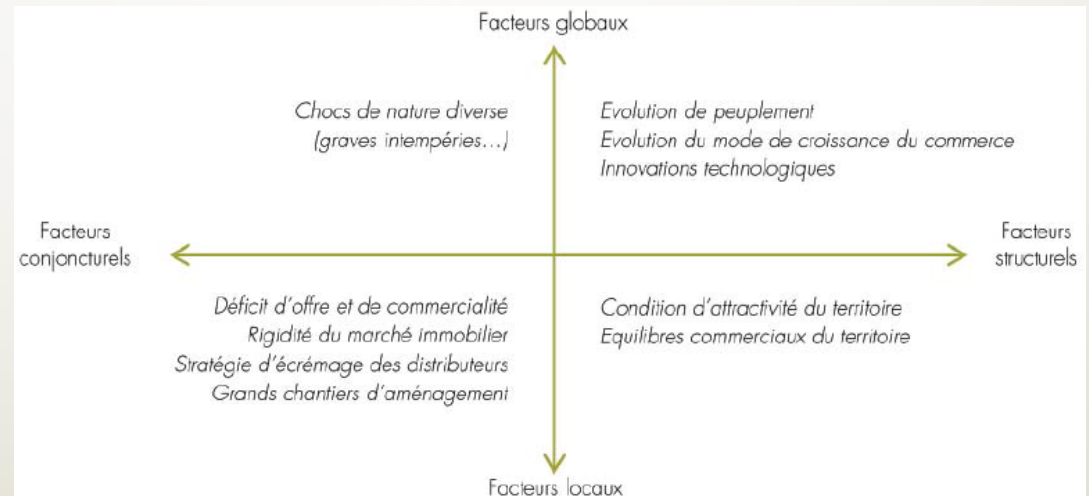
Source : « *Vacance commerciale : définitions, mesures et constats* », DRIEA Ile-de-France, novembre 2018

On trouve principalement deux définitions de la vacance commerciale. La première est issue du rapport Revitalisation commerciale du centre-ville rédigé par le Conseil Général de l'Environnement et du Développement Durable (CGEDD) et l'Inspection Générale des finances (IGF) en 2016, d'après lequel « **la vacance commerciale évalue l'ajustement de l'offre commerciale d'un territoire à la demande** ». Elle s'exprime par « **le rapport entre le nombre de cellules commerciales vides sur le nombre total de cellules** ». Dans la même idée, l'INSEE définit la vacance commerciale comme « *l'état d'un local commercial non exploité pour une durée indéterminée. Le taux de vacance rapporte le nombre de locaux non exploités au nombre total de locaux commerciaux existant sur un périmètre donné* ». cette approche de la vacance est reprise par plusieurs organismes (Procos, Centre d'Observation économique régional de la CCI Paris Ile-de-France). **C'est cette première approche que nous mettons en œuvre pour mesurer la vacance commerciale dans le cadre de cette analyse.**

Une deuxième définition, plus financière, est utilisée par les foncières commerciales et le Conseil National des Centres Commerciaux. La vacance commerciale est alors appréhendée comme **le ratio entre le loyer « de marché » des surfaces vacantes (loyer réellement attendu) et le loyer de marché de la surface totale (loyer réellement perçu).**

#### ➤ CAUSES

Il nous paraît important de rappeler ici que la vacance commerciale trouve son origine dans différentes causes à la fois conjoncturelles, structurelles, locales et globales, sur lesquelles les projets objets de l'analyse d'impact n'ont parfois que peu de prise :

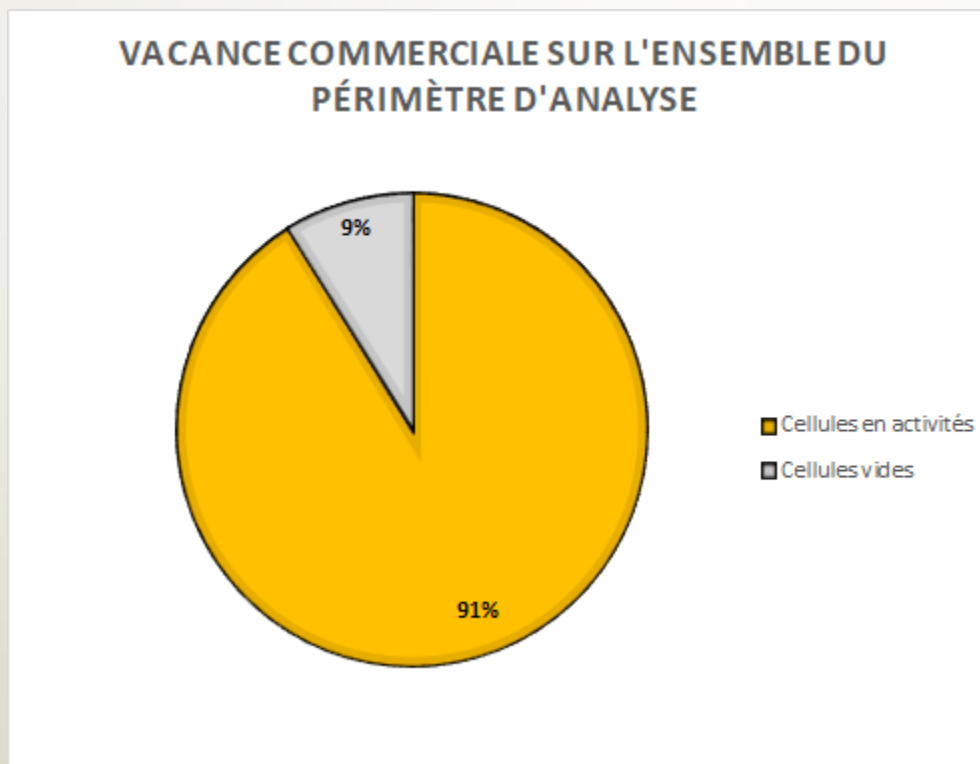


Source : « *La vacance commerciale dans les centres-villes en France. Mesure, facteurs et premiers remèdes* », Institut pour la Ville et le Commerce, mai 2017

## II. Analyse de la vacance commerciale

### 1. A l'échelle du périmètre d'analyse

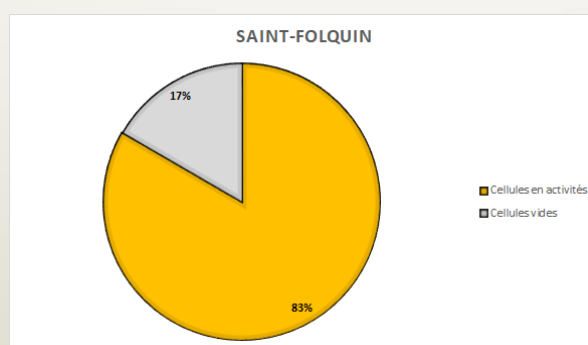
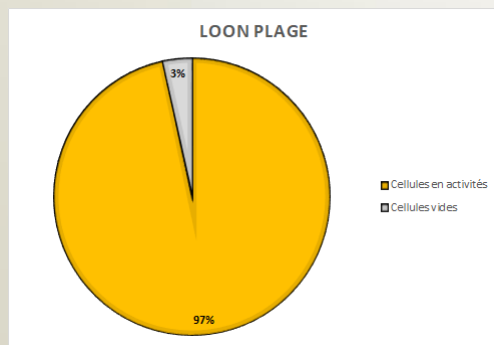
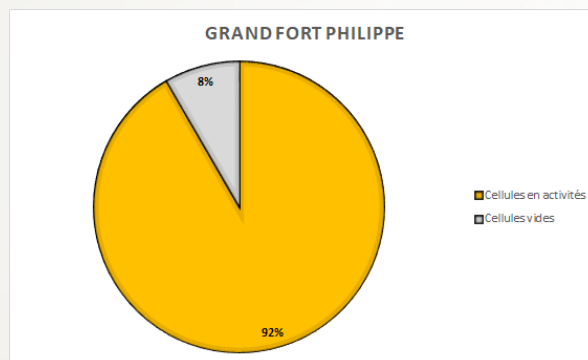
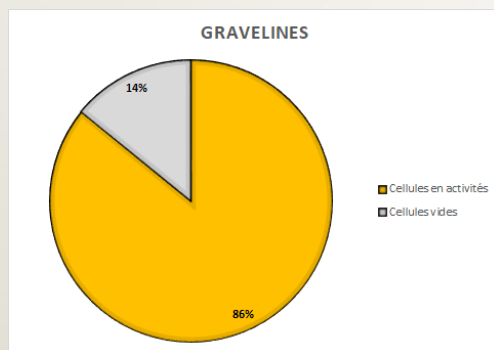
Sur l'ensemble du périmètre d'analyse des centres-villes considérés, nous avons recensé **13 cellules vides et 135 cellules occupées** au moment de notre relevé de terrain. Ces chiffres correspondent à **un taux de vacance commerciale de 9 % pour l'ensemble des centres-villes de la zone d'étude, ce qui est relativement faible.**



## II. Analyse de la vacance commerciale

### 2. A l'échelle de chaque commune

Quatre communes du périmètre d'analyse sont concernées par la problématique de la vacance commerciale. Il s'agit de GRAVELINES (10 cellules vacantes), GRAND FORT PHILIPPE (1 cellule vacante), LOON PLAGE (1 cellule vacante) et SAINT FOLQUIN (1 cellule vacante).



Ces cellules vacantes correspondent le plus souvent à de petites surfaces, inférieures à 100 m<sup>2</sup>.



## II. Analyse de la vacance commerciale

Gravelines,  
rue  
Adolphe  
Torris



Gravelines,  
rue Léon  
Blum



Saint-  
Folquin,  
rue de  
Calais



Grand-Fort-Philippe,  
Place Joseph  
Leprêtre



### III. Dispositifs existants de dynamisation du centre-ville

Aucune Opération de Revitalisation de Territoire (ORT) n'est recensée sur les communes du périmètre d'étude.

A titre informatif :

- La commune de GRAVELINES a bénéficié d'un dispositif FISAC (Fonds d'Intervention pour la Sauvegarde de l'Artisanat et du Commerce) qui a permis la mise en œuvre des actions suivantes : animations commerciales, chèques plaisirs, site internet, renforcement de la signalétique commerciale, promotion des marchés, etc.
- La ville de GRAVELINES a également développé le portail « Gravelines Action Eco », qui apporte diverses informations sur le développement économique pour les particuliers et les professionnels.

# SYNTHESE

SYNTHESE - INFORMATIONS RELATIVES AU COMMERCE AU SEIN DU PERIMETRE D'ANALYSE	
Nombre de commerces de centre-ville en activité	135
Principal centre-ville commerçant	GRAVELINES : 61 commerces
Principaux secteurs d'activité commerciale	<p>Services (55 établissements)            Santé/beauté (32 magasins)            Commerces de bouche (20 magasins)            Restauration (12 établissements)            Equipement de la personne (5 magasins)            Grande distribution et assimilés (4 magasins)            Fleuristes (4 magasins)            Culture/Loisirs (3 magasins)</p>
Taux de similitude entre les commerces de centre-ville et les secteurs d'activité du projet	<p>Sur 135 recensés dans les centres-villes du périmètre d'étude :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taux de similitude de 17, % en alimentaire (soit 23 commerces)</li> <li>- Taux de similitude de 8,1 % en équipement de la personne (soit 11 commerces)</li> <li>- Taux de similitude de 3 % en équipement de la maison (soit 4 commerces)</li> <li>- Taux de similitude de 2,2 % en culture-loisirs (soit 3 commerces)</li> <li>- Taux de similitude de 5,9 % en services (soit 8 commerces)</li> </ul> <p>Le projet n'est pas de nature à déstabiliser les centres villes concernés, le magasin INTERMARCHE étant existant depuis de nombreuses années à son emplacement actuel            La jardinerie ne concurrencera aucun commerce de cœur de ville.            Pour les cellules commerciales non alimentaires, elles sont d'une surface de vente supérieure à celles qu'on peut éventuellement trouver en centre-ville, et les taux de similitude dans les secteurs non alimentaire sont faibles, elles permettront donc de renforcer l'attractivité du territoire</p>

# SYNTHESE

SYNTHESE - INFORMATIONS RELATIVES AU COMMERCE AU SEIN DU PERIMETRE D'ANALYSE	
Nombre de marchés	6 marchés
Nombre de pôles ou centres commerciaux dans le périmètre d'analyse	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Le centre-ville de GRAVELINES</li><li>2. Le centre-ville de LOON PLAGE</li></ol>
Nombre de projets accordés en CDAC/CNAC depuis 2 ans	Aucun
Taux de vacance commerciale	9 % soit 13 cellules vides
Dispositifs de dynamisation du centre-ville	Aucun

Éléments favorables au projet


Éléments plutôt favorables au projet

Éléments plutôt défavorables au projet

Éléments défavorables au projet

Éléments neutres, sans incidence sur le projet





# **CONTRIBUTION DU PROJET A L'ANIMATION DES PRINCIPAUX SECTEURS EXISTANTS ET EFFET EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS**

- I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire
- II. Impacts du projet en matière sociale
- III. Impacts du projet en matière de protection des consommateurs

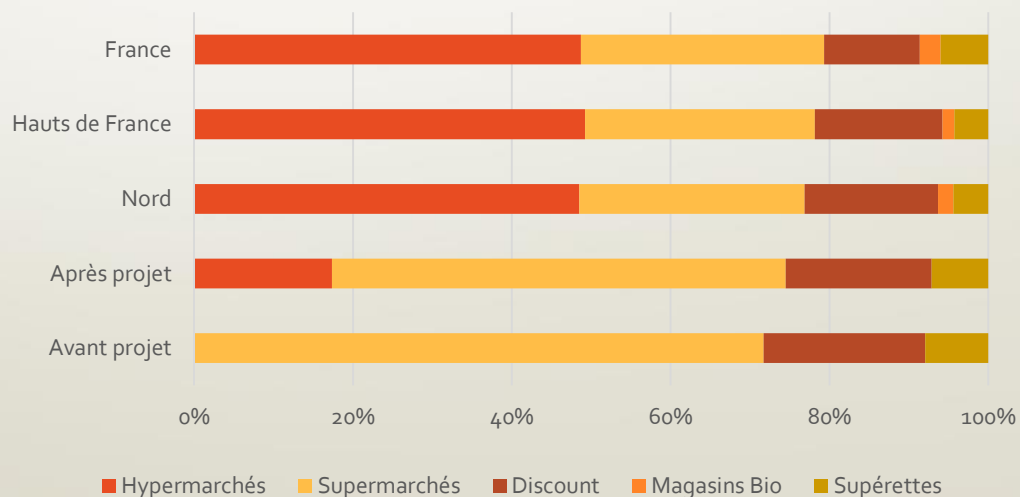
# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## DENSITES COMMERCIALES ALIMENTAIRES (en m2 pour 1.000 habitants)

Secteur	Zone de chalandise		Nord	Hauts de France	France
	Avant projet	Après projet			
Alimentaire	265	294	363	399	382
Hypermarchés	0	51	176	196	186
Supermarchés	190	168	103	115	117
Discount	54	54	61	64	46
Magasins Bio	0	0	7	6	10
Supérettes	21	21	16	17	23

La densité commerciale alimentaire reste nettement inférieure aux moyennes de référence à la fois avant et après projet.

Seule la densité en « supermarchés » est supérieure, mais celle en « hypermarchés » est nettement inférieure. C'est la catégorie dans laquelle rentre le magasin INTERMARCHÉ après son extension.



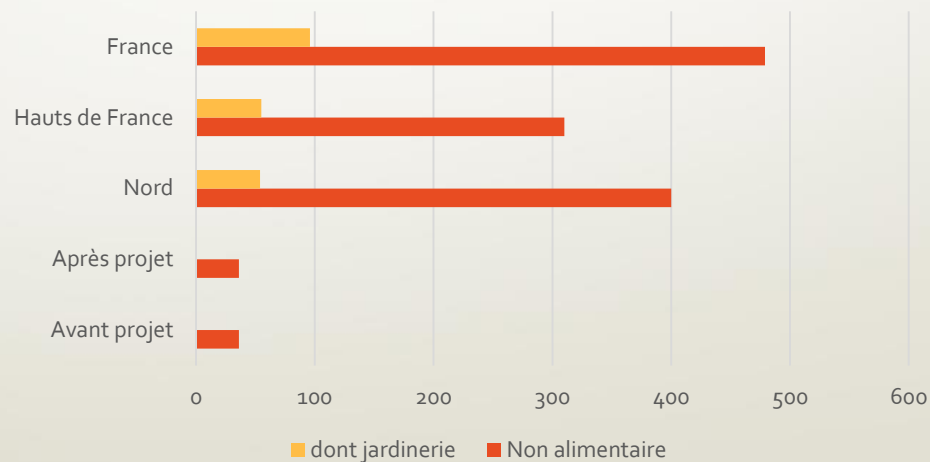
# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## DENSITES COMMERCIALES NON ALIMENTAIRES (en m2 pour 1.000 habitants)

	Zone de chalandise				
Secteur	Avant projet	Après projet	Nord	Hauts de France	France
Non alimentaire	36	36	400	310	479
dont jardinerie	0	0	54	55	96

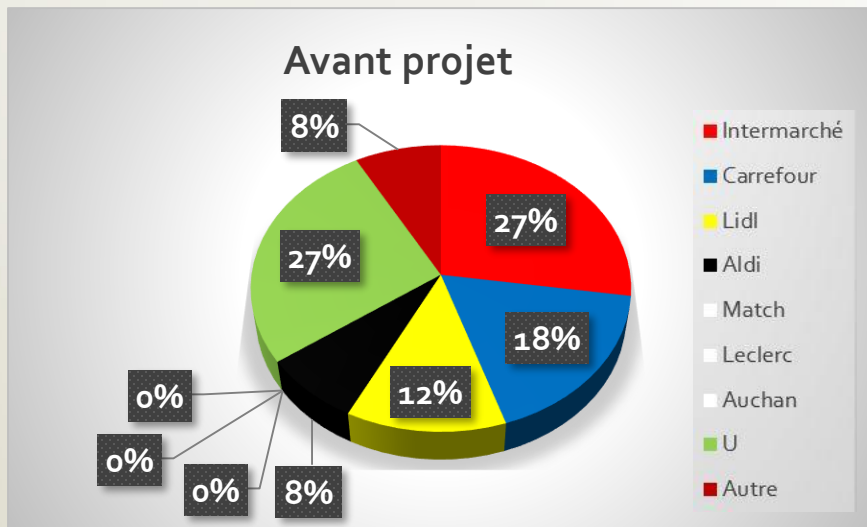
Dans le secteur non alimentaire, les densités de la zone de chalandise sont très nettement inférieures aux moyennes de référence.

Densités non alimentaires



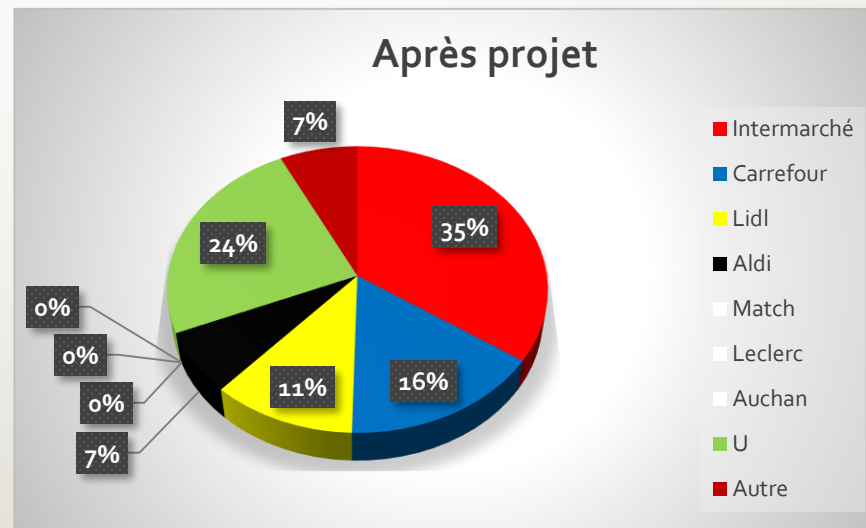
# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

Part de surface de vente par groupes (hors DRIVE)



Avant réalisation du projet, les enseignes INTERMARCHÉ et U sont leaders sur la zone de chalandise avec chacune 27 % des m<sup>2</sup> commerciaux.

Après réalisation du projet, c'est l'enseigne INTERMARCHÉ qui exploitera le plus grand nombre de m<sup>2</sup> sur la zone de chalandise avec une part de 35 %, sans toutefois qu'il y ait une réelle position dominante.





# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## Calcul du marché théorique alimentaire

Dépense commercialisable par ménage en € (source : IDC)

En alimentaire : 5,977,16 €

### **Indices de disparité de consommation (source : CCI)**

*Les IDC mesurent la propension de chaque commune à consommer dans le poste de dépense concerné par rapport à une base nationale 100*

Commune	IDC
Bourbourg	104,9
Brouckerque	121,9
Cappelle Brouck	115,8
Craywick	123,7
Grand Fort Philippe	108,6
Gravelines	107,8
Looberghe	114,9
Loon Plage	115,2
Saint Georges sur l'Aa	120,5
Saint Pierre Broucke	120,3
Nouvelle Eglise	112,8
Offekerque	119,3
Oye Plage	115,9
Saint Folquin	117,2
Sainte Marie Kerque	116,6
Saint Omer Cappelle	118,3
Vieille Eglise	113,9

# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## Calcul du marché théorique

### Marchés théoriques alimentaires en €

Commune	Ménages	Dépense par ménage	IDC	Marché théorique
Bourbourg	2952	5977,16	104,9	18 509 161
Brouckerque	518	5977,16	121,9	3 774 230
Cappelle Brouck	459	5977,16	115,8	3 176 992
Craywick	230	5977,16	123,7	1 700 562
Grand Fort Philippe	2212	5977,16	108,6	14 358 525
Gravelines	4739	5977,16	107,8	30 535 171
Looberghe	467	5977,16	114,9	3 207 242
Loon Plage	2406	5977,16	115,2	16 566 966
Saint Georges sur l'Aa	110	5977,16	120,5	792 273
Saint Pierre Broucke	349	5977,16	120,3	2 509 493
Nouvelle Eglise	236	5977,16	112,8	1 591 168
Offekerque	423	5977,16	119,3	3 016 308
Oye Plage	2125	5977,16	115,9	14 720 998
Saint Folquin	884	5977,16	117,2	6 192 625
Sainte Marie Kerque	613	5977,16	116,6	4 272 223
Saint Omer Cappelle	382	5977,16	118,3	2 701 114
Vieille Eglise	528	5977,16	113,9	3 594 616
<b>TOTAL</b>				<b>131 219 666</b>

Le marché théorique alimentaire de la zone de chalandise se monte à 131,2 M€

# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## L'évaluation de l'évasion (après projet)

	Surface de vente (m2)	Chiffre d'affaires TTC (€)	Chiffre d'affaires TTC sur Zone (€)	Chiffre d'affaires TTC Alimentaire sur zone (€)
<b>Circuit de distribution</b>				
Hypermarché	2505	20 390 700	18 351 630	15 598 886
Supermarché	8199	51 243 750	46 119 375	39 201 469
Discount	2617	16 356 250	14 720 625	12 512 531
Supérette	1040	6 739 200	6 065 280	6 065 280
Magasin Bio	0	0	0	0
Click & Drive	15 pistes	7 500 000	6 750 000	6 750 000

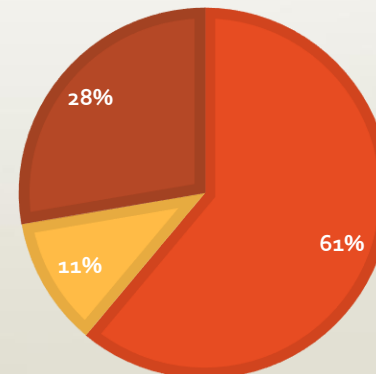
# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## L'évaluation de l'évasion (après projet)

Chiffre d'affaires grandes surfaces alimentaires	80 128 166€
Chiffre d'affaires petits commerces alimentaires sur zone (59 magasins)	14 750 000 €
Chiffre d'affaires alimentaire total réalisé sur la zone	94 878 166€
Marché théorique alimentaire retenu sur la zone	131 219 666 €
Marché alimentaire disponible estimé sur la zone	36 341 501€

L'évasion commerciale après projet est chiffrée à 27,7 % environ, ce qui démontre que le projet ne vient pas déséquilibrer l'équilibre commercial à l'intérieur de la zone de chalandise

- Chiffre d'affaires grandes surfaces alimentaires
- Chiffre d'affaires petits commerces alimentaires sur zone (59 magasins)
- Marché alimentaire disponible estimé sur la zone





# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## Calcul du marché théorique non alimentaire

Dépense commercialisable par ménage en € (source : IDC)

En non alimentaire : 5.731,83 € (hors automobile)

## **Indices de disparité de consommation (source : CCI)**

*Les IDC mesurent la propension de chaque commune à consommer dans le poste de dépense concerné par rapport à une base nationale 100*

Commune	IDC
Bourbourg	103,5
Brouckerque	128,7
Cappelle Brouck	121,2
Craywick	137,1
Grand Fort Philippe	96,9
Gravelines	103,8
Looberghe	119,9
Loon Plage	105,3
Saint Georges sur l'Aa	126,8
Saint Pierre Broucke	132,9
Nouvelle Eglise	117,4
Offekerque	128,3
Oye Plage	119,9
Saint Folquin	122,5
Sainte Marie Kerque	120,1
Saint Omer Cappelle	127,1
Vieille Eglise	118,9

# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## Calcul du marché théorique

### Marchés théoriques non alimentaires en €

Commune	Ménages	Depense	IDC	Marché théorique
Bourbourg	2952	5731,83	103,5	17 512 575
Brouckerque	518	5731,83	128,7	3 821 216
Cappelle Brouck	459	5731,83	121,2	3 188 663
Craywick	230	5731,83	137,1	1 807 418
Grand Fort Philippe	2212	5731,83	96,9	12 285 765
Gravelines	4739	5731,83	103,8	28 195 342
Looberghe	467	5731,83	119,9	3 209 441
Loon Plage	2406	5731,83	105,3	14 521 694
Saint Georges sur l'Aa	110	5731,83	126,8	799 476
Saint Pierre Broucke	349	5731,83	132,9	2 658 543
Nouvelle Eglise	236	5731,83	117,4	1 588 084
Offekerque	423	5731,83	128,3	3 110 716
Oye Plage	2125	5731,83	119,9	14 603 986
Saint Folquin	884	5731,83	122,5	6 206 999
Sainte Marie Kerque	613	5731,83	120,1	4 219 848
Saint Omer Cappelle	382	5731,83	127,1	2 782 930
Vieille Eglise	528	5731,83	118,9	3 598 397
<b>TOTAL</b>	<b>19 633</b>			<b>124 111 091</b>

Le marché théorique non alimentaire de la zone de chalandise se monte à environ 124 M€ et le marché spécifique de la jardinerie se monte à environ 7,5 M€

# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## L'évaluation de l'évasion (après projet)

	Surface de vente (m2)	Chiffre d'affaires TTC (€)	Chiffre d'affaires TTC sur Zone (€)
<b>Circuit de distribution</b>			
GSS non alimentaires	6025	9 037 500	8 133 750
GSS alimentaires			11 878 744

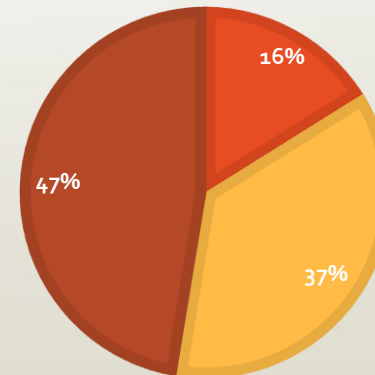
# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

## L'évaluation de l'évasion (après projet)

Chiffre d'affaires grandes surfaces	20 012 494 €
Chiffre d'affaires petits commerces sur zone (181 magasins)	45 250 000 €
Chiffre d'affaires total réalisé sur la zone	65 262 494 €
Marché théorique retenu sur la zone	124 111 091€
Marché disponible estimé sur la zone	58 848 597 €

**L'évasion commerciale en non alimentaire après projet est chiffrée à 47 % environ, ce qui démontre que le projet ne vient pas déséquilibrer l'équilibre commercial à l'intérieur de la zone de chalandise**

- Chiffre d'affaires grandes surfaces
- Chiffre d'affaires petits commerces sur zone (181 magasins)
- Marché disponible estimé sur la zone





# I. Impacts du projet sur l'équilibre du territoire

A l'échelle du périmètre des communes limitrophes de la commune d'implantation du projet et de la zone de chalandise, le projet s'inscrit bien dans les équilibres territoriaux existants.

En effet, il prévoit de s'implanter dans la commune de GRAVELINES qui est intégrée à la Communauté Urbaine de Dunkerque (CUD), qui constitue un pôle urbain et économique du département. Il prendra place sur un terrain localisé en entrée de ville, destiné à l'activité économique par les documents d'urbanisme.

Comme indiqué précédemment dans l'étude, le projet comprend en outre le déplacement avec extension du magasin INTERMARCHÉ déjà existant dans la commune de GRAVELINES depuis de nombreuses années. Il est donc bien connu de la population et sans concurrence nouvelle pour les activités déjà présentes en cœur de ville.

Par rapport aux commerces de centre-ville, le projet viendra renforcer l'attractivité commerciale du secteur, tout en s'inscrivant dans les polarités territoriales préexistantes. De plus, cette implantation permettra de renforcer la structure commerciale en place, avec un pôle de centre-ville et une polarité commerciale en entrée de ville, évitant ainsi le mitage des activités commerciales.

A plus grande échelle, le projet est également cohérent avec les dynamiques de développement commercial, puisqu'il s'inscrit dans les orientations du SCOT Flandre-Dunkerque en renforçant le pôle de GRAVELINES, reconnu comme centralité urbaine et commerciale secondaire structurante de la Communauté urbaine de Dunkerque, réduisant ainsi l'évasion commerciale vers les centres commerciaux périphériques de DUNKERQUE et CALAIS.

Par ailleurs, le projet n'est pas de nature à créer une polarité commerciale majeure dans l'agglomération, il n'est donc pas de nature à déséquilibrer l'offre commerciale à l'échelle métropolitaine (les centres commerciaux AUCHAN de GRANDE SYNTHE et les pôles commerciaux de DUNKERQUE étant les principaux pôles du secteur).

**La réalisation du projet viendra donc renforcer les équilibres territoriaux existants à l'échelle de la zone de chalandise, mais également à l'échelle de l'intercommunalité.**

## II. Impacts du projet en matière sociale

La réalisation du projet entrainera la **création directe de 66 emplois en équivalent temps plein (ETP)**.

A ces emplois s'ajoutent ceux du restaurant, soit **15 à 20 emplois supplémentaires**.

Les enseignes travailleront en collaboration avec les services locaux chargés de l'emploi et ont également comme objectif de développer autant que possible les partenariats avec les producteurs et entreprises locaux pour ancrer l'ensemble commercial dans son territoire (comme c'est déjà le cas actuellement pour le magasin INTERMARCHÉ).

Les magasins engendreront également des emplois indirects chez les prestataires locaux : entreprises de sécurité et d'entretien, de réparation, de nettoyage, etc.

Bâtiment	Enseigne et activité	Surface de vente (m <sup>2</sup> )	Nombre d'emplois actuels (en ETP)	Nombre d'emplois futurs (en ETP)
1	INTERMARCHÉ Secteur 1 Alimentaire	2 505	20	43
2	Cellule 1 Secteur 2 Jardinerie	2 428 (dont 1 528 m <sup>2</sup> de surface de vente extérieure)	-	25
	Cellule 2 Secteur 2 Non alimentaire	615	-	6
	Cellule 3 Non alimentaire	614	-	6
	Cellule 4 Non alimentaire	611	-	6

*Pour la jardinerie et les cellules commerciales : base de 1 500 € de chiffre d'affaires pour 1 500 m<sup>2</sup> de surface de vente, 1 emploi créé pour 150 000 € de chiffre d'affaires*

### III. Impacts du projet en matière de protection et satisfaction des consommateurs

#### A. Distance par rapport aux principales zones d'habitat

Les principales zones d'habitation du périmètre d'analyse correspondent aux centres-bourg de la commune d'implantation du projet et de chacune de ses communes limitrophes. Le projet se situera entre 3 et 9 minutes en voiture des principales zones d'habitation :

Distance indicative entre le projet et les principales zones d'habitat (source Via Michelin):

Commune	Distance	Temps de trajet en voiture
GRAVELINES	2,6 km	3 min
GRAND FORT PHILIPPE	5,2 km	6 min
LOON PLAGE	6,8 km	7 min
OYE PLAGE	8,6 km	9 min
SAINT GEORGES SUR L'AA	2,8 km	3 min
CRAYWICK	9,1 km	7 min
SAINT FOLQUIN	5,4 km	5 min

### III. Impacts du projet en matière de protection et satisfaction des consommateurs

A vol d'oiseau, le projet est à **proximité immédiate** des secteurs d'habitat existants, comme le montre la carte ci-contre.

Ceux-ci seront néanmoins protégés des nuisances sonores, visuelles ou olfactives éventuelles par la D601 entre elles et le projet.

En offrant une réalisation avec une architecture moderne et un traitement paysager soigné, ce projet est pensé de façon globale pour offrir une cohérence en termes d'aménagements et de lisibilité et ne générant également aucune nuisance pour son environnement proche.

*Distance indicative du projet par rapport aux zones d'habitations les plus proches (vol d'oiseau)*





# III. Impacts du projet en matière de protection et de satisfaction des consommateurs

## B. Contribution à l'amélioration du confort d'achat

En matière de protection des consommateurs, le projet a globalement pour objectif principal d'apporter un meilleur confort d'achat à la clientèle :

- Par le déplacement avec extension du magasin INTERMARCHE existant depuis plusieurs années dans la commune, permettant d'apporter à la population un magasin moderne correspondant au dernier concept de l'enseigne, améliorant ainsi le confort de la clientèle et les conditions de travail des salariés
- Par la création d'activités complémentaires de l'INTERMARCHE, formant un lieu d'animation et de vie pour l'ensemble des secteurs d'habitat environnants.

La réalisation du projet permettra, par ailleurs, de proposer des magasins modernes et agréables, répondant aux dernières normes aussi bien en termes de sécurité que de consommation d'énergie et de développement durable.

Ce nouvel ensemble commercial respectera également les dernières normes en matière d'accessibilité des personnes à mobilité réduite. Ainsi, l'intérieur des points de vente sera adapté avec des allées de circulation larges, et des sanitaires aux normes PMR. L'espace de stationnement proposera des places de stationnement réservées, ainsi que des parcours jusqu'au magasin adaptés.

L'accessibilité et le stationnement des voitures seront facilités et sécurisés grâce à des aménagements de voiries et à la création d'un parking commun aux différentes cellules commerciales. Le giratoire créé sur la D11 permettra un accès sécurisé à la zone commerciale.

Enfin, les cheminements des piétons et des cycles au sein du site seront également sécurisés, grâce à la réalisation d'aménagements spécifiques, et seront connectés à l'espace public pour une meilleure accessibilité du projet.

# SYNTHESE

SYNTHESE - CONTRIBUTION DU PROJET A L'ANIMATION DES PRINCIPAUX SECTEURS EXISTANTS ET EFFET EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS	
En matière d'équilibre du territoire Densités commerciales	Les densités commerciales alimentaires restent nettement inférieures aux moyennes de référence à la fois avant et après projet. Seule la densité en « supermarchés » est supérieure, mais celle en « hypermarchés » est nettement inférieure. C'est la catégorie dans laquelle rentre le magasin INTERMARCHE après son extension. Les densités commerciales non alimentaires (dont celle de la jardinerie) sont très nettement inférieures aux moyennes de référence
En matière d'équilibre du territoire Parts de marchés	Avant réalisation du projet, les enseignes INTERMARCHE et U sont leaders sur la zone de chalandise avec chacune 27 % des m2 commerciaux. Après réalisation du projet, c'est l'enseigne INTERMARCHE qui exploitera le plus grand nombre de m2 sur la zone de chalandise avec une part de 35 %, sans toutefois qu'il y ait une réelle position dominante.
En matière d'équilibre du territoire Marchés et évasion	L'évasion commerciale alimentaire après projet est chiffrée à 27,7 % environ et l'évasion en non alimentaire à 47 %, ce qui démontre que le projet <b>ne vient pas déséquilibrer l'équilibre commercial à l'intérieur de la zone de chalandise</b>
En matière d'équilibre du territoire	<b>Pas de risque de déséquilibre de l'équilibre commercial global du territoire.</b> La réalisation du projet permettra ainsi de mettre en place un magasin INTERMARCHE beaucoup plus moderne, avec de meilleures conditions d'accueil pour la clientèle et de meilleures conditions de travail pour le personnel. Le projet permettra de renforcer l'attractivité de GRAVELINES et de limiter l'évasion commerciale vers les pôles de périphérie
En matière sociale	Création de 66 emplois locaux et durables dans le cadre du projet (+ 15 à 20 emplois pour le restaurant)

- Eléments favorables au projet
- Eléments plutôt favorables au projet
- Eléments plutôt défavorables au projet
- Eléments défavorables au projet
- Eléments neutres, sans incidence sur le projet

# SYNTHESE

## SYNTHESE - CONTRIBUTION DU PROJET A L'ANIMATION DES PRINCIPAUX SECTEURS EXISTANTS ET EFFET EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS

En matière de protection et satisfaction du consommateur

La réalisation du projet a pour principal objectif de mettre à la disposition de la clientèle un magasin INTERMARCHE plus accueillant, répondant aux dernières normes d'accueil du public et au dernier concept de l'enseigne.  
La jardinerie et les cellules commerciales apporteront des activités complémentaires à l'enseigne, créant un lieu de vie pour les habitants du territoire.  
Ce nouvel ensemble commercial respectera également les dernières normes en matière d'accessibilité des personnes à mobilité réduite, l'accessibilité et le stationnement des voitures seront facilités et sécurisés grâce à des aménagements de voiries adaptés (notamment le giratoire sur la D11), et des cheminements sécurisés pour les piétons et les cycles seront aménagés au sein du site et connectés à l'espace public.

Éléments favorables au projet

Éléments plutôt favorables au projet

Éléments plutôt défavorables au projet

Éléments défavorables au projet

Éléments neutres, sans incidence sur le projet



# **IMPACTS DU PROJET SUR LE COMMERCE DE CENTRE-VILLE**

Conclusions



# IMPACTS DU PROJET SUR LE COMMERCE DE CENTRE-VILLE

IMPACTS DU PROJET SUR LE COMMERCE DE CENTRE-VILLE	
Points de vigilance	Présence de 13 cellules vides, soit 9 % de vacance sur le périmètre d'étude
Impacts positifs	Taux de similitude de 17 % en alimentaire, mais à nuancer car le projet porte le déplacement avec extension d'un magasin alimentaire existant, il ne s'agit donc pas d'une concurrence nouvelle pour les activités présentes dans les centres-villes des communes limitrophes. Pour les autres grands secteurs, les taux de similitude sont inférieurs à 10 %, l'implantation de la jardinerie et des trois cellules commerciales permettra d'enrichir l'offre proposée aux habitants et de maintenir la richesse vive sur le territoire, en évitant à la population d'aller rechercher ce dont elle a besoin dans des pôles commerciaux plus puissants (DUNKERQUE et CALAIS notamment).
	Le projet permettra de mettre en place un magasin INTERMARCHE mieux adapté aux attentes de sa clientèle et aux attentes de son personnel, ce qui contribue à l'amélioration du confort d'achat.
	Renforcement de l'attractivité globale du secteur, et renforcements des équilibres commerciaux au niveau de l'agglomération. Secteur défini par les documents d'urbanisme pour l'implantation d'activités commerciales, et par la commune de GRAVELINES pour installer une zone commerciale de proximité
	Création de 66 emplois durables et qualifiants pour le territoire
	Projet architectural et paysager de qualité, amélioration de l'entrée de ville de GRAVELINES
	Engagement du demandeur au maintien d'une activité commerciale sur le site INTERMARCHE actuel, au bénéfice de la population du quartier des Huttes



— Études spécialisées pour le commerce —

## ATTESTATION SUR L'HONNEUR

Madame, Monsieur,

Le Cabinet CEDACOM est habilité à réaliser des analyses d'impact prévues par l'article L752-6 du Code de Commerce dans le département du NORD, sous le numéro 5-59-2019-09-30 depuis le 30 septembre 2019.

Fait pour servir et valoir ce que de droit.

Fait à BOULOGNE SUR MER,  
le 08.09.2020  
Patrick DELPORTE