

**Projet
de schéma de
développement
commercial
de l'agglomération de
Mortagne - au - Perche**

**Ce schéma de développement commercial a été établi
par le Comité de Développement Commercial
de Mortagne-au-Perche**

**au cours de ses réunions des 17 octobre et 21 novembre 2002,
21 janvier, 20 février, 27 février, 9 avril, 6 mai et 8 juillet 2003**

Le Comité de Développement Commercial de Mortagne-au-Perche réunit des représentants :

- de la commune et de la communauté de communes de Mortagne-au-Perche
- de l'Union Commerciale, Industrielle et Artisanale de Mortagne-au-Perche
- de la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Alençon
- de la Chambre des Métiers de l'Orne

Etudes et documents statistiques existants

- Atlas Commerciaux de Mortagne-au-Perche de 1999 et 2001,
- Comparaison avec les atlas commerciaux d'Alençon, L'Aigle, La Ferté-Macé et Sées.
- Etude sur le fonctionnement du marché hebdomadaire (1979 et 2003).
- Etude sur le commerce et l'artisanat du Perche en 2003.
- Dossiers CDEC.
- Liste des grandes surfaces de plus de 300 m² par département (Direction Départementale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes)

Constat

• le commerce en général

- ✓ Grâce à la double attraction du centre-ville et de la périphérie, le commerce de Mortagne-au-Perche compte actuellement un potentiel de près de 35 000 habitants, ce potentiel n'a que peu évolué depuis une dizaine d'années ;
- ✓ La position géographique de Mortagne-au-Perche, au cœur du Perche, lui permet de rayonner sur une zone de chalandise au contour historique ;
- ✓ La zone d'attraction de Mortagne-au-Perche est concurrencée par les villes suivantes :
 - Alençon : 44 382 habitants à 42 km,
 - L'Aigle : 12 254 habitants à 34 km,
 - Mamers : 6 534 habitants à 24 km,
 - Nogent-le-Rotrou : 12 749 habitants à 39 km,
- ✓ La concurrence de L'Aigle se fait pressante et les projets de développement commerciaux de cette ville risquent d'avoir des conséquences sensibles sur la zone d'attraction de Mortagne-au-Perche ;
- ✓ De 1983 à 2001, le commerce de Mortagne-au-Perche s'est fortement développé surtout en grandes surfaces (plancher commercial X 3,60) ; le nombre de magasins de petite surface a diminué tant en nombre (- 20.65%) qu'en surface (-9.1%), on constate ce même phénomène dans les autres villes-référence excepté Alençon ;
- ✓ L'évolution du commerce de Mortagne-au-Perche n'a pas eu un impact significatif sur la taille de sa zone de chalandise, elle lui a permis simplement de la maintenir ;
- ✓ Si l'on tient compte de zones de chalandise différenciées (zone 1 à 3 pour le centre-ville ; zone 1 à 4 pour la périphérie) :
 - les densités commerciales en petites surfaces du centre-ville de Mortagne-au-Perche -tant en nombre qu'en surface de vente- sont dans les moyennes inférieures des cinq villes-référence,
 - on retrouve ce même phénomène en périphérie,
- ✓ Le commerce de centre-ville de Mortagne-au-Perche fonctionne bien de manière générale.

• l'urbanisme commercial

- ✓ Avec plus de 600 places de stationnement en centre-ville, Mortagne-au-Perche se situe en 2^{ème} position des cinq villes-référence citées précédemment ;

- ✓ La mise en place de la zone bleue et son respect par les usagers a permis de gagner de la fluidité dans le stationnement ;
- ✓ Néanmoins, on peut regretter une sous-utilisation de certaines places (Montcacune, Place du Fort) et que certaines rues soient encombrées par des voitures ventouses (rue Sainte-Croix & haut de la rue des Quinze Fusillés) ;
- ✓ Spatialement, le centre-ville de Mortagne-au-Perche s'est concentré depuis une vingtaine d'années autour d'un triangle formé par les places du Général de Gaulle, de la République et Notre Dame ;
- ✓ Les travaux d'aménagement réalisés depuis une vingtaine d'années en centre-ville ont permis au commerce de se développer dans des bonnes conditions ;
- ✓ Néanmoins certaines rues jadis fréquentées ont perdu beaucoup de leur attraction (rue Sainte Croix, bas de la rue des Quinze Fusillés) ;
- ✓ La circulation automobile dans le centre-ville de Mortagne-au-Perche demeure problématique à tout moment de la journée et surtout entre 16 h et 18 h avec un pic le vendredi soir avec l'arrivée des franciliens, la nouvelle déviation permettra probablement d'améliorer la circulation en évitant la circulation de transit ;
- ✓ Il conviendra d'étudier, après mise en place de la déviation, le plan de circulation de la ville.

• la structure commerciale de l'agglomération

L'agglomération de Mortagne-au-Perche est pourvue (grandes surfaces : données 2003 ; petites surfaces : données 2001) :

- ✓ de trois pôles commerciaux principaux à attraction régionale :
 - le centre ville** qui comprend 3 grandes surfaces de 1 400 m² et 65 boutiques de 3 049 m², le tout totalisant 4 449 m², auxquels vient s'ajouter le marché du samedi (alimentaire et non-alimentaire),
 - le centre commercial de Préfontaines** situé sur la route de Rémalard, au Sud-Est de l'agglomération, qui comprend un hypermarché à l'enseigne Intermarché de 3 027 m² et 5 autres grandes surfaces de 5 750 m², le tout totalisant 8 777 m²,
 - le centre commercial de Saint-Langis-les-Mortagne** situé sur la route d'Alençon, à l'Ouest de l'agglomération, qui comprend un supermarché à l'enseigne Super U de 2 115 m² ;
- ✓ d'un pôle commercial secondaire à attraction limitée à l'agglomération et aux communes limitrophes :
 - le centre commercial de la Gare** situé sur la route de Bellême, à l'Est de l'agglomération, qui comprend un supermarché-hard discount à l'enseigne Le Mutant de 450 m² et 3 grandes surfaces de 5 629 m², le tout totalisant 6 079 m² ;
- ✓ L'agglomération mortagnaise est confrontée à la double attraction importante et grandissante de l'agglomération alençonnaise d'une part, et de l'agglomération aiglonne d'autre part.

Il est à noter :

- ✓ qu'un projet d'installation sur la zone de Préfontaines d'un supermarché hard-discount à l'enseigne ALDI, d'une surface de vente de 768 m², a été accepté par la CDEC de l'Orne en juin 2002 ;
- ✓ qu'un projet d'extension du Super U de 1 050 m² a été acceptée par la CDEC de l'Orne en novembre 2002.

Les propositions

- 1. Mortagne-au-Perche doit conforter voire développer sa zone d'attraction.**
- 2. Le commerce doit se développer tant en centre-ville qu'en périphérie.**
- 3. En périphérie, la priorité doit être le développement des zones commerciales existantes en privilégiant les deux zones principales, celle de Préfontaines et celle du Super U.**
- 4. L'offre en centre-ville doit se développer par l'accueil de nouvelles activités commerciales.**
- 5. Une signalisation des commerces en entrées de ville doit être envisagée à l'occasion de la mise en place du RIS.**
- 6. Le stationnement en centre-ville doit être optimisé par une meilleure signalisation piétonne et voiture.**
- 7. L'accès-piéton au parking Montcacune doit être sécurisé et amélioré**
- 8. L'espace marchand du centre-ville doit être unifié.**
- 9. Les entrées de ville doivent être traitées.**
- 10. Le marché hebdomadaire doit être dynamisé.**

ANNEXES

Liste des annexes

Annexe 1 : Zone de chalandise de Mortagne-au-Perche

Annexe 2 : Distances kilométriques des zones d'attraction des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

Annexe 3 : Comparaison des populations des zones de chalandise des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

Annexe 4 : Evolution du nombre et des surfaces de vente des commerces des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

Annexe 5 : Densité commerciale des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

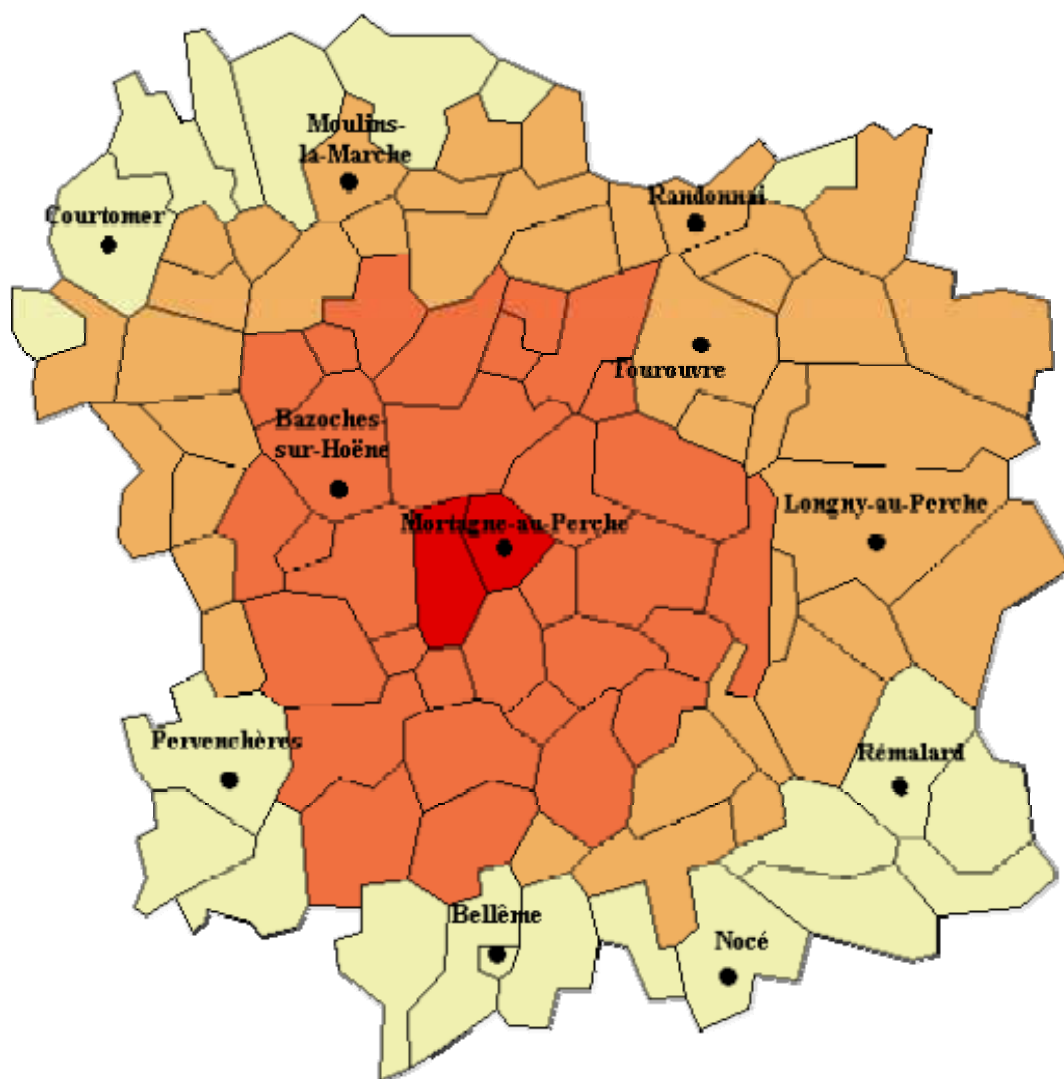
Annexe 6 : Liste des enseignes nationales présentes dans les principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)




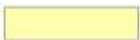
Annexe 7 : Liste des enseignes nationales de commerces de plus de 300 m² présentes dans des villes comparables à Mortagne-au-Perche

Annexe 8 : Densité en stationnement des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

Annexe 9 : Les différents pôles commerciaux de l'agglomération de Mortagne-au-Perche

Annexe 1 : Zone de chalandise de Mortagne-au-Perche



	Zone primaire	5 389 habitants
	Zone secondaire.....	8 675 habitants
	Zone tertiaire	11 405 habitants
	Total zone d'attraction moyenne du centre-ville	25 469 habitants
	Zone d'appoint (zone d'attraction limite des grandes surfaces alimentaires)	9 598 habitants
	Total zone d'attraction de l'agglomération.....	35 067 habitants

Annexe 2 : Distances kilométriques des zones d'attraction des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

	Distance moyenne (km)			Distance maximum (km)		
	Zone 2	Zone 3	Zone d'appoint	Zone 2	Zone 3	Zone d'appoint
Alençon	10,35	20,53	31,00	17,00	19,00	43,00
L'Aigle	7,10	14,32	25,03	11,00	21,00	37,00
Mortagne	9,03	16,28	21,55	15,00	23,00	27,00
La Ferté Macé	5,11	10,00	15,05	7,00	12,00	21,00
Sées	5,65	10,68	14,60	8,00	15,00	18,50

Villes concurrentes de L'Aigle

Evreux	60 108 habitants	à 56 km
Dreux.....	44 653 habitants	à 60 km
Alençon	44 382 habitants	à 62 km

Villes concurrentes d'Alençon

Le Mans	194 825 habitants	à 49 km
Caen	199 490 habitants	à 103 km

Villes concurrentes de Mortagne-au-Perche

Alençon	44 382 habitants	à 42 km
L'Aigle.....	12 254 habitants	à 34 km
Mamers	6 534 habitants	à 24 km
Nogent-le-Rotrou	12 749 habitants	à 39 km

Villes concurrentes de La Ferté-Macé

Flers.....	23 240 habitants	à 26 km
Argentan.....	17 441 habitants	à 33 km
Alençon	44 382 habitants	à 47 km
Caen	199 490 habitants	à 74 km

Villes concurrentes de Sées

Alençon	44 382 habitants	à 22 km
Argentan.....	17 441 habitants	à 23 km
Le Mans	194 825 habitants	à 47 km
Caen	199 490 habitants	à 80 km

Annexe 3 : Comparaison des populations des zones de chalandise des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

	ALENCON		L'AIGLE		LA FERTE MACE		MORTAGNE- AU-PERCHE		SEES	
	valeur	%	valeur	%	valeur	%	valeur	%	valeur	%
Zone 1	44 382	31%	12 254	14%	7 355	24%	5 389	15%	4 504	27%
Zone 2	18 792	13%	7 429	8%	5 404	17%	8 675	25%	2 704	16%
Zone 3	30 793	21%	15 162	17%	5 825	19%	11 405	33%	5 625	33%
Zones 1 + 2 + 3	93 967	65%	34 845	39%	18 584	59%	25 469	73%	12 833	76%
Zone d'appoint	49 747	35%	55 044	61%	12 688	41%	9 598	27%	4 001	24%
Zone totale	143 714	100%	89 889	100%	31 272	100%	35 067	100%	16 834	100%

Annexe 4 : Evolution du nombre et des surfaces de vente des commerces des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

Nombre	1983-1984			2001-2003			Evolution du nombre (en valeur)			Evolution du nombre (en %)	
	Petit commerce	Grand commerce	Total	Petit commerce	Grand commerce	Total	Petit commerce	Grand commerce	Total	Petit commerce	Grand commerce
Alençon	311	25	336	317	71	388	6	46	52	1,93%	184,00%
L'Aigle	153	14	167	124	17	141	-29	3	-26	-18,95%	21,43%
Mortagne-au-Perche	92	7	99	73	15	88	-19	8	-11	-20,65%	114,29%
La Ferté Macé	95	7	102	63	19	82	-32	12	-20	-33,68%	171,43%
Sées	71	3	74	51	4	55	-20	1	-19	-28,17%	33,33%

Remarques : petit commerce, chiffres 2000 à 2002 ; grand commerce, chiffres 2003

Mise à jour 1/10/2003

Surface de vente	1983-1984			2001-2003			Evolution des surfaces de vente (en valeur)			Evolution des surfaces de vente (en %)			Part du grand commerce dans le plancher commercial	
	Petit commerce	Grand commerce	Total	Petit commerce	Grand commerce	Total	Petit commerce	Grand commerce	Total	Petit commerce	Grand commerce	Total	1983-1984	2001-2003
Alençon	15 380	31 967	47 347	17 186	87 852	105 038	-1 806	55 885	57 691	11,74%	2,75	2,22	68%	84%
L'Aigle	8 075	12 427	20 502	6 718	31 719	38 437	-1 357	19 292	17 935	-16,80%	2,55	1,87	61%	83%
Mortagne-au-Perche	4 638	5 550	10 188	4 216	18 913	23 129	-422	13 363	12 941	-9,10%	3,41	2,27	54%	82%
La Ferté Macé	4 568	4 595	9 163	3 295	19 602	22 897	-1 273	15 007	13 734	-27,87%	4,27	2,50	50%	86%
Sées	3 390	1 733	5 123	2 364	4 566	6 930	-1 026	2 833	1 807	-30,27%	2,63	1,35	34%	66%

Remarques : petit commerce, chiffres 2000 à 2002 ; grand commerce, chiffres 2003

Mise à jour 1/10/2003

Annexe 5 : Densité commerciale des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

	Population		Commerces				Zone 1 + 2 + 3				Zone 1 + 2 + 3 + 4			
	Zones 1 à 3	Zones 1 à 4	centre-ville (toutes surfaces)		périphérie (surfaces > 300 m2)		Densité en nombre de commerces (1)		Densité en surfaces de vente de commerce (2)		Densité en nombre de commerces (1)		Densité en surfaces de vente de commerce (2)	
			nb	sv	nb	sv	cv	périphérie	cv	périphérie	cv	périphérie	cv	périphérie
Alençon	93 967	143 714	215	15 328	67	83 181	2,29	non significatif	163,12	non significatif	1,50	0,47	106,66	578,80
L'Aigle	34 845	89 889	117	9 182	12	28 575	3,36	non significatif	263,51	non significatif	1,30	0,13	102,15	317,89
Mortagne -au-Perche	25 469	35 067	68	4 449	12	17 513	2,67	non significatif	174,68	non significatif	1,94	0,34	126,87	499,42
La Ferté Macé	18 584	31 272	64	5 411	15	17 201	3,44	non significatif	291,16	non significatif	2,05	0,48	173,03	550,04
Sées	12 833	16 834	49	2 574	3	4 216	3,82	non significatif	200,58	non significatif	2,91	0,18	152,90	250,45

(1) nombre de commerces pour 1000 habitants

Mise à jour 1/10/2003

Annexe 6 : Liste des enseignes nationales présentes dans les principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

	ALENCON	L'AIGLE	MORTAGNE -AU-PERCHE	LA FERTE- MACE	SEES	BELLEME
Pop. zone d'attraction du centre ville	94 000 hab.	35 000 hab.	2 000 hab.	19 000 hab.	13 000 hab.	16 000 hab.
Pop. zone d'attraction de la périphérie	144 000 hab.	90 000 hab.	35 000 hab.	31 000 hb.	17 000 hab.	16 000 hab.
ALIMENTAIRE						
Grandes surfaces						
Hypermarché	Carrefour, Intermarché, Leclerc	Leclerc Intermarché	Intermarché	Leclerc,		
Supermarchés	Champion, Intermarché		Super U, Coccinelle	Champion, Intermarché	Champion, Intermarché	Champion, Marché Plus
Hard Discount	Aldi, ED, Le Mutant, Lidl	Aldi	Le Mutant, Aldi	Lidl		
Autres surfaces						
Supérette	Coccinelle, 8 à Huit, Proxi	Coccinelle, Marché Plus,				Proxi
Alimentation spécialisée						
Boulangerie-viennoiserie	La Mie Caline, le Fournil du Papé					
Chocolaterie						
NON ALIMENTAIRE						
Non alimentaire non spécialisé						
Grandes surfaces						
Magasin populaire	Eurodif,					
Soliderie	Gifi, Noz					
Autres surfaces						
Equipement de la personne						
Grandes surfaces						
Habillement	Gémo, La Halle aux Vêtements, Vétimarché,	Vétimarché,	Vétimarché			
Chaussures	La Halle aux Chaussures	Chauss Expo	Hyper aux Chaussures			
Puériculture	Aubert					
Autres surfaces						
Laine, tissus	Phildar, Carré Blanc		Phildar	Phildar,		
Prêt-à-porter femme	Antonelle, Cache Cache, Camaieu, Caroll, La Compagnie des Pulls, LJennyfer, M & S Mode, New Look, Pimkie, 1 2 3, Burton	Cache Cache				

Nous entendons par enseignes nationales les enseignes présentes sur l'agglomération répertoriées dans "l'Annuaire de l'Enseigne" édition 2003

	ALENCON	L'AIGLE	MORTAGNE -AU-PERCHE	LA FERTE- MACE	SEES	BELLEME
Pop. zone d'attraction du centre ville	94 000 hab.	35 000 hab.	25 000 hab.	19 000 hab.	13 000 hab.	16 000 hab.
Pop. Zone d'attraction de la périphérie	144 000 hab.	90 000 hab.	35 000 hab.	31 000 hab.	17 000 hab.	16 000 hab.
Autres surfaces (suite)						
Prêt-à-porter homme	Jules, New Man, Monsieur de Fursac, Status					
Prêt-à-porter enfant	Z, Tape à l'Oeil					
Prêt-à-porter mixte	Pantashop					
Lingerie	Lingerie Etam					
Puériculture	Natalys	Bébé Cash				
Chaussures	Eram, Tanéo	Eram		Eram		
Equipement de la maison						
Grandes surfaces						
Généraliste de la maison	But, Conforama,					
Meubles	Le Faillitaire, Mobiclub					
Brocante	La Trocante,					
Bricolage	Bricomarché, Monsieur Bricolage, Weldom	Bricomarché, Espace Émeraude, Super Caténa	Bricomarché	Bricomarché, Big Mat, Mondial Kit	Caténa	Caténa
BTP	Gédimat, Point P	Point P	Point P		Point P	
Papiers peints, moquettes	GP Décor, Heytens					
Electro-ménager, radio, TV, Hifi	Darty, Groupe Digital	Gitem	Gitem	Gitem		
Autres surfaces						
Meubles	Maison de la literie, Mondial Kit					
Electro-ménager, radio, TV, Hifi	Gitem, Singer	Singer	Philips	Philips	Gitem	
Art de la table						
Bazar, divers	Léon and Co, Point Cadres, Soho					

Nous entendons par enseignes nationales les enseignes présentes sur l'agglomération répertoriées dans "l'Annuaire de l'Enseigne" édition 2003

	ALENCON	L'AIGLE	MORTAGNE -AU-PERCHE	LA FERTE MACE	SEES	BELLEME
Pop. zone d'attraction du centre ville	94 000 hab.	35 000 hab.	25 000 hab.	19 000 hab.	13 000 hab.	16 000 hab.
Pop. zone d'attraction de la périphérie	144 000 hab.	90 000 hab.	35 000 hab.	31 000 hab.	17 000 hab.	16 000 hab.
Culture et loisirs						
Grandes surfaces						
Papeterie	Hyperburo					
Disques et cassettes	Nuggets					
Sport	Décathlon, Super Sports					
Jardinerie	Coté Nature	Baobab	Point Vert	Point Vert	Point Vert	Espace enchanté Vilmorin
Autres surfaces						
Librairie, papeterie	Maxi-Livres		Majuscule,			
Optique	Alain Afflelou, Centrale d'Achat Optique, Optic 2000, Lissac Opticien	Alain Afflelou, Krys	Optic 2000, Visual	Optic 2000		
Bijouterie	Julien Dorcel	Julien Dorcel				
Photo	Phox	Phox	Phox	Phox	Foci	
Sport	Athlète's Foot					
Jouets	Joupi			Joué Club		
Téléphonie	France Télécom, Phone Shop, Village Telecom	France Télécom	France Télécom			
Fleurs	Rapid Flore					
Hygiène et Santé						
Grandes surfaces						
Autres surfaces						
Parfumerie	Marie-Jeanne Godard, Nocibé, Séphora, Yves Rocher	Beauty Success				
Pièces autos et cycles						
Grandes surfaces	Feu Vert	Stationmarché	Stationmarché			
Autres surfaces	Mbk					

Nous entendons par enseignes nationales les enseignes présentes sur l'agglomération répertoriées dans "l'Annuaire de l'Enseigne" édition 2003

Annexe 7 : Liste des enseignes nationales de commerces de plus de 300 m² présentes dans des villes comparables à Mortagne-au-Perche

cf feuille A 3 excel

Annexe 7 : Liste des enseignes nationales de commerces de plus de 300 m² présentes dans des villes comparables à Mortagne-au-Perche

cf feuille A 3 excel

**Annexe 7 : Liste des enseignes nationales de commerces de plus
de 300 m² présentes dans des villes comparables à Mortagne-au-Perche**

cf feuille A 3 excel

Annexe 8 : Densité en stationnement des principales villes de l'Orne (circonscription de la CCI d'Alençon)

	Population		Nbre de places de stationnement		Commerces				Densité en stationnement par magasin (1)		Densité en stationnement par m2 (2)	
	Zones				centre-ville		périphérie		cv	périphérie	cv	périphérie
	1 à 3	1 à 4	cv	périphérie	nb	sv	nb	sv				
Alençon (maxi)	93 967	143 714	4 000	4 000	215	15 252	67	86 681	18,60	59,70	26,23	4,61
Alençon (mini)	93 967	143 714	1 600	4 000	215	15 252	67	86 681	7,44	59,70	10,49	4,61
L'Aigle	34 845	89 889	782	1 129	116	9 182	13	28 575	6,74	86,85	8,52	3,95
Mortagne	25 469	35 067	600	850	68	4 449	12	18 563	8,82	70,83	13,49	4,58
La Ferté Macé	18 584	31 272	537	1 514	64	5 411	15	17 562	8,39	100,93	9,92	8,62
Sées	12 833	16 834	376	255	49	2 574	3	3 503	7,67	85,00	14,61	7,28

(1) nombre de places par magasin

(2) nombre de places pour 100 m2 de surface de vente

Annexe 9 : Les différents pôles commerciaux de l'agglomération de Mortagne-au-Perche

- ✓ pôles commerciaux principaux à attraction régionale :

le centre ville comprend 3 grandes surfaces totalisant 1 400 m²

- Coccinelle 400 m²
- La Farfouine 600 m²
- Quincaillerie du Centre..... 400 m²

le centre commercial de Préfontaines comprend 6 grandes surfaces totalisant 8 777 m² plus un projet d'installation d'un supermarché hard-discount à l'enseigne ALDI, d'une surface de vente de 768 m²

- Intermarché 3 027 m²
- Chauss-Expo 400 m²
- Bricomarché..... 3 200 m²
- Vétimarché 600 m²
- Gitem..... 850 m²
- Meubles Tireau 700 m²

le centre commercial de Saint-Langis-les-Mortagne comprend 1 grande surface de 2 115 m² (Super U) qui doit s'étendre de 1 050 m² en 2004 pour atteindre 3 165 m²

- ✓ pôle commercial secondaire à attraction limitée à l'agglomération et aux communes limitrophes :

le centre commercial de la Gare comprend 4 grandes surfaces 6 079 m²

- Le Mutant 450 m²
- Texti Center (confection) 450 m²
- Sylvanor (jardinerie)..... 4 429 m²
- Point Vert..... 750 m²

- ✓ et une grande surface isolée (quincaillerie Samac) de 542 m² sur la zone des Gaillons à Saint-Hilaire-le-Châtel

soit un total de 15 grandes surfaces totalisant 18 913 m².