

# Saint-Lô Agglo

## Schéma de développement économique et d'urbanisme commercial

Bilan de l'écosystème économique & commercial



La mission que nous vous proposons de mener s'inscrit dans une démarche réellement prospective. Nous ne sommes pas là pour refaire l'histoire du territoire ni pour produire une étude supplémentaire mais pour accompagner son développement en proposant aux élus une grille de lecture du développement économique en général et du commerce en particulier favorisant un échange constructif. Dans ce contexte, nous vous proposons une prestation orientée vers sept objectifs principaux :

- 1 **Apporter aux élus et acteurs**, via une approche pédagogique, **une vision commune** des enjeux du développement économique et du commerce de demain ainsi que des outils de pilotage à disposition pour orienter le développement et maîtriser le commerce tout en réactivant l'attractivité des centralités.
- 2 **Réaliser un diagnostic partagé de la situation économique et un bilan de la structuration commerciale du territoire depuis dix ans** autour d'indicateurs lisibles et évaluables dans le temps.
- 3 **Développer une vision prospective du tissu économique et des principales filières**, en intégrant autant que possible l'impact de la crise COVID, et **intégrer les nouveaux usages commerciaux qui marqueront, d'ici 2030, l'organisation des polarités commerciales.**
- 4 **Identifier les défis à relever pour l'économie locale en général et le commerce en particulier** au regard des évolutions potentielles à 5/10/15 ans de la population, des filières économiques, de l'appareil commercial et de la structuration des pôles environnants.
- 5 **Traduire**, sur la base d'une concertation étroite avec les acteurs locaux, **l'ambition territoriale** en matière de politique économique et de commerce.
- 6 **Concevoir une stratégie** axée sur la complémentarité avec les territoires voisins, la lisibilité et l'efficacité de la politique économique, la structuration spatiale de l'offre d'accueil d'activités, aussi bien en matière de foncier que d'immobilier, l'articulation des différents acteurs du développement économique autour d'objectifs partagés, la restructuration des linéaires commerciaux (en centre-ville et en périphérie) en intégrant les équilibres internes au territoire et les développements des espaces hors territoire.
- 7 **Traduire la stratégie en actions concrètes et opérationnelles** pour réussir la transition économique et la transformation du commerce.

---

## Sommaire

---

**PARTIE I.** Les dynamiques démographiques **Page 4**

---

**PARTIE II.** Le bilan d'attractivité économique **Page 13**

---

**PARTIE III.** Le bilan d'équipement commercial **Page 54**

---

**PARTIE IV.** Le bilan des principales centralités **Page 70**

---

**PARTIE IV.** Le bilan d'attractivité économique et commercial **Page 88**

---



**LESTOUX &  
ASSOCIÉS**



**Partie 1**

Les dynamiques  
démographiques

## UNE DYNAMIQUE DEMOGRAPHIQUE TIRÉE PAR L'AXE RENNES-CAEN

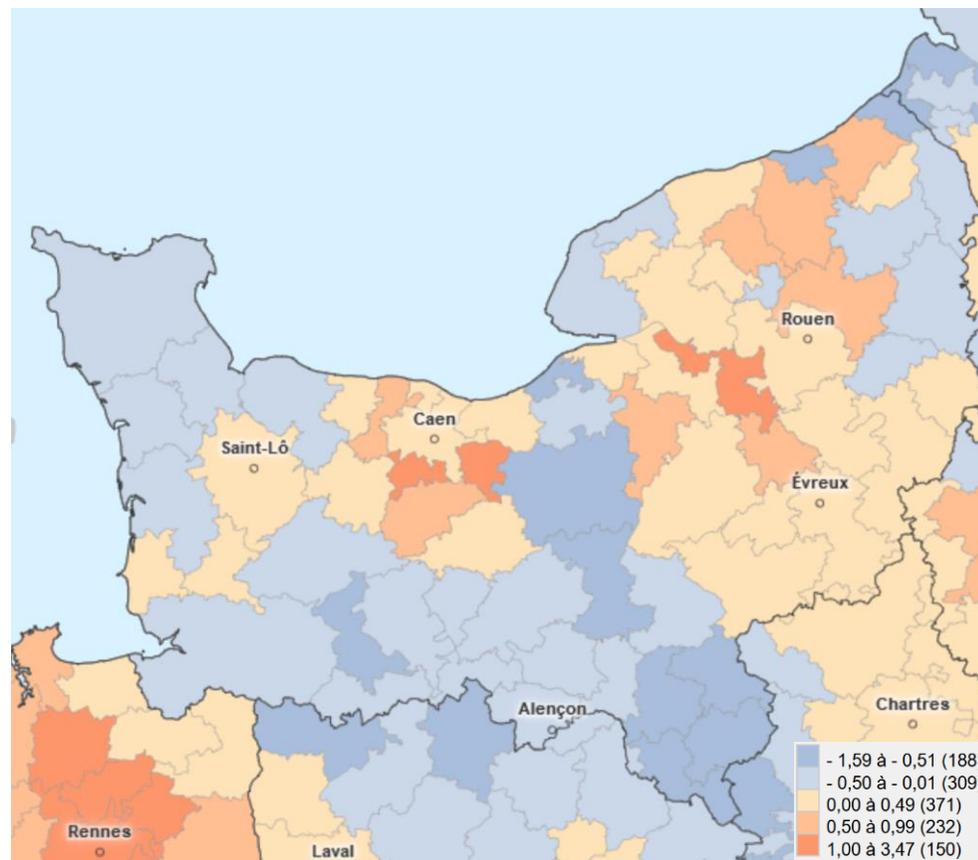
Dans un environnement en faible croissance démographique, seul le pôle caennais enregistre une dynamique démographique relativement favorable. Dans ce contexte, la CA Saint-Lô Agglomération maintient néanmoins une dynamique démographique positive tirée par l'attractivité de l'axe Caen-Rennes.

Cette croissance reste néanmoins très modeste (0,17%/an entre 2012 et 2017) en comparaison de la croissance enregistrée sur la CU Caen La Mer (0,44%/an) ainsi que les EPCI les plus proches du pôle caennais (autour de 1%/an).

### ELEMENTS A RETENIR

Une évolution démographique qui reste légèrement positive dans un environnement peu dynamique en matière de démographie.

### DYNAMIQUE DEMOGRAPHIQUE PAR EPCI



## UNE DYNAMIQUE DÉMOGRAPHIQUE CONTRASTÉE

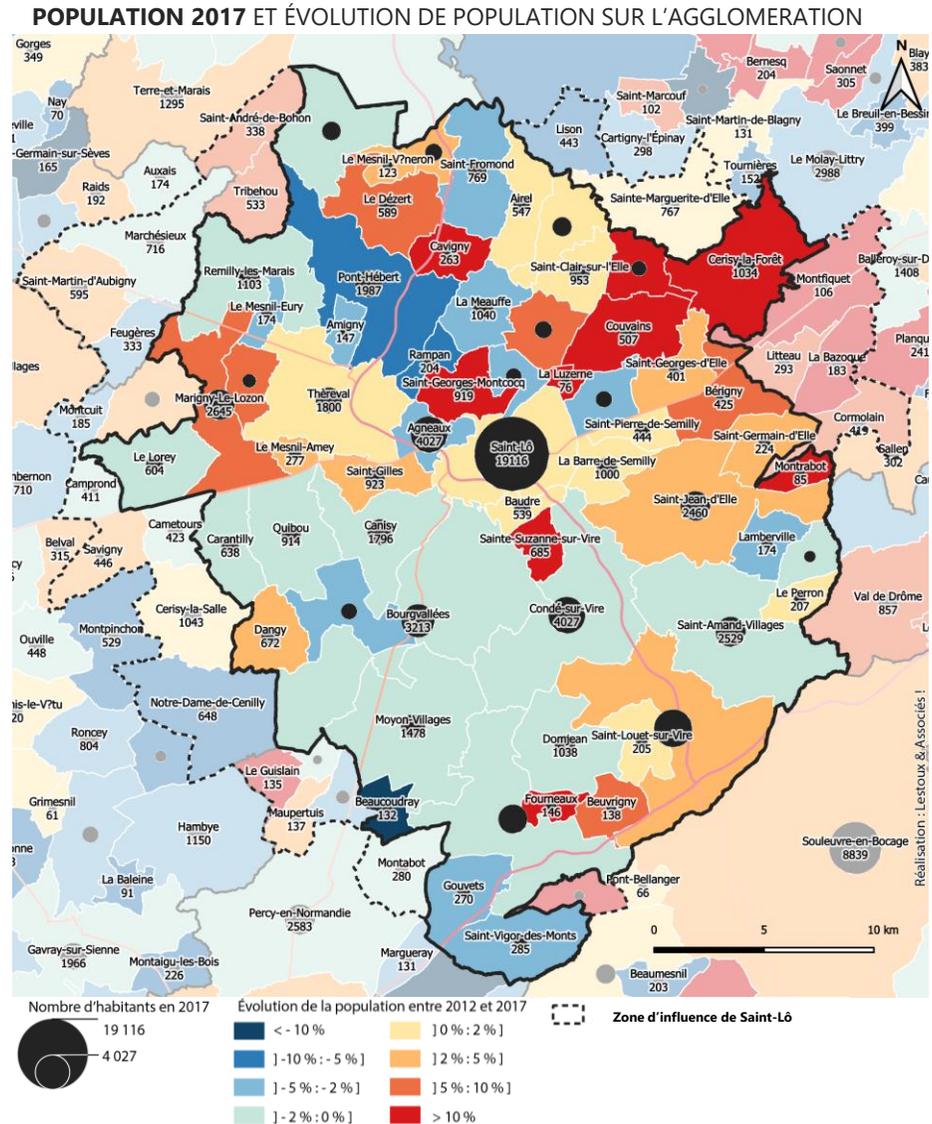
Le territoire se caractérise par un fort contraste entre sa partie nord et sa partie sud. Même si Saint-Lô agglomération voit une légère progression de sa population sur les 5 dernières années (+0,8%) la moitié de ses communes montre un recul du nombre de ses habitants.

Le nord-est de l'agglomération présente une forte croissance démographique. Ces évolutions se font davantage sur les petites communes rurales qui comptent un faible nombre d'habitants. À noter que cette partie du territoire s'amorce plus particulièrement à Bayeux et dans une plus grande mesure à Caen ce qui vient en partie expliquer ce dynamisme.

Seulement 30% des habitants travaillent au sein de leur commune de résidence. Un taux qui révèle d'importants flux des actifs qu'il convient de capter leurs de leurs déplacements domicile-travail.

Avec plus de 85 000 habitants, le rapport de la ville pôle sur la zone d'influence s'élève à 4,5. Un seuil plus élevé que la moyenne autour de 3 qui souligne le rayonnement important de Saint-Lô.

Territoire	Population 2017
Saint-Lô	19 116
CA Saint-Lô Agglomération	76 127
Zone d'influence de Saint-Lô	85 546



## UNE FRAGILISATION DE LA TYPOLOGIE DES MÉNAGES

Le territoire et sa zone d'influence connaît une légère croissance démographique (+0,8% à 1%) entre 2012 et 2017. Une évolution contrastée avec le département qui recule sur la même période.

Saint-Lô Agglo voit sa population vieillir (+2,5%) mais montre une part des 60 et plus moins importante de 3 pts au département. Par ailleurs la part des moins de 15 ans reste stable et même plus élevée que sur La Manche. À noter moins de jeunes sur la ville pôle.

Une médiane des revenus équivalente au département mais plus faible de 5% sur la ville de Saint-Lô.

La part des familles est faiblement représentée sur la commune de Saint-Lô et inférieure de 10 pts au reste de l'agglomération. On observe un léger recul de ce type de ménage sur le territoire, une tendance similaire au département. Par ailleurs les ménages d'une personne, qui continue de progresser, sont très représentés notamment sur Saint-Lô (supérieur de 17 pts à l'agglo).

Une forte polarité en emplois sur la ville pôle qui souligne un plus grand nombre d'actifs que d'emplois et un fort rayonnement et d'importantes migrations pendulaires.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une population qui vieillit, se renouvelle fortement mais sans l'attraction de familles, de jeunes ou ménages aisés.

	Saint-Lô		CA Saint-Lô Agglo		Zone d'influence de Saint-Lô		Département de La Manche (50)	
	2012	2017	2012	2017	2012	2017	2012	2017
Population 2017 (Insee 2020)	19 116		76 127		85 546		496 883	
Population 2012	18 931		75 497		84 765		499 890	
Evolution 2012-2017	1,0%		0,8%		0,9%		-0,6%	
% personnes <b>de 60 ans et plus</b>	26,9%	<b>29,8%</b>	25,8%	<b>28,3%</b>	25,8%	<b>28,1%</b>	28,3%	<b>31,1%</b>
% personnes <b>&lt;15 ans</b>	14,0%	<b>14,5%</b>	18,2%	<b>18,1%</b>	18,5%	<b>18,3%</b>	17,5%	<b>16,7%</b>
<b>Médiane des revenus</b> par UC* 2016	19 450 €		20 390 €		19 929 €		20 300 €	
<b>Nb ménages 2017</b> (Évolution des ménages 12-17)	10 258		34 536		38 434		227 777	
	1,7%		2,8%		2,7%		2,3%	
% ménages <b>personne seule</b> 2017	50,6%	<b>53,6%</b>	33,9%	<b>36,0%</b>	33,2%	<b>35,3%</b>	34,0%	<b>36,1%</b>
% ménages <b>familles avec enfant(s)</b> (parmi nb ménages) 2017	24,2%	<b>22,7%</b>	32,9%	<b>32,2%</b>	33,5%	<b>32,8%</b>	32,6%	<b>31,1%</b>
% ménages <b>emménagés &lt;5 ans</b> 2017	41,5%		30,1%		29,5%		29,2%	
<b>Nb emplois 2017</b> (et évolution depuis 2012)	17 140		32 987		34 661		194 903	
	-1,3%		-0,4%		-0,5%		-0,9%	
<b>Nombre d'actifs occupés (et évolution depuis 2012)</b>	7 314		31 491		35 400		195 150	
	-1,5%		-1,5%		-1,1%		-2,3%	
<b>Indicateur de concentration d'emplois</b> 2017 (nb emplois/actifs occupés)	234,0	<b>234,3</b>	103,6	<b>104,7</b>	97,4	<b>97,9</b>	98,4	<b>98,7</b>
<b>Taux de vacance en logements</b> (et évolution depuis 2012)	8,2%		8,3%		8,5%		8,5%	
	6,2%		14,5%		13,5%		11,8%	

UC\* Unité de consommation pour un ménage

## DES EMPLOIS CONCENTRES SUR L'AXE ST-LO CONDE VIRE TORIGNY

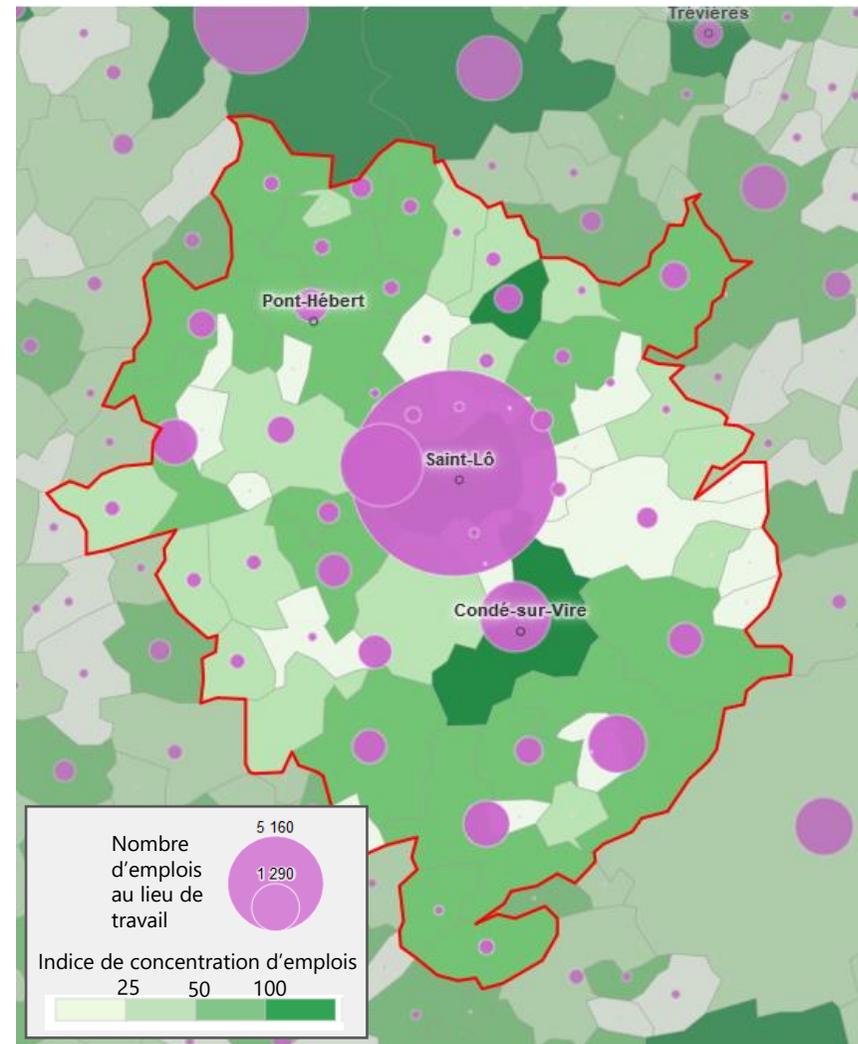
L'analyse du rapport entre le nombre d'emplois par commune et le nombre d'actifs résidents permet de mettre en évidence la très forte polarité en emplois de Saint-Lô. Avec 17140 emplois sur la commune, la ville regroupe plus de la moitié des emplois de l'agglomération. Saint-Lô compte ainsi 2,3 fois plus d'emplois que d'actifs résidents.

Hormis Saint-Lô, les communes d'Agneaux (2729 emplois) et Condé-sur-Vire (2024 emplois) regroupent également davantage d'emplois que d'actifs (indices de concentration d'emplois de 176 et 116). Avec 1583 emplois et un indice de concentration d'emplois de 86, Torigny-les-Villes est le 4<sup>ème</sup> pôle d'emplois de l'agglomération

### ELEMENTS A RETENIR

Une très forte polarité en emplois du cœur de l'agglomération alors que les autres communes présentent un profil plus résidentiel (davantage d'actifs résidents que d'emplois).

NOMBRE D'EMPLOIS ET INDICE DE CONTRATION D'EMPLOIS PAR COMMUNE



## UNE ATTRACTIVITE DES POLES D'EMPLOIS DE ST-LO POUR LES TERRITOIRES ENVIRONNANTS

L'analyse des trajets domicile travail par EPCI montre le rôle importants des pôles d'emplois de Saint-Lô pour les territoires environnants avec des trajets entrants sensiblement supérieurs aux trajets sortants (8222 flux entrants contre 6828 flux sortants).

Seuls les échanges avec la CU Caen sont déficitaires avec 1060 actifs sortants contre 516 entrants) alors qu'ils sont équilibrés ou excédentaires avec les EPCI environnantes.

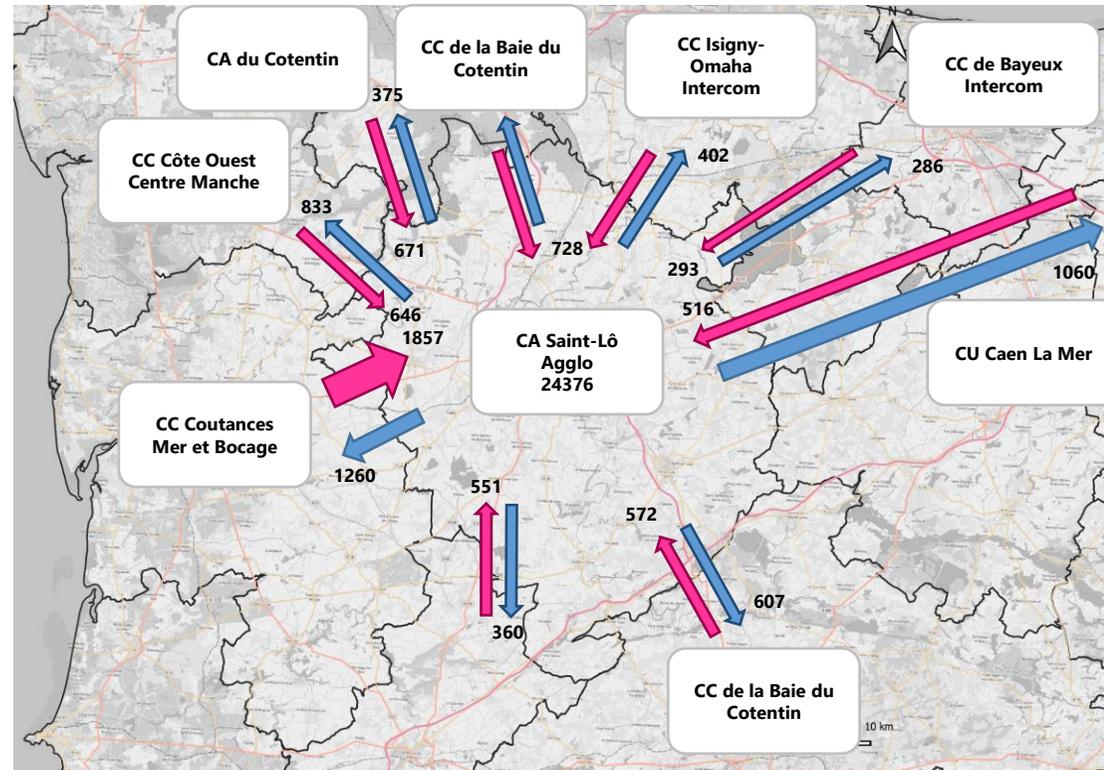
Le territoire est desservi par deux gares structurantes (Saint-Lô et Lison). Pour Saint-Lô, une liaison TER vers Caen en 51-55 minutes mais un cadencement peu optimal qui rend son utilisation peu évidente pour les trajets domicile travail.

### ELEMENTS A RETENIR

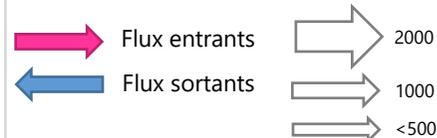
Un territoire marqué par des trajets domicile travail très importants et une desserte ferroviaire peu adaptée pour les mobilité du quotidien.

Un rôle importants des pôles d'emplois de Saint-Lô pour les territoires environnants.

### PRINCIPAUX FLUX DOMICILE TRAVAIL PAR EPCI



Lecture : la largeur indique le nombre de déplacements



## UNE DYNAMIQUE RÉSIDENTIELLE AU RALENTIE

**Le nombre de résidences principales tend à ralentir depuis les années 2000**, avec une progression de +0,5% entre 2012 et 2017 contre +1,1% sur la période 1999-2012.

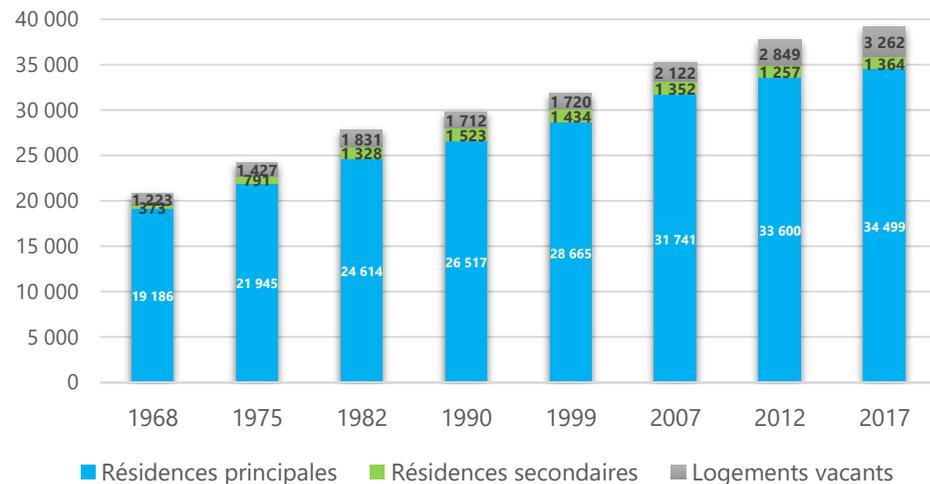
Dans un même temps, on constate la flambée de la vacance résidentielle qui progresse de façon plus modérée ces dernières années (+6,1% entre 2007 et 2012 et +2,7% de 2012 à 2017). Aujourd'hui le taux de vacance s'élève à 8,3% sur le territoire. Il est admis qu'un taux de vacance « raisonnable » se situe entre 6% et 7%, seuil permettant à la fois la fluidité des parcours résidentiels et l'entretien du parc de logements.

**Le parc de logements est également caractérisé par une baisse continue du nombre moyen d'occupants depuis 1968.** En effet l'indicateur est passé de 3,3 personnes par ménage en 1968 à 2,2 en 2017. Ce desserrement des ménages continu induit des nouveaux besoins en logements en quantité mais également en taille de biens.

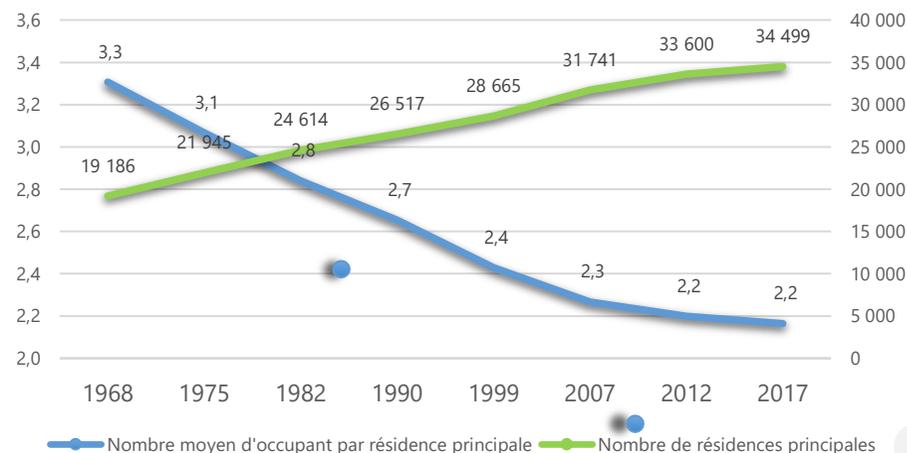
### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une dynamique résidentielle qui s'atténue et se caractérise par une inadéquation de l'offre vis-à-vis de la demande (évolution des parcours résidentiels).

### ÉVOLUTION ET RÉPARTITION DU PARC DE LOGEMENTS SUR SAINT-LÔ AGGLO (INSEE 2020)



### NOMBRE D'OCCUPANTS MOYEN PAR LOGEMENT (INSEE 2020)



## DES BESOINS EN LOGEMENTS DE PETITES TAILLES

Ces dernières années ont été marquée par de fortes évolutions des parcours résidentiels notamment avec le desserrement des ménages et des nouveaux besoins et modes de vie des ménages. Ces derniers accentuent la nécessité d'être en mesure d'adapter son parc de logements aux nouvelles aspirations des habitants.

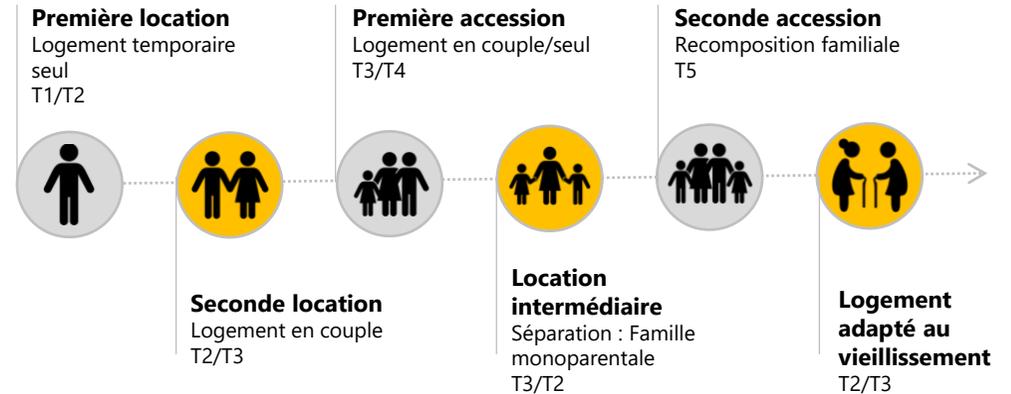
La proportion actuelle des petits logements (T1 et T2) souligne une forte carence au vu des besoins théoriques avec un taux plus de quatre fois inférieur (9% contre 38%). Le territoire étant caractérisé par une la croissance des mono-ménages et des personnes âgées, l'offre de cette typologie pourrait être davantage développée.

À noter également une part des logements type T5 et plus qui apparaît actuellement démesurée (49%) par rapport aux besoins théoriques évalués (8%) sur le territoire.

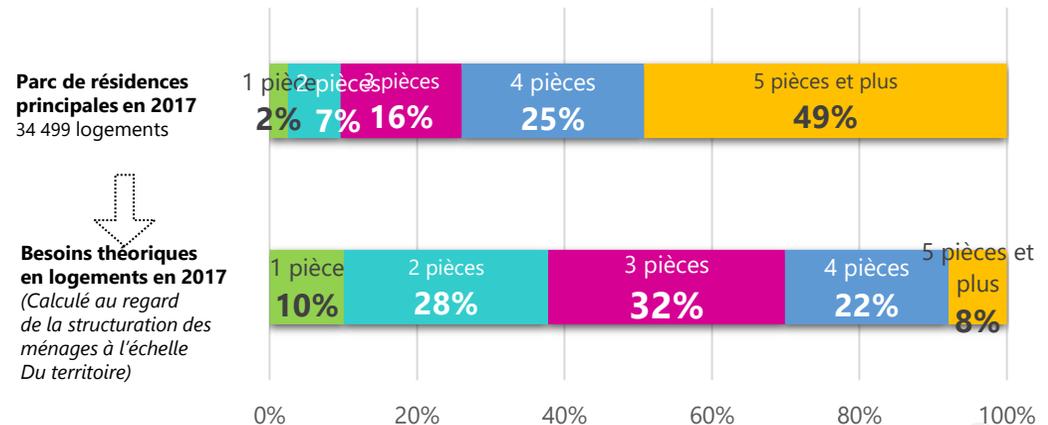
### ÉLÉMENTS À RETENIR

Un parc de logements inadapté qui ne correspond plus à la taille et aux nouveaux modes de vie des ménages.

## STRUCTURATION DU PARCOURS RÉSIDENTIEL ACTUEL ORGANISÉ EN 6 ÉTAPES



## BESOINS THÉORIQUES EN LOGEMENTS SUR SAINT-LÔ AGGLO (INSEE)



1

Dans un environnement régional en très faible croissance démographique, **la CA Saint-Lô Agglomération maintient une croissance démographique tout juste positive**, tirée par le dynamisme de l'axe Caen-Rennes. Au sein de l'agglomération, une dynamique démographique contrastée, **avec une croissance tirée par les communes rurales du Nord Est**.

2

**Une zone d'influence large de Saint-Lô qui représente 4,5 fois la taille de la ville pôle. Un rôle majeur de Saint-Lô comme pôle d'emplois pour les actifs des territoires environnants** avec les quatre communes du cœur d'agglomération (Saint-Lô, Agneaux, Condé-sur-Vire, Torigny-les-Villes) qui regroupent 71% des emplois de l'agglomération.

3

**Un enjeu de résidentialité majeur** avec un habitat en déconnection avec les évolutions démographiques

4

**Une baisse de la part des actifs** qui peut faire émerger des tensions en matière de recrutement



**Partie 2a**

Le bilan  
d'attractivité  
économique

*Les trajectoires économiques*

## UNE FORTE DEPENDANCE A LA SPHERE PUBLIQUE

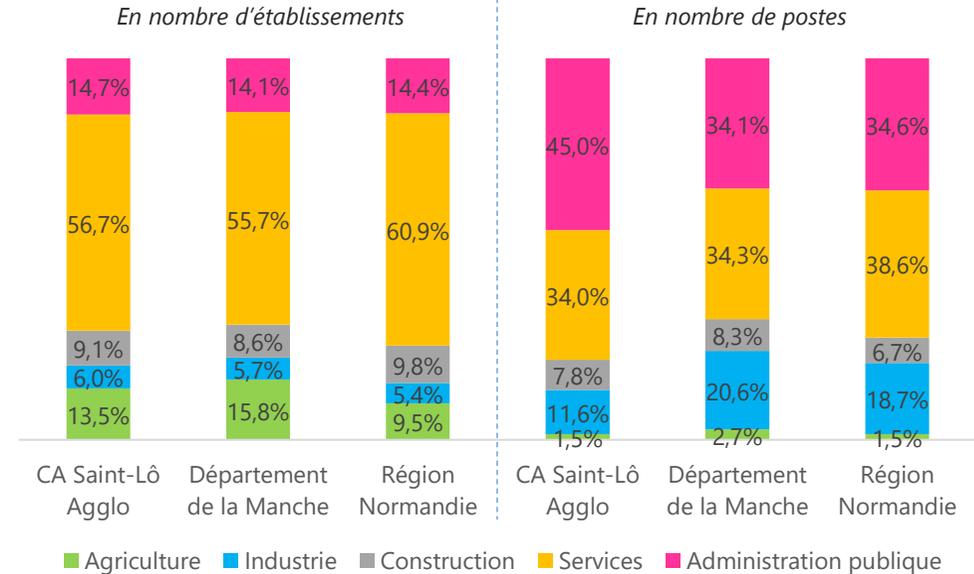
L'agglomération de Saint-Lô se caractérise par une forte dépendance à ses principaux employeurs publics. L'administration publique représente en effet près de 15% des établissements mais 45% des effectifs soit 10 points de plus que la moyenne régionale.

A l'inverse le secteur industriel représente 6% des établissements soit une part comparable aux moyennes départementale et régionale mais seulement 11,6% des effectifs soit une part très inférieure aux moyennes départementale et régionale qui traduit la présence d'établissements industriels de taille plutôt modeste.

### ELEMENTS A RETENIR

Une économie fortement dépendante de la sphère publique et tournée vers les activités de proximité (commerce, services, construction...) avec une présence marquée de l'industrie en nombre d'établissements mais peu en effectifs

### EFFECTIFS SALARIES PAR GRANDS SECTEURS D'ACTIVITES ET PAR SOUS TERRITOIRE



## UNE SPHERE PRÉSENTIELLE PRÉDOMINANTE

L'agglomération de Saint-Lô se caractérise par une **prééminence de la sphère présenteielle** avec près de 68% des emplois qui en dépendent soit 3 à 4 points de plus que les moyennes départementale et régionale.

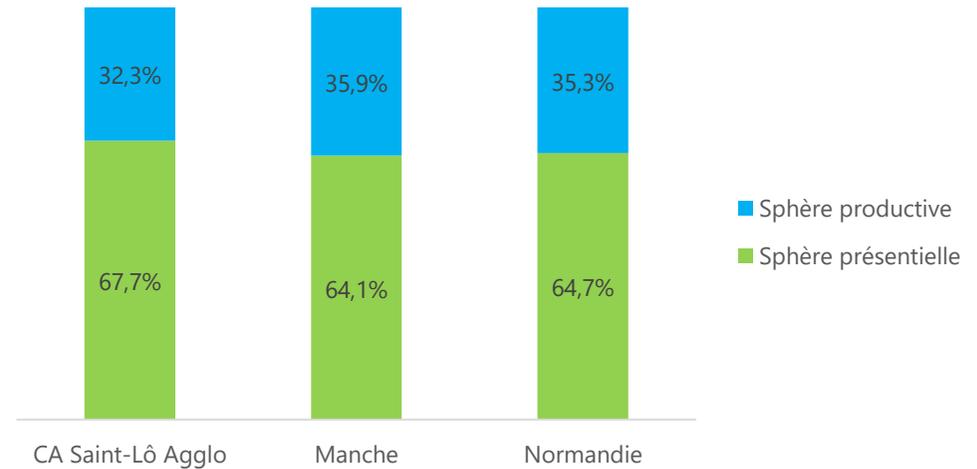
A l'image de la tendance observée sur le département et la région, la part de la sphère productive dans l'emploi total s'est réduite de manière importante depuis les années 90 (-7 points).

### ELEMENTS A RETENIR

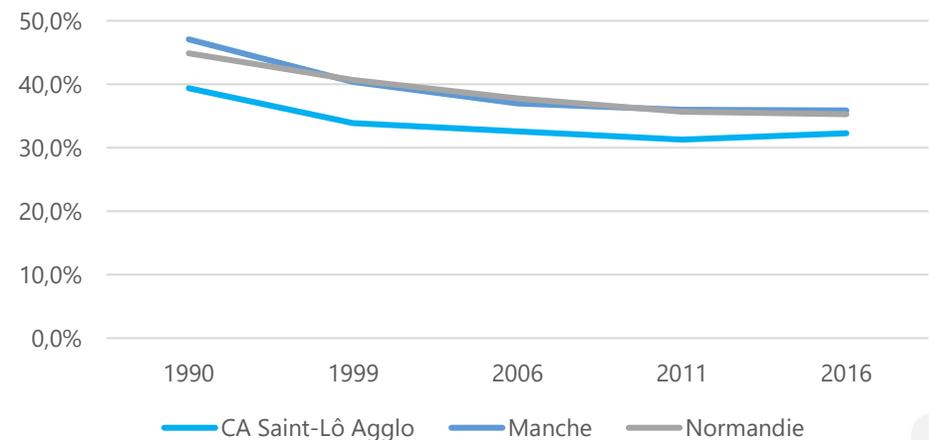
Une économie qui poursuit sa résidentialisation et donc principalement portée par l'économie de proximité

Un fléchissement de l'emploi dans la sphère productive à enrayer

### RÉPARTITION DE L'EMPLOI SELON LES SPHÈRES PRODUCTIVE ET PRÉSENTIELLES



### EVOLUTION DU POIDS DE LA SPHERE PRODUCTIVE



## UNE DYNAMIQUE DE CREATION D'ENTREPRISES PLUTÔT FAIBLE

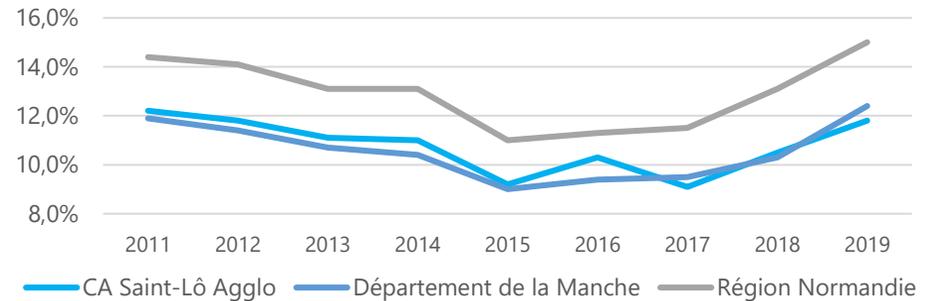
Avec un taux de création d'entreprises de 11,8%, la dynamique de création d'entreprises sur l'agglomération de Saint-Lô apparaît plutôt faible, proche de la moyenne départementale (12,4%) mais nettement inférieure à la moyenne régionale (15,0%).

Parmi les activités créées, les activités commerces, transport, hébergement et restauration sont les plus nombreuses (28,3% des créations) mais sont globalement moins représentées qu'au niveau départementale et régionale (plus de 30% des créations). De même les activités scientifiques et techniques sont plutôt sous-représentées dans les créations d'activités. A l'inverse les autres activités de services et surtout la construction sont nettement surreprésentées dans les créations.

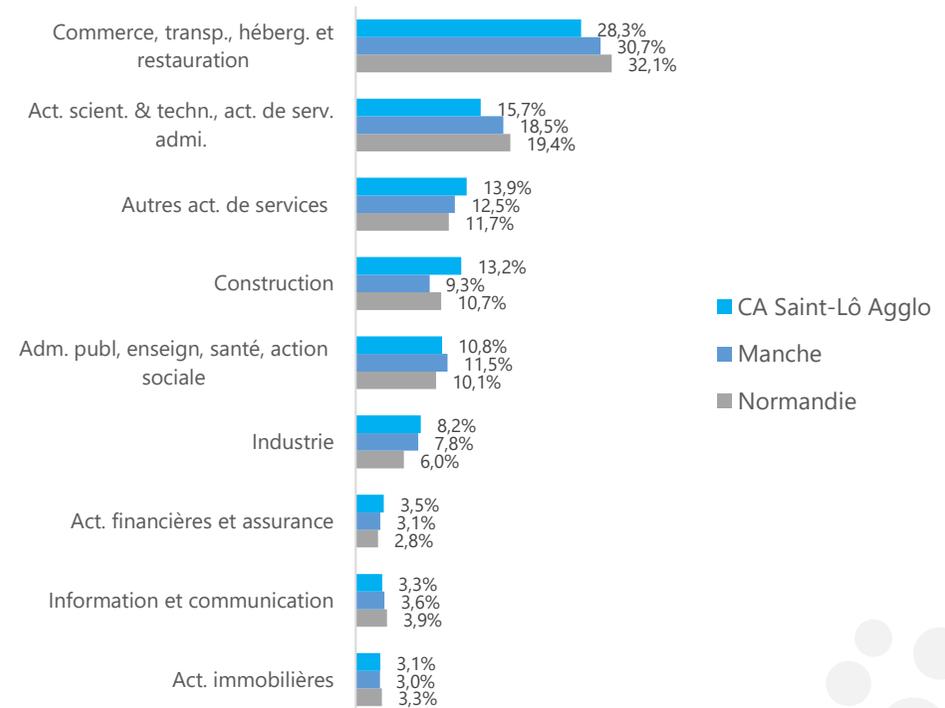
### ELEMENTS A RETENIR

Une dynamique de création d'entreprises mitigée avec des créations qui concernent fortement l'économie de proximité commerce, construction, transport, hébergement, restauration, les services

### TAUX DE CREATION D'ENTREPRISES ENTRE 2011 ET 2019



### REPARTITION DES CREATIONS D'ENTREPRISES PAR SECTEUR D'ACTIVITE, 2019



## UN EFFRITEMENT DE LA POPULATION ACTIVE RESIDENTE

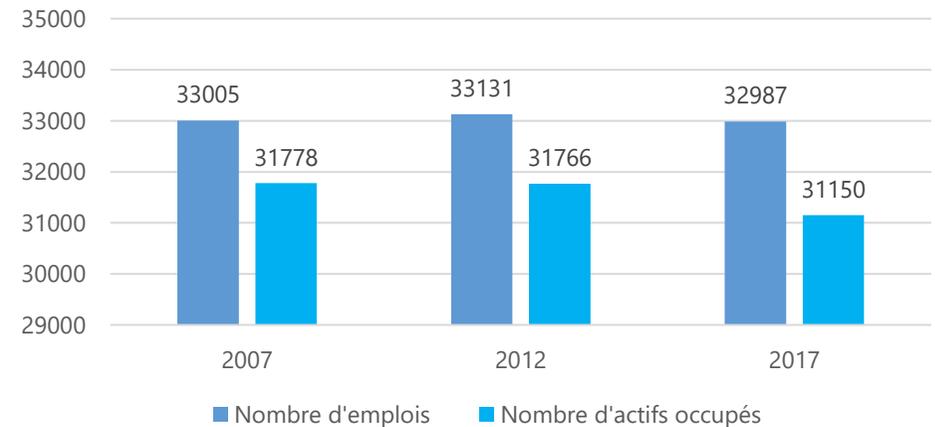
La CA Saint-Lô Agglomération regroupe près de 33000 emplois pour 31150 actifs occupés résidents sur le territoire soit un indice de concentration d'emplois de 106 en croissance de deux points par rapport à 2007. Cet indice positif traduit le rôle des pôles de Saint-Lô comme pôle d'emplois pour les actifs des EPCI environnantes.

Néanmoins si le nombre d'emplois est resté relativement stable depuis 2007, le nombre d'actifs occupés résidents sur le territoire a diminué de manière significative (-628 actifs). Une évolution qui traduit à la fois un déficit d'attractivité résidentielle pour les actifs mais aussi un renforcement de la polarité en emplois des territoires environnants et notamment de la CU Caen.

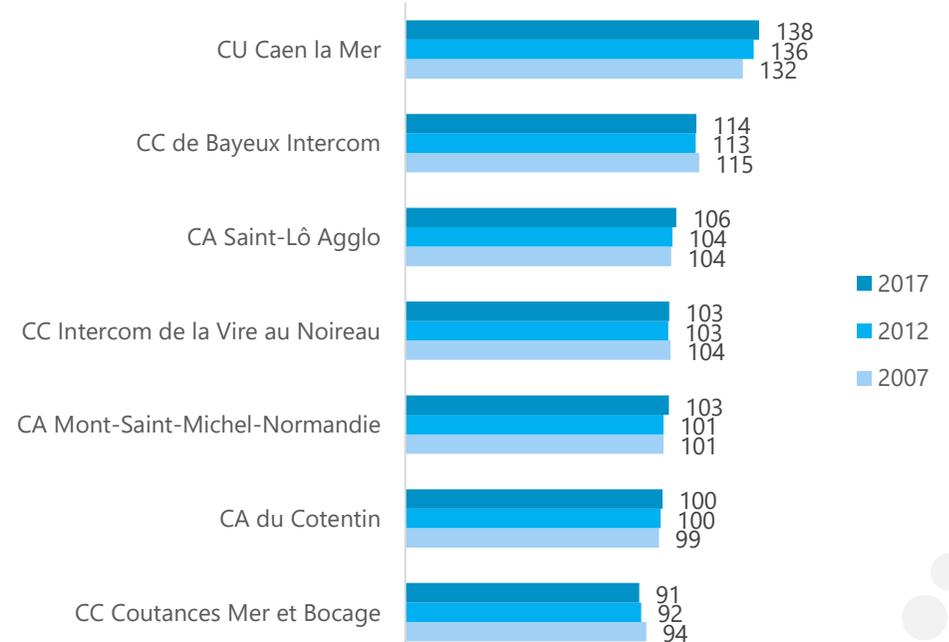
### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une perte de population active résidente et un renforcement des pôles d'emplois de l'agglomération caennaise qui peut générer localement des difficultés en matière de recrutement.

### ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS ET DU NOMBRE D'ACTIFS SUR LA CA SAINT-LO



### INDICE DE CONCENTRATION D'EMPLOI PAR EPCI



## UNE REPRISE DES CREATIONS D'EMPLOIS

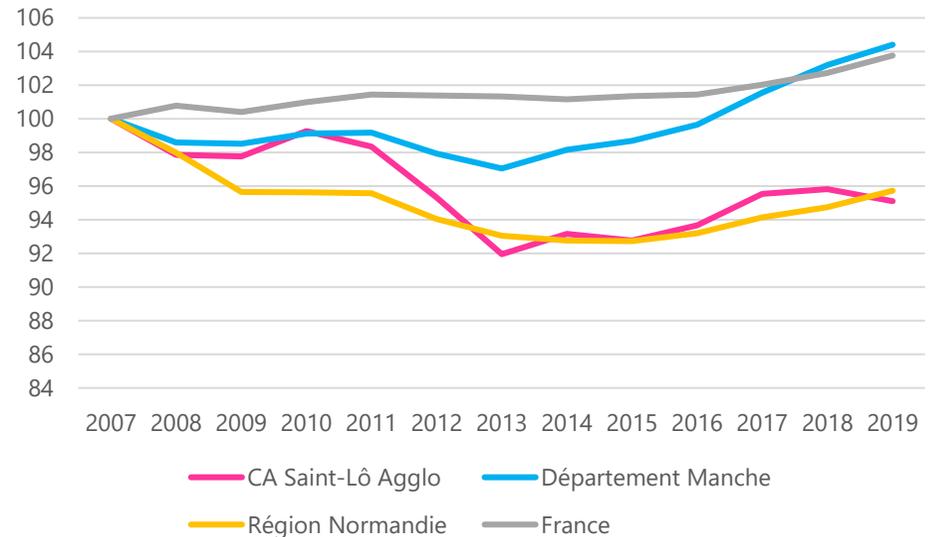
Le **nombre d'emplois salariés privés a diminué de 4,9% par rapport à 2007** sur la CA Saint-Lô. Une évolution proche de la moyenne régionale mais nettement en retrait de la dynamique départementale (+4,9% par rapport à 2007). Le département de la Manche enregistre en effet une forte croissance de l'emploi tirée par le bassin d'emplois de Cherbourg qui a permis au département de rejoindre voire dépasser la moyenne nationale.

L'évolution négative sur la CA Saint-Lô s'explique par de fortes pertes d'emplois dans les années 2011 et 2012. La tendance s'est néanmoins inversée depuis 2013 avec des années 2015-2016 dynamiques en termes de créations d'emplois.

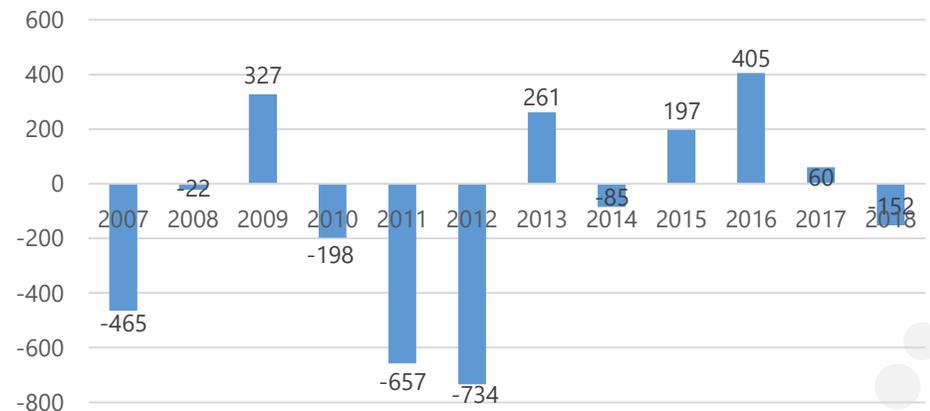
### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une dynamique de l'emploi plutôt faible, qui suit la moyenne régionale mais reste inférieure aux moyennes départementale et nationale.

### EVOLUTION DE L'EMPLOI SALARIE DU SECTEUR PRIVE SUR LA CA SAINT-LO



### CREATIONS NETTES D'EMPLOI DANS LE SECTEUR PRIVE SUR LA CA SAINT-LO



PEU DE SPÉCIALITÉS  
DIFFÉRENCIANTES EN  
CROISSANCE  
D'EMPLOIS

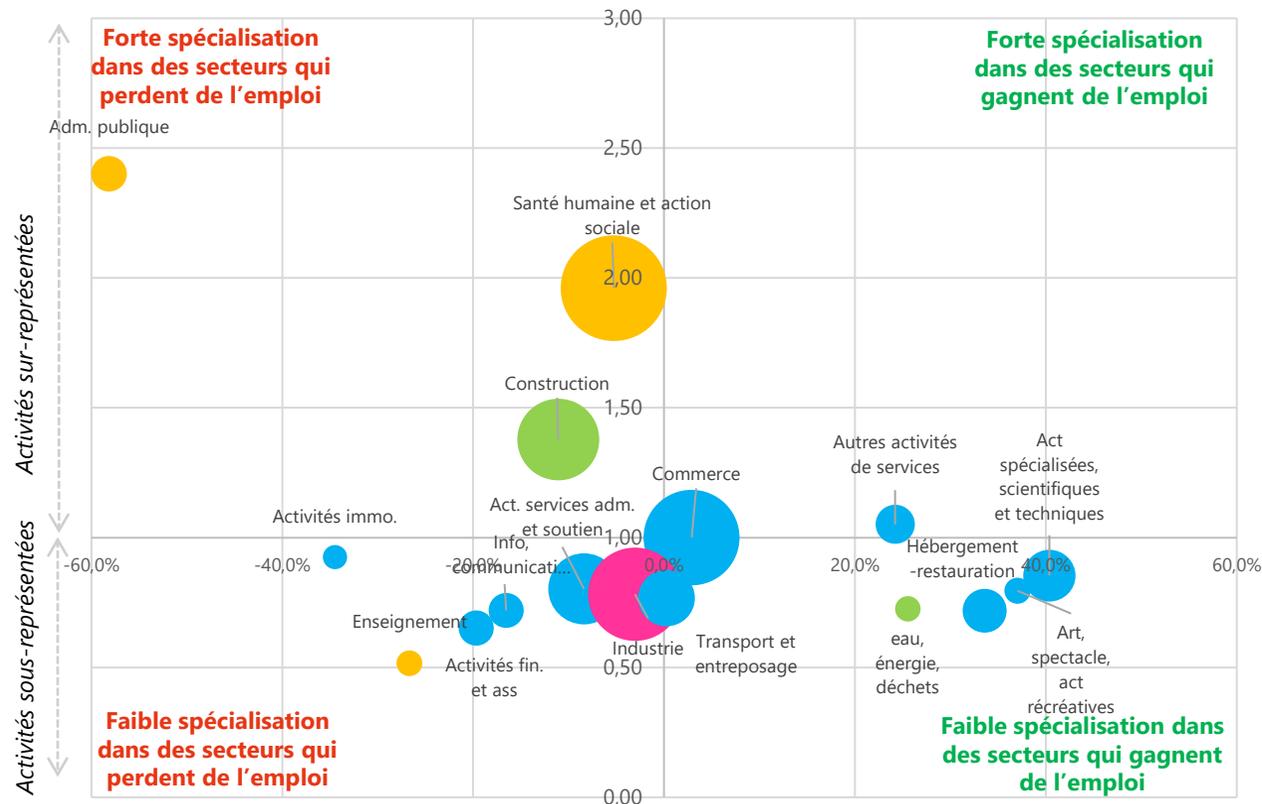
L'agglomération de Saint-Lô se caractérise par un déclin de ses effectifs salariés dans tous les secteurs les plus spécifiques du territoire : l'administration, santé, action sociale et la construction.

Le commerce qui est le second secteur employeur du territoire derrière la santé connaît une évolution légèrement favorable tirée par le commerce de gros (+8,8% depuis 2007) alors que le commerce de détail est quasi stable (-1,8%). L'industrie, 3<sup>ème</sup> secteur employeur poursuit son déclin, notamment l'agroalimentaire et l'automobile alors que la fabrication de machines et d'équipements et la réparation et installation de machines et équipements sont une forte croissance.

ÉLÉMENTS À RETENIR

Un poids de la sphère publique et de la santé qui se réduit et des spécialisation industrielles qui évoluent. Une économie résidentielle néanmoins fragilisée par le déclin des ces deux piliers

LES SPÉCIALISATIONS DE SAINT-LO AGGLOMERATION ET L'EVOLUTION DE L'EMPLOI PAR SECTEURS D'ACTIVITE



- Industrie
- Construction
- Tertiaire
- Tertiaire non marchand

Source : données Acoff Urssaf  
(effectifs salariés privés, hors agriculture)

Note des lectures :

La taille des cercles représente l'importance des effectifs salariés

Le positionnement sur l'axe horizontal représente l'évolution des effectifs

Le positionnement vertical, le niveau de spécificité du secteur (rapport entre la part du nombre d'emplois salariés d'un secteur dans l'emploi salarié total d'un territoire donné et celle du territoire de référence)

## UN ECOSYSTEME LOCAL A RENFORCER

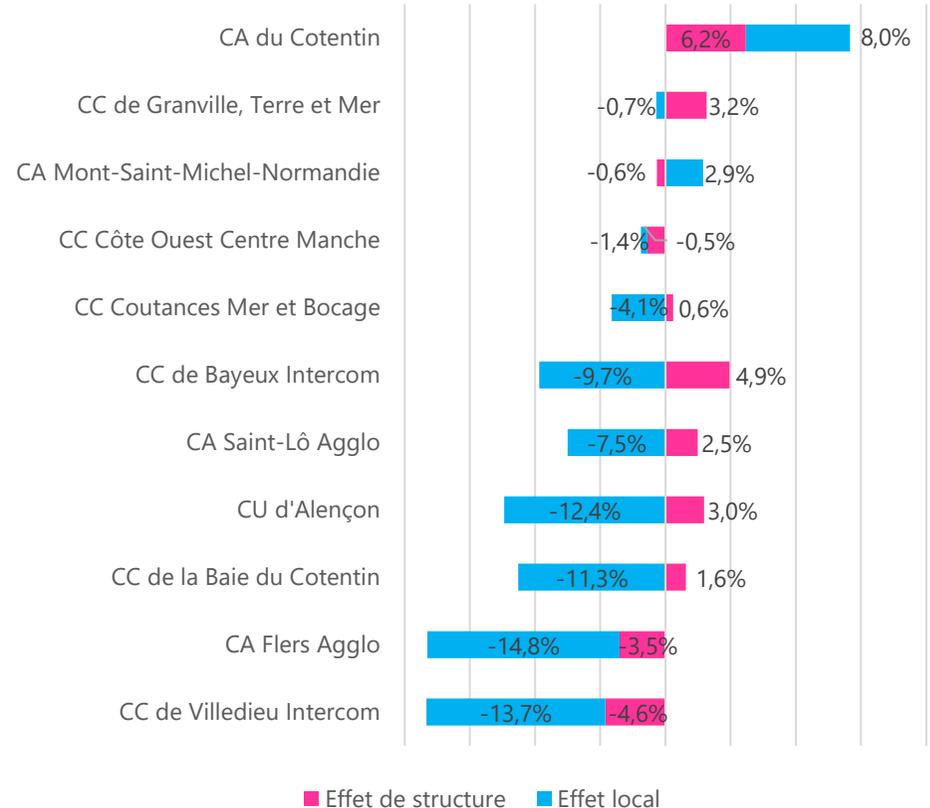
L'analyse structurelle-résiduelle permet d'analyser les différences d'évolutions de l'emploi entre territoires. Ainsi sur Saint-Lô Agglomération l'évolution négative de l'emploi sur la période 2007-2019 est moins à rechercher du côté de son orientation économique (effet de structure) que de son effet local négatif. Une caractéristique partagée par la plupart des EPCI environnantes (à l'exception de la CA du Cotentin et de la CA Mont-Saint-Michel)

L'effet local marque les difficultés du territoire à mobiliser ses capacités propres, ses ressources spécifiques, pour provoquer un rebond de sa dynamique économique. Il interroge la structuration et l'efficacité de l'écosystème local, en matière de coordination des acteurs, intégration des entreprises dans des réseaux, capacités d'innovation.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une évolution négative de l'emploi sur l'agglomération plutôt liée à des facteurs locaux (écosystème d'innovation, formation, coopération entre les acteurs, gouvernance...) qu'à une mauvaise spécialisation de son « portefeuille » d'activités.

### ANALYSE DES EFFETS « STRUCTURE » ET « LOCAL » PAR EPCI



**Méthodologie :** L'effet structure mesure l'évolution de l'emploi privé sur un territoire si on lui applique les évolutions nationales de chaque secteur d'activité. Il met en évidence la qualité du portefeuille d'activités du territoire.

L'effet local mesure la différence entre l'effet structure et la croissance réelle des effectifs privés sur le territoire. Il met en avant les qualités intrinsèques de l'écosystème et du territoire.

L'analyse de ces indicateurs permet de définir si la croissance d'un territoire tient davantage à sa spécialisation dans un ou plusieurs secteurs d'activités (contenu du portefeuille d'activités) ou à la qualité propre de son écosystème et des acteurs qui le composent

Denis Carré et Nadine Levratto, laboratoire CNRS Economix

## UNE FORTE DEPENDANCE A L'INITIATIVE PUBLIQUE

A partir de la valeur ajoutée estimée au niveau régional par l'Insee, on peut estimer la valeur ajoutée territoriale par secteur d'activité.

Il en ressort une structuration de la valeur ajoutée territoriale en décalage avec les moyennes régionales : le territoire est très dépendant de la sphère publique qui représente 35% de la valeur ajoutée territoriale contre 26% en moyenne régionale. Les filières de la construction, des activités financières et assurances ainsi que les autres services sont également fortement représentées.

L'industrie est en revanche relativement moins présente, à l'exception des industries alimentaires qui représentent 4,3% de la valeur ajoutée territoriale contre 3% au niveau régional. De même, les filières commerce, transport, hébergement, restauration ainsi que les activités immobilières sont relativement moins représentées qu'au niveau régional

### ELEMENTS A RETENIR

Un territoire très fortement dépendant de la sphère publique, de la construction et des services. Une activité industrielle globalement moins présente à l'exception de l'agroalimentaire.

### ESTIMATION DE LA VALEUR AJOUTEE PAR SECTEUR D'ACTIVITE EN %

	CA Saint-Lô	Normandie
Agriculture	2,4%	2,4%
Industrie	<b>13,6%</b>	20,8%
<i>dont alimentaire</i>	<b>4,3%</b>	3,7%
Construction	<b>7,8%</b>	6,2%
Commerce, transport, hébergement et restauration	<b>12,8%</b>	15,9%
Information et communication	<b>2,1%</b>	1,4%
Activités financières et assurances	<b>4,5%</b>	2,9%
Activités immobilières	<b>10,3%</b>	12,9%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	<b>6,8%</b>	8,6%
Administration publique et santé	<b>35,5%</b>	25,8%
Autres activités de services	<b>4,3%</b>	3,0%
Total	100,0%	100,0%

1

**Une très forte dépendance à la sphère publique** qui représente 45% des effectifs et 35% de la valeur ajoutée territoriale.

2

Une activité économique de plus en plus dépendante de la sphère présente et donc liée au **confortement de l'attractivité résidentielle et touristique du territoire.**

3

**Une repositionnement industriel en cours avec des filières industrielles fortes du territoire qui tendent à perdre de l'emploi** (agroalimentaire, automobile) alors que la fabrication de machines et d'équipements et la réparation et installation de machines et équipements sont une forte croissance

4

**Un enjeu de renouvellement de la main d'œuvre** important (insertion adaptation des compétences et attraction de population plus qualifiée pour répondre aux enjeux de recrutement et d'innovation).

5

**Un effet local négatif qui traduit un besoin de renforcement de l'efficacité de l'écosystème local** (coordination des acteurs, intégration des entreprises dans des réseaux, capacités d'innovation...)



**Partie 2b**

Le bilan  
d'attractivité  
économique

*Analyse foncière des zones  
d'activité*

## UN MAILLAGE DES ZONES D'ACTIVITE STRUCTURE ET DYNAMIQUE AU SUD DU TERRITOIRE

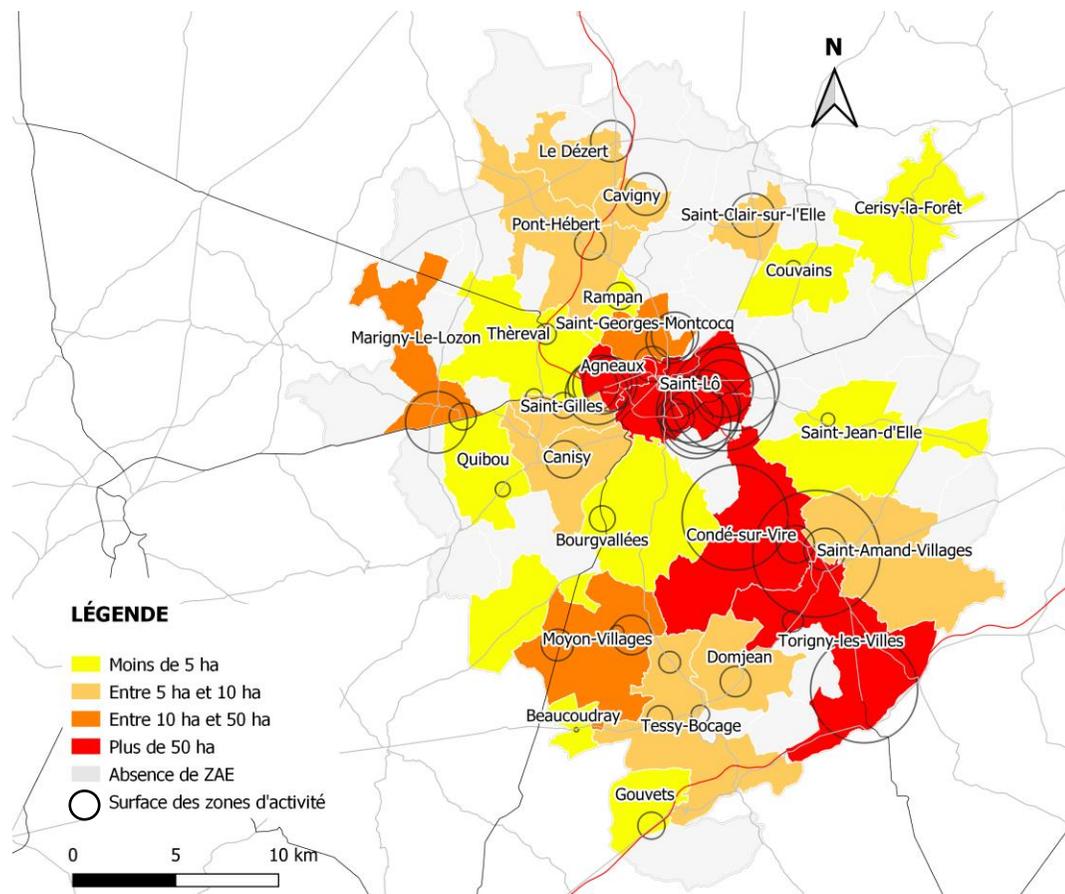
Le territoire de Saint-Lô agglomération recense **47 zones d'activités économiques**, réparties sur 26 communes parmi les 61 composant le territoire. Elles s'étendent sur une **superficie totale de 563 ha** dont 111 ha sont actuellement disponibles, équivalent à un **taux d'occupation de 80,2%** à l'échelle du territoire.

**Actuellement, les communes de Saint-Lô, Torigny-les-Villes et Agneaux accueillent 66,6% de la superficie totale des zones à l'échelle de l'agglomération.** Leur proximité avec le passage d'axes structurants du territoire tels que la N174 (Vire/Carentan) et l'A84 (Rennes/Caen) ont favorisé la création de dix grandes zones d'activités sur la commune de Saint-Lô (204 ha), cinq à Agneaux (65 ha) et trois zones à Torigny-les-Villes (111 ha).

### ELEMENTS A RETENIR

Des disponibilités foncières importantes représentant une surface totale d'environ 111 ha.

### SUPERFICIE TOTALE DES ZONES D'ACTIVITES PAR COMMUNES A L'ECHELLE DE L'AGGLOMERATION DE SAINT-LO (2021)



## DES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES MIXTES TRES PRESENTES

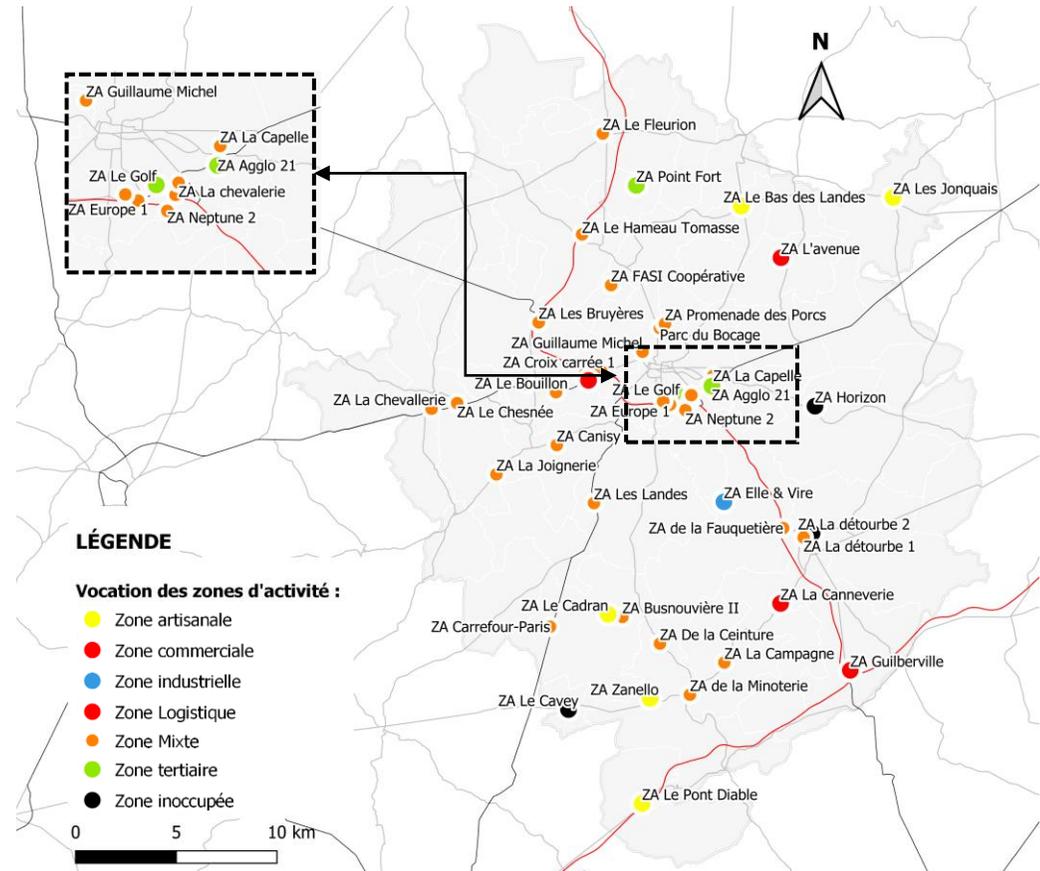
L'analyse des zones d'activité économique font apparaître une forte mixité pouvant conduire à une banalisation du foncier et à des difficultés fonctionnelles. Par ailleurs, on observe la présence de zones qui mixent des fonctions industrielles, commerciales et artisanales engendrant des problématiques de flux.

Vocation	Nombre de zones	Superficie (en ha)
<b>Mixte</b>	<b>32</b>	<b>391,81 ha</b>
Artisanale	5	21,07 ha
Commerciale	2	20,45 ha
Logistique	1	1,82 ha
Industrielle	1	44,97 ha
Tertiaire	3	71,75 ha
Inoccupée	3	11,45 ha

### ELEMENTS A RETENIR

Une grande majorité de zones mixtes sur le territoire qui génère un manque de lisibilité et d'attractivité de l'offre pour les entreprises

## VOCATION DES ZONES D'ACTIVITE A L'ECHELLE DE L'AGGLOMERATION DE SAINT-LO (2021)



La hiérarchisation des zones d'activités économiques est basée sur une analyse multicritères, à savoir :

- la **superficie totale de la zone** ;
- la **superficie moyenne des parcelles** ;
- l'**accessibilité routière** ;
- le **type d'activité**.

Cette analyse multicritères (détaillée dans le tableau ci-dessous) a permis de distinguer les zones en trois niveaux : **majeure**, **structurante** et **de proximité**.

Hiérarchie	Symbole	Taille totale de la zone	Taille moyenne des parcelles	Accessibilité	Type d'activité
<b>Zone majeure</b>		Plus de 10 hectares	Plus de 5 000 m <sup>2</sup>	Accessible par les axes routiers majeurs du département	Principalement de grandes unités industrielles
<b>Zone structurante</b>		Entre 5 et 10 ha	Environ 5 000 m <sup>2</sup> .	Accessible par les axes routiers majeurs du Pays	Principalement des PME, PMI et artisanat local
<b>Zone de proximité</b>		Inférieure à 5 ha	Parcelles de petite taille.	Desservie indirectement par des axes routiers majeurs.	Principalement artisanat local

## UNE CONCENTRATION DES ZONES D'ACTIVITES MAJEURES PRES DES AXES STRUCTURANTS DU TERRITOIRE

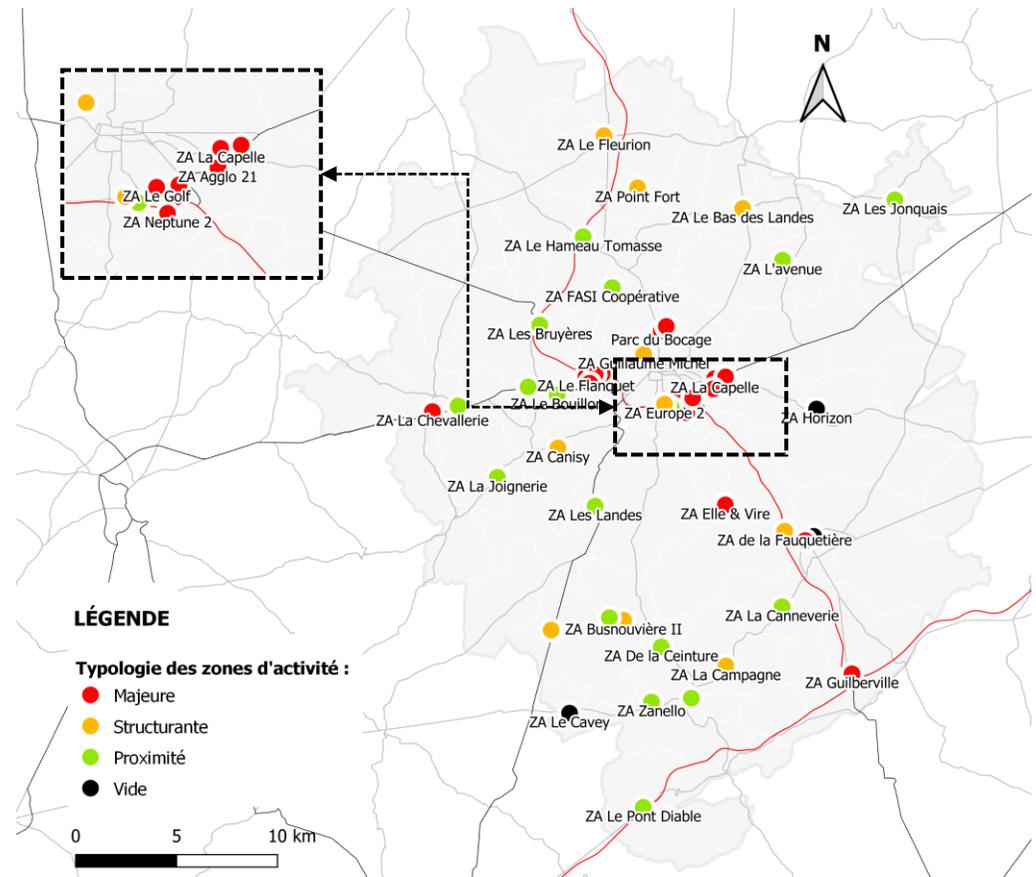
Le territoire de Saint-Lô agglomération dénombre **17 zones d'activités majeures** représentant 434,5 hectares soit 75,9% de la surface totale et se situent pour l'essentiel sur les communes à proximité de Saint-Lô. Les **10 zones structurantes** représentent 71,9 hectares (12,5%) et les **17 zones de proximité**, 54,2 hectares soit 9,5%. Rappelons également la présence de 3 zones d'activités inoccupées d'une surface totale de 11,4 hectares.

Les 17 zones d'activité dites de proximité recensées à l'échelle de l'agglomération de Saint-Lô constituent pour l'essentiel des sites où l'activité artisanale est présente et dont la superficie totale ne dépasse pas les 5 hectares. À noter également que la majorité de ces zones se situent à l'Ouest du territoire, à proximité d'axes secondaires.

### ELEMENTS A RETENIR

Un maillage en ZA cohérent avec des zones majeures concentrées autour de Saint-Lô et sur les axes structurants et des ZA structurantes et de proximité qui complètent le maillage.

## HIERARCHISATION DES ZONES D'ACTIVITES A L'ECHELLE DE L'AGGLOMERATION DE SAINT-LO AGGLOMERATION



Zone d'activités majeures	Commune	Typologie	Superficie totale (en ha)	Taux d'occupation	Superficie disponible (en ha)	Potentiel de densification : % de surface non-bâti
ZA détourbe 1	Torigny-les-Villes	Majeure	62,6 ha	83%	8,1 ha	84%
ZA Guilberville	Torigny-les-Villes	Majeure	45,9 ha	73%	4,84 ha	89%
ZA Elle & Vire	Condé-sur-Vire	Majeure	44,9 ha	84%	0 ha	87%
ZA Agglo 21	Saint-Lô	Majeure	43,5 ha	5%	41,3 ha	66%
ZA Delta	Saint-Lô	Majeure	32,1 ha	100%	0 ha	9%
ZA Neptune 1	Saint-Lô	Majeure	25,9 ha	98%	0,39 ha	81%
ZA La chevalerie	Saint-Lô	Majeure	25,6 ha	98%	0,57 ha	70%
ZA Neptune 2	Saint-Lô	Majeure	21,6 ha	79%	2,48 ha	86%
ZA Le Golf	Saint-Lô	Majeure	19,4 ha	95%	1,06 ha	56%
ZA La Tremblaye	Agneaux	Majeure	17,6 ha	0%	0 ha	73%
ZA La Chevalerie	Marigny-le-Lozon	Majeure	17,2 ha	61%	4,97 ha	85%
ZA Croix Carré 2	Agneaux	Majeure	15,7 ha	92%	1,25 ha	86%
ZA La Capelle	Saint-Lô	Majeure	15,3 ha	91%	1,1 ha	86%
ZA Croix Carré 1	Agneaux	Majeure	13,7 ha	100%	0 ha	70%
ZA Le Flanquet	Agneaux	Majeure	11,7 ha	39%	5,33 ha	91%
ZA du Bocage	Saint-Georges-Montcocq	Majeure	10,7 ha	42%	6,2 ha	99%
ZA Promenade des porcs	Saint-Lô	Majeure	10,6 ha	88%	1,26 ha	<b>86%</b>

Zone d'activités structurantes	Commune	Typologie	Superficie totale (en ha)	Taux d'occupation	Superficie disponible (en ha)	Potentiel de densification : % de surface non-bâti
<b>ZA Le Bas des Landes</b>	Saint-Clair-sur-d'Elle	Structurante	9,45 ha	74%	2,49	93%
<b>ZA Détourbe 2 (inoccupée)</b>	Saint-Amand Villages	Structurante	8,87 ha	0%	8,87	100%
<b>ZA Point Fort</b>	Cavigny	Structurante	8,85 ha	92%	0	78%
<b>ZA Le Fleurion</b>	Le Désert	Structurante	8,55 ha	95%	0,44	28%
<b>ZA Busnouvière II</b>	Moyon Villages	Structurante	7,91 ha	63%	2,92	86%
<b>ZA de la Fauquetière</b>	Condé-sur-Vire	Structurante	7,24 ha	67%	1,33	88%
<b>ZA Canisy</b>	Canisy	Structurante	7,15 ha	62%	1,63	76%
<b>ZA Guillaume Michel</b>	Agneaux	Structurante	6,51 ha	0%	0	76%
<b>ZA Europe 2</b>	Saint-Lô	Structurante	5,61 ha	75%	1,41	77%
<b>ZA Carrefour-Paris</b>	Moyon Villages	Structurante	5,44 ha	64%	1,95	90%
<b>ZA La Campagne</b>	Domjean	Structurante	5,08 ha	100%	0	94%

Zone d'activités de proximité	Commune	Typologie	Superficie totale (en ha)	Taux d'occupation	Superficie disponible (en ha)	Potentiel de densification : % de surface non-bâti
ZA Le Hameau Tomasse	Pont-Hébert	Proximité	5,29 ha	79%	0	89%
ZA Europe 1	Saint-Lô	Proximité	4,57 ha	100%	0	77%
ZA FASI coopérative	Rampan	Proximité	4,24 ha	81%	0	71%
ZA Le Pont diable	Gouvets	Proximité	4,19 ha	0%	3,96	98%
ZA Le Chesnée	Marigny-le-Lozon	Proximité	4,17 ha	89%	0,18	96%
ZA Les Landes	Bourgvallées	Proximité	3,87 ha	62%	1,25	86%
ZA Le Bouillon	Saint-Gilles	Proximité	3,85 ha	64%	0	87%
ZA Zanello	Tessy-Bocage	Proximité	3,76 ha	100%	0	86%
ZA de la Ceinture	Tessy-Bocage	Proximité	2,96 ha	78%	0,66	80%
ZA La Canneverie	Torigny-les-Villes	Proximité	2,85 ha	40%	1,07	96%
ZA Les Bruyères	Thèreval	Proximité	2,76 ha	83%	0,48	91%
ZA de la Minoterie	Tessy-Bocage	Proximité	2,38 ha	100%	0	90%
ZA Les Forges	Saint-Gilles	Proximité	2,08 ha	62%	0,28	88%
ZA Les Jonquais	Cerisy-la-Forêt	Proximité	1,96 ha	57%	0,85	89%
ZA L'avenue	Couvains	Proximité	1,82 ha	100%	0	85%
ZA La Joignerie	Quibou	Proximité	1,81 ha	100%	0	70%
ZA Le Cadran	Moyon-Villages	Proximité	1,71 ha	67%	0,23	82%
ZA Horizon ( <i>inoccupée</i> )	Saint-Jean-d 'Elle	Proximité	1,61 ha	0%	1,61	100%
ZA Le Cavey ( <i>inoccupée</i> )	Beaucoudray	Proximité	0,97 ha	0%	0,97	100%

## UNE PRODUCTION D'IMMOBILIER ECONOMIQUE TIREE PAR LE SERVICE PUBLIC

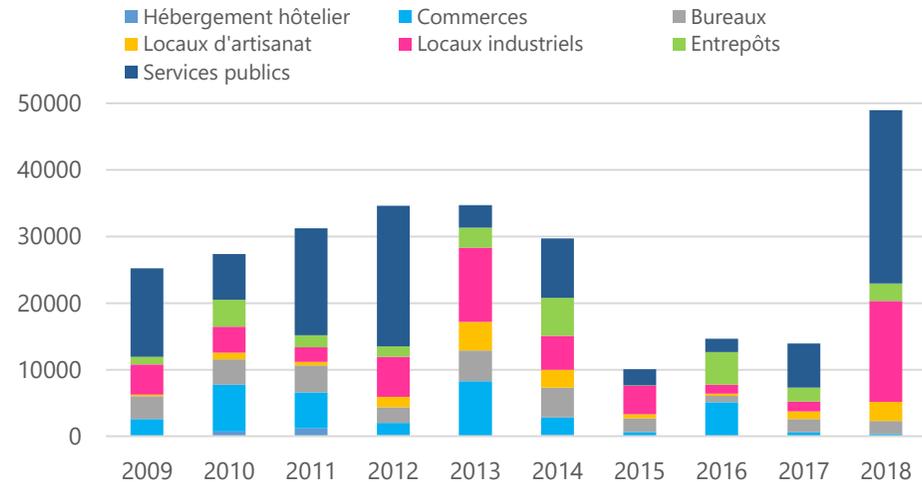
Depuis 2009, 270 555 m<sup>2</sup> de locaux à vocation économique ont été construits sur Saint-Lô Agglomération. Le secteur des services publics a été de loin le moteur de construction de nouveaux locaux avec 106 742 m<sup>2</sup> construits entre 2008 et 2017, soit environ un tiers des constructions de locaux à vocation économique (contre 42% en moyenne départementale). Les locaux industriels ont constitué le second moteur de construction de locaux sur le territoire représentant 20% des constructions contre 15% en moyenne sur le département.

En revanche dans les autres secteurs d'activités les constructions de locaux à vocation économique apparaissent plus faibles, traduisant une moindre dynamique économique, notamment dans l'artisanat, le tertiaire et l'entreposage.

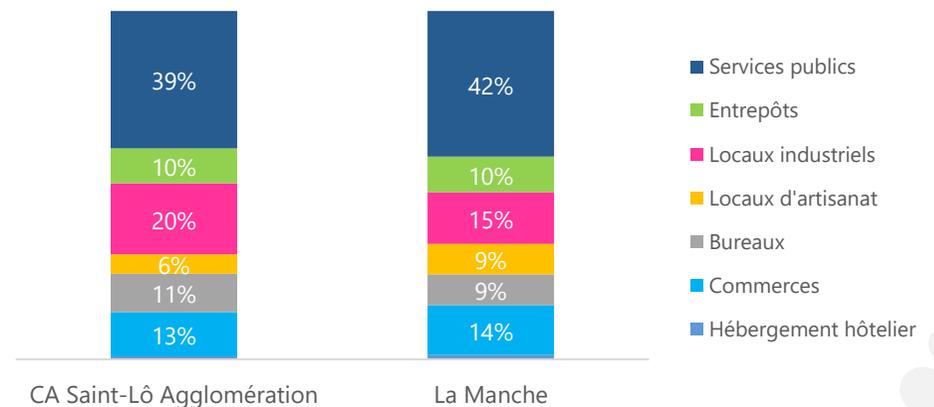
### ELEMENTS A RETENIR

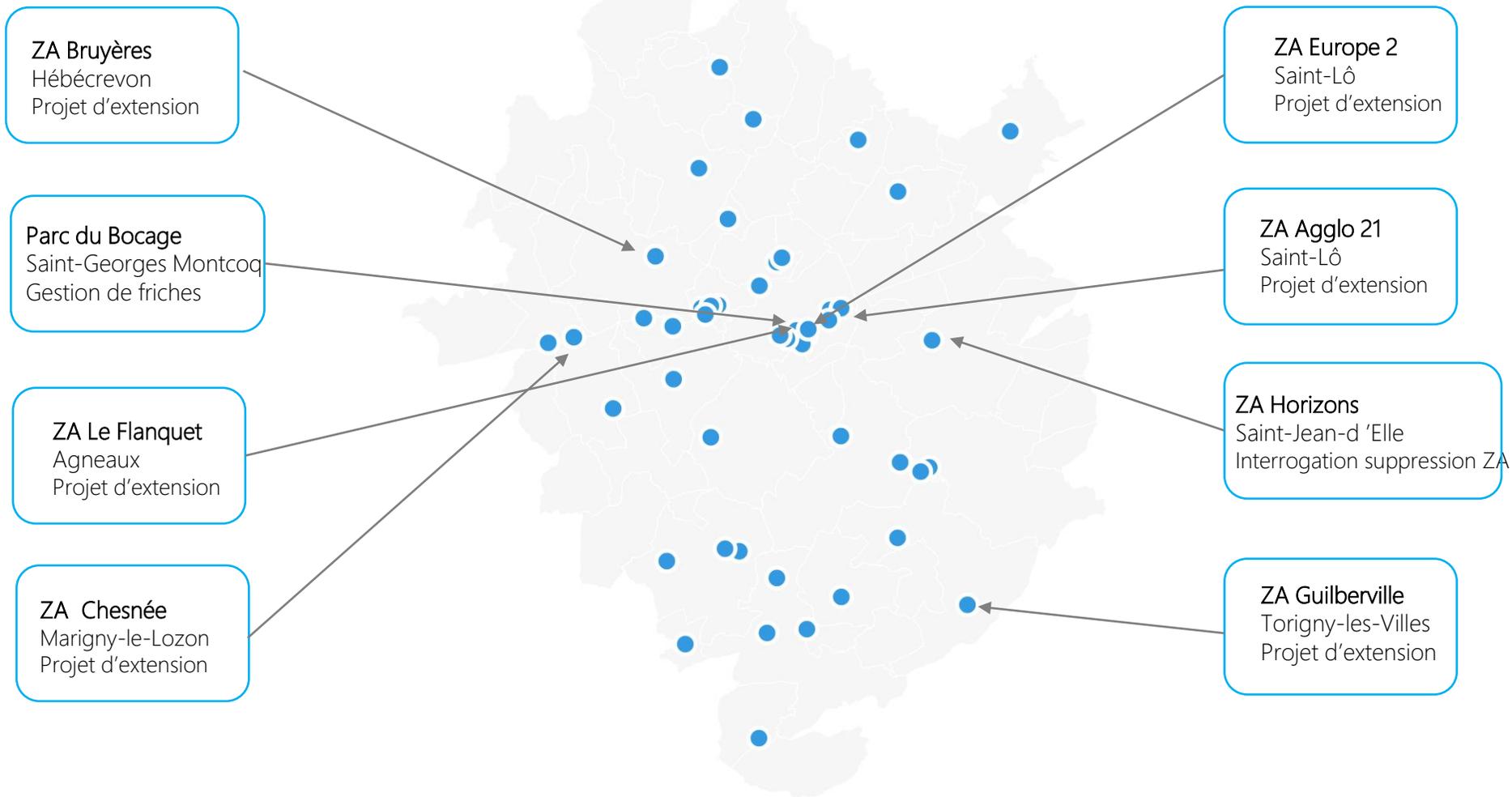
Une dynamique de construction de locaux qui repart à la hausse depuis 2018, tirée par la construction de locaux de services publics et l'industrie.

## LES CONSTRUCTIONS DE LOCAUX À VOCATION ÉCONOMIQUE L'ECHELLE DE L'AGGLOMERATION DE SAINT-LO



## REPARTITION DES CONSTRUCTIONS À VOCATION ÉCONOMIQUE CONSTRUITES DEPUIS 2008





## DES DISPONIBILITES D'ACCUEIL COHERENTES

L'analyse des disponibilités foncière selon leur typologie fait apparaître un taux d'occupation plus élevé pour les zones majeures avec 76% contre 70% pour les zones structurantes et de proximité.

Les disponibilités foncières apparaissent globalement cohérentes. En se basant sur un rythme de commercialisation moyen de 15 ha / an, le stock de foncier disponible (112 ha) s'établirait à 7 ans. A ces disponibilités à court terme s'ajouteraient les réserves foncières identifiées\* soit un total de 182 ha représentant une douzaine d'années de stock.

### ELEMENTS A RETENIR

Des disponibilités foncières plutôt cohérentes à l'échelle des zones d'activité du territoire.

\* Réserves identifiées sur le SIG de la collectivité représentant approximativement 71 ha au total

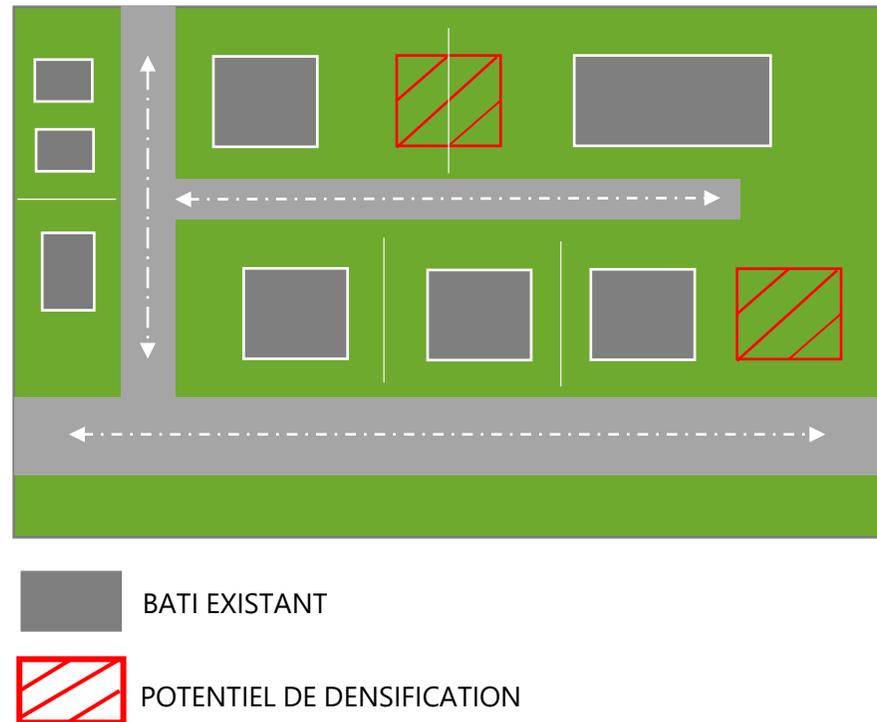
### LE BILAN DE LA GESTION FONCIERE

	Surface totale	Surface disponible	Surface occupée	% occupé
Majeure	425,8 ha	78,8 ha	325,0 ha	76 %
Structurante	71,7 ha	12,1 ha	56,4 ha	70 %
Proximité	54,2 ha	11,5 ha	40,0 ha	70 %
<b>Total</b>	<b>563,3 ha</b>	<b>111,4 ha</b>	<b>421,4 ha</b>	<b>75 %</b>

## UNE FAIBLE DENSITE DES SURFACES BATIES A REINTERROGER

L'approche qualitative des zones d'activité économique conclut à une **faible densité moyenne des surfaces bâties** comparativement à la forte proportion des surfaces artificialisées, quelque soit le type de zones. Cette sous-exploitation de potentiel constructible souligne un fort **enjeu de densification** via le réemploi de certains espaces de circulation et de stationnement, d'espaces verts d'agrément... et participant à améliorer l'attractivité des zones d'activité.

### EXEMPLE DE DENSIFICATION DES ZONES D'ACTIVITE

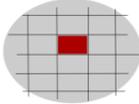
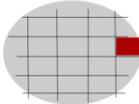
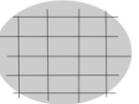




**Partie 2c**

Le bilan  
d'attractivité  
économique

*L'attractivité urbaine des zones  
d'activité*

Indicateurs	Les critères d'analyse	Mots-clés
<b>Environnement et desserte</b>	Positionnement de la zone par rapport aux axes de circulation structurants du territoire.	
<b>Position de l'espace commerçant dans l'armature urbaine</b>	Positionnement de la zone par rapport aux zones d'habitat et à son extension, aux flux routiers, aux pôles de vie (activités tertiaires, industriels...).	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Intégré</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Lié</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Déconnecté</p>  </div> </div>
<b>Implantation</b>	Organisation de l'espace : facilité d'accès, sécurisation des entrées et sorties, visibilité depuis les axes structurants.	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Logique de zone globale</p>  <p>Visibilité Accessibilité Sécurité</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Logique de zone partielle</p>  <p>Visibilité partielle Accessibilité Sécurité</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Logique à la parcelle</p>  <p>Visibilité</p> </div> </div>

Indicateurs	Les critères d'analyse	Mots-clés
<b>Attractivité</b>	<p>Intégration et cohérence architecturale du bâti : matériaux, couleurs, enseignes, alignement, gabarits.</p> <p>Qualité de l'environnement urbain et paysager (espaces verts, fleurissement, traitement des abords...).</p> <p>Ambiance et confort d'achat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Vieillissante, banale ou classique</b></li> <li>▪ <b>En renouvellement</b></li> <li>▪ <b>Nouvelle génération</b></li> </ul>
<b>Connexion</b>	<p>Niveau de connexion de la zone aux modes doux : espaces et traversées piétonnes, réseaux de transport en commun, aire de covoiturage, mutualisation des espaces de stationnement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fonction routière</b></li> <li>▪ <b>Présence d'accès modes doux</b></li> <li>▪ <b>Présence d'accès de transports en communs</b></li> </ul>
<b>Potentiel de développement</b>	<p>Potentiel de développement de l'espace par requalification (optimisation des espaces, réhabilitation de locaux vacants) ou par extension.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Absent</b> : site contraint ou saturé</li> <li>▪ <b>Léger</b> : vacance, optimisation stationnement</li> <li>▪ <b>Réel</b> : extension cohérente ou renouvellement</li> </ul>

Zone d'activités	Commune	Superficie en ha	Environnement & desserte	Position dans l'armature urbaine	Organisation de la zone	Attractivité de la zone	Connexion de la zone	Potentiel de dvpt
ZA détourbe 1	Torigny-les-Villes	62,6 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Guilberville	Torigny-les-Villes	45,9 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Elle & Vire	Condé-sur-Vire	44,9 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Agglo 21	Saint-Lô	43,5 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Delta	Saint-Lô	32,1 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA Neptune 1	Saint-Lô	25,9 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA La chevalerie	Saint-Lô	25,6 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Neptune 2	Saint-Lô	21,6 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Le Golf	Saint-Lô	19,4 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA La Tremblaye	Agneaux	17,6 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA La Chevalerie	Marigny-le-Lozon	17,2 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Croix Carré 2	Agneaux	15,7 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA La Capelle	Saint-Lô	15,3 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Croix Carré 1	Agneaux	13,7 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA Le Flanquet	Agneaux	11,7 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA du Bocage	Saint-Georges-Moncocq	10,7 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Promenade des porcs	Saint-Lô	10,6 ha	●	●	●	●	●	Léger

Zone d'activités	Commune	Superficie en ha	Environnement & desserte	Position dans l'armature urbaine	Organisation de la zone	Attractivité de la zone	Connexion de la zone	Potentiel de dvpt
ZA Le Bas des Landes	Saint-Clair-sur-d'Elle	9,45 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Détourbe 2 (inoccupée)	Saint-Amand Villages	8,87 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Point Fort	Cavigny	8,85 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA Le Fleurion	Le Désert	8,55 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Busnouvière II	Moyon Villages	7,91 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA de la Fauquetière	Condé-sur-Vire	7,24 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Canisy	Canisy	7,15 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Guillaume Michel	Agneaux	6,51 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Europe 2	Saint-Lô	5,61 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Carrefour-Paris	Moyon Villages	5,44 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA La Campagne	Domjean	5,08 ha	●	●	●	●	●	Léger

Zone d'activités	Commune	Superficie en ha	Environnement & desserte	Position dans l'armature urbaine	Organisation de la zone	Attractivité de la zone	Connexion de la zone	Potentiel de dvpt
ZA Le Hameau Tomasse	Pont-Hébert	5,29 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Europe 1	Saint-Lô	4,57 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA FASI coopérative	Rampan	4,24 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Le Pont diable	Gouvets	4,19 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Le Chesnée	Marigny-le-Lozon	4,17 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Les Landes	Bourgvallée	3,87 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Le Bouillon	Saint-Gilles	3,85 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Zanello	Tessy-Bocage	3,76 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA de la Ceinture	Tessy-Bocage	2,96 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA La Canneverie	Torigny-les-Villes	2,85 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Les Bruyères	Thèreval	2,76 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA de la Minoterie	Tessy-Bocage	2,38 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA Les Forges	Saint-Gilles	2,08 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Les Jonquais	Cerisy-la-forêt	1,96 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA L'avenue	Couvains	1,82 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA La Joignerie	Quibou	1,81 ha	●	●	●	●	●	Absent
ZA Le Cadran	Moyon-Villages	1,71 ha	●	●	●	●	●	Léger
ZA Horizon (inoccupée)	Saint-Jean-d'Elle	1,61 ha	●	●	●	●	●	Réel
ZA Le Cavey (inoccupée)	Beaucoudray	0,97 ha	●	●	●	●	●	Réel

1

**Des territoires communaux aux dynamiques économiques très différentes** dû à la proximité plus ou moins importantes d'axes routiers majeurs du territoire.

2

**Une offre foncière immédiate significative dans l'ensemble** en particulier sur les zones d'activités dites majeures, offrant des possibilités d'implantation de nouvelles entreprises.

3

**Des zones d'activités aux aménagements classiques** marquées par l'absence d'espaces de stationnement, de cheminements piétons sécurisés puis d'aménagements paysagers qualitatifs.

4

**Des zones d'activités marquées par une très faible densité** bâti et un important déficit d'optimisation de l'occupation du sol.



**Partie 2d**

Le regard des  
acteurs  
économiques

## LES ATOUS DU TERRITOIRE

- Un **territoire au cœur de la Manche**, qui permet une liaison directe vers de grandes métropoles (Paris, Rennes, Caen, Cherbourg),
- qui présente un **tissu économique dynamique** et des secteurs porteurs (agriculture, agroalimentaire, équin),
- et qui, grâce à sa richesse paysagère et culturelle, peut s'imposer comme **une alternative plus abordable aux grandes villes de la Région**

## LES FACTEURS DE FRAGILISATION

- Le faible taux de chômage et le manque d'attractivité du territoire renforcent des **difficultés de recrutement** (notamment pour des postes à faible qualification).
- Des entreprises globalement satisfaites mais qui encouragent la collectivité à **moderniser les ZA et ZI** pour qu'elles correspondent plus aux attentes de jeunes entrepreneurs,
- Et qui souhaiteraient qu'elle soit plus **présente auprès des TPE/PME**.

UN **TERRITOIRE DYNAMIQUE**, AU CARREFOUR ENTRE DIFFERENTES REGIONS, QUI OFFRE UN CADRE DE VIE DE QUALITE

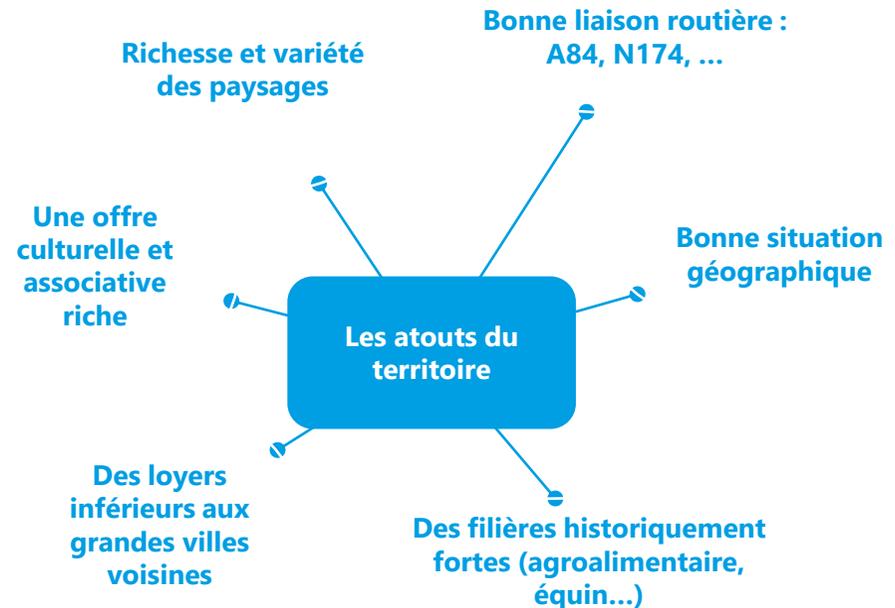
Les chefs d'entreprise apprécient le cadre de vie offert par la territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Lô.

C'est un territoire très dynamique, aussi bien sur le plan économique que culturel, où il fait bon vivre.

L'offre foncière et immobilière est beaucoup plus accessible que sur les territoires voisins ce qui permet aux entrepreneurs du territoire de bénéficier d'un pouvoir d'achat plus important.

De plus, son excellente desserte permet aux chefs d'entreprise de faire rayonner leur activité sur un large périmètre, allant du Nord Cotentin, à Paris et aux grandes métropoles de l'Ouest comme Nantes, Caen et Rennes, en évitant les zones très encombrées.

Enfin, les chefs d'entreprise saluent la disponibilité des élus, qui se veulent à l'écoute des entreprises et qui ont su, sur les dernières années, créer puis renforcer une dynamique économique intéressante qui permet à la Communauté d'Agglomération de gagner en visibilité et attractivité.



UN TERRITOIRE DYNAMIQUE, AU CARREFOUR ENTRE DIFFERENTES REGIONS, QUI OFFRE UN CADRE DE VIE DE QUALITE

### Préserver le pouvoir d'achat et encadrer le développement économique

#### Verbatim

« Petit souci de montée des loyers parce que le nombre de porteurs de projet explose. Il y a un risque que les locaux deviennent trop chers et basculent vers du service, ce qui romprait la cohérence et continuité de l'offre commerciale du centre-ville. » Mme Poussier, Saint-Lô Commerces

« Il y a une problématique d'emprise sur les terres agricoles cultivables, une forte pression qui pourra être nuisible au développement ou à la création d'entreprises. » M. Legiret Legiret

« Le prix de l'immobilier a aussi joué, vers Caen le terrain est 3 fois plus cher. » M. Travers, Travers BTP

« Ne pas limiter le développement des zones comme Guilberville qui sont stratégiques car peuvent amener des consommateurs. Les gens qui souhaitent éviter les bouchons de Caen peuvent facilement s'y rendre si on y trouve plus de commerces comme Brico Dépôt et de restauration, des bornes de chargement pour véhicules électriques également. » M. Travers, Travers BTP

### Présenter Saint-Lô comme une alternative abordable aux grandes villes voisines

#### Verbatim

« Il faut que les jeunes comprennent qu'il y a un avenir sur le territoire et bcp de choses qui bougent : qualité de vie, foncier abordable. Offre culturelle et associative et sportive.. » Mme Poussier, Saint-Lô Commerces

« Avant j'étais à Caen, je voulais revenir à quelque chose de taille humaine. » Mme Hubert, BRISACH

### Renforcer l'attractivité économique

#### Verbatim

« Une information qui pourrait être centralisée sur les acteurs économiques mais une bonne connaissance et de bonnes interactions/relations entre les acteurs économiques. » Mme Poussier, Saint-Lô Commerces

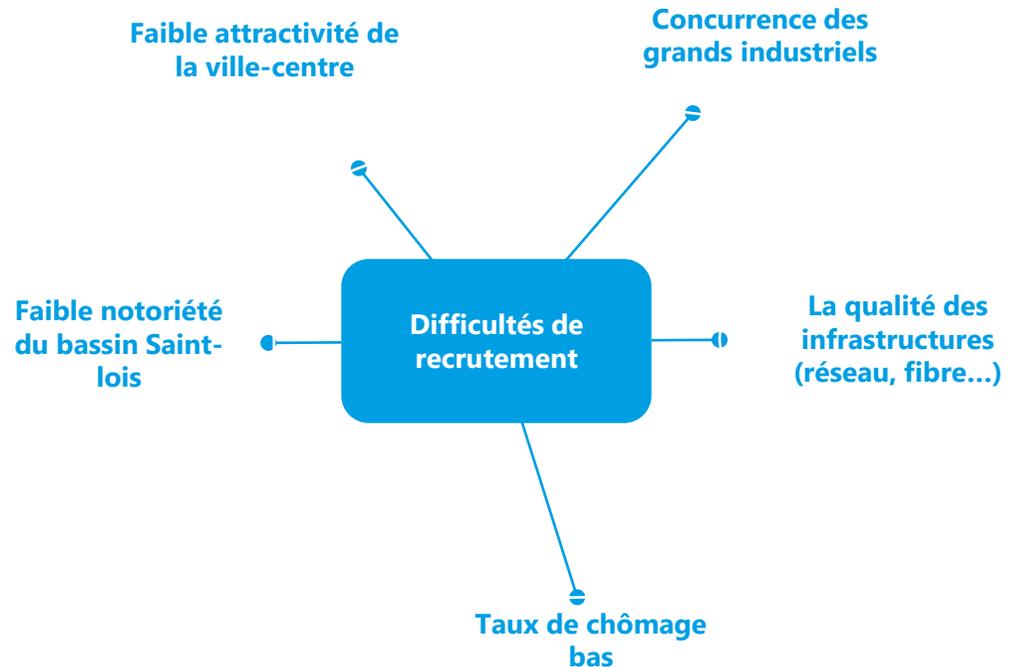
« En plus d'être un territoire bien desservi, le bassin Saint-Lois a l'avantage d'être sur la zone de la préfecture, ce qui en fait une zone administrative forte. C'est un plus pour les entreprises mais Saint-Lô est une très grosse agglomération de communes donc les processus administratifs sont plus lourds, plus lent et plus complexes qu'à Granville. » M. Boucey, Normand'Asie Gourmet

## DES ENTREPRISES CONFRONTÉES À DES DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT

Les difficultés de recrutement apparaissent comme une problématique majeure pour les chefs d'entreprises interrogés. Des difficultés qui concernent les profils peu qualifiés et qui peuvent s'expliquer par différents facteurs tels que la concurrence des grands groupes industriels, dans le bassin de Cherbourg notamment. Du fait du très faible taux de chômage sur la Région, les petites entreprises locales se retrouvent en concurrence avec des grosses structures qui recrutent en permanence et offrent des salaires plus attractifs.

A cela s'ajoute un manque de visibilité et d'attractivité de la Communauté d'Agglo qui peine à exister à côté du Nord Cotentin et de la Baie du Mont Saint-Michel. Les jeunes actifs semblent davantage attirés par des villes à l'image plus dynamique.

La qualité des infrastructures numériques est également un problème récurrent y compris dans les zones industrielles alors que les besoins de haut débit ne cessent d'augmenter.



**ENJEU :**  
Attractivité résidentielle

## Renforcer le marketing territorial

### Verbatim

« Le territoire ne sait pas se vendre : problème d'image et de positionnement. Il faut redorer l'image du territoire, le présenter comme une alternative plus abordable aux grandes villes voisines. »

Mme Poussier, Commerces Saint-Lô

« C'est un territoire où il fait bon vivre, et qui n'a rien à envier à Coutances ou Avranches. Mais il devrait être mis davantge en avant » Mme Hervieu, Union commerciale de Thèreval

« Donner plus d'attractivité au Département pour recruter. Un de mes salariés vient du Nord où il n'arrivait pas à trouver du travail et ne regrette pas son choix ! C'est une région qui a du charme ! » M. Travers, Travers BTP

« L'avantage c'est la richesse du cadre de vie et le coût de la vie. Mes salariés peuvent devenir propriétaires alors que ça ne serait pas le cas ailleurs. » Mme Balny, Transport Bard

« Nous rencontrons également des difficultés à recruter. Le chômage du territoire est très faible : 6% de chômage et contrairement à Cherbourg grâce à ces grands groupes (Naval groupe, Orano...), Saint-Lô n'attire pas assez pour permettre un recrutement fluide et les salaires y sont plus faibles. » M. Legiret, Legiret

**Faire des vidéos de  
présentation du territoire et  
des entreprises porteuses**

**Renforcer et développer les  
initiatives comme Agglo21  
et les pépinières  
d'entreprises pour attirer  
des jeunes entrepreneurs**

**Clarifier le positionnement  
du la CA : équin,  
agroalimentaire...**

**Rénover et requalifier la  
ville-centre, communiquer  
autour de la richesse  
culturelle de l'Agglo**

## UN TISSU ÉCONOMIQUE DYNAMIQUE QUI GAGNERAIT À ÊTRE PLUS STRUCTURÉ

Les entreprises saint-loises se connaissent et se rencontrent régulièrement, elles ont la volonté d'animer ensemble le tissu économique et de faire naître un dynamisme commun. Plusieurs clubs et groupes de travail sont nés de ces collaborations, ils contribuent fortement au développement des entreprises du territoire.

Toutefois, malgré un réseau économique dynamique et de nombreux échanges entre les acteurs économiques du territoire, les chefs d'entreprises témoignent d'un manque de lisibilité et de clarté dans la structuration du tissu économique. La multitude d'acteurs rend difficile l'identification d'interlocuteurs pertinents à la démarche en cours.

De plus, il n'existe aucun outil permettant de recenser l'ensemble des acteurs du territoire. Ils encouragent donc la création d'une plateforme en ligne de recensement des entrepreneurs locaux.

**Une richesse d'acteurs  
mais une  
méconnaissance du  
réseau**

**Pas d'outils de mise en  
réseau des acteurs**



**Une information  
qui circule  
difficilement**

**ENJEU :**  
Mise en réseau des acteurs

## UN TISSU ÉCONOMIQUE DYNAMIQUE QUI GAGNERAIT À ÊTRE PLUS STRUCTURÉ

## Augmenter la valeur ajoutée locale

**Verbatim**

« La collectivité manque d'outils de mise en réseau des acteurs, nous ne nous rendons pas compte de l'offre du territoire et gardons des partenaires de longue date qui travaillent sur d'autres régions alors qu'il y a sur le territoire des entreprises qui proposent les mêmes produits. » M. Legiret, Legiret

« Réelle volonté d'animer localement le tissu économique, de faire vivre les petits commerces du coin, partagée avec la population, d'autant plus depuis la crise. » Mme Hervieu, Union commerciale de Thèreval

« Beaucoup de fournisseurs de la région Saint-Loise. C'est un choix de travailler en local. » M. Travers, Travers BTP

## Créer une plateforme de recensement des entreprises local

**Verbatim**

« Pourquoi pas créer une bourse de consultation en local (pour voir avec qui travailler à proximité). » M. Legiret, Legiret

« Avoir un annuaire des entreprises avec le nom et son activité, ça serait un bon outil disponible sur internet. Parfois très difficile de trouver ce que l'on cherche, obliger de passer par des tiers de son réseau. » M. Travers, Travers BTP

## Travailler sur la complémentarité des acteurs

**Verbatim**

« Il ne faut pas séparer l'industriel et le commerçant : il y a des asso de commerçants, nous on est producteurs, on pourrait penser plus de communication croisée. Plus se côtoyer et travailler ensemble. Un peu comme il y a eu pendant la Covid entre le boulanger qui vend les livres du bibliothécaire qui ne pouvait pas ouvrir. De la solidarité intelligente pour aider les consommateurs à venir consommer. » M. Boucey, Normand'Asie Gourmet

« Il faut une certaine diversité mais pas trop d'hétérogénéité dans les zones. Travailler sur des zones d'activité par secteur avec des entreprises qui se complètent. » M. Travers, Travers BTP

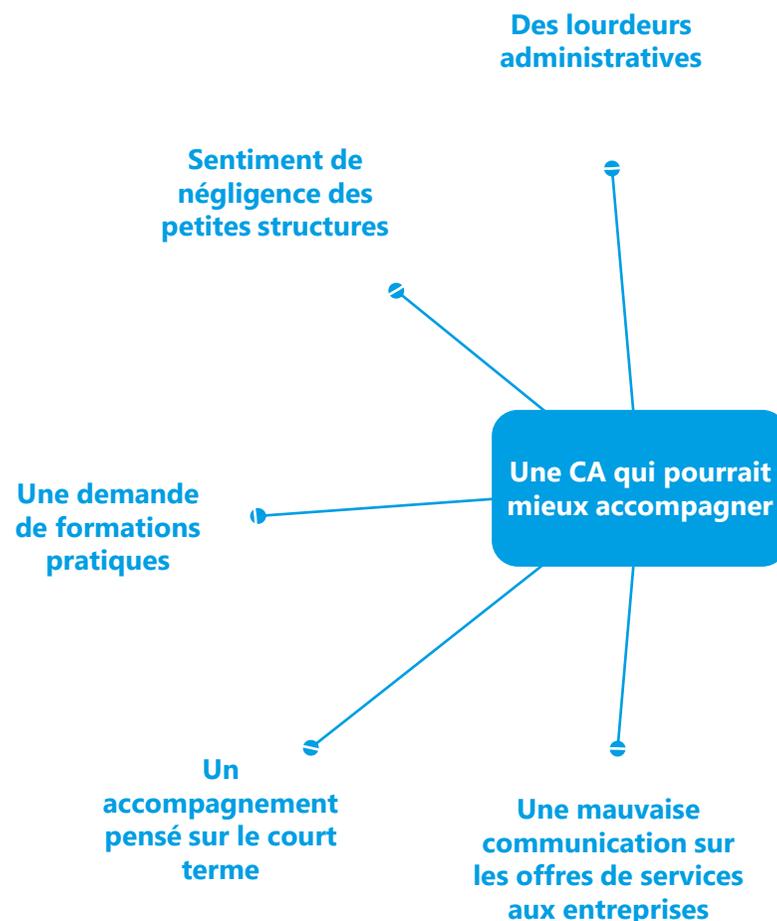
## UNE COLLECTIVITE QUI DEVRAIT ÊTRE PLUS PRÉSENTE AUX CÔTÉS DES TPE ET PME LOCALES

Les chefs d'entreprises sont demandeurs d'échanges avec les élus, ils souhaitent être écoutés et reconnus au sein de leur territoire à ce titre, ils sont très satisfaits des relations entreprises-élus au sein de la CA.

Les chefs d'entreprises attendent un soutien, sans que celui-ci soit nécessairement financier, de la part des collectivités. Le soutien est particulièrement nécessaire lors de l'installation de l'entreprise mais pas seulement, il est important pour les entrepreneurs d'être informé sur les normes, les possibilités de développement, et également d'être soutenus face aux nouveaux défis (numérique, développement durable...). En cette période de crise sanitaire, les entreprises attendent une meilleure communication sur les solutions mises en place par la collectivité.

Cet accompagnement est aujourd'hui considéré comme destiné aux structures plus importantes, déjà bien en place, avec lesquelles la collectivité entretient des liens forts. Les plus petites entreprises ressentent un manque d'intérêt de la collectivité quant à leur activité, et aimeraient être davantage consulter, écouté et considéré lors de passation de marchés publics. Elles encouragent également la collectivité à favoriser le partage d'expertise et les accompagner dans les processus de réponse aux appels d'offre, de comptabilité...

Les chefs d'entreprise déplorent des lourdeurs administratives, qui peuvent être liées au périmètre de l'Agglomération, et qui constituent des freins au développement de leur activité. Ils renoncent parfois à solliciter l'aide de la collectivité sachant que les délais seront trop longs par rapport à l'immédiateté de leurs besoins.



### Développer une offre d'accompagnement sur le long terme destinée aux TPE

#### Verbatim

« L'accompagnement devrait être pensé plus sur le long terme, pour permettre à l'entreprise de s'installer durablement dans le tissu économique local. Il y a beaucoup de solutions au démarrage mais une fois que deux trois ans sont passés, beaucoup de choses s'arrêtent. » [M. Boucey, Normand'Asie Gourmet](#)

« J'aimerais que l'Agglo m'accompagne dans mes démarches administratives. Qu'elle me propose comme un bras droit qui puisse me suivre tout au long de développement de mon projet. L'administratif c'est compliqué et je passe à côté d'opportunités à cause de cela. » [Mme Sengier, Le choix de la Reine](#)

### Favoriser le partage d'expertise

#### Verbatim

« Des réunions fréquentes de partage, de retour d'expériences, des présentations de ce que la collectivité peut faire pour aider les entreprises... Plus d'aides mais pas que sur le domaine financier, du transfert de compétences. » [M. Boucey, Normand'Asie Gourmet](#)

### Solliciter les TPE/PME

#### Verbatim

« Favoriser les entreprises locales dans le cadre des appels d'offre, on voit des entreprises de plus loin qui décrochent les contrats. En plus ça coute plus cher et ça se termine mal (fatigue du trajet...) » [M. Travers, Travers BTP](#)

« La collectivité devrait s'intéresser à ce qu'on fait. En tant que petite entreprise on a l'impression qu'il y en a que pour les grosses. » [M. Leplatois, Les artisans décorateurs](#)

« Plus de sollicitation sur nos activités [transport de personne]. Ils font toujours appel au même prestataire alors que c'est déjà une grosse structure. » [Mme Balny, Transport BARD](#)

« En tant que traiteur, je n'ai jamais été sollicitée par l'Agglomération. J'aimerais que l'Agglo pousse les TPE locales à répondre aux appels d'offre qu'elle émet et renouvelle plus régulièrement ses contrats pour mobiliser plusieurs entreprises. » [Mme Sengier, Le Choix de la Reine](#)

## UNE OFFRE FONCIÈRE EN INADÉQUATION AVEC LA DEMANDE

La majorité des chefs d'entreprises s'accordent sur le gain en dynamisme des ZA. Ils identifient toutefois de nombreux points d'amélioration.

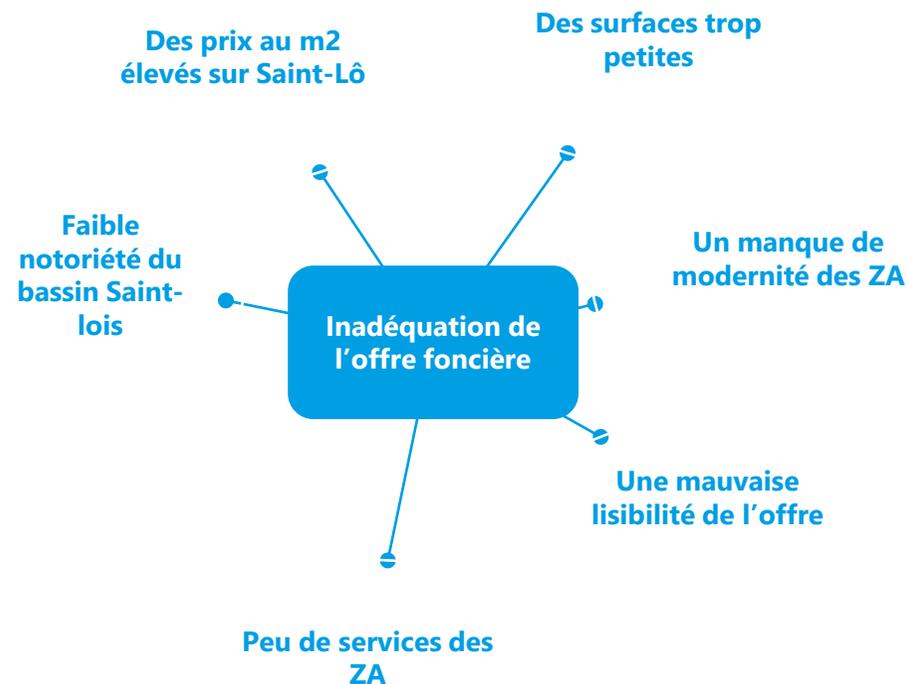
Les ZA restent mal identifiées. On y trouve toutes sortes de commerces sans que ne soient pensées de possibles relations de complémentarité entre les entreprises d'une même zone.

De plus, les ZA existantes sont perçues comme vieillissantes et peu attractives. Elles ne correspondent pas aux attentes de jeunes entrepreneurs qui recherchent des zones modernes, avec plus de services (pépinières, restauration, vidéosurveillance). Les problématiques de recyclage, mobilité verte, réduction des déchets intéressent beaucoup les chefs d'entreprise.

Un problème de disponibilité de grandes surfaces semble émerger, renforcé par la pression croissante sur les surfaces agricoles et une forte dynamique de création d'entreprise. Un problème de lisibilité de l'offre de foncier et d'immobilier a également été remonté.

Enfin, le mauvais réseau (fibre, internet) est aujourd'hui encore un frein à l'implantation et au développement de l'activité. Les coûts et délais de raccordement sont plus que dissuasifs pour de nouveaux entrepreneurs.

Sur Saint-Lô, il est de plus en plus difficile de trouver des locaux à des prix abordables. Les chefs d'entreprise constatent pourtant que de nombreux locaux sont vacants et désireraient que l'Agglo puisse investir pour sous-louer afin de permettre à des petits commerces de s'y implanter.



### ENJEUX :

Augmenter l'offre sur Saint-Lô pour limiter la hausse des prix  
Qualification du parc de zone d'activités

## UNE OFFRE FONCIERE EN INADEQUATION AVEC LA DEMANDE

## Adapter l'offre foncière et immobilière aux besoins des entreprises

*Verbatim*

« L'agglomération promeut des terrains avec des systèmes de crédit-bail mais ceux-ci restent trop chers pour les TPE. Dans le secteur de l'agroalimentaire, les contraintes sont fortes (critères sanitaires, salle de pause, logistique...) et nous avons besoin de plus grandes surfaces ou de locaux prévus à cet effet. » [M. Boucey, Normand'Asie Gourmet](#)

« Il y a une problématique d'emprise sur les terres agricoles cultivables, on ne peut pas grignoter sans arrêt sur ces terrains. Il va falloir trouver une solution pour éviter la hausse des prix. » [M. Legiret Legiret](#)

« Pénurie des locaux, pas assez d'information sur les locaux disponibles. Parfois on voit qu'il y a une baisse d'activité mais pas d'information sur les locaux vacants. Imaginer un portail sur le site avec les disponibilités. Même le service de développement économique n'a pas les infos sur ce qui est vacant, louable ou, achetable. » [Mme Balny, Transport Bard](#)

« Les terrains proposés sont trop petits. Il faudrait offrir des parcelles de 5000m<sup>2</sup>, contre 1200m<sup>2</sup>, aujourd'hui pour répondre aux besoins du plus grand nombre. » [M. Travers, Travers BTP](#)

« Sur Saint-Lô les loyers sont excessifs et inaccessibles pour des petits commerçants alors qu'on voit de nombreux locaux vacants. Il faudrait que la collectivité investisse pour rénover et louer ensuite. » [Mme Sengier, Le Choix de la Reine](#)

## Miser sur des ZA/ZI vertes

*Verbatim*

« La ZA semble bien fonctionner mais il faut de réinvestir et repenser les lieux : créer des espaces verts, des propositions de mobilité verte... Cette ZA offre un cadre qui ne correspond pas à ce que peuvent rechercher des jeunes créateurs d'entreprises (espaces modernes, verts, avec plus de services et plus accessibles). » [M. Parfait, DataOuest](#)

« Il y aurait aussi des aménagements à faire. Par exemple, il manque des conteneurs de poubelles pour recycler les déchets. Des élus sont venus mais il n'y a pas de suite. C'est le problème parfois, les entreprises ont des initiatives mais cela n'aboutit à rien et personne ne sait trop pourquoi. Dans une optique d'aller plus vers une mobilité verte, installer des bornes électriques pourrait inciter les entreprises à équiper leur flotte de véhicules électriques. Il faut faire des bâtiments écologiques, qui récupèrent de la chaleur... tout en respectant le paysage et de bonne qualité. » [M. Boucey, Normand'Asie Gourmet](#)

« Pour les entreprises un système de benne, une collecte interdite aux particuliers avec un pass magnétique pour chaque entreprise comme en Suisse. Par manque d'espace le tri est mal fait. » [M. Legiret, Legiret](#)

## UNE OFFRE FONCIERE EN INADEQUATION AVEC LA DEMANDE

## Améliorer la couverture internet

**Verbatim**

« Gros problème de réseau et d'accès à internet. Le raccordement a été chiffré à 35 000€ et nous ne pourrions bénéficier de la fibre qu'en 2023. C'est un coût extrêmement élevé pour une PME et cela handicape notre développement au quotidien, notamment celui de notre bureau d'études puisqu'il est quasiment impossible de fonctionner sans connexion. » [M. Legiret, Legiret](#)

« Pas de fibre optique, réseau téléphonique qui passe extrêmement mal. La collectivité a mal pensé le déploiement de la fibre et du réseau téléphonique. L'entreprise les a interpellés mais aucune réponse. C'était une des conditions posées par l'entreprise lors de notre projet d'agrandissement sur la CA mais elle n'a pas été entendue. » [M. Lebreton, Saint-André Plastique](#)

## Renforcer la sécurité des ZA/ZI

**Verbatim**

« Du gardiennage c'est super sécurisant sur les entreprises, il y a beaucoup de vol de véhicules et de batterie. Faire des barrières naturelles, travailler sur l'aménagement paysager pour protéger des vols, récupérer l'eau des pluies, ça peut faire des barrières pour les gens qui veulent s'introduire. Une sorte de vidéosurveillance commune quitte à ce que ça soit dans les charges communes. » [M. Legiret, Legiret](#)

« Là où on est, on a la chance d'être à proximité de la gendarmerie, et ils font des rondes pour prévenir le siphonnage des bus. Beaucoup de tentative de vols. C'est important la vidéosurveillance et c'est intéressant d'avoir des locaux suffisamment grand pour pouvoir mettre les bus à l'abri. » [M. Balny, Transport Bard](#)



### **Partie 3**

# Le bilan d'équipement commercial

*L'armature commerciale du territoire  
de la CA de Saint-Lô Agglo*

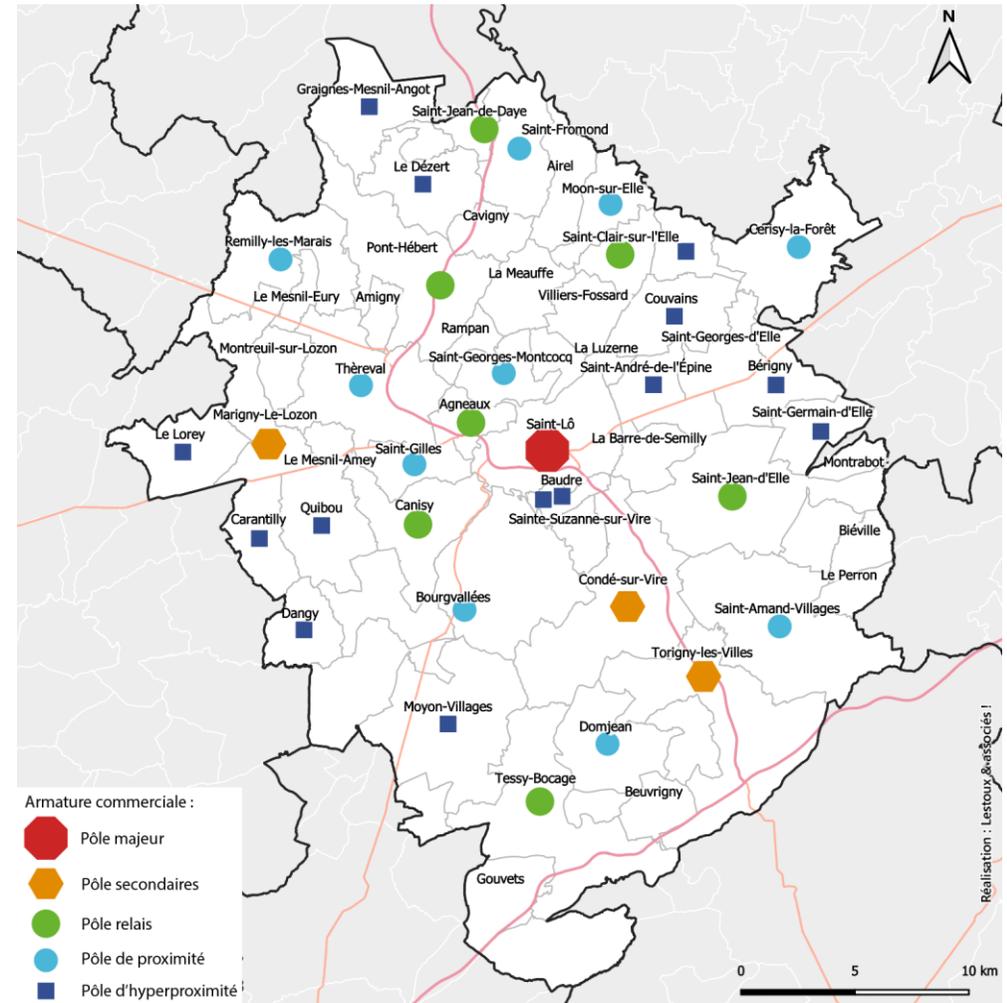
CINQ NIVEAUX DE POLARITÉ

Avec Saint-Lô comme pôle majeur, le territoire s'organise autour de 5 niveaux de pôles commerciaux

Cette armature s'appuie sur la structuration commerciale de chaque centralité (nombre de commerce, typologie, tissu de base, rayonnement...). Ainsi chaque strate de l'armature n'a pas les mêmes vocations et remplies certaines fonctions selon son classement.

Niveau	Pôle
Majeur	Saint-Lô
Secondaire	Torigny-les-Villes, Marigny-le-Lozon, Condé-sur-Vire
Relais	Agneaux, Canisy, Pont-Hébert, Saint-Clair-sur-Elle, Saint-Jean-d'Elle, Saint-Jean-de-Daye, Tessy-Bocage
Proximité	Bourgvallées, Cerisy-la-Forêt, Domjean, Moon-sur-Elle, Remilly-les-Marais, Saint-Amand-Villages, Saint-Fromond, Saint-Georges-Montcocq, Saint-Gilles, Thèreval
Hyperproximité	Baudre, Bérigny, Carantilly, Couvains, Dangy, Craignes-Mesnil-Angot, Le Désert, Le Lorey, Moyon-Villages, Quibou, Saint-André-de-l'Épine, Saint-Georges-d'Elle, Saint-Jean-de-Savigny

ARMATURE COMMERCIALE DE SAINT-LÔ AGGLO



## UNE OFFRE TRADITIONNELLE PRÉSERVÉE

**Saint-Lô Agglo regroupe 910 commerces et services traditionnels (moins de 300 m<sup>2</sup> de surface commerciale).**

La ville pôle de Saint-Lô regroupe à elle seule 52,5% de l'offre traditionnelle de l'agglomération.

Les trois principales filières liées à la proximité (CHR\*, Hygiène-Santé-Beauté et Alimentaire) représentent près de la moitié des activités du territoire (46%), signe de la capacité à répondre aux besoins de la clientèle locale.

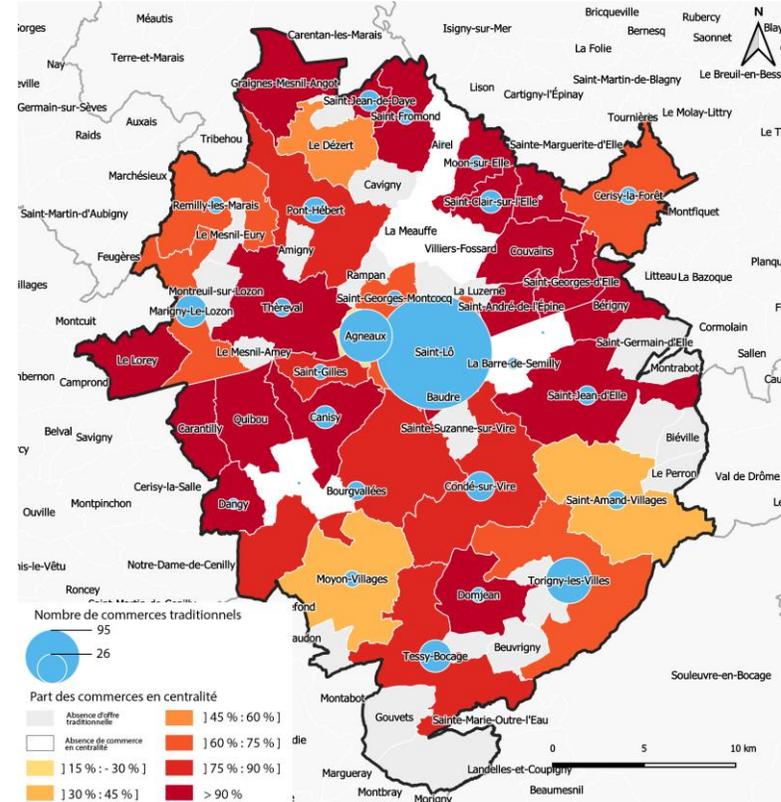
**En moyenne, 64,4% des commerces traditionnels sont implantés au sein d'une centralité commerciale (hors pôles de périphérie).** Un ratio dans la moyenne (entre 60-70%). Cet indicateur montre une bonne santé commerciale des centres-bourgs et centres-villes du territoire.

Avec 214 établissements (23,5% de l'offre traditionnelle) le secteur des services est le plus largement représenté sur Saint-Lô Agglo. À noter que les services constituent 24% de l'offre des centralités, l'alimentation 13,5% et les CHR 16,4%. Ce dernier reste faible comparé aux moyennes idéales pour disposer d'une bonne convivialité qui se situe autour des 22%.

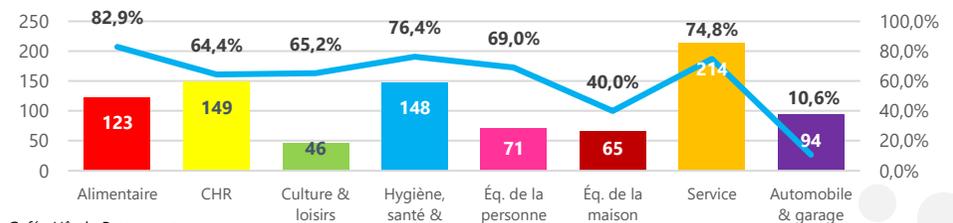
### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une offre traditionnelle resserrée sur les centralités et présente sur une grande partie du territoire qui montre une bonne structuration commerciale.

### RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE À L'ÉCHELLE DU TERRITOIRE



### PART DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE EN CENTRALITÉ PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



\*CHR : Cafés-Hôtels-Restaurants  
 Source : Fichier commerces CCI  
 Mise à jour des données sur le terrain

## UN TISSU DE BASE COMPLET PLUS PRÉSENT SUR LA PARTIE SUD

**17 communes représentant 70,3% de la population de Saint-Lô Agglo disposent d'un tissu commercial de 1<sup>ère</sup> nécessité complet**, soit une situation moyenne au regard des tendances habituellement observées (60 à 75% de la population disposant d'un tissu complet).

En intégrant les communes au tissu incomplet, **86,3% des habitants du territoire dispose d'au moins un commerce alimentaire** sur sa commune.

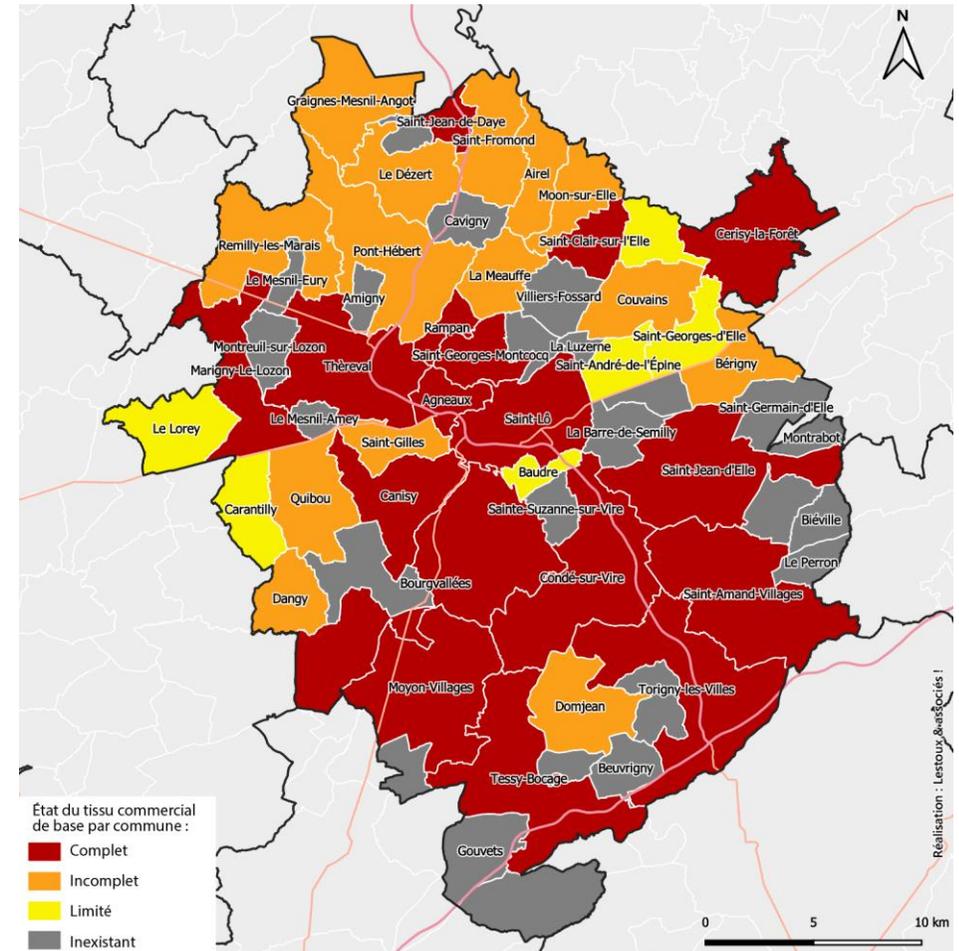
Par ailleurs 6 communes qui profitent de la présence d'un CHR sur leur territoire. Aussi, 24 communes (9,5% de la population) ne dispose d'aucun commerce alimentaire ou CHR. Ces dernières sont majoritairement des communes plus rurales avec un faible nombre d'habitants (moins de 350).

À noter un tissu complet plus prédominant sur la moitié sud du territoire.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Un tissu commercial de base en alimentation présent sur une grande partie du territoire qui apporte une première solution à l'ensemble de la population.

TISSU COMMERCIAL DE BASE PAR COMMUNE A L'ÉCHELLE DU TERRITOIRE



**Tissu commercial complet** : Présence des 3 commerces de base : alimentation générale, boulangerie, boucherie ou d'un supermarché.

**Tissu commercial incomplet** : 1 ou 2 des commerces de base

**Tissu commercial limité** : Présence d'un ou plusieurs cafés-restaurants

**Tissu commercial inexistant** : Aucun des 3 commerces de base, aucun café ou restaurant.

## UNE OFFRE RÉDUITE QUI LIMITE LE RAYONNEMENT DES COMMUNES

La densité commerciale permet d'apprécier l'adaptation de l'offre traditionnelle au potentiel de population de proximité, à savoir le nombre de commerce pour 1 000 habitants.

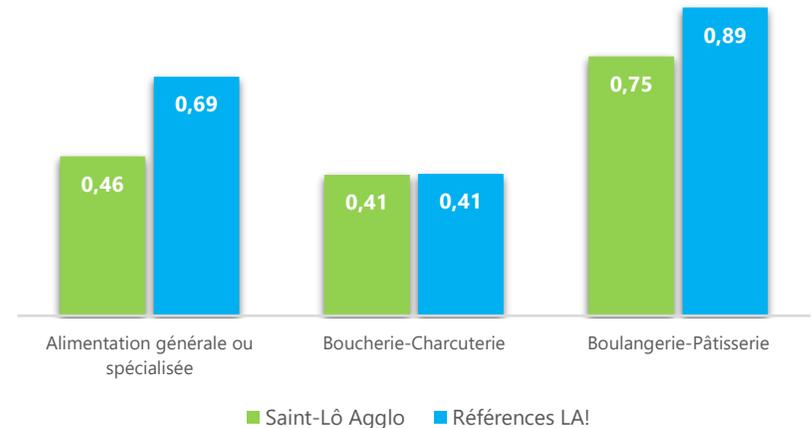
La densité alimentaire sur Saint-Lô Agglo s'élève à 1,62. Un seuil inférieur aux tendances habituellement observées aux alentours de 1,99. On note tout particulièrement une densité en alimentation générale et spécialisée 50% plus faible.

En non alimentaire, le territoire présente des densités plus équilibrées mais qui restent inférieures aux moyennes habituelles pour les secteurs en équipement de la maison, équipement de la personne et plus particulièrement en culture-loisirs avec une offre plus de deux fois inférieure au seuil moyen. Seule l'offre en hygiène-santé-beauté montre une offre satisfaisante pour la population.

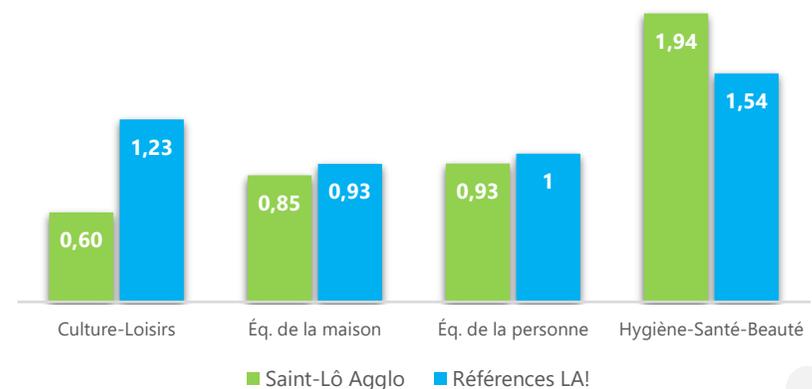
### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une offre commerciale traditionnelle en déficit tant sur l'alimentaire que sur le non alimentaire avec une offre moins dense que les moyennes habituellement observées.

DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE **ALIMENTAIRE**  
(NOMBRE DE COMMERCES POUR 1000 HABITANTS)



DENSITÉ DE L'OFFRE COMMERCIALE TRADITIONNELLE **NON ALIMENTAIRE**  
(NOMBRE DE COMMERCES POUR 1000 HABITANTS)



## UNE PRÉSERVATION DES CENTRALITÉS

Près de 3 commerces traditionnels sur 10 (28 %) du territoire se sont implantés depuis moins de 5 ans sur le territoire. Le **phénomène d'implantation en dehors des centralités reste particulièrement maîtrisé** avec **76%** des commerces installés en centre-bourg ou centre-ville depuis 2016. À noter toutefois des signes de vigilance notamment en CHR où près d'un tiers des nouvelles implantations qui se sont faites en périphérie (32%).

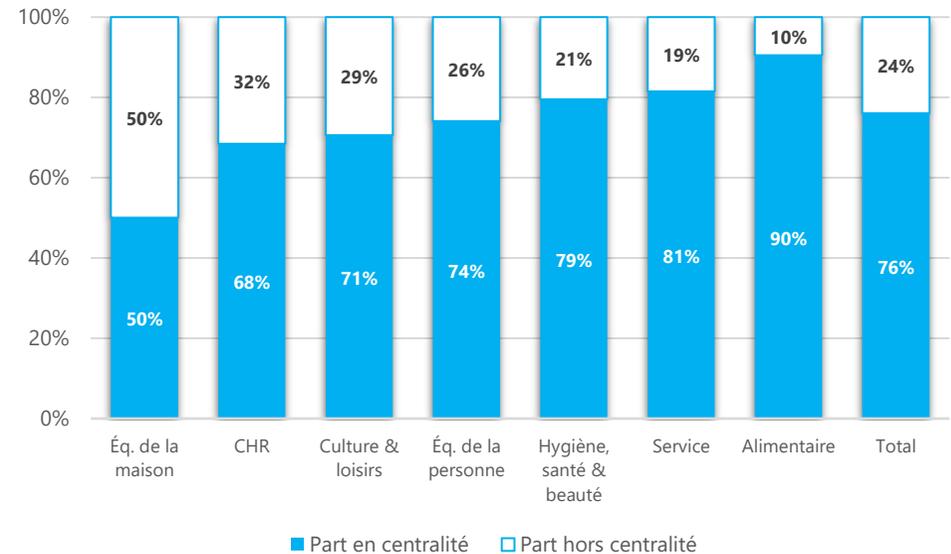
Le secteur de l'équipement de la maison enregistre une forte périphérisation avec 1 établissement sur deux qui s'implante hors des centralités.

Les commerces de proximité (CHR, Hygiène-santé-beauté et alimentaire) limitent en revanche leurs déplacements en périphérie (78% d'implantations en centralité).

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Un turn-over limité et cohérent sur l'ensemble du territoire avec une sauvegarde de l'activité commerciale au sein des centralités.

PART DES COMMERCES IMPLANTÉS AU COURS DES 5 DERNIÈRES ANNÉES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ SUR LE TERRITOIRE DE SAINT-LÔ AGGLO



Source : Fichier CCI

## UNE FRAGILISATION DES POLES SECONDAIRES

Le taux de vacance moyen observé sur les centralités s'élève à 10,4 %. Un taux légèrement inférieur à la moyenne nationale (11,3%) mais très fluctuant.

On recense **68 locaux vacants sur 18 centralités** commerciales du territoire. La commune pôle de Saint-Lô, qui bénéficie de l'offre commerciale la plus conséquente du territoire, concentre également le plus de locaux vides. En effet, à elle seule, elle comptabilise un tiers des cellules vides, soit 22 des 68 locaux recensés. Toutefois son taux de vacance reste faible s'élevant « seulement » à 6,7%.

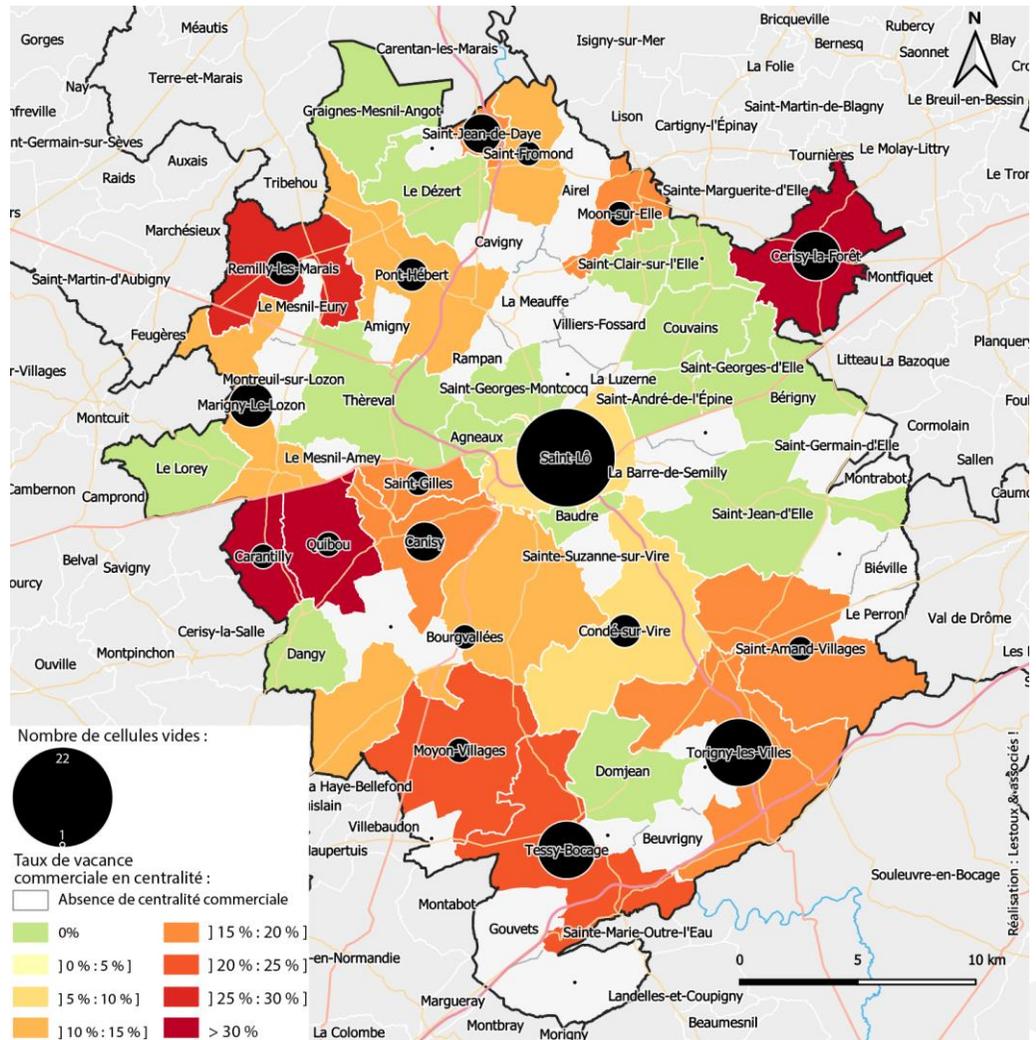
Par ailleurs 15 communes ont un taux de vacance commercial supérieur à la moyenne. Ainsi Torigny-les-Villes, seconde polarité du territoire affiche un seuil de 16,7%. Aussi, Cerisy-la-Forêt montre un taux de vacance de 45,5% qui s'explique par la présence de rez-de-chaussée commerciaux qui n'ont plus vocation à accueillir des commerces mais restent inoccupés.

Le taux de vacance est à nuancer sur une grande partie des communes étant donné leur faible nombre de commerce actifs en centralité.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Un développement de la vacance sur les pôles secondaires du territoire qui souligne leur fragilisation et la difficulté de pérenniser l'offre. La vacance reste par ailleurs maîtrisée sur la ville pôle.

### LA VACANCE COMMERCIALE PAR CENTRALITÉ SUR SAINT-LÔ AGGLO (FEV 2021)

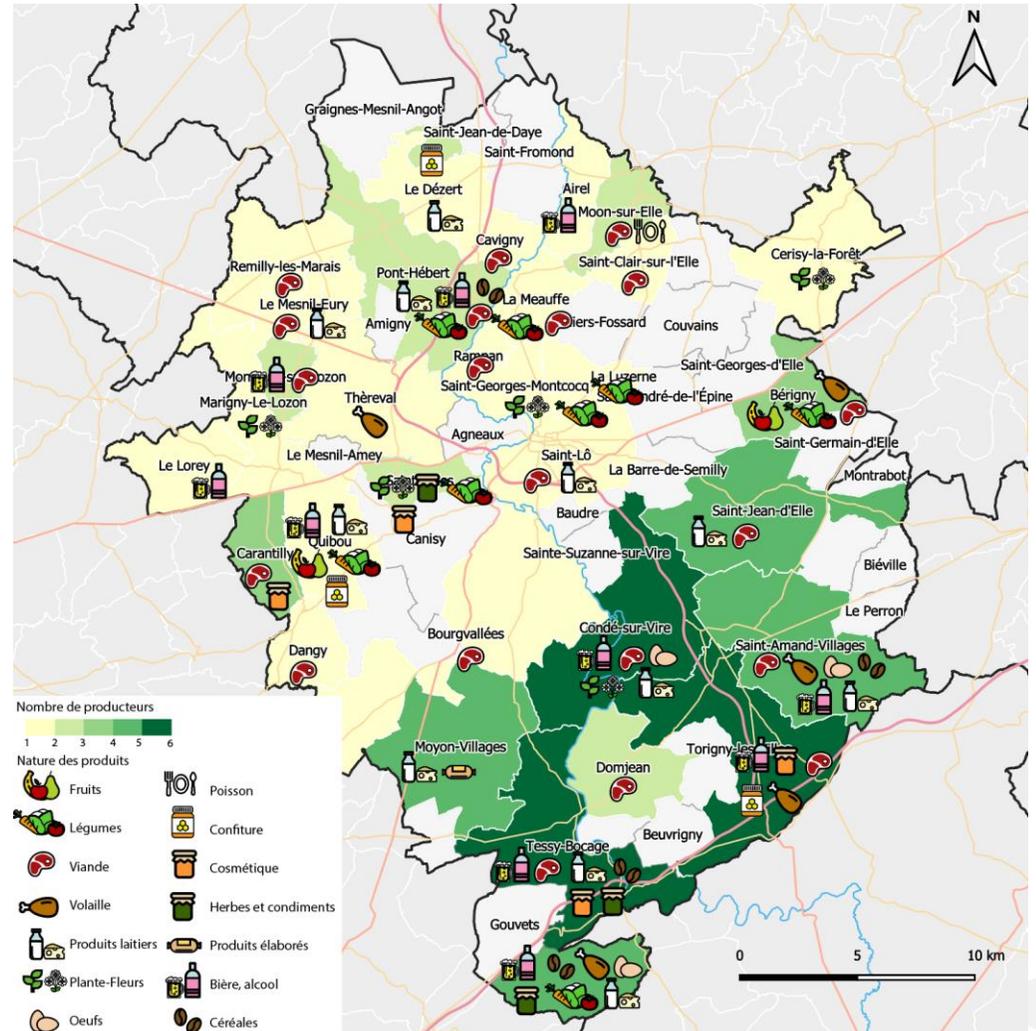


UNE COMPLÉMENTARITÉ DE LA VENTE DIRECTE

On recense **71 producteurs locaux indiquant effectuer de la vente directe** sur le territoire. Il s'agit d'une offre permettant de compléter l'offre alimentaire sédentaire. On observe une offre développée sur la moitié des communes, notamment rurales qui ne profitent pas toujours d'un tissu alimentaire de base. Par ailleurs, on note que le nombre de producteurs est égal à la moitié des commerces alimentaires présents sur Saint-Lô Agglo, une offre conséquente en plein développement qui vient en partie palier les carences.

Nature des produits	Nombre de producteurs	Part sur l'ensemble du territoire
Viandes	30	42,3%
Produits laitiers	15	21,1%
Boissons	12	16,9%
Légumes	9	12,7%
Plante et produits du jardin	6	8,5%
Volailles	5	7,0%
Confitures	4	5,6%
Céréales	4	5,6%
Autres (Eufs, Miel, céréales)	20	22,5 %
<b>Total des producteurs</b>	<b>71</b>	<b>100 %</b>

VENTE DIRECTE SUR LA SAINT-LÔ AGGLO



Source : Questionnaire commune, Bienvenue à la ferme.com, Mon producteur.com, Terrain février 2021

## FORTE DYNAMIQUE DU NON SÉDENTAIRE

Le **principal marché de l'agglomération se déroule le samedi matin sur Saint-Lô** avec près de 160 exposants. Qualifié de marché le plus beau de Normandie, ce dernier profite d'une forte attractivité et polarise au-delà du territoire. Il se déroule place du Général de Gaulle au sein du centre-ville et s'implante en partie au sein d'une halle couverte.

**6 marchés ont la particularité de se dérouler en fin de journée** et permettent de s'adapter aux nouveaux temps de consommation en captant un plus grand nombre d'actifs sur leur trajet domicile-travail.

Aussi, **trois marchés du territoire sont considérés comme 100% bio** avec une offre de produits locaux. Deux se localisent sur Saint-Lô par le biais de « La Cabane Penchée » association de producteurs bio, le dernier est implanté sur la commune de Quibou.

Un **Projet Alimentaire Territorial (PAT) est actuellement en cours de réflexion sur Saint-Lô Agglo**. Il a pour objectif d'accélérer la transition agricole et faciliter l'accès à une alimentation saine et de qualité issue d'une agriculture locale durable.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

On recense **21 marchés hebdomadaires** sur le territoire dont 7 se déroulent sur Saint-Lô qui permet de lui conférer un marché chaque jour de la semaine (excepté le lundi). Plusieurs marchés estivaux viennent également étoffer l'offre en haute saison.

### MARCHÉS À L'ÉCHELLE DE SAINT-LÔ AGGLO

Commune	Cycle	Jour de marché	Horaires marché 1	Nombre étals
Agneaux	Hebdomadaire	Lundi	8:00 - 13:00	4
	Hebdomadaire	Mercredi	8:00 - 13:00	4
Canisy	Hebdomadaire	Vendredi	8:00 - 13:00	-
Cerisy-la-Forêt	Hebdomadaire	Mercredi	-	-
Condé-sur-Vire	Hebdomadaire	Mercredi	8:00 - 13:00	-
Marigny	Hebdomadaire	Mercredi	8:00 - 13:00	-
Moyon Villages	Hebdomadaire	Mardi	8:00 - 13:00	2
Pont-Hébert	Hebdomadaire	Samedi	8:00 - 13:00	6
Quibou	Hebdomadaire*	Jeudi	17:00 - 19:00	11
Remilly Les Marais	Hebdomadaire	Jeudi	8:00 - 13:00	-
Saint-Germain-d'Elle	Hebdomadaire	Mardi	17:00 - 20:00	3
Saint-Jean-de-Daye	Hebdomadaire	Vendredi	8:00 - 13:00	-
Saint-Lô	Hebdomadaire	Mardi	8:00 - 13:00	-
	Hebdomadaire	Mercredi	8:00 - 13:00	-
	Hebdomadaire	Jeudi	8:00 - 13:00	-
	Hebdomadaire	Vendredi	8:00 - 13:00	30
	Hebdomadaire	Samedi	8:00 - 13:00	160
	Estival	Jeudi	16:30 - 19:00	30
	Hebdomadaire*	Mardi	16:00 - 19:00	12
	Hebdomadaire*	Vendredi	16:00 - 19:00	12
Saint-Vigor-des-Monts	Estival	Mardi	17:00 - 20:00	-
Tessy-Bocage	Hebdomadaire	Mercredi		6
Torigny-les-Villes	Hebdomadaire	Lundi	8:00 - 13:00	30

Source : terrain février 2021, jours de marché.com, annuaires de marchés.com, Saint-Lô Agglo  
\* Marché bio

## UNE CROISSANCE GMS DÉCORELLÉE DE LA POPULATION

Au vue de sa localisation, **Saint-Lô profite d'une zone d'influence au-delà des limites de l'EPCI**. À savoir, les communes sur la frange ouest profite également de l'attraction de Coutances. Aussi, les pôles de Bayeux et de Vire Normandie viennent restreindre la rayonnement de Saint-Lô sur la partie nord et sud-ouest sans oublier la forte polarité de Caen.

On recense **99 173 m<sup>2</sup> de surface de plancher GMS** sur le territoire. Ce dernier à augmenter de 15,5% depuis 2010, soit +13 000 m<sup>2</sup> supplémentaires dont 8000 m<sup>2</sup> uniquement sur la zone de la Tremblaye (zone à cheval sur Agneaux et Saint-Gilles).

La croissance des surfaces a principalement concerné le secteur de la maison (+40%) suivi des secteurs en bricolage et culture-loisirs (+29,5%). Un phénomène qui accentue le rayonnement des zones périphériques.

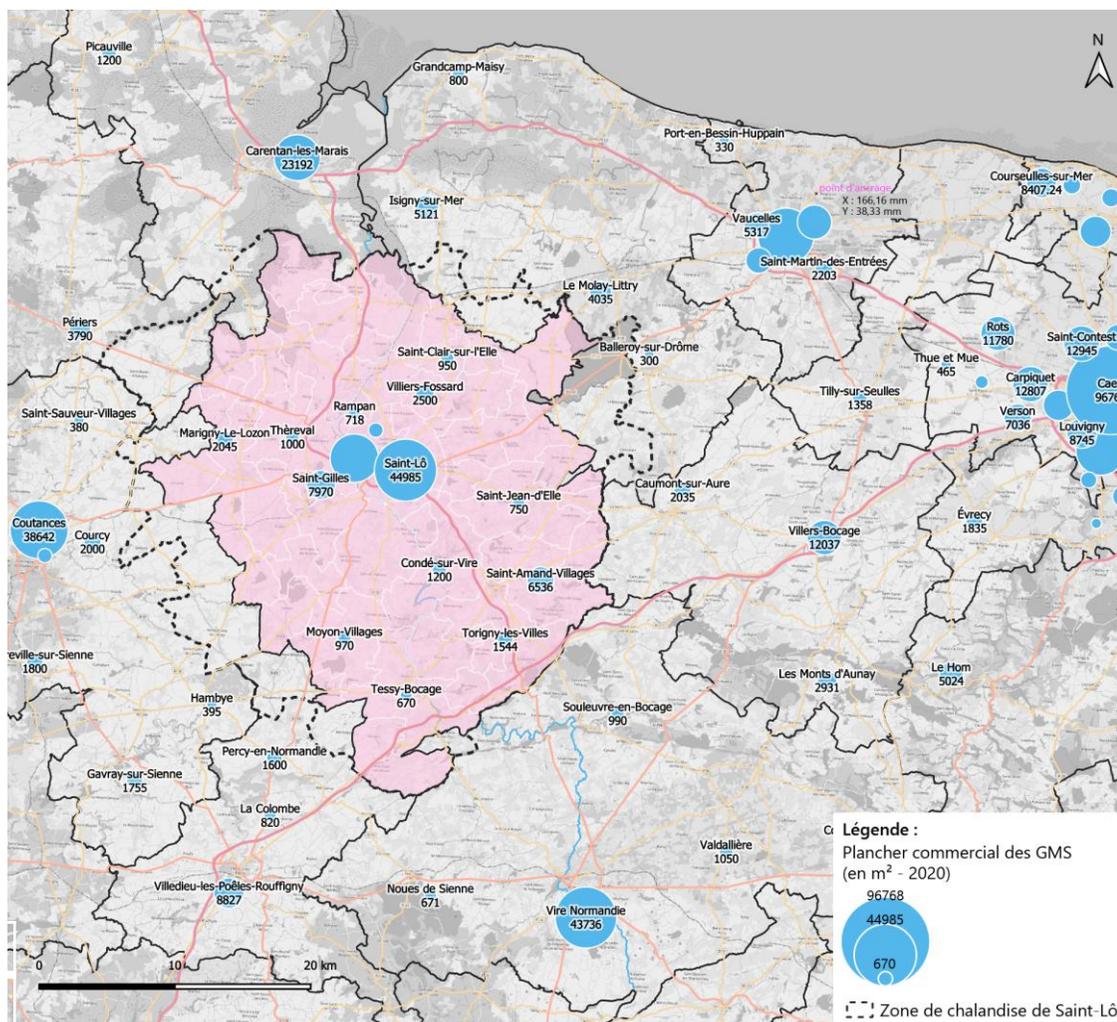
On assiste également à une **progression des friches commerciales avec 4681 m<sup>2</sup> non utilisés** depuis 2010.

Le taux de diversité commerciale en GMS s'élève à 21% sur le territoire et reste inférieur aux moyennes habituelles.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une croissance soutenue des surfaces commerciales par rapport aux évolutions de population.

PLANCHER COMMERCIAL EN M<sup>2</sup> À L'ÉCHELLE DE L'EPCI ET DES PÔLES ENVIRONNANTS



## UNE FORTE DENSITÉ EN GMS

**Le territoire se caractérise par une forte densité en GMS dans l'ensemble des secteurs.** Les seuils sont tous supérieurs aux moyennes nationales habituellement observées.

De fait, le secteur en solderie est 2,8 fois plus important, le secteur en jardinerie 2,2 fois plus élevé et la culture loisirs 1,8 fois supérieur aux moyennes.

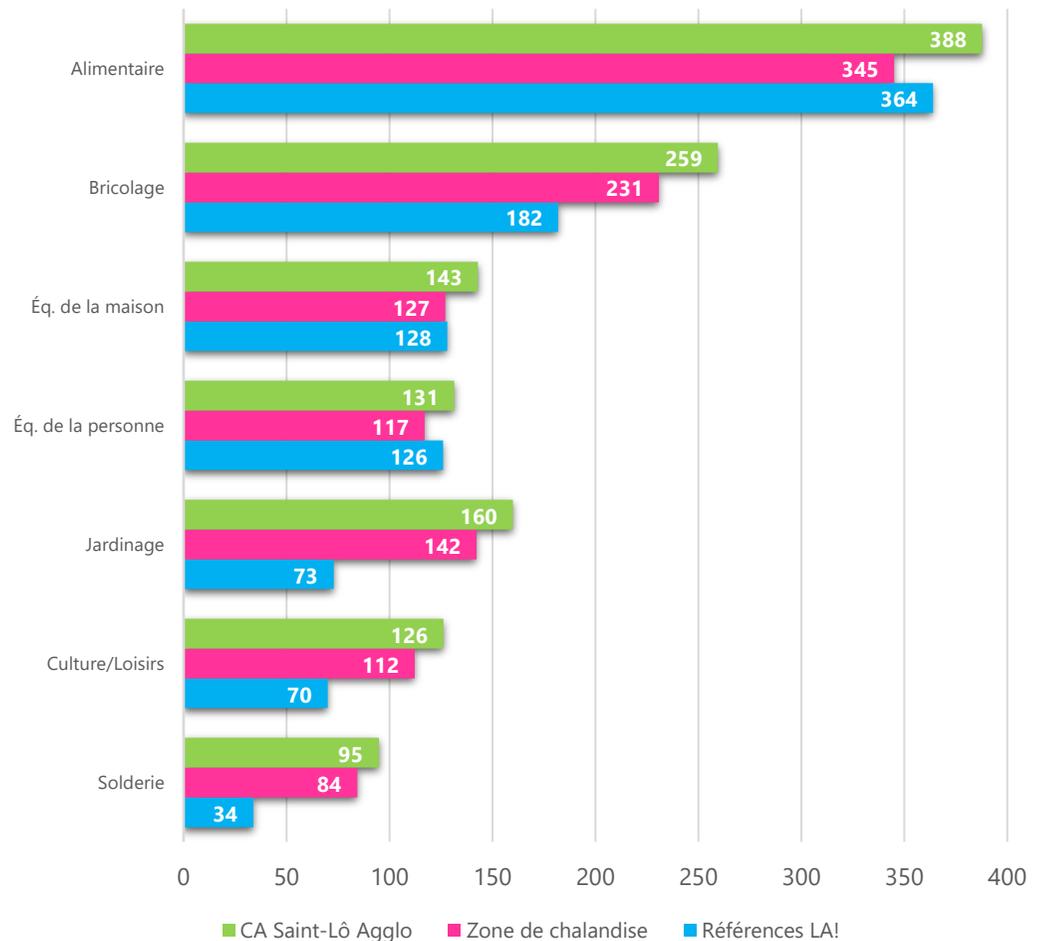
**À l'échelle de la zone d'influence, on constate des densités plus cohérentes** sur les secteurs alimentaire en équipement de la maison et en équipement de la personne. Toutefois les autres secteurs révèlent encore des **taux relativement importants.**

Ainsi, l'**offre apparaît conséquente sur le territoire et la zone d'influence** qui souligne un rayonnement sur un plus large périmètre que l'agglomération notamment pour les secteurs en bricolage-jardinage, solderie et culture-loisirs.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Un suréquipement en GMS qui vient compléter la carence de l'offre traditionnelle mais pose la question de leur développement futur.

DENSITÉS EN GRANDES & MOYENNES SURFACE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ (M<sup>2</sup> POUR 1 000 HABITANTS)



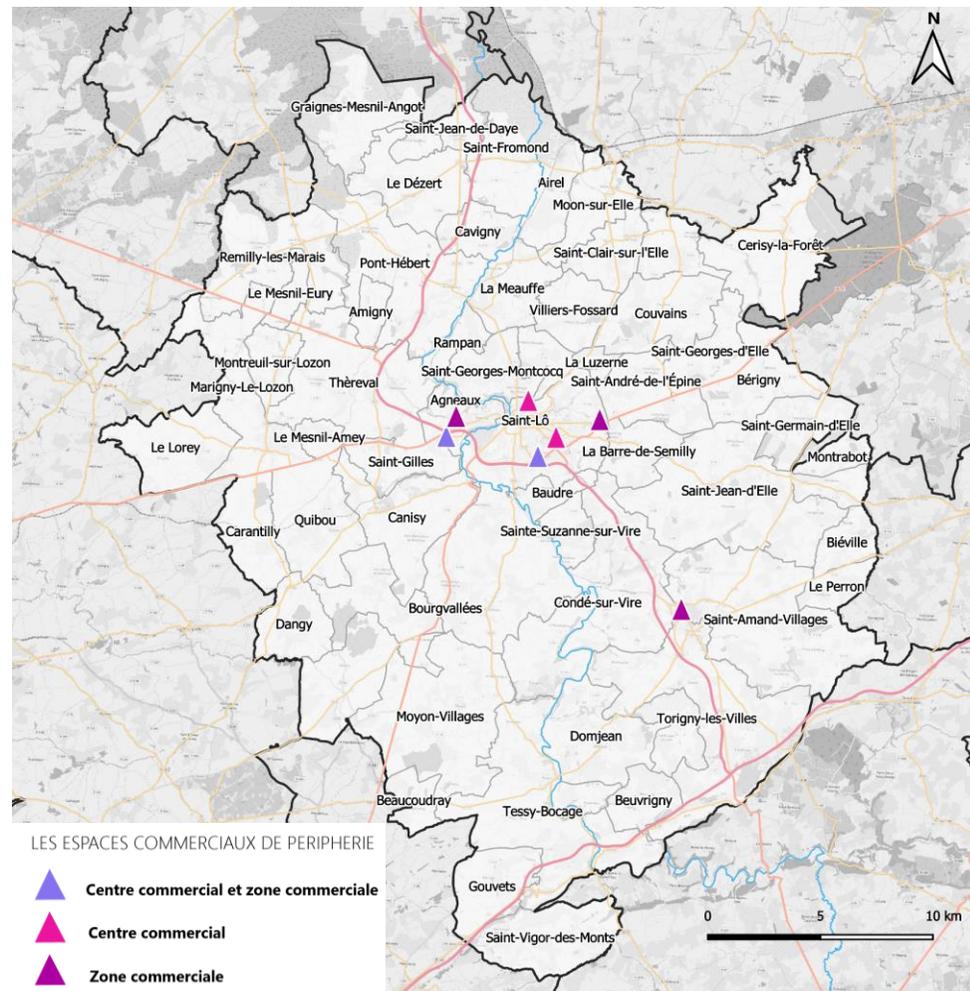
## UNE CONCENTRATION SUR LA VILLE PÔLE

À l'échelle de l'agglomération, 7 espaces commerciaux de périphérie sont identifiés et concentrent la majorité de l'offre en GMS du territoire. 3 d'entre eux sont des zones commerciales, 2 sont des centres commerciaux puis 2 sont des centres commerciaux associés à une zone commerciale.

À noter que l'ensemble des espaces commerciaux se concentrent en périphérie de Saint-Lô excepté pour la zone de la Détourbe sur Torigny-les-Villes/Saint-Amand. La plus grande zone commerciale en nombre de commerce est La Chevalerie, elle concentre davantage d'établissements automobiles et de services. En revanche, Odysée-La Tremblaye profite d'une plus grande part d'enseignes notamment en équipement de la maison et de la personne.

Commune	Nom de la polarité	Commerces	Part des enseignes
Agneaux	ZAC de la Croix Carrée	52	53 %
Agneaux / Saint-Gilles	Parc commercial l'Odysée-La Tremblaye	34	82 %
Saint-Lô	Parc d'Activités de La Chevalerie - Bois Ardent	88	59 %
Saint-Lô	Parcs d'activités La Capelle - Delta	33	60 %
Saint-Lô	Centre Commercial du Bois André	4	25 %
Saint-Lô	Centre Commercial Carrefour	8	12,5 %
Torigny-les-Villes / Saint-Amand-Villages	ZAC de La Détourbe	15	53 %

### RÉPARTITION DES ESPACES COMMERCIAUX DE PÉRIPHÉRIE A L'ÉCHELLE DU TERRITOIRE



Source : Repérage terrain, Fichier commerce CCI, Données Saint-Lô Agglo, Codata

## UNE OFFRE DIVERSIFIÉE EN PÉRIPHÉRIE

**146 commerces sont présents sur les zones et espaces commerciaux de Saint-Lô** dont 41 Grandes et Moyennes Surfaces de plus de 300 m<sup>2</sup> de surface de vente. De fait, on dénombre **105 commerces traditionnels** sur l'ensemble des polarités.

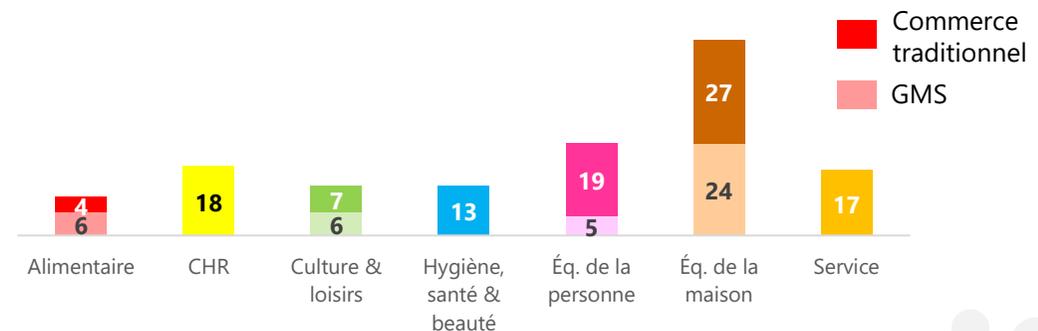
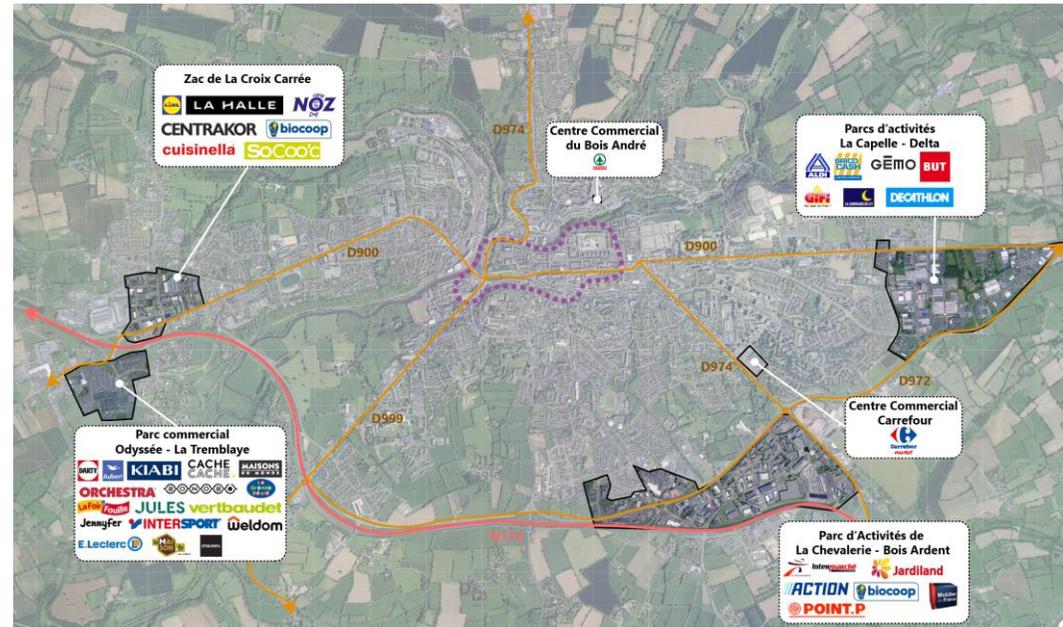
**35 activités commerciales de proximité (Alimentaire, CHR, Hygiène-santé-beauté)** sont implantés sur les zones soit 24% de l'offre globale traditionnelle. L'offre observée (boulangerie, pharmacie, restaurant, opticien...) est ainsi observée sur le secteur et représente une offre concurrentielle pour l'offre traditionnelle des centres-villes et centres-bourgs du territoire.

**Le taux de diversité commerciale traditionnelle\* observé sur les zones commerciales s'élève à 52,3%.** Un taux supérieur de près de 12 pts à celui observé sur le centre-ville de Saint-Lô et signe d'une capacité à polariser sur les territoires environnants.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une offre en périphérie qui vient concurrencer l'offre de proximité au sein des centralités.

### ORGANISATION SPATIALE DES ZONES COMMERCIALES



\*Taux de diversité : Rapport entre le nombre de commerces en équipement de la personne et en équipement de la maison sur l'ensemble des commerces en dehors des services.

### Centre Commercial du Bois André

Petit espace commercial de quartier, le site s'implante en retrait des grands axes de flux et présente une vocation de proximité. Le bâti présente un aspect vieillissant avec une absence de cohérence architecturale et des façades commerciales.

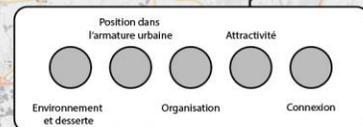
### ZAC de la Croix Carrée

La zone présente un mixte avec des activités liées aux services et l'artisanat. De fait son organisation paraît diffuse et peu lisible. Aussi, on observe une grande diversité dans la constitution des façades qui manquent parfois d'aspects qualitatifs. Les cheminements sont peu sécurisés. L'étendue et la configuration de la zone favorise sa pratique par l'automobile.

### Parc commercial l'Odysée-La Tremblaye

Principale polarité commerciale du territoire, le site profite d'une forte attractivité par ses enseignes différenciantes. Même si la création du retail parc montre une organisation de type nouvelle génération l'ensemble de la zone manque d'attractivité en termes d'aménagement et d'ambiance d'achat.

Globalement, les zones commerciales du territoire profitent d'une bonne accessibilité automobile et visibilité. Leurs aménagements sont pour la plupart classiques voire vieillissants pour les zones à l'est de Saint-Lô avec un manque de connexion et de lisibilité qui fait perdre en cohérence et en ambiance d'achat



### Parcs d'activités La Capelle-Delta

Ces zones présentent également une mixité avec l'industrie et les services qui rend peu lisible l'offre. L'aspect urbain reste routier sur un espace étendu qui complique les cheminements entre les différents commerces.

### Centre Commercial Carrefour

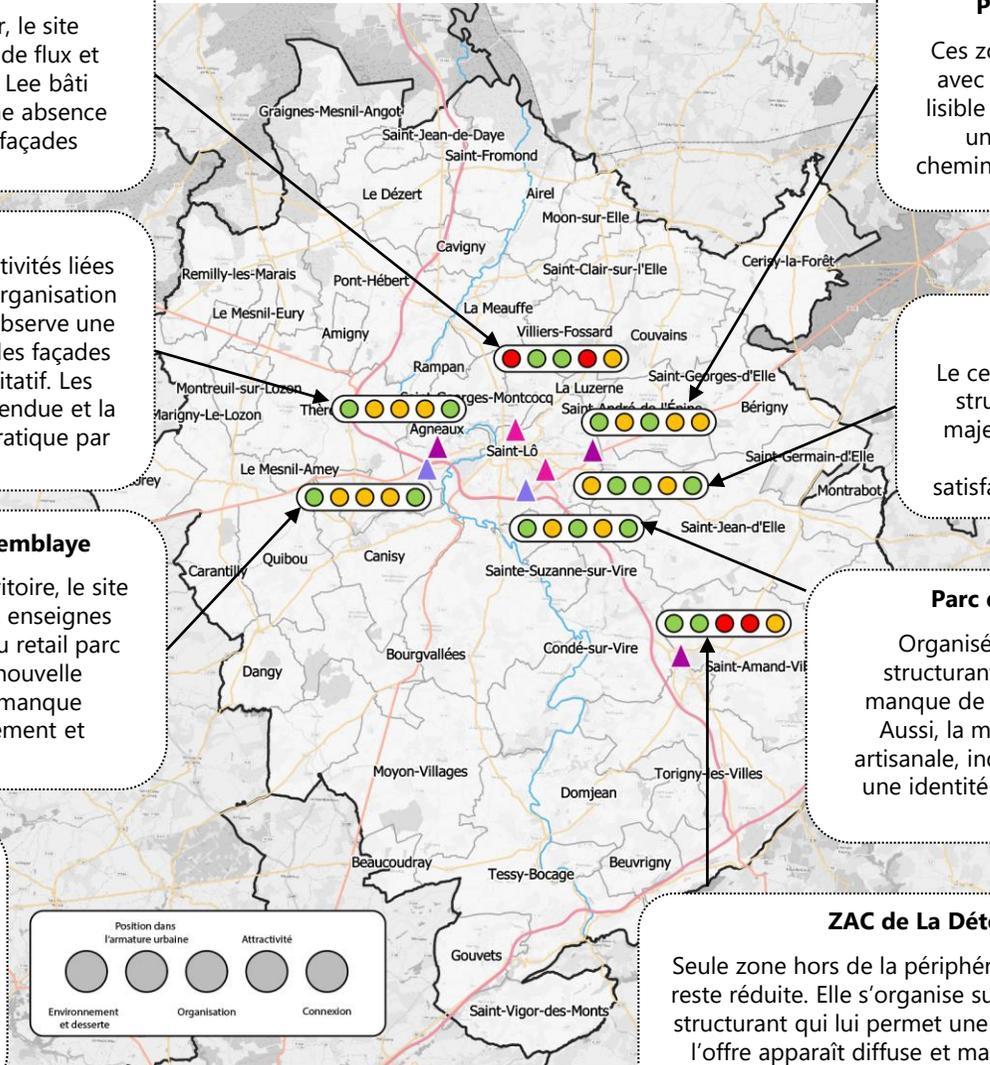
Le centre commercial se trouve sur un axe structurant mais reste à l'écart des flux majeurs. Le site reste un pôle de quartier élargi. Les cheminements y sont satisfaisants avec une présence du végétal.

### Parc d'Activités de La Chevalerie

Organisée le long d'un axe de circulation structurant, cette zone se caractérise par un manque de qualités urbaines et architecturales. Aussi, la mixité de sa vocation (commerciale, artisanale, industrielle) ne participe pas à affirmer une identité lisible et de dégager une ambiance d'achat qualitative.

### ZAC de La Détourbe

Seule zone hors de la périphérie de Saint-Lô, l'offre reste réduite. Elle s'organise sur un carrefour d'axes structurant qui lui permet une bonne visibilité mais l'offre apparaît diffuse et manque de connexion entre les différents espaces.



Source : Repérage terrain

## UNE CROISSANCE EN SURFACE DE PLANCHER DÉCONNECTÉE

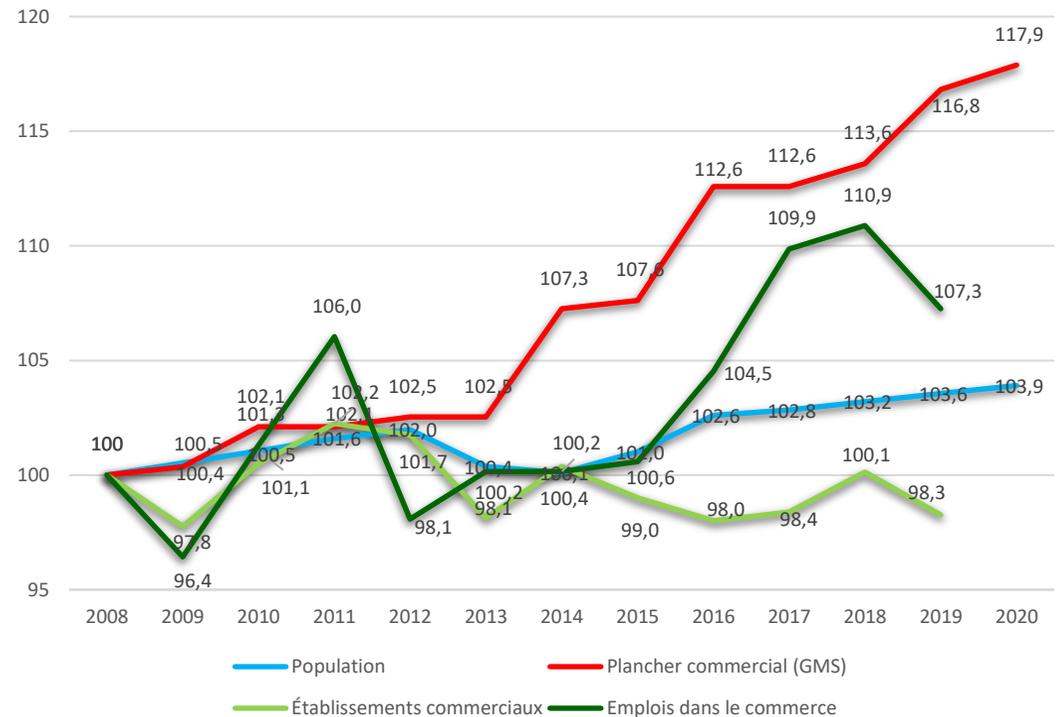
Le territoire de Saint-Lô Agglo connaît une progression continue de son plancher en GMS depuis 2008. Ce dernier à progresser de +17,9% entre 2008 et 2020 quand la population n'a augmentée que de 3,9%, soit 4 fois plus vite.

À noter le nombre d'établissements commerciaux qui montre des signes de fragilisation avec une fluctuation à tendance négative (-1,7% depuis 2008). Aussi, le nombre d'emplois dans le commerce a connu une stabilisation entre 2012 et 2015 avant de connaître son pic en 2018 pour reculer à nouveau en 2019. Une croissance qui peut-être imputable à l'arrivée d'enseignes locomotives comme Décathlon ou Darty mais qui reste limitée et fragile.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une croissance des mètres carrés qui crée en 2018 un phénomène de rupture lié à la surdensité avec un impact sur l'emploi.

ÉVOLUTION DES SURFACES GMS PAR RAPPORT À LA POPULATION ET À L'EMPLOI DANS LA FILIÈRE COMMERCE SUR SAINT-LÔ AGGLO (INDICE 100 EN 2008)



1

**Des centralités qui conservent leur vocation commerciale** par la concentration l'offre et une maîtrise de la périphérisation.

2

**Une densité en commerce alimentaire traditionnel faible** qui souligne une fragilisation de l'offre de proximité.

3

**Une explosion de la vente directe qui requestionne la complémentarité et le rôle des commerces alimentaires de centres-villes.**

4

**Un développement de la vacance sur les pôles secondaires** et pôles relais qui vient fragiliser de l'armature commerciale.

5

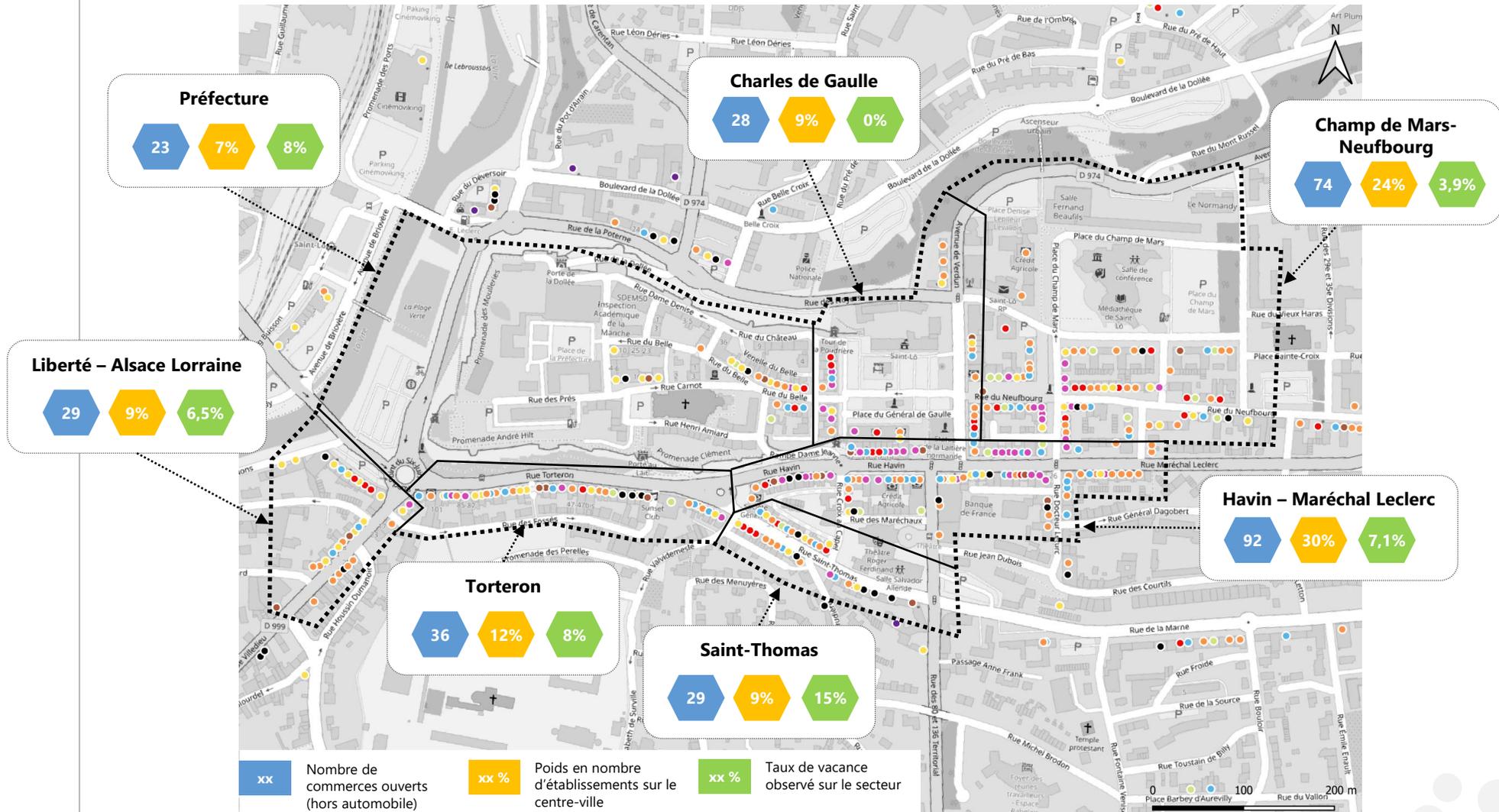
**Un enjeu de de préservation de la diversité commerciale en centralités** et de frein sur la croissance des grandes surfaces liées à la proximité.



**Partie 4**

**Bilan** des principales  
centralités

*Bilan de la fonction  
commerciale*



## UNE TENDANCE À LA TERTIARISATION

On recense 513 activités commerciales sur la commune, dont 311 en centre-ville, soit 60% de l'offre totale. Un ratio cohérent qui se situe dans la moyenne (60%). Le centre-ville de Saint-Lô profite d'un rayonnement conséquent à l'échelle de la commune et du territoire au vu de la densité et la diversité de son offre.

Les commerces dits de convivialités (CHR\*) sur la centralité représentent seulement 16% de l'offre totale, un seuil inférieur à la moyenne habituelle pour des pôles similaires (25%).

Aussi, l'offre alimentaire apparaît quantitativement limitée avec seulement 10% des commerces. Une carence en partie palier par le tenue des marchés alimentaires tout au long de la semaine.

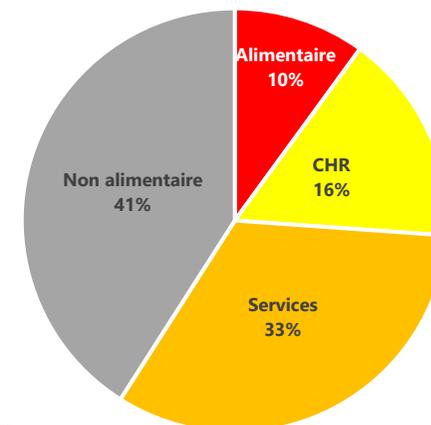
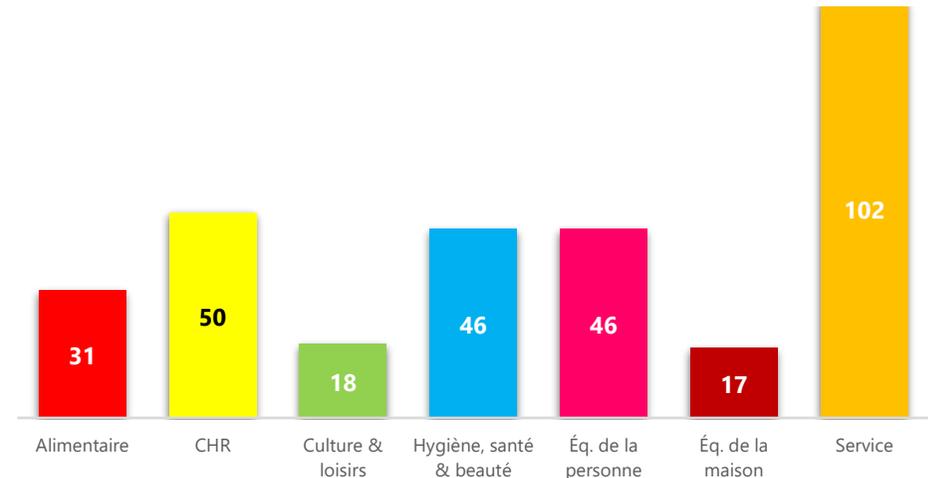
Le taux de diversité commerciale\* sur le centre-ville (30,3%) entre dans les moyennes habituelles entre 30-35% et traduit la capacité de la centralité à polariser en termes d'achats en équipements de la personne et de la maison.

La filière service constitue le secteur le plus représenté (33%) témoignant d'un phénomène de tertiarisation du linéaire commercial mais qui participe néanmoins à la fréquentation régulière de la centralité.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Le centre-ville garde sa qualité de polarisation mais voit un développement du tertiaire au détriment de l'alimentaire et des CHR.

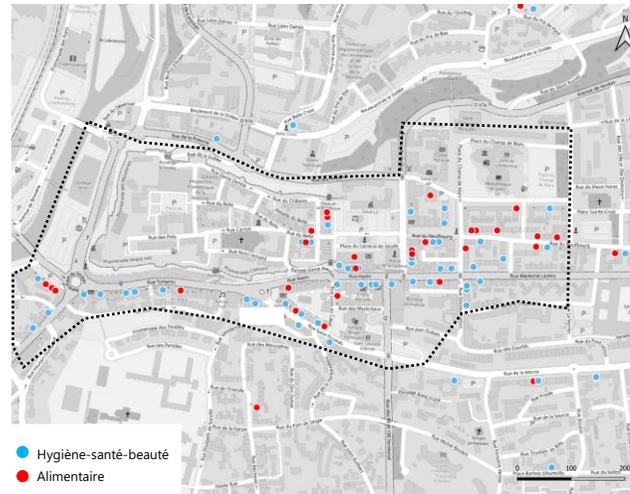
### RÉPARTITION DE L'OFFRE COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE DE SAINT-LÔ



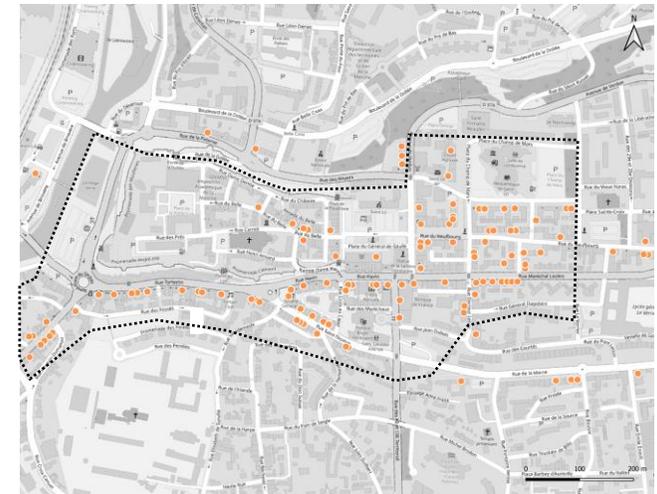
\*Rapport entre le nombre de commerces en équipements de la maison et en équipement de la personne sur l'ensemble des services excepté les services

On notera le caractère diffus de l'offre commerciale par secteur d'activité, à l'exception de l'offre en équipement de la personne. Une meilleure identification des typologies d'achats permettrait d'améliorer la lisibilité du parcours marchand et de le rendre plus attractif.

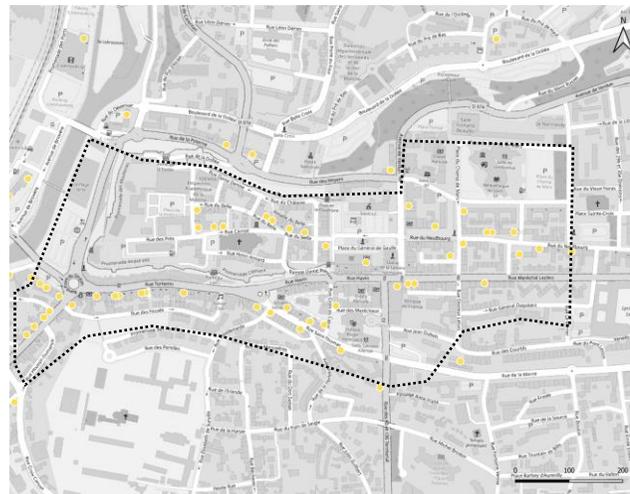
### Alimentaire – Hygiène santé beauté



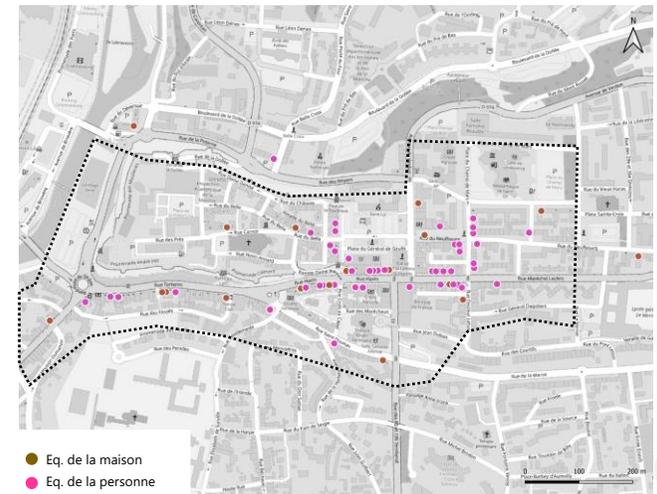
### Services



### CHR



### Équipements de la maison et de la personne



## UNE PERTE DE DIVERSITÉ EN ENSEIGNES

**Selon la base de données Codata, le centre-ville de Saint-Lô connaît une réelle stabilité avec un gain de 8 commerces et services sur la période 2010-2019 passant de 234 commerces en activité à 242, soit une progression de 3,4%. Toutefois cette évolution est à nuancer en raison de la forte croissance dans le secteur des services.**

Les secteurs de la culture-loisirs (-3 cellules), de l'équipement de la maison (-6) et plus particulièrement de la personne (-12) ont vu leur nombre d'établissements se réduire. Ce dernier connaît de plus une forte perte en enseignes avec 10 magasins en moins.

Ainsi le centre-ville perd seulement une enseigne, mais gagne pratiquement uniquement des services et subit des pertes en équipement de la personne et de maison, pourtant facteurs de diversité commerciale, d'attractivité et de rayonnement pour la polarité.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une stabilité commerciale qui cache un début de tertiarisation notamment des enseignes fragilisant la diversité commerciale et le rayonnement du centre-ville.

### ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ SUR LE CENTRE-VILLE SAINT-LÔ

Secteur	Évolution 2010-2020	
	Commerce	Dont enseignes
 Services	+ 10	+ 8
Hygiène-beauté-santé	+ 9	+ 1
Café-Hôtel-Restaurant	+ 4	-
Alimentation	+ 2	+ 2
-	-	-
 Culture-loisirs	- 3	- 2
Équipement de la maison	- 6	- 3
Équipement de la personne	- 12	- 10
 Total	+ 8	- 1

*Evolution observée selon la base Codata 2010-2020 basée sur un périmètre plus restreint que le périmètre d'étude (242 commerces identifiés sur le périmètre Codata).*

## UNE PRÉSENCE LIMITÉE EN ENSEIGNES POLARISANTES

**31,4% des commerces du centre-ville sont affiliés à une enseigne nationale** sur l'ensemble des activités recensées sur le centre-ville de Saint-Lô (hors services, banques et assurances dont le secteur compte 45% de l'ensemble des enseignes). Un seuil important qui souligne une forte polarisation du centre-ville sur le reste du territoire.

Parmi les enseignes les plus attractives selon les français (tableau ci-contre), **seulement 6 sur 21 (11%) sont implantées sur le centre-ville**. Par ailleurs, 71,4% des enseignes préférées présentes sur le territoire sont en périphérie.

On notera une faible présence d'enseignes polarisantes notamment en équipement de la personne (21%), beauté & électro-multimédia (33%) et culture-loisirs (43%).

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Même si le territoire n'a pas vocation à accueillir toutes les enseignes, on note une carence dans plusieurs secteurs qui vient limiter son attractivité.

Équipement de la personne	Alimentaire	Culture/loisirs	Bricolage/jardinage	Beauté	Discount	Équipement de la maison	Electro-multimédia
Etam	Grand Frais	Décathlon	Leroy Merlin	Séphora	Action	Ikéa	Darty
Galerie Lafayette	Leclerc	FNAC	Gamm Vert	Yves Rocher	Gifi	Maison du Monde	Apple Store
Aubade	Picard	Cultura	Jardiland	Nocibé	Hema	Conforama	Boulangier
Kiabi	Biocoop	Intersport	Brico Dépôt	Marionnaud	Centrakor	But	<b>33 %</b>
Undiz	Carrefour (x2)	Espace Culturel	Castorama	Lush	Stokomani	<b>50 %</b>	
Zara	Auchan	Sport 2000	Truffaut	L'Occitane	<b>60 %</b>		
H&M	Intermarché	Micromania	Botanic	<b>33 %</b>			
Foot Locker	Super U	<b>43 %</b>	<b>14 %</b>				
Primark	<b>75 %</b>						
Camaïeu							
Darjeeling							
Printemps							
Courir							
Orcanta							
<b>21 %</b>							

Enseigne présente en centre-ville  
 Enseigne présente en périphérie  
 Enseigne présente en centre-ville et périphérie  
 Enseigne non présente

Xx % Part des enseignes présentes sur le territoire

\* Source et méthodologie : EY Parthenon, enquête auprès de 10000 consommateurs sur 166 enseignes durant le 1<sup>er</sup> trimestre 2019

UNE **AMBIANCE D'ACHAT**  
PLUS MARQUÉE SUR LA  
VILLE HAUTE

**56 % des façades commerciales du centre-ville présentent des critères d'attractivité forts et qualitatifs.** Il s'agit de façades entretenues, caractérisées par des matériaux de qualité et assurant une bonne intégration de l'enseigne au patrimoine bâti. Par ailleurs seulement 6% montrent des façades faiblement attractives (vieillissantes et/ou dégradées ne présentant pas ou peu de critères urbains attractifs).

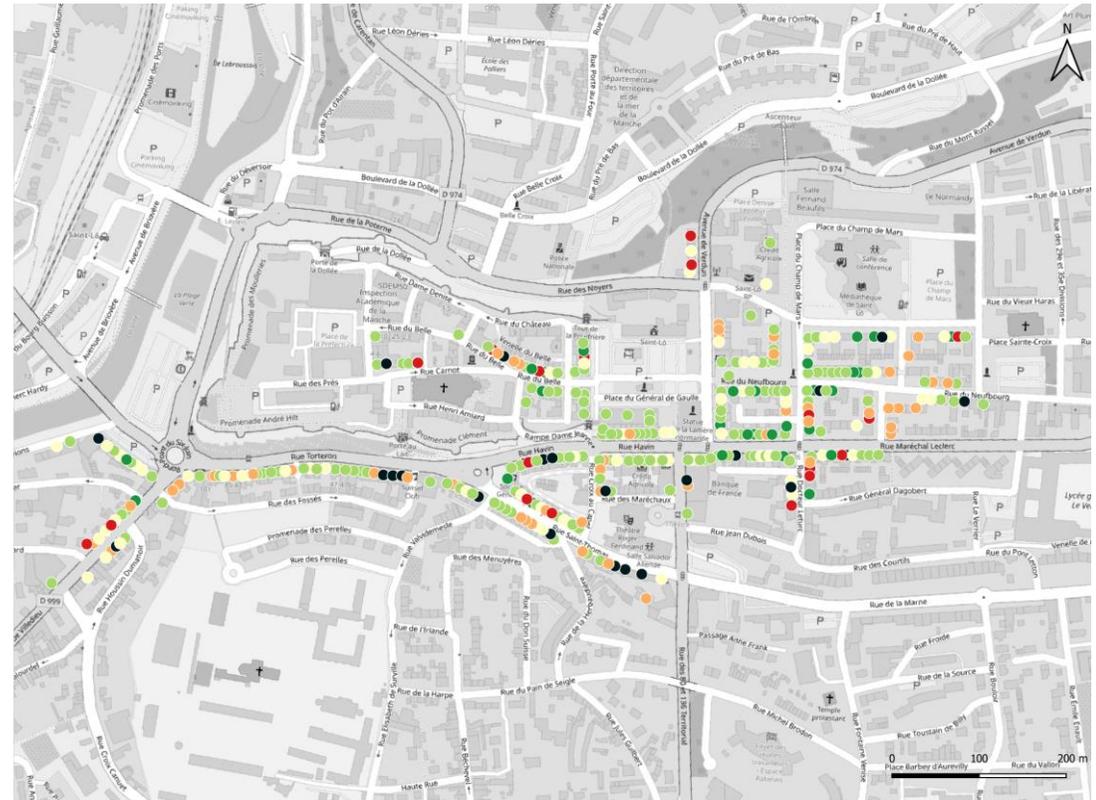
Les commerces plus attractifs sont davantage concentrés sur la partie haute de la ville (Rues Maréchal Leclerc, Havin, Neufbourg et autour de la Place du Général de Gaulle).

Par ailleurs les enseignes moins qualitatives et les cellules vacantes se trouvent majoritairement sur les entrées du centre-ville et en bout de linéaire, ce qui affecte l'ambiance d'achat et ne permet pas d'effet vitrine. A noter une faible vacance sur le centre-ville de Saint-Lô (6,7%) deux fois plus faible que la moyenne (11-13%).

#### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une qualité des façades moyenne avec un effet vitrine limité par de la vacance et des devantures peu qualitatives en entrée de centre-ville.

#### NIVEAU DE QUALITÉ DES FACADES COMMERCIALES ET CELLULES VACANTES A L'ÉCHELLE DU CENTRE-VILLE





**Partie 4**

# Bilan d'attractivité des centralités

## DES PRATICIENS REGROUPÉS ET EN CENTRALITÉS

Au regard de la population sur le territoire et comparativement aux densités départementales, **Saint-Lô Agglo une concentration de professionnels de santé cohérente voire supérieure pour la majorité des secteurs.**

On observe une forte carence en infirmiers sur le territoire avec une densité 8,3 pts plus faible que sur le département.

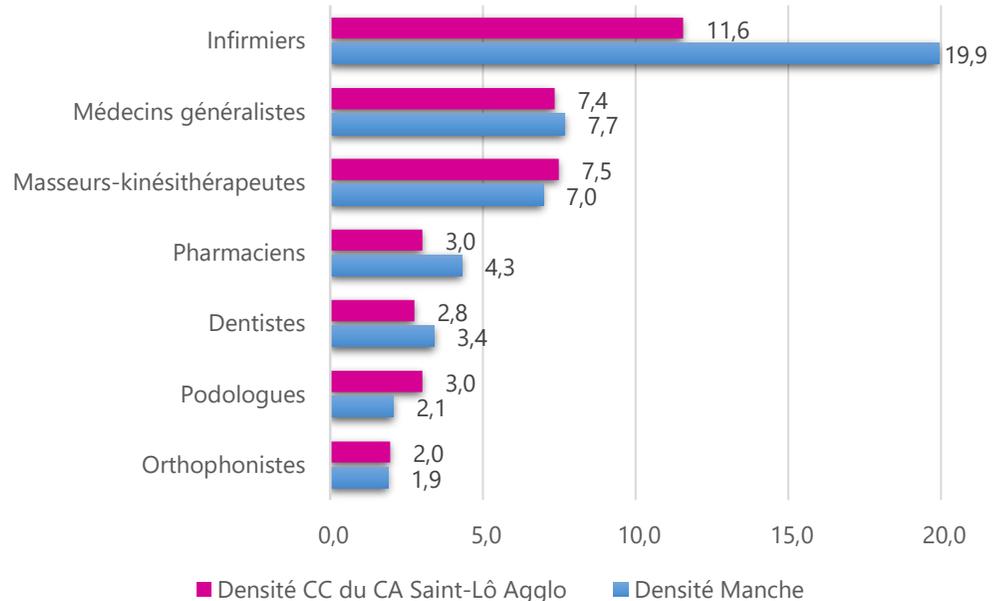
**62% des professionnels de santé (hors centre hospitalier) sont implantés au sein des centralités** (moyenne habituelle de 60%). Un taux de présence qui permet de garantir une interaction entre offre médicale, offre de services et l'offre commerciale sur ces périmètres.

Aussi, 71% des praticiens sont regroupés au sein de cabinet, maison de santé ou maison médicale. Saint-Lô profite également d'un Centre Hospitalier au sud de la commune, établissement de santé majeur et structurant du territoire et du département.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Même si certains secteurs sont moins représentés que le département, le territoire profite d'une bonne présence en praticiens notamment implantés en centralités.

DENSITÉ EN PROFESSIONS MÉDICALES LIBÉRALES (POUR 10 000 HABITANTS)



Source : Travail terrain (2018), Adélie, Ministère des Solidarités et de la Santé

## DES ÉQUIPEMENTS EN CENTRALITÉ

Les **quatre centralités** analysées montrent **une bonne présence des équipements non marchands au sein de leur centralité** notamment sur la ville pôle de Saint-Lô qui concentre les équipements majeurs de l'agglomération et du département.

On observe par ailleurs des **établissements scolaires plus dispersés pour les pôles secondaires** qui s'expliquent par un tissu plus lâche et des déplacements de structures nécessaires pour leur développement en périphérie.

Les professionnels de **santé sont également bien représentés sur le territoire** avec cependant une part plus mitigée des praticiens en centralité notamment sur Marigny-le-Lozon qui dispose d'une maison médicale mais en déconnexion des commerces.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Des centralités qui profitent d'une bonne interaction entre commerces et équipements non marchands par leur forte densité en centralité.

BILAN D'ATTRACTIVITÉ DES INDICATEURS DE POLARITÉ PAR CENTRALITÉS

Commune	Nombre d'équipements non marchands en centralité	Nombre d'équipements scolaires en centralité	Professions de santé sur la commune	Part des professions médicales en centralité
Saint-Lô	14	7	109	50%
Torigny-les-Villes	4	3	16	88%
Condé-sur-Vire	4	0	13	69%
Marigny-le Lozon	4	1	13	8%

## UN IDENTITÉ À VALORISER ET À CONFORTER

Les centralités étudiées présentent dans l'ensemble des critères d'attractivité urbaine satisfaisant.

Saint-Lô profite d'une forte visibilité avec des espaces marquant l'arrivée en centralité en plus d'une accessibilité propice à la déambulation. On notera cependant un vieillissement du bâti et une qualité des façades qui vient impacter l'ambiance d'achat en plus des cellules vacantes sur le parcours marchand.

Torigny-les-Villes est davantage marqué par son aspect routier qui limite son accessibilité et joue sur la qualité urbaine.

La centralité de Condé-sur-Vire profite d'aménagements récents qui marque l'arrivée en centre-bourg en plus de sécuriser les déplacements. Un travail à également été fait sur les devantures commerciales.

La polarité de Marigny-le-Lozon montre en revanche un aspect vieillissant avec des espaces et des commerces peu qualitatifs et un développement de la vacance.

### ÉLÉMENTS À RETENIR

Une attractivité globalement positive excepté pour Marigny-le-Lozon qui montre des signes de fragilité sur l'ensemble des indicateurs.

BILAN D'ATTRACTIVITÉ DES INDICATEURS URBAINS PAR CENTRALITÉS

Commune	Lisibilité & visibilité de la centralité	Accessibilité & déplacement	Continuité commerciale	Qualité urbaine & architecturale	Ambiance d'achat
Saint-Lô	●	●	●	●	●
Torigny-les-Villes	●	●	●	●	●
Condé-sur-Vire	●	●	●	●	●
Marigny-le-Lozon	●	●	●	●	●

- / **La fonction économique** : Le centre-ville de Saint-Lô se caractérise par une bonne attractivité commerciale grâce à un taux de diversité élevée et une offre conséquente qui lui permet de polariser. Par ailleurs la vacance commerciale reste faible sur la centralité, signe d'une bonne dynamique. Aussi, le centre-ville montre une faible part des Cafés-Hôtels-Restaurants qui limite la convivialité. Même si la périphérisation reste maîtrisée, on assiste à des déplacements d'enseignes sur les zones et une croissance de la tertiarisation du linéaire en centre-ville qui impacte son rayonnement et vient le fragiliser.
- / **La fonction identité** : Le centre-ville Saint-lois dispose d'une bonne visibilité mais avec un effet vitrine terni par des cellules vacantes et peu qualitatives en entrée de centralité. Aussi, l'espace public montre des signes de vieillissement et manque parfois d'homogénéité et de théâtralisation.
- / **La fonction habitat** : Le centre-ville de Saint-Lô montre un parc de logements qui ne répond pas complètement aux attentes des ménages. En effet, une grande part de petits logements limitent l'attractivité du centre-ville auprès des familles et ménages désireux de plus de surface et de logements modernes.
- / **La fonction services** : La centralité conserve un rôle structurant et majeurs en matière d'équipements et de services. La préservation de ces derniers et le traitement des liaisons vers le cœur commerçant sont des enjeux stratégiques pour l'attractivité globale du centre-ville. Par ailleurs, la périphérisation des professionnels de santé tend également à fragiliser la fonction services du centre-ville.

#### BILAN DES 4 FONCTIONS DU CENTRE-VILLE DE SAINT-LÔ



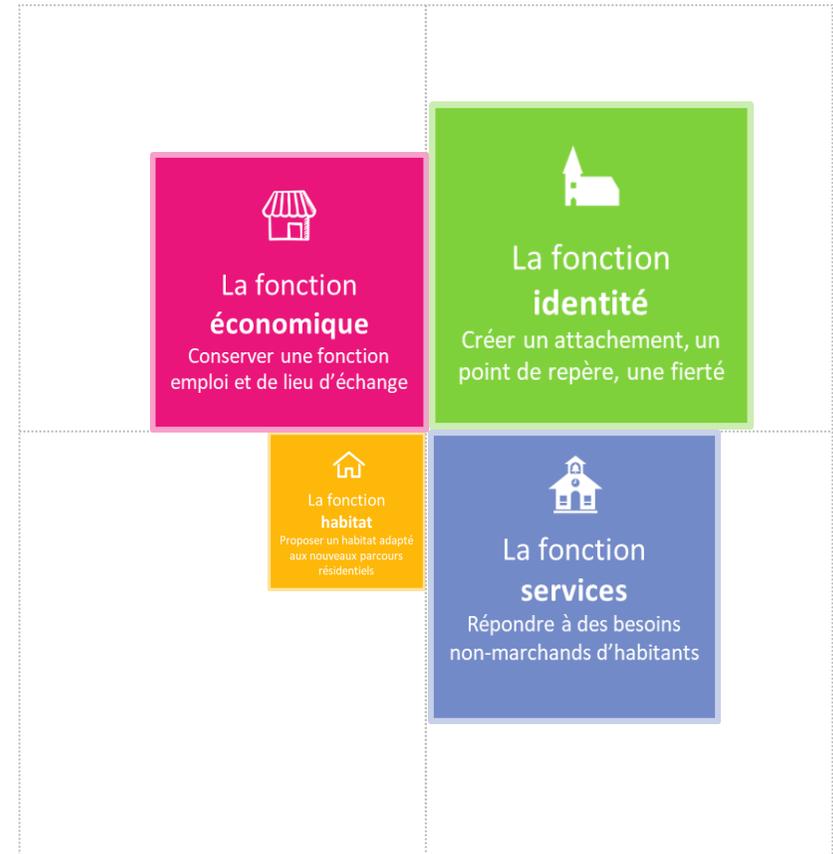
- / **La fonction économique** : Une offre commerciale importante et dense qui permet à la commune de rayonner sur plusieurs communes. Toutefois, on note un développement de la vacance commerciale en plus d'une très faible part en Cafés-hôtels-restaurants qui limite grandement la convivialité de la centralité.
- / **La fonction identité** : La centralité se structure autour d'un carrefour à la croisée de deux axes structurants qui lui confère un aspect routier sur une grande partie de l'espace public. Ainsi les cheminements piétons sont plus difficiles avec une faible sécurisation des traversées piétonnes. Par ailleurs, la commune profite d'un point d'eau et d'espaces verts de qualité mais qui manque de connexion avec le centre pour lui donner plus de cachet.
- / **La fonction habitat** : un parc de logements qui vieillit et une vacance qui se développe soulevant la question de la qualité de l'offre en logement notamment la capacité à attirer de nouveaux ménages enclins à de plus grandes surfaces et d'habitations plus modernes.
- / **La fonction services** : La centralité profite d'une bonne concentration de ses équipements non marchands, d'établissements scolaires et de praticiens qui induit de forts échanges avec les commerces et facilite sa dynamique.

#### BILAN DES 4 FONCTIONS DU CENTRE-VILLE DE TORIGNY-LES-VILLES



- / **La fonction économique** : Une offre commerciale restreinte mais avec un tissu commerciale de base alimentaire complet sur la centralité avec une offre cohérente qui répond aux besoins des habitants.
- / **La fonction identité** : Des espaces publics de qualité qui permette de créer une ambiance conviviale avec du mobilier urbain pour la détente et qui rend plus propice la promenade en plus d'un bâti est préservé et entretenu
- / **La fonction habitat** : un parc de logements qui vieillit et soulève la question de la qualité de l'offre en logement notamment la capacité à attirer de nouveaux ménages enclins à de plus grandes surfaces et d'habitations plus modernes.
- / **La fonction services** : On notera l'absence d'établissement scolaire sur la centralité et la nécessité d'établir des connexions avec ces derniers qui restent excentré du centre-ville. Par ailleurs les équipements marchands et les praticiens sont concentrée en centralité et profite d'une bonne interaction avec les commerces.

#### BILAN DES 4 FONCTIONS DU CENTRE-VILLE DE CONDÉ-SUR-VIRE



- / **La fonction économique** : Une offre commerciale plus restreinte avec un tissu commerciale de base alimentaire incomplet sur la centralité mais une offre de proximité qui répond aux besoins de la population.
- / **La fonction identité** : Un bâti vieillissant qui se dégrade et des espaces publics peu qualitatifs, excepté sur les pourtours de l'Eglise et de la Mairie, qui réduit le sentiment de convivialité. Aussi, l'aspect routier réduit la sécurité des déplacements piétons par le manque d'aménagements.
- / **La fonction habitat** : un parc de logements vieillissant qui soulève la question de la qualité de l'offre en logement et la capacité à attirer de nouveaux ménages enclins à de plus grandes surfaces et d'habitations plus modernes.
- / **La fonction services** : Des professionnels de santé peu présents sur la centralité mais une proximité avec les équipements qui permet de faire le lien avec les commerces et services. A noter l'importance de travailler sur les cheminements vers les équipements notamment les écoles pour faciliter les flux et la déambulation.

#### BILAN DES 4 FONCTIONS DU CENTRE-VILLE DE MARIGNY-LE-LOZON



	Population 2016	Nombre de commerces en centre-ville	Taux de diversité commerciale	Taux de vacance commerciale	Qualités urbaines et patrimoniales du centre-ville	Ambiance d'achat et qualité du parcours marchand	Taux de vacance en logements	Part des équipements non marchands	Part des professionnels de santé en centre-ville
<b>Périgueux</b>	29 912 habitants	480 commerces	34,7 %	12,1 %	●	●	17,5 %	29,0 %	25,5 %
<b>Saintes</b>	25 355 habitants	280 commerces	33,8 %	7,0 %	●	●	15,3 %	19 %	12,5 %
<b>Montbéliard</b>	25 304 habitants	370 commerces	30,0%	12,7 %	●	●	11,4 %	NR	17,0 %
<b>Villefranche-sur-Saône</b>	36 671 habitants	550 commerces	36,1 %	5,7 %	●	●	10,2 %	52,1 %	59,2 %
<b>Saint-Lô</b>	<b>19 116 habitants</b>	<b>311 commerces</b>	<b>30,1%</b>	<b>6,6%</b>	●	●	<b>16,2%</b>	<b>53%</b>	<b>50%</b>
<b>Annonay</b>	16 640 habitants	185 commerces	25,8 %	29,7%	●	●	25,6 %	31,7 %	47,0 %
<b>Châtelleraut</b>	31 809 habitants	240 commerces	28,1 %	34,3 %	●	●	28 %	NR	NR
<b>Morlaix</b>	14 721 habitants	287 commerces	31,4 %	23,8 %	●	●	25,0 %	24,0 %	54,0 %
<b>Valence</b>	62 479 habitants	710 commerces	30,6 %	11,7 %	●	●	20,0 %	16,4 %	25,0 %
<b>Laval</b>	49 728 habitants	353 commerces	32,0%	11,8 %	●	●	12,5%	NR	16,0%

1

**Travailler les entrées du centre-ville de Saint-Lô pour créer un véritable effet vitrine** notamment par la mise en valeur des façades commerciales.

2

**Un phénomène de tertiarisation du centre-ville de Saint-Lô** qui impacte la diversité commerciale.

3

**Conforter la bonne présence des professionnels de santé au sein des centralités** avec des structures adaptées et mutualisées.

4

**Un habitat qui ne répond plus aux nouveaux modes de vie** et vient fragiliser la clientèle de proximité.

5

**Une fonction identité réduite** par un déficit d'attractivité urbaine sur les centralités.

6

**Travailler la sécurité et la qualité des cheminements piétons** en centralité pour favoriser les déplacements et les interactions entre équipements et commerces.



**Partie 5**

Bilan d'attractivité  
économique et  
commercial

## UNE ECONOMIE FORTEMENT DEPENDANTE DES DYNAMIQUES RESIDENTIELLES

L'attractivité résidentielle retrouvée (conjonction des facteurs de desserrement de la métropole, proximité de Bayeux et de la côte) crée un effet d'entraînement sur l'économie locale. Pour autant, cette économie locale malgré la présence d'acteurs historiques fait émerger des points de faiblesse avec en particulier l'absence de filières qui ne permettent pas d'infléchir la décroissance de l'emploi salarié.

Un territoire de plus en plus dépendant de la sphère présentielle

Une économie productive avec assez peu de spécialisation et à la recherche de relais de croissance

Une tension emploi très liée à la baisse de la population active

Des facteurs locaux (innovation, mise en réseau) à activer pour stimuler l'attractivité économique

Une offre foncière disponible importante (111 hectares) avec plusieurs zones de proximité vacantes

## UN NOUVEAU MODELE COMMERCIAL A INTEGRER

Avec une croissance des surfaces commerciales majeures ces dernières années, le territoire s'est doté d'un équipement commercial qui tend vers le suréquipement. Les enjeux pour demain résideront davantage vers l'intégration de nouvelles formes de commerce et la poursuite de la maîtrise de la périphérisation des activités.

Une croissance des mètres carrés soutenue qui contraint fortement les marges de développement

Des centralités qui résistent bien au phénomène de périphérisation du commerce de proximité

Une duplication d'activités entre le centre-ville de Saint-Lô et Agneau qui affecte l'effet de pôle et la diversité commerciale

Un enjeu de desserte servicielle sur les plus petites communes de l'agglomération

Un enjeu de passerelle entre commerces et agriculture pour conforter la dynamique alimentaire

Un rôle stratégique des marchés comme vecteur d'attractivité des centralités

## Saint-Lô Agglo

AMO rédaction d'un schéma de développement économique et d'urbanisme commercial

### Votre contact

#### David Lestoux

Directeur - Consultant

07 85 99 15 66

#### Quentin Joly

Chargé d'études – Urbaniste

02 96 50 55 01

#### Camille Jousse

Chargée d'études – Urbaniste

02 96 50 55 01

### Nos métiers

Revitalisation de  
centre-ville

Urbanisme  
commercial

Prospective  
commerce

Programmation  
commerciale

Programmation  
urbaine

Marketing  
territorial



LESTOUX &  
ASSOCIÉS